



Global ENTREPRENEURSHIP MONITOR



Actividad Emprendedora en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2008

Edita: Universidad Miguel Hernández de Elche
I.S.B.N.: 978-84-934471-8-2
D.L.: A-558-84
Impresión: Juárez Impresores



**Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Actividad Emprendedora en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2008

Dirección GEM Comunidad Valenciana:
José María Gómez Gras

Dirección técnica:
Ignacio Mira Solves

Investigadores:
Jesús Martínez Mateo
Antonio J. Verdú Jover

Investigadores colaboradores:
Noelia López del Castillo
M^a José Alarcón García
M^a Cinta Gisbert López
Javier Sancho Azuar
M^a Antonia Vaquero Sánchez
Domingo Galiana Lapera

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega García-Pastor (Director GEM España) Alicia Coduras Martínez (Dirección Técnica GEM España) Cristina Cruz Serrano Rachida Justo Isabel González Moya (Administración GEM España)	Fundación Instituto de Empresa Dirección General de Política de la PYME, Ministerio de Industria y Comercio Fundación Cultural Banesto
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Antonio Rafael Ramos David Urbano Pulido	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía Centro de Estudios Andaluces Unicaja
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villaescuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomares Doña	Gobierno de Aragón, Dpto. de Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender en Aragón Instituto Aragonés de Fomento Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio Universidad de Zaragoza
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria (Director GEM Asturias) Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	La Caja de Canarias Caja Canarias Gobierno de Canarias - Promoción Económica Gobierno de Canarias- Servicio Canario de Empleo Fondo Social Europeo Cámara de Comercio Industria y Navegación de Las Palmas Cabildo de Gran Canaria
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM Cantabria) Ana Fernández Laviada José Manuel Fernández Polanco Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Ana María Serrano Bedía Francisco M. Somohano	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda Grupo SODERCAM Fundación UCEIF
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Miguel Ángel Galindo Martín (Director GEM Castilla La Mancha) José Luis Alfaro Navarro Inmaculada Carrasco Monteagudo María Soledad Castaño Martínez Carmen Córcoles Fuentes Francisco Escribano Sotos Juan Carlos López Garrido María Teresa Méndez Picazo Isabel Pardo García Agustín Pablo Álvarez Herranz	Fundación Rayet Parque Científico y Tecnológico de Albacete Caja de Castilla La Mancha Ayuntamiento de Ciudad Real Ayuntamiento de Albacete Universidad de Castilla La Mancha Diputación Provincial Albacete Fondo Social Europeo Sepecam UGT (Fundación Iniciativas de Futuro)
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanesa Solís Rodríguez José Luis de Godos Díez Noemí Huerga Pérez	Junta de Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León Universidad de León

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES			
EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Cataluña	Universidad Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM Cataluña) Yancy Vaillant (coordinador) Teresa Obis Josep M ^a Surís Alex Rialp Anaís Tarragó	Diputación de Barcelona. Red de Municipio Departamento de Trabajo, Generalitat de Cataluña
Ceuta	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM Ceuta) M ^a del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM Ceuta) Carlos A. Albacete Sáez Ana M. Bojica Gabriel García-Parada Arias Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Matilde Ruiz Arroyo	PROCESA-Sociedad de Fomento Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras (Director GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Noelia López del Castillo M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Javier Sancho Azuar M ^a Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lopera	Air Nostrum Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA)
Extremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y Coordinador Regional) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo M ^a Victoria Postigo Jiménez	Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Central Nuclear de Almaraz, Fed. Empresarial Cacerense, Sodiex, Sofiex, Arram Consultores, CCOO Extremadura, Urvicasa, Caja Rural Extremadura, Palicrisa, Fundación Academia Europea de Yuste, Grupo Alfonso Gallardo, Infostock Europa de Extremadura S.A., Cámara de Comercio Badajoz, Cámara de Comercio Cáceres, UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento de Emprendedores.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Araceli de Lucas (Dir. GEM Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López José Antonio Neira Cortés María José Garrido Herrera	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia (BIC Galicia) Dirección General del Empleo, Xunta de Galicia Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela
	CEEI Galicia (BIC Galicia)	Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo	
	Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela	José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruza Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez María Gómez Barreiro	

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos (Director GEM Madrid)	Instituto Madrileño de Desarrollo Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid
	Instituto Madrileño de Desarrollo	Julio Acosta Carlos Merino Moreno Miguel Palacios Javier Tafur	
Melilla	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM Melilla) M ^a del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM Melilla) Carlos A. Albacete Sáez Ana M. Bojica Rocío Llamas Sánchez Sara Rodríguez Gómez Matilde Ruiz Arroyo	Consejería de Economía Empleo y Turismo de Melilla Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
	Consejería de Economía Empleo y Turismo	Isabel Maza Pérez Mabel Romero Imbroda Marta Guerrero Werner	
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (Directora GEM Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora GEM Murcia) Nuria Nevers Esteban Albert José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Universidad de Murcia
Navarra	Servicio Navarro de Empleo	Cristina Arcaya Iñaki Lavilla Fermín Erro	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo
	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra	Miren Sanz (Directora GEM Navarra)	
	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Martín Larraza	
País Vasco	Orkestra, Instituto Vasco de Competitividad	Iñaki Peña Legazkúe (Director GEM País Vasco) Juan José Gijaba José Luis González Pernía Aloña Martiarena	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipúzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad de Deusto		
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos Andrés Araujo	
	Universidad de Mondragón	Saioa Arando Iosu Lizarralde Aiastui	

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

Es el segundo año que tengo el honor de escribir unas líneas que acompañen esta excelente publicación. En estos 365 días que han transcurrido, he podido profundizar en esos sueños e ideas que nuestros emprendedores han sido capaces de convertir en realidades. Realidades que generan en una actividad empresarial que producen algún tipo de innovación, empleos y riqueza para nuestra Comunitat.

Hoy más que nunca, inmersos en una etapa económica complicada, es cuando la figura del emprendedor es más importante. Porque la persona emprendedora es la que tiene que sembrar la semilla de iniciativas innovadoras que promuevan una nueva serie de proyectos empresariales que generen riqueza, que creen puestos de trabajo y que diferencien una sociedad avanzada y moderna de una estancada ante esta crisis económica.

El ingenio, la capacidad de sorprender, la innovación, el espíritu de lucha y el talento se conjugan en los emprendedores para buscar en el cambio nuevas oportunidades de negocio que aseguren el futuro de nuestra economía. El apoyo de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación es firme, sólido y permanente. Les facilitamos la puesta en funcionamiento de sus proyectos y nos preocupamos por garantizarles su futuro. Porque sabemos que el futuro de esta tierra está fuertemente ligado a nuestros emprendedores.

El informe Global Entrepreneurship Monitor que tienen en sus manos se ha convertido en un excelente “sensor” de la capacidad emprendedora de una región como la valenciana, y en general de la economía mundial, ya que cada vez son más los países que se unen a esta iniciativa. Es, sin duda alguna, un instrumento de trabajo muy útil para todas las partes implicadas en este maravilloso proceso de ver nacer una nueva empresa. Cinco años consolidándose como una herramienta de referencia para todos los agentes sociales e instituciones públicas encargadas de promover las condiciones que favorezcan la creación de nuevas empresas. ¡Enhorabuena!

BELÉN JUSTE PICÓN
Consellera Industria, Comercio e Innovación
Generalitat Valenciana

El jueves 30 de octubre de 2008 presentábamos en la sala de prensa de la Consellería de Industria, Comercio e Innovación de la Generalitat Valenciana, la anterior edición del Informe GEM.

En dicho acto, dije ante las autoridades y los medios de comunicación presentes que “estábamos asistiendo a la peor crisis que vivirá nuestra generación” y ni de lejos intuía las dimensiones que los siguientes siete meses iban a dar a mis palabras.

Hoy, cuando escribo esto, nos encontramos sumidos en la peor recesión que ha vivido el mundo desde la Segunda Guerra Mundial. Las empresas, los trabajadores y la sociedad española en general están sufriendo las dramáticas consecuencias del imparable deterioro que sufre día tras día nuestra economía.

Y en este contexto, ¿tiene pues sentido volver a hablar de la “importancia de la actividad emprendedora para la renovación de la prosperidad” como hice aquel 30 de octubre? ¿es lógico que apostemos por las semillas cuando está ardiendo el bosque?

Sin lugar a dudas sí. Hoy más que nunca. Siempre se ha dicho que toda crisis encierra una oportunidad y la gran oportunidad, no lo duden, se le presenta a la administración pública. Oportunidad para apoyar a los emprendedores, oportunidad para premiar la creatividad y las ideas, oportunidad para inyectar oxígeno a la economía en forma de miles de nuevos empresarios.

Ahora ya no se trata de “renovar la prosperidad” se trata de “reencontrar la prosperidad perdida” y esa prosperidad llegará, como siempre, de la mano de una iniciativa privada valiente y profesional, que trabaje en un marco legal sólido y sin fisuras, bajo la tutela de administraciones públicas comprometidas y sin complejos. ¿Su fruto? nuevos emprendedores. A lo mejor “más por necesidad y menos por oportunidad”, como vienen constatando los últimos estudios, pero emprendedores al fin y al cabo.

No lo duden, el proyecto GEM cobra más importancia si cabe, en estos tiempos difíciles que nos está tocando vivir. Es necesario redoblar los esfuerzos para que no decaiga la confianza en aquellos que inician su andadura en el mundo de la empresa. Nuestra prosperidad futura va en ello.

Carlos Bertomeu Martínez
Consejero Delegado
Air Nostrum L.A.M.

Índice General



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

Índice general

Introducción al proyecto GEM	17
Sumario Ejecutivo	23
I. Actividad emprendedora y dinámica empresarial	29
I.1 Actividad emprendedora registrada.....	31
I.2 Evolución de la actividad emprendedora.....	33
I.3 Actividad empresarial consolidada	34
I.4 Ceses de actividad registrados	36
I.5 Potenciales emprendedores en la población.....	37
I.6 Diferencias regionales y con países OCDE	38
II. Tipos de comportamiento emprendedor	43
II.1 La oportunidad y la necesidad en el proceso emprendedor	46
II.2 Diferencias regionales y con países OCDE	48
III. Perfil socioeconómico del emprendedor	51
III.1 Perfil del emprendedor “actual”	53
III.2 Perfil del emprendedor “potencial”.....	57
IV. Aproximación al perfil de las iniciativas emprendedoras	63
IV.1 Sectores generales de actividad	65
IV.2 Número de socios	66
IV.3 Dimensión empresarial y empleo	67
IV.4 Visión del emprendedor sobre su iniciativa	69
V. Financiación de la actividad emprendedora	71
V.1 Necesidades de financiación.....	73
V.2 Expectativa de recuperación de la inversión por parte del emprendedor ...	74
V.3 El perfil del inversor informal	75
VI. Percepciones de la población: oportunidades, motivaciones y capacidades	77
VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas.....	80
VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender	82
VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas	86
VII. Perspectiva de género en la actividad emprendedora	89
VII.1 Participación en actividad emprendedora en función del género	91
VII.2 Contexto territorial comparativo	93
VII.3 Oportunidad, motivación y capacidad para emprender bajo una perspectiva de género.....	94
VII.4 Entorno sociocultural de la mujer en relación a la actividad emprendedora .	99

VIII. Valoración de condiciones de entorno	101
VIII.1 Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	105
VIII.2 Análisis comparativo regional de condiciones de entorno	108
VIII.3 Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno.....	113
IX. Reflexiones finales	119
Anexo I. Metodología	125
Anexo II. Glosario de términos	130
Índices de figuras y tablas	135

Introducción al Proyecto GEM



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO GEM

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

Desarrollado con carácter anual desde 1999, los resultados que viene ofreciendo permiten contar con una serie de datos, actualizados continuamente, acerca de los emprendedores y el proceso emprendedor, con amplia potencialidad de empleo por parte de los agentes relacionados con el desarrollo del territorio. De este modo, su información puede ser empleada como un valioso instrumento de ayuda para los distintos agentes implicados en el desarrollo de actividades emprendedoras, y particularmente, para los agentes sociales e instituciones públicas encargadas de promover las condiciones que favorezcan la creación de nuevas empresas.

Desde su primera edición, el número de países incorporados al proyecto ha ido en aumento, alcanzando en esta última edición la cifra de 43, con representación de grupos de investigación de Europa, Asia, Oceanía Hispanoamérica y Norteamérica. Así, se puede decir que se trata, tanto por su magnitud como por sus resultados, del proyecto de investigación de mayor envergadura en la actualidad, acerca del espíritu empresarial.

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

Particularmente en la Comunidad Valenciana, éste es ya el quinto año de participación, conteniendo el presente informe, una síntesis de los resultados obtenidos en 2008.

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

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

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

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

La figura 0-1 muestra el modelo teórico conceptual² de trabajo adoptado en GEM, el cual integra diferentes bloques de variables relacionadas, configuradoras del marco de oportunidades para emprender, así como influyentes también en el potencial emprendedor de los individuos, con influencia final sobre la creación de empresas en el territorio.

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

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

² Una detallada descripción del modelo teórico asumido en GEM y del diseño, metodología e implementación de los estudios realizados se puede consultar en el artículo de Reynolds, P. *et al.* (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, v. 24, pp. 205-231.

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

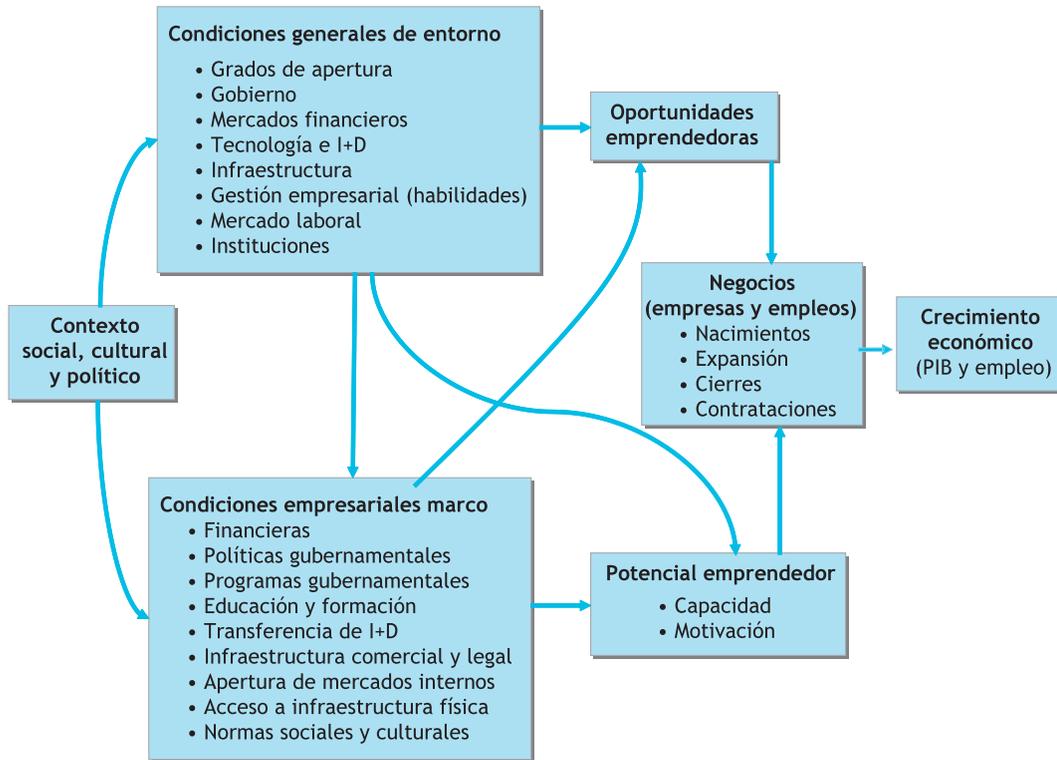


Figura 0-2.- Dinámica empresarial

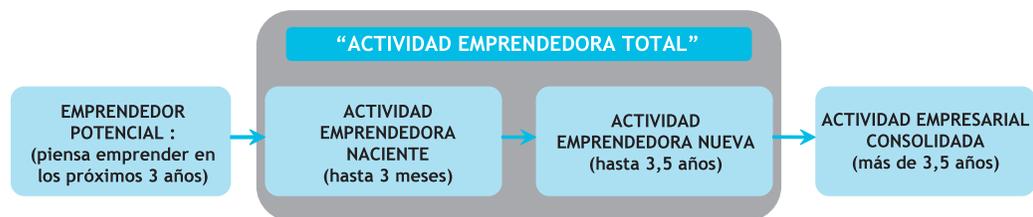


Tabla 0-1. Clasificación de actividades empresariales

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

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

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

Sumario Ejecutivo



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

SUMARIO EJECUTIVO

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La actividad emprendedora incipiente registrada en 2008, en la Comunidad Valenciana, alcanza al 7,4% de la población adulta, entre 18 y 64 años, lo que permite estimar que aproximadamente, unos 231.800 individuos se encontraban involucrados en negocios de reciente creación, que no sobrepasan los 42 meses de operatividad.

El desglose de este 7,4% de individuos indica que un 3,2% de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encuentra involucrada en “empresas nacientes” (menos de 3 meses de funcionamiento), mientras que el 4,2% lo está en “empresas nuevas” (entre 3 y 42 meses de funcionamiento).

Estos datos suponen un descenso del 1% de la actividad emprendedora con respecto a 2007, e implican una disminución de población involucrada en estas actividades, estimado en unas 30.000 personas. La disminución se produce fundamentalmente en el grupo de actividades “nacientes”, con menos de 3 meses de funcionamiento.

Las actividades más consolidadas (por encima de 42 meses en el mercado) son las que en menor medida se ven afectadas por el cambio de tendencia, y los cierres y abandonos de negocio se centran en problemas de rentabilidad y de obtención de financiación.

EMPRENDEDORES POTENCIALES

El escenario anterior se complementa por los datos relativos a “emprendedores potenciales”. Un 6,9% de individuos de la población adulta de la Comunidad Valenciana afirman estar considerando seriamente la posibilidad de iniciar una actividad empresarial, incluido el autoempleo, a tres años vista. Dicho porcentaje supone una población de unos 238.000 individuos, un 9,2% menos que en 2007.

TIPOS DE COMPORTAMIENTO

La actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana sigue siendo llevada a cabo mayoritariamente por oportunidad. Así, la proporción de emprendedores que reconoce la explotación de una oportunidad como motivo principal alcanza al 56,76%, mientras que aquellos que desarrollan su actividad empresarial “por necesidad” suponen el 12,16%. Sin embargo, otro 24,33% de emprendedores considera que ha iniciado su actividad consecuencia tanto de la existencia de una oportunidad como también en parte, inducidos por las circunstancias o ante la ausencia de otra alternativa laboral.

PERFIL MEDIO

El perfil medio del emprendedor de la Comunidad Valenciana se aproxima a un varón en el 55,4% de los casos, con una edad promedio en torno a los 38 años. En cuanto a su bagaje de capital humano, se trata de individuos con estudios, destacando el nivel universitario, y en 1 de cada 5 casos dispone de experiencia emprendedora previa. Su origen se sitúa en la propia Comunidad o lleva residiendo en ella más de 10 años, si bien un 13,5% de los emprendedores sigue siendo de origen extranjero.

El perfil mayoritario de las iniciativas atiende a negocios orientados al consumidor (52,6%), y puestos en marcha con un reducido “equipo emprendedor” (más del 75% de los encuestados han puesto en marcha su actividad en solitario o con un solo socio). En relación con el empleo generado, el 80% de los emprendedores crean negocios que no superan los 5 empleos, y un 75% no cree que sus necesidades de recursos humanos vayan a superar los 5 empleos en los próximos 5 años.

FINANCIACIÓN

El 50% de los emprendedores estiman unas necesidades financieras de puesta en marcha inferiores a los 45.000 euros. Un 28,9% espera aportar, en su totalidad, el capital, mientras que, entre los que prevén emplear financiación ajena, siguen destacando como fuentes básicas el recurso a entidades financieras y a la familia. En lo que se refiere a expectativas de recuperación de la inversión, un 10% de los emprendedores, cuyos negocios llevan menos de 42 meses en funcionamiento, no esperan recuperar lo invertido.

PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN

El **20,8%** de la población de la Comunidad Valenciana considera que existen buenas **oportunidades de negocio** para crear empresas (un 11,6% menos de población que en 2007), mientras que un **49,5%** continúa considerándose **capacitado para acometer la creación de una empresa**. Junto a estas percepciones, otros elementos de influencia como la consideración del miedo al fracaso, la percepción de las normas socio-culturales, o el conocimiento personal de otros emprendedores, siguen ofreciendo una situación similar a años anteriores.

PERSPECTIVA DE GÉNERO

El peso relativo del colectivo femenino en el total de emprendedores se ha visto **incrementado en 2008**, alcanzando al 6,7% de las mujeres de la Comunidad Valenciana, entre 18 y 64 años (44,6% del total de emprendedores). Esta circunstancia es consecuencia de que la disminución de actividad emprendedora registrada se ha producido en las iniciativas llevadas a cabo por hombres en mayor medida, manteniéndose las actividades llevadas a cabo por mujeres en niveles similares a 2007.

El estudio por género en la Comunidad Valenciana muestra que las diferencias encontradas en anteriores ediciones continúan reduciéndose. De este modo, las diferencias de percepciones en términos de existencia de oportunidades para emprender, capacidades necesarias, etc., son mínimas.

ENTORNO

La situación de las condiciones de entorno de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, juzgadas por el grupo de expertos, **no presenta grandes variaciones respecto a años anteriores**. En síntesis, la disponibilidad de recursos financieros, la mejora de los programas de apoyo al emprendedor, y el estado de la educación y formación en sus diversos niveles educativos, son algunos de los aspectos destacados como prioritarios de mejora.

I. Actividad emprendedora y dinámica empresarial



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

I. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

En este primer capítulo se recogen las magnitudes principales que describen la situación correspondiente a 2008, en la Comunidad Valenciana, en relación con el registro de individuos implicados en cualquiera de las etapas del proceso emprendedor descrito en la introducción (figura 0-2), y captados por la Encuesta a la Población Adulta realizada en julio de 2008.

De este modo, se da cuenta de la estimación de: (1) la actividad emprendedora registrada (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas cuya operatividad -medida por el pago de salarios de cualquier tipo- no superaba todavía los 42 meses en la citada fecha); (2) la actividad empresarial consolidada (casos en los que sí se han superado dichos 42 meses); (3) emprendedores potenciales (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, como porcentaje sobre la población adulta); y (4) cierres y ceses, acaecidos en el período de los doce meses anteriores a la realización de la encuesta.

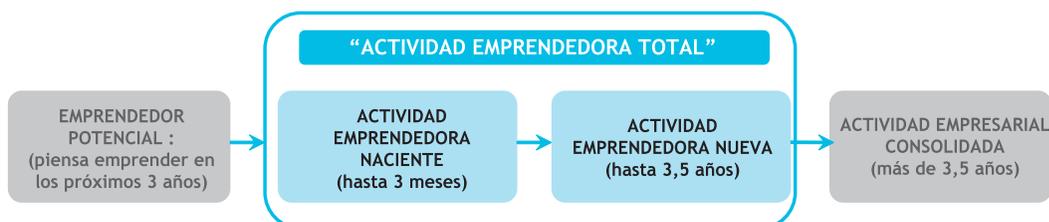
La información se complementa además con diversas comparativas, de carácter temporal y territorial. De un lado, se ofrece la evolución del registro de individuos captados, desde 2004 (primera edición GEM en la Comunidad Valenciana), en las diversas etapas relacionadas con el proceso emprendedor; de otro lado, la información ofrecida para 2008 se compara con la correspondiente al resto de España y con el contexto de países de la OCDE participantes en GEM.

1.1 Actividad emprendedora registrada

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

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

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



De acuerdo con esta consideración, los datos recogidos en la tabla I-1 indican que un 7,4% de la población de la Comunidad Valenciana, comprendida entre los 18 y 64 años, se encontraba involucrada, en julio de 2008, en algún tipo de actividad emprendedora con menos de 42 meses de funcionamiento, lo cual permite estimar que cerca de 232.000⁴ personas estaban implicadas en la puesta en marcha de actividades “nacientes” y “nuevas”.

Tabla I-1. Actividad emprendedora registrada - población de la C. Valenciana (2008)

Población adulta (18 a 64 años)	Estimación del total	% sobre población adulta
Emprendedores en actividades “nacientes” (menos de 3 meses)	100.244	3,2%
Emprendedores en actividades “nuevas” (entre 3 y 42 meses)	131.570	4,2%
Actividad emprendedora total (hasta 42 meses)	231.814	7,4%

La situación anterior supone, en términos relativos, un porcentaje de población implicada en actividades emprendedoras superior, en más de un 5%, a la media estimada para el conjunto de España (7,0%).

³ Se trata de una “foto de situación” en el momento de realización del trabajo de campo (julio de 2008).

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

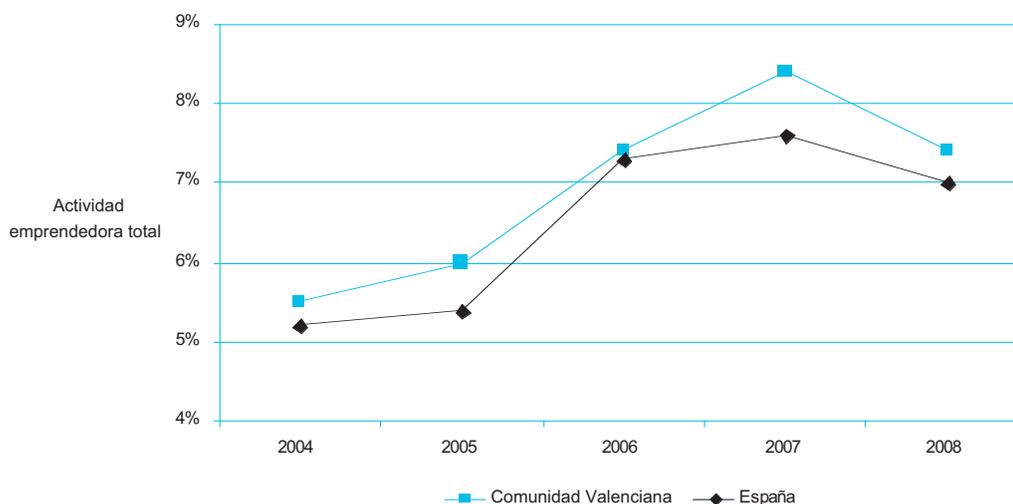
1.2 Evolución de la actividad emprendedora

En relación con la evolución temporal de la actividad emprendedora registrada, tanto en el territorio nacional como en la Comunidad Valenciana (tabla I-2), se observa que, mientras en el periodo comprendido entre el año 2004 y el 2007 la tendencia era de progresivo incremento, en 2008 se ha producido un descenso en la actividad emprendedora, más acusado en la Comunidad Valenciana (11,9% menos que en 2007) que en el conjunto del territorio español, si bien nuestra comunidad continúa situándose por encima de la media nacional, circunstancia que se ve reflejada en la figura I-2.

Tabla I-2. Evolución de la actividad emprendedora (2004-2008)

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

Figura I-2.- Evolución de la actividad emprendedora (2004-2008)



Adicionalmente, la tabla I-3 desglosa la evolución de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, y muestra que la disminución de actividad en 2008 se produce principalmente en el inicio (actividades “nacientes” con menos de 3 meses de actividad).

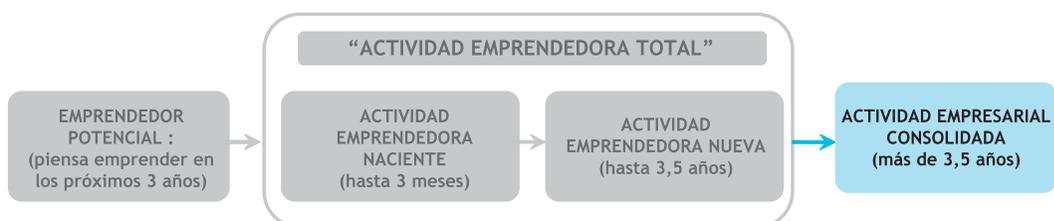
Tabla I-3. Evolución de la actividad emprendedora desglosada en CV (2004-2008)

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

1.3 Actividad empresarial consolidada

La perspectiva sobre la actividad emprendedora, recogida en el apartado anterior, se completa con los datos relativos a la actividad empresarial ya consolidada.

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



En este sentido, la tabla I-4 ofrece, de forma paralela a la sección anterior, los porcentajes de individuos que afirman encontrarse, en julio de 2008, llevando a cabo la gestión y explotación de actividades empresariales cuya operatividad en el mercado superaba los 42 meses.

La información registrada para la Comunidad Valenciana supone que un 9,5% de la población adulta se encontraba, en el período de la encuesta, desarrollando actividades ya consolidadas o establecidas.

La visión de este dato y su evolución desde 2004 (figura I-4) debe ser tomada en cuenta en una panorámica de conjunto de las distintas etapas que conforman el proceso emprendedor

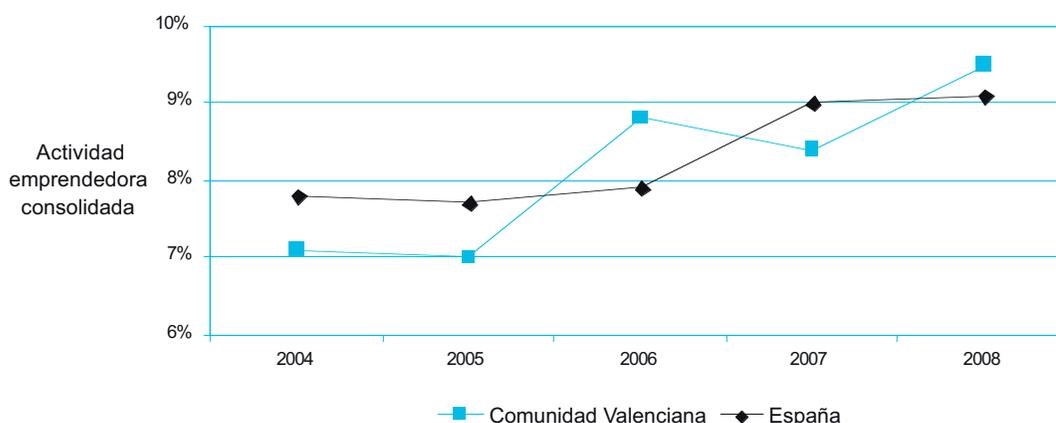
en GEM. De este modo, entre dos tomas de datos sucesivas, reflejadas en sus respectivos informes anuales, la cifra de iniciativas clasificadas como “consolidadas” puede aumentar debido a iniciativas que en el primero de los informes, eran clasificadas como “nuevas”, así como también puede verse afectada por los ceses de actividad acontecidos entre un informe y otro. Es pues razonable que, en circunstancias normales, cuando se ha producido un ritmo de crecimiento en iniciativas “nuevas” en los dos o tres años anteriores, en el siguiente se vea reflejado en mayores cifras de consolidación, como ocurre en esta ocasión.

Tabla I-4. Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2008)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008
Actividad empresarial consolidada (más de 42 meses)	C. Valenciana (*)	7,1%	7,0%	8,8%	8,4%	9,5%
	España	7,8%	7,7%	7,9%	9,0%	9,1%

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

Figura I-4.- Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2008)



En coyunturas económicas como la actual, las empresas que, a priori, pueden verse más afectadas -en términos generales- por los cierres, son las que todavía no han consolidado una base operativa fuerte. Ello, unido a que el ambiente puede desanimar en cierto modo la iniciativa emprendedora (véase el capítulo correspondiente a las percepciones de los individuos, o por ejemplo, la evolución de la ratio de emprendedores “potenciales”), puede dar lugar a una situación en la que los porcentajes de iniciativas clasificadas en 2008 como “nacientes” y “nuevas”, sean inferiores a las de 2007, mientras que el porcentaje

de “consolidadas” sigue, de momento, su senda de los últimos años, si bien todo apunta a que este panorama se pueda modificar en 2009.

1.4 Ceses de actividad registrados

Los ceses de actividad registrados (tabla I-5) dan cuenta de qué porcentaje de población afirma haber cesado en sus actividades en los doce meses previos a la realización del trabajo de campo (julio de 2008), ofreciendo una aproximación a los abandonos de actividades empresariales, independientemente de en qué etapa del proceso emprendedor (naciente, nuevo, consolidado) se encontraran.

Tabla I-5. Evolución del cese de actividades (2004-2008)

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

Según se observa en la tabla I-5, el porcentaje de ceses de actividad se mantiene en niveles relativamente bajos, en relación con los correspondientes a los de actividades “nacientes” y “nuevas”. Sin embargo, el dato registrado en 2008 supone un incremento de un 28% de los ceses con respecto a 2007, incremento similar al acontecido en 2007 frente a 2006, pero con la diferencia que, en el otro extremo del proceso, por primera vez ha descendido el número de iniciativas consideradas “nacientes”, con lo que “entran menos emprendedores” y “salen más” que en 2007.

Se trata de una circunstancia que, en la actual coyuntura, y dado que supone un cambio en la evolución de estos años, debe ser interpretada con prudencia y complementada con la situación que se registre en 2009.

Adicionalmente, GEM analiza otros dos aspectos en relación con los ceses de actividades. El primero de ellos matiza si estos abandonos de actividad constituyen cierres definitivos de la actividad o si ésta ha seguido en manos de otros. En el caso de la Comunidad Valenciana, esta segunda situación se da en un 15,2% de los casos, por lo que la tasa real de cierre se encuentra en el 1,5% (0,9% en 2007).

El segundo aspecto citado se refiere a los principales motivos aducidos por los individuos que declaran haber cesado en sus actividades empresariales. En este sentido, la tabla I-6 destaca como motivos fundamentales, aquellos ligados a la falta de rentabilidad del negocio y a los problemas para obtener financiación.

Tabla I-6. Motivos del abandono de la actividad (2008)

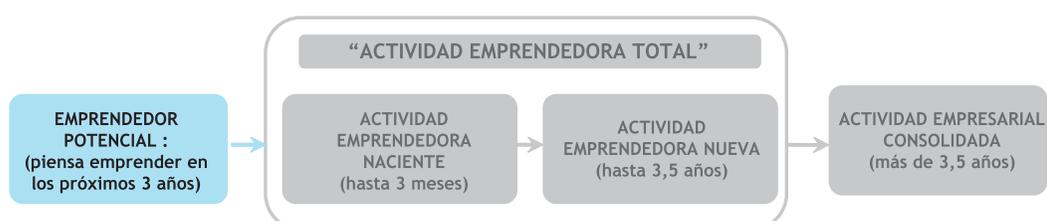
Población adulta (18 a 64 años)	% sobre población adulta
Problemas de rentabilidad y financiación	46,5%
Traspaso o cambio de ocupación	14,3%
Cierre planificado (jubilación, etc.)	7,8%
Motivos personales y otros	31,4%

1.5 Potenciales emprendedores en la población

Los apartados desarrollados hasta ahora nos han ofrecido información acerca de la actividad emprendedora registrada y su dinámica, esto es, de estimaciones de individuos que se encuentran vinculados al proceso emprendedor, y que están desarrollando actividades de cualquier tipo en el mismo, de modo que dichas actuaciones pueden ser denominadas como “nacientes”, “nuevas”, o “consolidadas”, o bien haber finalizado en los últimos 12 meses.

En el esquema de fases del proceso emprendedor asumido en GEM se recoge una fase previa al inicio de la puesta en marcha de la actividad, en la que se encuentran sujetos que tienen en mente la idea de poner en marcha algún tipo de negocio (figura I-5).

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



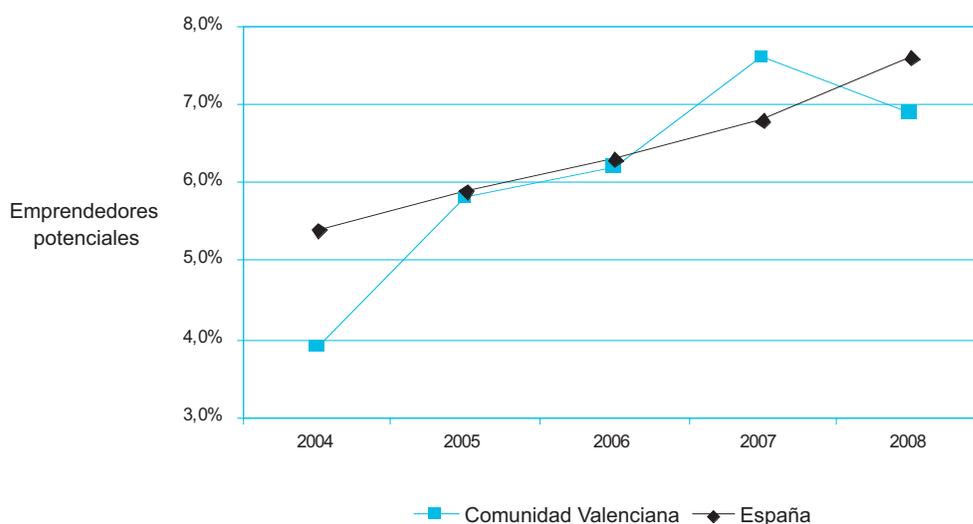
Este apartado se centra en esa etapa previa, cuantificando el porcentaje de población que puede ser catalogada como “emprendedores potenciales”, esto es, individuos que están considerando la posibilidad de iniciar una actividad empresarial (incluido el autoempleo) en los tres años siguientes al momento de la encuesta (julio de 2008), y que han puesto de manifiesto esta intencionalidad (tabla I-7).

Tabla I-7. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2008)

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

Los datos estimados para 2008 muestran, en la Comunidad Valenciana, un descenso de un 9,2% en la estimación de emprendedores potenciales con respecto a 2007, situándose por debajo de la estimación correspondiente al territorio nacional, pero aún por encima de las cifras recogidas en 2006 y años anteriores (fig. I-6).

Figura I-6.- Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2008)



1.6 Diferencias regionales y con países OCDE

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

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

Las figuras I-7 y I-8 hacen referencia, en primer lugar, a la actividad emprendedora registrada, aunando actividad “naciente” y “nueva”. A nivel nacional, y al igual que en ediciones anteriores, la Comunidad Valenciana continúa situándose como región con registro de actividad superior al promedio nacional. En cuanto a la perspectiva internacional, el dato la sitúa en una posición que podríamos calificar como intermedia.

Figura I-7.- Actividad emprendedora en el contexto nacional (GEM 2008)

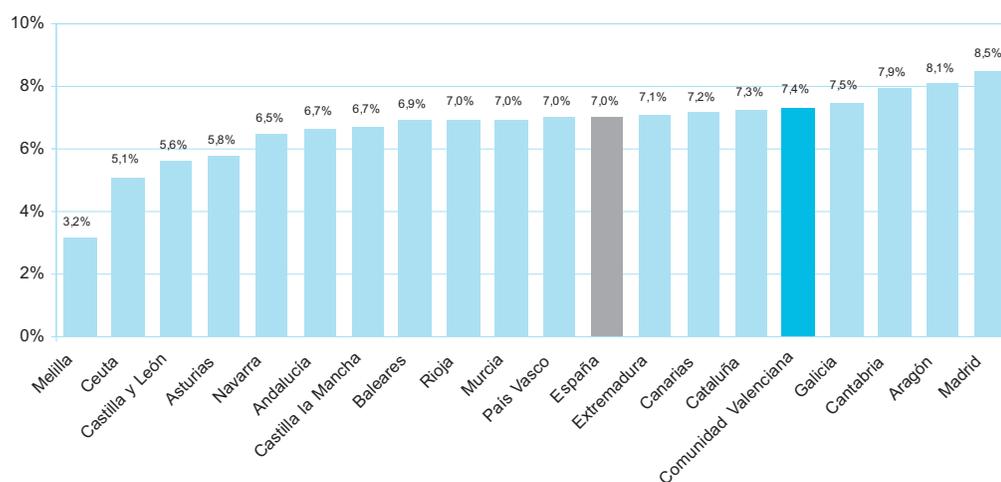
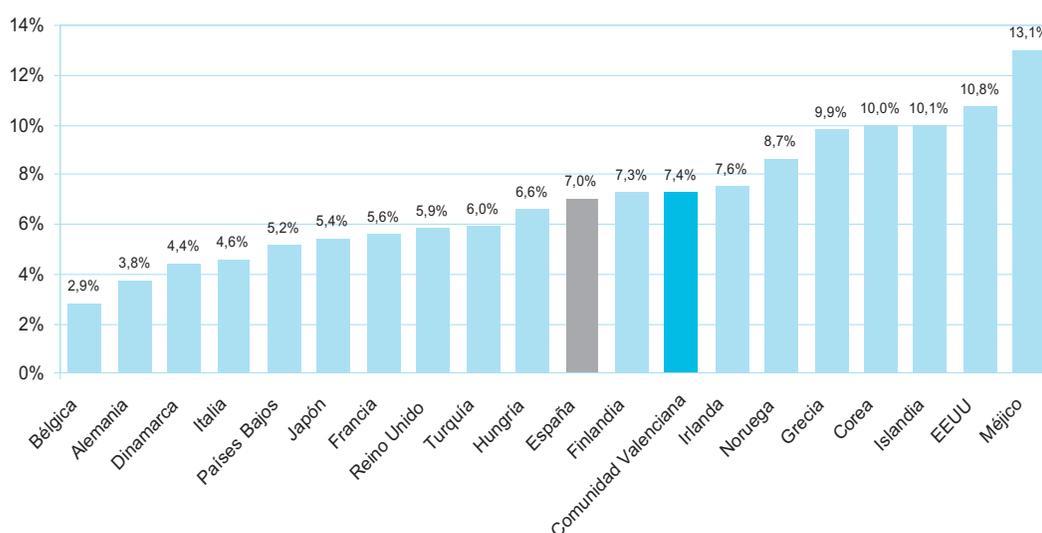


Figura I-8.- Actividad emprendedora en el contexto de países OCDE (GEM 2008)



En el caso de la presencia de iniciativas consolidadas, la situación relativa es similar a la encontrada para la actividad emprendedora, y sitúa a la Comunidad Valenciana por encima del dato promedio del territorio español (figura I-9), al igual que ocurre en el contexto de países de la OCDE (figura I-10).

Figura I-9.- Actividad emprendedora consolidada - contexto nacional (GEM 2008)

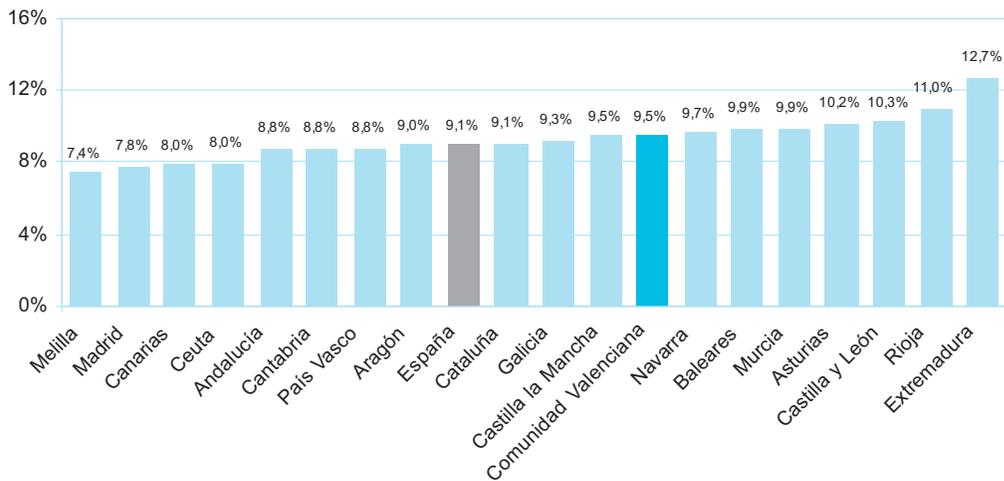
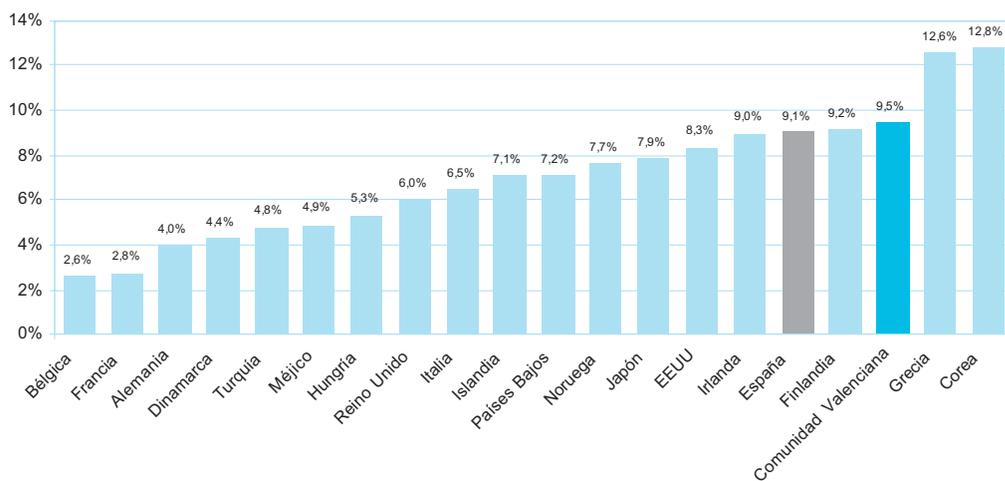


Figura I-10.- Actividad emprendedora consolidada - países OCDE (GEM 2008)



En lo relativo a ceses de actividad (figuras I-11 y I-12), la situación comparativa en el contexto nacional deja a la Comunidad Valenciana entre aquellas en las que un mayor porcentaje de la población adulta afirma haber cesado en algún tipo de actividad emprendedora o empresarial entre julio de 2007 y julio de 2008, encontrándose en valores intermedios en el contexto internacional.

Figura I-11.- Cierre de actividades empresariales contexto nacional (GEM 2008)

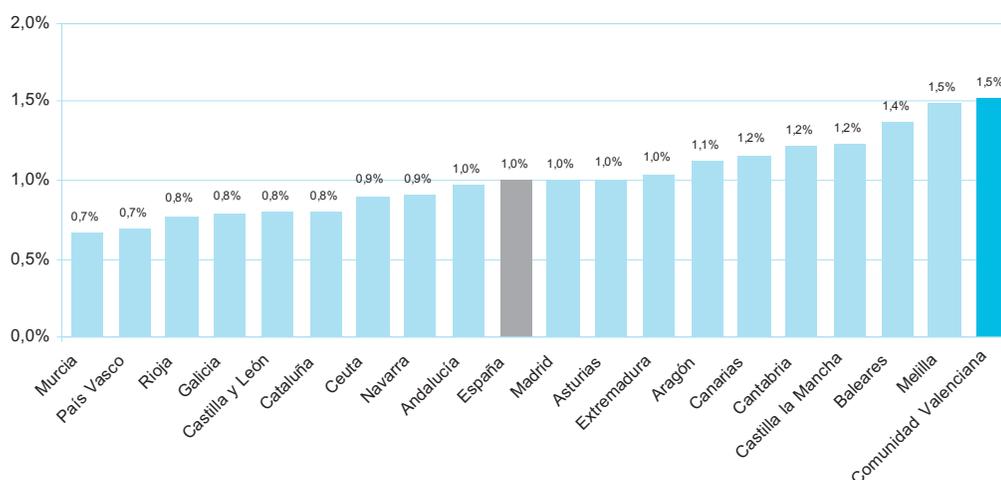
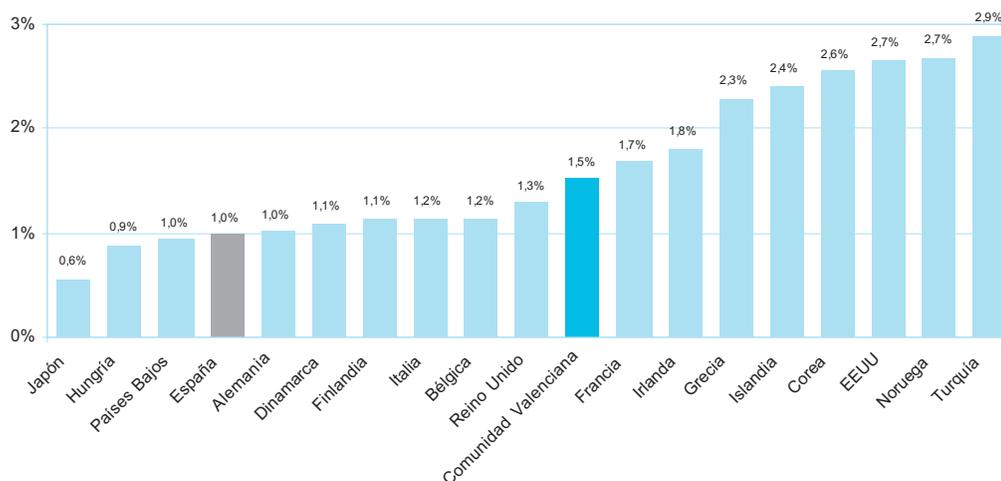


Figura I-12.- Cierre de actividades empresariales - países OCDE (GEM 2008)



Por último, este año el dato relativo a emprendedores potenciales sitúa a la Comunidad Valenciana en niveles comparativamente bajos tanto a nivel nacional como en el contexto de países de la OCDE (figuras I-13 y I-14).

Figura I-13.- Emprendedores potenciales en el contexto nacional (GEM 2008)

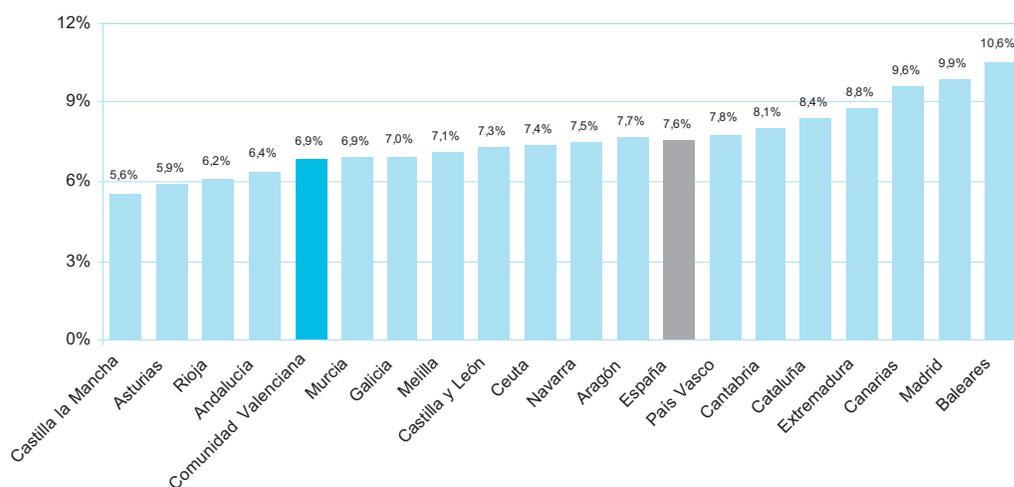
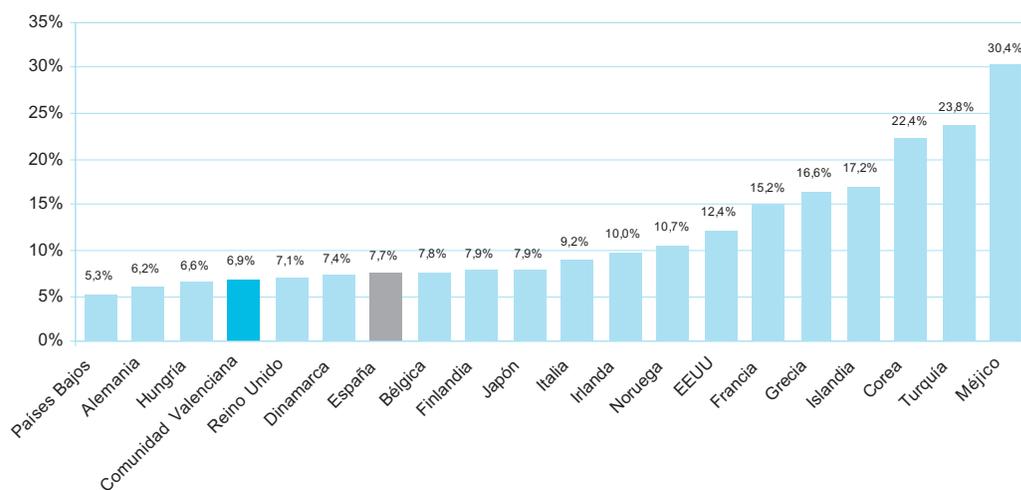


Figura I-14.- Emprendedores potenciales - contexto de países OCDE (GEM 2008)



II. Tipos de comportamiento emprendedor



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

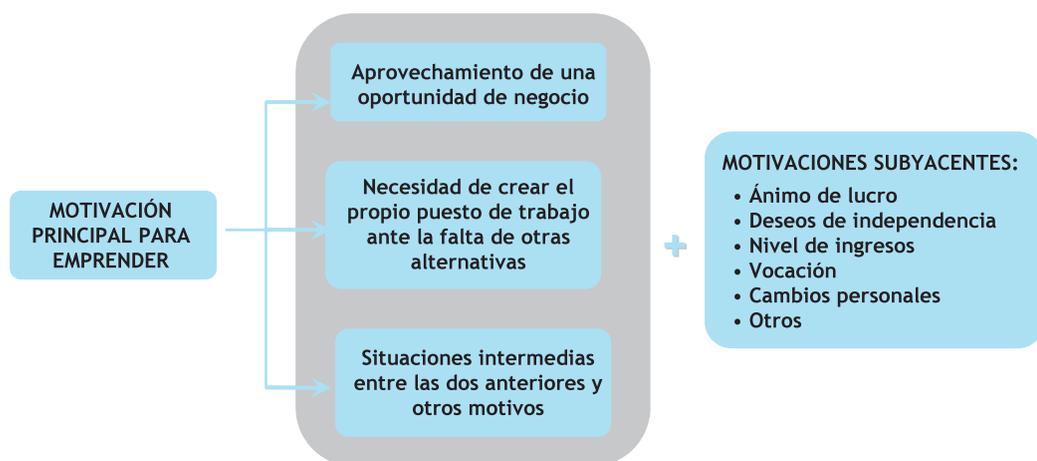
Informe ejecutivo 2008

II. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

En el ámbito del Proyecto GEM dos son las motivaciones reconocidas como impulsoras fundamentales de la implicación de los individuos en el proceso emprendedor: de un lado la necesidad de emprender, inducida por circunstancias adversas o por la ausencia de otras alternativas laborales, denominada “**emprender por necesidad**”; y por otro lado la explotación, en un momento dado, de oportunidades previamente detectadas por los potenciales emprendedores, denominada “**emprender por oportunidad**”.

En cualquier caso, no siempre los individuos tienen del todo claro cuál ha sido la motivación fundamental que les ha llevado, o les llevó en su día, a involucrarse en el proceso de puesta en marcha de una iniciativa de negocio, de modo que también existen situaciones intermedias, entre las dos reconocidas como básicas (figura II-1).

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



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

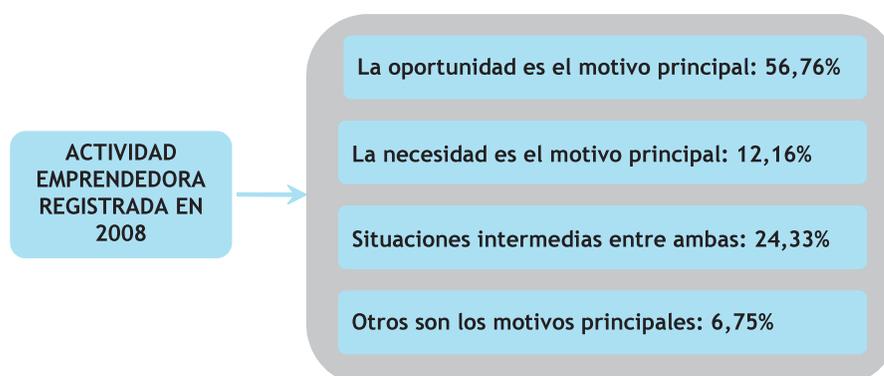
La tabla II-1 recoge la percepción de los individuos, implicados en la actividad emprendedora registrada en julio de 2008 en la Comunidad Valenciana, respecto a la motivación fundamental que les ha llevado a involucrarse en el proceso de puesta en marcha de una iniciativa de negocio.

Tabla II-1. Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2008)

	En empresas "nacientes" (menos de 3 meses)	En empresas "nuevas" (entre 3 y 42 meses)	En actividad emprendedora total (menos de 42 meses)
Necesidad	0,3%	0,6%	0,9%
Oportunidad	1,6%	2,6%	4,2%
Situaciones intermedias	0,9%	0,9%	1,8%
No clasificable	0,4%	0,1%	0,5%
Total	3,2%	4,2%	7,4%

Centrándonos en las dos motivaciones básicas (oportunidad y necesidad), los respectivos porcentajes de población indican, como en años anteriores, una preponderancia de comportamientos enfocados a la explotación de oportunidades. No obstante, se observa una relativamente importante presencia de situaciones intermedias, correspondiente a individuos que reconocen ambos motivos básicos.

Figura II-2.- Distribución porcentual de las motivaciones en la actividad emprendedora registrada (% frente al total de emprendedores, 2008)



La información recogida, situada en una perspectiva comparativa tanto temporal como territorial, viene matizada en la tabla II-2. En particular, se observa que la diferencia de actividad emprendedora registrada en 2008 (7,4% de la población), respecto a 2007 (8,4%), se relaciona fundamentalmente con la disminución de comportamientos que reconocen, al menos en parte, la existencia de una “oportunidad”, manteniéndose sin cambios importantes los comportamientos centrados en “necesidad”.

Tabla II-2. Evolución del comportamiento emprendedor (2005-2008)

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

(*) Valor no significativo

En relación con las motivaciones que subyacen tras las iniciativas emprendedoras, mientras que en el caso de las catalogadas como “por necesidad”, se entiende que éstas vienen de la mano de una situación adversa en lo laboral y/o económico, como fundamental impulsor de la implicación empresarial; en el caso de la “oportunidad”, la Encuesta a la Población Adulta profundiza en las motivaciones ligadas al aprovechamiento de esta oportunidad.

En este sentido, en la tabla II-3 se observa que prácticamente la mitad de los que emprenden “por oportunidad” consideran que su elemento “disparador” fue el deseo de independencia, mientras que otro 40% afirma que su implicación se debía fundamentalmente al deseo de incrementar sus ingresos. Estos porcentajes reflejan una situación similar a años anteriores, sin cambios significativos.

Tabla II-3. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2008)

	España	Comunidad Valenciana
Independencia	46,6%	49,7%
Aumentar ingresos	42,3%	40,2%
Mantener ingresos actuales	10,8%	10,1%
Otros motivos diversos	0,3%	--

II.2 Diferencias regionales y con países OCDE

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

Particularmente, en lo que respecta al contexto nacional (figuras II-3 y II-4), se observa que la Comunidad Valenciana se encuentra entre el conjunto de territorios que registran un porcentaje de la población adulta implicado en actividades emprendedoras por “oportunidad”, por encima del promedio nacional; además, en relación a las actividades emprendedoras registradas motivadas por “necesidad”, la región se encuentra en el grupo de las que detentan un porcentaje inferior a la media de España.

Figura II-3.- Actividad emprendedora por oportunidad - contexto nacional (2008)

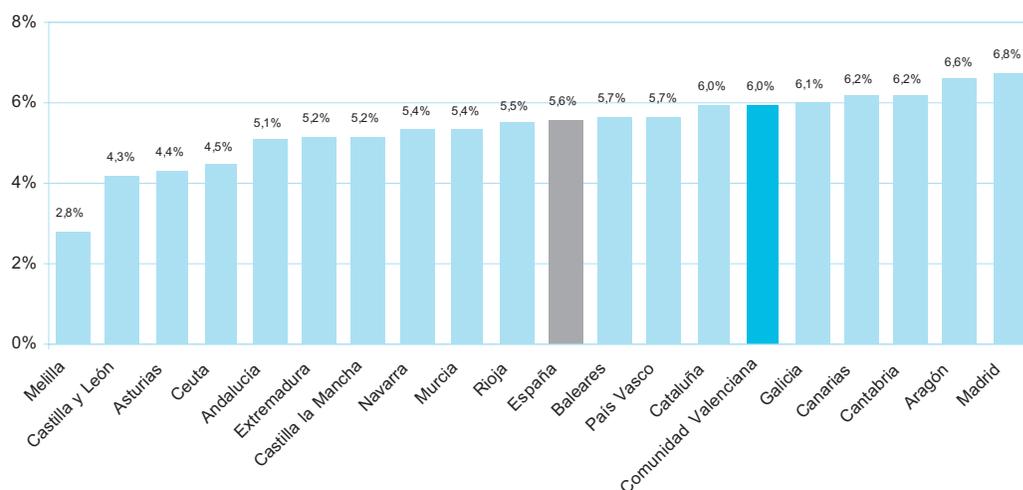


Figura II-4.- Actividad emprendedora por necesidad - contexto nacional (2008)

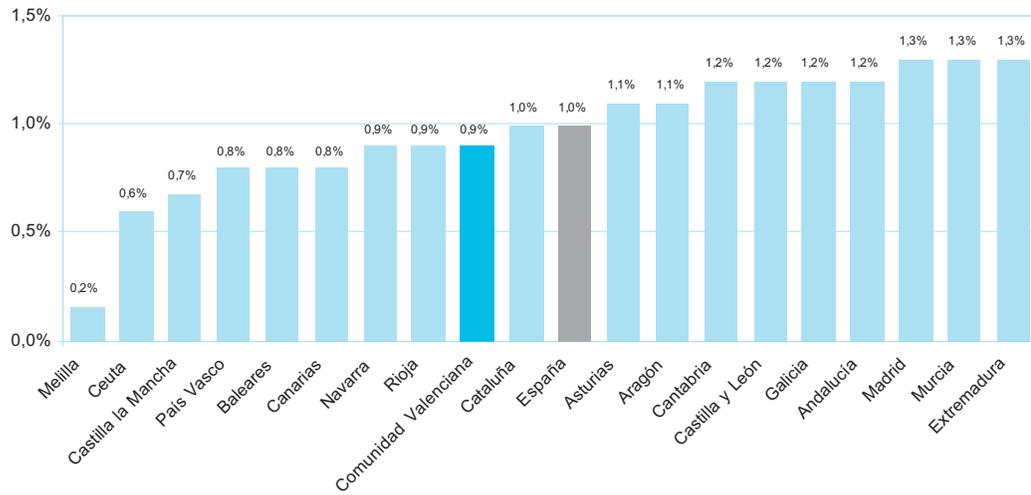


Figura II-5.- Actividad emprendedora por oportunidad - países OCDE (2008)

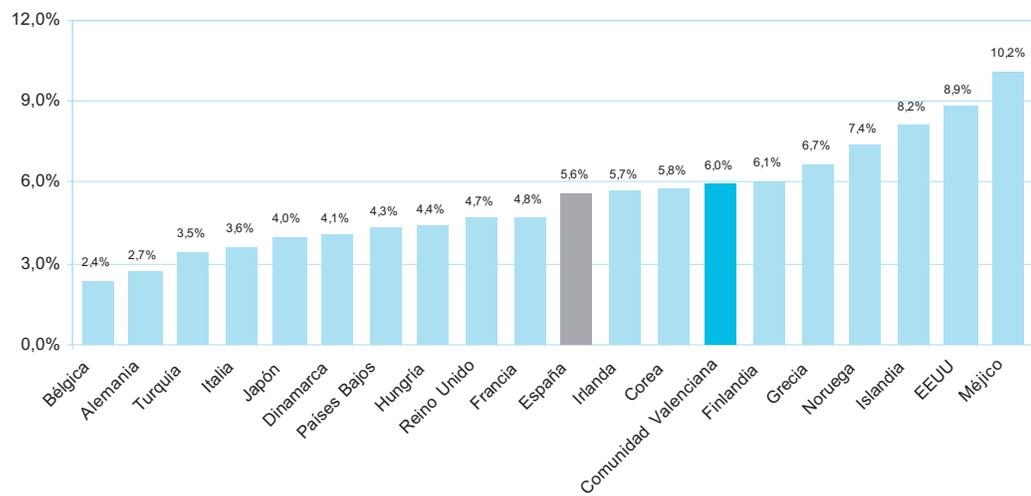
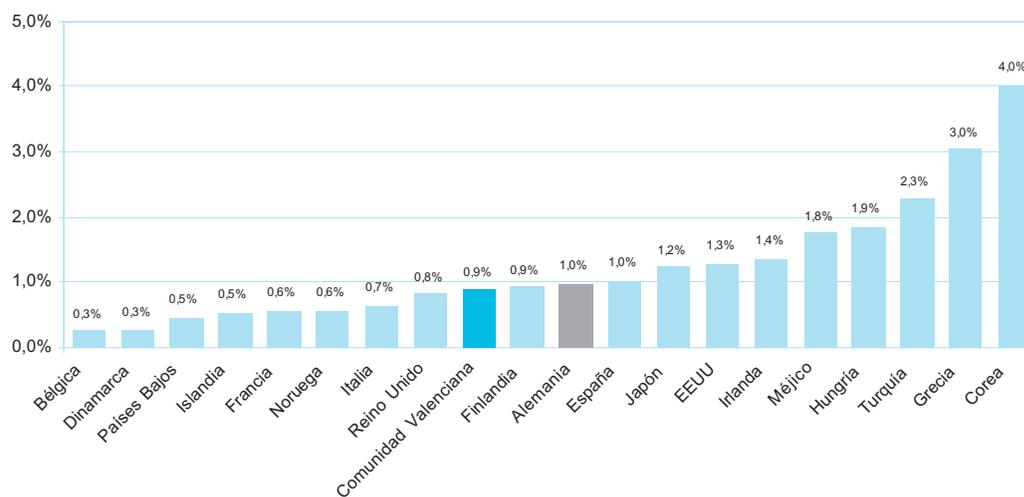


Figura II-6.- Actividad emprendedora por necesidad - países OCDE (2008)



III. Perfil socioeconómico del emprendedor



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

III. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

Los capítulos anteriores han mostrado los datos de carácter básico que permiten estimar los porcentajes de población involucrada en actuaciones relacionadas con el proceso emprendedor y su dinámica (consolidación y cierre), así como la presencia de “aspirantes” a desarrollar este tipo de iniciativas emprendedoras; además de los tipos de comportamiento que subyacen tras ellas.

El presente capítulo se centra ahora en la descripción de algunas de las características de estos emprendedores, las cuales facilitan una aproximación a su perfil socioeconómico y situacional.

En particular, nos centramos en el conjunto de los que, de acuerdo a sus respuestas en la Encuesta a la Población, y a los parámetros GEM, han sido catalogados como individuos que se encontraban en julio de 2008 desarrollando actividades emprendedoras, tanto “nuevas” como “nacientes”. Adicionalmente, se lleva a cabo también una aproximación al perfil de los denominados “emprendedores potenciales”, los cuales afirman tener en mente la puesta en marcha de una iniciativa de negocio a un plazo de tres años vista.

III.1 Perfil del emprendedor “actual”

Este apartado describe diversos elementos configuradores de lo que se podría denominar el “perfil de un emprendedor tipo” residente en la Comunidad Valenciana en julio de 2008. Los datos corresponden a los individuos de la población adulta que se encuentran involucrados en la actividad emprendedora registrada, esto es, desarrollando iniciativas de negocio -incluyendo el autoempleo- que, en el momento de la encuesta, todavía no superaban los 42 meses de actividad.

Los datos disponibles indican que el perfil medio de ese emprendedor “actual” corresponde a un varón, en más de la mitad de los casos, cuya edad promedio se encuentra en torno a 38 años de edad. En relación a su dotación de capital humano, dispone de algún tipo de estudios, destacando los universitarios, y prácticamente 1 de cada 5 dispone de experiencia emprendedora previa. Por otra parte, en cuanto a su ámbito geográfico de origen, si bien la mayoría lleva residiendo en la Comunidad Valenciana más de 10 años, es destacable el hecho de que un 13,5% de los emprendedores sea de origen extranjero.

La tabla III-1 y las figuras III-1 a III-6, muestran el detalle del perfil del emprendedor descrito anteriormente.

Figura III-1.- Distribución de emprendedores por género (C. Valenciana, 2008)

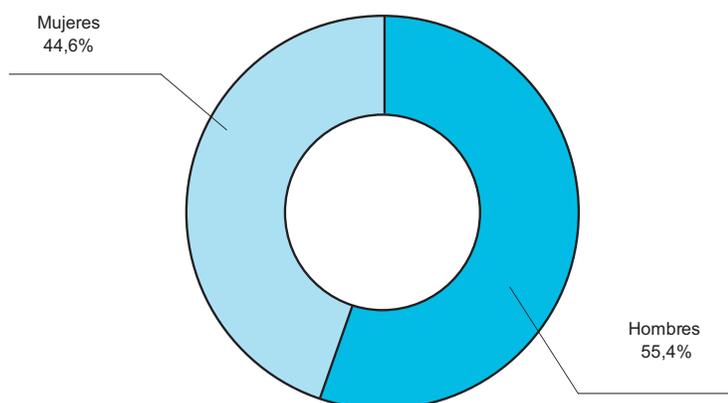


Tabla III-1. Emprendedores por rangos de edad (C. Valenciana, 2008)

Rango de edad	% sobre el total de emprendedores	% sobre el rango de edad
18-24 años	5,7%	4,3%
25-34 años	37,8%	10,2%
35-44 años	25,4%	7,3%
45-54 años	19,2%	6,9%
55-64 años	11,9%	5,2%

Figura III-2.- Nivel de estudios de los emprendedores (C. Valenciana, 2008)

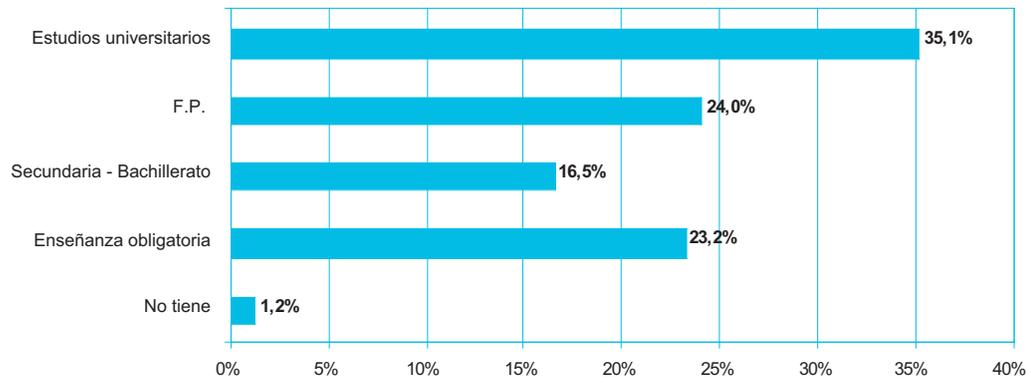


Figura III-3.- Experiencia previa de los emprendedores (C. Valenciana 2008)

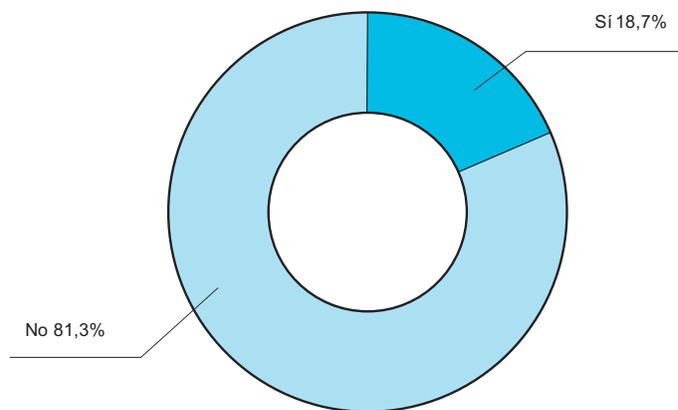


Figura III-4.- Nivel de renta de los emprendedores (C. Valenciana 2008)

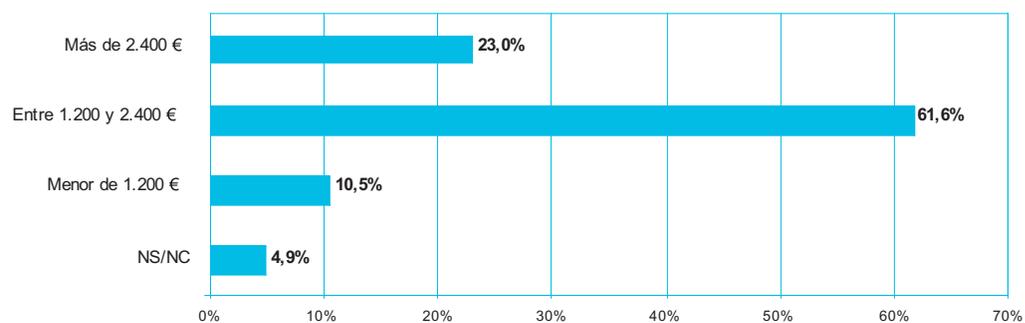


Figura III-5.- Emprendedores por tiempo de residencia (C. Valenciana 2008)

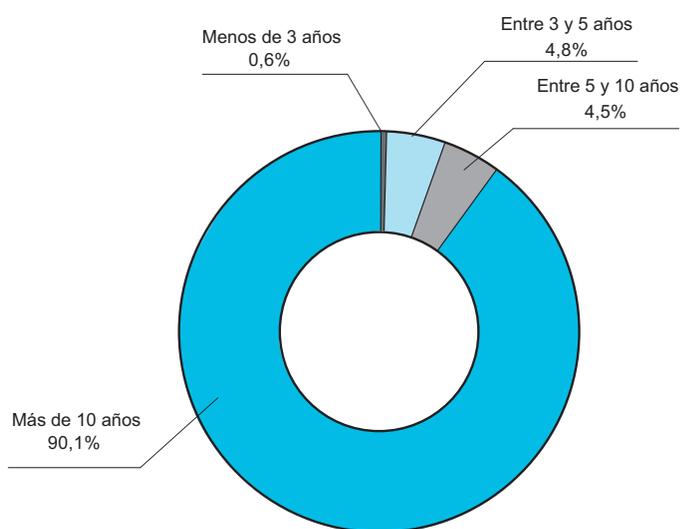
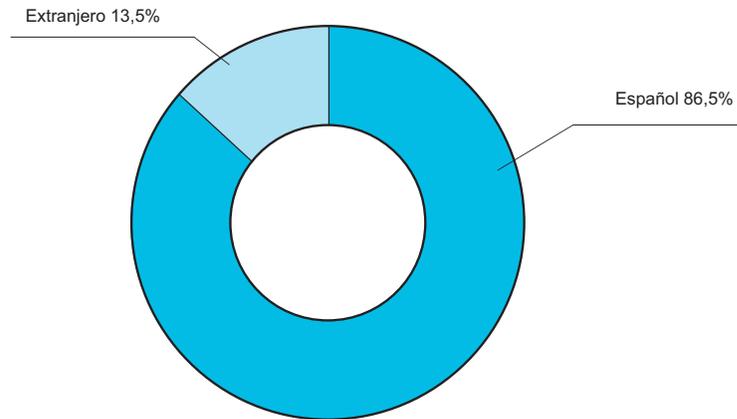


Figura III-6.- Emprendedores según procedencia (C. Valenciana 2008)



Los datos recogidos para 2008 no alteran sustancialmente el perfil encontrado en la Comunidad Valenciana en 2007, exceptuando la distribución por género, en la que se ha pasado de una presencia de mujeres, en el total de población emprendedora, del 36,9% en 2007 a un 44,6% en 2008.

De otro lado, en relación al perfil medio del emprendedor “actual” residente en el conjunto del territorio nacional, podemos hablar también de similitud con carácter general, pudiendo destacarse una menor edad promedio en la Comunidad Valenciana (38 años frente a 39,9 en España) así como un mayor peso de emprendedores pertenecientes al tramo de edad de 25 a 34 años (en España, el tramo de mayor peso entre los emprendedores es el de 35 a 44 años).

III.2 Perfil del emprendedor “potencial”

Descrito el perfil aproximativo de los individuos que, en la Comunidad Valenciana, se encuentran desarrollando actividades emprendedoras, este apartado se centra ahora en aquellos otros que se planteaban la iniciativa a un plazo de tres años vista, en el momento de la Encuesta a la Población Adulta. Así, se muestran los datos sociodemográficos y económicos de aquellos que podríamos denominar “cantera” de emprendedores o emprendedores “potenciales” (tablas III-2 y III-3; figuras III-7 a III-12).

De acuerdo a los datos recogidos, el emprendedor potencial “tipo” es un varón, en algo más de la mitad de los casos, y con una edad promedio de 39,3 años. En relación a

su bagaje de capital humano, dispone de estudios, destacando el nivel universitario, y prácticamente uno de cada diez dispone de experiencia emprendedora previa. Respecto a su situación económico-laboral, declara un nivel “intermedio” de renta y cuatro de cada cinco se encuentran desarrollando algún tipo de actividad laboral. En cuanto a su procedencia, la mayor parte lleva residiendo en la Comunidad Valenciana más de 10 años, y un 12% son de origen extranjero.

Figura III-7.- Distribución de emprendedores “potenciales” por género (Comunidad Valenciana 2008)

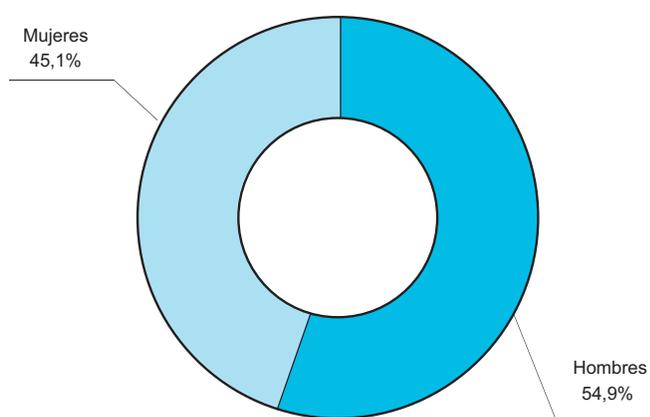


Tabla III-2. Edad del emprendedor potencial (C. Valenciana, 2008)

Rango de edad	% sobre el total de emprendedores	% sobre el rango de edad
18-24 años	6,1%	4,3%
25-34 años	38,0%	9,5%
35-44 años	20,4%	5,4%
45-54 años	18,9%	6,2%
55-64 años	16,6%	6,6%

Figura III-8.- Nivel estudios emprendedores “potenciales” (C. Valenciana 2008)

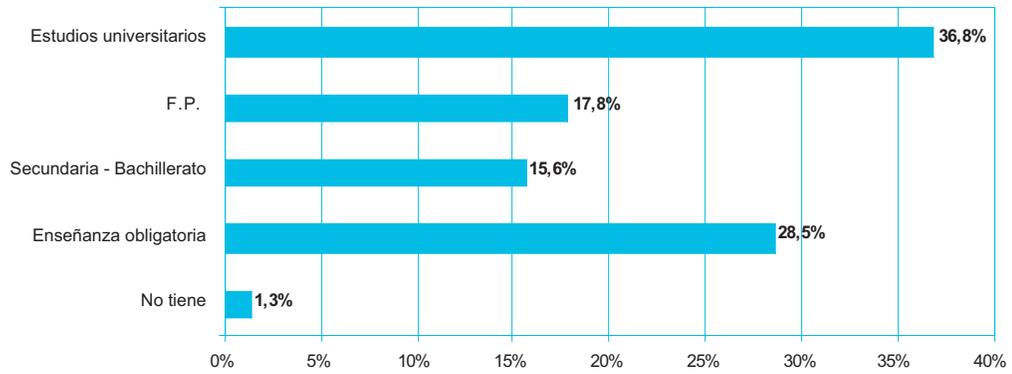


Figura III-9.- Experiencia previa emprendedores “potenciales” (Comunidad Valenciana 2008)

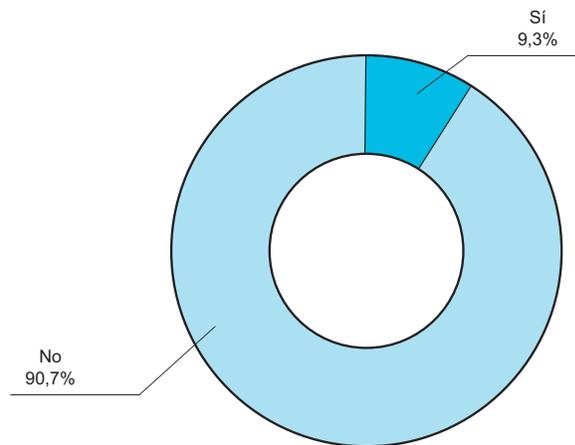


Figura III-10.- Nivel renta emprendedores “potenciales” (C. Valenciana 2008)

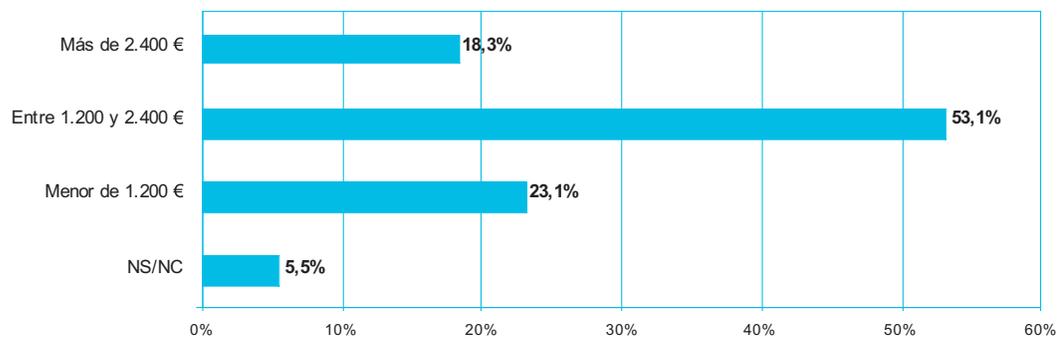


Tabla III-3. Estatus laboral del emprendedor “potencial” (C. Valenciana 2008)

Estatus laboral	% sobre el total de emprendedores potenciales
Trabajando	82,5%
Jubilado	2,9%
Labores del hogar	4,5
Estudiante	6,1%
En paro	4,0%

Figura III-11.- Emprendedores “potenciales” por tiempo de residencia (Comunidad Valenciana 2008)

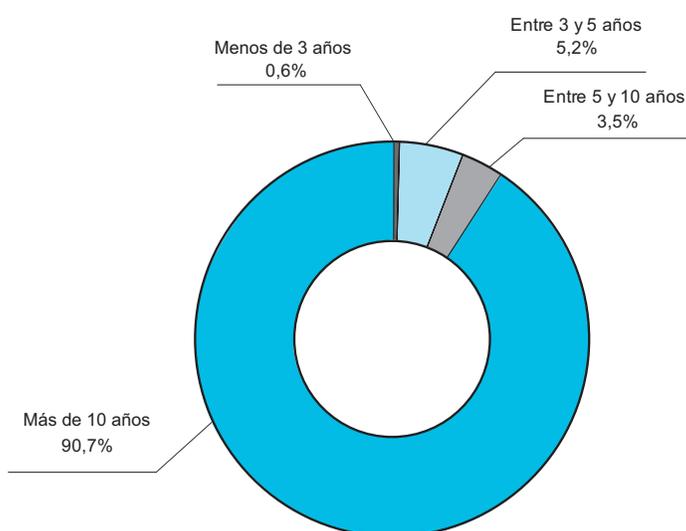
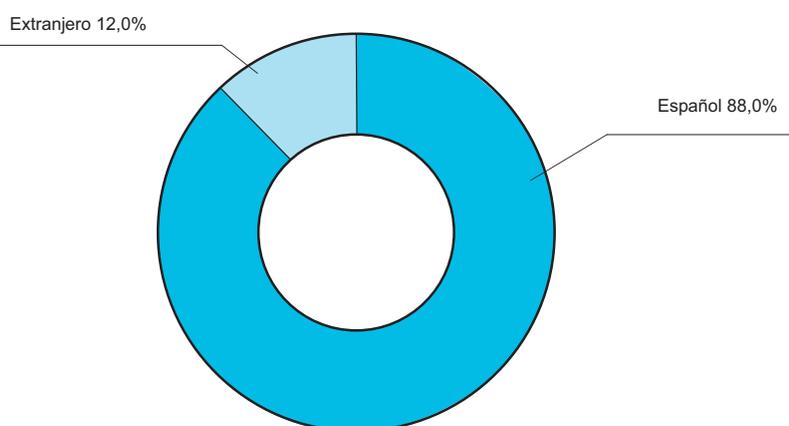


Figura III-12.- Emprendedores potenciales por procedencia (C. Valenciana 2008)



Respecto al “emprendedor potencial”, si bien algunos de los datos recogidos para 2008 permanecen en registros similares a los de 2007, con carácter general, conviene destacar tres aspectos que sí sufren modificaciones: los aspectos demográficos de edad, género y procedencia.

En relación a la edad, los datos registrados en 2008 muestran que la edad promedio se incrementa significativamente respecto a la de 2007 (39,3 años frente a 34 años), de tal forma que se da la circunstancia de que llega incluso a superar a la del emprendedor “actual” de 2008 (38,4 años), lo que quizá podría apuntar a que, los posibles efectos de la coyuntura económica en la que se realizó la encuesta en 2008, han influido de manera diversa por tramos de edad, sobre la intención de emprender, desanimando en mayor medida a los colectivos más jóvenes.

En lo que respecta al género, entre los emprendedores potenciales de 2008 se encuentra un porcentaje de mujeres significativamente superior al registrado en 2007 (45,1% frente a 35,9%).

En cuanto a la nacionalidad de los emprendedores “potenciales” se produce, respecto a 2007 y años anteriores, un fuerte decremento de los extranjeros entre quienes declaran tener en mente una iniciativa emprendedora a corto y medio plazo. De hecho, el porcentaje registrado en la Encuesta a la Población Adulta desciende del 20% recogido en 2007 al 12% de 2008.

Por lo que respecta a la comparativa con el emprendedor “potencial” medio residente en el conjunto del territorio nacional, a grandes rasgos se puede hablar de similitud, pudiendo destacarse una mayor edad promedio en la Comunidad Valenciana (39,3 frente a 38,5 años en España) y una concentración mayoritaria en el tramo de 25 a 34 años, mientras que en el caso español podemos hablar de un reparto más uniforme por tramos de edad.

Siguiendo la comparativa, y en relación a los elementos de género y procedencia, indicar que el aludido incremento del porcentaje de mujeres entre los emprendedores potenciales se recoge igualmente en el conjunto del territorio nacional (de 37,9% en 2007 a 42,8% en 2008), si bien en la Comunidad Valenciana se da en mayor medida. Por último, el descenso en la presencia relativa de ciudadanos extranjeros entre los emprendedores potenciales no es tampoco una excepción, dado que en España también se ha producido en similares términos (de un 23% en 2007 ha descendido a un 13,3% en 2008).

En definitiva, se han producido algunos cambios en la composición demográfica del conjunto de emprendedores “a futuro” respecto a su relativa estabilidad de años anteriores.

IV. Aproximación al perfil de las iniciativas emprendedoras



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

IV. APROXIMACIÓN AL PERFIL DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

Una vez analizado el perfil de los individuos implicados en actuaciones emprendedoras en la Comunidad Valenciana, este capítulo trata de hacer lo propio con sus iniciativas de negocio, ofreciendo una aproximación que caracterice a las mismas.

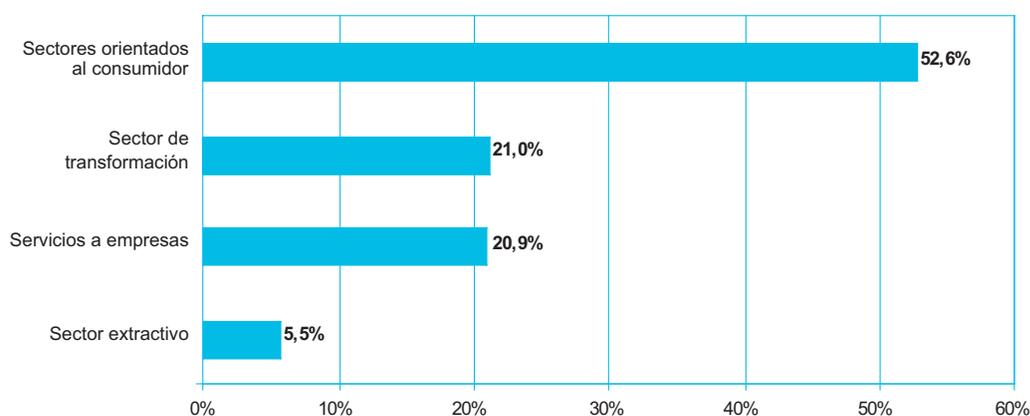
Como en ediciones anteriores, se destacan aspectos relativos al sector de actividad en el que operan, el número de propietarios y el volumen de empleos que generan. Así mismo, se presentan las percepciones y expectativas de los emprendedores respecto a estas iniciativas, en aspectos tales como su volumen de negocio esperado, sus expectativas de necesidades de recursos humanos, el grado de innovación percibido, el uso de tecnologías, la competencia, o el potencial de exportación, lo que aporta una información complementaria sobre la visión de las mismas por parte de sus propietarios.

IV.1 Sectores generales de actividad

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

De acuerdo con esta clasificación, las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de actividad, registradas en julio de 2008 en la Comunidad Valenciana, se ubicaban mayoritariamente en el sector “orientado al consumidor” (52,6%), tras el que se sitúan aquellas denominadas de “transformación”, las de “servicios a empresas”, y aglutinando las englobadas en el “sector extractivo” el menor porcentaje. Se trata de una distribución similar a la del conjunto nacional, si bien con una mayor concentración en las actividades destinadas al consumidor (52,6%, frente a un 44,1% en España).

Figura IV-1.- Actividad emprendedora por sector económico (Comunidad Valenciana, 2008)

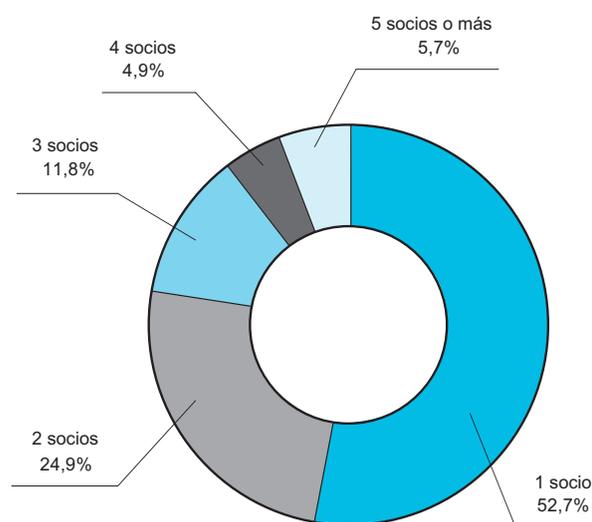


IV.2 Número de socios

La figura IV-2 proporciona información de la distribución del número de socios (incluyendo el socio que contesta la encuesta) para las iniciativas emprendedoras inferiores a 42 meses de actividad, registradas en julio de 2008.

Un aspecto a destacar es la reducida dimensión de los “equipos emprendedores”. De hecho, se puede destacar especialmente el caso de los emprendedores “en solitario”, teniendo en cuenta que, de acuerdo a los datos, más de la mitad de las iniciativas registradas son puestas en marcha por una única persona. Se trata de un rasgo de estas iniciativas que no es especialmente singular en la región, dado que es compartido por el conjunto del territorio nacional.

Figura IV-2.- Distribución del número de socios de las iniciativas emprendedoras, incluyendo al socio que contesta la encuesta (Comunidad Valenciana 2008)



IV.3 Dimensión empresarial y empleo

La definición de la dimensión empresarial de las iniciativas emprendedoras obedece al criterio definitorio de PYME recomendado por la Comisión Europea⁵, en base a la perspectiva del número de empleados (tabla IV-1).

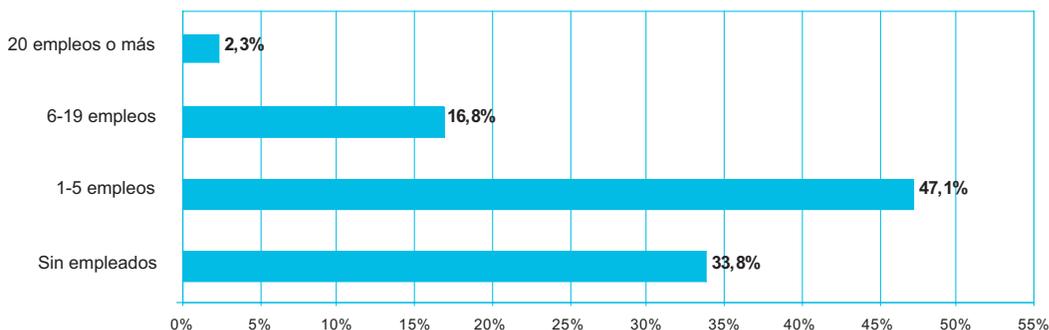
Tabla IV-1. Clasificación de PYME recomendada por la Comisión Europea (según número de empleados)

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

⁵ Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas (2003/361/CE), publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea L 124 de 20.5.2003. Esta clasificación entró en vigor a partir del 1 de enero de 2005, sustituyendo a la Recomendación 96/280/CE.

De acuerdo a este criterio, la información ofrecida por los emprendedores encuestados nos presenta un “retrato tipo” de sus iniciativas que las califica como microempresas, (figura IV-3), predominando aquellas que se sitúan entre 1 y 5 empleados (47,1%).

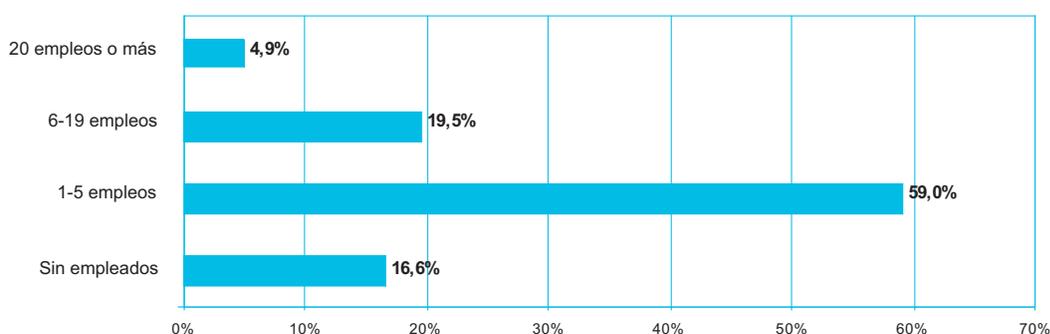
Figura IV-3.- Dimensión de empleo actual en iniciativas emprendedoras de la Comunidad Valenciana (2008, sin incluir a los socios emprendedores)



Adicionalmente, los emprendedores encuestados se han pronunciado también sobre sus expectativas de necesidades de recursos humanos, lo que nos ofrece la visión que tienen de sus iniciativas respecto a su dimensión futura, brindándonos por tanto sus expectativas de crecimiento en función del mismo criterio.

La figura IV-4 contiene los datos al respecto. Si éstos se comparan con los datos relativos a la situación actual del empleo (figura IV-3), se observa la “vocación” de pequeña empresa de las actividades emprendedoras registradas en 2008, de modo que, si bien en estas previsiones a cinco años vista, se necesitarían por término medio más recursos humanos que en la actualidad, el resultado no alteraría el calificativo de empresas de tamaño reducido.

Figura IV-4.- Expectativas de necesidades de recursos humanos en empresas nacientes y nuevas, con un horizonte temporal de 5 años (C. Valenciana 2008)



IV.4 Visión del emprendedor sobre su iniciativa

Este apartado agrupa una serie de cuestiones que complementa la caracterización de las iniciativas emprendedoras, a través de la valoración que los emprendedores realizan. Así, se recogen aspectos concernientes a su percepción sobre el grado de novedad que puede suponer para los potenciales clientes, el nivel esperado de competidores que ofrecen algo similar, la novedad de la tecnología empleada y su potencial exportador.

Tabla IV-2. Percepción del emprendedor sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (C. Valenciana, 2008)

Tipo de iniciativa	% sobre el total de iniciativas emprendedoras
Completamente novedosa y desconocida	18,9%
Algo novedosa	37,8%
Nada novedosa	43,3%
Total	100%

Tabla IV-3. Percepción del emprendedor sobre nº de competidores que ofrecen el mismo producto / servicio a sus potenciales clientes (C. Valenciana, 2008)

Competencia directa	% sobre el total de iniciativas emprendedoras
Mucha competencia	63,8%
Alguna competencia	27,6%
Ninguna competencia	8,6%
Total	100%

Tabla IV-4. Percepción del emprendedor sobre el tiempo que la tecnología empleada en el producto o servicio principal de su iniciativa ya se encontraba disponible (C. Valenciana 2008)

Antigüedad de la tecnología	% sobre el total de iniciativas emprendedoras
Tecnologías < 1 año	3,4%
Tecnologías 1 - 5 años	14,2%
Tecnologías > 5 años	82,4%
Total	100%

Tabla IV-5. Percepción del emprendedor acerca de la proporción de sus clientes potenciales que viven fuera de España (C. Valenciana 2008)

Potencial de exportación	% sobre el total de iniciativas emprendedoras
Sin expectativa	62,4%
1% - 25% de los clientes potenciales	15,4%
25% - 75% de los clientes potenciales	11,7%
75% - 100% de los clientes potenciales	10,5%
Total	100%

Los datos aportados por los emprendedores indican que únicamente una de cada cinco iniciativas es considerada por sus fundadores como totalmente innovadora, en cuanto al grado de novedad del producto o servicio para sus potenciales clientes. En sentido similar, tan sólo un 8,6% consideran que no hay competidores que ofrezcan el mismo producto o servicio que ellos, siendo de un 27,6% el porcentaje de los que opinan que pueden ser pocos los competidores que ofrezcan algo similar.

En cuanto a las tecnologías empleadas en la elaboración del producto o prestación del servicio principal ofrecido, cuatro de cada cinco reconocen que dicha tecnología tiene una antigüedad de más de cinco años en el mercado.

Por último, en cuanto a la extensión geográfica que abarcan las iniciativas, el 37,6% de los emprendedores considera que parte de su mercado potencial se encuentra fuera de España, y en particular, un 10,5% afirman que más de tres cuartas partes de sus clientes potenciales residen en el extranjero.

V. Financiación de la actividad emprendedora



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

V. FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

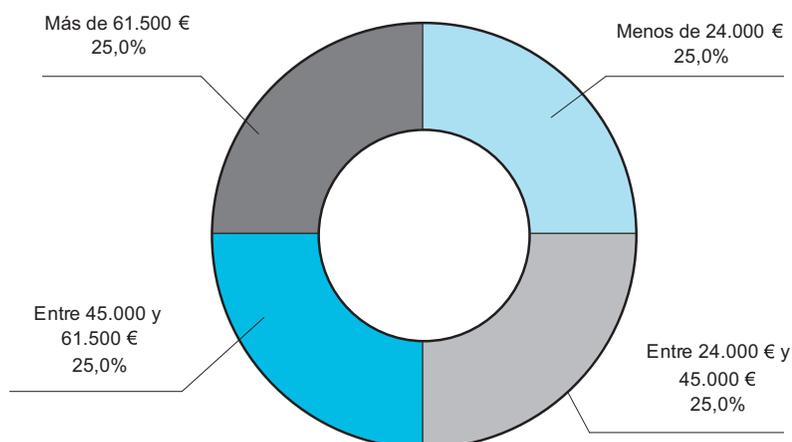
La financiación de la actividad emprendedora, desde el punto de vista de las iniciativas que desarrollan los individuos, tiene dos protagonistas principales: de un lado, los propios emprendedores que acometen la actividad, los cuales estiman unas necesidades de capital concretas, tanto para la puesta en marcha como para el desarrollo de las etapas iniciales, y también tienen una previsión acerca de cómo cubrir tales necesidades; de otro lado, los proveedores de la financiación, y particularmente los individuos que actúan como “inversores informales”, los cuales aportan fondos para la puesta en marcha de negocios ajenos. Este capítulo destaca algunos aspectos acerca de la financiación en relación con ambos grupos.

V.1 Necesidades de financiación

En lo que se refiere a las necesidades de financiación, el 50% de los emprendedores estiman unas necesidades de financiación, en el proceso de puesta en marcha de su iniciativa empresarial, inferiores a los 45.000 €. Este porcentaje se amplía hasta el 70% de los emprendedores, si consideramos necesidades de hasta 60.000 €. Por otro lado, se detecta la presencia de un 10% de iniciativas cuyos promotores estiman necesidades por encima de los 120.000 €.

Respecto a la forma de hacer frente a estas necesidades de financiación, un 28,9% de los emprendedores afirma haber puesto el 100% del capital necesario para la puesta en marcha, mientras que un 51,1% piensa recurrir a fuentes ajenas de financiación (un 20% declina pronunciarse al respecto). También es interesante señalar que el capital medio aportado por aquellos que no ponen el 100% del capital, se sitúa en torno al 46% del total necesario.

Figura V-1. - Capital inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (por cuartiles de emprendedores, 2008)



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

El análisis de la expectativa de retorno de la inversión llevada a cabo por los emprendedores indica que éstos esperan, mayoritariamente, al menos recuperar la misma (81,8% de los emprendedores encuestados).

En particular, el porcentaje de los que esperan obtener beneficios asciende a cerca de un 70% -expectativa propia de cualquier inversión-, mientras que, en el otro extremo, únicamente un 3% asume que no recuperará nada.

Tabla V-1. Expectativa de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2008)

% de emprendedores	
No esperan recuperar nada de la inversión	3,0%
Esperan recuperar la mitad de lo invertido	7,0%
Esperan recuperar lo invertido	12,1%
Esperan tener beneficios	69,7
No lo tiene claro	4,4%
No contestan	3,8%

V.3 El perfil del inversor informal

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

En este contexto, el porcentaje de individuos de la población adulta que, en julio de 2008, reconoce haber contribuido a la puesta en marcha de iniciativas empresariales de terceros, proporcionando fondos personales, asciende -en la Comunidad Valenciana- a un 3,1%.

El montante medio de la aportación de fondos realizada se sitúa en torno a 18.000 €, de modo similar a años anteriores, siendo el rango en el que oscilan las cantidades invertidas bastante amplio. Así, en el 50% de los casos se está por debajo de 12.000 €, y la situación más frecuente es la que corresponde a una aportación de 6.000 €.

Tabla V-2. La inversión informal en la Comunidad Valenciana (2008)

% de inversores informales en la población mayor de 18 años	3,1%
Estimación sobre la población	97.112
Inversión media realizada por el inversor informal	18.135 €

En cuanto a las características que aproximan el perfil sociodemográfico del inversor informal, éstas se recogen en la tabla V-3.

Tabla V-3. Perfil inversor informal en la Comunidad Valenciana (2008)

- La edad media del inversor informal se sitúa en torno a los 39 años.
- El 51,9% son mujeres.
- El 29,4% han cursado estudios superiores.
- El 78,5% está en activo (el 47% trabaja por cuenta ajena, y el 31,5% lo hace por cuenta propia).
- El 13,4% dispone de una renta anual mayor de 60.000 euros.
- La relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión, responde fundamentalmente a dos situaciones: relaciones de “familia” en un 62,6% de los casos, y vínculos de amistad o conocimiento en un 19,1%.
- Preguntados por sus expectativas de recuperación de la inversión, un 30,3% no espera ningún retorno de su inversión, y un 19,6% espera únicamente la devolución del capital.
- Un 47,2% afirma no percibir la existencia de buenas oportunidades para poner en marcha negocios a corto plazo (6 meses vista).

Tabla V-3. Perfil inversor informal en la Comunidad Valenciana (2008)-continuación

- Un 75,5% considera poseer suficientes habilidades y capacidades para desarrollar iniciativas de negocio.

- El 20,7% declara tener la intención de desarrollar, personalmente, alguna iniciativa emprendedora en un futuro cercano (3 años vista).

- El 20,5% además está involucrado en el desarrollo de alguna iniciativa empresarial.

- El 19,1% participa en una empresa consolidada.

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



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

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

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

De este modo, se analizan elementos como la percepción de oportunidades para emprender en el entorno; la apreciación de que, personalmente, se cuenta con el bagaje de habilidades y capacidades adecuadas para iniciar una actividad empresarial; la influencia de la posibilidad de fracasar; así como la interpretación de que, en el contexto social de influencia, se valora positivamente la actividad emprendedora.

Los datos recogidos proceden, además de la encuesta a la población adulta, de las opiniones de un grupo de expertos en creación de empresas, integrado por 36 profesionales y empresarios, procedentes del ámbito regional, y que proporcionan una visión amplia en relación a los anteriores elementos citados.

Así, se obtiene una doble visión que permite complementar las percepciones declaradas por la población, con el juicio emitido por los expertos.

La metodología del estudio investigador GEM clasifica a estos expertos en nueve ámbitos de influencia sobre la creación de empresas:

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

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

VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas

La existencia de buenas oportunidades de negocio en el entorno, y su detección por parte de los potenciales emprendedores, es uno de los aspectos fundamentales que afectan de manera clave a la creación de empresas. En este sentido, la encuesta a la población adulta interroga a los individuos acerca de su propia percepción de la existencia de oportunidades de negocio.

Al respecto, aproximadamente la quinta parte (20,8%) de la población consideraba, en julio de 2008, que existían buenas oportunidades para crear empresas en la región, mientras que un 57% de las respuestas reconocían, a corto plazo, la falta de tales oportunidades.

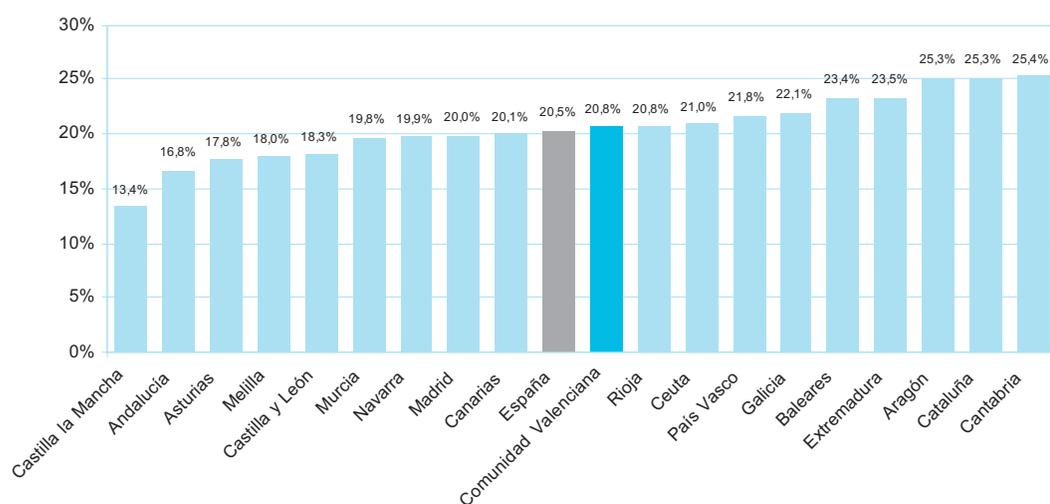
La tabla VI-2 muestra, además de los últimos datos recogidos, la evolución temporal de los mismos. Se observa que la respuesta obtenida en 2008 ofrece diferencias significativas respecto a la de los informes disponibles hasta la fecha. Así, si bien hasta 2007 la evolución de la respuesta suponía una cierta continuidad en cuanto a que el porcentaje de población que observaba, en la coyuntura inmediata, buenas oportunidades de negocio, se mantenía en un intervalo en torno al 25-30%, en esta ocasión se reduce hasta el 20,8%. Igualmente significativo es el hecho de que el porcentaje de aquellos que se pronuncian por una lectura más negativa del entorno se ha incrementado en 2008 aproximadamente en 15 puntos.

Tabla VI-2. Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

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

La figura VI-1 ofrece la posición relativa de este indicador en el contexto español para 2008, situándose la Comunidad Valenciana en posiciones intermedias.

Figura VI-1.- Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2008)



A la respuesta de la población respecto a su juicio sobre la existencia de oportunidades, se une, complementando esta perspectiva, la valoración realizada por los expertos regionales entrevistados, los cuales aportan una segunda visión de carácter cualitativo (tabla VI-3)⁶.

Se observa que la respuesta agregada de los mismos no difiere demasiado de años anteriores. Se presenta cierto acuerdo en cuanto a la existencia de oportunidades para

⁶ Para la valoración se ha utilizado una escala de Likert, de 1 a 5 puntos, en función del grado de acuerdo de los expertos con la afirmación efectuada (1 = completamente falso a 5 = completamente cierto).

la puesta en marcha de iniciativas empresariales, y a su incremento en el conjunto de los últimos cinco años, así como en la dificultad que presenta su explotación. A destacar únicamente, respecto a 2007, la caída en la valoración de la existencia de oportunidades de negocio para constituir empresas de rápido crecimiento.

Tabla VI-3. Valoración de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la C. Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,53	3,44	3,72	3,44	3,53
En la Comunidad Valenciana existen más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,11	3,06	3,11	3,33	3,34
En la Comunidad Valenciana las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años.	3,75	3,46	3,56	3,35	3,25
En la Comunidad Valenciana es fácil dedicarse a explotar oportunidades empresariales.	2,86	2,44	2,83	2,67	2,51
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas de rápido crecimiento.	3,00	2,64	2,77	3,03	2,49
Valoración global de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas ⁷	3,22	3,08	3,21	3,18	3,05

VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender

El desarrollo efectivo de la actividad emprendedora en un territorio, no sólo requiere de la existencia de oportunidades, sino también de elementos de motivación relacionados con la percepción de los individuos -potenciales emprendedores-, que les incline hacia la opción de poner en marcha una iniciativa empresarial.

⁷ Para la valoración se ha utilizado una escala de Likert, de 1 a 5 puntos, en función del grado de acuerdo de los expertos con la afirmación efectuada (1 = completamente falso a 5 = completamente cierto).

En relación con esto, a continuación se analizan aspectos relativos al miedo al fracaso como barrera emprendedora, y otros elementos de carácter sociocultural como la presencia de emprendedores en el contexto cercano, o la valoración que el entorno hace de las empresas y los empresarios (tabla VI-4).

En primer lugar, se observa que la valoración que se realiza de las consecuencias de un hipotético fracaso empresarial, hace que este miedo a fracasar se constituya en barrera para el desempeño de actividades emprendedoras, para un 51,4% de la población de la Comunidad Valenciana.

En cuanto a las percepciones relacionadas con las convenciones o normas sociales que rigen en el entorno, un 52,7% de los individuos percibe que quien alcanza el éxito en los negocios cuenta con las recompensas adicionales de prestigio y estatus otorgado por la sociedad. Por su parte, un 58,2% opina que la sociedad valenciana contempla la creación de una empresa propia como una opción profesional deseable.

Finalmente, un 40,1% de la población de la Comunidad afirma contar en su círculo cercano, con la presencia de emprendedores recientes, a los que “han visto” poner en marcha su iniciativa de negocio en el marco de los dos últimos años.

En general, las respuestas aportadas por la población registran leves descensos respecto a 2007. En relación a la respuesta obtenida en el conjunto del territorio nacional, la situación es similar.

Tabla VI-4. Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

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

Las figuras VI-2 a VI-5 recogen la posición relativa de la Comunidad Valenciana en el conjunto del territorio nacional, con respecto a estos factores de influencia en la motivación para emprender.

Figura VI-2.- Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2008)

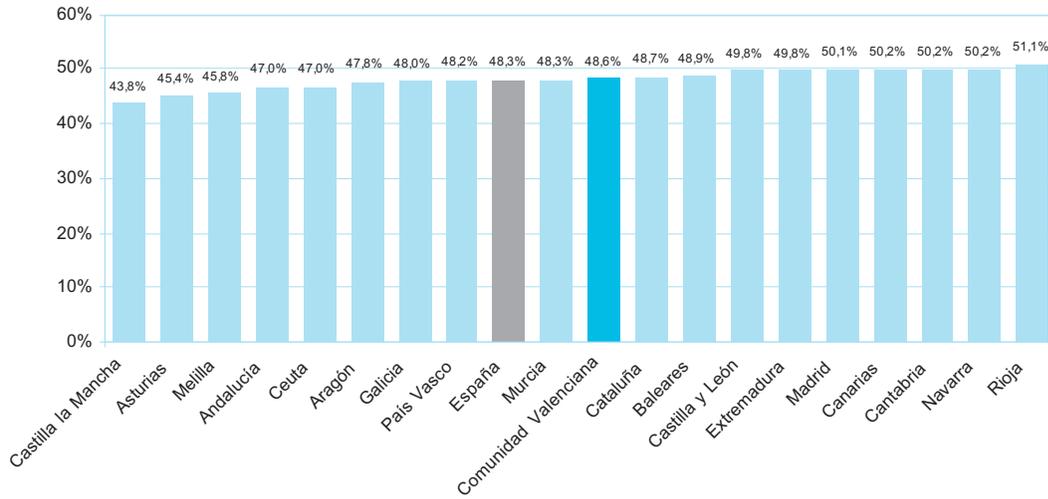


Figura VI-3.- Población que percibe que el éxito empresarial proporciona un buen estatus social en el contexto nacional (GEM 2008)

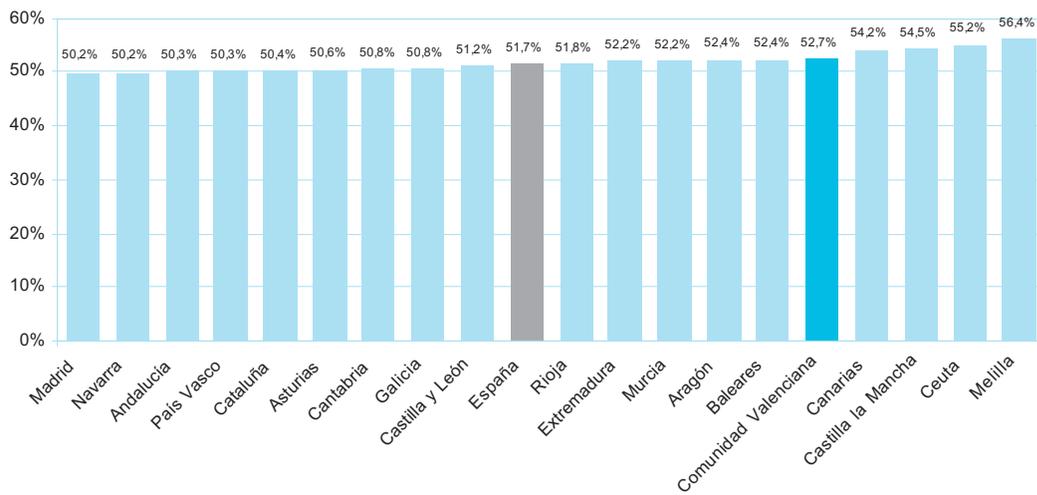


Figura VI-4.- Población que percibe la creación de empresa como una buena opción profesional en el contexto nacional (GEM 2008)

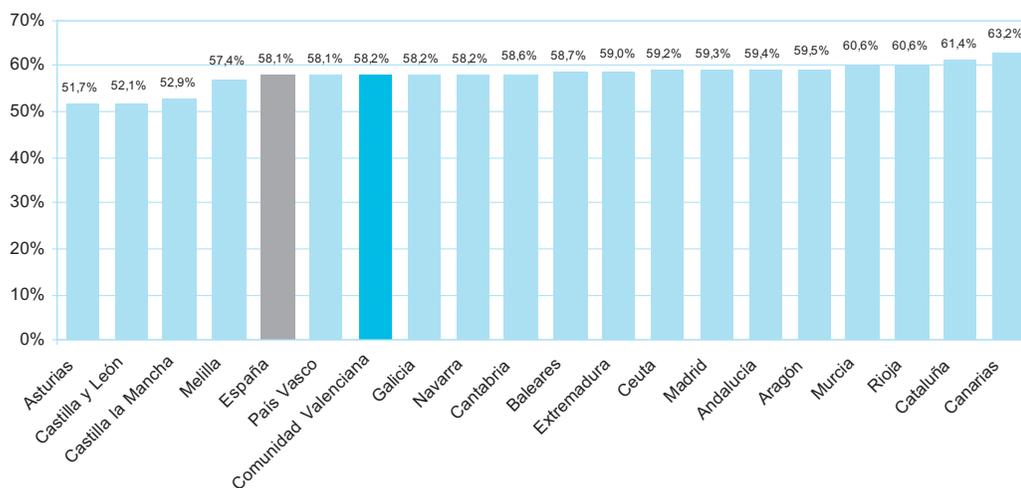
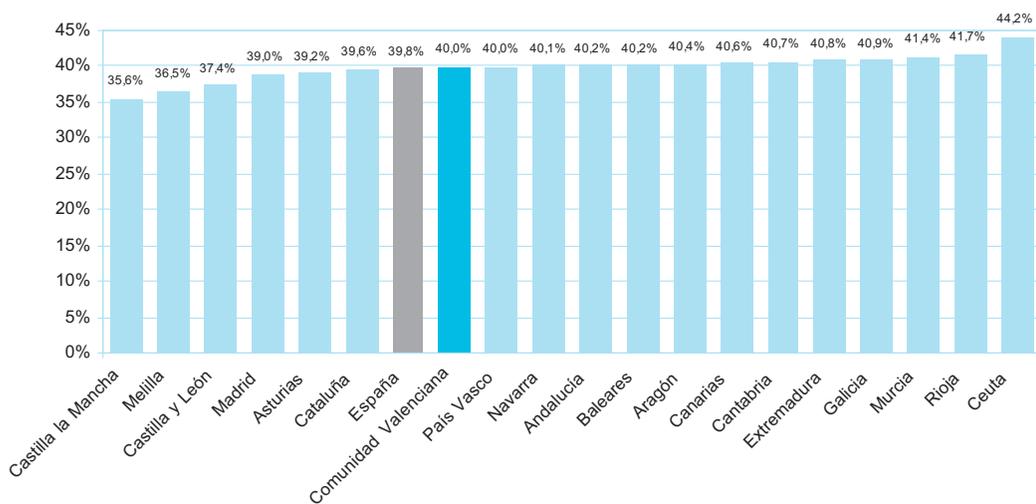


Figura VI-5.- Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano en el contexto nacional (GEM 2008)



La respuesta obtenida de los individuos de la población adulta se ve complementada de nuevo por la visión del grupo de expertos colaborador de este informe GEM 2008, sobre elementos socioculturales de influencia en la creación de empresas, la cual se sigue manteniendo en los niveles de valoración de ediciones anteriores (tabla VI-5).

Tabla VI-5. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente considera que la creación de empresa es una opción profesional deseable	3,36	2,97	3,06	2,83	3,00
En la Comunidad Valenciana los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social	3,86	3,72	3,94	3,66	3,97
En la Comunidad Valenciana la creación de nuevas empresas está considerada como una forma adecuada de hacerse rico	3,37	3,11	3,28	3,31	3,06
En la Comunidad Valenciana es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,66	3,36	3,43	3,17	3,51
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes y con ingenio	3,36	3,50	3,26	2,97	3,22
Valoración global de aspectos relacionados con la motivación para emprender	3,52	3,45	3,37	3,16	3,30

VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas

Este apartado se centra en el reconocimiento de la propia autoeficacia, esto es, el convencimiento personal de que se cuenta con las capacidades requeridas para acometer la creación, puesta en marcha y gestión de una empresa. Se trata de un elemento vinculado a la actitud y motivación de los individuos, de forma que aunque éstos reconozcan oportunidades, y presenten una actitud y un contexto sociocultural de influencia favorable, que los pueda predisponer hacia la actividad emprendedora, la no existencia de esta autoeficacia podría hacerles percibir el hipotético proyecto empresarial como inviable o no factible, por la falta de capacidad para llevarlo a cabo con éxito.

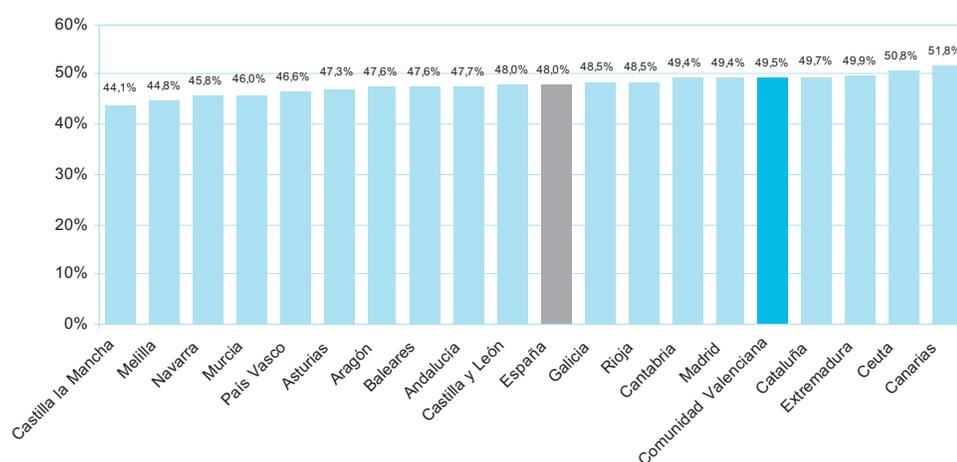
En este sentido, los datos de la encuesta a población adulta muestran que un 49,5% de la población de la Comunidad Valenciana se considera en posesión de los conocimientos y habilidades requeridos para la puesta en marcha de una nueva iniciativa empresarial (tabla VI-6), en la línea de años anteriores, y ligeramente por encima del dato respectivo al territorio nacional (46,5%).

Tabla VI-6. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

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

En relación a la percepción de las propias capacidades emprendedoras, la figura VI-6 presenta la situación comparativa de la Comunidad Valenciana frente al resto de regiones y al promedio del territorio nacional.

Figura VI-6.- Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2008)



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

Tabla VI-7. Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
En la Comunidad Valenciana mucha gente posee una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	3,14	2,78	2,83	2,88	2,66
En la Comunidad Valenciana mucha gente se encuentra capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,92	2,69	2,66	2,89	2,60
En la Comunidad Valenciana mucha gente se encuentra capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,89	2,66	2,85	2,88	2,40
En la Comunidad Valenciana mucha gente posee experiencia en la creación de nuevas empresas	2,58	2,58	2,71	2,55	2,26
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente sabe como crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento	2,58	2,31	2,29	2,19	2,06
Valoración global de aspectos relacionados con conocimientos y habilidades para emprender	2,81	2,61	2,74	2,67	2,38

VII. Perspectiva de género en la actividad emprendedora



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

VII. PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Este capítulo analiza diversos aspectos relativos a la actividad emprendedora descritos en capítulos anteriores, en función del género de los “individuos de la población adulta”. En particular, bajo esta perspectiva se estudia la participación en la puesta en marcha de iniciativas de negocio; las percepciones y actitudes de la población adulta relacionadas con la actividad emprendedora; y algunos aspectos propios del entorno sociocultural de la Comunidad Valenciana en relación a la “mujer emprendedora”, valorados por el grupo de expertos.

VII.1 Participación en actividad emprendedora en función del género

En el capítulo relativo al perfil de los emprendedores se ha ofrecido la información acerca de cómo se distribuyen éstos por género. En concreto, se ha visto cómo, de la población implicada en julio de 2008 en iniciativas emprendedoras que no alcanzaban todavía los 42 meses de operatividad, un 44,6% de ésta correspondía a mujeres, tratándose de una situación que supone un cambio en positivo, respecto a años anteriores.

Estos datos ofrecidos anteriormente, se traducen en términos de grado de participación en actividades emprendedoras, en que un 6,7% de las mujeres de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encontraban implicadas en actividades emprendedoras en julio de 2008.

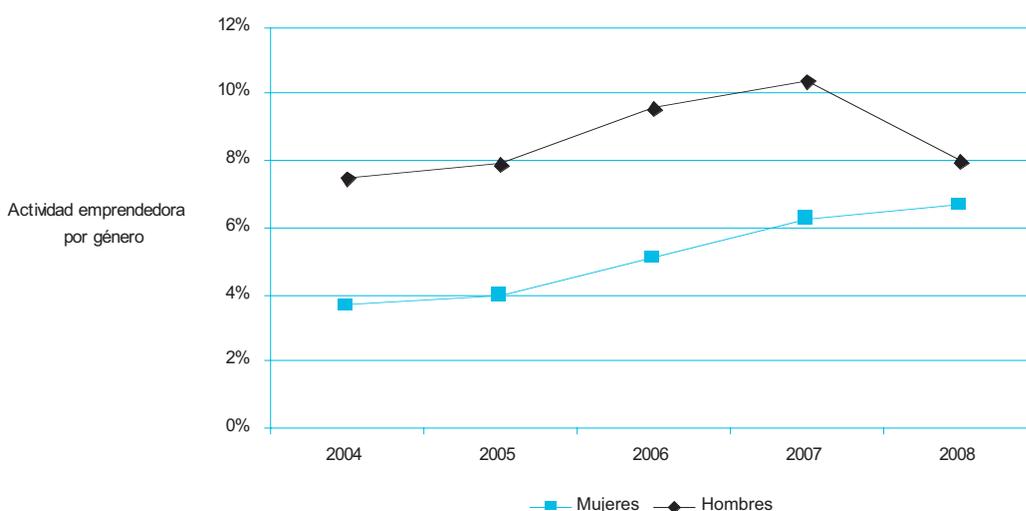
La figura VII-1 muestra la evolución de la situación, y permite observar cómo la participación de mujeres en la actividad emprendedora de 2008 (6,7% sobre el total de mujeres de la población adulta) continúa con lo que podríamos calificar de “crecimiento sostenido”, mientras que la participación de los hombres (8% sobre el total de hombres de la población adulta) se ha reducido ampliamente respecto a 2007, de modo que es este diferente comportamiento por género lo que explicaría que aumente significativamente el peso relativo de mujeres en el total de la actividad emprendedora registrada en 2008.

Dicha evolución observada es comparable a la acaecida en el conjunto del territorio nacional (tabla VII-1), donde se observa también una situación pareja, en la que la caída en la participación en actividades emprendedoras de los hombres es la responsable del descenso del indicador general de actividad emprendedora en 2008, y en consecuencia se incrementa el peso relativo de mujeres en el total de emprendedores.

Tabla VII-1. Evolución de la actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana y de España (2004-2008)

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

Figura VII-1.- Evolución de la actividad emprendedora por género en la población de la Comunidad Valenciana (2004-2008)



Los próximos apartados complementan esta información, aportando una perspectiva comparativa, y una segmentación por género de los datos que puede contribuir a vislumbrar el diferente comportamiento registrado en ambos colectivos en 2008 respecto a años anteriores.

VII.2 Contexto territorial comparativo

Al igual que en los capítulos I y II en los que se ofrecía datos de actividad emprendedora generales y por necesidad/oportunidad, también en éste, que se hace bajo una perspectiva de género, se ilustran los datos con una visión comparativa de regiones y países de nuestro entorno.

Concretamente, la figura VII-2 sitúa a la Comunidad Valenciana en el entorno del resto de Comunidades y Ciudades Autónomas de España, en el conjunto de las cuales se observa una situación relativamente elevada en cuanto al grado de participación de las mujeres en actividades emprendedoras. Por su parte, la figura VII-3, ofrece con fines ilustrativos, la situación respecto al promedio nacional y en el contexto de los países OCDE participantes en la edición 2008 de GEM.

Figura VII-2.- Actividad emprendedora de la mujer en el contexto nacional GEM, 2008)

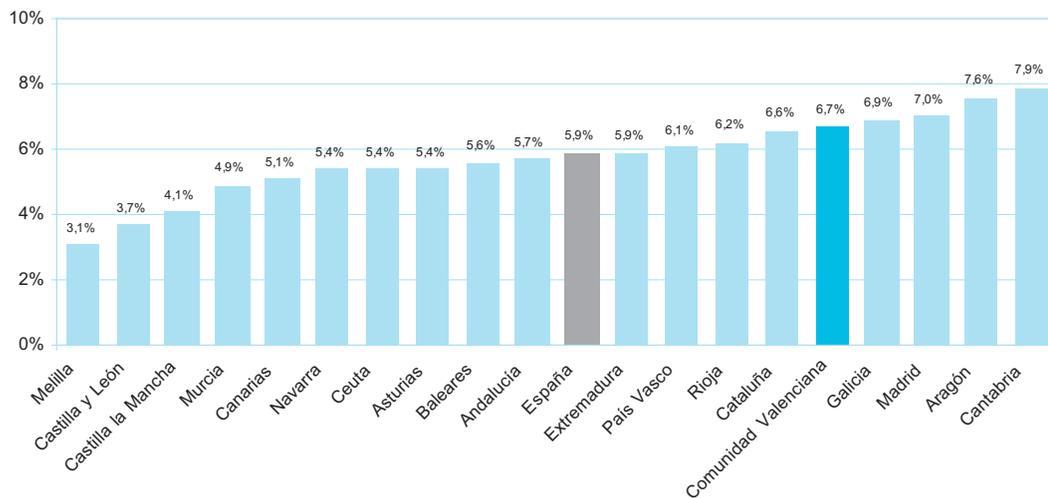
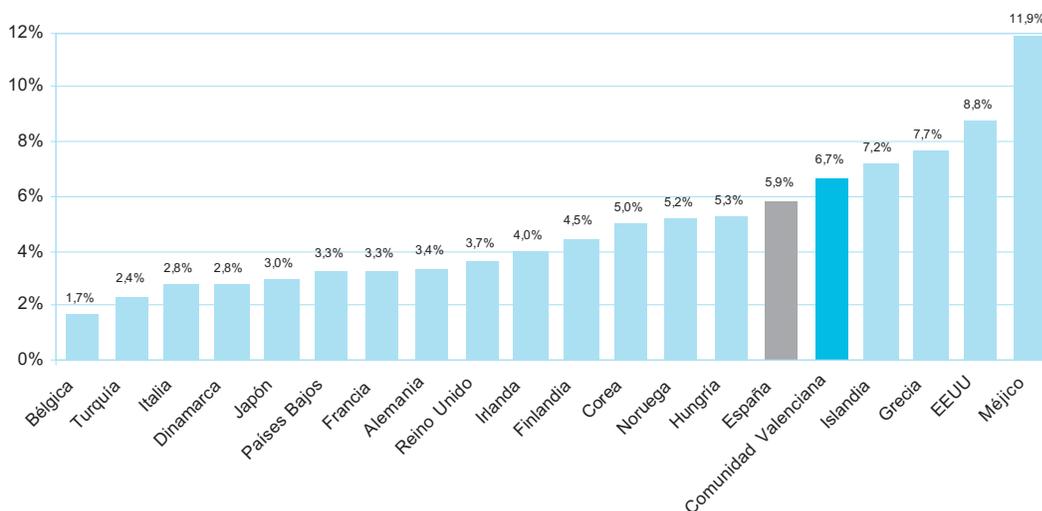


Figura VII-3.- Actividad emprendedora de la mujer - contexto de países OCDE (GEM 2008)



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

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

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

La información que aporta la tabla VII-2 indica que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres de la población adulta en los ítems analizados.

Tabla VII-2. Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2008)

Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Sí existen	20,8%	20,9%
Factores de influencia en la motivación para emprender (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	59,8%	56,5%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	52,0%	53,6%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	47,8%	49,5%
Presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano	41,8%	38,2%
Percepción de capacidades para la creación de empresas (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	50,7%	48,3%

De este modo, las lecturas que hombres y mujeres hacen de su entorno son similares en términos de existencia de oportunidades para emprender; perciben similares elementos motivacionales en cuanto a la valoración social de la actividad emprendedora y los empresarios; tienen presente, en porcentajes muy parecidos, el miedo al fracaso como barrera; y es también similar la presencia de emprendedores en su círculo cercano. En cuanto a su percepción de autoeficacia, o capacidades necesarias para la creación y desarrollo de iniciativas empresariales, igualmente no hay diferencias relevantes.

No obstante estos comentarios, realizados respecto a la situación registrada en 2008, resulta de interés observar una perspectiva evolutiva de carácter temporal de los distintos ítems contemplados en este apartado (tabla VII-3).

Tabla VII-3. Evolución de oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2005-2008)

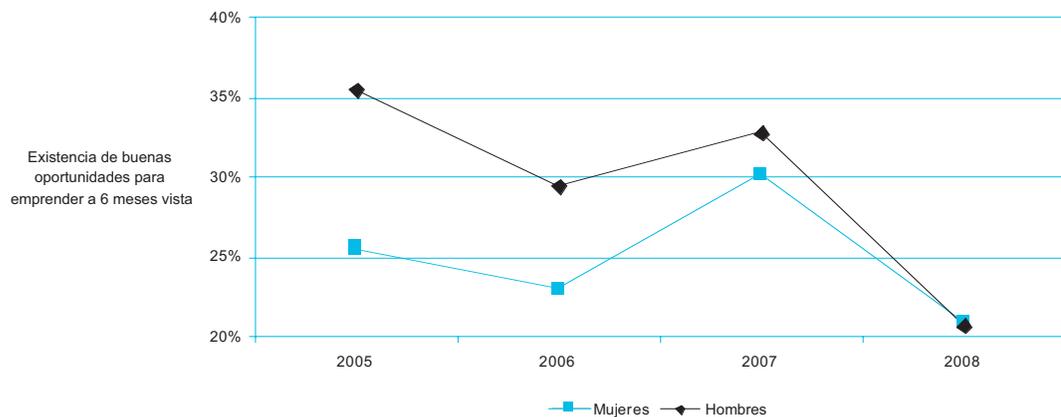
Hombres				
Año	2005	2006	2007	2008
<i>Existencia buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)</i>				
Sí existen	35,6%	29,5%	32,8%	20,8%
<i>Factores de influencia en motivación para emprender (% sobre población adulta por género)</i>				
La creación de empresa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

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

En primer lugar, como ya se vio en el capítulo VI, el elemento que más fuertemente se ha visto afectado, por la coyuntura de 2008, ha sido la lectura que los individuos hacen del estado de su entorno en términos de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo.

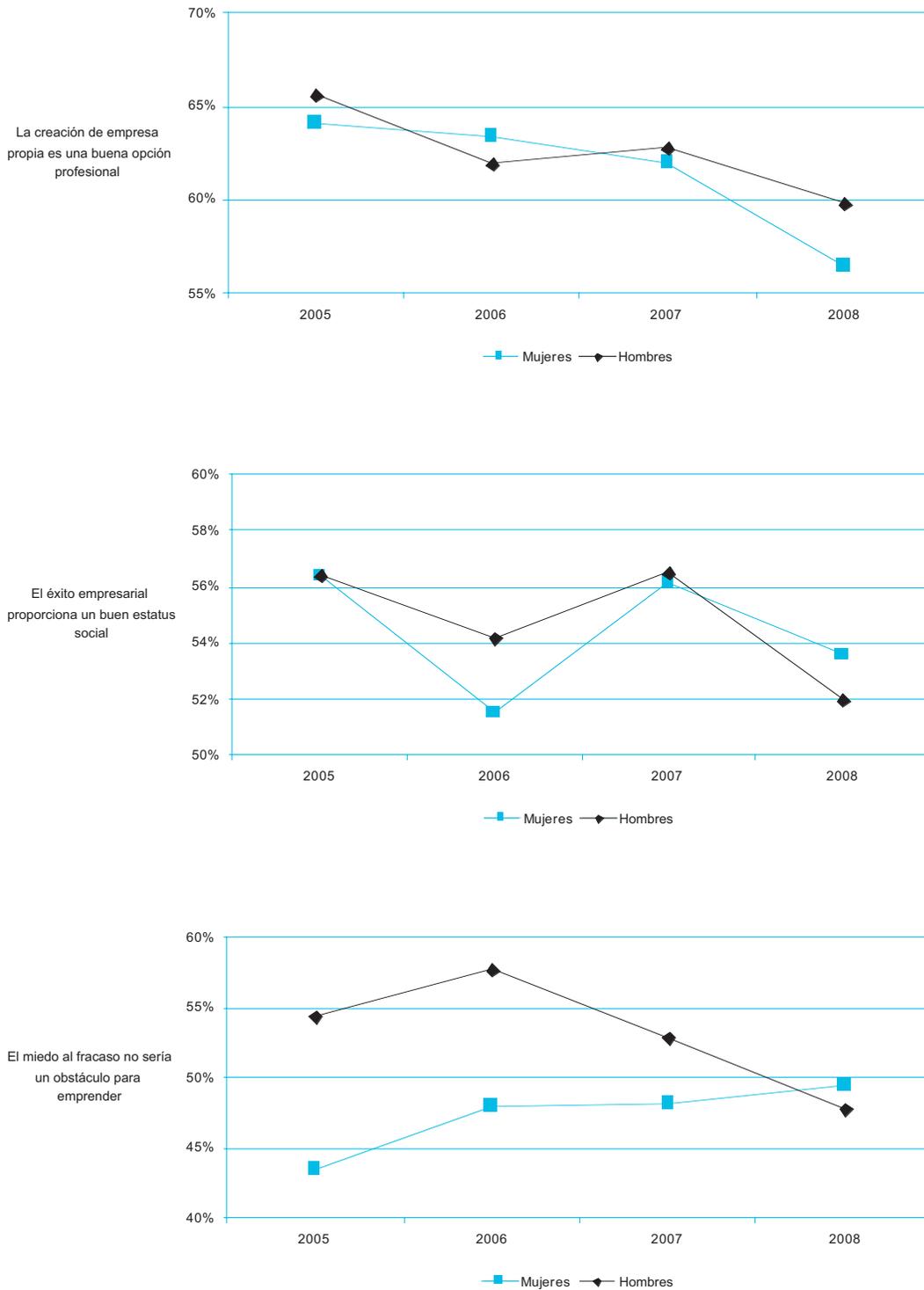
En 2008, una tercera parte menos de la población afirma que ve buenas oportunidades en su entorno, y esta reducción afecta igualmente a hombres y mujeres, si bien en el caso de los hombres se partía de niveles de reconocimiento de oportunidades tradicionalmente superiores, de modo que la brecha se ha ido estrechando en los sucesivos períodos analizados hasta llegar a una convergencia en 2008 (figura VII-4)

Figura VII-4.- Evolución existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2008)



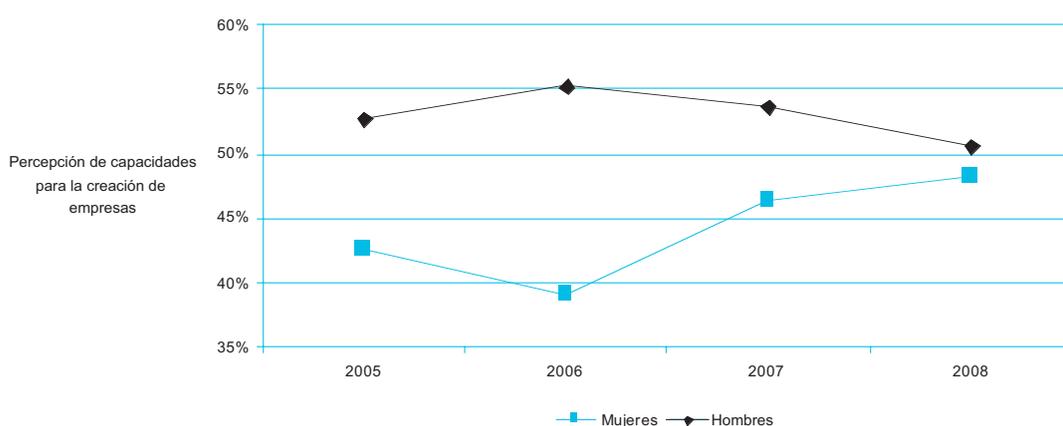
Con respecto a factores de influencia en la motivación para emprender (figura VII-5), relativos a las valoraciones sociales de la carrera emprendedora, al éxito empresarial, y al miedo al fracaso como obstáculo, también el descenso es más acentuado en el caso de los hombres, quedando la valoración realizada por las mujeres por encima, por primera vez, en lo referente al reconocimiento al éxito empresarial y al miedo a fracaso como barrera.

Figura VII-5.- Evolución de los factores de influencia en la motivación para emprender por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2008)



Por último, en cuanto a la percepción de habilidades emprendedoras (figura VII-6) también se observa una tendencia de convergencia similar a la detectada en los anteriores elementos analizados.

Figura VII-6.- Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2008)



Con todo, los datos recogidos para 2008 muestran que, en conjunto, si bien no permiten hablar de diferencias significativas en los elementos actitudinales y de percepción de hombres y mujeres, sí muestran una tendencia de cierta convergencia. Se trata de una circunstancia, observada también en el conjunto del territorio nacional, que será preciso observar en años sucesivos.

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

Los elementos relativos a los aspectos que pueden condicionar o influir en las motivaciones emprendedoras de las mujeres en la Comunidad Valenciana, analizados mediante las respuestas a la encuesta a la población adulta, se complementan en este apartado con la valoración realizada por el grupo de expertos (tabla VII-4).

La valoración 2008 de los aspectos juzgados es continuista respecto a años anteriores, si bien, dándose un mayor grado de acuerdo en relación a la disposición de conocimientos y habilidades requeridos para desarrollar la iniciativa emprendedora, y destacando como deficitaria la existencia de soportes sociales que hagan posible una efectiva conciliación de la vida laboral y familiar en el caso de la mujer. Destacar también, particularmente,

el significativo incremento del reconocimiento de igualdad en el acceso a oportunidades emprendedoras.

Tabla VII-4. Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la C. Valenciana (valoración de los expertos 2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
En la Comunidad Valenciana las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,14	4,33	4,33	4,20	4,37
En la Comunidad Valenciana las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,40	3,31	3,11	3,14	3,82
En la Comunidad Valenciana se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas	3,14	3,06	3,19	2,86	3,18
En la Comunidad Valenciana crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,28	3,19	3,36	3,06	3,17
En la Comunidad Valenciana existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia	2,36	2,17	2,45	2,03	2,16

VIII. Valoración de condiciones de entorno



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

VIII. VALORACIÓN DE CONDICIONES DE ENTORNO

Este capítulo incorpora la valoración de las condiciones que conforman el entorno genérico y empresarial de la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana. Dichos condicionantes del territorio influyen sobre la configuración de oportunidades de negocio, el potencial empresarial de su población, y la dinámica empresarial que suponen los nacimientos, expansiones y cierres de negocios.

La tabla VIII-1 recoge las nueve condiciones de entorno empresarial utilizadas en GEM. Su análisis se presenta, en este capítulo, mediante los resultados de las valoraciones realizadas por un grupo de expertos formados al efecto, el cual ya ha sido introducido en capítulos precedentes, y se encuentra formado por 36 empresarios y profesionales en diversos ámbitos. De este modo, se obtiene una información que complementa la procedente de la Encuesta a la Población Adulta, presentada en las secciones anteriores de este informe.

La procedencia de los expertos consultados es doble: tanto del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.) como de la Administración Pública (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para emprendedores).

Formado originariamente en 2004 (primera edición de GEM en la Comunidad Valenciana), el grupo se ha ido renovando en función de las necesidades, manteniendo siempre un mínimo de un 75% de sus miembros de una edición a otra, al objeto de garantizar la continuidad en la valoración de los criterios establecidos.

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

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

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

Empresarios	12 (33,3%)
Profesionales:	24 (66,6%)
Expertos de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
Expertos de entidades regionales de apoyo	4
Expertos de entidades locales de apoyo	4
Expertos de innovación y desarrollo empresarial	4
Expertos de financiación	4
Expertos de educación y formación	4
TOTAL	36

La estructura del capítulo recoge, en primer lugar, una panorámica global de la valoración de las condiciones de entorno por parte del grupo de expertos; en segundo lugar, se incorpora una perspectiva comparativa, a través de la visión de la situación de la Comunidad

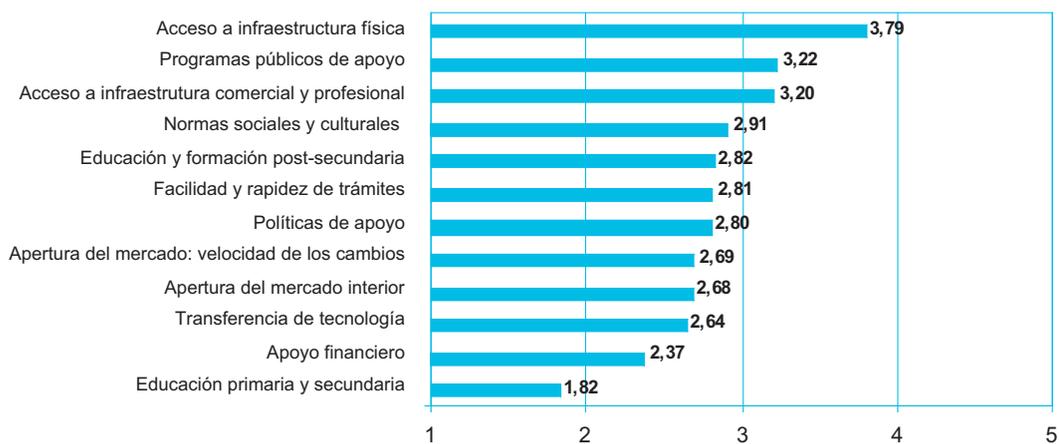
Valenciana en el conjunto del territorio nacional y del resto de regiones de España; por último, se relaciona el detalle de los aspectos juzgados por los expertos en cada una de las condiciones de entorno mediante las tablas que desglosan las citadas condiciones.

Adicionalmente, otros aspectos valorados por el grupo de expertos, e incluidos en capítulos precedentes, tales como el contexto de apoyo a la mujer emprendedora y diversas percepciones de la población sobre aspectos relacionados con motivaciones, oportunidades y capacidades, también se presentan en este capítulo, a efectos comparativos.

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

La figura VIII-1 muestra la valoración que, de manera global, han otorgado los expertos a las condiciones de entorno estudiadas⁸, en el ámbito concreto de la Comunidad Valenciana. Estas puntuaciones se obtienen, para cada condición, a partir de agregar el grado de acuerdo o desacuerdo expresado por los expertos -en una escala likert de 1 a 5- a una batería de afirmaciones que se recogen bajo cada una de dichas condiciones, y que se detallan en el último apartado de este capítulo.

Figura VIII-1.- Valoración media de condiciones de entorno (C. Valenciana 2008)



⁸ Valoraciones realizadas entre los meses de mayo y junio de 2008.

Se observa como, del conjunto de condiciones valoradas, el grupo de expertos juzga como “correctas” tres de ellas; en el otro extremo se encontrarían otras dos que, a juicio de los expertos, requerirían una acción más prioritaria. El resto de condiciones se encontrarían próximas al “aprobado”, aunque con margen de mejora.

En relación a las condiciones mejor valoradas, los aspectos relativos al **acceso a infraestructuras** físicas por parte de las empresas nuevas o en crecimiento aparecen, como viene siendo habitual en el ámbito GEM, en primer lugar.

Tras éstos encontramos la valoración de los **programas públicos de apoyo** a la creación y desarrollo de nuevas empresas, ámbito en el que se sigue remarcando la necesidad de mejorar en la adecuación de los programas “a la demanda del emprendedor”, al objeto de que éste pueda obtener fácilmente un servicio ajustado a sus necesidades específicas.

En tercer lugar, también se juzga como “correcto” el conjunto de aspectos relacionados con el **acceso a servicios comerciales y profesionales**, si bien una de las principales dificultades en este ámbito se relacionaría con la dificultad para asumir, actualmente, los costes de dichos servicios y para el acceso a adecuados servicios bancarios.

En el conjunto de condiciones de entorno cercano al “aprobado” se encuentra, en primer lugar, la valoración otorgada al papel de las **normas sociales y culturales** en relación a su apoyo al emprendedor. También en este grupo de condiciones “intermedias”, y relacionado con estas normas socio-culturales, se encuentra el rol del estímulo que puede jugar para la creación de empresas en la región, el estado de **la educación y la formación post-secundaria**.

La valoración de los expertos hacia las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, desarrolladas desde las distintas administraciones públicas, supone también un ámbito necesario de mejora en la actualidad, particularmente en lo relativo a la facilidad y rapidez de los trámites y regulaciones a las que se tienen que enfrentar los potenciales emprendedores, así como en lo que respecta a la orientación específica de dichas políticas hacia el fomento y apoyo de la actividad emprendedora incipiente.

En cuanto a la situación de los aspectos relativos a **transferencia de tecnología**, éstos continúan obteniendo una valoración baja, a juicio de los expertos. Se sigue otorgando una buena consideración a la potencialidad de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas a nivel global, y a la facilidad de acceso a las nuevas tecnologías para las empresas nuevas y en crecimiento, no obstante lo cual, sigue apareciendo como aspecto más deficitario, y que puede limitar un acceso efectivo a las mismas, la disponibilidad de recursos financieros para este fin.

Por último, dos condiciones de entorno son, como viene siendo habitual, las destacadas como más deficitarias. De un lado, la que juzga el **apoyo financiero** para la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas empresariales, tanto público como privado; de otro, y especialmente destacada, la valoración que se hace del estado de la **formación primaria**

y **secundaria** en relación con la actividad emprendedora, enfatizándose la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor y el desarrollo de habilidades personales como la creatividad, la autosuficiencia o la iniciativa, en la escuela y desde edades tempranas.

Con todo y de manera global, las valoraciones otorgadas a las condiciones de entorno por los expertos no presentan variaciones bruscas en el contexto del histórico analizado hasta la fecha, manteniéndose en valores similares a los datos obtenidos en años anteriores (tabla VIII-3).

Tabla VIII-3. Evaluación de las condiciones de entorno de la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos ⁹ Valoraciones globales ¹⁰ (mínimo = 1, máximo = 5)	2004	2005	2006	2007	2008
Acceso a infraestructura física	3,73	3,78	3,67	3,62	3,79
Programas públicos de apoyo	3,13	2,98	3,08	2,93	3,22
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01	3,22	3,41	3,20
Normas sociales y culturales	3,25	2,91	3,09	2,63	2,91
Educación y formación post-secundaria	2,82	2,75	2,68	2,65	2,82
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,79	2,83	2,75	2,47	2,81
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,73	2,89	2,79	2,78	2,80
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,47	2,50	2,14	2,26	2,69
Mercado interno: apertura	2,83	2,63	2,81	2,68	2,68
Transferencia de tecnología	2,49	2,29	2,48	2,32	2,64
Apoyo financiero	2,15	2,41	2,43	2,39	2,37
Educación primaria y secundaria	2,01	1,70	1,89	1,72	1,82

En adición a la valoración que realiza el grupo de expertos sobre las condiciones de entorno, también se les solicita que sugieran acciones que, a su juicio, puedan contribuir a mejorar dichas condiciones. Así, la tabla VIII-4 muestra las áreas en las que más prioritariamente se debería actuar en función de las respuestas obtenidas. Como se puede observar, cerca de la mitad de las respuestas se han dirigido hacia la mejora y adecuación de las políticas

⁹ 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.

¹⁰ La valoración global de cada condición de entorno analizada se obtiene mediante un análisis factorial que resume el conjunto de afirmaciones valoradas en cada una de ellas.

y programas de apoyo a la creación y el desarrollo empresarial (en consonancia con la importancia que el grupo de expertos les otorga en la valoración anterior); así mismo también obtienen un elevado peso relativo las respuestas relacionadas con el soporte financiero y la necesidad de actuar en los distintos niveles educativos y formativos.

Tabla VIII-4. Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2008)

Categorización de respuestas	% de respuestas
Políticas y programas públicos de apoyo	48,2%
Apoyo financiero	18,8%
Educación y formación	17,6%
Transferencia de I+D	5,9%
Normas sociales y culturales	4,8%
Capacidades del emprendedor	2,4%
Infraestructura comercial y profesional	1,2%
Clima económico	1,2%

VIII.2 Análisis comparativo regional de condiciones de entorno

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

Las comparativas, en base a gráficos (figuras VIII-2 a VIII-10), permiten hacerse una idea del estado de situación de cada una de estas condiciones en los distintos territorios bajo observación, así como situar comparativamente a la Comunidad Valenciana. No obstante, se debe tener en cuenta que este análisis no refleja la opinión de un único grupo de expertos acerca de las distintas regiones, sino que se trata de la opinión de cada uno de los grupos de expertos que se han formado en cada una de las regiones, valorando cada grupo a un territorio distinto.

Figura VIII-2.- Valoración global apoyo financiero a la creación empresarial - contexto nacional (GEM 2008)

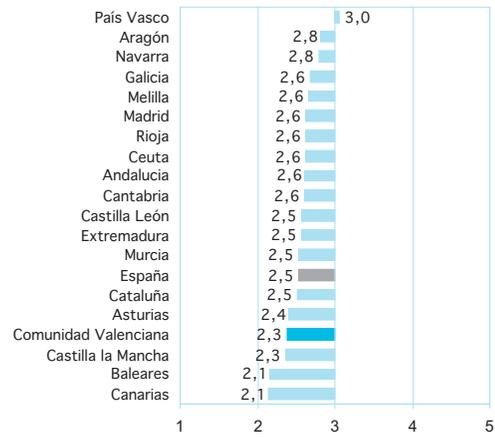


Figura VIII-3.- Valoración global de las políticas públicas - contexto nacional (GEM 2008)

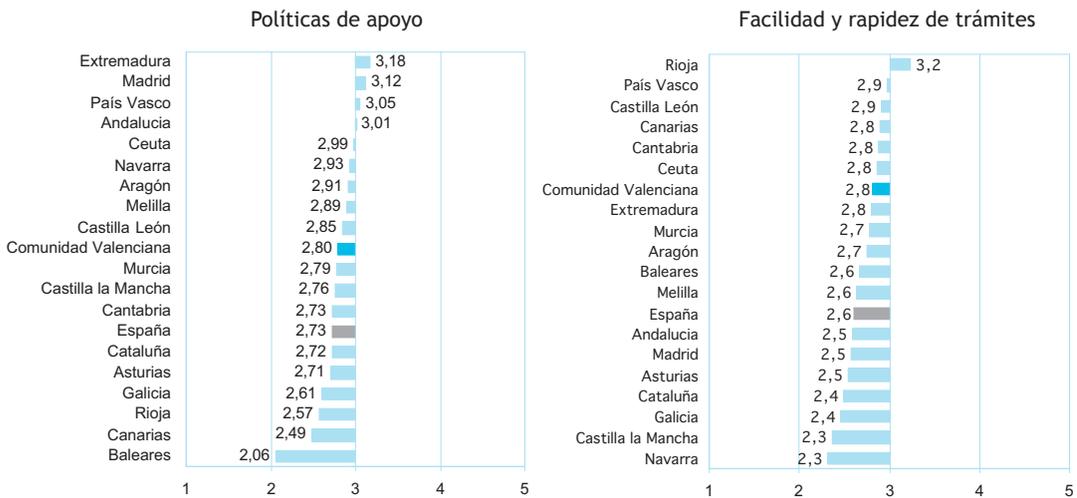


Figura VIII-4.- Valoración global de programas públicos - contexto nacional (2008)

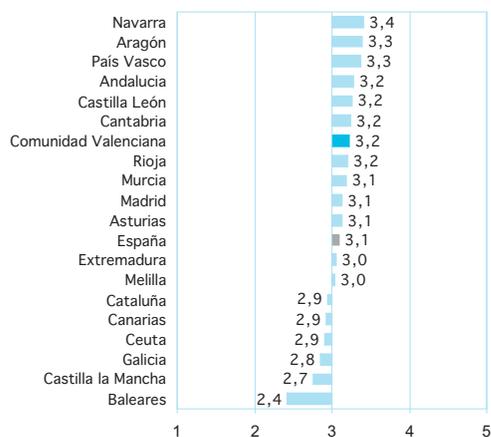


Figura VIII-5.- Valoración global de educación y formación - contexto nacional (2008)

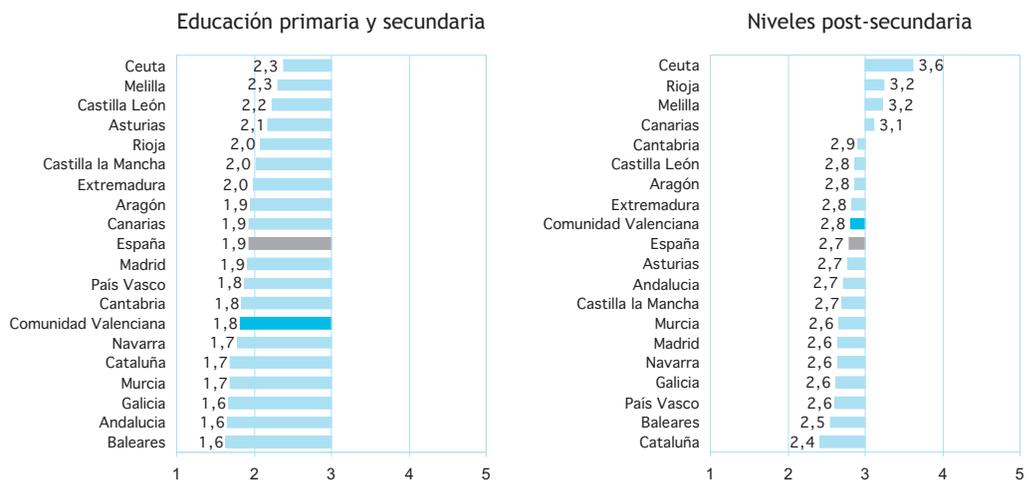


Figura VIII-6.- Valoración global de la transferencia tecnológica en el contexto nacional (GEM 2008)

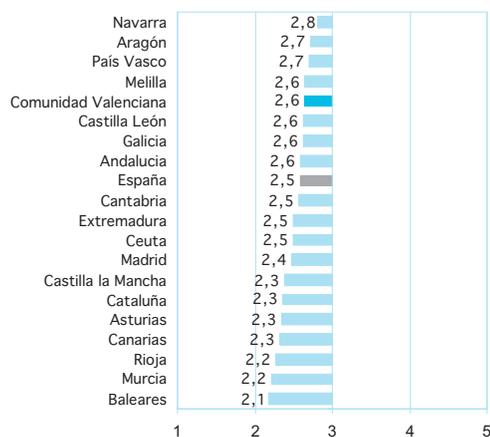


Figura VIII-7.- Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional en el contexto nacional (GEM 2008)

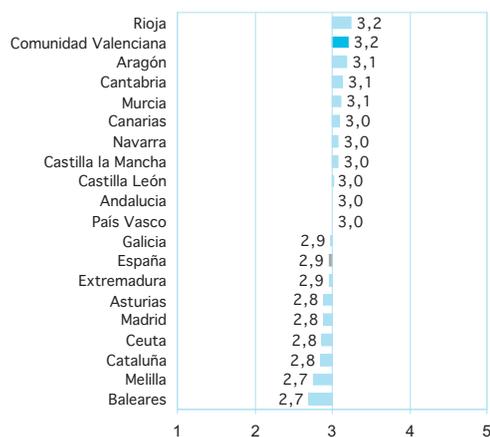


Figura VIII-8.- Valoración global del mercado interno en el contexto nacional (GEM 2008)

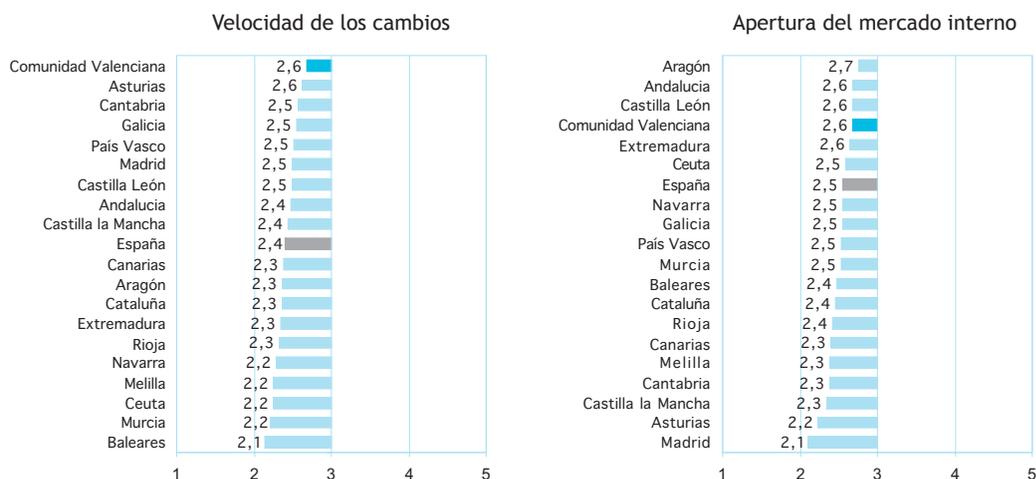


Figura VIII-9.- Valoración global del acceso a infraestructura física en el contexto nacional (GEM 2008)

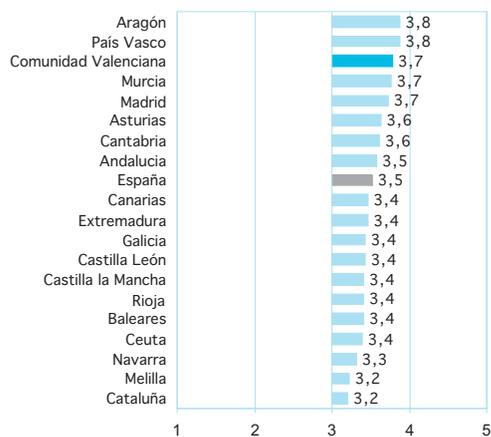
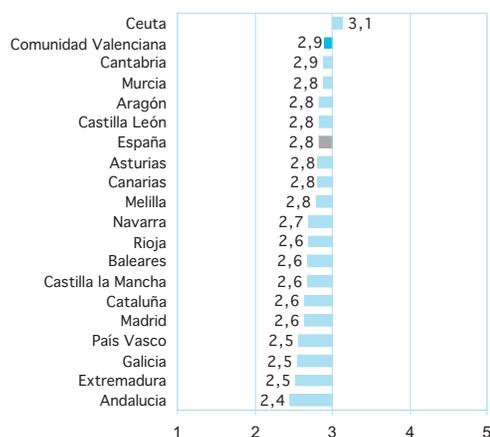


Figura VIII-10.- Valoración global de las normas sociales y culturales en el contexto nacional (GEM 2008)



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

Para finalizar este capítulo, este último apartado recoge la información detallada relativa a las condiciones de entorno analizadas por el grupo de expertos, ofreciendo el grado de acuerdo o desacuerdo en relación a la batería de afirmaciones que, en GEM, permite valorar cada una de dichas condiciones¹¹. Las tablas VIII-5 a VIII-13 ofrecen la valoración obtenida en 2008, así como la correspondiente a las cuatro ediciones anteriores en la Comunidad Valenciana.

¹¹ En cada condición de entorno, el grupo de expertos evalúa la correspondiente batería de afirmaciones a partir de una escala de Likert, de 1 a 5, según su grado de acuerdo con las mismas.

Tabla VIII-5. Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
Existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,42	2,54	2,65	2,63	2,67
Existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,58	2,94	2,84	2,78	2,69
Existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,53	2,66	2,65	2,56	2,81
Existe suficiente financiación de inversores privados distintos de los fundadores para empresas nuevas y en crecimiento	1,94	2,25	2,18	2,34	2,21
Existe una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,82	2,09	1,96	2,24	2,27
Existe suficiente financiación ajena disponible, a través de la salida a bolsa, para las empresas nuevas y en crecimiento	1,78	1,93	2,00	1,66	1,47
Valoración global del apoyo financiero ¹²	2,15	2,41	2,43	2,39	2,37

Tabla VIII-6. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
Las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,22	2,54	2,39	2,31	2,22
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas del gobierno estatal	2,97	2,89	2,74	2,91	2,89
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas de la administración autonómica	2,94	3,17	3,06	3,03	3,11
Llevar a cabo los trámites burocráticos y la obtención de licencias para el desarrollo de la actividad empresarial no representa una especial dificultad ¹³	--	--	2,79	2,39	2,46
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana	2,59	2,29	2,29	1,97	2,19
Impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general	2,83	2,89	3,11	2,74	3,28
Impuestos, tasas y otras regulaciones públicas sobre la creación de nuevas empresas, y el crecimiento de las establecidas, son aplicados de una manera predecible y coherente	2,97	3,21	3,38	2,79	3,28
Valoración global de políticas públicas: políticas de apoyo	2,73	2,89	2,79	2,78	2,80
Valoración global políticas públicas: facilidad y rapidez trámites	2,79	2,83	2,75	2,47	2,81

¹² Esta valoración global, y las sucesivas del resto de condiciones de entorno analizadas, se obtiene mediante un análisis factorial que resume las cuestiones valoradas.

¹³ Este aspecto se incorpora nuevo en 2006 por lo que no fue valorado en las anteriores ediciones.

Tabla VIII-7. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas públicas a la creación y al crecimiento de nuevas empresas, contactando con un solo organismo público	3,51	3,37	3,25	3,29	3,09
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	3,00	2,89	2,97	3,00	3,22
Los profesionales que trabajan en las entidades públicas de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces	3,23	3,12	3,36	2,97	3,71
Casi todo el que necesita ayuda de un programa público para crear o consolidar una empresa puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades	2,69	2,37	2,71	2,43	2,81
Los programas públicos que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,74	2,74	2,81	2,60	2,94
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento	2,67	3,50	3,50	3,26	3,76
Valoración global de los programas públicos de apoyo	3,13	2,98	3,08	2,93	3,22

Tabla VIII-8. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
En la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	1,94	1,72	2,03	1,76	1,80
En la enseñanza primaria y secundaria se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de la economía de mercado	2,24	1,74	2,00	1,85	1,91
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas	1,89	1,69	1,68	1,56	1,75
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para al creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	3,03	2,43	2,90	2,72	3,21
Los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas	2,86	2,83	2,84	2,67	2,73
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresa y el crecimiento de las establecidas	2,58	2,92	2,36	2,47	2,51
Valoración global de educación y formación: primaria y secundaria	2,01	1,70	1,89	1,72	1,82
Valoración global educación y formación: post-secundaria	2,82	2,75	2,68	2,65	2,82

Tabla VIII-9. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento	2,47	2,39	2,45	2,40	2,41
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas	2,74	2,56	2,66	2,71	2,89
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,14	1,67	2,00	1,86	2,08
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento, para adquirir nuevas tecnologías, son suficientes y adecuadas	2,31	2,19	2,38	2,30	2,58
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global	2,94	2,57	2,73	2,80	3,40
Existe el apoyo suficiente para que los científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas	2,31	2,22	2,38	2,39	2,74
Valoración global de la transferencia tecnológica	2,49	2,29	2,48	2,32	2,64

Tabla VIII-10. Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento	3,69	3,37	3,59	3,51	3,75
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,49	2,24	2,65	2,53	2,37
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,23	2,74	3,03	3,20	3,11
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal	3,56	3,34	3,56	3,53	3,54
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios	3,53	3,31	3,47	3,71	3,31
Valoración global de la infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01	3,22	3,41	3,20

Tabla VIII-11. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,52	2,12	2,23	2,65
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,50	2,23	2,29	2,74
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,61	2,32	2,68	2,60	2,60
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,50	2,33	2,56	2,37	2,43
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas	3,18	2,87	2,67	2,94	2,69
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,41	3,14	3,36	3,00	2,96
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: velocidad de los cambios	2,47	2,50	2,14	2,26	2,69
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: apertura del mercado interno	2,83	2,63	2,81	2,68	2,68

Tabla VIII-12. Evaluación del acceso a infraestructura físicas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
No es excesivamente caro, para una empresa nueva o en crecimiento, acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)	3,67	3,64	3,64	3,72	3,71
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana	3,48	3,48	3,49	3,32	3,59
Una empresa nueva o en crecimiento puede afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)	3,85	3,97	3,86	3,83	3,92
Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.) en aproximadamente un mes	3,94	3,77	3,79	3,77	3,79
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,67	3,36	3,53	3,47	3,89
Valoración global del acceso a infraestructura física	3,73	3,78	3,67	3,62	3,79

Tabla VIII-13. Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana (2004-2008)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito conseguido a través del esfuerzo personal	3,61	3,28	3,46	2,94	3,35
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	3,33	2,92	3,14	2,72	3,03
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,97	2,58	2,89	2,31	2,63
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,92	2,75	3,09	2,34	2,71
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida	3,47	3,03	3,72	2,72	2,79
Valoración global de las normas sociales y culturales	3,25	2,91	3,09	2,63	2,91

IX. Reflexiones finales



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

IX. REFLEXIONES FINALES

El estudio de situación que presenta el *Informe GEM Comunidad Valenciana 2008* se complementa con las siguientes reflexiones finales, las cuales dan continuidad a las orientaciones y recomendaciones publicadas en los anteriores informes de 2004, 2005, 2006 y 2007.

Con ellas, el equipo de investigación quiere sintetizar algunas claves de la presente edición y apuntar elementos de análisis para quienes tienen capacidad de decisión y acción en el fomento y apoyo a los emprendedores y a sus iniciativas empresariales.

Desde 2004 hemos recogido, en sucesivas ediciones anuales, los principales datos relativos al estado de la actividad emprendedora en nuestra región, acercándonos a una óptica de “Observatorio Emprendedor” de la Comunidad Valenciana. Bajo esta perspectiva, en este año 2008 cabe resaltar una serie de peculiaridades detectadas, ligadas en gran medida a la actual coyuntura económica.

Estado de situación

La población implicada en actividades emprendedoras (con menos de 42 meses de funcionamiento) en nuestra Comunidad, disminuye por primera vez en cinco años, fundamentalmente consecuencia de las dificultades coyunturales existentes para el inicio de nuevas actividades empresariales. De hecho, el indicador que más se resiente es el relativo a los denominados “emprendedores nacientes” (menos de 3 meses en el mercado), el cual concentra prácticamente toda la disminución de actividad emprendedora con respecto a 2007.

Con respecto a la tasa de emprendedores que GEM denomina “consolidados” (aquellos con más de 42 meses en el mercado), ésta no se muestra especialmente afectada a fecha de realización del trabajo de campo (julio de 2008).

En cuanto a la tasa de abandono se detecta un incremento, especialmente consecuencia de la falta de rentabilidad o por problemas de financiación, si bien el total registrado se mueve en valores muy pequeños del orden del 1,5%.

Por otro lado y teniendo en cuenta la situación de inestabilidad actual, la tasa de emprendedores potenciales no ha disminuido excesivamente, si bien habría que considerar como aspecto prioritario, la necesidad de que estos emprendedores potenciales recuperen la confianza.

La tipología de motivaciones para el inicio de la actividad emprendedora también sufre variaciones, ya que la disminución de actividad emprendedora registrada en 2008 se relaciona fundamentalmente con comportamientos relacionados con la existencia de oportunidades, sin embargo aumenta el peso relativo de los emprendedores “por necesidad”.

Este panorama no es particular de la Comunidad Valenciana. De hecho, comparativamente con otros territorios, nuestra Comunidad continúa situada en posiciones relativas similares a las que se encontraba en ediciones anteriores, por lo que cabe esperar que cuando mejore la situación coyuntural, la actividad emprendedora pueda continuar con su positiva dinámica habitual de estos últimos años.

Aspectos destacables del emprendedor

Además del análisis de las tasas relativas a la actividad emprendedora, es igualmente importante considerar el perfil de dichas actividades y de los emprendedores que las llevan a cabo, y estar atentos a posibles cambios en su composición.

En este sentido, el perfil del emprendedor medio de la Comunidad Valenciana, entendido según GEM como “individuo que inicia algún tipo de actividad empresarial, incluyendo el autoempleo”, continúa sin variar significativamente de lo que venía siendo en estos últimos años. Hablamos por tanto de individuos de unos 38 años de edad media; que quieren ver una oportunidad en la mayoría de las ocasiones; que requieren financiación ajena en cantidades limitadas, y que para ello acuden a su familia y a préstamos bancarios. Ponen en marcha su iniciativa solos (52,7%) o con un único socio (24,9%), cuentan con menos de 5 empleados en el 80% de los casos, y a largo plazo piensan que no requerirán plantillas mayores.

Un aspecto particular, ligado con la coyuntura actual, es el relativo a las expectativas de recuperación de la inversión. Un 10% de los emprendedores con menos de 42 meses en el mercado creen que no recuperarán su inversión, a lo que se le podría unir otro 8% que no lo tiene claro o no contesta.

En lo que se refiere al peso relativo del colectivo femenino en el total de emprendedores, éste se ha incrementado significativamente en 2008 (el 44,7% son mujeres frente al 37% en 2007). No obstante, este dato registrado no supone un incremento tan significativo, ya que buena parte se explica porque la disminución de actividad emprendedora acontecida se ha producido en las iniciativas llevadas a cabo por hombres, por lo que la población femenina implicada en actividades emprendedoras, en números absolutos, continúa en niveles similares a 2007 y con un ligero crecimiento sostenido en los últimos años.

Respecto a emprendedores foráneos, sigue detectándose la presencia de un cierto porcentaje de extranjeros, significativamente mayor que en otras regiones españolas, pero cuyo crecimiento parece haberse frenado, circunstancia que se refleja tanto en la caracterización del emprendedor actual, como en la del “emprendedor a futuro” (el que piensa emprender a tres años vista), llegando en este caso a disminuir de un 20% registrado en 2007 a un 12% en 2008. Es de prever que esta circunstancia sí tenga un efecto en próximos años, dadas las singularidades de dicho colectivo.

Con todo, podríamos apuntar que el emprendedor, y las características básicas de sus iniciativas, no han variado en lo fundamental, sin embargo se registran algunos aspectos de matiz, relacionados con la coyuntura actual, que si bien son comunes al resto del territorio español, requerirán de un análisis pormenorizado en sucesivas ediciones.

Percepciones de la población y condiciones de entorno

Las percepciones que la sociedad en su conjunto tiene sobre la figura del emprendedor y sobre su actividad, ejercen una influencia importante sobre el proceso emprendedor y sobre el individuo que se plantea la alternativa de desarrollar su propia iniciativa empresarial.

En este sentido, las percepciones y creencias de la población de la Comunidad Valenciana, en lo relativo a su sentimiento personal de capacidad para llevar a la práctica una iniciativa empresarial, su percepción del fracaso como barrera, o cómo valora su entorno social a la actividad empresarial y al empresario, podríamos calificarlas como adecuadas y en la línea de años anteriores. Además, muchas de estas percepciones, al relacionarse con aspectos culturales propios de la sociedad, las inercias características hacen que su evolución y cambio se produzca lentamente, no detectándose que los datos macroeconómicos actuales hayan tenido un efecto significativo sobre las mismas.

La excepción es, en esta ocasión, los juicios sobre existencia de oportunidades en el entorno, que disminuye como es lógico pensar, aunque quizás menos de lo que cabría esperar (de 31,6% de población que consideraba que sí existían en 2007 a un 20,8% en 2008).

En cuanto a las condiciones de entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora de nuestra región (tales como infraestructuras financiera, comercial y de servicios; políticas y programas públicos de apoyo; transferencia de tecnología; educación y formación, etc.), vienen siendo valoradas por un panel de expertos, los cuales aportan una visión amplia desde distintos puntos de vista y experiencia particular. Al igual que comentábamos al tratar las percepciones y creencias de la población, también las condiciones de entorno y su evolución podríamos considerar que ejercen una influencia positiva en su conjunto y con escasas diferencias con respecto a años anteriores y al resto del territorio español. Sin embargo, continúan existiendo diversos aspectos en los que se debería estudiar el desarrollo de acciones de mejora, algunas con efecto más inmediato, como los relativos a financiación, y otros cuyos resultados se habrán de ver a largo plazo, como son los relativos a educación y formación.

En este sentido, la financiación junto con las políticas y programas públicos de apoyo, siempre están presentes cuando se pregunta a los expertos por los obstáculos, apoyos y recomendaciones para mejorar el entorno de la actividad emprendedora. Así, éstos siguen manifestando la necesidad de un mayor rigor en las condiciones de concesión de préstamos o subvenciones; reclaman instrumentos de financiación acordes a las necesidades actuales y que suplan las deficiencias de los instrumentos financieros tradicionales; consideran que el proceso administrativo para la puesta en marcha de una empresa debe simplificarse más aún, y también que se debe mejorar la calidad y coordinación de los distintos servicios de ayuda al emprendedor.

Sobre esta base, y recogiendo de forma sintética comentarios y propuestas de ediciones anteriores, que siguen siendo válidas, la idea de una “red” que recoja la oferta de ayudas y programas que desarrollan las instituciones de apoyo al emprendedor (agencias de desarrollo, asociaciones empresariales, universidades, organismos de la Generalitat Valenciana o cámaras de comercio, entre otras), podría facilitar una mejor coordinación y el desarrollo de planes conjuntos, y en consecuencia, contribuir a que el emprendedor adquiera una perspectiva global y ordenada de dónde puede acudir y para qué.

Por otro lado, los expertos son un poco más críticos que la población, al ser preguntados por la capacitación general para crear y dirigir una empresa. Consideran que la oferta de servicios de formación específica no es mala, pero debe ser mejorada con aspectos básicos desde los niveles educativos inferiores (creatividad, iniciativa, trabajo en equipo, liderazgo, fomento del espíritu emprendedor...), así como también integrar contenidos relativos a la creación y dirección de empresas en los distintos planes de estudios, lo que contribuiría a facilitar la puesta en marcha de iniciativas empresariales desde distintos ámbitos.

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

Anexo I. Metodología



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

ANEXO I. METODOLOGÍA

Como se recoge en la introducción del presente estudio, los objetivos principales del proyecto GEM se centran en proporcionar información detallada sobre el panorama emprendedor del territorio objeto de estudio, en este caso, la Comunidad Valenciana.

En orden a alcanzar dichos objetivos, el proyecto se dotó desde sus inicios de una metodología específica, revestida, además, de un carácter de homogeneidad, con la finalidad de permitir comparaciones entre los distintos territorios participantes en el estudio, así como de medir la evolución temporal de las variables analizadas en una misma región.

Dicha metodología se asienta en la aceptación de una serie de conceptos básicos de partida y en la asunción de un modelo teórico, el cual ha sido expuesto en el capítulo introductorio. A partir de dichas bases precedentes, la investigación comienza con la obtención de datos a partir de tres grandes fuentes:

- ❖ **APS (Adult Population Survey).** Fuente primaria de datos y de carácter cuantitativo, se trata de una encuesta sobre una muestra representativa de la población adulta (entendida ésta como la población comprendida entre 18 y 64 años) de la región, realizada en julio de 2008. Las cuestiones formuladas en la misma están encaminadas a establecer algunos de los principales indicadores empleados en el marco del proyecto, con la finalidad de medir el nivel de actividad emprendedora y las características y comportamientos de los individuos implicados en esta actividad: índices de actividad emprendedora, perfil socioeconómico del emprendedor, comportamiento emprendedor por necesidad y oportunidad, variables referentes a financiación, etc.
- ❖ **NES (National Expert Survey).** Consiste en la realización de una encuesta de carácter cualitativo a un grupo de expertos de la región participante -36 en el caso de la Comunidad Valenciana-, especialistas en el ámbito de la creación de empresas, integrado por profesionales y empresarios. Las aportaciones de dicho

grupo, al presente informe, fueron realizadas entre mayo y junio de 2008 y permiten obtener una visión amplia y cualificada en relación con las condiciones del entorno de la actividad emprendedora y con otras variables de interés.

- ❖ **NC (National Characteristics).** Engloba un conjunto de datos secundarios de tipo económico, demográfico y social representativos de la región de estudio y procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales

La metodología seguida en la investigación, así como las fases de que ha constado ésta y los agentes participantes en la misma, se pueden observar en la figura X-1.

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



Figura X-2.- Ficha técnica de la encuesta a la población (2008)

Universo	Población residente en la Comunidad Valenciana entre 18 y 64 años.
Muestra	2.000 individuos entre 18 y 64 años.
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes y municipios menores de 5.000 habitantes. En una segunda etapa se obtienen números de teléfono correspondientes al municipio de forma aleatoria. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por sistema CATI.
Error global de la muestra *	± 2,19%
Nivel de confianza	95,5%
Periodo encuestación	Junio-Julio de 2008
Trabajo de campo	Instituto Opinómetro
Codificación y base de datos	Instituto Opinómetro
* El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas. Hipótesis: $p=q=50\%$ o de máxima indeterminación.	

Anexo II.

Glosario de términos



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

ANEXO II. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Este anexo recoge los significados de algunos de los principales términos relacionados con la actividad emprendedora, tal y como son entendidos en el marco del Proyecto GEM.

- ❖ **Actividad emprendedora total:** también denominada actividad “early stage”, hace referencia a aquellos individuos entre 18 y 64 años involucrados, como propietarios y gerentes, en la puesta en marcha de negocios cuyo período de actividad no ha superado todavía los 42 meses.
- ❖ **Actividad por necesidad:** comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa, fundamentalmente a falta de una alternativa laboral más adecuada o inducido por las circunstancias.
- ❖ **Actividad por oportunidad:** comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa, motivado fundamentalmente por el reconocimiento y la explotación de una oportunidad.
- ❖ **Empresa Naciente:** también llamada “start-up”, hace referencia a individuos entre 18 y 64 años involucrados, como propietarios y gerentes, en empresas de nueva creación y cuyo período de actividad no supera los tres meses.
- ❖ **Empresa Nueva:** también denominada “Baby business”, hace referencia a aquellos individuos entre 18 y 64 años involucrados, como propietarios y gerentes, en la puesta en marcha de negocios cuyo período de actividad oscila entre los tres y 42 meses.

- ❖ **Empresa Consolidada o Establecida:** hace referencia a individuos entre 18 y 64 años involucrados, como propietarios y gerentes, en una nueva empresa cuyo período de actividad ha superado los 42 meses.
- ❖ **Período de actividad:** en el marco del presente estudio, el período de actividad de la empresa hace referencia al tiempo durante el que se están pagando en la misma, salarios, honorarios, beneficios o retribución en especie.
- ❖ **Tasa de Cierre de Negocios:** porcentaje de individuos entre 18 y 64 años que han disuelto en los 12 meses anteriores alguna actividad empresarial que venían dirigiendo y de la que eran propietarios.

Índices de figuras y tablas



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la Comunidad
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

Índice de figuras

Figura 0-1.	Modelo teórico base del Proyecto GEM	21
Figura 0-2.	Dinámica empresarial.....	21
Figura I-1.	Actividad emprendedora como parte del proceso emprendedor	32
Figura I-2.	Evolución de la actividad emprendedora (2004-2008).....	33
Figura I-3.	Actividad consolidada como parte del proceso emprendedor.....	34
Figura I-4.	Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2008).....	35
Figura I-5.	Emprendedores potenciales como parte del proceso emprendedor	37
Figura I-6.	Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2008)	38
Figura I-7.	Actividad emprendedora en el contexto nacional (GEM 2008).....	39
Figura I-8.	Actividad emprendedora en el contexto de países OCDE (GEM 2008)	39
Figura I-9.	Actividad emprendedora consolidada - contexto nacional (GEM 2008).....	40
Figura I-10.	Actividad emprendedora consolidada - países OCDE (GEM 2008).....	40
Figura I-11.	Cierre de actividades empresariales contexto nacional (GEM 2008)	41
Figura I-12.	Cierre de actividades empresariales - países OCDE (GEM 2008)	41
Figura I-13.	Emprendedores potenciales en el contexto nacional (GEM 2008)	42
Figura I-14.	Emprendedores potenciales - contexto de países OCDE (GEM 2008).....	42
Figura II-1.	Motivaciones de la puesta en marcha	45
Figura II-2.	Distribución porcentual de las motivaciones en la actividad emprendedora registrada (% frente al total de emprendedores, 2008)	46
Figura II-3.	Actividad emprendedora por oportunidad - contexto nacional (2008)	48
Figura II-4.	Actividad emprendedora por necesidad - contexto nacional (2008)	49
Figura II-5.	Actividad emprendedora por oportunidad - países OCDE (2008)	49
Figura II-6.	Actividad emprendedora por necesidad - países OCDE (2008)	50
Figura III-1.	Distribución de emprendedores por género (C. Valenciana, 2008).....	54
Figura III-2.	Nivel de estudios de los emprendedores (C. Valenciana, 2008)	55
Figura III-3.	Experiencia previa de los emprendedores (C. Valenciana 2008).....	55
Figura III-4.	Nivel de renta de los emprendedores (C. Valenciana 2008).....	56
Figura III-5.	Emprendedores por tiempo de residencia (C. Valenciana 2008).....	56
Figura III-6.	Emprendedores según procedencia (C. Valenciana 2008).....	57
Figura III-7.	Distribución de emprendedores “potenciales” por género (Comunidad Valenciana 2008)	58
Figura III-8.	Nivel estudios emprendedores “potenciales” (C. Valenciana 2008).....	59
Figura III-9.	Experiencia previa emprendedores “potenciales” (C. Valenciana 2008) ...	59
Figura III-10.	Nivel renta emprendedores “potenciales” (C. Valenciana 2008).....	59
Figura III-11.	Emprendedores “potenciales” por tiempo de residencia (Comunidad Valenciana 2008)	60
Figura III-12.	Emprendedores potenciales por procedencia (C. Valenciana 2008)	60
Figura IV-1.	Actividad emprendedora por sector económico (Comunidad Valenciana, 2008)	66
Figura IV-2.	Distribución del número de socios de las iniciativas emprendedoras, incluyendo al socio que contesta la encuesta (C. Valenciana 2008)	67
Figura IV-3.	Dimensión de empleo actual en iniciativas emprendedoras de la C.Valenciana (2008, sin incluir a los socios emprendedores)	68

Figura IV-4.	Expectativas de necesidades de recursos humanos en empresas nacientes y nuevas, con un horizonte temporal de 5 años (C. Valenciana 2008)	68
Figura V-1.	Capital inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (por % de emprendedores, 2008)	74
Figura VI-1.	Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2008)	81
Figura VI-2.	Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2008)	84
Figura VI-3.	Población que percibe que el éxito empresarial proporciona un buen estatus social en el contexto nacional (GEM 2008)	84
Figura VI-4.	Población que percibe la creación de empresa como una buena opción profesional en el contexto nacional (GEM 2008)	85
Figura VI-5.	Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano en el contexto nacional (GEM 2008)	85
Figura VI-6.	Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2008)	87
Figura VII-1.	Evolución de la actividad emprendedora por género en la población de la Comunidad Valenciana (2004-2008)	92
Figura VII-2.	Actividad emprendedora de la mujer en el contexto nacional GEM, 2008) ..	93
Figura VII-3.	Actividad emprendedora de la mujer-contexto de países OCDE (GEM 2008)	94
Figura VII-4.	Evolución existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista por género en la población de la C. Valenciana (2005-2008) ..	97
Figura VII-5.	Evolución de los factores de influencia en la motivación para emprender por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2008)	98
Figura VII-6.	Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2008)	99
Figura VIII-1.	Valoración media de condiciones de entorno (C. Valenciana 2008)	105
Figura VIII-2.	Valoración global apoyo financiero a la creación empresarial - contexto nacional (GEM 2008)	109
Figura VIII-3.	Valoración global de las políticas públicas - contexto nacional (GEM 2008)	109
Figura VIII-4.	Valoración global de programas públicos - contexto nacional (2008)	110
Figura VIII-5.	Valoración global de educación y formación - contexto nacional (2008) ..	110
Figura VIII-6.	Valoración global de la transferencia tecnológica en el contexto nacional (GEM 2008)	111
Figura VIII-7.	Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional en el contexto nacional (GEM 2008)	111
Figura VIII-8.	Valoración global del mercado interno en el contexto nacional (GEM 2008)	112
Figura VIII-9.	Valoración global del acceso a infraestructura física en el contexto nacional (GEM 2008)	112
Figura VIII-10.	Valoración global de las normas sociales y culturales en el contexto nacional (GEM 2008)	113
Figura X-1.	Esquema de la metodología de la investigación	128
Figura X-2.	Ficha técnica de la encuesta a la población (2008)	129

Índice de tablas

Tabla 0-1.	Clasificación de actividades empresariales	22
Tabla I-1.	Actividad emprendedora registrada - población de la C. Valenciana (2008)	32
Tabla I-2.	Evolución de la actividad emprendedora (2004-2008)	33
Tabla I-3.	Evolución de la actividad emprendedora desglosada en CV (2004-2008) ...	34
Tabla I-4.	Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2008)	35
Tabla I-5.	Evolución del cese de actividades (2004-2008)	36
Tabla I-6.	Motivos del abandono de la actividad (2008)	37
Tabla I-7.	Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2008)	38
Tabla II-1.	Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2008)	46
Tabla II-2.	Evolución del comportamiento emprendedor (2005-2008).....	47
Tabla II-3.	Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la C. Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2008)	47
Tabla III-1.	Emprendedores por rangos de edad (C. Valenciana, 2008)	54
Tabla III-2.	Edad del emprendedor potencial (C. Valenciana, 2008).....	58
Tabla III-3.	Estatus laboral del emprendedor “potencial” (C. Valenciana 2008).....	60
Tabla IV-1.	Clasificación de PYME recomendada por la Comisión Europea (según número de empleados)	67
Tabla IV-2.	Percepción del emprendedor sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (C. Valenciana, 2008)	69
Tabla IV-3.	Percepción del emprendedor sobre nº de competidores que ofrecen el mismo producto/servicio a sus potenciales clientes (C. Valenciana, 2008)	69
Tabla IV-4.	Percepción del emprendedor sobre el tiempo que la tecnología empleada en el producto o servicio principal de su iniciativa ya se encontraba disponible (C. Valenciana 2008)	69
Tabla IV-5.	Percepción del emprendedor acerca de la proporción de sus clientes potenciales que viven fuera de España (C. Valenciana 2008).....	70
Tabla V-1.	Expectativa de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2008)	74
Tabla V-2.	La inversión informal en la Comunidad Valenciana (2008)	75
Tabla V-3.	Perfil inversor informal en la Comunidad Valenciana (2008).....	75
Tabla VI-1.	Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio	80
Tabla VI-2.	Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008).....	81
Tabla VI-3.	Valoración de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la C. Valenciana (2004-2008)	82
Tabla VI-4.	Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2008).....	83
Tabla VI-5.	Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2008).....	86
Tabla VI-6.	Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008).....	87
Tabla VI-7.	Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2008).....	88

Tabla VII-1.	Evolución de la actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana y de España (2004-2008)	92
Tabla VII-2.	Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2008)	95
Tabla VII-3.	Evolución de oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2005-2008)	96
Tabla VII-4.	Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la C. Valenciana (valoración de los expertos 2004-2008)	100
Tabla VIII-1.	Condiciones de entorno analizadas por los expertos	104
Tabla VIII-2.	Ámbitos de procedencia de los expertos de la Comunidad Valenciana	104
Tabla VIII-3.	Evaluación de las condiciones de entorno de la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	107
Tabla VIII-4.	Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2008)	108
Tabla VIII-5.	Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	114
Tabla VIII-6.	Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	114
Tabla VIII-7.	Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	115
Tabla VIII-8.	Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	115
Tabla VIII-9.	Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	116
Tabla VIII-10.	Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	116
Tabla VIII-11.	Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana (2004-2008)	117
Tabla VIII-12.	Evaluación del acceso a infraestructura físicas en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	117
Tabla VIII-13.	Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana (2004-2008)	118

Los datos utilizados en la confección de este informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio compuesto, en la edición de 2008, por equipos investigadores de las siguientes nacionalidades: Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Colombia, Corea, Croacia, Chile, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, India, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, Méjico, Noruega, Países Bajos, Perú, República Dominicana, Reino Unido, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía y Uruguay; y en Reino Unido y España por: Escocia, Gales, Irlanda del Norte, Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Comunidad de Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. El listado de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales se encuentran publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2008, disponible en www.gemconsortium.org.

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

© Global Entrepreneurship Research Association



GEM Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad
Emprendedora
en la **Comunidad**
Valenciana

Informe ejecutivo 2008

PATROCINADORES E INSTITUCIONES

Nacional



Aragón



Asturias



Canarias



Cantabria



Castilla - La Mancha



Castilla y León



Cataluña



Ceuta



Comunidad Valenciana



Extremadura



Galicia



Madrid



Melilla



Murcia



Navarra



País Vasco

