

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2015



GEM

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

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

 **Santander**
UNIVERSIDADES

 **UNIVERSITAS**
Miguel
Hernández

CISE
CENTRO INTERNACIONAL
SANTANDER EMPRENDIMIENTO

Autores:

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

Investigadores colaboradores:

M^a José Alarcón García
Lirios Alos Simó
M^a Cinta Gisbert López
Antonio J. Verdú Jover
Domingo Galiana Lapera
M^a Isabel Borreguero Guerra
Jesús Ruiz García

ISSN: 1988-4885

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

Patrocinadores e instituciones:



Una manera de hacer Europa



DIPUTACIÓN DE ALICANTE





Asociación
RED GEM España

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Comunidad Valenciana 2015

AUTORES:

JOSÉ MARÍA GÓMEZ GRAS (DIR. GEM COMUNIDAD VALENCIANA)

IGNACIO MIRA SOLVES (DIRECCIÓN TÉCNICA)

JESÚS MARTÍNEZ MATEO

MARINA ESTRADA DE LA CRUZ

INVESTIGADORES COLABORADORES:

M^a JOSÉ ALARCÓN GARCÍA, LIRIOS ALOS SIMÓ, M^a CINTA GISBERT LÓPEZ, ANTONIO J. VERDÚ JOVER,
DOMINGO GALIANA LAPERA, M^a ISABEL BORREGUERO GUERRA, JESÚS RUIZ GARCÍA





José María Gómez Gras (Novelda, 1960) es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Censor Jurado de Cuentas, Economista-Auditor y Catedrático de Organización de Empresas de la UMH con una experiencia de 34 cursos.

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

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

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

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

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



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

En el campo profesional, trabajó en el Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU) entre 1993 y 2000, como consultor de I+D y como director del departamento de ingeniería.

En 2000 se incorpora al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la Universidad Miguel Hernández, desde donde viene desarrollando diversas investigaciones y consultoría para diferentes entidades públicas y privadas.

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

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



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

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

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

En el ámbito de la gestión universitaria, entre 2008 y 2015 ha sido Vicedecano de Gestión Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, y Vicedecano responsable del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos de la Universidad Miguel Hernández.

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



Marina Estrada de la Cruz (Alicante, 1973) es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Alicante, Master en Gestión y Administración de la Empresa Comercial por la Universidad Miguel Hernández y Experta Universitaria en Innovación Tecnológica en Educación. En la actualidad está realizando su doctorado en Marketing y Dirección Estratégica por la UMH. En la actualidad está realizando su doctorado en Marketing y Dirección Estratégica de Empresas dentro de la línea de investigación enfocada a Creación de Empresas, Emprendedores y Entorno. Recientemente desarrolla su actividad profesional como Ayudante en el Área de Organización de Empresas en el Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández. Así mismo, colabora activamente desde el año 2014 en el desarrollo del Informe GEM de la Comunidad Valenciana.

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

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

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RELACIÓN EQUIPOS INTEGRANTES RED GEM ESPAÑA 2015	11
PRESENTACIONES	15
Conseller de Economía Sostenible, Industria, Turismo y Empleo	17
Diputado de Fomento y Desarrollo. Diputación de Alicante.....	21
Presidente Ejecutivo Air Nostrum	23
EL PROYECTO GEM	25
BALANCED SCORECARD	29
RESUMEN EJECUTIVO	31
CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN	35
1.1 Introducción	35
1.2 Percepción de oportunidades	36
1.3 Disponibilidad de red social emprendedora.....	37
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	38
1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender.....	39
1.6 Emprendimiento como opción profesional	40
1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico	41
1.8 Medios de comunicación y emprendimiento.....	42
1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español	43
CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL	45
2.1 Introducción	45
2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor.....	46
2.3 Evolución de la intención emprendedora	47
2.4 Evolución de la actividad emprendedora	48
2.5 Evolución de la actividad consolidada.....	50
2.6 Evolución de abandonos y cierres.....	51
2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.	53
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	56

CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR	59
3.1. Introducción	59
3.2. Género.....	59
3.3. Edad	62
3.4. Formación	63
3.5. Perfil medio.....	66
CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES.....	69
4.1. Introducción	69
4.2. Sectores generales de actividad.....	69
4.3. Número de socios.....	70
4.4. Dimensión y número de empleados.....	71
4.5. Necesidades de financiación iniciales.	73
4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa.....	76
CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER	79
5.1. Introducción	79
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	82
5.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones.....	87
CAPÍTULO 6. REFLEXIONES FINALES	91
ÍNDICE DE FIGURAS	95
ÍNDICE DE TABLAS	97
FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO	99

RELACIÓN EQUIPOS RED GEM ESPAÑA 2015

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-Cise Asociación RED GEM España	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de Cise) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José L. González (Equipo Dirección Técnica GEM- España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-Cise Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz UTE Fujitsu Magtel
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón. Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón.
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Dir. GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Gemma Hernando Moliner Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Inés Rueda Sanpedro Lidia Sánchez Ruiz	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Figuls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez (Dir. GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Adrián Rabadán Guerra	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Dir. GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Iberdrola Fgulem
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM Ceuta). María del Carmen Haro Domínguez María Jose González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada.
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba Iñaki Ortega Cachón	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	<p>José María Gómez Gras (Dir. GEM-C. Valenciana)</p> <p>Ignacio Mira Solves (Director técnico)</p> <p>Jesús Martínez Mateo</p> <p>Marina Estrada de la Cruz</p> <p>Antonio J. Verdú Jover</p> <p>M^a José Alarcón García</p> <p>M^a Cinta Gisbert López</p> <p>Lirios Alós Simó</p> <p>Domingo Galiana Lapera</p> <p>M^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE)</p> <p>Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana</p> <p>Diputación Provincial Alicante</p> <p>Air Nostrum</p> <p>CatralExport</p> <p>Fundación Juan Perán-Pikolinos</p> <p>Fundación Manuel Peláez Castillo</p> <p>Goldcar</p> <p>Grupo Eulen</p> <p>Grupo Soledad</p> <p>Mustang</p> <p>Panter</p> <p>Seur</p> <p>Vectalia</p> <p>Escuela de Empresarios (EDEM)</p> <p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Dir. GEM-Extremadura)</p> <p>J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)</p> <p>M^a de la Cruz Sánchez Escobedo</p> <p>Antonio Fernández Portillo</p> <p>Manuel Almodóvar González</p> <p>Ángel Manuel Díaz Aunión</p> <p>Raúl Rodríguez Preciado</p>	<p>Universidad de Extremadura</p> <p>Avante Extremadura</p> <p>Sodiex</p> <p>CC. NN. Almaraz-Trillo</p> <p>Fundación Academia Europea de Yuste</p> <p>Philip Morris Spain, S.L.</p> <p>Palicrisa</p> <p>Imedexsa</p> <p>Grupo Ros Multimedia</p> <p>Diputación de Badajoz</p> <p>Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico de Extremadura</p> <p>Fundación Universidad Sociedad Iberdoex</p> <p>Tambo</p>

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Marta Amate López (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Jose Manuel Maceira Blanco Rafael Serrano Hernández	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Guillermo Viña González Norberto Penedo Rey Enrique Gómez Fernández	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora equipo USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda David Rodeiro Pazos Mercedes Teijeiro Álvarez M ^º Milagros Vivel Búa Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Madrid Ciudad	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid Ciudad) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Ayuntamiento de Madrid
	Universidad Autónoma de Madrid		
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Investigación. Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra
	King's College London (UK)		Catedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA- La Caixa

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
País Vasco	Deusto Business School	Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco) Iñaki Peña José L. González-Pernía	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano	
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España



Conseller de Economía Sostenible, Industria, Turismo y Empleo

Dos hechos han determinado el emprendimiento de la Comunitat Valenciana en 2015, el ser Región Europea Emprendedora y la constitución del Consejo Valenciano del Emprendedor, hechos que han marcado la agenda de esta Conselleria y, en especial, de la Dirección General de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo y del resto de agentes del ecosistema emprendedor valenciano.

El Comité de las Regiones galardonó en 2015 a la Comunitat Valenciana con el **Premio «Región Emprendedora Europea» (EER)** que reconoce y recompensa a las regiones europeas que hayan mostrado una estrategia destacada e innovadora en materia de emprendimiento, plasmada en acciones concretas y medibles. El objetivo de la iniciativa es crear regiones dinámicas, verdes y emprendedoras.

Este premio supone un reconocimiento a la política de emprendimiento de la Comunitat y además le permite optar a fondos europeos de financiación para realizar planes y acciones conjuntas con regiones europeas emprendedoras. Al mismo tiempo este premio supone para la Generalitat, y, en concreto, para la Dirección General de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo, la apertura de nuevas oportunidades de interacción con otras regiones europeas, como la creación de consorcios, la presencia en plataformas emprendedoras, el fortalecimiento de la posición de la Generalitat en los órganos e instituciones que trabajan en emprendimiento europeo, y la cooperación entre regiones. En concreto, el EER 2015 nos ha brindado la oportunidad de participar junto a otras regiones europeas en un **proyecto Interreg** y en los Open Days.

El proyecto Interreg “iEER, Boosting innovative entrepreneurial ecosystem in regions for young entrepreneurs” nos ha permitido asociarnos con regiones punteras en emprendimiento como Helsinki-Uusima, líder del proyecto, Land Brandenburg, Kerry County, Nord-Pas de Calais, Northern Ireland, Marche Region, Western Romania y Western Polonia. El objetivo principal es mejorar la capacidad de las regiones para facilitar el emprendimiento joven a través de las instituciones de enseñanza superior y la cooperación de las mismas.

Boost EER tiene una doble vertiente, por un lado servir de plataforma para el co-aprendizaje y el intercambio de conocimiento entre regiones emprendedoras y para desarrollar planes de acción para el apoyo a jóvenes emprendedores en los correspondientes fondos estructurales y programas regionales. Tres de los proyectos que forman parte del Campus del Emprendedor Innovador, Aula Emprende, 5UCV Start UP y Banco de Patentes se presentaron como buenas prácticas dentro de este Proyecto Interreg.

En relación con los Open Days 2015 se plantearon dos actuaciones, una a nivel europeo, en la que la Dirección General de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo de la Generalitat participó en el Workshop que se celebró en Bruselas la semana del 12 al 15 de octubre y, la celebración de los Open Days de nuestra Región en el marco de la X Edición del Día de la Persona Emprendedora de la Comunitat Valenciana, que culminó con la visita de representantes de la Comisión Europea y del Comité Europeo de las Regiones.

En materia de emprendimiento la Comunitat Valenciana apuesta por un modelo coordinado, colaborativo y transversal entre los distintos actores del ecosistema de emprendimiento, bajo la supervisión del **Consejo Valenciano del Emprendedor**, órgano de coordinación y consultivo de la política estratégica de emprendimiento.

En esta nueva legislatura la Generalitat plantea acometer cambios en profundidad en la forma de gestionar el apoyo público al emprendimiento, de manera que el emprendedor que se dirija a la Administración Pública valenciana encuentre **un canal de acceso único, claro y eficiente**, donde pueda resolver sus necesidades de información, asesoramiento y gestión de trámites administrativos. El Pleno del CVE celebrado el 11 de diciembre de 2015 acordó: “- **Elaborar un Plan de acción con horizonte en 2020**, que permita ordenar el mapa del emprendimiento valenciano hacia un ecosistema emprendedor diversificado, sostenible y socialmente responsable”

Del análisis realizado brotarán las conclusiones que permitan decidir sobre la mejor forma de instrumentar la coordinación necesaria en las políticas de emprendimiento. La tarea prioritaria es obtener un diagnóstico real de nuestro sistema público de apoyo al emprendimiento, determinar sus carencias y disfunciones, para buscar el mejor tratamiento.

RAFAEL CLIMENT GONZÁLEZ

Conseller de Economía Sostenible, Industria, Turismo y Empleo



Presidente de la Diputación de Alicante

Ha pasado un año desde que dirigiera mis primeras palabras a los lectores de esta publicación y en estos 365 días han sido muchos los acontecimientos que se han generado en nuestra provincia. La recuperación económica del país y, por extensión, de la Comunitat Valenciana y de nuestro territorio es un hecho que va aparejado al impulso de proyectos emprendedores.

Las administraciones debemos ser capaces de canalizar esas nuevas ideas y de crear flujos sostenibles que permitan materializarlas y convertirlas en opciones de éxito. Conscientes de este requerimiento, el Gobierno Provincial se ha implicado de forma contundente en ayudar a los jóvenes a poner en marcha sus iniciativas con la implantación de tres centros 'coworking', en Alicante, Orihuela y Benissa, un proyecto por el que apostamos concienzudamente mediante una inversión de 400.000 euros. La formación y tutorización de personas generadoras de ideas y propuestas con probabilidad de éxito y potenciales creadores de empleo tienen que tener a su favor vías de ejecución y contar con el respaldo de instituciones públicas que pongan a su disposición los instrumentos oportunos.

Siendo como somos una provincia dinámica, pionera en muchos sectores, referencia internacional en otros tantos y motor económico y turístico de la Comunitat Valenciana, no podemos dejar escapar el talento joven del que somos pródigos y que, indiscutiblemente, nos sitúa a la cabeza del desarrollo del territorio. Por eso la Diputación de Alicante estará continuamente al lado de todas aquellas personas, empresas, entidades y asociaciones cuyo fin y razón social sea la de procurar el emprendimiento, porque de la génesis de pequeñas ideas y medianas empresas se desarrollan grandes proyectos y punteras mercantiles. Siempre siendo conscientes de las dificultades que entraña no solo poner en marcha una iniciativa, sino consolidarla.

El turismo, la industria, la cultura, la energía, el textil, el juguete, el medio ambiente o el sector agroalimentario, por citar solo unos pocos ejemplos, constituyen algunos de los

campos en los que los emprendedores de la provincia tienen una esfera de acción para la proyección de sus potenciales planes. Además, cuentan a su favor con una consolidada y tejida red infraestructural que potencia y facilita la resolución de sus objetivos.

En este punto, me gustaría felicitar a los expertos que cada año elaboran este exhaustivo y completo informe con el que se realiza la actividad emprendedora de nuestra provincia mediante datos socioeconómicos, análisis de valoración y otros apuntes de interés que nos permiten pulsar la situación empresarial autonómica. Es por ello que animo a los autores del informe GEM a seguir en esta línea de actuación, porque las potencialidades de crecimiento, desarrollo, prosperidad y bienestar social de un territorio dependen siempre de cuanto se haga a nivel humano, académico, social, institucional y empresarial. Vamos por el buen camino y en unos años estoy convencido de que la provincia de Alicante se convertirá, como ya se está gestando, en epicentro económico y empresarial de Europa.

CÉSAR SÁNCHEZ PÉREZ
Presidente Diputación de Alicante



Presidente Ejecutivo Air Nostrum

Mientras revisaba mis notas para escribir este prólogo a la presente edición del Estudio GEM en la Comunidad Valenciana, me he topado con estas palabras que escribí hace ahora exactamente diez años:

“¿Por qué en unas regiones es mayor que en otras el índice de actividad emprendedora? ¿Cómo está posicionada la Comunidad Valenciana respecto a otras comunidades en lo que se refiere a la creación de empresas? ¿Pueden los poderes públicos generar un caldo de cultivo que favorezca el crecimiento del tejido empresarial? A estas y a otras preguntas viene dando respuesta el estudio GEM año tras año. Por eso, todos los que creamos Air Nostrum, hemos decidido brindar nuestro más decidido apoyo a los impulsores del proyecto como emprendedores que somos, porque estamos convencidos de que sólo desde el profundo conocimiento de los mecanismos que generan el nacimiento de las empresas, se podrán adoptar tanto desde el sector público como desde el sector privado, medidas tendentes a favorecer e incentivar el nacimiento de la más importante herramienta de desarrollo y cohesión social: la empresa”

Releo mis palabras y reflexiono sobre las elevadas expectativas que generó en mí el estudio GEM tras aquella primera reunión en la que me expusieron con entusiasmo su alcance y metodología, el profesor José María Gómez Gras de la UMH y Nacho de la Vega, viejo compañero del IE. Les confieso que, tras escucharles, se despertó en mí ese espíritu de *start up* en permanente reinención que ningún empresario debería perder y decidí apoyar el proyecto desde la ilusión del que nunca dejó de sentirse emprendedor de corazón y quiere que le ayuden a conocer mejor su ADN.

Hoy me pregunto si conocemos mejor que hace una década el complejo mundo del emprendimiento en nuestra comunidad; si ha servido de algo tanto esfuerzo, tanto

talento puesto a disposición de un proyecto esencialmente colectivo como es el *Global Entrepreneurship Monitor* cuyo objetivo final es constituir una praxis de conocimiento al servicio del bien común.

Mi conclusión es rotunda: decididamente SI. Gracias al trabajo desarrollado por el equipo de profesores e investigadores de la Universidad Miguel Hernández tenemos abundantes datos, en edición “corregida y aumentada”, acerca de la evolución anual del contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana; los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de nuestra población y las características que condicionan y favorecen la actividad emprendedora.

Sin embargo ¿dichas conclusiones han sido suficientemente analizadas y tenidas en cuenta por los poderes públicos a la hora de legislar y desarrollar políticas destinadas a favorecer el emprendimiento? ¿y los financiadores? ¿han obtenido réditos de esos detallados perfiles de los emprendedores que GEM nos ofrece a la hora de analizar riesgos e inversiones en “capital semilla”? Mi impresión es que NO, que en este ámbito todavía queda muchísimo camino por recorrer.

Decididamente tenemos una asignatura pendiente. Es misión de todos los que creemos en el emprendimiento ayudar a concienciar a la sociedad de la importancia de este fenómeno. Los investigadores que han alumbrado las conclusiones del Estudio GEM 2015 ya han obtenido su merecido “cum laude”, pero la mayor parte de las administraciones, instituciones, medios de comunicación y empresas, todavía no nos hemos parado a estudiar a conciencia los apuntes. Tenemos un examen que deberíamos aprobar con nota antes de la próxima crisis y no podemos seguir agotando convocatorias.

Que disfruten con la lectura de este excelente trabajo.

CARLOS BERTOMEU MARTÍNEZ
Presidente y CEO de Air Nostrum

EL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) se crea como un observatorio internacional dedicado al análisis del fenómeno emprendedor, a través de estudios que se desarrollan con periodicidad anual. Su actividad da comienzo en el año 1999 de la mano de London Business School y Babson College, y se materializa en informes de ámbito internacional, nacional, regional y local gracias al consorcio de los investigadores que lo integran.

Desde que comenzase su primera edición, el número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando, se han analizado más de un centenar de países, y en concreto, esta edición de 2015 cuenta con la participación de más de 60 países, en los que se han entrevistado alrededor de 198.000 personas.

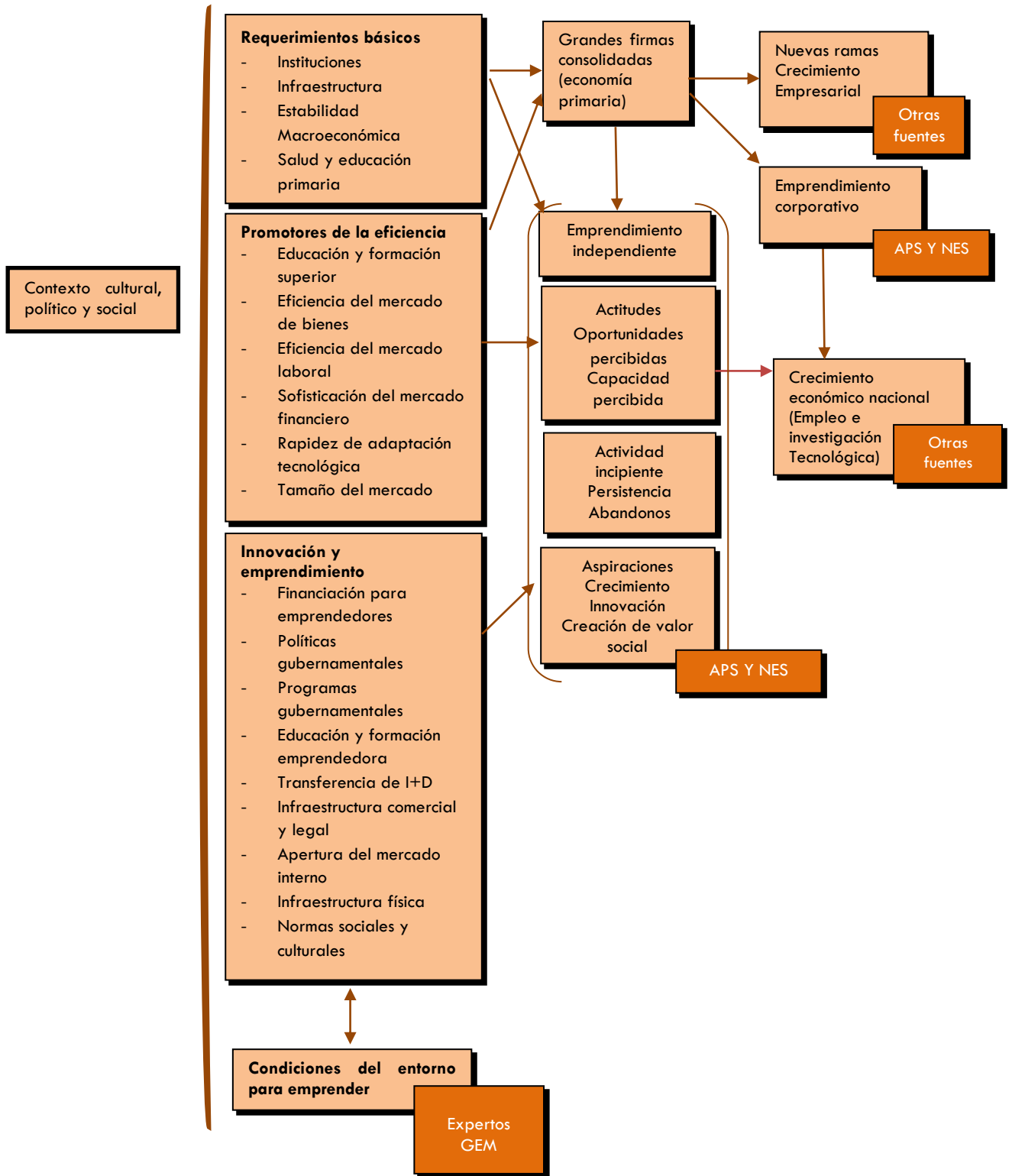
En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano. Esta organización del Proyecto en España fue merecedora en 2012, del galardón al mejor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

En concreto, el equipo GEM formado por profesores e investigadores de la Universidad Miguel Hernández, cumple 12 años desarrollando los informes anuales específicos de la Comunidad Valenciana, los cuales proporcionan una perspectiva de evolución sobre:

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

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

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



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

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

Figura 2. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM.



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

BALANCED SCORECARD

Este apartado recoge algunos de los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Comunidad Valenciana, en forma de cuadro de mando integral o Balanced Scorecard, facilitando una visión de conjunto del estado del emprendimiento en 2015 y su comparación con 2014.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2014	2015
Percibe buenas oportunidades para emprender	24,2%	28,7%
Dispone de una cierta red social (conocimiento de emprendedores)	37,0%	28,9%
Se autoreconoce habilidades y conocimientos para emprender	46,8%	41,4%
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	53,2%	57,6%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	5,4%	5,3%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	2,1%	1,9%
Ha actuado como inversor informal	2,4%	2,2%
TEA, iniciativas hasta 42 meses de operatividad (% sobre población 18-64 años)	2014	2015
TEA Total	4,0%	3,7%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	3,4%	2,6%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	4,6%	4,8%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2014	2015
TEA por necesidad (iniciativas a falta de alternativas de empleo)	31,1%	27,0%
TEA por oportunidad (iniciativas sobre oportunidades detectadas)	66,8%	67,6%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	2,1%	5,4%
TEA del sector extractivo o primario	3,3%	2,7%
TEA del sector transformador	23,5%	10,9%
TEA del sector de servicios a empresas	18,3%	38,0%
TEA del sector orientado al consumo	54,8%	48,4%
TEA hasta 5 empleados	83,0%	88,2%
TEA de más de 5 empleados	17,0%	11,8%

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 5)	2014	2015
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,82	3,98
Programas públicos de apoyo	3,00	3,04
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	2,91	2,84
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,90	2,74
Normas sociales y culturales	2,84	2,96
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,73	2,51
Dinámica del mercado interno	2,58	2,27
Políticas fiscales y burocracia administrativa	2,57	2,05
Barreras de acceso al mercado interno	2,50	2,39
Transferencia de I + D	2,45	2,34
Financiación para emprendedores	2,26	2,12
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	2,00	1,71

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

El emprendimiento y el proceso de puesta en marcha de iniciativas empresariales son numerosas las variables que condicionan tanto al emprendedor, como al desarrollo de nuevas empresas y que nos ayudan a valorar las tasas de actividad emprendedora y su evolución en un territorio en concreto. Entre estas variables, desde una perspectiva sociocultural, se encuentran los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, que afectan al comportamiento emprendedor y pueden facilitar o entorpecer el desarrollo de nuevas iniciativas.

En concreto, en 2015 un 28,7% de la población de la Comunidad Valenciana, considera que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje supera en 4,5 puntos el obtenido en 2014, y confirma que se mantiene un cierto crecimiento sostenido sobre esta percepción en los últimos años.

El porcentaje de población que cuenta con emprendedores en su círculo social, alcanza, en este 2015, al 28,9%, ocho puntos menos que en 2014.

En relación al auto-reconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que un 41,4% de los individuos sienten que cuentan con la destreza necesaria para la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Este dato confirma la tendencia de descenso que viene produciéndose en los últimos cuatro años.

Respecto al miedo al fracaso como inhibidor del proceso emprendedor, un 57,6% de la población no lo considera un impedimento crítico para iniciar un proyecto empresarial. Este porcentaje mejora la situación de 2014 el algo más de cuatro puntos porcentuales.

Otras variables socioculturales, como la valoración de la creación de empresa como buena opción profesional (50,2%) o el estatus social que puede proporcionar el desarrollo de empresa propia (46,3%), también se sitúan en valores levemente inferiores a 2014.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En relación a las tasas de involucración de la población adulta de la Comunidad Valenciana en actividades hasta 42 meses de funcionamiento, los datos del observatorio GEM recogen que un 3,7% formaba parte de este colectivo, 0,3 puntos menos de lo detectado en 2014, lo que lleva al nivel de actividad, a valores de mínimos registrados, como ya ocurrió en 2010.

Los emprendedores potenciales prácticamente se mantienen con respecto a 2014, ya que éste 2015 se alcanza un porcentaje del 5,3% de la población, una décima menos que en el año anterior.

Sin embargo, la consolidación de los que emprendieron en años anteriores aumenta en este 2015. Así, el colectivo de empresarios consolidados alcanza al 5,9% de la población, 8 décimas más del porcentaje que se observó en 2014.

En cuanto a la población que ha tenido que cerrar su actividad, se estima en una décima menos que en 2014, situándose en el 1,3%.

Finalmente, en cuanto a tipos de comportamiento, los emprendedores por oportunidad alcanzan a un 67,6% y continúan siendo mayoritarios, mientras que alrededor de un 27% de emprendedores se encuentran motivados principalmente por necesidad como motor principal para la puesta en marcha de su iniciativa empresarial.

Perfil socio-económico de los emprendedores incipientes

Durante el año 2015, el perfil medio de las personas que intervienen en el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana es muy similar al reflejado en 2014. Este perfil se corresponde con un varón en un 64,7% de los casos, cuya edad promedio se encuentra en torno a los 36,1 años, y con estudios universitarios en el 70,8%.

En relación a las personas implicadas en las primeras tareas de la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, un 33,3% disponen de formación específica para emprender, y entre los que tienen la intención de emprender a corto plazo, el 40,4% también posee formación en este sentido.

Características de las actividades emprendedoras

Sobre el total de actividad emprendedora incipiente registrada, durante el año 2015 siguen siendo mayoría los negocios orientados al sector servicios, con un 86,4% (48,4% servicios al consumo y 38,0% a empresas).

En lo referente al número de propietarios de las iniciativas con menos de 42 meses en el mercado, se recoge que el 55,8% de los mismos emprenden de forma individual, y alrededor de 11,2% declaran desarrollarla con tres o más socios.

El apartado relativo a financiación, refleja una disminución en términos generales respecto a 2014. El 17,5% de los emprendedores nacientes estiman unas necesidades que no van más allá de los 3.000 euros, dato que se aproxima al obtenido en 2013.

Condiciones de entorno

Complementariamente a la encuesta de la población adulta, los expertos de la Comunidad Valenciana entrevistados, proporcionan un diagnóstico sobre el estado de las principales condiciones del entorno que afectan al desarrollo del proceso emprendedor.

Respecto a los diferentes factores analizados, los expertos perciben adecuadas las condiciones de acceso a la infraestructura física y a los programas públicos de apoyo así como en lo relativo a la orientación emprendedora en la educación superior y normas sociales y culturales

Los aspectos con valoración más baja son los relativos a la financiación para nuevas iniciativas empresariales, los referidos a la política fiscal y burocracia para la constitución de la empresa, y particularmente la orientación al emprendimiento en la educación primaria y secundaria.

CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN

1.1 Introducción

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

En consecuencia, la involucración emprendedora en un territorio depende, en gran medida, de las percepciones de la población sobre las oportunidades de negocio, así como de los valores culturales de cada comunidad. Considerando lo anterior, este primer capítulo engloba el análisis de los valores, las percepciones y las actitudes de la población de la Comunidad Valenciana, tanto si está involucrada en una nueva iniciativa empresarial como si no.

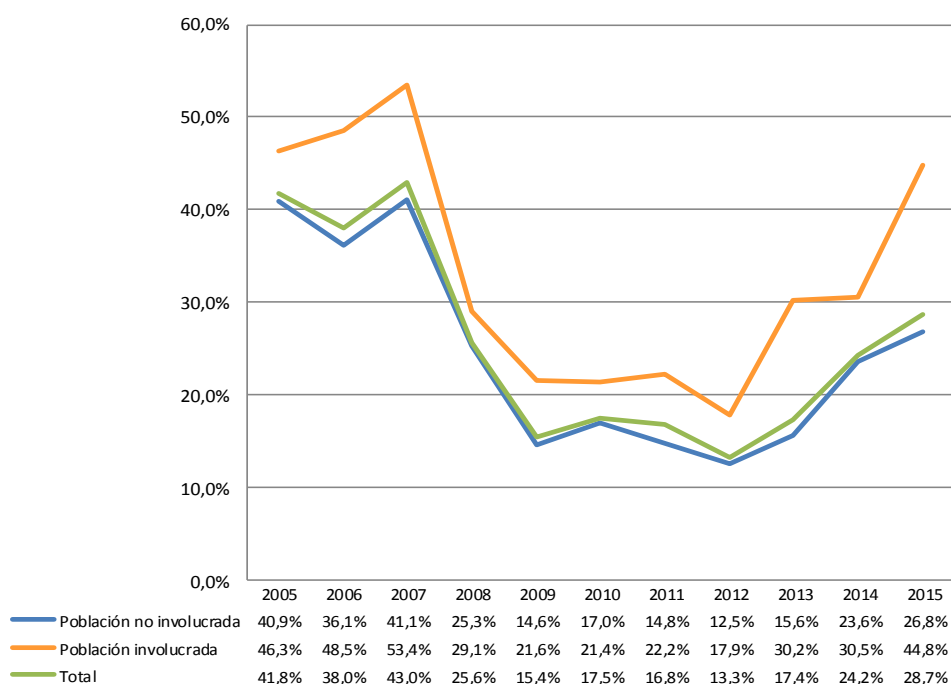
Concretamente, son analizadas la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo, la percepción de la posesión de capacidades para ello, la disponibilidad de una red social emprendedora, el miedo a fracasar como posible barrera, y otros aspectos relacionados con las normas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

1.2 Percepción de oportunidades

Los datos 2015 indican que un 28,7% de la población de la Comunidad Valenciana considera que existen oportunidades para el emprendimiento a seis meses vista. Este porcentaje supone un incremento respecto a 2014, siguiendo la tendencia de crecimiento iniciada en 2013.

En lo que se refiere a las personas involucradas en el proceso emprendedor, el cambio es especialmente remarcable, de forma que el porcentaje se incrementa en 14,3 puntos.

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

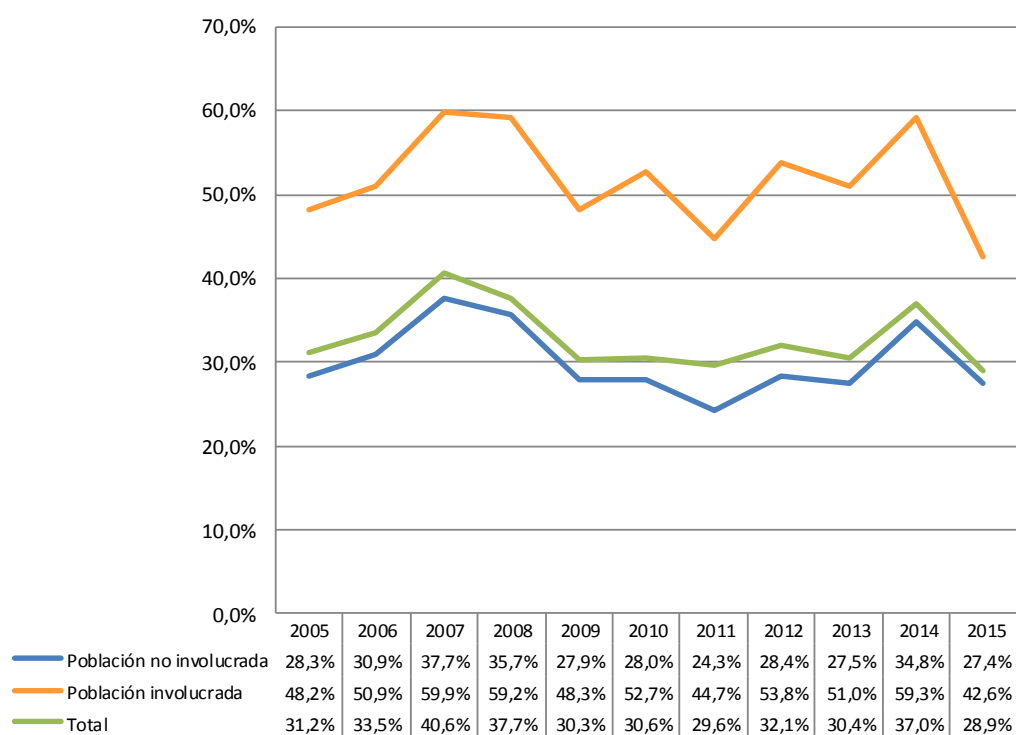


1.3 Disponibilidad de red social emprendedora

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

Los datos obtenidos muestran que el 28,9% de la población considera que dispone de conocidos que pueden constituir esa red social, lo que supone un descenso con respecto a 2014 de aproximadamente 8 puntos.

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



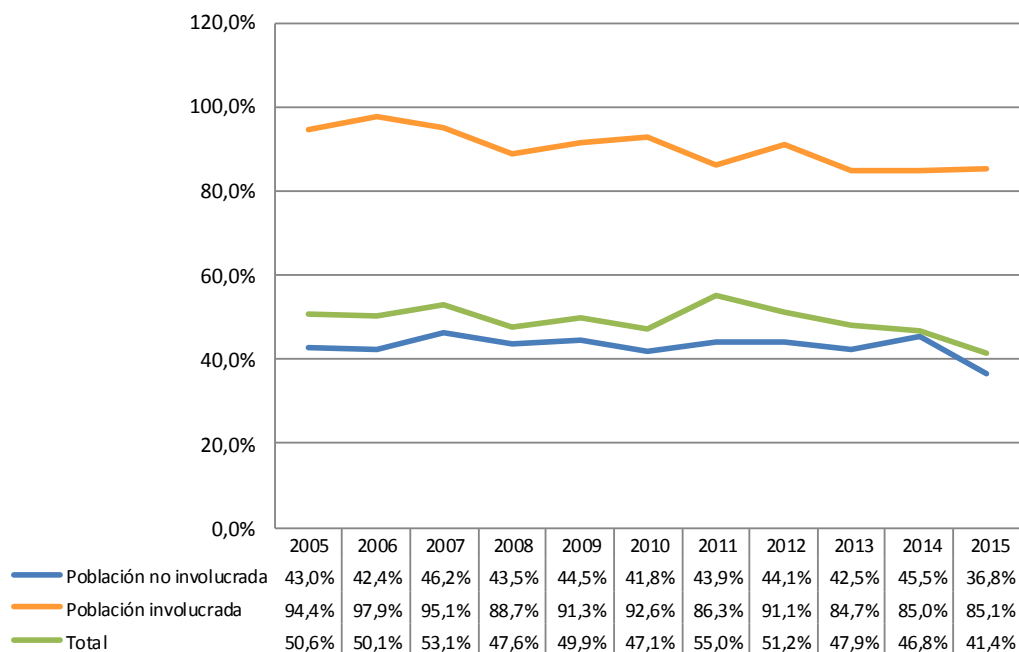
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

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

Para el año 2015, los datos de la población indican que, en la Comunidad Valenciana, un 41,4% de los individuos considera que cuenta con las habilidades y capacidades necesarias para la puesta en marcha de una nueva iniciativa. Este dato supone el más bajo de todo el histórico analizado.

Sin embargo, hay que decir que el descenso viene de la mano de la caída de la percepción de la población no involucrada en actividades emprendedoras incipientes, ya que el autoreconocimiento de capacidad se mantiene en cifras similares entre los involucrados.

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



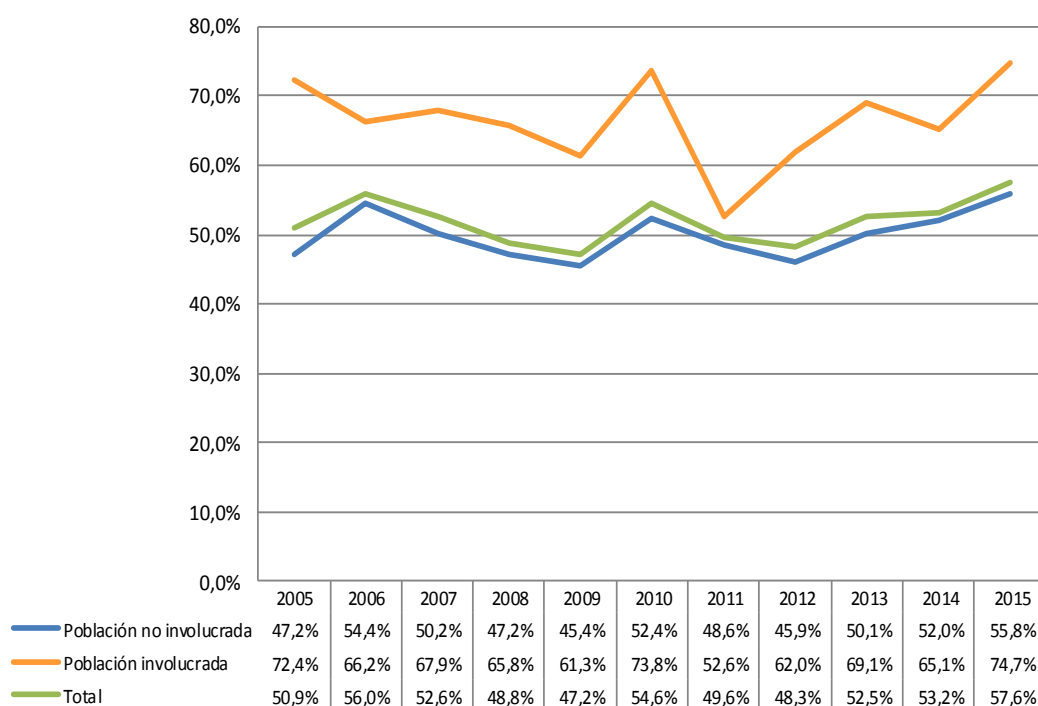
1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

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

La información obtenida en 2015 muestra que el 57,6% de la población entrevistada, no considera que la posibilidad de fracasar sea un impedimento para el emprendimiento, porcentaje que supone un incremento de 4,4 puntos respecto a 2014, y continúa con la tendencia de ascenso recogida en los últimos años.

Desglosando esta información entre población no involucrada e involucrada, el porcentaje en los primeros alcanza a un 55,8%, mientras que entre los emprendedores este porcentaje aumenta hasta un 74,7%.

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

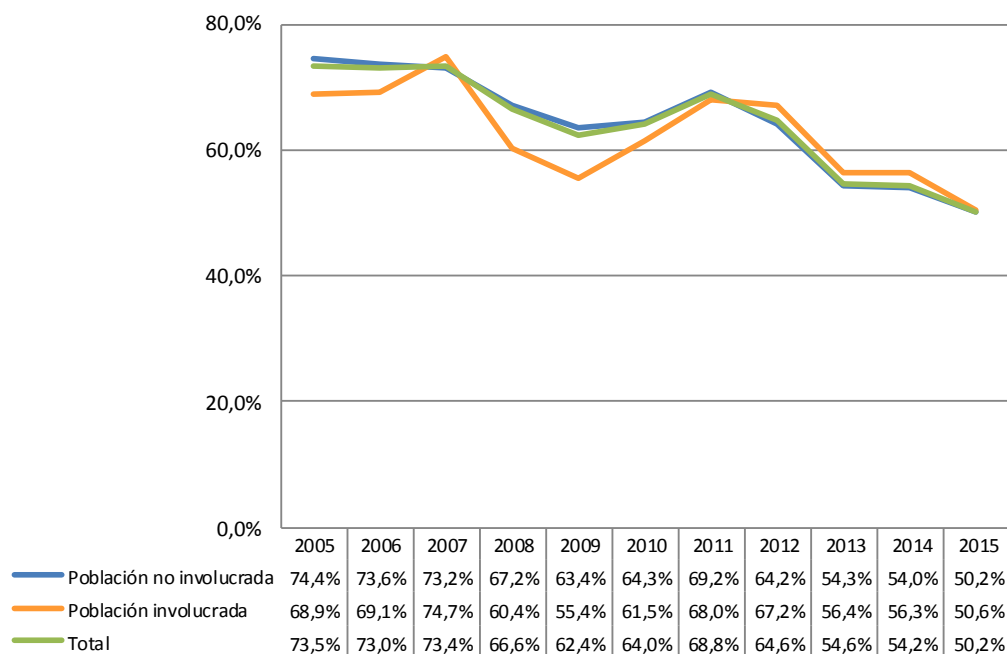


1.6 Emprendimiento como opción profesional

Las normas socioculturales de una comunidad recogen, en relación con el emprendimiento, el sentimiento general de la población respecto a la actividad de puesta en marcha de negocios y a la figura de los emprendedores. En este sentido, su importancia radica en la influencia que ejercen estas normas socioculturales sobre el desarrollo de intenciones y conductas.

En este sentido, GEM pulsa la opinión de la sociedad sobre la bondad del emprendimiento como opción profesional atractiva. Al respecto, la información obtenida muestra que un 50,2% de la población reconoce que la opción emprendedora es una buena salida profesional. Así mismo, no se encuentran diferencias relevantes de opinión entre el colectivo de emprendedores y el resto. Si bien se mantiene aproximadamente en la mitad de la población, este porcentaje ha experimentado una tendencia suave al descenso en los años desde el inicio de la crisis que sitúan el registro de 2015 en su menor dato.

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

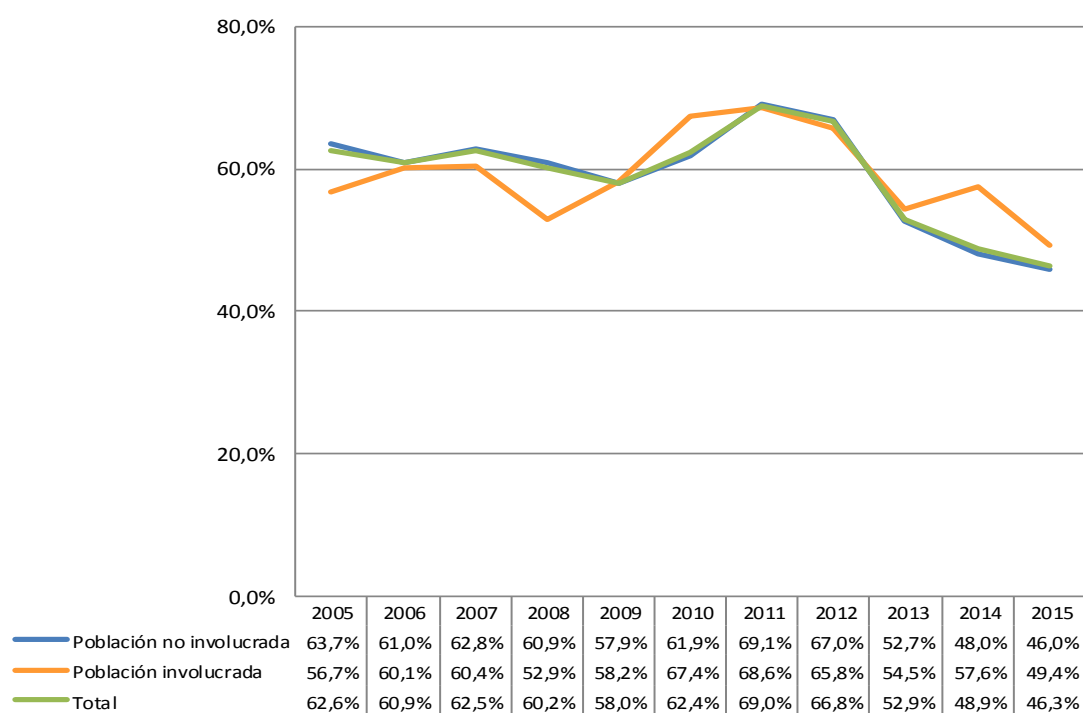


1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

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

En este sentido se observa que, en 2015, el 46,3% de la población de la Comunidad Valenciana opina que el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica; siendo este dato al igual que en el caso de la valoración de la opción profesional, el valor más bajo recogido en el histórico tras una senda de descenso continuado.

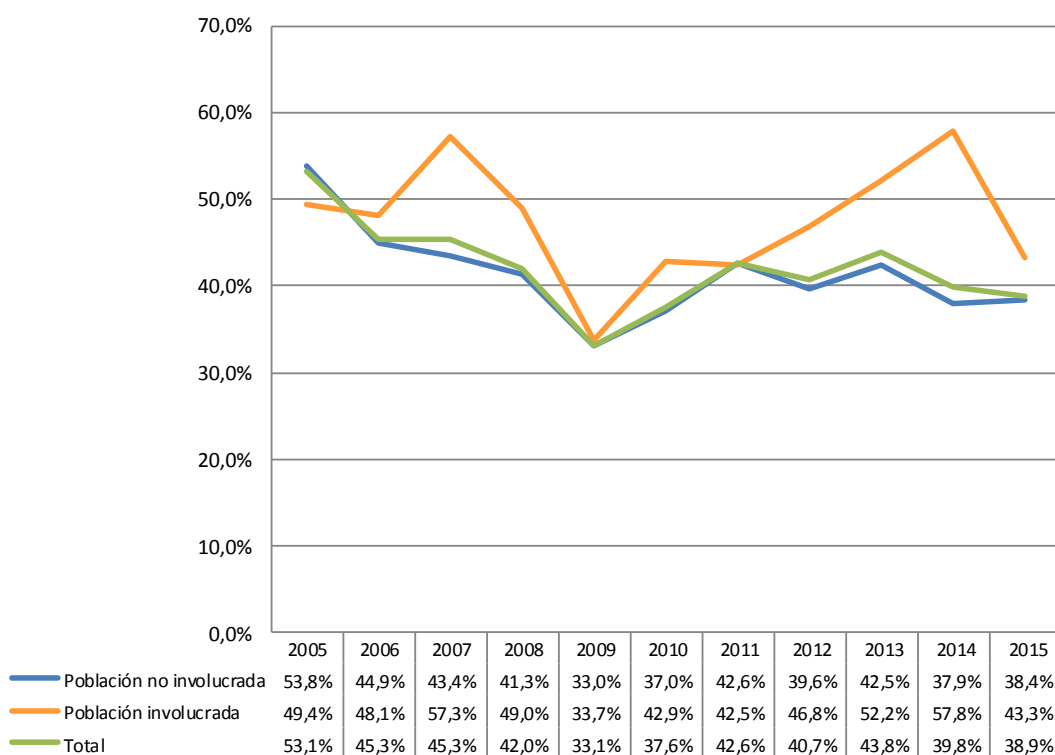
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica (% de población entre 18-64 años).



1.8 Medios de comunicación y emprendimiento

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

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

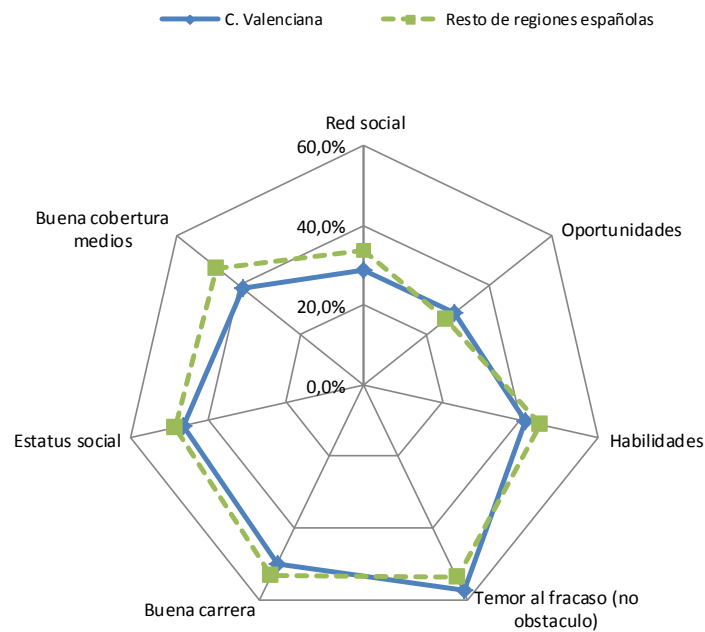


En conjunto, el porcentaje de personas que piensan que los medios de comunicación están realizando esta labor en la Comunidad Valenciana alcanza a un 38,9%, lo que supone un ligero descenso respecto a 2014, si bien, considerando las diferencias entre población no involucrada e involucrada, es ésta última la que sufre un mayor descenso, y se sitúa en porcentajes similares a los de 2010.

1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

La figura 10 recoge a modo de síntesis comparativa, el posicionamiento de la Comunidad Valenciana respecto a los ítems analizados en el presente capítulo, así como la media observada en el resto de regiones españolas. Los valores que se recogen son similares, dando a nivel nacional una mayor importancia a la buena cobertura en medios y a la red social emprendedora.

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



CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

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

En GEM, estas etapas se definen operativamente del siguiente modo:

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

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

2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor

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

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

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



La figura 12 incorpora los porcentajes de población obtenidos en cada una de estas etapas en la Comunidad Valenciana, recogidos entre junio y julio de 2015. En todos los casos, la información procede de la encuesta a la población adulta, llevada a cabo con una muestra representativa de 1.000 individuos.

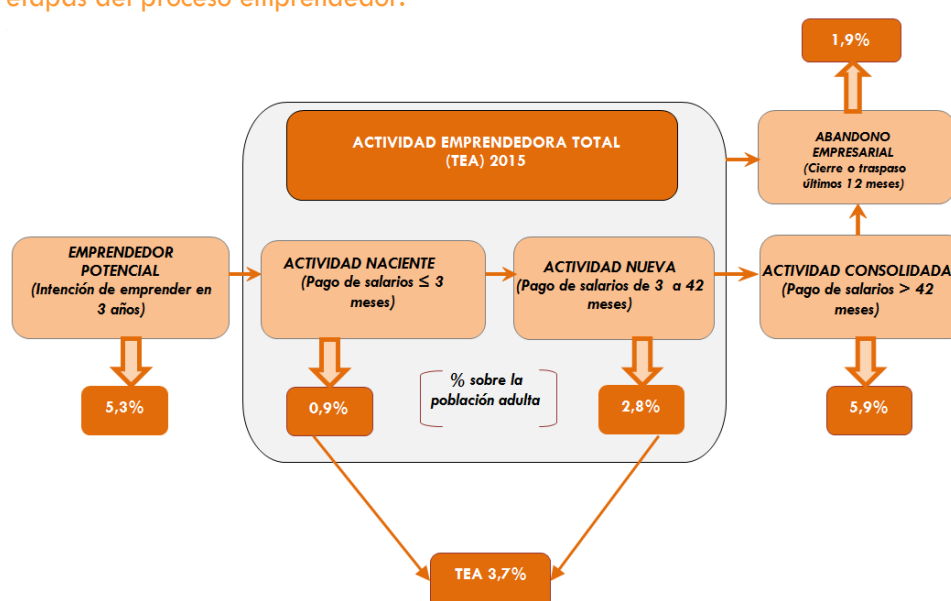
Considerando en primer lugar el índice TEA, éste recoge que en el año 2015, el 3,7% de la población adulta entre 18 y 64 años, estaba involucrada en actividades emprendedoras de menos de 42 meses. De este conjunto, aproximadamente una cuarta parte corresponde a emprendedores nacientes que tratan de poner en marcha el negocio (0,9% de la población adulta), mientras que el resto está compuesto por

empresarios nuevos, cuya actividad tiene ya una antigüedad entre 3 y 42 meses en el mercado (2,8% de la población adulta).

El observatorio GEM identifica además, que un 5,3% de la población adulta puede clasificarse como emprendedor potencial, y que el conjunto de empresarios consolidados se sitúa en un 5,9%.

En el caso del colectivo relativo a abandonos, éstos alcanzaron al 1,9% de la población adulta.

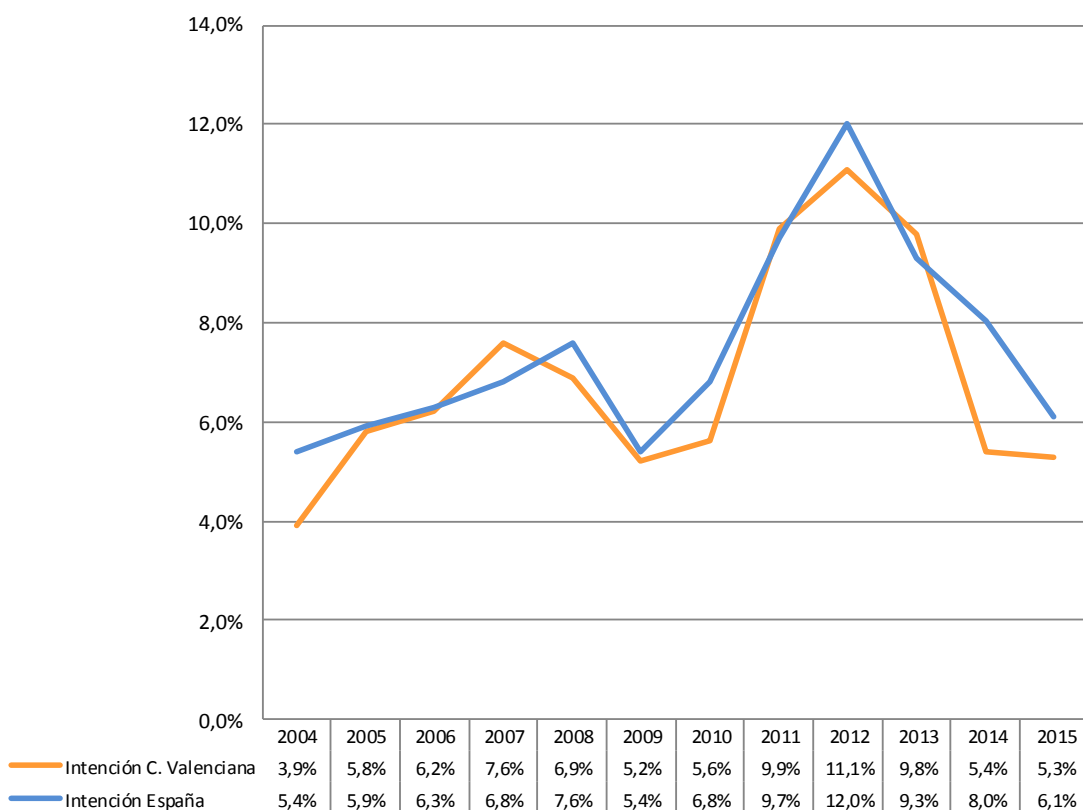
Figura 12. Tasas de involucración 2015 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



2.3 Evolución de la intención emprendedora

La tasa de intención emprendedora en la Comunidad Valenciana muestra una evolución en la que, tras encadenar una serie de descensos consecutivos entre 2008 y 2010, crece entre 2011 y 2012, en parte por considerar la alternativa emprendedora como salida a una situación adversa en lo laboral. Sin embargo, la tendencia vuelve a invertirse desde 2013, recogiendo desde entonces una disminución continuada. Esta evolución muestra cierto paralelismo con la del conjunto de España.

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



2.4 Evolución de la actividad emprendedora

Los datos de la evolución de la tasa de actividad emprendedora (TEA) de la Comunidad Valenciana (figura 14a) muestran que en 2007 se alcanzó un máximo, tras varios años de crecimiento, y 2008 marcó un cambio de tendencia que llevó la tasa a valores mínimos en 2010. Al igual que la intencionalidad, antes analizada, 2011 supuso un año de crecimiento, tras el cual, se han encadenado cuatro años de descenso continuado hasta que en 2015 la actividad emprendedora incipiente vuelve, como en 2010, a una tasa del 3,7%.

Esta evolución muestra cierto paralelismo con el promedio del conjunto de España, si bien los dos últimos años han tendido a incrementar las diferencias entre ambos registros, que se amplían hasta los dos puntos.

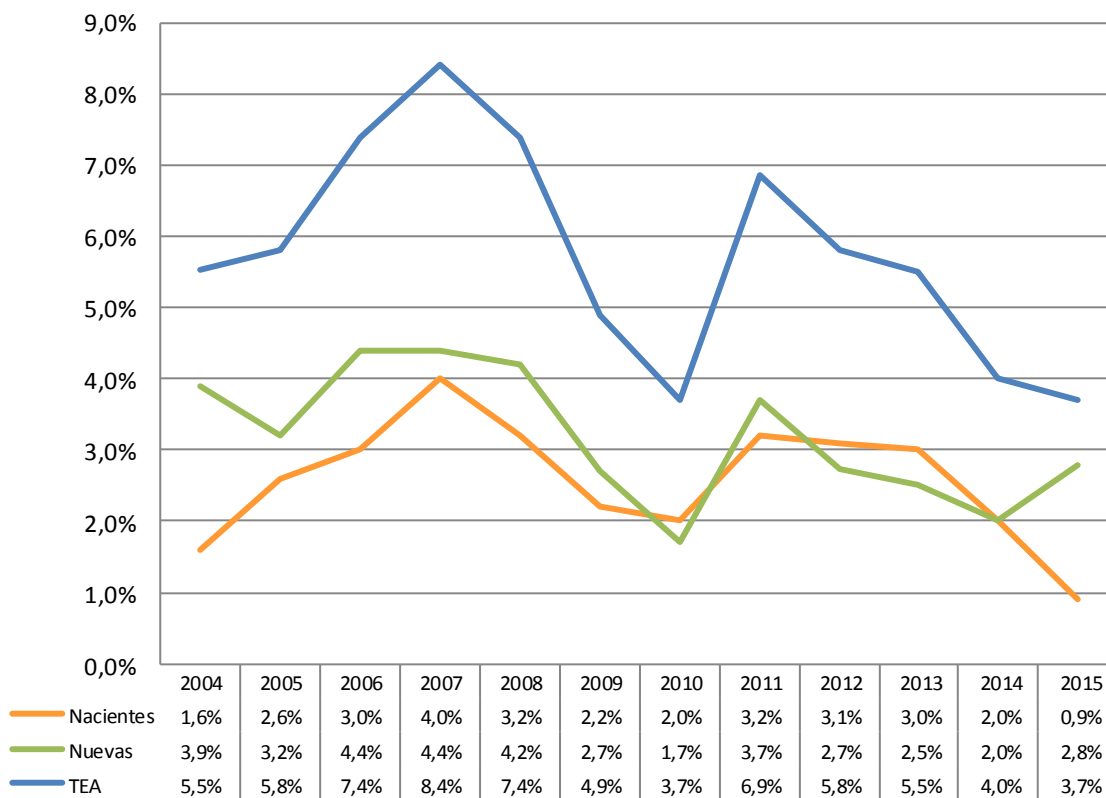
Figura 14a. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora (% de población entre 18-64 años).



Por su parte, la figura 14b proporciona una evolución de la tasa de actividad emprendedora desglosada en: (1) “actividades nacientes”, propias de la puesta en marcha inicial; y (2) “actividades nuevas”, entre 3 y 42 meses de actividad.

El desglose de este indicador nos permite observar cómo la caída recogida en 2015 se debe a la reducción del registro de actividad naciente, que continua decreciendo desde 2012, mientras que la actividad nueva parece recuperarse en 2015.

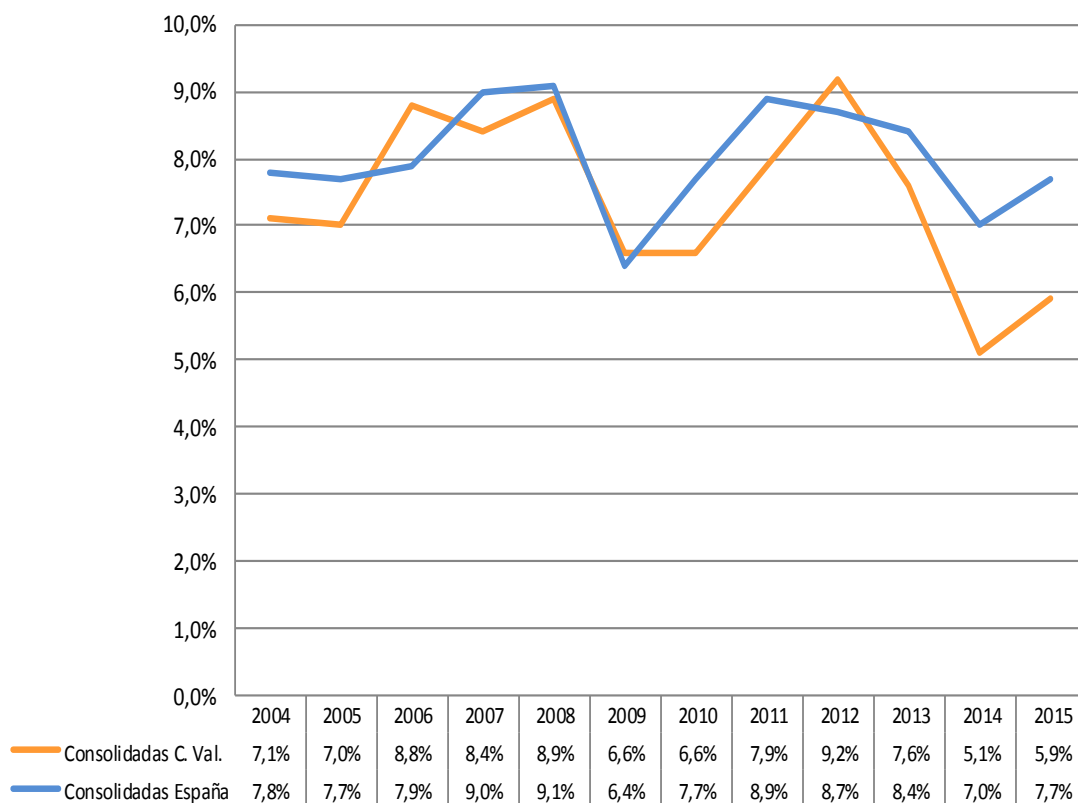
Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población entre 18-64 años).



2.5 Evolución de la actividad consolidada

Los datos de evolución de la actividad consolidada de la Comunidad Valenciana (figura 15) muestran que el 5,9% de la población fue identificada como empresario consolidado en 2015. Esta tasa sufre un ligero incremento respecto a 2014, tanto a nivel de la Comunidad Valenciana, como a nivel nacional.

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



*Datos anteriores a 2008 actualizados según reformulación GEM 2008 para actividades consolidadas.
 *Dato 2011 estimado.

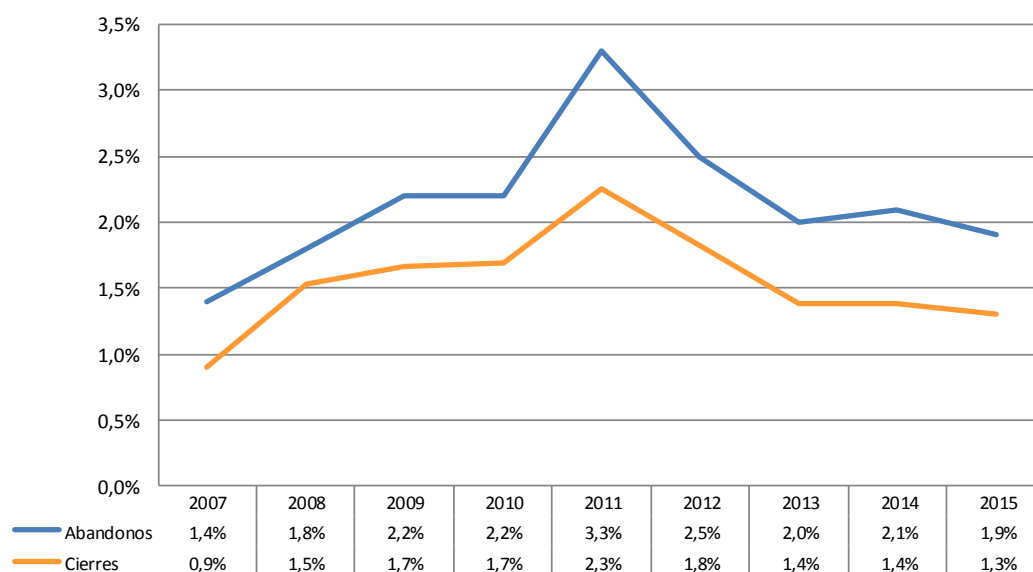
2.6 Evolución de abandonos y cierres

La encuesta GEM recoge adicionalmente, el porcentaje de población adulta que ha cesado en sus actividades durante los doce meses anteriores al momento de la encuesta (entre junio y julio de 2015). De esta forma, se obtiene una aproximación al indicador de abandonos empresariales producidos en cualquier etapa del proceso emprendedor (actividad naciente, nueva y consolidada).

Considerando la tasa de abandonos, el observatorio GEM diferencia en función de si éstos han traído como consecuencia el cierre de la actividad o

si ésta ha pasado a manos de otros. En 2015, los datos muestran que el porcentaje de población adulta de la Comunidad Valenciana que afirma haber abandonado una actividad, en los 12 meses anteriores al momento de la encuesta, asciende a un 1,9% (figura 16) y encadena cuatro años seguidos de descenso, desde el valor máximo que se obtuvo en 2011.

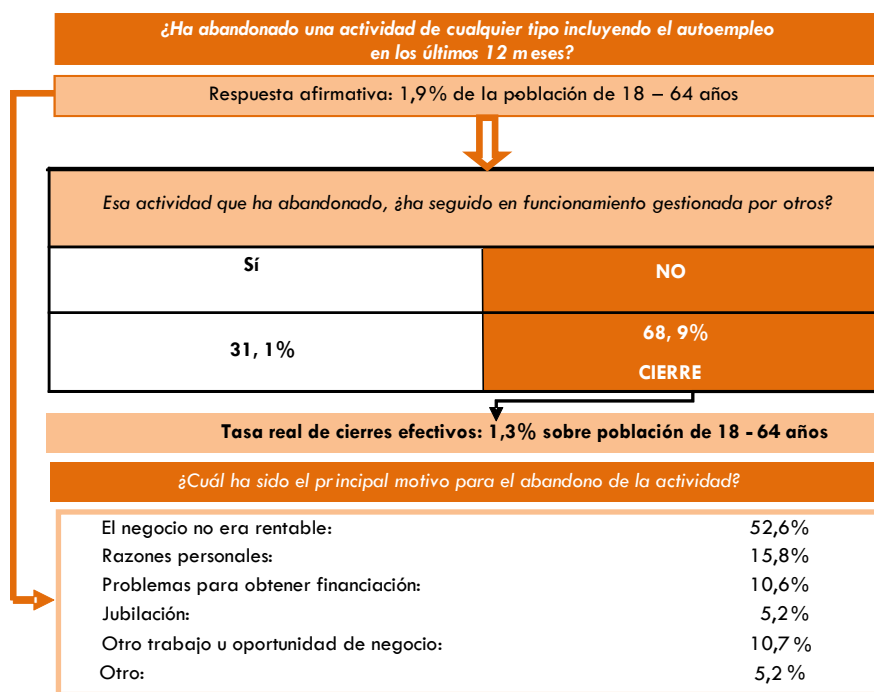
Figura 16. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).



De este total que afirma haber cesado en sus actividades, aproximadamente un 68% indica que el negocio no ha continuado en manos de otros, por lo que la tasa real de cierres es del 1,3%.

En cuanto a los motivos de cese, los encuestados los asocian fundamentalmente, en más de un 50% de los casos, a aspectos ligados a la falta de rentabilidad que lo hiciera sostenible (figura 17).

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



2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.

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

Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.



Considerando la clasificación anterior, los datos de 2015 para la Comunidad Valenciana recogen (tabla 2) el indicador sobre la motivación de inicio de la actividad emprendedora, distinguiendo a su vez entre iniciativas en fase naciente o nueva.

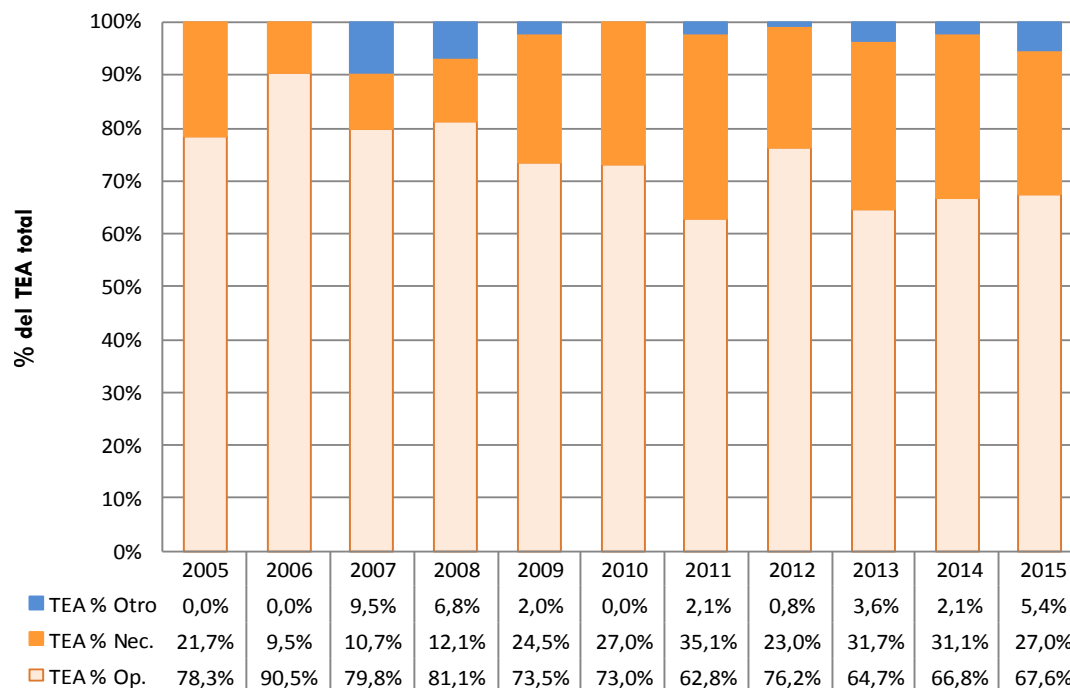
A pesar de que en el colectivo de iniciativas nuevas y TEA la mayor parte de las actividades emprendedoras obedecen a oportunidad pura, es destacable que no sucede lo mismo en el caso de las iniciativas nacientes, en las que el porcentaje más alto corresponde a iniciativas puestas en marcha por necesidad.

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

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente	Nueva	TEA
Oportunidad pura	0,3%	1,8%	2,1%
Oportunidad en parte	0,0%	0,4%	0,4%
Necesidad	0,5%	0,5%	1,0%
No clasificable	0,1%	0,1%	0,2%
Total	0,9%	2,8%	3,7%

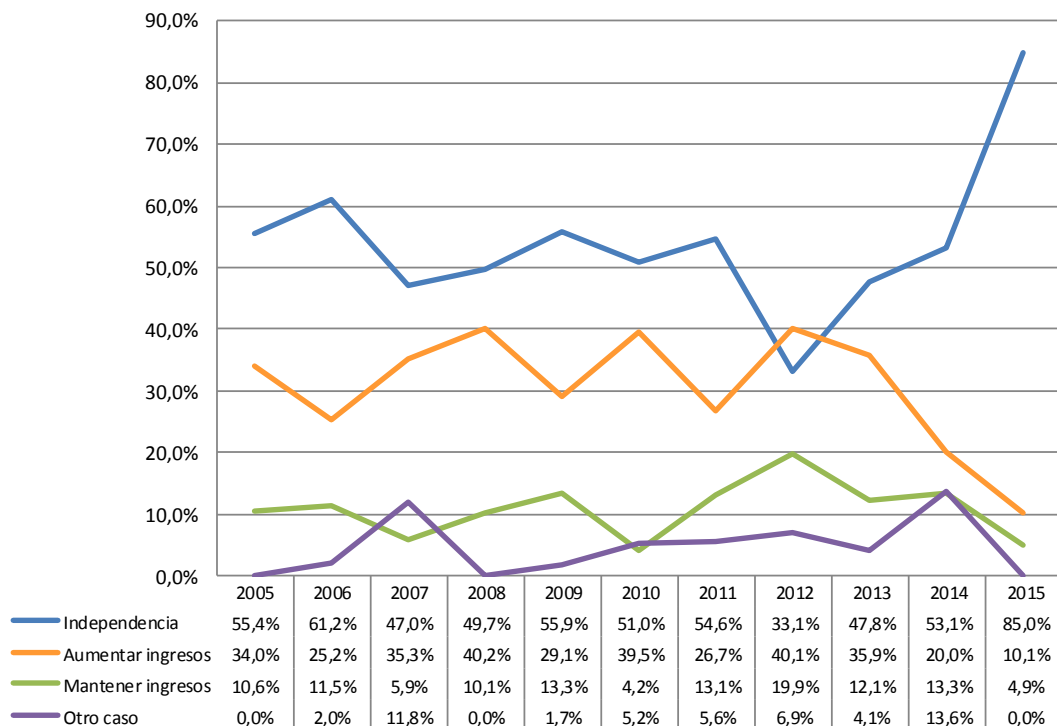
El histórico de evolución de motivación en la actividad emprendedora TEA, queda recogido en la figura 19. Los datos 2015 ofrecen una situación muy similar a la de los años anteriores, en la que la motivación total por oportunidad (tanto pura como en parte) supone algo más de dos tercios del total.

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



En el caso de la población que afirma haber desarrollado sus iniciativas por factores de oportunidad, el observatorio GEM analiza cuáles han sido las motivaciones intrínsecas que subyacen (figura 20), destacando la voluntad de independencia, especialmente en 2015, por encima de los motivos relacionados con los ingresos.

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



2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español

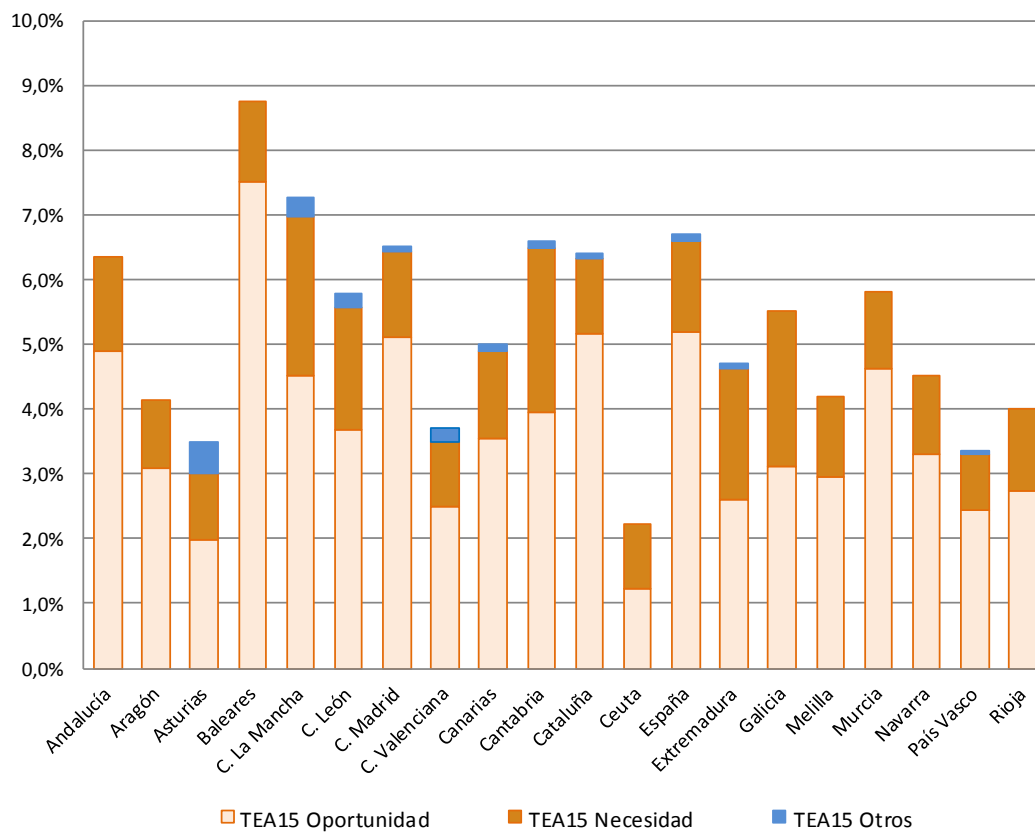
Desde una perspectiva comparativa, la tabla 3 recoge los porcentajes de población implicada en cada una de las fases del proceso emprendedor, en el contexto regional español, y la figura 21 contextualiza los datos correspondientes a motivaciones de la actividad emprendedora.

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

Región	Intención	TEA15	Naciente	Nuevo	Consolidado	Cierre	Traspaso
España	6,10	5,70	2,10	3,60	7,70	1,10	0,52
Andalucía	6,31	6,36	2,60	3,91	5,32	1,35	0,49
Aragón	4,94	4,15	1,20	3,00	6,73	1,15	0,35
Asturias	2,26	3,52	1,52	2,00	2,98	1,00	0,49
Baleares	6,53	8,77	3,24	5,53	10,29	1,75	0,00
Canarias	7,28	5,00	2,00	3,05	4,13	0,80	0,40
Cantabria	5,11	6,60	2,55	4,05	10,19	0,75	0,65
Castilla - La Mancha	6,80	5,79	2,50	4,79	15,04	1,77	0,50
Castilla y León	4,68	7,29	2,57	3,22	9,68	1,22	0,68
Cataluña	7,50	6,42	2,71	3,81	10,00	0,45	0,55
Ceuta	4,97	2,23	0,52	1,71	3,39	0,49	0,25
Comunidad de Madrid	7,35	6,52	2,23	4,29	6,44	1,08	0,60
Comunidad Valenciana	5,35	3,71	0,91	2,80	5,88	1,30	0,58
Extremadura	6,82	4,72	2,61	2,11	11,81	0,79	0,30
Galicia	4,30	5,51	1,89	3,61	10,61	1,69	0,65
La Rioja	2,06	4,01	1,25	2,76	7,81	0,24	0,26
Melilla	3,69	4,19	0,97	3,22	7,91	1,48	0,75
Navarra	2,80	4,52	1,20	3,42	8,57	0,99	0,39
País Vasco	3,68	3,35	1,30	2,10	7,09	0,85	0,30
Región de Murcia	5,49	5,81	1,40	4,41	7,06	1,00	0,69

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

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



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

3.1. Introducción

El perfil medio de las personas que forman parte del proceso emprendedor es analizado en este capítulo, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio de 2015, y que en ese momento estaban involucrados en alguna fase del proceso emprendedor: potencial, naciente, nueva, y consolidada.

Estos rasgos facilitan una aproximación al perfil emprendedor desde el punto de vista demográfico, considerando el género y la edad; desde el punto de vista formativo (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora), y atendiendo también a lo económico-situacional (nivel de renta de la unidad familiar y estatus laboral).

3.2. Género

En el estudio de la distribución de género, podemos comprobar que ésta no es homogénea en las distintas etapas del proceso emprendedor, sino que

depende de aquella a la que hagamos referencia. De esta forma, mientras que en la etapa de intencionalidad, se detecta una mayor representación de mujeres frente a hombres (55,8%), esta presencia desciende sensiblemente al observar las actividades que se ponen en marcha. Así, en la etapa de Actividad Emprendedora Incipiente (TEA) el porcentaje de mujeres es de aproximadamente algo más de un tercio, tanto en la actividad naciente como en la nueva. Por otro lado, entre el grupo de emprendedores consolidados se recoge una situación cercana al equilibrio (52,5% de mujeres).

Por otro lado, la tabla 4 recoge información sobre los porcentajes de población involucrada en relación al total de población de cada género. Como se puede observar, los porcentajes son superiores en el colectivo de mujeres en relación a la actividad potencial y la consolidada.

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

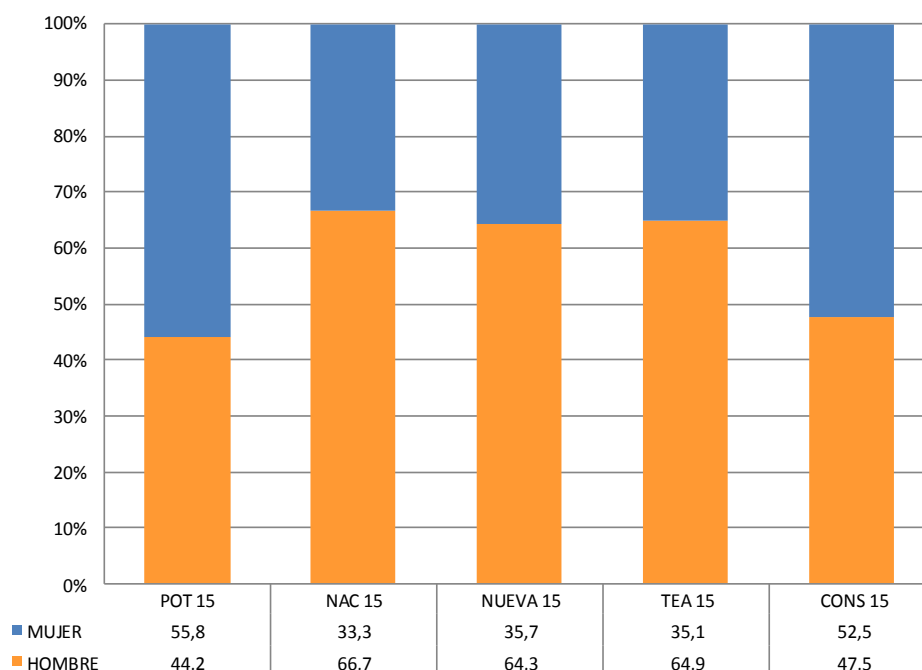
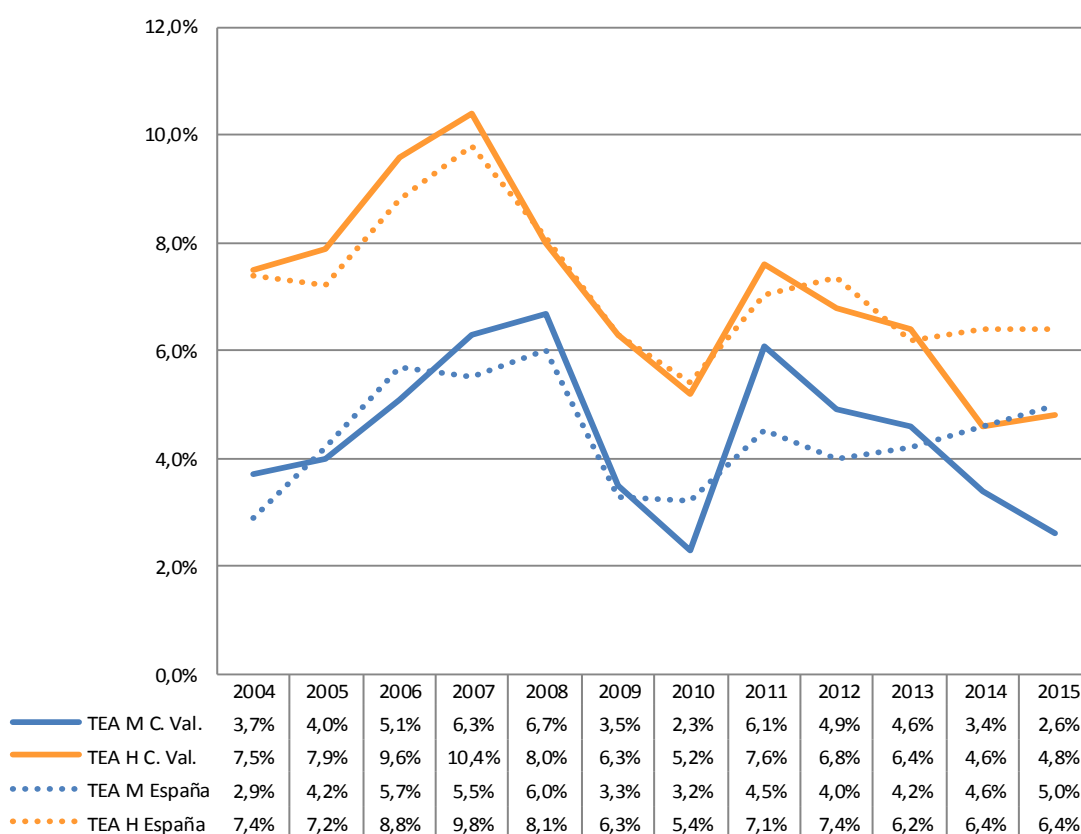


Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.

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

La figura 23 muestra la evolución por género de la tasa de actividad emprendedora y su comparación con el conjunto de España. Se observa cierto paralelismo general, si bien en los dos últimos años, los datos de la Comunidad valenciana se distancian del nacional.

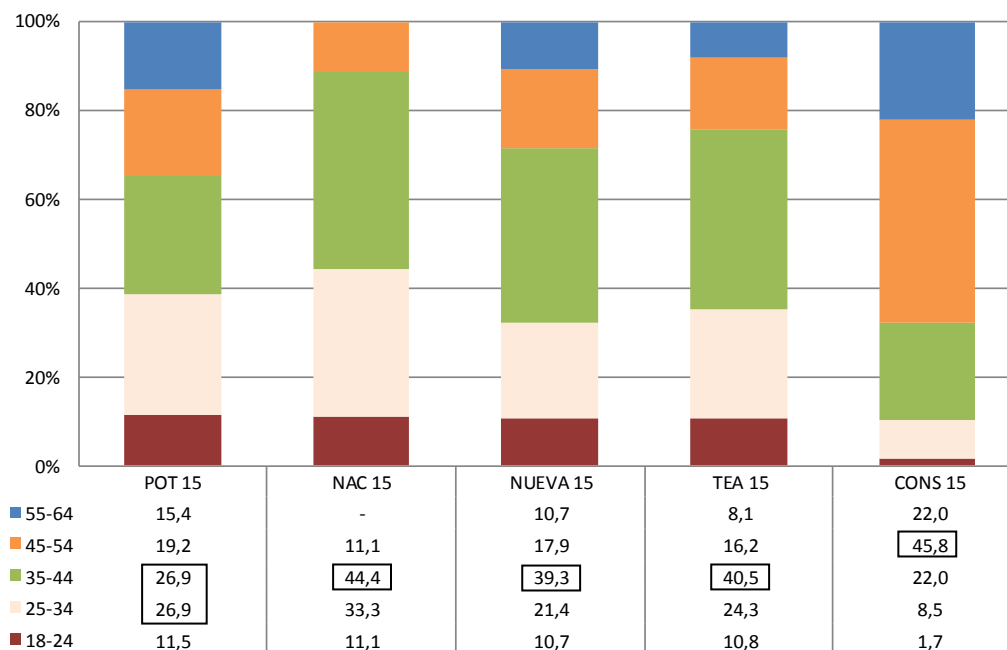
Figura 23. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población entre 18-64 años).



3.3. Edad

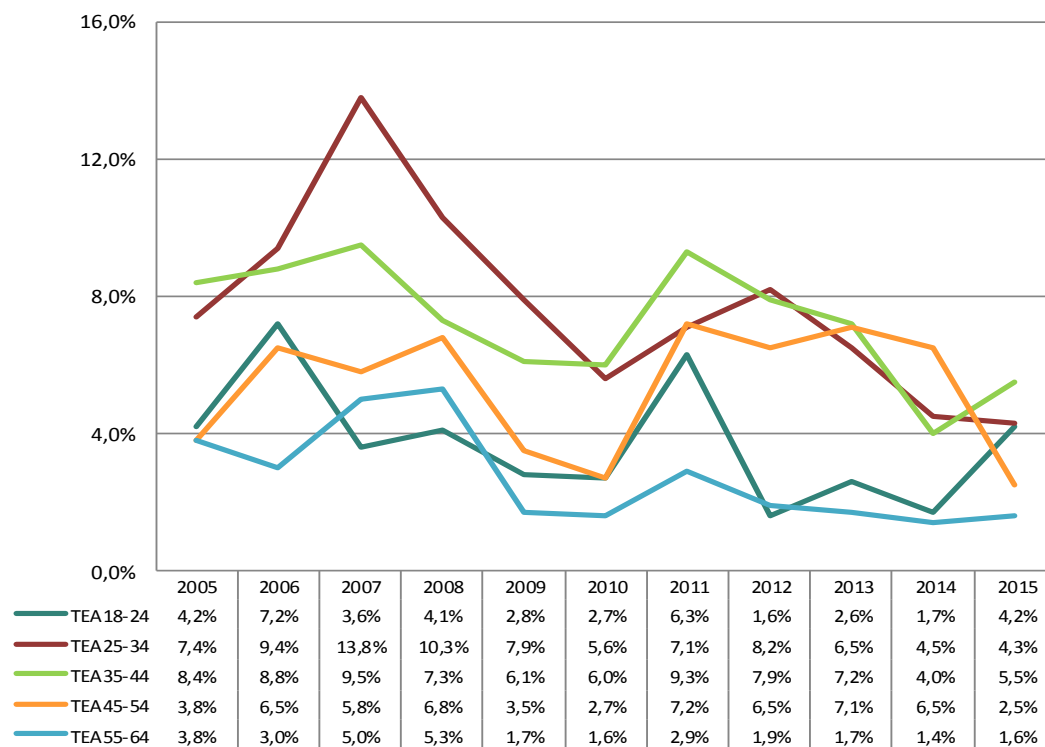
La edad es una variable sociodemográfica representativa del perfil de los emprendedores que se encuentra relacionada con la etapa del proceso a la que hagamos referencia. Así, la edad promedio es similar en la etapa de intención y en la etapa de actividad emprendedora TEA (39,9 y 37,9 años respectivamente). Sin embargo, una vez se alcanza el grupo de consolidados, la edad promedio se sitúa en un tramo superior (47,9 años).

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



La figura 25 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora por grupos de edad. En conjunto, se observa que el aumento en los años de crisis, del porcentaje de emprendedores en el rango de edad entre 45-54 y la disminución, en el mismo periodo, tanto de los mayores de 55 como del grupo de los más jóvenes (18-24 años), se va paulatinamente equilibrando.

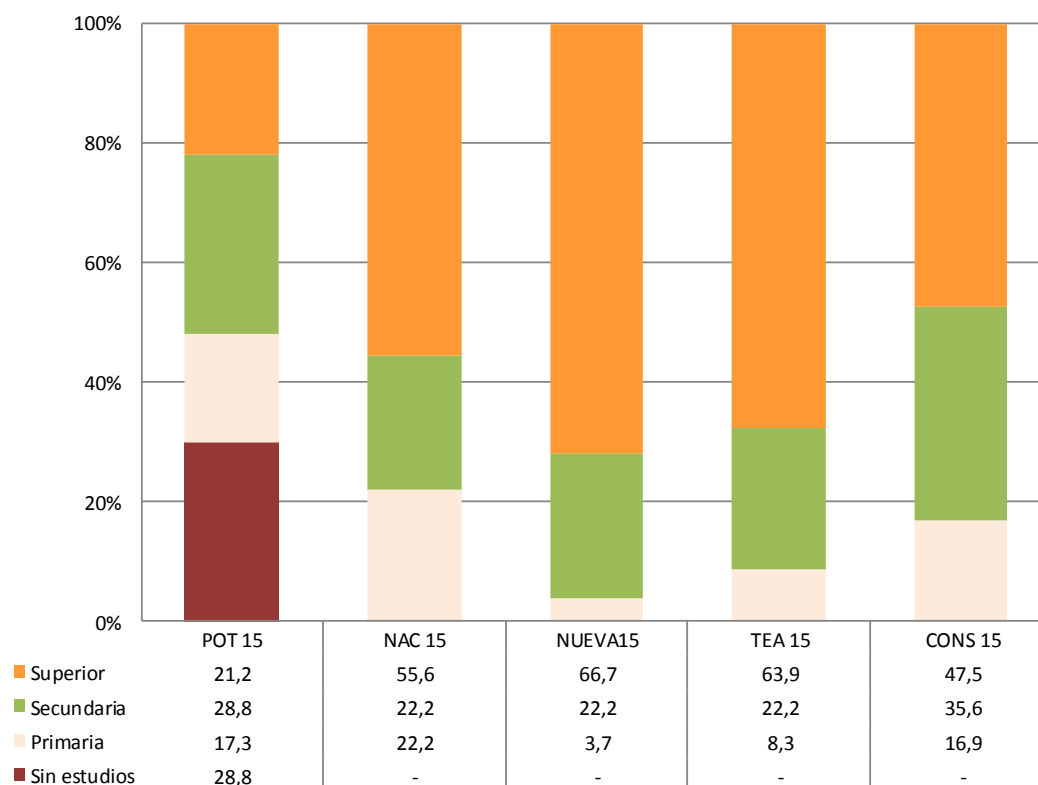
Figura 25. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por rangos de edad (% de población entre 18-64 años).



3.4. Formación

En relación al nivel educativo reglado alcanzado por los emprendedores, los resultados de 2015 (figura 26) destacan dos grupos, como sucedía en años anteriores, el de titulados universitarios y el de los que han completado la secundaria, con predominio de los primeros.

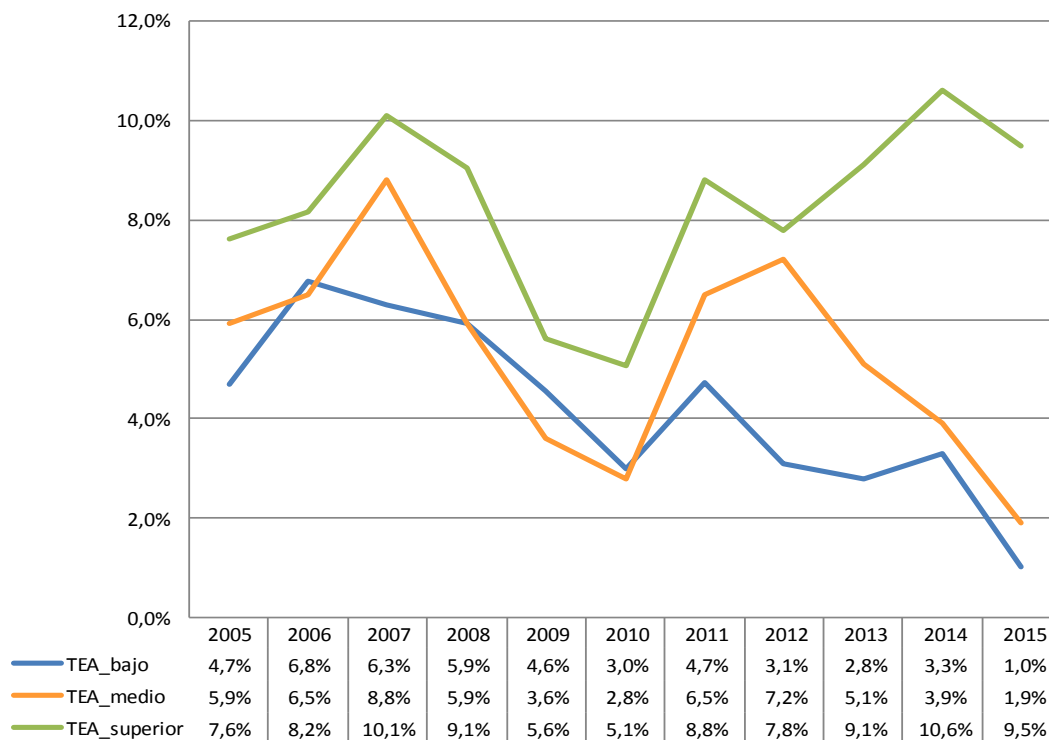
Figura 26. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



Por otro lado, en el caso de los emprendedores potenciales, los porcentajes están más repartidos, destacando un porcentaje de aproximadamente un 29% que declara no poseer estudios.

La figura 27 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora de la población de la Comunidad Valenciana, en función de su nivel de estudios. Destaca la diferencia entre el colectivo de estudios superiores y el resto, diferencia que viene incrementándose desde 2013, y que indica que las personas con estudios superiores están involucradas en actividades emprendedoras en mayor medida que el resto.

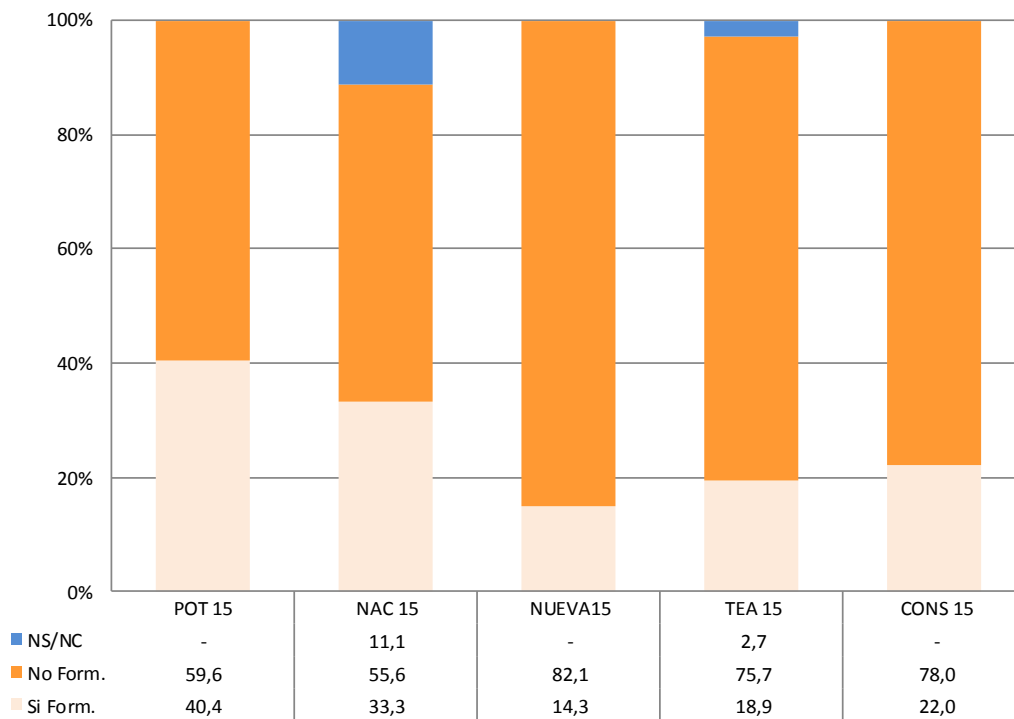
Figura 27. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos (% de población de cada nivel).



En cuanto a la formación específica para emprender, la proporción de personas que declaran haber recibido formación relativa a aspectos propios de la puesta en marcha de una nueva actividad empresarial, varía en función del colectivo al que hagamos referencia. De esta forma, podemos apreciar que entre los individuos que declaran su intención de emprender a tres años vista, aproximadamente un 40% disponen de formación específica al respecto.

Analizando los colectivos implicados en la parte activa del proceso emprendedor, el mayor porcentaje de respuestas afirmativas se recoge entre los emprendedores nacientes (33,3%), esto es, aquellos individuos implicados en las primeras tareas de puesta en marcha del negocio.

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



3.5. Perfil medio

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

Tabla 5. Perfil medio 2015 de involucrados por fase del proceso emprendedor.

Perfil medio	% Género masculino/femenino	Edad	Formación	Formación específica emprendedora
Potencial	44,1/55,9	39,9	Media	40,4
Naciente	66,3/33,7	34,7	Superior	33,3
Nuevo	64,2/35,8	39,0	Superior	14,3
TEA15	64,7/35,3	37,9	Superior	18,9
Consolidado	47,8/52,2	47,9	Superior	22,0

Tabla 6. Perfil medio 2015 por género.

Rasgos del perfil	Emprendedoras	Emprendedores
Edad promedio (años)	41,3	36,1
Nivel educativo superior	50%	70,8%
Formación específica emprendedora	15,4%	20,8%
% Emprendimiento por oportunidad	41,7%	59,1%

CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

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

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

4.2. Sectores generales de actividad

GEM utiliza una clasificación sectorial de carácter sintético, que divide la actividad en cuatro grandes bloques: sector extractivo, transformador, servicios a empresas y actividades orientadas al consumidor.

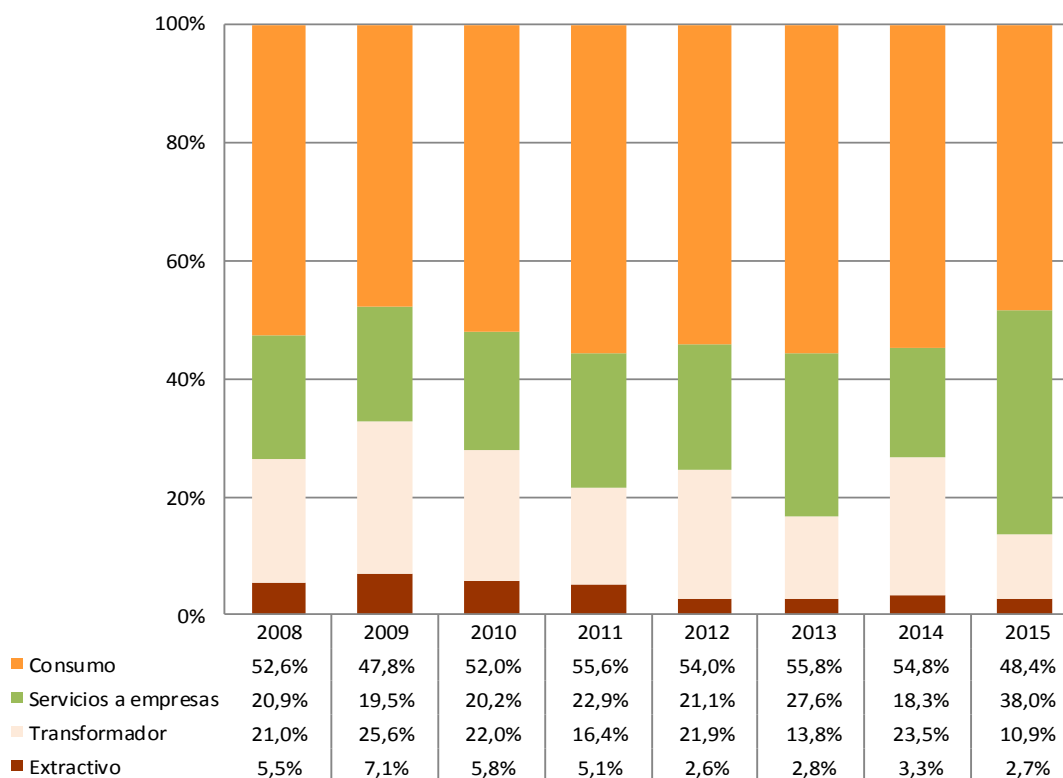
La figura 29 ilustra, según esta clasificación, la distribución de las actividades en fase emprendedora en la Comunidad Valenciana para el periodo comprendido entre 2008 y 2015.

Los datos obtenidos confirman que existe una tendencia a la tercerización de la economía en la Comunidad Valenciana, tal y como se recogía en años anteriores.

Para el año 2015, este sector aglutina un 86,5% de las iniciativas en fase emprendedora, mientras que el sector transformador absorbe un 10,9%, y

el extractivo continúa ostentando un pequeño porcentaje que es, hasta la fecha, el mínimo del periodo analizado.

Figura 29. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).



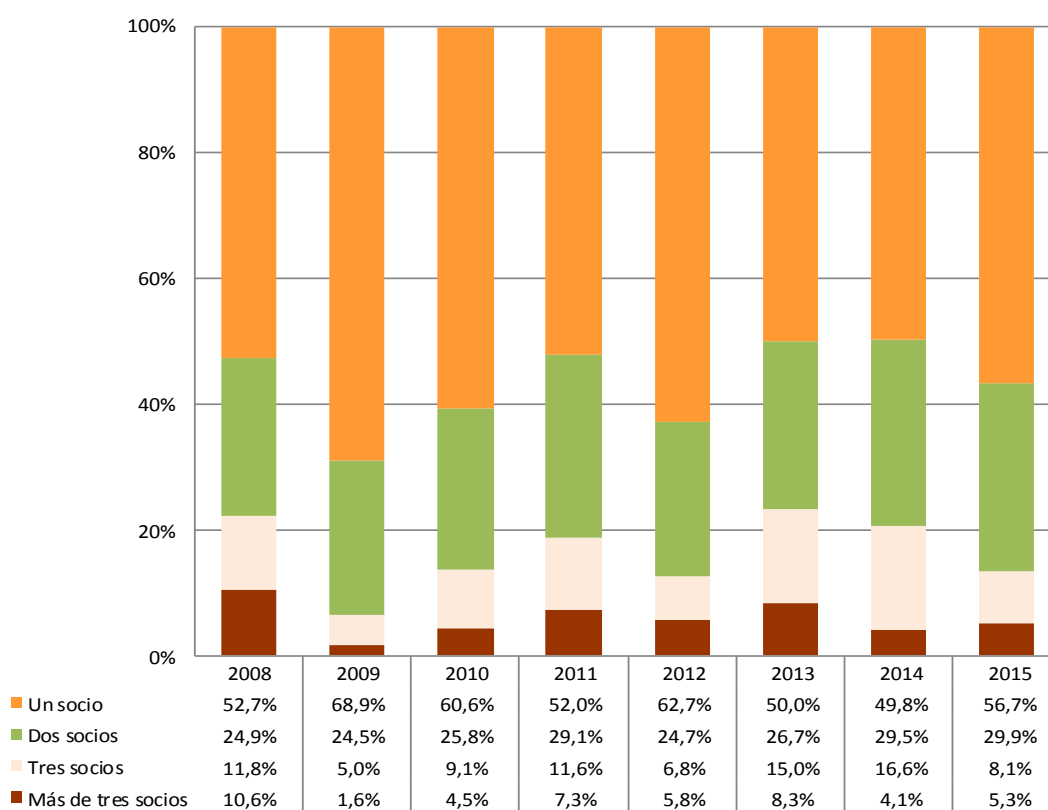
4.3. Número de socios

La figura 30 aproxima la distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras (TEA) para el periodo analizado.

Como viene sucediendo en años anteriores, también en 2015 las iniciativas empresariales en la Comunidad Valenciana suelen desarrollarse

mayoritariamente en solitario, manteniéndose esta situación sin grandes cambios a lo largo del histórico de los datos analizados.

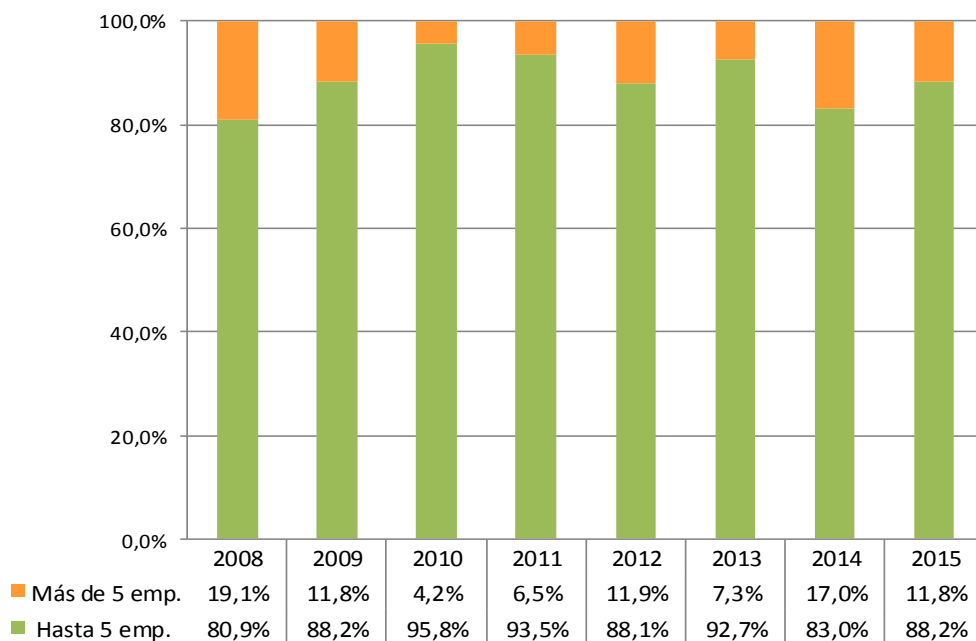
Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas en fase emprendedora (% de iniciativas).



4.4. Dimensión y número de empleados

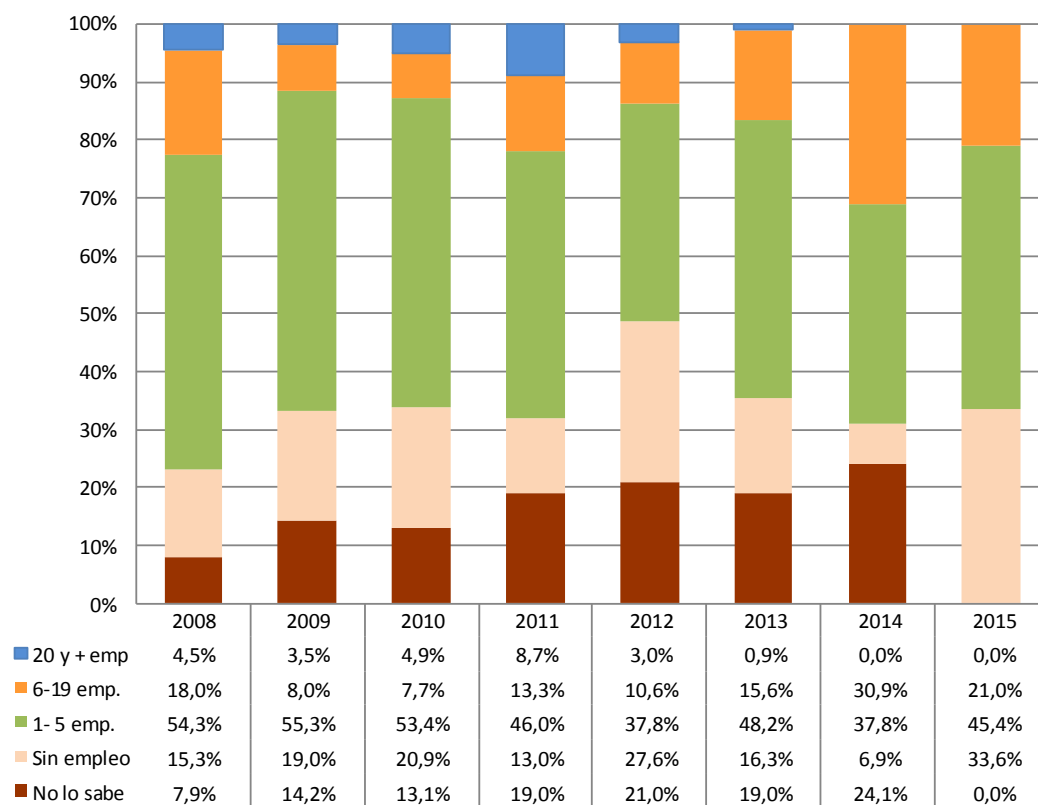
La figura 31 muestra la evolución de la dimensión empresarial de las iniciativas en fase naciente y nueva, entre 2008 y 2015, atendiendo al número de empleados. Únicamente una de cada 10 iniciativas cuenta, a parte de sus propietarios, con más de 5 empleados.

Figura 31. Empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (% de iniciativas emprendedoras).



La información obtenida en la figura anterior se complementa con la visión de los propietarios de las iniciativas emprendedoras sobre la expectativa de necesidades de recursos humanos a cinco años vista, sugiriendo una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las mismas, en base a este criterio (figura 32).

Figura 32. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).



4.5. Financiación de las iniciativas

Los emprendedores involucrados en fase naciente han sido sondeados acerca de las necesidades de capital que estiman para la puesta en marcha de las iniciativas empresariales en las que están inmersos. El tratamiento de los datos nos permite conocer la envergadura de las iniciativas de negocio que estaban poniendo en marcha entre junio y julio de 2015 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

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

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

VALORES REPRESENTATIVOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Moda (valor más frecuente)	6.000€ (17,5%)	0€ (11, 6%)	0€ (18, 8%)	3.000€ (15,6%)	6.000€ (13,5%)	3.000€ (17,5%)
Segundo valor más frecuente	25.000€ (12,6%)	30.000€ (9,7%)	15.000€ (11,5%)	20.000€ (12,7%)	15.000€ (13%)	20.000€ (13%)
NECESIDADES ORDENADAS POR CUARTILES DE EMPRENDEDORES	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1% al 25% de emprendedores	Hasta 6.000€	Hasta 5.092€	Hasta 2.262€	Hasta 3.930€	Hasta 4.814€	Hasta 5.502€
26% al 50% de emprendedores	6.000€ - 20.342€	5.092€ - 20.000€	2.2.62€ - 10.665€	3.930€ - 20.000€	4.814€ - 9.917€	5.502€- 15.985€
51% al 75% de emprendedores	20.342€ - 93.428€	20.000€ - 79.124€	10.000€ - 77.393€	20.000€ - 45.013€	9.917€ – 25.128€	15.985€- 33.679€
76% al 100% de emprendedores	Más de 93.428€	Más de 79.124€	Más de 77.393€	Más de 45.013€	Más de 48.023 €	Mas de 38.384€

En base a las respuestas más frecuentes obtenidas de la muestra de emprendedores nacientes, se puede seguir hablando de cierta modestia en cuanto a la dimensión financiera de las nuevas iniciativas que se ponen en marcha.

Así, las necesidades financieras declaradas con más frecuencia por los emprendedores nacientes ascienden a 3.000 euros. Si bien se trata de un valor indicado en el 17,5% de los casos, por lo que la dispersión de la respuesta es muy grande. El segundo valor más frecuente supone unas necesidades de unos 20.000 euros.

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

La figura del financiador informal también forma parte del estudio GEM (tabla 8). En 2015, el 2,2% de la población se encontraba financiando, o había financiado en los últimos años, la puesta en marcha de negocios de terceros mediante aportaciones propias (sin tener en cuenta la financiación a cambio de una participación en la empresa).

Respecto a la información obtenida en 2014, esto supone una leve reducción de la presencia de esta figura entre las fuentes de financiación, si bien la aportación más frecuente realizada se ha incrementado pasando a unos 6.000€, frente a los 2.000€ - 3.000€ de años anteriores.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
% población inversor informal	3,1%	3,1%	4,1%	4,0%	2,4%	2,2%
Aportación más frecuente	3.000 €	3.000 €	2.000 €	3.000 €	3.000 €	6.000€
Relación con beneficiario (%)	Familia 52,5% Amigo 34,4%	Familia 65,3% Amigo 20,0%	Familia 64,8% Amigo 20,1%	Familia 64,3% Amigo 29%	Familia 73,8% Amigo 18,6%	Familia 66,1% Amigo 24,2%
Edad media (años)	45,3	43,1	43,7	43,2	43,2	45,58
Perciben oportunidades (%)	24,5%	15,8%	17,1%	21,0%	26,2%	41,2%
Posee formación para emprender (%)	45,5%	42,8%	43,3%	32%	34,7%	49,8%
Intención de emprender (%)	19,0%	28,2%	21,7%	20,4%	18,8%	9,3%
Involucrado en TEA (%)	11,9%	14,3%	9,3%	7,5%	3,5%	5,8%

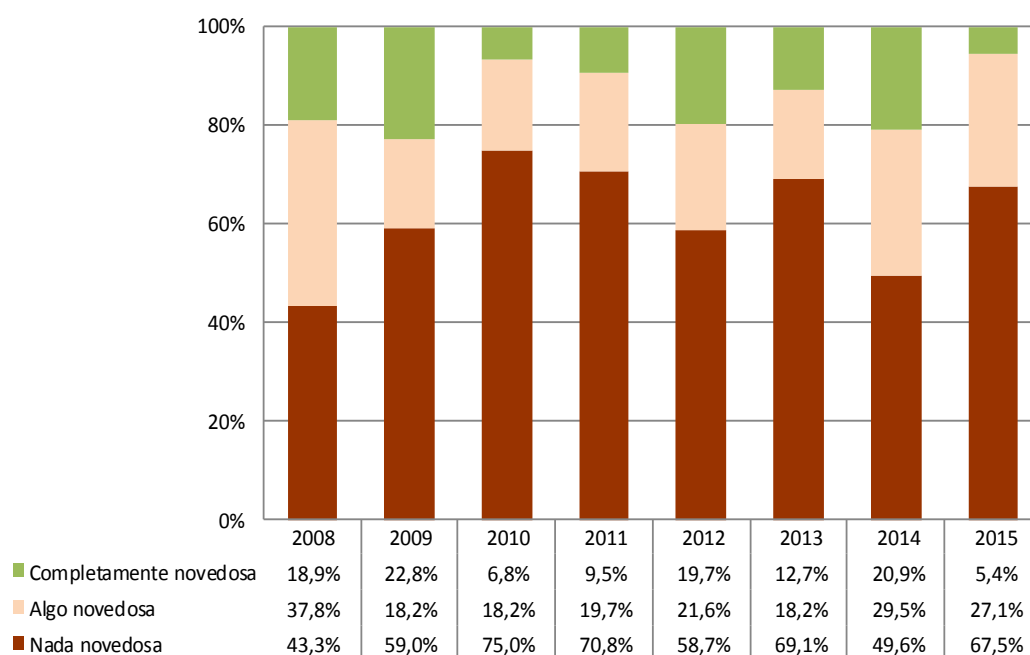
En síntesis, el perfil del inversor informal se corresponde con un hombre de unos 45 años, al que unen lazos de familiar con el beneficiario, que se encuentra en activo, y cuya aportación más usual es de 6.000 euros. Sin embargo, cabe mencionar que, como segundo valor más frecuente la aportación más usual se sitúa en los 3.000 euros. En su comparativa con años anteriores destaca, entre otros aspectos, el progresivo incremento desde 2011 de su percepción positiva respecto a la existencia de oportunidades de negocio en el entorno.

4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa

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

Así, la figura 33 recoge la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para su mercado potencial. En función de las respuestas recabadas, podríamos afirmar que en relación a las iniciativas captadas en 2015, aproximadamente un tercio de los encuestados (32,4%) afirman percibir su negocio como novedoso, al menos parcialmente, de acuerdo al grado de diferenciación que su producto o servicio puede suponer para su clientela potencial.

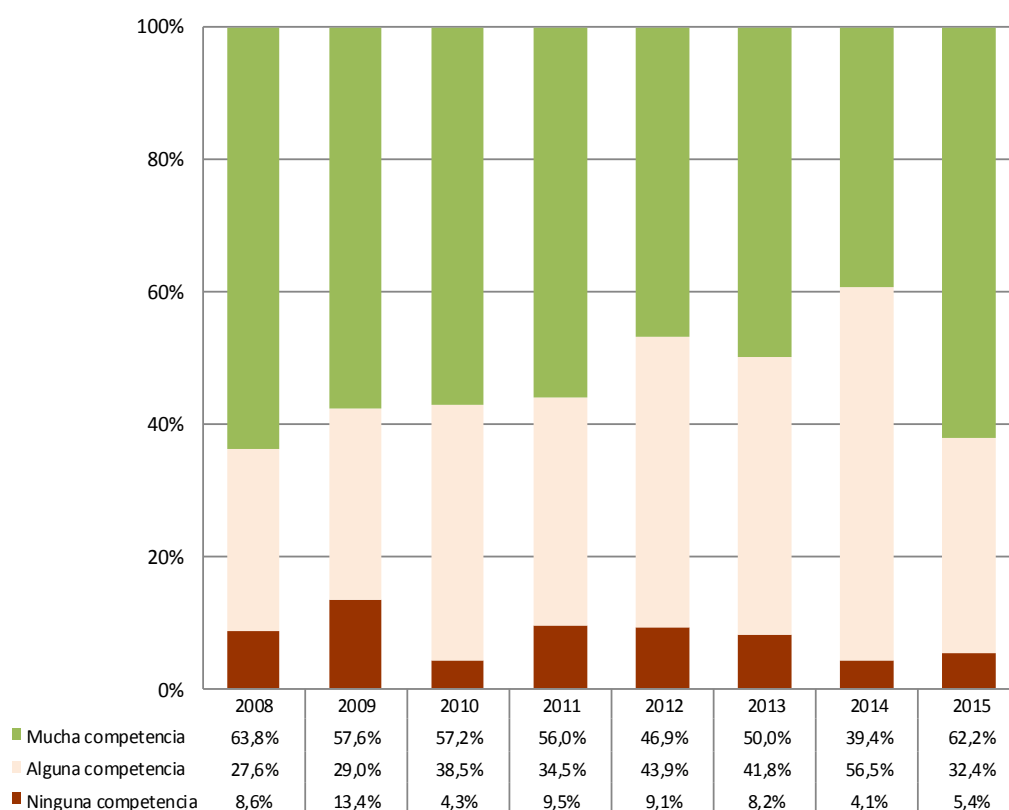
Figura 33. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (% de iniciativas emprendedoras).



Por su parte, la figura 34 muestra información sobre la diferenciación que consideran que pueden tener sus productos y servicios, tomando como referencia lo ofrecido por los competidores directos. De modo similar al

caso anterior, si tenemos en cuenta a los que consideran cierta diferenciación en sus negocios (al menos parcial), también el conjunto asciende a aproximadamente un tercio (37,8%).

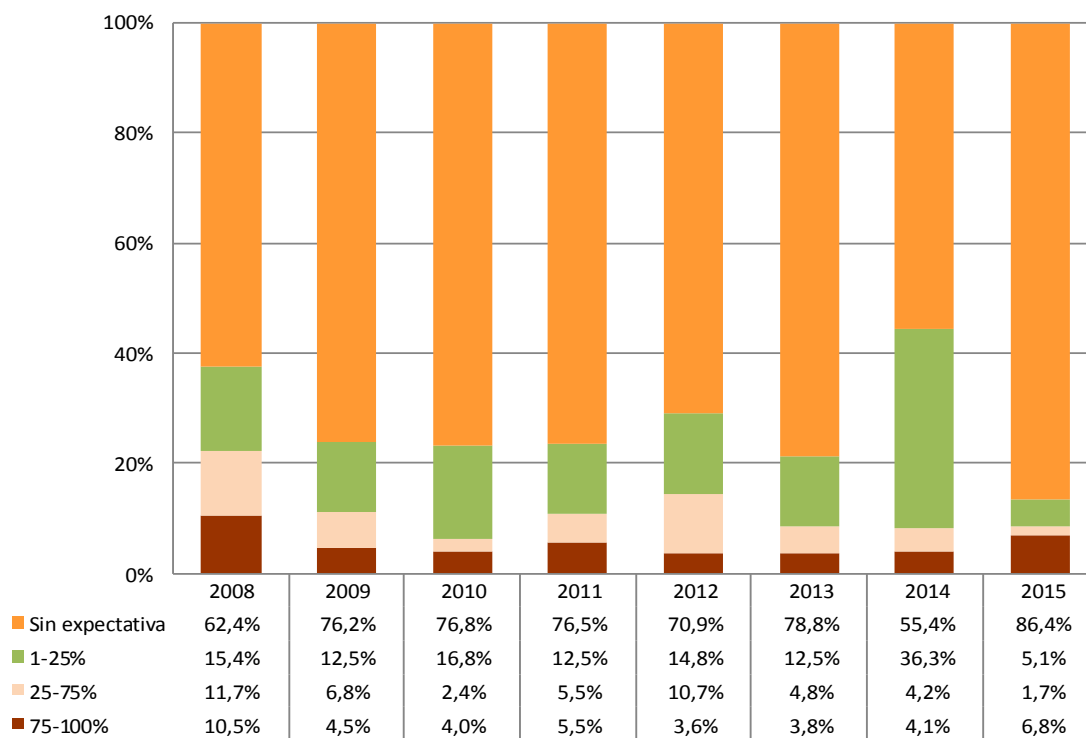
Figura 34. Percepción del número de competidores que ofrecen el mismo producto o servicio (% de iniciativas emprendedoras).



Respecto a la estimación de posibles clientes en otros países (figura 35), se registra un 86,4% de emprendedores sin expectativas de ventas en el exterior, lo que supone el porcentaje más alto de los registrados en el histórico.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Figura 35. Percepción de la proporción de clientes potenciales en el exterior (% de iniciativas emprendedoras).



CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

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

En el observatorio GEM se incluyen hasta nueve condiciones de entorno (tabla 9), las cuales son analizadas por expertos procedentes de diversos ámbitos y relacionados con la actividad emprendedora, lo que ofrece un punto de vista complementario al de la población, acerca del contexto en el que ésta decide implicarse o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

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

Las tablas 10 y 11 detallan la procedencia y ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio GEM 2015 de la Comunidad Valenciana. Se ha contado con la participación de expertos relacionados con todas las condiciones de entorno analizadas, y con procedencia del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.), y del ámbito de la Administración (organismos

regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para emprendedores).

Tabla 9. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.

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

Tabla 10. Ámbito de influencia de los expertos del Informe GEM Comunidad Valenciana 2015.

Ámbito de influencia	Número de expertos
Apoyo financiero	4
Políticas gubernamentales	4
Programas gubernamentales	4
Educación y formación	4
Transferencia de I+D	4
Infraestructura comercial y profesional	4
Apertura de mercado	4
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
Total	36

Tabla 11. Ámbito de procedencia de los expertos del Informe GEM Comunidad Valenciana 2015.

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

5.2. Valoración global de las condiciones del entorno para emprender

La valoración media de las condiciones de entorno emprendedor en el año 2015², de acuerdo a su consideración por parte de los expertos consultados en el caso de la Comunidad Valenciana, se muestran en la figura 36.

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

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

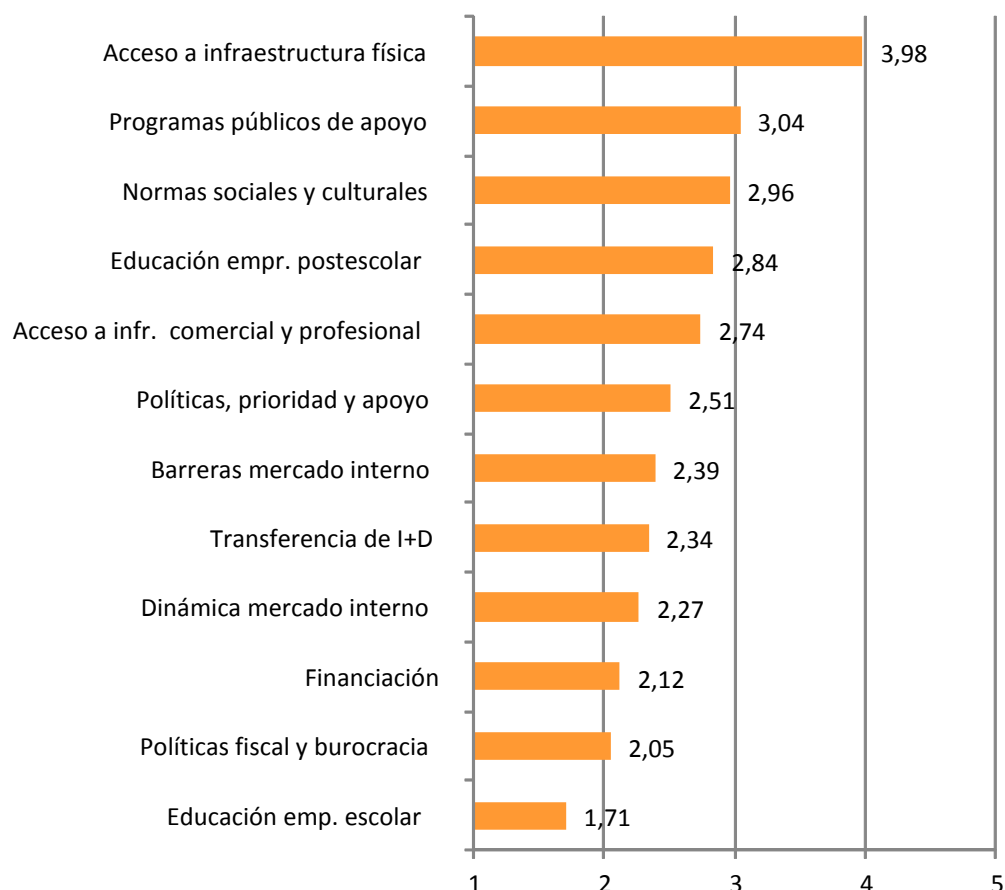
En síntesis, la figura 36 ofrece una imagen de situación que los expertos consultados continúan considerando como mejorable, a pesar de que se recoge un leve incremento en la mayor parte de las valoraciones. Aun así, sólo dos de las condiciones evaluadas supera el 3: la relativa a las condiciones de acceso a infraestructura física, que alcanza el 3,98, y los programas públicos de apoyo que quedan en un 3,04.

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

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

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

Figura 36. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2015 en la Comunidad Valenciana.



En relación a su evolución temporal (tabla 12), la jerarquía de factores no se altera en gran medida en los últimos años, si bien cabe destacar ligeros aumentos en algunas de las condiciones respecto a 2014, como el acceso a infraestructura física o las normas sociales y culturales, mientras que aquellas condiciones que reflejan un descenso más representativo en su valoración, son las relativas a las políticas públicas de apoyo, la velocidad de los cambios del mercado interno, y las condiciones relativas a la facilidad y rapidez de los trámites.

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

Valoración global (mín.=1; máx.=5)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Acceso a infraestructura física	3,67	3,62	3,79	3,84	3,70	3,65	3,47	3,75	3,82	3,98
Programas públicos de apoyo	3,08	2,93	3,22	3,18	3,20	3,08	3,08	2,98	3,00	3,04
Educación y formación post-secundaria	2,68	2,65	2,82	2,84	2,61	3,03	3,04	2,76	2,91	2,84
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,22	3,41	3,20	3,17	3,03	3,06	3,08	2,98	2,90	2,74
Normas sociales y culturales	3,09	2,63	2,91	2,97	2,62	2,88	2,81	2,54	2,84	2,96
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,79	2,78	2,80	2,57	2,43	2,41	2,65	2,55	2,73	2,51
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,14	2,26	2,69	2,75	2,63	2,59	3,02	2,81	2,58	2,27
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,75	2,47	2,81	2,48	2,59	2,67	2,60	2,27	2,57	2,05
Mercado interno: apertura	2,81	2,68	2,68	2,67	2,74	2,42	2,65	2,46	2,50	2,39
Transferencia de tecnología	2,48	2,32	2,64	2,50	2,46	2,50	2,66	2,41	2,45	2,34
Apoyo financiero	2,43	2,39	2,37	2,33	2,13	2,11	1,91	1,86	2,26	2,12
Educación primaria y secundaria	1,89	1,72	1,82	1,75	1,82	2,02	2,10	1,81	2,00	1,71

En cada condición de entorno, el grupo de expertos evalúa la correspondiente batería de afirmaciones a partir de una escala de Likert, de 1 a 5, según su grado de acuerdo con las mismas. La valoración global de cada condición de entorno analizada se obtiene mediante un análisis de componentes principales que sintetiza el conjunto de afirmaciones valoradas en cada una de ellas.

Analizando en detalle cada una de las condiciones expuestas, es habitual en los estudios GEM llevados a cabo en territorios desarrollados, y en particular en todas las ediciones de la Comunidad Valenciana, que los aspectos relacionados en el **acceso a infraestructura física** (comunicaciones, servicios básicos de agua, electricidad, etc.) destaquen sobre el resto, siendo los mejor valorados. También en 2015, las cuestiones ligadas a esta

condición de entorno son evaluadas favorablemente en su totalidad, destacando especialmente el acceso a sistemas de comunicación y el acceso a servicios básicos como gas, agua y electricidad para una empresa nueva o en crecimiento.

Los **programas públicos de apoyo** continúan situándose en segundo lugar. Se mantiene la puntuación media obtenida en 2014, en torno al 3, y los aspectos mejor valorados son la percepción de apoyo a la creación y desarrollo de empresas por parques científicos e incubadoras, los programas de fomento a la creación y crecimiento empresarial, y la profesionalidad percibida en el trabajo que realizan los técnicos de las entidades apoyo. Por otro lado, se considera adecuada la cantidad existente de programas de fomento a la creación de empresas y su crecimiento, así como la posibilidad de obtener información adecuada sobre la amplia gama de las distintas ayudas existentes en materia de emprendimiento, contactando con un único organismo.

En el caso de las **normas sociales y culturales** y su relación con valores vinculados al emprendimiento, esta condición se sitúa globalmente por debajo de la nota promedio 3, valorándose especialmente por los expertos que las normas sociales y culturales enfatizan la responsabilidad del individuo respecto a la comunidad.

En relación a las cuestiones relativas a la **orientación emprendedora de la educación y formación** en la Comunidad Valenciana, los expertos otorgan diferente valoración a este aspecto de entorno según se trate de educación primaria y secundaria, los sistemas de formación profesional, o la educación superior. En cualquier caso, la mejor valorada es la percepción sobre la adecuación de la preparación que los centros de formación profesional, formación superior y universidades, proporcionan para la creación de empresas.

Las **condiciones de acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales** siguen siendo percibidas como adecuadas, si bien su puntuación global es, en 2015, la más baja del histórico (2,74). Los expertos interpretan que existe suficiente infraestructura comercial-profesional, si bien sitúan la principal dificultad en la existencia de proveedores, consultores y subcontratistas que puedan dar soporte a empresas nuevas y en crecimiento. En este ámbito se considera adecuada la facilidad de acceso a servicios de asesoramiento y a los servicios bancarios y financieros.

Las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, desarrolladas desde las distintas administraciones públicas, recogen distinta valoración según se ponga el foco en su orientación y prioridad para el emprendimiento, o bien en la facilidad y rapidez de los trámites que conllevan. En relación a las cuestiones planteadas, como peor valorada se encuentra la percepción de los expertos en relación a si las políticas públicas favorece a las empresas de nueva creación.

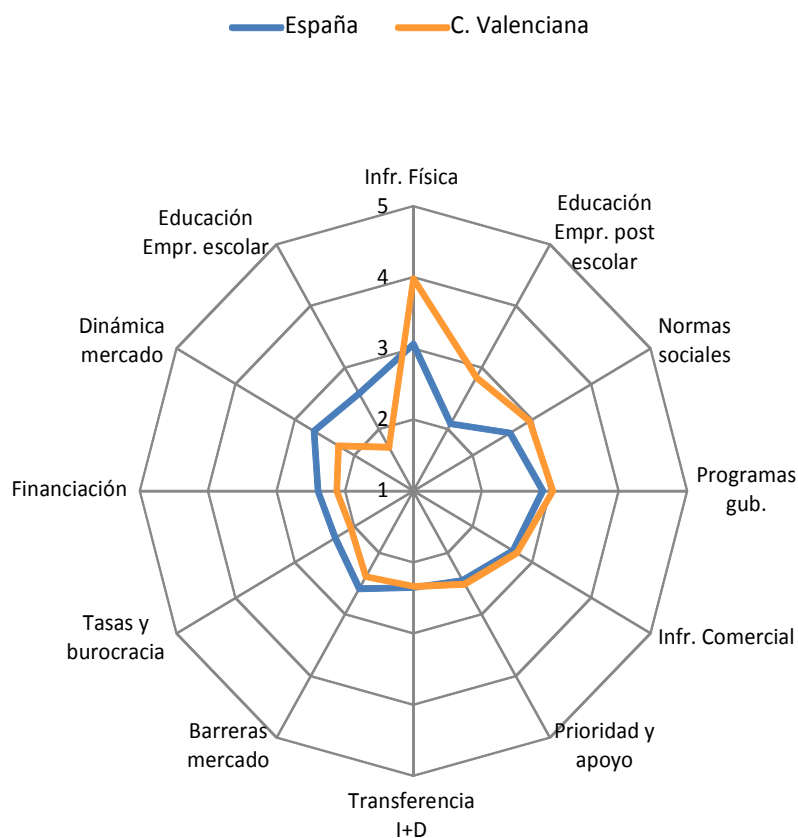
El juicio realizado sobre el **mercado interno** de la región se efectúa respecto a dos consideraciones: **volatilidad y apertura**. En relación a la primera, la valoración de los expertos desciende, mientras que en lo tocante al **grado de apertura** de los mercados y las oportunidades que ello conlleva, los expertos siguen reconociendo la dificultad que supone el acceso a los mismos para las empresas nuevas y en crecimiento, en cuanto a la presencia de diversas barreras de entrada, en mayor medida si cabe que en años anteriores.

El estado del entorno tecnológico de la Comunidad Valenciana, en relación a las posibilidades de **transferencia de tecnología**, sigue recogiendo una baja valoración de acuerdo al juicio de los expertos. La única afirmación que recoge una valoración positiva por éstos, es la capacidad y potencialidad de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas a nivel global.

La valoración global del **apoyo financiero**, sigue siendo, junto al estado de la orientación emprendedora en los niveles básicos educativos, ya mencionado previamente, la condición peor valorada, evidenciando la situación de crisis y sus repercusiones sobre la liquidez y el crédito a las empresas. La cuestión peor valorada a este respecto es la percepción a si existen o no suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento. A pesar de las leves mejoras que se han producido en los últimos años a nivel económico, los expertos, como se comenta en la siguiente sección, siguen destacando el acceso a la financiación como el obstáculo fundamental al emprendimiento en la Comunidad Valenciana en 2015.

La figura 37 sitúa las anteriores valoraciones en el contexto comparativo del conjunto de España.

Figura 37. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2015 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



5.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones

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

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

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

De acuerdo con la opinión global expresada por los expertos regionales, los tres aspectos que mayor **obstáculo** (tabla 13) suponen a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana son el acceso a la financiación (75%), el estado de las políticas de apoyo (61,1%) y la educación y formación en relación a su orientación al emprendimiento (25%).

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

Tabla 13. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora.

Ámbitos del entorno que generan obstáculos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (gravedad)
Apoyo financiero	75,0%
Políticas de apoyo	61,1%
Educación y formación	25,0%
Contexto político, institucional y social	19,4%
Acceso a infraestructura física	13,9%
Costes laborales	5,6%
Crisis económica	2,8%
Apertura del mercado interno	2,8%

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

En relación a los **apoyos** (tabla 14), los expertos enuncian como principales favorecedores del entorno de la actividad emprendedora, los programas gubernamentales (54,3%), el contexto social y político (28,6%), el apoyo financiero (22,9%) y la situación del mercado laboral (20%).

Los programas públicos de apoyo se citan en primer lugar como factor que impulsa la actividad emprendedora. En este sentido, destacan aspecto como la cercanía de los agentes de desarrollo local a los emprendedores potenciales y nacientes, el papel de las incubadoras de empresa y las aceleradoras, así como los diversos encuentros, actividades de networking, información, promoción y formación a emprendedores.

En segundo lugar, el contexto social y político es considerado por los expertos como un apoyo fundamental para el emprendimiento. Sobre esta variables los expertos añaden que se están desarrollando iniciativas de I+D+i conjuntas entre las diferentes Administraciones, y que existe una cierta conciencia social de que la responsabilidad de mejora de la situación económica recae en parte en las propias empresas y emprendedores.

Además, muchos de los expertos consideran que la situación del mercado laboral podría estar actuando como impulso a la actividad emprendedora, y también vinculado al emprendimiento, la reciente regulación de los empleados contratados por emprendedores en los primeros años actividad favorece la actividad.

Otros factores destacados han sido aquellos relacionados la capacidad emprendedora, las normas sociales y culturales y por supuesto, uno de los factores más citados en los últimos años como es la crisis económica, que aparece también inherentemente cuando se habla de la financiación o de la situación del mercado laboral.

Tabla 14. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Programas gubernamentales	54,3%
Contexto social, político e institucional	28,6%
Apoyo financiero	22,9%
Situación del mercado laboral	20,0%
Capacidad emprendedora	20,0%
Infraestructura comercial y profesional	17,1%
Normas sociales y culturales	14,3%
Crisis económica	11,4%

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

Las **recomendaciones** (tabla 15) propuestas por los expertos reiteran como principales, las ya recogidas en informes de años anteriores. Así, la mejora de las políticas de apoyo (62,9%), un mayor apoyo financiero (51,4%), el

impulso a los programas de apoyo (51,4%), la educación y formación y su orientación emprendedora (25,7%) son las más destacadas.

En relación a las políticas y programas de fomento, los expertos reconocen que ayudan a los emprendedores, pero consideran que existe un margen de mejora. Facilitar aspectos tributarios y contables, agilizar la burocracia, priorizar el apoyo y el fomento al emprendimiento y mejorar las subvenciones son destacados como necesidades por parte de los expertos.

Respecto a la financiación, las opiniones de los expertos citan fuentes de financiación no suficientemente aprovechadas como son el papel que pueden jugar los *business angels* y las plataformas de *crowdfunding*. Además, se recomienda una mayor facilidad de acceso a la financiación, manifestando la necesidad por parte del sector financiero de volver a circular el crédito para las empresas así como que se continúe estimulando el desarrollo de nuevas fórmulas de financiación más acordes a las necesidades actuales.

Por último, cabe citar las recomendaciones relacionadas con la educación y su orientación al emprendimiento, que ocupan un lugar significativo tras los tres grupos de recomendaciones antes citados. La importancia de crear competencias emprendedoras en todos los niveles educativos queda patente para los expertos; en este sentido, se plantean propuestas que pasan por acercar a los empresarios a las aulas mostrando casos de éxito, dar más peso a la formación práctica en emprendimiento y potenciar el fomento del espíritu emprendedor en las edades más tempranas.

Tabla 15. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones.

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Políticas de apoyo	62,9%
Apoyo financiero	51,4%
Programas de apoyo	51,4%
Educación y formación	25,7%
Contexto político, institucional y social	14,3%
Normas sociales y culturales	8,6%

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

CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES

El observatorio GEM y los equipos que lo integran ofrecen desde hace más de diez años, la posibilidad de analizar de cerca los principales indicadores de la actividad emprendedoras desde una perspectiva internacional, nacional y regional.

Los datos recogidos en el presente informe, a nivel de la Comunidad Valenciana, aportan conclusiones acerca de algunos rasgos y percepciones del carácter emprendedor de la población de 18 a 64 años, así como el resultado de la actividad emprendedora durante 2015 y el contexto en el que se ha desarrollado.

La actividad emprendedora TEA, la que tiene menos de 42 meses, se sitúa en mínimos (3,7%), y particularmente la baja actividad naciente no parece que vaya a aportar emprendedores a la fase de actividad nueva en años sucesivos, sin embargo, la percepción de existencia de oportunidades para emprender por parte de la población continua creciendo (28,4%), lo que supone un cambio respecto a la tendencia de los últimos tres años y puede contribuir a que aumente la actividad emprendedora en los próximos años.

Pese a la disminución en la actividad emprendedora total acontecida en 2015, es destacable el crecimiento detectado en la actividad consolidada, lo que parece indicar que las iniciativas puestas en marcha en ediciones anteriores han sabido mantenerse en el mercado y sobrevivir ante una competencia cada vez más globalizada.

Por otro lado, consideramos positivo que los datos de la encuesta a la población indiquen que, en la Comunidad Valenciana, más de la mitad de los individuos sienten que cuentan con las habilidades necesarias para la puesta en marcha de un proyecto de negocio. Este es considerado como un

componente fundamental para el desarrollo de comportamientos emprendedores dado que está vinculado a la viabilidad del proyecto empresarial.

Como ya sucedía en años anteriores las iniciativas que se ponen en marcha continúan teniendo un tamaño muy pequeño en lo relativo tanto a sus necesidades financieras como a sus requerimientos de recursos humanos. Esa situación refleja que aproximadamente en el 80% de los casos las iniciativas puestas en marcha lo hagan con vocación de autoempleo del propio emprendedor y sin necesidad de financiación externa.

Los expertos consideran que el emprendedor de la Comunidad Valenciana sigue contando con el apoyo de una buena infraestructura física, comercial y profesional, destacando aquellos relacionado con el acceso a comunicaciones, básicas para mejorar su competitividad en el mercado. Además valoran como ventaja para el emprendimiento, el perfil emprendedor de la Comunidad, que goza de gran iniciativa y en general de una gran capacidad para la asunción de riesgos.

Por otro lado, el acceso a la financiación, las políticas públicas de apoyo y la formación específica para emprender, son algunos de los obstáculos que los expertos consideran más importantes. De hecho, es el acceso a la financiación uno de los factores que desde el año 2008 destacan permanentemente, y es que a pesar de que tanto las entidades públicas como las financieras comienzan a desarrollar productos ajustados a las necesidades empresariales en cada fase del negocio, todavía no existe un clima de satisfacción por parte de los emprendedores en este sentido. Del mismo modo sucede con las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas, y la formación en competencias emprendedoras en etapas tempranas, siendo ésta una de las recomendaciones de los expertos, en concreto el desarrollo de habilidades personales como la creatividad, la innovación y el liderazgo.

En este punto es destacable que, en el tramo entre emprendedores potenciales y consolidados, algo menos del 40% posee formación específica en creación de empresas, lo que nos da a entender la necesidad de realizar un esfuerzo en este sentido, en los distintos niveles educativos. El desarrollo de un espíritu emprendedor en este ámbito juega un papel fundamental ya que es el contexto en el que se está formando a futuros profesionales, enseñándoles a buscar soluciones creativas a problemas sociales, a ser capaces de innovar proponiendo nuevas ideas y participando de forma activa en la sociedad.

Como ya se analizaba en informes anteriores, el emprendimiento social comienza a formar una corriente destacada en este ámbito, siendo los centros de formación el caldo de cultivo donde éstos se deben formar, ayudando a crear actitudes y comportamientos en los estudiantes, ante los retos medioambientales y sociales.

Índice de FIGURAS

Figura 1. Modelo teórico GEM y fuentes de información que lo nutren	26
Figura 2. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM	27
Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades.....	36
Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora.....	37
Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades.	38
Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo.	39
Figura 7. Evolución de la tasa de personas que piensan que en la Comunidad Valenciana emprender es una buena opción profesional.....	40
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica.....	41
Figura 9. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito.....	42
Figura 10. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.....	43
Figura 11. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.	46
Figura 12. Tasas de involucración de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.	47
Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora.....	48
Figura 14a. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora.....	49
Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana.....	50
Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas.	51
Figura 16. Evolución de la tasa de abandono y cierres.	52
Figura 17. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.....	53
Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.....	54
Figura 19. Evolución tasa total actividad emprendedora por su motivación.....	55
Figura 20. Evolución motivaciones intrínsecas para aprovechamientooportunidades. .	56
Figura 21. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional.	58
Figura 22. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.....	60
Figura 23. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género.....	61
Figura 24. Distribución por rangos de edad y fases del proceso emprendedor.....	62
Figura 25. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por rangos de edad....	63
Figura 26. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.....	64
Figura 27. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos...	65
Figura 28. Formación específica para emprender por fases del proceso.	66
Figura 29. Distribución iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad.....	70
Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta.....	71
Figura 31. Empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal.	72
Figura 32. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a 5 años vista...	73
Figura 33. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales.....	76

Figura 34. Percepción del número de competidores que ofrecen el mismo producto..	77
Figura 35. Percepción de la proporción de sus clientes potenciales fuera de España.	78
Figura 36. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2014 en la Comunidad Valenciana.	83
Figura 37. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2014 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.	87

Índice de TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.....	29
Tabla 2. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% sobre población de 18-64 años).....	54
Tabla 3. Resultados proceso emprendedor contexto regional español.....	57
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género...	61
Tabla 5. Perfil medio 2014 de involucrados por fase del proceso emprendedor.....	67
Tabla 6. Perfil medio 2014 por género.....	67
Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.....	74
Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.	75
Tabla 9. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.	80
Tabla 10. Ámbito de influencia de los expertos del Informe GEM Comunidad Valenciana 2014.....	81
Tabla 11. Ámbitos de procedencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2014.....	81
Tabla 12. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.....	84
Tabla 13. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora.....	88
Tabla 14. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.....	89
Tabla 15. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones..	90

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Universo: Población residente en la Comunidad Valenciana de 18 a 64 años.
Población objetivo: 3.157.973 individuos.
Muestra: 1.000 individuos.
Margen de confianza: 95,0%.
Error muestral $\pm 3,10\%$ para el conjunto de la muestra.
Varianza: máxima indeterminación ($p=q=50\%$).
Período realización de encuestas: Junio-Julio de 2015.
Trabajo de campo: Instituto Opinometre
Grabación y creación bases de datos: Instituto Opinometre.

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2015, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argentina, Australia, Barbados, Bélgica, Botsuana, Brasil, Bulgaria, Burkina Faso, Camerún, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea, Croacia, Ecuador, Egipto, Eslovaquia, Eslovenia, EE.UU., España, Estonia, Filipinas, Finlandia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Kazajstán, Letonia, Líbano, Luxemburgo, Macedonia, Malasia, Marruecos, México, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Rumanía, Senegal, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Túnez, Uruguay, y Vietnam.

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

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

ISSN 1988-4885

EQUIPO GEM ESPAÑA 2015

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



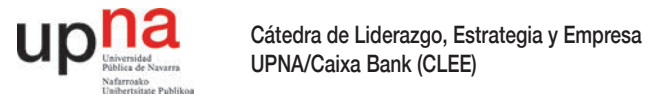
GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



Patrocinadores e instituciones:

