Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2018

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

Jose Mª. Gómez - Ignacio Mira - Jesús Martínez - Marina Estrada

GEM
Santander UNIVERSIDADES
CISE CENTRO INTERNACIONAL SANTANDER EMPRENDIMIENTO UCEIF
UNIVERSITAS Miguel Hernández

Actividad Emprendedora en la Comunidad Valenciana. Informe GEM 2018

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

Investigadores/as colaboradores/as:
Mª José Mª José Alarcón García
Lirios Alos Simó
MªCinta Gisbert López
Antonio J.Verdú Jover
Domingo Galiana Lapera
Mª Isabel Borreguero Guerra
Lucía Egea Ronda

ISSN:
1988-4885
Fecha de edición:
5/11/2019

Editorial:
Universidad Miguel Hernández de Elche
Maquetación:
Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la Docencia y a la Investigación UMH

Nota de la editorial:

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

Asociación
RED **GEM** España

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Comunidad Valenciana 2018

AUTORES:
JOSÉ MARÍA GÓMEZ GRAS (DIR. GEM COMUNIDAD VALENCIANA)
IGNACIO MIRA SOLVES (DIRECCIÓN TÉCNICA)
JESÚS MARTÍNEZ MATEO
MARINA ESTRADA DE LA CRUZ

INVESTIGADORES COLABORADORES:
Mª JOSÉ ALARCÓN GARCÍA, LIRIOS ALOS SIMÓ, Mª CINTA GISBERT LÓPEZ, ANTONIO J. VERDÚ JOVER, DOMINGO GALIANA LAPERA, Mª ISABEL BORREGUERO GUERRA, LUCÍA EGEA RONDA

UNIVERSITAS Miguel Hernández

CISE CENTRO INTERNACIONAL SANTANDER EMPRENDIMIENTO UCEIF

Santander UNIVERSIDADES

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....5

RELACIÓN EQUIPOS RED GEM ESPAÑA 2018.....7

PRESENTACIONES.....13

Conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.....13

Presidente Ejecutivo Air Nostrum.....15

EL PROYECTO GEM.....17

BALANCED SCORECARD.....21

RESUMEN EJECUTIVO.....23

CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN.....27

1.1 Introducción.....27

1.2 Percepción de oportunidades.....28

1.3 Disponibilidad de red social emprendedora.....29

1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender.....30

1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender.....31

1.6 Emprendimiento como opción profesional.....32

1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico.....33

1.8 Medios de comunicación y emprendimiento.....34

1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español.35

CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL.....37

2.1 Introducción.....37

2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor.....38

2.3 Evolución de la intención emprendedora.....40

2.4 Evolución de la actividad emprendedora.....41

2.5 Evolución de la actividad consolidada.....42

2.6 Evolución de abandonos y cierres.....43

2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.....45

2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....47

CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE INVOLUCRADOS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR 51
3.1. Introducción 51
3.2. Género 51
3.3. Edad 53
3.4. Formación 54
3.5. Perfil medio 56

CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES 57
4.1. Introducción 57
4.2. Sectores generales de actividad 57
4.3. Número de socios 58
4.4. Dimensión y número de empleados 59
4.5. Financiación de las iniciativas 60
4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa 63

CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER 67
5.1. Introducción 67
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender 69
5.3. Obstáculos, apoyos y recomendaciones 74

CAPÍTULO 6. REFLEXIONES FINALES 79

ÍNDICE DE FIGURAS 81

ÍNDICE DE TABLAS 85

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO 87

RELACIÓN EQUIPOS RED GEM ESPAÑA 2018

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-Cise Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de Cise y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-Cise Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez José María Biedma Ferrer *Coordinadores equipos provinciales:* Luis López Molina María del Mar Fuentes Fuentes María Jesús Hernández Ortiz Rafael Ventura Fernández Carmen Cabello Medina Francisco Liñán	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maícas López Javier Montero Villacampa 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. Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Asturias	Universidad de Oviedo	Beatriz Junquera Cimadevilla (Directora) Jesús Ángel del Brío González Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández	Catedra Capgemini-Caja Rural de Asturias de Emprendimiento
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) Maria Sard Bauzá Joan Garau Vadell Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintes	Cátedra ICAPE Institut de Innovació Empresarial (IDI) Conselleria de Trabajo, Comercio e Industria

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Directora. GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz	Santander SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluis Capelleras Marc Fíguls 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 (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José Mª Ruiz Palomo Mireya Martínez López	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 (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada. Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School (Madrid)	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) *Equipo UAM:* Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías *Equipo Deusto Business School:* Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Dir. GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover Mª José Alarcón García Mª Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera Mª Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la C. Valenciana Diputación Provincial de Alicante Air Nostrum Aligrupo Catral Garden Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Extremadura Avante Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Gallega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica) Sara Fernández López (Coordinadora) Jacobo Feás Vázquez Marta Portela Maseda David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Guillermo Andrés Zapata Huamaní *Colaboradores:* Nuria Calvo Babío (Univ. da Coruña) Lucía Rey Ares (Univ. da Coruña) Pilar Piñeiro García (Univ. de Vigo) Alberto Vaquero García (Univ. de Vigo) María Bobillo Varela (consultora independiente) Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández José Antonio Redondo Sampedro	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidad de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio Rubén Fernández Ortiz Juan Manuel Domínguez Ortega Emma Juaneda Ayensa	Agencia de Desarrollo Económico de la Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contín Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez Lucia Nieto Sadaba Maria Sanz Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra INARBE Gobierno de Navarra
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Newcastle Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM- País Vasco) Nerea González Jon Hoyos Iñaki Peña Javier Montero Villacampa Maribel Guerrero David Urbano	SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España

Conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo

El emprendimiento constituye un importante motor de crecimiento económico y creación de empleo, haciendo que la economía sea más competitiva e innovadora.

Emprender significa acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. El ser humano tiene la grandeza de ser capaz de imaginar y crear aquello en lo que cree, y eso es, ni más ni menos, emprender.

El Consell, consciente de la importancia del emprendimiento, incluye entre sus prioridades el fomento de la actitud emprendedora.

La actitud emprendedora es un recurso de gran importancia en las sociedades avanzadas, que les permite encontrar continuamente soluciones innovadoras para mejorar su calidad de vida.

Por ello, la transformación del modelo económico requiere el fortalecimiento del Sistema Valenciano de Emprendimiento, para que sea más sostenible e innovador, y que ello se lleve a cabo mediante una política transversal que implique a toda la Administración valenciana a través de sus políticas de educación, formación, empleo o innovación, entre otras, junto a las universidades y el resto de centros del conocimiento, y a las empresas.

En un mundo tan cambiante como en el que estamos inmersos, es muy necesario tener una visión de futuro para estructurar los pasos que corresponde dar, mediante la participación de todas las personas, organismos e instituciones que tienen una estrecha relación con la temática a la que se le quiere proporcionar “luces largas”.

Ese es precisamente el camino que se ha adoptado para elaborar el Plan Estratégico del Emprendimiento de la Generalitat Valenciana 2019-2023 que condensa la Visión, la Ilusión y el Deseo, de Emprender colectivamente hacia un horizonte de Futuro común, mejorando y fortaleciendo nuestro Ecosistema emprendedor.

La metodología de trabajo participativo le da fuerza al plan, y es una garantía de la implicación proactiva de las entidades públicas y privadas, clave en el Ecosistema emprendedor de la Comunitat Valenciana, y para este desafío común que se nos plantea.

En pleno siglo XXI, la sociedad ha ido aprendiendo a manejar la 'incertidumbre' y la 'ambigüedad' a través de la gestión del conocimiento, leyendo señales tempranas y, sobre todo, estableciendo estructuras que permitan ser ágiles en la implementación de la estrategia; para ello es esencial disponer de un mecanismo de gobernanza y un sistema de decisión construido y apoyado a partir de datos que, transformados en conocimiento, permitirán tomar decisiones inteligentes, ajustar las medidas, reenfocar los instrumentos y por tanto asignar los recursos de forma óptima, en base a la evolución que la realidad nos muestre cada año.

El Plan Estratégico implica al Ecosistema Emprendedor de la Comunitat Valenciana y engloba al conjunto de la comunidad de entidades, organismos y personas que se relacionan entre sí y se desarrollan en nuestro territorio, con el objetivo de elevar el nivel del emprendimiento y de la capacidad de regeneración económica sostenible de nuestra Comunitat.

En resumen, desde la Generalitat Valenciana vamos a seguir trabajando por las personas emprendedoras, desde bases sólidas y con una estrategia a medio y largo plazo sustentada en un análisis riguroso, al que contribuye con todo valor el proyecto GEM.

Quiero agradecer de forma sincera la iniciativa del proyecto GEM, que permite conocer, seguir y evaluar la realidad del emprendimiento, lo cual es fundamental para que la economía aproveche todo su potencial de desarrollo sostenible y que redunde, en definitiva, en una mayor cohesión social y territorial.

Rafael Climent González
Conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo

Presidente Ejecutivo Air Nostrum

En 2020 se cumplirán 15 años desde que, puntualmente, acudo a esta cita con el Estudio GEM.

Aún recuerdo el primer encuentro que mantuve con el profesor José María Gómez Gras de la Universidad Miguel Hernández y con mi antiguo compañero del Instituto de Empresa, Ignacio de la Vega. Durante aquella charla, ambos me presentaron los ambiciosos objetivos de este estudio pionero en el fenómeno del emprendimiento en la Comunidad Valenciana y yo me *enganché* a su idea de forma incondicional.

La palabra "emprendedor" era entonces menos común en el léxico de los negocios que ahora y, en su lugar, se utilizaba la mucho más genérica de "empresario". Tan empresario era el que acababa de montar un pequeño negocio familiar con un par de trabajadores como el que, en tercera generación, heredaba una empresa del IBEX 35. Aun así, estaba claro que la voz "emprendedor" ofrecía muchos más matices que la palabra "empresario" cuando se trataba de trasladar la idea de la empresa como proyecto germinal y, en consecuencia, con un plus de riesgo e incertidumbre.

La etimología de "empresa" y "emprendedor" es similar. Ambas palabras derivan del vocablo latino "in-prehendere" que también se vincula a otros términos tales como "prender" (en el sentido de capturar) "aprender", "sorprender", e incluso a "prisión" y "presión". Les confieso que sonrío al escribir esto porque todas ellas me parecen voces muy asociadas al mundo de la empresa.

"Agarrar, tomar o coger", esa es la raíz semántica que hay detrás de nuestra palabra-icono, y si las palabras tienen un alma – y ésta claramente la tiene - el espíritu del emprendedor se resume en un concepto que es absolutamente crítico a la hora de fundar una empresa: la DECISIÓN. No es casualidad que el Diccionario de Autoridades" definiese en 1732 al emprendedor como la "persona que determina hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua" y que su uso estuviese restringido solo a aventureros y militares.

Tuvo que ser en el siglo XVIII cuando el economista Richard Cantillon le diese una connotación comercial al término al señalar al emprendedor como "aquella persona que paga un precio por un producto, para luego revenderlo a un precio incierto, admitiendo consecuentemente el riesgo".

Primero fui empleado, después directivo y con 50 años me convertí en emprendedor que es lo que había querido ser siempre. Y digo emprendedor y no empresario porque en el grupo que presido, desde aquella fecha, hemos abierto no menos de 10 empresas en diferentes sectores y países del mundo "admitiendo consecuentemente el riesgo" y seguimos lanzando nuevos proyectos con tanta ilusión como al principio.

Ese es el motivo de que haya leído con tanta fruición esta nueva edición del proyecto GEM en la Comunidad Valenciana cuya lectura encarecidamente les recomiendo, especialmente si están pensando en acometer algún proyecto empresarial.

Y si usted, paciente lector, trabaja en un organismo público de nuestra comunidad autónoma o en una entidad local, le ruego que, con más motivo, se detenga en páginas de este libro, estudie sus abundantes gráficos y analice sus importantes conclusiones porque necesitamos de su inestimable ayuda para crear un marco jurídico y administrativo flexible que permita desarrollar un ecosistema empresarial fértil en el que crezca la semilla del emprendimiento.

Carlos Bertomeu
Presidente Ejecutivo de Air Nostrum

EL PROYECTO GEM

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

Desde el año 1999 está desarrollando su actividad en informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias a la participación de investigadores que lo integran. El número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando desde su primera edición. En los 20 años de andadura se han analizado en GEM más de un centenar de países, y esta edición de 2018 cuenta con la participación de 49 de ellos, en los que se han entrevistado alrededor de 164.000 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.

En la presente edición, la red española está conformada por más de 100 investigadores, 24 universidades, más de 50 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 quince años desarrollando un informe anual que proporciona 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.

Así, GEM se configura como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, basada en un sólido modelo teórico, que se ha ido perfeccionando con el tiempo, y que se nutre empíricamente de diversas fuentes de información (Figura 1). Este marco se complementa con un modelo

de relaciones (figura 2) entre condicionantes del emprendimiento y actividad emprendedora.

Figura 1. Marco teórico GEM.

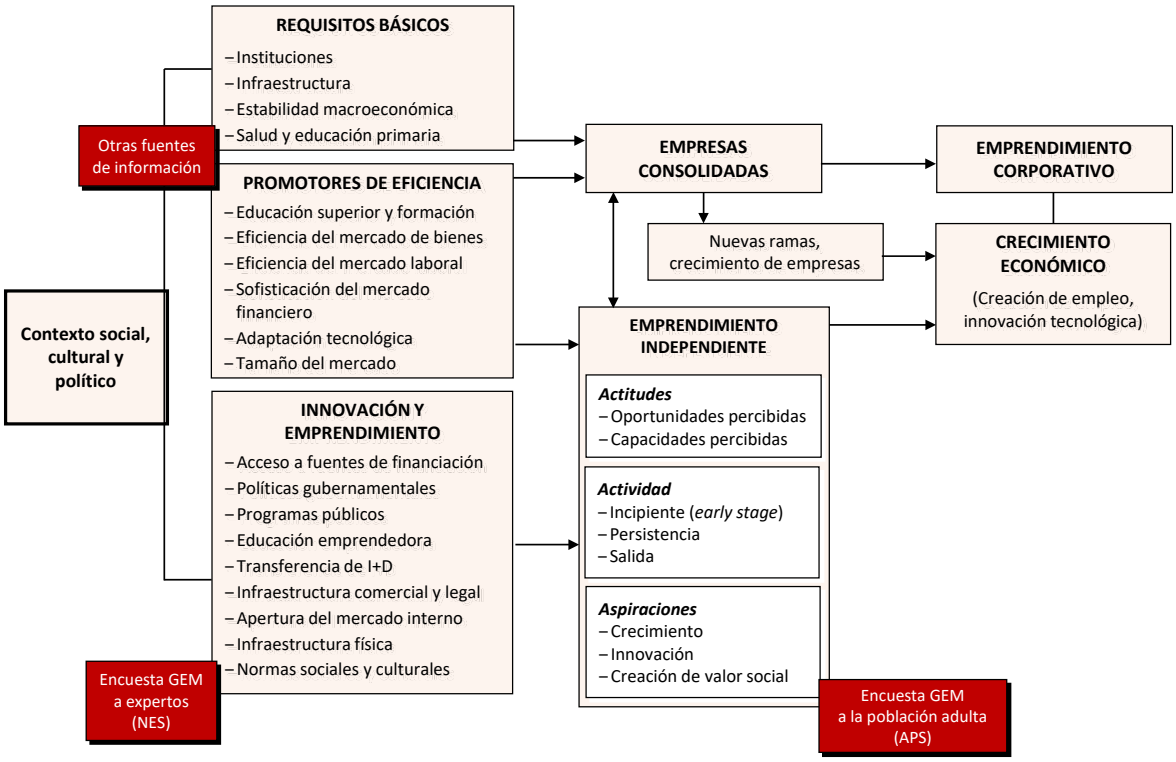
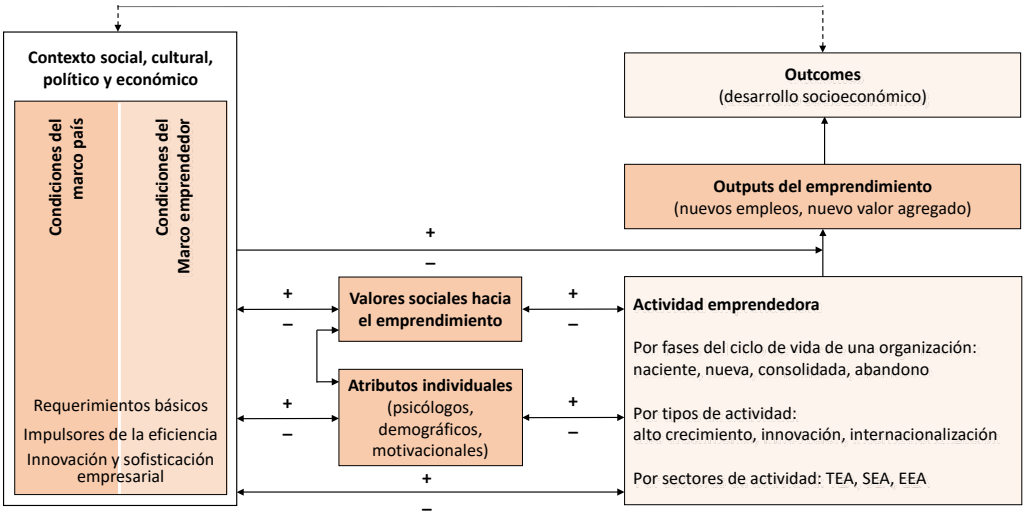


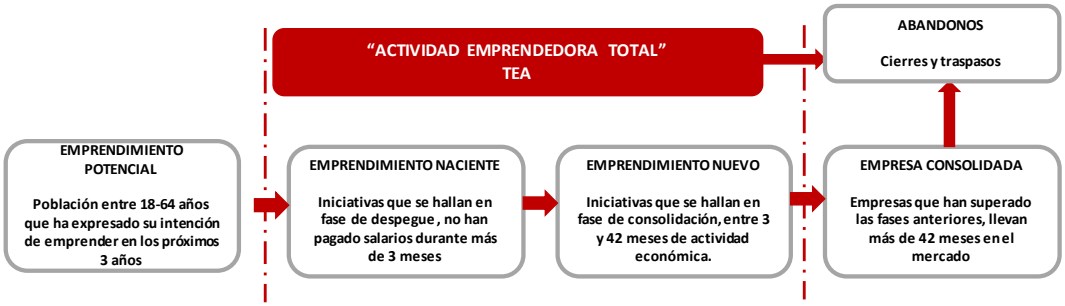
Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.



Con todo, el marco de desarrollo de GEM asume la actividad emprendedora como resultado de la interacción entre la percepción de un individuo sobre una oportunidad y su capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre ésta, y las distintas condiciones del entorno en el que se encuentra, y dentro de este marco, el consorcio investigador GEM considera la creación o puesta en marcha de una iniciativa empresarial, como un proceso secuencial compuesto por una serie de etapas, iniciadas con la generación de una idea, seguida de las acciones de su puesta en marcha, el lanzamiento al mercado, el inicio de una fase de consolidación, que culmina con la empresa consolidada cuando ésta alcanza suficiente madurez (supervivencia de al menos tres años y medio), o bien con la posibilidad del abandono por los promotores, ya sea por cierre o bien por traspaso de la iniciativa.

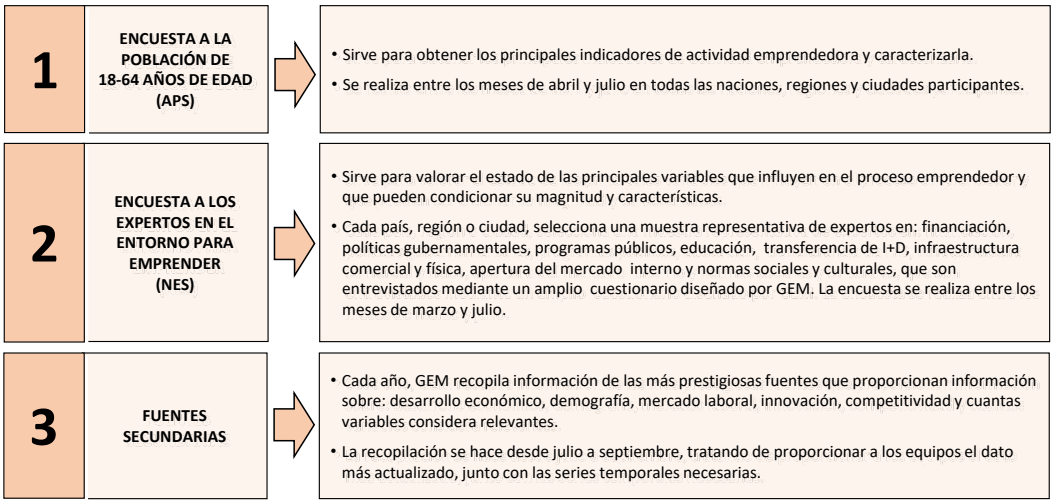
Así entendido en GEM, la figura 3 recoge este proceso emprendedor en las citadas etapas, que abarcan desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender hasta la puesta en marcha, desarrollo y consolidación de la actividad emprendedora.

Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM.



Las fuentes de información principales empleadas por GEM son (figura 4) 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. Particularmente, la encuesta a la población proporciona los datos para obtener los indicadores que describen y caracterizan la actividad emprendedora y el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, mientras que la encuesta a expertos permite valorar el estado de las principales variables de entorno que influyen en el proceso emprendedor.

Figura 4. Fuentes de información GEM.



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 2018 y su comparación con 2017.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (% población 18-64 años)	**2017**	**2018**
Percibe buenas oportunidades para emprender	30,1%	32,0%
Dispone de una cierta red social (conocimiento de emprendedores)	31,1%	30,5%
Se autoreconoce habilidades y conocimientos para emprender	42,0%	42,0%
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	56,7%	56,5%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	5,8%	6,4%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	0,8%	1,4%
Ha actuado como inversor informal	5,3%	3,8%
TEA, iniciativas hasta 42 meses de operatividad (% población 18-64 años)	**2017**	**2018**
TEA Total	3,3%	3,6%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	2,7%	3,0%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	3,9%	4,2%
Distribución del TEA, tomado como 100%	**2017**	**2018**
TEA por oportunidad (iniciativas sobre oportunidades detectadas)	49,0%	55,7%
TEA por necesidad (iniciativas a falta de alternativas de empleo)	48,1%	33,3%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	2,9%	11,0%
TEA del sector orientado al consumo	48,7%	36,6%
TEA del sector de servicios a empresas	30,1%	36,7%
TEA del sector transformador	18,3%	21,0%
TEA del sector extractivo o primario	2,9%	5,7%
TEA hasta 5 empleados	83,0%	84,4%
TEA de más de 5 empleados	17,0%	15,6%

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 5)	2017	2018
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,85	3,91
Programas públicos de apoyo	3,21	3,24
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,27	3,03
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	3,11	2,72
Normas sociales y culturales	2,80	2,54
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,26	2,52
Barreras de acceso al mercado interno	2,57	2,47
Transferencia de I + D	2,34	2,40
Dinámica del mercado interno	2,33	2,39
Financiación para emprendedores	2,23	2,31
Políticas fiscales y burocracia administrativa	2,11	2,26
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	1,86	1,64

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

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

Los datos GEM recogen que el 32,0% de la población aprecia que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje supera en casi 2 puntos al obtenido en 2017, y confirma que existe un cierto repunte sobre esta percepción desde 2012; año en el que se obtuvo el porcentaje más bajo registrado desde 2004.

El porcentaje de población que cuenta con emprendedores en su círculo social, alcanza al 30,5%, en este 2018, apenas medio punto menos que el obtenido en 2017.

En relación al autoreconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que, como sucedía en 2017, un 42% de los individuos sienten que cuentan con la destreza necesaria para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, cifra que se ha mantenido relativamente estable a lo largo de los años analizados.

Respecto al posible papel del miedo al fracaso, como inhibidor del proceso emprendedor, un 56,5% de la población no lo considera un impedimento crítico para iniciar un proyecto empresarial. Otras variables socioculturales, como la valoración de la creación de empresa como buena opción profesional, o el estatus social que puede proporcionar el desarrollo de empresa propia, se siguen manteniendo cercanas al 50%, si bien con un ligero incremento con respecto a 2017.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En 2018, el 3,6% de la población adulta de la Comunidad Valenciana estaba involucrada en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento, manteniendo un porcentaje muy cercano al que se detectó en 2017, si bien, se incrementa ligeramente en 3 décimas.

Además, otro 6,4% de la población se puede clasificar como emprendedor potencial (0,6 puntos más de lo que se detectó en 2017), y el colectivo de empresarios consolidados se sitúa en el 4,2% (1 punto inferior a 2017). Finalmente, el porcentaje de población que ha tenido que cerrar su actividad se estima en 0,9%.

Los comportamientos emprendedores inducidos fundamentalmente por la explotación de una oportunidad de negocio (55,7% de los casos) continúan siendo mayoría, mientras que cerca de un 44,3% de emprendedores reconocen la necesidad u otros motivos como impulso principal de su implicación en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial. Estos datos suponen un ligero incremento de la actividad emprendedora por oportunidad respecto a 2017.

Perfil socio-económico de los emprendedores incipientes

Atendiendo a las características del perfil medio de las personas involucradas en actividades con menos de 42 meses en el mercado (TEA), los datos de 2018 muestran unas características muy similares a las de años anteriores: varón en un 58,6% de los casos, edad promedio 47 años, estudios superiores en un 58,4% de los casos y enseñanza obligatoria en el 33,3%.

Más de la mitad de los implicados en alguna fase del proceso emprendedor (52,8%) dispone de algún tipo de formación específica para emprender, y entre los que tienen la intención de emprender a corto plazo, el 46,9% también están en posesión ya de alguna formación concreta.

Características de las actividades emprendedoras

Tal y como sucedía en ediciones anteriores, sobre el total de actividad emprendedora incipiente registrada, el 73,3% de las iniciativas se orienta al sector servicios (36,6% al consumo y 36,7 a servicios a empresas), y la distribución de iniciativas emprendedoras por sectores de actividad continúa siendo similar a años anteriores. En cuanto al número de propietarios de actividades con menos de 42 meses en el mercado, se observa que en más de la mitad de los casos (61,1%), los emprendedores deciden abordarla de forma individual, y aproximadamente el 8% afirman que la desarrollan entre tres o más socios.

El apartado relativo a financiación, refleja una ligera disminución de necesidades respecto a 2017. El 22% de los emprendedores nacientes estiman unos requerimientos en torno a los 15.000 euros.

Condiciones de entorno

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

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

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

CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN

1.1 Introducción

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

Por ello, en este primer capítulo se incluye el análisis de los valores, las percepciones y las actitudes de la población de la Comunidad Valenciana, en relación al emprendimiento, ya esté la misma involucrada o no en el proceso de creación de empresas.

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

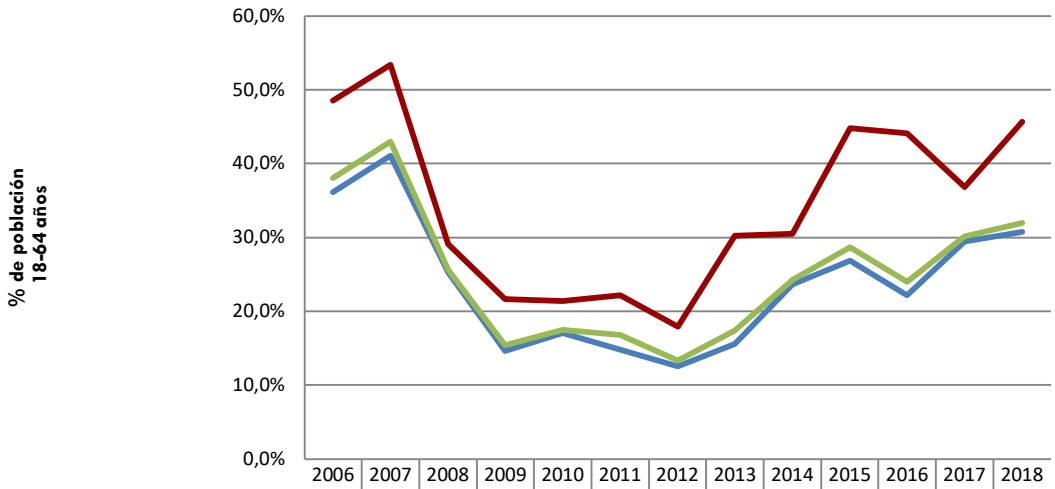
1.2 Percepción de oportunidades

La percepción de posibles oportunidades para emprender se encuentra implícita en el inicio de toda actividad empresarial. Así, la encuesta GEM que se realiza a la población adulta, sondea a los entrevistados acerca de su opinión sobre la existencia de buenas oportunidades a corto plazo.

Según los datos de 2018, un 32,0% de la población de la Comunidad Valenciana aprecia oportunidades para el emprendimiento a seis meses vista. Este porcentaje supone un ligero incremento respecto al año anterior, continuando con la tendencia de mejora desde que en 2012 se registrase el dato más bajo de todo el periodo.

Desglosando el dato, podemos observar una tendencia al alza entre los no involucrados en el proceso emprendedor de aproximadamente un punto, mientras que, en el caso de las personas involucradas, la evolución es especialmente considerable (45,7% frente a 36,8% en 2017).

Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).



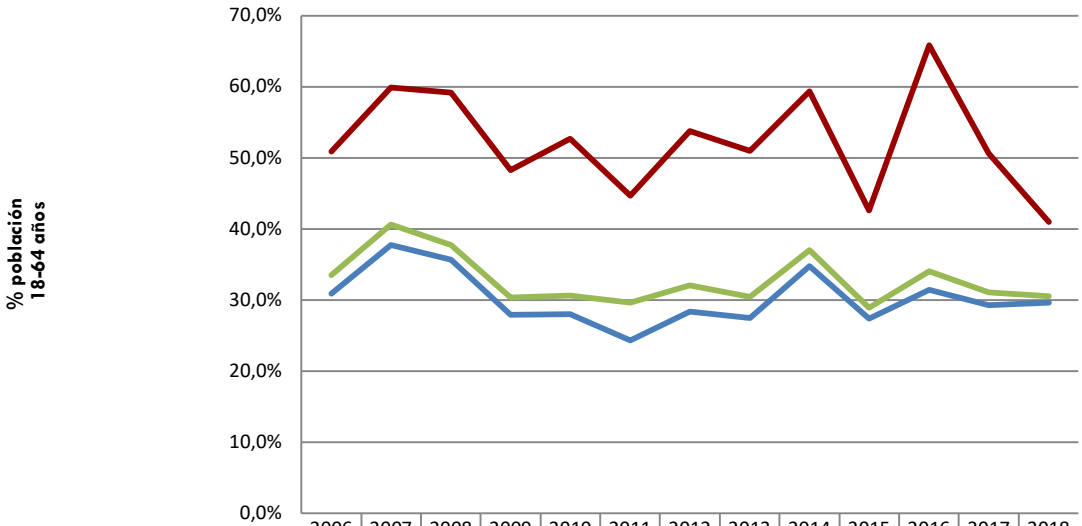
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población no involucrada	36,1%	41,1%	25,3%	14,6%	17,0%	14,8%	12,5%	15,6%	23,6%	26,8%	22,2%	29,4%	30,7%
Población involucrada	48,5%	53,4%	29,1%	21,6%	21,4%	22,2%	17,9%	30,2%	30,5%	44,8%	44,1%	36,8%	45,7%
Total	38,0%	43,0%	25,6%	15,4%	17,5%	16,8%	13,3%	17,4%	24,2%	28,7%	24,0%	30,1%	32,0%

1.3 Disponibilidad de red social emprendedora

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

En 2018, el 30,5% de la población afirma conocer a emprendedores en su círculo social, lo que supone un mantenimiento del porcentaje respecto a 2017. En cuanto al desglose de estos datos, diferenciando entre emprendedores y población no involucrada, la evolución mantiene un paralelismo a lo largo del tiempo.

Figura 6. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).



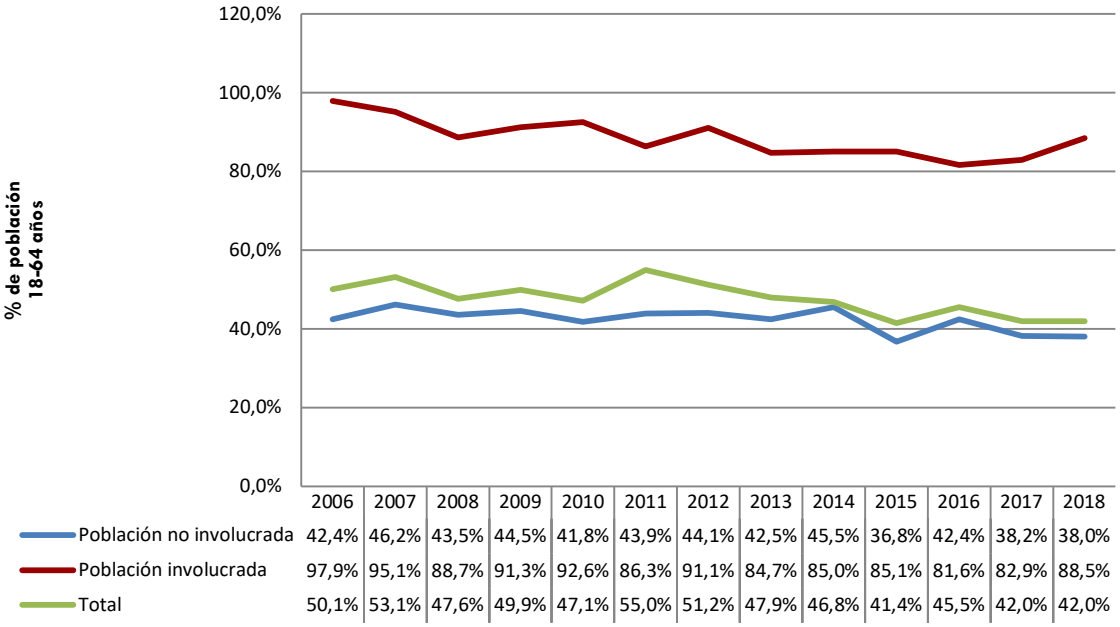
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población no involucrada	30,9%	37,7%	35,7%	27,9%	28,0%	24,3%	28,4%	27,5%	34,8%	27,4%	31,4%	29,3%	29,6%
Población involucrada	50,9%	59,9%	59,2%	48,3%	52,7%	44,7%	53,8%	51,0%	59,3%	42,6%	65,8%	50,6%	41,0%
Total	33,5%	40,6%	37,7%	30,3%	30,6%	29,6%	32,1%	30,4%	37,0%	28,9%	34,0%	31,1%	30,5%

1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

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

En la Comunidad Valenciana, los datos de 2018 muestran que algo menos de la mitad de la población (42%) cree contar con conocimientos y experiencia para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, dato similar al de años anteriores. Por segmentos de población, el dato es de un 38% para los no involucrados, mientras que entre los emprendedores esta percepción asciende a un 88,5%.

Figura 7. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).



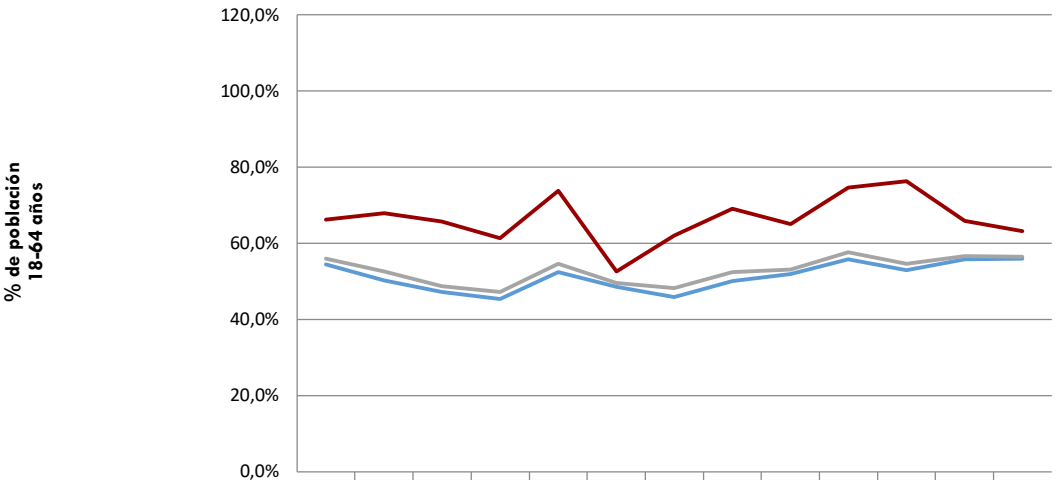
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población no involucrada	42,4%	46,2%	43,5%	44,5%	41,8%	43,9%	44,1%	42,5%	45,5%	36,8%	42,4%	38,2%	38,0%
Población involucrada	97,9%	95,1%	88,7%	91,3%	92,6%	86,3%	91,1%	84,7%	85,0%	85,1%	81,6%	82,9%	88,5%
Total	50,1%	53,1%	47,6%	49,9%	47,1%	55,0%	51,2%	47,9%	46,8%	41,4%	45,5%	42,0%	42,0%

1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

La aversión al riesgo de la población como barrera que pueda inhibir comportamientos emprendedores, se recoge en GEM como temor al fracaso. Al respecto, la información obtenida en 2018 evidencia que el 56,5% de la población entrevistada, entre 18 y 64 años, no considera que la posibilidad de fracaso sea un impedimento para emprender, porcentaje que se ha mantenido en niveles similares durante los últimos años.

El desglose del dato muestra que entre la población no involucrada el porcentaje es de un 56%, mientras que entre los emprendedores recoge una leve reducción de 2,6 puntos alcanzando el 63,3%.

Figura 8. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).



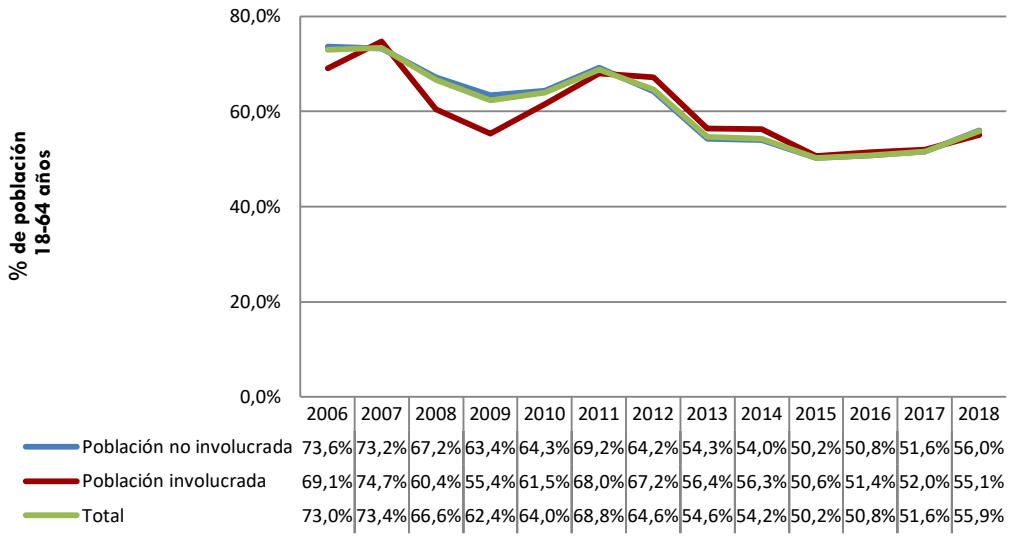
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población no involucrada	54,4%	50,2%	47,2%	45,4%	52,4%	48,6%	45,9%	50,1%	52,0%	55,8%	52,9%	55,9%	56,0%
Población involucrada	66,2%	67,9%	65,8%	61,3%	73,8%	52,6%	62,0%	69,1%	65,1%	74,7%	76,3%	65,9%	63,3%
Total	56,0%	52,6%	48,8%	47,2%	54,6%	49,6%	48,3%	52,5%	53,2%	57,6%	54,7%	56,7%	56,5%

1.6 Emprendimiento como opción profesional

La encuesta GEM recoge la opinión de la sociedad sobre si el emprendimiento es una buena opción profesional. La información obtenida al respecto muestra que algo más de la mitad de la población reconoce la opción emprendedora como una buena salida profesional (55,9%), sin diferencias relevantes de opinión entre el colectivo de emprendedores y el resto.

El dato se incrementa ligeramente respecto a 2017, sin embargo, aún queda lejos de los porcentajes máximos recogidos en el periodo analizado en la Comunidad Valenciana.

Figura 9. 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).



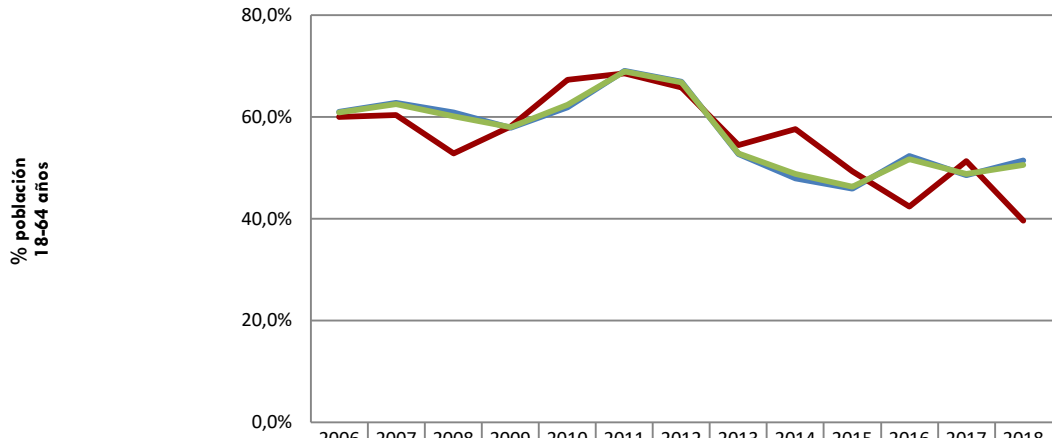
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población no involucrada	73,6%	73,2%	67,2%	63,4%	64,3%	69,2%	64,2%	54,3%	54,0%	50,2%	50,8%	51,6%	56,0%
Población involucrada	69,1%	74,7%	60,4%	55,4%	61,5%	68,0%	67,2%	56,4%	56,3%	50,6%	51,4%	52,0%	55,1%
Total	73,0%	73,4%	66,6%	62,4%	64,0%	68,8%	64,6%	54,6%	54,2%	50,2%	50,8%	51,6%	55,9%

1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

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

La información obtenida en 2018 indica que el 50,6% de la población piensa que en la Comunidad Valenciana el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica, lo que supone un cierto incremento respecto a 2017, año en el que se registró uno de los porcentajes más bajos junto a los obtenidos en 2014 y 2015. En concreto el porcentaje en la población no involucrada asciende al 51,5% y en la no involucrada en el proceso emprendedor al 39,7%.

Figura 10. 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).



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población no involucrada	61,0%	62,8%	60,9%	57,9%	61,9%	69,1%	67,0%	52,7%	48,0%	46,0%	52,4%	48,6%	51,5%
Población involucrada	60,1%	60,4%	52,9%	58,2%	67,4%	68,6%	65,8%	54,5%	57,6%	49,4%	42,4%	51,3%	39,7%
Total	60,9%	62,5%	60,2%	58,0%	62,4%	69,0%	66,8%	52,9%	48,9%	46,3%	51,7%	48,8%	50,6%

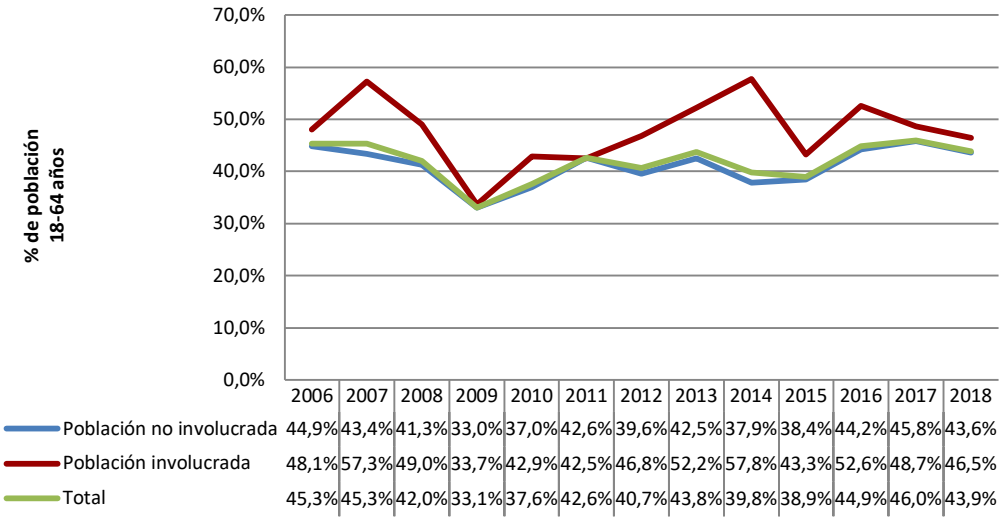
1.8 Medios de comunicación y emprendimiento

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

La información relativa a 2018, muestra que el porcentaje de personas que piensan que los medios de comunicación están difundiendo historias y noticias de emprendedores de éxito en la Comunidad Valenciana, es del 43,9%, lo que supone un descenso de aproximadamente dos puntos respecto a 2017.

No obstante, cabe mencionar la diferente perspectiva que sobre esto tienen los emprendedores y el resto de la población. De este modo, la variable recoge una actitud de alerta y de búsqueda de casos e información por parte de los propios emprendedores.

Figura 11. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden el emprendimiento de éxito (% de población entre 18-64 años).

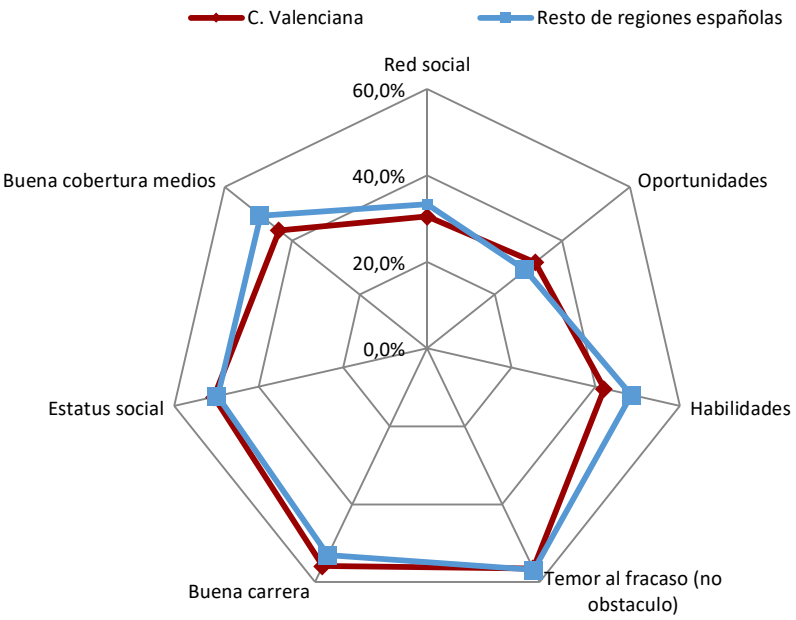


	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Población no involucrada	44,9%	43,4%	41,3%	33,0%	37,0%	42,6%	39,6%	42,5%	37,9%	38,4%	44,2%	45,8%	43,6%
Población involucrada	48,1%	57,3%	49,0%	33,7%	42,9%	42,5%	46,8%	52,2%	57,8%	43,3%	52,6%	48,7%	46,5%
Total	45,3%	45,3%	42,0%	33,1%	37,6%	42,6%	40,7%	43,8%	39,8%	38,9%	44,9%	46,0%	43,9%

1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

En cuanto al posicionamiento de la Comunidad Valenciana respecto a la media del resto de regiones españolas, la figura 12 recoge los ítems analizados en el capítulo, observándose valores muy similares excepto en la percepción de la cobertura en medios y en el relativo a las habilidades.

Figura 12. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.



CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

GEM considera que el proceso de puesta en marcha de una actividad emprendedora conlleva el paso por una serie de etapas o fases recogidos esquemáticamente en la figura 13.

Estas etapas se definen operativamente del siguiente modo:

(1) actividad emprendedora o TEA (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas[1] 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).

[1]Se entiende 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 de componentes del proceso emprendedor

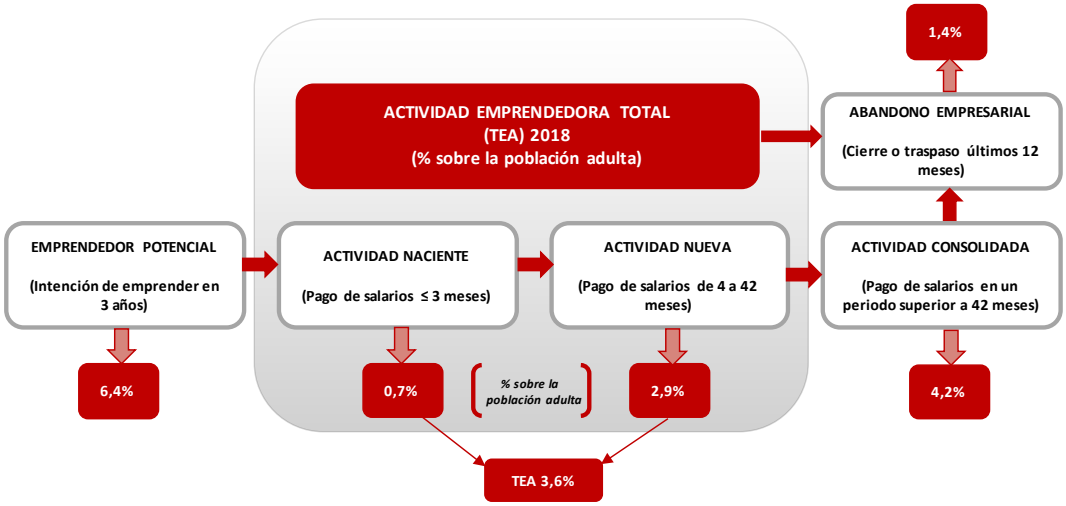
Las etapas del proceso emprendedor se inician con la "intención emprendedora", medida en GEM a través de los considerados como "emprendedores potenciales", pasando a continuación a una etapa de actividad emprendedora inicial o temprana, relacionada con la puesta en marcha, denominada "actividad naciente".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

A continuación, la figura 13 muestra una perspectiva general de las etapas del proceso emprendedor consideradas dentro del proyecto GEM.

Figura 13. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.

El registro de datos de los componentes del proceso emprendedor se obtiene en GEM en un momento concreto del tiempo, a traves de la medición de los porcentajes de población adulta que se encuentran en una u otra etapa del proceso. La figura 14 incluye los porcentajes de población obtenidos en cada una de estas etapas en la Comunidad Valenciana, los cuales se han recogidos entre junio y julio de 2018.

Figura 14. Tasas de involucración 2018 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



Según estos datos, el indicador TEA alcanzó en 2018 el 3,6%, lo que supone que cerca de cuatro personas de cada 100 en la Comunidad Valenciana, entre 18 y 64 años, estaban involucradas en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento.

De este 3,6%, el 0,7% corresponde a "actividad naciente", es decir, emprendedores que están tratando de poner en marcha su iniciativa, y el 2,9%, casi cuatro veces más, corresponde a "actividad nueva", emprendedores que buscan hacerse un hueco en el mercado (llevan entre 3 y 42 meses en funcionamiento).

Además de esta actividad emprendedora clasificada como TEA, la encuesta identifica que un 6,4% de la población adulta puede clasificarse como emprendedor potencial, y que el colectivo de empresarios consolidados se sitúa en otro 4,2%, mientras que los abandonos de actividad alcanzaron el 1,4% de la población adulta, si bien no todos estos abandonos supusieron cierres, como analizaremos posteriormente.

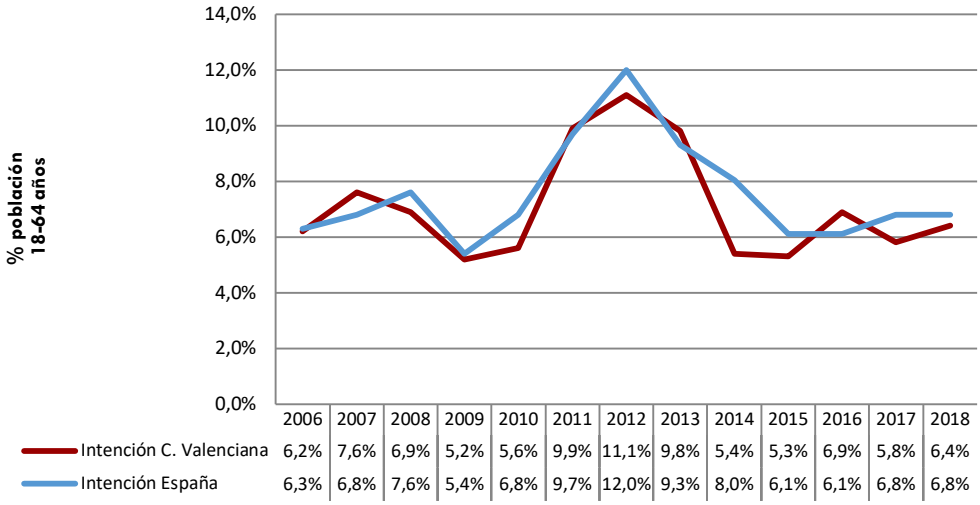
2.3 Evolución de la intención emprendedora

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

A partir de dicho punto la tasa vuelve a reducirse, llegando en 2015 a valores equivalentes a los de 2009, mientras que ya en 2018, se registra un incremento de 0,6 puntos y se sitúa en el 6,4%.

Cabe apuntar que durante todo el periodo analizado la evolución ha sido relativamente pareja a la del conjunto nacional, continuando este último año en valores similares.

Figura 15. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).



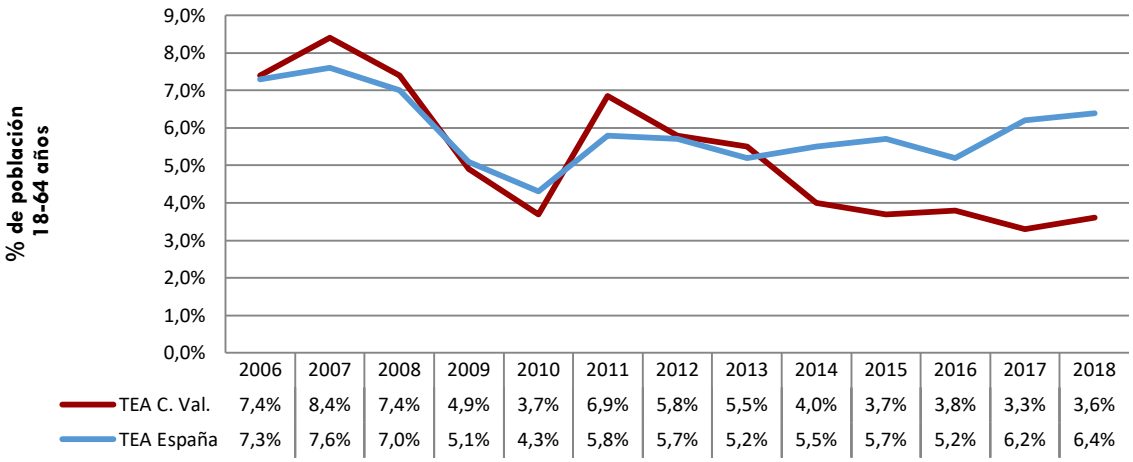
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Intención C. Valenciana	6,2%	7,6%	6,9%	5,2%	5,6%	9,9%	11,1%	9,8%	5,4%	5,3%	6,9%	5,8%	6,4%
Intención España	6,3%	6,8%	7,6%	5,4%	6,8%	9,7%	12,0%	9,3%	8,0%	6,1%	6,1%	6,8%	6,8%

2.4 Evolución de la actividad emprendedora

La serie histórica de datos de la tasa de actividad emprendedora (TEA) (figura 16a), tras el mínimo recogido en 2010 y el repunte de 2011 viene continuamente recogiendo datos en descenso desde el inicio de la crisis económica, mientras que en el año 2018 se recoge un ligero incremento de 0,3 puntos respecto a 2017, que sitúa al TEA en un porcentaje cercano al alcanzado en 2010.

Para el período analizado, esta evolución mantenía inicialmente un cierto paralelismo con el dato equivalente del conjunto de España, si bien a partir de 2014 comienza a abrirse un diferencial entre ambos que va incrementándose progresivamente. En concreto, para el año 2018 la diferencia respecto al porcentaje nacional continúa siendo de casi 3 puntos.

Figura 16a. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).



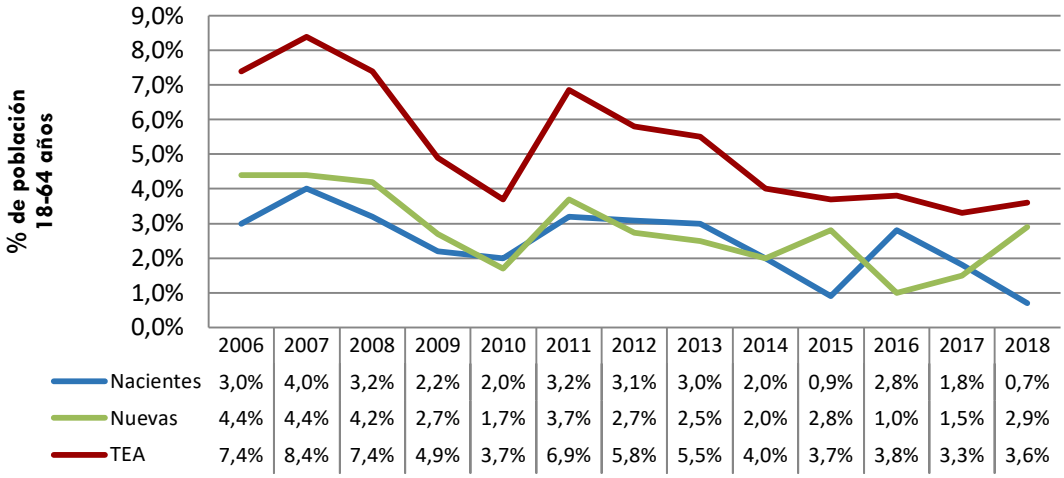
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TEA C. Val.	7,4%	8,4%	7,4%	4,9%	3,7%	6,9%	5,8%	5,5%	4,0%	3,7%	3,8%	3,3%	3,6%
TEA España	7,3%	7,6%	7,0%	5,1%	4,3%	5,8%	5,7%	5,2%	5,5%	5,7%	5,2%	6,2%	6,4%

A continuación, la figura 16b ofrece una evolución de la desagregación de la actividad emprendedora en: (1) "actividades nacientes", propias de la puesta en marcha inicial; y (2) "actividades nuevas" con entre 3 y 42 meses de actividad.

Se observa que el ligero ascenso registrado en 2018 es consecuencia del crecimiento (1,4 puntos) que han experimentados las actividades nuevas

respecto a 2017 en relación a las actividades nacientes, que han sufrido un descenso de 1,1 puntos.

Figura 16b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).



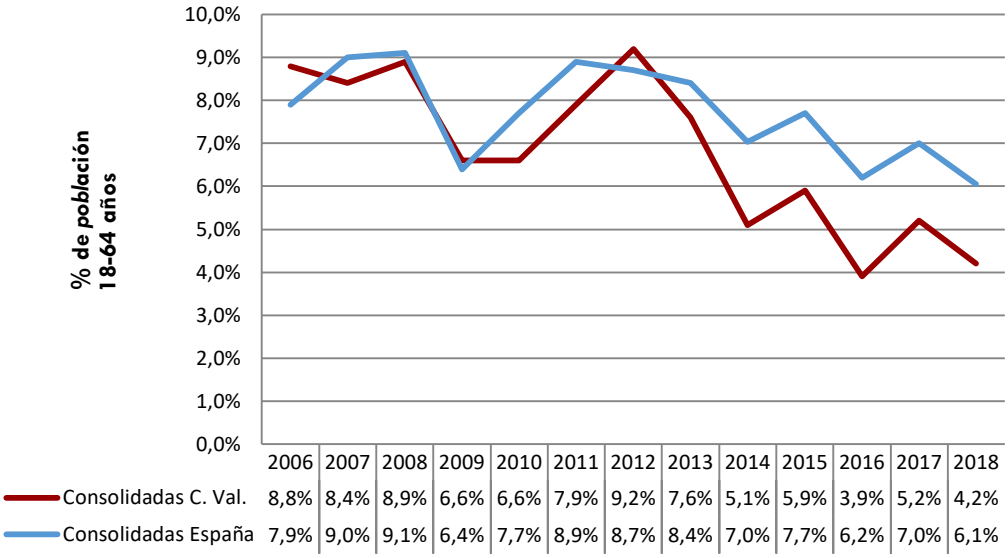
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nacientes	3,0%	4,0%	3,2%	2,2%	2,0%	3,2%	3,1%	3,0%	2,0%	0,9%	2,8%	1,8%	0,7%
Nuevas	4,4%	4,4%	4,2%	2,7%	1,7%	3,7%	2,7%	2,5%	2,0%	2,8%	1,0%	1,5%	2,9%
TEA	7,4%	8,4%	7,4%	4,9%	3,7%	6,9%	5,8%	5,5%	4,0%	3,7%	3,8%	3,3%	3,6%

2.5 Evolución de la actividad consolidada

El 4,2% de la población adulta de la Comunidad Valenciana fue identificada como empresariado consolidado en 2018, lo que representa una ligera disminución de 1 punto con respecto a 2017 (figura 17).

La evolución de la actividad consolidada muestra desde 2006 una cierta similitud en sus caídas y repuntes respecto al dato nacional. Sin embargo, es a partir de 2013, de forma similar a lo que ocurre con la actividad TEA, cuando el dato se sitúa por debajo del promedio nacional con una diferencia aproximada de dos puntos.

Figura 17. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Consolidadas C. Val.	8,8%	8,4%	8,9%	6,6%	6,6%	7,9%	9,2%	7,6%	5,1%	5,9%	3,9%	5,2%	4,2%
Consolidadas España	7,9%	9,0%	9,1%	6,4%	7,7%	8,9%	8,7%	8,4%	7,0%	7,7%	6,2%	7,0%	6,1%

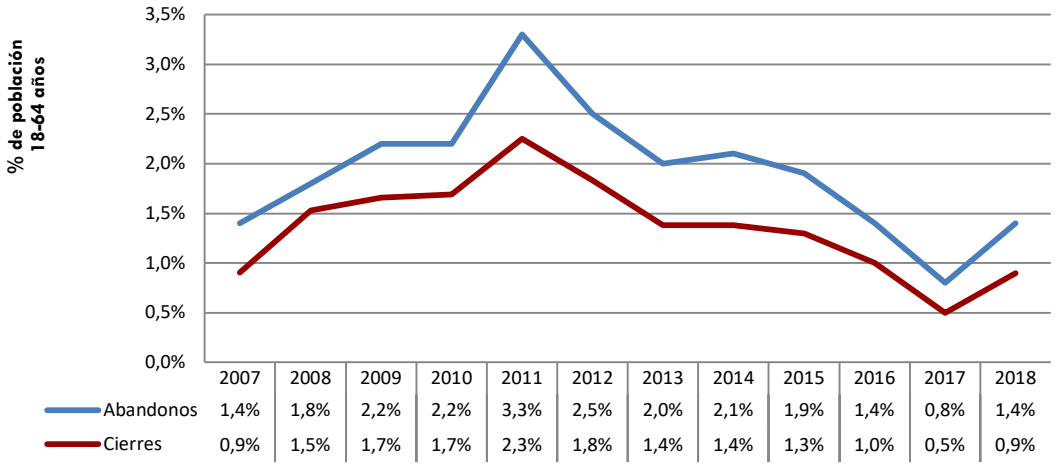
2.6 Evolución de abandonos y cierres

Adicionalmente a las variables analizadas, GEM sondea el porcentaje de abandonos de actividad empresarial durante los doce meses anteriores al momento de la encuesta (junio 2018), incluyendo cierres de actividad e iniciativas que han pasado a manos de otros emprendedores.

En 2018, la encuesta ha captado que el porcentaje de población adulta de la Comunidad Valenciana, que afirma haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores alcanza el 1,4% (figura 18). Además, de este total algo más de la mitad (64,3%) reconocen que el negocio no ha continuado en manos de otros, por lo que la tasa real de cierres es del 0,9%

En lo referente a su evolución, tanto la tasa de abandonos como la de cierres, venían incrementándose desde 2007, para alcanzar su máximo en 2011 y descender paulatinamente hasta 2018, año en el que se recoge un repunte.

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



En relación a los motivos de cese, más de la mitad de los entrevistados los asocian a problemas de rentabilidad y en un 14,2% de los casos, a aspectos ligados con la oportunidad de vender el negocio (figura 19).

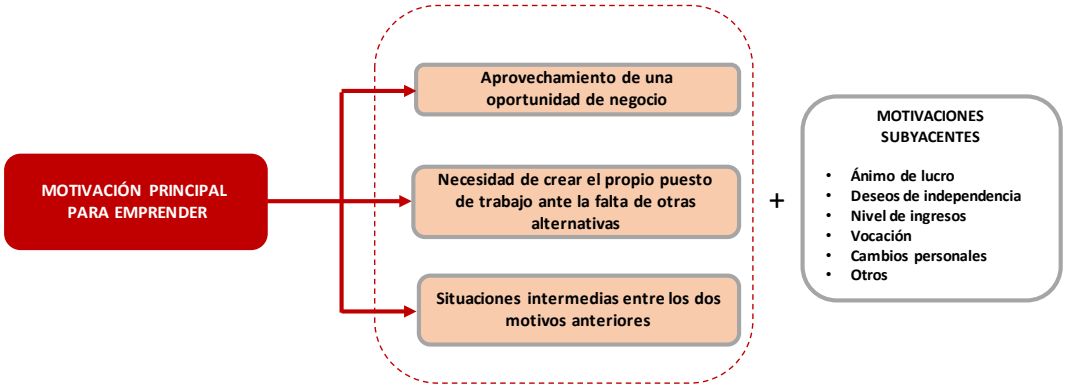
Figura 19. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.

¿Ha abandonado una actividad de cualquier tipo incluyendo el autoempleo en los últimos 12 meses?	
Respuesta afirmativa: **1,4% de la población de 18 a 64 años**	
Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otros?	
SI	NO (cierres efectivos)
35,7%	64,3%
Tasa real de cierres efectivos el 0,9% de la población de 18 a 64 años	
*¿Cuál ha sido el **principal motivo de abandono** de la actividad?*	
El negocio no era rentable	51,0%
La oportunidad de venderlo	14,2%
Jubilación	13,0%
Otras razones	14,4%
Razones personales o familiares	7,4%

2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.

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

Figura 20. Motivaciones de la puesta en marcha.



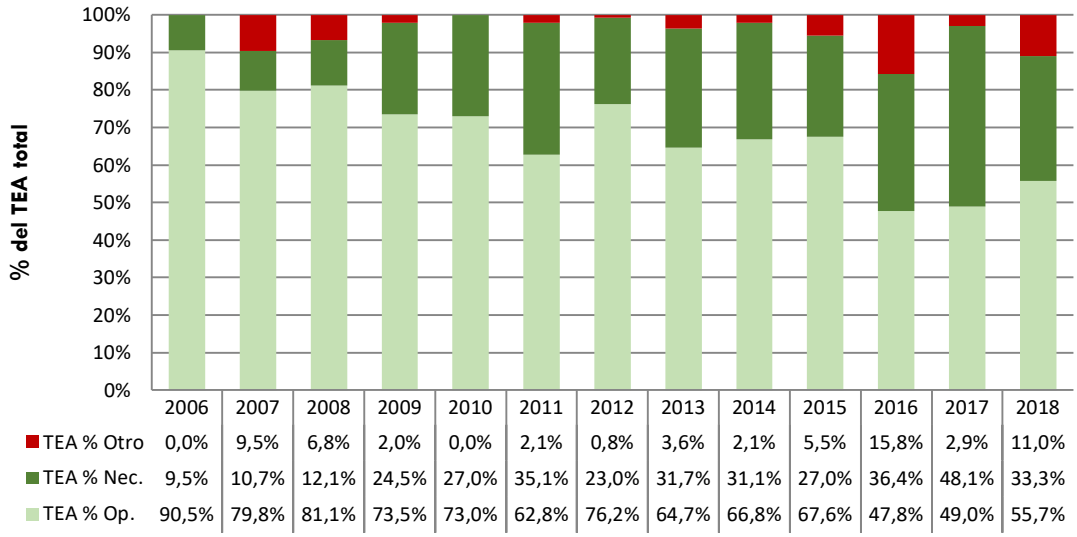
Teniendo en cuenta la distinción apuntada, los datos de 2018 para la Comunidad Valenciana se recogen en la tabla 2, donde también se distingue entre iniciativas en fase naciente o nueva. Es destacable que para este año en todos los tipos de actividades el peso recae sobre aquellas que se desarrollan por motivos de oportunidad.

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

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente	Nueva	TEA
Oportunidad	0,30%	1,70%	2,00%
Necesidad	0,30%	0,90%	1,20%
No clasificable	0,10%	0,30%	0,40%
Total	**0,70%**	**2,90%**	**3,60%**

La figura 21 recoge el histórico de evolución de la actividad emprendedora TEA motivada por oportunidad (tanto pura como en parte) y por necesidad. Los resultados recogen un incremento de la tasa de emprendimiento por necesidad hasta 2011 que remite durante los años siguientes y sufre un repunte en 2016 y 2017. Sin embargo, en 2018 los datos reflejan una cierta disminución de esta tasa y un incremento en el caso de tasa de emprendimiento por oportunidad.

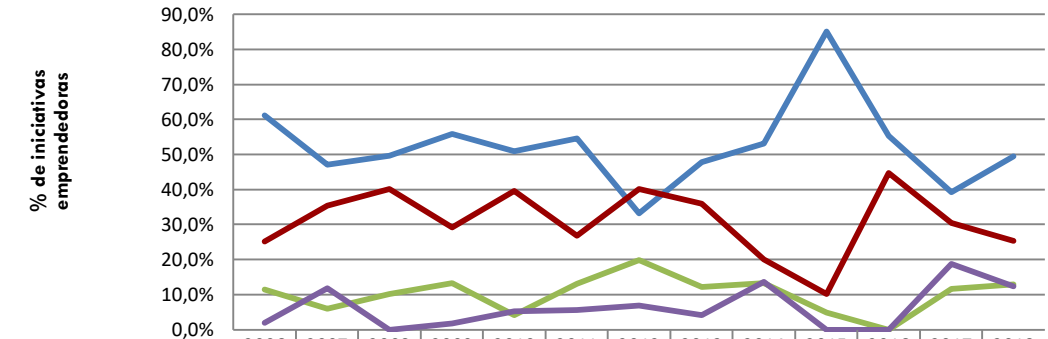
Figura 21. Evolución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su motivación.



En el caso de la población que afirma haber desarrollado sus iniciativas por factores de oportunidad, la encuesta pregunta también por las motivaciones intrínsecas que subyacen (figura 22), destacando la voluntad de

independencia en prácticamente la mitad de los casos, seguida de la motivación por el incremento de ingresos para una cuarta parte de los emprendedores.

Figura 22. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades (% de iniciativas emprendedoras).



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Independencia	61,2%	47,0%	49,7%	55,9%	51,0%	54,6%	33,1%	47,8%	53,1%	85,0%	55,3%	39,3%	49,5%
Aumentar ingresos	25,2%	35,3%	40,2%	29,1%	39,5%	26,7%	40,1%	35,9%	20,0%	10,1%	44,7%	30,4%	25,3%
Mantener ingresos	11,5%	5,9%	10,1%	13,3%	4,2%	13,1%	19,9%	12,1%	13,3%	4,9%	0,0%	11,6%	12,9%
Otro caso	2,0%	11,8%	0,0%	1,7%	5,2%	5,6%	6,9%	4,1%	13,6%	0,0%	0,0%	18,7%	12,3%

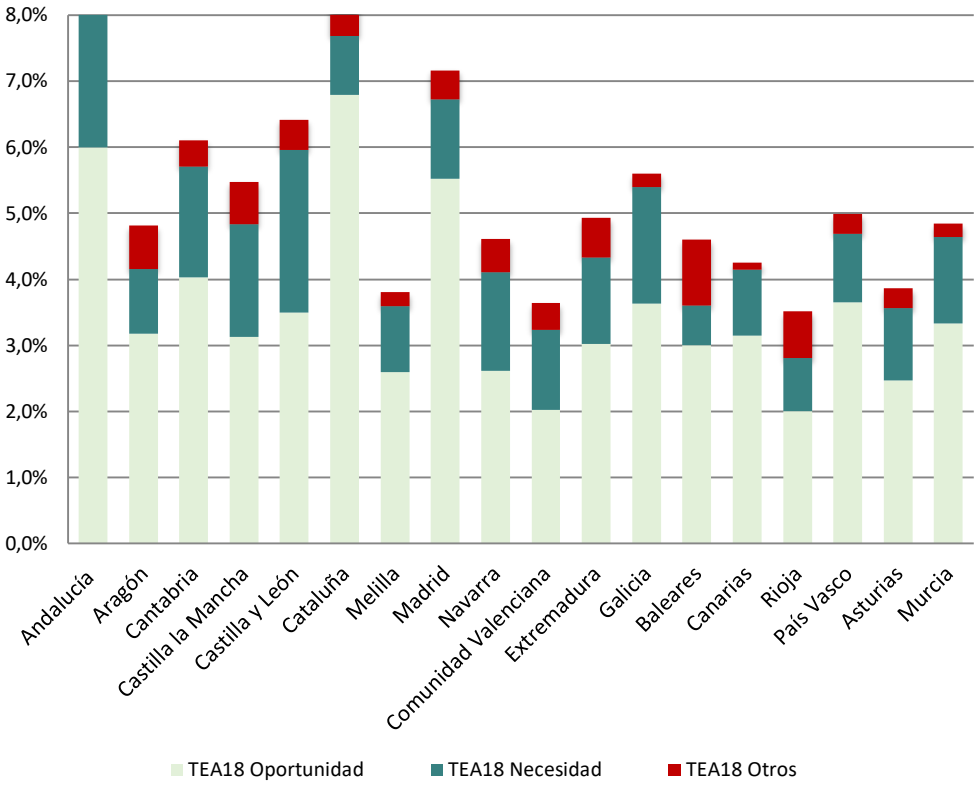
2.8 *El proceso emprendedor en el contexto regional español*

Para finalizar este capítulo, la tabla 3 recoge los porcentajes de población implicada en cada una de las fases del proceso emprendedor, relativos al contexto regional español. En este sentido, la figura 23 contextualiza los datos correspondientes a motivaciones de la actividad emprendedora.

Tabla 3. Resultados del proceso emprendedor por comunidades y ciudades autónomas.

Comunidad Autónoma	Intención	Naciente	Nuevo	TEA17	Consolidado	Cierre	Traspaso
España	**6,8**	**2,7**	**3,7**	**6,4**	**6,1**	**1,2**	**0,5**
Andalucía	5,1	3,0	5,8	8,8	5,7	1,1	0,5
Aragón	7,7	1,5	3,4	4,8	7,8	0,9	0,6
Asturias	5,4	1,5	2,3	3,9	6,0	1,5	0,4
Baleares	7,5	2,9	1,7	4,6	2,0	1,1	0,5
Canarias	7,0	2,0	2,2	4,3	3,7	1,0	0,5
Cantabria	9,7	2,5	3,6	6,1	9,3	1,5	0,5
Castilla La Mancha	6,4	3,4	2,1	5,5	7,1	1,5	0,6
Castilla y León	6,1	5,4	1,0	6,4	6,4	0,9	0,6
Cataluña	7,5	2,5	5,6	8,1	6,6	1,1	0,5
Comunidad Valenciana	**6,4**	**0,7**	**2,9**	**3,6**	**4,2**	**0,9**	**0,5**
Extremadura	8,7	2,3	2,6	4,9	10,8	1,5	0,8
Galicia	7,6	2,4	3,2	5,6	9,9	1,5	0,6
Madrid	8,6	2,6	4,5	7,2	5,2	1,4	0,6
Melilla	7,9	2,6	1,2	3,8	6,5	1,8	1,0
Murcia	7,2	1,7	3,1	4,8	7,1	1,2	0,8
Navarra	6,2	1,1	3,5	4,6	7,2	1,2	0,9
País Vasco	4,8	2,2	2,8	5,0	5,8	1,1	0,7
Rioja	5,7	1,3	2,2	3,5	6,1	0,3	0,3

Figura 23. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional español.



CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE INVOLUCRADOS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

3.1. Introducción

El objetivo del observatorio GEM en este capítulo es analizar el perfil medio de las personas que participan en el proceso emprendedor, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio de 2018, y que en ese momento estaban involucrados en alguna fase del proceso emprendedor descrito: potencial, naciente, nueva, y consolidada. La información obtenida facilita una aproximación a los datos relacionados con el perfil emprendedor, desde el punto de vista demográfico (género y edad), formativo (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora), y económico-situacional (nivel de renta de la unidad familiar y estatus laboral).

3.2. Género

El análisis de la actividad emprendedora 2018 por género (figura 24), muestra una distribución por fases del proceso emprendedor muy heterogénea. Así, mientras que en la etapa de intencionalidad existe una mayor diferencia entre el porcentaje de mujeres y hombres (el 31,3% frente al 68,7%), en la etapa de actividad TEA las diferencias en términos porcentuales disminuyen y en la etapa de consolidación es en la que se

producen las menores diferencias. Por su parte la tabla 4 da cuenta de los porcentajes de población involucrada sobre el total de población de cada género.

Figura 24. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.

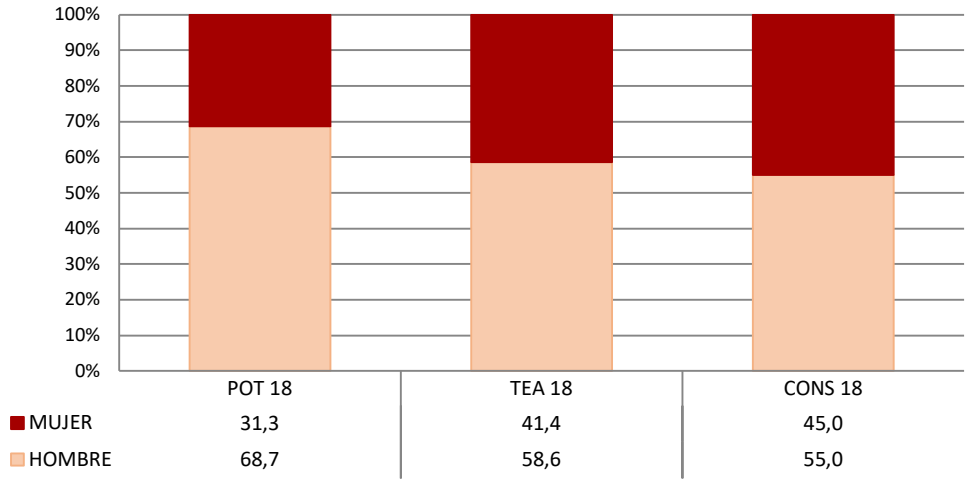
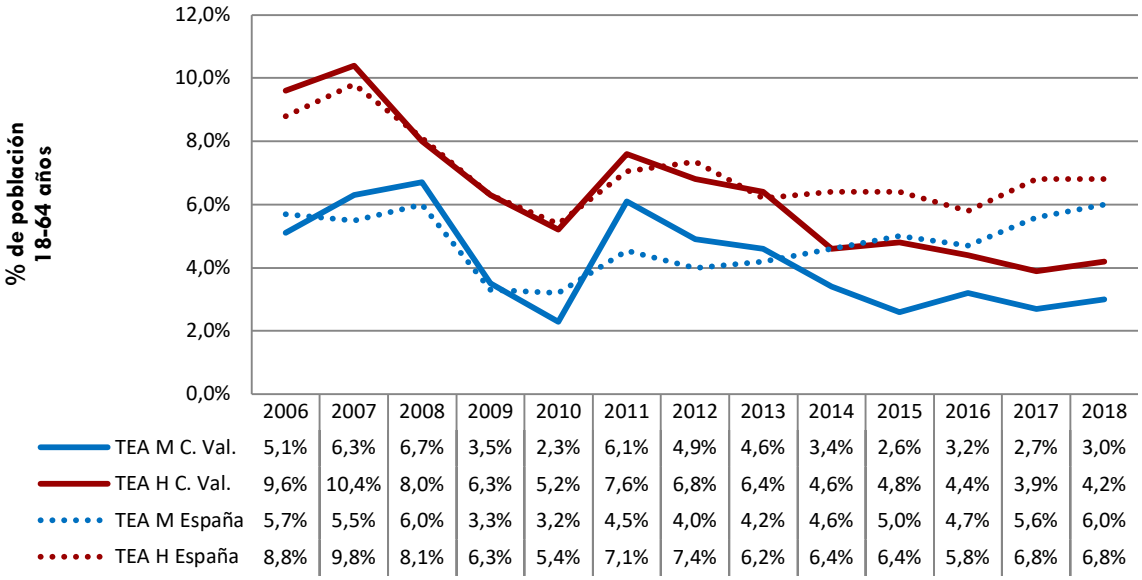


Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.

Tasas de involucración	Potencial	General	Consolidado
Hombres	8,9%	4,2%	4,6%
Mujeres	4,1%	3,0%	3,8%

La figura 25 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 últimos años, desde 2014, los datos de la Comunidad valenciana se distancian del nacional.

Figura 25. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población entre 18-64 años).



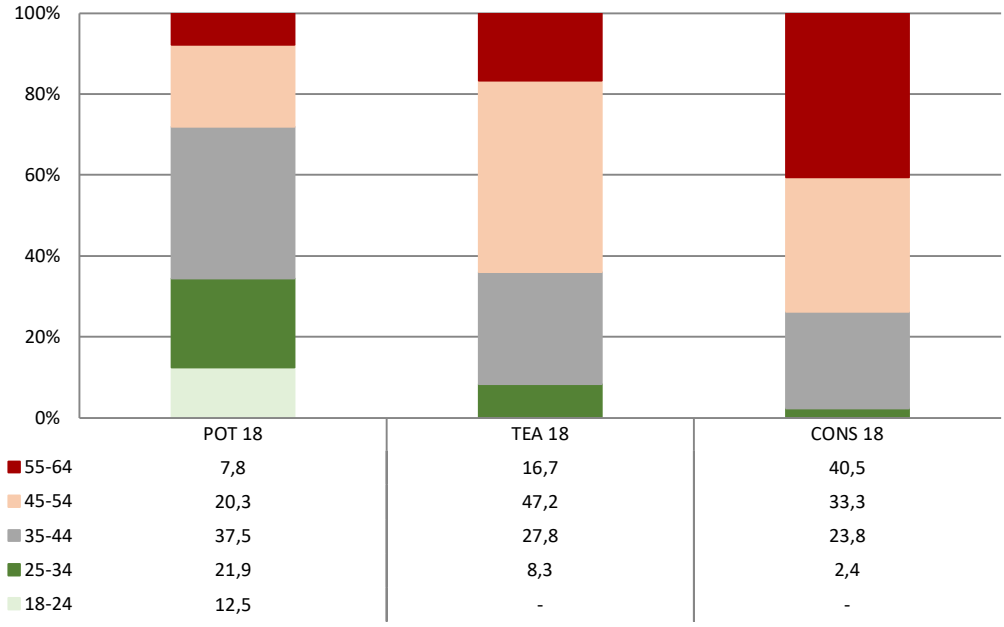
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TEA M C. Val.	5,1%	6,3%	6,7%	3,5%	2,3%	6,1%	4,9%	4,6%	3,4%	2,6%	3,2%	2,7%	3,0%
TEA H C. Val.	9,6%	10,4%	8,0%	6,3%	5,2%	7,6%	6,8%	6,4%	4,6%	4,8%	4,4%	3,9%	4,2%
TEA M España	5,7%	5,5%	6,0%	3,3%	3,2%	4,5%	4,0%	4,2%	4,6%	5,0%	4,7%	5,6%	6,0%
TEA H España	8,8%	9,8%	8,1%	6,3%	5,4%	7,1%	7,4%	6,2%	6,4%	6,4%	5,8%	6,8%	6,8%

3.3. Edad

De acuerdo a los datos recogidos en 2018, el colectivo más joven es el de los emprendedores potenciales, con una media de edad cercana a los 39 años. Le sigue la media de edad de la actividad emprendedora total con 47años, y, por último, el grupo de los consolidados con 51 años.

En lo que respecta a la distribución por rangos de edad en las distintas etapas del proceso emprendedor (figura 26) también observamos un mayor peso de los tramos correlativamente superiores a medida que pasamos de intencionalidad emprendedora a actividad TEA y consolidada. Así, en la fase de intencionalidad es preponderante el segmento entre 35 y 44, mientras que en la etapa TEA es a destacar el rango entre 45 y 54 años. Finalmente, en la etapa de emprendedores consolidados el segmento con un mayor porcentaje es el comprendido entre 55 y 64 años.

Figura 26. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).



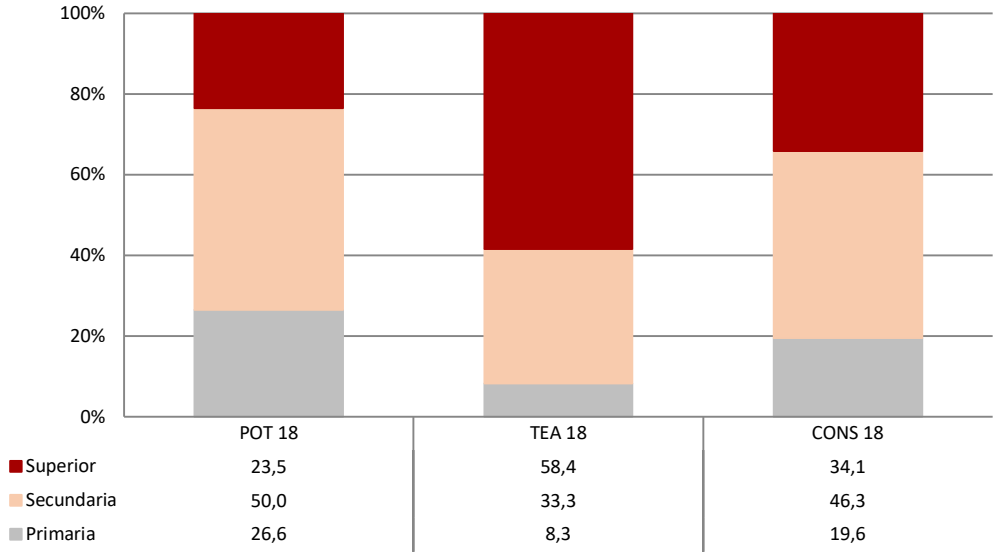
	POT 18	TEA 18	CONS 18
55-64	7,8	16,7	40,5
45-54	20,3	47,2	33,3
35-44	37,5	27,8	23,8
25-34	21,9	8,3	2,4
18-24	12,5	-	-

3.4. Formación

La variable relativa al nivel de estudios del emprendedor recoge información sobre su formación reglada. Los resultados de 2018 (figura 27) mantienen la situación recogida en años anteriores, con dos grupos principales que aglutinan a la mayoría de emprendedores: el de titulados universitarios y el de los que han completado la secundaria.

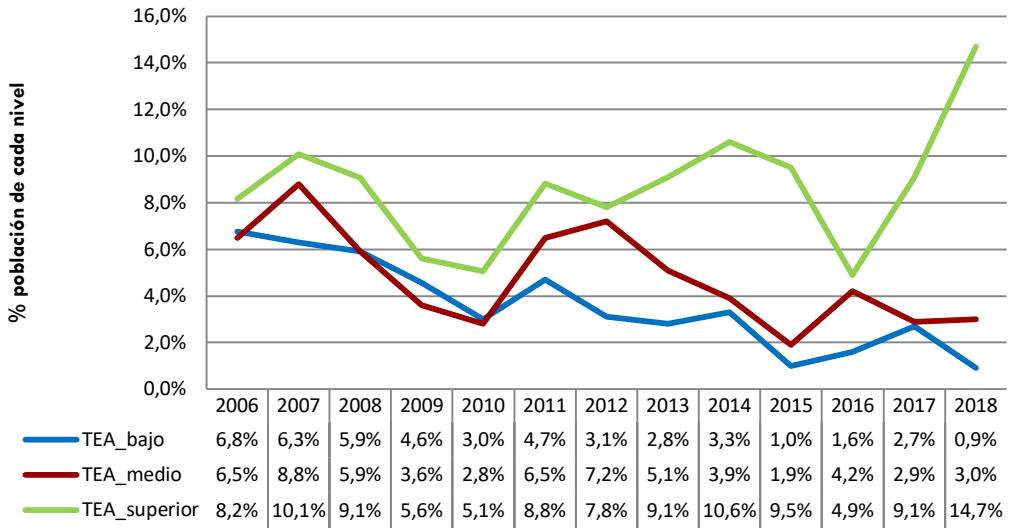
A pesar de que los porcentajes entre los diferentes niveles de formación están bastante repartidos, podemos apreciar una mayor presencia de formación secundaria entre los emprendedores potenciales y consolidados. Sin embargo, en el caso de aquellos que forman parte de la actividad emprendedora total el porcentaje mayoritario corresponde a aquellos que tienen estudios superiores.

Figura 27. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



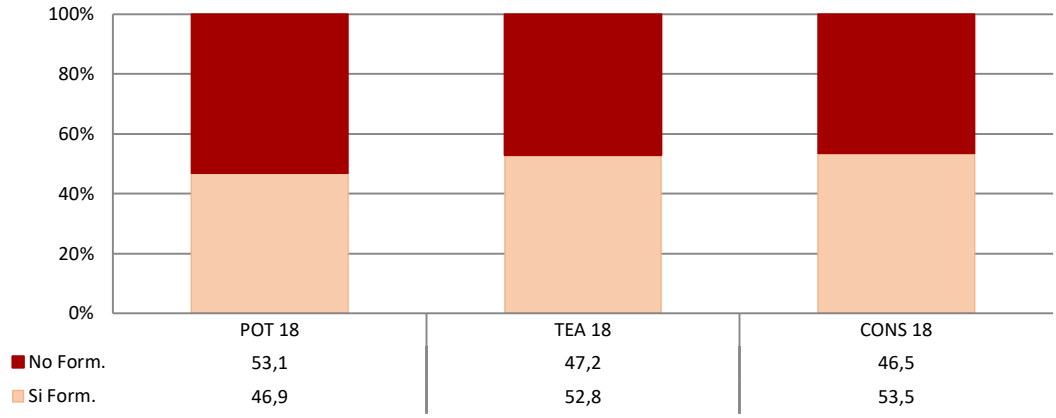
Por su parte, la figura 28 muestra la evolución del índice TEA desglosado en tres niveles educativos. Particularmente se observa que el nivel educativo superior aumenta su TEA en 2018, al igual que hizo en 2017, mientras que disminuye en los otros niveles, de modo muy similar a lo que ocurre en el resto del territorio nacional.

Figura 28. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).



Adicionalmente GEM recoge información sobre si el emprendedor ha recibido formación específica para emprender, relacionada con la puesta en marcha y gestión del negocio (figura 29. Las respuestas indican que entre los individuos que declaran su intención de emprender a tres años vista, casi la mitad (46,9% disponen de algún tipo de formación específica al respecto, si bien como la intencionalidad es a medio plazo, los individuos pueden todavía estar formándose o tener proyectada esta formación para más adelante. Por otra parte, entre los implicados en la parte activa del proceso, el mayor porcentaje de respuestas afirmativas se recoge tanto en los emprendedores nacientes y nuevos (52,8% como en consolidados (53,5%.

Figura 29. Formación específica para emprender por fases del proceso.



3.5. Perfil medio

A continuación, la tabla 5 sintetiza el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor.

Tabla 5. Perfil medio 2018 de involucrados por fase del proceso emprendedor.

Perfil medio	% Género masculino/femenino	Edad	Formación	Formación emprendedora
Potencial	68,7/31,3	38,9	Secundaria	46,9%
TEA	58,6/41,4	47,1	Superior	52,8%
Consolidado	55,0/45,0	51,3	Secundaria	53,5%

CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

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

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

4.2. Sectores generales de actividad

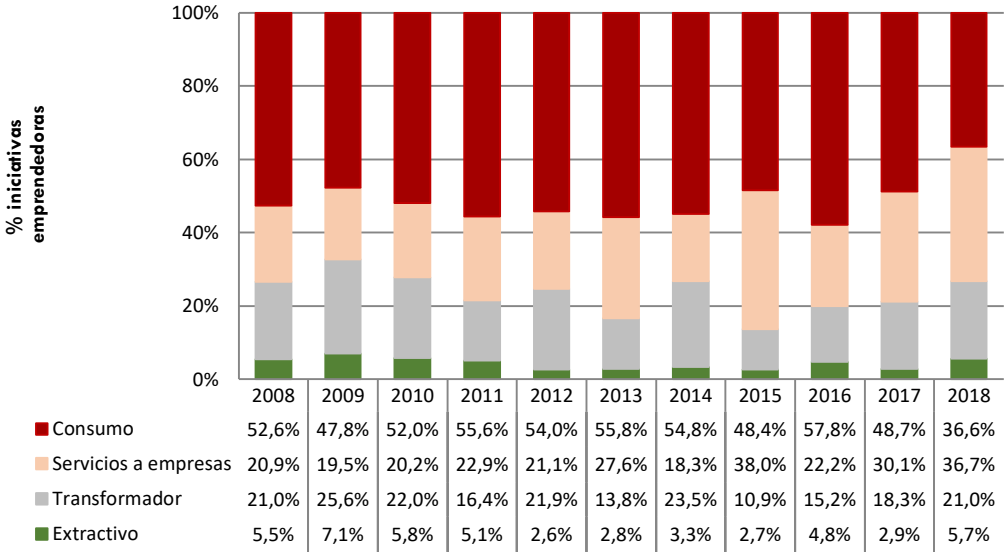
El observatorio GEM utiliza una clasificación sectorial de carácter sintético, que divide la actividad en cuatro grandes bloques: sector extractivo, transformador, servicios a empresas, y actividades orientadas al consumidor final.

En la figura 30 se recoge, siguiendo la clasificación citada, la distribución de actividades en fase emprendedora, en la Comunidad Valenciana, desde 2008 hasta 2018 (sin incluir las iniciativas ya consolidadas).

Conforme a lo que se viene detectando en años anteriores, los datos reflejan la tercerización de la economía de la Comunidad Valenciana, ya que en un 73,3% de los casos las iniciativas en fase emprendedora corresponden al

sector servicios, mientras que un 21% al sector transformador, quedando un pequeño porcentaje (el 5,7% dedicado al sector extractivo. No obstante, se ha reducido la diferencia respecto a 2017, a favor de estos últimos.

Figura 30. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras



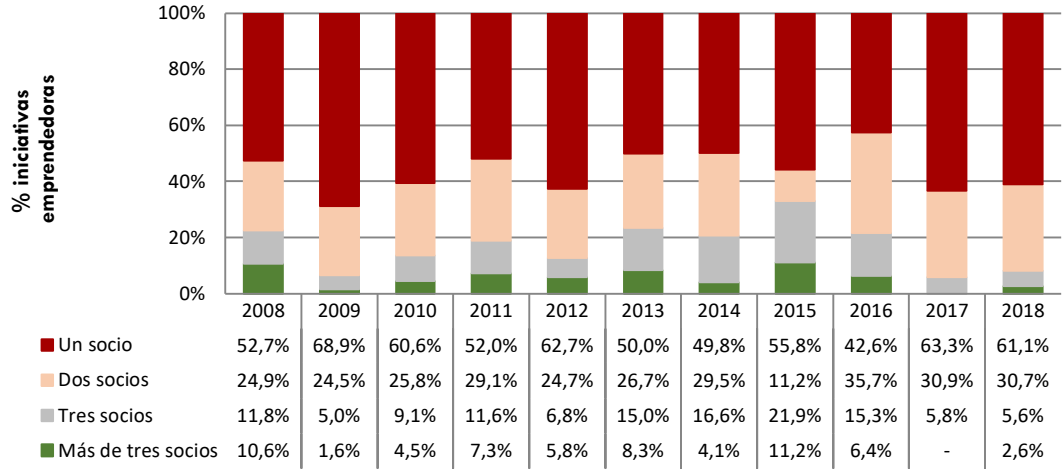
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Consumo	52,6%	47,8%	52,0%	55,6%	54,0%	55,8%	54,8%	48,4%	57,8%	48,7%	36,6%
Servicios a empresas	20,9%	19,5%	20,2%	22,9%	21,1%	27,6%	18,3%	38,0%	22,2%	30,1%	36,7%
Transformador	21,0%	25,6%	22,0%	16,4%	21,9%	13,8%	23,5%	10,9%	15,2%	18,3%	21,0%
Extractivo	5,5%	7,1%	5,8%	5,1%	2,6%	2,8%	3,3%	2,7%	4,8%	2,9%	5,7%

4.3. Número de socios

En este apartado, se muestra la distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras (TEA) y su evolución desde el año 2008.

Como puede observarse en la figura 31, las iniciativas empresariales en la Comunidad Valenciana suelen desarrollarse mayoritariamente en solitario, manteniéndose la situación relativamente estable a lo largo del histórico de datos. Para 2018 el porcentaje se mantiene respecto a 2017 en el caso de dos socios, y las iniciativas impulsadas por tres (5,6%) o más socios (2,6%) continúan siendo minoritarias.

Figura 31. Distribución del número de propietarios de las iniciativas en fase emprendedora.

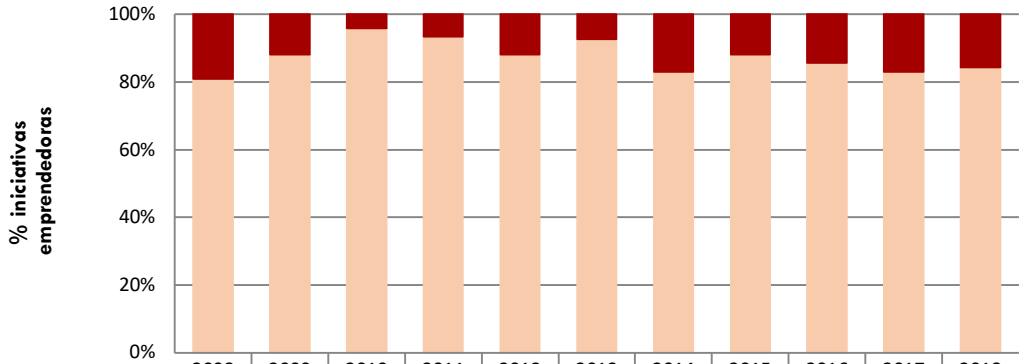


	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Un socio	52,7%	68,9%	60,6%	52,0%	62,7%	50,0%	49,8%	55,8%	42,6%	63,3%	61,1%
Dos socios	24,9%	24,5%	25,8%	29,1%	24,7%	26,7%	29,5%	11,2%	35,7%	30,9%	30,7%
Tres socios	11,8%	5,0%	9,1%	11,6%	6,8%	15,0%	16,6%	21,9%	15,3%	5,8%	5,6%
Más de tres socios	10,6%	1,6%	4,5%	7,3%	5,8%	8,3%	4,1%	11,2%	6,4%	-	2,6%

4.4. Dimensión y número de empleados

La figura 32 muestra la evolución de la dimensión empresarial de las iniciativas en fase TEA, en base a la perspectiva del número de empleados. En particular, entre 2017 y 2018 se observa una disminución de la presencia de iniciativas con más de cinco empleados en 1,4 puntos.

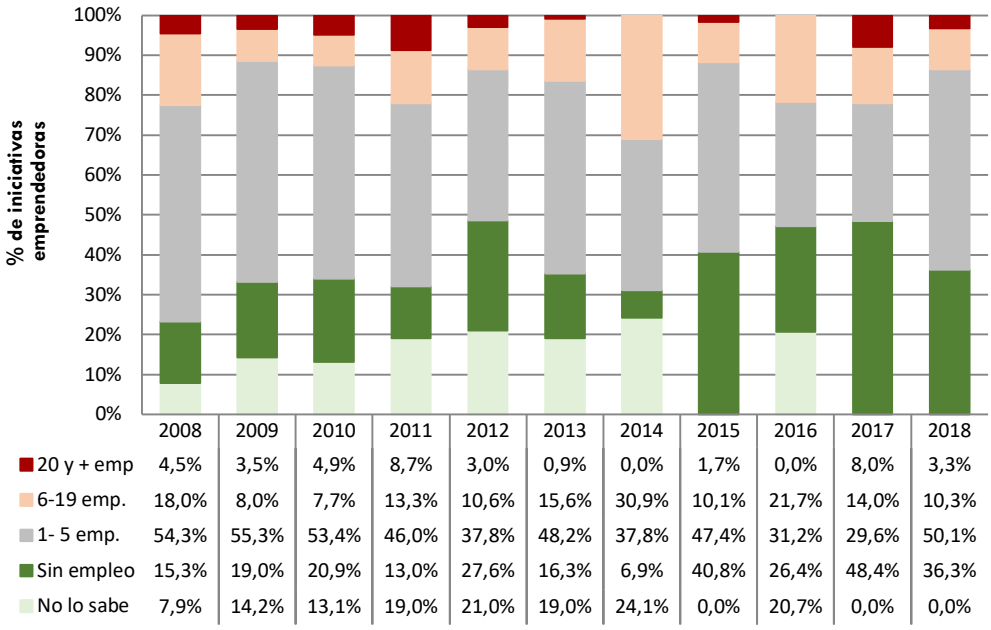
Figura 32. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleados y evolución temporal.



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Más de 5 emp.	19,1%	11,8%	4,2%	6,5%	11,9%	7,3%	17,0%	11,8%	14,4%	17,0%	15,6%
Hasta 5 emp.	80,9%	88,2%	95,8%	93,5%	88,1%	92,7%	83,0%	88,2%	85,6%	83,0%	84,4%

La información anterior se amplía con las expectativas de creación de empleo a cinco años vista (figura 33. Esta información, nos permite tener una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las iniciativas en base a este criterio. En este sentido, los emprendedores encuestados manifiestan una expectativa de mantener hasta un máximo de cinco empleados en un 86,4% de los casos. Este dato supone un repunte respecto a la expectativa manifestada en 2016 y 2017, y si lo comparamos con el dato de empleo actual (84,4% de emprendedores con hasta cinco empleados, muestra cierta perspectiva de estabilidad en el empleo.

Figura 33. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras.



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
20 y + emp	4,5%	3,5%	4,9%	8,7%	3,0%	0,9%	0,0%	1,7%	0,0%	8,0%	3,3%
6-19 emp.	18,0%	8,0%	7,7%	13,3%	10,6%	15,6%	30,9%	10,1%	21,7%	14,0%	10,3%
1- 5 emp.	54,3%	55,3%	53,4%	46,0%	37,8%	48,2%	37,8%	47,4%	31,2%	29,6%	50,1%
Sin empleo	15,3%	19,0%	20,9%	13,0%	27,6%	16,3%	6,9%	40,8%	26,4%	48,4%	36,3%
No lo sabe	7,9%	14,2%	13,1%	19,0%	21,0%	19,0%	24,1%	0,0%	20,7%	0,0%	0,0%

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 en el entorno de abril - julio de 2018 en la Comunidad

Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

La tabla 6 muestra una aproximación en relación a los valores representativos de las necesidades financieras estimadas y su agrupación por cuartiles.

Tabla 6. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.

VALOR REPRESENTATIVO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Moda (valor más frecuente)	3.000€ (15,6%)	6.000 € (13,50%)	3.000 € (17,50%)	5.000 € (19,40%)	20.000 € (11,70%)	15.000 € (22,00%)
Segundo valor más frecuente	20.000 € (12,70%)	15.000 € (13,00%)	20.000 € (13,00%)	25.000 € (19,00%)	5.000 € (10,90%)	35.000 € (21,10%)
NECESIDADES POR CUARTILES DE EMPRENDEDORES	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
1% al 25% de emprendedores	Hasta 3.930 €	Hasta 4.814€	Hasta 5.502€	Hasta 5.000€	Hasta 5.000€	Hasta 1.773€
26% al 50% de emprendedores	3.930€ - 20.000€	4.814€ - 9.917€	5.502€- 15.985€	5.000€- 24.156€	5.000€ - 6.049€	1.773€ - 15.000€
51% al 75% de emprendedores	20.000€ - 45.013€	9.917€ – 25.128€	15.985€- 33.679€	24.156€- 38.679€	6.049€ - 20.000€	15.000€ - 41.493€
76% al 100% de emprendedores	Más de 45.013€	Más de 48.023 €	Más de 38.384€	Más de 38.679€	Más de 20.000€	Más de 41.493€

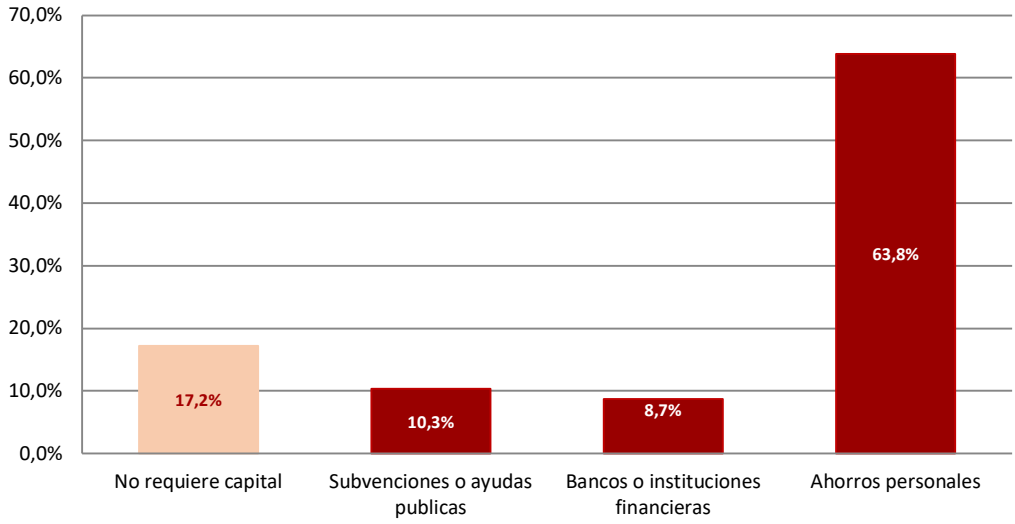
En base a las respuestas más frecuentes obtenidas de la muestra de emprendedores nacientes, se puede hablar de un cierto crecimiento en cuanto a la dimensión financiera de las nuevas iniciativas que se ponen en marcha.

Así, las necesidades financieras declaradas con más frecuencia por los emprendedores nacientes ascienden a 15.000 euros, si bien se trata de un valor indicado en el 22% de los casos, por lo que la dispersión de la respuesta es muy grande. El segundo valor más frecuente supone unas necesidades de unos 35.000 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.

Por otro lado, en cuanto al capital semilla requerido, decir en primer lugar que un 17,2% de los encuestados declaran no necesitar capital inicial para sus iniciativas, mientras que cerca de dos terceras partes reconocen emplear como fuente principal sus ahorros personales, recurriendo el resto a bancos instituciones financieras, así como a subvenciones o ayudas públicas.

Figura 34. Requerimiento de capital semilla por los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2018, y fuente de origen en su caso



La figura del financiador informal también forma parte del estudio GEM (tabla 7). En 2018, el 3,8% 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 2017, esto supone una leve reducción de la presencia de esta figura entre las fuentes de financiación, si bien la aportación más frecuente realizada sufre también un cierto crecimiento pasando de 2.000€ a 3.000€ como sucedía en años anteriores a 2015.

Tabla 7. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.

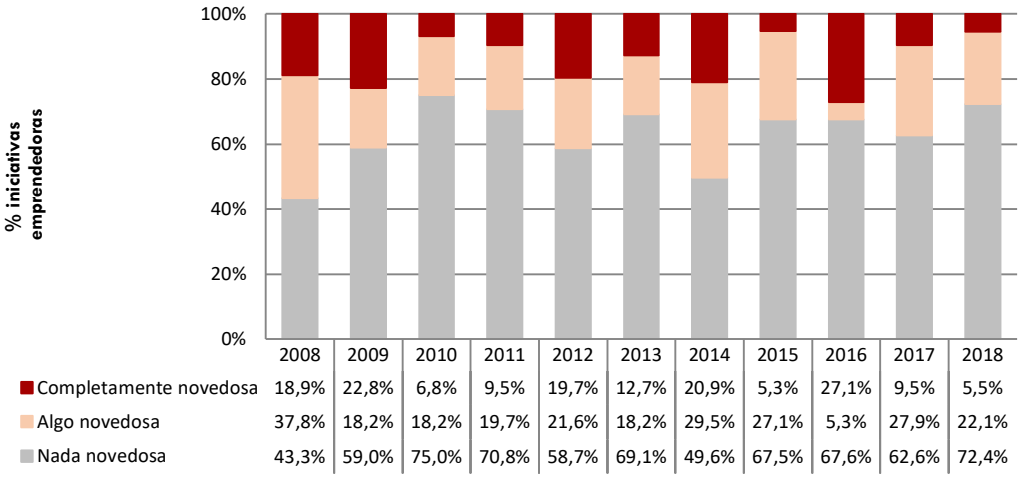
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
% población inversor informal	4,00%	2,40%	2,20%	2,40%	5,30%	3,80%
Aportación más frecuente	3.000 €	3.000 €	6.000 €	12.000 €	2.000 €	3.000 €
Relación con beneficiario (%)	Familia 64,3% Amigo 29%	Familia 73,8% Amigo 18,60%	Familia 66,1% Amigo 24,2%	Familia 53,5% Amigo 24,3%	Familia 49,1% Amigo 26,0%	Familia 55,3% Amigo 25,6%
Edad media (años)	43,2	43,2	45,5	47,6	48,4	44,0
Posee formación para emprender (%)	32,00%	34,70%	49,80%	44,90%	47,30%	44,10%
Intención de emprender (%)	20,40%	18,80%	9,30%	22,70%	20,70%	12,10%
Involucrado en TEA (%)	7,50%	3,50%	5,80%	15,80%	10,30%	9,40%

En síntesis, el perfil del inversor informal se corresponde con un hombre de unos 44 años, al que unen lazos familiares con el beneficiario y cuya aportación más usual es de 3.000 euros. Sin embargo, cabe mencionar que, como segundo valor más frecuente, la encuesta realizada detecta una aportación de alrededor de 5.000 euros.

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. Así, las figuras 35 y 36 recogen en primer lugar la orientación innovadora del negocio. En concreto, la figura 35 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 2018, algo más de una cuarta parte de los encuestados (27,6%) perciben su negocio como novedoso, al menos parcialmente, de acuerdo al grado de diferenciación que su producto o servicio puede suponer para su clientela potencial.

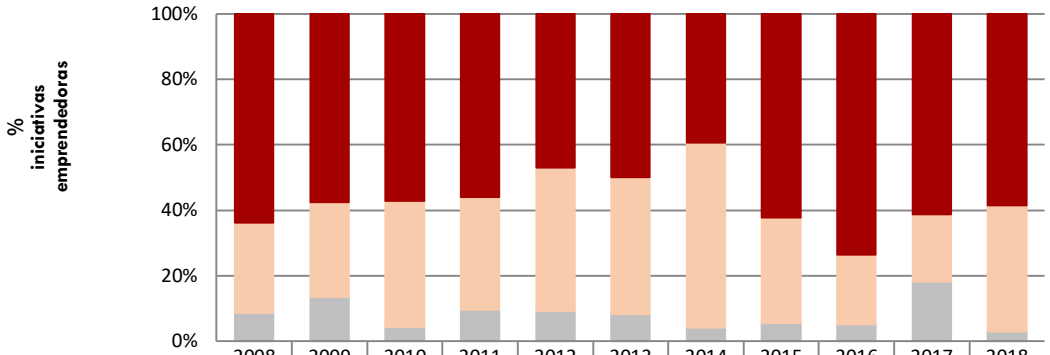
Figura 35. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (% de iniciativas emprendedoras).



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Completamente novedosa	18,9%	22,8%	6,8%	9,5%	19,7%	12,7%	20,9%	5,3%	27,1%	9,5%	5,5%
Algo novedosa	37,8%	18,2%	18,2%	19,7%	21,6%	18,2%	29,5%	27,1%	5,3%	27,9%	22,1%
Nada novedosa	43,3%	59,0%	75,0%	70,8%	58,7%	69,1%	49,6%	67,5%	67,6%	62,6%	72,4%

Por su parte, la figura 36 muestra información sobre la diferenciación que consideran que pueden tener sus productos y servicios, tomando como referencia lo ofrecido por los competidores directos. En este caso, si tenemos en cuenta a los que consideran cierta diferenciación en sus negocios (al menos parcial), el conjunto asciende hasta un 41,4%.

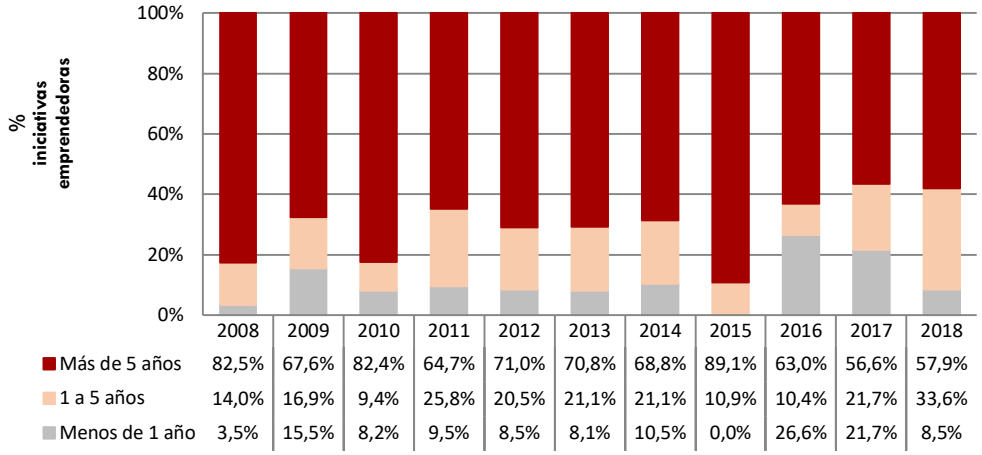
Figura 36. Percepción de competencia con el mismo producto o servicio (% de iniciativas).



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Mucha competencia	63,8%	57,6%	57,2%	56,0%	46,9%	50,0%	39,4%	62,2%	73,6%	61,2%	58,5%
Alguna competencia	27,6%	29,0%	38,5%	34,5%	43,9%	41,8%	56,5%	32,4%	21,3%	20,6%	38,4%
Ninguna competencia	8,6%	13,4%	4,3%	9,5%	9,1%	8,2%	4,1%	5,4%	5,1%	18,2%	3,0%

Por su lado, la figura 37 recoge el grado de antigüedad de las tecnologías y procesos empleados. Como viene siendo habitual, más de la mitad de los encuestados indican que sus tecnologías y procesos tienen más de cinco años.

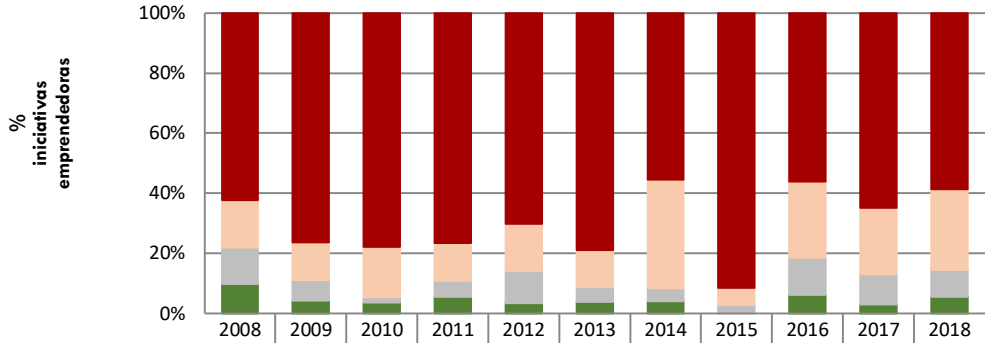
Figura 37. Antigüedad de las tecnologías utilizadas (% de iniciativas emprendedoras).



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Más de 5 años	82,5%	67,6%	82,4%	64,7%	71,0%	70,8%	68,8%	89,1%	63,0%	56,6%	57,9%
1 a 5 años	14,0%	16,9%	9,4%	25,8%	20,5%	21,1%	21,1%	10,9%	10,4%	21,7%	33,6%
Menos de 1 año	3,5%	15,5%	8,2%	9,5%	8,5%	8,1%	10,5%	0,0%	26,6%	21,7%	8,5%

Por último, la figura 38 recoge la orientación exportadora de las iniciativas, medida como el porcentaje de facturación en el exterior.

Figura 38. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nada	62,2%	76,2%	77,8%	76,5%	70,1%	78,8%	55,4%	91,4%	56,1%	64,8%	58,6%
Menos del 25%	15,8%	12,5%	16,8%	12,5%	15,8%	12,5%	36,3%	5,7%	25,3%	22,1%	26,9%
25% a 75%	12,2%	6,8%	1,8%	5,5%	10,7%	4,9%	4,2%	2,9%	12,3%	10,0%	8,8%
Más del 75%	9,8%	4,4%	3,6%	5,5%	3,4%	3,8%	4,1%	0,0%	6,3%	3,1%	5,7%

CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

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

Para su modelización, GEM incorpora nueve condiciones de entorno (tabla 8), las cuales son analizadas por expertos procedentes de diversos ámbitos y relacionados con la actividad emprendedora, lo que ofrece un punto de vista complementario al de la población, acerca del contexto en el que ésta decide implicarse o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

En el caso específico de la Comunidad Valenciana, en 2004 y con ocasión del primer informe GEM de la región, se formó un grupo de 36 empresarios y profesionales, el cual valora anualmente la situación de las condiciones de entorno. El grupo mantiene al menos un 75% de sus miembros de año a año, al objeto de garantizar una cierta continuidad en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas. La procedencia y ámbito de influencia de estos 36 expertos se recoge en las tablas 9 y 10. 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 8. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.

Condición	Descripción
APOYO FINANCIERO	Disponibilidad de recursos financieros para creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluye subvenciones y ayudas.
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 otros 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 9. Ámbito de influencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2018.

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 10. Ámbito de procedencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2018

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

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

Las valoraciones realizadas por los expertos acerca del estado de las condiciones del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2018[2], se muestran en la figura 39. Las nueve condiciones citadas aparecen en doce ítems, en tanto que políticas de apoyo, así como educación y apertura de mercado, se desagregan a su vez en otras dos, según se aprecia en la figura.

Los expertos expresan su grado de acuerdo o desacuerdo en relación a una batería de cuestiones representativas de cada una de las condiciones de entorno en base a una escala Likert de 1 a 5[3], 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 la totalidad de los expertos y toda vez que se trata de valoraciones medias conformadas por la integración de cuestiones y el promedio del conjunto de expertos.

En síntesis, la figura 39 ofrece una imagen de situación respecto al emprendimiento que los expertos consultados continúan considerando, en promedio, como mejorable si la consideramos en su conjunto, a pesar de

[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.

que se recoge una leve mejoría en la mayor parte de las valoraciones, al igual que en el conjunto de España.

Únicamente dos de las condiciones evaluadas superan el 3: la relativa a las condiciones de acceso a infraestructura física, como es habitual en la región, y los programas públicos de apoyo.

Ateniéndonos a la valoración media, también se pueden considerar como adecuadas otras cuatro: la evaluación efectuada acerca del acceso a infraestructura comercial y profesional, que obtiene 3 puntos, la percepción sobre el estado de la educación en emprendimiento post escolar, el juicio sobre las normas socio-culturales de la región en relación con el emprendimiento, y las políticas de apoyo hacia el emprendimiento desarrolladas en la comunidad; estas últimas con una valoración próxima a la media (3).

Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2018 en la Comunidad Valenciana.

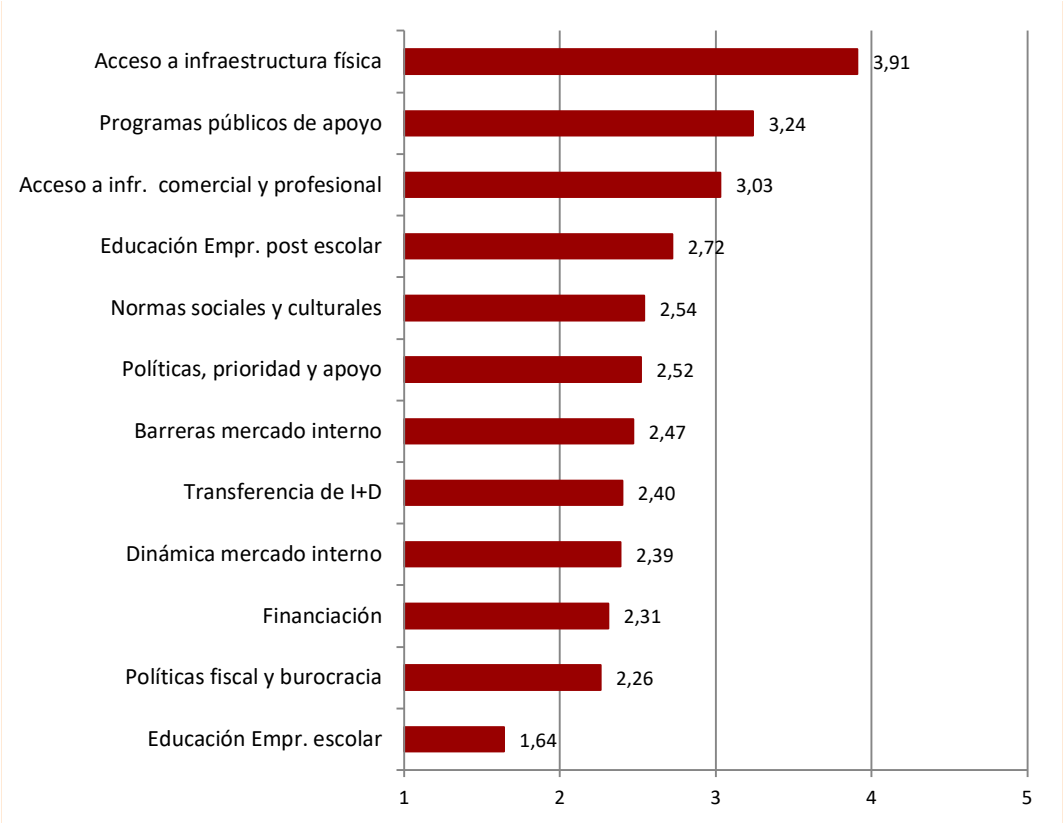


Tabla 11. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana.

Valoración global (mín.=1; máx.=5)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Acceso a infraestructura física	3,79	3,84	3,7	3,65	3,47	3,75	3,82	3,98	4,11	3,85	3,91
Programas públicos de apoyo	3,22	3,18	3,2	3,08	3,08	2,98	3,0	3,04	3,01	3,21	3,24
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,2	3,17	3,03	3,06	3,08	2,98	2,9	2,74	3,18	3,27	3,03
Educación y formación post-secundaria	2,82	2,84	2,61	3,03	3,04	2,76	2,91	2,84	2,95	3,11	2,72
Normas sociales y culturales	2,91	2,97	2,62	2,88	2,81	2,54	2,84	2,96	2,9	2,8	2,54
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,8	2,57	2,43	2,41	2,65	2,55	2,73	2,51	2,33	2,26	2,52
Mercado interno: apertura	2,68	2,67	2,74	2,42	2,65	2,46	2,5	2,39	2,73	2,57	2,47
Transferencia de tecnología	2,64	2,5	2,46	2,5	2,66	2,41	2,45	2,34	2,52	2,34	2,4
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,69	2,75	2,63	2,59	3,02	2,81	2,58	2,27	2,33	2,33	2,39
Apoyo financiero	2,37	2,33	2,13	2,11	1,91	1,86	2,26	2,12	2,22	2,23	2,31
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,81	2,48	2,59	2,67	2,6	2,27	2,57	2,05	2,27	2,11	2,26
Educación primaria y secundaria	1,82	1,75	1,82	2,02	2,1	1,81	2	1,71	1,82	1,86	1,64

En relación a su evolución temporal (tabla 11), 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 2017, como las **políticas públicas** de apoyo y las relativas a la rapidez en la realización de trámites, el **acceso a infraestructura física** o la velocidad de cambios del **mercado interno**, mientras que aquellas condiciones que reflejan un descenso más representativo en su valoración, son las relativas a la **educación y formación emprendedora** post escolar, las **normas sociales y culturales** y el acceso a **infraestructura comercial.**

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 uno de los mejor valorados. También en 2018, 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.

Otro de los aspectos mejor valorados son 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.

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 y como éstas pueden favorecer la puesta en marcha de nuevas iniciativas emprendedoras.

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 (2,52), o bien en la facilidad y rapidez de los trámites administrativos que conllevan (2,26).

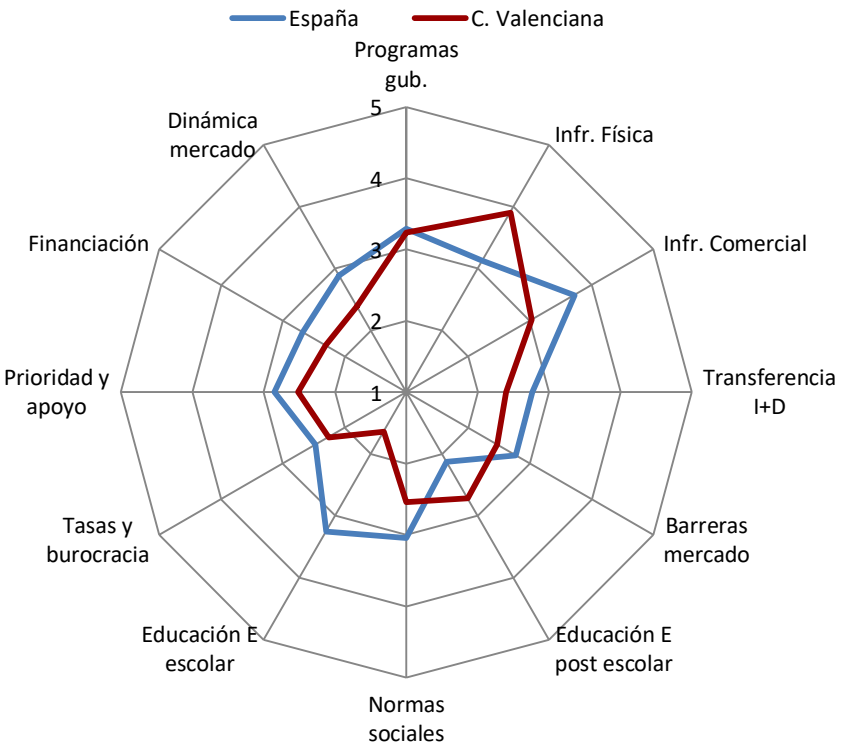
El juicio realizado sobre el mercado interno de la región se efectúa respecto a dos consideraciones: volatilidad y apertura. En relación a la primera, la valoración de los expertos asciende levemente, mientras que en lo tocante al grado de apertura de los mercados y las oportunidades que ello conlleva, los expertos siguen reconociendo la dificultad que supone el acceso a los mismos para las empresas nuevas y en crecimiento.

El estado del entorno tecnológico de la Comunidad Valenciana, en relación a las posibilidades de transferencia de tecnología, sigue recogiendo una situación necesitada de mejora, 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.

La valoración global del apoyo financiero, sigue siendo, junto al estado de la orientación emprendedora en los niveles básicos educativos y la rapidez en los tramites de constitución, ya mencionadas previamente, la condición peor valorada, evidenciando la situación de incertidumbre vivida y sus repercusiones sobre la liquidez y el crédito a las empresas. La cuestión peor valorada a este respecto es la percepción de 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 siguen destacando el acceso a la financiación como uno de los obstáculos fundamentales al emprendimiento en la Comunidad Valenciana en 2018.

A continuación, la figura 40 sitúa las anteriores valoraciones en el contexto comparativo del conjunto de España.

Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2018 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



5.3. Obstáculos, apoyos y recomendaciones

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

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

medidas para mejorar la actividad emprendedora en la región. A partir del conjunto de respuestas obtenidas, y su clasificación en los ámbitos definidos por la metodología GEM, las tablas 12, 13 y 14 muestran una síntesis conjunta de los resultados.

En este sentido, y de acuerdo con la opinión global expresada por los expertos regionales, entre los aspectos que suponen los **principales obstáculos** a la actividad emprendedora (tabla 12) destaca como viene siendo habitual, en primer lugar las posibilidades de acceso a la financiación (72,2%). Los expertos mencionan como segundo y tercer aspecto, los programas (47,2%) y políticas de apoyo (33,3%).

Respecto a las dificultades de financiación, se mantiene continuamente como uno de los obstáculos más importantes en la mayor parte de las ediciones de este estudio y evidentemente ligado al elemento anterior, destaca también el contexto político, institucional y social citado en sexto lugar. Entre el resto de obstáculos destacan, en menor medida, la necesidad de mejora del soporte efectivo de las políticas de apoyo; la insuficiencia de una cultura emprendedora sólida y su manifestación en un conjunto de normas socio-culturales que favorezcan la iniciativa empresarial, la asunción de riesgos; y el estado actual de la orientación emprendedora en el sistema educativo y de formación.

Tabla 12. Principales obstáculos a la actividad emprendedora (2018).

Ámbitos del entorno que suponen obstáculos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito)
Apoyo financiero	72,20%
Programas públicos de apoyo	47,20%
Políticas de apoyo	33,30%
Educación y formación	25,00%
Capacidad emprendedora	22,20%
Normas sociales y culturales	16,70%
Contexto político, institucional y social	11,10%
Infraestructura comercial y profesional	8,30%
Acceso a infraestructura fisica	5,60%
Transferencia de I+D	5,60%

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

Respecto a los **apoyos** del entorno a la actividad emprendedora (tabla 13), los expertos entrevistados en la Comunidad Valenciana apuntan como factores principales: los programas de apoyo (50,0%), la capacidad emprendedora percibida por la población (36,1%), la infraestructura física (27,8%) y el clima económico de la región (25,0%).

Los programas gubernamentales de apoyo se alzan en 2018 al primer lugar del conjunto de elementos impulsores de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana que citan los expertos. La toma de conciencia por parte de las administraciones en relación al fomento de la actividad emprendedora, puede tener mucho que ver en esta mejora de la posición de informes anteriores. En este sentido se siguen destacando elementos como el esfuerzo y la labor jugada por los agentes de desarrollo en el ámbito local y su cercanía a los emprendedores potenciales e incipientes; el importante rol de incubadoras y aceleradoras; y nuevamente la proliferación de los espacios de coworking, así como los diversos encuentros, actividades de promoción, información y formación, iniciativas para fomentar el emprendimiento o las convocatorias de diversos premios y reconocimientos.

Así mismo, también las políticas gubernamentales recogen un amplio consenso por parte de los expertos en cuanto a su papel como favorecedor del emprendimiento. En este sentido, se destaca el protagonismo de las políticas de fomento e impulso en este ámbito, así como el compromiso institucional a diversos niveles, o la introducción de cambios legales y adaptaciones normativas favorecedoras, así como las mejoras en diversos aspectos burocráticos.

Los expertos han citado también como impulso del emprendimiento la propia capacidad emprendedora de la población de la Comunidad Valenciana, la cual se cita igualmente entre los obstáculos, indicando que, pese a que es un elemento a mejorar por la vía del impulso a la educación y formación en cultura y valores relacionados, no obstante se reconoce cierto carácter emprendedor ligado a la historia y a la tradición levantina, que impulsa a ciertas personas a llevar a cabo iniciativas empresariales.

Tabla 13. 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 públicos de apoyo	50,00%
Capacidad emprendedora	36,10%
Acceso a infraestructura física	27,80%
Clima económico	25,00%
Apoyo financiero	19,40%
Normas sociales y culturales	16,70%
Infraestructura comercial y profesional	16,70%
Educación y formación	11,10%
Contexto político, institucional y social	8,30%
Composición percibida de la población	8,30%

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

Las principales **recomendaciones** (tabla 14) propuestas por los expertos reiteran algunas de las recogidas en años ediciones. De esta forma, la mejora de las políticas de apoyo al emprendimiento (82,9%), una mayor educación y formación en emprendimiento (45,7%), el impulso a las políticas gubernamentales que favorezcan a los emprendedores (37,1) y en el acceso a la financiación (28,6%) son las más destacadas.

Tal y como ya sucedía en 2017 de la Comunidad Valenciana, los factores relativos a programas de fomento siguen siendo destacados por los expertos, tanto entre los apoyos como entre los obstáculos, lo que supone un reconocimiento al papel que están jugando, pero también que es necesario mejorarlos. En este sentido, los expertos citan elementos como: la mejora del apoyo a la internacionalización de las iniciativas, la mayor dotación de espacios de coworking y plataformas colaborativas transversales de emprendimiento, viveros y centros de negocio, seguir impulsando y fomentando en mayor medida vías para el intercambio de experiencias entre emprendedores, agilizar en mayor medida los trámites burocráticos, responder con mayor rapidez en la tramitación y pago de las ayudas económicas concedidas a empresas, centralizar y mejorar la coordinación de la información de asesoramiento a emprendedores, etc.

Respecto a las recomendaciones relacionadas con la educación y su orientación al emprendimiento, para los expertos entrevistados, la base de los emprendedores de éxito parte de una adecuada formación en este ámbito, con lo que se propone acercar los empresarios de éxito a las aulas como ejemplo, dar más peso a la formación práctica y potenciar este tipo de formación desde edades tempranas. Así mismo, se consideran de vital importancia el desarrollo de nuevas actividades que promuevan ecosistemas emprendedores.

Por último, cabe citar las opiniones relativas al acceso a la financiación, que como ediciones anteriores es uno de los aspectos críticos. Promover una mayor facilidad de acceso, poner de manifiesto la necesidad de que el sector financiero vuelva a hacer circular el crédito, o mejorar las líneas de financiación a medida que se materializan en pro de nuevos proyectos y empresas de reciente creación, destacan entre las más citadas. Además, se indica la necesidad de fomentar fuentes de financiación no suficientemente aprovechadas, como la creación de fondos de capital riesgo, programas de business angel, o impulsar plataformas de crowdfunding. Adicionalmente, también se cita la necesidad de ordenar y mejorar las subvenciones y la financiación destinada a la creación de nuevas empresas.

Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones.

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Programas públicos de apoyo	82,90%
Educación y formación	45,70%
Políticas de apoyo	37,10%
Apoyo financiero	28,60%
Infraestructura commercial y profesional	20,00%
Transferencia de I+D	14,30%
Capacidad emprendedora	5,70%
Características de la estructura laboral	2,90%
Acceso a infraestructura fisica	2,90%
Normas sociales y culturales	2,90%

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

CAPÍTULO 6. REFLEXIONES FINALES

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

Desde 2004, año en el que comienza el Observatorio GEM en nuestra Comunidad, la tasa emprendedora TEA que mide el emprendimiento en la región, ha ido evolucionando desde una situación de prosperidad económica y crecimiento del consumo, con valores que alcanzaron valores cercanos al 8%, a un entorno posterior a la situación de crisis en el que la tasa TEA descendió progresivamente hasta alcanzar uno de sus mínimos históricos en 2010, superado en 2017 en el que se alcanza el valor más bajo del histórico.

En el mismo, los datos evolucionaron desde un emprendimiento por oportunidad, reforzado por un crecimiento del mercado y en el que el trabajo por cuenta propia ofrecía atractivas ventajas económicas, a un entorno en el que el emprendimiento por necesidad cobraba más fuerza, ante la falta de otras alternativas laborales.

A partir de 2010, las conductas emprendedoras siguen condicionadas por tasas de paro elevadas, y la ratio TEA comienza un comportamiento inestable, con oscilaciones en positivo y negativo que nos llevan al 3,6% de implicación en actividades emprendedoras incipientes en este 2018, el segundo valor más bajo de toda la serie histórica, si bien la evolución con respecto a 2017 es positiva.

En cualquier caso, el índice TEA hay que matizarlo con algunos datos que apuntan en buena dirección de cara al futuro. En este sentido cabe citar, por ejemplo, que en 2018 crece la percepción de la población sobre la existencia de buenas oportunidades, así como la apreciación del emprendimiento como una buena opción profesional. Estas valoraciones suelen anticipar comportamientos que promueven la puesta en marcha de nuevas actividades

empresariales. Otro aspecto clave que crece en el 2018, son los individuos con intención de emprender, eso es, aquellos que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista.

En lo que respecta a las características del perfil medio de las personas encuadradas en el TEA, si bien es muy similar al de años anteriores, cabe destacar que en los últimos años la edad promedio de aquellos que deciden involucrarse en la creación de una nueva iniciativa empresarial, ha ido creciendo paulatinamente pasando de 39 años en 2013 a 47 en el 2018. Esta información, pone de manifiesto el crecimiento de una tipología de emprendedor, con edad superior a los 45 años, con formación universitaria y amplia experiencia, que debido a situaciones diversas, inician una nueva actividad por cuenta propia.

En cuanto a la evolución del emprendimiento a medio plazo, una de las consideraciones que más se repiten por los expertos, consiste en el establecimiento de medidas que promuevan la formación en esta área desde la etapa escolar. Esta opción, fomentaría actitudes como la proactividad personal y la capacidad de asunción de riesgos tan importantes para el desarrollo y puesta en marcha de nuevas actividades.

Otras medidas fundamentales, que año a año demanda nuestro panel de expertos, es la mejora de los mecanismos de financiación, haciéndolos más ágiles y adaptados a los requerimientos de los emprendedores, y también facilitar formación, información y otras capacidades y recursos, no necesariamente económicos, para el inicio de la actividad y para su posterior desarrollo y consolidación.

Con todo, las Administraciones Públicas, asociaciones y entidades que trabajan en el ámbito del emprendimiento, tienen por delante una importante labor para continuar facilitando el desarrollo de un ecosistema emprendedor diversificado y competitivo, que fomente el desarrollo de nuevas iniciativas y la consolidación de las existentes.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marco teórico GEM..... 18

Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM..... 19

Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM..... 20

Figura 4. Fuentes de información GEM..... 20

Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años)..... 28

Figura 6. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años)..... 29

Figura 7. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años)..... 30

Figura 8. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años)..... 31

Figura 9. 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)..... 32

Figura 10. 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)..... 33

Figura 11. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden el emprendimiento de éxito (% de población entre 18-64 años)..... 34

Figura 12. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población..... 35

Figura 13. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM..... 38

Figura 14. Tasas de involucración 2018 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor..... 39

Figura 15. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población entre 18-64 años)..... 40

Figura 16a. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población entre 18-64 años)..... 41

Figura 16b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años)..... 42

Figura 17. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años)..... 43

Figura 18. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años)..... 44

Figura 19. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales..... 44

Figura 20. Motivaciones de la puesta en marcha..... 45

Figura 21. Evolución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su motivación..... 46

Figura 22. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades (% de iniciativas emprendedoras)..... 47

Figura 23. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional español..... 49

Figura 24. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor..... 52

Figura 25. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población entre 18-64 años)..... 53

Figura 26. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor(% de emprendedores)..... 54

Figura 27. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedo..... 55

Figura 28. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población)..... 55

Figura 29. Formación específica para emprender por fases del proceso..... 56

Figura 30. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras)..... 58

Figura 31. Distribución del número de propietarios de las iniciativas en fase emprendedora..... 59

Figura 32. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleados y evolución temporal..... 59

Figura 33. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras)..... 60

Figura 34. Requerimiento de capital semilla por los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2018, y fuente de origen en su caso..... 62

Figura 35. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (% de iniciativas emprendedoras)..... 64

Figura 36. Percepción de competencia con el mismo producto servicio (% de iniciativas)..... 64

Figura 37. Antigüedad de las tecnologías utilizadas (% de iniciativas emprendedoras). 65

Figura 38. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).....65

Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2018 en la Comunidad Valenciana.....70

Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2018 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.....74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard..... 21

Tabla 2. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% de población 18-64 46

Tabla 3. Resultados del proceso emprendedor por comunidades y ciudades autónomas. 48

Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género. 52

Tabla 5. Perfil medio 2018 de involucrados por fase del proceso emprendedor..... 56

Tabla 6. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana. 61

Tabla 7. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana....63

Tabla 8. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos 68

Tabla 9. Ámbito de influencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2018 68

Tabla 10. Ámbito de procedencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2018.....69

Tabla 11. Evolución de la valoración media de las condiciones de entoorno para emprender en la Comunidad Valenciana. 71

Tabla 12. Principales obstáculos a la actividad emprendedora (2018). 75

Tabla 13. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora. 77

Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran encuadran sus recomendaciones. 78

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Universo: Población residente en la Comunidad Valenciana de 18 a 64 años.
Población objetivo: 3.132.118 individuos.
Muestra: 1.000 individuos.
Margen de confianza: 95,0%.
Error muestral ±3,1% para el conjunto de la muestra.
Varianza: máxima indeterminación (p=q=50%).
Período realización de encuestas: Junio-Julio de 2018.
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 2018, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Arabia Saudí, Argentina, Australia, Austria, Bosnia-Herzegovina, Brasil, Bulgaria, Canadá, Catar, Chile, China, Chipre, Colombia, Corea, Croacia, Ecuador, Egipto, Emiratos, Eslovaquia, Eslovenia, España, EE.UU, Estonia, Francia, Grecia, Guatemala, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Kazajstán, Letonia, Líbano, Luxemburgo, Madagascar, Malasia, Marruecos, México, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, Rusia, Sudáfrica, Sudán, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Turquía y Uruguay.

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 2018

GEM España

RED GEM ESPAÑA
OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO

GEM

CISE
CENTRO INTERNACIONAL SANTANDER EMPRENDIMIENTO
UCEIF

FUNDACIÓN RAFAEL DEL PINO

Santander Universidades

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · e emisa

GEM Andalucía

CdE Universidad de Cádiz
Cátedra de Emprendedores

UCA
Universidad de Cádiz

GEM Aragón

FUNDACIÓN EMPRENDER EN ARAGÓN

1542

Cátedra EMPRENDER Universidad Zaragoza

GOBIERNO DE ARAGON
Departamento de Economía, Industria y Empleo

GEM Asturias

Capgemini

Cátedra Caja Rural de Asturias - CAPGEMINI de Emprendimiento
Cátedra Caja Rural de Asturias - CAPGEMINI d'Emprendimiento
Caja Rural - CAPGEMINI University Chair on Entrepreneurship
Universidad de Oviedo – Universidá d'Uviéu – University of Oviedo

CAJA RURAL DE ASTURIAS

GEM Baleares

GOIB
CONSELLERIA TREBALL, COMERÇ I INDÚSTRIA
INSTITUT INNOVACIÓ EMPRESARIAL ILLES BALEARS

UIB Universitat de les Illes Balears

GEM Canarias

Gobierno de Canarias

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

ULL Universidad de La Laguna

GEM Cantabria

UC Universidad de Cantabria · Cátedra pyme

SODERCAN
Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria

Santander

GEM Castilla la Mancha

UCLM
UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

Castilla-La Mancha

FUNDACIÓN Globalcaja

GEM Castilla y León

universidad de león

GEM Catalunya

UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

Diputació Barcelona | Àrea de Desenvolupament Econòmic Local

iermB
INSTITUT D'ESTUDIS REGIONALS I METROPOLITANS DE BARCELONA

catalunya empren

Generalitat de Catalunya

GEM Ceuta

CÁTEDRA SANTANDER DE EMPRESA FAMILIAR

Universidad de Granada

GEM Comunidad Valenciana

CEEI COMUNITAT VALENCIANA
CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS INNOVADORAS

GENERALITAT VALENCIANA · TOTS A UNA veu

IVACE

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

DIPUTACIÓN DE ALICANTE

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

IBERIA REGIONAL · AIRNOSTRUM

aligrupo
Designed for Life

CATRAL

Fundación Juan Perán-Pikolinos

FUNDACIÓN MANUEL PELÁEZ CASTILLO

EDEM

GRUPO EULEN

GRUPO SOLEDAD

SEUR

vectalia
movilidad servicios

UNIVERSITAS Miguel Hernández

GEM Extremadura

Fundación Xavier de Salas
fxdsalas@teleline.es
Trujillo-Cáceres (España)

JUNTA DE EXTREMADURA
Consejería de Economía e Infraestructuras

UEX

Sodiex

ALMARAZ TRILLO

PHILIP MORRIS SPAIN, S.L.

DIPUTACIÓN DE BADAJOZ

Tambo
Supermercados

Grupo ROS
Comunicación & Empresa

tanynature

iberDOEX

GEM Galicia

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

igape

aje Galicia
Jóvenes Empresarios

XUNTA DE GALICIA

galicia

GEM La Rioja

Gobierno de La Rioja
www.larioja.org

ader
Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja

EmprendeRioja

Iberaval

ricari

GEM Com. de Madrid

Comunidad de Madrid

ciade

UAM
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Deusto Business School
Universidad de Deusto
Business Education to serve the World

GEM Melilla

CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA
Consejería de Presidencia y Salud Pública
DIRECCIÓN GENERAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Universidad de Granada

GEM Murcia

cátedra de EMPRENDEDORES

info

Región de Murcia
Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente

ceeim
CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACIÓN DE MURCIA

Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

BMN CAJAMURCIA

PLAN EMPRENDEMOS

UNIVERSIDAD DE MURCIA

Bankia

GEM Navarra

upna
Universidad Pública de Navarra
Nafarroako Unibertsitate Publikoa

Cein
Nafarroako Gobernua

Gobierno de Navarra

upna Inarbe
Institute for Advanced Research in Business and Economics

GEM País Vasco

Deusto Business School
Universidad de Deusto

Universidad del País Vasco · Euskal Herriko Unibertsitatea

MONDRAGON UNIBERTSITATEA
ENPRESA ZIENTZIEN FAKULTATEA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

northumbria
UNIVERSITY NEWCASTLE

Instituciones financiadoras

Arabako Foru Aldundia
Diputación Foral de Álava

Bizkaia
foru aldundia
diputación foral

Gipuzkoako Foru Aldundia
Diputación Foral de Gipuzkoa

GAIN GIPUZKOA

FESIDE

Socio institucional CAPV

GRUPO spri

Patrocinadores e instituciones

CEEI COMUNITAT VALENCIANA
CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS INNOVADORAS

GENERALITAT VALENCIANA | TOTS A UNA veu

IVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

DIPUTACIÓN DE ALICANTE

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

IBERIA REGIONAL | AIRNOSTRUM

aligrupo
Designed for Life

CATRAL
SINCE 1928

Fundación Juan Perán-Pikolinos

FUNDACIÓN MANUEL PELÁEZ CASTILLO

EDEM

GRUPO EULEN

GRUPO SOLEDAD

SEUR

vectalia
movilidad servicios

UNIVERSITAS Miguel Hernández