

Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2019

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

Jose M^a. Gómez - Ignacio Mira - Jesús Martínez - Marina Estrada



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO



UNIVERSITAS
Miguel Hernández



Actividad Emprendedora en la Comunidad Valenciana. Informe GEM 2019

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:

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

ISSN:

1988-4885

Fecha de edición:

17-06-2020

Editorial:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Planificación Tecnológica - SIPT UMH

Portada: SIPT - UMH

Iconos: Kameleon Blue Round by Kameleon

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 2019-2020

AUTORES:

JOSÉ MARÍA GÓMEZ GRAS (DIR. GEM COMUNIDAD VALENCIANA)

IGNACIO MIRA SOLVES (DIRECCIÓN TÉCNICA)

JESÚS MARTÍNEZ MATEO

MARINA ESTRADA DE LA CRUZ

INVESTIGADORES COLABORADORES:

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



ÍNDICE DE CONTENIDOS

<i>ÍNDICE DE CONTENIDOS</i>	<i>5</i>
<i>RELACIÓN EQUIPOS RED GEM ESPAÑA 2019</i>	<i>7</i>
<i>PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES</i>	<i>11</i>
<i>EL PROYECTO GEM</i>	<i>13</i>
<i>BALANCED SCORECARD</i>	<i>17</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	<i>19</i>
<i>CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN</i>	<i>23</i>
1.1 Introducción	23
1.2 Percepción de oportunidades.....	24
1.3 Disponibilidad de red social emprendedora	25
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	26
1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender	28
1.6 Emprendimiento como opción profesional	29
1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico.....	30
1.8 Medios de comunicación y emprendimiento.....	31
1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español .	32
<i>CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL</i>	<i>33</i>
2.1 Introducción	33
2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor.....	34
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	36
2.4 Evolución de la actividad emprendedora.....	37
2.5 Evolución de la actividad consolidada.....	39
2.6 Evolución de abandonos y cierres	40
2.7 Motivación de las personas involucradas en el proceso emprendedor.....	41
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	44

<i>CAPITULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE INVOLUCRADOS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR.....</i>	<i>45</i>
3.1. Introducción	45
3.2. Género.....	45
3.3. Edad.....	47
3.4. Formación.....	49
3.5. Perfil medio.....	52
<i>CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES.....</i>	<i>53</i>
4.1. Introducción	53
4.2. Sectores generales de actividad	53
4.3. Número de socios.....	54
4.4. Dimensión y número de empleados	55
4.5. Financiación de las iniciativas	57
4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa.....	61
<i>CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER.....</i>	<i>65</i>
5.1. Introducción	65
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender.....	67
5.3. Obstáculos, apoyos y recomendaciones.....	74
<i>CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES.....</i>	<i>81</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS.....</i>	<i>85</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS.....</i>	<i>89</i>
<i>FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.....</i>	<i>91</i>

RELACIÓN EQUIPOS RED GEM ESPAÑA 2019

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA UCEIF-Cise	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria) Paula San Martín Espina (Secretaria del observatorio) Maribel Guerrero, José L. González-Pernía y Javier Montero (Equipo Dirección Técnica GEM- España)	ENISA Observatorio del Emprendimiento de España Banco Santander Fundación UCEIF-CISE
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruíz Navarro (Director GEM-Andalucía) José María Biedma Ferrer Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata y Consuelo González Gil (Directores GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón. Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón. Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Asturias	Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Director) Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández María Mitre Aranda	Catedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias Capgemini
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell (Co-Director GEM-Baleares) Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Institut de Innovació Empresarial-Govern Balear

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

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, Conocimiento y Empleo
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Directora. GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Co-Directora) Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social Santander
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local, Turisme y Comerç Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
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 M ^o Ruiz Palomo	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 y Nuria González Álvarez (Directores GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) Sara Terrón Ibáñez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza Juan Miguel Alcántara Pilar	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada. PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) Iván Soto San Andrés (Deusto Business School Madrid)	Comunidad de Madrid

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	<p>José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana)</p> <p>Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana)</p> <p>Jesús Martínez Mateo</p> <p>Marina Estrada de la Cruz</p> <p>Antonio J. Verdú Jover</p> <p>M^a José Alarcón García</p> <p>M^a Cinta Gisbert López</p> <p>Lirios Alós Simó</p> <p>Domingo Galiana Lapera</p> <p>M^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE)</p> <p>Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la C. Valenciana</p> <p>Air Nostrum</p> <p>Aligrupo</p> <p>Catral Garden</p> <p>Fundación Juan Perán-Pikolinos</p> <p>Fundación Manuel Peláez Castillo</p> <p>Grupo Eulen</p> <p>Grupo Soledad</p> <p>Seur</p> <p>Vectalia</p> <p>Escuela de Empresarios (EDEM)</p> <p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura)</p> <p>J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico GEM-Extremadura)</p> <p>M^a de la Cruz Sánchez Escobedo</p> <p>Antonio Fernández Portillo</p> <p>Manuel Almodóvar González</p> <p>Ángel Manuel Díaz Aunión</p>	<p>Universidad de Extremadura</p> <p>Junta de Extremadura</p> <p>Extremadura Avante</p> <p>Sodiex</p> <p>CC. NN. Almaraz-Trillo</p> <p>Philip Morris Spain, S.L.</p> <p>Grupo Ros Multimedia</p> <p>Diputación de Badajoz</p> <p>Tambo</p> <p>Tany Nature</p> <p>Fundeceyt-PCTEX</p>
Galicia	<p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Federación Gallega de Xoves Empresarios (FEGAXE)</p>	<p>Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia)</p> <p>Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia)</p> <p>Sara Fernández López (Coordinadora)</p> <p>María Bobillo Varela</p> <p>Nuria Calvo Babío</p> <p>Jacobo Feás Vázquez</p> <p>Marta Portela Maseda</p> <p>Lucía Rey Ares</p> <p>David Rodeiro Pazos</p> <p>Alberto Vaquero García</p> <p>Pilar Piñeiro García</p> <p>Emilio Ruzo Sanmartín</p> <p>Guillermo Andrés Zapata Huamaní</p> <p>Yago Atrio Lema</p> <p>Norberto Penedo Rey</p> <p>Guillermo Viña González</p> <p>Enrique Gómez Fernández</p> <p>Luciano Covelo Fandiño</p>	<p>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)</p> <p>Secretaría Xeral de Universidades</p>

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio 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 Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Red GEM España
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes Gabriel Lozano Reina María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE Universidad de La Rioja King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contín Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez Lucía Nieto Sadaba María 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 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 David Urbano	Observatorio Vasco de Emprendimiento 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)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España

PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES

El presente informe GEM 2019-2020 supone 16 años ya de datos acumulados sobre emprendimiento y creación de empresas en la Comunidad Valenciana.

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. Y aunque la labor de investigación, seguimiento y actualización del fenómeno emprendedor que venimos haciendo anualmente, es siempre muy satisfactoria, sin embargo, como ampliamos en las reflexiones finales, en esta ocasión nos deja una sensación agri dulce, motivada por la crisis sobrevenida, consecuencia del COVID-19.

Como los lectores podrán observar, a lo largo de las páginas de este informe, se desgranar una serie de datos, cuya puesta en perspectiva, respecto a años previos, muestra una situación objetivamente mejor a la recogida en 2018 en particular, y en general, respecto a los informes inmediatamente precedentes.

Así, todas las cifras presentan mejoras en general. Las percepciones de la población muestran una situación más proclive al emprendimiento y al reconocimiento de la labor que desempeñan los emprendedores. El reconocimiento de buenas oportunidades a medio plazo, la confianza en contar con habilidades para iniciar un negocio, o las variables que aproximan la cultura emprendedora, muestran una situación mejorada respecto a la de los últimos años.

En este sentido, también las cifras que nos dan la perspectiva del proceso emprendedor cada año, muestran su recuperación. El informe GEM Comunidad Valenciana 2019-2020 detecta mayor número de involucrados en cada una de las etapas del proceso. La actividad emprendedora TEA se incrementa, así como la cifra de personas dirigiendo actividades empresariales consolidadas; además de contar con una mayor cantera de emprendedores potenciales, o personas con intención de poner en marcha una iniciativa a tres años vista. Todo ello además, en un contexto en el que los expertos consultados juzgan las condiciones configuradoras del entorno

específico para emprender en una evolución positiva de mejora respecto al año anterior.

Pero la sensación es agri dulce. Y si la parte dulce hace referencia a la evolución de estos datos, la parte agria hace referencia al vuelco a la realidad 2020 que estamos viviendo desde hace unos meses.

Todo se ha visto sobrepasado por la situación. Y a la siempre indeseable pérdida de vidas humanas y al drama de las familias, acompañan además, las enormes consecuencias para la actividad económica y empresarial y el empleo, así como unas dosis de incertidumbre no conocidas desde la 2ª Guerra Mundial.

Los datos del presente informe se han visto igualmente sobrepasados por la situación. Con toda probabilidad, las expectativas recogidas diferirán enormemente de nuestra realidad más inmediata y a medio plazo. En este sentido, el equipo que desarrolla este informe ha realizado una investigación, junto a la Red GEM España, llevada a cabo en la segunda quincena del mes de abril, cuando ya alcanzábamos los 50 días del estado de alarma, sobre la situación del emprendimiento en la Comunidad Valenciana ante la crisis del COVID-19 con un análisis detallado sobre la situación producida, así como expectativas y planes de la actividad emprendedora para los próximos meses¹.

Con todo, creemos que la información recopilada en el presente Informe GEM debe tenerse en cuenta como muestra del camino recorrido hasta la fecha, del impulso observado en este último año, y de la situación y expectativas de nuestra población y nuestros emprendedores hasta el inicio de la crisis. Sin duda, el esfuerzo de todos y la tradición emprendedora de nuestra Comunidad llevará más tarde o más temprano a recuperar el pulso de la actividad y el retorno a una senda de salud, tanto en las vidas de las personas como en las empresas y el empleo.

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 hallazgo de nuevas oportunidades, el desarrollo de nuevas iniciativas, y la supervivencia, crecimiento y consolidación de las existentes.

¹ El informe *La situación del emprendimiento en la Comunidad Valenciana ante la crisis del COVID-19* completo está accesible en <https://bit.ly/3bMJY5E>

EL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) se constituye desde sus inicios como un observatorio investigador del fenómeno emprendedor con vocación internacional. Fue promovido 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 números, GEM cuenta con más de 21 años de andadura, lo que significa 21 años de datos, en los que, de forma acumulada, se han analizado 114 economías alrededor del mundo y se ha entrevistado a más de tres millones de personas, contando la red con más de 500 investigadores en emprendimiento de más de 300 instituciones académicas y de investigación, colaborando junto a más de 200 instituciones de apoyo. Todo ello hace de GEM el más extenso estudio en torno al emprendimiento y los emprendedores en el mundo. La actual edición 2019 cuenta con la participación de 50 países, en los que se han entrevistado alrededor de 150.000 personas.

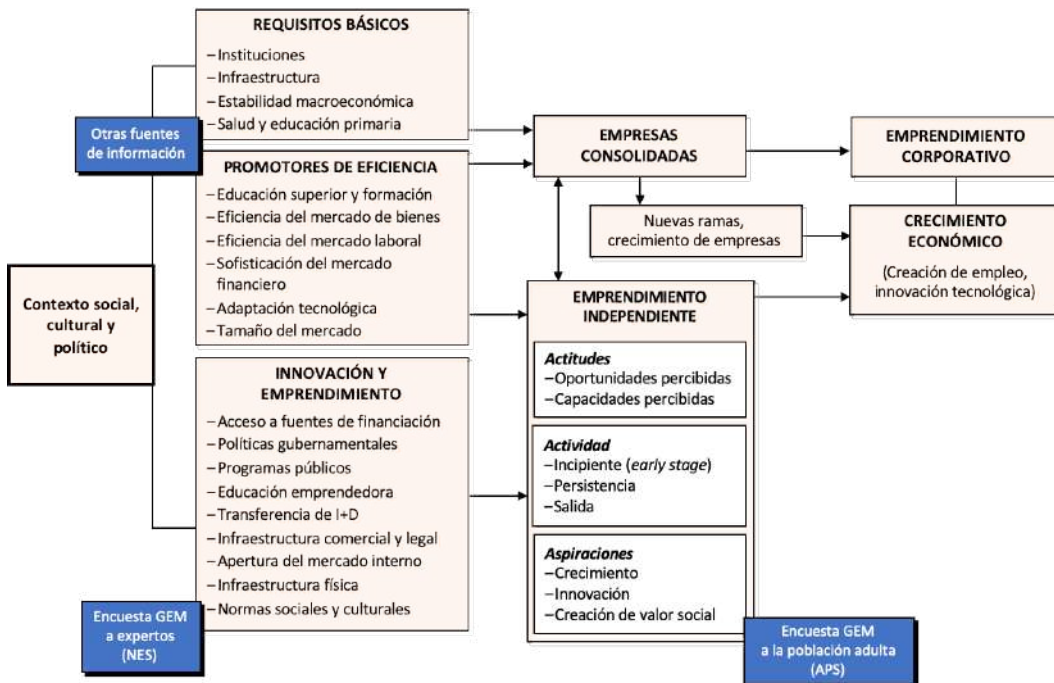
En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano.

En la presente edición, la red española está conformada por 20 equipos. más de 180 investigadores, 27 universidades, más de 50 instituciones, el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), ENISA y Banco Santander. En concreto, el equipo GEM formado por profesores e investigadores de la Universidad Miguel Hernández, cumple dieciséis 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.

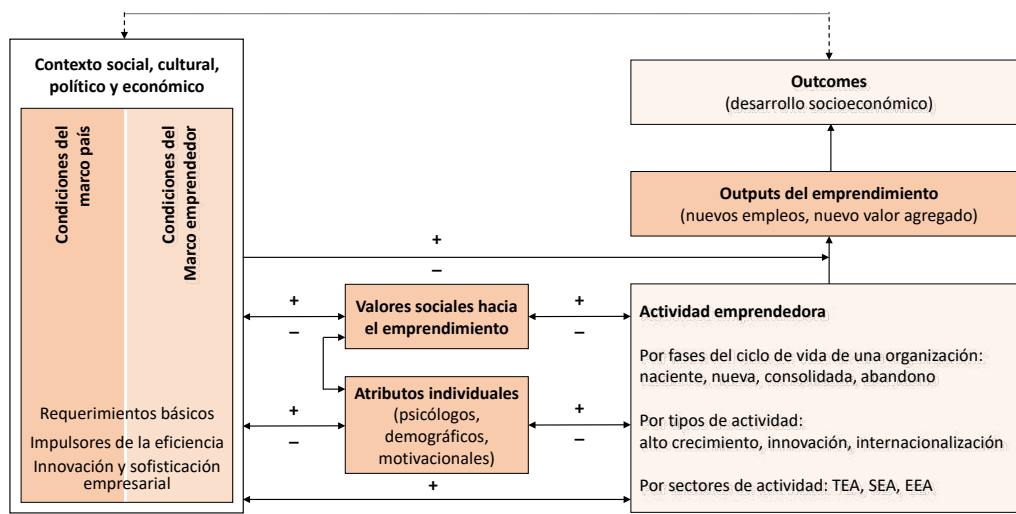
Así, GEM se configura como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, basada en un sólido modelo teórico, que se ha ido perfeccionando con el tiempo, y que se nutre empíricamente de diversas fuentes de información (Figura 1).

Figura 1. Marco teórico GEM.



Este marco se complementa con un modelo de relaciones (figura 2) entre condicionantes del emprendimiento y actividad emprendedora.

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.

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 por traspaso de la iniciativa.

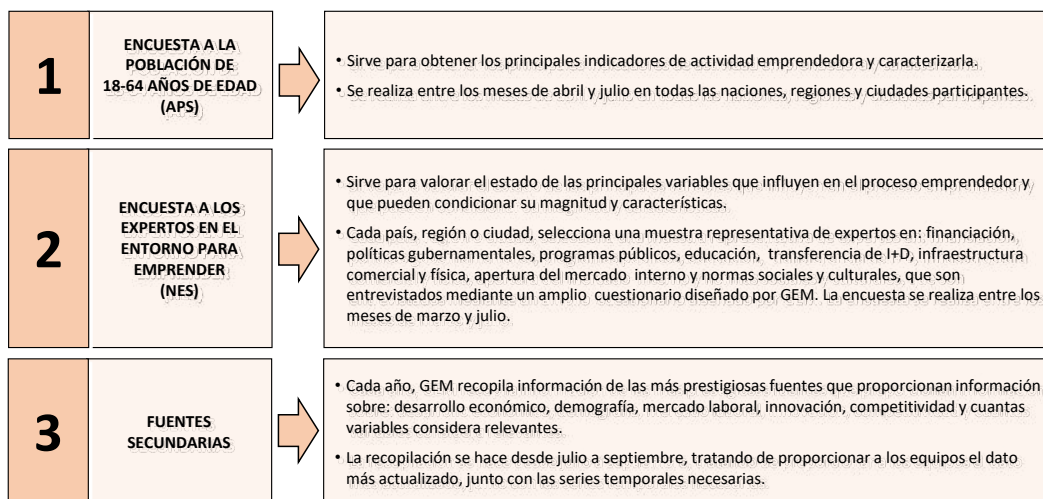
Así entendido en GEM, la figura 3 recoge este proceso emprendedor en las citadas etapas, que abarcan desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender hasta la puesta en marcha, desarrollo y consolidación de la actividad emprendedora.

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 2019 y su comparación con 2018.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2018	2019
Percibe buenas oportunidades para emprender	32,0%	39,7%
Dispone de una cierta red social (conocimiento de emprendedores)	30,5%	39,4%
Se autoreconoce habilidades y conocimientos para emprender	42,0%	50,2%
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	56,5%	46,5%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	6,4%	9,2%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	1,4%	2,1%
Ha actuado como inversor informal	3,8%	3,4%
TEA, iniciativas hasta 42 meses de operatividad (% población 18-64 años)	2018	2019
TEA Total	3,6%	4,3%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	3,0%	4,6%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	4,2%	4,0%
Consolidación de iniciativas, más de 42 meses de actividad (% población 18-64 años)	2018	2019
Actividad consolidada	4,2%	6,1%

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 5)	2018	2019
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,91	3,88
Programas públicos de apoyo	3,24	3,26
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,03	3,21
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	2,72	2,97
Normas sociales y culturales	2,54	2,97
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,52	2,84
Barreras de acceso al mercado interno	2,47	2,78
Dinámica del mercado interno	2,39	2,61
Financiación para emprendedores	2,31	2,60
Transferencia de I + D	2,40	2,58
Políticas fiscales y burocracia administrativa	2,26	2,43
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	1,36	2,15

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 39,7% de la población considera que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje supera en casi 8 puntos al obtenido en 2018, y confirma el incremento en esta percepción que se viene apreciando 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 39,4%, en este 2019, superando en nueve puntos el obtenido en 2018.

En relación al auto reconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que un 50,2% de los individuos sienten que cuentan con la destreza necesaria para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, cifra que se había mantenido relativamente estable a lo largo de los años analizados, y que supera en más de 8 puntos a la de 2018.

Respecto al posible papel del miedo al fracaso, como inhibidor del proceso emprendedor, un 46,5% 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, superan el 55% y 57% de la población, mejorando también los datos de 2018.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En 2019, el 4,3% de la población adulta de la Comunidad Valenciana estaba involucrada en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento, superando en 0,7 puntos al porcentaje recogido en 2018, y en un punto al de 2017, y pareciendo consolidar su vuelta a datos previos, que no se obtenían desde antes de 2014.

Además, otro 9,2% de la población se puede clasificar como emprendedor potencial (2,8 puntos más de lo que se detectó en 2018, y 3,4 puntos sobre 2017), y el colectivo de empresarios consolidados se sitúa en el 6,1% (1,9 puntos sobre 2018). Tanto el emprendimiento potencial como el consolidado vuelven a recuperar niveles anteriores a 2014. Finalmente, el porcentaje de población que ha tenido que cerrar su actividad se estima en un 1,8%.

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 2019 indican que se trata de una mujer en un 53,5% de los casos, con una edad promedio de unos 43 años, estudios superiores en un 52,4% de los casos y enseñanza obligatoria en el 35,7%, y disposición de algún tipo de formación específica para emprender (47,6%).

Características de las actividades emprendedoras

Sobre el total de actividad emprendedora incipiente registrada, el 72,5% de las iniciativas se orienta al sector servicios (32,9% al consumo y 39,6% a servicios a empresas), de modo que la distribución de iniciativas emprendedoras por sectores de actividad continúa siendo similar a la de años anteriores, si bien se viene detectando un incremento del peso relativo, sobre el total, de los servicios a empresas y de las actividades de transformación.

En cuanto al número de propietarios de actividades con menos de 42 meses en el mercado, se observa que, si bien la situación más frecuente sigue siendo aquella en la que el emprendedor decide abordar la iniciativa de forma individual, en 2019 la presencia de iniciativas con un solo socio desciende por debajo de la mitad, hasta un 46,4%, ganando peso el resto de casos, y comenzando a destacar el porcentaje de iniciativas con dos socios (35,4%).

Respecto a la financiación de las iniciativas nacientes, se puede intuir un incremento de necesidades, y si bien la dispersión de las respuestas recabadas impide ofrecer claramente un valor representativo, la mitad de los emprendedores tienen unas necesidades de hasta 30.000 €. En cuanto a la cobertura del capital semilla empleado para la puesta en marcha, un 42,2% emplean sus ahorros personales, el 32,6% recurren a bancos o instituciones financieras, y la tercera fuente más empleada es el recurso a familia y amigos (8,2%). La figura del inversor informal se reconoce en un 3,4% de la población, estando las aportaciones más frecuentes en 6.000 € y 10.000 €.

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 física, a los programas públicos de apoyo, y a la infraestructura comercial y profesional, así como lo relativo a la orientación emprendedora de la educación superior, y las normas socioculturales de la Comunidad Valenciana en su relación con el emprendimiento.

Los aspectos con mayor necesidad de mejora son los relativos a aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la articulación de algunas políticas, y los referidos a la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria en la Comunidad Valenciana.

El conjunto de las condiciones de entorno ha recibido en su práctica totalidad una mejor valoración por parte de los expertos respecto a años anteriores.

CAPITULO 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 psicológica y sociocultural, se encuentran valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, tanto en referencia a su propia aptitud emprendedora individual, como referentes a la cultura y a los grupos sociales que les rodean, y que terminan por influir en el comportamiento emprendedor, y pudiendo llegar a promover o entorpecer el inicio y puesta en marcha de nuevas iniciativas.

Teniendo ello en cuenta, a lo largo de este primer capítulo se presenta el análisis de valores, percepciones y actitudes de la población de la Comunidad Valenciana, en relación al emprendimiento, tanto para el conjunto de la población, como de manera desagregada, en función de su involucración o no en el proceso de creación de empresas.

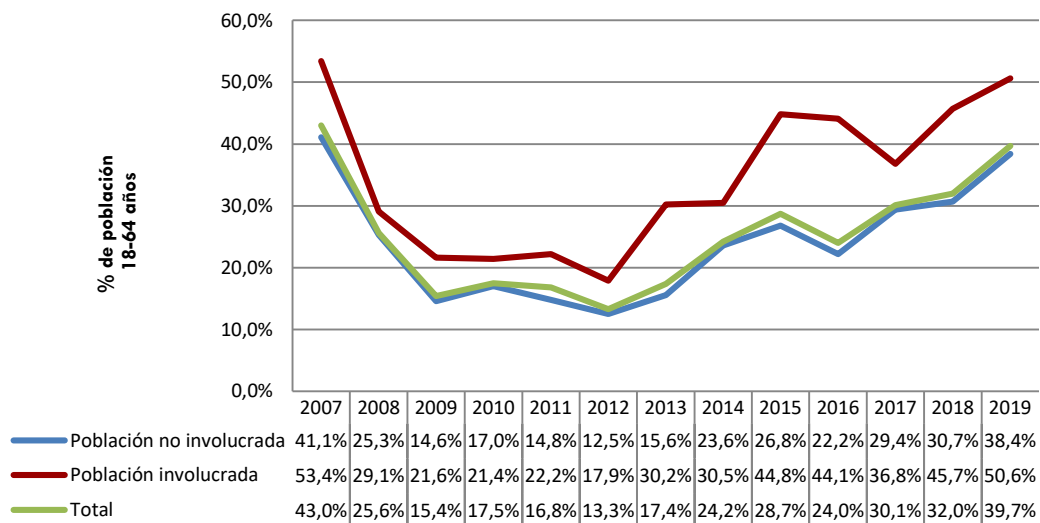
Las variables estudiadas son: la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo, la percepción de la posesión de capacidades para ello, la disponibilidad de una red social emprendedora, la sensación del miedo a fracasar como posible barrera, y otros elementos relativos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

1.2 Percepción de oportunidades

En el inicio de toda actividad empresarial se halla implícita la percepción de que existen posibles oportunidades para emprender. La encuesta GEM sondea a los entrevistados acerca de su opinión sobre la existencia de buenas oportunidades a corto plazo, en concreto por los siguientes seis meses.

Los datos de 2019 indican que un 39,7% de la población de la Comunidad Valenciana percibe buenas oportunidades para el emprendimiento a seis meses vista. Este porcentaje supone un incremento de casi ocho puntos respecto al año anterior, dentro de la tendencia general de mejora observada desde que en 2012 se registrase el dato más bajo de todo el periodo. De hecho, en términos relativos, supone un 124% sobre el dato de 2018, llegándose a niveles previos a los de la crisis económica iniciada en 2008, y sólo es superado en todo el período analizado por el de 2007.

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



Además, desglosando el dato, podemos observar que el incremento viene de la mano de ambos colectivos, tanto los involucrados en el proceso emprendedor (con un alza de casi cinco puntos) como los que no (casi ocho puntos). De este modo, el incremento de población que percibe

una situación positiva en cuanto a oportunidades para emprender a corto plazo presenta por tanto una considerable cifra, alcanzando ya a más de la mitad de los emprendedores (50,6%) y al 38,4% de la población no involucrada.

1.3 Disponibilidad de red social emprendedora

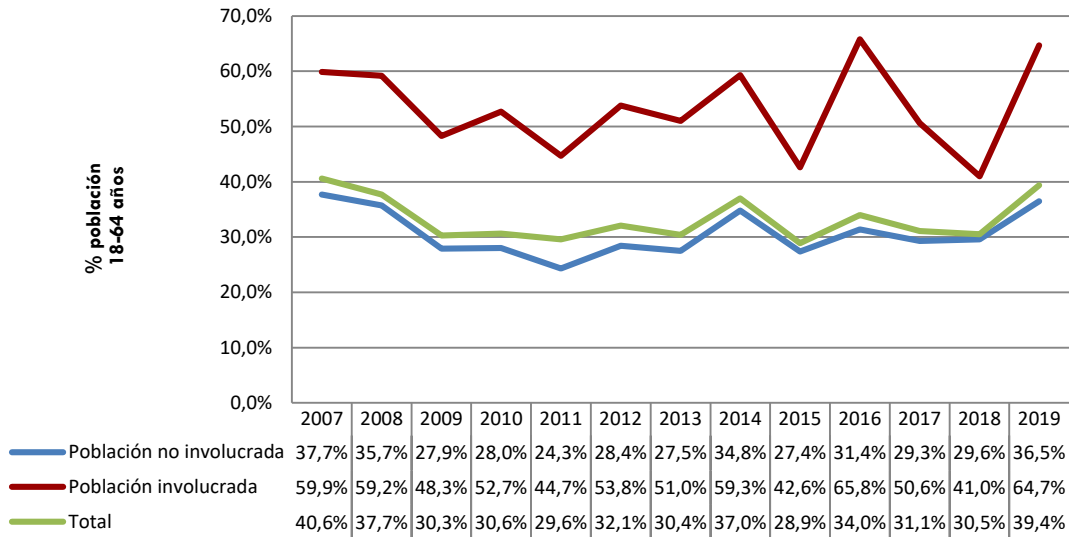
El conocimiento de emprendedores, particularmente de aquellos que han puesto en marcha sus iniciativas recientemente (hasta dos años antes de la encuesta), se considera un elemento que favorece el desarrollo de nuevas iniciativas, al proporcionar la posibilidad de interactuar con emprendedores que ya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

Los datos 2019 muestran que un fuerte incremento de este elemento respecto a 2018. De hecho, de forma agregada, un 39,4% de la población afirma contar con la presencia de emprendedores en su círculo social de conocidos, lo que supone un incremento de casi nueve puntos del porcentaje respecto a los datos recogidos en 2018. Además, este crecimiento de la población que cuenta con una red social emprendedora se da, tanto en las personas involucradas en el proceso emprendedor como en las ajenas al mismo.

Así, entre el colectivo emprendedor, casi dos terceras partes (64,7%) del mismo afirma conocer en su círculo a personas que han puesto en marcha negocios en los dos últimos años, casi 24 puntos más que el porcentaje recogido el año anterior. Por su parte, entre la población no involucrada en el proceso, el dato es de un 36,5%, frente al 29,6% de 2018.

Se trata de datos que, en el caso de los emprendedores es el más alto de todo el histórico de análisis del proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana, mientras que entre el resto de la población sólo es superado por el recogido en 2007.

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



1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

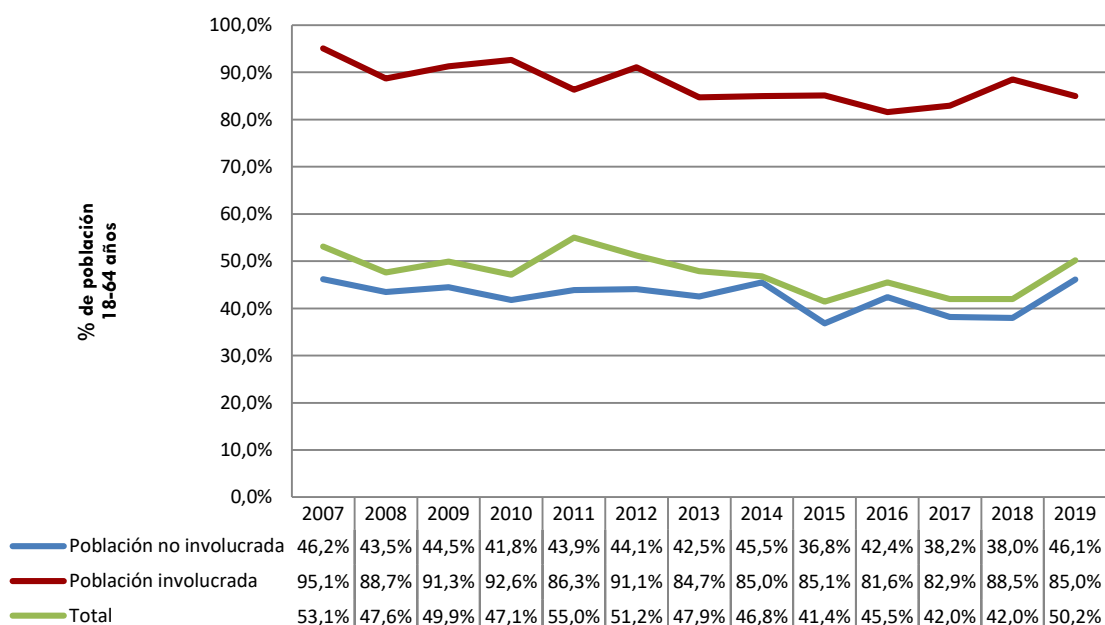
Un elemento trascendental en la decisión de emprender es el sentimiento de encontrarse preparada que posee una persona. Independientemente al nivel de formación reglada que posea, o a la formación específica, se trata de su propia percepción individual y convencimiento respecto a sus conocimientos y habilidades. En este sentido, la propia percepción o convencimiento de poseer conocimientos, habilidades y experiencia para emprender es un factor fundamental de influencia para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que esta percepción se vincula al sentimiento de factibilidad o viabilidad de que se puede poner en marcha un negocio.

De hecho, la fuerte asociación a comportamientos emprendedores de esta percepción, denominada también “autoeficacia percibida”, se puede observar en los datos recogidos a lo largo del período de análisis (figura 7). En concreto, y comparándola también con otras percepciones y elementos socioculturales, se observa como, en concreto, es la que mayor diferencia recoge entre el colectivo emprendedor y el no emprendedor, con porcentajes que prácticamente doblan en el primer caso al segundo, manteniéndose

además mucho más estable independientemente de los vaivenes del entorno económico y el contexto emprendedor.

En la Comunidad Valenciana, los datos de 2019 revelan que prácticamente la mitad de la población (50,2%) muestra su convencimiento acerca de creer contar con conocimientos y experiencia para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, cifra que supera en unos ocho puntos al anteriormente recogido, y que venía mostrándose dentro de cierta estabilidad durante los últimos años. Si se desagrega el análisis por segmentos de población, se observa que el incremento viene de la mano de la población no involucrada en procesos emprendedores, entre los cuales se ha pasado de un 38% de convencidos de su autoeficacia a un 46,1%. Por otro lado, entre los emprendedores, esta percepción se sigue manteniendo en porcentajes que casi doblan al de la población no involucrada (un 85%), si bien con un descenso respecto al dato 2018, de 3,5 puntos, pero que dado el nivel de partida y observando la evolución temporal, puede seguir indicando estabilidad en el colectivo respecto a su apreciación de habilidades y conocimientos.

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

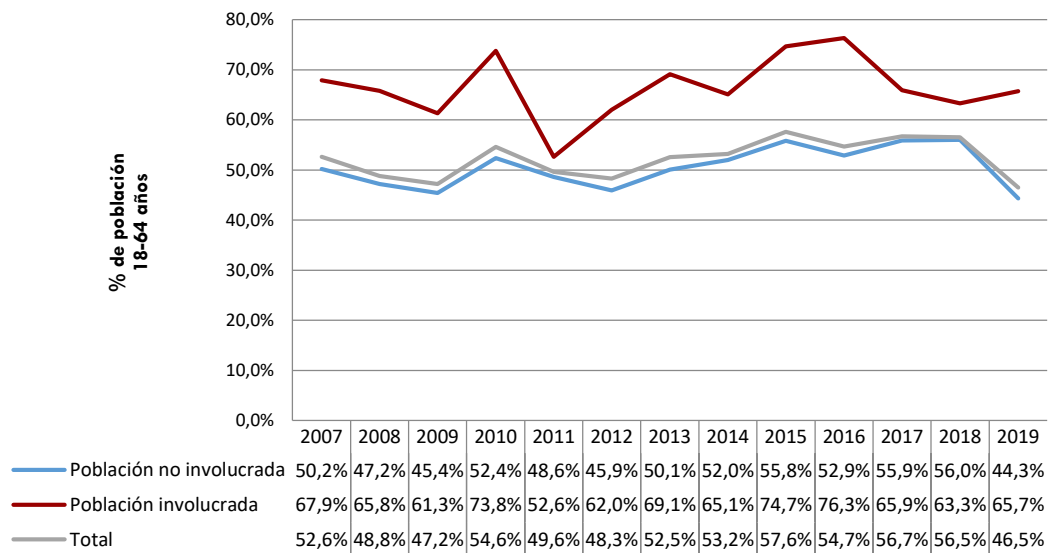


1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

Cualquier iniciativa llevada a cabo por personas, y en concreto las iniciativas de negocio, están sujetas a resultados inciertos, y a operar bajo ciertas dosis de riesgo. 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 2019 evidencia que el 46,5% de la población entrevistada, entre 18 y 64 años, no considera que la posibilidad de fracaso sea un impedimento para emprender. Este porcentaje, que se ha mantenido en niveles similares durante los últimos años, supone un descenso de 10 puntos porcentuales respecto al dato 2018, siendo de hecho el más bajo de todo el histórico analizado.

El desglose del dato nos muestra que la caída del mismo se produce debido a una mayor presencia de este miedo como barrera entre la población no involucrada (12 puntos más). Por su parte, entre el colectivo emprendedor, el temor a un hipotético fracaso como barrera se reduce, de modo que no abandonarían la puesta en marcha de una iniciativa por miedo, casi dos terceras partes (un 65,7%, 2,4 puntos por encima de 2018).

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

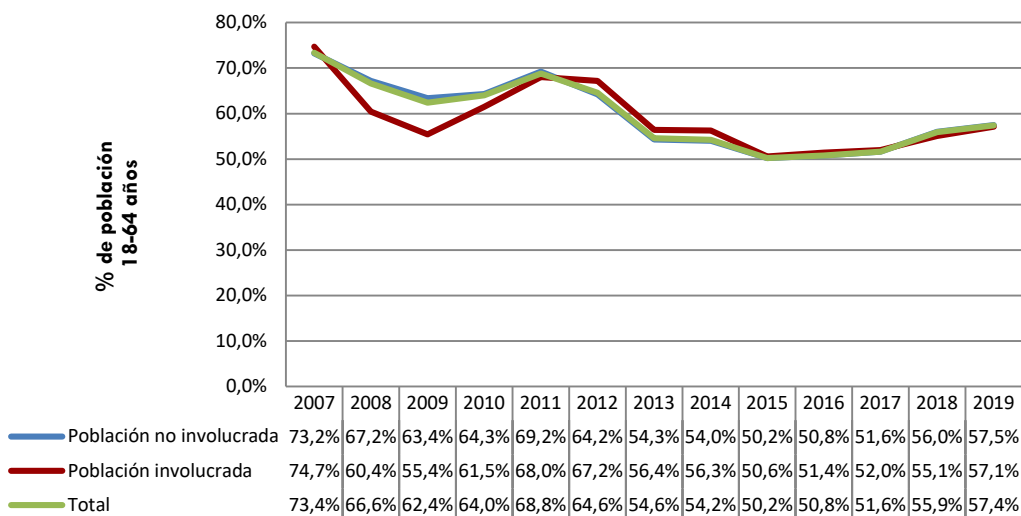


1.6 Emprendimiento como opción profesional

La encuesta GEM recoge la opinión de los entrevistados acerca de si la sociedad considera el emprendimiento como una buena opción profesional. Esto es, esta opción es implícitamente comparada a otras alternativas. La información obtenida al respecto muestra que más de la mitad de los encuestados perciben que, para la mayoría de la población, la opción emprendedora es una buena salida profesional (57,4%), sin que haya diferencias relevantes de opinión entre el colectivo de emprendedores y el resto.

El dato se incrementa 1,5 puntos respecto a 2018, siguiendo la senda de crecimiento del mismo desde 2015, pero sin llegar todavía a 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).

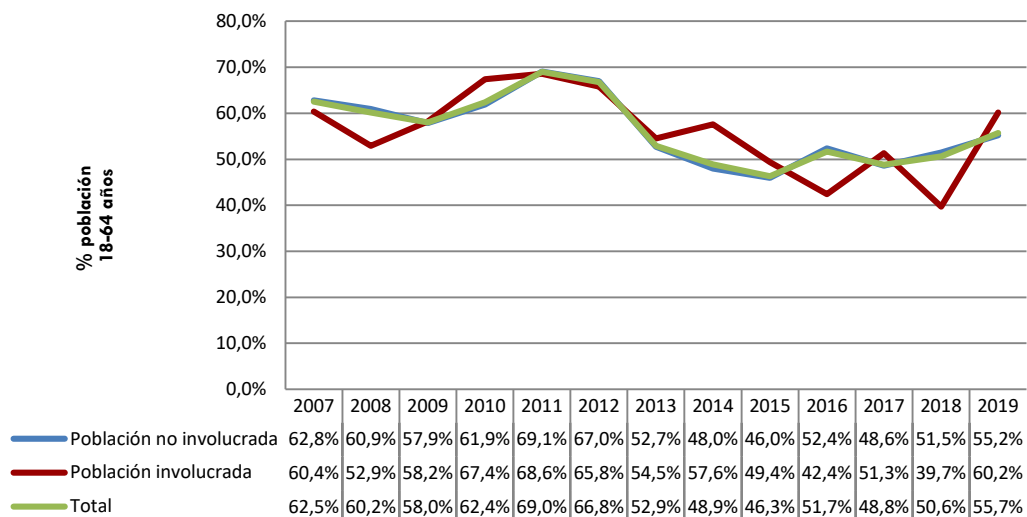


1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

La apreciación del reconocimiento y el estatus otorgado por la sociedad 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, en cuanto a su incidencia en el desarrollo de atracción por el mismo y el desarrollo de conductas en este sentido. Esto es, la sensación de que los emprendedores son personas valoradas por lo que hacen y respaldadas por la sociedad, propicia, junto a otros elementos contextos culturales que son caldos de cultivo apropiados para el desarrollo de comportamientos emprendedores.

La información obtenida en 2019 indica que el 55,7% 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 incremento de 5,1 puntos respecto a 2018, año en el que ya este dato creció respecto a 2016, que registró uno de los porcentajes más bajos junto a los obtenidos en 2015 y 2014. La desagregación de la información indica que el porcentaje de acuerdo con esta afirmación se incrementa tanto en la población involucrada en el proceso emprendedor como en la que no, especialmente en la primera, que se sitúa en un 60,2%, por un 55,2% en la segunda.

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).

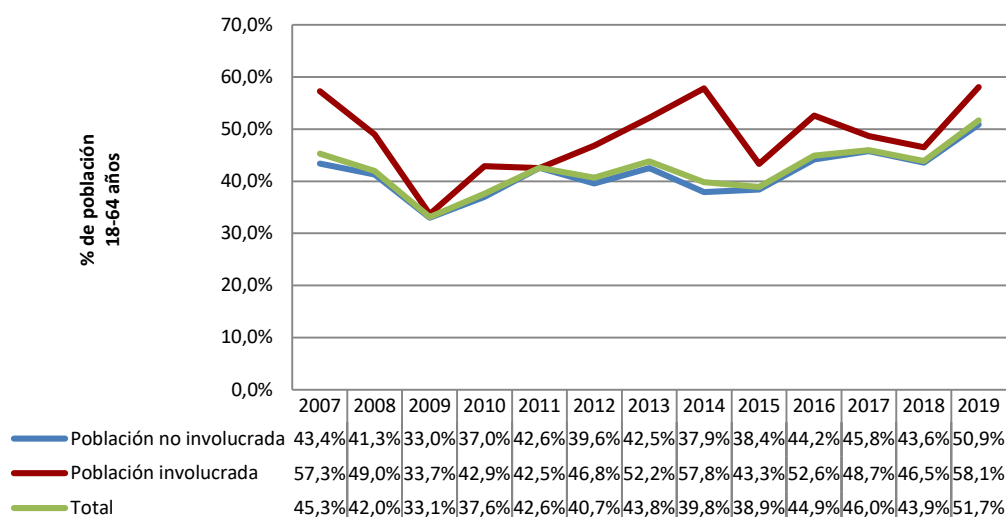


1.8 Medios de comunicación y emprendimiento

La visibilidad de las personas emprendedoras en los medios de comunicación es otro elemento cultural de importancia en las actuales sociedades de la información, en la medida en que los *mass media* pueden llegar a ejercer una elevada influencia en las opiniones de las personas y las sociedades. En este sentido, 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 2019 muestra que más de la mitad de la población de la Comunidad Valenciana (51,7%) opina que los medios de comunicación difunden historias y noticias de emprendedores de éxito, lo que supone un incremento cercano a los ocho puntos sobre 2018. La perspectiva es superior en el caso de los emprendedores respecto al resto de la población (58,1% vs. 50,9%), de modo que esta variable parece indicar una actitud de alerta y de búsqueda de casos e información mayor por parte de los propios emprendedores, si bien el porcentaje no es nada desdeñable tampoco entre la población ajena al proceso. De hecho, el crecimiento del porcentaje se experimenta en ambos segmentos, y es el mayor registro del histórico.

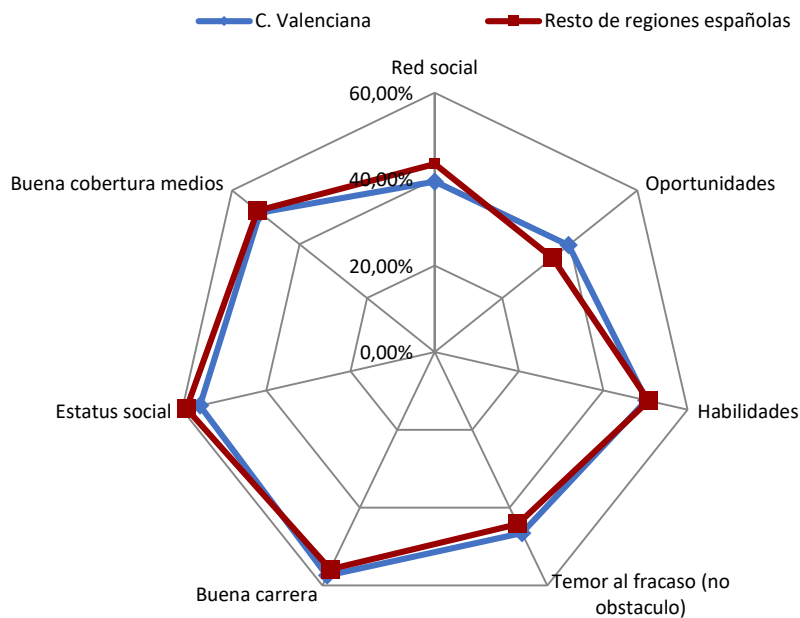
Figura 11. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden el emprendimiento de éxito (% de población entre 18-64 años).



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.

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



CAPITULO 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 iniciativas² 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).

²Se 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.

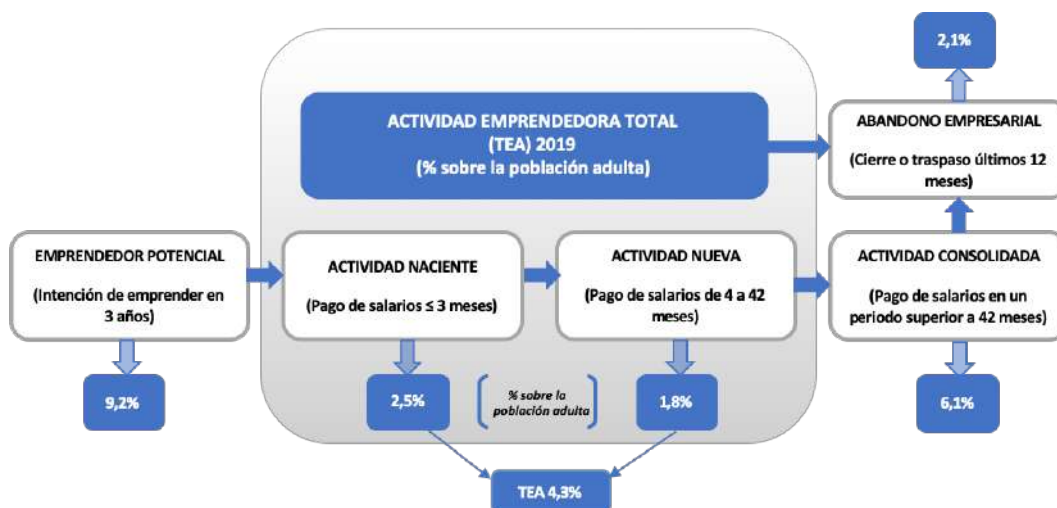
A continuación, la figura 13 muestra una perspectiva general de las etapas del proceso emprendedor consideradas dentro del proyecto GEM.

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 través de la medición de los porcentajes de población adulta que se encuentran en una u otra etapa del proceso. La figura 14 muestra los resultados de los indicadores del proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana en el último año, a través de los porcentajes de población recogidos en cada una de las etapas del proceso, trabajo que se ha realizado entre los meses de junio y julio de 2019.

Figura 14. Tasas de involucración 2019 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



De acuerdo a estos datos, el indicador TEA alcanzó en 2019 el 4,3%, lo que se traduce en que más de cuatro personas de cada 100 en la Comunidad Valenciana, de entre 18 y 64 años, estaban involucradas en actividades emprendedoras con hasta 42 meses de funcionamiento.

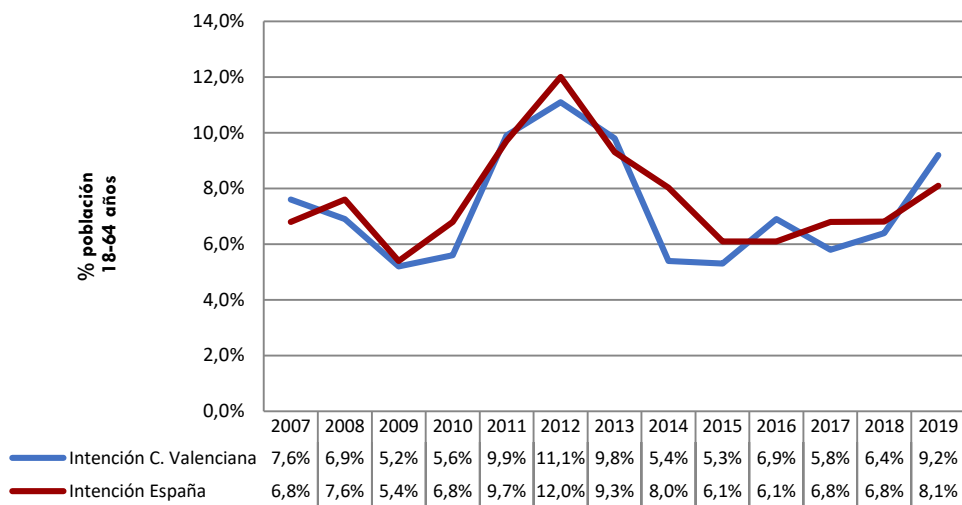
De este 4,3%, más de la mitad de personas, un 2,5% se encontraban desarrollando una “actividad naciente”, es decir, eran emprendedores que están tratando de poner en marcha su iniciativa (en los tres primeros meses), mientras que el resto, un 1,8% se encontraban involucrados en una “actividad nueva”, buscando 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 9,2% de la población adulta puede clasificarse como emprendedor potencial, y que el colectivo de empresarios consolidados se sitúa en otro 6,1%, mientras que los abandonos de actividad alcanzaron el 2,1% de la población adulta, si bien no todos estos abandonos supusieron cierres, como analizaremos posteriormente.

2.3 Evolución de la intención emprendedora

La evolución de este indicador en el período analizado muestra que la tasa de personas que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista se ha visto afectada por la volatilidad y la incertidumbre propiciada por el período de crisis económica y los elevados niveles de desempleo alcanzados, así como por la posterior recuperación.

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



Así, podemos observar como con el inicio de la crisis económica y su profundización, la tasa de intencionalidad va incrementándose, y especialmente y de forma muy notable entre los años 2010 y 2012, pudiéndose ello vincular muy probablemente a la situación laboral y económica de la Comunidad, y siendo en concreto en 2012 cuando se recoge la tasa más alta del histórico de datos. En este sentido, y con las lógicas diferencias, la evolución, en líneas generales, es muy similar a la recogida en el conjunto de España.

A partir de dicho punto la tasa vuelve a reducirse, llegando en 2015 a valores equivalentes a los de 2009, y con posteriores altibajos hasta registrar, ya en 2018, un incremento de 0,6 puntos, para en este 2019, recoger un fuerte incremento nuevamente, de casi tres puntos, que lleva el porcentaje hasta un 9,2% de la población adulta de la Comunidad Valenciana manifestando su intención emprendedora en 2019, y situándose casi un punto por encima del dato nacional.

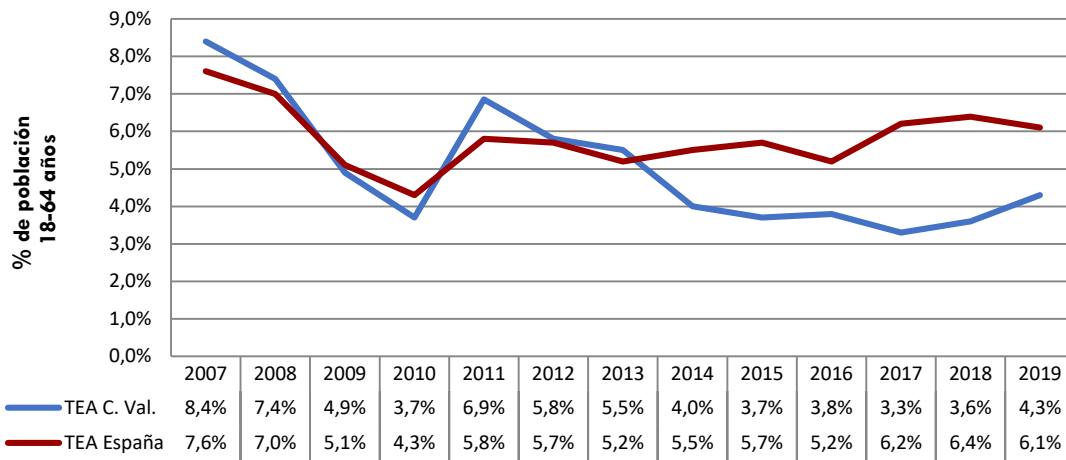
Cabe apuntar, como se ha comentado, que durante todo el periodo analizado la evolución de este indicador ha sido relativamente pareja a la del conjunto nacional.

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 ha venido continuamente recogiendo datos en descenso desde el inicio de la crisis económica, hasta que en el año 2018 se recoge un ligero incremento de 0,3 puntos, que en 2019 es seguido por una nueva variación positiva de otros 0,7 puntos que sitúa a la TEA en el mayor porcentaje de población embarcada en la puesta en marcha y crecimiento de nuevos negocios desde antes de 2014, lo que deviene en una noticia positiva si se tiene en cuenta el clima de desaceleración económica del período en el que se recogieron los datos.

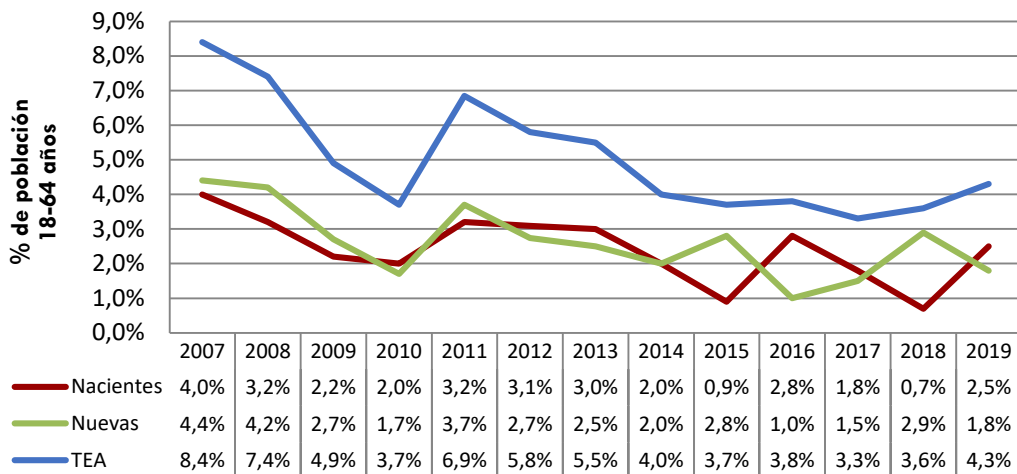
Se puede observar en la figura que, durante el período analizado, esta evolución mantenía inicialmente un cierto paralelismo con el dato equivalente del conjunto de España, si bien a partir de 2014 comenzó a abrirse un diferencial entre ambos que fue incrementándose progresivamente hasta alcanzar los casi 3 puntos en 2017, para ir cerrándose nuevamente en los dos últimos años, hasta los 1,8 puntos actuales de diferencia entre un indicador y otro.

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



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” entre 3 y 42 meses de actividad.

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

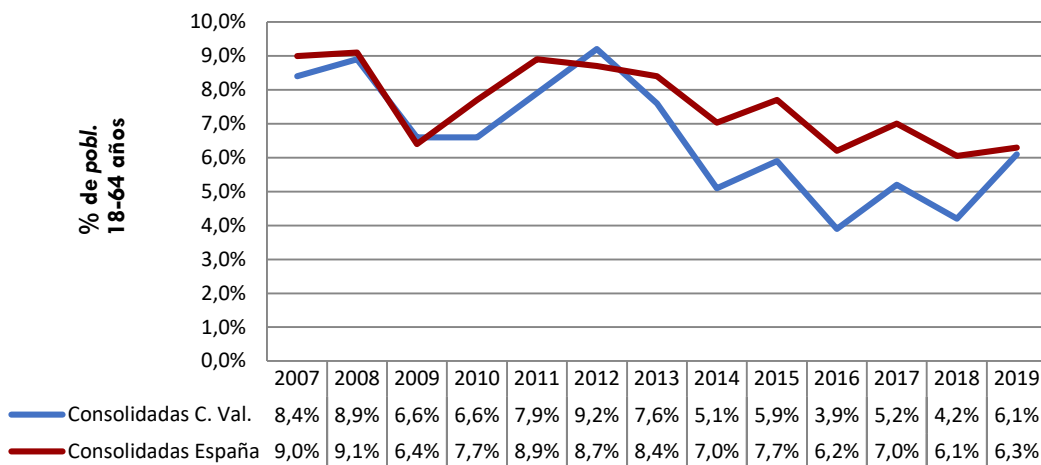


Se observa que el ascenso registrado en 2019 es consecuencia del crecimiento (1,8 puntos) que han experimentados las actividades nacientes respecto a 2018, en relación a las actividades nuevas, que han sufrido un descenso de 1,1 puntos. Ello pone de manifiesto que, si bien en conjunto, el censo de actividad emprendedora incipiente presenta una evolución positiva, lo hace con cierta volatilidad, toda vez que, desde 2015 se vienen observando cambios continuos en el peso de la actividad naciente y nueva sobre la actividad total, sin que llegue a predominar claramente una de las dos sobre la otra con algún tipo de patrón.

2.5 Evolución de la actividad consolidada

En 2019, un 6,6% de la población adulta de la Comunidad Valenciana fue identificada como empresariado consolidado, lo que representa un incremento cercano a los 2 puntos respecto a 2018 (figura 17).

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



La evolución de la actividad consolidada muestra durante el período analizado 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 y va ampliando su brecha hasta aproximadamente los dos puntos,

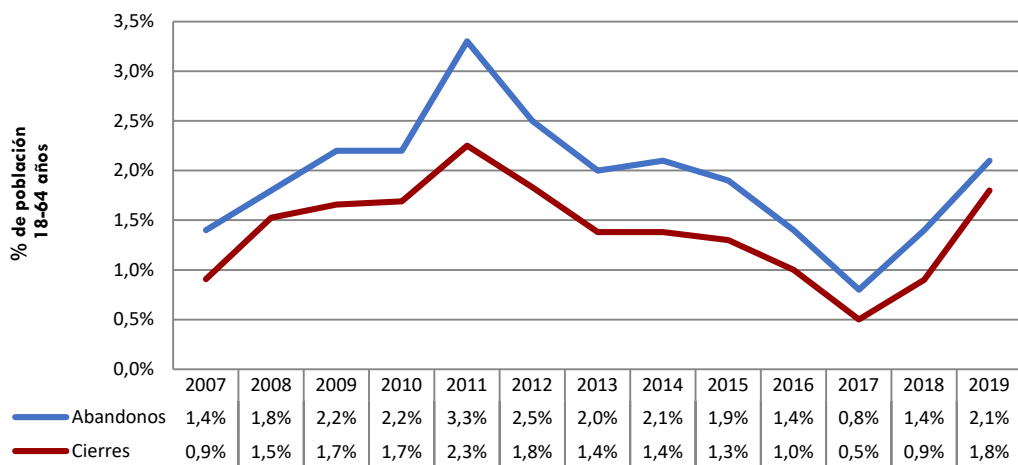
en los que se mantiene en las diferentes mediciones, hasta que se registra el positivo dato de 2019, que es el más elevado en la Comunidad desde antes de 2014.

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 2019), incluyendo cierres de actividad e iniciativas que han pasado a manos de otros emprendedores.

En 2019, 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 2,1% (figura 18). Además, de este total la mayoría (85,7%) reconocen que el negocio no ha continuado en manos de otros, por lo que la tasa real de cierres es del 1,8%.

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



En lo referente a su evolución, tanto la tasa de abandonos como las 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, que ha continuado en 2019.

En relación a los motivos de cese, algo menos de la mitad de los entrevistados los asocian a problemas de rentabilidad, mientras que casi la quinta parte (19,9%) aduce motivos personales o familiares, y en un 9,3% de los casos, se relaciona la decisión a aspectos ligados con la oportunidad de vender el negocio o de empleos alternativos, siendo un pequeño porcentaje el de los que indican que se debe a jubilarse (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: 2,1% de la población de 18 a 64 años	
Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otros?	
SI	NO (cierres efectivos)
14,3%	85,7%
Tasa real de cierres efectivos el 0,9% de la población de 18 a 64 años	
<i>¿Cuál ha sido el principal motivo de abandono de la actividad?</i>	
El negocio no era rentable	47,0%
Razones personales o familiares	19,9%
Otro empleo u oportunidad de negocio	9,3%%
Jubilación	4,8%
Otras razones	19,0%

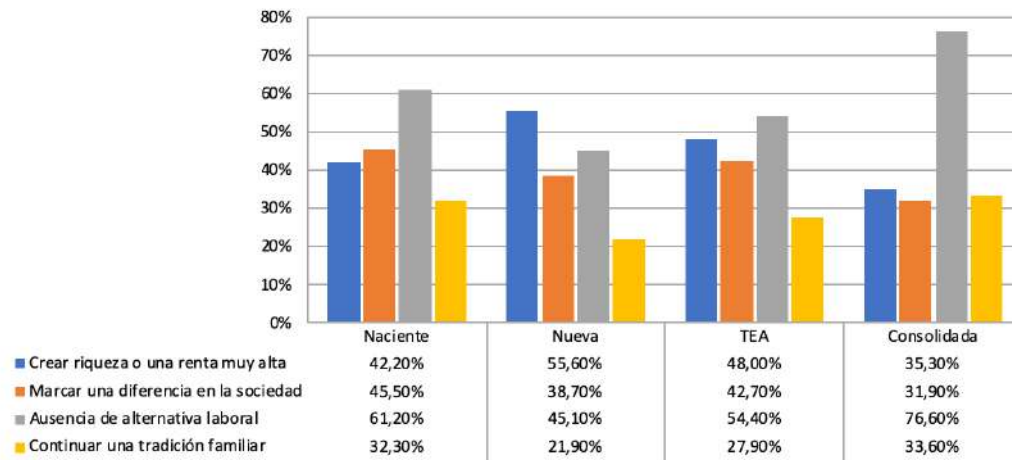
2.7 Motivación de las personas involucradas en el proceso emprendedor.

GEM ha clasificado la motivación del emprendedor, hasta la anterior edición de este informe en “emprendimiento por oportunidad”, cuando se trataba de la explotación de oportunidades previamente detectadas por los potenciales emprendedores, y “emprendimiento por necesidad”, cuando era fruto de una necesidad personal, por ausencia de otras alternativas laborales o circunstancias adversas. Aunque se trataba de una clasificación de gran significado, lo cierto es que las motivaciones de las personas son complejas y además evolucionan con el tiempo, por lo que no recogía todos los matices por los que alguien puede decidir emprender hoy en día.

De este modo, en la encuesta a la población 2019, se han introducido modificaciones, pidiéndose a todos los emprendedores, implicados en cualquiera de las fases del proceso activo, desde la fase de actividad naciente hasta la fase de actividad consolidada, que valoraran en una escala Likert desde 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 5 (totalmente de acuerdo), en qué medida la creación de su negocio respondía a alguna de las siguientes motivaciones: (a) marcar una diferencia en la sociedad; (b) crear riqueza o una renta muy alta; (c) continuar una tradición familiar; y (d) a falta de otras alternativas laborales³.

La figura 20 recoge las declaraciones de los emprendedores encuestados acerca de la motivación que les llevó o les está llevando a embarcarse en su iniciativa de negocio. En concreto se muestra, para cada etapa del proceso, el porcentaje de los que se han mostrado de acuerdo o totalmente de acuerdo con las motivaciones propuestas (puntuaciones 4 y 5 respectivamente, en la escala de 1 a 5).

Figura 20. Motivación en el proceso emprendedor.



Los resultados muestran que la motivación más frecuentemente aludida, tanto en la fase de TEA como en la de actividad consolidada es la ausencia de otras alternativas laborales. Especialmente lo es en los emprendedores

³ Cambios introducidos a partir de una revisión de la literatura y la puesta en marcha de pruebas piloto, al objeto de ofrecer un enfoque más detallado sobre las motivaciones. La búsqueda de autonomía e independencia no fue incluida porque las pruebas mostraron que es una motivación universal común a prácticamente todas las personas emprendedoras en fase inicial, por lo que no sirve para discriminar de manera significativa entre colectivos emprendedores.

consolidados entre los que se recoge de forma más destacada esta respuesta respecto a las otras, a las que dobla en frecuencia, y entre las que las diferencias no son especialmente relevantes.

Centrando la atención en primer lugar dentro de la actividad TEA, las diferencias entre motivos no son tan señaladas como en la actividad consolidada, por lo que cabe descomponerla entre sus dos integrantes para tratar de encontrar más detalle.

Así, entre los emprendedores nacientes, que están iniciando las tareas de puesta en marcha, la motivación más común es generar el propio empleo por la falta de alternativas (61,20%), mientras que tratar de marcar una diferencia en la sociedad aparece en segundo lugar (45,50%), siendo solo un poco más argüida que la alusión a crear riqueza o una renta muy alta (42,20%).

Por su parte, los emprendedores que han superado ya esta fase de puesta en marcha inicial, y están tratando de crecer hacia la fase de consolidación, llevan un recorrido entre 3 y 42 meses de actividad, y entre ellos destaca como principal motivación crear una riqueza o una renta muy alta para más de la mitad (55,60%), apareciendo en segundo lugar la ausencia de alternativas laborales (45,10%), y quedando la motivación de marcar una diferencia en la sociedad relegada al tercer puesto (38,70%).

Como se ha comentado, es ya en la fase de consolidación, en iniciativas con un recorrido superior a los 42 meses, en las que los emprendedores afirman que la principal motivación para la puesta en marcha de su empresa fue, de forma destacada, tener un medio para ganarse la vida ante el estado del mercado de trabajo, si bien hay que tener en cuenta también que, en este caso, los sesgos ligados a la retrospección pueden haber diluido el conjunto de las motivaciones que se pudieran tener al inicio con los avatares del recorrido de la empresa y la situación del entorno.

Respecto a la motivación ligada a continuar una tradición familiar, es en todos los casos la menos común entre el conjunto, pudiéndose encontrar en mayor medida en negocios consolidados, así como en iniciativas nacientes, siendo precisamente ambas también los que presentaban como principal motivación la más ligada a la necesidad y a la escasez de trabajo. Si bien esta relación puede tener cierto sentido, lo cierto es que, con un primer año de datos, es pronto para tratar de asociar una circunstancia a la otra.

2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español

Para finalizar este capítulo, y con ánimo comparativo, la tabla 2 recoge los porcentajes de población implicada en cada una de las fases del proceso emprendedor, relativos al contexto regional español.

Tabla 2. Resultados del proceso emprendedor por comunidades y ciudades autónomas.

Comunidad Autónoma	Intención	Naciente	Nuevo	TEA	Consolidado	Cierre	Traspaso
España	8,1	2,4	3,8	6,1	6,3	1,2	0,4
Andalucía	8,1	1,5	4,3	5,8	6,3	1,1	0,3
Aragón	5,5	2,0	3,0	4,9	7,1	0,8	0,3
Asturias	7,6	1,4	2,7	4,1	5,6	1,2	0,5
Baleares	7,6	1,5	3,5	4,9	6,4	1,1	0,4
Canarias	8,4	2,5	2,5	4,9	5,3	0,9	0,1
Cantabria	8,3	3,2	3,8	7,0	7,8	0,8	0,3
Castilla y León	8,5	1,9	5,9	7,7	8,1	1,3	0,5
Castilla La Mancha	9,5	3,1	3,0	6,1	7,5	0,3	0,3
Cataluña	7,7	3,5	4,8	8,3	6,8	1,4	0,4
Comunidad Valenciana	9,2	2,5	1,8	4,3	6,1	1,8	0,3
Extremadura	7,0	2,1	2,9	5,0	10,3	1,1	0,8
Galicia	8,5	1,7	3,5	5,3	6,8	1,4	0,5
Madrid	6,6	3,0	4,5	7,6	4,2	0,8	0,2
Murcia	11,4	2,1	3,1	5,2	5,0	1,7	0,4
Navarra	7,4	2,8	2,4	5,2	5,8	0,8	0,7
País Vasco	9,5	0,9	3,7	4,6	7,7	1,8	0,7
Rioja	5,3	1,6	2,7	4,1	7,2	0,9	0,1
Ceuta	8,2	1,0	2,8	3,8	3,2	1,0	0,6
Melilla	5,8	1,6	2,9	4,1	6,7	1,3	0,2

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

3.1. Introducción

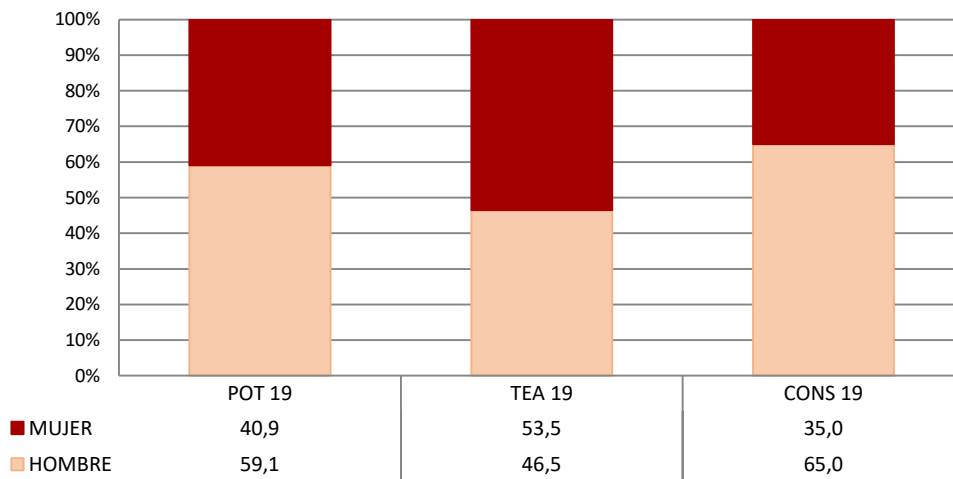
El objetivo del observatorio GEM en este capítulo es analizar el perfil medio de las personas que participan en el proceso emprendedor, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio de 2019, y que en ese momento estaban 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), así como formativo o de capital humano (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora).

3.2. Género

El análisis de la actividad emprendedora 2019 por género se ofrece en la figura 21 por etapas del proceso emprendedor. Destaca en primer lugar, que de las personas que componen en 2019 el indicador TEA en la Comunidad Valenciana, más de la mitad (53,5%) son mujeres, recogándose así este año una distribución diferente a la tradicionalmente encontrada. Por otro lado, entre la población emprendedora cuya actividad se ha consolidado, las

diferencias son las habituales, teniéndose que el porcentaje de mujeres en este caso desciende al 35%. Además, entre la población que tiene en mente el proyecto a futuro de iniciar un negocio, se aprecia un 40,9% de mujeres.

Figura 21. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.



Por su parte la tabla 3 da cuenta de los porcentajes de población involucrada sobre el total de población de cada género. En consonancia con la distribución por género dentro de cada fase del proceso, las tasas de involucración en cada una de ellas ofrecen una mayor propensión para los hombres, tanto en las etapas de intencionalidad como de consolidación, mientras que la tasa de involucración en la etapa de emprendimiento incipiente, en negocios con hasta 42 meses de funcionamiento (TEA) se muestra mayor en el caso de las mujeres.

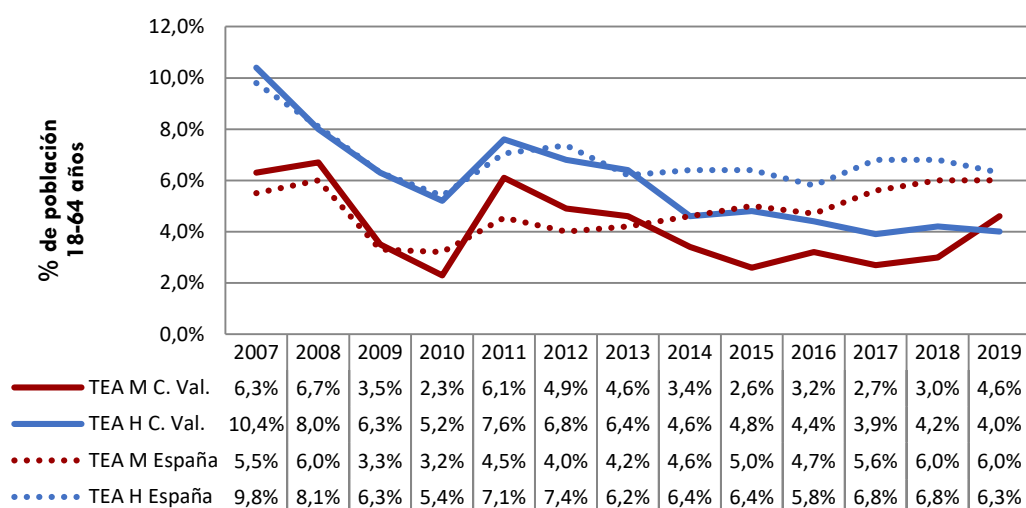
Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidado
Hombres	10,8%	4,0%	7,7%
Mujeres	7,5%	4,6%	4,2%

A este respecto, la figura 22 ofrece la evolución por género de esta tasa de actividad emprendedora TEA, 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 habían venido distanciando de los datos del caso nacional, diferencias que tienden

a estrecharse lentamente en los dos últimos años, como se ha comentado en la sección de evolución de la actividad emprendedora en general. Además, por género, se aprecia como tanto en la Comunidad Valenciana como en el conjunto de España, las diferencias entre los TEA de hombres y mujeres se han venido estrechando en los últimos tres años, hasta el punto de que en España en 2019 se da una diferencia de solo 0,3 puntos favorables al caso de los hombres, mientras que en la Comunidad se recoge la antes mencionada situación del TEA femenino en 0,6 puntos.

Figura 22. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población entre 18-64 años).



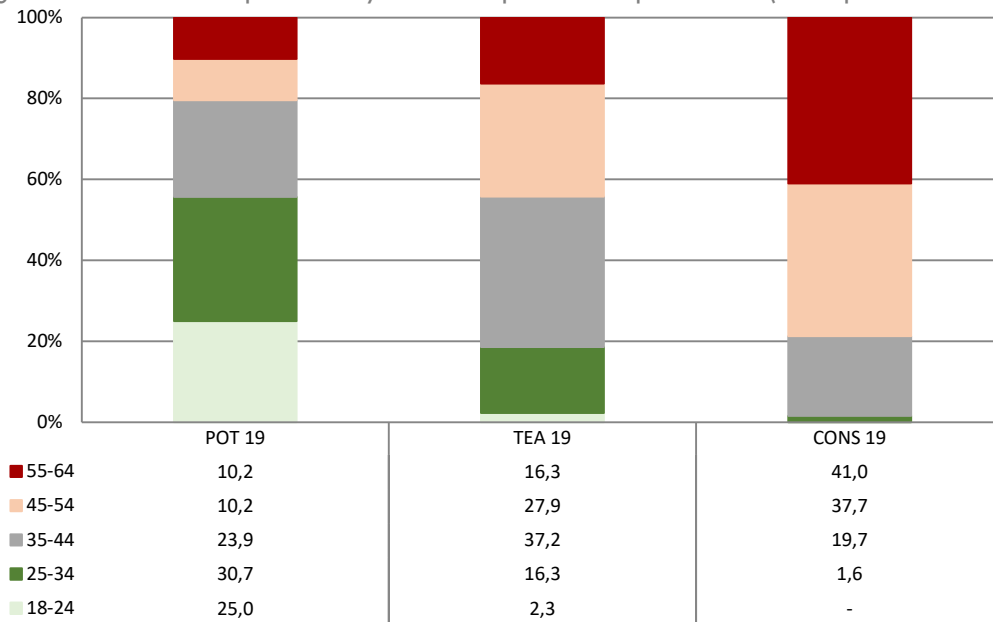
3.3. Edad

La distribución por edades de las personas involucradas en las etapas del proceso emprendedor en 2019 indica, como viene siendo habitual, que el colectivo más joven es el de los emprendedores potenciales, con una media de edad de unos 35 años. Le sigue la media de edad de los implicados en la actividad emprendedora total con unos 43 años, y, por último, el grupo de los consolidados con cerca de 52 años.

En lo que respecta a la distribución por rangos de edad en las distintas etapas del proceso emprendedor (figura 23) 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 25 y 34, mientras que en la etapa TEA a destacar el rango entre 35 y 44 años. Finalmente, en la etapa de emprendedores consolidados el segmento con un mayor porcentaje es el comprendido entre 55 y 64 años.

Figura 23. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).



La tabla 4 amplía esta información, detallando las tasas de involucración en las diferentes etapas del proceso según los diferentes tramos de edad, de manera que permite hacerse una idea de en qué segmentos de edad se recoge mayor propensión a emprender por parte de la población adulta. Se observa que es la población en segmentos más jóvenes la que tiene en mente en mayor medida involucrarse a futuro en la puesta en marcha de negocios. Por otro lado, en la actividad ya puesta en marcha, encontramos mayor presencia de los segmentos de 34 a 44 años, y 25 a 34 dentro de la actividad con hasta 42 meses de operativa (TEA), mientras que entre la actividad consolidada destacan los segmentos de mayor edad contemplados.

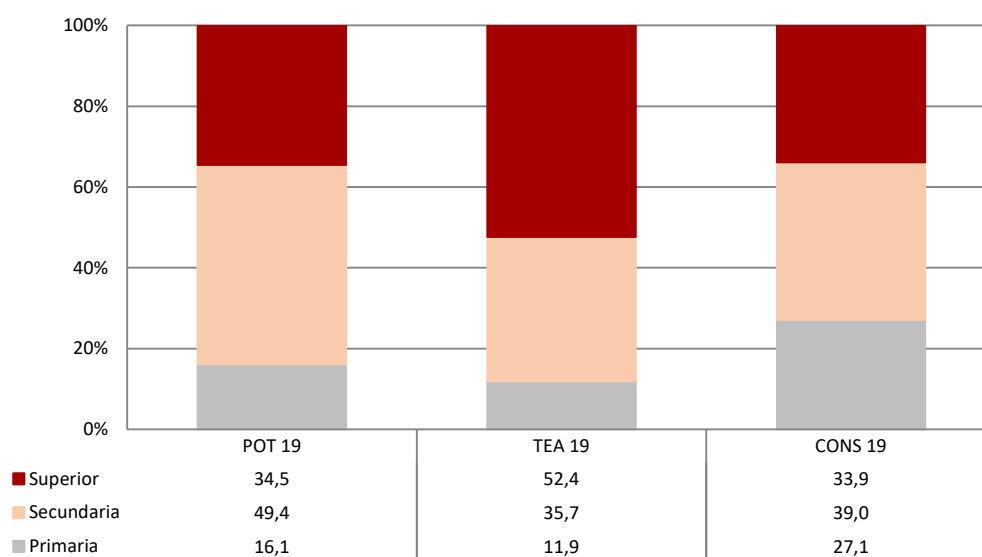
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por segmentos de edad.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidado
55-64	4,5%	0,9%	12,4%
45-54	3,7%	3,9%	9,2%
35-44	8,2%	6,1%	4,6%
25-44	16,6%	4,8%	0,6%
18-24	21,6%	3,5%	0,0%

3.4. Formación

La variable relativa al nivel de estudios del emprendedor recoge información sobre su formación reglada, siendo una referencia para tratar de aproximar el nivel de capital humano genérico de los emprendedores. Los resultados de 2019 (figura 24) 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.

Figura 24. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



Por etapas del proceso, la presencia de la educación superior destaca entre las personas involucradas en la actividad emprendedora incipiente (TEA), donde alcanza a más de la mitad de las mismas (52,4%), encontrándose en segundo lugar la educación secundaria (35,7%).

Estos porcentajes, prácticamente se invierten al centrar la atención en los emprendedores potenciales, entre quienes los que tienen estudios de secundaria suponen un 49,4%, y los que poseen estudios superiores concentran un 34,5%. Por último, los porcentajes se encuentran más repartidos entre emprendedores pertenecientes a la fase de consolidación de la actividad, también de mayor edad como sabemos, encontrando en primer lugar el nivel de educación secundaria en un 39% de los casos, mientras que la presencia de los estudios superiores alcanza a una tercera parte.

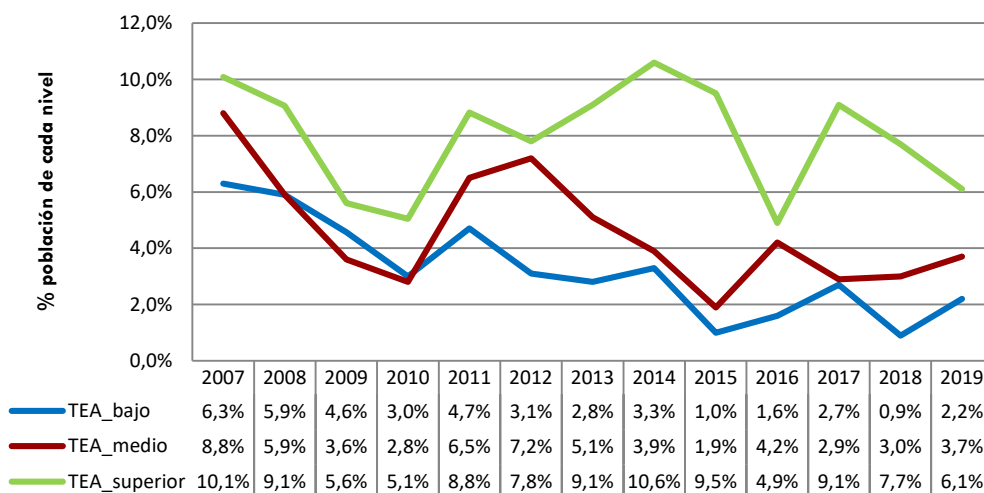
La tabla 5 profundiza en la información ofreciendo la propensión a involucrarse en cada una de las etapas del proceso emprendedor por segmentos de nivel educativo. Al respecto, la mayor tasa de intencionalidad se da en individuos con educación secundaria (11,1%). Por su parte, y en relación a la actividad, se observa una mayor propensión emprendedora en términos de TEA entre aquéllos que poseen una titulación superior (6,1%), mientras que en relación a la actividad consolidada el grado de implicación es superior en personas con estudios primarios (7%).

Tabla 5. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por nivel de estudios.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidado
Superior	8,6%	6,1%	5,6%
Secundaria	11,1%	3,7%	5,7%
Primaria	6,5%	2,2%	7,0%

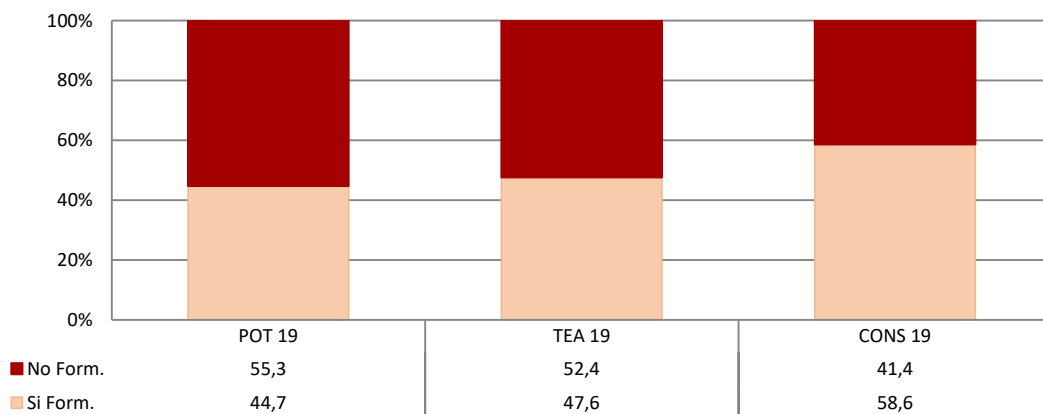
Por su parte, la figura 25 muestra la evolución temporal del índice TEA desglosado por niveles educativos. En la misma se observa que esa mayor prevalencia de emprendedores entre los niveles educativos superiores frente al resto, es común a todo el período analizado.

Figura 25. 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, tratando de mostrar un tipo de capital humano más específico en relación al proceso (figura 26).

Figura 26. Formación específica para emprender por fases del proceso.



Las respuestas indican que entre los individuos que declaran su intención de emprender a tres años vista, casi la mitad (44,7%) 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. Este porcentaje aumenta levemente entre los implicados en la parte activa incipiente del proceso (TEA), situándose en un 47,6% de los mismos. Por su último, el mayor porcentaje de respuestas afirmativas se recoge en los emprendedores consolidados (58,6%), quienes consideran que en algún momento a lo largo de su vida han recibido formación específica ligada a la puesta en marcha y/o gestión de un negocio.

3.5. Perfil medio

A continuación, la tabla 6 sintetiza el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor.

Tabla 6. Perfil medio 2019 de involucrados por fase del proceso emprendedor.

Perfil medio	% Género masculino/femenino	Edad	Formación	Formación emprendedora
Potencial	59,1/40,9	35,2	Secundaria	44,7%
TEA	46,5/53,5	43,1	Superior	47,6%
Consolidado	65,0/35,0	51,9	Secundaria	58,6%

CAPITULO 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 y comparada en el tiempo del tipo de iniciativas de carácter incipiente (nacientes y nuevas), así como de su financiación en las etapas iniciales, sólo para las iniciativas nacientes.

Esta caracterización se complementa con información acerca de la visión que los emprendedores, tanto incipientes (nacientes y nuevos) como consolidados, en particular en relación a su orientación innovadora y exportadora.

4.2. Sectores generales de actividad

La primera de las características generales recogidas es el sector de pertenencia de los negocios. 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.

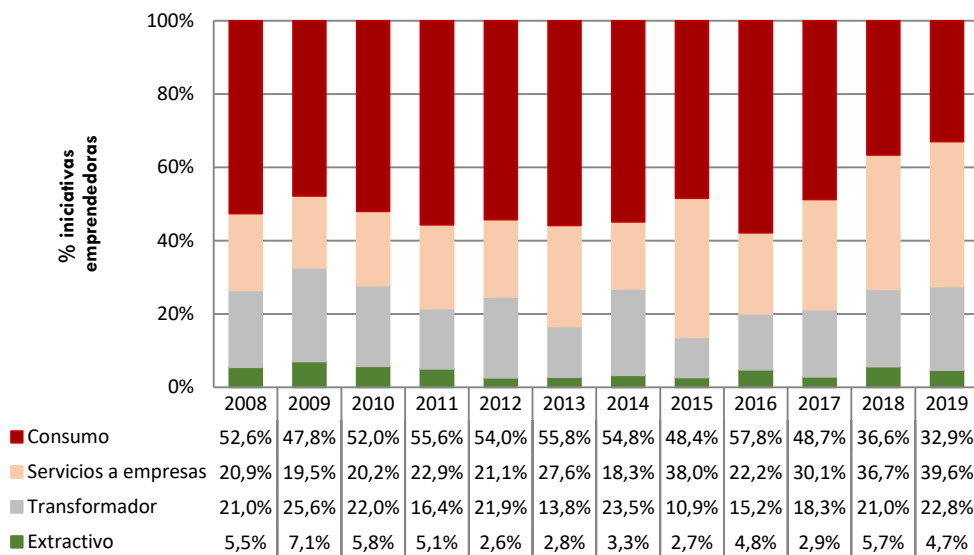
En la figura 27 se recoge, siguiendo la clasificación citada, la distribución de actividades en fase emprendedora, en la Comunidad Valenciana, desde 2008 hasta 2019 (sin incluir las iniciativas ya consolidadas).

Conforme lo que se viene detectando en años anteriores, los datos siguen reflejando la tercerización de la economía de la Comunidad Valenciana, ya que en un 72,5% de los casos las iniciativas en fase emprendedora

corresponden al sector servicios, mientras que un 22,8% al sector transformador, quedando un pequeño porcentaje (el 4,7%) dedicado al sector extractivo.

Además, desde 2016, y ciñendonos a actividades con no más de 42 meses de actividad en cada uno de los años analizados, se viene observando progresivamente cierta reducción en el porcentaje de actividades orientadas al consumo, frente a un gradual y continuado mayor peso de las actividades de servicios orientadas a empresas. Igualmente, en esta progresión también parece detectarse desde 2016 un paulatino y lento crecimiento de la presencia de actividades propias del sector transformador frente al resto.

Figura 27. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).



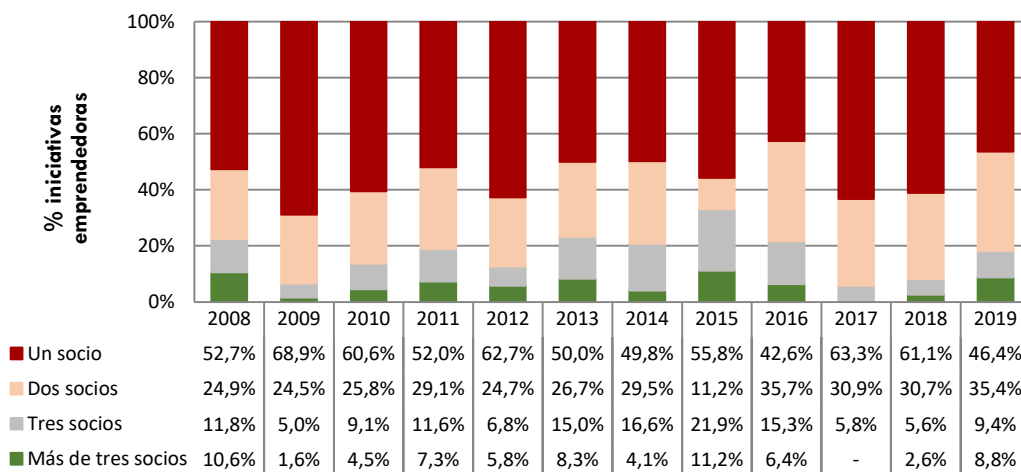
4.3. Número de socios

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 28, las iniciativas empresariales en la Comunidad Valenciana suelen desarrollarse mayoritariamente en solitario, manteniéndose la situación relativamente estable a lo largo del histórico de

datos. Si bien, en 2019 la presencia de iniciativas con un solo socio desciende por debajo de la mitad, en concreto hasta un 46,4%, ganando peso el resto de casos, y comenzando a destacar el porcentaje de iniciativas con dos socios (35,4%).

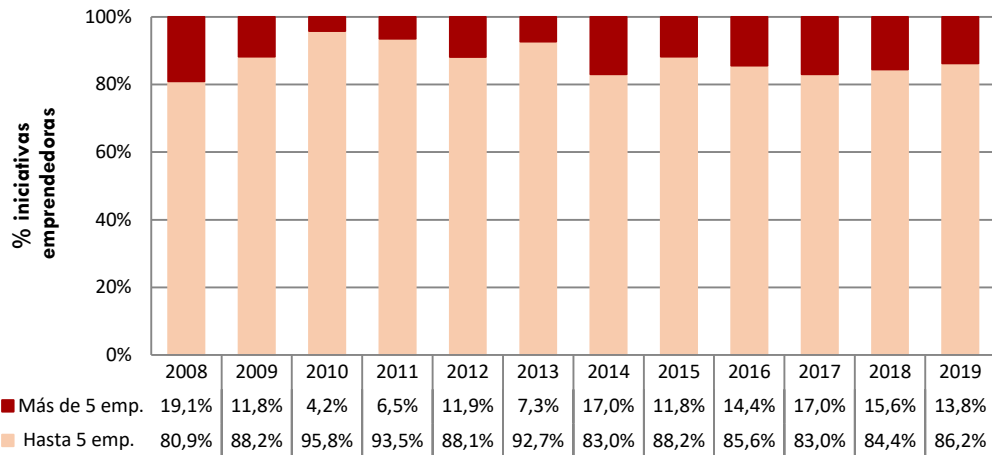
Figura 28. Distribución del número de propietarios de las iniciativas en fase emprendedora.



4.4. Dimensión y número de empleados

La evolución de la dimensión empresarial de las iniciativas de negocio en fase TEA, en base a la perspectiva del número de empleados se muestra en la figura 29. En particular, en 2019 sigue siendo mayoritaria la presencia de iniciativas con hasta un máximo de cinco empleados, que en esta ocasión suponen un 86,2% del total de estos negocios con menos de 42 meses de operatividad.

Figura 29. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleados y evolución temporal.

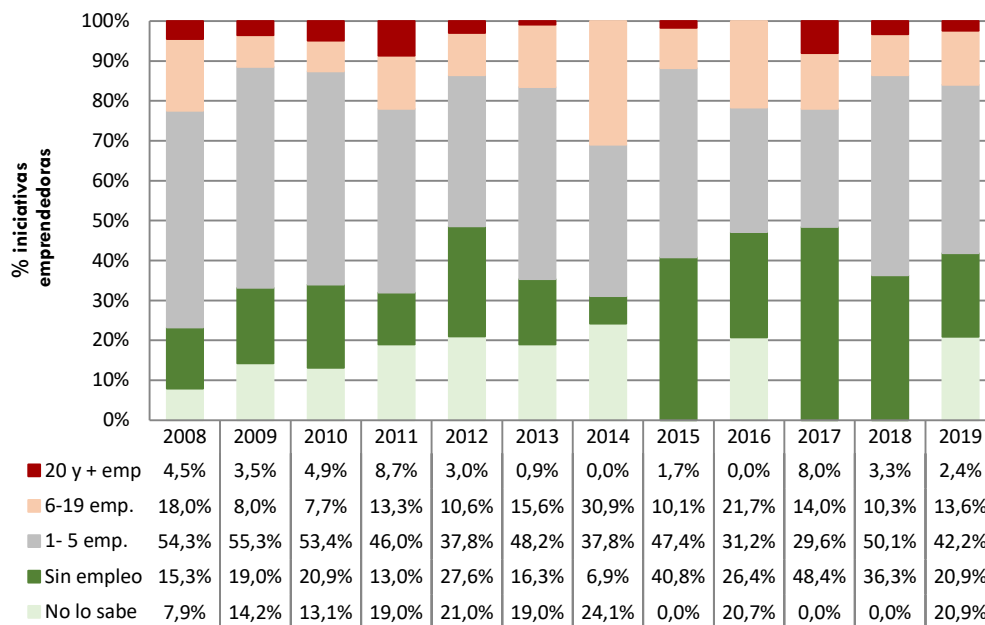


La figura 30 amplía la información anterior, ofreciendo la distribución de las iniciativas de negocio de acuerdo a las expectativas de creación de empleo a cinco años vista. Ello permite tener una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las iniciativas en base a este criterio.

En este sentido, los emprendedores encuestados manifiestan una expectativa de mantener hasta un máximo de cinco empleados en un 53,1% de los casos. Este dato supone una reducción importante (23,3 puntos) respecto a la expectativa manifestada en 2017 y 2018. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la presencia de un 20,9% de encuestas respondidas con un “no sé”, apunta a ciertas dosis de incertidumbre en el futuro que debe hacer tomarse con cautela la respuesta anterior, por cuanto, desde una perspectiva conservadora pueden apuntar a mantenerse entre uno y cinco empleos.

De hecho, las respuestas recogidas para los casos de expectativas por encima de cinco empleos (que suman un 16%) aumentan muy levemente respecto a 2018 y están por debajo de las manifestadas en 2018. Todo lo cual, en cualquier caso, y si lo comparamos con el dato de empleo actual (86,2% de emprendedores con hasta cinco empleados), muestra cierta perspectiva de estabilidad en el empleo.

Figura 30. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).



4.5. Financiación de las iniciativas

Los emprendedores involucrados en fase naciente han sido sondeados acerca de las necesidades de capital que estiman para la puesta en marcha de las iniciativas empresariales en las que están inmersos. El tratamiento de los datos nos permite conocer la envergadura de las iniciativas de negocio que estaban poniendo en marcha en el entorno de abril - julio de 2019 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

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

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

VALOR REPRESENTATIVO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Moda (Valor más frecuente)	6.000 € (13,50%)	3.000 € (17,50%)	5.000 € (19,40%)	20.000 € (11,70%)	15.000 € (22,00%)	30.000 € (10,6%)
Segundo valor más frecuente	15.000 € (13,00%)	20.000 € (13,00%)	25.000 € (19,00%)	5.000 € (10,90%)	35.000 € (21,10%)	6.000 € (9,9%)
NECESIDADES POR CUARTILES DE EMPRENDEDORES	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1% al 25% de emprendedores	Hasta 4.814 €	Hasta 5.502 €	Hasta 5.000 €	Hasta 5.000 €	Hasta 1.773 €	Hasta 8.000 €
26% al 50% de emprendedores	4.814 € - 9.917 €	5.502 € - 15.985 €	5.000 € - 24.156 €	5.000 € - 6.049 €	1.773 € - 15.000 €	8.000 € - 30.000 €
51% al 75% de emprendedores	9.917 € - 25.128 €	15.985 € - 33.679 €	24.156 € - 38.679 €	6.049 € - 20.000 €	15.000 € - 41.493 €	30.000 € - 70.000 €
76% al 100% de emprendedores	Más de 48.023 €	Más de 38.384 €	Más de 38.679 €	Más de 20.000 €	Más de 41.493 €	Más de 70.000 €

En 2019, un 70,5% de la población emprendedora en fase naciente afirma haber requerido invertir dinero para la puesta en marcha y desarrollo de su negocio, mientras que el resto dice no saberlo o ha preferido no contestar.

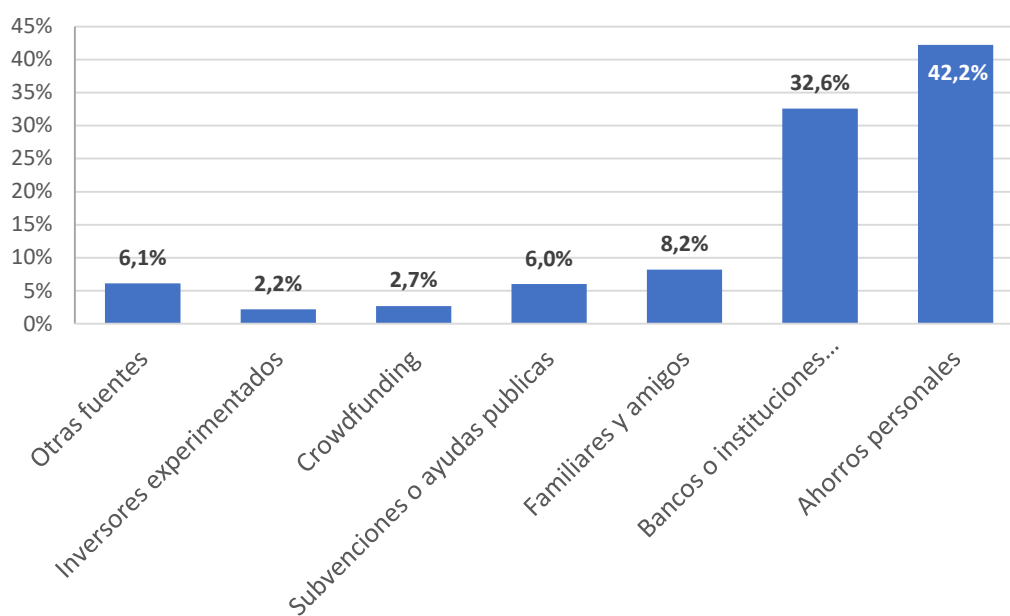
Las necesidades financieras declaradas con más frecuencia por los emprendedores nacientes ascienden a 30.000 €. Si bien se trata de un valor indicado en el 10,6% de los casos, por lo que la dispersión de la respuesta es muy grande, y mayor que en otros años anteriores. De hecho, se observa como el segundo valor más frecuentemente declarado por los emprendedores supone unas necesidades de unos 6.000 €, estando el resto de cantidades indicadas muy repartidas, y con frecuencias casi individuales. Por todo ello, 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, así como también en esta ocasión a los modales.

De este modo, teniendo en cuenta lo dicho, y en base únicamente a estas respuestas más frecuentes, no es posible dilucidar con seguridad si puede haberse producido un cambio respecto a 2018 en cuanto a la dimensión financiera de las nuevas iniciativas que se ponen en marcha.

Sin embargo, si se observa la ordenación por cuartiles en la tabla 7, sí se podría intuir dicho incremento de necesidades. De este modo, ordenadas las necesidades de capital declaradas de menor a mayor, se observa que el primer 25% de los emprendedores (los que menos necesidades han manifestado), llegan hasta unas necesidades de 8.000 €, frente a los datos de años anteriores; el segundo grupo en cuanto a dimensión de las necesidades declaradas (segundo cuartil, del 26% al 50% de emprendedores) se encuentra entre 8.000 € y 30.000 €, también más que en años anteriores. Y así ocurre también con el tercer y cuarto grupos (respectivamente entre 30.000 € y 70.000 €, y por encima de 70.000 €).

Por otro lado, en relación a la financiación del capital semilla requerido, en promedio, un 42,2% del capital requerido fue cubierto a través de ahorros personales por los encuestados, que es la mayor fuente financiera empleada, seguida del recurso a bancos o instituciones financieras (32,6%) y siendo la tercera, el recurso a familia y amigos (8,2%).

Figura 31. Fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2019 (% de origen de los fondos)



La figura del financiador informal también forma parte del estudio GEM (tabla 8). En 2019, el 3,4% de la población afirma encontrándose

financiando, o haber 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 2018 (3,8%), esto supone una leve reducción de la presencia de esta figura entre las fuentes de financiación, si bien la aportación más frecuente realizada se ha incrementado, pasando de los 3.000 € a aportaciones entre 6.000 € y 10.000 €.

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

Descriptor	2019
% Población inversor informal	3,4%
Aportación más frecuente	6.000 € 10.000 €
Relación con beneficiario (%)	Familia 61,1% Amigo 21,3%
Género (%)	Mujer 54,5%
Edad media (años)	48,7
Posee formación para emprender (%)	44,4%
Situación laboral	Trabaja 57,4%
Intención de emprender (%)	14,6%
Involucrado en TEA (%)	11,4%

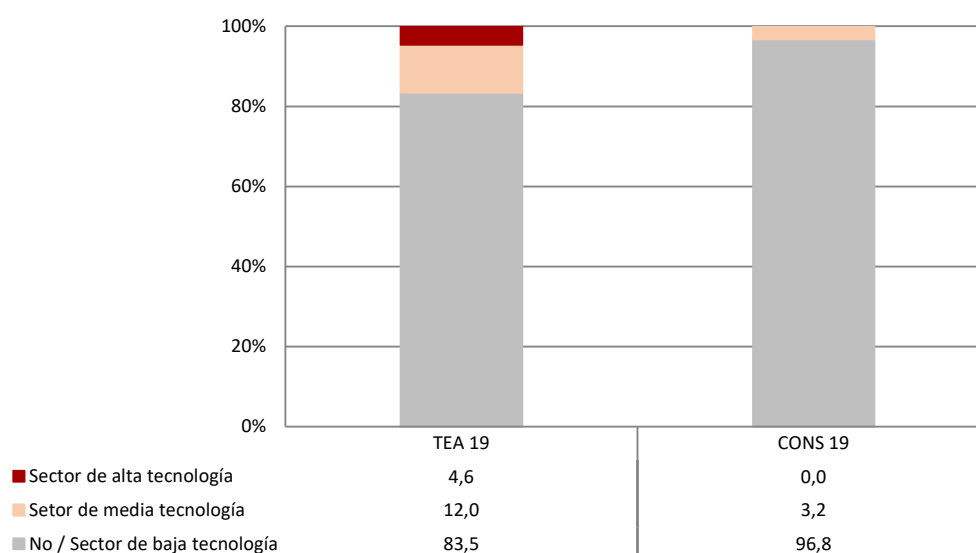
En síntesis, el perfil del inversor informal se corresponde mayoritariamente con una mujer de cerca de 49 años, a quien unen lazos familiares con el beneficiario, que se encuentra en activo, y cuyas aportaciones más usuales son de 6.000 y 10.000 €.

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. En particular, en este apartado, se centra la atención en la orientación innovadora del negocio, así como en su orientación exportadora.

En primer lugar, las figuras 32 a 34 hacen referencia a la orientación innovadora, habiendo sido reformuladas en el consorcio GEM, en su filosofía y redacción, las preguntas que están tras las mismas en el cuestionario dirigido a la población.

Figura 32. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).

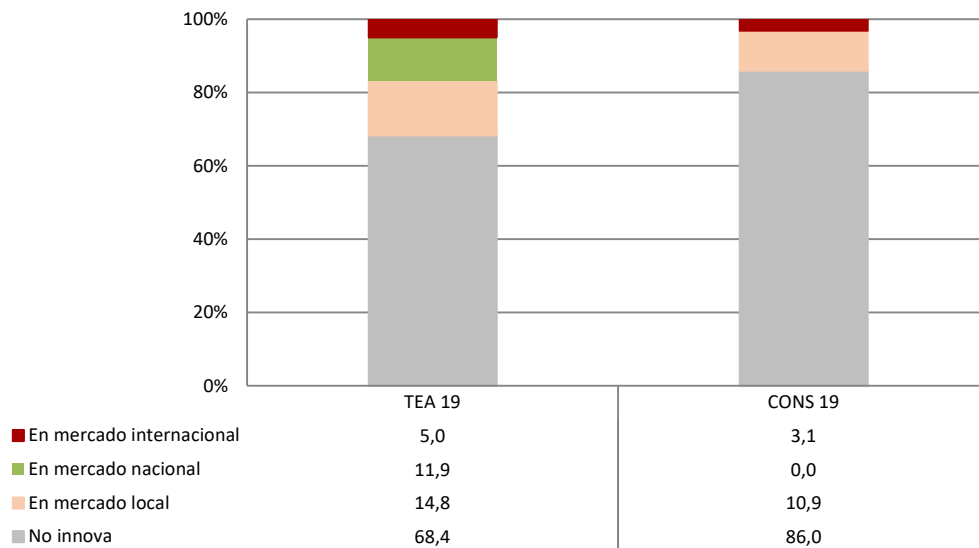


En concreto, la figura 32 hace referencia a la aplicación de tecnologías, más o menos sofisticadas, en su actividad cotidiana. Para hacer esta medición, se ha recogido información sobre el nivel tecnológico del sector al que se pertenece. Así, entre los negocios con un recorrido no mayor a 42 meses, el 83,5% afirma pertenecer a sectores de bajo nivel tecnológico, mientras que únicamente el 4,6% consideran competir en sectores de alta tecnología, encontrándose el 12% restante en sectores de nivel tecnológico intermedio. En el caso de las empresas consolidadas, la madurez en años de operatividad también se liga a mayor madurez en las tecnologías. En concreto, un 96,8%

de los emprendedores consolidados consideran encontrarse en sectores de baja tecnología, mientras que el resto dice competir en sectores de nivel tecnológico intermedio, no afirmando nadie pertenecer a sectores de alto contenido tecnológico.

De forma complementaria a la información anterior, las figuras 33 y 34 recogen las innovaciones en producto/servicio, así como también en procesos que han desarrollado las empresas en el último año.

Figura 33. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2019 (% de iniciativas emprendedoras).



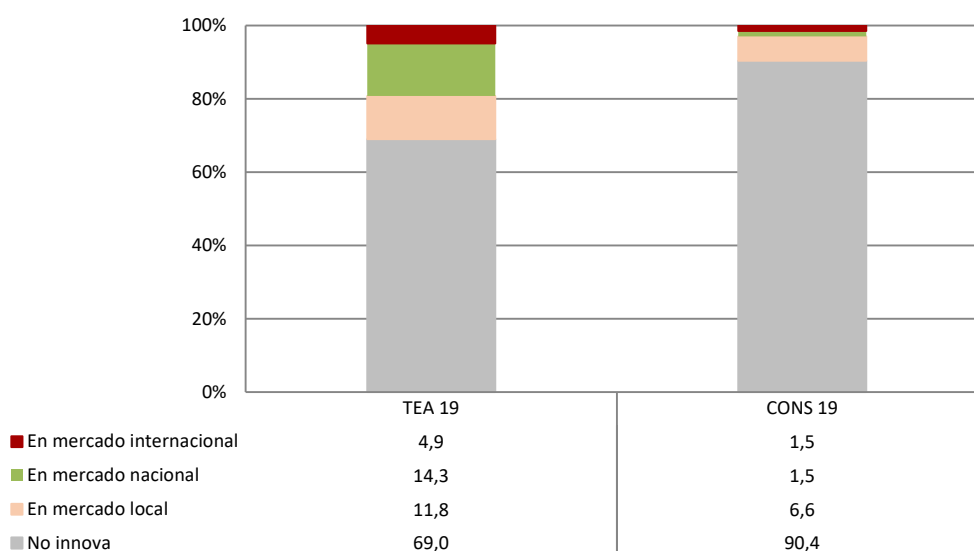
En primer lugar, la figura 33 muestra que una mayoría de iniciativas emprendedoras no ha llevado a cabo innovaciones en productos o servicios durante 2019. En particular, el 68,4% de las actividades con menos de 42 meses de operatividad, y el 86% de las actividades consolidadas.

Al centrar la atención en las iniciativas que sí dicen haber innovado, se observa que, en su mayor parte se trata de innovaciones dirigidas al mercado doméstico (ya sea local o nacional), siendo inferiores las actuaciones en este sentido dirigidas a clientes internacionales. En concreto, en el caso de los emprendedores en fase TEA, afirman haber llevado a cabo innovaciones dirigidas al mercado doméstico un 16,7% de los mismos, mientras que, entre

los consolidados, el porcentaje se reduce a un 10,9%. En este sentido, el componente innovador en producto/servicio parece ser menos frecuente entre los modelos de negocio de los emprendimientos con más recorrido que entre los más recientes, al menos en el último año.

En relación a la innovación en procesos, o en las tecnologías empleadas por las iniciativas de negocio durante 2019 (figura 34), se recoge una imagen que ofrece un comportamiento muy similar a la foto fija de la innovación en producto/servicio. En este sentido, no manifiestan haber llevado a cabo actividades innovadoras en procesos, un 69% de las actividades en fase TEA, que asciende al 90,4% en el caso de las iniciativas consolidadas.

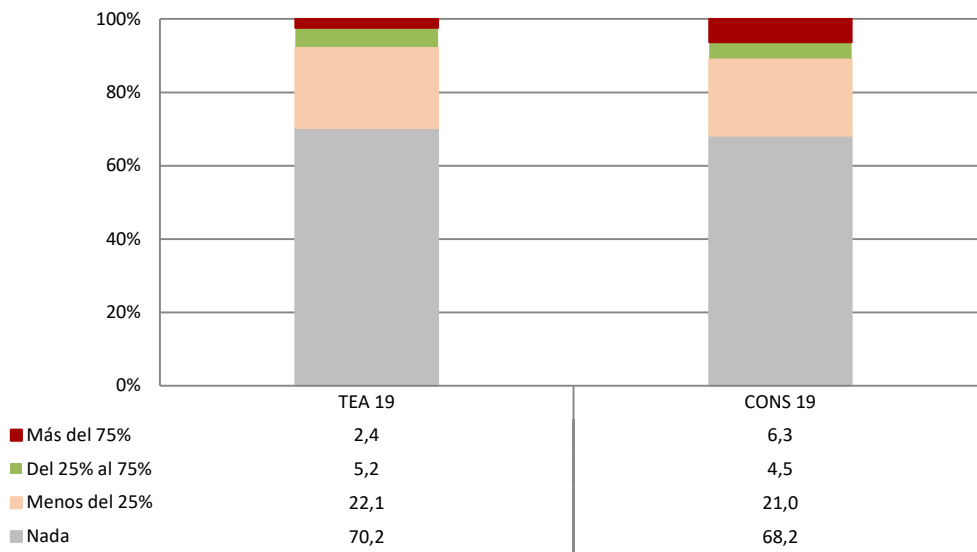
Figura 34. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2019 (% de iniciativas emprendedoras).



Por último, la figura 35 recoge la orientación exportadora de las iniciativas, medida como el porcentaje de facturación en el exterior. Al igual que cuando se ha analizado la orientación innovadora, los datos ponen también de manifiesto que algo más de dos terceras partes de las actividades emprendedoras, tanto en fase incipiente como en consolidada no exportan, dirigiendo su actividad fundamentalmente al ámbito doméstico, ya sea localmente o a nivel país.

Del mismo modo, algo más de una quinta parte de las iniciativas, también en ambos casos, afirman facturar hasta un 25% fuera de las fronteras nacionales; y en torno al 5% aproximadamente dice situar entre un 25% y un 75% de su facturación en el exterior. El caso de facturar más del 75% en países foráneos es el menor, tanto en la actividad TEA como en la actividad consolidada, con un 2,4% y un 6,3% de las mismas respectivamente.

Figura 35. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).



CAPITULO 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 9), las cuales son analizadas por expertos procedentes de diversos ámbitos y relacionados con la actividad emprendedora, lo que ofrece un punto de vista complementario al de la población, acerca del contexto en el que ésta decide implicarse o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

En el caso específico de la Comunidad Valenciana, en 2004 y con ocasión del primer informe GEM de la misma, 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 10 y 11. Se ha contado con la participación de expertos relacionados con todas las condiciones de entorno analizadas y con procedencia del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.), y del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para emprendedores).

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

Condición	Descripción
APOYO FINANCIERO	Disponibilidad de recursos financieros para 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 10. Ámbito de influencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2019.

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

Tabla 11. Ámbito de procedencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2019

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

La figura 36 recoge las valoraciones realizadas por los expertos acerca del estado de las condiciones del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2019⁴. 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 5⁵, 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 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.

Es por ello precisamente que se puede decir que, en síntesis, la figura 36 ofrece una imagen de situación respecto al emprendimiento que los expertos consultados continúan considerando, en promedio, como mejorable si la consideramos en su conjunto. Sin embargo, lo cierto es que la totalidad de las

⁴ Los expertos realizan estas valoraciones en el segundo trimestre del año.

⁵ Las valoraciones globales que superan la media de 3 puntos se pueden considerar favorables.

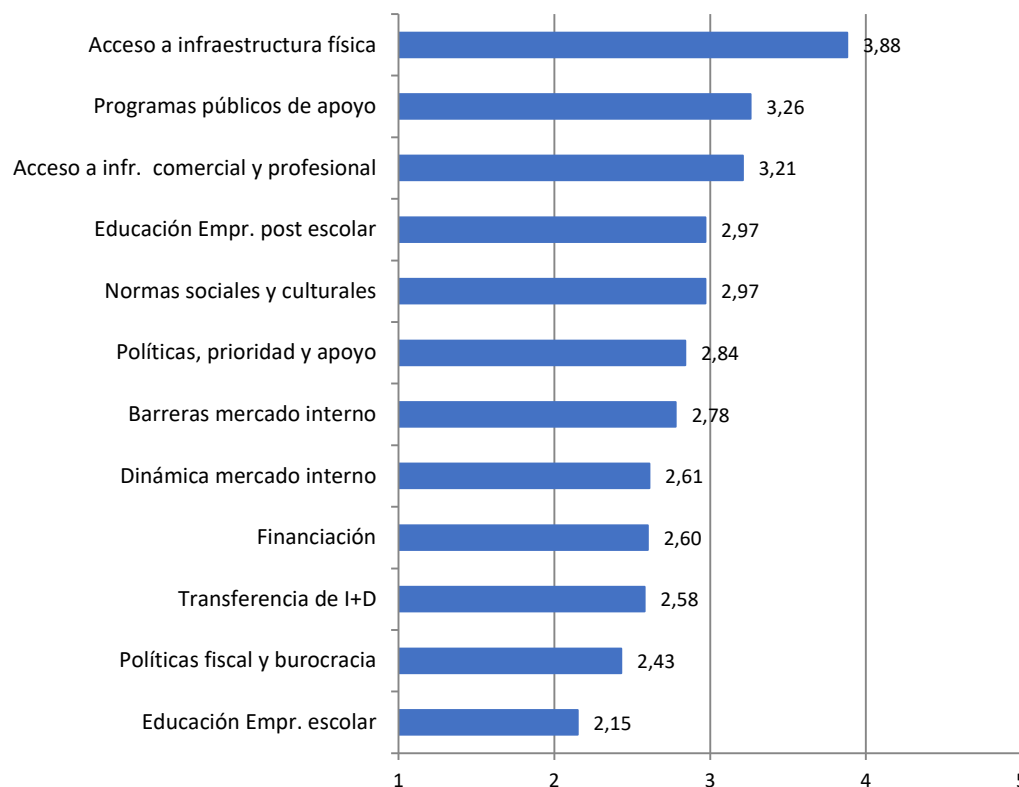
valoraciones, excepto una que permanece muy similar, experimentan mejoras en sus valores, y en algunos casos sensibles, respecto a la tónica habitual.

En esta edición 2019, son tres las condiciones evaluadas que superan el 3, frente a las dos de 2018: la relativa a las condiciones de acceso a infraestructura física (3,88), como es habitual en la Comunidad, los programas públicos de apoyo (3,26), y las condiciones de acceso a infraestructura comercial y profesional (3,21).

Adicionalmente, y ateniéndonos a la valoración media, también se pueden considerar como adecuadas otras cuatro: la percepción sobre el estado de la educación post escolar, y el juicio sobre las normas socio-culturales de la Comunidad, ambas en relación con el emprendimiento, y las dos con una valoración de 2,97 puntos; las políticas de apoyo hacia el emprendimiento desarrolladas en la Comunidad; estas últimas con una valoración también próxima a la media (2,84); y el estado de las barreras de acceso al mercado interno para las empresas nuevas y en crecimiento (2,78).

Siguen a continuación con valoraciones superiores a los 2,5 puntos las condiciones relativas a la dinámica del mercado interno, las posibilidades de acceso a financiación, y el estado de la transferencia de I+D. Y las condiciones peor valoradas son las relativas a aspectos fiscales y burocráticos, así como el estado de la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles inferiores.

Figura 36. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2019 en la Comunidad Valenciana.



Adicionalmente, y en relación a su evolución temporal (tabla 12), la jerarquía de factores no se altera en gran medida en los últimos años, si bien cabe destacar los incrementos recogidos en el conjunto de las condiciones respecto a 2018. Así, con la excepción de las condiciones de acceso a infraestructura física y la valoración de los programas públicos de apoyo, que prácticamente replican su valoración del año anterior, el resto mejora las suyas, en ocasiones sensiblemente. Especialmente destacables son los casos de algunas de las condiciones que se encontraban alejadas del valor promedio 3, como las normas socio-culturales, la orientación emprendedora de la educación postsecundaria, o el apoyo de las políticas públicas. Y sobre todo se puede remarcar el caso de dos condiciones que han sido tradicionalmente las peor valoradas con diferencia: el acceso a financiación, y sobre todo la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles previos a secundaria.

Tabla 12. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana (desde 1 hasta 5)

Valoración global	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Acceso a infraestructura física	3,84	3,7	3,65	3,47	3,75	3,82	3,98	4,11	3,85	3,91	3,88
Programas públicos de apoyo	3,18	3,20	3,08	3,08	2,98	3,00	3,04	3,01	3,21	3,24	3,26
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,17	3,03	3,06	3,08	2,98	2,90	2,74	3,18	3,27	3,03	3,21
Educación y formación post-secundaria	2,84	2,61	3,03	3,04	2,76	2,91	2,84	2,95	3,11	2,72	2,97
Normas sociales y culturales	2,97	2,62	2,88	2,81	2,54	2,84	2,96	2,90	2,80	2,54	2,97
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,57	2,43	2,41	2,65	2,55	2,73	2,51	2,33	2,26	2,52	2,84
Mercado interno: apertura	2,67	2,74	2,42	2,65	2,46	2,50	2,39	2,73	2,57	2,47	2,78
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,75	2,63	2,59	3,02	2,81	2,58	2,27	2,33	2,33	2,39	2,61
Apoyo financiero	2,33	2,13	2,11	1,91	1,86	2,26	2,12	2,22	2,23	2,31	2,60
Transferencia de tecnología	2,5	2,46	2,5	2,66	2,41	2,45	2,34	2,52	2,34	2,40	2,58
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,48	2,59	2,67	2,6	2,27	2,57	2,05	2,27	2,11	2,26	2,43
Educación primaria y secundaria	1,75	1,82	2,02	2,1	1,81	2	1,71	1,82	1,86	1,64	2,15

Las valoraciones de las condiciones de entorno tienen su origen en una serie de cuestiones más detalladas en relación a cada una de ellas. Pasando a dicho nivel de detalle, en primer lugar, es habitual encontrar 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** destaquen sobre el resto, siendo de los mejor valorados. Así, también en esta edición encontramos que las cuestiones ligadas a esta condición de entorno son evaluadas favorablemente en su totalidad, destacando especialmente el acceso a sistemas de comunicación (telefonía, Internet, ...), y el acceso a servicios básicos como gas, agua y electricidad para una empresa nueva o en crecimiento, así como el estado de infraestructuras físicas relacionadas con el transporte y otras comunicaciones.

Los **programas públicos de apoyo**, valorados en segundo lugar, ven reconocidos por los expertos, sobre todo, las cuestiones relativas al apoyo prestado por los parques científicos e incubadoras de empresas, la competencia y eficiencia del personal de los diferentes organismos vinculados, y la suficiencia en cuanto a la cantidad de programas orientados a empresas nuevas y en crecimiento, así como la posibilidad de obtener asesoramiento contactando con un único organismo o agencia.

A continuación, la valoración de la **infraestructura comercial y profesional** pone de manifiesto el acuerdo de los expertos en cuanto a la buena situación de las posibilidades de acceso a una oferta amplia y adecuada de proveedores, subcontratistas, consultores y asesores, así como a servicios contables y bancarios, si bien únicamente se pone el “pero” en la dificultad para afrontar los costes de muchos de estos servicios por parte de las empresas nuevas y en crecimiento.

Las cuestiones ligadas a la **educación** reciben distinta puntuación según se trate de educación primaria y secundaria, los sistemas de formación profesional, o la educación superior. En cualquier caso, la cuestión 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, así como sobre la adecuación del nivel impartido para la creación y gestión de nuevas empresas, si bien las puntuaciones en estos particulares se quedan en torno al mero aprobado, y todavía con margen de mejora. En este sentido, las valoraciones a las cuestiones vinculadas a la educación pre-secundaria indican la necesidad de mejorar urgentemente aspectos de personalidad ligados al fortalecimiento de la creatividad, la autoeficacia y la iniciativa personal, así como a la mejora de los contenidos orientados a economía, empresa y emprendimiento.

En el caso de las **normas sociales y culturales** y su relación con valores vinculados al emprendimiento, esta condición se sitúa cercana a la puntuación media 3, junto a la orientación emprendedora de la educación postsecundaria. En particular, los expertos valoran que la cultura de la Comunidad Valenciana apoya y soporta el éxito conseguido a través del esfuerzo personal y enfatiza la autoeficacia, la autonomía y la iniciativa personal, así como que es un valor propio de dicha cultura la responsabilidad de los individuos, más que de la colectividad, en la gestión de su propia vida, si bien se debe mejorar en aspectos ligados a innovación y creatividad, y especialmente en la disposición a la asunción de riesgos.

Como es habitual, 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 (2,84), o bien en la facilidad y rapidez de los trámites administrativos que conllevan (2,43), si bien ambas han mejorado su puntuación por parte del grupo de expertos. En el primer caso, los expertos muestran su acuerdo especialmente con el reconocimiento de las políticas de apoyo y soporte a las empresas nuevas y en crecimiento como una prioridad de los gobiernos de diferentes ámbitos territoriales, mientras que, en relación al conjunto de tasas, impuestos y trámites burocráticos, ligados al proceso de puesta en marcha de una empresa y a su existencia y crecimiento, se reconoce todavía gran margen de mejora.

El juicio realizado sobre el **mercado interno** de la Comunidad Valenciana se efectúa respecto a dos consideraciones: volatilidad y apertura. En relación a la primera, la valoración de los expertos asciende, juzgando que los cambios producidos en los mercados en el último año se suceden más rápidamente; 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.

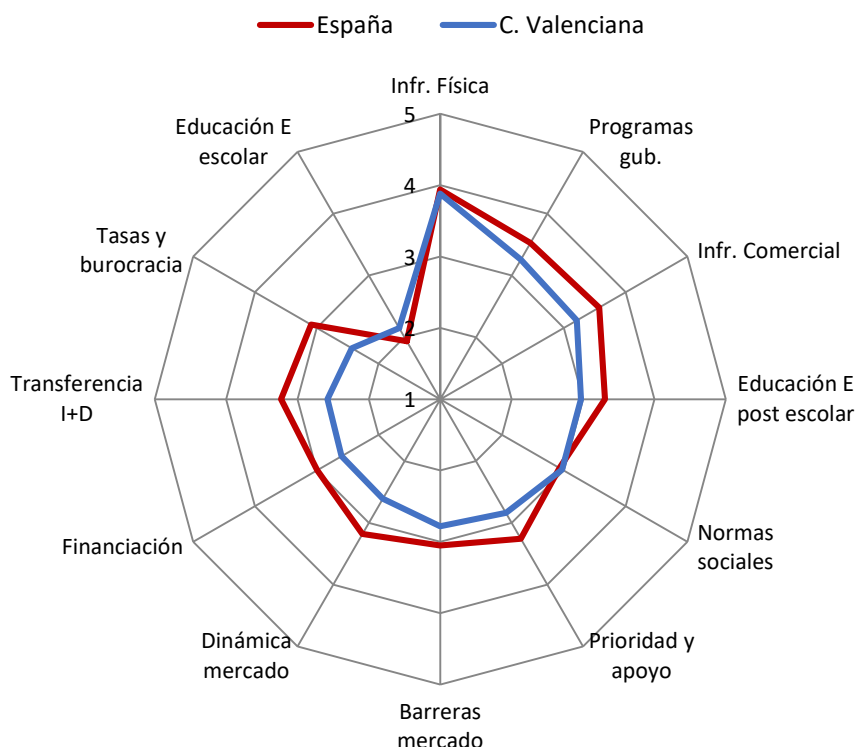
El estado del **entorno tecnológico** de la Comunidad Valenciana, en relación a las posibilidades de transferencia de tecnología, sigue recogiendo una situación necesitada de mejora, de acuerdo al juicio de los expertos. La única afirmación que recoge una valoración positiva es la capacidad y potencialidad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

La valoración global del **apoyo financiero**, generalmente entre las condiciones peor valoradas, mejora en esta ocasión, lo que la sitúa entre las

condiciones a la búsqueda del “aprobado”, con una valoración de 2,60. La posición que habitualmente ocupaba esta condición entre el resto puede considerarse como evidencia de la situación de incertidumbre vivida y sus repercusiones sobre la liquidez y el crédito a las empresas. Si bien en esta ocasión mejora como decimos, los expertos, no obstante, siguen situándola en términos relativos como la cuarta peor, considerándose por tanto el acceso a financiación todavía como uno de los obstáculos fundamentales al emprendimiento en la Comunidad en 2019. En particular, únicamente se juzga como meramente adecuado, entre las amplias fuentes potenciales de financiación, el acceso a fuentes tradicionales como los inversores informales

A continuación, la figura 37 sitúa las anteriores valoraciones en el contexto comparativo del conjunto de España, observándose la opinión algo más conservadora de los expertos de la Comunidad Valenciana, excepto en los casos de las normas socioculturales y el estado de la educación en sus niveles inferiores, en cuanto a su orientación al emprendimiento.

Figura 37. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2019 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. A partir del conjunto de respuestas obtenidas, y su clasificación en los ámbitos definidos por la metodología GEM, las tablas 13, 14 y 15 muestran una síntesis conjunta de los resultados.

Comenzando por los aspectos que suponen los **principales obstáculos a la actividad emprendedora** (tabla 13) los expertos regionales destacan, como viene siendo habitual, en primer lugar, las posibilidades de acceso a la financiación (63,9%). Y en segundo y tercer lugar se mencionan los programas de apoyo y el estado de la educación y la formación (ambos con un 27,8%).

Primero, respecto a las dificultades de financiación, este elemento se mantiene continuamente como uno de los obstáculos más importantes en la mayor parte de las ediciones de este estudio, manifestando los expertos la necesidad de más y mayores fuentes de financiación, tanto públicas como privadas, así como la mejora de sus condiciones de acceso.

Segundo, en relación a los programas de apoyo, que son, no obstante, valorados como la segunda mejor condición de entorno, se juzga necesario mejorar su coordinación y el hecho de que no se solapen diferentes entidades de apoyo con diferentes programas de soporte, en ocasiones incompatibles entre sí, así como la presencia de diversos niveles de administración con diversas competencias, que hacen más complejos los procesos de relación de las iniciativas de negocio nuevas y en crecimiento con lo público, por lo que deberían revisarse todas estas cuestiones. En el mismo sentido se aduce que en ocasiones es complejo trabajar en una misma o única red todos los ámbitos públicos de la actividad, y se resalta en este sentido que a veces la información necesaria, o incluso vital, se encuentra dispersa. Igualmente se juzga inadecuado el cortoplacismo de algunos programas o los requisitos de

gran parte de ellos en cuanto a un recorrido mínimo en años por parte de la empresa candidata a beneficiarse de los mismos.

Tercero, respecto a la educación y formación, se considera como obstáculo o freno la actual configuración de la educación en gestión, economía y emprendimiento en los diferentes niveles formativos reglados, así como la falta de foco en orientar conductas y personalidades al espíritu emprendedor, fomentando más aspectos ligados a la iniciativa propia y a la creatividad, así como a la curiosidad y a la investigación. Además, se echa en falta la adecuación y personalización de la formación a las necesidades de cada etapa de la iniciativa empresarial (motivación, creación, consolidación, crecimiento, ...).

Entre el resto de obstáculos destacan, en menor medida, la necesidad de reforzar la cultura emprendedora y su manifestación en un conjunto de normas socio-culturales que favorezcan la iniciativa empresarial, así como la capacidad para emprender de la población, y el estado del clima económico, o del contexto político, institucional y social.

Tabla 13. Principales obstáculos a la actividad emprendedora (2019).

Ámbitos del entorno que suponen obstáculos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito)
Apoyo financiero	63,9%
Programas públicos de apoyo	27,8%
Educación y formación	27,8%
Normas sociales y culturales	16,7%
Clima económico	13,9%
Capacidad emprendedora	11,1%
Contexto político, institucional y social	8,3%
Información	8,3%
Costes, acceso y regulación del mercado laboral	8,3%
Infraestructura comercial y profesional	5,6%
Características de la fuerza de trabajo	5,6%
Acceso a infraestructura física	2,8%
Internacionalización	2,8%
Apertura del mercado	2,8%

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

En relación las condiciones de entorno que han actuado como fuerzas impulsoras o **apoyos de la actividad emprendedora** en la Comunidad Valenciana (tabla 14), los expertos entrevistados apuntan como factores principales: primero, los programas de apoyo (36,1%); segundo, el contexto político, institucional y social (33,3%); tercero, la capacidad emprendedora percibida por la población (33,3%); y cuarto, el acceso a la infraestructura física (33,3%).

Primero, los programas gubernamentales de apoyo se alzaron ya en 2018 al primer lugar del conjunto de elementos impulsores de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana que citan los expertos, puesto que siguen ocupando en 2019. En este sentido, cabe reiterarse en que 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. Así, los expertos 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 rol de parques científicos, viveros, 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, y el mayor número de asociaciones, y en general la potencia del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana.

Segundo, en relación a aspectos políticos, institucionales y sociales, en cualquier caso muy relacionados con otros propios de los programas y políticas de apoyo, así como también de carácter económico los expertos destacan aspectos como las dinámicas de las administraciones públicas (local y regional), el impulso del ecosistema de emprendimiento, al cual se le reconoce una dinámica ya robusta, la existencia de pactos locales para el emprendimiento, el auge de la economía social y de la economía circular y sus repercusiones, la coordinación del ecosistema y la alineación de políticas en este sentido, así como la estabilidad política en la Comunidad.

Tercero, los expertos han citado también como impulso del emprendimiento la propia capacidad emprendedora de la población de la Comunidad Valenciana. Así, si bien se citaba igualmente entre los obstáculos, indicando que era un elemento a mejorar por la vía del impulso a la educación y formación en cultura y valores relacionados, también es reconocida por su orientación a la búsqueda y visión de oportunidades, y su dinamismo, otorgándosele por los expertos el carácter de región tradicionalmente emprendedora, que impulsa a ciertas personas a llevar a cabo iniciativas

empresariales, y en posesión de un tejido industrial siempre dispuesto a absorber innovación y tecnología. De este modo, se opina que hay una gran carga de talento en el territorio para generar oportunidades de negocio, a lo que ya ayuda de hecho, la masa crítica de start-ups ya existente.

Cuarto, los expertos ponen de manifiesto entre los elementos de apoyo al ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana el estado de las infraestructuras físicas, redes de comunicación y posibilidades que otorgan las tecnologías de comunicación e información accesibles por las empresas de la Comunidad.

Entre el resto de apoyos citados por los expertos cabe mencionar también las posibilidades que brinda el clima económico en cuanto a nuevas oportunidades, así como la orientación emprendedora de la educación en la Comunidad.

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

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Programas públicos de apoyo	36,1%
Contexto político, institucional y social	33,3%
Capacidad emprendedora	33,3%
Acceso a infraestructura física	33,3%
Clima económico	25,0%
Educación y formación	22,2%
Características de la fuerza de trabajo	19,4%
Normas sociales y culturales	13,9%
Políticas gubernamentales	13,9%
Apoyo financiero	13,9%
Información	2,8%
Composición percibida de la población	2,8%
Infraestructura comercial y profesional	2,8%
Transferencia de I+D	2,8%

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

Las principales **recomendaciones para la mejora del ecosistema emprendedor** de la Comunidad Valenciana propuestas por los expertos (tabla 15) reiteran algunas de las recogidas en años ediciones. De esta forma, el acceso a la financiación (55,6%), una mayor y mejor educación y formación en emprendimiento (47,2%), la mejora de los programas públicos de apoyo al emprendimiento (47,2%) y también el impulso a las políticas en este sentido (41,7%), son las más destacadas.

Primero, cabe citar las opiniones relativas al acceso a la financiación, que como es habitual es considerado un aspecto crítico, apareciendo en esta edición además en primer lugar. 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 y son habituales. 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. También se cita la necesidad de ordenar y mejorar las subvenciones y la financiación destinada a la creación de nuevas empresas. Por otro lado, se menciona mejorar el acceso a la financiación pública, y reflexionar sobre las exigencias para ello, las cuales a menudo difícilmente puede cumplir una empresa de reciente creación. También reclama la financiación pública para start-ups en fase semilla. Y al respecto se aportan posibilidades como la canalización y gestión de estos fondos a través de entidades de apoyo especializadas en start-ups, así como se menciona una banca pública de capital semilla basada en proyectos.

Segundo, en relación a las recomendaciones relacionadas con la educación y su orientación al emprendimiento, los expertos entrevistados destacan especialmente la necesidad de iniciar una formación relacionada con el emprendimiento y el mundo de los negocios desde edades más tempranas, no ya únicamente en aspectos técnicos y propios de la maestría del oficio, sino en las competencias y aspectos culturales asociados, como la orientación al logro, la iniciativa, o el control interno, la creatividad, el crecimiento y desarrollo personal, y la superación del fracaso. Al margen de ello, y adicionalmente se pide reforzar y mejorar los programas de formación en emprendimiento en la totalidad de niveles educativos, y acercar los empresarios a las aulas, como modelos de rol visibles y además con programas de mentorización. Pero también acercar las aulas a la realidad, impulsando el emprendimiento ligado a la observación constante y a la solución de retos y problemas del entorno.

Tercero, los programas de apoyo. Tal y como ya sucediera en los informes 2017 y 2018, los factores relativos a programas de fomento han sido 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 mayor dotación e impulso 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 y el networking entre empresas de la Comunidad, centralizar y mejorar la coordinación de la información de asesoramiento a emprendedores, mejorar la coordinación entre los distintos actores del ecosistema emprendedor y las diversas administraciones evitando solapamientos y vacíos, crear programas de conexión entre empresas consolidadas y start-ups, corregir la presencia de algunos programas de apoyo demasiado cortoplacistas, etc.

Junto a estos elementos, cabe destacar otros como por ejemplo las recomendaciones a las políticas de apoyo, que pasan por agilizar en mayor medida los trámites burocráticos y simplificar el número de éstos, responder con mayor rapidez en la tramitación y pago de las ayudas económicas concedidas a empresas, seguir generando y apostando por el fomento de ecosistemas de emprendimiento, o mejorar la fiscalidad de la innovación, el emprendimiento y las inversiones.

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

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Apoyo financiero	55,6%
Educación y formación	47,2%
Programas públicos de apoyo	47,2%
Políticas de apoyo	41,7%
Contexto político, institucional y social	27,8%
Acceso a infraestructura física	11,1%
Transferencia de I+D	8,3%
Capacidad emprendedora	5,6%
Normas sociales y culturales	2,8%

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

CAPITULO 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.

Pero este Informe GEM 2019 deja, tras su elaboración, una sensación agri dulce. Y es que estas reflexiones finales no pueden ignorar ni dejar de centrarse en la situación actual que está viviendo nuestra sociedad.

Comencemos por la parte dulce. Y se trata de los datos.

Como se ha podido observar a lo largo de sus capítulos, el Informe GEM Comunidad Valenciana 2019 es, considerado en su conjunto, y a la vista de los datos, uno de los más positivos generados en los últimos años, si tenemos en cuenta los realizados durante el período de crisis económica y los años posteriores a la misma. Y para considerarlo desde esta perspectiva, debemos echar la vista atrás.

En este sentido, desde 2004, año en el que comienza el Observatorio GEM en nuestra Comunidad, la tasa emprendedora TEA, que mide el emprendimiento, ha ido evolucionando desde una situación de prosperidad económica y crecimiento del consumo, con cifras 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 alcanzó el valor más bajo del histórico.

En el mismo período, 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 se vieron condicionadas por tasas de paro elevadas, y la ratio TEA atravesó un comportamiento inestable, con oscilaciones en positivo y negativo que llevaron a ese mínimo alcanzado en 2017, del que se recuperó parcialmente en 2018 con un pequeño incremento de 0,3 puntos. Del mismo modo, durante todo el período, las tasas de intencionalidad emprendedora vieron alterados sus marcadores en el contexto de crisis, llegando a arrojar en 2012 las tasas más elevadas tras un crecimiento exprés de las mismas en tan sólo dos años, para posteriormente volver a caer de manera igualmente rápida y mantener una evolución incierta. Y todo ello en un entorno en el que los expertos que juzgaban el mismo remarcaban la necesidad de mejorar el mismo en diversos frentes.

Decíamos en el informe inmediatamente anterior al presente, que todo ello se debía matizar con algunos datos que apuntaban en buena dirección de cara al futuro. Por ejemplo, el hecho de que en 2018 creció la percepción de la población sobre la existencia de buenas oportunidades, así como la apreciación del emprendimiento como una buena opción profesional, valoraciones que suelen anticipar comportamientos que promueven la puesta en marcha de nuevas actividades empresariales. Otro aspecto clave que creció en 2018, fue la intencionalidad emprendedora, el conjunto de individuos que manifestaban su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista.

Con estos antecedentes, ese apuntamiento a la buena dirección que indicábamos en 2018, parece haberse ido consolidando en 2019, y de ahí que califiquemos al inicio de estas reflexiones este informe como positivo.

En efecto, el Informe GEM 2019 de la Comunidad Valenciana retrata una situación en la que la mayor parte de los indicadores han evolucionado en positivo, tanto si se trata de los procedentes de la encuesta a la población adulta, como si se trata de los datos extraídos del juicio de los expertos.

Respecto al proceso emprendedor, el indicador TEA ha seguido creciendo, 0,7 puntos respecto a 2018, hasta situarse en un 4,3%, lo que indica que 4,3 personas de cada 100 de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encontraba en junio de 2019 implicadas en la puesta en marcha y desarrollo de un negocio que todavía no superaba los 42 meses de actividad. Un dato para el que habría que retroceder hasta antes de 2014 para poder encontrar alguno similar. En el mismo sentido, la tasa de consolidación

empresarial asciende hasta el 6,1%, esto es, casi dos puntos más que en 2018, dato para el que nuevamente habría que retroceder más de cinco años para encontrar otro parejo.

Además, esa positiva evolución de la actividad incipiente y consolidada, se ve reforzada por un incremento de cerca de tres puntos en la intencionalidad emprendedora, que llega hasta el 9,2%, lo que pone de manifiesto la existencia de una importante cantera de emprendedores a tres años vista.

Todo ello se produce además en un contexto en el que las percepciones de los individuos vinculadas a la involucración emprendedora mejoran en su conjunto. Así, dos percepciones fuertemente asociadas a la factibilidad de poner un negocio en marcha presentan fuertes incrementos, como son la percepción de oportunidades de negocio en el entorno cercano a seis meses vista (que alcanza su mayor registro del histórico) y la percepción de autoeficacia o confianza en las propias habilidades y conocimientos para llevarlo a cabo, que igualmente aumenta de forma importante. Y adicionalmente, las variables que hacen referencia a aspectos culturales de la sociedad, con gran repercusión en el desarrollo de conductas emprendedoras individuales, como son la consideración del emprendimiento como buena opción profesional, su reconocimiento en estatus y prestigio, o la difusión de su figura en los medios, también incrementan sus registros.

Enmarcando todo ello, las condiciones de entorno emprendedor también mejoran significativamente su valoración en su conjunto a juicio de los expertos respecto a 2018, y en algunas de ellas, consideradas tradicionalmente en peor posición, como las facilidades financieras o la orientación emprendedora de la educación en sus niveles básicos, la mejora es además muy sensible y significativa. No obstante, los expertos siguen haciendo una serie de recomendaciones para seguir insistiendo en la mejora continua de estas condiciones configuradoras en gran parte del ecosistema emprendedor de la Comunidad, pero que pasan por seguir apuntando en la buena dirección de lo que ya se hace, o ampliar las modalidades de estas actuaciones.

De este modo, en conjunto, el informe 2019 muestra una situación objetivamente mejor a la recogida en 2018 en particular, y en general, respecto a los informes inmediatamente precedentes.

Pero como indicábamos al inicio, la finalización de este informe deja una sensación agridulce. Y si la parte dulce hacía referencia a la evolución de los

datos 2019, la parte agria hace referencia a la realidad 2020 que estamos viviendo desde hace unos meses.

Estamos asistiendo a la que ya se denomina la mayor crisis sanitaria global en un siglo, y la mayor crisis económica desde el Crack del 29, además en un entorno de globalización en el que lo bueno, pero también lo malo, se transmite con suma facilidad y rapidez a cualquier parte del planeta.

En el momento de la redacción final y maquetación de este informe, el entorno se ha visto totalmente zarandeado por la explosión de la crisis provocada por la pandemia del virus COVID-19. Su virulencia y dureza, las enormes consecuencias para la actividad económica y empresarial y el empleo de las medidas de confinamiento y los cierres de fronteras, y la incertidumbre provocada por no conocer a ciencia cierta el lapso temporal hasta la vuelta a la “nueva normalidad”, así como la incertidumbre sobre posibles nuevas olas, y la salida definitiva a la situación, provocan que las expectativas mostradas en este informe vayan a diferir enormemente de lo que nos encontramos en nuestra realidad más inmediata y a medio plazo.

En este sentido, el equipo que desarrolla este informe, ha realizado, junto a la Red GEM España, una investigación llevada a cabo en la segunda quincena del mes de abril, cuando ya alcanzábamos los 50 días del estado de alarma, sobre la crisis que el COVID-19 ha generado y sus efectos sobre el emprendimiento, cuyos resultados se han publicado en el mes de mayo en el informe “La situación del emprendimiento en la Comunidad Valenciana ante la crisis del COVID-19. Análisis y recomendaciones”⁶.

La información recopilada en este Informe GEM muestra el camino recorrido hasta la fecha, del impulso observado en este último año, y de la situación y expectativas de la población y de la actividad emprendedora hasta el inicio de la crisis. Sin duda, el esfuerzo de todos y la tradición emprendedora de nuestra Comunidad llevará más tarde o más temprano a recuperar el pulso de la actividad y el retorno a una senda de salud, tanto en las vidas de las personas como en las empresas y el empleo.

Ahora, el gran reto es lograr la reactivación de la demanda y de la oferta, para volver a una senda de normalidad lo antes posible y, en paralelo, potenciar un ecosistema emprendedor, con nuevos pilares y dinámicas, articulado en todo el territorio, más innovador, más resiliente y capaz de dar respuesta a las nuevas necesidades sociales.

⁶ El informe *La situación del emprendimiento en la Comunidad Valenciana ante la crisis del COVID-19* completo está accesible en <https://bit.ly/3bMJY5E>

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marco teórico GEM.....	14
Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.....	15
Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM.....	16
Figura 4. Fuentes de información GEM.....	16
Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).....	24
Figura 6. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).....	26
Figura 7. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).....	27
Figura 8. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).....	28
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).....	29
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).....	30
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).....	31
Figura 12. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.....	32
Figura 13. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.....	34
Figura 14. Tasas de involucración 2019 la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.....	35
Figura 15. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).....	36
Figura 16a. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).....	38

Figura 16b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).	38
Figura 17. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).....	39
Figura 18. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).....	40
Figura 19. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.....	41
Figura 20. Motivaciones de la puesta en marcha.....	42
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.....	48
Figura 24. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.....	49
Figura 25. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población entre 18-64 años).....	51
Figura 26. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).....	51
Figura 27. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.....	54
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).....	57
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.....	61
Figura 33. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).	62
Figura 34. Requerimiento de capital semilla por los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2019, y fuente de origen en su caso	63

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 o servicio (% de iniciativas).....	69
Figura 37. Antigüedad de las tecnologías utilizadas (% de iniciativas emprendedoras).....	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.....	17
Tabla 2. Resultados del proceso emprendedor por comunidades y ciudades autónomas 18-64 años).....	44
Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.....	46
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por segmentos de edad.....	49
Tabla 5. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por nivel de estudios.....	50
Tabla 6. Perfil medio 2019 de involucrados por fase del proceso emprendedor.....	52
Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.....	58
Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.....	60
Tabla 9. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.....	66
Tabla 10. Ámbito de influencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2019	66
Tabla 11. Ámbito de procedencia de los expertos GEM Comunidad Valenciana 2019.....	67
Tabla 12. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana (desde 1 hasta 5).....	70
Tabla 13. Principales obstáculos a la actividad emprendedora (2019).....	75
Tabla 14. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.....	77
Tabla 15. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones.....	79

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

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

Población objetivo: 3.126.532 individuos.

Muestra: 1.000 individuos.

Margen de confianza: 95,0%.

Error muestral $\pm 3,10\%$ para el conjunto de la muestra.

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

Período realización de encuestas: Junio-Julio de 2019.

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 2019, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudí, Armenia, Australia, Bielorrusia, Brasil, Canadá, Catar, Chile, China, Chipre, Colombia, Corea, Croacia, Ecuador, Egipto, Emiratos, Eslovaquia, Eslovenia, España, EE.UU, Grecia, Guatemala, India, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Jordania, Letonia, Luxemburgo, Macedonia del Norte, Madagascar, Marruecos, México, Noruega, Omán, Países Bajos, Pakistán, Panamá, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Taiwán.

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

GEM ESPAÑA 2019

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



GEM Cádiz



GEM Córdoba



GEM Granada



GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



PHILIP MORRIS SPAIN, S.L.



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



UNIVERSIDAD DE GRANADA

GEM Murcia

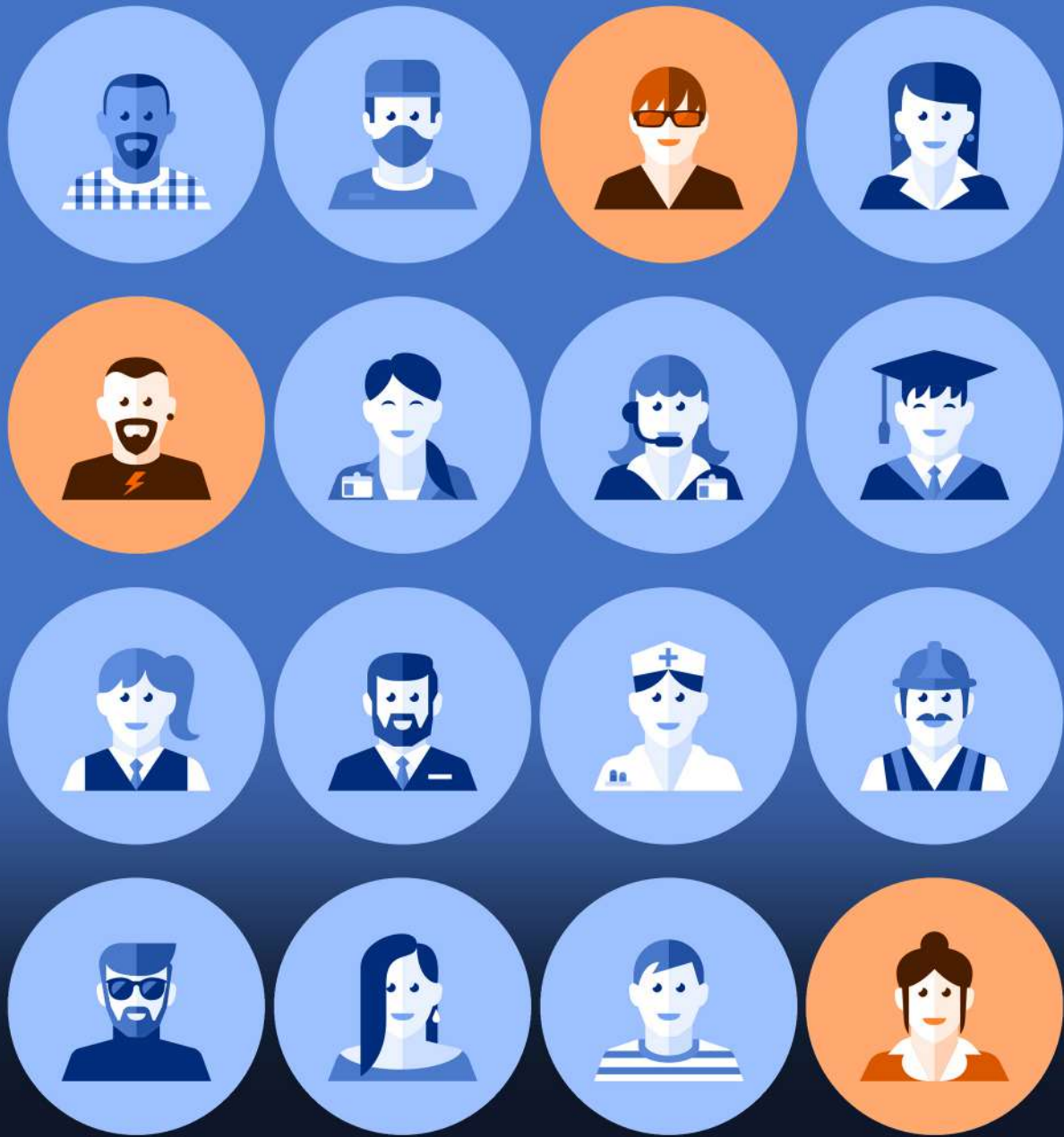


GEM Navarra



GEM País Vasco





Patrocinadores e instituciones



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"

