



Global Entrepreneurship Monitor Informe ejecutivo 2022 - 2023

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

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



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2022-2023

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

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

ISSN:

1988-4885

Fecha de edición:

31/10/2023

Editorial:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Planificación Tecnológica (SIPT) UMH

Nota de la editorial:

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



Asociación
RED GEM España

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Comunidad Valenciana 2022-2023

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, ANTONIO J. VERDÚ JOVER,

DOMINGO GALIANA LAPERA, M^a ISABEL BORREGUERO GUERRA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<i>RELACIÓN DE EQUIPOS DE LA RED QEM ESPAÑA 2022-2023.....</i>	<i>7</i>
<i>PRÓLOGO.....</i>	<i>13</i>
<i>PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES.....</i>	<i>15</i>
<i>EL PROYECTO QEM.....</i>	<i>17</i>
<i>BALANCED SCORECARD.....</i>	<i>21</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO.....</i>	<i>23</i>
<i>CAPITULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN.....</i>	<i>29</i>
1.1 Introducción	29
1.2 Percepción de oportunidades.....	30
1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	31
1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender	33
1.5 Disponibilidad de red social emprendedora	34
1.6 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español .	36
<i>CAPITULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL.....</i>	<i>37</i>
2.1 Introducción	37
2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor	38
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	40
2.4 Evolución de la actividad emprendedora reciente	41
2.5 Evolución de la actividad consolidada.....	44
2.6 Evolución de abandonos y cierres	45
2.7 Motivación de las personas emprendedoras.....	48
<i>CAPITULO 3. PERFIL DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR.....</i>	<i>51</i>
3.1. Introducción	51
3.2. Sexo.....	51
3.3. Edad.....	54
3.4. Formación	56
3.5. Perfil medio	60

<i>CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES.....</i>	<i>61</i>
4.1. Introducción	61
4.2. Sectores generales de actividad	61
4.3. Número de personas socias	62
4.4. Dimensión y empleo	63
4.5. Financiación de las iniciativas	65
4.6. Carácter familiar de las iniciativas.....	70
4.7. Orientación innovadora.....	71
4.8. Orientación exportadora.....	74
4.9. Adopción de tecnologías digitales	75
4.10. Orientación a la sostenibilidad	77
<i>CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER.....</i>	<i>81</i>
5.1. Introducción	81
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender.....	83
5.3. Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español..	91
5.4. Factores de impulso a la actividad y recomendaciones del panel experto	93
5.5. Percepciones del grupo experto en relación a la COVID-19	101
5.6. Percepciones del grupo experto en relación a las prácticas de sostenibilidad..	102
<i>CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES.....</i>	<i>105</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS.....</i>	<i>109</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS.....</i>	<i>111</i>
<i>FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.....</i>	<i>113</i>

RELACION DE EQUIPOS DE LA RED GEM

ESPAÑA 2022-2023

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio, Directora Ejecutiva GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Adriana Monge Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José Manuel Sánchez Vázquez Carmen Camelo Ordaz Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Universidad, Investigación e Innovación.
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón) Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Aragón Emprene Cátedra Emprander Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) Vanesa Solís Rodríguez Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Canarias	<p>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</p> <p>Universidad de La Laguna</p>	<p>Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias)</p> <p>Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias)</p> <p>Alicia Bolívar Cruz</p> <p>Alicia Correa Rodríguez</p> <p>Ana L. González Pérez</p> <p>Carmen Inés Ruiz de la Rosa</p> <p>Desiderio García Almeida</p> <p>Desiderio Gutiérrez Taño</p> <p>Domingo Verano Tacoronte</p> <p>Francisco J. García Rodríguez</p> <p>Esperanza Gil Soto</p> <p>Pino Medina Brito</p> <p>Ana Isabel Lemes Hernández</p>	<p>Gobierno de Canarias - Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo</p> <p>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</p> <p>Universidad de La Laguna</p>
Cantabria	<p>Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria</p>	<p>Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria)</p> <p>Paula San Martín Espina (Directora Técnico GEM-Cantabria)</p> <p>Elsa Díez Busto</p> <p>Carlos López Gutiérrez</p> <p>Estefanía Palazuelos Cobo</p> <p>Andrea Pérez Ruiz</p> <p>Lidia Sánchez Ruiz</p> <p>Francisco Manuel Somohano Rodríguez</p>	<p>Cátedra PYME</p> <p>Gobierno de Cantabria - Consejería de Empleo y Políticas Sociales</p> <p>EMCAN – Servicio Cántabro de Empleo</p>
Cataluña	<p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)</p> <p>Enric Genescà</p> <p>Joan Lluís Capelleras</p> <p>Marc Fíguls</p> <p>Teresa Obis</p>	<p>Universitat Autònoma de Barcelona</p> <p>Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç.</p> <p>Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball</p> <p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p>
Castilla-La Mancha	<p>Universidad de Castilla-La Mancha</p>	<p>Juan J. Jiménez Moreno (Co-Director GEM-Castilla-La Mancha)</p> <p>Ángela González Moreno (Co-Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha)</p> <p>Francisco José Sáez Martínez</p> <p>Rafael Minami Suzuki</p> <p>Llanos López Muñoz</p> <p>Adrián Rabadán Guerra</p> <p>José M^o Ruiz Palomo</p> <p>M^o Cristina Díaz García</p>	<p>Universidad de Castilla-La Mancha</p> <p>Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha</p> <p>Fundación Globalcaja HXXII</p>
Castilla y León	<p>Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León</p> <p>INEA, Universidad Pontificia de Comillas</p>	<p>Nuria González Álvarez (Directora GEM-Castilla y León)</p> <p>Daniel Alonso Martínez</p> <p>Constantino García Ramos</p> <p>José Luis de Godos Díez</p> <p>Luis Gregorio Holguín Galarón</p> <p>Alberto Matellán Pinilla</p> <p>Félix Revilla Grande</p> <p>Carlos Ballesteros García</p> <p>Laura Sierra Moral</p>	<p>Universidad de León</p> <p>Universidad Pontificia de Comillas</p>

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Francisco Javier Blanco Encomienda	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	Universidad Autónoma de Madrid	Miguel Angoitia Grijalba (Director GEM-Madrid) Isidro de Pablo López Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Yolanda Bueno Hernández	Universidad Autónoma de Madrid Comunidad de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover M.ª José Alarcón García Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M.ª Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Generalitat Valenciana. Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo Fundación :LAB: Mediterráneo Air Nostrum Aligrupo Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Antonio Fernández Portillo (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Ricardo Hernández Mogollón Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Ángel Manuel Díaz Aunión Nuria Ramos Vecino Adelaida Ramos Mariño	Junta de Extremadura Diputación de Badajoz Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Tambo Campón & Martínez-Pereda Bodegas Habla Dehesa La Torrecilla Grupo Ros Multimedia

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) Emilio Ruzo Sanmartín ¹ Marta Portela Maseda ¹ Jacobó Feás Vázquez ¹ Lucía Rey Ares ¹ Pilar Piñeiro García ¹ Nuria Calvo Babío ² Ariadna Monje Amor ² Esther Barros Campello ² Alberto Vaquero García ³ Ernesto López-Valeiras Sampedro ³ Xavier Martínez Cobas ³ Yago Atrio Lema ¹ Guillermo Andrés Zapata Huamaní Mahsa Samsam	Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Xecretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia) ¹ Universidade de Santiago de Compostela (USC) ² Universidade da Coruña ³ Universidade de Vigo
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Dominguez Ortega (Coordinador Técnico GEM Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Lara Mata José Eduardo Rodríguez Osés Sergio Rodríguez-Garnica Andrés Morales	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) UNIR – La Universidad en Internet CaixaBank-Day ONE – Premios Emprende XXI Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA – GRUPO OJA JIG Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Jenny María Ruiz Jiménez Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín Matilde Ruiz Arroyo Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus	Universidad de Granada

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Nuria Nevers Esteban Lloret Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE CEIN Universidad de La Rioja University of Southern Denmark (SDU)	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra – CEIN
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Mikel Aberasturi Gomendio Aimar Basañez Zulueta Valery Chistov Nerea González Eguía Jon Hoyos Iruarizaga Rebeca Martín Diez Iñaki Peña Legazkue David Urbano Pulido Alaitz Zabala Zarauz	Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipuzkoa Diputación Foral de Araba FESIDE
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

PRÓLOGO

Nuria Montes de Diego
**Consellera de Innovación,
Industria, Comercio y Turismo**



Tras los duros tiempos vividos a raíz de la pandemia de la Covid 19 y los posteriores desafíos inflacionistas agravados por la invasión rusa de Ucrania, todo parece indicar que las perspectivas de relanzamiento económico son moderadamente positivas, pese a la incertidumbre aún existente.

Así, según los datos que se manejan en el informe GEM, que tengo el honor de prologar, en 2022, el 27,1% de los valencianos consideraba que existen oportunidades de negocio a seis meses vista, mejorando ligeramente el dato de 2021 (26,9%) que marcó el inicio de la mejora tras su desplome en 2020 (17,3%).

Sin duda, esos datos mejorarán en 2023, porque desde los poderes públicos tenemos la obligación de dar un apoyo decidido a las personas emprendedoras, generando un entorno amable para que puedan desarrollar su talento y su creatividad. Ello significa responder de manera completa y eficaz a sus necesidades.

En el informe GEM 2022 – 2023 se resaltan como condiciones necesarias para mejorar dicho entorno en la Comunitat Valenciana: 1) la adecuación de la oferta de fuentes de financiación para emprender, 2) los aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas y 3) como necesidad principal, la mejora de la orientación al emprendimiento en la educación primaria y secundaria.

Todo ello forma parte de nuestra acción en el Consell, como condiciones básicas e imprescindibles, así como también el refuerzo de nuestras empresas y emprendedores, con más conocimiento, digitalización e innovación, para incrementar la inversión en activos tangibles e intangibles, y en definitiva sobre la productividad.

Por supuesto, dichas políticas deben ir de la mano de políticas de acompañamiento al tejido emprendedor, para que los proyectos empresariales se afiancen y sean un motor generador de riqueza y empleo.

Por ello, el apoyo al talento es uno de los pilares estratégicos de nuestra acción de gobierno, junto con la formación continua, para poder desarrollar todas las capacidades con las que contamos en nuestro territorio.

Porque es imprescindible fomentar un emprendimiento como un proceso permanente de innovación y mejora que permita la consolidación y la supervivencia de los proyectos emprendedores en el medio y largo plazo.

Termino estas palabras con mi agradecimiento a esta iniciativa del proyecto GEM, que permite conocer, seguir y evaluar la realidad del emprendimiento, lo cual es fundamental para que aprovechemos todo su potencial de desarrollo y creación de bienestar.

Nuria Montes de Diego
Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo

PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES

En los 19 años que llevamos analizando el emprendimiento en nuestra Comunidad Valenciana, hemos tenido la oportunidad de ver cómo el entorno a veces positivo y otras no tanto, ha ido modulando la situación emprendedora, evidenciando sus necesidades, obstáculos o frenos, pero también los datos de nuestro observatorio del emprendimiento nos vienen mostrando las fortalezas, capacidades y oportunidades emprendedoras de nuestra Comunidad, que se mantienen y son consistentes en el tiempo.

Este año, los resultados del Informe GEM 2022-2023, provenientes tanto de la encuesta que hemos realizado a la población, como de las valoraciones de las condiciones de entorno realizadas por el panel experto, se ven lógicamente condicionadas por el complejo contexto internacional y por el momento de cambio que vive nuestra sociedad. Así, los indicadores que cuantifican el emprendimiento, pero también aquellos que caracterizan la calidad y tipología de las actividades emprendedoras que se desarrollan, muestran cómo se van recuperando niveles previos a la pandemia, pero también cómo las características de esos emprendimientos tienen todavía un razonable potencial de mejora.

Como en anteriores ediciones, este informe está organizado en tres partes diferenciadas. En la primera estudiamos valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población; la segunda se centra en la actividad emprendedora y sus características, cuantificando las iniciativas puestas en marcha, y la identificación del perfil de las personas emprendedoras y sus actividades; y la tercera trata las condiciones del entorno en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

A la vista de la serie de datos que hemos ido recogiendo en todos estos años, estamos convencidos de que la Comunidad Valenciana tiene un tejido emprendedor consolidado, resiliente, con una enorme capacidad de adaptación y un claro compromiso y responsabilidad con la sociedad. Un tejido emprendedor que debemos cuidar entre todos y procurarle unas cada vez mejores condiciones para emprender, crecer y consolidarse, porque de ello depende no solo la actividad individual como empresa, sino también su contribución a generar riqueza y empleo, algo fundamental para nuestra sociedad y que no podemos obviar.

Como decíamos, llevamos 19 años de observatorio emprendedor, publicando cada año un nuevo Informe GEM de la Comunidad Valenciana, informes que se han convertido, y nos orgullece de ello, en una herramienta fundamental, que aporta una medida fiable y amplia sobre el emprendimiento, con datos históricos de evolución al servicio del ecosistema emprendedor y de toda la sociedad valenciana, para caracterizar la actividad emprendedora que viene desarrollándose, tomar el pulso a las condiciones de entorno, obtener una visión completa, detallada y actual del estado de situación, y facilitar el diseño de políticas y estrategias eficaces, que apoyen y fomenten el emprendimiento en nuestra región.

En este Observatorio Global Entrepreneurship - Comunidad Valenciana estamos implicados un grupo de investigadores de la Universidad Miguel Hernández de Elche y a su vez forma parte del Observatorio del Emprendimiento de España, el cual actualmente aglutina a casi 160 investigadores de más de 25 universidades y 80 instituciones. A nivel mundial, el consorcio internacional GEM, durante sus casi 25 años de existencia, ha desarrollado informes para más de 120 economías alrededor del mundo, lo que lo convierte en el estudio internacional sobre emprendimiento más extenso, con más países involucrados en describir el fenómeno y su entorno, y con una misma metodología común que permite las comparaciones.

Pero todo esto no sería posible si no hubiéramos encontrado en el camino a magníficos compañeros de viaje que han sabido ver y entender nuestro proyecto y el valor del trabajo que llevamos a cabo. No tendríamos suficiente espacio para agradecer el apoyo prestado por innumerables agentes del ecosistema emprendedor que forman o han formado parte de nuestro panel de agentes expertos, empresas e instituciones, y por supuesto el colectivo emprendedor actual y futuro y todas las personas entrevistadas, más de 1.000 cada año, que nos brindan su ayuda desinteresada. Particularmente queremos mostrar nuestra gratitud a la Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo y a la Fundación LAB Mediterráneo por su especial implicación para que este Informe pueda estar hoy en sus manos.

Únicamente nos resta invitarle a seguir leyendo este nuevo Informe GEM 2022-2023, con el deseo de que le ayude a conocer mejor la situación del emprendimiento en nuestra Comunidad Valenciana.

Equipo GEM Comunidad Valenciana
Universidad Miguel Hernández de Elche

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 1999 está desarrollando su actividad en informes de ámbito global, nacional, regional y local, y el número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando desde su primera edición. En números, GEM cuenta con 24 años de andadura, lo que significa 24 años de datos, en los que de forma acumulada, se han analizado más de 120 economías alrededor del mundo y se ha entrevistado a más de cuatro millones de personas. Esta red cuenta con más de 500 especialistas de investigación en emprendimiento de más de 300 instituciones académicas, y más de 200 instituciones colaboradoras. Todo ello hace de GEM el más extenso estudio en torno al emprendimiento en el mundo.

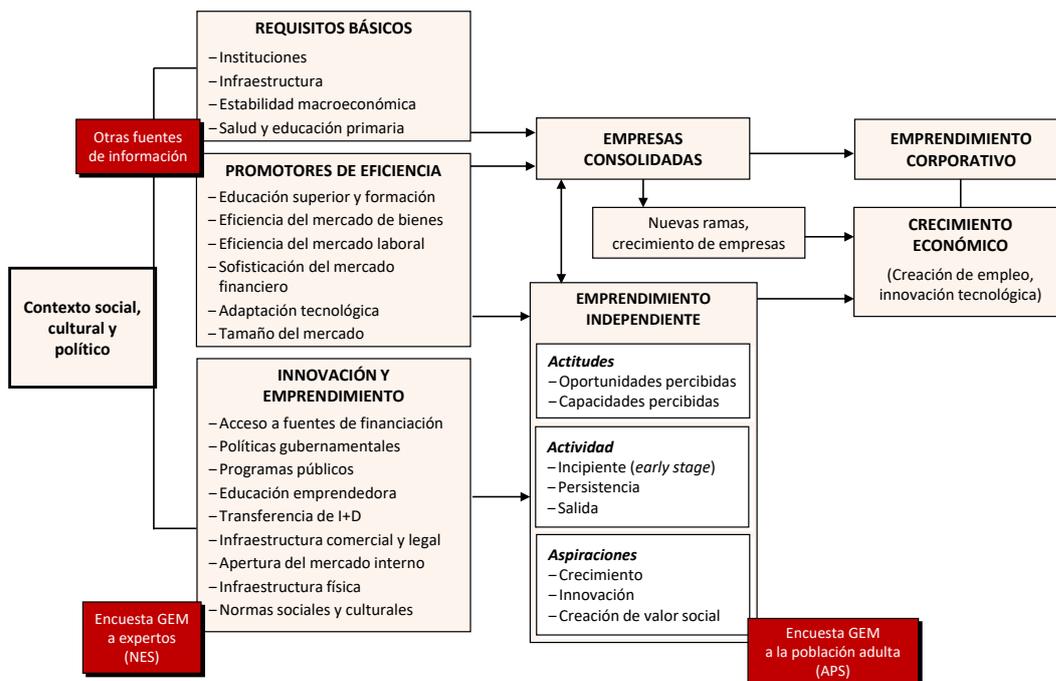
La actual edición 2022-2023 cuenta con la participación de 49 países, en los que se ha recogido información sobre la actividad emprendedora, entrevistando a más de 170.000 personas, y además se han evaluado las condiciones de entorno para emprender en 52 países, empleando paneles expertos nacionales y regionales.

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, casi 170 personas investigando el fenómeno emprendedor, 25 universidades y más de 80 instituciones colaboradoras. En concreto, el equipo GEM formado por un grupo de investigación de la Universidad Miguel Hernández, lleva 19 años desarrollando el informe anual de la Comunidad Valenciana, 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.

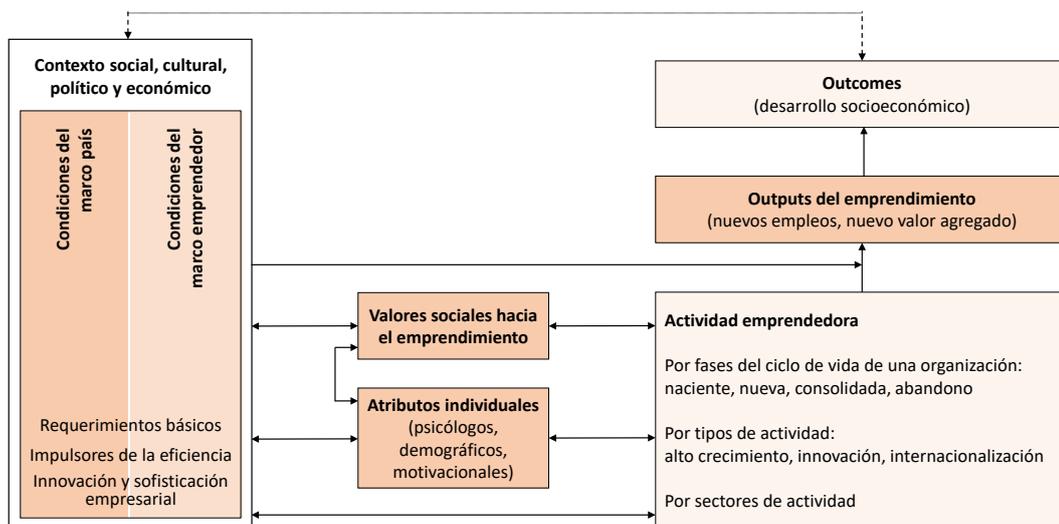
Así, los informes generados a través de GEM se configuran como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, asentada sobre la base de un sólido modelo teórico, que se ha ido perfeccionando en el seno del consorcio investigador con el transcurso del tiempo, y que se nutre empíricamente de diversas fuentes de información, tanto primarias (encuestas APS y NES, comentadas más adelante), como complementarias. La figura 1 describe la estructura del actual marco teórico.

Figura 1. Marco teórico GEM.



Este marco teórico se complementa con un marco conceptual que establece un modelo de relaciones entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella (figura 2), y que considera que el proceso emprendedor participa en un círculo endógeno de desarrollo económico y social.

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, su capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre ésta, y las distintas condiciones del entorno en el que se encuentra, siendo por tanto el resultado de la confluencia individuo-entorno.

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 comienzo de las operaciones y 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.

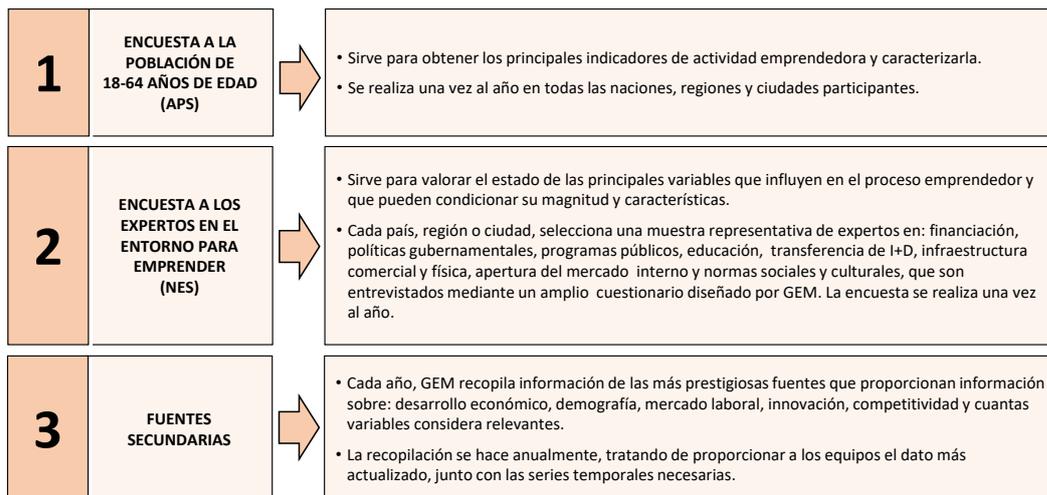
Así entendido en el seno del consorcio GEM, la figura 3 recoge este proceso emprendedor en las citadas etapas, que abarcan desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender (emprendimiento potencial) hasta la puesta en marcha (emprendimiento naciente), desarrollo (emprendimiento nuevo) y consolidación de la actividad emprendedora (empresa consolidada).

Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según 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

En este apartado, se presentan un conjunto de indicadores destacados del Informe GEM Comunidad Valenciana, presentados en forma de cuadro de mando o Balanced Scorecard. Estos indicadores nos permiten obtener una visión general del estado del emprendimiento en la región durante el tercer trimestre de 2022 y compararlo con los resultados del año anterior, lo que ofrece una síntesis de aspectos relevantes de la evolución reciente del emprendimiento en la Comunidad Valenciana.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2021	2022
Percibe buenas oportunidades para emprender	26,9%	27,1%
Dispone de red social emprendedora	42,0%	42,5%
Se auto-reconoce habilidades y conocimientos para emprender	49,8%	48,9%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	54,5%	55,9%
Involucración en el proceso emprendedor (% población 18-64 años)	2021	2022
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	8,4%	8,3%
Actividad emprendedora incipiente hasta 42 meses (TEA)	5,3%	6,8%
Actividad consolidada (más de 42 meses)	6,7%	5,9%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	2,5%	2,5%
Ha proporcionado inversión informal	3,2%	2,6%

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 10)	2021	2022
Acceso a infraestructura física	6,8	6,5
Acceso a infraestructura comercial y profesional	6,0	5,8
Programas públicos de apoyo	5,8	5,6
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	5,2	5,5
Normas sociales y culturales	5,1	4,9
Barreras de acceso al mercado interno	4,8	4,6
Financiación, facilidad para conseguirla	4,5	4,6
Transferencia de I + D	4,5	4,5
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,5	4,4
Financiación, suficiente para emprender	4,4	4,1
Políticas fiscales y burocracia administrativa	4,4	4,0
Dinámica del mercado interno	3,5	3,8
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	3,2	3,2
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)	4,8	4,7

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

El desarrollo de conductas emprendedoras, así como la decisión que conlleva la puesta en marcha de iniciativas de negocio, están condicionados por múltiples variables, entre las que destacan más allá de elementos objetivos, algunas características de carácter subjetivo, como son los valores, percepciones y actitudes emprendedoras.

Los datos GEM indican que, en 2022, el 27,1% de la población de la Comunidad Valenciana considera que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje se mantiene y consolida el registro alcanzado el año anterior (26,9%), que marcó el inicio de la recuperación de esta variable después de que el dato se desplomara en 2020 (17,3%) debido a la irrupción de la pandemia de COVID-19.

Respecto al auto-reconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que cerca de la mitad de la población (48,9%) considera que posee los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un proyecto empresarial, lo que representa un dato que sigue moviéndose en porcentajes muy similares a los de años anteriores.

El porcentaje de población que reconoce el miedo al fracaso, como un obstáculo en el proceso emprendedor, y que podría llegar a inhibir el mismo, se mantiene apenas algo más elevado que en 2021 (55,9% frente a 54,5%), siendo en cualquier caso considerablemente menor al alcanzado en 2020 (66,1%), y en valores cercanos a los de 2019, antes del inicio de la crisis sanitaria.

El porcentaje de población que cuenta con una red de personas emprendedoras en su círculo cercano se incrementa en medio punto sobre el año anterior, alcanzando el 42,5% de la población. Este dato supone una mejora de 7,1 puntos en comparación con el registrado en 2020, cuando se produjo un fuerte descenso.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En el tercer trimestre de 2022, el porcentaje de personas que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista asciende a un 8,3%, prácticamente manteniendo el dato del año anterior (8,4%) tras la abrupta caída sufrida en 2020 (5,2%) que llevó al valor más bajo del registro histórico. Este nuevo dato parece abundar en la recuperación intuida en 2021, tras el frenazo que supuso la incertidumbre y volatilidad introducidas por la crisis sanitaria y económica derivada.

Además, un 6,8% de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encontraba, en junio-septiembre de 2022, involucrada en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento. Este registro supone un fuerte incremento que supera en 1,5 puntos al porcentaje recogido en 2021, encadenando de este modo cinco años consecutivos de crecimiento, lo que parece consolidar así una positiva evolución para llegar a un dato que es el segundo más elevado de registro histórico de los últimos 15 años, apenas una décima por debajo del obtenido en 2011 (6,9%), y solo inferior a los registros de los años previos a la crisis de 2008.

En este contexto, aunque la motivación más frecuentemente aludida para emprender es la ausencia de otras alternativas laborales (72,4% entre las personas involucradas en esas actividades emprendedoras), el dato supone un descenso de unos 9 puntos respecto al recogido en 2021, aunque todavía por encima del correspondiente a 2020 (62,7%).

Por otra parte, un 5,9% de la población adulta en la Comunidad Valenciana fue identificada como perteneciente al empresariado consolidado, lo que significa volver a datos similares a los recogidos en 2019 y 2020 (sendos 6,1%) tras el repunte registrado en 2021 (6,7%).

Por último, el porcentaje de población que, en 2022, afirma haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores se mantiene en un 2,5%, como en 2021. Sin embargo, en más de la mitad de casos el negocio ha continuado en otras manos, por lo que la tasa real de cierres sería del 1,2% (1,6% en 2021).

Perfil socio-económico de las personas emprendedoras

Los datos correspondientes a 2022 muestran que el perfil medio de las personas involucradas en actividades empresariales con menos de 42 meses en el mercado (TEA) corresponde a una mujer en el 52,9% de los casos, con una edad promedio cercana a los 42 años. Además, en el 39,2% de los casos cuenta con estudios superiores y en un 79,7% dispone de alguna variedad de formación específica para emprender.

De este modo este perfil sigue siendo prácticamente el mismo que el encontrado en 2021, a partir de la recuperación tras la pandemia sanitaria, si bien se capta en 2022 una mayor presencia de personas emprendedoras con estudios superiores.

Características de las actividades emprendedoras

Sobre el total de actividad emprendedora incipiente registrada (menos de 42 meses de operatividad), el 91,4% de las iniciativas se orienta al sector servicios (50,7% al consumo y 40,7% a servicios a empresas), reflejando una terciarización de la economía, en los datos 2022 mucho más acusada que en años anteriores.

En relación a la propiedad, en 2022 son cerca de dos terceras partes (65,4%) los emprendimientos incipientes con una sola persona propietaria del negocio, esto es, emprendiendo en solitario, lo que constituye el mayor dato desde 2009.

Respecto a la dimensión del empleo generado por las iniciativas con hasta 42 meses de operativa en 2022, en la Comunidad Valenciana sigue siendo mayoritaria la presencia de iniciativas con hasta un máximo de cinco empleos, que en esta ocasión suponen un 88,9% del total. Además, este dato incluye un 42% de iniciativas que no generan más empleo que el de la persona propietaria, superior en 7 puntos al dato 2021.

La orientación exportadora de las actividades emprendedoras en fase incipiente (hasta 42 meses) se ha reducido ligeramente respecto a 2021, año en el que se recuperaron los datos de comercio exterior tras las dificultades de acceso a mercados exteriores provocadas por la pandemia. Los datos indican que, en 2022, un 29,9% de estas actividades exportan, y en particular el 4,4% realizan más del 75% de sus ventas en el exterior.

Respecto a la orientación innovadora de las iniciativas, un 14,7% se reconoce ubicada en sectores de media o alta tecnología, un 26,6% afirma haber realizado innovaciones en producto/servicio en el último año y un 30,2% en procesos o tecnologías.

En relación a la adopción de tecnologías digitales, un 29,1% de las iniciativas en fase incipiente afirman haberlo hecho como respuesta a la crisis sanitaria para la comercialización de sus productos y servicios, y un 35,9% manifiestan haber modificado o ampliado las estrategias que tenían planificadas previamente. Además, casi tres cuartas partes (73,2%) contemplan a futuro la expectativa de ampliar la intensidad de uso de estas tecnologías.

En cuanto a la sostenibilidad de las iniciativas incipientes, un 53,6% afirma priorizar en sus estrategias, el impacto social y/o medioambiental que la actividad de sus negocios pueda tener. A nivel operativo, un 60,2% reconoce haber desarrollado acciones para minimizar o reducir el impacto medioambiental de sus iniciativas y un 34,6% acciones relacionadas con el impacto social.

Sobre las necesidades financieras de las iniciativas nacientes en 2022 (aquellas en sus primeros 3 meses de actividad), no es posible concluir respecto a la situación detectada en 2021. Así, si bien la dispersión de las respuestas recabadas impide ofrecer claramente un valor representativo, la mitad de los emprendimientos tienen unas necesidades de hasta 10.000 €, que es además el valor más frecuentemente declarado por las personas emprendedoras.

Estas necesidades de capital semilla para la puesta en marcha, son cubiertas en parte (38,7%) por sus ahorros personales, un 29% recurre a familiares y amistades, un 13,8% se beneficia de subvenciones o ayudas públicas; y el recurso a bancos e instituciones financieras sigue descendiendo, pasando a suponer un 11,3%. La figura del inversor informal se reconoce en un 2,6% de la población, estando la aportación más habitual en torno a los 10.000 €. Con todo, respecto a 2021, parecen mantenerse las necesidades medias de capital, se reduce la financiación bancaria, y se vuelve a incrementar ligeramente la presencia de la financiación informal, recurriéndose más a ahorros, familia y amigos.

Condiciones de entorno

Adicionalmente a la información obtenida por la encuesta de población adulta, un panel integrado por personas emprendedoras y agentes procedentes de diferentes ámbitos relacionados con el emprendimiento y el ecosistema emprendedor valora la situación general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora. En 2022 el juicio realizado sobre las condiciones de entorno resulta en una ordenación que sigue manteniéndose como en 2021.

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

Además, juzgan como muy cercanas a la adecuación, la valoración del emprendimiento desde las normas socio-culturales de la región, el grado de apertura del mercado interno, las posibilidades de acceso a financiación, las condiciones relativas a la transferencia de I+D, y las políticas de apoyo hacia el emprendimiento desarrolladas en la Comunidad Valenciana.

Se resaltan como condiciones necesitadas de mejora, la suficiencia y adecuación de la oferta de fuentes de financiación para emprender, y los aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas.

Por último, se juzga como condiciones más desfavorables la dinámica del mercado interno, y especialmente, como condición necesitada de actuación prioritaria y peor valorada con diferencia, la referida a la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria en la Comunidad Valenciana.

Tras dos años consecutivos (2019 y 2020) en que el grupo experto ha ido incrementando sus valoraciones medias sobre las condiciones del entorno, y un año -2021- en que la valoración se mantuvo similar a la de 2020, nuevamente en 2022, el grupo experto mantiene estable su valoración global sobre el entorno específico para emprender.

CAPITULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN

1.1 Introducción

El desarrollo del espíritu emprendedor en una región está influenciado por una amplia variedad de factores que afectan tanto a las personas como al lanzamiento de nuevas empresas. Además de aspectos específicos como la experiencia laboral, la situación laboral y la educación, hay otros factores más subjetivos como los valores, percepciones y actitudes emprendedoras que pueden afectar el desarrollo de comportamientos y conductas emprendedoras y, por lo tanto, pueden facilitar o dificultar el inicio y lanzamiento de nuevas iniciativas.

Este capítulo analiza los valores, percepciones y actitudes de la población de la Comunidad Valenciana en relación con el emprendimiento, tanto para la población en general como para aquellos involucrados en el proceso de creación de empresas. Las variables examinadas incluyen la percepción de buenas oportunidades para emprender en el corto plazo, la percepción de tener las habilidades necesarias para hacerlo, la disponibilidad de una red social emprendedora y el miedo al fracaso como posible obstáculo para el desarrollo de una conducta emprendedora.

1.2 Percepción de oportunidades

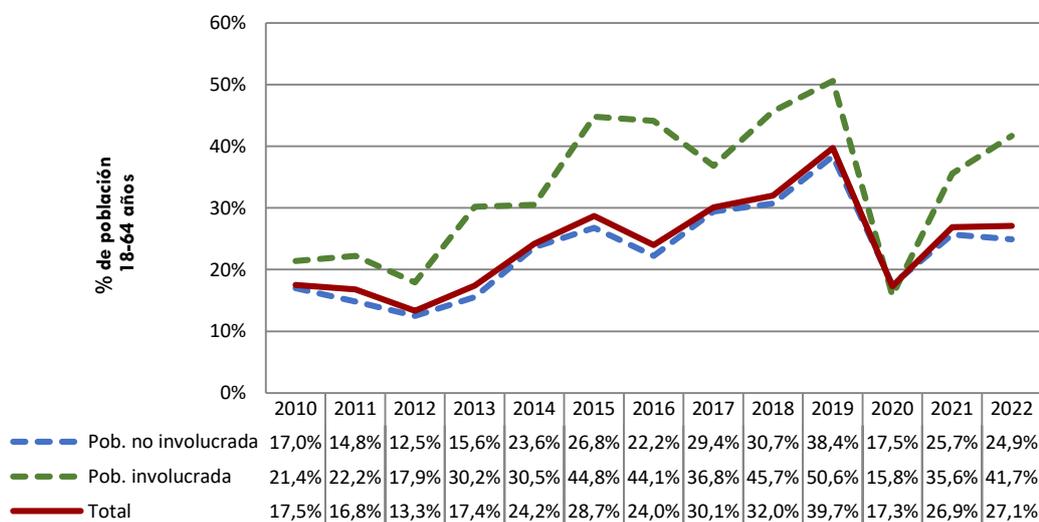
La identificación de una oportunidad de negocio, ya sea buscada proactivamente o encontrada como salida a una situación difícil, es un elemento clave en cualquier proceso emprendedor. Además de la motivación, que se analizará en otra sección, en este apartado se presentan los resultados de la opinión de las personas entrevistadas en la encuesta APS GEM, sobre la existencia de buenas oportunidades para emprender en el corto plazo.

Los datos muestran que, en el tercer trimestre de 2022, un 27,1% de la población de la Comunidad Valenciana ve buenas oportunidades para emprender en los siguientes seis meses. Este porcentaje implica mantener la tendencia de recuperación de 2021 (26,9%), después del fuerte descenso que se recogió, en 2020.

Así pues, aunque todavía no se consigue llegar al dato de 2019 (39,7%, máximo en el período observado antes de la aparición de la Covid-19), la magnitud del incremento recogido en 2021, de casi 10 puntos, pareció evidenciar una cierta recuperación de la confianza que, en 2022, ha logrado mantenerse a pesar de la situación de incertidumbre que se viene arrastrando por la guerra en Ucrania.

Además, hay que destacar que al desglosar este indicador, mientras entre la población no involucrada en el proceso emprendedor se registra un ligero descenso de 0,8 puntos, sin embargo, dentro del colectivo emprendedor hay un aumento de más de seis puntos, lo que supone un positivo indicador de la confianza en el futuro para las oportunidades de emprendimiento a corto plazo; como decimos, pese al conflicto de Ucrania, con sus efectos económicos a nivel internacional y local, y los elevados niveles de incertidumbre asociados. Por ello, creemos que esto puede seguir considerándose, como se mencionaba en el informe del pasado año, un claro indicador de la recuperación de la confianza emprendedora en la Comunidad Valenciana.

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



1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

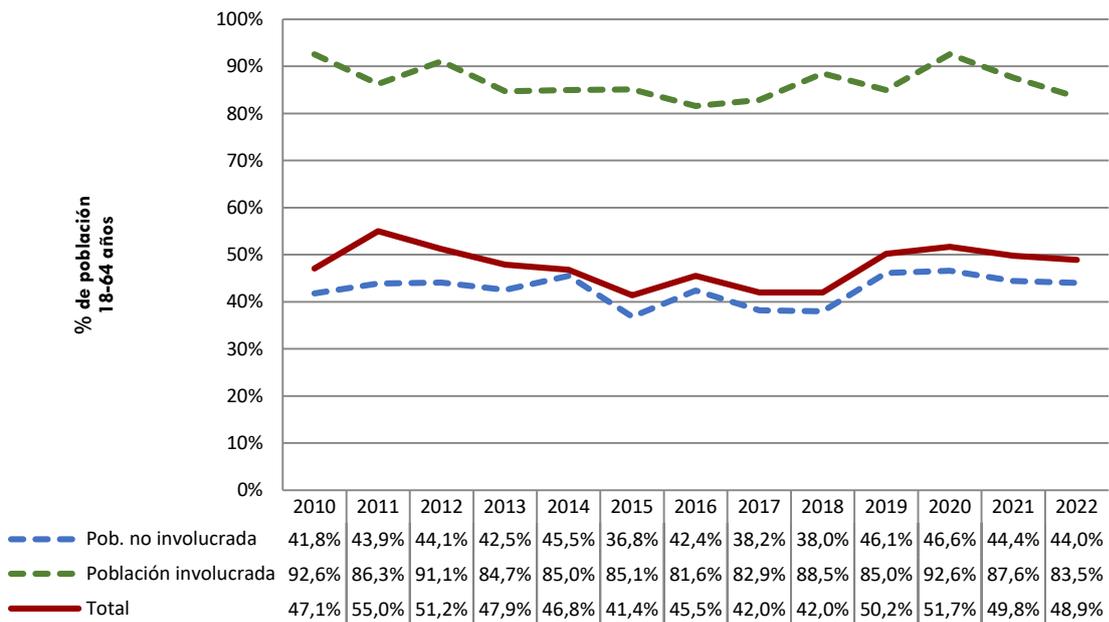
En el comienzo del proceso emprendedor, no solo se encuentra la detección de oportunidades de negocio por parte de la persona, sino también el sentimiento de ésta de que está capacitada para afrontar un proceso de estas características. Es también un elemento subjetivo, independiente del nivel de formación académica que tenga o de su formación específica. Se trata de su propia percepción individual y confianza personal respecto a sus conocimientos y habilidades, y resulta un factor clave de influencia para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que esta percepción se relaciona con el sentimiento de factibilidad o viabilidad de que se puede crear un negocio.

De hecho, la fuerte asociación a comportamientos emprendedores de esta percepción, denominada también “autoeficacia percibida”, se puede apreciar a lo largo de todo el período de análisis (figura 6). En concreto, y comparándola con el resto de elementos analizados en este capítulo, resulta la que mayor diferencia muestra entre el colectivo emprendedor y el no emprendedor, con porcentajes que casi duplican en el primer caso al segundo,

manteniéndose además mucho más constante, independientemente de los cambios del entorno económico y del contexto emprendedor.

En 2022 se sigue mostrando, como en el resto de años, este hecho. En la Comunidad Valenciana, los datos obtenidos indican que cerca de la mitad de la población (48,9%) cree que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para afrontar la creación de un proyecto empresarial, en la línea de los cuatro últimos años analizados, con un ligero descenso de 0,9 puntos respecto a 2021. Por segmentos de población, esta variación se observa tanto en la población involucrada como en el resto, aunque ha sido algo más pronunciada entre el grupo emprendedor, y en cuanto a porcentajes de población convencida de su autoeficacia, el obtenido en la población involucrada (83,5%) se encuentra cerca de doblar al de la población no implicada en el proceso (44%).

Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).



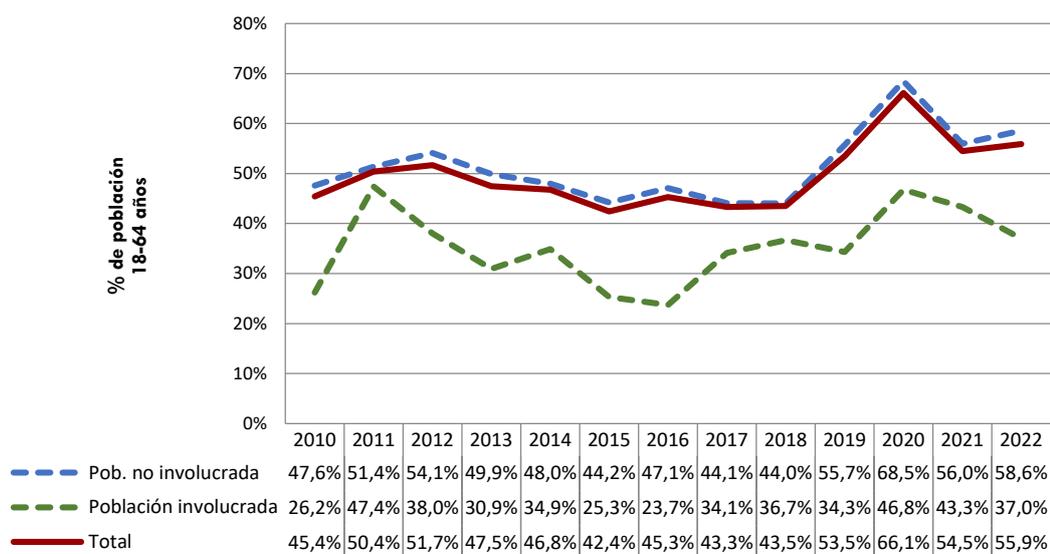
Como venimos señalando en anteriores informes, de este modo, y al igual que sucede con los datos para el conjunto de España, aunque la incertidumbre generada por la pandemia en sus primeros meses sí afectó notablemente a la percepción de oportunidades, igual que a su gradual disminución, no ha

sido así con la percepción de capacidad emprendedora, que se mantiene durante todo el período alrededor del 50%, mostrándose menos dependiente del contexto.

1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

Cualquier iniciativa de negocio se encuentra sujeta a resultados inciertos y a operar bajo ciertas dosis de riesgo. La aversión al riesgo de la población, en cuanto barrera que pueda inhibir comportamientos emprendedores, se recoge en GEM como temor al fracaso.

Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).



En este sentido, en cuanto a la evolución reciente de este indicador, los datos recogidos en 2021 (54,5%) evidenciaron un retorno a percepciones similares a las de 2019, tras el fuerte incremento de 2020 provocado por la pandemia sanitaria. Ahora, en 2022, y dentro de un contexto económico sujeto a incrementos de costes y precios de todo tipo y a niveles de incertidumbre que hacen difíciles las previsiones incluso a corto plazo, son un 55,9% de la población adulta entrevistada la que considera que la posibilidad de fracaso

constituiría en su caso un impedimento para emprender, lo que supone un incremento respecto a 2021 de 1,4 puntos.

Sin embargo, esta evolución es diferente en función del colectivo que consideremos. Así, es entre las personas no involucradas en actuaciones emprendedoras entre las que se observa un mayor miedo a un posible fracaso de las iniciativas como factor limitante de los comportamientos emprendedores (incremento de 2,6 puntos), mientras que entre la población emprendedora hay un descenso de 6,3 puntos respecto a 2021, lo que nuevamente muestra un indicador de confianza de las personas protagonistas del proceso emprendedor en la disposición de herramientas y un ecosistema que puede permitir hacer frente a la incertidumbre del contexto.

En cualquier caso, el dato recogido en la población no directamente vinculada a procesos emprendedores deja claro que el miedo al fracaso supone, al igual que la percepción de oportunidades, una variable altamente sensible a la evolución de los entornos y a la incertidumbre asociada a los mismos.

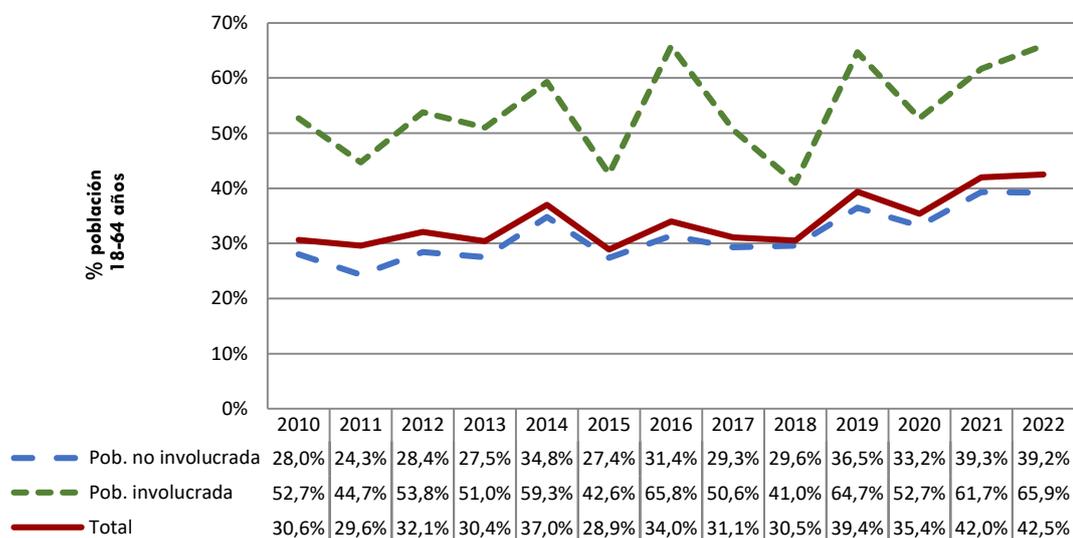
1.5 Disponibilidad de red social emprendedora

Contar entre las personas cercanas y conocidas con individuos emprendedores, que hayan puesto sus empresas en marcha recientemente, es reconocido como un elemento que contribuye al desarrollo de nuevas iniciativas, en cuanto que proporciona la posibilidad de interactuar con quienes ya han comenzado su actividad empresarial, y facilita ejemplos a los que seguir que, a su vez, pueden inducir nuevos comportamientos emprendedores.

Así, además del reconocimiento de oportunidades, la confianza en las propias capacidades, o el grado de aversión al riesgo, el capital social con el que se cuenta puede llegar a resultar un elemento clave en la involucración en comportamientos emprendedores.

La información recogida al respecto para 2022 en la Comunidad Valenciana indica que, tras el descenso de 2020, asociado a la irrupción de la crisis sanitaria, y la fuerte recuperación de los porcentajes en 2021, en 2022 se afianza este indicador de capital social, el cual sigue manteniéndose con un leve incremento (figura 8).

Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).



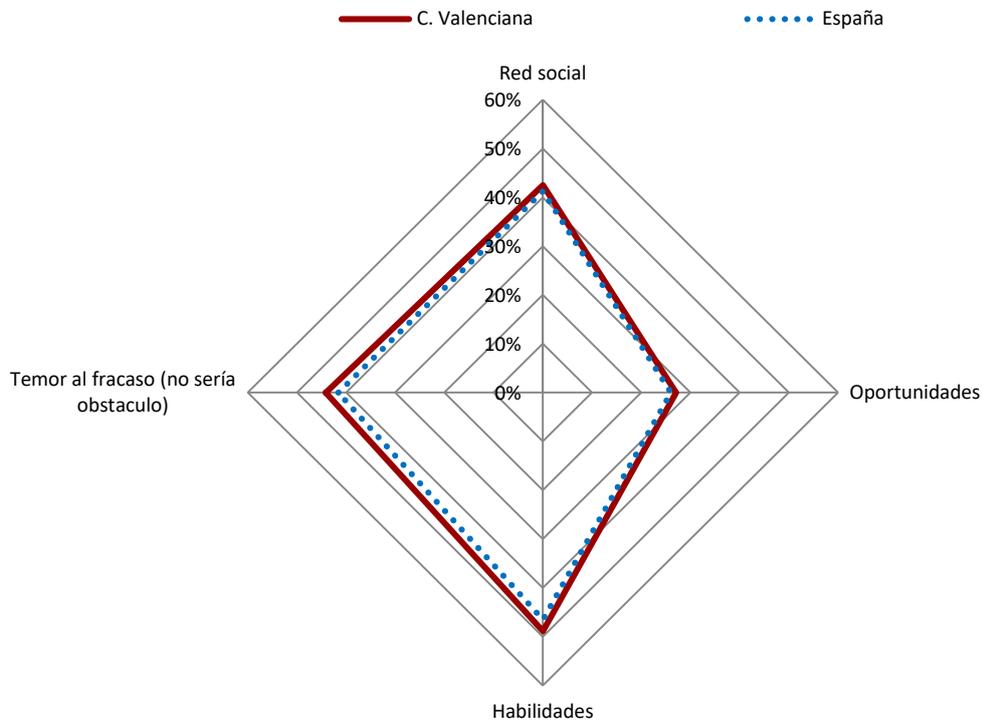
De este modo, y a nivel agregado, un 42,5% de la población afirma contar con la presencia de personas emprendedoras en su círculo social cercano, lo que supone medio punto sobre los datos de 2021, que se habían incrementado 6,6 puntos sobre 2020.

De manera similar a lo que ocurre con las percepciones analizadas anteriormente, la evolución del dato es más positiva entre el colectivo emprendedor. Así, mientras que entre las personas involucradas en el proceso el incremento es de 4,2 puntos, entre las ajenas al mismo prácticamente se mantiene el dato del año anterior. De este modo, comparativamente hablando, la presencia de red social emprendedora sigue siendo superior entre el colectivo emprendedor (65,9%) que entre la población no involucrada (39,2%).

1.6 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

Como cierre a este capítulo, la figura 9 recoge los ítems analizados en relación a valores, percepciones y actitudes de la población adulta para la Comunidad Valenciana, posicionándolos en relación a los datos promedio de España, observándose, dentro de la similitud, valores levemente superiores para la Comunidad.

Figura 9. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.



CAPITULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

En GEM se considera que el proceso de puesta en marcha y desarrollo de una actividad emprendedora conlleva el paso por una serie de etapas o fases, que vienen recogidas de forma esquemática en la figura 10.

Estas etapas se definen operativamente del siguiente modo:

- (1) actividad emprendedora o TEA (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas¹ cuya operatividad –medida por el pago de salarios de cualquier tipo– no supera los 42 meses²); 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) emprendimiento potencial (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, medido como porcentaje sobre la población adulta).

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

² A efectos operativos, en todos los casos y etapas se miden los meses durante los cuales se llevan pagando salarios.

2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor

De acuerdo con el proceso antes indicado de puesta en marcha y desarrollo de una iniciativa de negocio, las etapas del proceso emprendedor se inician con la “intención emprendedora”, medida en GEM a través de las personas consideradas como “empreendedoras potenciales”, pasando a continuación a una etapa de actividad emprendedora inicial o temprana, relacionada con la puesta en marcha, denominada “actividad naciente”. Seguidamente, se pasa por una etapa denominada “actividad nueva” y posteriormente se 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.

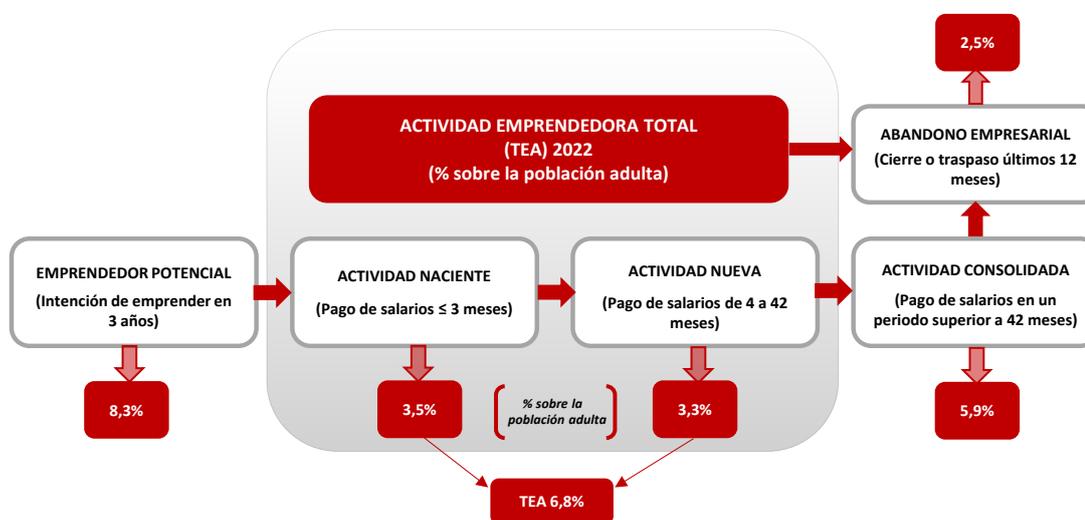
La figura 10 muestra una perspectiva general de las etapas del proceso emprendedor consideradas.

Figura 10. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.



GEM recoge los datos de los componentes del proceso emprendedor en un momento específico del tiempo, mediante el cálculo de los porcentajes de población adulta que participan en cada etapa de dicho proceso. La figura 11 presenta los resultados de los indicadores del proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2022, mostrando los porcentajes de población que se encuentran en cada una de sus etapas. Respecto a 2021, los porcentajes de personas involucradas en cada una de las fases del proceso emprendedor han registrado una evolución diferente, que será comentada a continuación y en secciones posteriores de ese capítulo.

Figura 11. Tasas de involucración 2022 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



La tasa de actividad emprendedora total TEA (tasa de emprendimiento reciente o incipiente) es tradicionalmente considerado el indicador principal en GEM. De acuerdo con los datos, se situó en 2022 en un 6,8%, lo que se traduce en que casi siete de cada 100 personas de la Comunidad Valenciana, de entre 18 y 64 años, estaban involucradas en la fase central del proceso emprendedor, es decir, en actividades emprendedoras con hasta 42 meses de funcionamiento entre junio y septiembre de 2022.

Como antes se ha indicado, dentro de la composición de este índice, podemos diferenciar dos grupos de personas en función de su profundización en el proceso emprendedor. Así, respecto a esta TEA de 6,8%, más de la mitad de las personas, en concreto un 3,5%, se encontraban desarrollando una “actividad naciente”, esto es, tratando de poner en marcha su iniciativa (se encontraban dentro de los tres primeros meses); mientras que el resto, un 3,3% se hallaban involucradas en una “actividad nueva”, es decir, estaban buscando hacerse un hueco en el mercado (habían sobrepasado la etapa “naciente”, y llevaban entre 3 y 42 meses en funcionamiento).

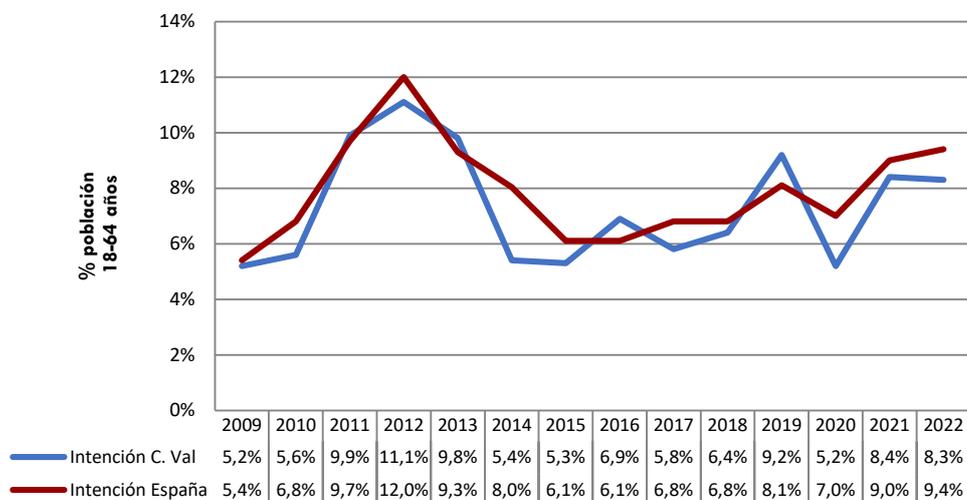
Adicionalmente a este indicador central, podemos hablar de los que nos muestran las etapas anterior y posterior a la fase TEA. Así, la encuesta GEM identifica, en la Comunidad Valenciana, que un 8,3% de la población adulta se encuentra en la fase previa denominada emprendimiento potencial, donde encontramos personas en una etapa embrionaria, en la que se desarrolla la intención de poner en marcha un negocio. Por otro lado, en el otro extremo

del proceso, tendríamos el colectivo de quienes han visto consolidar sus iniciativas (cuentan ya con más de 42 meses de operatividad), y que alcanza a un 6% de la población adulta. Adicionalmente, la figura 11 ofrece también el porcentaje de quienes han abandonado una actividad, que se sitúa en un 2,5%, si bien una fracción de este porcentaje no ha supuesto cierres definitivos, como veremos posteriormente.

2.3 Evolución de la intención emprendedora

La intención emprendedora, en tanto que declaración de un propósito a medio plazo, supone tradicionalmente una conducta especialmente afectada en períodos de alta incertidumbre y volatilidad, lo que viene manifestado en el correspondiente indicador elaborado al respecto.

Figura 12. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).



La evolución histórica de este indicador se ha visto afectada por la volatilidad y la incertidumbre propiciada por el pasado período de la crisis económica de 2008 y los elevados niveles de desempleo alcanzados, así como también por su posterior recuperación, e igualmente este indicador se ha visto condicionado durante la nueva crisis actual, tanto en su inicio en 2020 como en su aparente mejora en 2021.

En efecto, tal como se recoge en la figura 12, con el inicio de la crisis económica y su profundización, la tasa de intencionalidad fue 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 recogió la tasa más alta del histórico de datos. En este sentido, y con las lógicas diferencias, la evolución, en líneas generales, fue muy similar a la recogida en el conjunto de España.

A partir de dicho punto la tasa volvió 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 2019 recoger un fuerte incremento nuevamente, de casi tres puntos, que llevó el porcentaje hasta un 9,2%. Posteriormente, el dato 2020 manifestó nuevamente esa alta afección por la volatilidad y la incertidumbre que este indicador muestra, cayendo abruptamente hasta un 5,2%, para recuperarse en 2021, ascendiendo a un 8,4%.

Así, se llega a 2022, año en el que el porcentaje de personas que manifestaron su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista, prácticamente se mantuvo, con un registro del 8,3% de la población adulta, mostrando su solidez pese al grave cambio de las condiciones económicas a nivel internacional y local, así como la elevada incertidumbre, inducidas por la guerra de Ucrania.

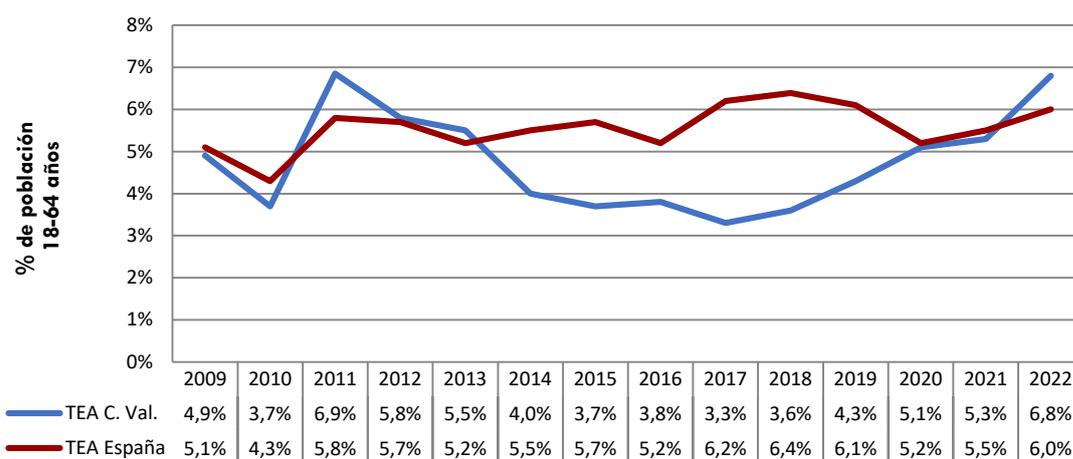
2.4 Evolución de la actividad emprendedora reciente

El indicador TEA, asociado a la actividad emprendedora reciente, situada en la etapa central del proceso emprendedor antes mostrado en la figura 11, recoge el porcentaje de población entre 18 y 64 años involucrada en actividades de hasta 42 meses de operatividad. Este dato ha ascendido en 2022 a un 6,8%, lo que supone el valor más elevado desde 2011 en la Comunidad Valenciana, tras el valor registrado en 2021, que a su vez se había convertido en el más elevado desde 2013.

Su evolución en el tiempo se recoge en la figura 13a, la cual muestra la serie histórica de datos de esta ratio desde el año 2009. Como se puede observar, tras el mínimo alcanzado en 2010 y el fuerte repunte recogido en 2011, esta magnitud ha venido continuamente recogiendo datos en descenso desde los

momentos centrales de la anterior crisis económica, hasta que en 2018 se registró un ligero incremento de 0,3 puntos, seguido en 2019 por una nueva variación positiva de otros 0,7 puntos que situó a la TEA en el mayor porcentaje de población embarcada en la puesta en marcha y crecimiento de nuevos negocios desde antes de 2014.

Figura 13a. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).



Ya en el contexto de la crisis inducida por la pandemia sanitaria, en 2020, el dato recogido fue de un 5,1%, lo que supuso un nuevo incremento que venía a confirmar la positiva tendencia de los dos años anteriores, y todo ello en un entorno además que venía siendo de desaceleración económica.

Así, si bien los datos relativos al desarrollo de intenciones emprendedoras se vieron golpeados por los efectos de la pandemia, como hemos visto en el apartado anterior, en la actividad emprendedora incipiente se recogió un incremento, lo cual no era de extrañar, dado que se trataba de iniciativas ya puestas en marcha previamente o en paralelo al inicio de la crisis sanitaria.

Además, posteriormente, el dato 2021 supuso una continuación de la tendencia, que en 2022 se dispara hasta el 6,8%, lo que supone casi siete de cada 100 personas de la población adulta en actividades de puesta en marcha y crecimiento de iniciativas de negocio con hasta 42 meses de recorrido en junio-julio de 2022.

En cualquier caso, hay que atender a la motivación de estas iniciativas, y es que, como viene sucediendo desde 2020, una gran parte de las iniciativas

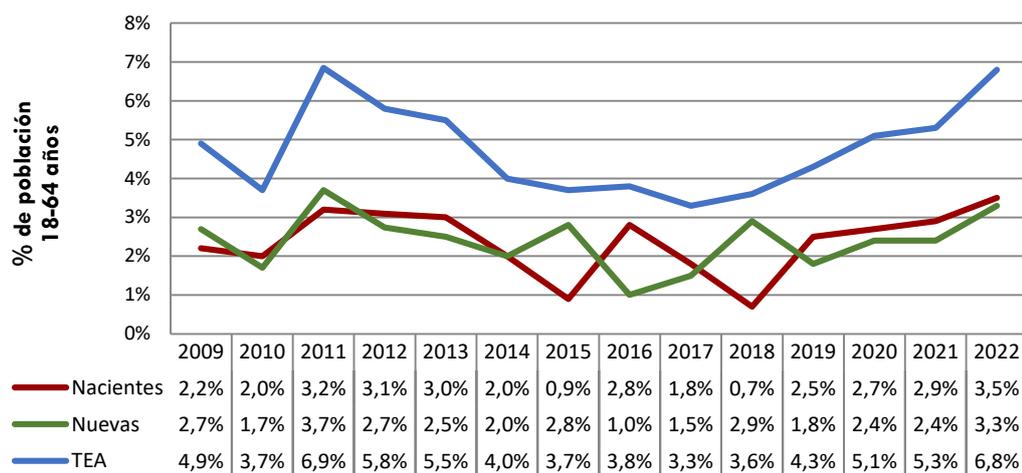
vienen manteniendo como factor principal de su origen y desarrollo la necesidad, como veremos posteriormente en la sección 2.7.

Respecto a la evolución en relación al conjunto de España, se puede observar en la figura 13a que, durante el período analizado, la evolución de la región mantuvo un cierto paralelismo hasta 2014, si bien a partir de entonces comenzó a abrirse un diferencial entre ambos datos que fue incrementándose progresivamente hasta alcanzar los casi 3 puntos en 2017, para ir cerrándose nuevamente en los tres últimos años, hasta registrarse en 2020, una escueta diferencia de 0,1 puntos entre un indicador y otro, que en 2021 prácticamente se mantuvo (0,2 puntos).

Sin embargo, los datos 2022 ofrecen una situación en la que, si bien tanto España como la región ven incrementados sus registros de población involucrada en la actividad emprendedora, la Comunidad Valenciana lo hace en mayor medida, de modo que supera en 0,8 puntos al dato del promedio de España.

Por su parte, la figura 13b ofrece una evolución de la desagregación de esta actividad emprendedora reciente o incipiente (TEA) en: (1) “actividades nacientes”, con hasta tres meses de operatividad, y propias de la puesta en marcha inicial; y (2) “actividades nuevas” con entre 3 y 42 meses de actividad.

Figura 13b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).



Se observa que el ascenso registrado en 2022, viene de la mano tanto de las actividades nacientes (menos de 3 meses en el mercado), con un crecimiento de 0,6 puntos, como de las actividades nuevas (entre 3 y 42 meses de actividad), con 0,7 puntos, de modo que se mantiene la tendencia por la que, durante los últimos cuatro años vienen teniendo mayor peso las actividades nacientes frente a las nuevas dentro del conjunto de la actividad emprendedora total, habiéndose visto alimentada además la TEA total por los incrementos en ambos tipos de actividades.

2.5 Evolución de la actividad consolidada

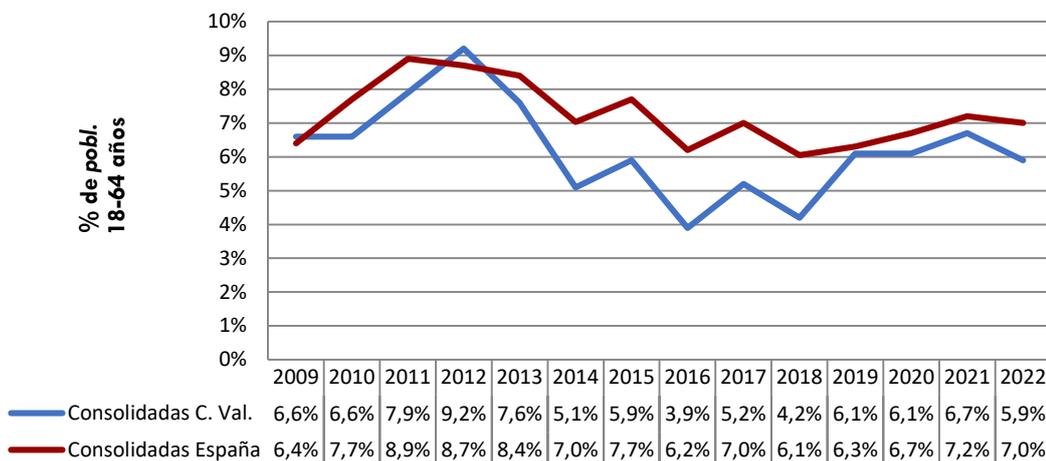
La actividad consolidada en GEM viene explicada por aquellas iniciativas que sobrepasan las etapas de actividad naciente y actividad nueva, perdurando más de 42 meses en el mercado. Los datos 2022 ponen de manifiesto que, en la Comunidad Valenciana, prácticamente seis de cada 100 personas de su población adulta fueron identificadas como pertenecientes al empresariado consolidado.

Al respecto, el dato supone un descenso de 0,8 puntos respecto al registro 2021, volviendo a datos más propios de 2020 y 2021. En este sentido, en los dos últimos informes venimos comentando que los datos de los últimos años debían observarse con suma prudencia, teniendo en cuenta la situación derivada de la crisis sanitaria, y la cantidad de negocios y empresas que se estaban manteniendo sin cerrar merced a las diversas ayudas y la articulación y mantenimiento del sistema de ERTes. En cualquier caso, muchas de las empresas también se habían mantenido y/o reinventado, reorientando en ocasiones, no sólo sus productos y servicios, sus procesos y tecnologías, sino hasta gran parte o la totalidad de sus modelos de negocio.

Sin embargo, la irrupción de la nueva crisis propiciada por la invasión de Ucrania y sus efectos económicos, de costes y de incertidumbre, junto a la retirada de parte de las ayudas anteriores, podrían haber socavado todavía más los cimientos de algunas iniciativas con modelos de negocio ya veteranos y no preparados para este nuevo escenario, lo que podría haber dado lugar a la retirada de algunas de ellas, como también podría haber pasado con negocios consolidados del conjunto de España, si bien en menor medida, como se lee también en la figura 14.

De hecho, la comparativa territorial y evolutiva de los datos desde 2009 muestra una cierta similitud en sus caídas y repuntes respecto al dato nacional, siendo desde 2013 (de forma similar a lo que ocurre con la actividad TEA) cuando el dato se situó por debajo del promedio nacional y fue ampliando su brecha hasta aproximadamente los dos puntos, diferencia en la que se fue manteniendo en las distintas mediciones, reduciéndose en 2019 a tan solo 0,2 puntos, si bien después, ya con la pandemia sanitaria y con el conflicto de Ucrania más recientemente, pese a la evolución paralela respecto a España, la diferencia se ha vuelto a ampliar nuevamente, pero manteniéndose en aproximadamente en un punto.

Figura 14. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).



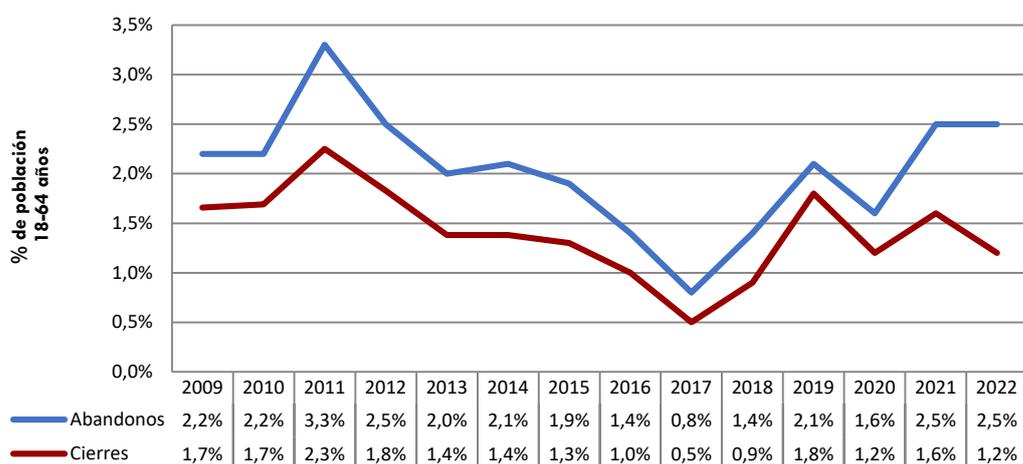
2.6 Evolución de abandonos y cierres

GEM sondea el porcentaje de abandonos de actividad empresarial durante los doce meses anteriores al momento de la encuesta, incluyendo cierres definitivos de actividad e iniciativas que han pasado a otras manos, así como las motivaciones tras ello.

En 2022, la encuesta a la población adulta de la Comunidad Valenciana ha captado que el porcentaje que afirma haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores alcanza el 2,5% (figura 15). Además, de este total,

un 51,9% reconoce haber traspasado el negocio, por lo que la tasa real de cierres se situaría en el 1,2%.

Figura 15. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).



La evolución que se observa en la figura 15 indica, una vez más, la afección de la actividad emprendedora por los ciclos económicos y la incertidumbre en torno a los mismos. De este modo, tanto la tasa de abandonos como la de cierres, se venían incrementando como consecuencia de la crisis de 2008, alcanzando su máximo en 2011 y descendiendo paulatinamente hasta 2018, año en el que se recogió un repunte, continuado en 2019 y seguido del descenso que supuso el dato 2020, siempre referido a abandonos y cierres acontecidos en los 12 meses anteriores a septiembre-octubre de dicho año.

Así, los efectos derivados de la pandemia vinieron recogidos en el siguiente informe para el dato 2021, que ascendió a un 2,5% de las personas encuestadas, que afirmaban haber llevado a cabo el cierre de alguna actividad, siendo el dato más elevado del período analizado desde 2012, y además el porcentaje de traspasos respecto a los cierres llegó a superar la tercera parte de dichos cierres.

Al respecto, el dato 2022 muestra el mantenimiento del porcentaje de cierre. Esto es, un 2,5% de la población adulta de la región afirmaba haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores a junio-julio de 2022, si bien en este caso, más de la mitad indicaban que no se trataba de un cierre

definitivo, sino que el negocio había continuado en otras manos, de modo que el porcentaje efectivo de cierres desciende a un 1,2%.

En relación a las motivaciones tras los ceses, en 2022 destacan nuevamente dos de ellas, y que conjuntamente suponen cerca de dos tercios de las mismas. Se trata de problemas asociados a la no rentabilidad de los negocios, aducidas por un 44,2% de las personas entrevistadas (39,9% en 2021), y de los problemas inducidos a consecuencia de la Covid-19, mencionados por un 16% (28,1% en 2021).

Otros motivos aludidos por las personas entrevistadas son la oportunidad de vender el negocio (12,1%); el haber encontrado otra oportunidad de negocio o laboral (11,8%); la intención previa ya planificada de cierre (7,8%), donde en gran medida podríamos situar la jubilación; motivos familiares o personales no concretados (4,1%) y los problemas para lograr financiación (4%), así como causas sobrevenidas (3,9%) o la excesiva carga impositiva o el exceso de burocracia (3,9%).

Figura 16. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.

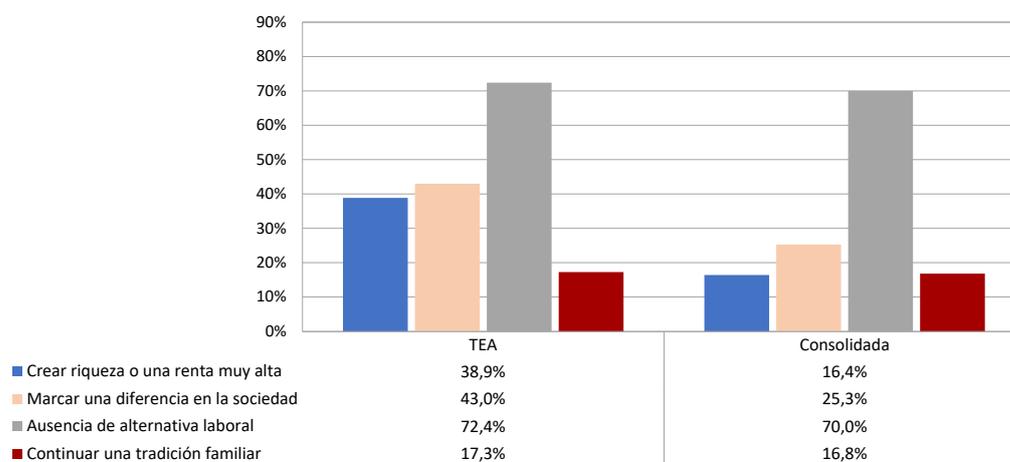
¿Ha abandonado una actividad de cualquier tipo incluyendo el autoempleo en los últimos 12 meses?	
Respuesta afirmativa: 2,5% de la población de 18 a 64 años	
Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otras personas?	
SI	NO (cierres efectivos)
51,9%	48,1%
Tasa real de cierres efectivos: 1,2% 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	44,2%
Covid-19	16,0%
Oportunidad de venta	12,1%
Otro trabajo u oportunidad	11,8%
Ya estaba planeado	7,8%
Motivos familiares o personales	4,1%
Problemas de financiación	4,0%
Un incidente sobrevenido	3,9%
Impuestos y burocracia	3,9%

2.7 Motivación de las personas emprendedoras

Con la finalidad de detectar la motivación tras las iniciativas de negocio de la población emprendedora, la encuesta GEM solicita a las personas involucradas en el proceso que valoren en una escala Likert desde 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 5 (totalmente de acuerdo), en qué medida la creación de su negocio responde 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 laborales.

La figura 17 recoge las respuestas al respecto. En concreto se muestra el porcentaje de quienes 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 17. Motivación emprendedora.



La información recogida indica que la motivación más frecuentemente aludida en el conjunto de la actividad emprendedora incipiente (TEA) sigue siendo la ausencia de otras alternativas laborales (72,4% de respuesta; 81% en 2021). Con porcentajes menores se encuentran marcar una diferencia en la sociedad con un 43% (54,8% en 2021); crear riqueza o una renta muy alta con un 38,9% (41,4% en 2021); y continuar una tradición familiar (17,3% en 2022; 26,3% en 2021).

Esto es, sigue recogiéndose la misma prelación de motivaciones, si bien en todas ellas los porcentajes recogidos son menores, de manera que las personas que han respondido a la encuesta han dado menos variedad de respuestas.

En cualquier caso, los datos recogidos indican que, en 2022, la motivación ligada a la necesidad sigue, como en 2021, destacando como la principal, seguida por marcar una diferencia en la sociedad y la creación de riqueza o renta, mientras que mantener una tradición familiar, es la motivación aducida en menores términos. Esto es, entre las motivaciones de la actividad emprendedora incipiente, la necesidad derivada de la ausencia de alternativas sigue marcando la pauta, si bien, a diferencia de 2021, la oportunidad de aprovechar “algo que ya se tiene” ha pasado a último lugar, para dejar paso, en segunda posición a la motivación de marcar una diferencia en la sociedad.

De otro lado, entre las personas que han superado esta fase y se encuentran en la etapa de consolidación, con un recorrido superior a los 42 meses de actividad, la situación es similar, si bien los porcentajes de respuesta se encuentran más concentrados en torno a las motivaciones vinculadas a la necesidad.

Así, nuevamente destaca como principal motivación la ausencia de alternativas laborales (70% frente a 66,1% en 2021), mientras que marcar una diferencia en la sociedad aglutina una cuarta parte de las respuestas (un tercio en 2021), y el resto de motivos, de manera conjunta, no alcanza una tercera parte.

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

3.1. Introducción

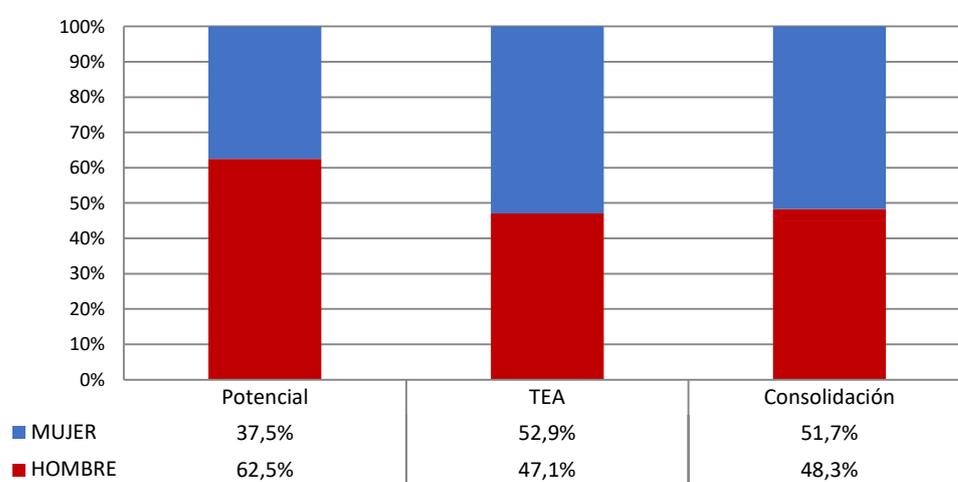
Este capítulo caracteriza a las personas que participan en el proceso emprendedor, tratando de aproximar su perfil, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio-septiembre de 2022 y que en ese momento estaban involucrados en alguna fase del proceso emprendedor. Los datos obtenidos permiten conocer algunos aspectos relacionados con el perfil emprendedor, desde el punto de vista demográfico (género y edad), así como educativo o de capital humano (nivel de estudios oficiales y formación específica emprendedora).

3.2. Sexo

La figura 18 muestra la distribución por sexo de la actividad emprendedora en 2022 para las diferentes etapas del proceso emprendedor, observándose una distinta participación en función de que pongamos la atención en la fase de emprendimiento potencial, o en la fase activa del proceso emprendedor.

Así, entre la población que tiene en mente el proyecto a futuro de iniciar un negocio, se recoge únicamente un 37,5% de mujeres por un 62,5% de hombres. Sin embargo, ya en las etapas que recogen la actividad emprendedora operativa se aprecia un reparto mucho más equilibrado, que, además, favorece por unos puntos porcentuales a las mujeres. Así, comparando ambos colectivos, encontramos un 52,9% de presencia femenina en la actividad emprendedora incipiente (TEA) y un 51,7% entre la población emprendedora cuya actividad se haya ya consolidada.

Figura 18. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.



De otro lado, la tabla 3 da cuenta de los porcentajes de población involucrada sobre el total de personas de cada grupo en cada una de las etapas del proceso.

En consonancia con la distribución por sexo dentro de cada una de estas fases, las tasas de involucración ofrecen diferencias nuevamente, en función de que hablemos de la fase de emprendimiento potencial o de las fases ya activas del proceso. La mayor propensión a involucrarse en el proceso se da, para los hombres, en mayor medida en la etapa de actividad potencial (intencionalidad emprendedora), siendo muy elevada, seguida de la etapa de actividad incipiente (TEA), que se reduce en prevalencia drásticamente respecto a la intención, y de la etapa de consolidación.

En cuanto a las mujeres, la mayor tasa se da en el caso de la TEA, seguida de la intencionalidad y la etapa de consolidación, y siendo las diferencias de prevalencia entre cada fase más suaves.

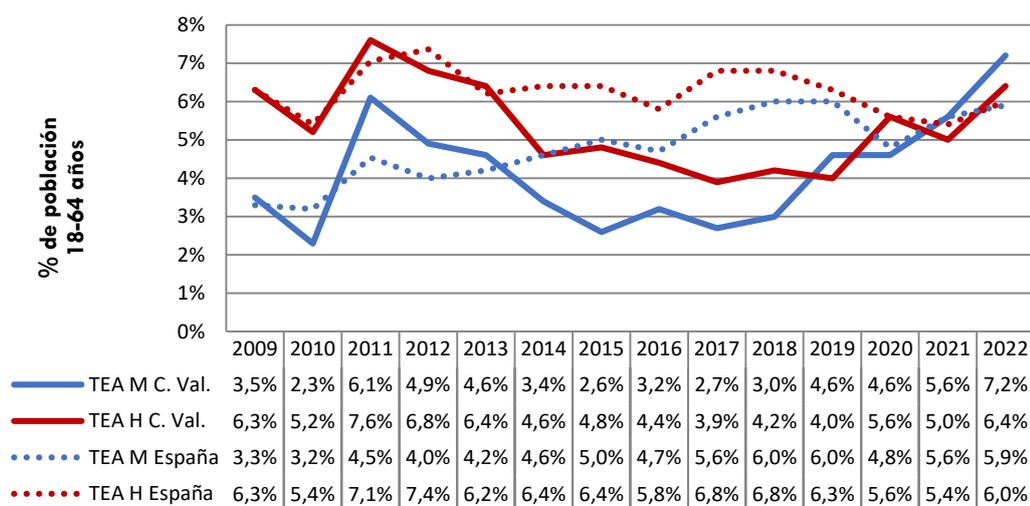
En relación a diferencias relativas entre ambos colectivos, las mayores se dan en la declaración de intencionalidad a futuro, muy elevada en el caso de los hombres, como ya hemos mencionado, y más equilibrada en el caso de las mujeres, especialmente si las comparamos con los datos de involucración activa. Estas diferencias inter grupos se aprecian en menor medida en las fases de TEA y de consolidación, donde son de 0,8 y 0,4 puntos respectivamente.

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

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Hombres	10,2%	6,4%	5,6%
Mujeres	6,3%	7,2%	6,0%

La figura 19 pone la atención en la etapa central del proceso emprendedor (TEA), ofreciendo la evolución por sexo de esta tasa de actividad emprendedora, y su comparación con el conjunto de España.

Figura 19. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo (% de población entre 18-64 años).



Se observa que, si bien se apreciaba inicialmente cierto paralelismo general, desde 2014 los datos de la Comunidad Valenciana se fueron distanciando de los del caso nacional. Sin embargo, estas diferencias han tendido a reducirse lentamente en los últimos años, como se ha comentado en la sección de evolución de la actividad emprendedora en general.

Además, las diferencias entre los índices TEA de hombres y mujeres, tanto en la Comunidad Valenciana como en España, se han venido estrechando en los últimos años, hasta el punto de que en 2019 las diferencias fueron mínimas en el caso de España y recogieron ya por primera vez, unos índices favorables a las mujeres en la Comunidad. Sin embargo, en 2020, en pleno impacto de la pandemia sanitaria, las diferencias relativas resultaron nuevamente favorables al colectivo masculino, por cuanto la tasa emprendedora entre las mujeres no se movió, mientras que la de los hombres recogió un fuerte incremento.

Esta situación, en 2021, volvió a invertirse para mostrar cierta continuidad con la recogida en 2019, de modo que, nuevamente, la TEA femenina recogida fue superior a la TEA masculina. Y en 2022, esta relación se mantiene nuevamente favorable al colectivo femenino, habiendo además crecido por igual ambas tasas, aproximadamente un 28% entre un año y otro. En este sentido, se debe destacar como positivo el que en ambos colectivos se refuerza la presencia de personas emprendedoras de un año para otro.

3.3. Edad

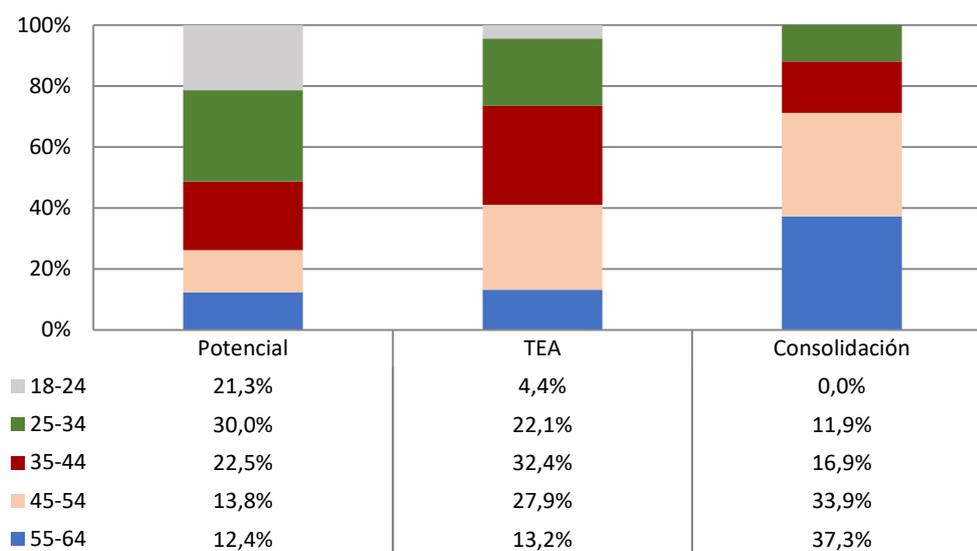
En 2022, la distribución por edades de las personas involucradas en las etapas del proceso emprendedor muestra, como viene siendo habitual, correlación entre las edades promedio observadas y la profundización en el proceso, de modo que a la fase de emprendimiento potencial le corresponde el colectivo más joven, con una media de edad de unos 36,8 años. Le sigue el promedio observado en la actividad emprendedora total con unos 41,8 años, y por último, el correspondiente a la etapa consolidada, con unos 50,3 años.

De hecho, si detallamos para 2022 la composición por rangos de edad de las personas presentes en las distintas etapas del proceso emprendedor (figura 20) observamos, al igual que en 2021, un claro mayor peso de los tramos de edad superiores a medida que pasamos de intencionalidad emprendedora a actividad TEA y a actividad consolidada, y al contrario con

los tramos inferiores. Así, por ejemplo, el tramo entre 55 y 64 años presenta unos porcentajes del 12,4%, 13,2% y 37,3% respectivamente. Mientras tanto, en el otro extremo del rango, las personas de 18 a 24 años muestran en dichas etapas correlativas porcentajes del 21,3%, 4,4% y, como en 2021, un significativo 0% en el tramo de actividad consolidada. En el mismo sentido se puede hablar de los porcentajes de personas de 45 a 54 años frente a las de 25 a 34, a medida que nos adentramos en las etapas del proceso emprendedor.

Como ya comentamos en informes anteriores, ello es indicador de que la edad suele estar vinculada a la involucración emprendedora, dependiendo su resultado, en el caso de las personas más jóvenes, del balance entre la mayor carencia de recursos y/o experiencia, frente a la menor presencia de responsabilidades y cargas familiares que puedan limitar la capacidad de asunción de los riesgos que conlleva plantearse el inicio de una actividad.

Figura 20. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).



La tabla 4 amplía la información ofreciendo el detalle sobre las tasas de participación en las distintas fases del proceso según los diferentes rangos de edad, lo que permite apreciar en qué grupos de edad hay mayor propensión emprendedora por parte de la población adulta. Siguiendo los comentarios ya señalados antes, es la población en grupos más jóvenes la que tiene más

intención de involucrarse en el futuro en la creación de negocios. Por otro lado, dentro de la actividad con hasta 42 meses de funcionamiento (TEA), hay mayor presencia de los grupos de 25 a 34 y de 45 a 54 años, mientras que entre la actividad consolidada sobresalen los grupos de mayor edad (desde los 45 a los 64).

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

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
55-64	4,6%	4,1%	10,2%
45-54	4,4%	7,4%	7,8%
35-44	7,7%	9,1%	4,1%
25-34	15,0%	8,7%	4,0%
18-24	15,5%	2,7%	0,0%

3.4. Formación

El capital humano de las personas supone una variable con influencia en su predisposición a participar en actividades emprendedoras. Aunque en un capítulo anterior se ha mencionado el mismo al hablar del auto reconocimiento de habilidades para emprender, en dicha ocasión el punto de vista era subjetivo, ya que se trataba de una percepción de autoeficacia. En este caso lo abordamos como variable objetiva, al considerar el nivel educativo reglado y la formación específica para emprender.

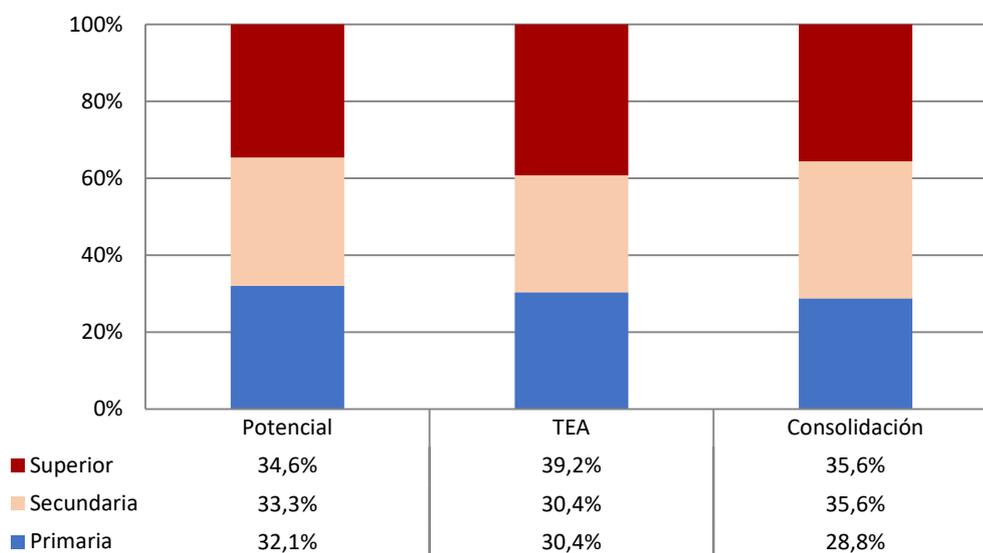
En este sentido, en primer lugar, la formación reglada del grupo emprendedor se aproxima por la variable nivel de estudios (figura 21).

Comenzando con la primera de las etapas del proceso, esto es, la de emprendimiento potencial, decir que en este grupo de personas con intención de emprender se aprecia nuevamente, como en 2021, un reparto más equitativo de los diferentes niveles educativos, con unos porcentajes del 34,6% para la presencia de educación superior, del 33,3% para la secundaria, y de un 32,1% para la educación primaria.

En segundo lugar, en el caso de las personas involucradas en la actividad emprendedora reciente (TEA), en esta ocasión destacan en primer lugar aquellas que poseen un nivel educativo superior universitario, con un 39,2%, mientras que la disposición de estudios secundarios y de educación primaria se reparte entre el resto con sendos porcentajes ligeramente superiores al 30%.

En último lugar, en la etapa de emprendimiento consolidado, los niveles superiores y de educación secundaria recogen sendos datos del 35,6%, siendo en este caso la presencia de personas emprendedoras con estudios superiores de un 28,8%.

Figura 21. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



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.

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

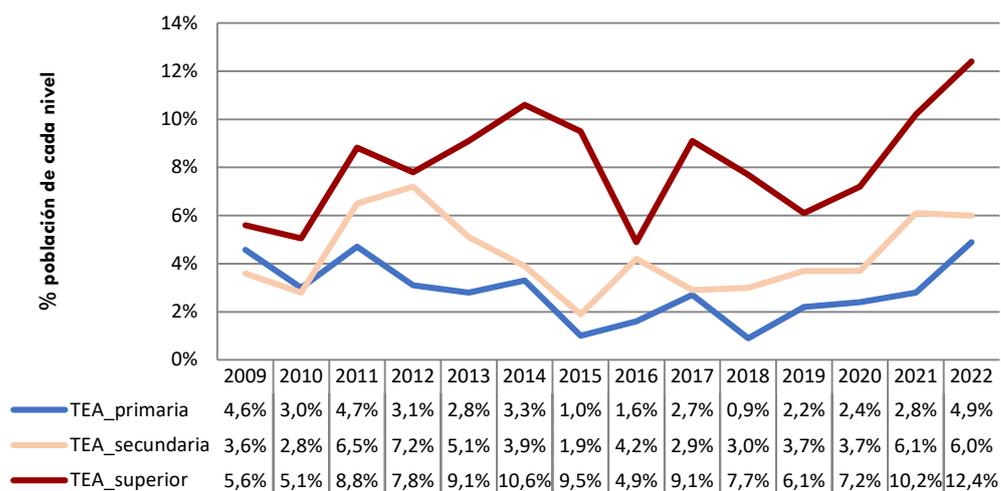
Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Superior	13,5%	12,4%	9,7%
Secundaria	8,0%	6,0%	6,0%
Primaria	6,1%	4,9%	3,9%

Al respecto, la mayor tasa de intencionalidad se da en individuos con educación superior (13,5%), muy por encima de la mostrada por personas con niveles educativos secundarios y primarios, lo que podría apuntar a un aumento del nivel educativo de los emprendedores incipientes a futuro.

Por su lado, y en relación a la parte activa del proceso emprendedor, se observa una mayor involucración también entre quienes poseen una titulación superior. En concreto, en la fase TEA asciende a un 12,4%, lo que permite prever un aumento de los niveles educativos del emprendimiento consolidado en el futuro. Por último, en la actividad consolidada, el grado de implicación entre los titulados universitarios es de un 9,7%.

La evolución temporal del índice TEA desglosado por niveles educativos se recoge en la figura 22.

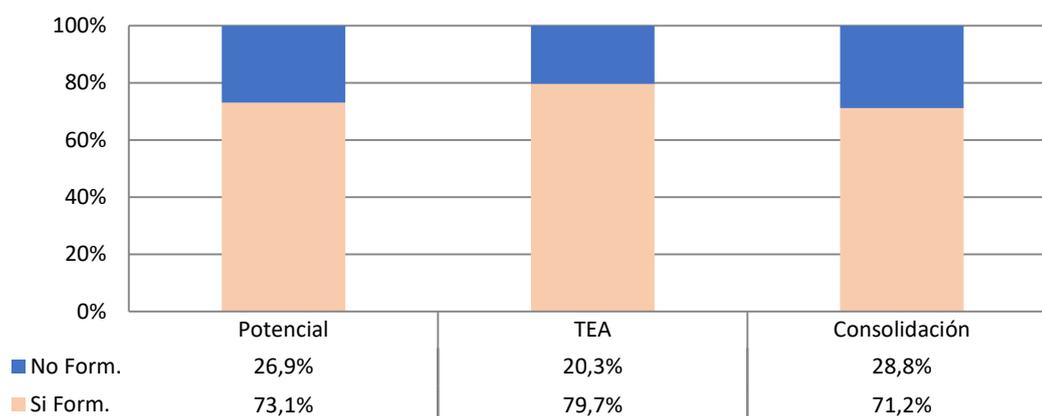
Figura 22. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).



Se observa que la mayor prevalencia de la involucración emprendedora entre los niveles educativos superiores, frente al resto, es común a todo el período analizado, y que en 2022, el incremento de TEA viene de la mano de las personas con niveles educativos correspondientes a primaria y a educación superior universitaria, mientras que en el caso de las personas con educación secundaria, su involucración en actividades emprendedoras incipientes prácticamente se ha mantenido entre un año y otro, bajando apenas una décima.

Adicionalmente a la información sobre la educación reglada, GEM indaga también acerca de si las personas involucradas en sus diferentes etapas han recibido formación específica para emprender, relacionada con la puesta en marcha y gestión del negocio (figura 23).

Figura 23. Formación específica para emprender por fases del proceso.



Los datos recabados muestran una mayoritaria presencia de este tipo de formación específica relativa al emprendimiento en todas las etapas del proceso, destacando sobre el resto la que poseen las personas implicadas en la fase TEA, que alcanza a un 79,7% del grupo. En la fase de emprendimiento consolidado, 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 suponen un 71,2%, y por último, entre los individuos que todavía no se encuentran en la fase activa, pero que declaran su intención de emprender a tres años vista, el porcentaje es muy similar, con un 73,1%.

Los datos 2022 son muy similares para la actividad TEA a los recogidos en 2021, y superiores en el caso de la actividad consolidada en 19 puntos.

Por su parte, en el caso de la etapa de intencionalidad el porcentaje se ha incrementado en unos 39 puntos, lo que apunta a una cantera de personas dispuestas a emprender, con una mayor preparación específica que la de años precedentes, si bien esta tendencia a incrementar la formación específica ya se había comenzado a captar en el dato 2021, tras la irrupción de la COVID, momento en el que, en parte la ausencia de alternativas, pudo estar llevando a muchas personas a intentar, o plantearse, emprender sin la formación adecuada para ello, como parecía desprenderse de los datos analizados en el anterior informe GEM.

3.5. Perfil medio

La tabla 6 sintetiza el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor en función de la información mostrada a lo largo de este capítulo.

Tabla 6. Perfil medio 2022 de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.

PERFIL MEDIO	% Sexo masculino/femenino	Edad	Formación	Formación emprendedora
Emprendimiento potencial	62,5/37,5	36,8	Sup./Sec./Prim.	73,1%
Actividad TEA	47,1/52,9	41,8	Superior	79,7%
Actividad consolidada	48,3/51,7	50,3	Sup./Sec.	71,2%

CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

Tras estudiar el proceso emprendedor en cuanto a la actividad registrada en sus diversas etapas, así como el perfil socio económico de las personas que se involucran en ésta, en este capítulo se expone una caracterización general y comparada en el tiempo del tipo de iniciativas de carácter incipiente (TEA), de acuerdo con su sector de pertenencia y su dimensión, por número de personas socias y empleo generado, así como también se evalúa su financiación en las etapas iniciales, únicamente en el caso de las iniciativas nacientes.

Esta caracterización se complementa con información acerca de su carácter familiar y la visión que las personas comprometidas, tanto en actividades incipientes (nacientes y nuevas) como consolidadas, tienen sobre todo en relación a la orientación innovadora y exportadora de sus iniciativas, a la adopción de tecnologías digitales, y a su orientación a la sostenibilidad.

4.2. Sectores generales de actividad

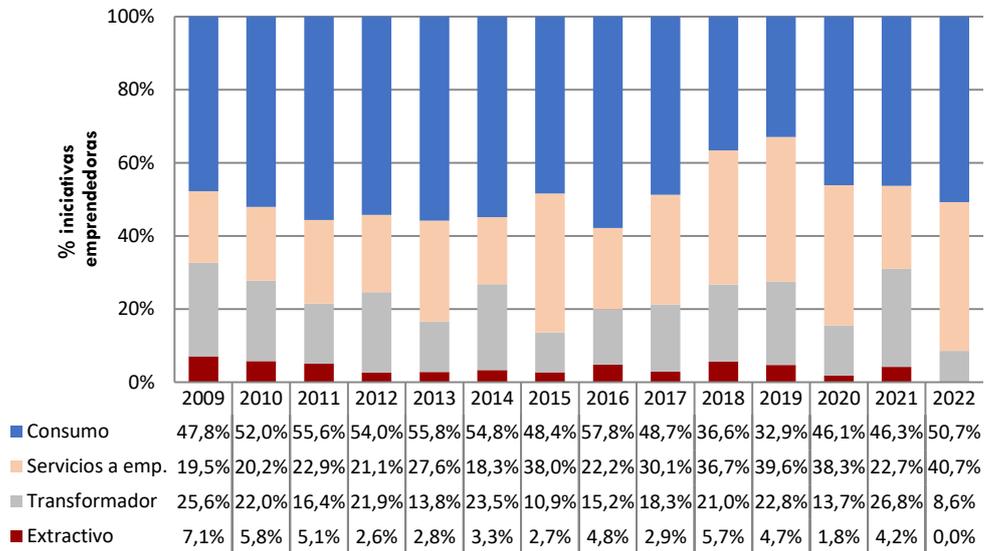
El observatorio emprendedor GEM utiliza una clasificación de la actividad de carácter sintético, que agrupa los sectores a los que pertenecen los negocios en cuatro grandes bloques: sector extractivo, transformador, servicios a empresas, y actividades orientadas al consumidor final.

Siguiendo la mencionada clasificación, la figura 24 muestra la distribución de actividades en fase emprendedora TEA, en la Comunidad Valenciana, desde 2009 hasta 2022.

Año tras año, los datos siguen reflejando lo que podríamos denominar terciarización de la economía de la Comunidad Valenciana. De este modo, en 2022, en un 91,4% de los casos las iniciativas en fase emprendedora corresponden al sector servicios.

En particular, las actividades de consumo mantienen e incrementan su presencia (50,7%) respecto a 2021, mientras que las de actividades de servicios a empresas casi doblan su presencia (40,7%). Por su parte, entre las iniciativas detectadas, las del sector transformador reducen su presencia a un 8,6%.

Figura 24. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).



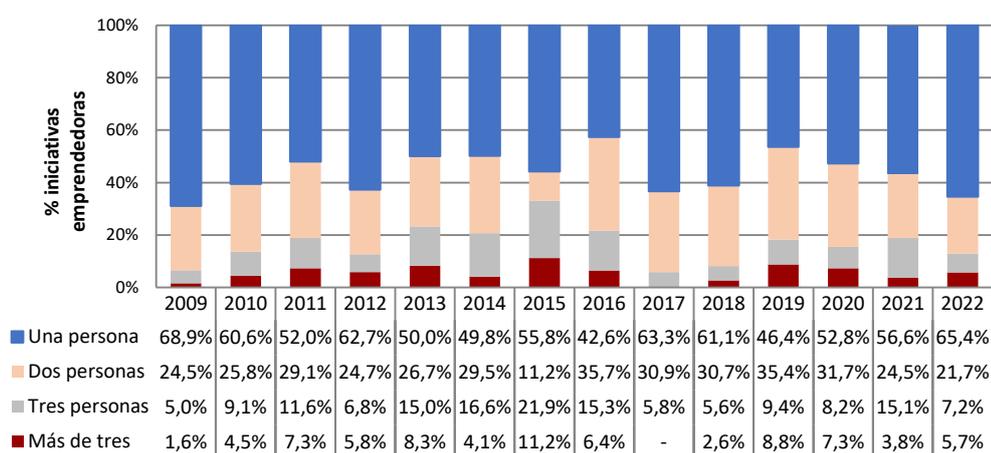
4.3. Número de personas socias

Este apartado se centra en el estudio de la dimensión de las iniciativas emprendedoras (TEA) en base a su propiedad y a la distribución del número de personas socias de dichas iniciativas.

En la Comunidad Valenciana, la mayoría de las iniciativas empresariales se llevan a cabo en solitario, según muestra la figura 25, que expone la distribución y la evolución del número de personas propietarias desde 2009.

Así, el porcentaje de personas emprendedoras que declaran que no comparten la propiedad de la empresa, es mayoría año tras año, siendo una situación que se mantiene relativamente estable a lo largo del histórico de datos. El año 2022 no es una excepción, ya que un 65,4% de los emprendimientos incipientes cuentan con una sola persona como propietaria del negocio, lo que supone un incremento del dato que se viene observando consecutivamente en los tres últimos años.

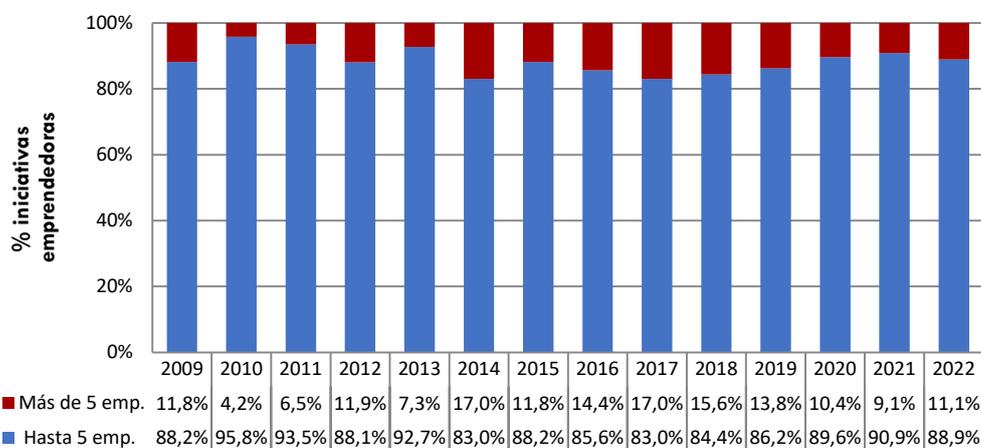
Figura 25. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.



4.4. Dimensión y empleo

La dimensión empresarial de las iniciativas de negocio en fase incipiente (TEA), y su evolución, se muestra en la figura 26 en base a la perspectiva del número de empleos generados.

Figura 26. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado y evolución temporal.

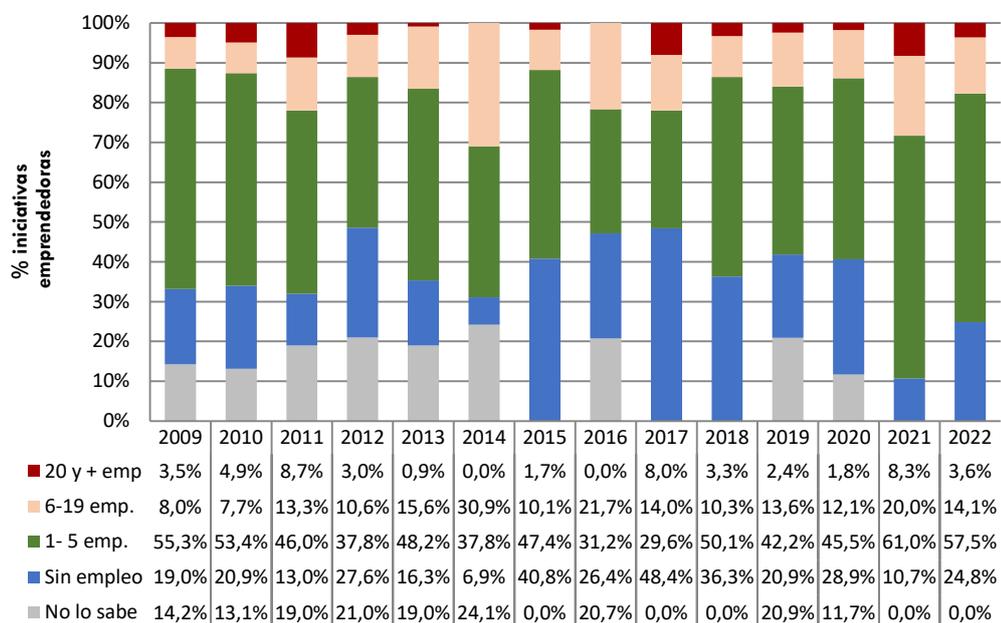


En la Comunidad Valenciana, en 2022, nuevamente sigue siendo mayoritaria la presencia de iniciativas con hasta un máximo de cinco empleos, que en esta ocasión suponen un 88,9% del total de estos negocios con menos de 42 meses de operatividad. Ello supone respecto a 2021 un leve descenso de dos puntos para una evolución que venía en paulatino crecimiento desde 2017. Adicionalmente mencionar, si bien no se refleja en la figura 26, que el porcentaje de iniciativas que no generan más empleo que el de la persona propietaria de las mismas asciende a un 42%.

La figura 27 amplía la información anterior, ofreciendo la distribución de las iniciativas de negocio de acuerdo a las expectativas de empleos esperados a cinco años vista. Ello permite tener una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las iniciativas en base a este criterio.

Al respecto, en primer lugar, destacar que son cerca de una cuarta parte (24,8%) quienes ven sus iniciativas a cinco años sin generación de empleo adicional al suyo propio. De otro lado tenemos la opción que aglutina el mayor porcentaje de respuestas, y es la que apuesta por un incremento moderado, de entre uno y cinco empleos, y que asciende a un 57,5% de la respuesta. A continuación, son un 14,1% quienes esperan tener entre 6 y 19 personas empleadas, y, por último, un 3,6% esperan disponer de 20 o más empleos en su iniciativa en el futuro.

Figura 27. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).



Como se puede observar, las expectativas son sensiblemente diferentes a los recogidos en 2021, situándose a la baja, de modo que en 2022 se vuelve a respuestas más cercanas a los valores esperados en 2018 y 2019, pero con el significativo hecho de la ausencia de respuestas “no lo sé” a la encuesta, que podría indicar, como ya comentamos en el anterior informe, una mayor confianza respecto al futuro que la prevista en ediciones anteriores.

4.5. Financiación de las iniciativas

La financiación de las iniciativas emprendedoras constituye sin duda un aspecto fundamental, no solo en el recorrido de las mismas, sino especialmente al inicio, e incluso con carácter previo. Para pulsar esta cuestión, se ha sondeado a las personas involucradas en la puesta en marcha de iniciativas de negocio y que se encuentran, por tanto, en la etapa denominada “naciente” en GEM, acerca de las necesidades de capital estimadas para dicho arranque. El tratamiento de estos datos nos permite aproximar de algún

modo la envergadura de las iniciativas de negocio que las personas encuestadas estaban poniendo en marcha en el entorno de junio a septiembre de 2022 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

Una primera cuestión que se realiza a la población emprendedora detectada en fase naciente, es la de si la puesta en marcha y desarrollo de su negocio ha requerido dinero hasta la fecha. Así, en 2022 un 62,4% de las personas encuestadas afirman haber requerido invertir dinero para ello, mientras que el 37,6% restante manifiesta no haberlo necesitado (13,8 puntos menos que en 2020).

Al respecto, la tabla 7 muestra, para quienes sí reconocen haber requerido invertir dinero para la puesta en marcha y desarrollo de la iniciativa, una síntesis aproximativa de la información obtenida, en relación a los valores representativos de las necesidades financieras estimadas y su agrupación por cuartiles.

Las necesidades financieras declaradas en 2022 con más frecuencia por las iniciativas nacientes ascienden a 10.000 €, como en 2021. No obstante, hay que decir que se trata de un valor indicado en el 16,6% de los casos, por lo que hay cierta dispersión de la respuesta, mayor además que en otros años anteriores, lo que se deja traslucir además en el segundo valor más frecuentemente declarado, que supone unas necesidades de unos 2.000 €, siendo su frecuencia de un 10,7%

Por todo ello, y como suele ocurrir habitualmente, 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 cuantiosas necesidades de capital, y que afecta a los valores medios, así como también en esta ocasión a los modales.

De este modo, siempre teniendo en cuenta lo advertido, y en base únicamente a estas respuestas más frecuentes, no es posible apuntar en la dirección de un incremento o una disminución de la dimensión financiera de las nuevas iniciativas respecto a 2021, toda vez que el valor más frecuente se ha mantenido en 10.000 €, pero con una menor frecuencia, y el segundo valor no admite comparativas con el segundo de 2021, siendo diez veces menor. Es pues, como decíamos, complejo dilucidarlo con seguridad, dada la elevada dispersión de la respuesta recogida.

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

VALOR REPRESENTATIVO	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Moda (Valor más frecuente)	5.000 € (19,40%)	20.000 € (11,70%)	15.000 € (22,00%)	30.000 € (10,6%)	6.000 € (7,4%)	10.000 € (25,0%)	10.000 € (16,6%)
Segundo valor más frecuente	25.000 € (19,00%)	5.000 € (10,90%)	35.000 € (21,10%)	6.000 € (9,9%)	20.000 € (7,2%)	20.000 € (12,7%)	2.000 € (10,7%)
NECESIDADES POR CUARTILES	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Del 1% al 25% de emprend. nacientes	Hasta 5.000 €	Hasta 5.000 €	Hasta 1.773 €	Hasta 8.000 €	Hasta 3.000 €	Hasta 7.230 €	Hasta 3.450 €
Del 26% al 50% de emprend. nacientes	5.000 € - 24.156 €	5.000 € - 6.049 €	1.773 € - 15.000 €	8.000 € - 30.000 €	3.000 € - 6.000 €	7.230 € - 10.000 €	3.450 € - 10.000 €
Del 51% al 75% de emprend. nacientes	24.156 € - 38.679 €	6.049 € - 20.000 €	15.000 € - 41.493 €	30.000 € - 70.000 €	6.000 € - 24.000 €	10.000 € - 30.000 €	10.000 € - 61.712 €
Del 76% al 100% de emprend. nacientes	Más de 38.679 €	Más de 20.000 €	Más de 41.493 €	Más de 70.000 €	Más de 24.000 €	Más de 30.000 €	Más de 61.712 €

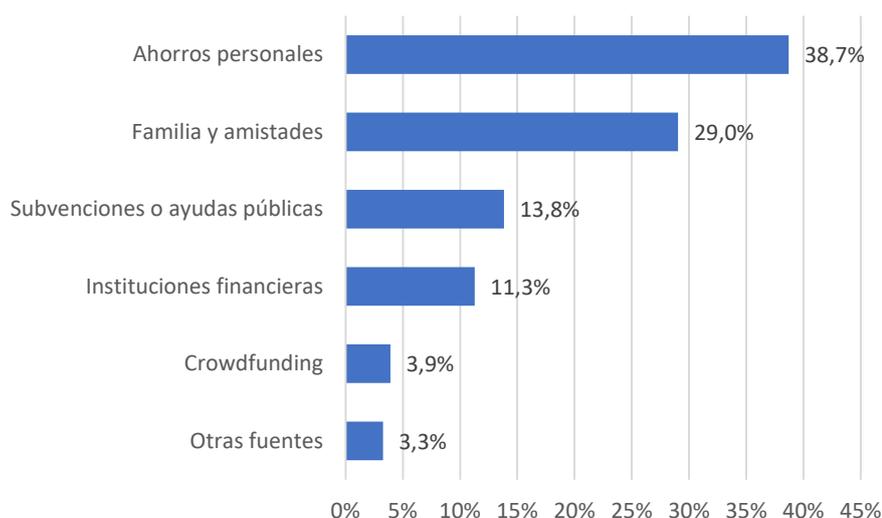
La ordenación por cuartiles en la tabla 7 recoge las necesidades de capital declaradas de menor a mayor. El primer 25% de las respuestas (los que menos requerimientos han manifestado), llegan hasta unas necesidades de 3.450 €, frente a los datos superiores de 2021; el segundo grupo en cuanto a dimensión de las necesidades declaradas (segundo cuartil, del 26% al 50% de las iniciativas) se encuentra entre 3.450 € y 10.000 €, también inferior a 2021. Pero sin embargo, el tercer y cuarto grupos están en rangos superiores respecto a 2021 (respectivamente entre 10.000 € y 61.712 €, y por encima de este último valor), lo que no hace sino abundar en la dispersión de la respuesta.

De otro lado, y en relación ahora a la financiación del capital semilla requerido para abordar la puesta en marcha de las nuevas iniciativas de negocio (figura 28), más de dos terceras partes proviene de ahorros, propios o de conocidos y familiares.

Así, en promedio, un 38,7% del capital requerido fue cubierto a través de ahorros personales por las personas encuestadas, siendo, como en 2021 (53,8%) la mayor fuente financiera empleada, si bien su presencia ha disminuido respecto a aquel año. Por otra parte, en segunda posición destaca el recurso a la familia y a las amistades (29%), que dobla su presencia sobre

2021 (14,9%). Por debajo de estos orígenes de fondos encontramos otros como las subvenciones o ayudas públicas, el empleo como fuente de bancos o instituciones financieras, o el recurso al crowdfunding.

Figura 28. Fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2022 (% de origen de los fondos)



De este modo, observamos como, respecto a la situación de 2021, los propios ahorros se mantienen como principal recurso financiero, y ascendiendo también sensiblemente el requerimiento a ahorros de familiares, amistades y personas conocidas; mientras que, de otro lado, la financiación procedente de instituciones financieras para la puesta en marcha de iniciativas de negocio sigue reduciéndose.

Adicionalmente, en GEM también es estudiada la figura de la financiación informal (tabla 8). Así, en 2022 un 2,6% de la población afirma encontrarse financiando, o haber financiado en los últimos años, la puesta en marcha de negocios de terceras personas mediante aportaciones propias (sin tener en cuenta la financiación a cambio de una participación en la empresa). En cuanto a la aportación representativa, la aportación más habitual es de 10.000 € (5.000 € en 2021).

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

Descriptor	2022
% Población inversión informal	2,6%
Aportación más habitual	10.000 €
Relación con persona beneficiaria (%)	Familia 49,6% Amistad 37,1%
Sexo (%)	Mujer 18,8%
Edad media (años)	45,2
Situación laboral	Trabaja 76,9%
Intención de emprender (%)	40,1%
Involucración en TEA (%)	7,8%
Emprendimiento consolidado	7,8%
Oportunidades a 6 meses (%)	41,8%
Red social emprendedora	60,9%
Posee habilidades emprendedoras	65,2%
Miedo a fracasar como barrera	35,3%
Facilidad para iniciar un negocio	33,3%

En síntesis, el perfil de las personas que llevan a cabo inversión informal se corresponde mayoritariamente, en 2022 en la Comunidad Valenciana, con un hombre de algo más de 45 años, con actividad laboral en la mayoría de los casos, a quien unen lazos principalmente familiares o de amistad con la persona beneficiaria, y cuya aportación más común es de unos 10.000 €.

Además, se trata de un colectivo, el de la inversión informal, que ofrece mayor implicación en las diferentes fases del proceso emprendedor que la población general, especialmente en cuanto a intencionalidad, y cuya percepción de oportunidades para emprender a corto plazo en el entorno es superior,

disponiendo de mayor red social emprendedora, que reconoce su autoeficacia en mayor medida, y que otorga al miedo a fracasar menor importancia como potencial inhibidor de una conducta emprendedora.

4.6. *Carácter familiar de las iniciativas*

Las figuras 29 y 30 recogen el carácter familiar de las iniciativas de negocio de la Comunidad Valenciana en 2022, atendiendo tanto a su estructura de propiedad como a su administración.

Se observa que, entre las iniciativas recientes (TEA), un 61,9% tienen propiedad familiar, y un 67,1% cuentan con otros miembros de la familia en labores de gestión. Estos datos se incrementan, en el caso de las iniciativas consolidadas, a un 82,5% con propiedad familiar, y un 86,3% con la participación de otros miembros en la gestión.

De este modo, se aprecia un menor peso de iniciativas de carácter familiar entre las actividades más recientes, tanto en la estructura de propiedad como en la administración de la empresa. Los datos son muy similares a los que se dan en el conjunto de España.

Figura 29. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Propiedad mayoritaria de la familia (% de iniciativas emprendedoras).

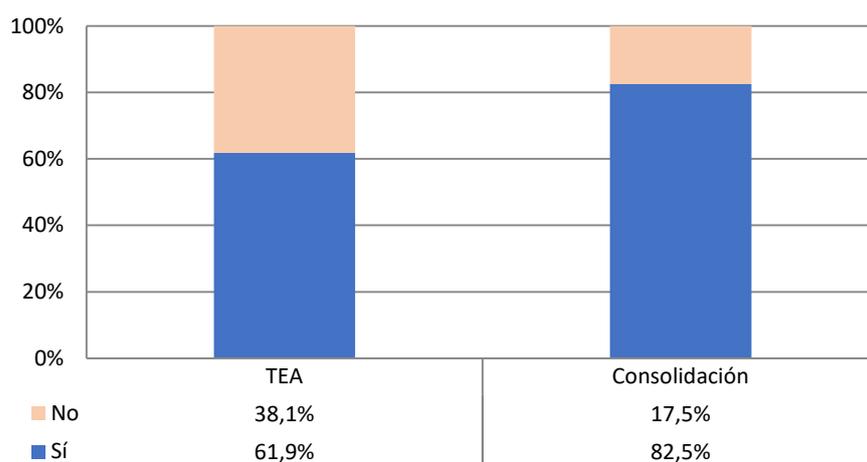
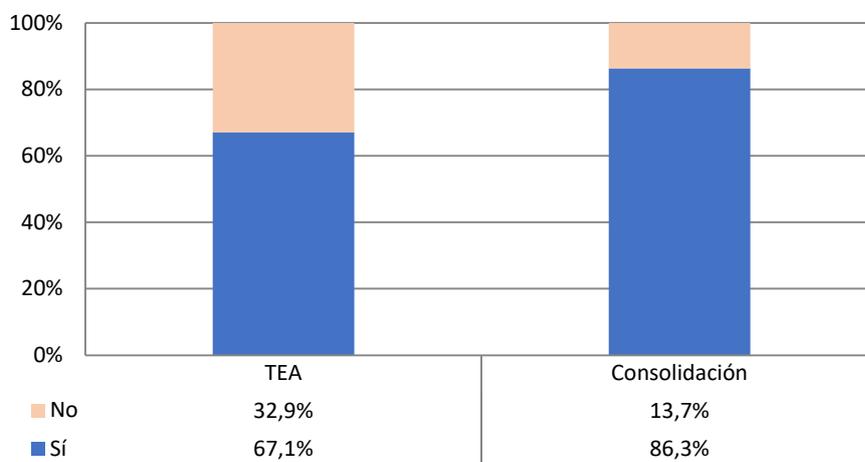


Figura 30. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Participación de otros miembros familiares en la gestión (% de iniciativas emprendedoras).



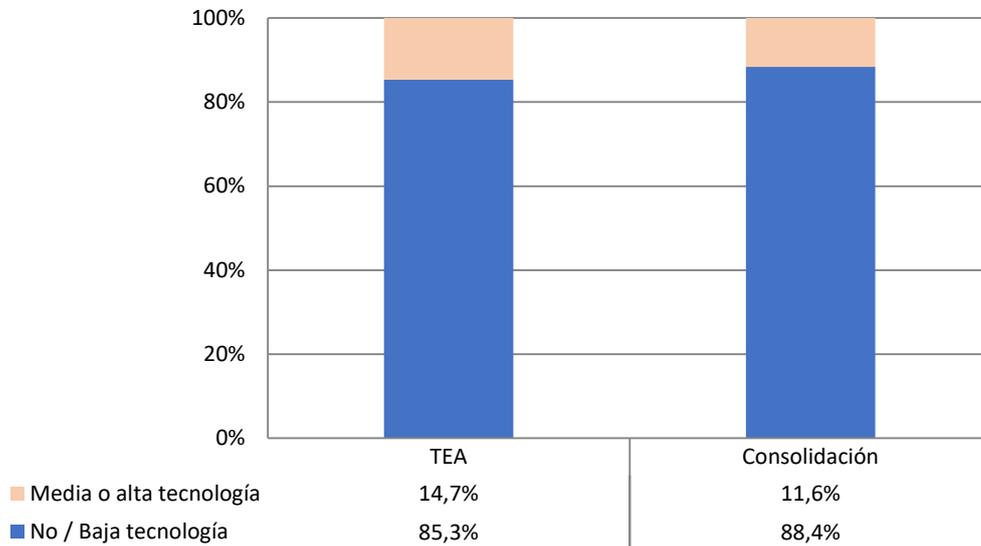
4.7. Orientación innovadora

En particular, en este apartado centra la atención en la orientación innovadora del negocio desarrollado. Para medir ésta, en GEM se indaga acerca de la aplicación de tecnologías más o menos sofisticadas en la actividad cotidiana de las iniciativas y para ello, se recoge información sobre el nivel tecnológico del sector al que pertenece (figura 31).

Así, entre los negocios con un recorrido no superior a 42 meses, el 85,3% afirma pertenecer a sectores de bajo o nulo nivel tecnológico, mientras que únicamente el 14,7% consideran competir en sectores de media o alta tecnología.

En el caso de las empresas consolidadas, se recogen datos similares, de modo que un 88,4% de las personas encuestadas en esta etapa consideran encontrarse en sectores de baja o nula tecnología, mientras que un 11,6% dice competir en sectores de medio o alto nivel tecnológico.

Figura 31. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).



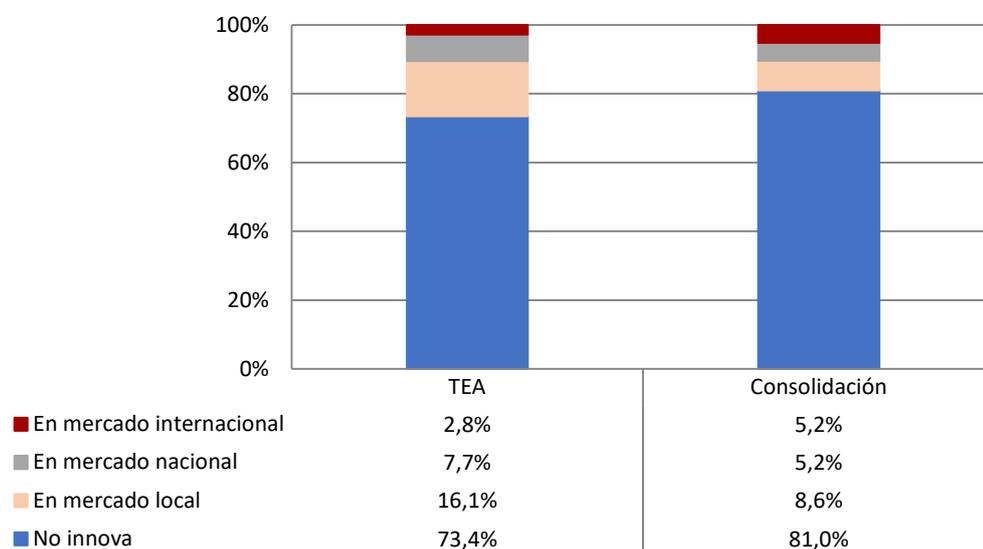
De forma complementaria a la información acerca del nivel tecnológico del sector, GEM sondea también las innovaciones en producto y/o servicio, y en procesos, que han desarrollado las empresas en el último año, información que se sintetiza en las figuras 32 y 33.

Así, la figura 32 muestra que una mayoría de iniciativas emprendedoras no ha llevado a cabo innovaciones en productos o servicios durante 2022. En particular, el 73,4% de las actividades con menos de 42 meses de operatividad y el 81% de las actividades consolidadas.

Cuando se centra el foco en las iniciativas que reconocen haber innovado, se observa que, en su mayor parte, se trata de innovaciones dirigidas al mercado doméstico, fundamentalmente el mercado local. Especialmente en el caso de las iniciativas más jóvenes (23,8% de las mismas) respecto a las consolidadas (13,8%).

En este sentido, al igual que en 2021, el componente innovador en producto/servicio parece ser menos frecuente entre los modelos de negocio más veteranos (empresas consolidadas) que entre los más recientes (iniciativas TEA).

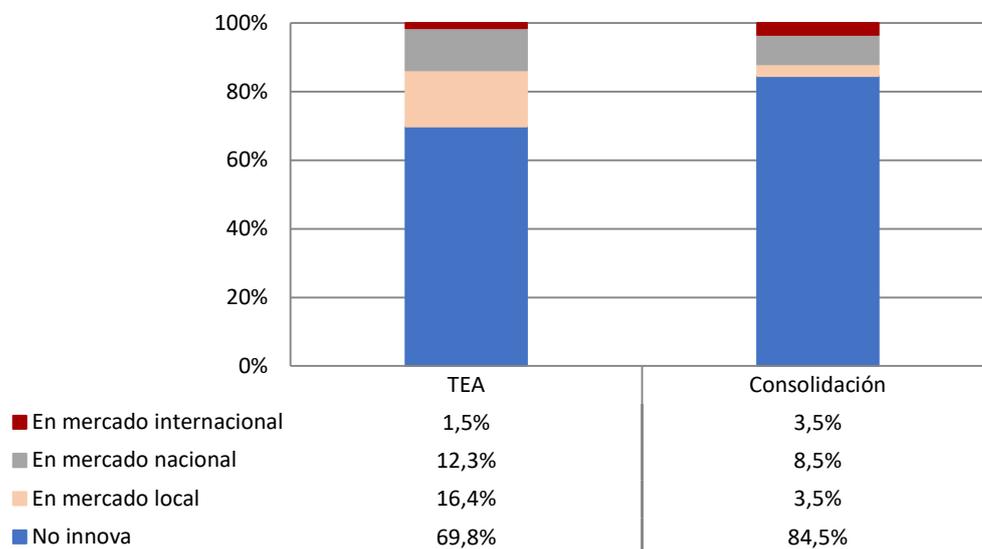
Figura 32. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2022 (% de iniciativas emprendedoras).



En segundo lugar, en relación a la innovación en procesos o en las tecnologías empleadas por las iniciativas de negocio durante 2022 (figura 33), se recoge una imagen que ofrece un comportamiento muy similar a la foto fija de la innovación en producto/servicio. En este sentido, un 69,8% de las actividades en fase TEA manifiestan no haber llevado a cabo actividades innovadoras en procesos o tecnologías, porcentaje que asciende al 84,5% en el caso de las iniciativas consolidadas.

También de forma similar a lo obtenido en el caso de la innovación en producto/servicio, predominan las innovaciones en procesos o tecnologías dirigidas especialmente al mercado doméstico (28,7% en las iniciativas más incipientes, frente a 12% en las iniciativas ya consolidadas).

Figura 33. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2022 (% de iniciativas emprendedoras).



4.8. Orientación exportadora

La orientación exportadora de las iniciativas es medida en GEM como el porcentaje de facturación procedente de ventas al exterior, y viene recogida en la figura 34.

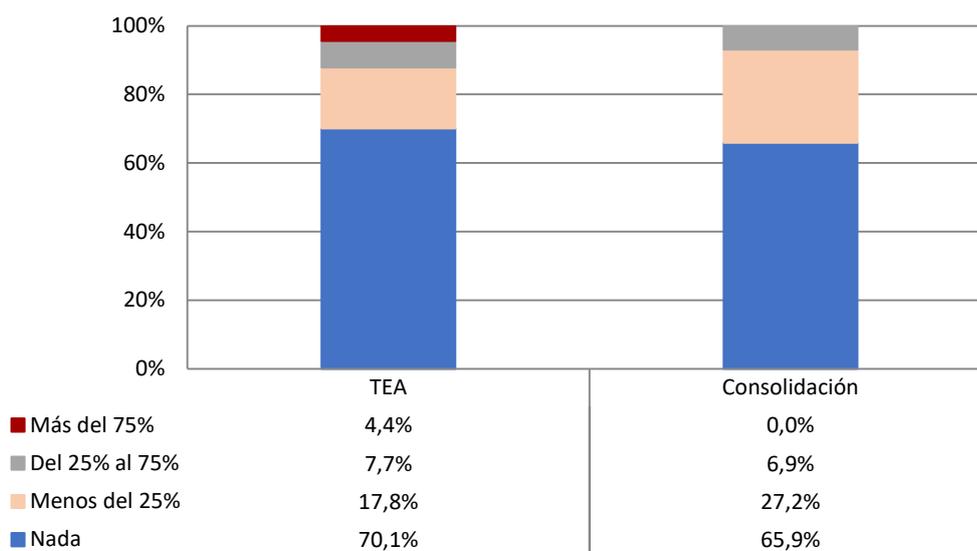
Los datos ponen de manifiesto que más de dos terceras partes (70,1%) de las actividades emprendedoras en fase incipiente no exportan, encontrándose además un 17,8% de iniciativas que consideran menos de la cuarta parte de sus ventas como foráneas.

En el caso de las iniciativas ya consolidadas, el porcentaje de las no exportadoras es inferior, reduciéndose a un 65,9%, mientras que el porcentaje de las que afirman que menos de una cuarta parte de sus ventas son al extranjero es de un 27,2%.

Evolutivamente hablando, la orientación exportadora se ha incrementado respecto a los datos obtenidos en 2020, que se habían reducido respecto a 2019. No es de extrañar, dado que ante la situación mundial propiciada por la crisis sanitaria, en una primera etapa hubo que hacer frente a cierres de

fronteras que pudieron dificultar las exportaciones e importaciones, por lo que las ventas dirigidas a los mercados domésticos, ya sean locales o a nivel país, pudieron ganar peso sobre las facturaciones totales de las empresas, siempre hablando en términos generales.

Figura 34. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).



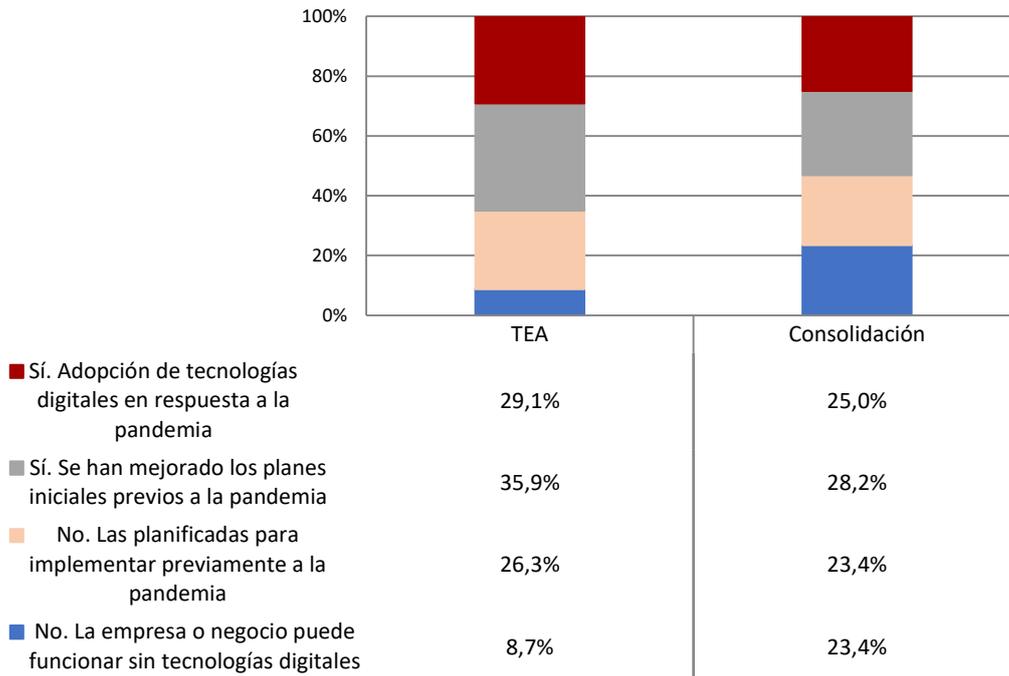
4.9. Adopción de tecnologías digitales

En relación a la adopción de tecnologías digitales, en primer lugar, se ha planteado a las personas emprendedoras si sus negocios están haciendo uso de tecnologías digitales para la venta y/o prestación de sus productos o servicios, como consecuencia de la pandemia.

La respuesta a esta cuestión viene recogida en la figura 35. Comenzando por las iniciativas emprendedoras en fase incipiente (TEA), podemos observar que cerca de dos terceras partes de las iniciativas encuentran su respuesta influida por la pandemia sanitaria. Así, un 29,1% afirman haber adoptado tecnologías digitales para la comercialización de sus productos y servicios como respuesta a la crisis sanitaria, mientras que un 35,9% manifiestan haber modificado o ampliado las estrategias que, al respecto, tenían ya planificadas con carácter previo a la irrupción de la Covid-19.

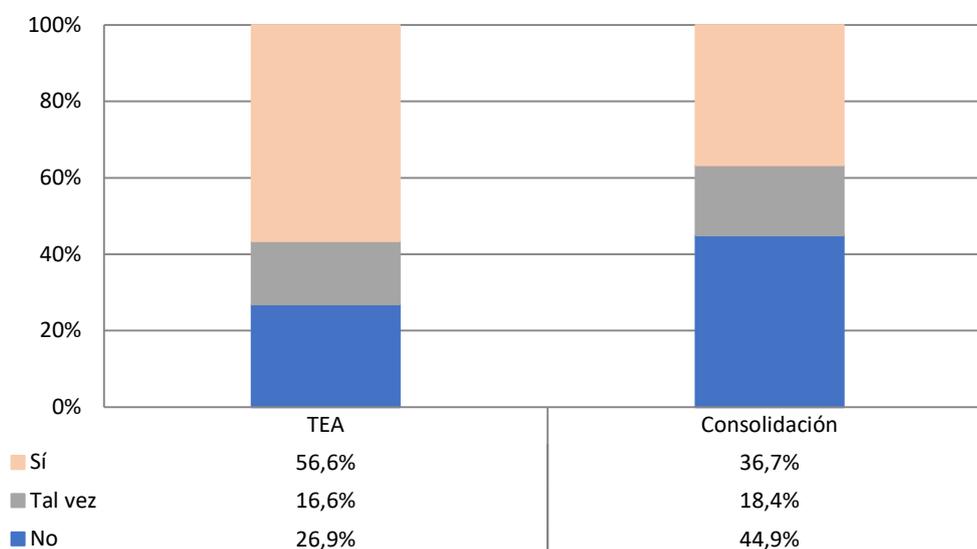
En el caso de las iniciativas ya consolidadas, son también mayoría las que indican haberse visto afectadas de una u otra forma, aunque en un porcentaje menor (53,2%). Así, una cuarta parte ha adoptado tecnologías digitales como parte de su respuesta, y algo más, un 28,2%, ha mejorado los planes previstos con anterioridad a la pandemia.

Figura 35. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria (% de iniciativas emprendedoras).



Adicionalmente a la cuestión anterior, se ha sondeado por la expectativa de incrementar el grado de uso de tecnologías digitales para la venta o prestación de productos y/o servicios a seis meses vista (figura 36). En este sentido, casi tres cuartas partes (73,2%) de las iniciativas en fase incipiente (TEA) contemplan a futuro la expectativa de ampliar su intensidad de uso de estas tecnologías, porcentaje que, en el caso de las empresas ya consolidadas en el mercado, sobrepasa la mitad (55,1%).

Figura 36. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).



4.10. Orientación a la sostenibilidad

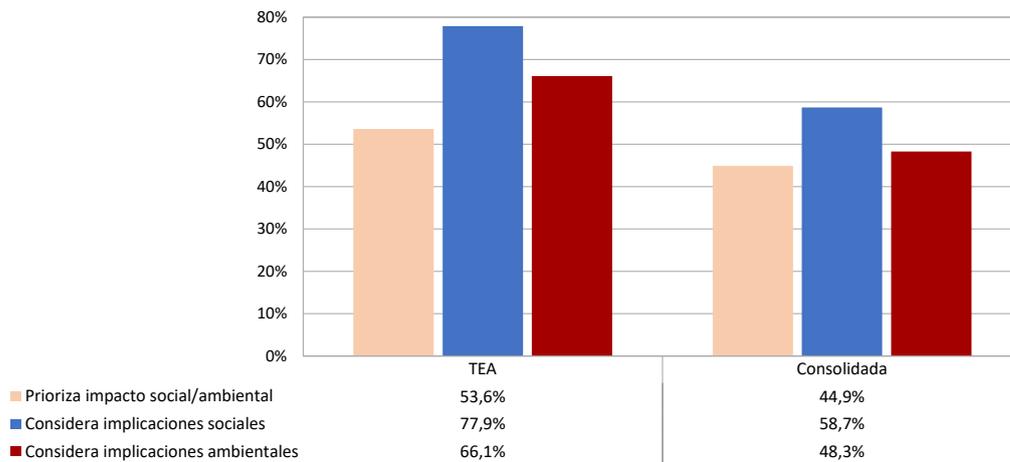
La cuestión de la orientación a la sostenibilidad centra la atención en la preocupación que las personas emprendedoras consultadas manifiestan, más allá de su viabilidad económica, por el impacto social y medioambiental de sus iniciativas.

Al respecto, una primera cuestión sondea si las personas al frente de estas iniciativas priorizan en sus estrategias el impacto social y/o medioambiental que la actividad de sus negocios puede tener. En relación a ello, un 53,6% de las personas involucradas en iniciativas incipientes se manifiesta de acuerdo con esta afirmación, y un 44,9% en el caso de las personas al frente de iniciativas ya consolidadas hacen lo mismo.

De manera complementaria, se sondea si en la toma de decisiones operativas se tienen en cuenta las repercusiones o implicaciones sociales y ambientales de las mismas. En este caso, la respuesta muestra también un alto grado de implicación con la orientación a la sostenibilidad, si bien algo mayor en relación a aspectos sociales que ambientales. Así, la mayor parte de las personas involucradas en iniciativas emprendedoras reconoce considerar las

implicaciones sociales de sus decisiones operativas (77,9% entre iniciativas incipientes; 58,7% entre consolidadas), mientras que, para el caso de la consideración de las posibles repercusiones medioambientales, los porcentajes se sitúan en porcentajes algo menores (66,1% y 48,3% respectivamente).

Figura 37. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).

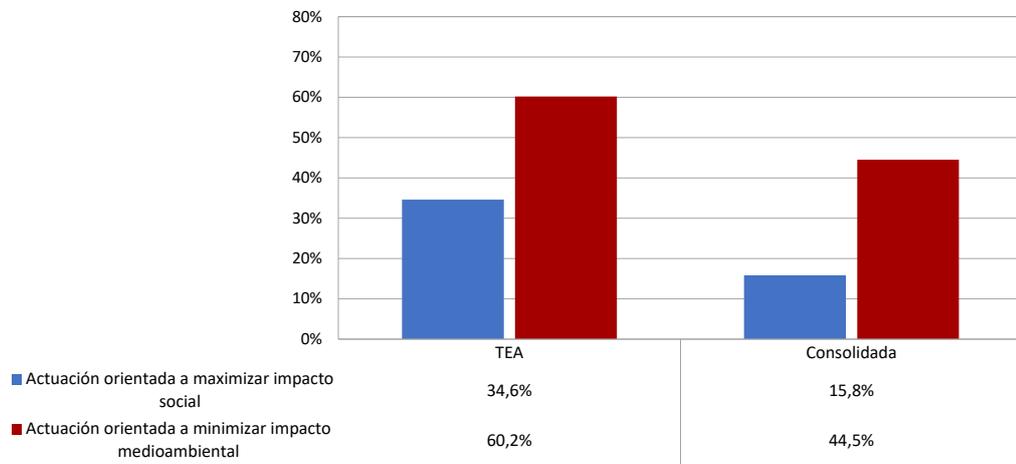


La encuesta GEM, adicionalmente a recoger la preocupación por la sostenibilidad, ha explorado sobre el desarrollo de acciones específicas para maximizar su impacto social, así como para minimizar su impacto medioambiental durante el último año (figura 38).

En relación a estos aspectos, los resultados indican que, si bien la orientación a la sostenibilidad es elevada, como se ha visto anteriormente en función de las prioridades y consideraciones, cuando se trata de la ejecución de acciones específicas, los porcentajes de involucración son menores.

Así, entre las personas encuestadas, reconocen haber dado pasos concretos en la práctica para minimizar o reducir el impacto medioambiental de sus iniciativas un 60,2% entre las iniciativas TEA y un 44,5% entre las consolidadas. De otro lado, las actuaciones prácticas orientadas al impacto social se dan en menor medida, con unos porcentajes de un 34,6% entre las iniciativas TEA y un 15,8% entre las consolidadas.

Figura 38. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).



CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

En este capítulo se recoge 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.

El observatorio GEM modeliza dicho contexto, incluyendo, desde sus inicios, nueve condiciones de entorno vinculadas a la actividad emprendedora (tabla 9), las cuales son analizadas con carácter anual por personas expertas procedentes de diversos ámbitos y relacionadas con la actividad emprendedora, lo que ofrece un punto de vista complementario al de la población, acerca del contexto en el que ésta decide implicarse o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

En el caso específico de la Comunidad Valenciana, en 2004, y con ocasión del primer informe GEM de la región, se formó un grupo experto, integrado por 36 personas, empresarias y profesionales, el cual valora anualmente la situación de las condiciones de entorno. Este 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.

En esta edición, al igual que en las anteriores, se ha contado con la participación de individuos relacionados con todas las condiciones de entorno analizadas y con procedencia del mundo empresarial (empresarios y

empresarias, representantes de asociaciones empresariales, entidades financieras, etc.), y del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para el emprendimiento).

A continuación, las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto se describen en la tabla 9. Por su parte, la procedencia y ámbito de influencia de las 36 personas integrantes del grupo se recoge en las tablas 10 y 11.

Tabla 9. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.

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 del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2022.

Ámbito de influencia	Número de personas
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 del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2022

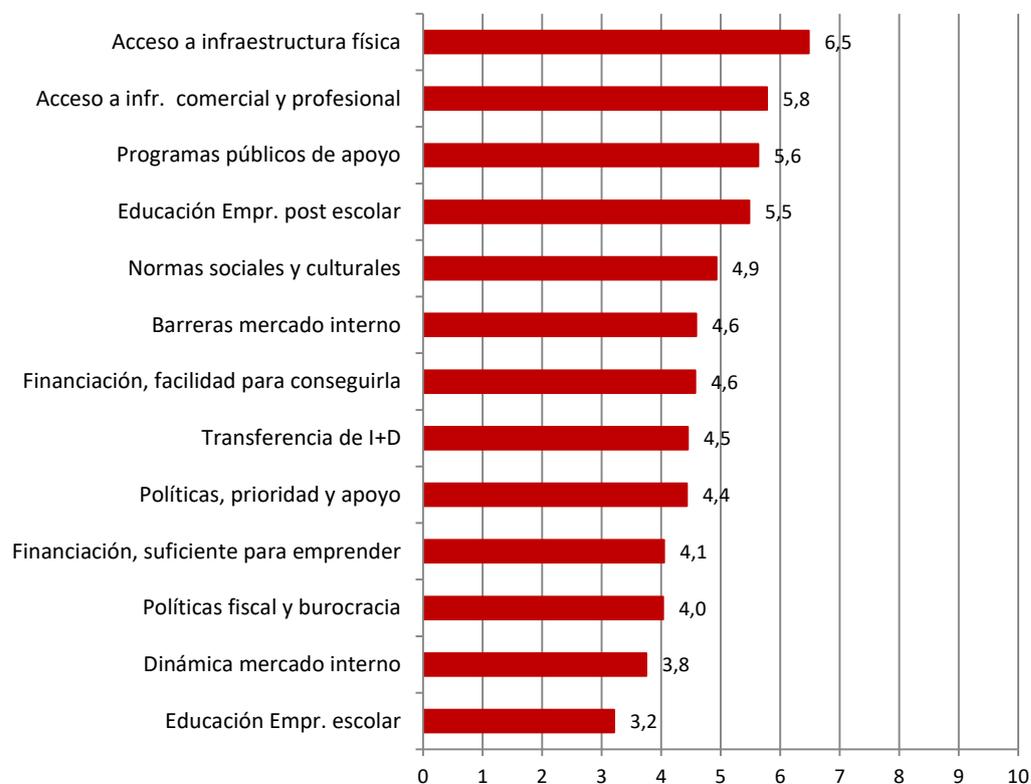
Ámbito de procedencia	Número de personas
Empresarios/as	16
Profesionales:	20
• de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
• de entidades regionales de apoyo	4
• de entidades locales de apoyo	4
• de innovación y desarrollo empresarial	4
• de financiación de las iniciativas emprendedoras	4

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

La valoración media realizada sobre las condiciones de entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana en el año 2022³, realizada por el grupo experto, se muestra en la figura 39. Las nueve condiciones citadas aparecen desglosadas en trece ítems, en tanto que políticas de apoyo, así como educación y apertura de mercado, y también la financiación, se desagregan a su vez en otras dos, como se aprecia en la figura.

³ El grupo experto realiza estas valoraciones entre los meses de mayo y junio.

Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2022 en la Comunidad Valenciana.



Se trata de valoraciones globales, que recogen una síntesis del grado de acuerdo o desacuerdo expresado por los integrantes del grupo sobre una batería de cuestiones representativas, siendo las valoraciones mostradas el resumen global para cada una de dichas condiciones⁴.

En los informes GEM suele ser habitual que, en la escala utilizada, prácticamente ninguna de las condiciones supere, o incluso alcance el 7 por parte del grupo experto. Éste es un resultado frecuente, dado que una puntuación próxima a 10 supondría una percepción de perfección por parte de la totalidad de integrantes del grupo, toda vez que se trata de valoraciones medias conformadas por la integración de cuestiones y las respuestas promedio del conjunto.

⁴ Las valoraciones globales que superan la media de 5 puntos se pueden considerar favorables.

Así, la figura 39 ofrece la valoración de conjunto de las condiciones de entorno en la Comunidad Valenciana para 2022. En global, el panel experto considera la situación como adecuada, aunque mejorable en gran parte de los aspectos. Esta valoración se encuentra en línea con la correspondiente realizada por el panel experto en 2021, si bien hay que decir también que es claramente superior a la equivalente que proporciona el grupo experto del caso nacional.

Con todo, en una primera aproximación observamos que, de manera global, cinco condiciones configuradoras del entorno emprendedor alcanzan o superan el “aprobado”, a juicio del grupo experto, al igual que sucedió en 2021, y frente a las cuatro de 2020, las tres de 2019 o las dos de 2018.

Estas condiciones son: el acceso a infraestructura física (6,5); el acceso a infraestructura comercial y profesional (5,8); los programas públicos de apoyo (5,6); la valoración de los niveles educativos superiores y de formación, en su orientación emprendedora (5,5); o el juicio sobre las normas socio-culturales de la región en relación con el emprendimiento (4,9). Se da la circunstancia de que son las mismas cinco condiciones que alcanzaban esta situación también en 2021, y en el mismo orden de valoración.

Siguen a continuación, con valoraciones que rondan el 4,5: el grado de apertura del mercado interno (4,6); el juicio sobre las posibilidades para el acceso a la financiación (4,6); las condiciones relativas al estado de la transferencia de I+D (4,5); y la percepción sobre las políticas de apoyo hacia el emprendimiento desarrolladas en la Comunidad (4,4); en línea también con el conjunto de condiciones del informe 2021 que presentaba una valoración similar.

Por debajo de este grupo, pero con una calificación ligeramente superior a 4, se encuentran: la opinión respecto a la financiación, respecto a la suficiencia y adecuación de su oferta para emprender (4,1), que resulta algo peor valorada que la facilidad para acceder a la misma, antes comentada; y los aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas empresariales (4,0).

Finalmente, por debajo de 4 se juzgan dos condiciones, que repiten posición: la volatilidad del mercado interno en cuanto a la dinámica de sus cambios, con 3,8 puntos, y en último lugar, y nuevamente destacando como condición peor valorada (3,2), la relativa a la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles inferiores.

La tabla 12 enriquece esta información sobre el estado de las condiciones en 2022, al aportar un contexto evolutivo. En dicha tabla, podemos observar la evolución temporal de las puntuaciones (en escala 1 a 5).

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

Valoración global	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Acceso a infraestructura física	3,7	3,5	3,8	3,8	4,0	4,1	3,9	3,9	3,9	3,9	3,8	3,7
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,1	3,1	3,0	2,9	2,7	3,2	3,3	3,0	3,2	3,5	3,5	3,4
Programas públicos de apoyo	3,1	3,1	3,0	3,0	3,0	3,0	3,2	3,2	3,3	3,5	3,4	3,3
Normas sociales y culturales	2,9	2,8	2,5	2,8	3,0	2,9	2,8	2,5	3,0	3,0	3,2	3,1
Educación y formación post-secundaria	3,0	3,0	2,8	2,9	2,8	3,0	3,1	2,7	3,0	3,2	3,1	3,2
Mercado interno: apertura	2,4	2,7	2,5	2,5	2,4	2,7	2,6	2,5	2,8	2,8	3,0	2,9
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,4	2,7	2,6	2,7	2,5	2,3	2,3	2,5	2,8	3,0	2,8	2,8
Transferencia de tecnología	2,5	2,7	2,4	2,5	2,3	2,5	2,3	2,4	2,6	2,9	2,8	2,8
Apoyo financiero	2,1	1,9	1,9	2,3	2,1	2,2	2,2	2,3	2,6	2,7	2,7	2,7
Facilidad de acceso a financiación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,7	2,9
Financiación suficiente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,7	2,6
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,7	2,6	2,3	2,6	2,1	2,3	2,1	2,3	2,4	2,7	2,7	2,6
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,6	3,0	2,8	2,6	2,3	2,3	2,3	2,4	2,6	2,8	2,3	2,5
Educación primaria y secundaria	2,0	2,1	1,8	2,0	1,7	1,8	1,9	1,6	2,2	2,3	2,2	2,3

Como se puede apreciar, en general la jerarquía de factores no se altera en gran medida en los últimos años, si bien cabe destacar, como hemos mencionado, que tras los incrementos recogidos en la mayoría de condiciones en años anteriores, en 2021 y 2022 la percepción del panel experto ha sido, a grandes rasgos, de cierto continuismo, con una estructura general de las condiciones de entorno emprendedor que mantiene su estado.

Así, estas valoraciones constituyen un resumen global agregado a partir del grado de acuerdo o desacuerdo expresado por las personas integrantes del grupo experto, en relación a una batería de cuestiones más detalladas representativas de cada una de las condiciones de entorno.

Analizando en detalle dichas baterías de cuestiones y comenzando por los aspectos relacionados con las condiciones de acceso a **infraestructura física**, como es habitual en los estudios GEM llevados a cabo en territorios desarrollados, y en particular en todas las ediciones de la Comunidad Valenciana, estos aspectos suelen destacar sobre el resto de condiciones de entorno, siendo de los mejor valorados. En esta edición 2022, igualmente se observa también que todas las cuestiones ligadas a esta condición de entorno recogen una evaluación favorable.

Destacan por este orden, el acceso a sistemas de comunicación (telefonía, Internet...), su rapidez de provisión y su coste, el estado de las infraestructuras físicas relacionadas con el transporte y otras comunicaciones y el acceso a servicios básicos como gas, agua y electricidad para una empresa nueva o en crecimiento, o la disponibilidad de espacios en alquiler para desarrollo de actividades, especialmente en el sector servicios. Como aspectos con margen de mejora respecto al resto (si bien también “aprobados”) se encuentran, como en la pasada edición, la disponibilidad de espacios para alquiler que sean apropiados para llevar a cabo actividades de producción por parte de empresas nuevas y en crecimiento, y en esta ocasión también, las posibilidades de asumir el coste de los servicios básicos antes mencionados (gas, agua, electricidad,...), lo que no es de extrañar, dada la espiral inflacionaria en los mismos, a la que estamos asistiendo en el último año.

En segundo lugar encontramos la valoración de la **infraestructura comercial y profesional**, como también suele ser habitual, y manifiesta el acuerdo del grupo experto en cuanto a una situación que se considera correcta en relación a las posibilidades de acceso a una oferta amplia y adecuada de agentes de aprovisionamiento, subcontratistas, consultoría y asesoría, así como a servicios contables y bancarios con carácter general, si bien en negativo se resalta la dificultad para afrontar los costes de muchos de estos servicios por

parte de las empresas nuevas y en crecimiento, especialmente de subcontratistas, agentes proveedores y de consultoría.

Los **programas públicos de apoyo**, aparecen situados en tercer lugar, obteniendo nuevamente el positivo reconocimiento del grupo experto. Destaca especialmente, el reconocimiento del soporte efectivo que suponen las incubadoras de negocios y los parques científicos, seguidos por la suficiencia en cuanto a la cantidad de programas orientados a empresas nuevas y en crecimiento, y la opinión sobre las personas que trabajan en los diferentes organismos de apoyo, en cuanto a su competencia y eficiencia en su trabajo. Se considera meramente adecuada la efectividad de muchos de los programas, y se juzgan como necesitadas de mejora las posibilidades de que toda aquella persona que necesita ayuda de un programa para un negocio nuevo o en crecimiento pueda encontrar lo que necesita, así como la posibilidad de obtener asesoramiento completo contactando con un único organismo.

Las cuestiones relativas a la **educación** vienen recibiendo ya desde hace varias ediciones una valoración muy diferente, según se vinculen a primaria y secundaria, a los sistemas de formación profesional, o a la educación superior.

En este sentido, las valoraciones a las cuestiones vinculadas a la educación en sus **niveles inferiores** vuelven a situarla como la peor de las condiciones de entorno evaluadas, y muestran de forma clara la necesidad de mejora. La atención a los contenidos orientados a empresa y emprendimiento son, con diferencia, los peor valorados, pero también los relativos a los principios relacionados con la economía de mercado.

Por otro lado, también reciben una valoración muy negativa los elementos relacionados con el refuerzo de las competencias educativas ligadas con la creatividad, la autoeficacia y la iniciativa personal. Sin embargo, la educación en **niveles superiores** pasa en esta edición a situarse como la cuarta condición de entorno mejor valorada, especialmente en lo que se refiere a la adecuación, para el emprendimiento, de la preparación práctica y de la formación en gestión empresarial. Además, se valora también de forma muy adecuada la formación ofrecida desde los centros de formación profesional y educación continua.

En cuanto a la condición relativa a las **normas sociales y culturales** y su relación con valores vinculados al emprendimiento, el grupo experto sigue destacando, al igual que en años anteriores, que la cultura de la Comunidad Valenciana reconoce, como un valor propio de la misma, la responsabilidad

de los individuos más que la de la colectividad, en la gestión de su propia vida; y, además, que apoya y soporta el éxito conseguido a través del esfuerzo personal. Se juzga por otro lado, como apropiado, el énfasis de las normas sociales y culturales en relación a la autoeficacia, la autonomía y la iniciativa personal.

En relación a ámbitos de mejora, se señalan las esferas de la innovación y la creatividad, y especialmente se apunta a la necesidad de tener una mejor capacidad de asunción y gestión de riesgos.

Respecto a la condición de entorno relativa al **mercado interno** de la Comunidad Valenciana, se sigue reconociendo la dificultad que supone el acceso para las empresas nuevas y en crecimiento, con un leve empeoramiento respecto al año anterior. El conjunto de elementos relacionados con esta condición muestra necesidad de mejora en lo relativo a las posibilidades de abordar el coste de entrada a nuevos mercados y a la facilidad de situarse en los mismos, así como a poder acceder sin ser bloqueadas o no poder hacer frente a una reacción dura por parte de las empresas ya establecidas.

En lo tocante a la **dinámica** de los cambios del mercado interno, tanto en los mercados B2C como B2B, la valoración asciende muy ligeramente con respecto a 2021, pero sigue siendo juzgada como la segunda condición peor valorada.

Las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, se separan en dos tipos de aspectos, y, por tanto, recogen distinta valoración según se ponga el foco en su **orientación y prioridad** para el emprendimiento, o bien en la facilidad y rapidez de los **trámites** administrativos que conllevan. En el primer caso, prácticamente se repite la puntuación recogida en 2021, que ya recogió un ligero descenso de la valoración tras los incrementos recogidos desde 2017, y el grupo experto, en su valoración, vuelve a mostrar su acuerdo especialmente con el reconocimiento de las políticas de apoyo y soporte a las empresas nuevas y en crecimiento como una prioridad para los gobiernos de diferentes ámbitos territoriales, nacionales, regionales y locales.

De otro lado, en relación al conjunto de tasas, impuestos, regulaciones y trámites burocráticos, ligados al proceso de puesta en marcha de una empresa y a su crecimiento, la puntuación otorgada desciende respecto a los dos años anteriores, y supone el reconocimiento de la ampliación del gran margen de mejora que ya se reconocía.

El **entorno tecnológico** de la Comunidad Valenciana, en cuanto a las posibilidades de transferencia de tecnología, sigue mostrando una situación necesitada de mejora, de acuerdo al juicio emitido.

En este sentido, la afirmación que recoge una valoración más positiva es la capacidad y potencialidad clave de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas. Sin embargo, otros aspectos, como la eficiencia de la transferencia efectiva de I+D desde las universidades y los centros públicos de investigación, la disponibilidad de apoyo para comercializar las ideas del colectivo investigador mediante empresas, o, muy especialmente, la capacidad de las empresas nuevas y en crecimiento para poder dotarse de las últimas tecnologías, así como la disposición de subvenciones públicas para ello, se consideran con gran recorrido y amplio margen de mejora y atención todavía por delante.

En relación a las **condiciones financieras** que enfrentan en su entorno las empresas nuevas y en crecimiento, y que tradicionalmente suele encontrarse entre los factores peor valorados, son juzgadas desde dos puntos de vista. De un lado, un conjunto de afirmaciones evaluadas se asocia a la suficiencia de fuentes financieras, y además, otro conjunto lo hace respecto a la facilidad de acceso a esas fuentes.

Comenzando por la valoración global del apoyo financiero en cuanto a su **facilidad de acceso**, el aspecto mejor valorado es el que hace referencia a los costes asociados a la provisión de un soporte financiero adecuado para las empresas nuevas y en crecimiento.

Por otro lado, la facilidad para atraer agentes inversores y financiadores para acometer el crecimiento de las empresas una vez éstas han completado la fase de start-up, se considera un aspecto a mejorar, así como también la inadecuada posibilidad de conseguir suficiente capital semilla para cubrir las etapas de start-up y crecimiento inicial. Por su parte, como es habitual, el elemento peor valorado sigue siendo la financiación bancaria mediante préstamos y similares.

Respecto a a la **suficiencia** de fuentes de financiación, el acceso a la financiación informal procedente de familia o amistades era el único de los aspectos que se venían juzgando en años anteriores como adecuado, y en 2022 reduce su valoración y pasa a considerarse insuficiente, al igual que el resto de fuentes de financiación evaluadas.

En conjunto, todos estos **aspectos financieros** relacionados con el emprendimiento recogen una baja valoración en la Comunidad Valenciana en 2022. La incertidumbre persistente en los últimos años y sus efectos en la liquidez y el acceso al crédito vuelven a ser obstáculos significativos para los emprendedores. El encarecimiento de la financiación tradicional, procedente de las entidades bancarias y de crédito, está dificultando el acceso a la inversión y, por ende, esta vía de financiación para la puesta en marcha de iniciativas de negocio, teniendo en cuenta los elevados niveles de incertidumbre asociados a la situación global de los últimos años.

Se pone de manifiesto, desde este punto de vista, la necesidad de políticas y programas que faciliten el acceso a financiación adecuada y se promueva la confianza y la colaboración entre el sector empresarial y las instituciones financieras. En este sentido y como complemento, las personas emprendedoras necesitan adquirir habilidades financieras sólidas y/o contar con asesoramiento especializado.

5.3. Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

Las figuras 40 y 41 sitúan las valoraciones de las condiciones de entorno emprendedor en un contexto comparativo respecto al conjunto de España y al resto de regiones, respectivamente.

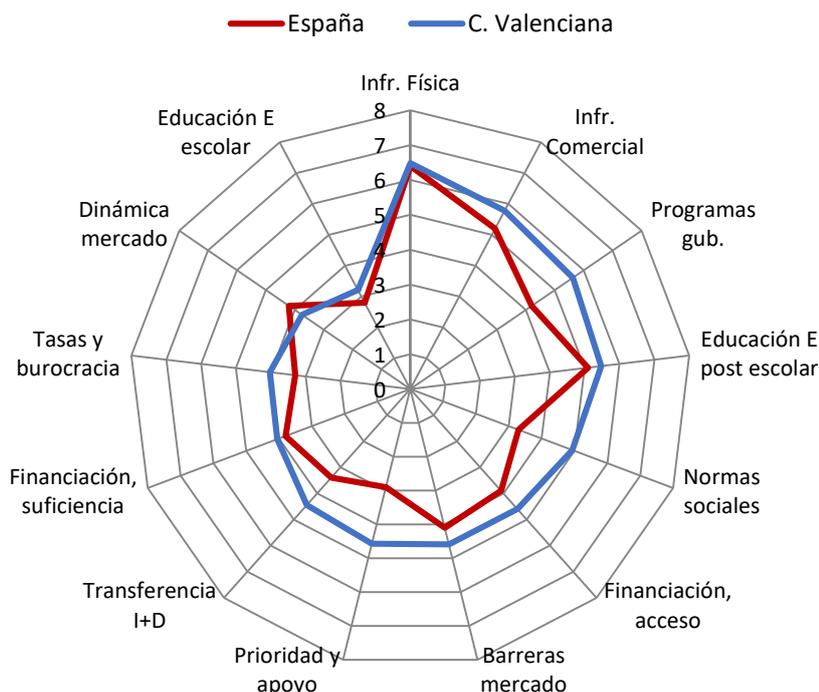
Por un lado, la figura 40 recoge la totalidad de las condiciones de entorno evaluadas en secciones anteriores, en relación al conjunto de España, observándose una opinión más positiva por parte del panel experto de la Comunidad Valenciana en la totalidad de las condiciones, con la excepción de la dinámica del mercado.

En particular, llegan a ser relevantes por la diferente puntuación otorgada, los aspectos relacionados con la percepción del panel experto sobre las condiciones relativas a la evaluación de las políticas, en cuanto a su prioridad y apoyo para con el emprendimiento, las normas sociales y culturales, la evaluación de los programas orientados al emprendimiento, o el estado de la transferencia de I+D.

En cualquier caso, se debe tener en cuenta que cada panel regional o territorial es diferente, y mientras que el formado para la Comunidad

Valenciana valora exclusivamente su propio entorno, el formado para el conjunto de España valora de manera agregada la totalidad de los territorios que integran el Estado.

Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2022 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.

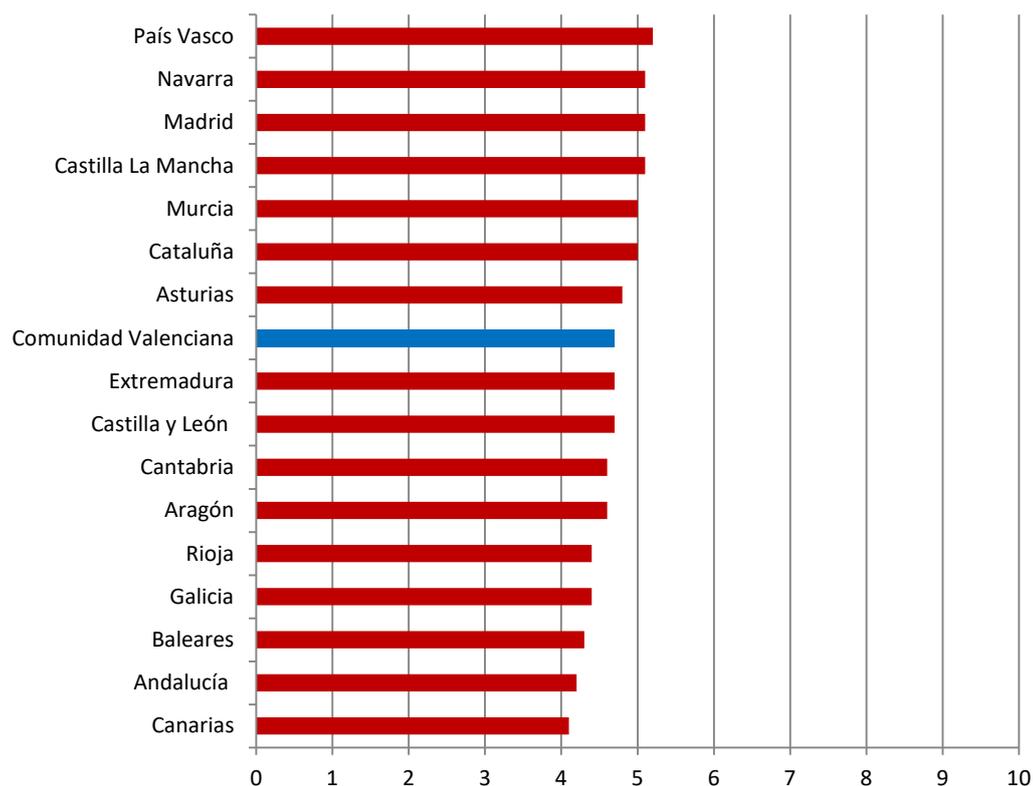


En este sentido, la figura 41 ofrece el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) de la Comunidad Valenciana en el marco comparativo del resto de regiones españolas. Este índice representa el promedio de los trece indicadores que valoran los grupos expertos entrevistados en cada uno de los territorios participantes en GEM, y permite tener una aproximación a la valoración global de los ecosistemas emprendedores nacionales y territoriales, de modo que el índice recoge una comparativa general de las condiciones de cada territorio.

Los datos indican que el ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana obtiene globalmente una valoración promedio de 4,7 cercana al

“aprobado” y se sitúa en puestos centrales en el conjunto del resto de comunidades. En todo caso, se trata de valoraciones cuantitativas y sintetizadoras, que deberían ser interpretadas a la luz del resto de datos e indicadores de la actividad emprendedora y la calidad de ésta.

Figura 41. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2022 en la Comunidad Valenciana y resto de España.



5.4. Factores de impulso a la actividad emprendedora y recomendaciones del panel experto

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 experto sobre el papel que determinadas condiciones pueden estar jugando como impulsoras del emprendimiento.

Para ello, se solicita a cada una de las personas integrantes del grupo que indique un factor o área fundamental que, según su criterio, puede estar actuando como impulsor, favoreciendo la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana; y una recomendación o medida para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora.

A partir del conjunto de respuestas obtenidas y su clasificación en los ámbitos definidos por la metodología GEM, las tablas 13 y 14 muestran una síntesis conjunta de los resultados, los cuales pasamos a comentar a continuación en detalle.

Tabla 13. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2022).

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Programas públicos de apoyo	25,0%
Clima económico y estado del contexto político, institucional y social	22,2%
Capacidad emprendedora y normas socio-culturales de la región	16,7%
Transferencia de I+D	11,1%
Infraestructura comercial y profesional	8,3%
Políticas públicas	5,6%
Educación y formación	5,6%
Apertura del mercado interno	2,8%
Acceso a infraestructura física	2,8%

Comenzando por las condiciones de entorno que han actuado como fuerzas impulsoras o **apoyos de la actividad emprendedora** en la Comunidad Valenciana (tabla 13), se apuntan como factores principales: los programas públicos de apoyo (25,0%), el actual clima económico, junto al estado del contexto político-institucional-social (22,2%); o la capacidad emprendedora de la población de la región, íntimamente vinculada también a sus normas socio-culturales (16,7%).

Los **programas públicos de apoyo al emprendimiento**, siempre destacados como elementos favorecedores de la actividad emprendedora en la

Comunidad Valenciana, vuelven a aparecer en primer lugar, lo que indica la percepción por parte del grupo experto de un esfuerzo por parte de las administraciones, en relación al fomento de la actividad emprendedora y a la mejora de sus programas de actuación al respecto. En este sentido, el panel experto manifiesta el crecimiento del ecosistema emprendedor de la región, juzgado como cada vez más completo, dinámico y variado, y compuesto por una variada y eficaz red de agentes, y la presencia de casos de éxito, y programas como el Distrito Digital de la Comunidad Valenciana, la existencia y el papel de centros tecnológicos y su relación con las distintas universidades públicas de la región.

En este sentido, el panel experto vuelve a destacar la importancia de los programas de apoyo proporcionados por entidades como Consellerías, Ayuntamientos, Diputaciones o el Instituto Valenciano de Finanzas (IVF). Asimismo, se hace mención a los programas de aceleración e impulso promovidos por parques científicos y universidades, que desempeñan un papel clave en el desarrollo y crecimiento de las startups, ofreciendo recursos, mentoría y asesoramiento especializado para potenciar el éxito de los emprendedores.

El panel también señala el esfuerzo y labor de las agencias de desarrollo local, quienes desempeñan un papel cercano y fundamental en las etapas iniciales del proceso emprendedor. Además, se destaca que contar con infraestructuras adecuadas, donde parques científicos, viveros, incubadoras y aceleradoras, así como espacios de *coworking*, juega un papel fundamental en el ecosistema emprendedor. Por último, también se cita el papel de la red de CEEIs y el Mapa de Entidades y Servicios al Emprendimiento de la Comunidad Valenciana, que permite la geolocalización de las entidades y servicios de apoyo.

En conjunto pues, se destaca el crecimiento y dinamismo del ecosistema emprendedor en la región, respaldado por una red sólida de agentes, programas de apoyo, así como la colaboración entre centros tecnológicos, universidades, agencias de desarrollo local y espacios de emprendimiento. Estos elementos en conjunto, fortalecen y promueven un entorno propicio para el éxito de las iniciativas emprendedoras en la Comunidad Valenciana.

En segundo lugar se encuentra el **contexto político, institucional y social**, unido al actual **clima económico**, en tanto que, como ya comentamos en la anterior edición de este informe, todo ello forma parte de un mismo entorno VUCA⁵ de alta volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad, que

⁵ Volatilidad, incertidumbre (*Uncertainty*), Complejidad y Ambigüedad

vino propiciado en primer lugar por la pandemia sanitaria y sus consecuencias desde 2020, en salud, bienestar, comercio, economía, desarrollo empresarial y acción de instituciones y gobiernos, pero que ha sido realimentado por una nueva crisis, derivada de la guerra de Ucrania y de su enquistamiento y consecuencias a todos los niveles.

En este sentido, el panel de personas expertas ha reconocido, en este contexto actual, las oportunidades que podían venir de la mano de la recuperación de la pandemia sanitaria, y de otro lado, también la existencia de nuevas oportunidades y caminos para nuevas empresas que se pueden abrir en toda crisis, en parte por la dinámica de rápidos cambios en los mercados, y también por el mayor conocimiento y conciencia en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la proliferación de nuevas iniciativas orientadas hacia los mismos; el campo de la transición energética; o el cambio de mercados, de lo global a lo local o de proximidad. Aspectos como los sectores de la actividad agroalimentaria y el turismo, start-ups dirigidas hacia la salud de la ciudadanía, la apuesta por la sostenibilidad o la creación de empresas de triple impacto son comentados adicionalmente en este sentido.

Sin embargo, también se resalta, como parte del clima económico, que parte del emprendimiento está siendo impulsado no obstante por la necesidad, o a falta de alternativas, lo que puede conllevar cierto peligro en tanto que una parte de las iniciativas pueden no haber sido maduras convenientemente por la propia urgencia vital de las personas promotoras tras las mismas.

A estas fuerzas impulsoras les sigue la **cultura emprendedora** de la Comunidad Valenciana, a lo que volvemos a unir, por su íntima relación, la **capacidad emprendedora** de su población.

De este modo, las personas integrantes del panel experto siguen destacando, no ya el propio espíritu emprendedor de la región, sino también el impulso que la propia cultura emprendedora consideran que está recibiendo.

La iniciativa personal, las actividades emprendedoras desarrolladas, la puesta en conocimiento y difusión de casos de éxito, y las políticas de fomento de la cultura del emprendimiento, más allá del apoyo a emprendedores y a emprendedoras, son destacados por el panel, que llega a citar explícitamente el rol que puede otorgar el hecho de haber emprendido como un medio de reconocimiento social.

Siendo estos los elementos más destacados, no podemos olvidar otros muchos, citados en menor medida, así como otros destacados en anteriores informes, que jugaron un papel impulsor fundamental en plena pandemia.

De este modo, si bien no se cita en esta ocasión de manera explícita, debe seguir recordándose el papel que la **transformación digital** y tecnológica propiciada por las restricciones impuestas por la pandemia ha jugado, y que ha impulsado y sigue impulsando una gran cantidad de actividades y nuevas iniciativas, fruto del surgimiento de nuevos modelos de negocio y la transformación de otros preexistentes.

Del mismo modo, consideramos que siguen pudiendo considerarse como impulsores, otros como los modelos de negocio basados en economía colaborativa, economía circular, y “gig economy⁶”, adicionalmente a los orientados a la sostenibilidad, o que buscan un triple impacto, como ya se ha comentado anteriormente. Además, en el ámbito de las políticas han sido mencionados como de efecto positivo, la ley de start-ups y la puesta en marcha de convocatorias públicas financiadas con fondos Netx Generation de la UE.

Las principales **recomendaciones para la mejora del ecosistema emprendedor** de la Comunidad Valenciana propuestas por el grupo experto (tabla 14) reiteran, en el conjunto de sus primeros puestos, las recogidas en anteriores ediciones.

Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2022).

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Programas públicos de apoyo	33,3%
Políticas de apoyo	30,6%
Apoyo financiero	16,7%
Transferencia de I+D	11,1%
Educación y formación	5,6%
Apertura del mercado interno	2,8%

⁶ La “gig-economy” alude a trabajos esporádicos en los que se hace una tarea específica dentro de un proyecto y por un periodo corto de tiempo.

De esta forma, entre los ámbitos en los que se encuadran las recomendaciones, se encuentran de nuevo la mejora de los programas públicos de apoyo (33,3%), el impulso a las políticas relacionadas con el emprendimiento (30,6%); el apoyo relacionado con el acceso a la financiación (16,7%); el impulso a la transferencia de I+D (11,1%), o una mayor y mejor educación y formación en emprendimiento (5,6%), como los más destacados.

Los **programas de apoyo** (33,3%) son los citados como principal elemento de soporte a la actividad emprendedora y reconocidos como tercera mejor condición de entorno, no es de extrañar que aparezcan también en primer lugar entre las fundamentales recomendaciones para el fomento del emprendimiento. En este sentido, las personas integrantes del panel experto destacan aspectos relacionados y coincidentes en gran medida con los de la edición anterior, y otros que sumar a los anteriores, y que unimos en su conjunto, en el siguiente listado:

- Capacitar a los agentes del ecosistema en nuevas herramientas de apoyo al emprendimiento.
- Procurar una mayor y mejor comunicación y promoción de los recursos y programas a disposición de la población emprendedora, muchas veces, auténticos desconocidos.
- Fomentar e intensificar las interrelaciones entre los distintos agentes del ecosistema emprendedor.
- Crear programas reales de ayuda a emprendedores locales, que favorezcan la apertura de negocios en el entorno local.
- Incrementar desde las instituciones públicas el acompañamiento en la fase inicial.
- Promover la colaboración mediante la expansión de espacios de trabajo compartidos y plataformas colaborativas para emprendimiento, junto con el fortalecimiento de los recursos en viveros y centros de negocios existentes, y apoyar su crecimiento.
- Seguir estimulando el intercambio de experiencias y fomentar las conexiones entre empresas y equipos emprendedores a través de eventos y oportunidades de *networking*.

- Impulsar la creación y desarrollo de comunidades emprendedoras, y el desarrollo de programas de mentorización efectivos.
- Organizar eventos profesionales *-investor's days-* que reúnan a agentes inversores y a equipos emprendedores.
- Centralizar y mejorar la coordinación del asesoramiento entre diferentes agentes del ecosistema y las distintas administraciones evitando solapamientos.
- Establecer programas de conexión y de colaboración entre empresas consolidadas y *start-ups*.
- Superar la visión a corto plazo de algunos programas de apoyo.
- Potenciar el emprendimiento, no sólo en las grandes ciudades, sino especialmente en el resto del territorio de la Comunidad.
- Realizar evaluaciones periódicas de las políticas y programas implementados para fomentar el emprendimiento, con el fin de identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según las necesidades cambiantes del ecosistema emprendedor de la región.
- Crear e implementar programas que impulsen proyectos sostenibles que contribuyan a transformar el modelo productivo de la Comunidad Valenciana, incluyendo empresas de base tecnológica, iniciativas innovadoras de turismo experiencial, proyectos de triple impacto (social, económico y ambiental), así como sectores relacionados con la economía circular y colaborativa.

Así mismo, es importante destacar las recomendaciones relacionadas con las **políticas de apoyo** (30,6%) que, como es habitual, se centran principalmente en los trámites burocráticos y las obligaciones administrativas. Desde esta perspectiva, resulta fundamental reducir y simplificar dichos trámites en la medida de lo posible, otorgándoles mayor agilidad y aligerando la carga burocrática tanto para las empresas establecidas como para la creación de nuevos negocios. Esto también se aplica en casos de reestructuración o cierre de empresas.

En esta línea, se menciona la importancia de mejorar la fiscalidad y reducir la carga impositiva, así como aumentar las ayudas y los estímulos fiscales para la inversión privada, según lo señalado por el colectivo entrevistado. También se hace referencia a la necesidad de reducir las cargas sociales que recaen sobre las empresas para facilitar la contratación, así como simplificar la legislación laboral que pueda afectar a la contratación de personal.

Además, el grupo experto considera fundamental discriminar positivamente estas medidas durante los primeros meses de actividad empresarial. Asimismo, continúa reclamando una mayor agilidad en la tramitación de solicitudes de ayudas y en el pago efectivo de estas cuando son concedidas.

Las recomendaciones relacionadas con el **acceso a la financiación**, representan el 16,7% de las citadas. Mejorar la facilidad de acceso a fuentes de financiación y ampliar y fortalecer las líneas de apoyo existentes para nuevos proyectos y empresas de reciente creación han sido aspectos destacados en los últimos años, y nuevamente se mencionan en esta edición de 2022.

Además, se sigue reclamando la necesidad de promover alternativas que aún no se aprovechan lo suficiente, como la creación de fondos de capital riesgo, el fomento de los *business angels*, y el estímulo de plataformas de financiación colectiva, como el *crowdfunding*.

También se menciona la necesidad de revisar los requisitos para acceder a financiación pública y mejorar la gestión de las subvenciones destinadas a la creación de nuevas empresas.

En este sentido, se aboga de nuevo por diseñar fórmulas flexibles de financiación para emprendimientos en etapas tempranas, como la fase semilla, ya que es común que las empresas de nueva creación necesiten cubrir sus gastos iniciales sin contar aún con ingresos suficientes, pero también se vuelve a mencionar la necesidad de establecer mecanismos financieros para la etapa previa (pre-semilla), en la que existe la idea de negocio pero aún no se ha desarrollado un producto mínimo viable, lo que además puede estimular el desarrollo de nuevas ideas de negocio.

Asimismo, en línea con informes anteriores, se reiteran recomendaciones en el ámbito de I+D. Es fundamental potenciar las redes de colaboración y las interrelaciones entre los diversos actores del ecosistema emprendedor en este campo.

Además, se sigue destacando la necesidad de mejorar los programas formativos centrados en el emprendimiento, la economía y los negocios desde edades tempranas y se considera fundamental llegar a impulsar la creación de ecosistemas emprendedores dentro de las universidades valencianas, que cuenten con programas específicos de aceleración y lanzaderas empresariales, ecosistemas que deben establecer conexiones sólidas con los entornos emprendedores en sus áreas de influencia. En este sentido, esta actividad de transferencia desde la Academia puede ser un catalizador importante para la generación de nuevas empresas y la promoción de la innovación. Fomentar la colaboración entre universidades, empresas y otros agentes clave facilita la creación de sinergias y estimula el emprendimiento basado en el conocimiento.

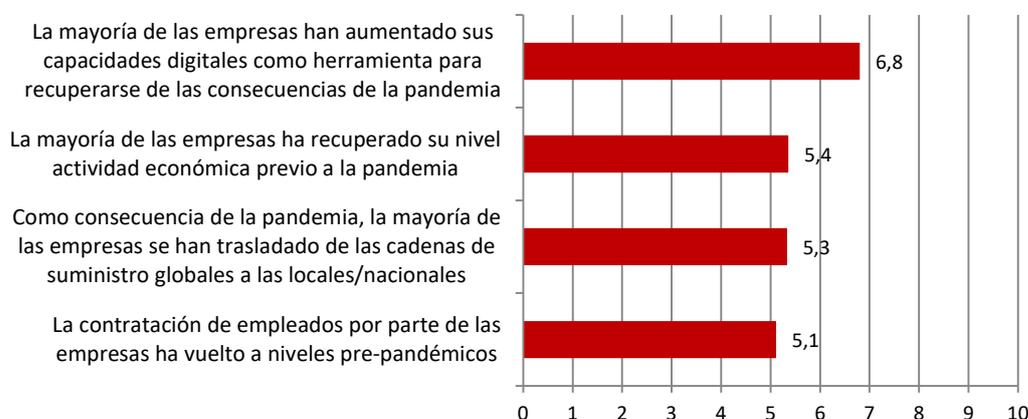
5.5. Percepciones del grupo experto en relación a la recuperación de la COVID-19

En esta edición 2022-2023 del Informe GEM, se han incluido en el cuestionario dirigido al panel experto, una serie de ítems adicionales a los tradicionales relacionados con las condiciones de entorno, y relacionados con la recuperación del impacto y las consecuencias de la COVID sobre las condiciones generales de entorno para emprender.

Así, esta sección analiza estos ítems adicionales para la Comunidad Valenciana, con la misma metodología empleada para las condiciones generales de entorno emprendedor.

La figura 42 recoge las valoraciones medias, teniendo en cuenta que todas las cuestiones valoradas por el panel en este caso, cuentan con la premisa inicial de que la afirmación planteada se ha producido como consecuencia de la pandemia y su posterior fase de recuperación.

Figura 42. Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la recuperación de las condiciones de la COVID-19 en 2022 en la Comunidad Valenciana.



El mayor grado de acuerdo (6,8) corresponde al incremento en capacidades digitales de las empresas y su empleo como herramienta, no ya solo para abordar, en su momento la crisis, sino para recuperarse de sus consecuencias.

Sin embargo, los otros tres aspectos planteados recogen un acuerdo más conservador y próximo a la puntuación media 5. Así, podríamos indicar que el grupo experto muestra un acuerdo parcial con el retorno del empleo por parte de las empresas a niveles pre-pandemia, así como, lógicamente también con el retorno del nivel de actividad previo. Por otro lado, el grado de acuerdo es neutral también respecto a la afirmación de que las empresas se han trasladado de cadenas de suministro globales a locales o nacionales.

5.6. Percepciones del grupo experto en relación al progreso en las prácticas de sostenibilidad

Adicionalmente, el panel experto ha valorado también una serie de cuestiones relacionadas con la apuesta por las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social por parte de las empresas nuevas y en crecimiento, así como con su consideración como una prioridad (figura 43).

Figura 43. Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la orientación a la sostenibilidad y la responsabilidad social en 2022 en la Comunidad Valenciana.



Hay que destacar que el panel experto, siendo moderado en sus valoraciones, expresa como mínimo su acuerdo global con las afirmaciones consideradas, en tanto que ninguna de ellas se encuentra por debajo de 5.

En orden de valoraciones, los mayores grados de acuerdo son los que tienen que ver con las prácticas de sostenibilidad de las empresas nuevas y en crecimiento, ambas cuestiones por encima de la puntuación 6.

En particular, la percepción de respaldo a las prácticas de sostenibilidad de las empresas nuevas y en crecimiento, alcanza un 6,5. En este sentido, el panel considera que no solamente estas prácticas son vistas como muy importantes dentro de la cultura de la Comunidad Valenciana, sino que se pueden encontrar destacados ejemplos de actividades empresariales relacionadas con los ODS dentro del sector empresarial.

La percepción de que dichas prácticas son prioritarias para las propias empresas nuevas y en crecimiento, destaca también, recogiendo su valoración 6,1 puntos. En concreto, consideran que la mayoría de estas empresas ven los problemas y cuestiones ambientales como oportunidad de negocio potencial, priorizan las prácticas de eficiencia energética en sus operaciones, e implementan prácticas respetuosas con el medioambiente en la producción de bienes y servicios.

Adicionalmente a estos aspectos culturales y de las propias empresas, también se ha planteado al panel experto su opinión acerca del grado de prioridad que puede suponer para los gobiernos. Al respecto, la calificación obtenida es de 5,7; algo menor que las anteriores, pero también merecedora del “aprobado” por parte del panel. En este sentido, el grupo experto considera que existen regulaciones específicas que apoyan a las empresas enfocadas a la sostenibilidad, y aunque en menor medida, también valoran la existencia de apoyo a través de subvenciones, derechos especiales y/o reducciones impositivas.

La percepción acerca de la responsabilidad social de las empresas nuevas y en crecimiento recoge una puntuación de 5,3, y se ha medido mediante diferentes aspectos que han sido valorados de forma muy diferente. Así, el principal grado de acuerdo del grupo experto es con la integración de principios de RSE por parte de las empresas en sus operaciones comerciales y/o productivas, así como con el hecho de que, complementariamente, los agentes inversores se interesan en particular en financiar nuevas empresas que se centren o se enfoquen en la RSE.

Sin embargo, se ha recogido cierto desacuerdo desde el panel, con el planteamiento de que las empresas prioricen cada vez más su contribución social, en lugar de centrarse únicamente en la creación de beneficios y riqueza. Esto es, si bien la percepción es de integración de elementos de RSE en las operaciones, no se percibe todavía como un elemento de prioridad sobre los tradicionales objetivos más ligados a lo puramente económico.

CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES

Este informe GEM 2022-2023 de la Comunidad Valenciana, que hace el número 19, es el tercero redactado en un entorno muy diferente de los anteriores a 2020.

Ya en el pasado informe hicimos referencia a ese entorno VUCA en el que parecemos vivir desde la irrupción de la Covid-19 en 2020, con sus consecuencias a todos los niveles, y realimentado por la invasión de Rusia a Ucrania y sus consecuencias, lo que continúa provocando dificultades para la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras, si bien también propicia nuevas oportunidades.

Los dos anteriores informes captaron las consecuencias y repercusiones de este entorno, y nuevamente en este informe 2022-2023, puede observarse la influencia de esta situación en algunas de las principales variables analizadas. Pero también trasciende la solidez del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana, con unos indicadores que se mantienen e incluso evolucionan positivamente.

La percepción de oportunidades, clave para el desarrollo de nuevos emprendimientos, el propio índice de actividad emprendedora o la intención de emprender, muestran un tejido emprendedor sólido, y las valoraciones que hace el grupo experto confirman unas condiciones de entorno que favorecen esta situación, si bien todo esto no está exento de áreas necesitadas de mejora.

Así, y centrando la atención en los porcentajes de personas involucradas en el proceso emprendedor, la evolución de la intencionalidad emprendedora, que supone un dato de relevancia en cuanto puede marcar la tendencia de evolución del emprendimiento a futuro, registró en 2021 un fuerte incremento

que la llevó desde el 5,2% de 2020 a un 8,4% en 2021, y que ahora prácticamente mantiene ese dato (8,3%), lo que parece abundar en la recuperación intuida en 2021.

De otro lado, y dentro de la fase activa del proceso emprendedor, el principal indicador de la actividad emprendedora en GEM, el denominado TEA, muestra que un 6,8% de la población adulta de la región se encontraba, en junio-septiembre de 2022, implicada en actividades con hasta 42 meses de funcionamiento. Este registro representa un aumento significativo de 1,5 puntos sobre el recogido en 2021, encadenando de este modo cinco años consecutivos de crecimiento y confirmando así una evolución positiva para llegar a un dato que es el segundo más elevado del registro histórico de los últimos 15 años, apenas una décima por debajo del obtenido en 2011 (6,9%).

Además, hay que decir que este incremento ha venido impulsado tanto por la actividad nueva (entre 3 y 42 meses) como por la actividad naciente (menos de 3 meses en funcionamiento), y además esta última es la que, durante los cuatro últimos años, viene teniendo un mayor peso frente a la nueva.

Si bien hay que tener en cuenta que, dada la incertidumbre del entorno todavía presente en el entorno de la recogida de datos de este informe, no es posible cimentar conclusiones sólidas de cara a la evolución de los próximos años, como de hecho se manifiesta en el dato recabado para las iniciativas consolidadas, que han visto caer su registro desde el 6,7% de 2021, al 5,9% recogido en 2022. No obstante, el mantenimiento de la tasa de abandonos y la reducción de la tasa de cierres efectivos, supone, respecto a 2021, un dato positivo que, a la luz de lo anterior, parece indicar que, ha habido menos abandonos y cierres entre las actividades nacientes y nuevas, y estos se han centrado, fundamentalmente, en iniciativas algo más consolidadas, que no han podido seguir manteniendo su actividad.

En este contexto evolutivo, es importante observar además cómo percibe la población en general la actividad emprendedora, y cómo se valoran por otro lado las condiciones de entorno para desarrollar la misma, en este caso por parte del grupo experto.

En relación a los valores, percepciones y actitudes de la población respecto a la actividad emprendedora, en 2022 los indicadores siguen con su proceso de retorno a la “vieja normalidad”. En este sentido, en 2020, con la irrupción de la pandemia, dos fueron las percepciones que se vieron especialmente afectadas, dada su fuerte dependencia de los niveles de certidumbre: el

papel del miedo al fracaso como inhibidor del proceso emprendedor y, especialmente, la percepción de buenas oportunidades de negocio a seis meses vista. Sin embargo, ya en 2021 se registró una evolución positiva de los mismos, que el informe 2022-2023 ahora corrobora.

Así, por un lado el miedo al fracaso (55,9% de la población lo ve como freno) se mantiene en niveles similares a 2021, siendo en cualquier caso considerablemente menor al alcanzado en 2020, y manteniéndose en valores cercanos a los de 2019, antes del inicio de la crisis sanitaria. Y de otro lado, la percepción de oportunidades (27,1%) se mantiene y consolida el registro alcanzado en 2021.

Adicionalmente y en relación a la calificación del entorno emprendedor de la región, 2019 y 2020 marcaron dos años consecutivos de evolución positiva, en los que la mayoría de las condiciones vieron incrementar su valoración. Posteriormente en 2021, el grupo experto otorgó valores similares o levemente más modestos en algún caso, lo que en plena pandemia ponía de manifiesto la fortaleza del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana. La valoración recogida en el presente informe, se mantiene en la misma tónica, pese a la incertidumbre generada por la guerra de Ucrania, al complejo contexto geopolítico internacional resultante, y a las consecuencias de todo ello a nivel económico.

En conjunto, la valoración del entorno específico para emprender en la región se mantiene sin cambios sustanciales, lo que en realidad dice mucho de su fortaleza. Ello unido a la positiva evolución encontrada en las tasas de involucración emprendedora incipiente, ponen de manifiesto el papel relevante del ecosistema emprendedor y su contribución al fomento del emprendimiento y al desarrollo de nuevas empresas, no obstante lo cual, este informe recoge también una serie de recomendaciones del panel experto para reforzar este ecosistema y seguir avanzado en su desarrollo.

Por supuesto, la situación no está exenta de dificultad. Aunque los indicadores principales que cuantifican el emprendimiento muestran cómo se van recuperando niveles previos a la pandemia, aquellos otros que recogen la calidad y tipología de las actividades emprendedoras que se desarrollan, evidencian también cómo las características de esos emprendimientos tienen todavía un razonable potencial de mejora.

En este sentido, la motivación más frecuente aludida en el conjunto de actividades emprendedoras sigue siendo la ausencia de otras alternativas laborales, por encima del 70% de los casos, aunque esta circunstancia mejora

en 8 puntos la de 2021. La tipología de actividades en las que se emprende, por encima del 90%, se corresponden con el sector servicios, bien sea consumo o servicios a empresas, lo que muestra una reducción cada vez mayor de sectores transformadores o industriales, y la dimensión de los emprendimientos, tanto por el número de socios como por el empleo que generan en sus momentos iniciales, sigue siendo muy reducido.

Por otro lado, se detecta en positivo, el esfuerzo por adaptarse al nuevo entorno que ha venido conformándose en estos últimos años, como muestran los niveles de adopción de tecnologías digitales o la cada vez mayor conciencia de los efectos e impactos sociales y medioambientales de la actividad que se desarrolla.

En suma, los datos recogidos en este informe muestran una situación emprendedora que continúa evolucionando en positivo y que constituye una sólida base de desarrollo, pero también constituye un punto de partida sobre el que se debe seguir trabajando para mejorar las condiciones y características de los emprendimientos que se llevan a cabo y fortalecer un entorno que facilite su surgimiento, crecimiento y consolidación.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marco teórico GEM.	20
Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.	21
Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.	22
Figura 4. Fuentes de información GEM.	22
Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).	33
Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).	34
Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).	35
Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).	37
Figura 9. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.	38
Figura 10. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.	40
Figura 11. Tasas de involucración 2022 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.	41
Figura 12. Evolución tasa de intención emprendedora (% población 18-64 años).	42
Figura 13a. Evolución TEA actividad emprendedora (% de población 18-64 años).	44
Figura 13b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).	45
Figura 14. Evolución tasa actividades consolidadas (% población entre 18-64 años).	47
Figura 15. Evolución tasa de abandono y cierres (% población entre 18-64 años).	48
Figura 16. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.	49
Figura 17. Motivación emprendedora.	50
Figura 18. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.	54
Figura 19. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo (% de población entre 18-64 años).	55
Figura 20. Distribución edad y fases proceso emprendedor (% emprendedores).	57
Figura 21. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.	59
Figura 22. Evolución actividad emprendedora y nivel educativo (% de población).	60
Figura 23. Formación específica para emprender por fases del proceso.	61

Figura 24. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).	64
Figura 25. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.	65
Figura 26. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado y evolución temporal.	66
Figura 27. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).	67
Figura 28. Fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2022 (% de origen de los fondos).....	70
Figura 29. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Propiedad mayoritaria de la familia (% de iniciativas emprendedoras).	72
Figura 30. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Participación de otros miembros familiares en la gestión (% de iniciativas emprendedoras).	73
Figura 31. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).	74
Figura 32. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2022 (% de iniciativas emprendedoras).....	75
Figura 33. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2022 (% de iniciativas emprendedoras).	76
Figura 34. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).	77
Figura 35. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria (% de iniciativas emprendedoras).	78
Figura 36. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).	79
Figura 37. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).	80
Figura 38. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).	81
Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2022 en la Comunidad Valenciana.....	86
Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2022 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.	94
Figura 41. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2022 en la Comunidad Valenciana y resto de España.	95
Figura 42. Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la recuperación de las condiciones de la COVID-19 en 2022 en la Comunidad Valenciana.....	104
Figura 43. Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la orientación a la sostenibilidad y la responsabilidad social en 2022 en la Comunidad Valenciana.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.....	23
Tabla 2. Resultados del proceso emprendedor por comunidades autónomas.	52
Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por sexo.	55
Tabla 4. Tasas involucración por etapas del proceso emprendedor y edad.....	58
Tabla 5. Tasas involucración por etapas del proceso emprendedor y nivel estudios..	60
Tabla 6. Perfil medio de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.	62
Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.	69
Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.....	71
Tabla 9. Descripción condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.....	84
Tabla 10. Ámbito de influencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana.....	85
Tabla 11. Ámbito de procedencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana.	85
Tabla 12. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana (escala de 1 a 5).....	88
Tabla 13. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.	96
Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran recomendaciones.	99

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

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

Población objetivo: 3.183.018 individuos (fuente INE)

Muestra: 1.000 individuos.

Margen de confianza: 95,0%.

Error muestral $\pm 3,10\%$ para el conjunto de la muestra para un intervalo de confianza del 95,0% (2 sigmas).

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

Período realización de encuestas: junio-septiembre de 2022.

Metodología: encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI).

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 a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2022, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudí, Argentina, Austria, Brasil, Canadá, Catar, Chile, China, Chipre, Colombia, Corea, Croacia, Egipto, Emiratos, Eslovaquia, Eslovenia, España, EE.UU, Francia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Irán, Israel, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Marruecos, Méjico, Noruega, Omán, Países Bajos, Panamá, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, Rumanía, Serbia, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Taiwán, Togo, Túnez, Uruguay y Venezuela.

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/>

GEM ESPAÑA 2022

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



Universidad de Cádiz
Cátedra de Emprendedores



Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico

GEM Granada



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Iniciativa de Empleo Juvenil
El FSE invierte en tu futuro



GEM Córdoba



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



GEM Sevilla



PRODETUR

GEM Aragón



Cátedra EMPRENDE
Universidad Zaragoza



GOBIERNO DE ARAGON
Departamento de Industria,
Competitividad y Desarrollo Empresarial



Universidad de Oviedo
Universidá d'Oviéu
University of Oviedo

GEM Baleares



Universitat de les Illes Balears

Laboratori d'Emprendoria i Innovació Social

CONSELLERIA D'INDUSTRIA, TURISME I TREBALL
DIPUTACIÓ DE BALEARS
PROMOCIÓ ECONÒMICA, EMPRENDEDORIA I ECONOMIA SOCIAL I CIRCULAR



GOBIERNO DE CANARIAS
Consejería de Economía,
Conocimiento y Empleo



Universidad de La Laguna

GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León



CÁTEDRA DE IMPACTO SOCIAL



ESCUELA UNIVERSITARIA DE INGENIERIA AGRICOLA

GEM Catalunya



Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç



catalunya emprèn

Generalitat de Catalunya

GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco





Patrocinadores



Colaboran

