



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2023 - 2024

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

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



Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM Comunidad Valenciana 2023-2024

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 Lapera
M^a Isabel Borreguero Guerra

ISSN:

1988-4885

Fecha de edición:

09/09/2024

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 2023-2024

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 GEM ESPAÑA 2023-2024.....</i>	<i>7</i>
<i>PRÓLOGO.....</i>	<i>15</i>
<i>PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES.....</i>	<i>17</i>
<i>EL PROYECTO GEM.....</i>	<i>19</i>
<i>BALANCED SCORECARD.....</i>	<i>25</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO.....</i>	<i>27</i>
<i>CAPITULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN.....</i>	<i>33</i>
1.1 Introducción.....	33
1.2 Percepción de oportunidades.....	34
1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender.....	35
1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender.....	37
1.5 Disponibilidad de red social emprendedora.....	38
1.6 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español.....	39
<i>CAPITULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL.....</i>	<i>43</i>
2.1 Introducción.....	43
2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor.....	44
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	46
2.4 Evolución de la actividad emprendedora reciente.....	48
2.5 Evolución de la actividad consolidada.....	50
2.6 Evolución de abandonos y cierres.....	52
2.7 Motivación de las personas emprendedoras.....	54
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	56
<i>CAPITULO 3. PERFIL DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR.....</i>	<i>59</i>
3.1. Introducción.....	59
3.2. Sexo.....	59
3.3. Edad.....	62
3.4. Formación.....	64
3.5. Perfil medio.....	68

<i>CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES</i>	<i>69</i>
4.1. Introducción	69
4.2. Sectores generales de actividad	69
4.3. Número de personas socias	70
4.4. Dimensión y empleo	71
4.5. Financiación de las iniciativas	74
4.6. Orientación innovadora	79
4.7. Orientación exportadora	82
4.8. Adopción de tecnologías digitales	83
4.9. Orientación a la sostenibilidad	85
<i>CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER</i>	<i>89</i>
5.1. Introducción	89
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	91
5.3. Posicionamiento Comunidad Valenciana en el contexto regional español	100
5.4. Factores impulso a actividad emprendedora y recomendaciones	103
5.5. Percepciones del grupo experto en relación a prácticas de sostenibilidad	109
<i>CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES</i>	<i>113</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>119</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>121</i>
<i>FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO</i>	<i>123</i>

RELACIÓN DE EQUIPOS DE LA RED GEM

ESPAÑA 2023-2024

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) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España) María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves y María Saiz Santos (Comité de Dirección del Observatorio) 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	Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía	María Jesús Hernández Ortíz (Presidenta) María del Mar Fuentes Fuentes (Vicepresidenta) Alfonso M. Márquez García (Secretario) Francisco Liñán (Director Técnico) José Ruiz Navarro Carmen Cabello Medina Carmen Camelo Ordaz Carlos J. Cano Guillén Mercedes Pérez Millán José Manuel Sánchez Vázquez Nuria Toledano Garrido Rafael Ventura Fernández	Fundación Fulgencio Meseguer
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) Juan García García José Céspedes Lorente Miguel Pérez Valls	Universidad de Almería Diputación de Almería
Cádiz	Universidad de Cádiz	José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	Mercedes Pérez Millán (Coordinadora) Emilio Morales Fernández (Coordinador) Esteban Almirón Navarro Joaquín García-Tapiál Arregui	Universidad Loyola Andalucía
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada
Huelva	Universidad de Huelva	Nuria Toledano Garrido (Coordinadora) Francisco Liñán Alcalde (Coordinador) Elena Carbajal Trujillo Francisco J. Barba Ramos Ana M. Domínguez Quintero Inmaculada Jaén Figueroa	Cátedra de la Provincia Diputación de Huelva Universidad de Huelva
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) Raquel Barreda Tarrazona Lucas Antonio Cañas Lozano Domingo Fernández Uclés Elia García Martí José García Vico María Gutiérrez Salcedo María de la Paz Horno Bueno Alfonso M. Márquez García Ana Belén Mudarra Fernández Manuel Carlos Vallejo Martos Julio Vena Oya	Universidad de Jaén Diputación Provincial de Jaén Cátedra Universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aída del Cubo Molina José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Juan A. Martínez Román Ana Pérez Luño Elena Sousa Ginel	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla E&I (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón) Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Minerva González Velasco Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Aragón Emprende Cátedra Emprender Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) Vanesa Solís Rodríguez (Directora Técnica GEM- Asturias) Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López	Cátedra de Emprendimiento Caja Rural de Asturias – Universidad de Oviedo
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella César Llorente López	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Ana Isabel Lemes Hernández Lidia E. Santana Vega	Gobierno de Canarias – Consejería de Turismo y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna
Cantabria	Santander Financial Institute (SANFI)	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnico GEM-Cantabria) Carlos López Gutiérrez Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Sergio Sanfilippo Azofra Francisco Manuel Somohano Rodríguez	Catedra PYME Gobierno de Cantabria – Consejería de Industria, empleo, innovación y comercio EMCAN – Servicio Cántabro de Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte Nuez (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Garrigosa Joan Lluís Capelleras Segura Marc Fíguls Sierra Teresa Obis Artal	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Co-Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Co-Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra M ^ª Cristina Díaz García	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León INEA, Universidad Pontificia de Comillas	Daniel Alonso Martínez (Director GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos (Director Técnico GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez José Luis de Godos Díez Ana Patricia Fanjul Alemany Ángel Morán Muñoz Luis Gregorio Holguín Galarón Alberto Matellán Pinilla Félix Revilla Grande Carlos Ballesteros García Laura Sierra Moral	Universidad de León Universidad Pontificia de Comillas
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) María José González López (Directora Técnica GEM-Ceuta) José Aguado Romero Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Francisco Javier Blanco Encomienda	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 (Co-Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández (Co-Directora GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Rubén Mora Ruano Hermógenes del Real Álvarez Isidro de Pablo López	Universidad Autónoma de Madrid Impact Hub
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 Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo. Generalitat Valenciana. Fundación :LAB: Mediterráneo Aligrupo Seur

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
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 (Asesor Senior) María Victoria Postigo Jiménez Alejandro Hernández Renner María Calzado Barbero Manuel Almodóvar González Nuria Ramos Vecino Adelaida Ramos Mariño Ángel Manuel Díaz Aunión	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Junta de Extremadura. Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital Diputación de Badajoz Cámara de Comercio de Cáceres Philip Morris Spain, S.L. Campón & Martínez-Pereda CC. NN. Almaraz-Trillo Tambo Supermercados Grupo Ros Multimedia
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 ⁴	Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia) ¹ Universidade de Santiago de Compostela (USC) ² Universidade da Coruña ³ Universidade de Vigo ⁴ Universidad del Pacífico (Perú)
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico GEM-Rioja) Lara Mata Martínez José Eduardo Rodríguez Osés Sergio Rodríguez-Garnica Ana Milena Silva Valencia Dolores Alicia Queiruga Dios	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

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
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
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica 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 Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Economía, Hacienda y Administración Digital 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) Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) Cristina Bayona Saez Lucía Garcés Galdeano Paula Anzola Román María Blanca Palacios Navarro Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra – CEIN

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento	María Saiz-Santos (Directora GEM- País Vasco) Jon Hoyos Iruarrizaga Rebeca Martín Díez Zaira Vicente Adame	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
	Universidad del País Vasco UPV/EHU		
	Deusto Business School	José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Iñaki Peña Legazkue Alaitz Zabala Zarauz Valery Chistov	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González Eguia Aimar Basañez Zulueta	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano Pulido	
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

Aunque todavía perviven ciertos desafíos e incertidumbres derivados de la invasión rusa de Ucrania, las perspectivas de relanzamiento económico son claramente positivas.

Así, según los datos que se ofrecen en el informe GEM, que tengo el honor de prologar, en 2023 el porcentaje de los valencianos que consideraba con optimismo la existencia de oportunidades de negocio a seis meses vista había crecido más de 5 puntos (del 27,1% al 32,3%).

Si los comparamos con la visión pesimista que se desprendía durante la pandemia de la Covid-19 (solamente el 17,3% tenía perspectivas optimistas) creo que el avance es ya sostenido y notable.

Sin duda, esos datos mejorarán en 2024, porque desde los poderes públicos estamos trezando iniciativas de apoyo decidido a las personas emprendedoras, generando un entorno cada vez más propicio para que puedan desarrollar su talento y su creatividad.

En 2023 las personas convencidas de poseer los conocimientos y competencias para poner en marcha un proyecto empresarial crecieron 3,6 puntos respecto a 2022, al tiempo que el porcentaje de población que arguye el miedo al fracaso como obstáculo para iniciar un proyecto emprendedor baja más de 10 puntos respecto a 2022. Asimismo, las personas que manifiestan su

intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a 3 años vista crece 6,2 puntos respecto a 2022.

Todas estas tendencias dibujan claramente un horizonte esperanzador para la actividad empresarial y para el crecimiento económico.

Desde el Consell, estamos decididos a trabajar para que se cumplan las condiciones necesarias para crear un clima favorable al emprendimiento, impulsando actuaciones que refuercen la capacidad gerencial de nuestras empresas y emprendedores, la formación permanente de sus trabajadores, la captación de talento, la digitalización y la innovación, así como el refuerzo de los canales de transferencia de tecnología y conocimiento entre los centros de investigación y la empresa. Todo ello, como vectores que impulsen el crecimiento de la productividad y la competitividad.

Como prueba de ello, hemos presentado recientemente el Plan Simplifica, una ambiciosa estrategia diseñada para elevar la calidad y facilitar el acceso a los servicios públicos mediante la reducción significativa de los tiempos de espera y la simplificación de los procedimientos administrativos. Entre otras medidas, el Plan Simplifica incluye la creación del Canal Empresa, un portal unificado para agilizar todas las interacciones de las empresas y emprendedores con la Administración, que ofrecerá la localización intuitiva de procedimientos a través de la IA e incluirá la tramitación guiada para el inicio de proyectos empresariales.

Considero imprescindible fomentar el emprendimiento innovador, y no solo en sus inicios, sino en su escalado y consolidación en el medio y largo plazo. Esta creo que es la clave de nuestro futuro.

Y termino estas palabras agradeciendo como siempre la importante labor de investigación realizada por el proyecto GEM, que constituye un valioso observatorio de la realidad del emprendimiento en nuestra sociedad.

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

PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES

Fieles a nuestra cita anual, cumplimos 20 años de análisis del emprendimiento en la Comunidad Valenciana y de elaboración de informes como el que ahora tiene en sus manos.

Se dice pronto, pero 20 años han dado mucho de sí. Hemos venido observando el crecimiento, las crisis, los desafíos y las oportunidades sobre las que emprendedores y emprendedoras han puesto en marcha sus iniciativas, así como también hemos sido testigos del desarrollo del ecosistema emprendedor en nuestra Comunidad. Cada persona entrevistada, cada respuesta registrada, cada iniciativa desarrollada, forma parte de nuestro Observatorio y todo ello se ha visto reflejado en los informes que hemos ido publicando anualmente.

Pero más allá de las cifras y de los indicadores, el trabajo realizado supone dos décadas de análisis riguroso y de compromiso. De hecho, el equipo con el que comenzó esta aventura en 2004, continúa a fecha de hoy liderando el proyecto.

Durante estos años, hemos extraído conocimiento y aprendizaje acerca de las personas que están tras las iniciativas emprendidas, individualmente o en equipos, cómo son, qué perfiles tienen, qué opinan, cómo les afectan determinados aspectos y cómo los filtran a través de sus percepciones. Pero también se ha hecho lo propio con los entornos, no solo con los entornos propiamente emprendedores, sino también con los diversos sucesos, hechos y acontecimientos, algunos esperados y otros sobrevenidos, como crisis económicas, pandemias sanitarias y guerras, que han supuesto nuevos escenarios de los que aprender y valorar sus efectos en las percepciones de la población, en las tasas de emprendimiento, en las normas socio-culturales...

Todo ello además, nos ha permitido apreciar la resiliencia del tejido emprendedor, su capacidad de adaptación y su compromiso, así como la consistencia del ecosistema de emprendimiento en la Comunidad Valenciana.

Como en anteriores ediciones, el informe actual 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.

En esta ocasión, los resultados muestran en conjunto una situación que posiblemente sea una de las mejores que hemos analizado hasta el momento, en cuanto a indicadores y tasas de emprendimiento, enmarcada además en un ecosistema que en los últimos años ha mostrado su solidez. Pero también los resultados obtenidos dan pistas de cómo viene desarrollándose la actividad emprendedora, sus características distintivas, o los aspectos clave de las condiciones de entorno, lo que permite obtener una visión completa, detallada y actual de la situación y facilita el diseño de políticas y estrategias eficaces que apoyen y mejoren el emprendimiento en nuestra región.

Como decíamos al principio, llevamos 20 años analizando la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana a través de nuestros informes, pero todo esto no hubiera sido posible sin el continuado apoyo de innumerables agentes del ecosistema emprendedor, que forman o han formado parte de nuestro panel de agentes expertos, así como de empresas e instituciones que han creído y creen en el proyecto, y por supuesto, del colectivo emprendedor y de todas las personas entrevistadas, más de 1.000 cada año.

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 2023-2024, con el deseo de que le permita conocer mejor la situación del emprendimiento en nuestra Comunidad Valenciana.

Mientras tanto, seguimos trabajando ya en el siguiente Informe, que hará el número 21 de la serie y que nos permitirá continuar aportando nuestro granito de arena para mejorar un entorno en el que no solo se puedan desarrollar más fácilmente las iniciativas emprendedoras, sino también las aspiraciones y los sueños que, en las más de las ocasiones, están tras ellas.

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 que condicionan el emprendimiento.

Desde 1999 se vienen desarrollando anualmente sus informes de ámbito global, nacional, regional y local, y el número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando progresivamente. En números, GEM cuenta con 25 años de andadura, lo que significa 25 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 370 especialistas de investigación en emprendimiento, la implicación de más de 150 instituciones académicas y de investigación, y el soporte y apoyo de más de 150 instituciones colaboradoras. Todo ello hace de GEM el más extenso estudio en torno al emprendimiento en el mundo.

La actual edición 2023-2024 cuenta con la participación de 46 países de los cinco continentes, en los que se ha recogido información sobre la actividad emprendedora, entrevistando a más de 136.000 personas, que representan al 60% de la población mundial, y además se han evaluado las condiciones de entorno para emprender en 49 países, empleando paneles expertos nacionales y regionales.

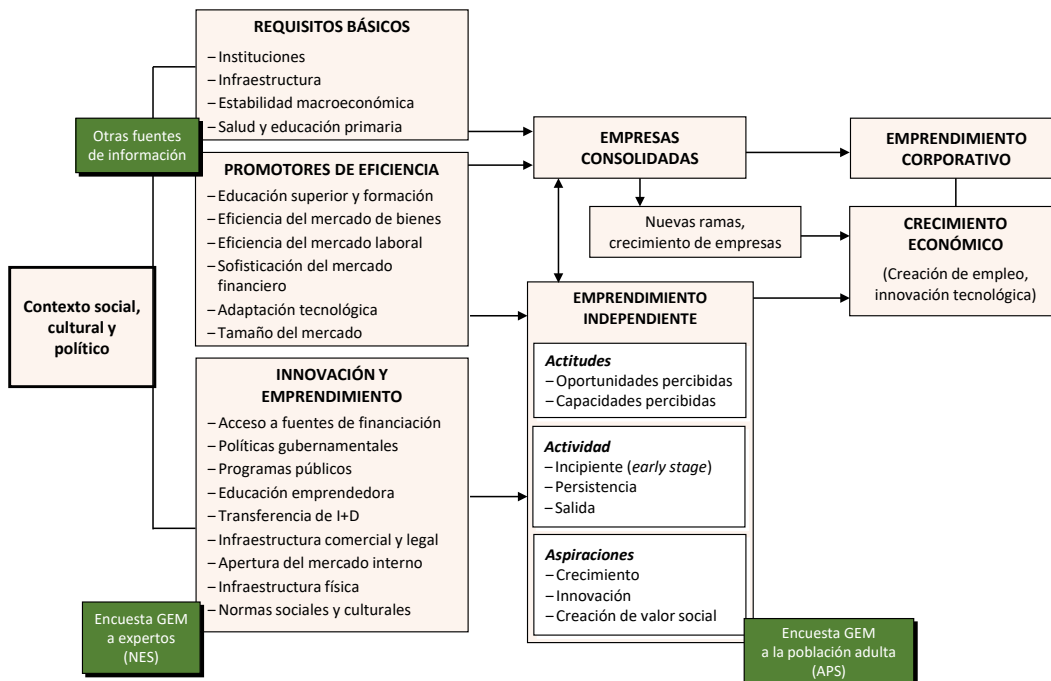
En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano. En la presente edición, la red española está conformada por 20 equipos investigando el fenómeno emprendedor, 25 universidades y cerca de 70 instituciones colaboradoras.

En concreto, el equipo GEM formado por un grupo de investigación de la Universidad Miguel Hernández, lleva 20 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.

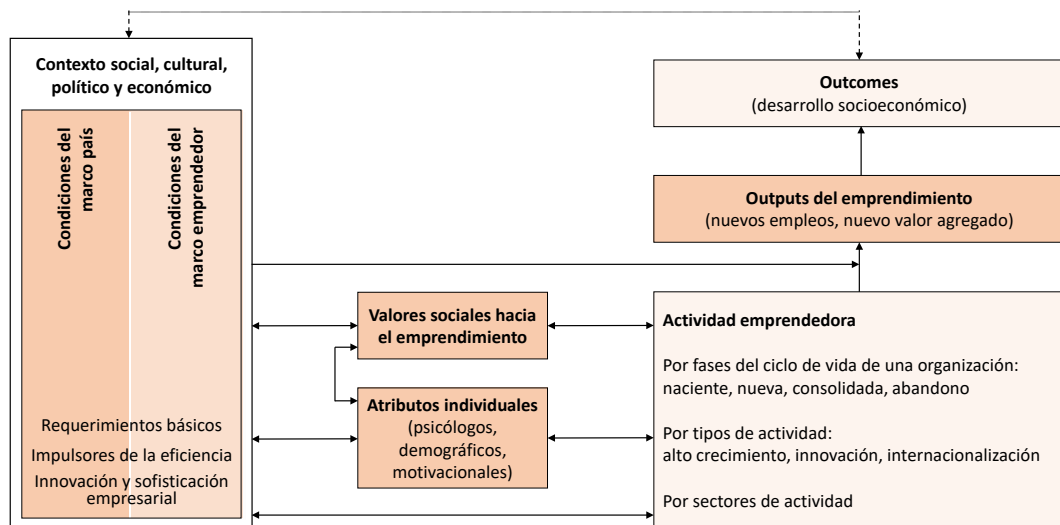
Así, los informes generados a través de GEM se configuran como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, asentada sobre la base de un sólido modelo teórico, que se ha ido perfeccionando en el seno del consorcio investigador con el transcurso del tiempo, y que se nutre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

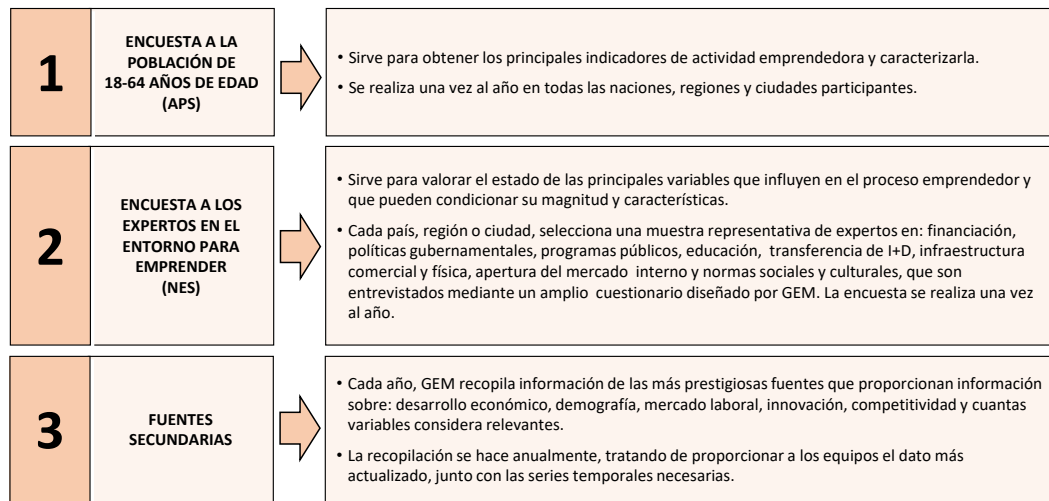
Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.



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 recoge 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 2023 y compararlo con los resultados de los dos años anteriores, 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	2023
Percibe buenas oportunidades para emprender	26,9%	27,1%	32,3%
Se auto-reconoce habilidades y conocimientos para emprender	49,8%	48,9%	52,5%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	54,5%	55,9%	45,5%
Dispone de red social emprendedora	42,0%	42,5%	49,3%
Involucración en el proceso emprendedor (% población 18-64 años)	2021	2022	2023
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	8,4%	8,3%	14,5%
Actividad emprendedora incipiente hasta 42 meses (TEA)	5,3%	6,8%	8,0%
Actividad consolidada (más de 42 meses)	6,7%	5,9%	6,9%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	2,5%	2,5%	2,6%
Ha proporcionado inversión informal	3,2%	2,6%	2,8%

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 0 a 10)	2021	2022	2023
Acceso a infraestructura física	6,8	6,5	6,6
Programas públicos de apoyo	5,8	5,6	6,0
Acceso a infraestructura comercial y profesional	6,0	5,8	6,0
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	5,2	5,5	5,4
Normas sociales y culturales	5,1	4,9	4,6
Barreras de acceso al mercado interno	4,8	4,6	4,6
Financiación, facilidad para conseguirla	4,5	4,6	4,4
Financiación, suficiente para emprender	4,4	4,1	4,2
Transferencia de I + D	4,5	4,5	4,2
Dinámica del mercado interno	3,5	3,8	4,2
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,5	4,4	4,1
Políticas fiscales y burocracia administrativa	4,4	4,0	4,1
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	3,2	3,2	3,1
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)	4,8	4,7	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, principalmente valores, percepciones y actitudes emprendedoras.

Los datos GEM muestran que, en el tercer trimestre de 2023, un 32,3% de la población de la Comunidad Valenciana ve buenas oportunidades para emprender a seis meses vista. Este porcentaje mantiene la tendencia de recuperación ya observada en 2021, tras el fuerte descenso que se recogió en 2020, año en el que descendió abruptamente hasta el 17,3% debido a la pandemia sanitaria.

Respecto al auto-reconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que algo más de la mitad de la población (52,5%) considera que posee los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un proyecto empresarial, lo que supone un incremento de 3,6 puntos respecto al registrado en 2022.

El porcentaje de población que reconoce el miedo al fracaso como obstáculo en el proceso emprendedor, y que podría llegar a inhibir el mismo, desciende más de diez puntos respecto a 2022, situándose en un 45,5% y volviendo a un registro similar a los recogidos en el período entre la salida de la crisis económica 2008-2013 y el año previo a la pandemia sanitaria.

En relación a la disposición de red social, un 49,3% de la población afirma contar con la presencia de personas emprendedoras en su círculo social cercano, lo que supone 6,8 puntos sobre el dato de 2022, acumulando de este modo ya 13,9 puntos de crecimiento sobre 2020.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En el tercer trimestre de 2023, el porcentaje de personas que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista asciende al 14,5%, el más alto del histórico, lo que supone una diferencia de 6,2 puntos sobre el dato 2022, que fue del 8,3%, y que venía recuperando el registro desde 2020 (5,2%, el valor más bajo de la serie de datos GEM).

Además, un 8% de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encontraba, en mayo-julio de 2023, involucrada en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento. Este registro supone el valor más elevado desde que se mide en la Comunidad Valenciana, encadenando seis años consecutivos de incremento de población involucrada en nuevas iniciativas de negocio.

En este contexto, aunque la motivación más frecuentemente aludida para emprender sigue siendo la ausencia de otras alternativas laborales (48,8% entre las personas involucradas en actividades emprendedoras), se detecta un descenso de este tipo de motivación de unos 23,6 puntos respecto a 2022 (72,4%), situándose incluso por debajo del recogido en 2020 (62,7%).

Por otra parte, un 6,9% de la población adulta en la Comunidad Valenciana fue identificada como perteneciente al empresariado consolidado (más de 3,5 años en el mercado), lo que significa un incremento de un punto respecto al registro 2022, y la vuelta a valores no recogidos desde antes de 2014.

Por último, el porcentaje de población que, en 2023, afirma haber abandonado una actividad se mantiene en un 2,6%, apenas 0,1 puntos más que en 2022 y 2021. De estos negocios, algo menos de la mitad han continuado en otras manos, por lo que la tasa real de cierres sería del 1,4%.

Perfil socio-económico de las personas emprendedoras

Los datos correspondientes a 2023 muestran que el perfil medio de las personas involucradas en actividades empresariales, con menos de 42 meses en el mercado (TEA), corresponde a un hombre en el 60% de los casos, con una edad promedio cercana de 39 años. Además, en el 46,8% de los casos cuenta con estudios superiores y en un 85% dispone de alguna variedad de formación específica para emprender.

Características de las actividades emprendedoras

Sobre el total de actividad emprendedora incipiente registrada (menos de 42 meses de operatividad), el 90,7% se orienta al sector servicios (52,9% al consumo y 37,8% a servicios a empresas), reflejando la terciarización de la economía de la Comunidad Valenciana.

En relación a la propiedad, en 2023, un 60% de los emprendimientos incipientes cuentan con una sola persona como propietaria del negocio, esto es, emprendiendo en solitario, lo que supone un descenso de algo más de 5 puntos respecto a 2022, y un giro respecto a los recuentos crecientes de los tres últimos años.

En cuanto a la dimensión del empleo generado por las iniciativas con hasta 42 meses de operativa en 2023, en la Comunidad Valenciana sigue siendo mayoritaria la presencia de iniciativas con hasta un máximo de cinco empleos, que en esta ocasión suponen un 92,8% del total. Además, este dato incluye un 49,1% de iniciativas que no generan más empleo que el de la persona propietaria, superior en 7,1 puntos al dato 2022.

La orientación exportadora de las actividades emprendedoras en fase incipiente en 2023, supone que el 36,7% de las iniciativas que llevan menos de 42 meses en el mercado, están exportando más del 25% de sus ventas y en particular, el 9,6% exporta más del 75%.

Respecto a la orientación innovadora de las iniciativas, un 12,9% se reconoce ubicada en sectores de media o alta tecnología, un 34,6% afirma haber realizado innovaciones en producto/servicio en el último año y un 42,4% 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 33,8% afirma priorizar en sus estrategias, el impacto social y/o medioambiental que la actividad de sus negocios pueda tener. A nivel operativo, un 50% reconoce haber desarrollado acciones para minimizar o reducir el impacto

medioambiental de sus iniciativas y un 40,3% acciones relacionadas con el impacto social.

Sobre las necesidades financieras de las iniciativas nacientes en 2023 (aquellas en sus primeros 3 meses de actividad), no es posible concluir respecto a la situación detectada en 2022. Aun así, aunque la dispersión de las respuestas recabadas es más amplia que en años anteriores e impide ofrecer claramente un valor representativo, sí se puede decir que la mitad de los emprendimientos declaran unas necesidades de hasta 11.400 €, mientras que en los dos años anteriores eran de hasta 10.000 €.

Las necesidades de capital semilla para la puesta en marcha, son cubiertas en parte (51,6%) por sus ahorros personales mientras que el 11,3% proviene de familiares y amistades.

El recurso a bancos e instituciones financieras, continúa la senda de descenso de años anteriores, suponiendo un 11,2% del total. Además, el 8,6% proviene de subvenciones o ayudas públicas; el crowdfunding aparece con un 3,2% y los llamados business angels suponen el 1,1%.

En relación a la figura del inversor informal se reconoce en un 2,8% de la población, estando la aportación más habitual nuevamente en torno a los 10.000 €.

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 2023, el juicio realizado sobre las condiciones de entorno resulta en una ordenación que sigue manteniéndose como en 2022.

Así, en relación a los diferentes factores analizados, el grupo experto percibe como positivas (valoración por encima 5) las condiciones de acceso a la infraestructura física, los programas públicos de apoyo, el acceso a la infraestructura comercial y profesional, y la orientación emprendedora de la educación superior.

Además, juzgan como muy cercanas a la adecuación (valoración por encima de 4,5), la valoración del emprendimiento desde las normas socio-culturales de la región y el grado de apertura del mercado interno.

Se resaltan como condiciones necesitadas de mejora, las relativas a la adecuación de la oferta de fuentes de financiación para emprender y la facilidad de acceso a las mismas, la transferencia de I+D, la dinámica del mercado interno, las políticas de apoyo hacia el emprendimiento y los aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas desarrolladas en la Comunidad Valenciana.

Por último, como en el anterior informe, y separada del resto en su valoración, se juzga como condición más desfavorable con diferencia, y necesitada de actuación prioritaria, 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 los que el grupo experto ha ido incrementando sus valoraciones medias sobre las condiciones del entorno, y otros dos años (2021 y 2022) en los que la valoración se mantuvo similar a la de 2020, nuevamente en 2023 se puede decir que, en conjunto, el grupo experto ha vuelto a mantener estable su valoración global sobre el entorno específico para emprender. Esto es mostrado además por el índice NECI (Índice del contexto de Emprendimiento Nacional), que representa el promedio de los trece indicadores valorados por el grupo experto, y que repite la valoración medida de 2022 (4,7 sobre 10), situándose en puestos intermedios en comparación con el resto de comunidades autónomas.

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, la situación laboral y la educación, hay otros factores más subjetivos como los valores, percepciones y actitudes emprendedoras propias, 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 contar con 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.

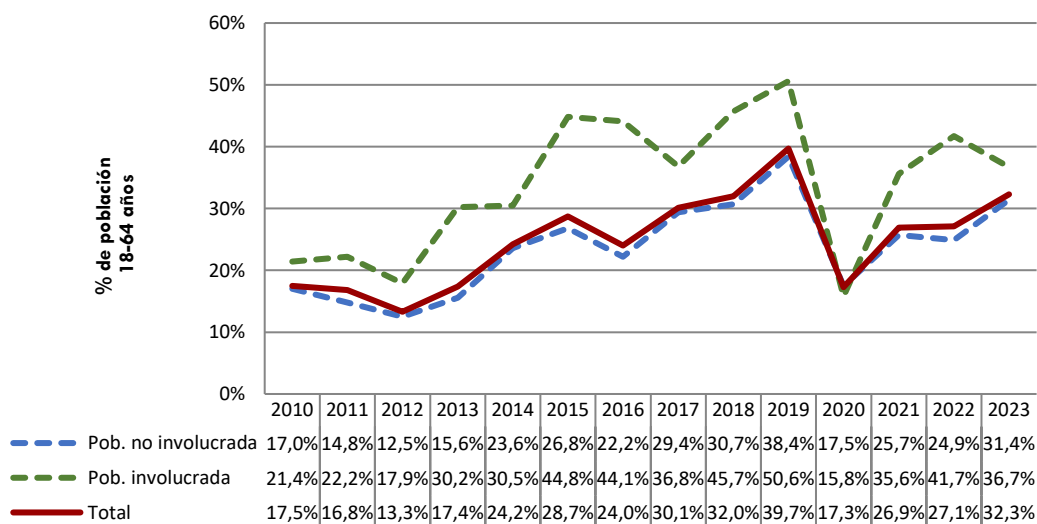
Los datos muestran que, en el tercer trimestre de 2023, prácticamente la tercera parte de la población de la Comunidad Valenciana (un 32,3%) ve buenas oportunidades para emprender en los siguientes seis meses. De este modo, este porcentaje mantiene la tendencia de recuperación observada desde 2021, tras el fuerte descenso que se recogió en 2020, año en el que descendió abruptamente hasta el 17,3%.

Por tanto, si bien 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 de los incrementos recogidos en 2021 y 2022, que suman ya 15 puntos, parecen evidenciar una recuperación de la confianza, pese a la situación de incertidumbre internacional y sus derivadas en estos últimos años.

Sin embargo, al desglosar este indicador se observan evoluciones diferentes entre la población en función de su involucración o no en el proceso emprendedor. Así, mientras que entre el colectivo emprendedor se ha registrado un descenso de cinco puntos, dentro de la población no involucrada hay un aumento de seis puntos y medio, lo que podría interpretarse como un indicador de la confianza para las oportunidades de emprendimiento en los próximos meses, toda vez que proviene de la población no implicada, pero que podría llegar a desarrollar su intencionalidad, implicarse como promotores de nuevas iniciativas propias, o bien intervenir como financiadores de iniciativas de otros.

De este modo, si bien entre la población emprendedora se observa cierta prudencia en cuanto a las oportunidades futuras, siempre hablando en términos relativos respecto al año anterior, la percepción de las personas no involucradas en el proceso, en un contexto de incertidumbre como el actual, puede considerarse una manifestación de cierta recuperación de confianza emprendedora de 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

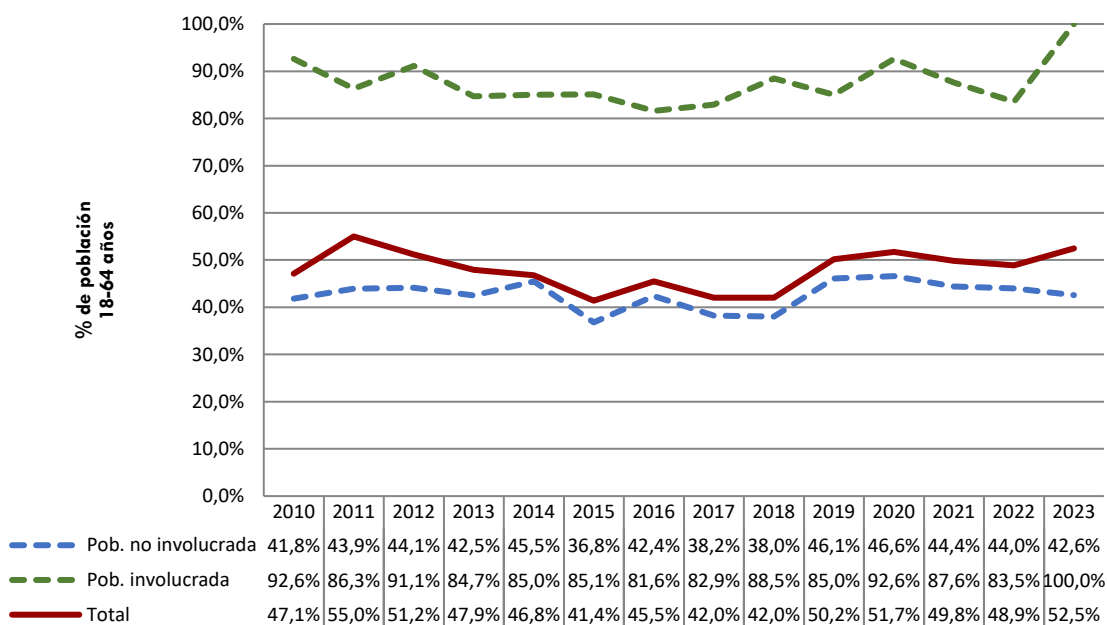
Al inicio del proceso emprendedor no solo se encuentra la detección de oportunidades de negocio, sino también el sentimiento personal de capacidad para afrontar un proceso de estas características. Es también un elemento subjetivo de la persona, independiente del nivel de formación académica que se tenga o de su formación específica. Se trata de la 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 aprecia a lo largo de todo el período de análisis (figura 6). En concreto, y comparándola con el resto de percepciones analizadas en este capítulo, es la que mayor diferencia muestra entre el colectivo emprendedor y el no emprendedor, con porcentajes que, normalmente, casi duplican en el primer caso al segundo, manteniéndose además mucho más estable, independientemente de los cambios del entorno económico y del contexto emprendedor.

Así en 2023, los datos obtenidos indican que más de la mitad de la población de la comunidad Valenciana (52,5%) cree que tiene conocimientos y habilidades para afrontar la creación de un proyecto empresarial (3,6 puntos más que en 2022).

Por segmentos de población, la variación es de distinto carácter, de modo que, en la población no involucrada, se observa un leve descenso de 1,4 puntos mientras que en el grupo emprendedor el ascenso es de 16,5, alcanzándose prácticamente el 100% para esta cuestión, al igual que ha sucedido también de hecho a nivel nacional para España.

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

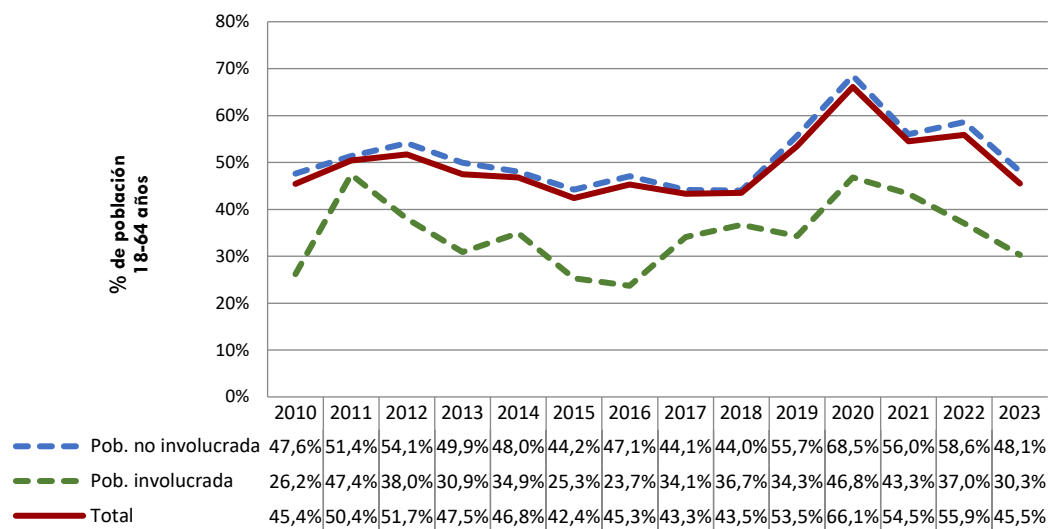


En cualquier caso, al igual que sucede con los datos para el conjunto de España y aunque la incertidumbre generada por la pandemia en sus primeros meses sí afectó notablemente a la percepción de oportunidades, no ha sido así con la percepción de capacidad emprendedora, ya que se ha mantenido durante 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, tras el fuerte incremento de 2020 provocado por la pandemia sanitaria (dos tercios de la población general con miedo al fracaso), los datos recogidos en 2021 y 2022 (alrededor del 55% en ambos) evidenciaron un retorno a percepciones similares a las de 2019, pese al contexto económico de incrementos de costes y precios y a los niveles de incertidumbre que hacían difíciles las previsiones incluso a corto plazo.

En esta línea, el registro de 2023 es muy positivo, en tanto que el miedo al fracaso desciende más de diez puntos respecto a 2022 y se sitúa en el 45,5% de la población adulta que considera que la posibilidad de fracaso constituiría en su caso un impedimento para emprender. Este dato supone la

vuelta a la situación detectada en el periodo entre la salida de la crisis económica 2008-2013 y el año previo a la pandemia sanitaria.

En cuanto a la comparativa del dato entre población involucrada y no involucrada, se sigue observando un mayor miedo a un posible fracaso como factor limitante de los comportamientos emprendedores, entre las personas ajenas al proceso (48,1%) que entre la población emprendedora (30,3%).

1.5 Disponibilidad de red social emprendedora

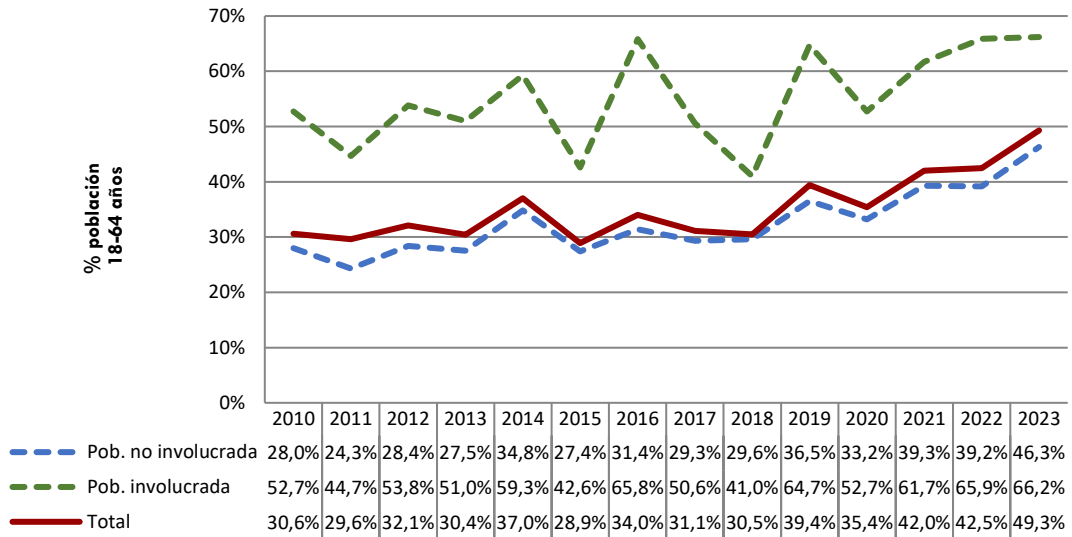
Contar con casos de emprendimiento reciente entre las personas cercanas y conocidas, es reconocido como un elemento que contribuye al desarrollo de nuevas iniciativas, en tanto que proporciona la posibilidad de interactuar con quienes ya han puesto en marcha su actividad, y facilita ejemplos a los que seguir y que 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 de involucración en comportamientos emprendedores.

La información recogida al respecto para 2023 en la Comunidad Valenciana, confirma la tendencia observada en los últimos dos informes, de modo que, tras el descenso de 2020, asociado a la irrupción de la crisis sanitaria, la fuerte recuperación de los porcentajes en 2021 y su afianzamiento en 2022, en este 2023, nuevamente se recoge un incremento del indicador de capital social sobre el año anterior (figura 8).

De este modo, a nivel agregado, un 49,3% de la población afirma contar con la presencia de personas emprendedoras en su círculo social cercano, lo que supone 6,8 puntos sobre los datos de 2022, acumulando de este modo 13,9 puntos sobre el dato 2020.

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

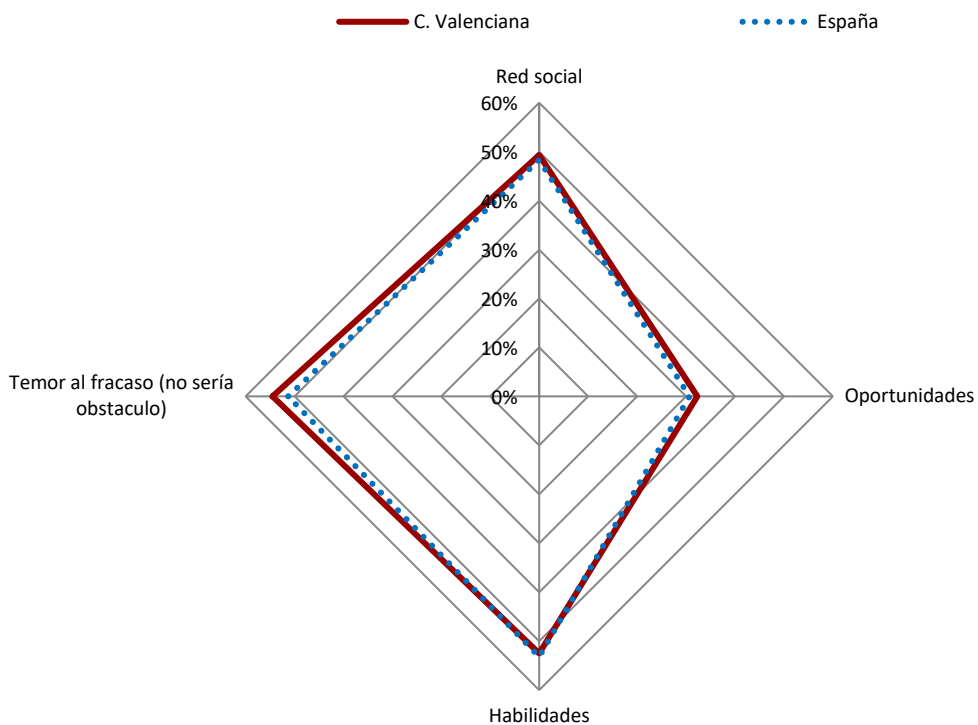


De manera similar a lo que ocurre con las percepciones analizadas anteriormente, la evolución del dato es distinta entre el colectivo no emprendedor. Así, mientras que entre las personas involucradas en el proceso el incremento es de 0,3 puntos, entre las ajenas al mismo lo es de 7,1 puntos, de modo que, en este caso, la evolución del dato agregado viene fundamentalmente, de la mano de personas no implicadas en la puesta en marcha y gestión de empresas, algo muy positivo en cuanto que supone su mayor contacto, red y exposición a experiencias emprendedoras.

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. De manera general se observa, dentro de la similitud, valores levemente superiores para la Comunidad en prácticamente todas las variables analizadas.

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



Así mismo, las figuras 10 a 13 recogen el posicionamiento de la Comunidad Valenciana frente al resto de comunidades autónomas en los ítems analizados¹.

¹ Los datos precisos de cada comunidad autónoma pueden consultarse en los informes regionales que elaboran los equipos GEM en <https://www.gem-spain.com/>

Figura 10. Posicionamiento de la percepción relativa de oportunidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).

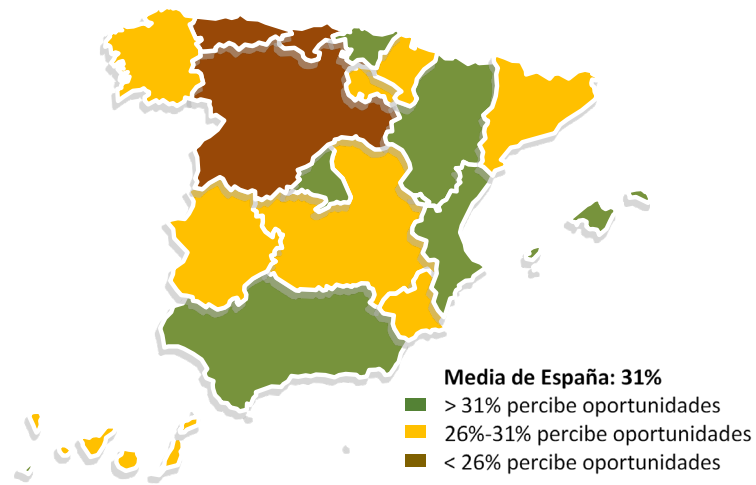


Figura 11. Posicionamiento de la percepción relativa de conocimientos y habilidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).

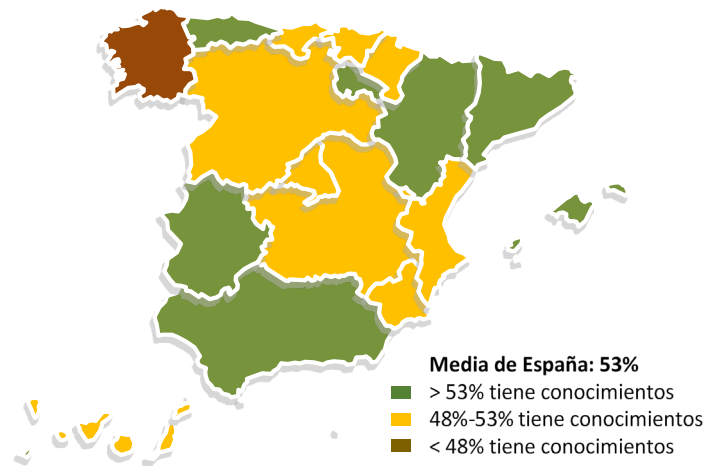


Figura 12. Posicionamiento del miedo al fracaso como obstáculo para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).

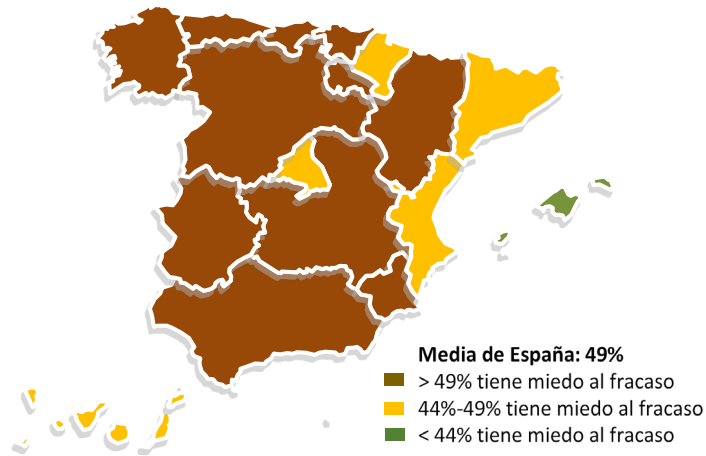
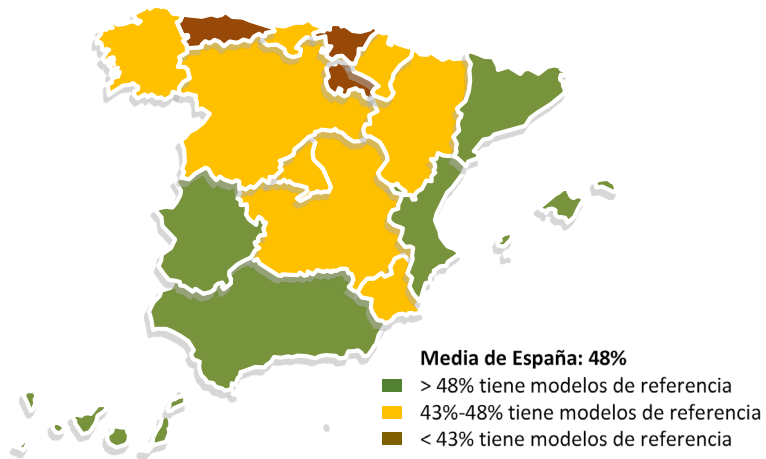


Figura 13. Posicionamiento de la disponibilidad de red social emprendedora por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).



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 iniciativas² cuya operatividad, medida por el pago de salarios de cualquier tipo, no supera los 42 meses³); 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).

² 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.

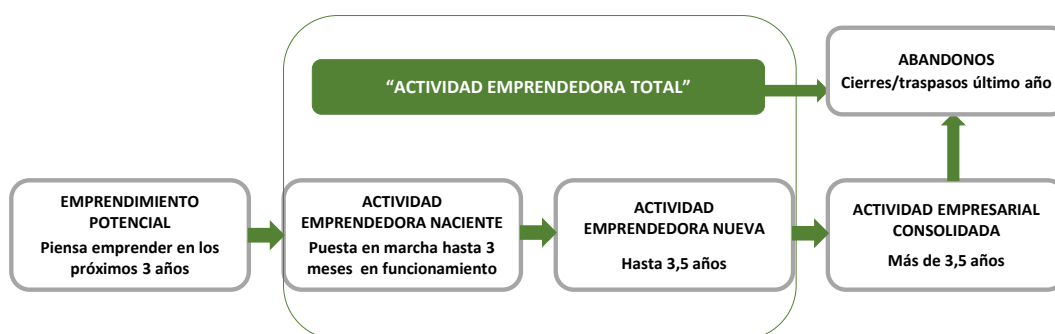
³ A efectos operativos, en todos los casos y etapas se miden los meses durante los cuales se llevan pagando salarios.

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 14 muestra una perspectiva general de las etapas del proceso emprendedor consideradas.

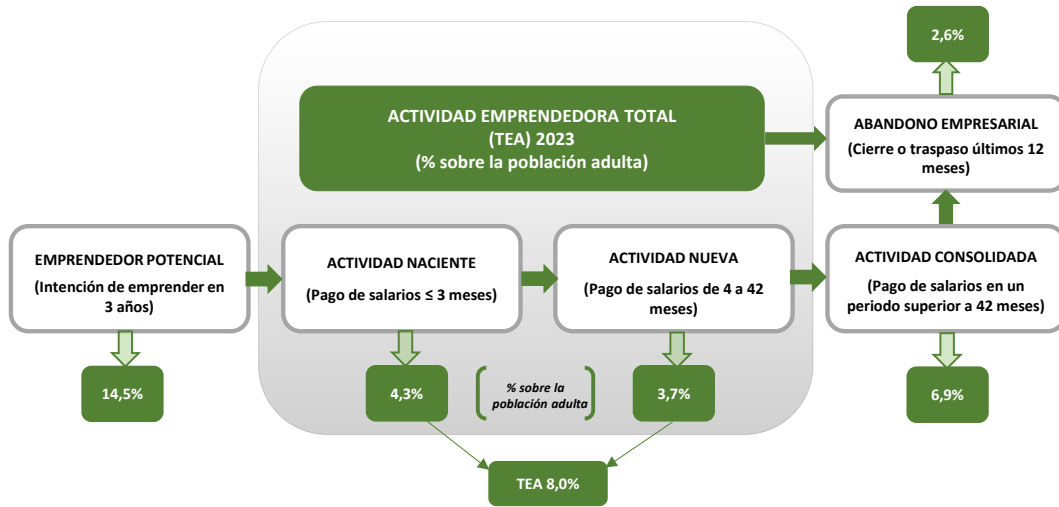
Figura 14. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.



GEM recoge los datos de los componentes de este 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 15 presenta los resultados de los indicadores del proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2023, mostrando los porcentajes de población que se encuentran en cada una de sus etapas. Respecto a 2022, 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 15. Tasas de involucración 2023 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 de 2023, se situó en un 8,0%, lo que se traduce en que ocho 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 mayo y julio de 2023.

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 del 8%, más de la mitad de las personas, en concreto un 4,3% de la población adulta, se encontraba 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 3,7% 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 analizar los que nos muestran las etapas anterior y posterior a la fase TEA. Así, la encuesta GEM identifica en la Comunidad Valenciana, que un 14,5% 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

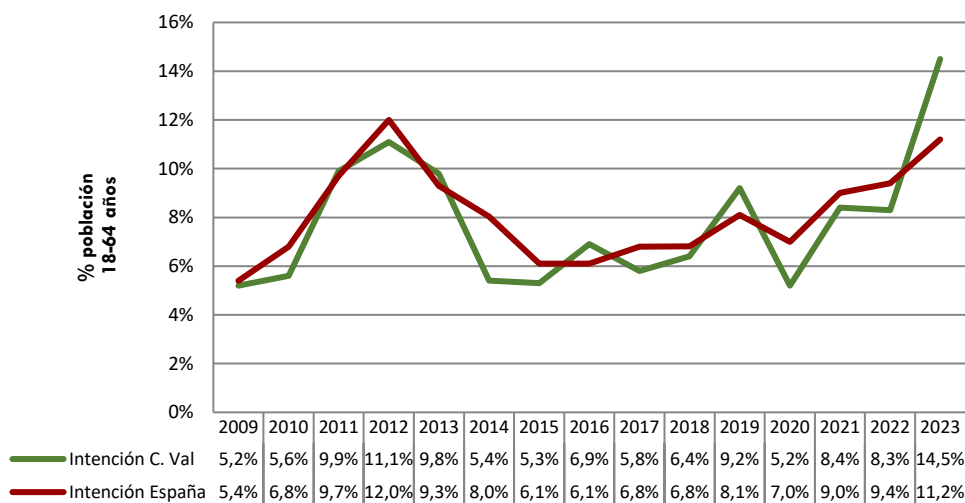
iniciativas (cuentan ya con más de 42 meses de operatividad), que alcanza a un 6,9% de la población adulta.

También la figura 15 ofrece el porcentaje de quienes han abandonado una actividad, que se sitúa en un 2,6%, 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 supone una declaración de propósito a medio plazo, es una conducta especialmente afectada en períodos de alta incertidumbre y volatilidad, como viene manifestándose tradicionalmente en el correspondiente indicador elaborado al respecto.

Figura 16. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).



La evolución histórica de este indicador se ha venido viendo afectada por la volatilidad y la incertidumbre propiciada por el pasado período de 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 afectado en la crisis ligada a la COVID-19 y sus consecuencias, tanto en su inicio en 2020 como en su aparente mejoría en 2021.

De este modo, tal como se recoge en la figura 16, con el inicio de la crisis económica y su profundización, la tasa de intencionalidad fue incrementándose, y especialmente de forma muy notable entre los años 2011 y 2012, pudiéndose ello vincularse muy probablemente a la situación laboral y económica de la Comunidad, y siendo precisamente 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 año, la tasa volvió a reducirse, llegando en 2015 a valores equivalentes a los de 2009, y con posteriores altibajos hasta registrar en 2019 un fuerte incremento nuevamente, de casi tres puntos, que elevó el porcentaje hasta un 9,2%.

Posteriormente, el dato 2020 manifestó esa alta afección por la volatilidad y la incertidumbre que este indicador muestra en periodos de crisis, cayendo abruptamente hasta un 5,2%, para recuperarse en 2021, ascendiendo a un 8,4%. Posteriormente, en 2022, 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 manera que, pese al sustancial cambio de las condiciones económicas, la guerra de Ucrania y la incertidumbre internacional, la intencionalidad emprendedora en la Comunidad Valenciana se mantuvo por encima del 8%.

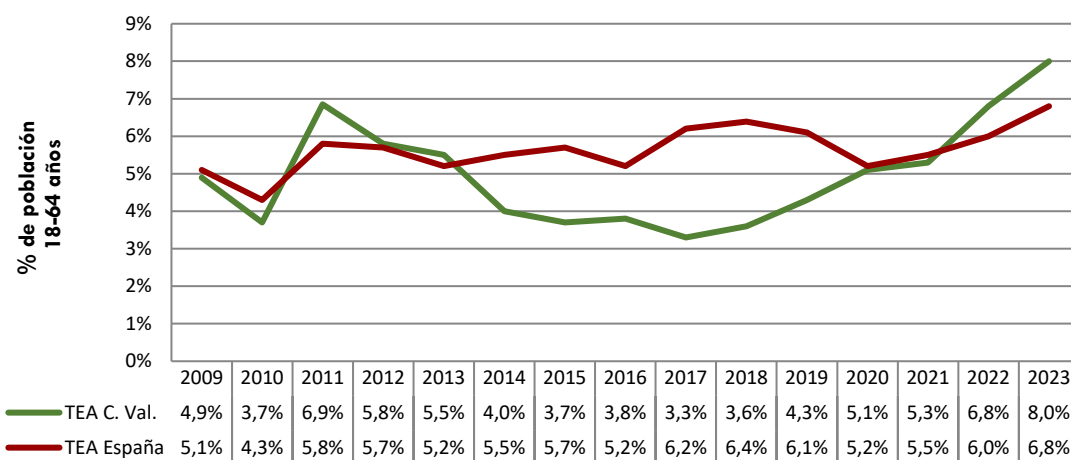
En este 2023, el registro de intenciones emprendedoras ha experimentado un gran incremento, en tanto que el dato ha alcanzado al 14,5% de la población adulta, lo que supone un aumento de 6,2 puntos porcentuales sobre el dato 2022. Se trata del valor más elevado desde que existen registros en la Comunidad Valenciana, pasando a superar al dato promedio de España, que también se ha incrementado notablemente, si bien, en cuanto a su interpretación conviene ser prudentes, de modo que solo los datos del próximo año nos dirán si se afianza el registro, suponiendo una recuperación de su senda positiva, o bien se trata de un repunte provocado por alguna otra variable no identificada todavía.

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 de la figura 15, recoge el porcentaje de población entre 18 y 64 años involucrada en actividades de hasta 42 meses de operatividad. Este dato ha ascendido en 2023 a un 8%, lo que supone el valor más elevado desde que se tienen registros del mismo en la Comunidad Valenciana.

Su evolución en el tiempo se recoge en la figura 17, 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 recogiendo datos en descenso hasta que en 2018 comienza un ligero incremento de 0,3 puntos, seguido en 2019 por una nueva variación positiva de otros 0,7 que continuó en el contexto de la crisis inducida por la pandemia sanitaria, incrementándose en 2020 hasta el 5,1% de la población.

Figura 17. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).



Así, si bien como hemos visto en el apartado anterior, los datos relativos al desarrollo de intenciones emprendedoras se vieron afectados por los efectos de la pandemia, en este indicador de 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.

Posteriormente, el dato 2021 (5,3%) supuso una continuación de la tendencia, que en 2022 se incrementó hasta el 6,8%, para en 2023, como decíamos, elevarse hasta el 8%. En total, seis años consecutivos de tendencia positiva durante los cuales, el registro de población adulta involucrada en la puesta en marcha de nuevas iniciativas de negocio se ha incrementado sustancialmente en la Comunidad Valenciana.

En cualquier caso, hay que atender a la motivación de estas iniciativas, y es que, como viene sucediendo desde 2020, una gran parte vienen manteniendo la necesidad de desarrollo profesional, como factor principal de su origen y desarrollo (ver sección 2.7).

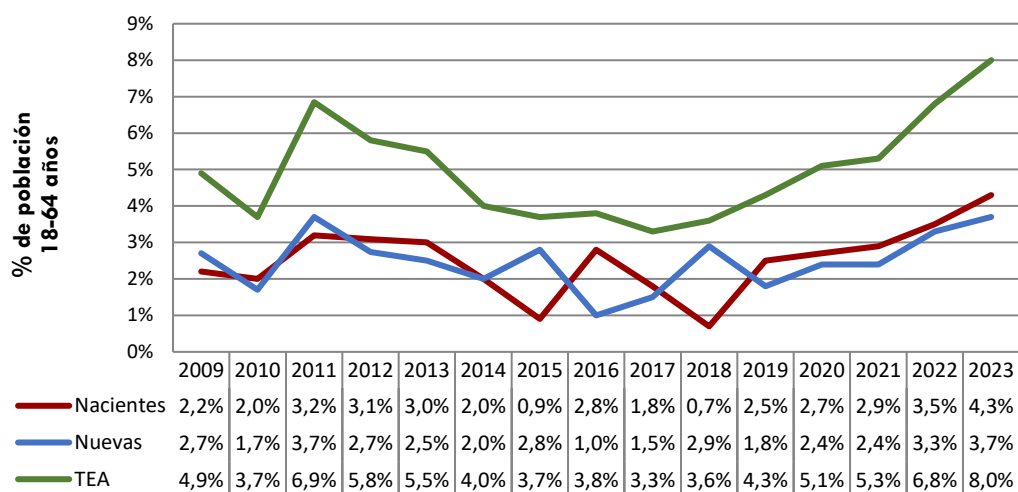
Respecto a la evolución comparativa con el conjunto de España, se observa en la figura 17 que, durante el período analizado, se mantuvo un cierto paralelismo hasta 2014, si bien a partir de entonces comenzó a abrirse un diferencial entre ambos datos, que fue incrementándose progresivamente, hasta alcanzar una diferencia de 3 puntos en 2017, e ir cerrándose nuevamente en los siguientes tres años, hasta prácticamente igualarse en 2020.

A partir de 2022 la situación cambia, de modo que, si bien tanto España como la Comunidad ven incrementados sus registros de población involucrada en la actividad emprendedora, es en la Comunidad Valenciana donde lo hace en mayor medida, superando en 0,8 puntos al dato del promedio de España, diferencia que aumenta a 1,2 puntos en 2023.

Por su parte, la figura 18 ofrece una evolución de la desagregación de esta actividad emprendedora incipiente (TEA) en: (1) “actividades nacientes”, con hasta tres meses de operatividad; y (2) “actividades nuevas” con entre 3 y 42 meses de operativa.

Se observa que el ascenso registrado en 2023, viene de la mano tanto de las actividades nacientes, con un crecimiento de 0,8 puntos, como de las actividades nuevas, con 0,4 puntos, de modo que se mantiene la tendencia de los últimos cinco años, que supone un mayor peso las actividades nacientes frente a las nuevas.

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



2.5 Evolución de la actividad consolidada

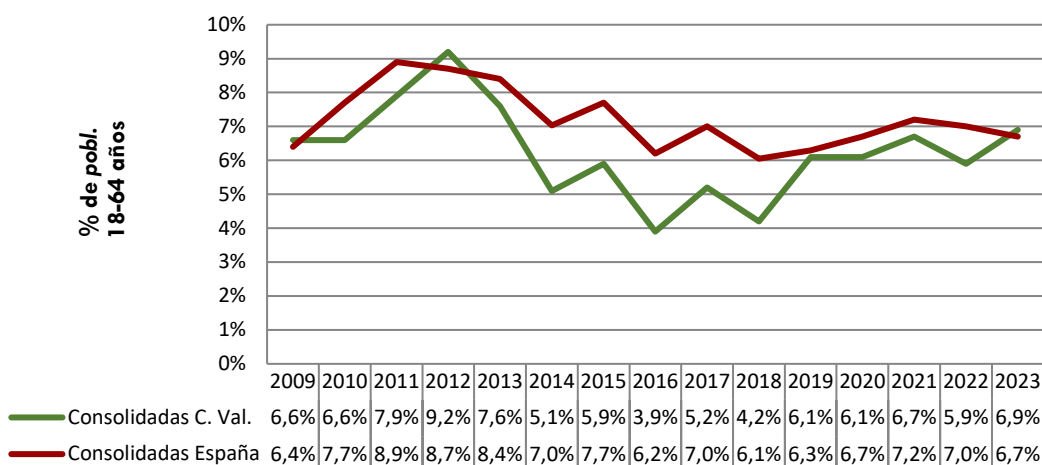
La actividad consolidada en GEM viene explicada por aquellas iniciativas que sobrepasan las etapas de actividad naciente y de actividad nueva, perdurando más de 42 meses en el mercado. Los datos 2023 ponen de manifiesto que, en la Comunidad Valenciana, prácticamente siete de cada 100 personas de su población adulta fueron identificadas como pertenecientes al emprendimiento consolidado, lo que supone un incremento de un punto respecto al registro 2022.

En este sentido, en los informes de los últimos años veníamos detectando que los datos debían observarse con prudencia, teniendo en cuenta la situación derivada de la crisis sanitaria, y la cantidad de negocios que, para mantenerse, se habían acogido a diversas ayudas, así como a los sistemas de ERTes, sumado al esfuerzo propio de muchas empresas por reinventarse, reorientando en ocasiones, no sólo sus productos y servicios, sus procesos y tecnologías, sino también sus modelos de negocio. Todo ello contribuyó a que los datos de consolidación se mantuvieran durante los años 2020 y 2021. Posteriormente, la irrupción de la 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 influido en la reducción de esta tasa de empresas consolidadas en 2022.

El dato 2023 supone un incremento del recuento de iniciativas consolidadas, y puede derivarse en cierta medida de los buenos datos de emprendimiento incipiente (menos de 36 meses de operativa) de años previos, iniciativas nacidas en el entorno de los últimos seis años de crecimiento de la TEA, como hemos visto en la anterior sección. En cualquier caso, será necesario conocer la evolución de 2024 para concluir con mayor seguridad al respecto, si bien esta tasa de consolidación, junto con los datos recogidos en 2023 para la intencionalidad emprendedora, la actividad incipiente y los relativos a las percepciones emprendedoras registradas en el capítulo anterior, describen una situación con una proyección muy positiva.

En cuanto a la comparativa territorial de los datos, desde 2009 la tasa de consolidación 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 que se fue manteniendo hasta 2019. Después, a partir de la pandemia sanitaria, la diferencia se volvió a ampliar para, en 2023, situarse la Comunidad Valenciana 0,2 puntos por encima.

Figura 19. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).



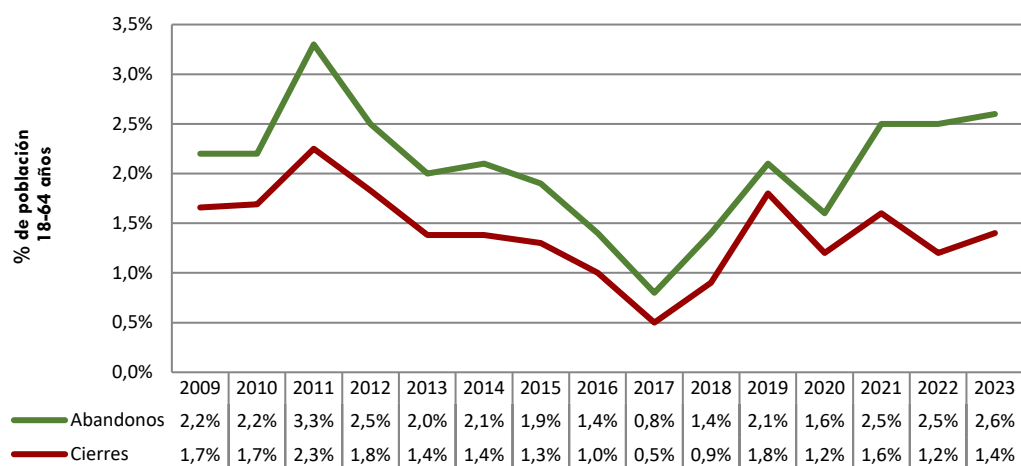
2.6 Evolución de abandonos y cierres

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 2023, 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 2,6% (tabla 2). Además, de este total, un 46,2% reconoce haber traspasado el negocio, por lo que la tasa real de cierres se situaría en el 1,4%.

La evolución que se observa en la figura 20 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 mayo-julio de dicho año.

Figura 20. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).



Así, los efectos derivados de la pandemia vinieron recogidos en el dato 2021, que ascendió a un 2,5% de las personas encuestadas, que afirmaban haber cesado en su actividad, lo que supuso el dato más elevado del período analizado desde 2012. En 2022, se mantuvo el porcentaje en ese 2,5%, que ahora, en 2023, apenas se incrementa 0,1 puntos porcentuales, para ofrecer el actual 2,6 registrado.

Tabla 2. 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: 2,6% 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)
46,2%	53,8%
Tasa real de cierres efectivos: 1,4% de la población de 18 a 64 años	
¿Cuál ha sido el principal motivo de abandono de la actividad?	
Otro trabajo u oportunidad	27,2%
El negocio no era rentable	18,2%
Oportunidad de venta	13,5%
Jubilación	11,7%
Impuestos y burocracia	7,2%
Problemas de suministro	4,2%
Motivos familiares o personales	4,0%
Problemas de financiación	3,4%
No sabe o no contesta	10,6%

Las motivaciones tras estos ceses han cambiado con respecto a las que se detectaban en años anteriores. Así, mientras en 2022 y 2021 destacaban principalmente las motivaciones asociadas a la falta de rentabilidad del negocio (44,2% en 2022 y 39,9% en 2021), y los problemas consecuencia de la COVID-19, (mencionados por un 16% en 2022 y por un 28,1% en 2021), en este año 2023 la principal motivación para el abandono de la actividad es el surgimiento de otro trabajo u otra oportunidad (27,2% de los casos), lo que puede apuntar hacia un cierto dinamismo de los mercados que

propicia nuevas oportunidades, en línea con los datos de percepción de oportunidades tratados en el capítulo anterior, mientras que la falta de rentabilidad como motivo de cese de actividad, ha descendido a un 18,2% de los casos y los motivos relacionados con la COVID-19 ya prácticamente han desaparecido.

Otros motivos aludidos por las personas entrevistadas son la oportunidad de venta del negocio (13,5%), y que apuntaría también en la línea del dinamismo del mercado antes indicado; la jubilación (11,7%); la excesiva carga impositiva o el exceso de burocracia (7,2%); problemas de suministro (4,2%); motivos familiares o personales no concretados (4%) y problemas para lograr financiación (3,4%).

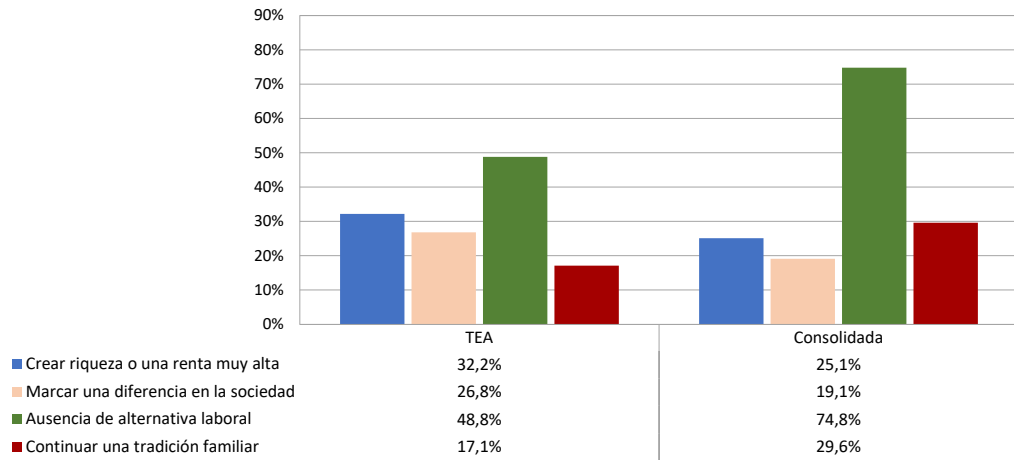
2.7 Motivación de las personas emprendedoras

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 21 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).

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 (48,8% de respuesta; 72,4% en 2022 y 81% en 2021). Con porcentajes menores se encuentran crear riqueza o una renta muy alta con un 32,9% (38,9% en 2022 y 41,4% en 2021); marcar una diferencia en la sociedad con un 26,8% (43% en 2022 y 54,8% en 2021); y continuar una tradición familiar con un 17,1% (17,3% en 2022; 26,3% en 2021).

Figura 21. Motivación emprendedora.



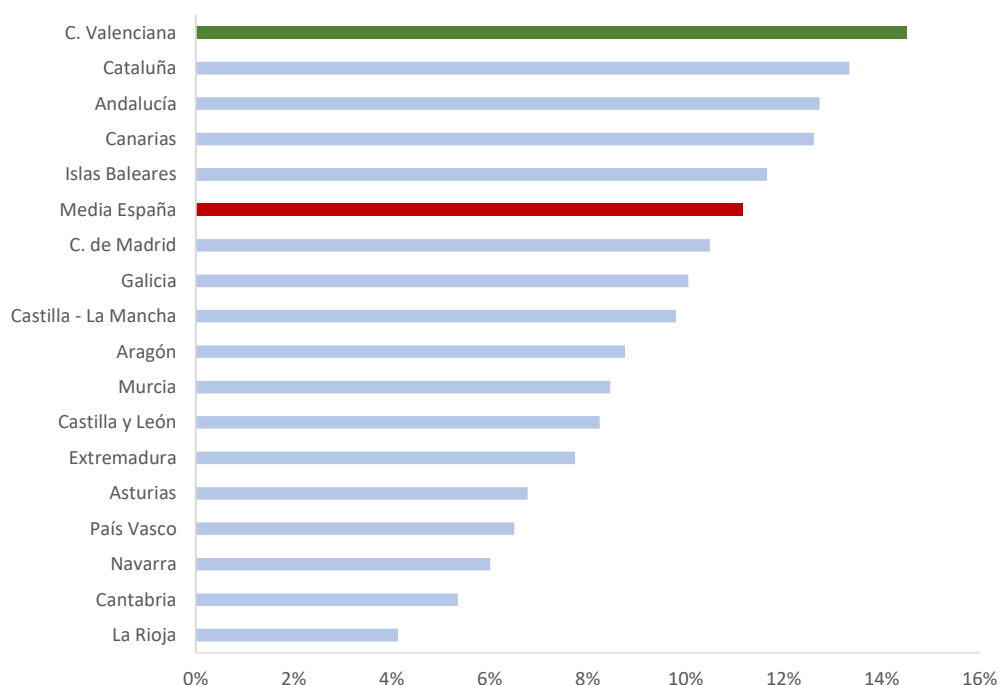
Sigue apareciendo en primer lugar la ausencia de alternativa laboral, si bien la prelación de motivaciones se ha intercambiado entre la creación de riqueza o renta y el marcar una diferencia en la sociedad, mientras que la continuación de una tradición familiar sigue apareciendo en último lugar. En todos los casos además los porcentajes recogidos son menores, de manera que las personas que han respondido a la encuesta han dado menos variedad de respuestas, aunque hay que resaltar que el descenso más acusado es el de las respuestas vinculadas a la motivación por necesidad, lo que unido a la positiva evolución de la actividad emprendedora TEA, supone un cambio sustancial.

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, los porcentajes de respuesta se encuentran más concentrados en torno a las motivaciones vinculadas a la necesidad, de modo que nuevamente destaca como principal motivación la ausencia de alternativas laborales, evolucionando además en este caso de forma diferente a como lo hace en la actividad incipiente (74,8% en 2023, frente a 70% en 2022 y a 66,1% en 2021). Por su parte, la continuación de una tradición familiar aparece en segundo lugar con un 29,6% de las respuestas, crear una riqueza o una renta muy alta se sitúa en tercera posición (25,1%) y marcar una diferencia en la sociedad lo hace en última posición (19,1%).

2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español

Para finalizar esta sección, las figuras 22 a 25 recogen el posicionamiento de la Comunidad Valencia frente al resto de comunidades autónomas en cada una de las fases del proceso emprendedor⁴.

Figura 22. Posicionamiento del emprendimiento potencial por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).



⁴ Los datos precisos de cada comunidad autónoma pueden consultarse en los informes regionales que elaboran los equipos GEM en <https://www.gem-spain.com/>

Figura 23. Posicionamiento del emprendimiento TEA por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).

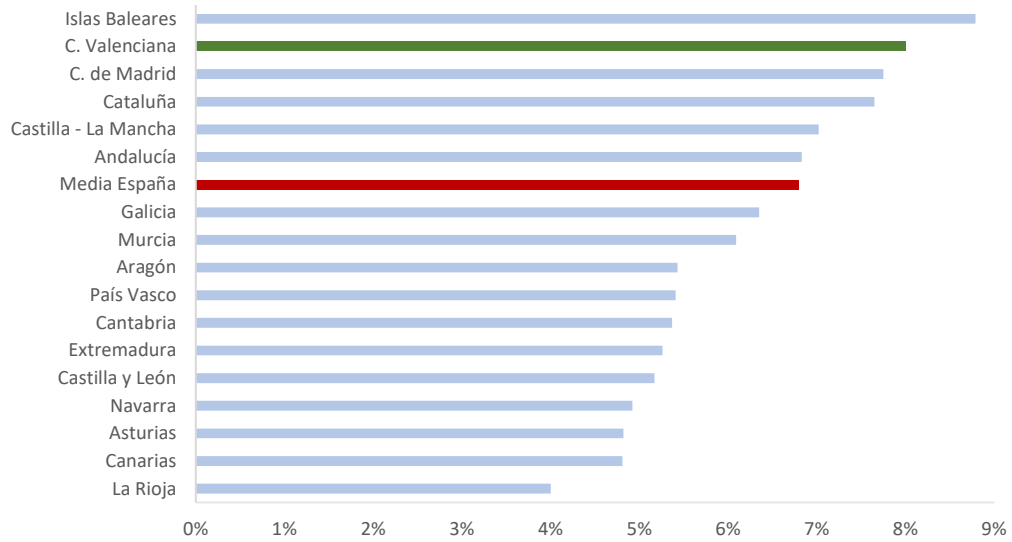


Figura 24. Posicionamiento del emprendimiento consolidado por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).

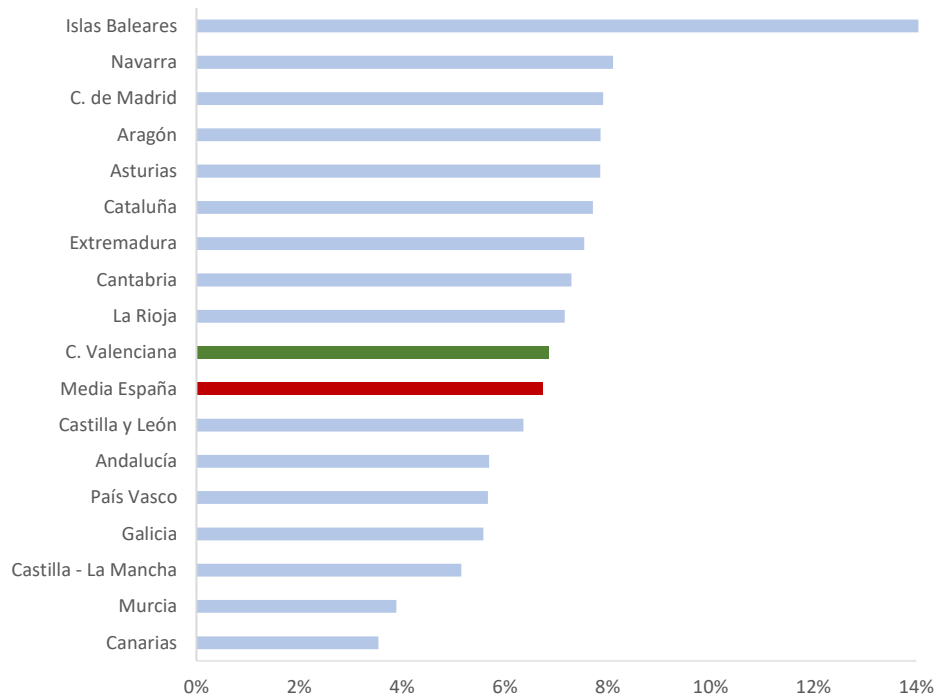
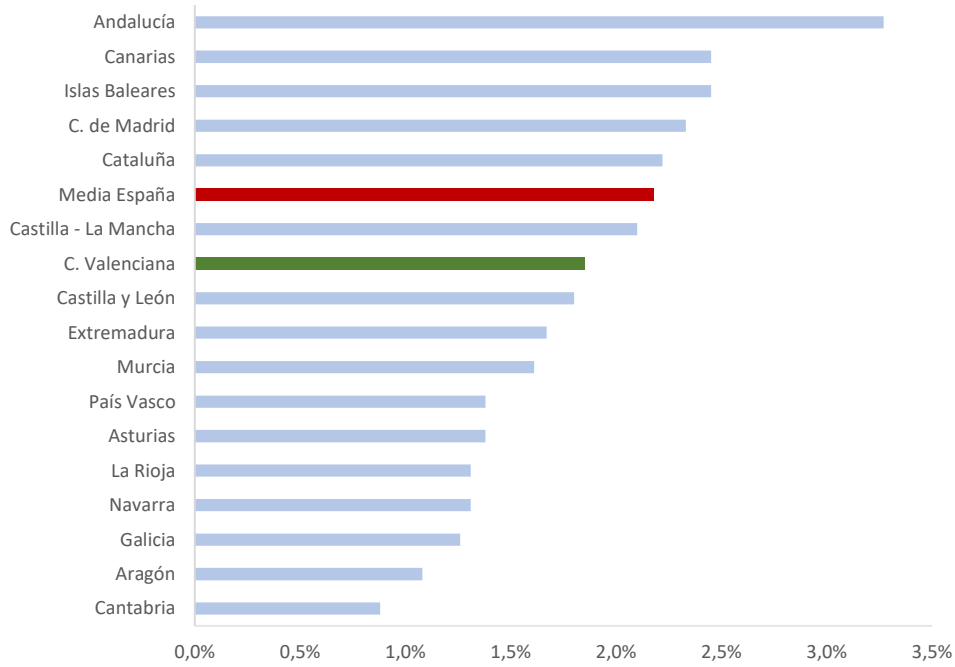


Figura 25. Posicionamiento de la tasa de cierres por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).



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

3.1. Introducción

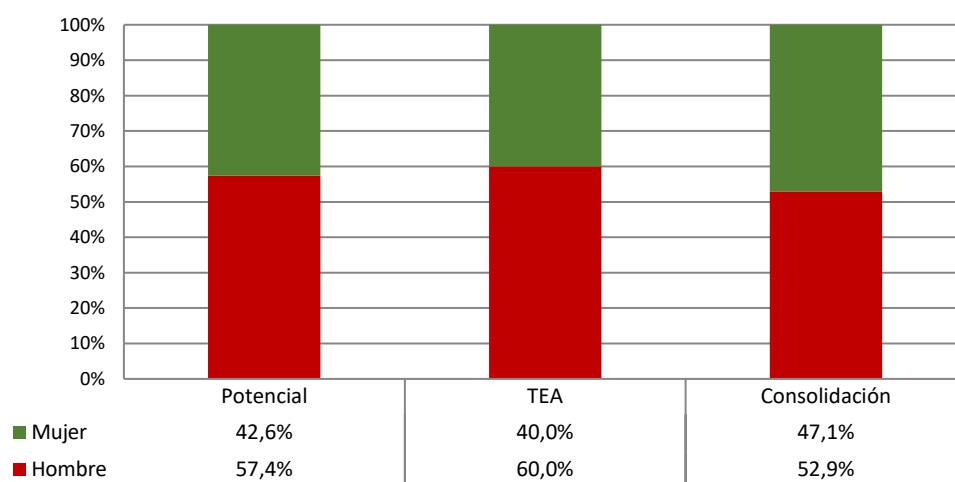
Este capítulo caracteriza a las personas que participan en el proceso emprendedor, tratando de aproximar su perfil, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en mayo-julio de 2023 y que en ese momento estaban involucrados en 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 26 muestra la distribución por sexo de la actividad emprendedora en 2023 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 las fases activas del proceso

emprendedor. Así, entre la población que tiene en mente el proyecto de iniciar un negocio a futuro, se recoge un 42,6% de mujeres por un 57,4% de hombres. Por su parte, en la actividad emprendedora incipiente TEA, el reparto por sexo es muy similar, de modo que la presencia de mujeres es de un 40%. Finalmente, ya en la etapa de consolidación de la actividad emprendedora, se aprecia un reparto más equilibrado, de modo que se detecta un 47,1% de presencia femenina.

Figura 26. 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 por etapas del proceso. En consonancia con la distribución por sexo dentro de cada una de estas fases, las distintas tasas de involucración ofrecen, en todos los casos, una mayor propensión relativa para los hombres. Profundizando en estas diferencias relativas entre ambos colectivos, las mayores se dan en la declaración de intencionalidad a futuro (4,2 puntos). Estas diferencias inter grupos se reducen en la fase de TEA, donde son de 2,1 puntos, y se aprecian en menor medida en la fase de consolidación, donde son de 0,8 puntos.

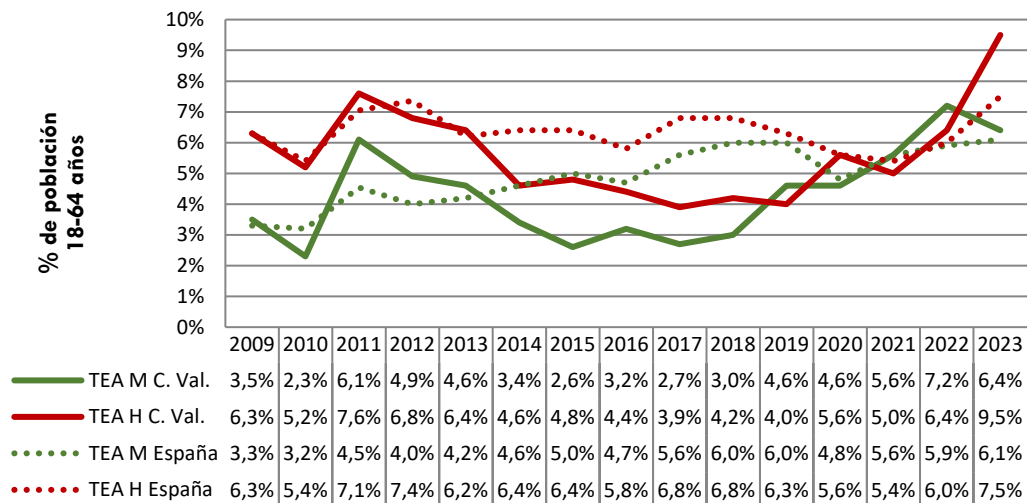
En ambos sexos, la mayor tasa de involucración se recoge en la fase potencial o de intencionalidad emprendedora, mientras que se reduce, como es lógico, por cuanto supone iniciar formalmente la actividad, en la fase TEA, y se reduce todavía más al pasar a la etapa de consolidación en el caso de los hombres, mientras que el registro se mantiene en el caso de las mujeres.

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

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Hombres	16,6%	9,5%	7,2%
Mujeres	12,4%	6,4%	6,4%

La figura 27 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 27. 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, 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. No obstante, 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 volvió a invertirse en 2021, para mostrar cierta continuidad con la recogida en 2019, de modo que nuevamente, la TEA femenina recogida fue superior a la TEA masculina, situación que se mantuvo en 2022.

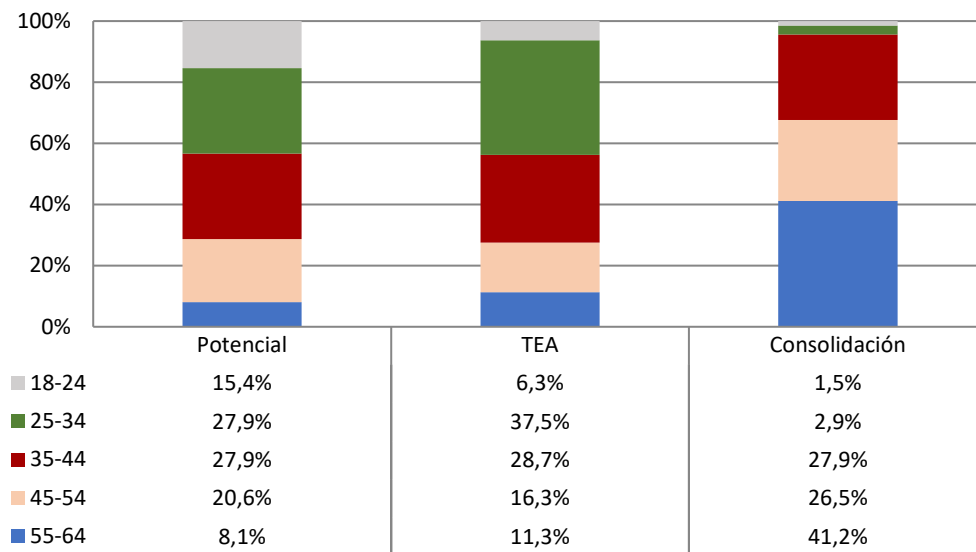
En 2023, los registros obtenidos han manifestado un impulso de la actividad emprendedora del colectivo masculino, tanto en el caso de España como especialmente en el de la Comunidad Valenciana, donde el incremento registrado respecto a 2022 supone 3,1 puntos porcentuales. Por su parte la actividad emprendedora desarrollada por mujeres, que venía recogiendo cinco años consecutivos de incrementos, desciende al 6,4% frente al 7,2% de 2022, si bien, sigue suponiendo el segundo registro más alto del histórico tras el dato del año anterior. Además, en ambos casos, los datos obtenidos siguen siendo superiores a los del promedio de España.

3.3. Edad

En 2023, la distribución por edades de las personas involucradas en las distintas etapas del proceso emprendedor muestra, como viene siendo habitual, correlación entre las edades promedio observadas y la etapa del proceso, de modo que a la fase de emprendimiento potencial le corresponde el colectivo más joven, con una media de edad de unos 37,8 años. Le sigue el promedio observado en la fase TEA de actividad emprendedora con unos 39 años, y, por último, el correspondiente a la etapa consolidada, con unos 49,8 años.

De hecho, si observamos la composición por rangos de edad de las personas presentes en las distintas etapas del proceso emprendedor en 2023 (figura 28) observamos (al igual que sucedía en 2021 y 2022) que, a medida que se avanza en las etapas del proceso emprendedor, se incrementa el peso específico de los tramos de edad superiores, mientras que el peso del tramo de edad intermedio (35-44 años) es muy similar tanto en la fase de intencionalidad como en las fases de TEA y consolidada (en torno al 28% aproximadamente).

Figura 28. 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 rangos de edad, lo que permite apreciar en qué grupos de edad hay mayor propensión emprendedora por parte de la población adulta.

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

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
55-64	5,0%	4,1%	12,7%
45-54	11,4%	5,0%	6,9%
35-44	17,9%	9,9%	8,2%
25-34	24,2%	17,5%	1,2%
18-24	20,0%	4,4%	0,9%

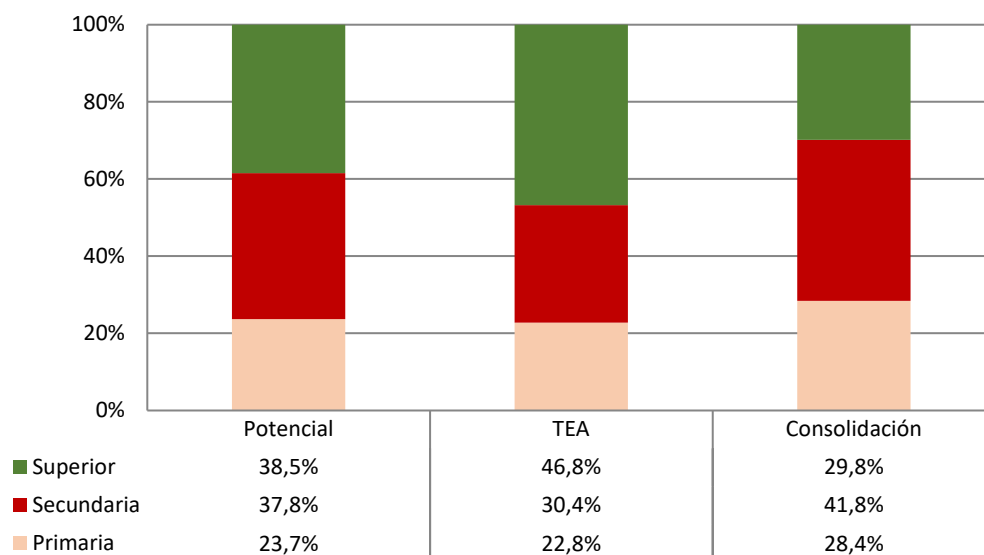
Siguiendo los comentarios ya señalados antes, es la población de los intervalos más jóvenes, la que tiene más intención de involucrarse en el futuro en la creación de negocios. Así, los registros son de un 24,2% en jóvenes de

25 a 34 años y de un 20% entre los de 18 a 24. Por otro lado, respecto a la etapa de actividad con hasta 42 meses de funcionamiento (TEA), en comparación al resto de grupos, hay mayor prevalencia de los de 25 a 34 (17,5%) y de 45 a 54 (años 9,9%), mientras que entre la actividad consolidada destaca el grupo de mayor edad (12,7% entre la población de 55 a 64 años).

3.4. Formación

La formación es un atributo con influencia en la predisposición a participar en actividades emprendedoras. Aunque en un capítulo anterior se ha mencionado desde el punto de vista del autorreconocimiento 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 (figuras 29 y 30) y la formación específica para emprender (figura 31).

Figura 29. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



Comenzando con la formación reglada en la primera de las etapas del proceso, esto es, la de emprendimiento potencial, destacan casi por igual la presencia de educación superior (38,5%) y de educación secundaria (37,8%), mientras que la presencia de personas con educación primaria se sitúa en un 23,7%.

En el grupo de las personas involucradas en la actividad emprendedora reciente (TEA), destaca el nivel educativo superior universitario, con un 46,8%, mientras que la disposición de estudios secundarios alcanza a un 30,4% y el porcentaje de quienes cuentan con estudios de primaria es similar al recogido en el caso de la etapa de emprendimiento potencial, con un 22,8%.

En la etapa de emprendimiento consolidado, el caso preponderante es el de las personas con estudios de educación secundaria, que ascienden a un 41,8%, mientras que los otros dos casos se reparten de forma prácticamente equitativa, de modo que un 29,8% de personas en la fase de consolidación de sus iniciativas disponen de estudios superiores, y un 28,4% de estudios de primaria.

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.

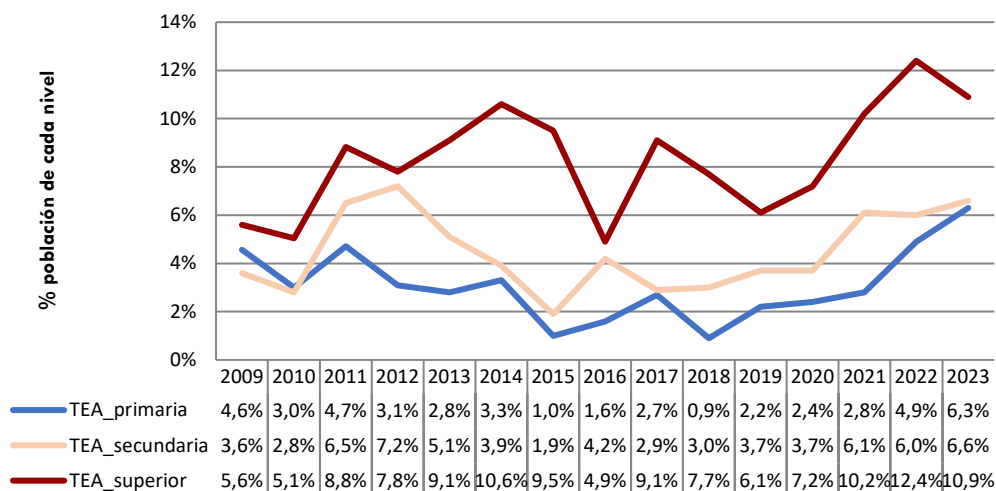
Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Superior	16,0%	10,9%	5,9%
Secundaria	15,0%	6,6%	7,7%
Primaria	12,0%	6,3%	6,7%

Al respecto, la mayor tasa de intencionalidad se da en individuos con educación superior (16%), algo por encima de la mostrada por personas con niveles educativos secundarios y primarios, de modo que el sustancial incremento de intencionalidad emprendedora recogido en 2023 respecto a 2022 absorbe personas de todos los niveles educativos, si bien especialmente con formación superior y de secundaria, de modo que cabe esperar que la deseable conversión de intenciones en acciones a futuro refuerce futuras TEAs en todos los niveles educativos, especialmente en los dos indicados.

Por su lado, y en relación a la parte activa del proceso emprendedor, se observa una involucración sustancial también en todos los casos, si bien mayor entre quienes poseen una titulación superior. En concreto, en la fase TEA asciende a un 10,9%, lo que podría suponer un aumento de los niveles educativos del emprendimiento consolidado en el futuro. Por último, en la actividad consolidada, el principal grado de implicación es el de quienes poseen formación de estudios secundarios, con un 7,7%.

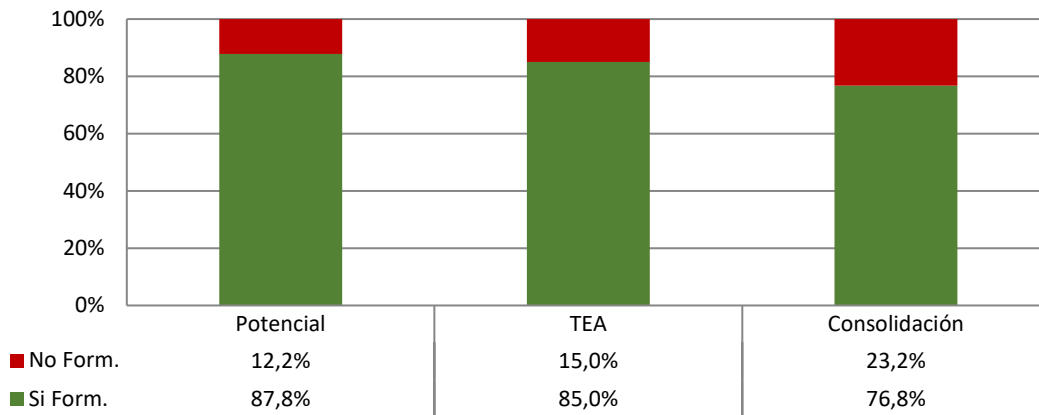
La figura 30 ofrece la evolución temporal del índice TEA desglosado por niveles educativos. Se observa que la mayor prevalencia de la involucración emprendedora entre los niveles educativos superiores, frente al resto, es común a todo el período analizado. Sin embargo, en 2023, el incremento de TEA se ha registrado en los casos con niveles educativos correspondientes a primaria y a secundaria, mientras que, en el caso de las personas con educación superior, su involucración en actividades emprendedoras incipientes prácticamente se ha reducido en un punto y medio en el último año, si bien se mantiene por encima del 10% por tercer año consecutivo y con más de cuatro puntos de diferencia respecto a los otros dos grupos.

Figura 30. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).



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 31).

Figura 31. 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 que, si bien es muy elevada en todos los casos, parece estar menos presente a medida que nos adentramos en el proceso emprendedor. De este modo, 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 más elevado (87,8%), mientras que entre las personas recién entradas a la fase activa del proceso y que están implicadas en la etapa TEA es muy similar, alcanzando a un 85% del grupo. Por último, 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 76,8%.

Estos datos 2023 respecto a las fases activas del proceso emprendedor, son positivos, toda vez que se han incrementado, en el caso de la actividad TEA respecto a los recogidos en 2022 y 2021 en más de 5 puntos, y en el caso de la actividad consolidada, lo han hecho en casi 6 puntos respecto a 2022 y 25 respecto a 2021.

Por su parte, en el caso de la etapa de intencionalidad, el porcentaje se ha incrementado en unos 15 puntos sobre 2022, y 44 respecto a 2021, lo que no hace sino abundar en la idea de una cantera de personas dispuestas a emprender, en crecimiento en años recientes, y además 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 tras la irrupción de la COVID-19.

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 2023 de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.

PERFIL MEDIO	% Sexo masculino/femenino	Edad	Formación	Formación emprendedora
Emprendimiento potencial	57,4/42,6	37,8	Sup./Sec.	87,8%
Actividad TEA	60,0/40,0	39	Superior	85,0%
Actividad consolidada	52,9/47,1	49,8	Secundaria	76,8%

CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

Tras analizar la actividad registrada en las diversas fases del proceso emprendedor, así como el perfil socio económico de las personas que se involucran, en este capítulo se expone una caracterización general y comparada en el tiempo de las 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 la etapa de actividades nacientes.

Esta caracterización se enriquece con información, para el año 2023, 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 hacia la sostenibilidad.

4.2. Sectores generales de actividad

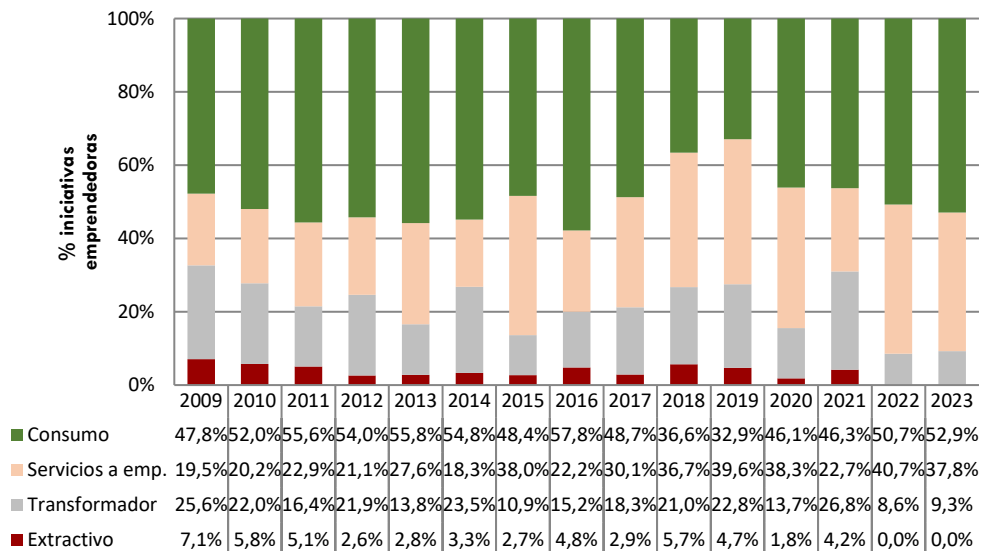
El observatorio emprendedor GEM utiliza una clasificación de sectores de actividad de carácter sintético, que los agrupa en cuatro grandes bloques: sector extractivo, transformador, servicios a empresas, y actividades orientadas al consumidor final.

Siguiendo la mencionada clasificación, la figura 32 muestra la distribución de actividades en fase emprendedora TEA, en la Comunidad Valenciana, desde 2009 hasta 2023.

Como es habitual en todos los informes realizados, los datos siguen reflejando lo que podríamos denominar terciarización de la economía de la Comunidad Valenciana. De este modo, en 2023, en un 90,7% de los casos las iniciativas en fase emprendedora corresponden al sector servicios.

De hecho, los movimientos experimentados respecto a 2022 son muy leves. En particular, las actividades de consumo mantienen e incrementan su presencia en 2,2 puntos porcentuales respecto a 2022, pasando a suponer un 52,9%, mientras que las de actividades de servicios a empresas experimentan una ligera reducción de 2,9 puntos, pasando a un 37,8%. Por su parte, entre las iniciativas detectadas, las del sector transformador aumentan su presencia en 0,7 puntos, pasando a representar un 9,3% del total.

Figura 32. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).



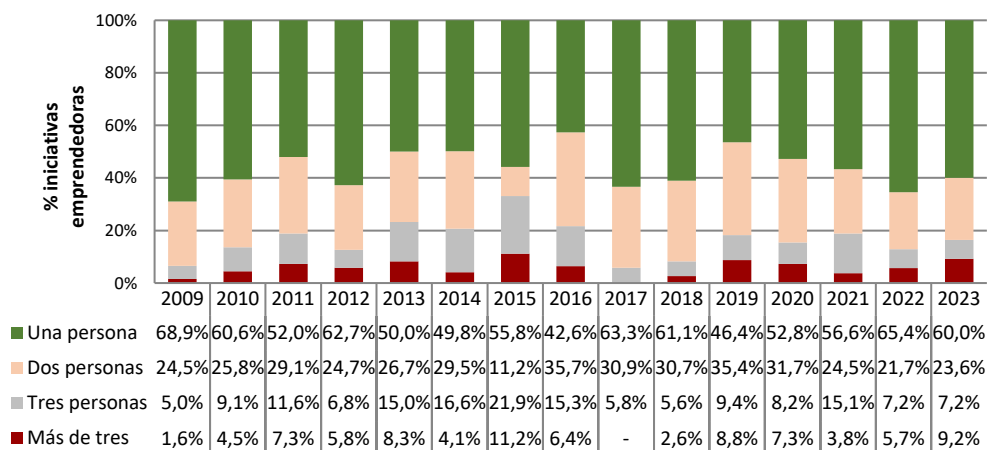
4.3. Número de personas socias

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 33, 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. 2023 no es una excepción, ya que un 60% de los emprendimientos incipientes cuentan con una sola persona como propietaria del negocio, lo que supone un descenso de 5,4 puntos respecto a 2022. Este descenso supone que el incremento recogido este 2023 por la actividad incipiente TEA ha venido de la mano de una mayor presencia de iniciativas con más de una persona socia.

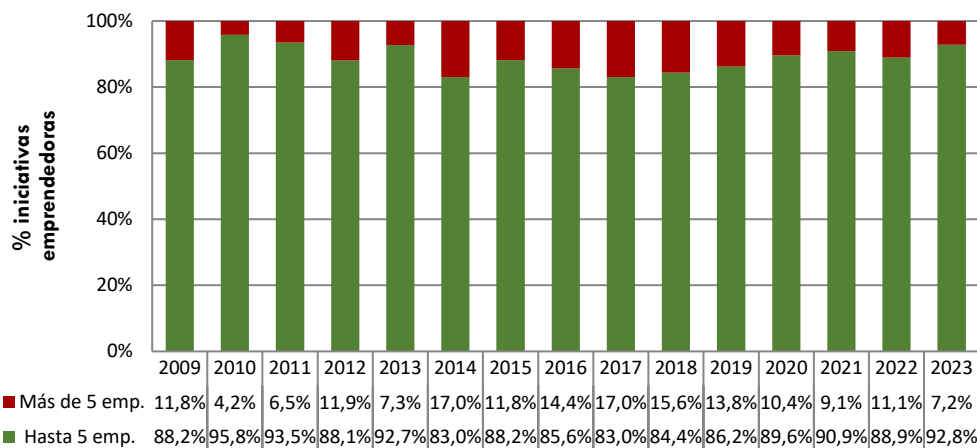
Figura 33. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.



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 34 en base a la perspectiva del número de empleos generados.

Figura 34. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado y evolución temporal.



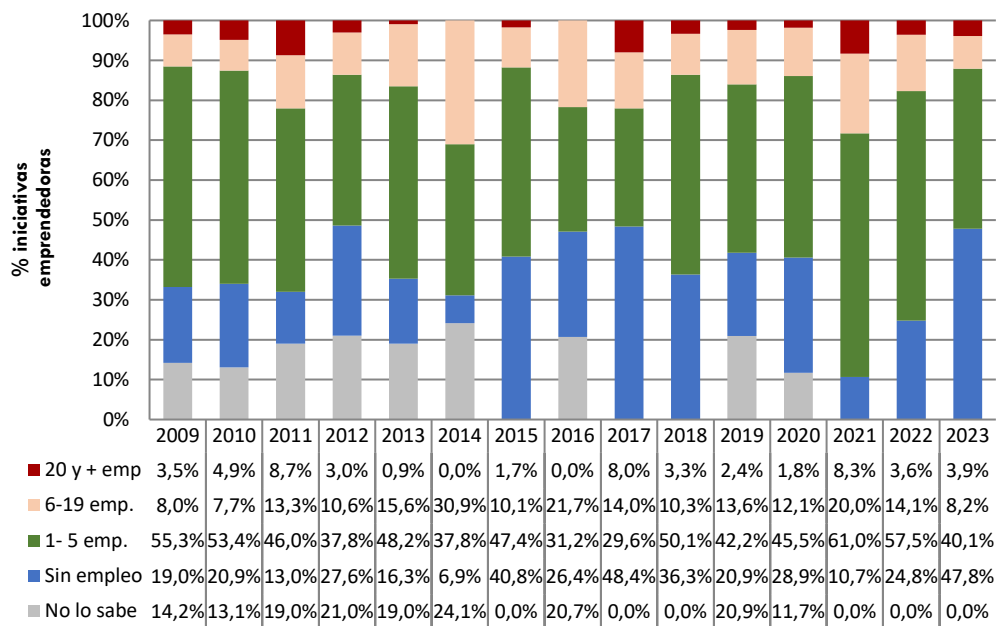
En la Comunidad Valenciana, en 2023, la presencia de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad y hasta un máximo de cinco empleos ascienden al 92,8% del total. Ello supone respecto a 2022 un leve incremento de 2,9 puntos. Adicionalmente mencionar, si bien no se refleja en la figura 34, que el porcentaje de iniciativas que no generan más empleo que el de la persona propietaria de las mismas asciende a un 49,1%, 7,1 puntos más que en 2022, año que a su vez había crecido en 7 puntos sobre 2021.

La figura 35 amplía la información anterior, ofreciendo la distribución de las iniciativas de negocio de acuerdo a las expectativas de empleo esperada a cinco años vista. Ello permite tener una aproximación de las perspectivas de crecimiento en base a este criterio.

Al respecto, destacar que son cerca de la mitad (47,8%) quienes ven sus iniciativas a cinco años sin generación de empleo adicional al suyo propio. Esto supone un repunte del dato, que casi dobla al recogido en 2022. La siguiente opción que aglutina el mayor porcentaje de respuestas es la que apuesta por un incremento moderado, de entre uno y cinco empleos, y que asciende a un 40,1% de la respuesta, lo que supone un descenso de 17,4 puntos respecto a 2022. A continuación, son un 8,2% quienes esperan tener entre 6 y 19 personas empleadas (5,9 puntos menos que en 2022), y, por último, un 3,9% esperan disponer de 20 o más empleos en su iniciativa en el futuro (similar a 2022, 3,6%).

Con todo, las expectativas de la población emprendedora de la Comunidad Valenciana en 2023 son en cierto modo conservadoras respecto al crecimiento a cinco años vista, teniendo en cuenta la magnitud de las respuestas, así como su evolución respecto a 2022.

Figura 35. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).

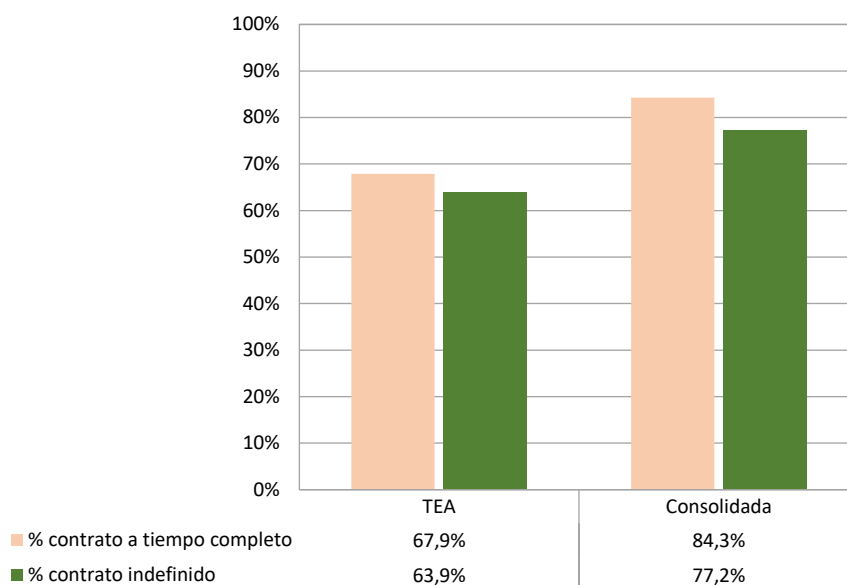


Por último, la figura 36 recoge, de forma complementaria, y por primera vez en el informe GEM para la Comunidad Valenciana, las características de la contratación llevada a cabo en los últimos 12 meses por las iniciativas emprendedoras, así como por las empresas consolidadas. En concreto, las cuestiones planteadas hacen referencia al porcentaje de empleos con contrato creado en los 12 meses previos a la encuesta que lo son a tiempo completo, y también que lo son de carácter indefinido.

Se observa que, en el caso de las iniciativas de negocio incipientes, en promedio, los contratos a tiempo completo y los contratos indefinidos alcanzan aproximadamente a dos tercios de la casuística contractual laboral, con un 67,9% de contrataciones a tiempo completo y un 63,9% que lo son de carácter indefinido. Estos datos son superiores en el caso de las empresas en

fase de consolidación, en las que se encuentran en torno a cuatro de cada cinco en promedio. En concreto, la presencia media de contratos a tiempo completo es de un 84,3%, siendo las contrataciones de carácter indefinido de un 77,2%.

Figura 36. Características del empleo creado en los últimos 12 meses (en iniciativas emprendedoras y en empresas consolidadas).



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 a la propia constitución de la empresa. Para pulsar esta cuestión, se sondea 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 mayo a julio de 2023 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 plantea 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 2023 un 74,6% de las personas encuestadas (12,2 puntos más que en 2022) afirman haber requerido invertir dinero para ello, mientras que el 25,4% restante manifiesta no haberlo necesitado.

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 2023 con más frecuencia por las iniciativas nacientes ascienden a 15.000 €, por encima de los más recientes valores declarados en 2022 y en 2021. No obstante, hay que decir que se trata de un valor indicado en el 11% de los casos, por lo que hay una gran dispersión de la respuesta, que además es mayor que en los dos años anteriores, lo que se deja traslucir además en el segundo valor más frecuentemente declarado, que supone unas necesidades de unos 3.000 €, mayores a las de 2022, pero siendo su frecuencia también únicamente de un 11%.

Por todo ello, como suele ocurrir habitualmente, y especialmente este año, 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 2022, toda vez que el valor más frecuente se ha incrementado en un 50% en su montante, hasta los 15.000 €, pero con una menor frecuencia, y el segundo valor, que se ha incrementado igualmente en un 50%, sobre el correspondiente de 2022, es mucho menor que el correspondiente valor de 2021, lo que da cuenta de esta volatilidad de los datos que citábamos anteriormente.

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

VALOR REPRESENTATIVO	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Moda (Valor más frecuente)	20.000 € (11,70%)	15.000 € (22,00%)	30.000 € (10,6%)	6.000 € (7,4%)	10.000 € (25,0%)	10.000 € (16,6%)	15.000 € (11,0%)
Segundo valor más frecuente	5.000 € (10,90%)	35.000 € (21,10%)	6.000 € (9,9%)	20.000 € (7,2%)	20.000 € (12,7%)	2.000 € (10,7%)	3.000 € (11,0%)
NECESIDADES POR CUARTILES	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Del 1% al 25% de emprend. nacientes	Hasta 5.000 €	Hasta 1.773 €	Hasta 8.000 €	Hasta 3.000 €	Hasta 7.230 €	Hasta 3.450 €	Hasta 3.000 €
Del 26% al 50% de emprend. nacientes	5.000 € - 6.049 €	1.773 € - 15.000 €	8.000 € - 30.000 €	3.000 € - 6.000 €	7.230 € - 10.000 €	3.450 € - 10.000 €	3.000 € - 11.400 €
Del 51% al 75% de emprend. nacientes	6.049 € - 20.000 €	15.000 € - 41.493 €	30.000 € - 70.000 €	6.000 € - 24.000 €	10.000 € - 30.000 €	10.000 € - 61.712 €	11.400 € - 56.900 €
Del 76% al 100% de emprend. nacientes	Más de 20.000 €	Más de 41.493 €	Más de 70.000 €	Más de 24.000 €	Más de 30.000 €	Más de 61.712 €	Más de 56.900 €

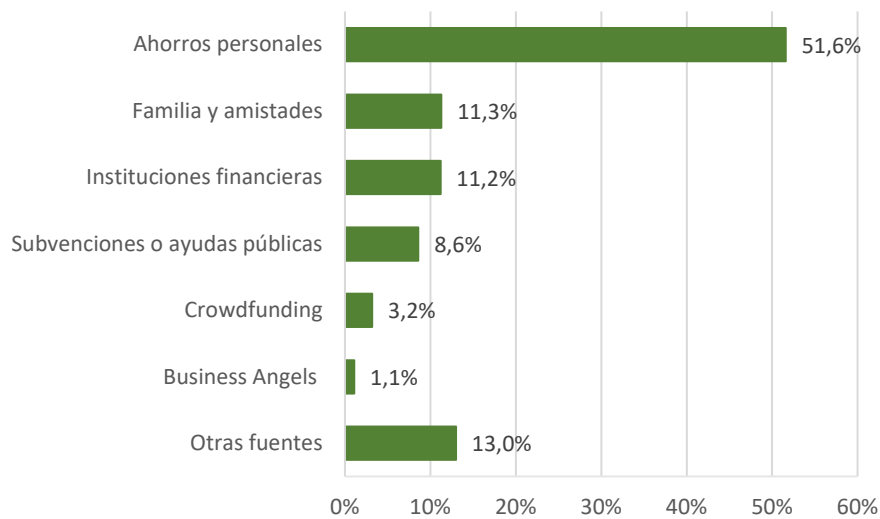
En cuanto a la ordenación por cuartiles de las necesidades de capital, el primer 25% de las respuestas (las que menos requerimientos han manifestado), llegan hasta unas necesidades de unos 3.000 €, frente a los 3.450 € de 2022; el segundo grupo en cuanto a dimensión de las necesidades declaradas (segundo cuartil, del 26% al 50% de las iniciativas) se encuentra entre 3.000 € y 11.400 €, intervalo más amplio y algo más elevado en su extremo superior respecto a 2022. Sin embargo, el tercer y cuarto grupos están en rangos inferiores respecto a 2022, lo que no permite concluir claramente dadas las variaciones respecto al sentido de la evolución de los datos del año anterior.

De otro lado, y en relación a la financiación del capital semilla requerido para abordar la puesta en marcha de las nuevas iniciativas de negocio (figura 37), cerca de dos terceras partes proviene de ahorros, propios o de conocidos y familiares.

Así en promedio, un 51,6% del capital requerido fue cubierto a través de ahorros personales por las personas encuestadas, siendo ésta la mayor fuente financiera empleada, y habiéndose incrementado su presencia respecto a 2022 casi 13 puntos. Por otra parte, en segunda posición destaca el recurso a la familia y a las amistades (11,3%), que reduce en más de la mitad su

presencia sobre 2022. Por debajo de estos orígenes de fondos encontramos otros como, el empleo de bancos o instituciones financieras, las subvenciones o ayudas públicas, o el recurso al *crowdfunding* y la presencia de *business angels*, al margen de otras fuentes no detalladas.

Figura 37. Fuente de origen del capital semilla para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2023 (% de origen de los fondos)



De este modo, observamos como, respecto a la situación de 2022, los propios ahorros se mantienen, e incrementan su presencia como principal recurso financiero, mientras que se reduce sensiblemente el requerimiento a ahorros de familiares, amistades y personas conocidas, y la financiación procedente de instituciones financieras para la puesta en marcha de iniciativas de negocio sigue apareciendo en poco más de uno de cada diez casos.

Adicionalmente, en GEM también es analizada la figura de la financiación informal (tabla 8). Así en 2023, un 2,8% 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 € (igual que en 2022, y doblando el importe más habitual de 2021).

En síntesis, el perfil de las personas que llevan a cabo esta inversión informal se corresponde mayoritariamente con un hombre de algo más de 45 años, con actividad laboral en la mayoría de los casos, a quien unen mayoritariamente lazos familiares 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, en el que se detecta una 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.

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

Descriptor	2023
% Población inversión informal	2,8%
Aportación más habitual	10.000 €
Relación con persona beneficiaria (%)	Familia 47,2% Amistad 19,5%
Sexo (%)	Hombre 58,5%
Edad media (años)	43,1
Situación laboral	Trabaja 89,2%
Intención de emprender (%)	45,5%
Involucración en TEA (%)	35,0%
Emprendimiento consolidado	28,5%
Oportunidades a 6 meses (%)	46,1%
Red social emprendedora	86,4%
Posee habilidades emprendedoras	74,1%
Miedo a fracasar como barrera	44,0%
Facilidad para iniciar un negocio	10,0%

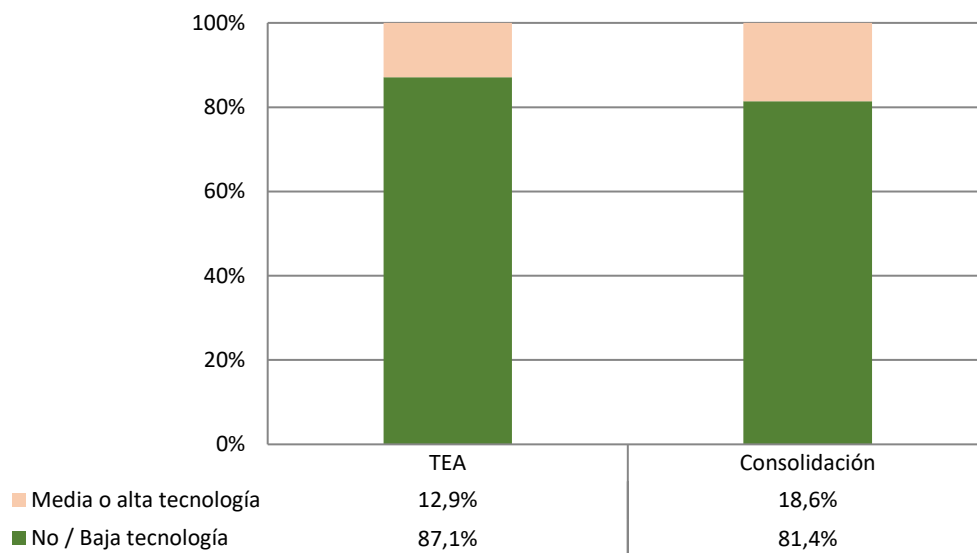
4.6. Orientación innovadora

Este apartado centra la atención en la orientación innovadora del negocio desarrollado. Para medir ésta, en GEM se indaga sobre el nivel tecnológico del sector al que pertenece (figura 38).

De acuerdo con los datos, entre las iniciativas incipientes con un recorrido no superior a 42 meses, captadas en la Comunidad Valenciana en 2023, un 87,1% afirma pertenecer a sectores de bajo o nulo nivel tecnológico, mientras que únicamente el 12,9% consideran competir en sectores de media o alta tecnología.

De otro lado, en el caso de las empresas consolidadas se recoge una casuística en la que, si bien también son minoritarias las respuestas de las personas encuestadas que consideran competir en sectores de medio o alto nivel tecnológico, el porcentaje, es de un 18,6%, superior al de las iniciativas en fase TEA en el mismo tipo de sectores.

Figura 38. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).

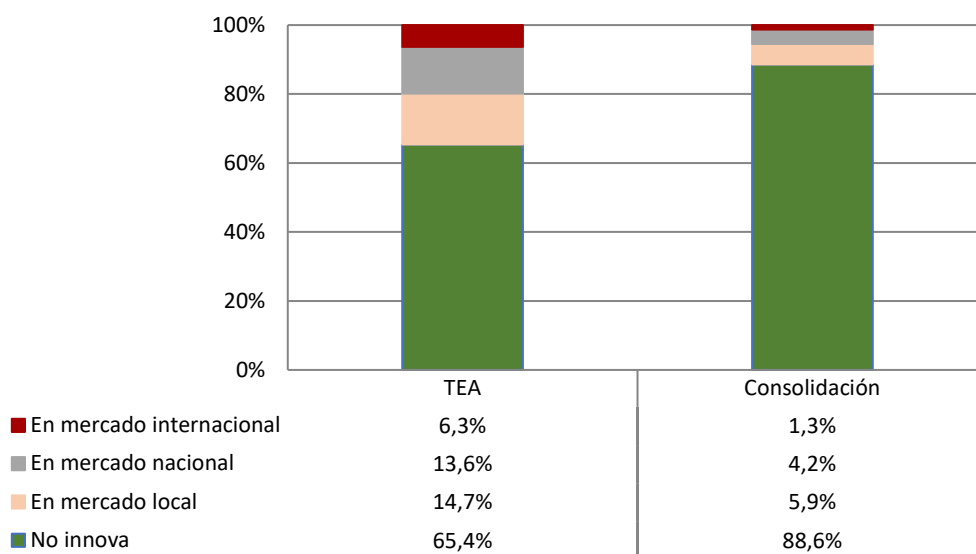


De forma complementaria a la información acerca del nivel tecnológico del sector, GEM sondea también las innovaciones en producto y/o servicio, y en procesos, que han desarrollado las empresas en el último año, información que se sintetiza en las figuras 39 y 40.

Así, la figura 39 muestra que casi dos tercios de las iniciativas emprendedoras no ha llevado a cabo innovaciones en productos o servicios durante 2023. En particular, el 65,4% de las actividades con menos de 42 meses de operatividad. Por su parte, en el caso de las actividades consolidadas, este porcentaje se incrementa hasta un 88,6%.

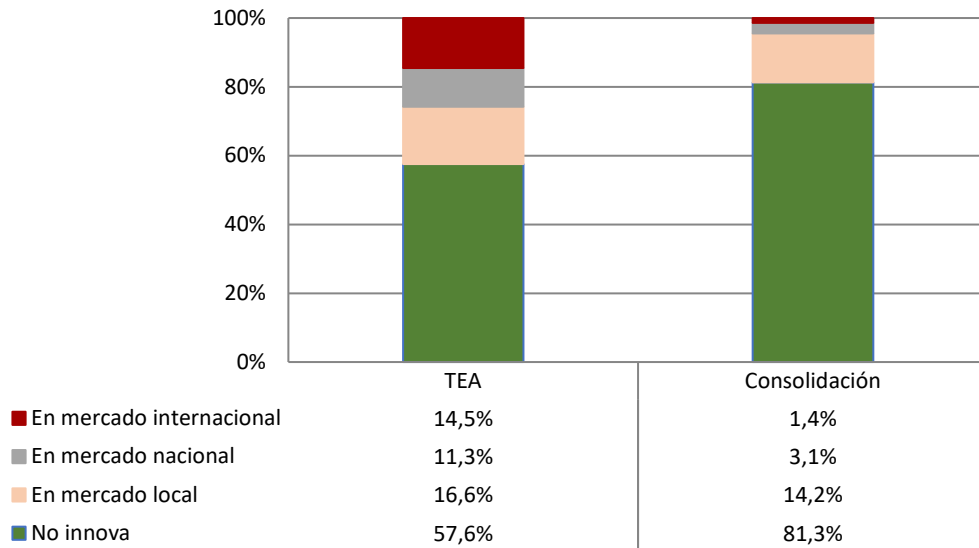
Cuando se centra el foco en las iniciativas que reconocen haber innovado en producto o servicio, se observa que en su mayor parte se trata de innovaciones dirigidas al mercado doméstico.

Figura 39. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2023 (% de iniciativas emprendedoras).



En segundo lugar, en relación a la innovación en procesos o en tecnologías (figura 40), se recoge una imagen que ofrece un comportamiento muy similar a lo que sucede en innovación en producto/servicio. En este sentido, un 57,6% de las actividades en fase TEA manifiestan no haber llevado a cabo actividades innovadoras en procesos o tecnologías, porcentaje que asciende al 81,3% en el caso de las iniciativas consolidadas.

Figura 40. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2022 (% de iniciativas emprendedoras).

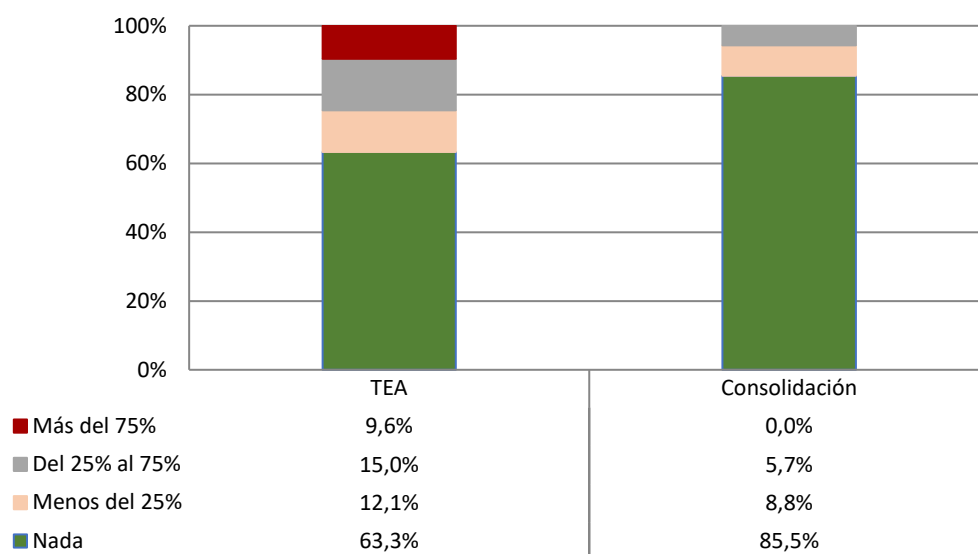


Al igual que se recogió en las respuestas de los informes de los dos años anteriores, el componente innovador en producto/servicio, así como el correspondiente a procesos/tecnologías, son algo menos frecuente entre los modelos de negocio más veteranos (empresas consolidadas) que entre los más recientes (iniciativas TEA). Si bien quizá ello pueda tener que ver con el hecho de que su propio modelo de negocio disponga de un producto o servicio más consolidado o se encuentre en mercados con reglas del juego y agentes participantes más establecidos, frente a las iniciativas más incipientes, que en cierta medida, pueden estar todavía buscando, validando o pivotando en torno a su modelo de negocio.

4.7. 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 41.

Figura 41. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).



Los datos ponen de manifiesto que el 36,7% de las iniciativas que llevan menos de 42 meses en el mercado, están exportando más del 25% de sus ventas, y en particular, el 9,6% exporta más del 75%.

En el caso de las iniciativas ya consolidadas, el porcentaje de las no exportadoras es superior, alcanzando a un 85,5%, mientras que se reduce al 8,8% las que afirman exportar menos de un 25% de sus ventas.

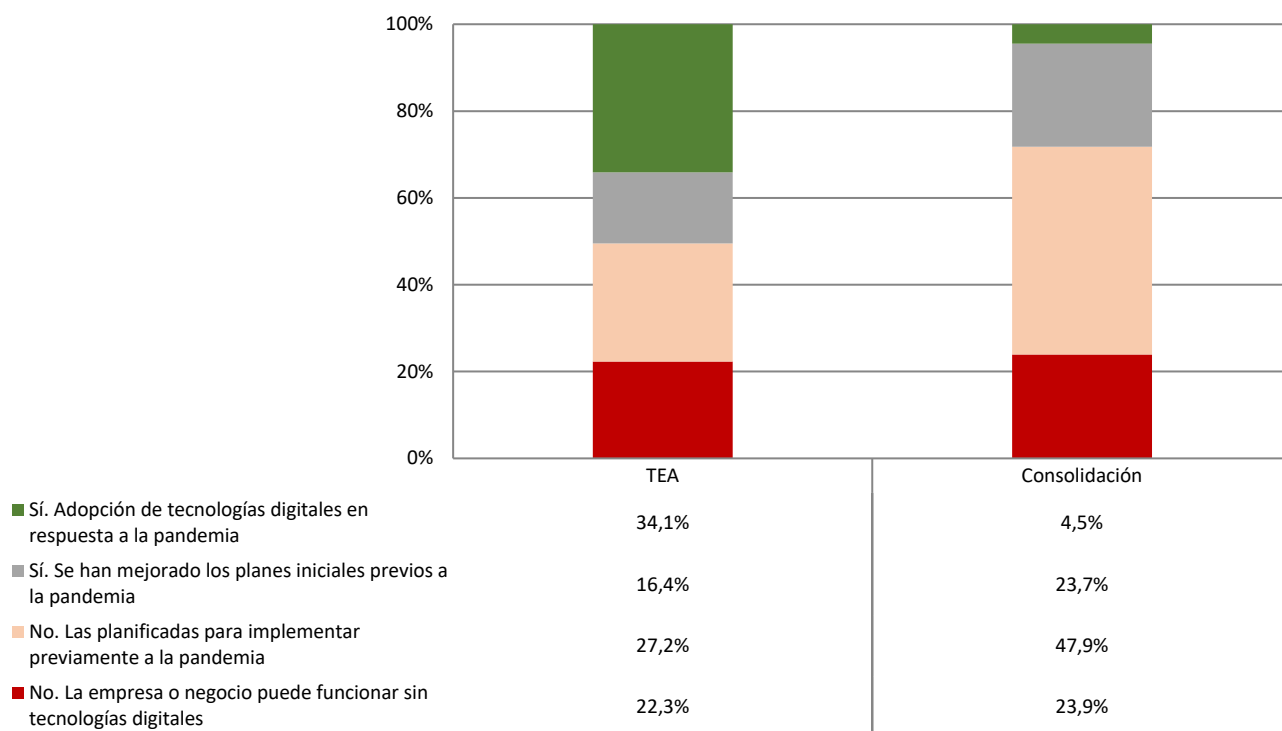
En términos evolutivos, la orientación exportadora de las iniciativas en fase TEA se ha incrementado, en 2023, respecto a los datos obtenidos en 2022, que también lo había hecho respecto a 2021, después de que en dicho año se produjera un descenso, debido a los cierres de fronteras propiciados por la crisis sanitaria. Sin embargo, en el caso de las empresas consolidadas, la

recolección de datos 2023 ha manifestado una reducción del porcentaje que suponen las ventas foráneas, respecto a 2022 y 2021.

4.8. 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, derivado como consecuencia de la pasada pandemia. La respuesta a esta cuestión viene recogida en la figura 42.

Figura 42. Adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).



Comenzando por las iniciativas emprendedoras en fase incipiente (TEA), se observa que poco más de la mitad de las iniciativas encuentran su respuesta influida por la pandemia sanitaria. Así, un 34,1% afirman haber adoptado

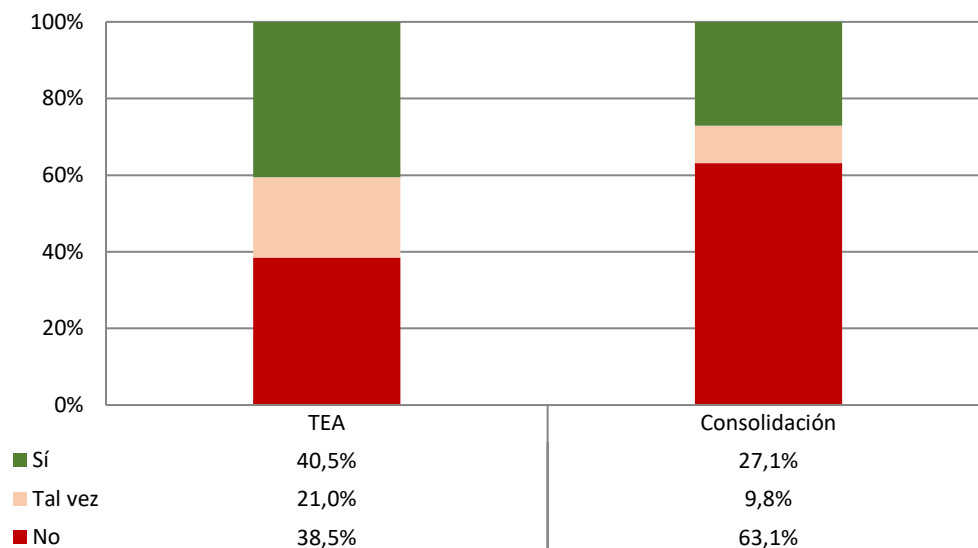
tecnologías digitales para la comercialización de sus productos y servicios como respuesta a la crisis sanitaria, mientras que un 16,4% manifiestan haber modificado o ampliado las estrategias que, al respecto, tenían ya planificadas con carácter previo a la irrupción de la COVID-19.

En el caso de las iniciativas ya consolidadas, son únicamente algo más de una cuarta parte las que indican haberse visto afectadas de una u otra forma. Así, únicamente un 4,5% ha adoptado tecnologías digitales como parte de su respuesta, mientras que un 23,7% ha mejorado los planes previstos con anterioridad a la pandemia.

En ambos casos es de destacar una de las opciones de respuesta, que alcanza a casi una cuarta parte de las mismas. Y es que, un 22,3% de las iniciativas incipientes de negocio, y un 23,9% de las iniciativas consolidadas afirman poder funcionar sin uso alguno de tecnologías digitales.

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 43).

Figura 43. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).

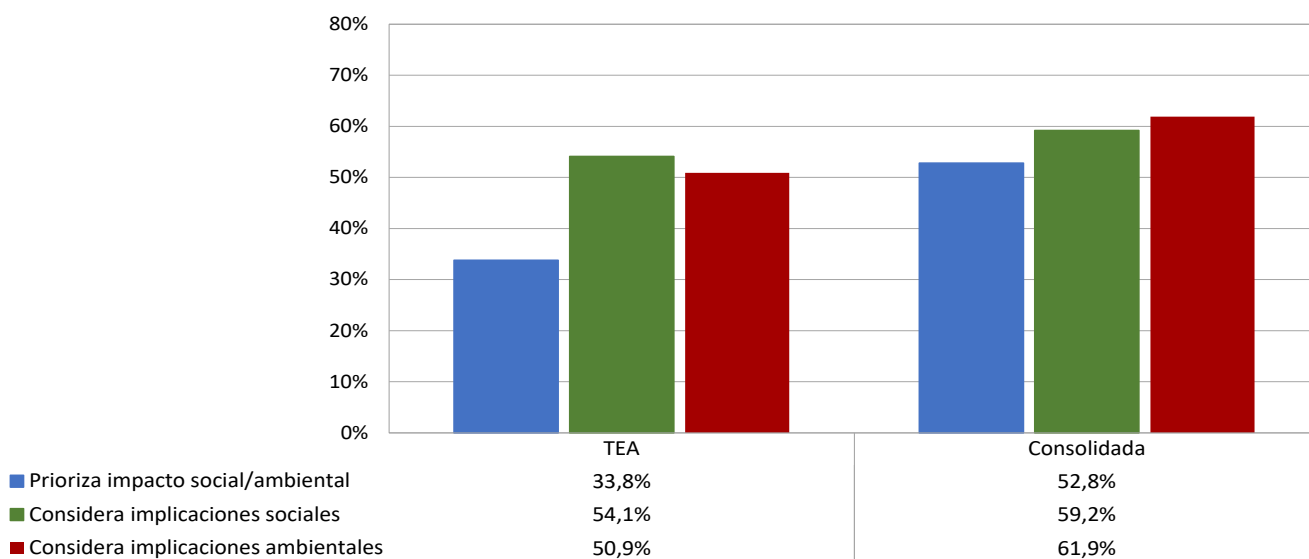


En este sentido el 61,5% de las iniciativas en fase incipiente (TEA) contemplan a futuro la expectativa de ampliar su intensidad de uso de estas tecnologías, porcentaje que, en el caso de las empresas ya consolidadas en el mercado se reduce al 36,9%.

4.9. 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 (figura 44).

Figura 44. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).



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 pueda tener. En relación a ello, algo más de una tercera parte de las personas involucradas en iniciativas incipientes se manifiesta de acuerdo con esta afirmación (33,8%), y algo más de la mitad en el caso de las personas al frente de iniciativas ya consolidadas hacen lo mismo (52,8%).

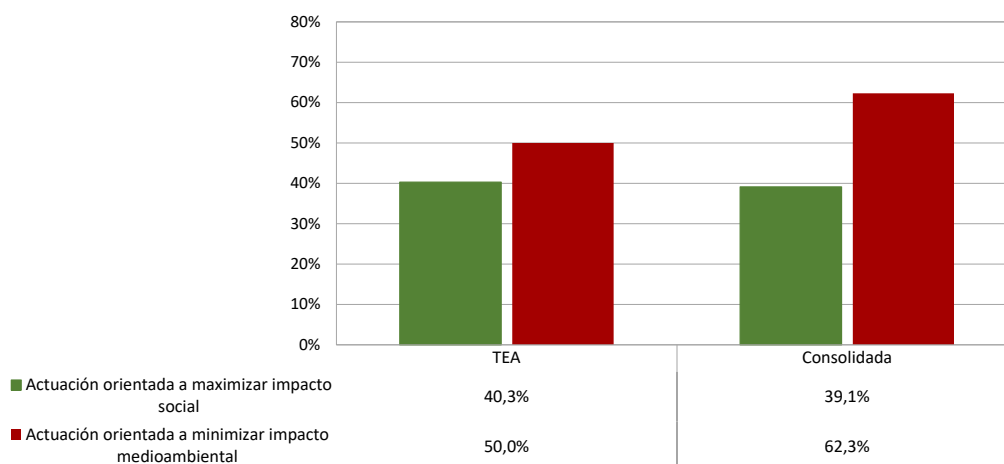
De manera complementaria, se sondea si en la toma de decisiones operativas se tienen en cuenta las repercusiones o implicaciones sociales y ambientales de las mismas. En este caso, la respuesta muestra también un alto grado de implicación con la orientación a la sostenibilidad, igualmente en ambos tipos de iniciativas emprendedoras, y tanto en relación a aspectos sociales como ambientales (más de la mitad en todos los casos).

Así, en el caso de las personas involucradas en iniciativas emprendedoras nacientes, reconocen considerar las implicaciones sociales de sus decisiones operativas un 54,1%, mientras que la consideración de las repercusiones ambientales es tomada en cuenta por un 50,9%.

Por su parte, en el caso de las personas implicadas en empresas ya consolidadas, los porcentajes son algo mayores, de modo que un 59,2% afirma tener en consideración las implicaciones sociales, y un 61,9% tiene en cuenta las repercusiones medioambientales.

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 45).

Figura 45. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).



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, en particular en lo que se refiere al impacto social, los porcentajes de involucración son menores, mientras que las actuaciones en relación a minimizar el impacto medioambiental sí son más consecuentes con la preocupación mostrada cuando se planteaba si se tenían en cuenta sus impacto.

Así, en la figura 45 se puede ver cómo, entre las personas encuestadas, reconocen haber dado pasos concretos en la práctica para minimizar o reducir el impacto medioambiental de sus iniciativas, un 50% entre las iniciativas TEA y un 62,3% entre las consolidadas. De otro lado, las actuaciones prácticas orientadas al impacto social se dan en menor medida: 40,3% entre las iniciativas TEA y 39,1% entre las consolidadas.

CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

Este capítulo presenta una evaluación del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora, mediante la valoración del estado 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. Este análisis se enfoca, por tanto, al contexto específico para emprender, y no al contexto socio-económico general o de competitividad de un país o región.

Desde su concepción, el observatorio GEM ha representado este contexto, incluyendo nueve factores ambientales, o condiciones de entorno, vinculadas a la actividad emprendedora (tabla 9), las cuales son evaluadas con carácter anual por personas expertas procedentes de diversos ámbitos y relacionadas con la actividad emprendedora, lo que ofrece una perspectiva adicional y complementaria a la de la población, acerca del contexto en el que ésta opta por participar o no en actividades vinculadas a la dinámica emprendedora y empresarial.

En el caso específico de la Comunidad Valenciana, un grupo experto, integrado por 36 personas, empresarias y profesionales, fue establecido en 2004, hace ya 20 años, y con ocasión del primer informe GEM de la región. Este equipo evalúa anualmente el estado de los factores ambientales de entorno emprendedor, manteniendo al menos un 75% de sus miembros de año a año, al objeto de garantizar una cierta continuidad y consistencia en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas.

Como en ediciones previas, también en ésta se ha contado con la colaboración de personas relacionadas con todas las condiciones de entorno analizadas, provenientes tanto del mundo empresarial (empresarios y empresarias, representantes de asociaciones empresariales, etc.), como del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que brindan servicios y desarrollan programas específicos para el emprendimiento).

Las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto se detallan en la tabla 9. Por su parte, la procedencia y esfera de influencia de las 36 personas integrantes del grupo se documentan 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 2023.

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 2023

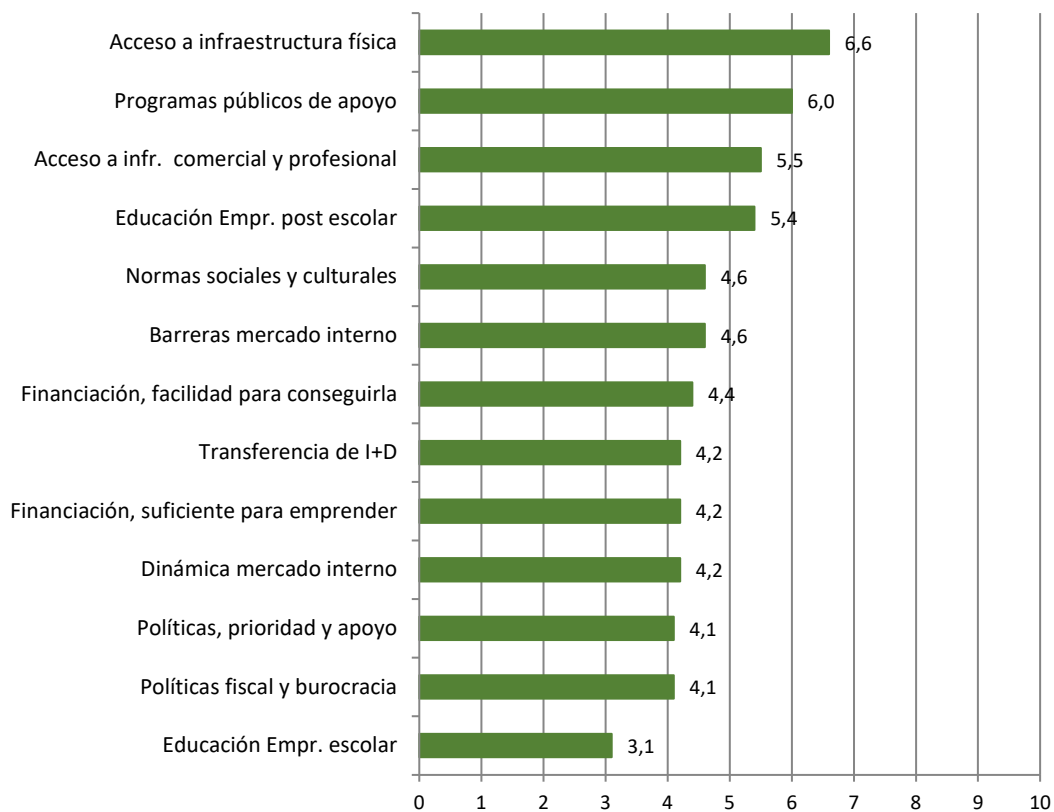
Ámbito de procedencia	Número de personas
Empresarios/as	17
Profesionales:	19
• de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
• de entidades regionales de apoyo	3
• de entidades locales de apoyo	4
• de innovación y desarrollo empresarial	4
• de financiación de las iniciativas emprendedoras	4

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

La evaluación promedio de las condiciones de entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana en el año 2023⁵, realizada por el grupo experto, se muestra en la figura 46. Las nueve condiciones mencionadas se desglosan en trece ítems, en tanto que políticas de apoyo, así como educación, apertura de mercado, y financiación, se desagregan a su vez en otras dos, como se aprecia en la figura.

⁵ El grupo experto realiza estas valoraciones entre los meses de mayo y junio.

Figura 46. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2023 en la Comunidad Valenciana.



Se trata de valoraciones que, de manera global, sintetizan el nivel de consenso manifestado por los integrantes del grupo en relación a una batería más amplia de cuestiones, específicas y representativas de las condiciones agregadas, siendo las puntuaciones mostradas el resumen global para cada una de dichas condiciones⁶.

Es común en los informes GEM que las puntuaciones en la escala utilizada, raramente excedan, o incluso lleguen a 7 por parte del grupo experto. Éste es un resultado frecuente, y en cierto modo un patrón esperado, dado que una calificación cercana a 10 supondría una percepción de perfección o idealidad absoluta por parte de la totalidad de integrantes del grupo, toda vez que se trata de valoraciones medias derivadas de la combinación de distintas cuestiones y las respuestas medias del grupo.

⁶ Las valoraciones globales que superan la media de 5 puntos se pueden considerar favorables.

Así, la figura 46 refleja la valoración global de las condiciones del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana para 2023. En términos generales, el panel experto considera la situación como aceptable, aunque reconoce la existencia de un considerable espacio para la mejora. Esta valoración consolida la línea de las correspondientes valoraciones realizadas por el panel experto en 2022 y 2021, y hay que decir también que es nuevamente superior, y en mayor medida, a la equivalente que proporciona el grupo experto del caso nacional.

En una aproximación inicial a los datos, observamos que, en conjunto, cuatro de las condiciones que definen el entorno para emprender superan el “aprobado”, a juicio del grupo experto, mientras que otras dos superarían el 4,5.

Estas condiciones son: el acceso a infraestructura física (6,6); los programas públicos de apoyo (5,6); el acceso a infraestructura comercial y profesional (5,5); la valoración de los niveles educativos superiores y de formación, en su orientación emprendedora (5,4), el juicio sobre las normas socio-culturales de la región en relación con el emprendimiento (4,6), y la disminución de barreras de entrada en el mercado interno (4,6).

Con valoraciones algo más bajas pero superiores a 4 se encuentran las posibilidades para el acceso a la financiación (4,4), las condiciones relativas al estado de la transferencia de I+D (4,2), la opinión respecto a la suficiencia y adecuación de suficiente oferta de financiación para emprender (4,2), la volatilidad del mercado interno en cuanto a la dinámica de sus cambios (4,2), y la percepción sobre las políticas de apoyo al emprendimiento desarrolladas en la Comunidad (4,1), tanto en lo tocante a la prioridad que significa dicho apoyo como en relación a los aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas empresariales.

Por último, a cierta distancia y repitiendo última posición, se encuentra la condición relativa a la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles inferiores (3,1).

La tabla 12 proporciona un contexto adicional al estado de las condiciones en 2023, ofreciendo una perspectiva de la evolución temporal de las puntuaciones a lo largo de los últimos cinco años.

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

Valoración global	2019	2020	2021	2022	2023
Acceso a infraestructura física	6,9	6,9	6,8	6,5	6,6
Programas públicos de apoyo	5,5	6,0	5,8	5,6	6,0
Acceso a infraestructura comercial y profesional	5,4	6,1	6,0	5,8	6,0
Educación y formación post-secundaria	4,9	5,3	5,2	5,5	5,4
Normas sociales y culturales	4,8	4,9	5,1	4,9	4,6
Mercado interno: apertura	4,4	4,5	4,8	4,6	4,6
Financiación emprendedora	4,1	4,2	-	-	-
Facilidad de acceso a financiación	-	-	4,5	4,6	4,4
Financiación suficiente	-	-	4,4	4,1	4,2
Transferencia de tecnología	4,1	4,6	4,5	4,5	4,2
Mercado interno: velocidad de los cambios	4,3	4,4	3,5	3,8	4,2
Políticas públicas: políticas de apoyo	4,5	4,8	4,5	4,4	4,1
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	3,8	4,3	4,4	4,0	4,1
Educación primaria y secundaria	2,9	3,6	3,2	3,2	3,1

En conjunto, la jerarquía de factores no ha experimentado cambios significativos en lo fundamental en los últimos años. Destaca que tras la mejora recogida en la mayoría de condiciones hasta 2020 (más datos de evolución en informes anteriores), la percepción del panel experto ha sido de un cierto

continuismo en cuanto la evolución de un año a otro, de modo que tampoco en esta ocasión ha habido cambios muy profundos entre 2022 y 2023 en su consideración agregada, como se confirma en la sección posterior al mostrar el índice NECI, que sintetiza este conjunto de condiciones.

Con todo, estas valoraciones de las condiciones de entorno constituyen un resumen global agregado, extraído 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, y que son distintivas de cada una de dichas condiciones. Al respecto, a continuación, se detallan las valoraciones más representativas de dichas baterías de cuestiones.

En primer lugar, y en relación a los aspectos relacionados con las condiciones de acceso a **infraestructura física**, éstos suelen recibir altas valoraciones en los estudios GEM llevados a cabo en territorios como el nuestro, y en particular en todas las ediciones de la Comunidad Valenciana, destacando entre el resto de condiciones de entorno y siendo habitualmente los mejor valorados. 2023 no es una excepción, y en efecto, se observa que todas las cuestiones ligadas a esta condición de entorno recogen una evaluación favorable (6,6 en promedio global). Destacan muy especialmente, por este orden y con valoraciones singulares cercanas al 8, el acceso a sistemas de comunicación (telefonía, Internet, ...), su rapidez de provisión y su coste, y el estado de las infraestructuras físicas relacionadas con el transporte y otras comunicaciones. A estas cuestiones les siguen, con una valoración algo menor, pero también claramente positiva, aspectos como la rapidez de acceso a servicios básicos como gas, agua y electricidad para una empresa nueva o en crecimiento, y el coste que supone. La valoración más baja, siendo próxima a 5, pero que revela necesidad de mejora, es la relativa a la disponibilidad de espacios en alquiler para desarrollo de actividades, siendo ello especialmente destacado en el caso de actividades productivas y de transformación, mientras que en el sector servicios, la situación se valora más positiva, aunque también con necesidad de actuación más acuciante, en comparación al resto de aspectos valorados en este apartado.

Los **programas públicos de apoyo** se han posicionado en segundo lugar (valoración de 6,0), recibiendo una vez más la aprobación del grupo experto. Sobresale de forma destacada el reconocimiento del soporte que suponen las incubadoras de negocios y los parques científicos, rozando una valoración de 7. A continuación se sitúa la opinión sobre competencia y la eficiencia de las personas que trabajan en los diferentes organismos de apoyo, seguida por el acuerdo con la existencia de suficientes y efectivos programas de apoyo orientados a empresas nuevas y en crecimiento, juzgándose también

con una valoración de 5, la posibilidad de que toda aquella persona que necesita ayuda de un programa para un negocio nuevo o en crecimiento pueda encontrar lo que necesita. En este grupo, de hecho, el único aspecto por debajo del 5, si bien rozándolo, sería la posibilidad de obtener asesoramiento completo contactando con un único organismo, aspecto más vinculado además a la necesidad de mejora de la burocracia que se achaca también a las políticas públicas.

La valoración de la **infraestructura comercial y profesional** (6,0), se incrementa en 0,2 respecto a la del año anterior, compartiendo la segunda posición con los programas de apoyo previamente mencionados, consecuencia del mayor incremento de la valoración recibida por estos últimos, de manera que, como suele ser habitual en países de nuestro entorno, el grupo experto manifiesta su acuerdo al considerar correcta la situación en lo que se refiere a las posibilidades con que cuentan las empresas nuevas y en crecimiento para poder acceder a una oferta amplia y adecuada de servicios esenciales para llevar a cabo su actividad. En relación con este bloque, se juzgan especialmente en positivo, las posibilidades de acceso a empresas proveedoras, subcontratistas, y servicios consultoría y asesoramiento; y también en positivo se valoran las posibilidades de acceso a servicios de computación en la nube, así como su coste. No obstante, persiste una percepción negativa, como en años anteriores, respecto a la dificultad para poder abordar los costes de algunos de estos servicios, particularmente los asociados con la subcontratación, la provisión y la consultoría.

Las valoraciones relacionadas con la **educación** se desagregan entre las vinculadas a niveles de primaria y secundaria, y aquellas concernientes a los sistemas de formación profesional y a la educación superior, y como en los últimos informes, también en éste han mostrado internamente una significativa diferencia en función del nivel de que estemos hablando.

Así, las cuestiones vinculadas a la educación en sus **niveles inferiores** vuelven a recibir las valoraciones más desfavorables, de modo que ésta vuelve a situarse como la peor de las condiciones de entorno evaluadas (3,1), subrayando, una vez más, una clara necesidad de reformas para la mejora. Se considera que la enseñanza no alienta la creatividad ni la autoeficacia ni la iniciativa personal y, además, que la formación en principios relativos a la economía de mercado es deficiente, siendo la peor valoración específicamente la relacionada con la formación relativa a empresa y especialmente al emprendimiento. En relación con este aspecto, queremos resaltar que el pasado curso 2022-2023 se puso en marcha un nuevo currículo de bachillerato, que reforma la formación de empresa y

emprendimiento que se venía impartiendo hasta la fecha, sin embargo, es pronto para evaluar el efecto que pueda tener, que, en cualquier caso, será a largo plazo.

En el otro lado, la educación en **niveles superiores** se sitúa en esta edición como la cuarta condición de entorno mejor valorada (5,4), al igual que en el año anterior, 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, si bien se estima que sí hay necesidad de mejora, específicamente, en la preparación para la iniciativa personal y el liderazgo empresarial recibida en las universidades.

La condición relativa a las **normas sociales y culturales** y su relación con valores vinculados al emprendimiento, vuelve a ver reducida en 2023 su valoración, al igual que en 2022, para situarse en una calificación de 4,6. En relación al conjunto de afirmaciones individuales valoradas en este ítem, en esta ocasión sí alcanzan el acuerdo positivo básico del grupo experto las cuestiones relativas a que la cultura de la Comunidad Valenciana apoya y soporta el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal, y 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. En el mismo sentido, con una puntuación muy cercana a 5, se reconoce también que las normas socio-culturales de nuestra región enfatizan la autoeficacia, la autonomía y la iniciativa personal. Sin embargo, donde la valoración sobre la cultura se resiente es en cuanto a que se considera que no fomenta suficientemente la esfera de la innovación y la creatividad, y especialmente, la asunción de riesgos empresariales, valoración ésta más negativa, y que probablemente se ha venido resintiendo por las altas dosis de incertidumbre acumuladas por los entornos en los últimos años, que hacen que desde el panel experto se perciba esta aversión al riesgo en la cultura de la Comunidad Valenciana, como sucede por otra parte en el resto de territorios participantes en GEM.

La evaluación de la condición de entorno relativa al **mercado interno** de la Comunidad Valenciana se basa en dos aspectos: su apertura y su volatilidad. El grado de **apertura** de los mercados y las oportunidades que conlleva ha mantenido una calificación de 4,6, como el año anterior, reflejando la persistente dificultad que enfrentan las empresas nuevas y en crecimiento para poder acceder al mercado. Los elementos analizados al respecto sugieren que, si bien se considera difícil poder entrar y establecerse en los

nuevos mercados, el desafío principal radica en la capacidad para poder afrontar los costes de entrada, mientras que la opinión respecto a poder acceder sin ser obstruidas por la competencia se acerca a la neutralidad, considerándose no obstante que hay que seguir prestando atención también a estos aspectos. Por lo que se refiere a la **dinámica** de los cambios en el mercado interno (4,2), tanto en los mercados B2C como B2B, la calificación mejora con respecto a 2022, al igual que lo hizo entonces respecto a 2021, año en el que se recogió una clara reducción de la valoración del comportamiento y desempeño del mercado, tras la irrupción de la pandemia sanitaria. Como resultado, la percepción actual se encuentra cercana al nivel de la valoración previa a la pandemia en 2019.

Las **condiciones financieras** para empresas emergentes y en desarrollo, tradicionalmente entre los factores más críticos en cuanto a su valoración, se evalúan bajo dos perspectivas: (1) un conjunto de afirmaciones asociadas a la disponibilidad de fuentes financieras, y (2) un segundo grupo relacionado con la facilidad de acceso a esas fuentes. En conjunto, se puede decir que todos estos **aspectos financieros** relacionados con el emprendimiento recogen una baja valoración en la Comunidad Valenciana en 2023, al igual que en otros territorios, y en el conjunto de España.

En primer lugar, la valoración global del apoyo financiero, en términos de **facilidad de acceso**, es de 4,4, por debajo de lo que se consideraría adecuado. Siempre teniendo en cuenta esta salvaguarda, dentro de sus componentes, el aspecto mejor valorado es el que hace referencia a los costes asociados a la obtención de un soporte financiero adecuado para las empresas nuevas y en crecimiento. Por orden de valoración, a continuación, se sitúa 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, que se considera un aspecto a mejorar, así como también lo es la inadecuada posibilidad de conseguir suficiente capital semilla para cubrir las etapas de start-up y crecimiento inicial. Por último, y como viene siendo habitual, el componente peor valorado en cuanto a la facilidad para financiar las iniciativas, es la procedente de bancos y entidades de crédito.

En relación a la **suficiencia** de fuentes de financiación, la calificación de atractivo percibido por el panel experto es ligeramente inferior, con un 4,2. En este bloque, el único componente que casi roza el 5 es la suficiencia de subvenciones para empresas nuevas y en crecimiento, mientras que los recursos a otros orígenes de fondos son peor evaluados, como la financiación informal procedente de familia y amistades, la suficiencia de la financiación bancaria, la presencia de financiación profesionalizada y procedente de

business angels, y sobre todo la disponibilidad de ahorros propios o autofinanciación por parte de las personas emprendedoras.

De este modo, resalta nuevamente, como mencionábamos en ediciones anteriores, la necesidad de políticas y programas que faciliten el acceso a financiación adecuada y de que se promueva la confianza y la colaboración entre el sector empresarial y las instituciones financieras, pero también el grupo experto hace hincapié en la importancia de que las personas emprendedoras adquieran habilidades financieras sólidas y cuenten con asesoramiento especializado.

La **transferencia de I+D** en la Comunidad Valenciana merece una valoración global de 4,2. La única cuestión de este bloque que recoge valoración “neutra” de 5 por parte del grupo experto es la que indica que la base científica y tecnológica apoya eficientemente la creación de nuevos emprendimientos de base tecnológica competitivos y de clase mundial. El resto de aspectos valorados en este bloque recibe una valoración negativa, como la transferencia eficiente de I+D desde las universidades y los centros públicos de investigación a las nuevas empresas; la capacidad de éstas para acceder a nuevas investigaciones y tecnología en las mismas condiciones que las empresas ya consolidadas, o simplemente el acceso a los últimos desarrollos tecnológicos. La existencia de subvenciones específicas para ello; y la disponibilidad de soporte para comercializar las ideas del colectivo investigador mediante empresas, son también elementos sobre los que se debe poner el foco.

En relación a las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, éstas se dividen en dos perspectivas, según se ponga el foco en su **orientación y prioridad** para el emprendimiento, o bien en la agilidad y simplicidad de los **procedimientos** administrativos necesarios, obteniendo ambos puntos de vista una valoración global de 4,1. En el primer caso, se reduce levemente la puntuación recogida en 2022 y 2021, que a su vez ya había experimentado una pequeña caída de la valoración tras los incrementos recogidos desde 2017.

En este ámbito, el grupo experto vuelve a mostrar su acuerdo especialmente en cuanto a la valoración de las políticas de apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento como prioridad para los gobiernos de ámbito regional, casi rozando el aprobado. Sin embargo, esta valoración desciende cuando se trata de considerar el mismo ítem en el gobierno nacional, de modo que se evalúa mejor la cercanía de las políticas al territorio.

Por otra parte, en relación al conjunto de tasas, impuestos, regulaciones y trámites burocráticos, ligados al proceso de inicio y crecimiento de una iniciativa empresarial, la puntuación ha mejorado levemente en comparación a años anteriores, pese a que sigue existiendo, como en el anterior componente, un margen considerable para la mejora. En este sentido, solo se valora positivamente la cuestión de la posibilidad de registro de nuevas iniciativas a un coste razonable, mientras que los aspectos referentes a legislación, regulación, impuestos, plazos ágiles para la consecución de permisos y licencias, o una regulación impositiva razonable y una burocracia fácilmente entendible, recoge el desacuerdo del panel.

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

Este apartado sitúa las valoraciones de las condiciones de entorno emprendedor en un contexto comparativo respecto al conjunto de España y al resto de regiones.

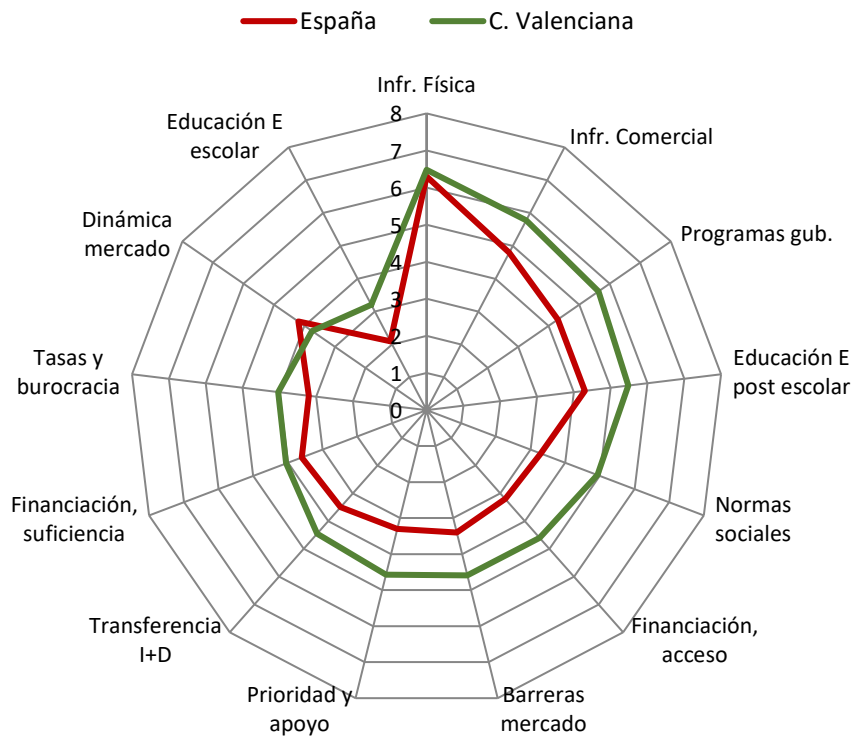
Así, primeramente, la figura 47 recoge las condiciones de entorno evaluadas en secciones anteriores, en comparación con el conjunto de España, destacando una percepción generalmente más favorable por parte del panel experto de la Comunidad Valenciana, en prácticamente todas las condiciones de entorno, a excepción de la dinámica del mercado.

En particular, los aspectos que sobresalen por la puntuación diferencial recibida, otorgando una ventaja relativa al entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana, son los relativos a las percepciones de los paneles expertos sobre las normas sociales y culturales, la facilidad de acceso a la financiación, la evaluación de los programas orientados al emprendimiento, las condiciones relativas a la evaluación de las políticas, en cuanto a su prioridad y apoyo para con el emprendimiento, o la valoración de la orientación emprendedora de la educación, seguidas de las condiciones de infraestructura comercial y profesional, o el estado de la transferencia de I+D.

Es importante, no obstante, considerar 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.

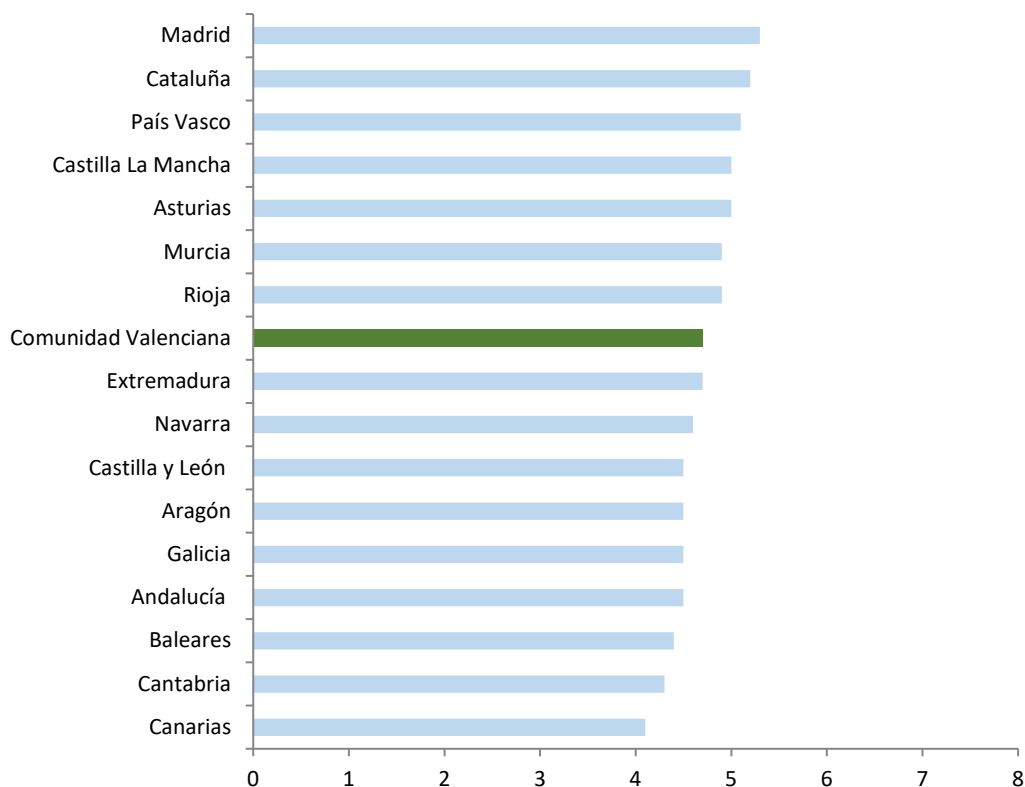
Figura 47. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2023 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



La figura 48, por su parte, ofrece el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) de la Comunidad Valenciana en el marco comparativo del resto de regiones españolas⁷. 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 proporciona una aproximación a la valoración global de los ecosistemas emprendedores nacionales y territoriales, de modo que recoge una comparativa general de las condiciones de entorno de cada territorio en términos de emprendimiento.

⁷ Los datos precisos de cada comunidad autónoma pueden consultarse en los informes regionales que elaboran los equipos GEM en <https://www.gem-spain.com/>

Figura 48. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2023 en la Comunidad Valenciana y resto de España.



En 2023, el NECI del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana supone una valoración promedio de 4,7, próxima al “aprobado” y 0,9 puntos por encima del indicador para España (3,8). Este dato supone repetir la misma valoración recogida en 2022 y sitúa a la Comunidad Valenciana en puestos centrales con respecto al resto de comunidades (el rango de variación oscila desde 5,3 hasta 4,1), si bien con un claro potencial de mejora.

En todo caso, el índice proporciona una valoración cuantitativa y con ánimo sintético, que debería ser interpretada a la luz del resto de datos e indicadores relacionados con la actividad emprendedora y la calidad de ésta, siendo importante visualizarlo en el marco más amplio del conjunto de la información disponible para obtener una comprensión completa del panorama de entorno emprendedor.

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

Adicionalmente a la valoración del entorno específico en el que se desarrolla la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana y de la adecuación de las condiciones que lo configuran, el grupo experto también expresa su opinión sobre el rol que ciertas condiciones pueden estar jugando como impulsoras del emprendimiento.

En este sentido, cada una de las personas integrantes del grupo ha indicado un factor o área fundamental que, según su criterio, puede estar actuando como impulsor, favoreciendo la actividad emprendedora en la región; y además, ha proporcionado una recomendación o medida para mejorar el contexto en el que se desarrolla esta actividad. De este modo, a partir del conjunto de respuestas obtenidas, y de 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 (2023).

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Programas públicos de apoyo	27,8%
Clima económico y estado del contexto político, institucional y social	27,8%
Acceso a infraestructura física	16,7%
Capacidad emprendedora y normas socio-culturales de la región	5,6%
Infraestructura comercial y profesional	5,6%
Soporte financiero	5,6%
Transferencia de I+D	2,8%
Políticas públicas	2,8%
Transformación digital	2,8%
Emprendimiento femenino	2,8%
Educación y formación	2,8%

En cuanto a las condiciones de entorno que han actuado como **fuerzas impulsoras de la actividad emprendedora** en la Comunidad Valenciana (tabla 13), deben apuntarse como factores claramente destacados, aglutinando en conjunto un 55,6% de las respuestas obtenidas, por un lado, los programas públicos de apoyo y por otro, el actual clima económico junto al contexto político-institucional-social.

Respecto a los **programas públicos de apoyo al emprendimiento** (27,8%), vienen siendo situados continuamente por los diferentes grupos expertos a lo largo de las sucesivas ediciones de este informe como principal favorecedor, apareciendo en todas ellas en primer lugar, lo que evidencia el reconocimiento, por parte de los diversos paneles, del esfuerzo que, desde las administraciones, se realiza por fomentar la actividad emprendedora y reconociendo también, la mejora de los programas de actuación relacionados.

En este sentido, el grupo experto vuelve a resaltar el crecimiento del ecosistema emprendedor de la región, que además de juzgarse como completo y variado, recibe el calificativo de dinámico, y con una eficaz red de agentes, 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.

Así, el panel enfatiza de nuevo la importancia de los programas de apoyo tanto de Consellería, como de Ayuntamientos, Diputaciones o el Instituto Valenciano de Finanzas (IVF), así como los programas de aceleración promovidos por parques científicos y universidades, cruciales para el desarrollo y crecimiento de startups, que despliegan diferentes recursos orientados a potenciar el éxito de las nuevas empresas, como los programas de mentoría o asesoramiento especializado.

En el mismo sentido, el grupo subraya nuevamente la labor de las agencias de desarrollo local y la importancia de la dotación de infraestructuras, como parques científicos, viveros, incubadoras y aceleradoras, así como espacios de *coworking*, que juegan un papel fundamental en el ecosistema emprendedor. Se destaca el rol jugado por 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. Y por último se resalta la contribución del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) en la promoción e impulso de nuevos modelos productivos.

En segundo lugar, se ha destacado el **contexto político, institucional y social**, unido al actual **clima económico** (27,8%). El panel de personas expertas sigue reconociendo, tanto la aparición de nuevas oportunidades para nuevas empresas que se pueden abrir en toda crisis, en parte por la dinámica de cambios en los mercados que se abrieron en la pandemia sanitaria, como también las oportunidades que han ido surgiendo de la mano de la recuperación económica del entorno general, en una situación ya postpandemia. El dinamismo de algunos sectores y mercados, unido a un clima de confianza, propicia, de acuerdo con la opinión de parte del panel, un contexto en el que generar nuevos emprendimientos y empleos. En este sentido, también es destacado el empuje de asociaciones como la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), o fundaciones como LAB Mediterráneo, o la Fundación Premios Jaime I, que son citados entre otros.

En esta línea, es necesario recuperar aquí generadores de oportunidades, citados en otras ocasiones, y que no pierden en absoluto su relevancia, sino que siguen suponiendo sectores y mercados relativamente novedosos, emergentes y llenos de una dinámica positiva. En particular, el conocimiento y concienciación en torno a los ODS y la proliferación de nuevas iniciativas orientadas hacia estos, que constituyen una guía para abordar desafíos globales relacionados con la pobreza, la igualdad de género, la salud o el medio ambiente; el campo de la transición energética, área crucial de cara a un futuro sostenible; o el cambio de mercados, de lo global a lo local o de proximidad. Aspectos que han sido resaltados en los últimos informes, y vuelven a serlo, incorporando referencias a sectores específicos como el de la actividad agroalimentaria o el turismo, áreas clave en la Comunidad Valenciana; startups dirigidas hacia la salud de la ciudadanía; y la apuesta por la sostenibilidad o la creación de empresas de triple impacto, que combinando rentabilidad con impacto social y ambiental, contribuyan a un ecosistema emprendedor más diverso y sostenible.

Siendo estos elementos los que acaparan, en conjunto, más de la mitad de los reconocimientos de factores impulsores, el panel experto ha señalado también entre los impulsores, otros aspectos relativos al estado de las infraestructuras físicas (16,7%), la capacidad emprendedora de la población de la región (5,6%), íntimamente vinculada también a sus normas socio-culturales, así como el estado actual del soporte financiero a las iniciativas (5,6%). Ya en menor medida, el grupo experto ha valorado otros factores que también están impulsando el emprendimiento, como la transferencia de I+D, las políticas públicas de apoyo en la región, la transformación digital, el empuje del emprendimiento femenino y el papel de la educación superior en el fomento de una cultura del emprendimiento.

Pasando ahora a las principales **recomendaciones para la mejora del ecosistema emprendedor** de la Comunidad Valenciana propuestas por el grupo experto (tabla 14), éstas reiteran principalmente las recogidas en anteriores ediciones. Así, las políticas relacionadas con el emprendimiento y la mejora de los programas públicos de apoyo acaparan los dos primeros puestos, con el 61,1% de las menciones, mientras que en tercer lugar aparece el apoyo relacionado con el acceso a la financiación (13,9%). De este modo, estos tres conjuntos de recomendaciones acaparan el 75% de las sugerencias.

Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2023).

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Políticas de apoyo	44,4%
Programas públicos de apoyo	16,7%
Apoyo financiero	13,9%
Acceso a infraestructura física	8,3%
Educación y formación	5,6%
Normas socio-culturales	2,8%
Clima económico	2,8%
Transformación digital	2,8%
Contexto político, institucional y social	2,8%

Las recomendaciones relacionadas con las **políticas de apoyo** (44,4%) son citadas como el principal conjunto de recomendaciones para el fomento del emprendimiento en la región. Como viene siendo habitual, van dirigidas en gran parte a los aspectos burocráticos, fiscales y a las obligaciones administrativas. Se reitera que sigue siendo absolutamente 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 negocios⁸. Esta simplificación, aplicable igualmente en situaciones de reestructuración o de cese de actividades empresariales, facilita no sólo las tareas y trabajos de facto de nuestro empresariado, permitiendo ofrecer respuestas más ágiles, sino que redundan en la percepción de facilidad y simplicidad de inicio de un negocio en la población potencialmente emprendedora.

En este contexto, se menciona la relevancia de aliviar la presión fiscal, mejorando la estructura tributaria y reduciendo la carga impositiva, así como incrementar las ayudas, incentivos y los estímulos fiscales para la inversión privada. Además, se destaca nuevamente la necesidad de atenuar las cargas sociales que pesan sobre las empresas, lo que contribuiría a una contratación más ágil, así como la simplificación de la normativa laboral que incide en la contratación de personal. Se plantea, en particular, la introducción de incentivos fiscales y subvenciones para personas emprendedoras, no solo en la fase de arranque sino también en etapas subsiguientes.

También se recomienda discriminar positivamente estas medidas, aplicando un tratamiento diferenciado y positivo durante los primeros meses de actividad empresarial, así como focalizar también políticas de apoyos institucionales al micro y pequeño emprendimiento y al empresariado local.

Por último, el panel demanda una mayor rapidez en la publicación de las convocatorias de ayudas, en su tramitación y en la entrega efectiva de los fondos una vez concedidos; y en relación a la simplificación administrativa, se sugieren iniciativas como la reducción de la intervención de la administración, o la simplificación de los trámites para la obtención de fondos europeos y otras ayudas.

Los **programas de apoyo** (16,7%) han sido citados antes como segunda mejor condición de entorno y también como primera fuerza impulsora de la actividad emprendedora. No sorprende, por tanto, su inclusión entre las recomendaciones esenciales para promover emprendimiento. Así, el panel experto ha vuelto a destacar aspectos que, en gran medida, coinciden o se encuentran muy relacionados, con los señalados en las dos anteriores ediciones, y han añadido otros que suman a los anteriores, complementando y enriqueciendo el conjunto de propuestas, que se presentan a continuación, en el siguiente listado:

⁸ En relación con esta recomendación, acaba de presentarse por la Generalitat Valenciana, el “Plan Simplifica” que podría ver reflejada su idoneidad en futuros informes.

- Difusión y conocimiento: incrementar la conciencia sobre los programas de apoyo existentes entre la comunidad emprendedora.
- Interconexión y *benchmarking*: fomentar la interacción y el aprendizaje mutuo entre los diversos agentes del ecosistema emprendedor, como universidades, escuelas de negocio, asociaciones empresariales (Startup Valencia, AJEV, CEV, REDIT, parques científicos, ...).
- Descentralización del emprendimiento: ampliar el emprendimiento más allá de las grandes ciudades, acercando la ayuda a emprendedores y emprendedoras locales, y promoviendo la apertura de negocios en áreas menos urbanizadas.
- Eventos profesionales locales: acercar al entorno local eventos profesionales *-investor's days-* que reúnan y conecten a agentes inversores y a equipos emprendedores.
- Capacitación en herramientas de apoyo: mejorar la formación de los agentes del ecosistema en nuevas metodologías de apoyo al emprendimiento.
- Acompañamiento en preincubación: facilitar asistencia durante la fase de preincubación y los comienzos de la actividad empresarial.
- Programas de mentorización: estimular el desarrollo de programas de mentorización y la colaboración entre empresas establecidas y startups.
- Networking y compartir experiencias: incentivar eventos que permitan el intercambio de experiencias y la creación de redes entre empresas y proyectos emprendedores.
- Transformación del modelo productivo: apoyar y fomentar proyectos que contribuyan a la evolución del modelo productivo valenciano.

En cuanto a las recomendaciones relacionadas con el **acceso a la financiación**, constituyen el 13,9% de las citadas, y reiteran gran parte de las recopiladas en las últimas ediciones. Así, la mejora de la facilidad de acceso a diversas fuentes de financiación y la ampliación y fortalecimiento de las líneas de apoyo existentes para proyectos nuevos y empresas emergentes vuelven a ser recomendaciones señaladas.

De este modo, la creación de programas de apoyo y financiación específicamente diseñados para personas emprendedoras, que podrían aglutinar diversas medidas como subvenciones, préstamos con tasas preferenciales, incentivos fiscales, o microcréditos específicos, podrían mitigar las necesidades financieras iniciales de muchas iniciativas. En esta línea, vuelve a mencionarse la necesidad de revisar los criterios de acceso a la financiación pública y de optimizar la gestión de las subvenciones destinadas a la creación de nuevas empresas.

En este sentido, el apoyo en las fases iniciales del negocio es señalado como más prioritario, con propuestas de fórmulas flexibles de financiación, no solo en fase semilla, en que no se cuenta con ingresos suficientes para cubrir gastos, sino también en la etapa pre-semilla, donde aún no se ha desarrollado un producto mínimo viable.

Adicionalmente a todo ello, sigue considerándose de importancia la promoción y fomento de alternativas financieras como los *business angels* o las plataformas de financiación colectiva, como el *crowdfunding* que, si bien cuentan ya con una mínima presencia, tienen todavía margen de conocimiento y empleo por parte de la población emprendedora.

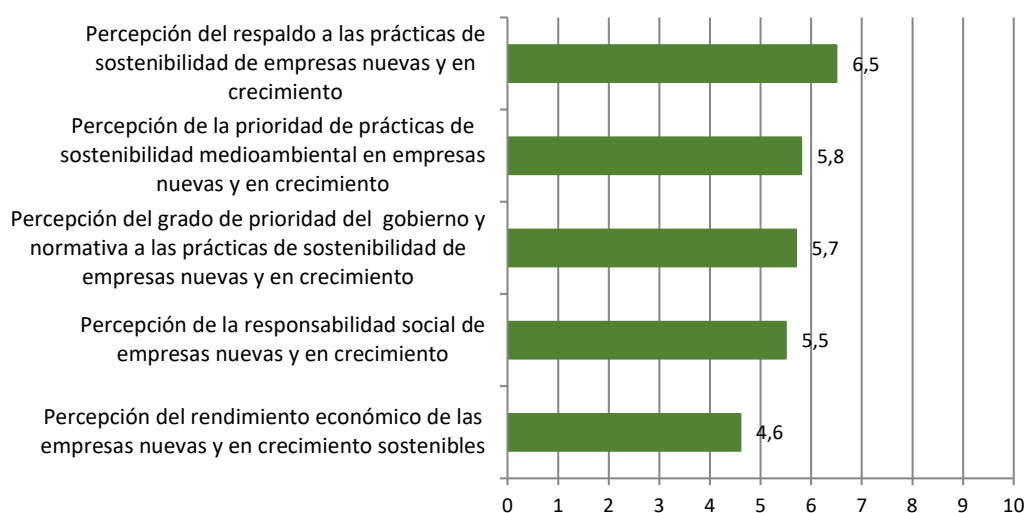
Siendo las comentadas las principales recomendaciones, se han apuntado por el panel experto también otras áreas entre las cuales destaca **la educación y la formación**. Así, se sigue incidiendo en la necesidad de mejorar los currículos formativos sobre emprendimiento, economía y negocios en la educación secundaria y preuniversitaria y también en la potenciación, desde edades tempranas, de las denominadas habilidades blandas, en particular la creatividad, la iniciativa personal, la resiliencia, el trabajo en equipo o el liderazgo entre otras.

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

Esta edición 2023-2024 del Informe GEM, como la anterior, incluye en el cuestionario dirigido al panel experto, una serie de ítems adicionales a los tradicionales relacionados con las condiciones de entorno. Se trata de una batería de cuestiones que exploran el compromiso de las empresas nuevas y en crecimiento con las prácticas de sostenibilidad social y medioambiental, así como con su consideración como prioridad.

Esta sección analiza, aplicando la metodología estándar empleada para evaluar las condiciones generales de entorno emprendedor, los resultados obtenidos para el caso del panel de la Comunidad Valenciana (figura 49).

Figura 49. Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la orientación a la sostenibilidad en 2023 en la Comunidad Valenciana.



En primer lugar, cabe considerar que el panel experto, siendo moderado en sus valoraciones, manifiesta su acuerdo global con cuatro de las cinco las afirmaciones evaluadas, encontrándose sólo una de ellas con una calificación inferior a 5.

Los mayores grados de acuerdo con las afirmaciones propuestas son los que tienen que ver con las prácticas de sostenibilidad de las empresas nuevas y en crecimiento. En primer lugar, la percepción de **respaldo a las prácticas de sostenibilidad** de las empresas nuevas y en crecimiento recibe un notable respaldo, con una valoración de 6,5. Así, la consideración del panel es la de que estas prácticas son contempladas como de gran importancia dentro de las normas sociales y culturales de la Comunidad Valenciana, recogándose también el acuerdo del grupo experto con la posibilidad de disponer, en el tejido empresarial, de destacados ejemplos de actividades empresariales relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En segundo lugar, hay que destacar también la percepción de que las **prácticas medioambientales** son prioritarias para las propias empresas nuevas y en crecimiento (5,8 puntos). En este particular, el panel expresa su acuerdo con que muchas empresas perciben 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.

La percepción del panel acerca del grado de prioridad que puede suponer para los **gobiernos el fomento de la sostenibilidad** entre las empresas de reciente creación, obtiene una calificación de 5,7. En este sentido, se considera por parte del grupo experto que tanto la existencia de ciertas regulaciones específicas de fomento de la sostenibilidad entre las startups como la presencia subvenciones, derechos especiales y/o reducciones impositivas vinculadas a la sostenibilidad, están cumpliendo un cierto papel, teniendo un impacto relativamente positivo.

La opinión acerca de la **responsabilidad social de las empresas** nuevas y en crecimiento obtiene una puntuación de 5,5. Entre los diferentes matices empleados para medirla, el principal grado de acuerdo del grupo experto es con la integración de principios de responsabilidad social por parte de estas empresas en sus operaciones comerciales y/o productivas, así como con el hecho de que, complementariamente, las empresas prioricen cada vez más su contribución social, en lugar de centrarse únicamente en la creación de beneficios y riqueza. Sin embargo, la puntuación es algo más baja, desde el panel, para el planteamiento de que los agentes inversores se interesan en particular en financiar nuevas empresas que se centren o se enfoquen en la responsabilidad social. Es decir, se concuerda con que las empresas están integrando dichos principios en sus operaciones, priorizando la contribución social sobre la generación de beneficios, no obstante lo cual, esta integración no se refleja tan claramente en los criterios de inversión.

CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES

Con este informe GEM 2023-2024 de la Comunidad Valenciana se cumplen 20 años de datos, análisis e información acerca de la actividad emprendedora, las personas que la llevan a cabo, la visión de la población al respecto y el estado del ecosistema emprendedor, lo que supone una completa y robusta serie de datos que permite analizar no solo la situación del emprendimiento en la región, sino también su evolución temporal y cómo los diversos acontecimientos que suceden afectan a su desarrollo.

Un año más, los datos obtenidos recogen una actualización de los rasgos representativos del emprendimiento y del contexto en el que se desarrolla esta actividad, todo ello en una contextualización temporal y territorial.

La situación que se describe a lo largo de los capítulos de este Informe supone, en conjunto, una evolución en positivo de la actividad emprendedora de la Comunidad.

Así, en cuanto a la visión de la población sobre el emprendimiento, comenzando por la percepción de oportunidades para emprender, ésta vuelve a recoger un nuevo incremento en el conjunto de la población, que supone ya 15 puntos de evolución positiva sobre el dato 2020, mínimo histórico, encadenando así tres años de crecimiento. En un contexto de incertidumbre como el actual, ello supone un indicador de la recuperación de la confianza, más teniendo en cuenta que la percepción de oportunidades se halla en la base del desarrollo de intenciones, en la implicación en comportamientos emprendedores, e incluso en la disposición a financiar iniciativas ajenas.

En este sentido, esta percepción de oportunidades es reforzada por la evolución que registran igualmente otras dos percepciones íntimamente

relacionadas, como son la autoeficacia con que se percibe la población y la aversión al riesgo.

En cuanto a las habilidades y conocimientos con que se auto perciben las personas, percepción fuertemente asociada a los comportamientos emprendedores, no sólo se ha mantenido en porcentajes en torno al 50% de la población durante estos 20 años de análisis, si no que particularmente en 2023 experimenta un incremento de casi cuatro puntos, que la eleva a datos solo superados por el registro de 2011.

Por su parte, el temor a las consecuencias de un hipotético fracaso en el intento para emprender y su actuación como inhibidor emprendedor, evidencia un retorno a percepciones similares a las previas al estallido de la pandemia sanitaria, habiéndose reducido en más de 10 puntos respecto a 2022.

Los anteriores datos nos hacen reiterarnos en nuestra apreciación de retorno a valores propios de la “vieja normalidad” en cuanto a las percepciones de la población, incluso mejorándose en ocasiones. Siendo estas percepciones, elementos con una clara influencia en el sentimiento de factibilidad de las iniciativas, y por lo tanto con repercusión en las actuales y futuras tasas de intencionalidad e involucración emprendedora.

Otro aspecto clave es la disponibilidad de red social, en tanto que la exposición a experiencias emprendedoras en el entorno cercano propicia modelos de rol a los que imitar, así como una red de conocimiento que incentiva y facilita nuevas iniciativas. En este sentido, la información analizada en 2023 confirma la tendencia observada en los dos anteriores informes, en cuanto a que se encadenan tres años de incrementos de este indicador de capital social.

En conjunto, asistimos pues a una situación, en la que pese a los hechos recientes, en particular la pandemia sanitaria, la guerra de Ucrania y todas sus derivadas -auténtico entorno VUCA⁹-, el análisis dinámico de las percepciones nos muestra la evolución en positivo del potencial emprendedor de la población de la Comunidad Valenciana a lo largo de estos años, con la solidez de estas variables, que son condicionantes de la intencionalidad y la involucración emprendedora.

Ello se confirma cuando centramos la atención en los datos referentes a la involucración de las personas en el proceso emprendedor.

⁹ Volatilidad, incertidumbre (*Uncertainty*), Complejidad y Ambigüedad

Así, en 2023 el registro de intenciones emprendedoras ha alcanzado al 14,5% de la población adulta, lo que supone una diferencia de 6,2 puntos porcentuales sobre el dato 2022 y de 2021, y eso tras el incremento respecto a 2020. Se obtiene, de este modo, el valor más elevado en los 20 años de registros en la Comunidad Valenciana, y aunque 2024 deberá confirmar su afianzamiento, no cabe sino hablar en términos positivos, toda vez que los porcentajes de personas que declaran su intencionalidad emprendedora suponen la cantera de emprendedores y emprendedoras de cara a futuro, y la evolución está siendo positiva y apoyada con los datos de percepciones, anteriormente comentados.

En el mismo sentido, y ya dentro de la fase activa del proceso emprendedor, también el principal indicador de la actividad emprendedora, denominado TEA, evoluciona de forma positiva, con un dato del 8%, que indica que entre mayo y julio de 2023, 8 de cada 100 personas de la población adulta de la región se encontraban involucradas en el desarrollo de actividades de puesta en marcha y desarrollo de iniciativas que no superaban los 42 meses de operatividad. Ello significa el registro más elevado captado en el análisis del Observatorio del Emprendimiento en la Comunidad Valenciana, y supone encadenar seis años de evolución positiva interanual.

Además, este dato se ve reforzado por el hecho de que este incremento viene, como en los últimos años, de la mano tanto de las actividades nacientes (con menos de 3 meses en el mercado), como de las nuevas (con entre 3 y 42 meses), siendo mayor el peso de las actividades nacientes, lo que permite hablar de “tasas de reposición anual” positivas.

Por añadidura a los comentarios anteriores, la tercera etapa del proceso, la denominada de iniciativas consolidadas que ya superan los 42 meses de operativa, recoge en 2023, un incremento de su recuento respecto a 2022, que puede derivarse en cierta medida de los buenos datos de emprendimiento TEA de años previos. En cualquier caso, será necesario conocer la evolución de 2024 para concluir con mayor seguridad al respecto, si bien esta tasa de consolidación, junto con los datos para la intencionalidad emprendedora, la actividad incipiente y los relativos a las percepciones emprendedoras, descritos anteriormente, suponen una proyección positiva a futuro.

A todo ello hay que añadir, respecto a los cierres de actividad, que éstos prácticamente mantienen su dato 2022, captándose por otro lado, que los motivos ligados a falta de rentabilidad o las consecuencias de la pandemia, reducen su presencia, para destacar, en esta ocasión, los vinculados a las

oportunidades, a la venta del negocio, y en relación con el mayor dinamismo captado en los mercados.

Vinculada a la involucración en actividades emprendedoras, aparece la motivación tras ello, y si bien en la actividad emprendedora con hasta 42 meses de actividad, sigue apareciendo en primer lugar la ausencia de alternativa laboral, lo cierto es que la presencia de esta respuesta ha recogido en 2023 un acusado descenso respecto a años anteriores, lo que unido a la positiva evolución de la actividad emprendedora TEA, la intencionalidad y las percepciones vinculadas al proceso, supone un cambio sustancial y abunda en la proyección positiva a futuro que comentábamos antes.

Las condiciones de entorno emprendedor de la región han sido de nuevo evaluadas por un panel experto que vuelve a considerarlas en la tónica de los últimos años. Si nos retrotraemos al último quinquenio, los años 2019 y 2020 marcaron dos años consecutivos de evolución positiva, en los que la mayoría de las condiciones mejoraron su valoración, mientras que en 2021 y 2022, se recoge una situación de estabilidad en las valoraciones, lo que en plena pandemia primero, y posteriormente en el contexto de incertidumbre marcada por la guerra de Ucrania, manifestaba una cierta solidez del ecosistema emprendedor en la región. De este modo, se llegaba a una situación que en 2023 se consolida, en tanto que el conjunto de las valoraciones del grupo experto sobre el contexto emprendedor de la Comunidad Valenciana no recoge diferencias relevantes, como muestra el índice sintético NECI, el cual repite valoración respecto a 2022.

Sin embargo, también la valoración del grupo experto supone margen de mejora, en cuanto que, aun estando en una mejor situación comparativa con el conjunto de España, una parte relevante de las condiciones de entorno no superan el 5 sobre 10.

En el marco de esa necesaria mejora continua, este informe vuelve a incorporar recomendaciones del panel experto para el fomento y fortalecimiento del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana, las cuales se detallan en el capítulo correspondiente. Entre ellas, destacamos la educación emprendedora y el fomento de las llamadas habilidades blandas en la escuela, que es un tema recurrente año tras año, y en relación con ello, también señalamos la necesidad de no descuidar la cultura emprendedora del territorio.

Con todo, el presente Informe describe una situación de conjunto positiva del emprendimiento en la Comunidad Valenciana, pero también constituye un punto de partida sobre el que se debe seguir trabajando para mejorar las condiciones y características de las iniciativas que se llevan a cabo. Facilitar la involucración desde edades más jóvenes, mejorar las tasas de emprendimiento femenino, reforzar el emprendimiento con formación superior, los equipos emprendedores, la innovación, digitalización y sostenibilidad de las iniciativas que se desarrollan, la formación financiera y para emprender, y por supuesto una mejora de la financiación de arranque que facilite iniciativas más ambiciosas desde sus mismos inicios, su crecimiento y consolidación, son una buena muestra de aspectos a mejorar.

En todo caso, los datos recopilados delimitan un panorama emprendedor en el que las tasas de intencionalidad, involucración emprendedora incipiente y consolidación suponen una sólida base de desarrollo de cara a futuro, si bien será necesario conocer la evolución de 2024 para concluir con mayor seguridad al respecto.

Desde el equipo GEM de la Comunidad Valenciana, seguimos trabajando para ofrecer estos nuevos datos en el próximo Informe GEM de la Comunidad Valenciana.

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.	23
Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades.	35
Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender	36
Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo	37
Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora.	39
Figura 9. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.	40
Figura 10. Posicionamiento de la percepción relativa de oportunidades para emprender por CC.AA.	41
Figura 11. Posicionamiento de la percepción relativa de conocimientos y habilidades para emprender por CC.AA.	41
Figura 12. Posicionamiento miedo al fracaso como obstáculo por CC.AA.	42
Figura 13. Posicionamiento disponibilidad de red social emprendedora por CC.AA.	42
Figura 14. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.	44
Figura 15. Tasas de involucración 2023 en las etapas del proceso emprendedor.	45
Figura 16. Evolución de la tasa de intención emprendedora.	46
Figura 17. Evolución TEA de actividad emprendedora.	48
Figura 18. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana	50
Figura 19. Evolución de la tasa de actividades consolidadas	51
Figura 20. Evolución de la tasa de abandono y cierres.	52
Figura 21. Motivación emprendedora.	55
Figura 22. Posicionamiento del emprendimiento potencial por CC.AA.	56
Figura 23. Posicionamiento del emprendimiento TEA por CC.AA.	57
Figura 24. Posicionamiento del emprendimiento consolidado por CC.AA.	57
Figura 25. Posicionamiento de la tasa de cierres por CC.AA.	58
Figura 26. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.	60
Figura 27. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo	61
Figura 28. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor.	63

Figura 29. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.....	64
Figura 30. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo.....	66
Figura 31. Formación específica para emprender por fases del proceso.....	67
Figura 32. Distribución iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad.	70
Figura 33. Distribución número personas propietarias fase emprendedora.	71
Figura 34. Iniciativas fase emprendedora por tramo de empleo generado.	72
Figura 35. Distribución iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista...	73
Figura 36. Características del empleo creado en los últimos 12 meses.	74
Figura 37. Fuente de origen del capital semilla para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2023	77
Figura 38. Orientación innovadora a través del nivel tecnológico del sector.	79
Figura 39. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2023	80
Figura 40. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2022	81
Figura 41. Orientación exportadora.....	82
Figura 42. Adopción de tecnologías digitales.....	83
Figura 43. Expectativas de adopción de tecnologías digitales.....	84
Figura 44. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).	85
Figura 45. Actuación en la práctica por la sostenibilidad	86
Figura 46. Valoración media condiciones de entorno en 2023.....	92
Figura 47. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2023 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.....	101
Figura 48. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2023.....	102
Figura 49 Valoración media del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la orientación a la sostenibilidad 2023 en Comunidad Valenciana.....	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.....	25
Tabla 2. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.	53
Tabla 3. Tasas involucración por etapas del proceso emprendedor por sexo.	61
Tabla 4. Tasas involucración etapas del proceso emprendedor y edad.	63
Tabla 5. Tasas involucración etapas del proceso emprendedor y nivel de estudios. ..	65
Tabla 6. Perfil medio 2023 personas involucradas por fase proceso emprendedor. .	68
Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.	76
Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.	78
Tabla 9. Descripción de condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.	90
Tabla 10. Ámbito de influencia del grupo experto Comunidad Valenciana 2023.	91
Tabla 11. Ámbito de procedencia del grupo experto Comunidad Valenciana 2023	91
Tabla 12. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana.	94
Tabla 13. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2023).	103
Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones	106

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

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

Población objetivo: 3.206.804 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), y bajo el supuesto de máxima indeterminación (P=Q=50%).

Diseño muestral: distribución proporcional a la población objetivo según ámbito y cruce de sexo por edad agrupada.

Período realización de encuestas: mayo a julio de 2023.

Metodología: encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI) y online (CAWI).

Trabajo de campo: Instituto Opinometre.

Base de datos*: Instituto Opinometre.

*Grabación, depuración, validación, codificación, traducción y ponderación.

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 2023, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudí, Brasil, Canadá, Catar, Chile, China, Chipre, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Ecuador, Eslovaquia, Eslovenia, España, EE.UU, Estonia, Francia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Irán, Israel, Italia, Jordania, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Marruecos, Méjico, Noruega, Omán, Países Bajos, Panamá, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, Rumanía, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Ucrania, 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/>

ISSN: 1988-4885

EQUIPO GEM ESPAÑA 2023-2024

GEM España



Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía



GEM Almería



Universidad de Cádiz
Cátedra de Emprendedores



Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico

GEM Córdoba



UNIVERSIDAD DE GRANADA



Universidad de Huelva

GEM Jaén



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Ayuntamiento de Málaga



Cátedra de Emprendimiento Sostenible

GEM Sevilla



PRODETUR

GEM Aragón



Cátedra EMPRENDER
Universidad Zaragoza



GOBIERNO DE ARAGON
Departamento de Economía, Empleo e Industria



GEM Asturias



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

GEM Baleares



Gobierno de Canarias
Consejería de Turismo y Empleo



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Catalunya



Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



PHILIP MORRIS SPAIN, S.L.



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



UNIVERSIDAD DE GRANADA

GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



