

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME GEM ESPAÑA 2021-2022



Colabora:

OBSERVATORIO
MAPFRE
DE FINANZAS
SOSTENIBLES



Informe GEM España 2021/22



**Observatorio del
Emprendimiento de España**

Autores del informe: Ana Fernández Laviada, Nuria Calvo,
Mahsa Samsami, Isabel Neira, Yago Atrio y Esther Barros



[Global Entrepreneurship Monitor. España]
Global Entrepreneurship Monitor : informe GEM España. – 2013- Santander :
Editorial de la Universidad de Cantabria.

Anual

Otro título: GEM

Otro título: GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Informe España

En la port.: Observatorio del Emprendimiento de España (RED GEM España).

Descripción basada en: 2014.

ISSN 1695-9302 = Global Entrepreneurship Monitor. España

1. Empresas nuevas – España. I. Observatorio del Emprendimiento de España.
IV. Glob. Entrep. Monit. Esp.

347.72.02(460)

658.016.1(460)

Esta edición es propiedad del OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA; cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Citar:

Observatorio del Emprendimiento de España (2022): Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2021-2022. Ed. Universidad de Cantabria.

© Observatorio del Emprendimiento de España

© Los autores del informe: Ana Fernández Laviada (Universidad de Cantabria), Nuria Calvo (Universidade da A Coruña), Mahsa Samsami (Universidade de Santiago de Compostela), Isabel Neira (Universidade de Santiago de Compostela), Yago Atrio (Universidade de Santiago de Compostela) y Esther Barros (Universidade da A Coruña)

© Editorial de la Universidad de Cantabria

www.editorial.unican.es

ISNI: 0000 0005 0686 0180

ISSN: 1695-9302

D.L.: SA 265-2022

DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2022.010>

Impreso en España – *Printed in Spain*

Imprime: DOSGRAPHIC, S. L.

Sumario

Presentaciones

Aileen Ionescu-Somers. Executive Director, Global Entrepreneurship Monitor.....	7
Ana Fernández Laviada. Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España.....	9
José Bayón. CEO de ENISA.....	11

¿Qué es el GEM (<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>)?	13
--	----

¿Cómo obtenemos los datos?	15
----------------------------------	----

Resumen ejecutivo	16
-------------------------	----

Executive Summary	18
-------------------------	----

Cuadro de indicadores	20
-----------------------------	----

Capítulo 1. Contexto emprendedor	22
--	----

1.1. ¿Sabemos emprender?	22
1.2. ¿Hay diferencias entre países y CC.AA. en las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento? ..	24
1.3. ¿Qué perciben los expertos?	28

Capítulo 2. El proceso emprendedor	32
--	----

2.1. Indicadores del proceso emprendedor	32
2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	36
2.3. Perspectiva Internacional y por CC.AA. de las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento	37

Capítulo 3. Perfil de la persona que emprende	40
---	----

3.1. Motivación	40
3.2. Edad	43
3.3. Educación	45

Capítulo 4. Características de las iniciativas emprendedoras	47
--	----

4.1. Nivel de renta de los emprendedores y fuentes de financiación	47
4.2. Sector de actividad	51
4.3. Carácter familiar.....	51
4.4. Tamaño	54
4.5. Expectativas de crecimiento	55
4.6. Orientación innovadora	56
4.7. Orientación internacional	63

4.8. Digitalización.....	67
4.8.1. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria	67
4.8.2. Expectativas de adopción de tecnologías digitales	71
4.9. Orientación a la sostenibilidad.....	72
4.10. Posicionamiento Internacional y por CC.AA. de las iniciativas emprendedoras	76
Anexo. Glosario	81
Benchmarking	82
Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2021-2022	89
Índice de tablas	95
Índice de figuras.....	97
Índice de gráficos	99



GEM Spain: An inspirational research model

In 2022, all nations are looking forward to thriving in a post-pandemic world in which entrepreneurship will have a more important role than ever before. In highly volatile and uncertain times, dynamic entrepreneurship can lay a foundation within and across nations, for a more secure and predictable business environment into the future. This in turn will contribute to political stability worldwide, reducing the threat of poverty, contributing wealth to society, while also increasing and consolidating cross border links and collaborations. Entrepreneurs are an integral part of a complex web of individuals and networks providing solutions to the world's most challenging environmental and societal challenges, such as climate change and its increasingly observable impacts. Therefore, policymakers are more aware than ever of the benefits of promoting entrepreneurship in countries across the globe.

It is thus not surprising that Global Entrepreneurship Monitor (GEM), as the world's foremost research initiative focused on entrepreneurship and entrepreneurship ecosystems, has existed for some 23 years, providing an incomparable benchmark for the evolution of entrepreneurship in over 120 countries during its history. As a long-standing participant in GEM research, GEM Spain distinguishes itself by the sophistication of its efforts to gain as complete a picture as possible of the entrepreneurship phenomenon on not only a national, but also a regional level. Indeed, GEM Spain is held up within the GEM consortium as a model to which every GEM National Team might ultimately aspire.

GEM Global warmly congratulates GEM Spain on the publication of its insightful 2021/22 National Report. The fact that the Spanish National Entrepreneurial Framework Conditions published by GEM Spain either improved or compared well to other similar size economies during the most challenging period of the COVID-19 pandemic, is a tribute to the spirit of entrepreneurship both within the Spanish adult population and amongst policymakers. Furthermore, it is encouraging to see women and young people in Spain take a prominent role in early-stage entrepreneurship, which will ultimately lead to anchoring the business environment for the future, balancing the gender gap and achieving the much aspired-for goal of equity.

However, the overall emerging story of Spanish entrepreneurship is actually one of balance rather than gaps, whether in gender, region, socio-economic status, or age. This reflects a healthy prioritization of entrepreneurship in Spain, as it emerges from the throes of the COVID-19 pandemic. This is, as far as GEM Global is concerned, exactly where Spain needs to be; entrepreneurs have truly been grasping opportunities amidst the disruption of the global pandemic. However, much remains to be done in terms of assuring that this balancing act continues, and the goals of the ambitious 2021 Spanish Entrepreneurial National Strategy are attained. Onwards and upwards!

Aileen Ionescu-Somers, Ph.D
Executive Director, Global Entrepreneurship Monitor

TÚ también eres parte del ecosistema emprendedor





El emprendimiento es una de las claves para la recuperación que todos estamos deseando. El 2020 fue complicado, marcado por el inicio de una pandemia mundial de consecuencias entonces impensables; el 2021, entre ola y ola de variantes COVID-19, tampoco nos lo ha puesto muy fácil.

Sin embargo, a pesar de la incertidumbre y de que seguimos siendo de los países de nuestro entorno con menor percepción de oportunidades y más miedo a fracasar, hemos conseguido que nuestro nivel de emprendimiento incipiente o TEA (aquel que tiene menos de 42 meses), se haya recuperado ligeramente hasta alcanzar el 5,5%. Con ello, nos acercamos a los niveles pre-COVID, aún lejos de nuestro objetivo final.

Sin duda alguna, el emprendimiento puede ser la solución a muchos de los grandes retos económicos, sociales y mediambientales de la agenda 2030, pero dada la complejidad de este fenómeno para conseguirlo se necesita contar con un ecosistema que contribuya a las 3Fs. Y no me refiero a las que muchos estáis pensando, necesitamos que ese ecosistema Fomente, Favorezca y Facilite la actividad emprendedora de las diferentes regiones.

Ese ecosistema lo componemos y depende de todos nosotros. **Necesitamos** que las leyes, como las que tenemos ahora en fase parlamentaria, trabajen en esa dirección. Que aporten medidas, políticas y programas que ayuden a que España se convierta en un referente del emprendimiento.

Necesitamos de una cultura, educación y normas sociales que contribuyan a que todos los esfuerzos lleguen a nuestra población, en particular, a nuestros jóvenes, cuyo futuro dependerá de lo que hagamos ahora.

Necesitamos poner en valor y reconocer el papel fundamental que desempeñan todas las personas que han decidido iniciar una actividad emprendedora, grande o pequeña, comercial o social, en el ámbito rural o urbano, del sector y actividad que sea.

Necesitamos no dejar en el olvido el enorme esfuerzo y sacrificio que ello les supone, aunque también les ofrezca grandes satisfacciones. Influidos por una arraigada cultura poco emprendedora, no debemos infravalorar su contribución al desarrollo económico del país, sin ellos será imposible la recuperación y seguir siendo una potencia innovadora en crecimiento.

Y para lograr todo esto, hay otra necesidad, la de trabajar y obtener datos, fiables y actuales, que nos permitan las 3Ms: Medir, Modelar y Mejorar todas las iniciativas, políticas, programas y medidas que con la mejor de las intenciones se van proponiendo y desarrollando.

Y es aquí donde el Observatorio del Emprendimiento de España (OEE), una asociación sin ánimo de lucro, juega un papel tan importante.

En este Observatorio, es donde la Red GEM desde el año 2000, vela incansablemente para recabar datos de la población adulta y de grandes expertos en las diferentes dimensiones del ecosistema, sacando conclusiones y ayudando a planificar una estrategia coherente y fuerte.

Como parte del Consorcio Mundial Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que desde 1999 viene desarrollando el proyecto con la máxima rigurosidad científica, en más de 120 economías de los 5 continentes, podemos decir con orgullo que somos referente mundial en materia de emprendimiento.

Sabemos que, cada vez más, nuestros datos recogidos en los estudios e informes anuales, sirven de base para la toma de diferentes decisiones claves en el fenómeno emprendedor.

Y precisamente, motivados por ello, este año hemos querido innovar en nuestro producto estrella, el informe que tenéis ahora en las manos, más visual y directo, didáctico, que permita conocer fácilmente, desde el primer capítulo, cómo es nuestro contexto para emprender, qué valores, percepciones y aspiraciones tiene la población encuestada, qué opinan nuestros expertos y cómo difiere de nuestro entorno más próximo.

En el Observatorio entendemos el emprendimiento como un proceso y, por eso, en el segundo capítulo, lo analizamos como tal, desde la intención hasta el abandono pasando por las iniciativas más recientes hasta las más consolidadas; analizamos su evolución y de nuevo nos comparamos con otras economías a las que nos gustaría poder alcanzar en el corto o medio plazo.

En el tercer capítulo, nos centramos en el perfil de la persona emprendedora, sus características personales (edad, sexo y educación) y sus motivaciones.

Y finalmente, ponemos el foco en las iniciativas emprendedoras, para conocer la actividad, sector, financiación, expectativas de crecimiento y creación de empleo, grado de innovación e internacionalización, nivel de digitalización y orientación a la sostenibilidad.

No puedo terminar sin mostrar, mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que hacen posible que como cada año este informe vea la luz.

Es difícil de explicar y quizá incluso de entender cómo algo tan trascendental, como obtener los datos e información que aquí elaboramos, se consiga úni-

camente por el esfuerzo, dedicación, tiempo y entrega de una gran familia de investigadores que desde hace mucho creyeron en el proyecto GEM.

En su mayoría académicos, que sacrificando otras de sus tareas o tiempo de sus familias, buscan financiación debajo de la piedras, gestionan sus escasos recursos y equipos, elaboran los informes, difunden sus resultados allá donde se les invite pro bono, y con la mayor de sus ilusiones siguen apoyando este proyecto que crece y se consolida un poco más cada año...

En particular, me gustaría reconocer el trabajo del equipo de dirección nacional, que de forma altruista y siempre generosa han contribuido a lo que hoy es el Observatorio: José Ruiz, Isidro de Pablo, y María Saiz junto a nuestra paciente secretaria, Paula San Martín; al entregado equipo técnico liderado por Isabel Neira y Nuria Calvo que este año han asumido el gran reto de innovar en el informe; y, por supuesto, a nuestro responsable de comunicación, Sebas Pérez sin el cual no existiríamos en las imprescindibles redes sociales.

Además tenemos que agradecer enormemente a las instituciones que han creído y creen en nosotros apoyándonos, no solo económicamente: a nuestro líder institucional en el proyecto, ENISA, tanto a su director José Bayón como a todo su magnífico equipo; al Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles, que además de colaborar en otros estudios como este año será el dedicado al emprendimiento rural, nos cede los espacios para la presentación anual; al casi centenar de sponsors que apoyan a nuestros 26 equipos regionales; y por último, a vosotros y vosotras, lectores y usuarios de nuestros estudios, sin los cuales este trabajo carecería de todo sentido. GRACIAS.

Ana Fernández Laviada

Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España



La persistencia, la mejor brújula

“Lo más difícil de lograr es tomar la decisión de actuar, el resto es solo constancia”. La frase es de Amelia Earhart, primera pilota que atravesó el Atlántico y cuya filosofía resume a la perfección el espíritu emprendedor de este nuevo informe que siempre apoyamos desde ENISA.

Y es que, gracias al incansable equipo de voces expertas del Global Entrepreneurship Monitor, no solo tenemos una precisa radiografía del emprendimiento innovador en todos sus niveles, sino que con los datos obtenidos quienes somos agentes de la economía y la sociedad, podemos seguir completando la bitácora del rumbo a seguir para fomentarlo aún más.

Sin los datos que esta reconocida organización nos brinda, afrontaríamos peor lo inesperado de un mar que en estos dos últimos años se ha movido con olas demasiado fuertes por la crisis sanitaria y ahora por el actual contexto geopolítico tras la invasión de Ucrania. Una tormenta que el ecosistema emprendedor de España ha demostrado capear mejor que otros países (esta solo ha influido en el 1,1% de los abandonos empresariales), permitiendo mantener las empresas consolidadas y evitando el cierre de iniciativas emprendedoras.

También se destaca algo muy importante y transversal referente a los 17 ODS de la Agenda 2030. Se trata de la ruptura de los techos de cristal. En 2021, y por primera vez en la serie analizada, el porcentaje de mujeres involucradas en iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida (5,6%) es superior al de los hombres (5,4%), aumentando la participación de las féminas en todas las fases del proceso emprendedor.

Pero hay elementos de desigualdad que siguen manteniéndose. Por ejemplo, aunque la participación femenina también se incrementa en las empresas consolidadas, los hombres siguen teniendo un porcentaje mayor, al igual que en la fase de emprendimiento potencial. Por otra parte, no debemos perder de vista el todavía bajo ratio de emprendedoras en proyectos de medio y alto valor tecnológico y/o innovador. Algo que se pone de manifiesto en el hecho de que un 33% de las iniciativas recientes (TEA) que innovan en producto están lideradas por hombres, frente al 23% de las lideradas por emprendedoras.

Por otro lado, estas páginas nos alertan de que, a pesar del aumento de la tasa de emprendimiento potencial que roza el 10% de la población, todavía tenemos que trabajar para alcanzar la media de la UE, que es de un 15%.

Y como renovarse o morir es también parte de la filosofía del GEM, en esta edición se analiza una nueva premisa nacida y acelerada por la pandemia: la de la adopción de las tecnologías digitales y la orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras.

No quiero despedirme sin dejar de mencionar algo que toca y mucho a ENISA: la financiación. Si bien se sigue emprendiendo “para ganarse la vida porque el trabajo escasea”, y se prevé –si las circunstancias no cambian en los próximos tres años–, un crecimiento de la actividad emprendedora en el futuro; resulta positivo saber que se empiezan a percibir motivaciones más ambiciosas entre las emprendedoras y emprendedores recientes.

Tanto es así que un poco más del 70% de los proyectos de negocio iniciados en 2021 han necesitado un capital semilla menor de 30.000 euros. Algo que si

bien refleja la escasa envergadura de las iniciativas, al mismo tiempo facilita su financiación. Además, más de la mitad de las personas emprendedoras consultadas manifiesta su deseo de una mayor implicación y compromiso de sus proyectos, que contribuya a un impacto positivo en el planeta a todos los niveles.

Una radiografía que, como explicaba al principio, nos sitúa fielmente con el valor de los datos, sobre el mapa del emprendimiento en nuestro país y nos orienta hacia las metas que queremos alcanzar, siempre con

el objetivo último de un modelo productivo más sostenible económica, social y medioambientalmente, y en el que el emprendimiento innovador es fundamental a todos los niveles.

Agradecemos, por tanto, desde ENISA, un año más, el gran trabajo del Observatorio del Emprendimiento de España y su RED GEM, labor que con orgullo seguiremos brindando.

José Bayón
CEO de ENISA



Energy Solar Tech S.L.



Nombre de los emprendedores: Alberto Hernández Poza y Abel Martín Sánchez.

Nombre del negocio: Energy Solar Tech, S.L. (www.energysolartech.com).

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Facilitamos la transición energética de las empresas a las energías renovables con un modelo de *outsourcing* energético sin inversión del cliente.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Nos consideramos más empresarios que emprendedores. Nuestro objetivo no ha sido emprender un proyecto como forma de empleo, sino que nos focalizamos en crear una empresa con el obje-

tivo de construir riqueza, crear empleo y contribuir positivamente al entorno en el que operamos. Tenemos un planteamiento de largo plazo con un objetivo de crecimiento e impacto positivo sobre la sociedad en la que operamos.

¿Cómo surgió la idea?

Como combinación de nuestra experiencia en el sector de la tecnología, aplicando esta al mercado de la energía en un momento de fuerte transformación del sector, evolución tecnológica y liberalización del mercado.

Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de vuestro emprendimiento

Adicionalmente a los obstáculos que puede enfrentarse toda persona emprendedora y empresaria, en nuestro caso operamos en un mercado regulado donde las normas y las leyes no siempre favorecen a los nuevos sino a las grandes empresas establecidas.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo habéis innovado en respuesta a la pandemia?

Con un alto grado de incertidumbre y cambio, hemos trabajado con enorme flexibilidad y adaptabilidad a los retos tan tremendos que esta situación ha traído y, por encima de todo, hemos utilizado los tiempos más complejos de confinamiento trabajando en mejorar internamente todos nuestros procesos, tecnologías y herramientas de control digital para ser una empresa notablemente más eficiente después de salir de ese periodo. Este esfuerzo nos ha permitido regresar al mercado con mayor fortaleza y competitividad.

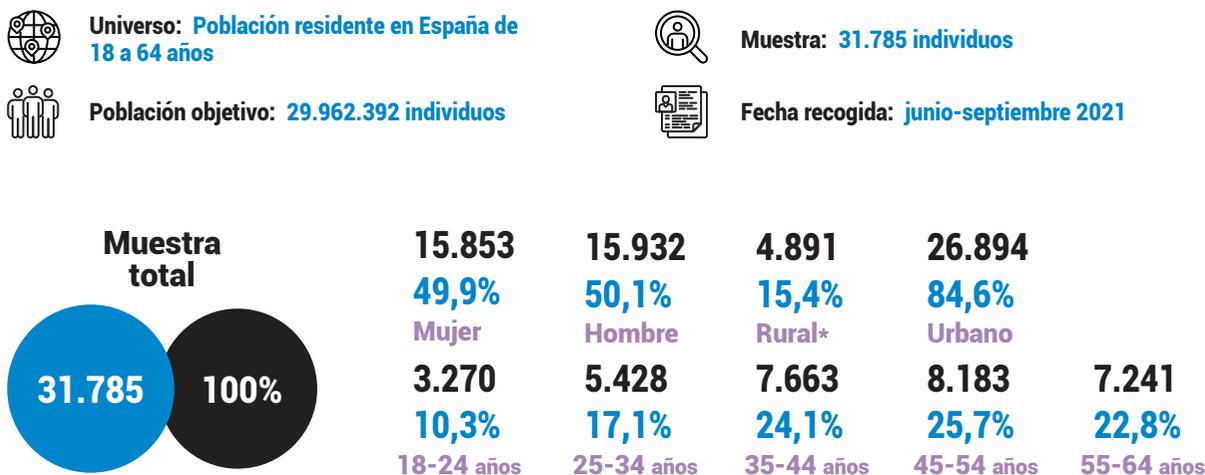
Algo que os gustaría añadir

En todo este proceso de entorno complejo y cambiante, lograr la confianza de inversores e instituciones como ENISA, SEPI o ELKARGI, ha sido fundamental para conseguir llegar a donde actualmente estamos, hemos creado más de 50 empleos en 2 años de volatilidad y complejidad gracias al apoyo financiero que hemos logrado.

¿Cómo obtenemos los datos?

El Observatorio GEM se basa en tres fuentes de información: Una encuesta a la población de 18-65 años, denominada APS (*Adult Population Survey*), una encuesta a expertos en emprendimiento, denominada NES (*National Experts Survey*) y un conjunto de fuentes secundarias de información (artículos científicos, informes sectoriales, análisis internacionales) que permiten profundizar en la interpretación de los datos obtenidos. Las encuestas APS y NES, basadas en el marco conceptual del Proyecto GEM, son sometidas a rigurosos controles de calidad en cuanto a su traducción y trabajo de campo para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes sean comparables.

Figura 2. Ficha de estudio de la encuesta APS en 2021



* Municipios de menos de 5.000 habitantes

La información obtenida a través de estas fuentes, complementarias entre sí, constituye la base para la elaboración de los resultados que se presentan en los distintos apartados de este informe. Se puede acceder y conocer con más detalle los informes regionales que publican anualmente los equipos miembros de la Red GEM España, así como el informe global y el de otros países en las páginas web del Consorcio Internacional GEM: <http://www.gemconsortium.org/> y del proyecto GEM España: <http://www.gem-spain.com/>.

Resumen ejecutivo

A lo largo del año 2021 la actividad emprendedora reciente (TEA) se ha recuperado hasta alcanzar una tasa del 5,5% de la población, un nivel similar al previo a la crisis sanitaria, y lo ha hecho a pesar del repunte del abandono empresarial (2,2%). Además, el aumento del porcentaje de personas con intención de emprender en los próximos tres años, que roza el 10% de la población, unido a un aumento de oportunidades percibidas en un entorno post-pandemia, permite prever un mayor crecimiento de la actividad emprendedora en los próximos años, si las circunstancias del entorno lo permiten. España se posiciona como un país en el que quienes emprenden han resistido mejor la crisis sanitaria, manteniendo las empresas consolidadas y evitando el cierre de iniciativas emprendedoras. Sin embargo, a pesar del aumento de la tasa de emprendedores potenciales, todavía está lejos de alcanzar la media de la UE, de un 15%.

En 2021 las personas que emprenden siguen pensando que tienen conocimientos y habilidades más que suficientes para hacerlo. La mayoría conoce a otras personas emprendedoras, que les ofrecen modelos de referencia y posibles alianzas. Sin embargo, el miedo al fracaso sigue siendo un factor limitador para el 42%, y un inhibidor para el 61% de quienes no emprenden. España se sitúa a la cabeza de sus países europeos de referencia en cuanto al miedo al fracaso de la población, a pesar de la percepción que tienen las voces expertas sobre la mejora de las condiciones del entorno para emprender.

El perfil de la persona emprendedora ha evolucionado en los últimos años. En 2021

el porcentaje de mujeres involucradas en iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida (5,6%) es superior al de los hombres (5,4%), y aumenta en todas las fases del proceso emprendedor. Quien emprende en España puede ser indistintamente hombre o mujer, suele tener entre 35 y 54 años, un nivel educativo medio o superior y formación específica para iniciar el negocio y gestionar su empresa. Más del 70% de las personas que emprenden considera la escasez de empleo como una de las razones para emprender. Sin embargo, el 43% de los emprendedores recientes también manifiestan motivaciones más ambiciosas, como la de crear empresas que marquen una diferencia en el mundo, una motivación que recupera su importancia tras la incertidumbre de 2020.

Más del 70% de las iniciativas emprendedoras se constituyen con menos de 30.000 euros de capital, y la mayoría se financia con los ahorros personales del emprendedor, quien cada vez tiene mayor conocimiento de las fuentes de financiación más apropiadas para su empresa. La mayoría de las iniciativas emprendedoras son microempresas de menos de 5 personas empleadas. Sin embargo, se percibe un aumento del tamaño de las empresas consolidadas. A pesar de la incertidumbre percibida en el último año sobre las condiciones del entorno, más de la mitad de quienes emprenden y que contrataron en los últimos 12 meses han apostado por mantener equipos reducidos de empleos a tiempo completo y con contrato indefinido, y más del 40% prevén contratar a nuevos puestos de trabajo en los próximos años.

El 70% de las iniciativas emprendedoras se desarrolla en el sector de servicios a empresas y consumo. Sin embargo, el carácter familiar del tejido empresarial está cambiando. En 2021 el 86% de las empresas consolidadas (iniciativas de más de 42 meses de vida) tienen carácter familiar, pero este porcentaje se reduce al 72% en el caso de las iniciativas emprendedoras más recientes. Se prevé por tanto una reducción del carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en el futuro, tanto en la estructura de propiedad como en la administración de la empresa.

En torno al 10% de las iniciativas emprendedoras son de nivel tecnológico medio-alto, la cuarta parte localizadas en el sector de servicios a empresas. Son de tamaño medio en el caso de las iniciativas recientes y más grandes en el caso de las consolidadas, y menos de un 10% tienen carácter de empresa familiar. El 63% están lideradas por emprendedores con un nivel educativo universitario, y entre el 20% y el 26% de ellos cuenta además con un doctorado.

El 28% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) innova en producto y/o en proceso, principalmente en su ámbito local y en los sectores de servicios y transformación. Poco a poco las iniciativas emprendedoras van ganando orientación internacional. En 2021 el 35% de las iniciativas recientes vendieron a clientela internacional, frente al 27% de las empresas consolidadas. El porcentaje de iniciativas emprendedoras con orientación internacional (TEA y empresas consolidadas) aumentó en 2021 en todos los rangos de ingresos procedentes de ventas a clientes extranjeros.

En esta edición del informe hemos analizado por primera vez la adopción de tecnologías digitales y la orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras.

La pandemia ha acelerado la estrategia de adopción de tecnologías digitales. La digitalización de las iniciativas más recientes ha sido mayor que en las empresas consolidadas, principalmente en el sector de servicios a empresas. Sin embargo, la planificación de la digitalización también estaba presente antes de la pandemia, especialmente entre las personas emprendedoras con un mayor nivel educativo. Entre quienes emprenden con estudios universitarios, el 40% ya disponían de planes de digitalización previos a la crisis sanitaria. Un 21% de las iniciativas recientes (TEA) y un 27% de las empresas consolidadas han mejorado sus planes iniciales de digitalización en 2021. Las expectativas de adoptar tecnologías digitales también aumentan entre los emprendedores más jóvenes. En lo que se refiere a la orientación hacia la sostenibilidad, la mayoría de las personas emprendedoras consultadas, especialmente las mujeres, manifiestan su preocupación por el impacto social y medioambiental de sus iniciativas, aunque un porcentaje menor afirma estar actuando con medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental y maximizar el impacto social de su actividad empresarial.

Como conclusión, durante 2021 las personas emprendedoras han recuperado la confianza a la hora de emprender, sin disminuir por ello su miedo al fracaso. La profesionalización del emprendimiento se evidencia en el aumento del nivel educativo y formación específica, sobre todo entre quienes lideran las iniciativas más innovadoras y tecnológicas. Mujeres y hombres emprenden por igual, y a pesar de la escasa envergadura de unas iniciativas, localizadas principalmente en el sector servicios, se percibe un aumento de las expectativas de crecimiento de la mano de la digitalización para poder aprovechar las oportunidades del entorno post-pandemia.

Executive Summary

During 2021, Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) recovered reaching a rate of 5.5% of the population, which is a level similar to that prior to the health crisis, and was achieved despite an upturn in business abandonment (2.2%). Moreover, the increase in the percentage of people intending to become entrepreneurs in the next three years, which is close to 10% of the population, together with an increase in perceived opportunities in a post-pandemic environment, allows us to foresee higher growth in entrepreneurial activity in the coming years, if the environmental circumstances make it possible. Spain is positioned as a country in which entrepreneurs have withstood the health crisis better, maintaining consolidated companies and avoiding the closure of entrepreneurial initiatives. However, despite the increase in the rate of potential entrepreneurs, it is still far from reaching the EU average of 15%.

In 2021, entrepreneurs still believe that they have more than enough knowledge and skills to start a business. The majority know other entrepreneurs, who provide them with role models and potential alliances. However, fear of failure continues to be a limiting factor for 42%, and an inhibiting factor for 61% of non-entrepreneurs. Spain is at the head of its European benchmark countries in terms of the population's fear of failure, despite experts' perception of an improvement in the conditions of the entrepreneurial environment.

The profile of the entrepreneur has evolved in recent years. In 2021, the percentage of women involved in entrepreneurial initiatives of less than three and a half years (5.6%) was higher than that of men (5.4%), and increased in all stages of the entrepreneurial process. An entrepreneur in Spain can either be a man or a woman, is usually aged between 35 and 54, has an intermediate or higher

level of education and has specific training to start and run a business. More than 70% of entrepreneurs consider the shortage of employment as one of the reasons for starting a business. However, 43% of those who have recently become entrepreneurs also express more ambitious motivations, such as creating businesses that make a difference in the world, a motivation that regains its importance after the uncertainty of 2020.

More than 70% of entrepreneurial initiatives are set up with less than 30,000 euros of capital, and the majority are financed by the entrepreneur's personal savings, who is increasingly aware of the most adequate funding sources for his or her business. The majority of entrepreneurial initiatives are microenterprises with less than 5 employees. However, there is an increase in the size of consolidated companies. Despite the perceived uncertainty regarding environmental conditions in the last year, more than half of the entrepreneurs who hired workers in the last 12 months opted to maintain small teams of full-time employees with permanent contracts, and more than 40% plan to hire new employees in the next few years.

70% of entrepreneurial initiatives are in the business and consumer services sector. However, the family nature of the business fabric is changing. In 2021, 86% of consolidated companies (initiatives with over 42 months in existence) are family businesses, but this percentage drops to 72% in the case of the most recent entrepreneurial initiatives. A reduction in the family nature of entrepreneurial initiatives is therefore expected in the future, both in terms of the ownership structure and the management of the company.

About 10% of entrepreneurial initiatives are of a medium-high technological level, of which a quarter are located in the business services

sector. They are medium-sized in the case of recent initiatives and larger in the case of consolidated ones, and less than 10% of them are family businesses. 63% are run by entrepreneurs with a university degree, and between 20% and 26% of them also have a doctorate.

28% of Total early-stage Entrepreneurial Activities (TEAs) innovate in terms of product and/or process, mainly in their local area and in the service and transformation sectors. Entrepreneurial initiatives are gradually becoming more internationally oriented. In 2021, 35% of early-stage initiatives sold to international clients, compared to 27% of consolidated companies. The percentage of internationally oriented entrepreneurial initiatives (TEA and consolidated companies) increased in 2021 in all income ranges derived from sales to foreign customers.

In this edition of the report, the adoption of digital technologies and the sustainability orientation of entrepreneurship have been analysed for the first time. The pandemic has accelerated the digital adoption strategy. The digitalisation of early-stage initiatives has been higher than in consolidated companies, mainly in the business services sector. However, digitalisation planning was also present before the pandemic, especially among entrepreneurs with a higher level of educa-

tion. Among university-educated entrepreneurs, 40% already had digitalisation plans prior to the health crisis. 21% of Total early-stage Entrepreneurial Activities (TEAs) and 27% of consolidated companies improved their initial digitalisation plans in 2021. Expectations to adopt digital technologies are also increasing among younger entrepreneurs. In terms of sustainability orientation, the majority of the entrepreneurs surveyed, especially women, express their concern for the social and environmental impact of their initiatives, although a smaller percentage say they are performing with specific measures in order to minimise the environmental impact and maximise the social impact of their business activity.

In conclusion, during 2021, entrepreneurial people have regained their confidence regarding starting a business, without reducing their fear of failure. The professionalisation of entrepreneurship is shown by the increase in the level of education and specific training of entrepreneurs, especially those who run the most innovative and technological initiatives. Women and men are equally entrepreneurial, and despite the small size of some initiatives, mainly located in the services sector, there is a perceived increase in growth expectations, hand in hand with digitalisation, in order to take advantage of the opportunities of the post-pandemic environment.



Cuadro de indicadores

Percepciones de la población adulta entrevistada sobre valores, actitudes, habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2020	2021
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en auto-empleado en los 2 últimos años	37,3%	38,0%
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	16,5%	30,0%
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un nuevo negocio	51,9%	50,0%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	64,0%	58,0%
Percibe que en España es fácil iniciar un negocio	34,6%	38,0%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	7,0%	9,0%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	1,3%	2,2%
Ha actuado como inversor informal o como un <i>business angel</i>	3,0%	4,0%

TEA: Porcentaje de la población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	2020	2021
TEA Total	5,2%	5,5%
TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	4,8%	5,6%
TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	5,6%	5,4%

Empresas consolidadas: Porcentaje de población adulta en iniciativas de más de 3,5 años	2020	2021
Empresas consolidadas Total	6,7%	7,2%
Empresas consolidadas Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	5,8%	6,0%
Empresas consolidadas Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	7,6%	8,3%

Distribución del TEA	2020	2021
Motivación		
TEA – para marcar una diferencia en el mundo	32,3%	43,2%
TEA – para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	34,9%	38,0%
TEA – para continuar una tradición familiar	17,4%	19,7%
TEA – para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	72,3%	72,4%
Sector		
TEA del sector extractivo o primario	5,0%	3,4%
TEA del sector transformador	17,6%	18,1%
TEA del sector de servicios a empresas	30,8%	34,1%
TEA del sector orientado al consumo	46,5%	44,4%
TEA rural		
		4,6%
Tamaño		
TEA sin empleados	50,8%	44,1%
TEA de 1-5 empleados	40,1%	44,0%
TEA de 6-19 empleados	7,7%	8,2%
TEA de 20 y más empleados	1,4%	4,6%

Nivel tecnológico

TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo	90,2%	90,4%
TEA iniciativas con nivel tecnológico medio	5,2%	5,0%
TEA iniciativas con nivel tecnológico alto	4,7%	4,6%

Internacionalización

TEA iniciativas que exportan en algún grado	19,3%	29,8%
---	-------	-------

Innovación

TEA innovación en producto	30,2%	28,0%
TEA innovación en proceso	25,0%	28,3%

Crecimiento

TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	5,6%	12,7%
--	------	-------

Discapacidad

TEA más del 33% de discapacidad		3,3%
TEA menos del 33% de discapacidad		10,6%

TEA extranjeros

		9,9%
--	--	------

EEA: Porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas (intra)empresariales

	2020	2021
Población (intra)empresarial	1,2%	3,9%
Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)empresariales en los últimos 3 años	0,8%	1,8%
Población que actualmente desarrolla y lidera iniciativas (intra)empresariales	0,6%	1,6%

Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert 1-10)

	2020	2021
Financiación para emprendedores	4,4	4,9
Políticas gubernamentales: Emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,6	5,4
Políticas gubernamentales: Burocracia e impuestos	3,9	5,1
Programas gubernamentales	5,7	6,3
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	2,2	3,5
Educación y formación emprendedora en la etapa post-escolar	5,1	6,1
Transferencia de I + D	4,8	5,6
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	6,5	6,7
Dinámica del mercado interno	4,5	5,0
Barreras de acceso al mercado interno	4,5	5,0
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios	5,9	6,8
Normas sociales y culturales	4,3	5,2
COVID 1: Avances y apoyo a la digitalización y el teletrabajo por la pandemia		5,7
COVID 2: Incremento de la <i>gig economy</i> (economía de pequeños encargos, bajo demanda) como motor de puesta en marcha y modelo de negocio debido a la pandemia		5,7
COVID 3: Priorización de la protección ambiental en empresas e impulso de los gobiernos de la agenda verde por la pandemia		3,2
COVID 4: Eficacia de las medidas de los gobiernos para evitar una disminución significativa de nuevos negocios y controlar la crisis sanitaria		2,6
Apoyo al emprendimiento femenino y conciliación		4,6
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)	4,7	5,4



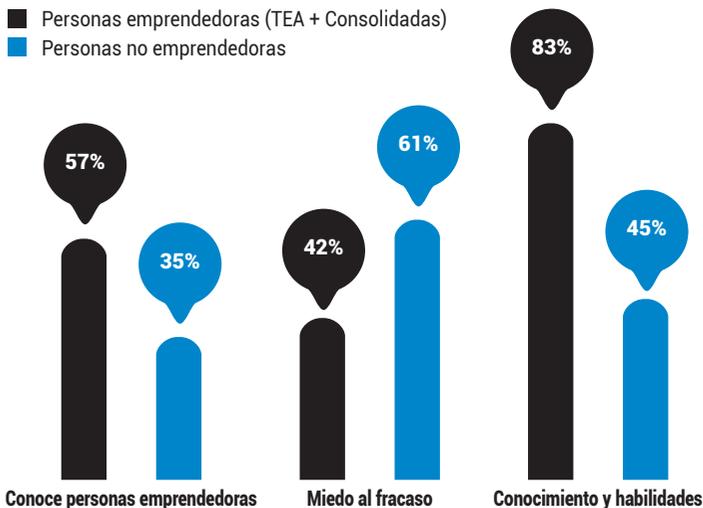
CAPÍTULO 1

Contexto emprendedor

1.1. ¿Sabemos emprender?

Gráfico 1. Percepciones sobre valores y actitudes en 2021

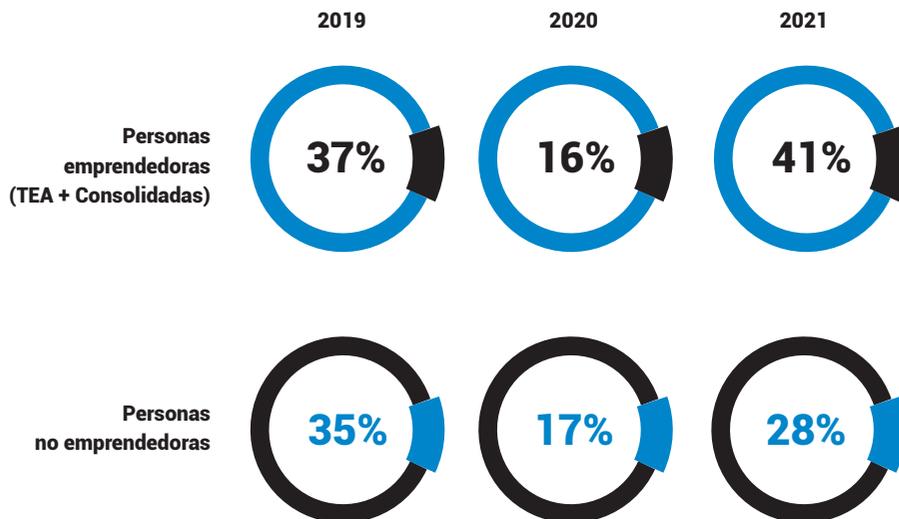
Fuente: GEM-España APS 2021



El 83% de las personas que emprenden considera que tiene los conocimientos y habilidades para hacerlo. Más de la mitad conoce a otros emprendedores, que ofrecen modelos de referencia y posibles alianzas. Sin embargo, el miedo al fracaso es un factor limitador para el 42% de los emprendedores, y un inhibidor para 61% de los no emprendedores.

Tabla 1. Percepción de oportunidades para emprender

Fuente: GEM-España APS 2021



La percepción de oportunidades diferencia a las personas que emprenden del resto de la población. En 2021 el porcentaje de emprendedores que perciben oportunidades para emprender duplica al del 2020, un indicador de la recuperación de la confianza emprendedora en nuestro país. Los hombres superan ligeramente a las mujeres en su percepción de oportunidades dentro de cada grupo.



ENJOYERS



Nombre del emprendedor: Carlos Martínez Fernández.

Nombre del negocio: ENJOYERS (www.enjoyersbrand.com).

Ubicación del negocio: Cáceres.

Año de lanzamiento: 2018.

Breve descripción de lo que hace la empresa: ENJOYERS es la marca que decora tu hogar con productos creativos que te inspiran día a día.

Para las personas que tienen curiosidad, las que buscan experiencias, disfrutan viajando, probando cosas nuevas y conociendo a gente.

Para aquellos que viven y sienten las emociones intensamente, somos la primera fábrica creativa de las emociones.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí ser emprendedor es un estilo de vida. Es aprender. Es mejorar constantemente. Es innovar. Es buscarte la vida para lograr solucionar un problema que haga el mundo un poco mejor.

¿Cómo surgió la idea?

Todo empezó cuando tenía 21 años y estudiaba tercero de farmacia. Me apunté a un curso de creación de empresas en la universidad para desconectar de farmacia. Ahí se me ocurrió la idea y me di cuenta que mi verdadera pasión es emprender.

¿Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de tu emprendimiento?

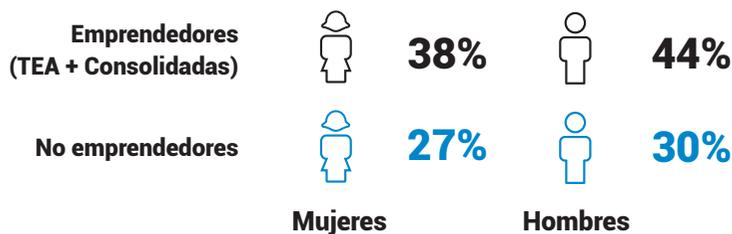
No. Al final el mayor obstáculo es el desconocimiento. Cuando no tienes ni idea de nada todo es mucho más difícil. Ya llevo 7 años emprendiendo y he aprendido muchísimo. Hay muchos obstáculos que ya se cómo se solucionan.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

La COVID-19 fue un frenazo en seco a nuestro crecimiento. Teníamos un modelo B2B que se vio muy afectado. Dimos la vuelta al modelo y potenciamos la parte *online* para que todo lo que venía de B2B viniese de B2C. Ahora mismo la parte B2C supone el porcentaje mayoritario de nuestra facturación.

Figura 3. Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2021

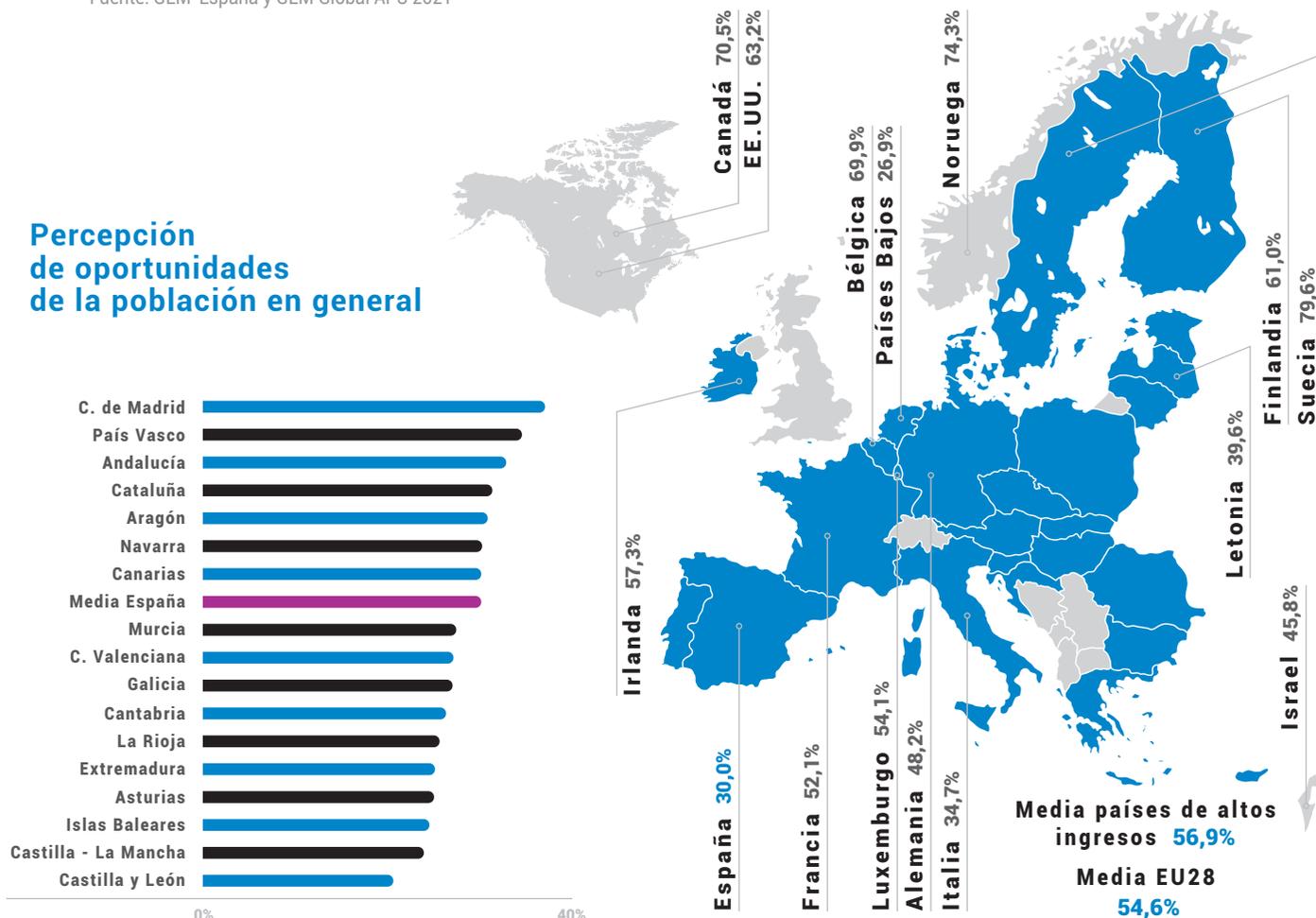


1.2. ¿Hay diferencias entre países y CC.AA. en las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento?

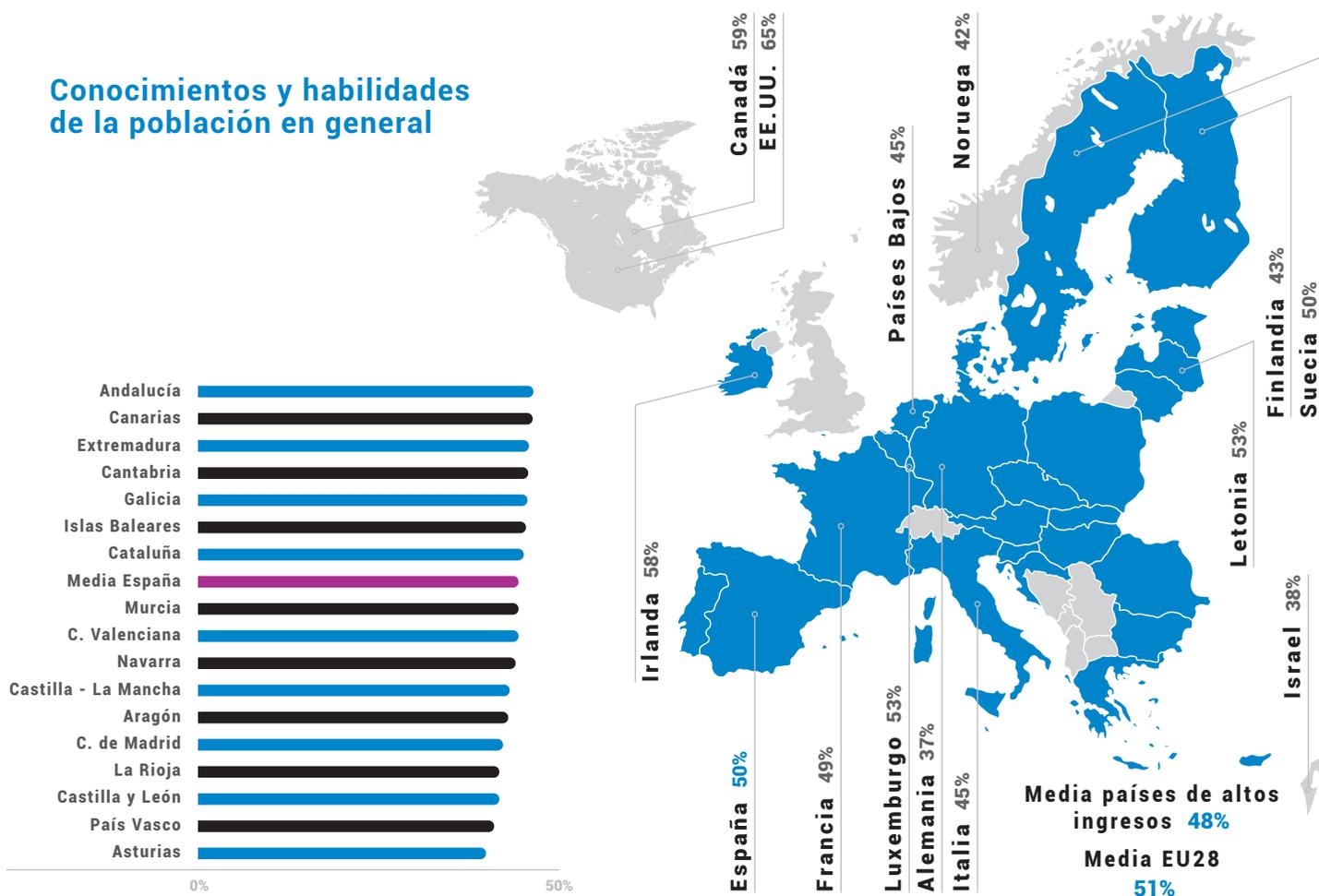
El 30% de la población española percibe oportunidades para emprender en 2021, un porcentaje que se incrementa, por ejemplo, en Madrid, País Vasco y Andalucía. Sin embargo, el porcentaje de población que percibe oportunidades es casi el menor de sus países de referencia, a pesar de que la mitad de la población cree tener los conocimientos y habilidades que se necesitan para iniciar un negocio, cifra que está por encima del de sus referentes internacionales. Al igual que en el caso de las CC.AA., percepción de oportunidades y percepción de conocimientos y habilidades no se corresponden, un reflejo de la falta de confianza de los emprendedores en los mecanismos que les pueden permitir aprovechar las oportunidades percibidas.

Gráfico 2. Posicionamiento de España en relación con las CC.AA. y otros países de referencia en percepción de oportunidades, conocimientos y habilidades para emprender en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021



Conocimientos y habilidades de la población en general



GLOBAL
ENTREPRENDIMIENTO
MONITOR
INFORME GENERAL
CASTILLA-LA
MANCHA
2020-2021

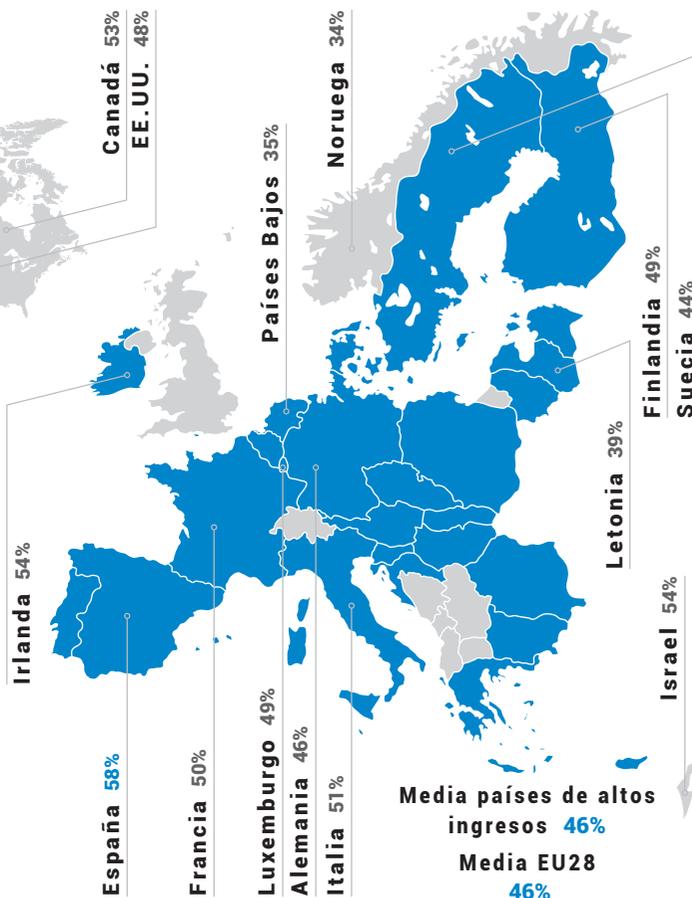
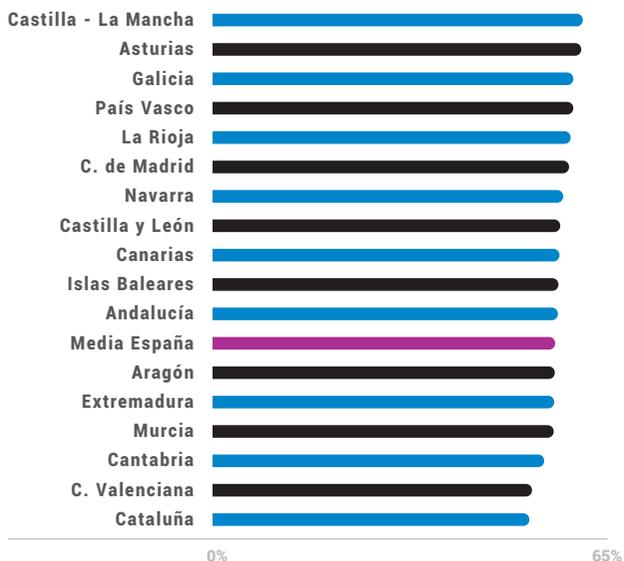
Al igual que en años anteriores, el miedo al fracaso constituye uno de los principales limitadores de la actividad emprendedora en España, que se sitúa en primera posición respecto a sus países de referencia. Más de la mitad de la población tiene miedo a fracasar si inicia un negocio, un porcentaje que se eleva al 63% en Castilla-La Mancha y Asturias. La existencia de modelos de referencia para emprender parece atenuar el miedo al fracaso, salvo en el caso de Galicia. España se sitúa a la cola de su grupo de países de referencia, con la excepción de Noruega, en su consideración de la existencia de modelos de referencia.



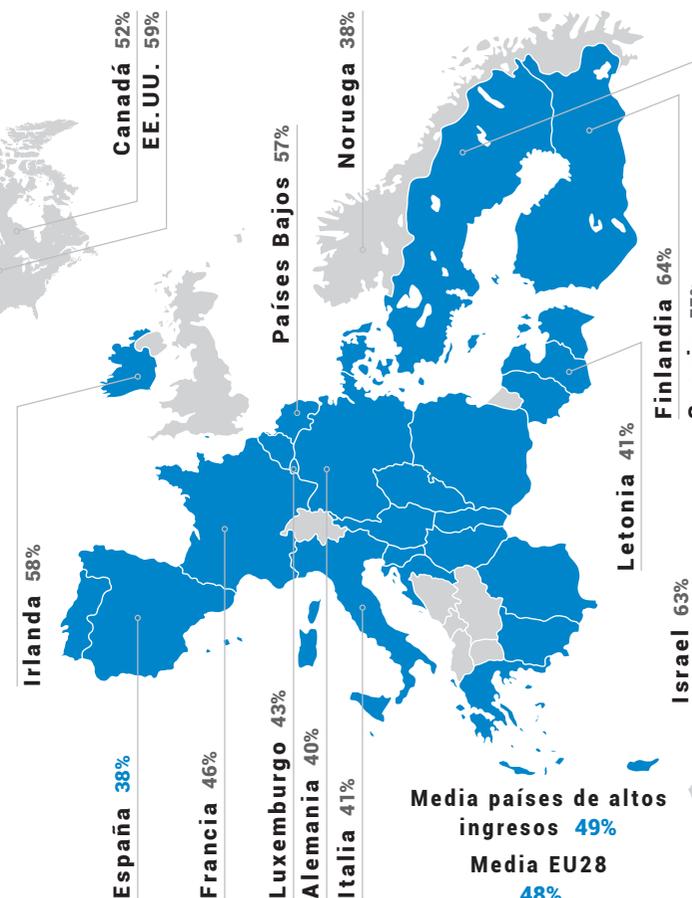
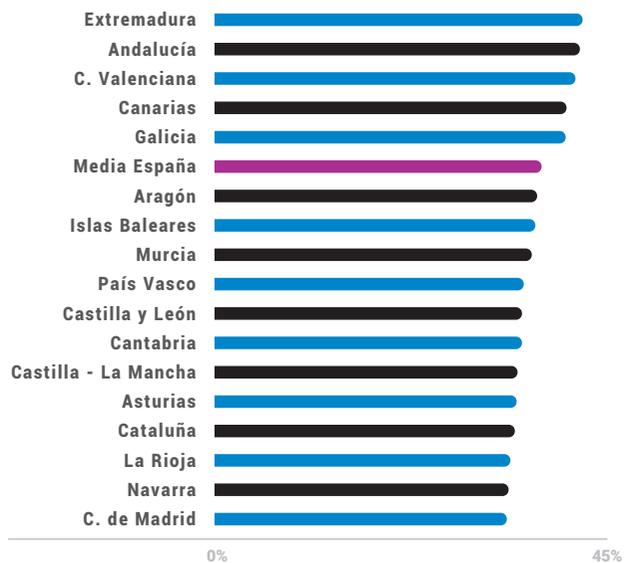
Gráfico 3. Posicionamiento de España en relación con las CCAA y otros países de referencia en función de las percepciones de miedo al fracaso y modelos de referencia en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021

Miedo al fracaso de la población en general



Modelos de referencia de la población en general





Cuidkers



Nombre de las emprendedoras: Paloma Monereo Megías, Ana Monereo Megías y Regina González Dopico.

Nombre del negocio: Cuidkers (www.cuidkers.com).

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Cuidkers es una comunidad donde las personas que gestionan sus familias pueden buscar información, ofrecer sus experiencias y consultar a profesionales sobre aquello que más les preocupa en el día a día de sus familias. Es la comunidad de las personas que tienen la capacidad de tomar decisiones económicas y emocionales muy importantes en el ámbito familiar.

¿Qué significa para vosotras ser emprendedoras?

Luchar por una idea transformadora.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surge de haber experimentado la no visibilización y la falta de valoración del trabajo al servicio de la familia.

Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de vuestro emprendimiento

La dificultad de lanzar un proyecto basado en una idea de innovación social que lucha por el cambio de un paradigma.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en vuestro negocio y cómo habéis innovado en respuesta a la pandemia?

Hemos experimentado una mayor utilización de herramientas *online* dirigidas al teletrabajo. también hemos experimentado un cambio en el modelo de relación con proveedores.

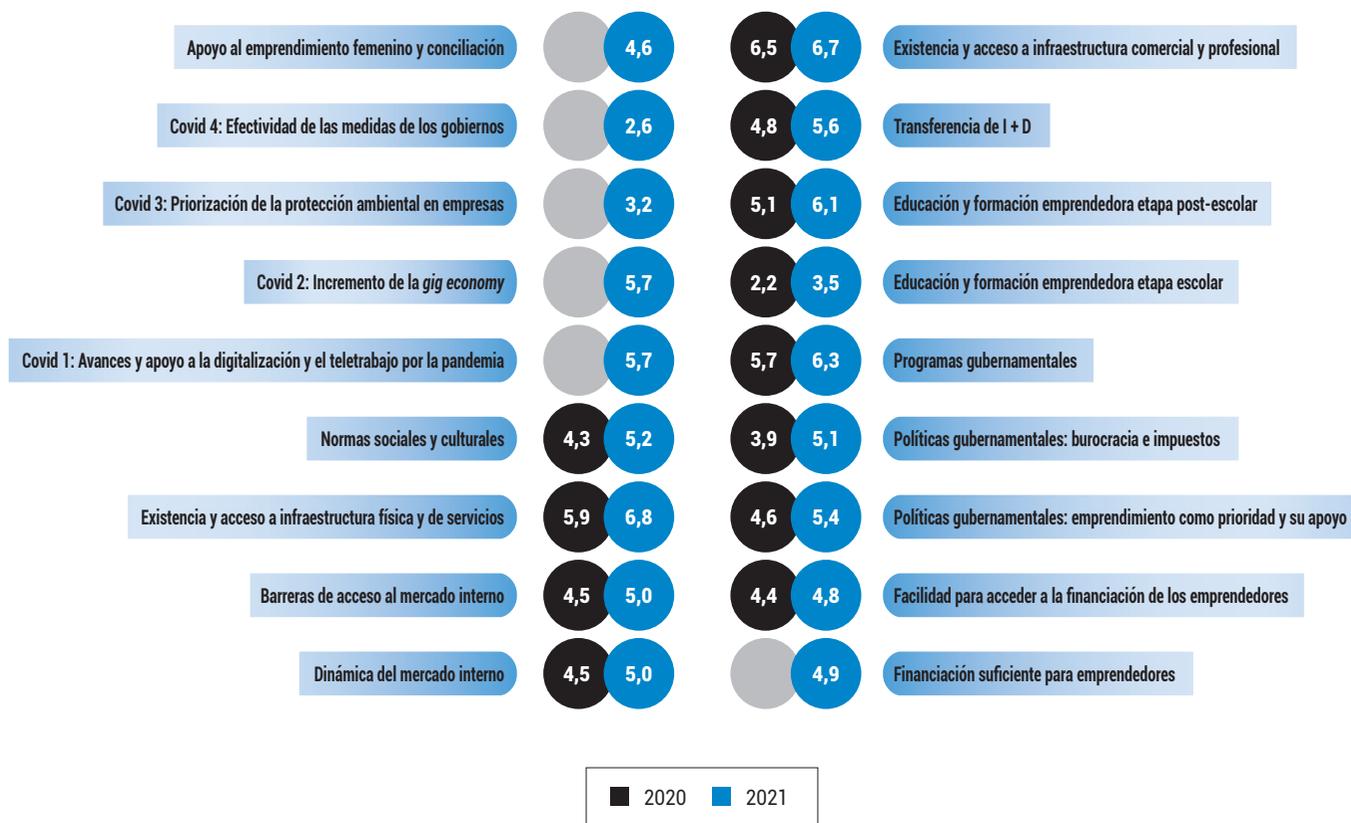
Algo que os gustaría añadir

Las ayudas al emprendimiento pueden acabar siendo un laberinto de difícil acceso.

1.3. ¿Qué perciben los expertos?

Gráfico 4. Valoración media (1-10) de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender

Fuente: GEM-España NES 2021



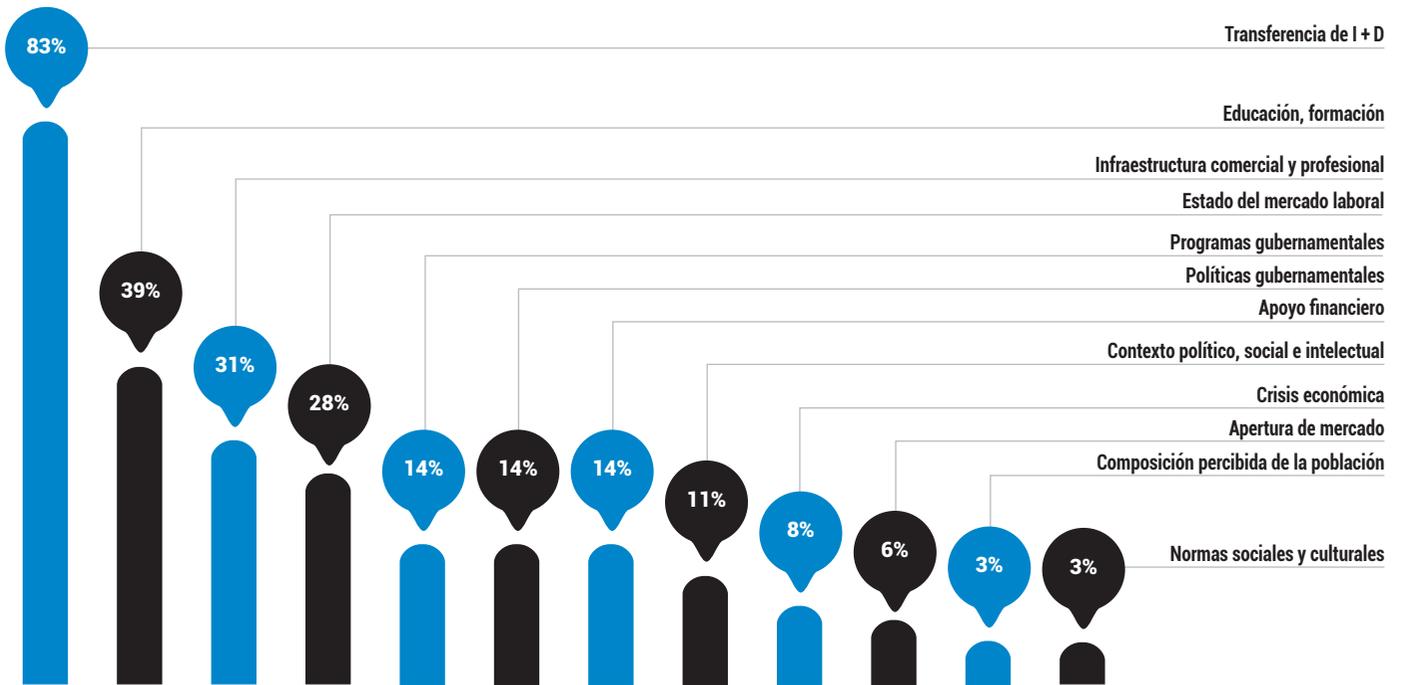
En 2021 los expertos valoran más positivamente que el año anterior las condiciones del entorno para emprender, especialmente el acceso a infraestructuras físicas, tecnológicas, comerciales y de servicios profesionales, así como los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento. La educación emprendedora en la etapa escolar sigue siendo el aspecto menos valorado, la asignatura que todavía queda pendiente, a pesar de mejorar también su valoración respecto al año anterior. En la edición del 2021 los expertos también valoraron como suficientes las condiciones financieras para emprender.

Los expertos consultados consideran que la transferencia de investigación y desarrollo desde las uni-

versidades al tejido empresarial supone un apoyo a la creación de empresas, especialmente a las de base tecnológica. En segundo lugar, consideran que el sistema educativo permite adquirir las competencias emprendedoras necesarias para iniciar un negocio. También valoran las condiciones desfavorables del mercado laboral español por cuenta ajena como impulsores de la actividad emprendedora, al igual que en años anteriores. Sin embargo, las políticas y programas de estímulo a la creación de empresas, el apoyo financiero, la crisis económica y la falta de estímulos a la apertura de nuevos mercados, así como las normas sociales y culturales, son consideradas en menor medida como apoyos a la actividad emprendedora.

Gráfico 5. Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en España en 2021

Fuente: GEM-España NES 2021



Los expertos continúan valorando negativamente las políticas gubernamentales, el sistema fiscal, la subida de tasas y cotización a la Seguridad Social como impedimentos a la actividad emprendedora, los elevados costes laborales de contratación y despido, así como las ayudas insuficientes y la falta de medidas concretas que permitan el aplazamiento de pagos. En menor medida se considera la falta de apoyo financiero, la crisis económica o las condiciones desfavorables del contexto político, institucional o social.

Gráfico 6. Medidas que perjudican la actividad emprendedora en España en 2021

Fuente: GEM-España NES 2021

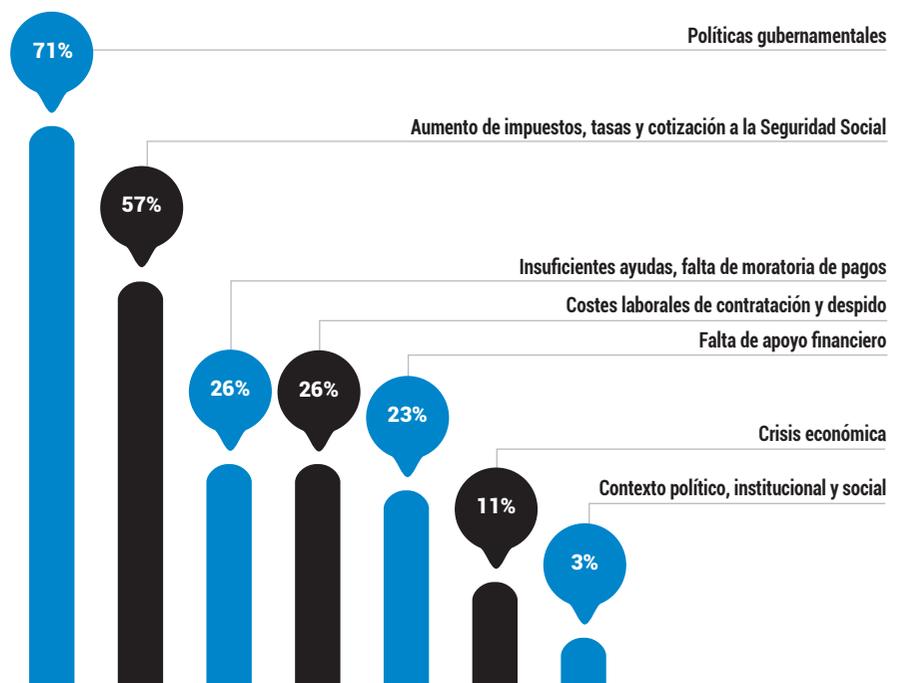
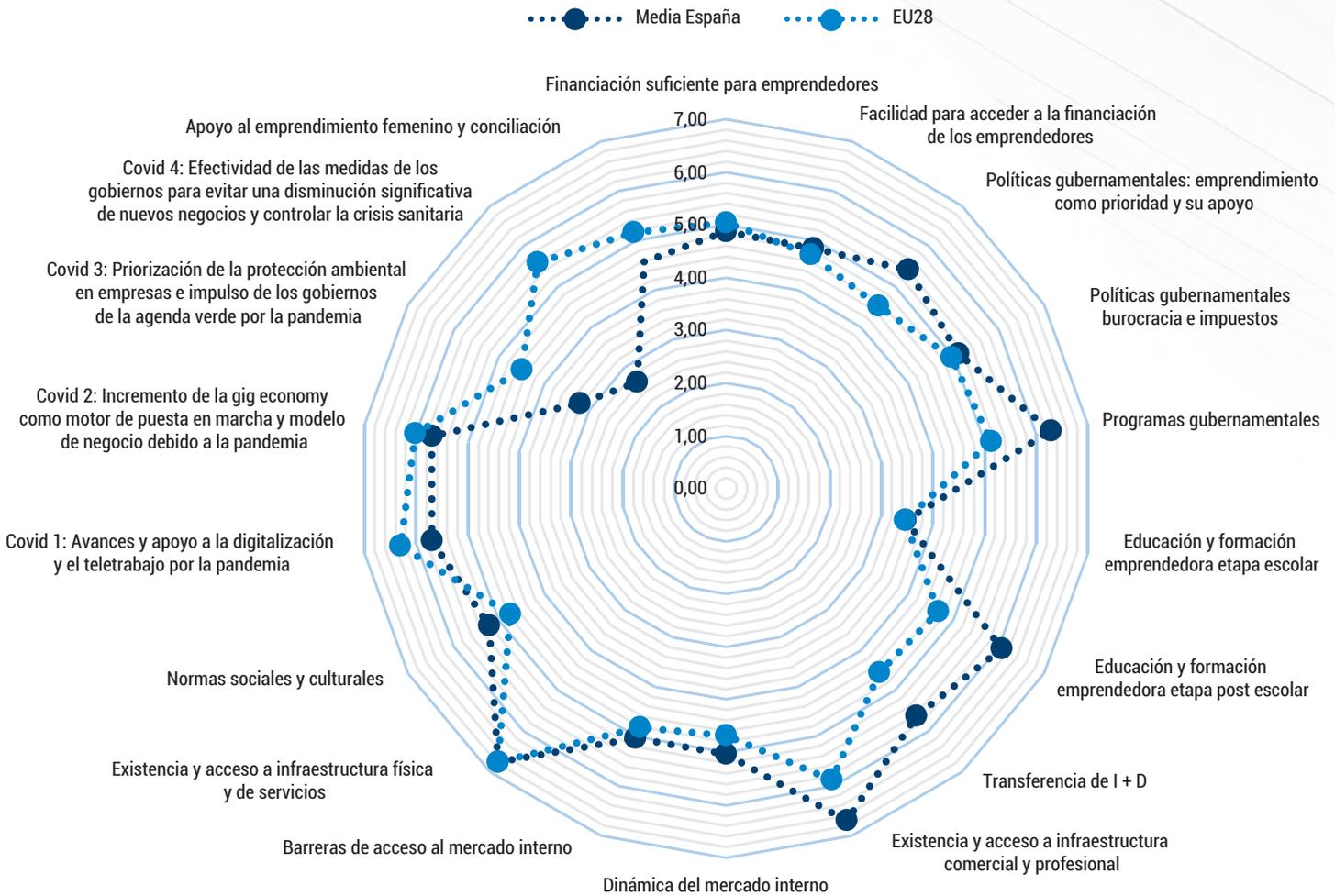


Gráfico 7. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en España y de los países de la UE28 en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global NES 2021

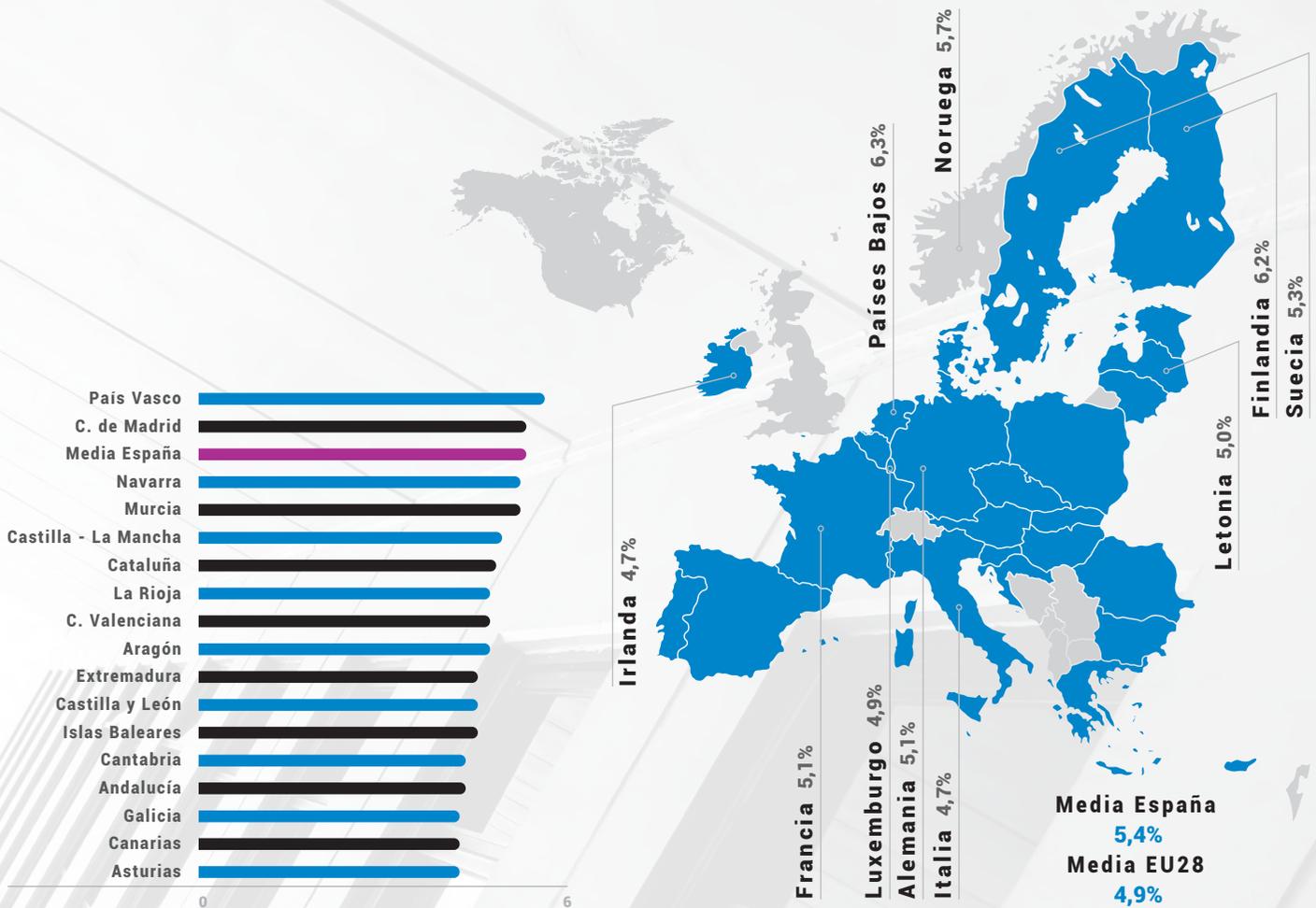


Por término medio los expertos españoles valoran menos que sus homólogos europeos la eficacia de las medidas gubernamentales orientadas a reducir la tasa de cierre de nuevas empresas durante la crisis sanitaria, así como las medidas de apoyo a la protección medioambiental a través de iniciativas emprendedoras con esta orientación. Sin embargo, valoran más positivamente el sistema educativo, los esfuerzos de transferencia de I + D y la existencia y acceso a infraestructuras comerciales y profesionales como condiciones favorables del entorno nacional para emprender.



Gráfico 8. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global NES 2021



Los expertos sitúan a España en el tercer cuartil en relación a las condiciones favorables del entorno para emprender (Índice NECI) en los países europeos de referencia. Por Comunidades Autónomas (CC.AA.), el País Vasco y Madrid superan a la media nacional respecto a la valoración favorable de sus condiciones de entorno para emprender.



CAPÍTULO 2

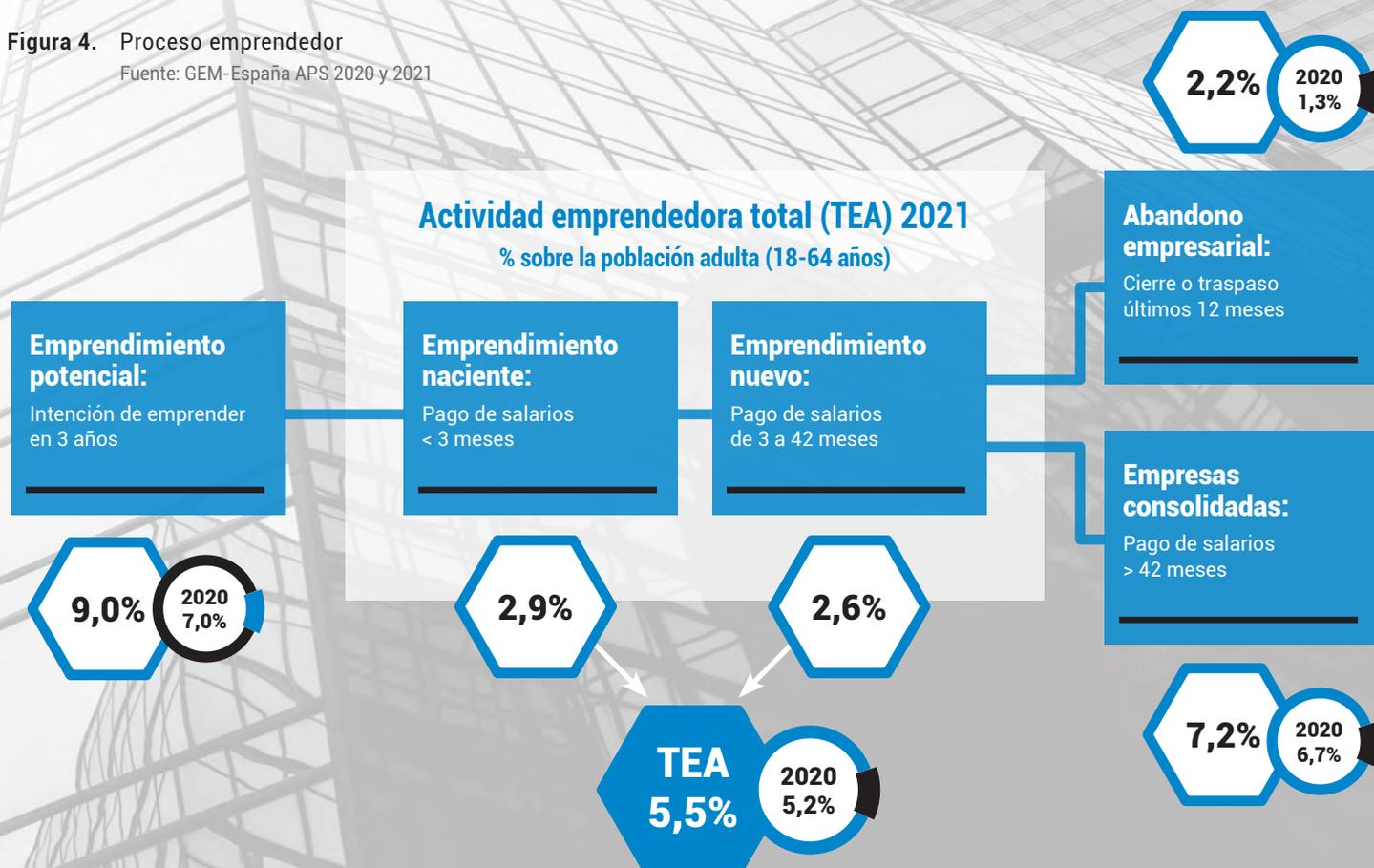
El proceso emprendedor

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

Emprender es un proceso que empieza con una intención y atraviesa distintas fases hasta lograr crear una empresa consolidada. El GEM identifica el porcentaje de población inmersa en cada una de las fases de ese proceso: Emprendimiento potencial (personas con intención de emprender), emprendimiento naciente (personas que han pagado salarios durante menos de tres meses), emprendimiento nuevo (personas que han pagado salarios entre los tres y los 42 meses de vida de la empresa) y empresas conso-

lidadas (personas que han pagado salarios en empresas de más de tres años y medio de vida). La tasa de actividad emprendedora total (tasa de emprendimiento reciente o incipiente), denominada *Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)*, principal indicador del GEM, refleja el porcentaje de población adulta involucrada en la fase central del proceso emprendedor (emprendimiento naciente y nuevo), donde se localizan las iniciativas emprendedoras recientes.

Figura 4. Proceso emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2020 y 2021





El Súper de los Pastores



Nombre de los emprendedores: Lucía y Carlos Zamora Gorbeña (de pie en la foto).

Nombre del negocio: El Súper de los Pastores (www.elsuperdelospastores.com).

Ubicación del negocio: Santander y Madrid.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: El Súper de los Pastores es una red de supermercados de barrio donde solo se vende producto de pequeños productores nacionales, muchos de ellos ecológicos. Es un proyecto con un objetivo doble: poner a disposición del ciudadano esos productos artesanales y ecológicos que mejoran nuestra salud y que recuperan los sabores auténticos, tratando de retomar esa antigua conexión que existía en las ciudades con el campo; y ser una plataforma de venta y difusión para más de 500 pequeños artesanos, ayudándolos a continuar con su sueño, a seguir con el estilo de vida que han elegido y a fijar población en el medio rural. En definitiva, para llenar esa España vaciada. Además de las tiendas físicas, también tenemos una tienda *online* que da servicio a toda España peninsular y un canal de venta para profesionales de la hostelería y colectividades.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Tener una iniciativa y ser capaz de ser motor y que se materialice, buscando todos los recursos y motivando a un equipo para lograr ponerlo en marcha.

¿Cómo surgió la idea?

Antes de la pandemia, en Deluz y Compañía creamos una mesa de sueños para soñar y decidir entre todos en qué íbamos a invertir los beneficios de 2020 para generar un nuevo proyecto social. En pleno confinamiento, estresados y agobiados por el cierre de nuestros restaurantes, y pensando que podían venir otros confinamientos y restricciones, decidimos, con la aprobación de todo el equipo y la consulta a muchos productores, poner en marcha El Súper de los Pastores para poder seguir manteniendo el empleo y poder seguir comprando producto a los pequeños productores ecológicos y artesanos con los que llevábamos trabajando más de 16 años. Para los animales no había Ertes. Y los cultivos tampoco se podían parar.

¿Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de tu emprendimiento?

El gran obstáculo es la financiación. Es muy difícil acceder a ella cuando creas una empresa nueva. Además, se piden resultados muy a corto plazo y hay proyectos que necesitan que la siembra dé su fruto, y a veces este es un tiempo que no entienden los inversores. Actualmente los fondos sociales solo invierten en empresas que están en beneficios y para estar ahí necesitas un tiempo. Creo que si hubiese más financiación estatal saldrían grandes proyectos que mueren ahogados por falta de oxígeno financiero o que ni siquiera llegan a nacer. La falta de financiación, además, estresa mucho y es muy difícil de soportar tanto estrés.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en su negocio y cómo ha innovado en respuesta a la pandemia?

Bueno en nuestro caso la COVID-19, o más bien los confinamientos y las restricciones a la actividad económica, fue el detonante para nacer y poder sobrevivir sin despedir a personas o dejar de comprar a nuestros compañeros los productores con los que llevamos trabajando 16 años.

Algo que os gustaría añadir

Debería haber un tratamiento fiscal diferente para las empresas y *startup* sociales y menos contaminantes pues generamos menos costes al sistema, sobre todo las creadas en zonas rurales. Los productos que generan bien para el mundo tienen que tener otra fiscalidad para que los ciudadanos puedan adquirirlos y puedan competir con los que contaminan tanto.



La actividad emprendedora reciente (TEA) en España se mantiene en niveles de años anteriores a la crisis sanitaria, y se incrementa respecto a 2020, al igual que las empresas consolidadas. Y ello a pesar del repunte del abandono empresarial. El aumento del porcentaje de la población con intención de emprender en los próximos tres años permite prever el crecimiento de la actividad emprendedora en el futuro, si las circunstancias no cambian.

En 2021 el porcentaje de emprendedoras aumenta en todas las fases del proceso emprendedor. Las mujeres se mantienen por delante de los hombres como emprendedoras recientes (TEA), aumentando su porcentaje de un 4,8% en 2020 a un 5,6% en 2021, a diferencia de los hombres, que bajan de un 5,6% en 2020 a un 5,4% en 2021. Aunque la participación femenina también aumenta en las empresas consolidadas, los hombres siguen siendo un porcentaje mayor en esta fase, al igual que en la fase de emprendimiento potencial.

Figura 5. Emprendimiento Potencial, TEA Empresas, y Consolidadas en función del sexo

Fuente: GEM-España 2021

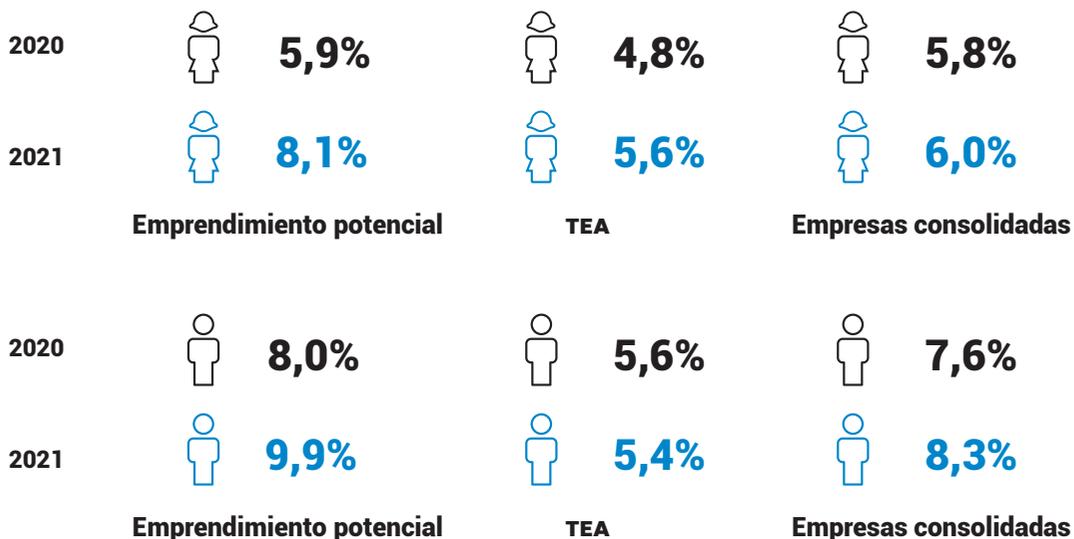
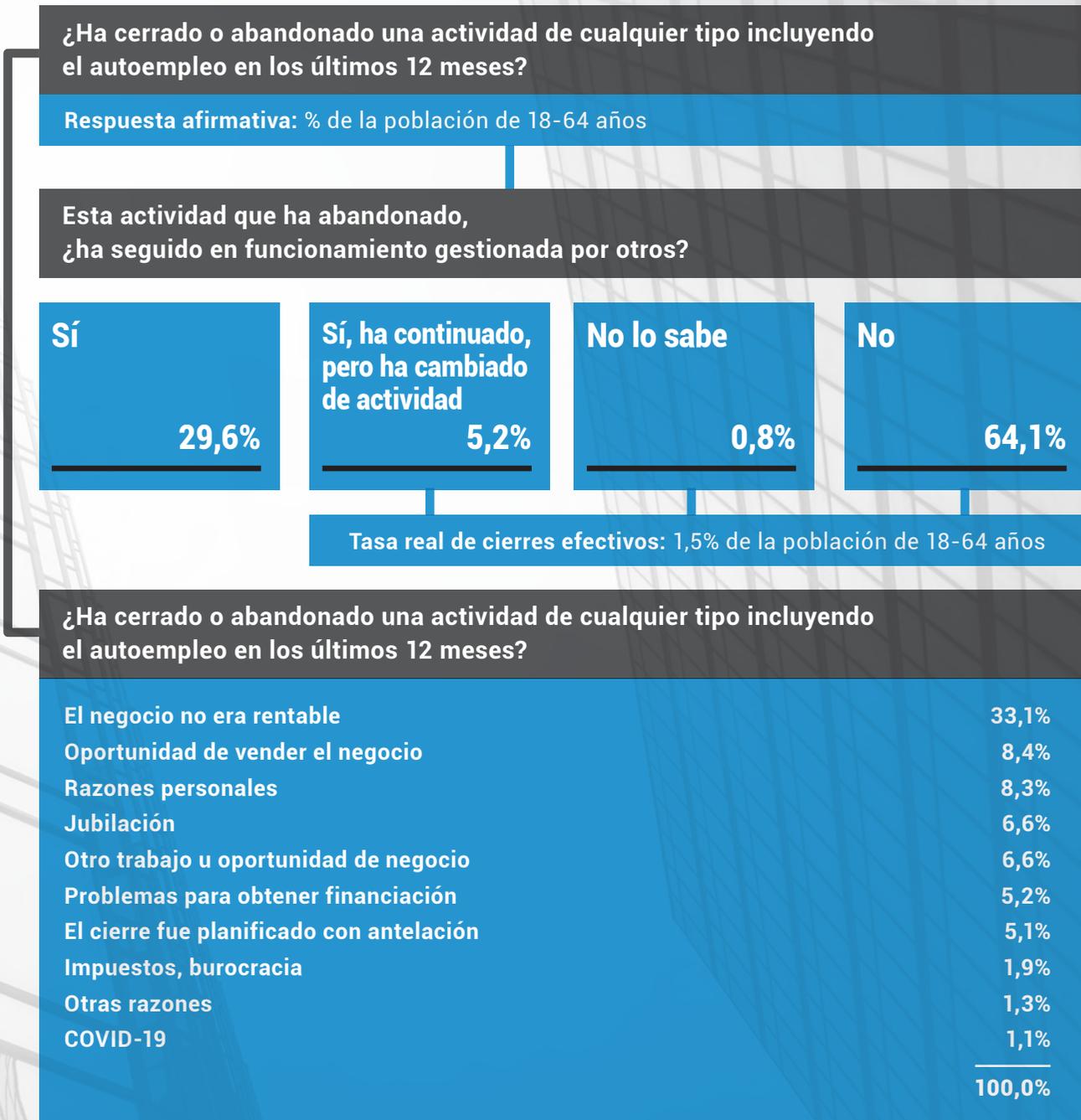


Figura 6. Abandono de la actividad empresarial en España en 2021

Fuente: GEM-España 2021

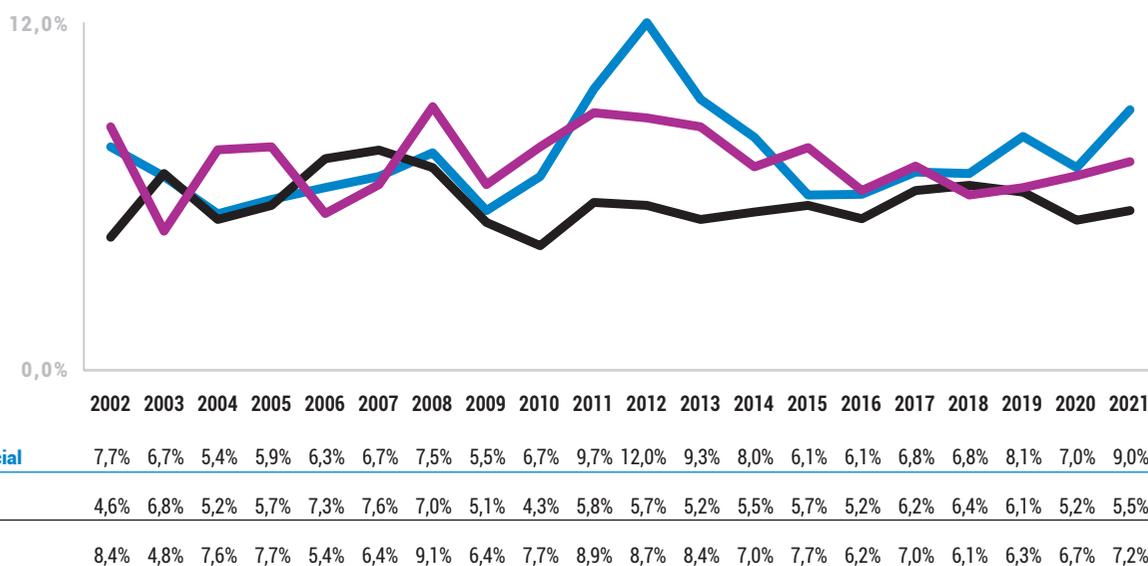


El 1,5% de la población adulta ha cerrado o abandonado su actividad empresarial durante 2021, aunque en el 29,6% de las ocasiones otra persona ha retomado la actividad. La principal razón del cierre ha sido la falta de rentabilidad (33,1%), seguido de la oportunidad de vender el negocio (8,4%). La crisis causada por el COVID-19 ha influido sólo en el 1,1% de los abandonos empresariales.

2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Gráfico 9. Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor en España durante el periodo 2002-2021

Fuente: GEM-España APS 2002-2021



Como conclusión, con un índice TEA de un 5,5%, la actividad emprendedora en España empieza a superar las consecuencias de la crisis sanitaria. Las mujeres emprendedoras consolidan su liderazgo en la fase central del proceso emprendedor, y constituyen un 5,6% de la población que está involucrada en la creación de empresas de menos de tres años y medio de vida. Las empresas consolidadas también aumentan su porcentaje, a pesar del repunte de abandonos empresariales. El crecimiento del emprendimiento potencial, que roza el 10% de la población, permite confiar en el crecimiento de la actividad emprendedora en los próximos años, si las condiciones del entorno lo permiten.

Gráfico 10. Evolución índice TEA en España durante el periodo 2005-2021

Fuente: GEM-España APS 2005-2021

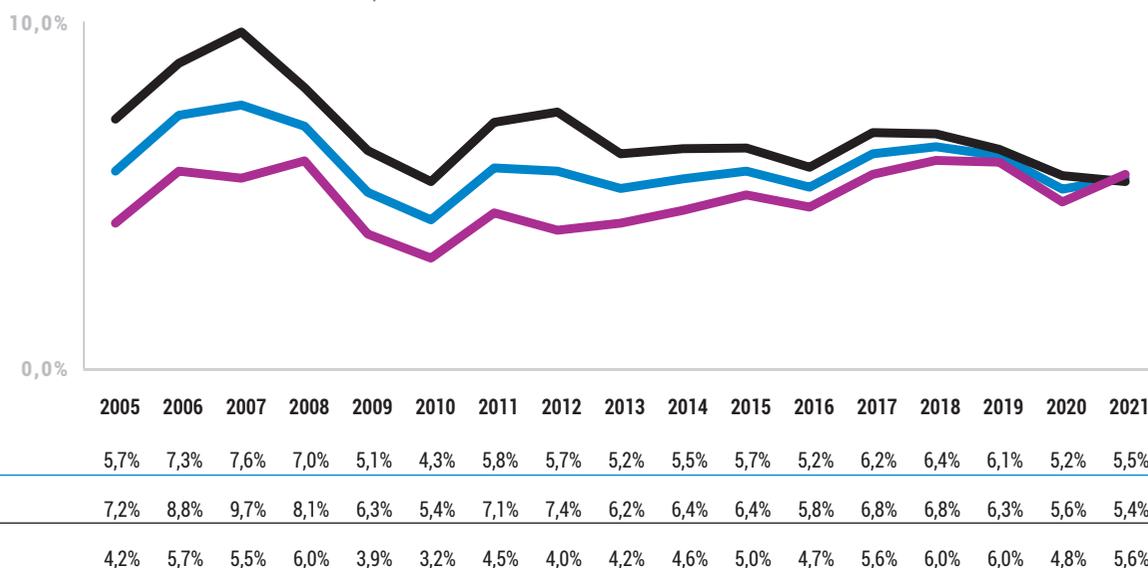
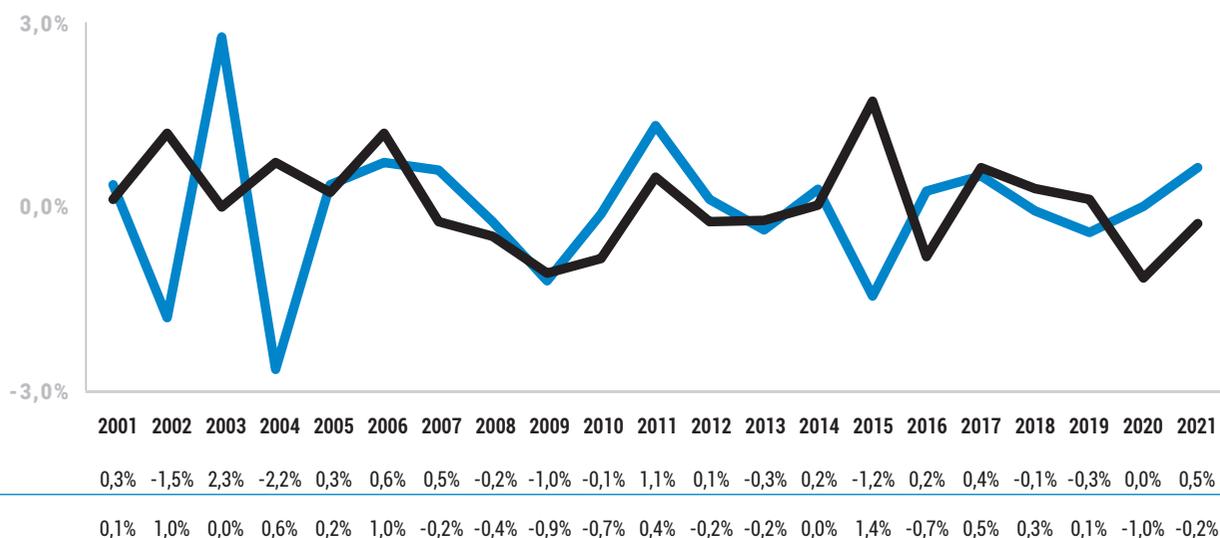


Gráfico 11. Tasas de crecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas) en España durante el período 2001-2021

Fuente: GEM-España APS 2001-2021



En 2021 aumenta el porcentaje de emprendedores potenciales, cambiando la tendencia decreciente de 2019. Esta situación, unida al crecimiento sostenido del índice TEA y las empresas consolidadas, augura un futuro creciente de la actividad emprendedora, si el contexto no cambia. La distribución del índice TEA entre hombres y mujeres en 2021 recupera la tendencia del 2019, cuando el emprendimiento femenino empezaba a superar al masculino.

La evolución de las iniciativas nacientes (menos de tres meses) y nuevas (de tres meses a tres años y medio) en los últimos veinte años refleja el efecto de las crisis en la tasa de iniciativas emprendedoras recientes (TEA). La evolución de estas iniciativas en los tres últimos años muestra un comportamiento más favorable que en crisis anteriores, especialmente en la recuperación de iniciativas nacientes, lo que indica un aumento de la confianza de los emprendedores.

2.3. Perspectiva Internacional y por CC.AA. de las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento

Cataluña, Madrid y Cantabria se posicionan como las CC.AA. con mayor tasa de emprendimiento reciente (TEA), por encima del 5,5% de la media nacional. Junto a ellas, Navarra, Galicia, La Rioja, Asturias, Extremadura y Aragón mantienen un porcentaje superior a la media de población involucrada en empresas consolidadas, a pesar de que en Madrid y Cataluña la tasa de cierres también ha superado la media. El elevado porcentaje de emprendedores potenciales de Canarias y Andalucía, que junto a Madrid superan el 10% de la población, permite prever un repunte del índice TEA y de las empresas consolidadas en el futuro.

A nivel internacional, en 2021 España se sitúa por encima de la media de la Unión Europea, e incluso de los países europeos de ingresos más altos, en porcentaje

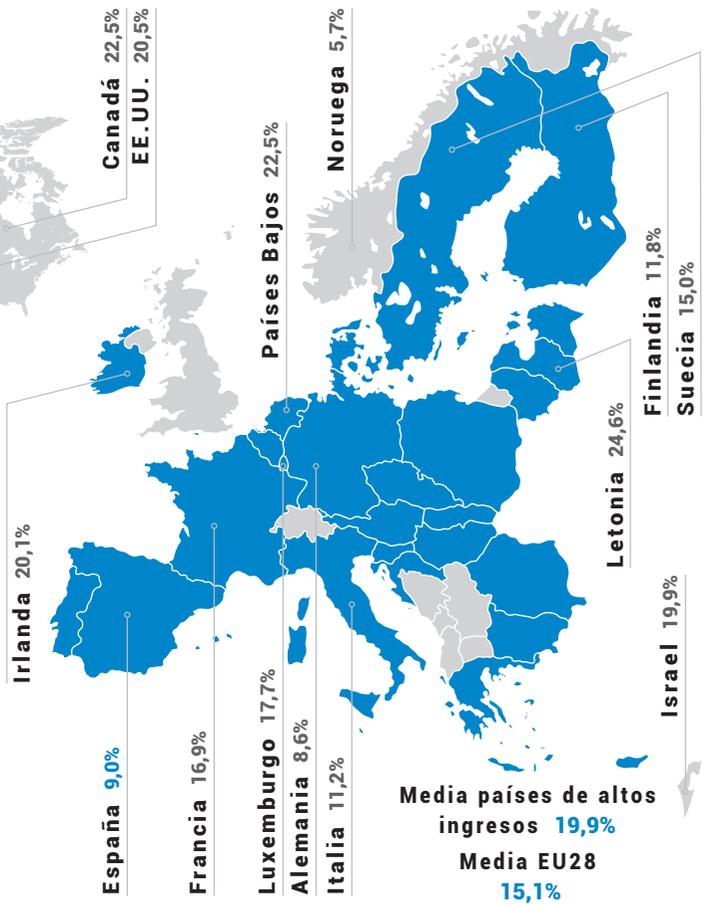
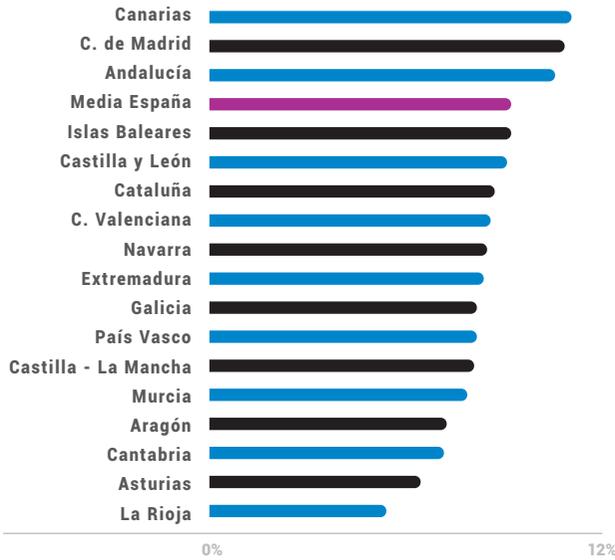
de población involucrada en empresas consolidadas, y por debajo de la media en porcentaje de cierres de iniciativas emprendedoras, aunque también se mantiene por debajo de la media en las tasas de emprendimiento potencial y reciente (TEA).

Como conclusión, en 2021 la actividad emprendedora en España retoma el crecimiento que había quedado en suspenso durante la crisis sanitaria. La distribución de la actividad emprendedora entre hombres y mujeres también recupera la tendencia del 2019, cuando el emprendimiento femenino empezaba a superar al masculino en las iniciativas más recientes. España se posiciona como un país en el que los emprendedores han resistido mejor la crisis sanitaria, manteniendo las empresas consolidadas y evitando el cierre de iniciativas emprendedoras.

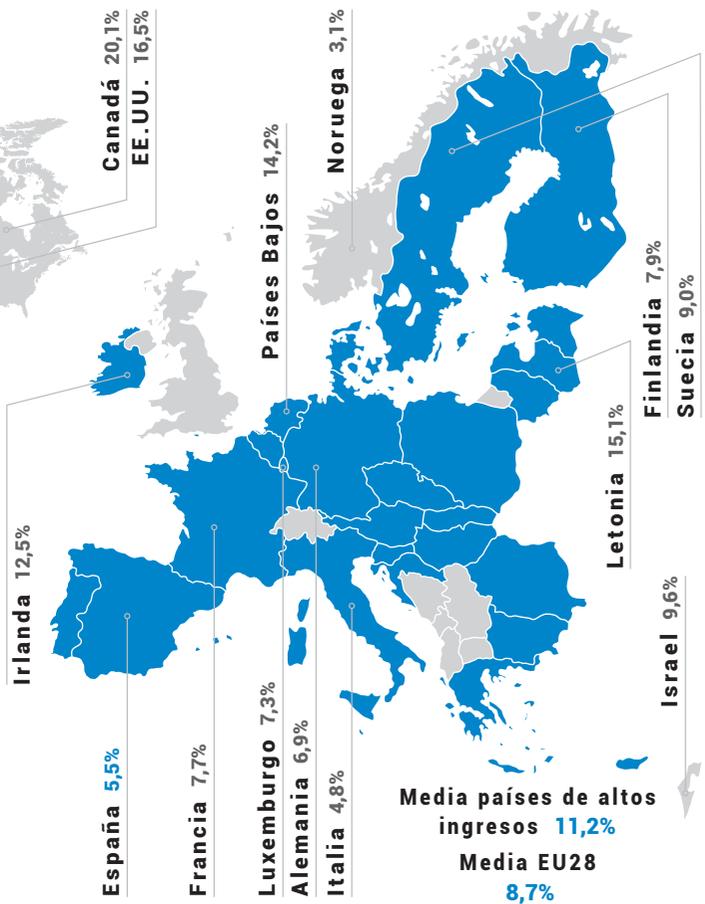
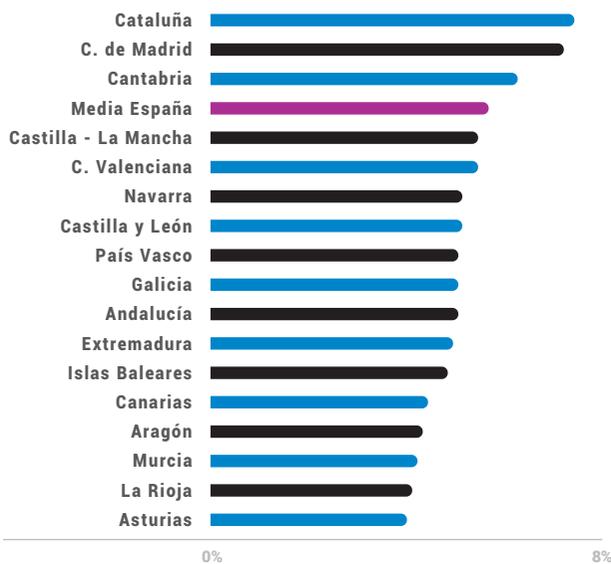
Gráfico 12. Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC.AA. en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021

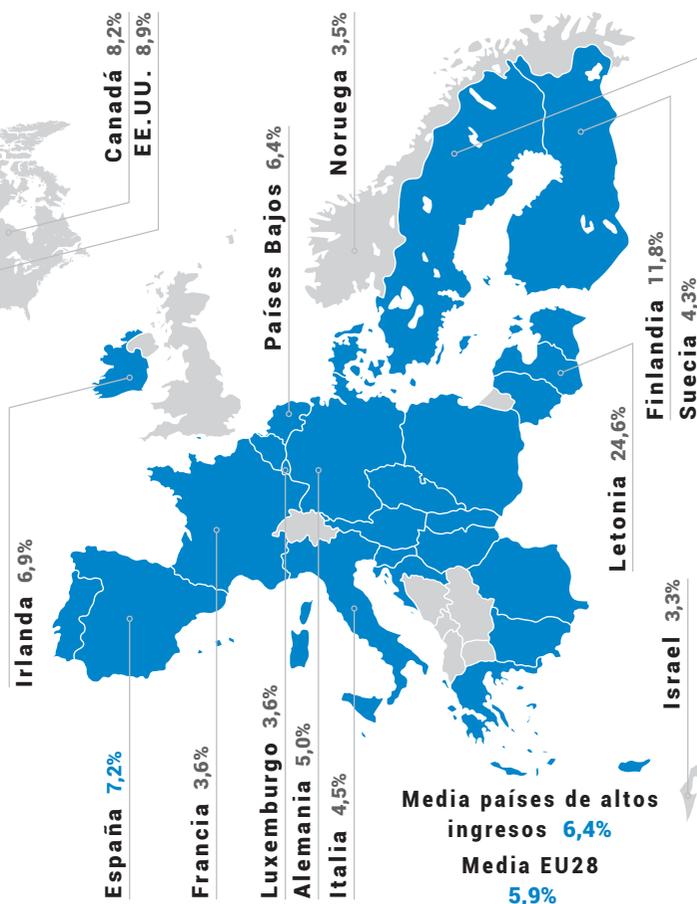
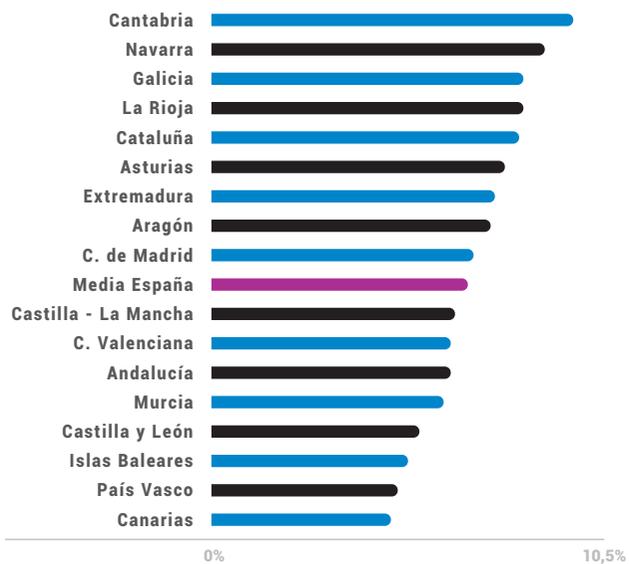
Emprendimiento potencial



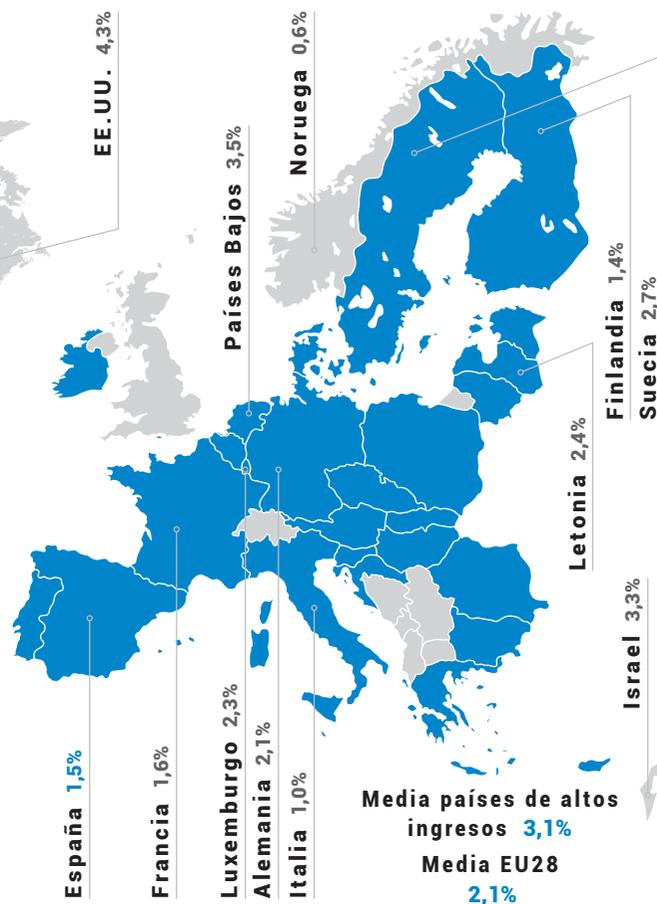
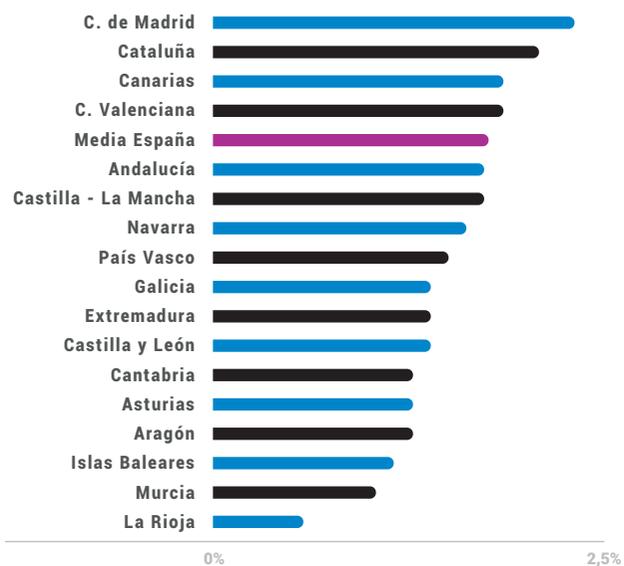
TEA



Empresas consolidadas



Cierres





CAPÍTULO 3

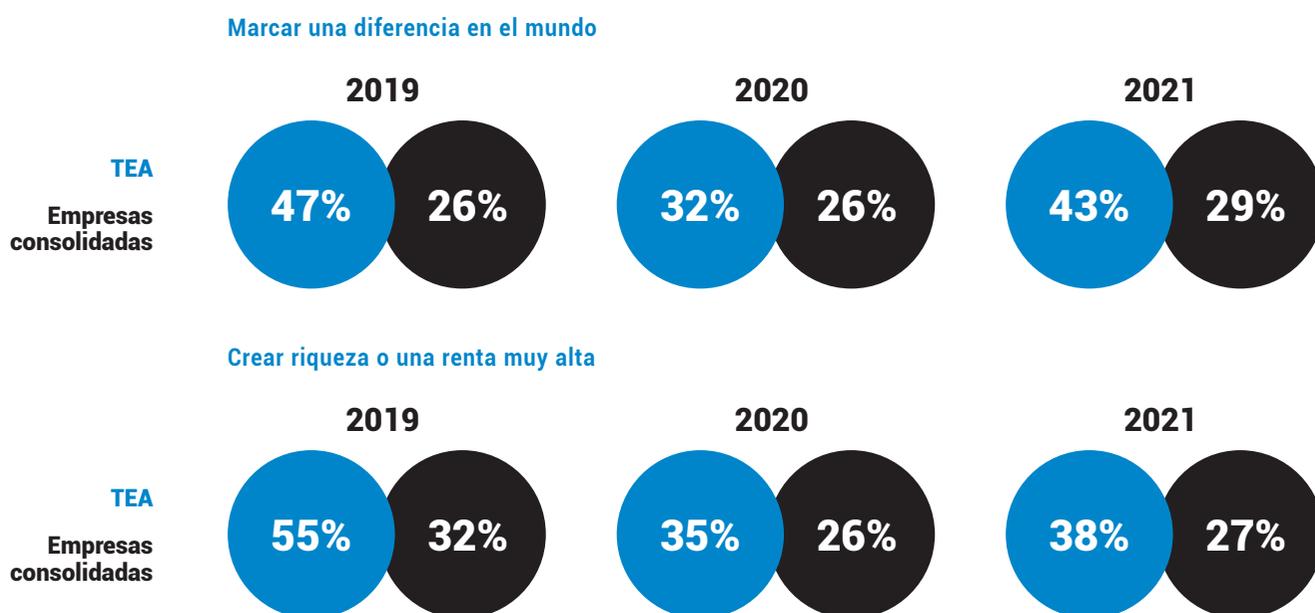
Perfil de la persona que emprende

3.1. Motivación

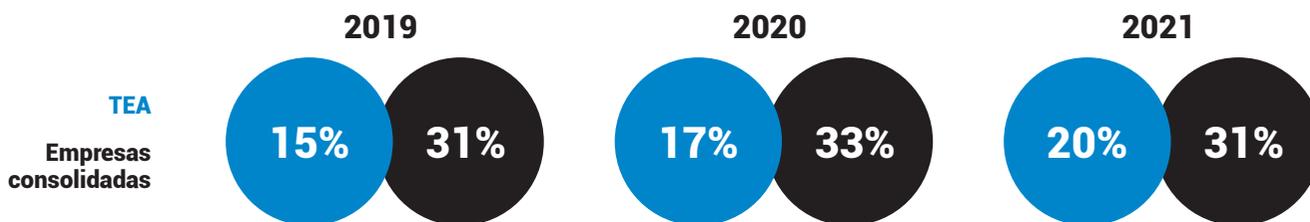
La crisis sanitaria redujo drásticamente la ambición de las motivaciones de los emprendedores recientes en 2020, relacionadas con marcar una diferencia en el mundo o crear riqueza o una renta muy alta. En 2021 esta ambición se recupera, especialmente el motivo de marcar una diferencia en el mundo, que señalan el 43% de las personas que emprenden. En los últimos tres años también se percibe un cambio generacional en las motivaciones. Los emprendedores recientes son más ambiciosos que los que lideran empresas consolidadas.

Durante los últimos dos años más de un 70% de los emprendedores recientes (TEA) manifiesta haber creado sus empresas para ganarse la vida porque el trabajo escasea, lo que supone un incremento considerable respecto al 2019, siguiendo la tendencia de las empresas consolidadas. En 2021 la tradición familiar pierde peso como motivación en las empresas consolidadas, y se mantiene en torno al 20% en el caso de los emprendedores recientes (TEA).

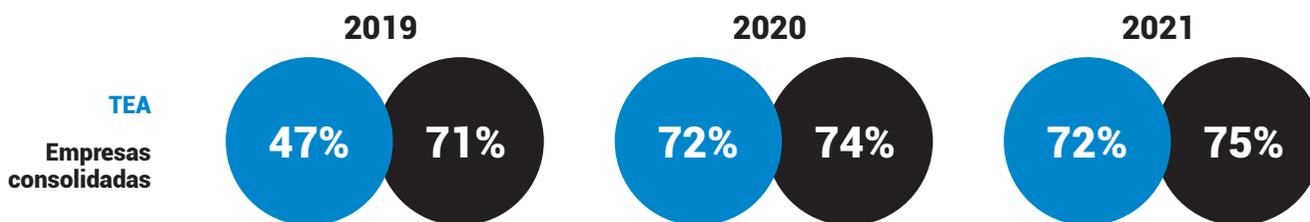
Gráfico 13. Motivaciones de las personas emprendedoras 2019, 2020 y 2021
Fuente: GEM-España APS 2019-2021



Continuar una tradición familiar



Ganarme la vida porque el trabajo escasea



En 2021 las mujeres superan a los hombres en querer crear empresas que marquen una diferencia en el mundo. Sin embargo, es menor el porcentaje de mujeres que crean empresas para conseguir una renta alta, especialmente en las iniciativas más recientes. Continuar una tradición familiar acusa también el cambio intergeneracional. Menos del 20% de los

emprendedores recientes, hombres y mujeres, manifiesta ese motivo, a diferencia del 30% de los emprendedores con empresas consolidadas. Sin embargo, es la motivación de emprender para ganarse la vida la razón que han considerado un mayor número de emprendedores en los últimos tres años, especialmente las mujeres.

Tabla 2. Motivaciones en función del sexo 2019, 2020 y 2021

Fuente: GEM-España APS 2019-2021

Marcar una diferencia en el mundo

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
2019	44%	50%	27%	25%
2020	30%	34%	25%	27%
2021	44%	42%	31%	27%

Crear riqueza o una renta muy alta

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
2019	49%	61%	30%	34%
2020	28%	41%	24%	27%
2021	32%	45%	24%	30%

Continuar una tradición familiar

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
2019	14%	16%	30%	32%
2020	18%	17%	32%	33%
2021	18%	21%	31%	31%

Ganarme la vida porque el trabajo escasea

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
2019	51%	43%	74%	69%
2020	74%	71%	72%	74%
2021	73%	71%	75%	75%



Green Environment Technologies



Nombre de la emprendedora: Elena Calvo Cantero.

Nombre del negocio: Green Environment Technologies (www.getcrops.com).

Ubicación del negocio: Parque Científico (Universidad de Valencia), entre otros.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Empresa biotecnológica dedicada a la producción de plantas mediante tecnologías de cultivo *in vitro* para su comercialización en todo el mundo que ofrece asesoramiento agronómico y selecciona las variedades en función de las diferentes condiciones edafoclimáticas. También presta servicios de I+D para el desarrollo de protocolos de multiplicación *in vitro* de nuevas especies vegetales, selección y mejora vegetal.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Tener la libertad de poder gestionar mi tiempo y organizar el trabajo de manera mucho más eficaz y flexible y, también, tener que estar en formación constante para reciclar conocimientos, mirando siempre al futuro, estar siempre alerta para mejorar.

¿Cómo surgió la idea?

La empresa nace cuando dos empresas, una con dilatada experiencia en biotecnología y la otra en comercio en mercados internacionales, deciden unirse con la estrategia de expandir la *técnica de* multiplicación de plantas mediante cultivo *in vitro* mundialmente y ayudar a países en vías de desarrollo (o no) a lograr una producción de calidad.

¿Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de tu emprendimiento?

No por ser el de la agricultura el sector en el que se desarrolla la actividad se han encontrado más obstáculos pero sí por el panorama mundial que nos está tocando vivir, como en general en el resto de empresas y sectores.

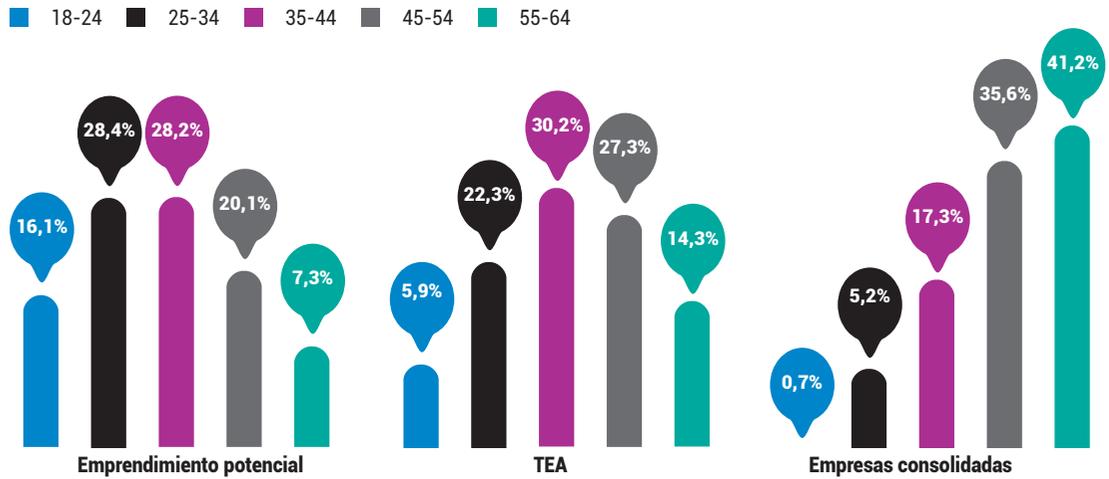
¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo habéis innovado en respuesta a la pandemia?

La obligación del teletrabajo en algunos puestos ha acelerado la digitalización de procesos que se llevaban a cabo de manera bastante arcaica lo cual nos ha favorecido no solo durante la pandemia si no también después porque son cambios que vinieron para quedarse y para impulsarnos a querer optimizar otros recursos de manera más ágil y efectiva.

3.2. Edad

Gráfico 14. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021

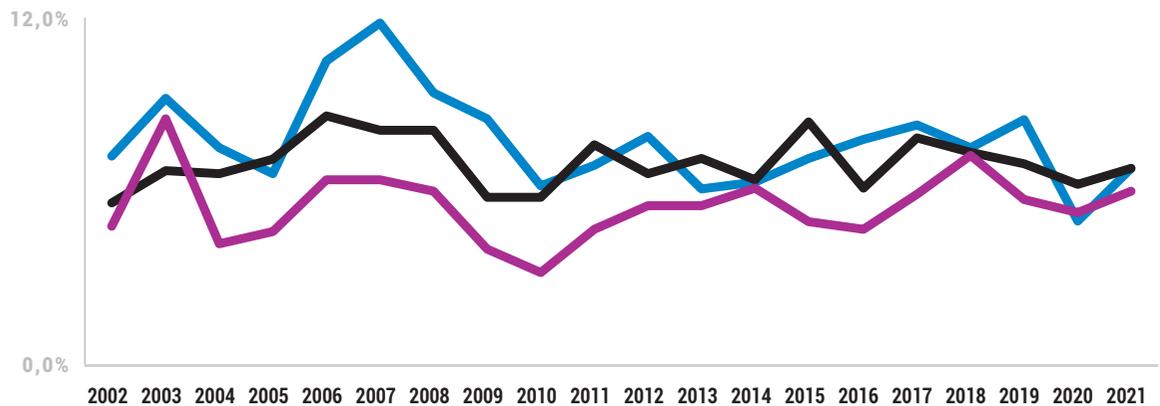


La distribución de edad de la mayoría de los emprendedores potenciales se solapa con la de los emprendedores TEA (25-54), algo que diferencia a España de otros países con emprendedores potenciales más jóvenes.

La distribución de edad de los emprendedores recientes (TEA) se ha equilibrado en el rango de edades intermedias (25-54) en los últimos años, por el descenso de los emprendedores de edades comprendidas entre 25 y 34 años y el repunte de los de edades comprendidas entre 45 y 54 años.

Gráfico 15. Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios en España durante el período 2002-2021

Fuente: GEM-España APS 2002-2021



TEA2534

7,2% 9,2% 7,5% 6,6% 10,5% 11,8% 9,4% 8,5% 6,2% 6,9% 7,9% 6,1% 6,3% 7,1% 7,8% 8,3% 7,5% 8,5% 5,0% 6,8%

TEA3544

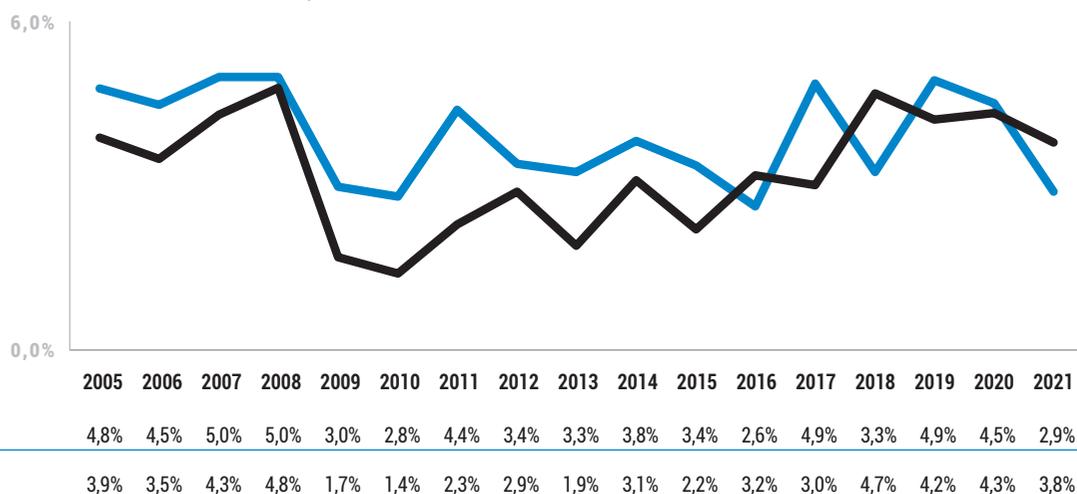
5,6% 6,7% 6,6% 7,1% 8,6% 8,1% 8,1% 5,8% 5,8% 7,6% 6,6% 7,1% 6,4% 8,4% 6,1% 7,8% 7,4% 6,9% 6,2% 6,8%

TEA4554

4,8% 8,5% 4,2% 4,6% 6,4% 6,4% 6,0% 4,0% 3,2% 4,7% 5,5% 5,5% 6,1% 5,0% 4,7% 5,9% 7,2% 5,7% 5,3% 6,0%

Gráfico 16. Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos en España durante el período 2005-2021

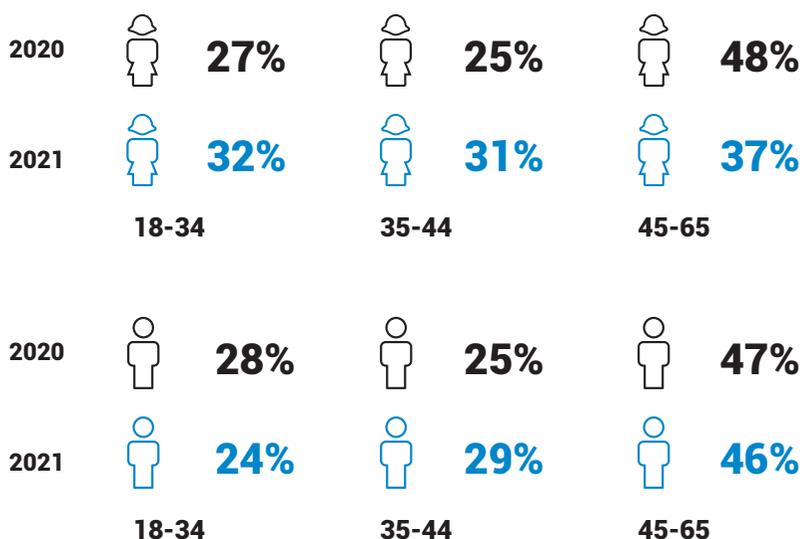
Fuente: GEM-España APS 2005-2021



La evolución de los que emprenden más jóvenes (18-24) y mayores (55-64) es más cíclica que en otros tramos de edad, acusando el descenso provocado por la crisis de 2008 y el repunte posterior, así como un decremento importante en los años 2018 y 2019.

Figura 7. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo 2020, 2021

Fuente: GEM-España APS 2020-2021



En 2021 hay un mayor porcentaje de mujeres más jóvenes (18-44) que han emprendido en los últimos tres años y medio, en comparación con 2020. Los hombres, sin embargo, muestran una evolución contraria. Cada vez emprenden en edades más tardías, la mayoría entre los 35 y los 65 años.

3.3. Educación

Tabla 3. Distribución del índice TEA en función de la educación de los emprendedores en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021

Educación		Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
Primaria	Total	28%	22%	36%
	Total	37%	34%	34%
Secundaria	Secundaria	19%	17%	19%
	FP Superior	18%	17%	15%
	Total	35%	43%	29%
Universidad	Grado	18%	23%	20%
	Master	15%	17%	8%
	Doctorado	2%	3%	2%

En 2021 el 43% de los emprendedores recientes (TEA) tienen un nivel educativo universitario, y un 17% cuentan con un título de máster. Sin embargo, el porcentaje de emprendedores universitarios se reduce a un 29% en las empresas consolidadas, en las que la mayoría de las personas que emprenden tiene un nivel educativo de primaria y/o secundaria. El 72% de los emprendedores potenciales cuentan con educación secundaria y/o universitaria, lo que permite prever un aumento del nivel educativo de los emprendedores recientes y consolidados en el futuro.

Tabla 4. Distribución del índice TEA en función de la educación y el sexo de los emprendedores en 2021

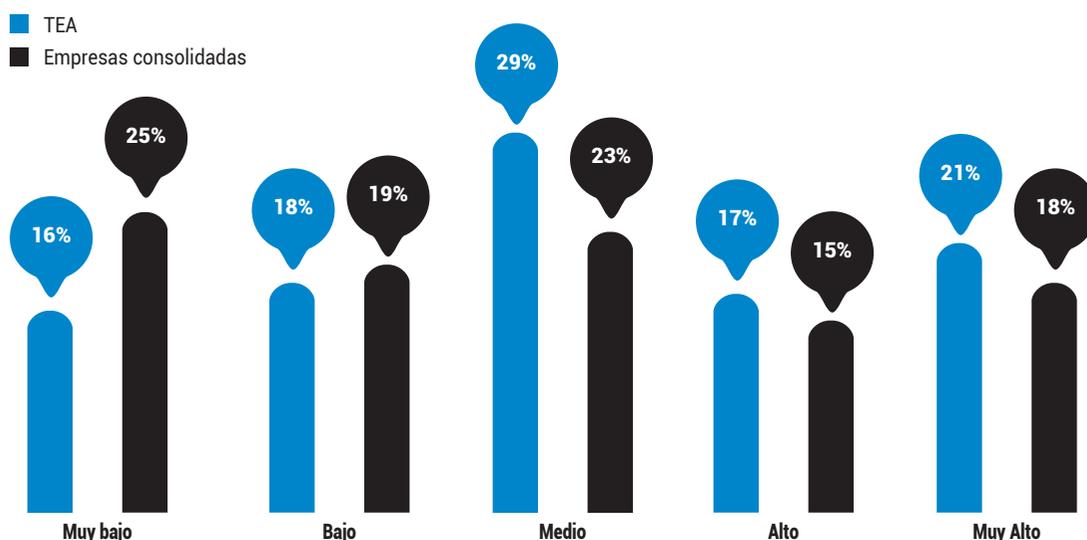
Fuente: GEM-España APS 2021

Educación		Emprendimiento potencial		TEA		Empresas consolidadas	
							
Primaria	Total	27%	29%	20%	25%	34%	37%
	Total	34%	39%	36%	33%	35%	34%
Secundaria	Secundaria	17%	20%	17%	17%	18%	20%
	FP Superior	17%	19%	19%	16%	17%	14%
	Total	38%	32%	44%	43%	30%	29%
Universidad	Grado	19%	17%	23%	23%	21%	19%
	Master	17%	13%	17%	17%	8%	8%
	Doctorado	1%	2%	3%	2%	2%	2%

En 2021 el porcentaje de mujeres emprendedoras con educación universitaria superó al de los hombres en todas las fases del proceso emprendedor. En cuanto a la especialización, un 17% de las emprendedoras potenciales contaban con un título máster, en comparación al 13% de los emprendedores. Es previsible que esta formación especializada permita crear iniciativas emprendedoras diferenciales en el futuro.

Gráfico 17. Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



En 2021 los emprendedores recientes (TEA) manifiestan tener un mayor nivel de formación específica para emprender y gestionar una nueva empresa que los emprendedores consolidados. Se mantiene la tendencia hacia la profesionalización de la actividad emprendedora, tanto en mujeres como en hombres.

También se mantiene la tendencia hacia la profesionalización de la actividad emprendedora, tanto en mujeres como en hombres, especialmente en las iniciativas recientes (TEA), en las que más de la mitad cuenta con un nivel medio-alto de formación específica para emprender.

Tabla 5. Nivel de formación específica para emprender en función del sexo en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Nivel Alto	37%	38%	30%	33%
Nivel Medio	27%	29%	23%	23%
Nivel Bajo	34%	32%	46%	42%

Como conclusión, en 2021 en España se sigue emprendiendo principalmente para ganarse la vida porque el trabajo escasea, aunque se empiezan a percibir motivaciones más ambiciosas entre los emprendedores recientes (TEA), que suelen emprender en edades comprendidas entre los 25 y los 54 años.

Las mujeres emprenden más jóvenes (18-44 años), mientras que los hombres lo hacen a edades cada vez más tardías, la mayoría entre los 35 y los 65 años.

El nivel educativo de los emprendedores es cada vez más alto, especialmente el de las mujeres.

CAPÍTULO 4

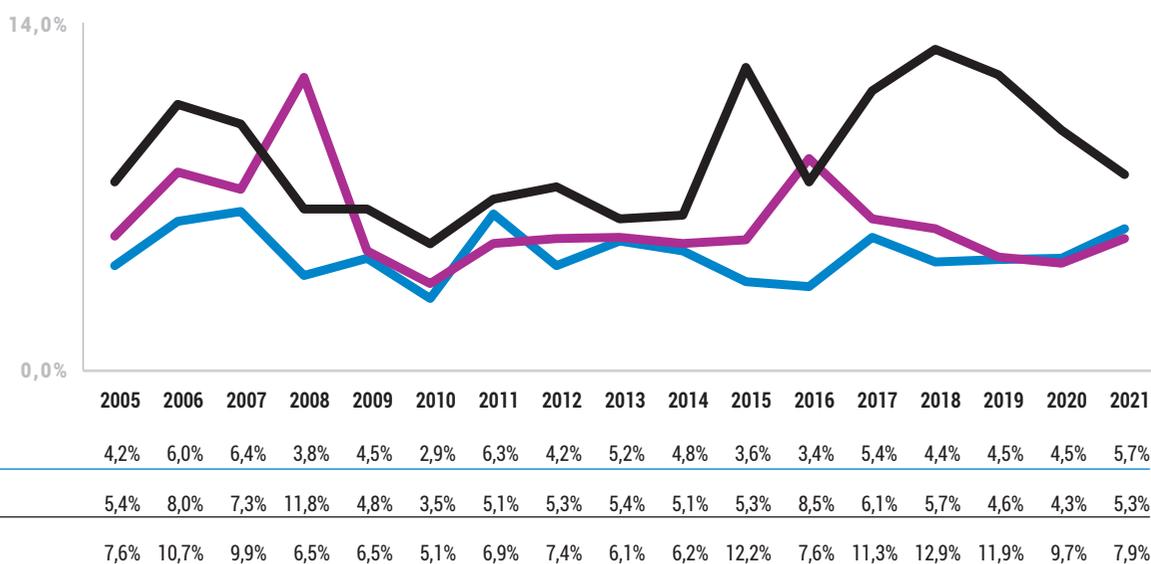
Características de las iniciativas emprendedoras

4.1. Nivel de renta de los emprendedores y fuentes de financiación

Nivel de renta de los emprendedores

Gráfico 18. Evolución índice TEA en España durante el periodo 2005-2021

Fuente: GEM-España APS 2005-2021

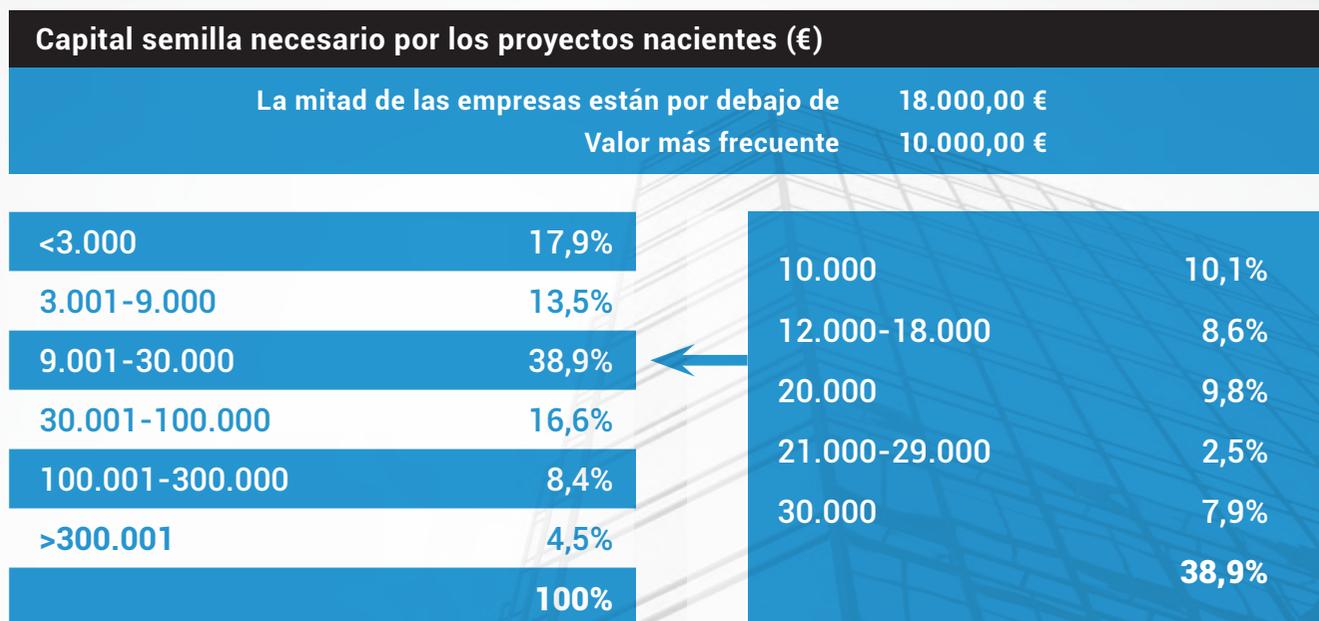


En los últimos veinte años se ha incrementado el porcentaje de personas emprendedoras que parten de una renta superior a la media para fundar sus empresas, especialmente en los periodos con mejores condiciones económicas. Sin embargo, desde 2018 hay una tendencia hacia una distribución más equilibrada del nivel de renta de los emprendedores recientes (TEA).



Figura 8. Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes en España en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



Un poco más del 70% de los proyectos de negocio iniciados en 2021 han necesitado un capital semilla menor de 30.000 euros, lo que refleja la escasa envergadura de las iniciativas, pero al mismo tiempo facilita su financiación.

Figura 9. Capital semilla requerido entre hombres y mujeres en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021

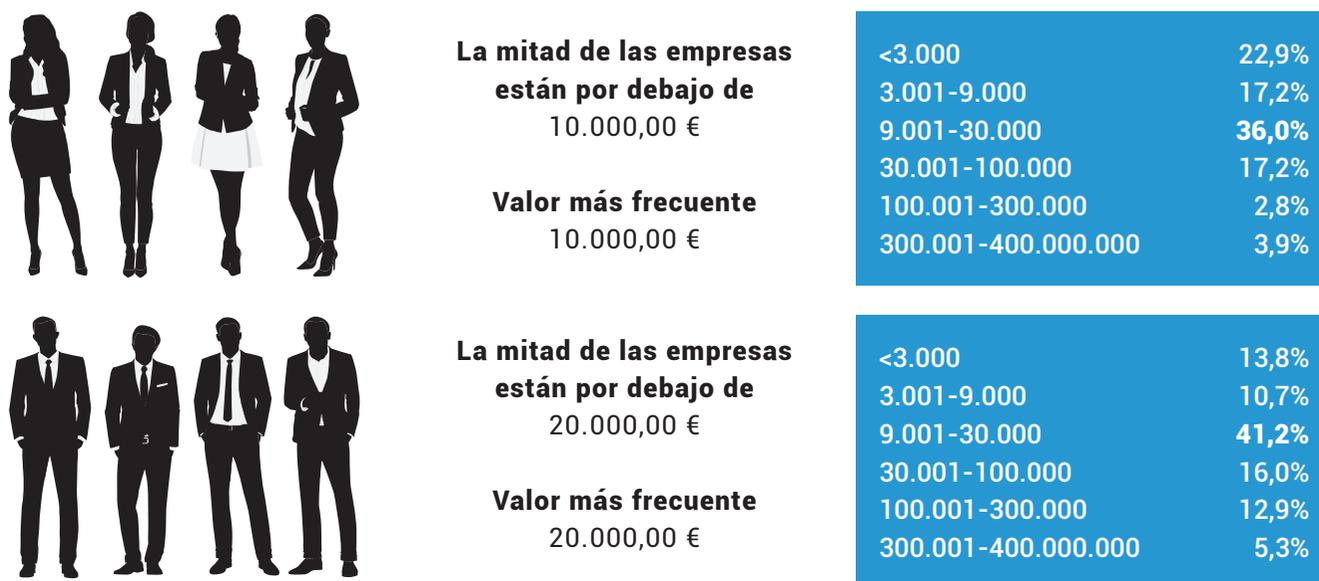
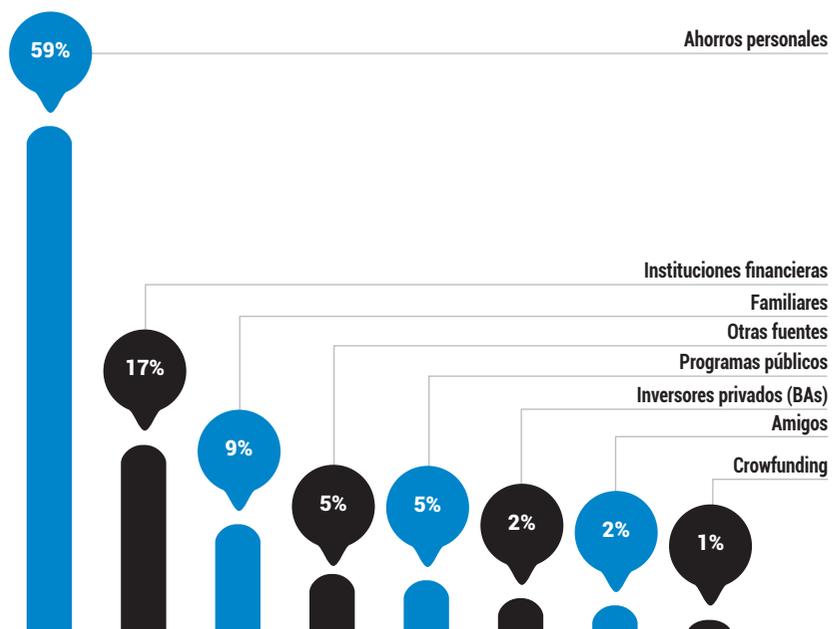


Gráfico 19. Porcentaje promedio, según la fuente de origen del capital semilla en España en 2021

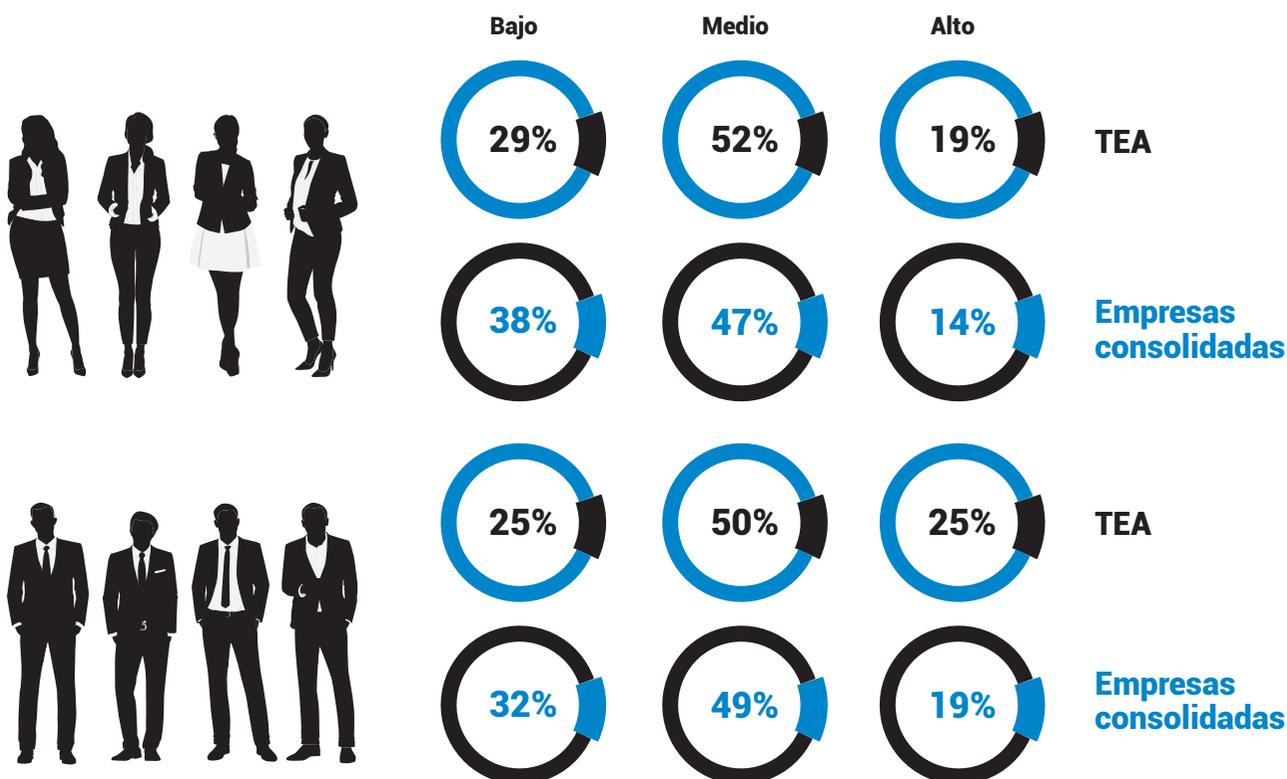
Fuente: GEM-España APS 2021



El 59% del capital semilla de las iniciativas emprendedoras procede de los ahorros personales del emprendedor. La reducción del nivel de renta de los emprendedores en el último año está condicionando la reducción del capital semilla de las nuevas iniciativas. Como recursos complementarios, en 2021 los recursos procedentes de las instituciones financieras constituyen el 17% del capital semilla, mientras que los procedentes de familiares ascienden al 9%. Aunque los inversores privados (*business angels*, BAs) todavía constituyen una fuente residual del capital semilla de las iniciativas emprendedoras, en el último año ha aumentado su potencial como fuente de financiación para las nuevas empresas.

Gráfico 20. Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor en 2021*

Fuente: GEM-España APS 2021



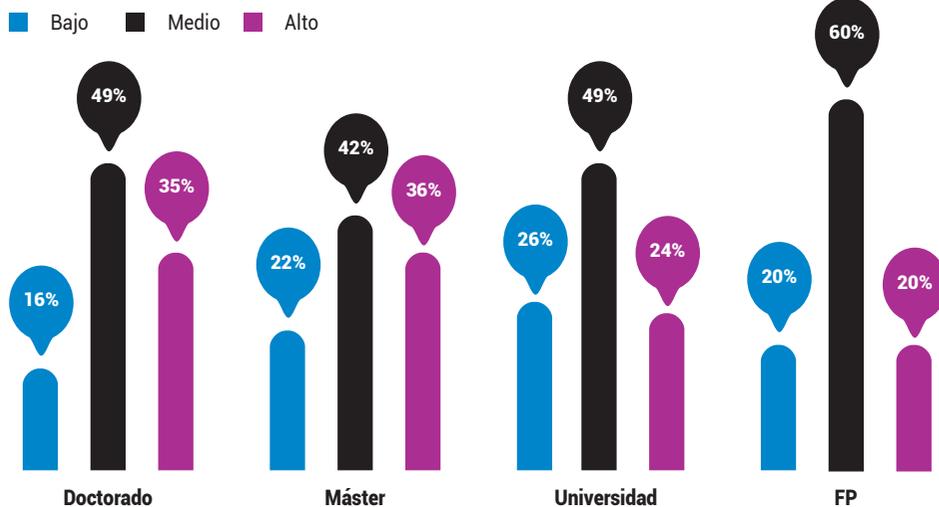
* La variable del nivel de conocimiento financiero será objeto de un análisis en profundidad por el Instituto *Santander Financial Institute*. Consultar informe próximamente en www.sanfi.es.

La profesionalización de las personas que emprenden también se ve reflejada en un mayor conocimiento de las fuentes de financiación en la fase reciente (TEA) del proceso emprendedor, en relación a las que lo hacen en la fase consolidada.

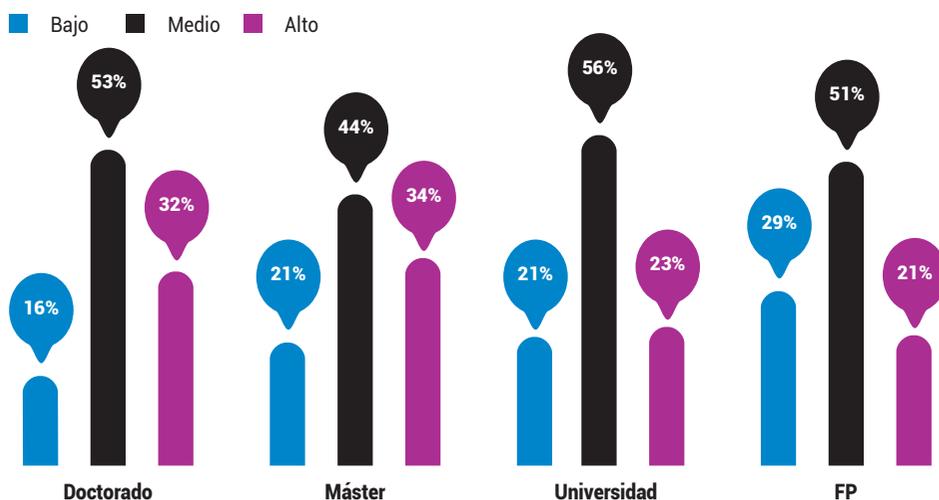
Gráfico 21. Nivel de conocimiento financiero y educación en 2021*

Fuente: GEM-España APS 2021

TEA



Empresas consolidadas



A mayor nivel educativo, los emprendedores manifiestan mayor conocimiento de las fuentes de financiación más apropiadas para sus iniciativas emprendedoras, especialmente en el caso de los emprendedores involucrados en empresas consolidadas.

* La variable del nivel de conocimiento financiero será objeto de un análisis en profundidad por el Instituto *Santander Financial Institute*. Consultar informe próximamente en www.sanfi.es.

Tabla 6. Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo en 2021*

Fuente: GEM-España APS 2021

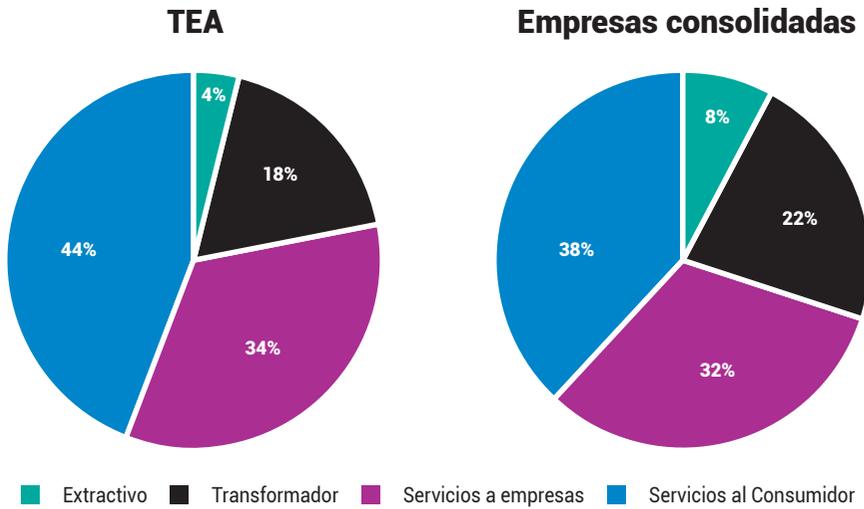
	TEA			Empresas Consolidadas		
	Primaria	Secundaria	Terciaria	Primaria	Secundaria	Terciaria
Bajo	43%	27%	24%	57%	36%	21%
Medio	49%	56%	46%	36%	50%	53%
Alto	7%	17%	30%	7%	15%	27%

* La variable del nivel de conocimiento financiero será objeto de un análisis en profundidad por el Instituto *Santander Financial Institute*. Consultar informe próximamente en www.sanfi.es.

4.2. Sector de actividad

Gráfico 22. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



Como en años anteriores, el mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras se localiza en los sectores de servicios al consumidor, especialmente en el caso de las iniciativas lideradas por mujeres.

Tabla 7. Distribución de los emprendedores (TEA) por el sector de actividad en función del sexo en 2021

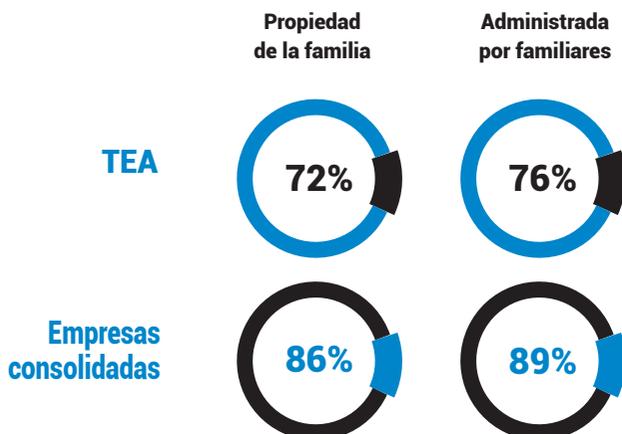
Fuente: GEM-España APS 2021

Sector	Mujeres		Hombres	
	2020	2021	2020	2021
Servicios al consumidor	53%	51%	41%	37%
Servicios a empresas	26%	31%	35%	37%
Transformador	15%	13%	19%	23%
Extractivo	5%	4%	5%	3%

4.3. Carácter familiar

Tabla 8. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en 2021

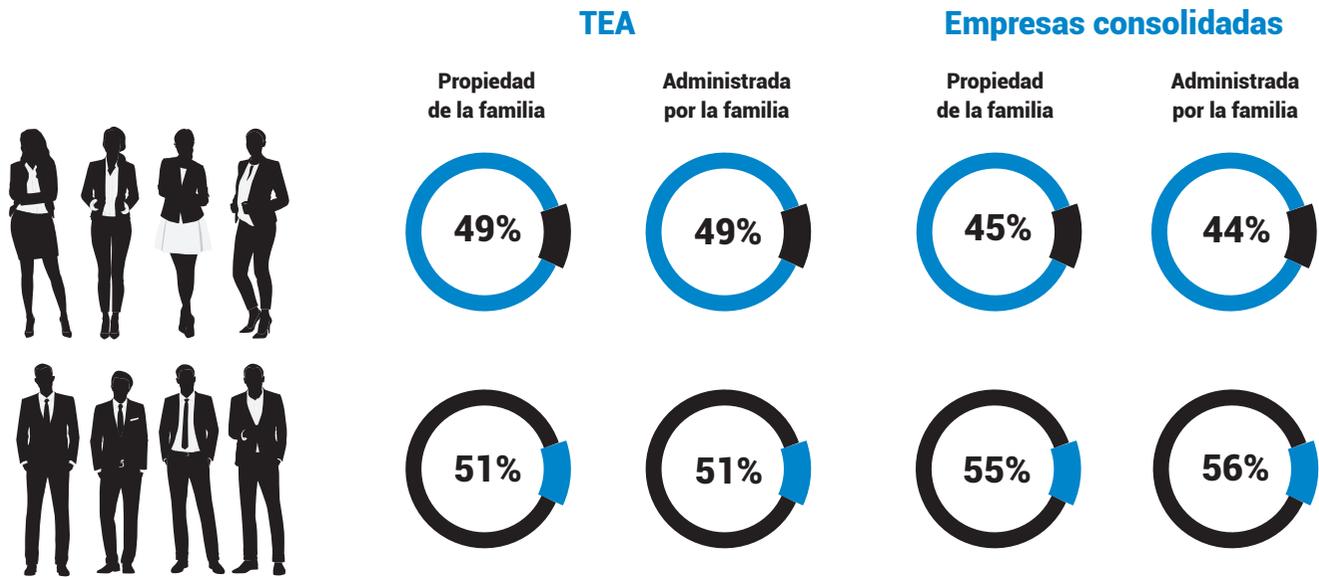
Fuente: GEM-España APS 2021



En 2021 el 86% de las empresas consolidadas de España tienen propiedad familiar, de las que el 89% son administradas por miembros de la familia. Este porcentaje se reduce al 72% en las iniciativas recientes (TEA), en las que sólo el 76% están administradas por la familia. Se prevé por tanto una reducción del carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en el futuro, tanto en la estructura de propiedad como en la administración de la empresa.

Gráfico 23. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sexo en 2021

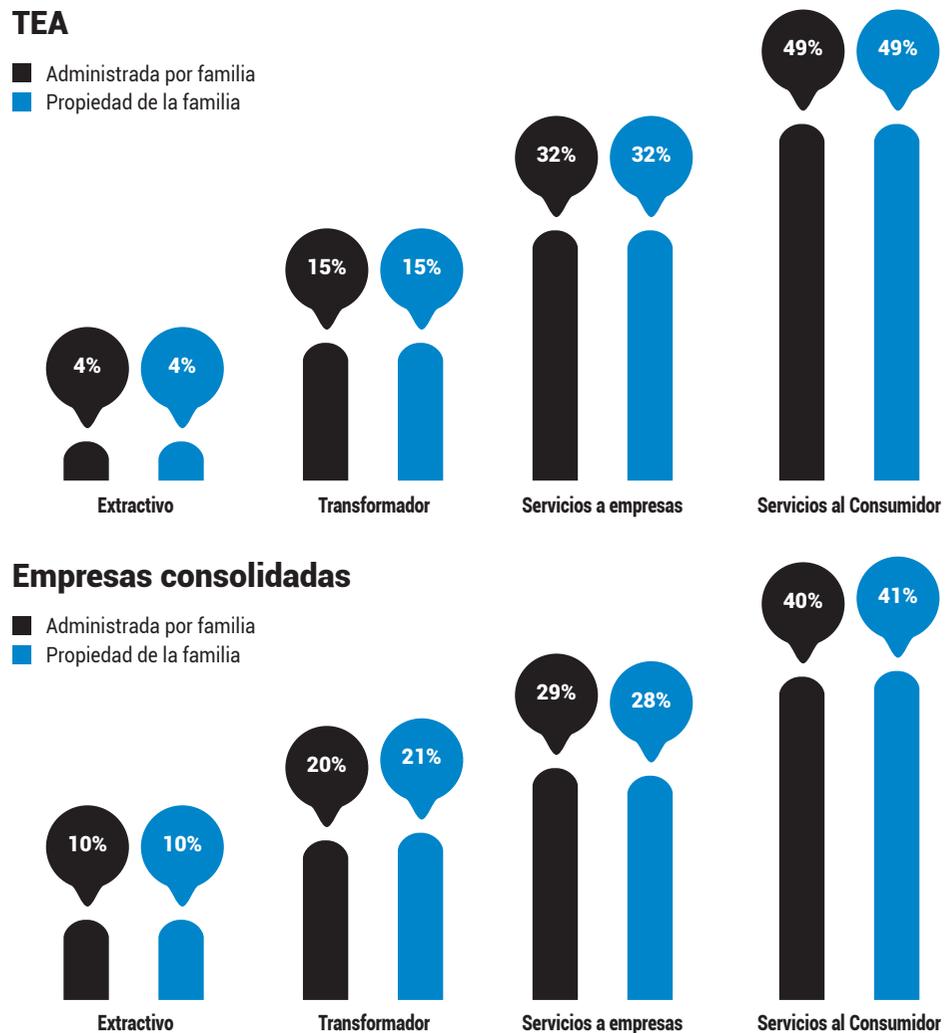
Fuente: GEM-España APS 2021



El porcentaje de mujeres emprendedoras involucradas en iniciativas familiares recientes (TEA) y consolidadas es menor que el de los hombres. Teniendo en cuenta que el índice TEA femenino es superior al masculino, las mujeres parecen menos interesadas en crear iniciativas emprendedoras de carácter familiar. Casi la mitad de las iniciativas emprendedoras familiares se localiza en el sector de servicios al consumidor, seguido del sector de servicios a empresas, que requieren menos inversión y suelen ser de menor tamaño.

Gráfico 24. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sector en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021





Yuït



Algo que te gustaría añadir

Muchísimas gracias a ENISA por el apoyo prestado. Ha sido clave para poder lanzar nuestra primera gama de productos ¡y esto es sólo el principio!

Nombre de la emprendedora: Mireia Muñiz.

Nombre del negocio: Yuït (www.yuit.eu).

Ubicación del negocio: Vizcaya.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Desarrollo y venta de productos de alimentación saludable en formatos prácticos para consumir en cualquier lugar de manera exprés.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Un enorme reto tanto personal como profesional.

¿Cómo surgió la idea?

Queríamos emprender un negocio propio y cuando vimos las nuevas tendencias a nivel europeo de alimentación saludable de comida en polvo pensamos que esto era para nosotros.

Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de tu emprendimiento

Nada fuera de lo previsible, quizá ser capaz de ajustar expectativas en los más optimistas del equipo y las incidencias constantes (retrasos de proveedores, crisis de materias primas, COVID-19, huelga de transporte, problemas con proveedores, etc.).

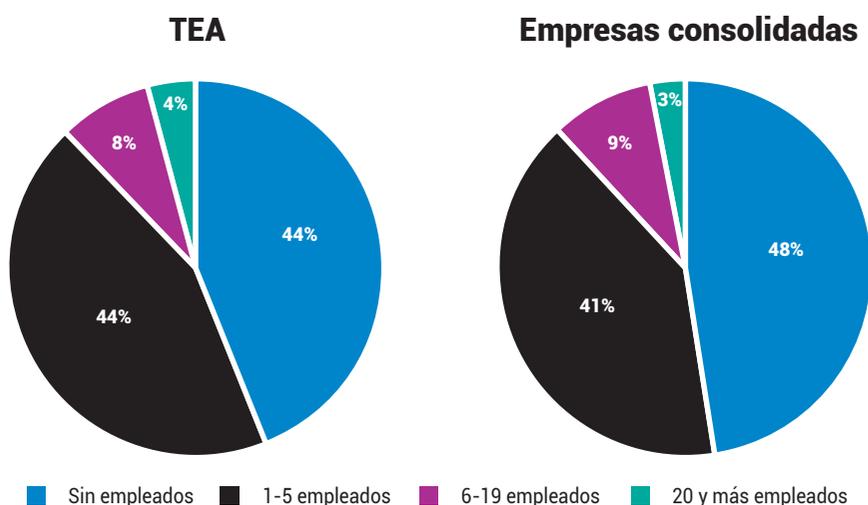
¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

La COVID-19 ha impactado muchísimo, especialmente en el suministro de materias primas y la posibilidad de llevar a cabo los desarrollos. Hemos sufrido muchísimos retrasos que han supuesto una salida al mercado más tardía y en consecuencia unos costes asociados muy altos.

4.4. Tamaño

Gráfico 25. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados

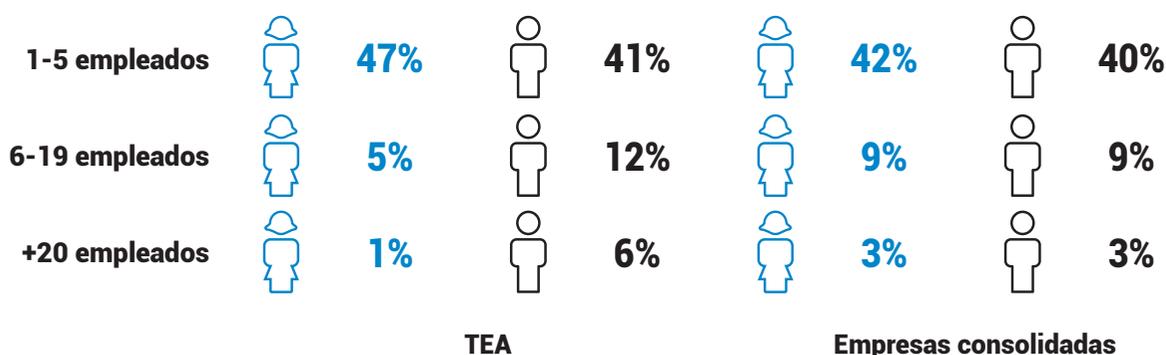
Fuente: GEM-España APS 2021



La mayoría de las iniciativas emprendedoras son microempresas, tanto en los primeros años del proceso emprendedor como en la fase de consolidación. Sin embargo, en 2021 el 12% de las iniciativas recientes lideradas por hombres fueron de tamaño mediano (6-19 empleados), y el 6% de gran tamaño (más de 20 empleados), lo que contrasta con el 9% de las empresas consolidadas de tamaño medio y el 3% de gran tamaño. Es previsible, por tanto, que el tamaño medio de las empresas consolidadas crezca en años venideros.

Tabla 9. Tamaño de las iniciativas emprendedoras con empleados en función del sexo del emprendedor en 2021

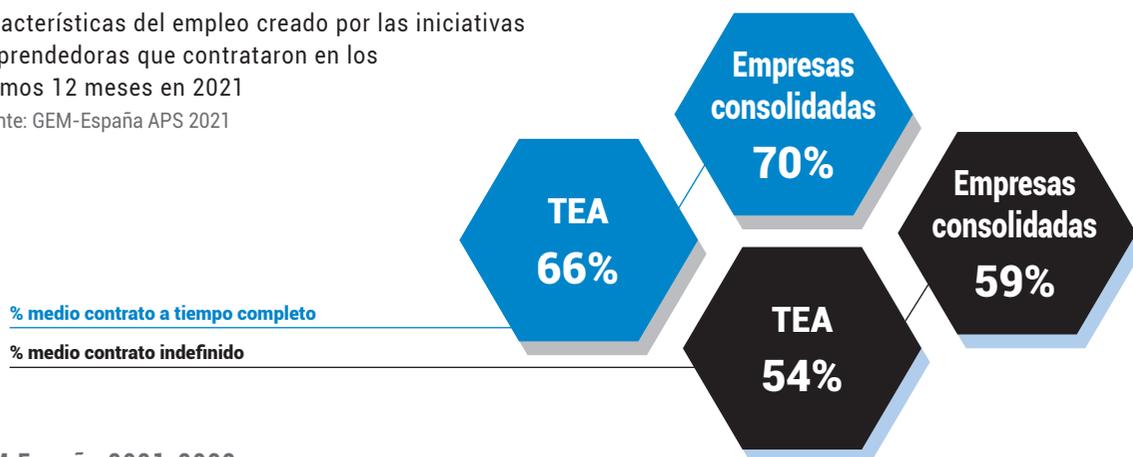
Fuente: GEM-España APS 2021



A pesar de que poco más de la mitad de las iniciativas emprendedoras tienen más de cinco empleados, la mayoría de los emprendedores que contrataron en los últimos 12 meses apostaron por la estabilidad en sus contrataciones, incluso los emprendedores más recientes (TEA), a pesar del riesgo que supone el inicio de una nueva actividad empresarial. Los datos parecen indicar que los emprendedores buscan un equipo reducido de empleados a tiempo completo y con contrato indefinido para apoyar la supervivencia y crecimiento de sus iniciativas emprendedoras.

Gráfico 26. Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras que contrataron en los últimos 12 meses en 2021

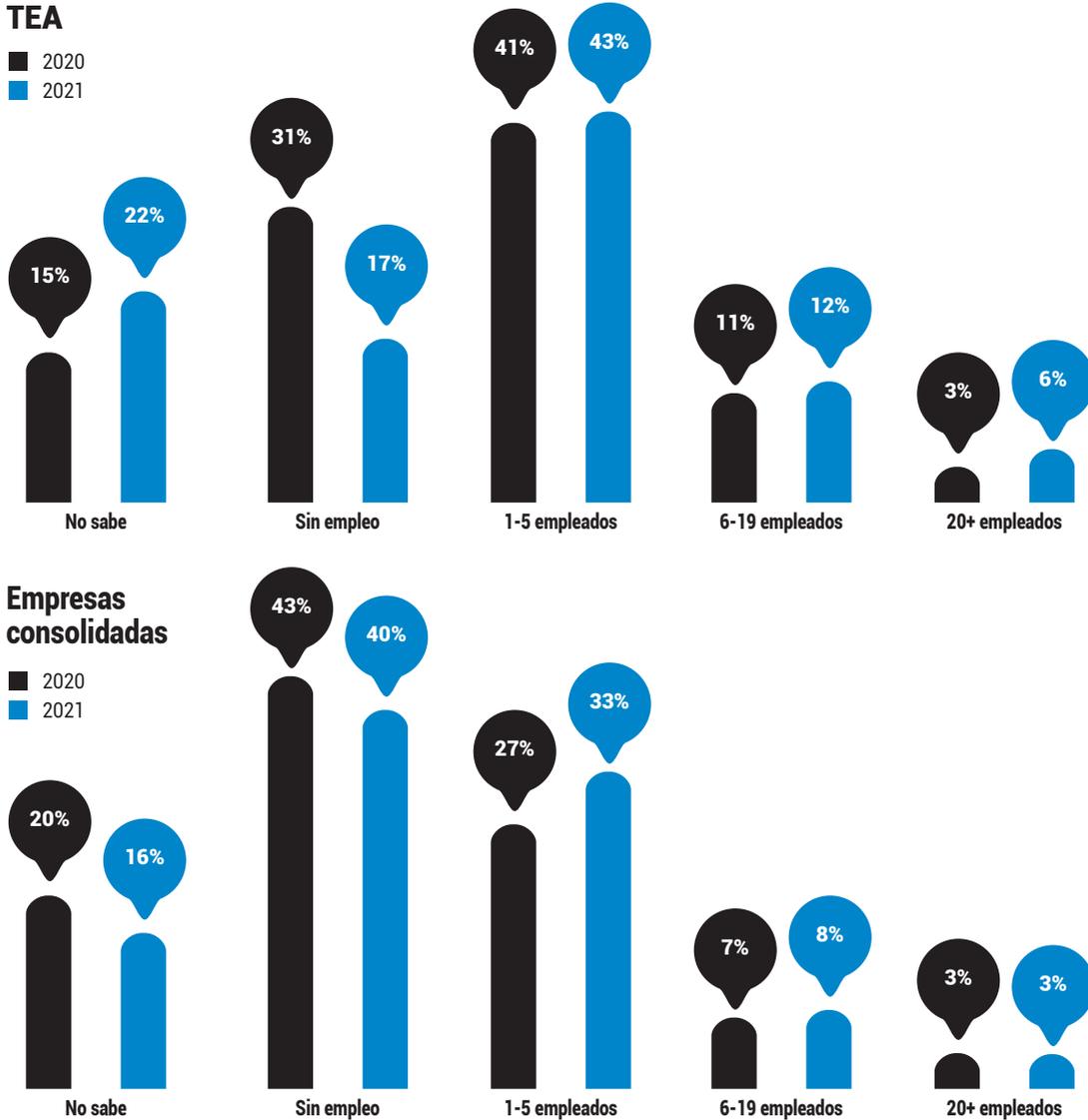
Fuente: GEM-España APS 2021



4.5. Expectativas de crecimiento

Gráfico 27. Expectativas de creación de empleo en 5 años 2020, 2021

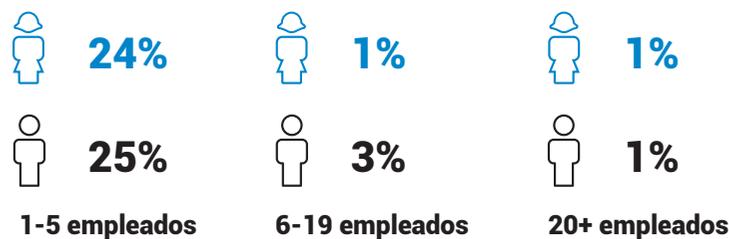
Fuente: GEM-España APS 2021



En 2021 las expectativas de creación de empleo de los emprendedores aumentan ligeramente en las iniciativas con algún empleado. Sin embargo, se reduce la perspectiva de crear empleo en las iniciativas que aún no lo han creado. En las iniciativas con empleados los hombres son algo más proclives a contratar que las mujeres.

Gráfico 28. Expectativas de creación de empleo en función del sexo en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



4.6. Orientación innovadora

En 2021 el 10% de las iniciativas emprendedoras se calificaron como de nivel tecnológico medio-alto. Entre ellas, el mayor porcentaje se localiza en el sector de servicios a empresas. El 22% de las iniciativas recientes (TEA) son de tamaño medio (6-19 empleados), y un 18% de empresas consolidadas tienen más de 20 empleados, lo que evidencia el elevado potencial de crecimiento de este tipo de empresas. El carácter familiar de este perfil de iniciativas emprendedoras se reduce de un 10% en empresas consolidadas a un 7% en iniciativas recientes (TEA).

Figura 10. Características en las iniciativas emprendedoras según su nivel tecnológico

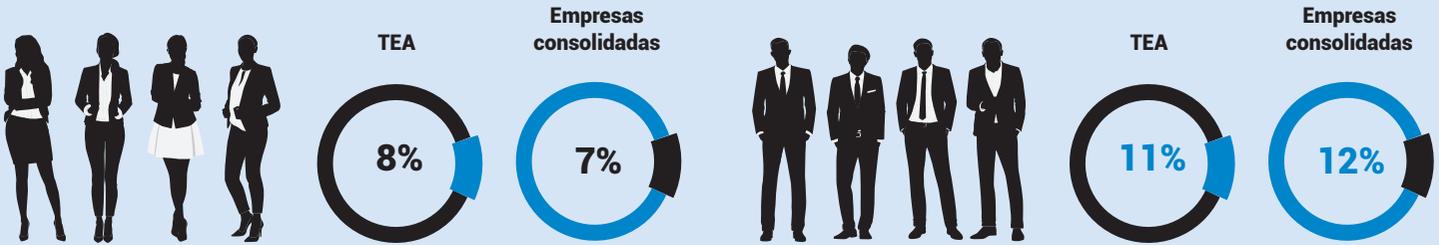
Fuente: GEM-España APS 2021



* Porcentajes dentro de cada categoría (sector, tamaño)



Nivel tecnológico medio-alto por sexo, edad y educación



TEA**

- 10% entre los de 18-34
- **10% entre los de 35-44**
- 9% entre los de 45-64

Empresas consolidadas**

- 8% entre los de 18-34
- **12% entre los de 35-44**
- 10% entre los de 45-64

*8% entre los que tienen FP Superior
12% entre los que tienen Grado
21% entre los que tienen Máster
20% entre los que tienen Doctorado*

TEA Nivel tecnológico medio-alto

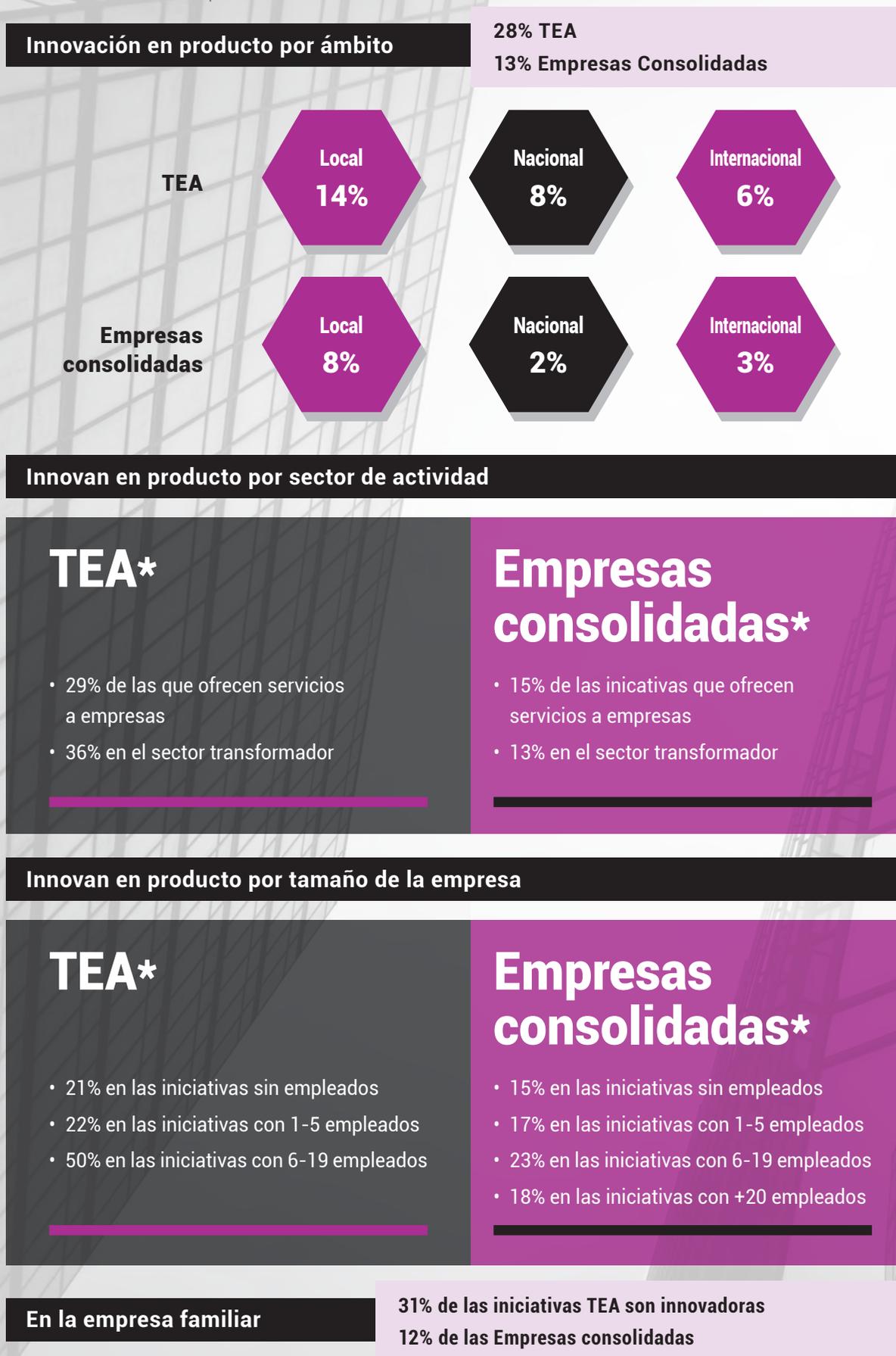
*18% entre los que tienen FP Superior
17% entre los que tienen Grado
20% entre los que tienen Máster
26% entre los que tienen Doctorado*

Empresas consolidadas Nivel tecnológico medio-alto

** Porcentajes dentro de cada categoría (edad, educación)

Las personas emprendedoras que lideran iniciativas de nivel tecnológico medio-alto suelen ser más jóvenes, especialmente en el caso de las iniciativas recientes (TEA). El porcentaje de hombres supera ligeramente al de las mujeres emprendedoras en este tipo de iniciativas.

Figura 11. Características en las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en producto
Fuente: GEM-España APS 2021



* Porcentajes dentro de cada categoría (ámbito, sector, tamaño)



Innovan en producto por sexo, edad y educación



TEA**

- 37% entre los de 18-34
- 28% entre los de 35-44

Empresas consolidadas**

- 16% entre los de 18-34
- 15% entre los de 35-44

26% entre los que tienen FP Superior
27% entre los que tienen Grado
43% entre los que tienen Máster
26% entre los que tienen Doctorado

TEA Innovan en producto

15% entre los que tienen FP Superior
12% entre los que tienen Grado
15% entre los que tienen Máster
23% entre los que tienen Doctorado

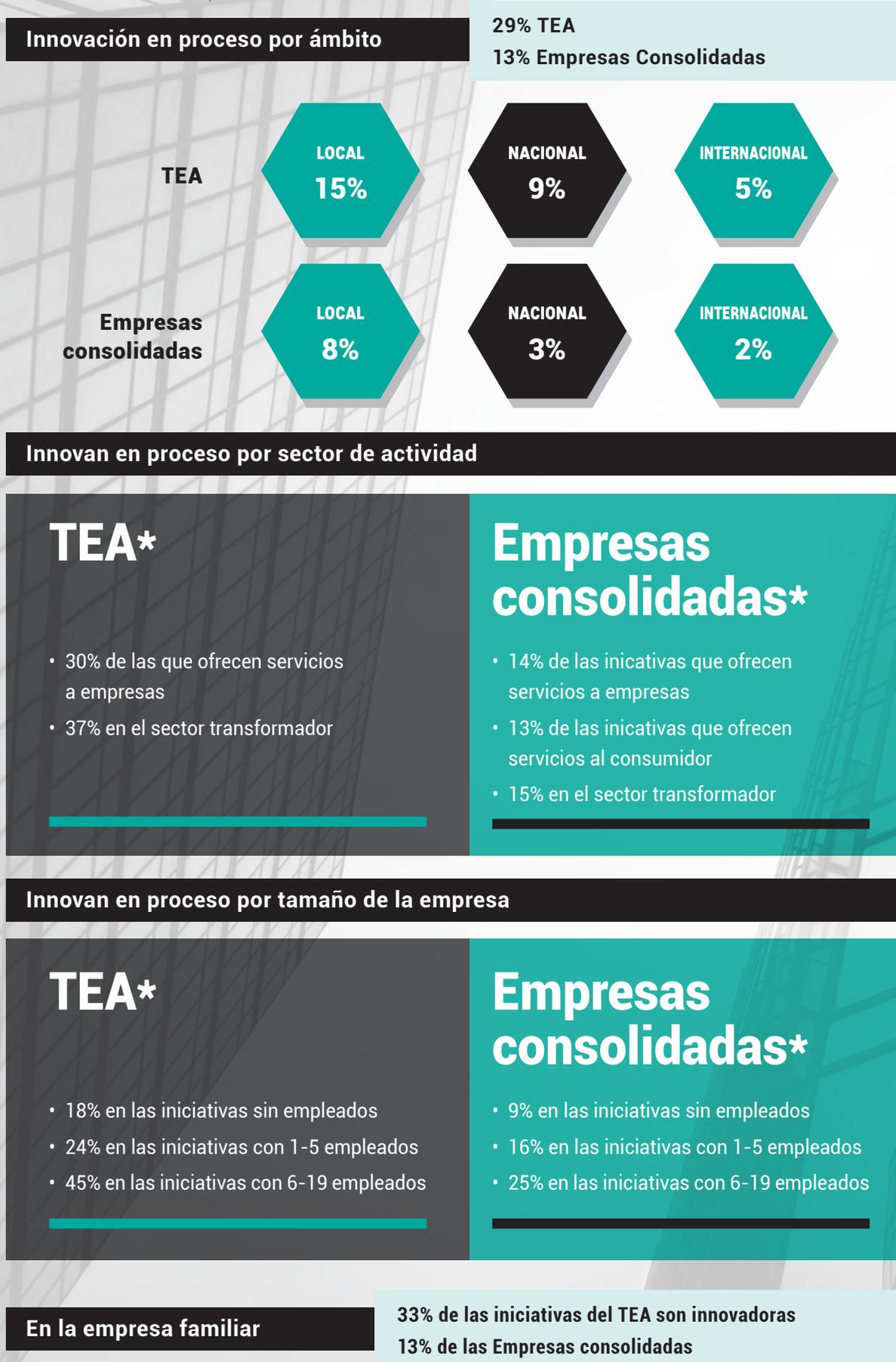
Empresas Consolidadas Innovan en producto

** Porcentajes dentro de cada categoría (edad, educación)

El 28% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) innovaron en producto en 2021, frente al 13% de las empresas consolidadas. La innovación fue principalmente de carácter local, en los sectores de transformación, servicios a empresas y al consumidor. Las iniciativas capaces de innovar en producto están más presentes entre las que tienen 6-19 empleados. Un 31% de las iniciativas recientes de carácter familiar son innovadoras, frente al 12% en las iniciativas consolidadas. Un 33% de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por hombres innovan en producto, frente al 23% en las que están lideradas por mujeres emprendedoras, una diferencia que no se mantiene en las empresas consolidadas. Al igual que en el caso de las iniciativas de carácter tecnológico, los emprendedores a cargo de iniciativas que innovan en producto suelen ser más frecuentes entre los más jóvenes, sobre todo en el caso de las iniciativas recientes (TEA), y tienen un nivel educativo superior, con estudios de máster o doctorado.

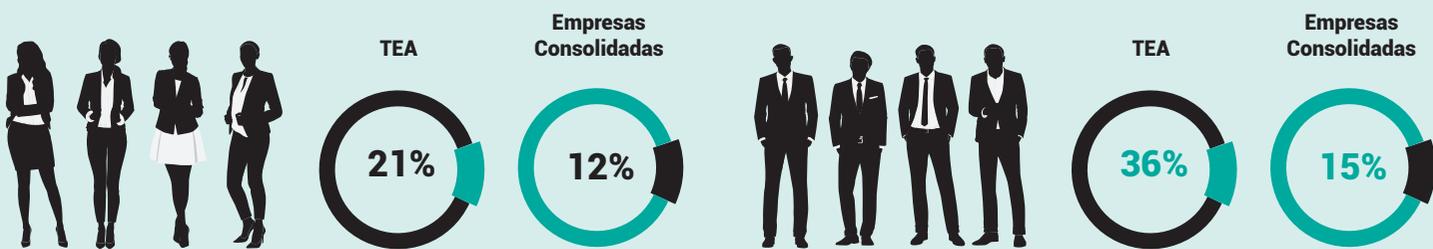
Figura 12. Características en las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en proceso

Fuente: GEM-España APS 2021



* Porcentajes dentro de cada categoría (ámbito, sector, tamaño)

Innovan en proceso por sexo, edad y educación



TEA**

- 36% entre los de 18-34
- 29% entre los de 35-44

Empresas consolidadas**

- 14% entre los de 18-34
- 16% entre los de 35-44

26% entre los que tienen FP Superior
 44% entre los que tienen Máster
 26% entre los que tienen Doctorado

TEA Innovan en proceso

14% entre los que tienen FP Superior
 15% entre los que tienen Máster
 21% entre los que tienen Doctorado

Empresas consolidadas Innovan en proceso

** Porcentajes dentro de cada categoría (edad, educación)

La innovación en proceso también fue más frecuente entre las iniciativas recientes (TEA) (29%) que entre las empresas consolidadas (13%) en 2021. La innovación fue de carácter local, especialmente entre las iniciativas recientes, en los sectores de transformación, servicios a empresas y a consumidores (este último sólo en las empresas consolidadas). Las iniciativas capaces de innovar en proceso también suelen ser de tamaño medio (6-19 empleados). Dentro de las iniciativas recientes de carácter familiar, el 33% son innovadoras en proceso, frente al 13% de las iniciativas consolidadas. Al igual que en el caso de las iniciativas que innovan en producto, se percibe un cambio de orientación hacia la innovación por parte de las empresas familiares de reciente creación. Dentro de las iniciativas recientes que innovan en proceso (TEA) lideradas por hombres, un 36% son innovadoras, frente al 21% en el caso de las lideradas por mujeres emprendedoras, una diferencia que no se mantiene en las empresas consolidadas (15% de hombres frente al 12% de mujeres). También los emprendedores a cargo de iniciativas que innovan en producto son más jóvenes, sobre todo en el caso de las iniciativas recientes (TEA), y tienen un nivel educativo superior, con estudios de máster o doctorado.



Myhixel



Nombre de la emprendedora: Patricia López Trabajo.

Nombre del negocio: Myhixel (www.myhixel.com).

Ubicación del negocio: Sevilla.

Año de lanzamiento: 2017.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Myhixel es una marca de salud sexual masculina que combina ciencia y tecnología para ofrecer productos y servicios innovadores a los hombres para mejorar su vida íntima.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Significa todo ahora mismo. Mi vida personal y profesional son todo en uno ahora y lanzar Myhixel, verlo crecer y prosperar sin duda un orgullo.

¿Cómo surgió la idea?

Trabajé durante casi 4 años en el sector de los juguetes eróticos donde casi todo estaba enfocado en mujeres. Había pocas marcas masculinas y además las existentes eran muy explícitas y basadas en sexo y porno. Pensé que vincular la parte terapéutica y médica con el uso de estos productos para dar soluciones a condiciones sexuales masculinas podía ser algo innovador y necesario.

Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de tu emprendimiento

Constantemente. El hecho de que nuestro sector sea el de la salud sexual nos condiciona en todo. Barreras para el acceso a la inversión, a programas de aceleración, a ayudas,

problemas a la hora de implementar campañas de publicidad y marketing, y un largo etcétera. Es frustrante que todavía tengamos esos tabúes y estigmas alrededor de la salud íntima.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en su negocio y cómo ha innovado en respuesta a la pandemia?

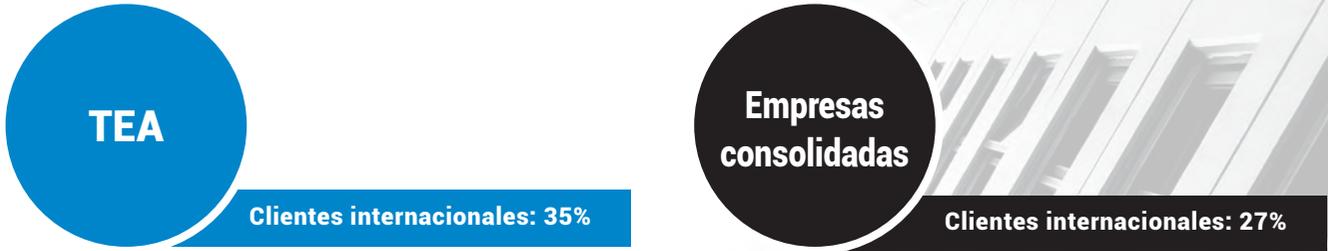
En nuestro caso que ofrecemos una terapia para el control de eyaculación junto con un dispositivo, nos ha venido bien todo el cambio de mentalidad respecto a la telemedicina y salud digitalizada. Ofrecemos también consultas *online* con terapeutas sexuales y la normalización del consumo de este tipo de recursos *online* nos ayudó a entender mejor nuestra propuesta de valor por parte del usuario.

Algo que te gustaría añadir

Me gustaría volver a recalcar las barreras que nos hemos encontrado en el ecosistema emprendedor español, tristemente. Ahora estamos enfocados en el mercado norteamericano, entre otros motivos, por este mismo.

4.7. Orientación internacional

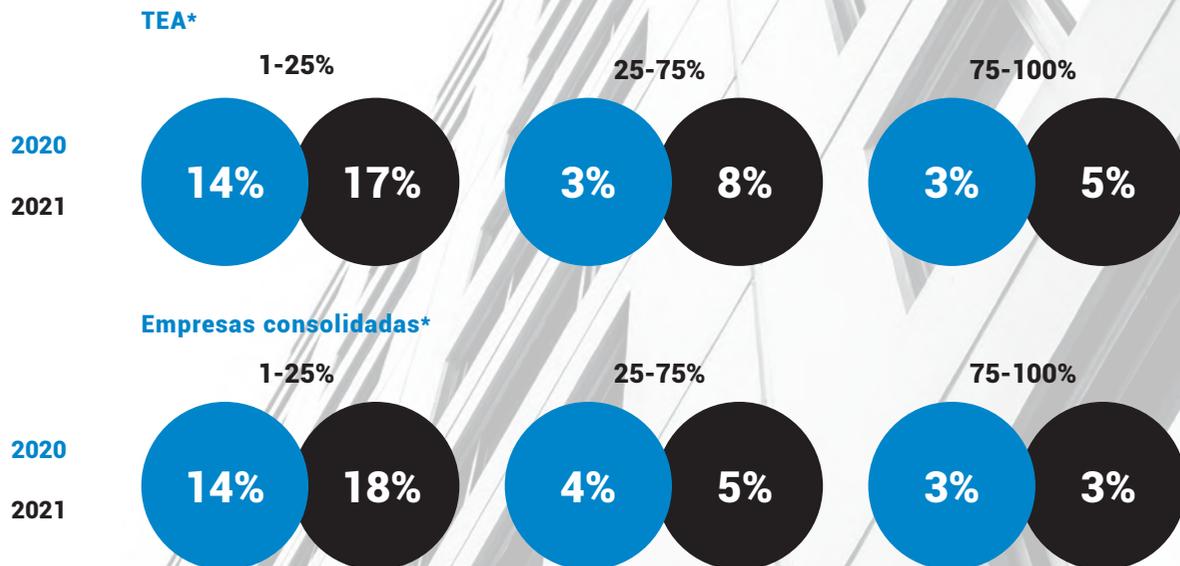
Exportan en algún grado



Poco a poco, las iniciativas emprendedoras van ganando orientación internacional. En 2021 el 35% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) vendieron a clientes internacionales, frente al 27% de las empresas consolidadas. El porcentaje de iniciativas emprendedoras con orientación internacional (TEA y empresas consolidadas) aumentó en 2021 en todos los rangos de ingresos procedentes de ventas a clientes extranjeros.

Gráfico 29. Distribución de las iniciativas en función de su orientación internacional. Comparativa 2020-2021

Fuente: GEM-España APS 2020-2021

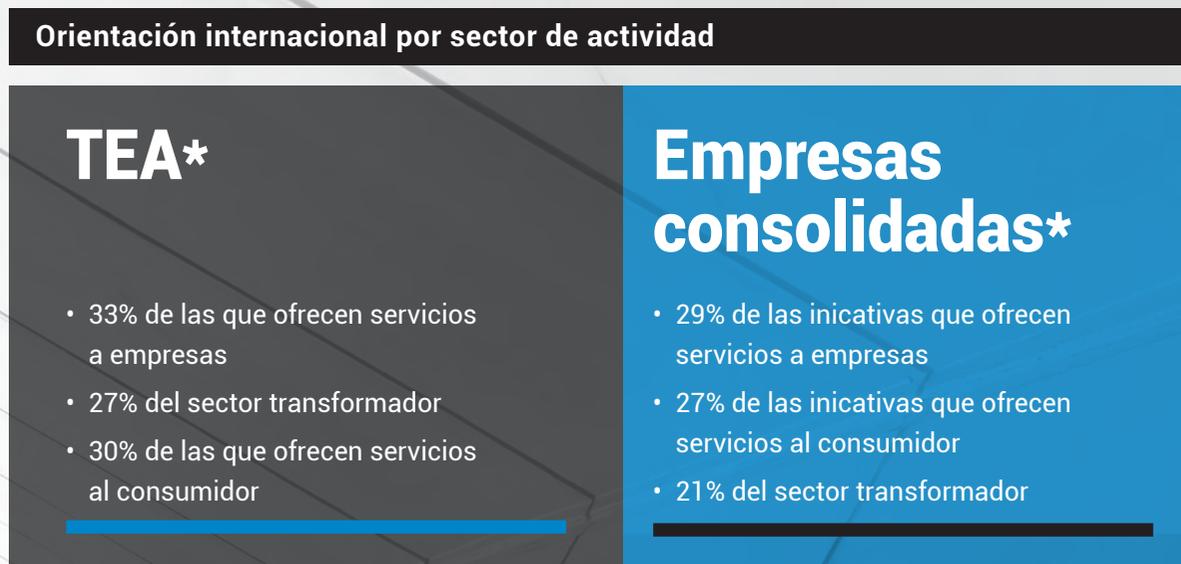


* Porcentajes dentro de cada categoría (rango de ingresos procedentes de ventas a clientes extranjeros)



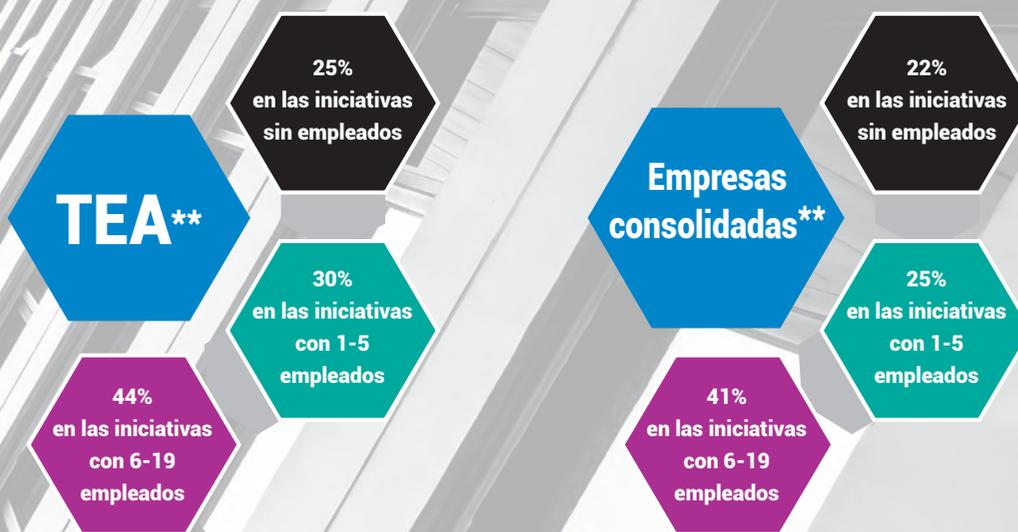
Figura 13. Características de las iniciativas emprendedoras con orientación internacional

Fuente: GEM-España APS 2021



* Porcentajes dentro de cada categoría (sector)

Orientación internacional por tamaño de empresa



En la empresa familiar 31% en las iniciativas del TEA con orientación internacional
24% de las Empresas consolidadas

** Porcentajes dentro de cada categoría (tamaño, carácter familiar)

La mayoría de las iniciativas emprendedoras con orientación internacional se localizan en los sectores transformador y de servicios a empresas y consumidores, y son de tamaño medio (6-19 empleados). Se observa una tendencia creciente hacia la internacionalización de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) de carácter familiar, que en el 2021 fue de un 31%, frente al 24% de las empresas consolidadas.

Impacto de la COVID-19 en las iniciativas emprendedoras de Andalucía

Autores:

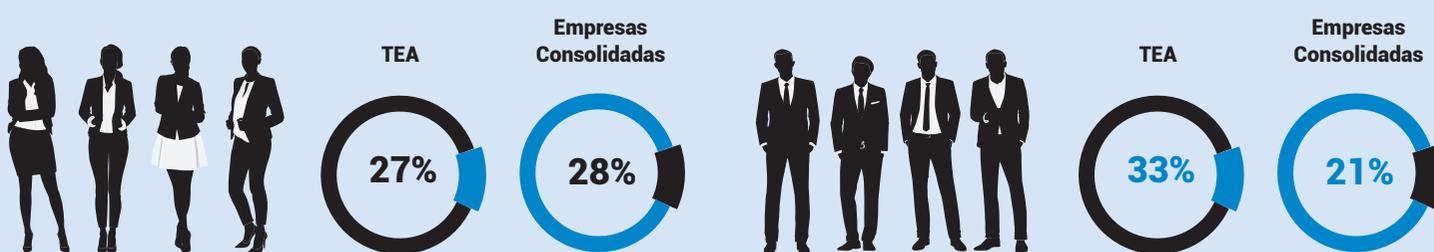
José Ruiz Navarro
Juan Pablo Diánez González
Noelia Franco Leal



noviembre
2021



Orientación internacional por sexo, edad y educación



TEA*

- 34% entre los de 18-34
- 30% entre los de 35-44

Empresas consolidadas*

- 38% entre los de 18-34
- 33% entre los de 35-44

32% entre los que tienen FP Superior
42% entre los que tienen Máster
41% entre los que tienen Doctorado

TEA orientación internacional

30% entre los que tienen FP Superior
42% entre los que tienen Máster
38% entre los que tienen Doctorado

Empresas Consolidadas orientación internacional

* Porcentajes dentro de cada categoría (edad, educación)



En las iniciativas recientes (TEA) lideradas por hombres, el 33% tienen orientación internacional, frente al 27% en el caso de ser liderado por mujeres emprendedoras. Sin embargo, esta relación cambia en el caso de las empresas consolidadas con orientación internacional, un 28% en las lideradas por mujeres frente al 21% en las lideradas por hombres. La internacionalización de las iniciativas aumenta a medida que lo hace el nivel educativo de emprendedor, siendo en torno al 40% entre aquellos emprendedoras y emprendedoras que tienen estudios de máster o doctorado.



Offugo Mobility S.L.



Nombre de los emprendedores: Loris Fochesato y Fernando de Miguel Albertí.

Nombre del negocio: Offugo Mobility S.L. (www.offugo.es).

Ubicación del negocio: España (Mallorca, Ibiza, Alicante y Málaga).

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Alquiler de coches en ubicaciones vacacionales. Garantizamos servicio sin colas, sin papeles, con precio cerrado y todo incluido y asistencia las 24 h del día gracias a nuestra propia tecnología de gestión de nuestra flota.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Tener una oportunidad para cambiar el mundo en el que vivimos, de dejar las cosas un poco mejor de como las encontramos. Es un viaje personal y profesional que no conozco otra manera de hacer (y es mágico y muy duro a la vez).

¿Cómo surgió la idea?

Mi socio y yo nos conocimos en Demium Madrid en noviembre de 2019.

¿Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de tu emprendimiento?

Al emprender en un sector muy tradicional y con producto en el mundo real (la flota la gestionamos al 100% en nuestras propias sedes) tenemos muchos problemas operativos. El hecho de competir contra grandes jugadores también hace que sea difícil hacernos un hueco en un mercado tan maduro/tradicional.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo habéis innovado en respuesta a la pandemia?

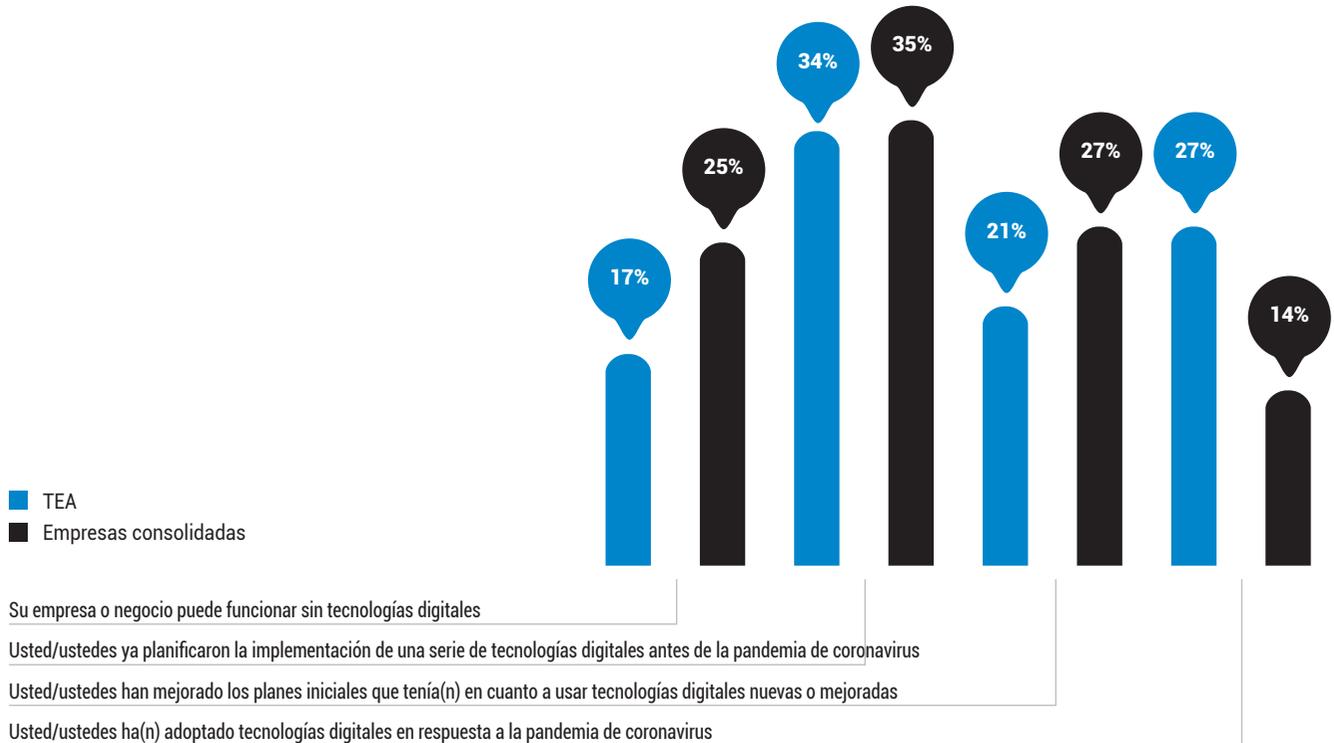
Al principio fue un auténtico drama (turismo durante el COVID). Después supimos aprovecharlo como oportunidad. En 2020 hubo muchísimos coches disponibles y pudimos convencer a un grupo de concesionarios para probar el modelo a comisión. En 2021 la rotura de la cadena de suministro afectó al suministro de coches y nosotros supimos hacer crecer la flota (19 coches en 2020, 71 coches en 2021, 580 coches en 2022).

4.8. Digitalización

4.8.1. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria

Gráfico 30. Características de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) en función de su digitalización en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



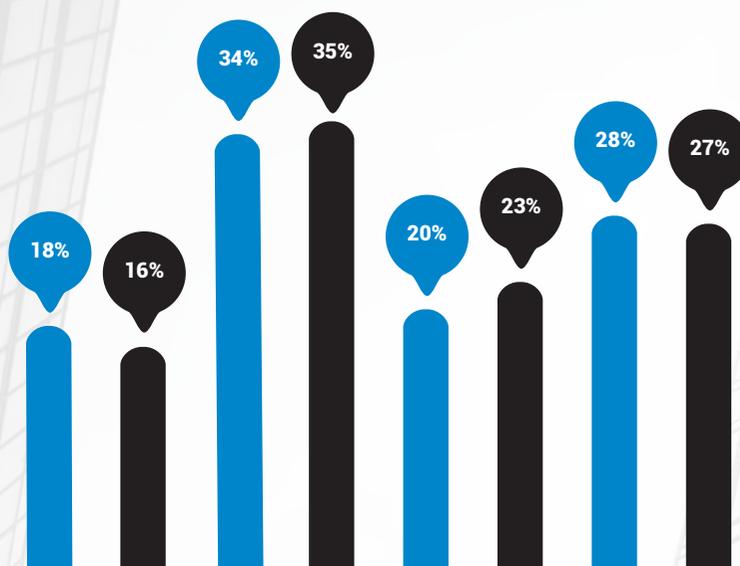
Las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) se han digitalizado como consecuencia de la pandemia en mayor medida que las empresas consolidadas que, sin embargo, superan ligeramente a las recientes (TEA) en su previsión de implantar tecnologías digitales antes de la pandemia. En 2021 el 25% de los emprendedores involucrados en empresas consolidadas aún considera que pueden funcionar sin tecnologías digitales, frente al 17% de los emprendedores involucrados en iniciativas recientes (TEA).

Gráfico 31. Digitalización, características en función del sexo en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021

TEA

- Mujeres
- Hombres



Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales

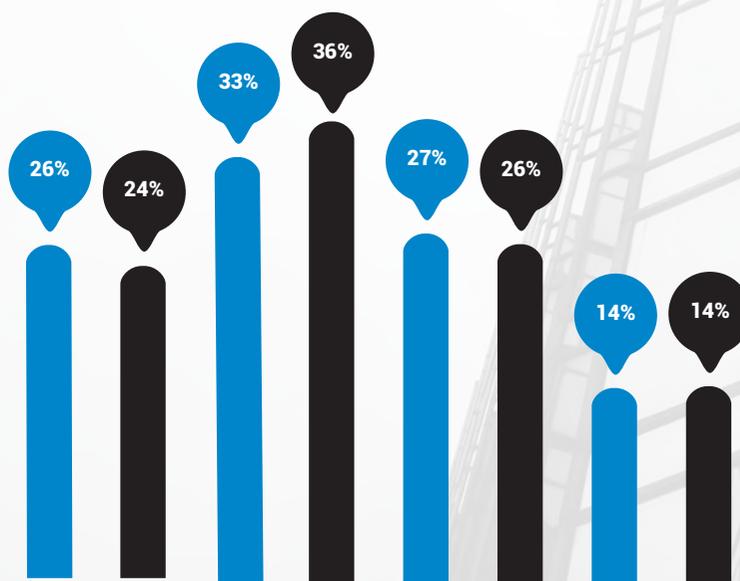
Usted/ustedes ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus

Usted/ustedes han mejorado los planes iniciales que tenía(n) en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas

Usted/ustedes ha(n) adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus

Empresas consolidadas

- Mujeres
- Hombres



Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales

Usted/ustedes ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus

Usted/ustedes han mejorado los planes iniciales que tenía(n) en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas

Usted/ustedes ha(n) adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus



Figura 14. Digitalización, características en función del nivel educativo en 2021
 Fuente: GEM-España APS 2020-2021

Han adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus

- **TEA** 22% en la educación primaria, 30% en la educación Secundaria, 28% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 17% en la educación primaria, 13% en la educación secundaria, 11% en el nivel universitario



Han mejorado los planes iniciales en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas

- **TEA** 19% en la educación primaria, 24% en la educación secundaria, 20% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 19% en la educación primaria, 26% en la educación secundaria, 36% en el nivel universitario



Ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus

- **TEA** 33% en la educación primaria, 28% en la educación secundaria, 40% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 31% en la educación primaria, 33% en la educación secundaria, 40% en el nivel universitario



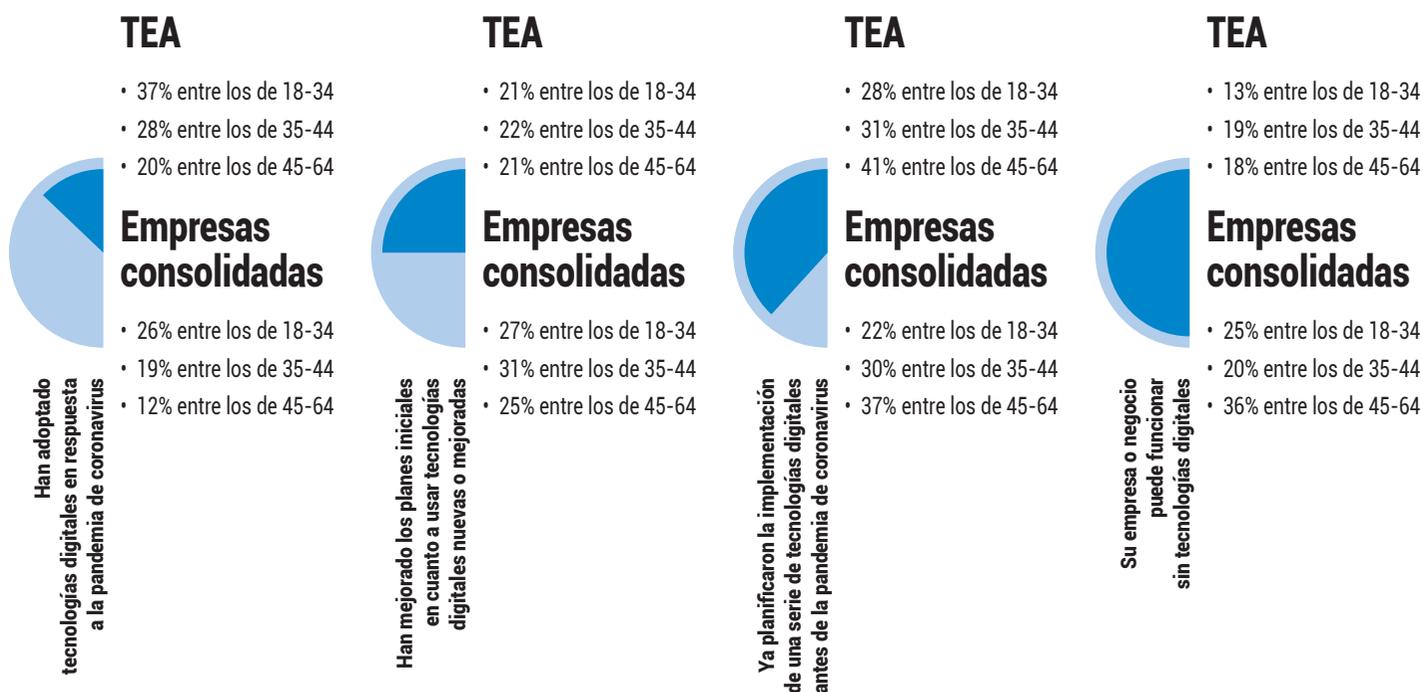
Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales

- **TEA** 26% en la educación primaria, 17% en la educación secundaria, 12% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 33% en la educación primaria, 27% en la educación secundaria, 13% en el nivel universitario



Figura 15. Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función de la edad en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



La planificación y adaptación de la digitalización previa a la pandemia ha sido más habitual entre los emprendedores recientes (TEA), de mayor nivel educativo y en el sector de los servicios a empresas, con pocas diferencias entre mujeres y hombres. La adopción de tecnologías digitales como consecuencia de la pandemia también ha sido mayor entre las iniciativas recientes que en las consolidadas, sin que los criterios de sexo, educación o sector de actividad marquen excesivas diferencias.

Tabla 10. Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función del sector en 2021

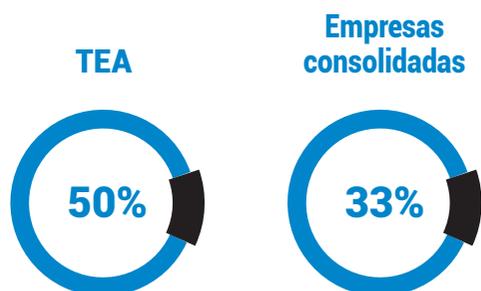
Fuente: GEM-España APS 2021

	Extractivo		Transformador		Servicios a empresas		Servicios al consumidor	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
Usted/ustedes ha(n) adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus	28%	8%	17%	12%	25%	15%	32%	15%
Usted/ustedes han mejorado los planes iniciales que tenía(n) en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas	9%	16%	23%	19%	21%	32%	21%	28%
Usted/ustedes ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus.	31%	25%	38%	37%	45%	41%	25%	29%
Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales	31%	51%	22%	31%	8%	11%	21%	28%

4.8.2. Expectativas de adopción de tecnologías digitales

Gráfico 32. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en 2021

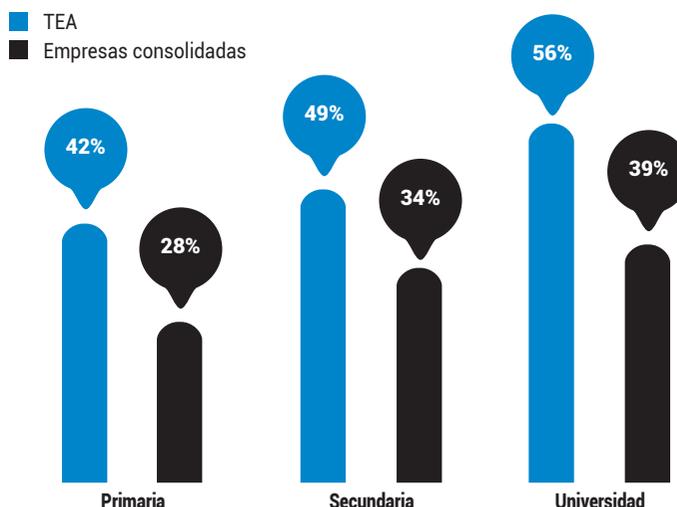
Fuente: GEM-España APS 2021



En 2021 la mitad de las personas emprendedoras involucradas en iniciativas recientes (TEA) esperaba utilizar tecnologías digitales para vender sus productos en el futuro, lo que contrasta con el bajo porcentaje de las involucradas en empresas consolidadas (33%) con las mismas expectativas.

Gráfico 33. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor en 2021

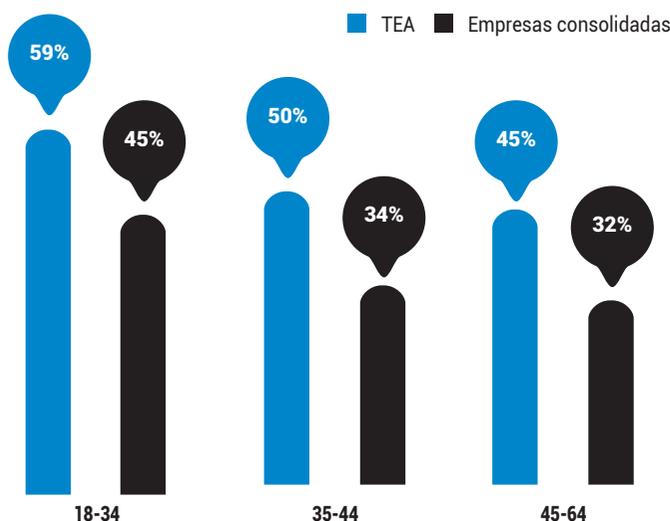
Fuente: GEM-España APS 2021



Las expectativas de adoptar tecnologías digitales aumentan en función del nivel educativo de los emprendedores. Entre los emprendedores recientes (TEA), el porcentaje de los que esperan adoptar tecnologías digitales aumenta del 42% entre los que tienen estudios primarios al 56% entre los que cuentan con estudios universitarios. En el caso de los emprendedores con iniciativas consolidadas, la tendencia es similar, de un 28% entre los que tienen estudios primarios a un 39% entre los emprendedores que cuentan con estudios universitarios.

Gráfico 34. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor en 2021

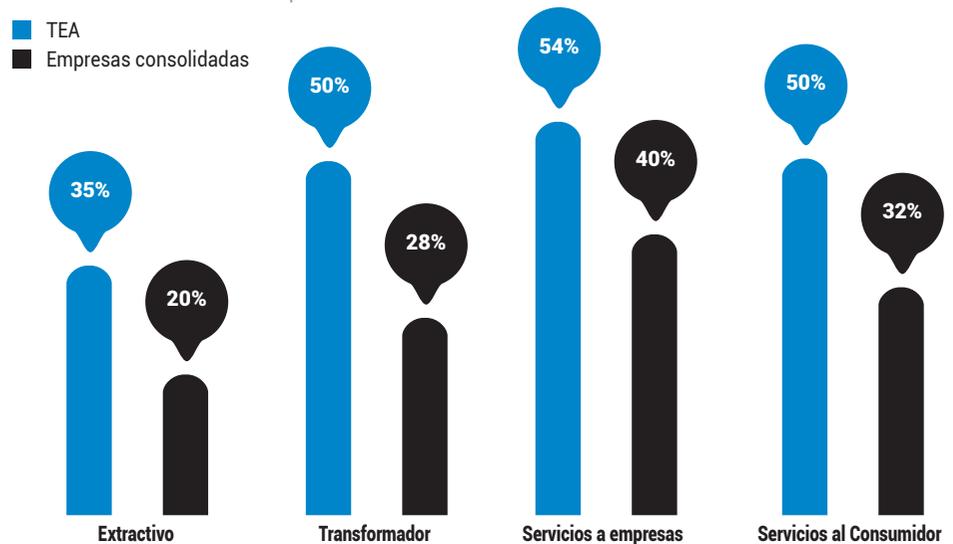
Fuente: GEM-España APS 2021



La necesidad de adoptar tecnologías digitales es más clara entre los emprendedores más jóvenes, especialmente entre los involucrados en iniciativas emprendedoras recientes (TEA). En el caso de los involucrados en empresas consolidadas, el porcentaje de aquellos con expectativas de digitalizar sus iniciativas en el futuro va bajando a medida que aumenta su edad. El 59% de los emprendedores recientes (TEA) entre 18 y 24 años espera digitalizar sus empresas, y un 45% de los que cuentan con empresas consolidadas en el mismo rango de edad.

Las expectativas de adopción de tecnologías digitales son especialmente relevantes en las iniciativas emprendedoras del sector de servicios a empresas. El 54% de los emprendedores recientes (TEA) y el 40% de emprendedores a cargo de empresas consolidadas espera digitalizar su negocio localizado en este sector. En el caso de las iniciativas recientes (TEA), la digitalización también es una prioridad en el sector de servicios al consumidor y el sector transformador.

Gráfico 35. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras en 2021
Fuente: GEM-España APS 2021

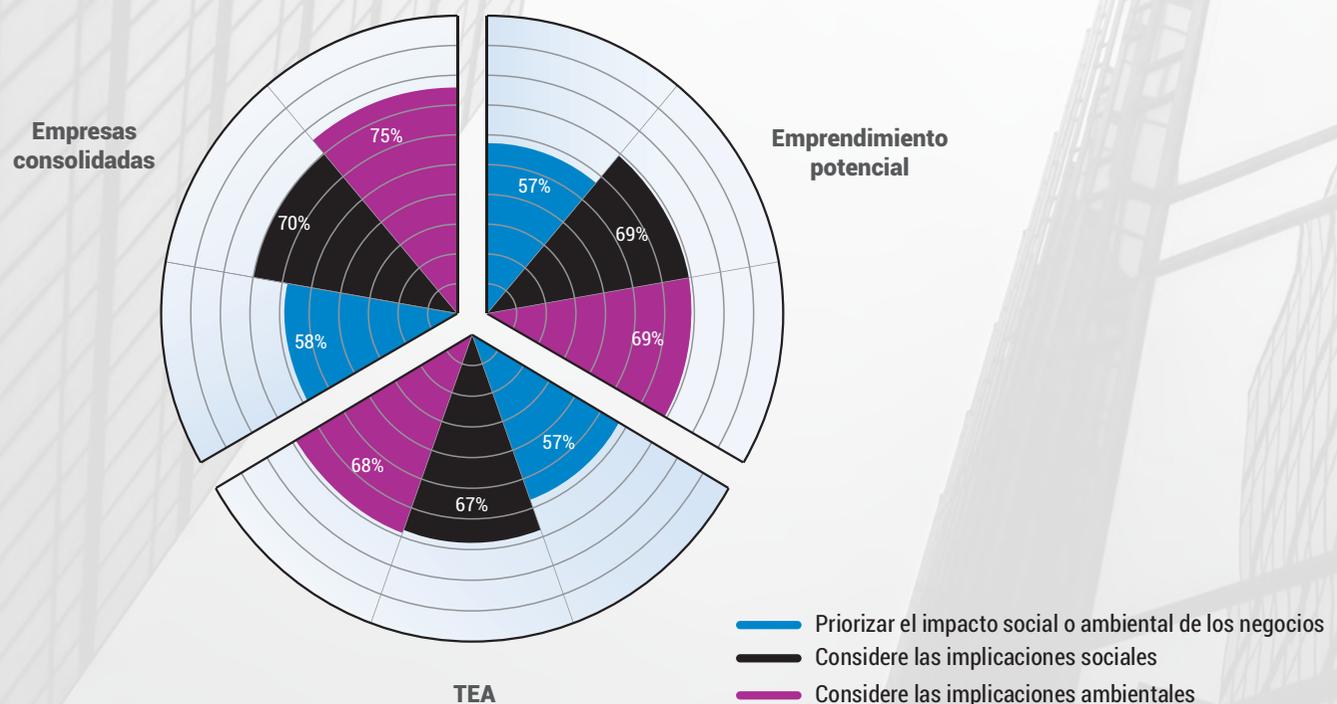


4.9. Orientación a la sostenibilidad

Más de la mitad de las personas emprendedoras consultadas manifiesta su preocupación por el impacto social y medioambiental de sus iniciativas, especialmente aquellos involucrados en empresas

consolidadas. La orientación hacia la sostenibilidad de los emprendedores potenciales y recientes (TEA) permite prever la creación y renovación de iniciativas emprendedoras socialmente responsables.

Gráfico 36. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en 2021
Fuente: GEM-España APS 2021





Genbioma Aplicaciones S.L.



Nombre de la emprendedora: Josune Ayo.

Nombre del negocio: Genbioma Aplicaciones S.L. (www.genbioma.com).

Ubicación del negocio: Esquiroz, Navarra.

Año de lanzamiento: 2019.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Investigación en Probióticos & Microbioma & Metabolismo.

Desarrollo de Probióticos, Postbióticos & Simbióticos de nueva generación dirigidos a regular desórdenes en el metabolismo a través del equilibrio de la Microbiota.

Aportamos soluciones probióticas naturales que ayudan a prevenir y reducir las complicaciones de la Diabetes & Prediabetes, con proyección a Diabetes Gestacional, Dislipemias y Obesidad.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Personalmente supone un reto ilusionante que conlleva la superación de un sinfín de condicionantes que te permiten ver de forma global las posibilidades del entorno y cubrir las necesidades de mercado, todo ello sin olvidar el valor generado y el retorno económico como generador de nuevas líneas pioneras de desarrollo con proyección internacional.

¿Cómo surgió la idea?

El origen de Genbioma surge del conocimiento conjunto de los socios fundadores con amplia experiencia como emprendedores y científicos expertos en alimentación animal y humana.

Todo surge a partir de los estudios científicos que demostraron de forma significativa la mejora de la salud en animales suplementados con unos probióticos de colección propia. En concreto, observamos que esta combinación selectiva de probióticos regulaba estupendamente la glucemia en animales, valoramos su seguridad y nos emocionó la idea de poder dar el salto a salud humana y estudiar su impacto sobre el metabolismo glucídico de personas diabéticas.

Algún obstáculo añadido por ser este el ámbito de tu emprendimiento

Desde el inicio fuimos conscientes de las limitaciones científicas, regulatorias y sectoriales y que necesitábamos un equipo especializado que nos diera este asesoramiento. Afortunadamente supimos rodearnos bien.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en su negocio y cómo ha innovado en respuesta a la pandemia?

Como en todo hay dos caras de una misma moneda.

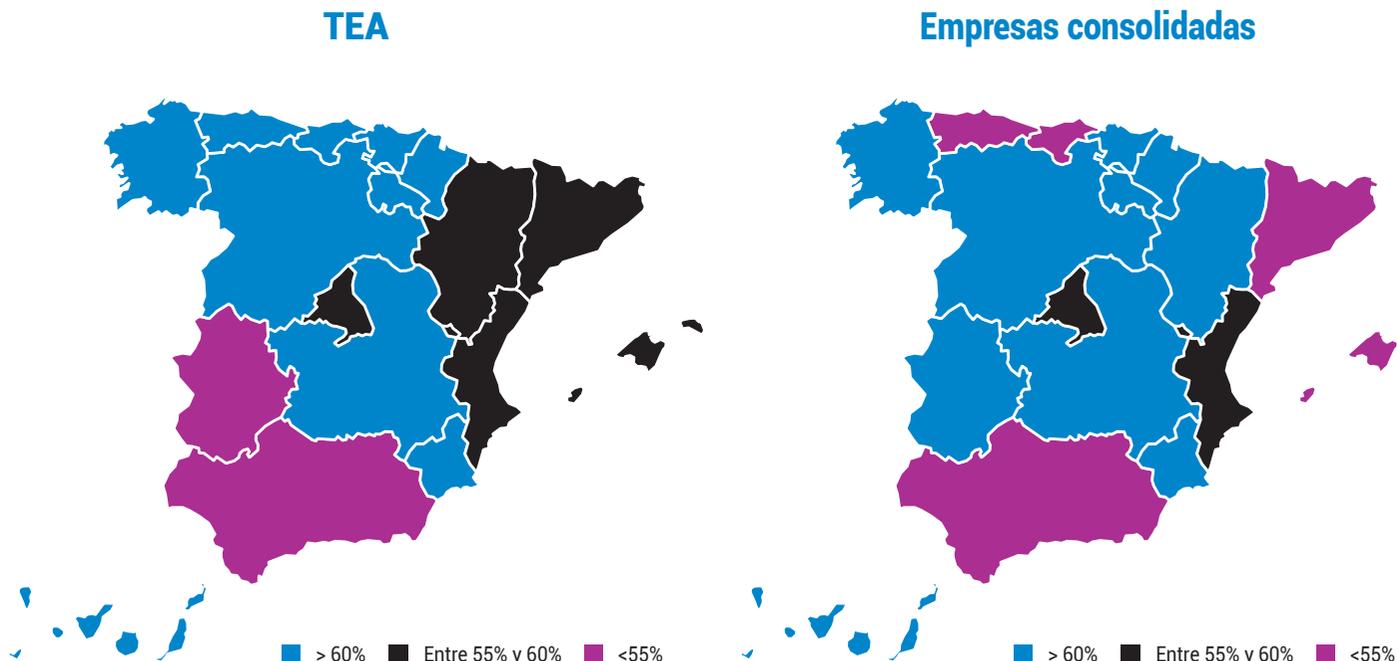
Por un lado, el sector de los Probióticos salió reforzado. Tras la pandemia, la gente es más consciente de que tenemos que cuidarnos. En especial, las personas diabéticas que sufren complicaciones graves con el contagio. Esto confirmó que estábamos en el camino correcto. Por otro lado, estábamos en pleno escalado industrial y las líneas se vieron afectadas. Gracias a la red de socios colaboradores que tenemos, referentes internacionales de probióticos, pudimos reactivarlo relativamente rápido. Sin embargo, el mayor impacto, y que dura hasta la fecha, se debe a la menor participación ciudadana en los ensayos clínicos. Esto es crucial para evidenciar la efectividad. Desde aquí animamos a la gente a participar como voluntarios. Sin ellos no hay avance.

Algo que te gustaría añadir

Por supuesto el agradecimiento de todo el equipo a entidades como Enisa, Ministerio, Gobiernos regionales, socios e inversores por la financiación y el apoyo al emprendimiento en estos tiempos revueltos.

Figura 16. Prioridad social y medioambiental en 2021

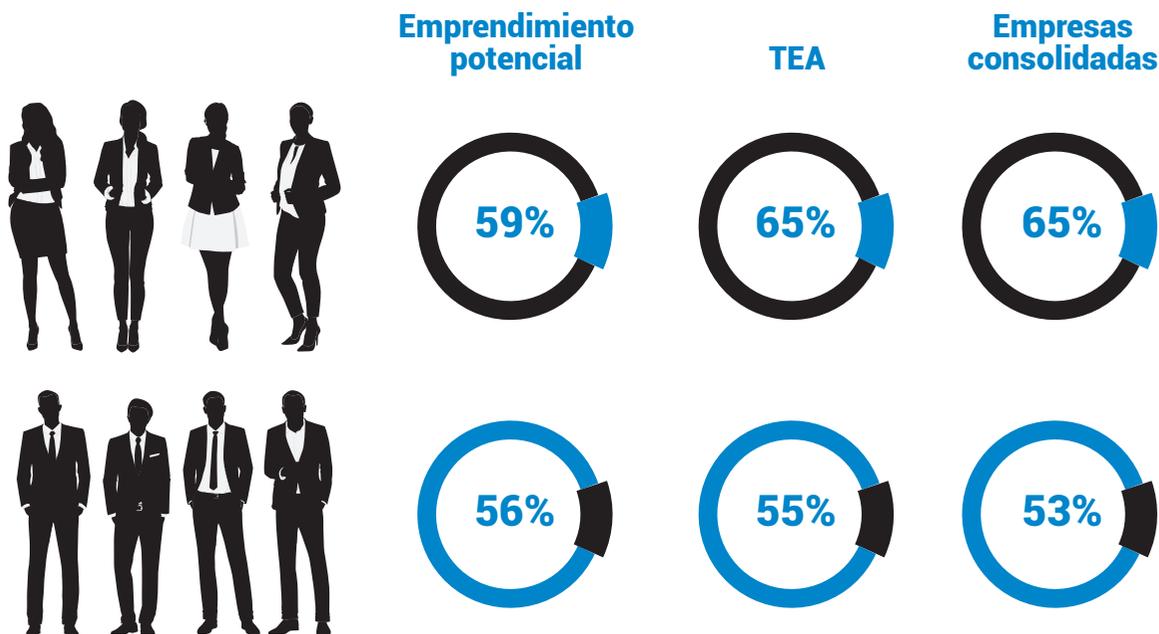
Fuente: GEM-España APS 2021



En la mayoría de las CC.AA. son los emprendedores que lideran iniciativas consolidadas los que consideran más prioridades sociales y medioambientales en sus organizaciones. Sin embargo, en Murcia, Islas Canarias, Asturias y Cantabria se observa una evolución de los emprendedores de iniciativas recientes (TEA) hacia una mayor sensibilización a la hora de diseñar negocios que tengan en cuenta el impacto social y medioambiental de su actividad emprendedora.

Gráfico 37. Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras en función del sexo en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



Las mujeres emprendedoras son más proclives a priorizar el impacto social y medioambiental de sus iniciativas emprendedoras, tanto recientes (TEA) como consolidadas. La orientación hacia la sostenibilidad de más de la mitad de los emprendedores potenciales consultados, mujeres y hombres, permite prever el mantenimiento de estas prioridades en el futuro.

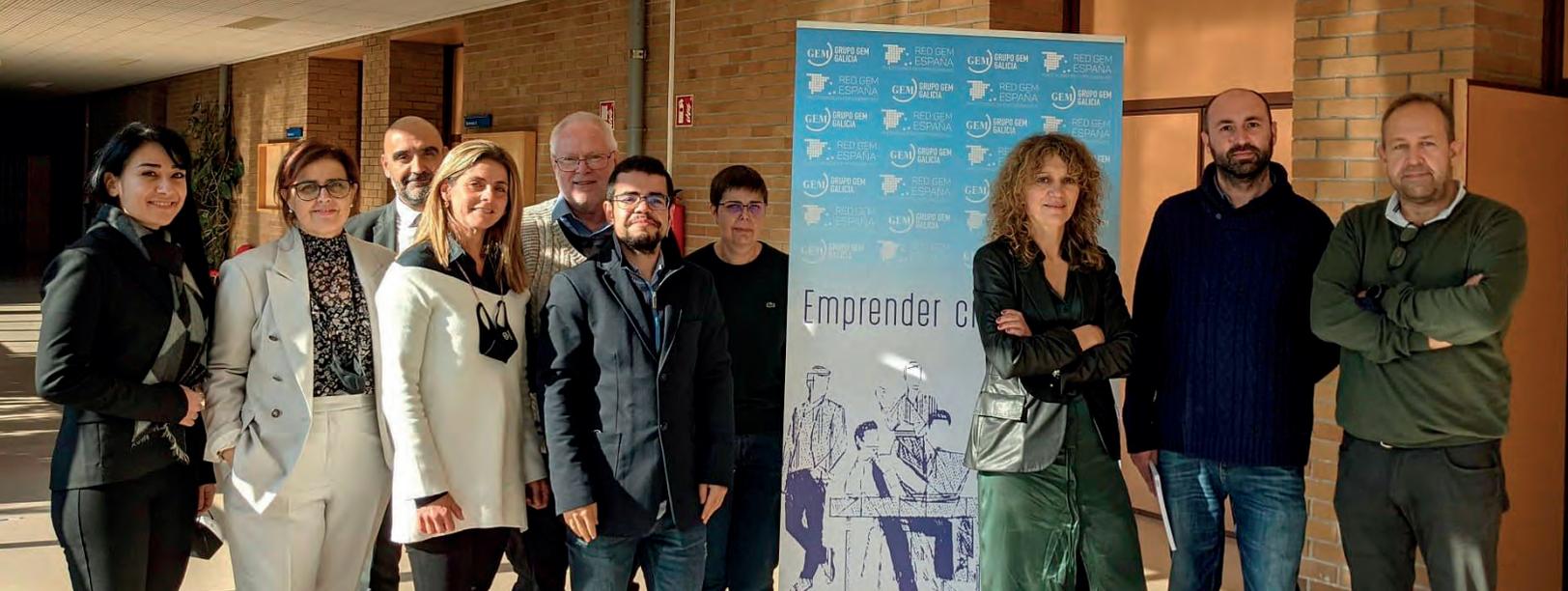


Gráfico 38. Distribución de iniciativas emprendedoras que han actuado para minimizar el impacto medioambiental en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021



Aunque más de la mitad de las personas emprendedoras manifestaron una clara orientación a la sostenibilidad social y medioambiental, un porcentaje menor afirma estar actuando con medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental y maximizar el impacto social de sus negocios.

Gráfico 39. Distribución de iniciativas emprendedoras que han actuado para maximizar el impacto social en 2021

Fuente: GEM-España APS 2021

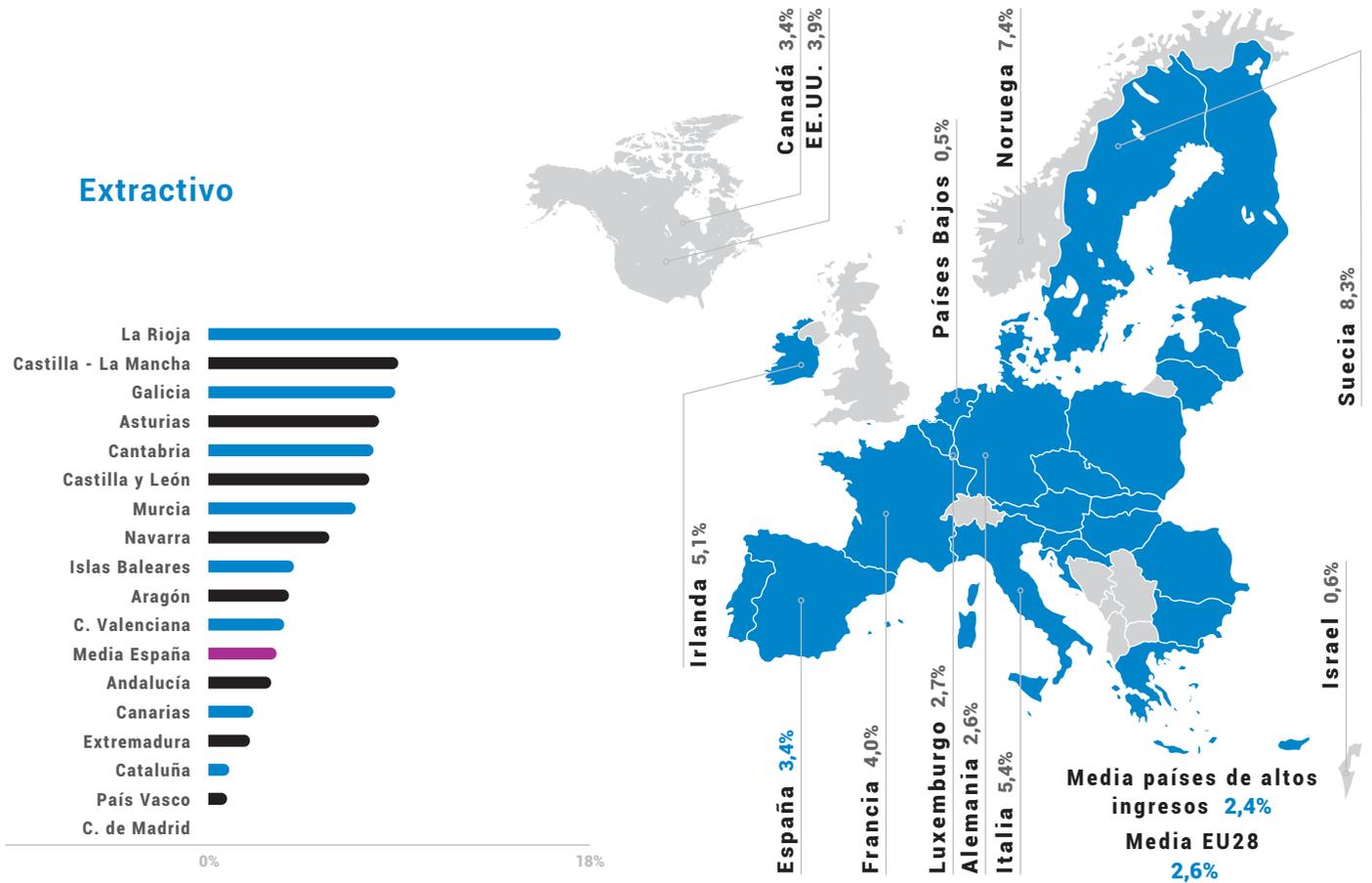


Son las empresas consolidadas las que más se orientan en la práctica a reducir el impacto medioambiental de su actividad, mientras que las iniciativas recientes (TEA) se orientan más a actuar para maximizar su impacto social.

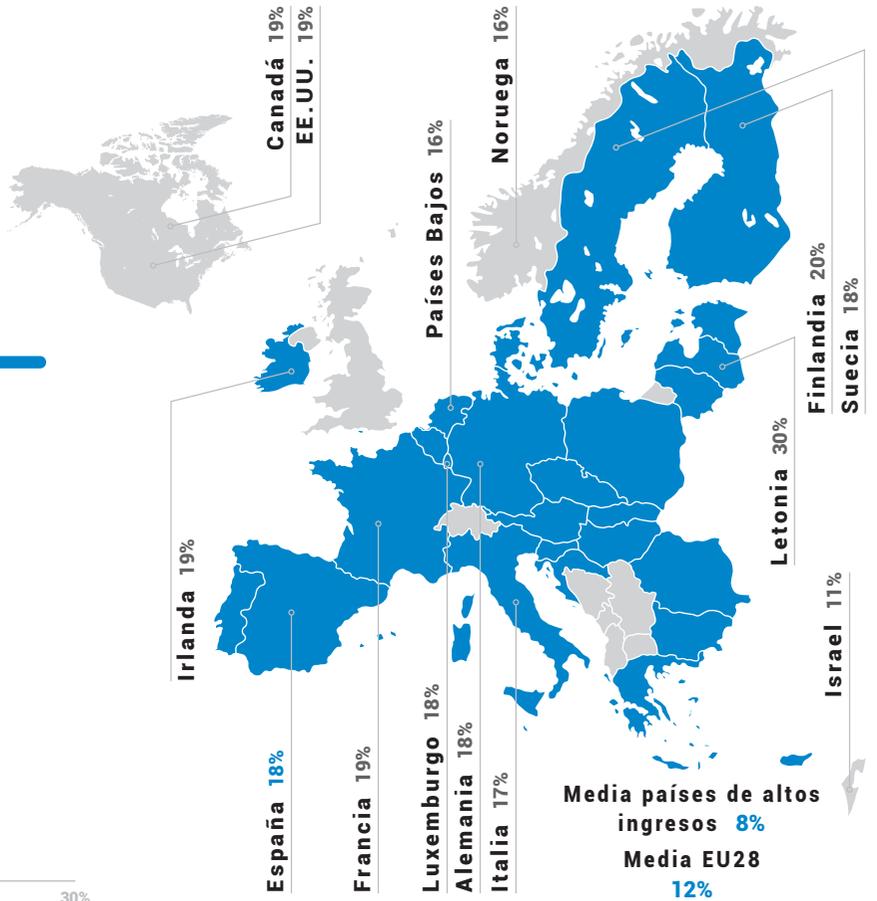
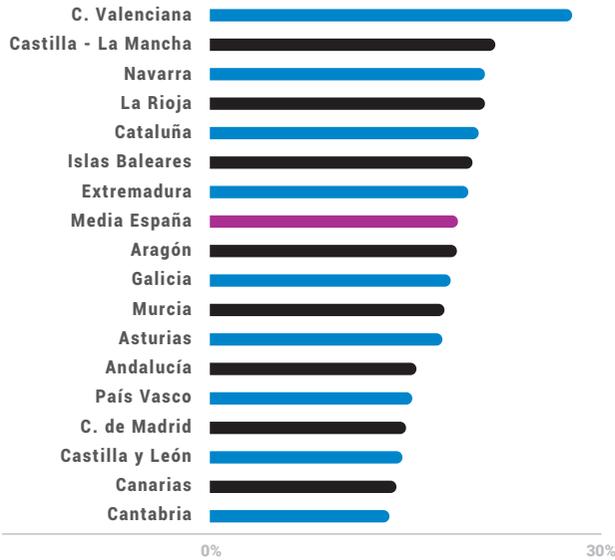
4.10. Posicionamiento Internacional y por CC.AA. de las iniciativas emprendedoras

Gráfico 40. Posicionamiento por CC.AA. e internacional en función del sector en 2021

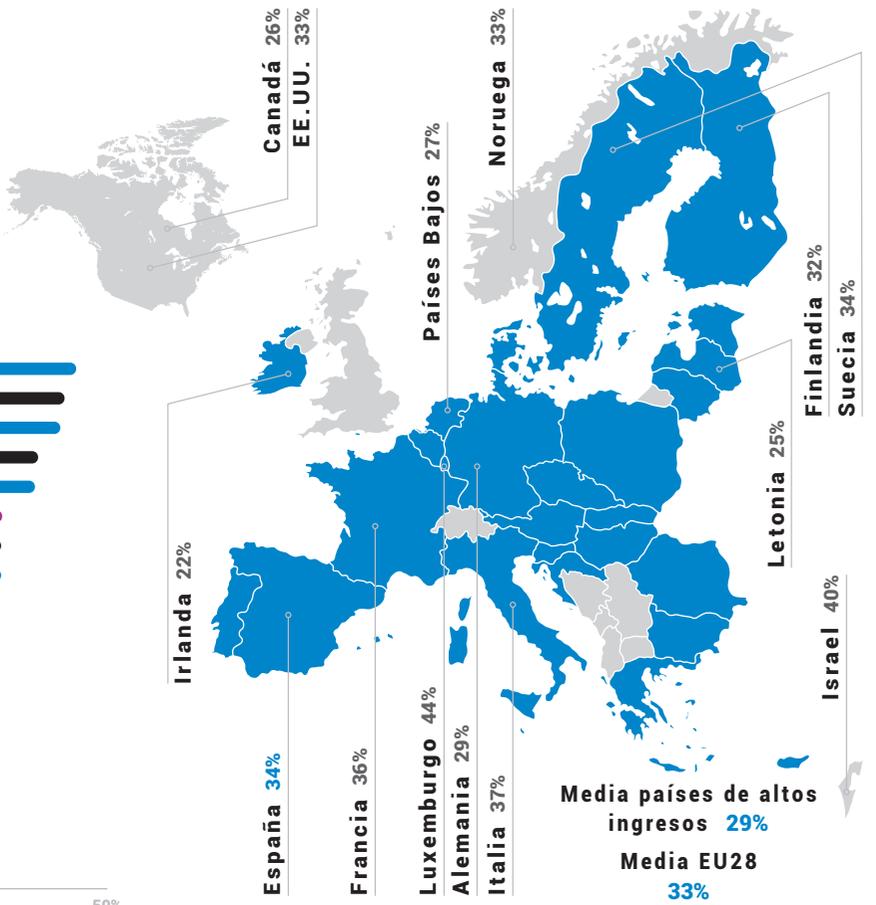
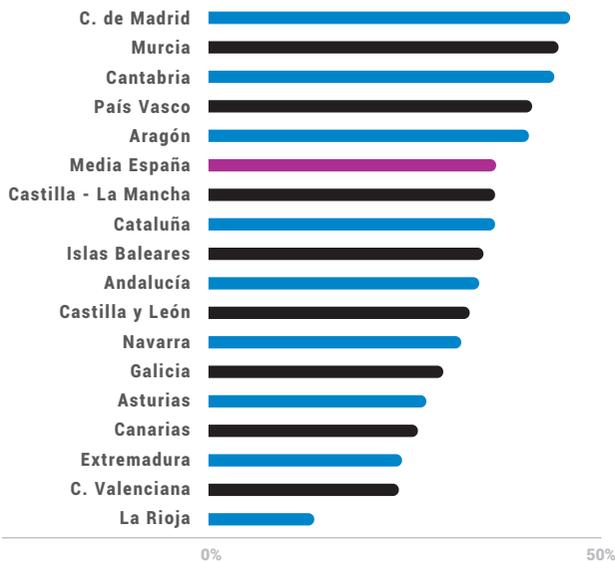
Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021



Transformación



Servicios a empresas



Servicios al consumidor

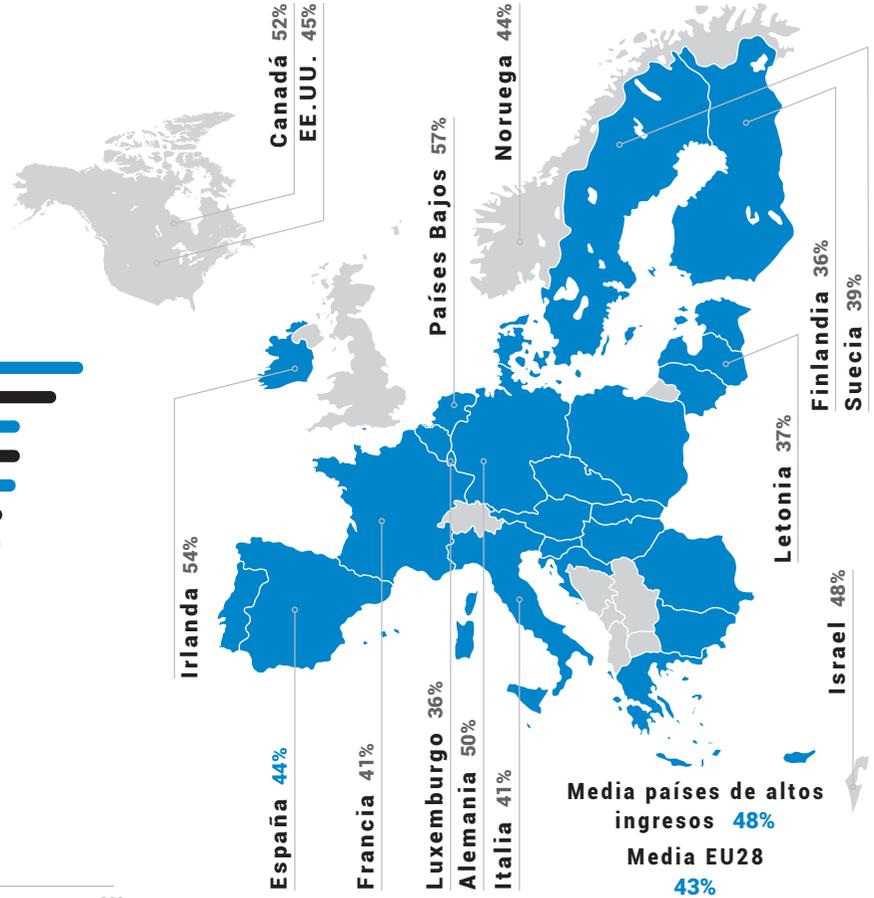
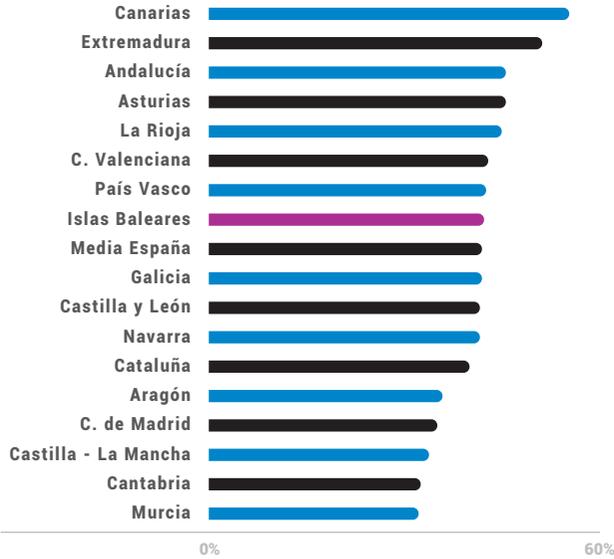
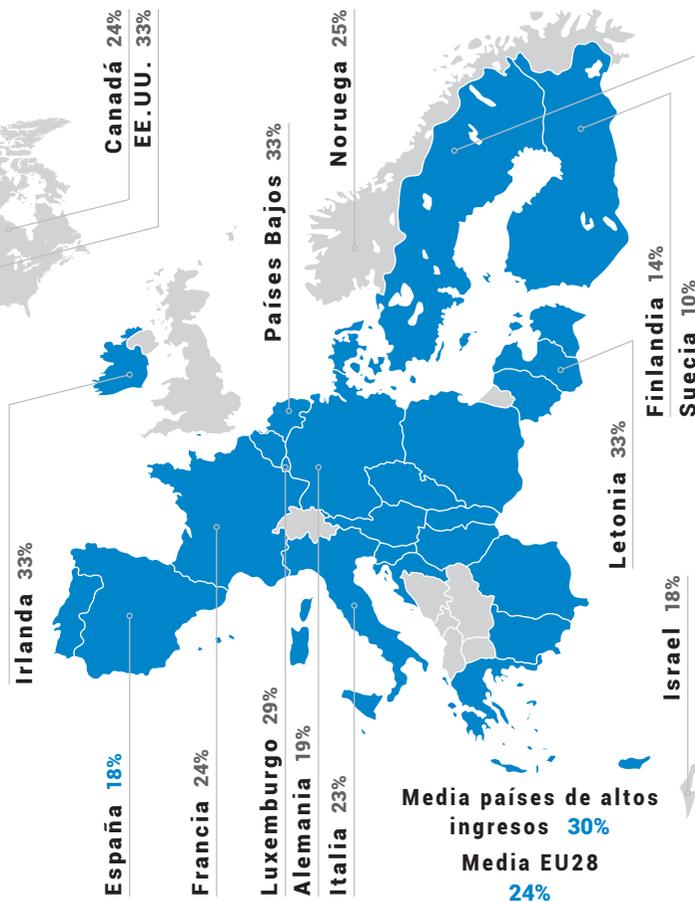
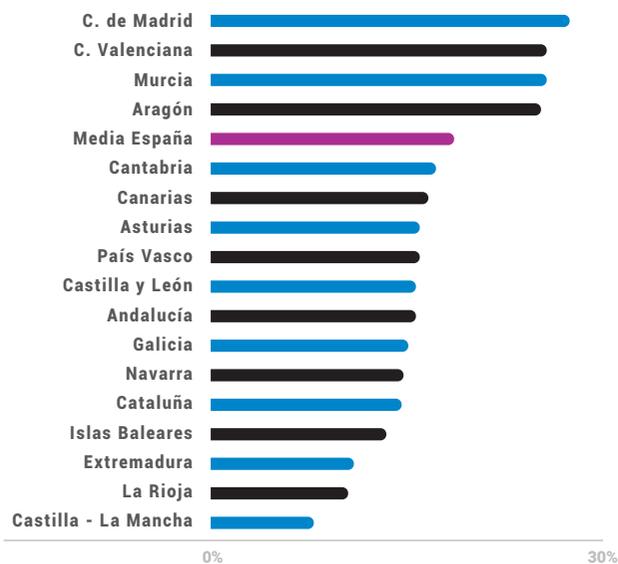


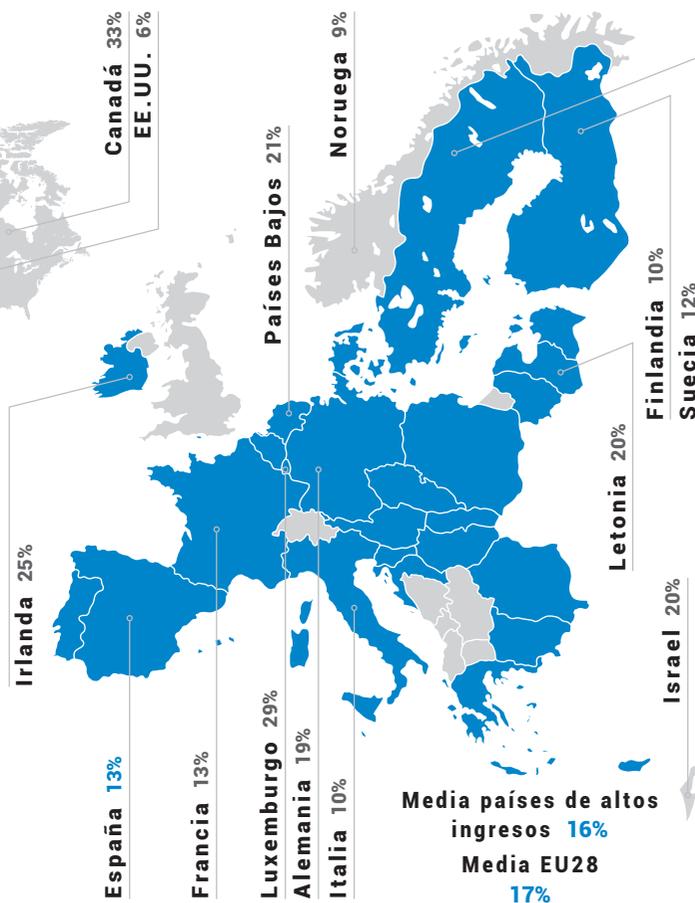
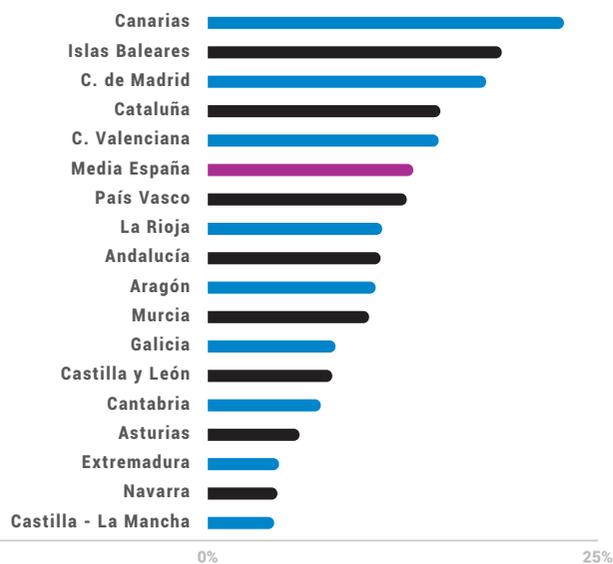
Gráfico 41. Posicionamiento internacional y por CC.AA. en función de las expectativas de crecimiento, orientación internacional y nivel tecnológico de las iniciativas en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021

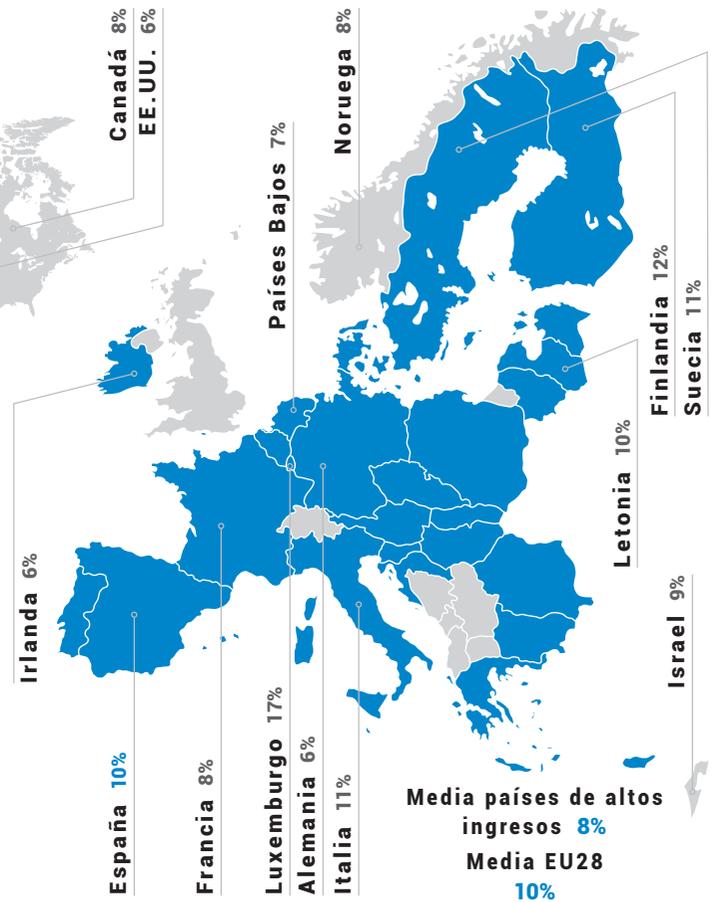
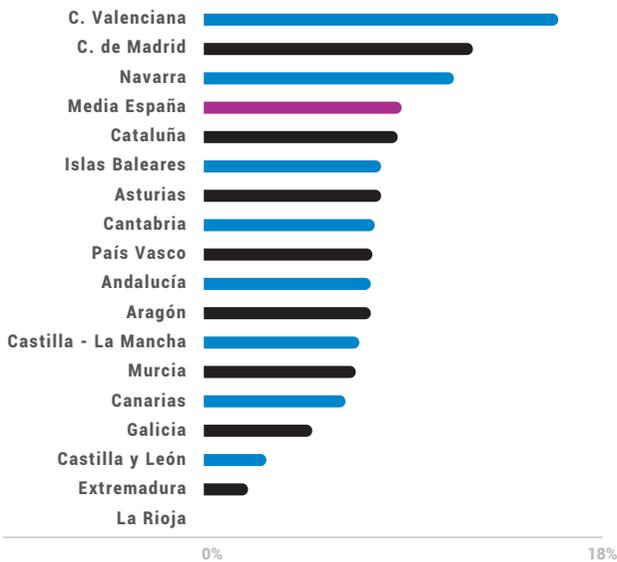
Expectativas de crecimiento



Orientación internacional



Nivel tecnológico medio-alto



La distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras evidencia el mayor peso del sector servicios en la mayor parte de sus CC.AA. El 44% de las iniciativas se localizan en el sector de servicios al consumidor, y el 34% en el sector de servicios a empresas, un porcentaje similar al de sus países europeos de referencia. Sin embargo, sí hay diferencias en las expectativas de crecimiento, orientación internacional y nivel tecnológico de las iniciativas. A pesar de mantener un nivel tecnológico medio-alto similar al

de la media de sus países de referencia europeos, en España los emprendedores siguen siendo reacios a la internacionalización, y mantienen menores expectativas de crecimiento de sus contrataciones.

Las distintas posiciones de las CC.AA. en relación con los factores implicados en las actitudes de los emprendedores evidencian la diversidad que existe en el territorio y no permite posicionar claramente a unas CC.AA. en mejor situación que a otras.



ANEXO

Glosario

TEA Nacientes: porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación con una vida inferior a los 3 meses, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no exceda los 3 meses.

TEA Nuevas: porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región/ciudad, propietarios o copropietarios fundadores de aquellas empresas cuya actividad emprendedora haya supuesto el pago de salarios por un periodo entre 3 y 42 meses.

TEA (Total Early Stage Entrepreneurial Activity) o tasa de emprendedores con empresas en fase inicial (nacientes y nuevas) se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación que hayan persistido en el mercado por un periodo comprendido entre los 0 y 42 meses (3,5 años). Este indicador aglutina a los dos conceptos anteriores, por lo que, para realizar su cálculo definitivo, se eliminan las duplicaciones que puedan producirse en cuanto a aquellas personas adultas que estén implicadas al mismo tiempo en las dos tipologías de empresa (Naciente y Nueva).

EEA (Employee Entrepreneurial Activity) o tasa de empleados emprendedores se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad, que trabaja por cuenta ajena para organizaciones existentes, y que en los últimos tres años han participado liderando activamente el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, en la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs* / *spin-outs* / *start-ups*).

La tasa de empresarios con empresas consolidadas representa el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad, fundadores de empresas cuya actividad haya supuesto el pago de salarios por un periodo superior a los 42 meses.

La variable **abandonos** de empresa refleja el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad que declararon haber cerrado o traspasado un negocio en los últimos 12 meses.

La tasa de **intraemprendimiento** refleja la creación de empresas por otras empresas existentes.

Los **inversores informales** se consideran aquellas personas que han invertido en otros negocios en los últimos 3 años, siendo ajenas a estos negocios y sin valerse de un mecanismo contractual o institucional (se excluyen las inversiones en bolsa, fondos de inversión...).

NECI: conjunto de indicadores del contexto de emprendimiento nacional.

TEA Rural: porcentaje de la población adulta entre 18-64 años involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años de municipios de menos de 5.000 habitantes.

TEA más de 33% de discapacidad: porcentaje de la población adulta entre 18-64 años involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años con más de un 33% de discapacidad.

TEA Extranjeros: porcentaje de la población adulta entre 18-64 años involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años de origen extranjero.

Benchmarking

Tabla 11. Posicionamiento de España a nivel internacional y por CC.AA. en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021

	Actitudes							
	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
Media ingresos bajos	60,5	72,5	45,4	56,7	78,7	82,9	74,8	55,0
Sudán	72,1	88,1	41,5	66,8	89,4	95,4	83,5	66,7
República Dominicana	74,4	88,7	37,5	82,7	86,2	89,8	89,6	66,6
Brasil	54,8	66,7	48,4	70,6				42,0
Guatemala	69,1	76,3	40,3	71,1	94,2	79,8	63,5	48,8
Egipto	73,2	65,8	48,2	30,8	75,6	82,0	78,5	73,4
India	83,4	86,0	48,2	63,1	89,5	87,0	84,3	82,2
Marruecos	64,1	61,5	53,0	44,0	85,1	79,7	80,6	56,1
Irán	17,9	66,4	39,9	41,9	54,3	88,7	50,7	17,7
Colombia	38,1	56,2	47,6	58,2	52,2	61,9	59,0	29,0
Sudáfrica	57,9	69,7	49,3	37,6	81,8	81,9	83,5	67,6
Media ingresos medios	48,4	57,2	44,7	55,0	69,3	70,0	61,6	41,8
Omán	67,7	59,2	23,1	69,4	77,9	75,7	71,3	44,5
Hungría	36,5	36,0	38,2	49,7	64,2	64,5	65,5	49,1
Kazakhstan	51,4	65,4	13,0	53,4	91,0	91,7	62,5	52,4
Croacia	58,3	71,1	49,9	68,0	62,4	53,5	62,2	30,9
Rusia	33,5	34,5	50,9	59,8	71,9	69,8	61,2	32,5
Panamá	46,3	69,8	41,5	45,3	64,2	66,4	68,1	49,1
Eslovenia	33,4	41,8	54,4	53,9	52,4	55,6	43,4	25,8
Uruguay	58,4	69,8	51,7	54,5	69,0	63,3	68,4	37,7
Chile	59,8	70,7	49,7	70,7	78,8	-	-	48,0
Chipre	50,2	64,1	53,1	72,9	81,9	75,4	66,6	50,9
Polonia	72,5	60,1	44,7	54,0	54,7	66,4	38,1	64,3
Eslovaquia	51,5	58,5	44,9	54,6	68,2	85,9	83,6	61,0
Grecia	48,6	53,1	55,9	32,6	64,8	64,1	56,6	35,1
Hungría	49,1	50,0	55,6	37,7	67,8	72,3	68,1	27,0
Turquía	31,9	59,3	35,9	42,8	66,8	75,1	-	25,1
Bielorrusia	25,0	52,0	52,9	61,3	73,3	70,8	47,0	34,5
Media ingresos altos	56,9	51,4	45,8	49,0	62,1	75,7	69,7	57,0
Media EU28	54,6	47,8	45,6	48,0	55,8	67,7	64,1	56,8
España	30,0	49,8	58,4	38,1	50,0	60,7	47,9	35,9
Alemania	48,2	37,1	45,5	39,9	50,6	82,7	57,9	38,2
Arabia Saudita	95,4	90,5	53,0	58,0	96,6	96,3	95,5	93,5
Canadá	70,5	58,9	53,0	51,7	-	-	-	66,8

	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
Catar	73,8	70,9	39,5	55,9	79,5	87,7	80,8	64,2
Corea del Sur	44,0	54,0	21,7	40,5	57,1	89,4	71,4	35,0
Emiratos	73,5	65,1	47,2	54,6	74,3	79,1	81,6	74,4
Países Bajos	69,9	45,4	35,4	56,8	-	-	-	85,6
Estados Unidos	63,2	64,6	48,4	58,8	76,2	80,4	76,7	66,9
Israel	45,8	37,5	53,8	63,5	63,3	82,7	53,3	13,7
Italia	34,7	44,7	50,9	41,1	61,1	56,3	65,5	16,6
Letonia	39,6	53,3	39,1	41,1	52,7	59,7	57,8	29,4
Luxemburgo	54,1	52,9	48,6	43,0	-	-	-	64,1
Noruega	74,3	42,0	34,5	38,0	-	-	-	80,3
Reino Unido	61,2	51,1	58,4	49,8	70,4	83,5	82,4	70,7
Suecia	79,6	49,9	44,1	55,1	-	-	-	82,6
Suiza	54,7	49,6	38,2	54,7	40,5	75,8	61,4	68,9
Francia	52,1	48,6	49,7	46,3	68,5	55,4	75,9	52,0
Japón	11,7	12,3	39,5	20,1	24,0	62,4	55,1	29,7
Irlanda	57,3	57,8	53,7	57,5	67,0	83,0	82,6	58,9
Finlandia	61,0	42,8	48,8	64,1	-	-	-	69,6

Comunidades Autónomas Españolas	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia
	Media España	30,0	49,8	58,4
Andalucía	32,6	52,2	58,9	42,6
Aragón	30,7	48,2	58,4	37,6
Asturias	24,9	44,8	62,9	35,2
Islas Baleares	24,4	51,0	59,0	37,4
Canarias	30,0	52,0	59,2	41,0
Cantabria	26,2	51,3	56,6	35,8
Castilla y León	20,5	46,8	59,3	35,8
Castilla-La Mancha	23,8	48,5	63,1	35,3
Cataluña	31,1	50,6	54,0	35,0
C. Valenciana	27,0	49,8	54,5	42,1
Extremadura	25,0	51,5	58,3	42,9
Galicia	26,9	51,2	61,5	40,9
C. de Madrid	36,8	47,4	60,8	34,1
Murcia	27,3	49,8	58,2	37,0
Navarra	30,1	49,4	59,8	34,3
País Vasco	34,3	46,0	61,5	36,1
La Rioja	25,5	46,9	61,1	34,5
Ceuta	26,1	42,0	64,0	38,8
Melilla	36,4	59,6	68,0	42,9

Tabla 12. Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial en 2021. Comparación internacional y por CC.AA.

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021

Actividad emprendedora								
	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Continua
Media ingresos bajos	41,5	17,8	8,6	19,6	6,7	9,8	6,9	2,9
Sudán	50,8	32,4	12,2	33,6	8,1	13,1	5,4	7,7
República Dominicana	59,3	52,0	13,3	41,9	3,8	14,7	10,1	4,7
Brasil	50,1	15,5	11,1	21,0	10,0	11,3	9,1	2,2
Guatemala	46,3	14,3	16,6	28,3	12,7	9,1	7,3	1,8
Egipto	56,4	5,8	5,4	9,2	3,6	10,9	8,7	2,2
India	27,2	15,3	7,1	14,4	8,5	7,9	3,7	4,2
Marruecos	41,6	3,1	3,3	6,1	4,9	4,6	4,2	0,4
Irán	27,6	8,2	3,9	8,8	8,8	5,8	4,6	1,2
Colombia	25,7	14,8	5,9	15,7	1,8	6,6	5,4	1,2
Sudáfrica	29,7	17,0	7,3	17,5	5,2	13,9	10,5	3,4
Media ingresos medios	27,8	11,5	4,8	12,8	7,2	6,8	5,3	1,6
Omán	55,2	14,9	3,7	12,7	2,8	13,7	10,2	3,6
Hungría	10,7	6,7	4,9	9,8	8,4	2,2	1,7	0,5
Kazakhstan	63,6	11,5	7,1	19,9	12,1	18,0	16,6	1,3
Croacia	27,9	13,4	3,8	12,4	4,0	4,4	2,4	2,1
Rusia	12,4	6,4	4,7	8,3	3,4	3,9	2,9	1,0
Panamá	49,1	21,7	6,6	21,8	3,7	11,4	9,0	2,4
Eslovenia	7,9	6,0	2,2	6,4	6,5	3,6	2,8	0,8
Uruguay	36,6	20,5	8,0	23,1	4,1	9,7	7,7	2,0
Chile	51,5	26,3	10,3	29,9	7,1	9,0	6,9	2,1
Chipre	17,3	7,8	3,7	8,4	8,6	5,6	3,4	2,2
Polonia	3,7	1,1	0,9	2,0	11,1	4,5	2,8	1,7
Eslovaquia	16,1	3,7	3,4	6,7	8,5	3,0	2,2	0,8
Grecia	11,0	4,7	2,4	5,5	14,7	2,0	1,6	0,4
Hungría	14,9	9,0	5,3	9,7	4,1	2,6	1,8	0,8
Turquía	36,5	16,7	5,4	15,7	11,0	8,0	6,3	1,7
Bielorrusia	30,1	14,0	4,8	13,5	5,5	7,3	5,7	1,6
Media ingresos altos	19,9	9,1	4,6	11,2	6,4	4,7	3,1	1,6
Media EU28	15,1	6,6	3,2	8,7	5,9	3,2	2,1	1,1
España	9,0	3,1	2,7	5,5	7,2	2,2	1,5	0,6
Alemania	8,6	5,3	2,7	6,9	5,0	3,3	2,1	1,1
Arabia Saudita	23,0	13,6	11,8	19,6	5,3	8,6	5,7	2,9
Canadá	22,5	20,0	11,1	20,1	8,2	11,6	5,6	5,9
Catar	54,8	13,9	6,0	15,9	6,1	11,5	8,8	2,8
Corea del Sur	35,2	10,7	5,4	13,4	16,4	3,7	2,6	1,2

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Continua
Emiratos	42,6	15,6	7,6	16,5	6,4	10,3	6,7	3,5
Países Bajos	22,5	11,6	5,2	14,2	6,4	5,9	3,5	2,4
Estados Unidos	20,5	15,1	6,0	16,5	8,9	6,4	4,3	2,1
Israel	19,9	7,9	3,6	9,6	3,3	4,5	3,3	1,2
Italia	11,2	3,4	2,5	4,8	4,5	1,3	1,0	0,4
Letonia	24,6	11,5	6,0	15,1	9,9	3,1	2,4	0,7
Luxemburgo	17,7	7,5	2,3	7,3	3,6	4,1	2,3	1,9
Noruega	5,7	1,3	1,1	3,1	3,5	0,9	0,6	0,3
Reino Unido	12,1	9,9	3,9	12,6	5,3	2,7	2,1	0,6
Suecia	15,0	5,7	3,1	9,0	4,3	3,6	2,7	0,9
Suiza	18,4	8,4	3,3	9,8	7,1	2,9	1,9	1,0
Francia	16,9	6,3	2,0	7,7	3,6	2,6	1,6	0,9
Japón	6,8	6,0	2,5	6,3	4,8	1,6	1,0	0,6
Irlanda	20,1	12,5	4,9	12,5	6,9	7,0	4,4	2,6
Finlandia	11,8	2,5	3,1	7,9	8,9	1,9	1,4	0,5

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Continua
Media España	9,0	3,1	2,7	5,5	7,2	2,2	1,5	0,6
Andalucía	10,3	2,7	2,2	4,9	6,7	2,0	1,5	0,5
Aragón	7,1	1,7	2,5	4,2	7,8	1,7	1,1	0,6
Asturias	6,3	2,1	1,8	3,9	8,2	1,6	1,1	0,5
Islas Baleares	9,0	2,9	1,8	4,7	5,5	1,8	1,0	0,8
Canarias	10,8	2,6	1,6	4,3	5,0	7,5	1,6	6,0
Cantabria	7,0	2,6	3,5	6,1	10,1	1,5	1,1	0,4
Castilla y León	8,9	2,6	2,5	5,0	5,8	1,7	1,2	0,5
Castilla-La Mancha	7,9	2,6	2,6	5,3	6,8	2,2	1,5	0,7
Cataluña	8,5	3,8	3,4	7,2	8,6	2,5	1,8	0,7
C. Valenciana	8,4	2,9	2,4	5,3	6,7	2,5	1,6	0,9
Extremadura	8,2	2,6	2,2	4,8	7,9	1,9	1,2	0,7
Galicia	8,0	2,7	2,2	4,9	8,7	1,6	1,2	0,4
C. de Madrid	10,6	3,7	3,3	7,0	7,3	2,8	2,0	0,8
Murcia	7,7	2,3	1,8	4,1	6,5	1,4	0,9	0,5
Navarra	8,3	2,3	2,7	5,0	9,3	2,3	1,4	0,9
País Vasco	8,0	2,3	2,7	4,9	5,2	1,8	1,3	0,5
La Rioja	5,3	2,0	2,0	4,0	8,7	1,1	0,5	0,6
Ceuta	4,0	0,0	0,0	0,0	4,0	2,0	2,0	-
Melilla	2,0	2,0	0,0	2,0	16,0	2,0	2,0	-

Comunidades Autónomas Españolas

Tabla 13. Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico. Comparación internacional y por CC.AA. en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021

	Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	(+) de 5 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Medium-High technological level
Media ingresos bajos	6,3	24,1	9,3	60,4	32,8	6,1	2,7
Sudán	20,7	23,9	4,3	51,1	19,2	4,5	1,2
República Dominicana	0,8	12,5	11,5	75,2	7,4	16,7	1,0
Brasil	2,5	24,0	12,1	61,4	33,5	0,9	4,9
Guatemala	5,5	16,4	5,2	72,9	31,0	1,0	0,5
Egipto	9,5	39,2	6,7	44,6	37,1	6,9	2,5
India	8,2	18,8	1,7	71,3	37,1	6,9	0,9
Marruecos	5,5	30,4	8,5	55,6	38,1	6,3	2,9
Irán	4,8	34,2	16,6	44,4	37,3	2,4	4,7
Colombia	0,7	23,3	17,0	59,0	50,3	6,1	6,3
Sudáfrica	4,6	18,1	8,8	68,6	36,6	9,1	2,4
Media ingresos medios	7,3	26,4	17,5	48,7	29,7	9,9	5,1
Omán	8,3	19,4	14,5	57,8	18,9	4,4	1,6
Hungría	11,5	28,7	16,9	42,9	15,4	8,0	5,4
Kazakhstan	6,0	25,5	12,1	56,4	40,8	1,1	4,6
Croacia	11,2	26,6	25,6	36,6	32,8	19,6	8,8
Rusia	4,9	37,0	15,4	42,6	47,1	4,3	4,6
Panamá	4,6	17,8	15,7	61,9	41,7	3,3	3,0
Eslovenia	2,4	28,5	17,0	52,1	10,8	1,9	4,6
Uruguay	5,7	24,4	15,1	54,9	25,7	4,1	3,4
Chile	4,0	22,8	16,3	56,9	37,6	0,8	5,1
Chipre	3,2	21,5	16,7	58,6	16,0	15,5	1,7
Polonia	8,2	23,4	21,5	46,8	30,0	3,1	5,6
Eslovaquia	2,6	25,7	30,0	41,7	22,3	16,3	17,1
Grecia	12,4	27,6	17,3	42,7	25,8	25,7	3,7
Hungría	12,9	28,4	14,6	44,1	21,6	5,0	5,0
Turquía	12,0	32,2	11,4	44,4	57,6	16,2	2,3
Bielorrusia	7,8	33,0	20,3	39,0	30,6	29,1	5,9
Media ingresos altos	3,9	19,1	29,2	47,8	30,4	16,2	8,4
Media EU28	5,2	18,9	32,8	43,1	23,8	17,2	9,7
España	3,4	18,1	34,1	44,4	17,7	12,7	9,5
Alemania	2,6	18,1	29,0	50,4	18,6	19,1	5,8
Arabia Saudita	0,4	8,9	3,8	86,9	46,9	1,8	0,4
Canadá	3,4	19,2	25,5	51,9	24,2	33,0	8,4
Catar	2,3	33,7	17,8	46,2	68,1	10,2	6,1
Corea del Sur	3,0	24,4	16,6	56,0	37,6	5,4	8,6

	Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	(+) de 5 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Medium-High technological level
Emiratos	1,3	30,0	23,2	45,6	77,8	27,3	6,4
Países Bajos	0,5	15,6	26,8	57,1	32,5	21,1	7,2
Estados Unidos	3,9	18,9	32,6	44,6	32,8	5,9	6,0
Israel	0,6	10,9	40,4	48,1	17,8	19,8	9,5
Italia	5,4	16,7	36,9	41,0	23,4	10,3	11,5
Letonia	8,4	30,4	24,7	36,5	32,7	19,9	9,9
Luxemburgo	2,7	17,8	43,8	35,7	28,6	28,8	16,8
Noruega	7,4	16,0	32,6	44,1	25,1	8,8	7,7
Reino Unido	1,9	11,5	34,5	52,1	20,4	22,9	7,7
Suecia	8,3	18,3	34,1	39,3	10,3	12,1	10,6
Suiza	2,7	18,5	42,2	36,6	25,6	24,8	11,6
Francia	4,0	18,9	35,9	41,2	24,4	13,5	7,8
Japón	2,8	15,6	25,2	56,3	25,8	8,1	7,5
Irlanda	5,1	18,6	21,8	54,5	33,4	25,1	6,3
Finlandia	12,1	20,3	31,6	36,0	14,0	9,8	11,7

	Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	(+) de 5 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Medium-High technological level
Media España	3,4	18,1	34,1	44,4	17,7	12,7	9,5
Andalucía	3,1	15,0	32,1	48,4	14,9	10,7	8,0
Aragón	4,0	18,0	38,0	38,0	24,0	10,4	8,0
Asturias	8,5	16,9	25,9	48,3	15,3	5,7	8,5
Islas Baleares	4,3	19,1	32,6	44,7	12,8	18,2	8,5
Canarias	2,3	13,5	24,8	58,6	15,8	22,0	6,8
Cantabria	8,2	13,1	41,0	34,4	16,4	7,0	8,2
Castilla y León	8,0	14,0	31,0	44,0	15,0	7,7	3,0
Castilla-La Mancha	9,4	20,8	34,0	35,8	7,5	4,1	7,5
Cataluña	1,0	19,6	34,0	42,3	13,9	14,4	9,3
C. Valenciana	3,8	26,4	22,6	45,3	24,5	14,3	17,0
Extremadura	2,1	18,8	22,9	54,2	10,4	4,4	2,1
Galicia	9,3	17,5	27,8	44,3	14,4	7,9	5,2
C. de Madrid	0,0	14,3	42,9	37,1	26,1	17,2	12,9
Murcia	7,3	17,1	41,5	34,1	24,4	10,0	7,3
Navarra	6,0	20,0	30,0	44,0	14,0	43	12,0
País Vasco	0,9	14,7	38,4	45,0	15,2	12,3	8,1
La Rioja	17,5	20,0	12,5	47,5	10,0	10,8	0,0
Ceuta							
Melilla	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Comunidades Autónomas Españolas

Tabla 14. Valoración de expertos sobre las condiciones del entorno para emprender. Comparación por CC.AA. en 2021

Fuente: GEM-España y GEM Global APS 2021

	Media España	EU28	Andalucía	Aragón	Asturias	Islas Baleares	Canarias	Cantabria	Castilla y León	Catalunya	C. Valenciana	Extremadura	Galicia	C. de Madrid	Murcia	Navarra	País Vasco	La Rioja	
Financiación suficiente para emprender	4,9	5,0	3,3	3,6	3,7	3,5	3,4	3,2	4,0	4,5	4,3	4,4	3,9	4,2	5,2	4,3	4,6	5,7	4,5
Facilidad para acceder a la financiación para emprender	4,8	4,7	4,0	4,4	4,1	4,1	3,8	3,8	4,2	4,6	4,5	4,5	4,0	3,8	5,4	4,4	5,3	6,2	5,3
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	5,4	4,5	4,0	4,5	4,4	3,8	4,1	3,7	4,0	5,7	4,6	4,5	4,9	4,5	5,5	5,4	5,7	6,3	4,9
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	5,1	5,0	4,5	4,5	4,0	4,0	4,5	4,5	4,4	5,2	4,5	4,3	3,9	4,0	5,7	5,7	5,6	5,5	5,4
Programas gubernamentales	6,3	5,1	5,4	5,7	5,5	5,0	5,8	4,8	5,2	6,3	5,8	5,6	5,1	6,5	6,5	6,9	6,8	5,2	5,2
Educación y formación emprendedora etapa escolar	3,5	3,5	2,8	3,5	3,1	4,0	2,9	3,2	3,5	3,5	3,8	3,2	3,6	2,9	3,3	3,9	3,3	4,1	3,1
Educación y formación emprendedora etapa post-escolar	6,1	4,7	4,7	5,0	3,9	4,8	4,9	4,8	4,8	5,1	5,7	5,2	4,9	4,3	6,1	5,8	5,3	5,9	4,2
Transferencia de I + D	5,6	4,6	3,8	4,6	3,8	4,6	4,0	4,0	4,3	4,0	4,1	4,5	4,5	3,7	4,2	4,9	5,1	5,5	4,2
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	6,7	5,9	5,7	6,3	5,8	5,3	5,0	6,0	5,8	5,9	6,0	6,0	5,4	5,4	6,7	6,3	6,2	6,5	6,1
Dinámica del mercado interno	5,0	4,7	3,2	3,2	3,2	4,7	3,6	3,3	3,3	3,7	3,2	3,5	3,7	2,9	3,2	3,5	2,5	3,5	2,7
Barreras de acceso al mercado interno	5,0	4,8	4,7	5,3	4,6	4,9	4,1	4,5	4,7	4,6	4,9	4,8	4,3	4,3	5,4	5,2	5,4	5,5	5,0
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	6,8	6,8	6,8	6,7	5,7	6,0	6,0	6,4	6,2	6,8	6,3	6,8	6,3	5,6	7,8	6,9	7,1	7,2	6,4
Normas sociales y culturales	5,2	4,7	4,2	4,8	3,8	4,9	4,1	4,5	4,8	4,8	5,8	5,1	4,7	4,6	5,9	5,7	5,7	5,7	4,9
COVID 1: Avances y apoyo a la digitalización y el teletrabajo por la pandemia	5,6	6,3																	
COVID 2: Incremento de la <i>gig economy</i> como motor de puesta en marcha y modelo de negocio debido a la pandemia (resumen)	5,7	6,0																	
COVID 3: Priorización de la protección ambiental en empresas e impulso de los gobiernos de la agenda verde por la pandemia	3,2	4,4																	
COVID 4: Efectividad de las medidas de los gobiernos para evitar una disminución significativa de nuevos negocios y controlar lo menos posible la economía que daña la salud	2,6	5,5																	
Apoyo al emprendimiento femenino y conciliación	4,5	5,1																	
NECI 2021	5,4	4,9	4,4	4,8	4,3	4,6	4,3	4,4	4,6	5,0	4,9	4,8	4,6	4,3	5,4	5,3	5,3	5,7	4,8

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2021-2022

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Yago Atrio Lema y Mahsa Samsami (Equipo Dirección Técnica GEM España) Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro y María Saiz (Comité de dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Carmen Camelo Ordaz José Manuel Sánchez Vázquez Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Diputación de Almería
Cádiz	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Virués Vega 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
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández Joaquín García-Tapial Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola Andalucía
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) Elía García Martí José García Vico Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona Julio Vena Oya María de la Paz Horno Bueno	Universidad de Jaén
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise 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 Ana M ^a Domínguez Quintero José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Ana Pérez Luño Elena Sousa	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (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 Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Aragón Emprende Cátedra Emrender Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) Vanessa Solís Rodríguez Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López Matías Mayor Fernández	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell M. Vanessa Díaz Moriana	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño	Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
	Universidad de La Laguna	Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Ana Isabel Lemes Hernández	Universidad de La Laguna
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria)	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Igualdad, Cultura y Deporte
		Elsa Diez Busto Carlos López Gutiérrez Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Francisco Manuel Somohano Rodríguez	Santander Universidades
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Teresa Obis	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç.
	Universitat Autònoma de Barcelona		Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha)	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha
		Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^a Ruiz Palomo	Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Nuria González Álvarez (Directora GEM-Castilla y León) Daniel Alonso Martínez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez	Universidad de León
	Cátedra de Finanzas Sostenibles UPSA-Mapfre	Luis Gregorio Holguin Galarón Laura Magdalena Miguel Alberto Matellán Pinilla Luis Alberto Rivas Herrero	Universidad Pontificia de Salamanca

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Miguel Angoitia Grijalba Yolanda Bueno Hernández	Fundación para el Conocimiento Madri+d Comunidad de Madrid Universidad Autónoma de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover M.ª José Alarcón García M.ª Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M.ª Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Generalitat Valenciana. Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo Air Nostrum Aligrupo Catral Garden Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Escuela de Empresarios (EDEM) Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) M.ª de la Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos) J. Carlos Díaz Casero Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Nuria Ramos Vecino Roberto Alejandro Hernández Renner	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López Emilio Ruzo Sanmartín David Rodeiro Pazos Marta Portela Maseda Jacobo Feás Vázquez Nuria Calvo Babío Lucía Rey Ares Esther Barros Campello Alberto Vaquero García Pilar Piñeiro García Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema Mahsa Samsami	Universidade de Santiago de Compostela (USC) Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia) Universidade da Coruña Universidade de Vigo
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández	
	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	José Manuel Maceira Blanco M.ª del Mar Barreiro Mariño	
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Domínguez Ortega (Coordinador Técnico GEM-Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Andrés Morales José Eduardo Rodríguez Osés Lara Mata	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) Day ONE Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA JIG Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Ana María Bojica Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín	Universidad de Granada
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín Joaquín Longinos Marín Rives José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Nuria Nevers Esteban Lloret Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra – CEIN
	Universidad de La Rioja	Raquel Orcos Sánchez	
	King's College London (UK)	Víctor Martín Sánchez	
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)	Universidad del País Vasco Universidad de Deusto Mondragon Unibertsitatea Grupo Spri Taldea Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras Diputación foral de Bizkaia Diputación foral de Guipúzcoa Diputación foral de Álava FESIDE Observatorio Vasco de Emprendimiento
	Deusto Business School	Iñaki Peña Jon Hoyos David Urbano	
	Mondragón Unibertsitatea	Aimar Basañez Zulueta Nerea González	
	Universitat Autònoma de Barcelona	Rebeca Martín Diez Valery Chistov Alaitz Zabala Zarauz	
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

Índice de tablas

Tabla 1.	Percepción de oportunidades para emprender.....	22
Tabla 2.	Motivaciones en función del sexo 2019, 2020 y 2021	41
Tabla 3.	Distribución del índice TEA en función de la educación de los emprendedores en 2021	45
Tabla 4.	Distribución del índice TEA en función de la educación y el sexo de los emprendedores en 2021	45
Tabla 5.	Nivel de formación específica para emprender en función del sexo en 2021	46
Tabla 6.	Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo en 2021	50
Tabla 7.	Distribución de los emprendedores (TEA) por el sector de actividad en función del sexo en 2021	51
Tabla 8.	Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en 2021	51
Tabla 9.	Tamaño de las iniciativas emprendedoras con empleados en función del sexo del emprendedor en 2021	54
Tabla 10.	Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función del sector en 2021	70
Tabla 11.	Posicionamiento de España a nivel internacional y por CC.AA. en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender en 2021	82
Tabla 12.	Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial en 2021. Comparación internacional y por CC.AA.	84
Tabla 13.	Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico. Comparación internacional y por CC.AA. en 2021	86
Tabla 14.	Valoración de expertos sobre las condiciones del entorno para emprender. Comparación por CC.AA. en 2021	88

Índice de figuras

Figura 1.	Marco teórico GEM revisado	13
Figura 2.	Ficha de estudio de la encuesta APS en 2021	15
Figura 3.	Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo	24
Figura 4.	Proceso emprendedor.....	32
Figura 5.	Emprendimiento Potencial, TEA Empresas, y Consolidadas en función del sexo	34
Figura 6.	Abandono de la actividad empresarial en España en 2021	35
Figura 7.	Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo 2020, 2021	44
Figura 8.	Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes en España en 2021	48
Figura 9.	Capital semilla requerido entre hombres y mujeres en 2021	48
Figura 10.	Características en las iniciativas emprendedoras según su nivel tecnológico	56
Figura 11.	Características en las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en producto.....	58
Figura 12.	Características en las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en proceso	60
Figura 13.	Características de las iniciativas emprendedoras con orientación internacional.....	64
Figura 14.	Digitalización, características en función del nivel educativo en 2021	69
Figura 15.	Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función de la edad en 2021	70
Figura 16.	Prioridad social y medioambiental en 2021	74

Índice de gráficos

Gráfico 1.	Percepciones sobre valores y actitudes en 2021	22
Gráfico 2.	Posicionamiento de España en relación con las CC.AA. y otros países de referencia en percepción de oportunidades, conocimientos y habilidades para emprender en 2021	24
Gráfico 3.	Posicionamiento de España en relación con las CCAA y otros países de referencia en función de las percepciones de miedo al fracaso y modelos de referencia en 2021	26
Gráfico 4.	Valoración media (1-10) de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender	28
Gráfico 5.	Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en España en 2021	29
Gráfico 6.	Medidas que perjudican la actividad emprendedora en España en 2021	29
Gráfico 7.	Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en España y de los países de la UE28 en 2021	30
Gráfico 8.	Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2021	31
Gráfico 9.	Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor en España durante el período 2002-2021	36
Gráfico 10.	Evolución índice TEA en España durante el periodo 2005-2021	36
Gráfico 11.	Tasas de crecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas) en España durante el período 2001-2021	37
Gráfico 12.	Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC.AA. en 2021	38
Gráfico 13.	Motivaciones de las personas emprendedoras 2019, 2020 y 2021	40
Gráfico 14.	Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2021	43
Gráfico 15.	Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios en España durante el período 2002-2021	43
Gráfico 16.	Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos en España durante el período 2005-2021	44
Gráfico 17.	Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa en 2021	46
Gráfico 18.	Evolución índice TEA en España durante el periodo 2005-2021	47
Gráfico 19.	Porcentaje promedio, según la fuente de origen del capital semilla en España en 2021.....	49

Gráfico 20.	Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor en 2021	49
Gráfico 21.	Nivel de conocimiento financiero y educación en 2021	50
Gráfico 22.	Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad en 2021	51
Gráfico 23.	Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sexo en 2021	52
Gráfico 24.	Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sector en 2021	52
Gráfico 25.	Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados	54
Gráfico 26.	Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras que contrataron en los últimos 12 meses en 2021	54
Gráfico 27.	Expectativas de creación de empleo en 5 años 2020, 2021	55
Gráfico 28.	Expectativas de creación de empleo en función del sexo en 2021	55
Gráfico 29.	Distribución de las iniciativas en función de su orientación internacional. Comparativa 2020-2021	63
Gráfico 30.	Características de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) en función de su digitalización en 2021	67
Gráfico 31.	Digitalización, características en función del sexo en 2021	68
Gráfico 32.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en 2021	71
Gráfico 34.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor en 2021	71
Gráfico 33.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor en 2021	71
Gráfico 35.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras en 2021	72
Gráfico 37.	Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras en función del sexo en 2021	74
Gráfico 38.	Distribución de iniciativas emprendedoras que han actuado para minimizar el impacto medioambiental en 2021	75
Gráfico 39.	Distribución de iniciativas emprendedoras que han actuado para maximizar el impacto social en 2021	75
Gráfico 40.	Posicionamiento por CC.AA. e internacional en función del sector en 2021	76
Gráfico 41.	Posicionamiento internacional y por CC.AA. en función de las expectativas de crecimiento, orientación internacional y nivel tecnológico de las iniciativas en 2021	79



VII Workshop Internacional de Investigación en Emprendimiento GEM- ACEDE

VALENCIA | 15-17 SEPTIEMBRE 2022



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



Encuentro Anual Mundial del GEM. Dubai 2022



Mayo, 2022

EQUIPO GEM ESPAÑA 2021

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



GEM Cádiz

GEM Córdoba



GEM Granada



GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



GEM Aragón



GEM Asturias



Universidad de Oviedo
Universidá d'Oviéu
University of Oviedo

GEM Baleares



Universitat de les Illes Balears



GEM Canarias

GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León

GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



INFORME GEM ESPAÑA 2021 - 2022

www.gem-spain.com
info@gem-spain.com

 [red.gem.spain](https://www.facebook.com/red.gem.spain)

 [@GEM_es](https://twitter.com/GEM_es)

 [gem-espana](https://www.linkedin.com/company/gem-espana)

[#informeGEM](https://twitter.com/GEM_es)



Ediciones
Universidad
Cantabria