

INFORME GEM ESPAÑA 2022-2023

Global Entrepreneurship Monitor

Colabora:

OBSERVATORIO **MAPFRE**
DE FINANZAS SOSTENIBLES





Informe GEM España 2022/23



**Observatorio del
Emprendimiento de España**

Autores del informe: Nuria Calvo, Ana Fernández Laviada,
Ariadna Monje y Yago Atrio



[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 (2023): Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2022-2023. Ed. Universidad de Cantabria.

Agradecimientos por su labor de revisión: Ignacio Mira Solves (GEM Comunidad Valenciana), Esther Barros Campello (GEM Galicia), Alicia Rubio Bañón (GEM Murcia), María del Mar Bornay Barrachina y Jaime Guerrero Villegas (GEM Cádiz).

© Observatorio del Emprendimiento de España

© Los autores del informe: Nuria Calvo (Universidade da A Coruña), Ana Fernández Laviada (Universidad de Cantabria), Ariadna Monje (Universidade da A Coruña) y Yago Atrio (Universidade de Santiago de Compostela)

© Editorial de la Universidad de Cantabria

www.editorial.unican.es

ISNI: 0000 0005 0686 0180

ISSN: 1695-9302

D.L.: SA 158-2023

DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2023.003>

Impreso en España – *Printed in Spain*

Imprime: DOSGRAPHIC, S. L.

Sumario

Presentaciones

Ana Fernández Laviada. Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España	7
José Bayón. CEO de ENISA	9

Prólogo

Aileen Ionescu-Somers. Executive Director, Global Entrepreneurship Monitor	11
--	----

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

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

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

Executive Summary	20
-------------------------	----

Cuadro de indicadores	24
-----------------------------	----

Capítulo 1. Contexto emprendedor	26
--	----

1.1. ¿Qué percibe la población?	26
1.2. ¿Hay diferencias entre países y CC.AA. en las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento? ..	29
1.3. ¿Qué perciben los expertos?	34

Capítulo 2. El proceso emprendedor	41
--	----

2.1. Indicadores del proceso emprendedor	41
2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	44
2.3. Perspectiva Internacional y por CC.AA. de las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento ...	46

Capítulo 3. Perfil de la persona que emprende	50
---	----

3.1. Motivación	50
3.2. Edad	52
3.3. Educación	56

Capítulo 4. Características de las iniciativas emprendedoras	58
--	----

4.1. Nivel de renta de los emprendedores y fuentes de financiación	58
4.2. Sector de actividad	64
4.3. Carácter familiar	65
4.4. Tamaño	68
4.5. Expectativas de crecimiento	70
4.6. Orientación innovadora	72

4.7. Innovación en producto y en proceso	75
4.8. Digitalización	82
4.8.1. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria	82
4.8.2. Expectativas de adopción de tecnologías digitales	86
4.9. Orientación internacional	88
4.10. Orientación a la sostenibilidad	93
Anexo. Glosario	97
Benchmarking	98
Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2022-2023	105
Índice de tablas	111
Índice de figuras	113



“La gran familia del GEM”

Después de 23 años, cumpliendo puntualmente con esta cita parecería innecesario explicar por qué este informe se ha convertido en una herramienta fundamental para entender el ecosistema emprendedor y de la innovación en nuestro país.

O tener que contar por qué es un referente vital para investigadores, responsables políticos, emprendedores o cualquier persona interesada en el desarrollo empresarial. También es de sobra conocido que el *Informe GEM España* analiza con rigor científico el fenómeno, actividad, características y contexto emprendedor. Redundante sería resaltar que su importancia radica en la información que proporciona anualmente, dando una visión completa, detallada y actual para diseñar políticas y estrategias eficaces, que apoyen y fomenten el emprendimiento del país.

Pero lo que en ningún caso sobra recordar es cómo se hace año tras año. **En nuestro país, el informe GEM se desarrolla en el Observatorio del Emprendimiento de España a través de una Red de 27 equipos regionales** que representan a todo el territorio español, sin cuyo esfuerzo y compromiso todo esto sería imposible.

Podría contaros mucho sobre los valores de esta Red de capital humano que tengo el honor de presidir; es inevitable destacar su **colaboración** desinteresada, el máximo **compromiso** de sus integrantes (algunos con más de 20 años al frente del proyecto) y su admirable **esfuerzo y dedicación** para, en cada ciclo, mantener los apoyos en sus regiones. Recono-

cer su encomiable **paciencia y perseverancia**, para lograr cerrar los acuerdos necesarios con sus colaboradores y recabar la información de sus expertos. Y, sobre todo, creo que es importante resaltar cómo, a pesar de todos los inconvenientes que deben solventar, conservan siempre **la ilusión y las ganas** por seguir manteniendo vivo este proyecto.

Finalmente es de justicia indicar que **nada de esto sería posible si no hubiéramos encontrado en el camino a magníficos compañeros de viaje que supieron ver y entender la naturaleza y valor de nuestro trabajo pasando a formar parte de la gran familia del GEM.**

En el ámbito nacional, con la ayuda y apoyo incondicional de ENISA y la colaboración del Observatorio MAPFRE de Finanzas Sostenibles y la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial; y en el regional, no tendría suficiente espacio en esta página, para agradecer el soporte de los más de 100 *sponsors* o pequeños colaboradores con los que contamos año tras año para poder realizarlo.

Así que después de tanto esfuerzo y dedicación, **solo me queda invitarles a seguir leyendo el nuevo *Informe GEM España 2022-2023* y a compartirlo con su red de contactos y colegas.** Estoy segura de que encontrará información valiosa e interesante en él, que le será de gran ayuda en su trabajo pero, por favor, sin olvidar a TODAS LAS PERSONAS que lo hacen posible.

Ana Fernández Laviada
Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España

VIII WORKSHOP INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN EMPRENDIMIENTO GEM-ACEDE

MÁLAGA
21-23 SEPTIEMBRE

gem-acede2023.com



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



BY UMA-ATECH



CATEDRA DE
EMPRENDIMIENTO
SOSTENIBLE



FGUMA
FUNDACIÓN GENERAL
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Ayuntamiento
de Málaga



PROMÁLAGA



Diputación Provincial
de Málaga



Junta de Andalucía
Consejería de Universidad,
Investigación e Innovación



Fundación
Unicaja



FUNDALOGY

Más información en la web
www.gem-acede2023.com



"Educar para emprender"

Decía la filósofa Celia Amorós que "para politizar correctamente hay que conceptualizar bien" y que, para visibilizar un fenómeno, darle nombre, hacerlo presente en la realidad y trabajar sobre él, hay que "pasar de la anécdota a la categoría". Pues bien, para ENISA, no hay mejor conceptualización del fenómeno emprendedor, o de cualquier otro tema, que el de los datos. Y de eso sabe —mucho y muy bien— el Observatorio GEM. Por eso, avalamos siempre su profesional y necesario trabajo.

Un año más, su estudio viene a validar la realidad de nuestro país y cómo, quienes son el sujeto político de la actividad emprendedora, se levantan cada mañana con las ganas de aportar, no sólo a la actividad empresarial en la que creen, sino al impacto directo en lo social y lo humano, algo que no podemos obviar ni olvidar.

El complejo contexto geopolítico internacional, junto con la profunda transformación del modelo económico, también se reflejan en la radiografía del *Informe GEM España 2022*, con conclusiones aparentemente contradictorias, pero que son una clara muestra de los momentos de cambio que vive nuestra sociedad. Mientras se aprecia un ligero retroceso en las condiciones del entorno para emprender, la actividad emprendedora (índice TEA) se incrementa, recuperando el nivel pre pandemia y crece el emprendimiento potencial.

Además, me gustaría destacar otras dos realidades que se muestran en estas páginas. La primera es la de que en España emprendemos con más edad, y la segunda: que la capacidad de innovación, digitalización e internacionalización está ligada a un nivel

educativo cada vez más alto. Un nivel que hace que nuestra gente emprendedora se muestre más resistente al cierre, fiel a su plantilla y con un fuerte compromiso con la sociedad y con el medioambiente, demandando, también, mejores condiciones del entorno para emprender.

Con todos estos datos, y volviendo a las palabras de Amorós, creo que tenemos que pisar el acelerador en un punto estratégico: el de la educación emprendedora ya que, si bien las actitudes y percepciones condicionan el comportamiento de quienes emprenden, y son difíciles de cambiar a corto plazo, es necesario reconducirlas.

Hablo, no solamente de fomentar el gusanillo de la educación emprendedora en la etapa escolar, sino también de dar alternativas con políticas gubernamentales que apoyen e impulsen el emprendimiento.

Creo, sin duda alguna, que gracias a la nueva Ley de Startup, la primera en la historia de nuestro país que se ha construido con el empuje y la implicación de todas las piezas del puzzle del ecosistema, junto con el dinero público y privado —disponible como nunca antes—, se va a estimular, no sólo el emprendimiento, sino también la transferencia de conocimiento, avanzando hacia un mejor modelo económico y productivo en España.

Y en este sentido, seguiremos siendo, o al menos intentándolo, el mejor lugar para hacer realidad los sueños de cada persona que quiera emprender en nuestro territorio.

José Bayón
CEO de ENISA



Más información en la web

[www.gem-spain.com/category/
cuadernos-de-divulgacion-cientifica/](http://www.gem-spain.com/category/cuadernos-de-divulgacion-cientifica/)



In the last few years, we experienced a global pandemic and outbreak of conflict in the Ukraine, both significant events which had, and are still having, enduring negative effects on our complex and diverse world economy. Throughout the volatility and uncertainty, entrepreneurs demonstrated why entrepreneurship is so important in the modern world. They help solve some of the most challenging problems the world has ever had to face; the resilience and ingenuity of entrepreneurs during the pandemic (also reflected in our GEM data) is a case in point. With problems such as supply chain breakdowns, increasing resource distribution issues and the impacts of climate change, we need critical thinking, problem-solving entrepreneurs more than ever, entrepreneurs that are ready to positively change the world for the betterment of as many of us as possible.

Entrepreneurship helps elevate both developed and developing countries and grow their markets, allowing a better quality of life for more people, and therefore it is important in today's world for entrepreneurs to invest in our greatest needs. At GEM, we have learned that despite and sometimes because of the last years of crisis, opportunities for entrepreneurs have nevertheless increased in an unprecedented manner. Never has it been easier to sell something. No longer do entrepreneurs have to own or rent a brick-and-mortar store. With the internet, entrepreneurs can sell products and services from anywhere and practically to anyone. Workers everywhere have patently demonstrated to their employers that working from home can be a viable option worth considering as a

means of increasing quality of life in the future. So it is heartening to observe in our GEM data that Spanish entrepreneurs at every level of society are busily grasping these opportunities. Spanish numbers of startups have already increased to pre-pandemic levels, with mature and qualified entrepreneurs leading the way, and with an increasingly level playing field for both men and women.

However, in the current rapidly changing competitive economic landscape, all countries including Spain will need as conducive a context as possible to enable entrepreneurs to contribute fully to their economies. This in turn will help countries to operate more efficiently and add more value to the lives of citizens. Our National Expert Survey (NES) reveals that – post-pandemic – more vigilance is necessary in Spain so that the resilience of businesses is long-lasting and promotes growth.

At the launch of the GEM 2022/23 Global Report this year, our GEM National Teams elected Professor Ana Fernández Laviada, Director of GEM Spain, to the governance body of GEM: the Global Entrepreneurship Research Association (GERA). The GERA Board warmly welcomes Ana's depth of experience with one of GEM's most ambitious National Teams, as well as her passionate interest in promoting entrepreneurship both in Spain and worldwide. Congratulations, Ana!

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

TÚ también eres parte del ecosistema emprendedor



¿Qué es el GEM (Global Entrepreneurship Monitor)?

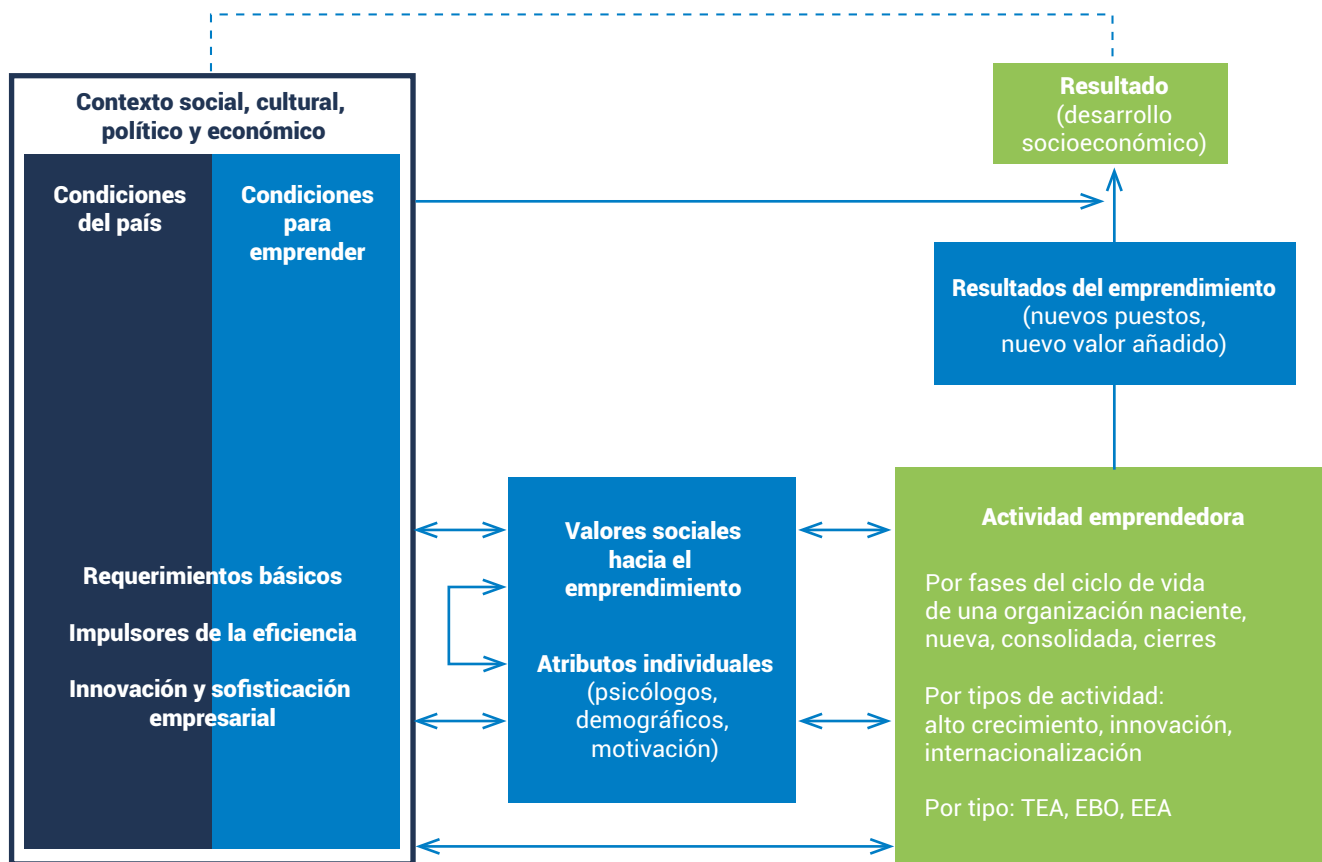
El GEM es un observatorio internacional que analiza el fenómeno emprendedor. Su actividad comienza en el año 1999 gracias a la iniciativa conjunta de la *London Business School* y *Babson College*. Durante veinticuatro años se han publicado informes anuales sobre el fenómeno emprendedor de ámbito internacional, nacional, regional y provincial. Así mismo, los investigadores del GEM elaboran anualmente informes sobre temas monográficos de interés para agentes económicos y sociales. En la edición de 2022 el informe GEM ofrece información sobre la actividad emprendedora analiza-

da en 49 países participantes encuestando a más de 170.000 personas, que representan dos tercios de la población mundial, y la evaluación de las condiciones del entorno para emprender en 52 países, utilizando paneles de expertos nacionales y regionales.

Los informes que se elaboran desde el Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) se sustentan sobre un marco teórico de análisis del fenómeno emprendedor común para todos los países integrantes de la red GEM Global (véase Figura 1).

Figura 1. Marco teórico GEM revisado

Fuente: Informe GEM Global (2022)





Bleecker Technologies, s.l.



Nombre de los emprendedores: Félix Jesús García Clemente, Pedro Enrique López de Teruel Alcolea y Alberto Ruiz García.

Nombre del negocio: Bleecker Technologies, s.l. (<https://www.um.es/web/otri/investigadores/empresas-de-base-tecnologica/ebts-umu/bleecker-technologies>).

Ubicación del negocio: Murcia.

Año de lanzamiento: 2019.

Breve descripción de lo que hace la empresa: La actividad se centra en el desarrollo de unos innovadores códigos visuales basados en inteligencia artificial especialmente diseñados para su uso en procesos logísticos. En concreto, nuestro sistema integrado de visión por computador facilita el seguimiento y la trazabilidad de cualquier elemento en un entorno industrial mediante el uso de cámaras y unas etiquetas visuales novedosas basadas en patrones especialmente diseñados para una detección robusta y precisa en situaciones adversas.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surgió a partir de colaboraciones previas del grupo de investigación con empresas del tejido productivo de la región de Murcia, especialmente en aquellas más interesadas en aplicar las últimas innovaciones en el ámbito de las nuevas tecnologías en general, y de la visión por computador en particular.

¿En vuestro sector percibís que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio?

¿Cuáles? ¿Dónde?

Completamente. En el ADN de nuestra empresa está la continua innovación y el desarrollo de nuevos productos y servicios. La irrupción en el último año de todos los avances de la inteligencia artificial en el ámbito concreto de la visión por computador nos está permitiendo introducir multitud de servicios añadidos a nuestro producto original.

¿En qué está afectando la situación económica actual a vuestro negocio? ¿Qué medidas estáis tomando?

Al poco de iniciar, la COVID-19 provocó que las perspectivas iniciales de comercialización de nuestro producto se vieran bastante afectadas. Pero también pudimos reforzar la apuesta en nuestro producto, con continuos refinamientos, mejoras y adiciones de funcionalidad que, a cambio, incrementaron fuertemente el valor añadido del mismo, ampliándose así también el abanico de posibles clientes.

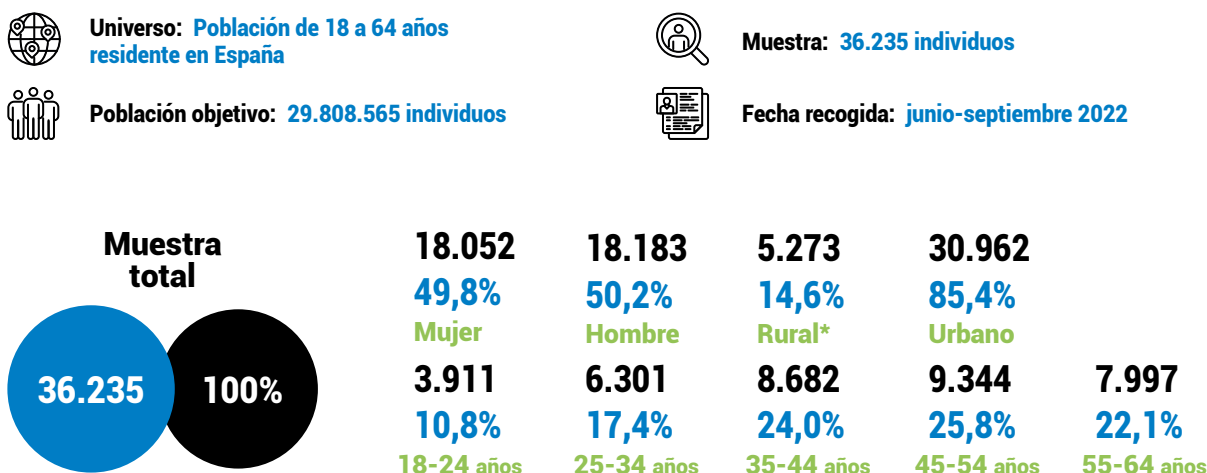
Algo que os gustaría añadir

A menudo nos preguntan sobre las claves del éxito de nuestra aventura emprendedora. Nos gustaría destacar fundamentalmente tres. En primer lugar, la confianza en que, desde el ámbito de investigación, se pueden desarrollar productos plenamente competitivos. En segundo lugar, la importancia de disponer, desde el principio, de un equipo multidisciplinar en el que los desarrollos científico-tecnológicos iniciales vengán apoyados por profesionales de otros ámbitos complementarios e igualmente necesarios. Y, en tercer lugar, la necesidad de mantenerse en continua actualización, no dando nunca por completamente cerrado ningún producto, innovando continuamente y adaptando los productos a las diferentes necesidades del mercado, para cubrir un abanico cada vez mayor de potenciales clientes.

¿Cómo obtenemos los datos?

El Observatorio GEM se basa en tres fuentes de información: Una encuesta a la población de 18-64 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 2022



* 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

La actividad emprendedora reciente (TEA) recupera el nivel de prepandemia y crece el emprendimiento potencial. Durante el año 2022 el 6% de la población española adulta está arrancando un nuevo proyecto de negocio de menos de tres años y medio de vida, un porcentaje similar al del año 2019, antes de la crisis sanitaria y la invasión de Ucrania. Y no solo eso. El porcentaje de personas con intención de emprender en los próximos tres años, un 9,4%, es el más alto desde 2012, lo que augura un crecimiento de la actividad emprendedora similar al vivido tras la crisis financiera de 2008. Ocho de cada diez personas inmersas en el proceso emprendedor consideran que tienen los conocimientos y habilidades para hacerlo. Más de la mitad conoce a personas que están emprendiendo, algo que puede ayudar a la hora de aprender de otras experiencias o identificar contactos de negocio. La vuelta a la normalidad, después de la crisis sanitaria de 2020, ha reducido ligeramente el miedo al fracaso, que sigue siendo mayor entre las mujeres. Sin embargo, en 2022 el 65% de los hombres y el 68% de las mujeres involucradas en el proceso emprendedor lo hacen sin percibir oportunidades claras de negocio.

Los expertos empeoran su valoración de las condiciones del entorno nacional para emprender. Los expertos sitúan a España en el último cuartil de países en relación al índice NECI (*National Entrepreneurial Context Index*), que evalúa la calidad del entorno para emprender. Esto supone un retroceso en relación al año 2021, y nos aleja de nuestros países de referencia europeos. Sin embargo, en el mapa de posicionamiento que relaciona el índice NECI y el Índice Global de Innovación (GII), España se posiciona en el cuadrante de países con peores condiciones de entorno para emprender, pero con un nivel medio de innovación, un posicionamiento similar al de Italia. Los expertos del panel nacional del GEM valoran al mismo nivel que sus ho-

mólogos europeos la existencia y acceso a las infraestructuras física y de servicios, así como la educación emprendedora, que valoran como las condiciones que más favorecen la actividad emprendedora en España. Sin embargo, su valoración del resto de condiciones para emprender es menor que la valoración media de los expertos europeos, y también es menor que la de los expertos de cada CC.AA. El que las condiciones del entorno se gestionen en un ámbito más local favorece que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces.

La actividad emprendedora en España es menor pero más resistente que la de otros países, con las tasas de cierre más bajas de su grupo de referencia. Durante los años de pandemia (2020-2021) España se posicionó como uno de los países europeos en los que los emprendedores resistieron mejor el periodo de incertidumbre, manteniendo las empresas consolidadas y evitando el cierre de iniciativas emprendedoras. Sin embargo, durante el 2022 se aprecia una depuración de empresas en la fase de consolidación. El porcentaje de emprendedores a cargo de empresas consolidadas se reduce ligeramente respecto al año anterior, hasta alcanzar un 7%, un nivel igual al del 2014, y el abandono empresarial aumenta hasta un 2,5%. Sin embargo, la tasa de población que cierra definitivamente el negocio es de un 1,5%, lo que significa que algunas personas abandonan una actividad para emprender otra, mientras que otros emprendedores retoman la iniciativa anterior. Esto refleja una dinámica emprendedora saludable y con potencial de crecimiento. Las comunidades autónomas con mayor tamaño y concentración de población se afianzan como el entorno más favorable para emprender. A nivel europeo, España sigue a la cola de sus países de referencia en la tasa de emprendimiento reciente (TEA). Sin embargo, la tasa de cierre de empresas es la más baja de su grupo, consolidando a este país

como un entorno favorable para la supervivencia de las iniciativas emprendedoras.

Las motivaciones para emprender en España siguen siendo menos ambiciosas que en otros países y se han visto afectadas negativamente por los años de pandemia. En 2022, tres de cada cuatro emprendedores siguen afirmando que emprenden para ganarse la vida porque el trabajo escasea, aunque poco a poco aumenta el porcentaje de emprendedores que considera otros motivos como marcar una diferencia en el mundo o crear riqueza. Aunque los hombres siguen estando más motivados para crear riqueza a través de sus iniciativas emprendedoras que las mujeres, las emprendedoras mantienen la motivación de emprender para marcar una diferencia en el mundo, que no se ve reducida en los años de pandemia como en el caso de los hombres.

Emprenden personas con más edad y cualificación, de diferentes niveles de renta, mujeres y hombres por igual. En España emprendemos con más edad que en otros países. Y, lejos de cambiar, esta situación se hace más evidente a medida que pasan los años. En 2022 el 80% de los emprendedores recientes (TEA) tiene entre 25 y 54 años. Con el añadido de que el 75% de los emprendedores potenciales también está en el mismo rango de edad. Ya no se evidencian sin embargo diferencias entre hombres y mujeres. La evolución de las personas que emprenden más jóvenes (18-24) y mayores (55-64) acusó la crisis del 2008 claramente, con caídas drásticas de hasta un cincuenta por ciento. Sin embargo, los años de pandemia han afectado en mayor medida a los más jóvenes, sin que hayan podido recuperarse en 2022. Si no crece el número de los emprendedores potenciales jóvenes dispuestos a emprender efectivamente en el futuro, España seguirá manteniendo un perfil emprendedor envejecido con menos recorrido temporal que sus países de referencia.

Las mayores tasas de emprendimiento se producen en los niveles educativos superiores. En 2022, el 11% de las personas con estudios universitarios afirma que está pensando en emprender en los próximos tres años, un 9% lo está haciendo, y otro 9% está a cargo de empre-

sas consolidadas de más de tres años y medio de vida. Apenas se observan diferencias en el comportamiento emprendedor de hombres y mujeres en relación a su nivel educativo. Sin embargo, entre las personas que han superado un máster o un doctorado el porcentaje de mujeres emprendedoras es sensiblemente superior al de los hombres, especialmente en la etapa de emprendimiento reciente (TEA). Esto es un claro indicador de la vocación emprendedora de las mujeres de alta cualificación educativa en España. La percepción de tener conocimientos específicos para emprender también aumenta entre los emprendedores respecto al año anterior, reflejo del esfuerzo que han hecho las instituciones educativas de este país para ofrecer programas específicos de formación emprendedora en los últimos años.

En España emprenden personas con distinto nivel de riqueza, y ya no predominan los emprendedores con rentas superiores a la media. En 2022, al igual que en años anteriores, más de la mitad del capital de arranque de los proyectos emprendedores procede de sus ahorros personales, y la otra mitad se distribuye entre los préstamos concedidos por bancos e instituciones financieras (17%), ayudas de familiares (10%) y otras fuentes de financiación residual. En España, ni los *business angels* ni el *crowdfunding* se han afianzado todavía como fuentes de financiación habituales de los proyectos emprendedores, a pesar de que poco a poco aumenta el conocimiento financiero de las personas que emprenden. En 2022, los emprendedores han arrancado sus proyectos con menos capital que en años anteriores. Seis de cada diez proyectos de negocio han necesitado un capital semilla menor de 30.000 euros, lo que refleja la escasa envergadura de las iniciativas, aunque, al mismo tiempo, facilita su financiación.

El emprendimiento sigue centrándose en el sector de los servicios, y aumenta la actividad emprendedora que ofrece servicios a empresas. Siete de cada diez emprendedores inician su negocio en el sector de los servicios (al consumidor y a otras empresas), aunque en los últimos años ha crecido el porcentaje de los que lo hacen ofreciendo servicios a otras empresas, algo que fortalece el tejido empresarial

de nuestro país. En los últimos tres años se ha reducido el emprendimiento industrial, mientras que el emprendimiento en sector extractivo apenas alcanza un 5% del total de iniciativas. Una de cada dos mujeres emprende en el sector de servicios al consumidor, mientras que los hombres reparten sus iniciativas entre el sector servicios y el sector transformador.

Se reduce el carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. A pesar de mantener la administración familiar, las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) propiedad de la familia se reducen del 72% en 2021 al 69% en 2022. Durante este año las mujeres igualan a los hombres en porcentaje de iniciativas recientes (TEA) creadas con capital familiar. También en las iniciativas familiares se percibe un incremento notable de las que se crean en el sector de servicios a otras empresas en 2022, en comparación con el año anterior.

Se activa la contratación de empleados y se mantiene la plantilla, que sin embargo no crece a lo largo del proceso emprendedor. En 2022 cerca de la mitad de las iniciativas emprendedoras nacen con una plantilla de entre uno y cinco empleados. Tras un descenso de las contrataciones en 2019 y 2020, en los últimos dos años se ha incrementado el porcentaje de iniciativas emprendedoras que han contratado empleados, aunque las plantillas siguen siendo reducidas (de uno a cinco empleados). Sin embargo, no se percibe un aumento en el número de empleados a lo largo del proceso emprendedor, con un 88% de las empresas consolidadas que se mantienen como microempresas. Las mujeres son ligeramente más conservadoras que los hombres a la hora de contratar empleados, aunque en 2022 se ha igualado el porcentaje de hombres y mujeres (8%) con plantillas de entre seis y diecinueve empleados, y se ha reducido ligeramente la diferencia en iniciativas de más de veinte empleados. La mayoría de los emprendedores que contrataron en los últimos 12 meses apuestan por la estabilidad en sus contrataciones, incluso los emprendedores más recientes (TEA), a pesar del riesgo que esto supone al inicio de una nueva actividad empresarial. Los emprendedores siguen buscando un equipo reducido de empleados a

tiempo completo y con contrato indefinido para apoyar la supervivencia y el crecimiento de sus iniciativas emprendedoras en el futuro. Pero si bien la supervivencia es superior a la media de sus países de referencia, no se produce un crecimiento en el número de empleados a lo largo del proceso emprendedor.

Sube el nivel tecnológico de la actividad emprendedora. En los últimos tres años ha ido creciendo el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y consolidadas. Aunque todavía estamos lejos de tener un tejido emprendedor que se caracterice por su vocación tecnológica, una de cada diez iniciativas se califica como de nivel tecnológico medio o alto. En 2022 crece el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas de nivel tecnológico alto, que mantienen un crecimiento sostenido desde 2020. Los hombres siguen liderando más iniciativas de nivel tecnológico medio-alto que las mujeres. Sin embargo, se percibe cómo, a medida que aumenta el rango de edad de los emprendedores, disminuye el nivel tecnológico de las iniciativas. El nivel educativo de los emprendedores sigue condicionando la orientación emprendedora de las iniciativas. Dos de cada diez emprendedores con un nivel educativo universitario (grado, máster, doctorado) califican sus iniciativas consolidadas como de nivel tecnológico medio-alto. En 2022 el sector de servicios a empresas (*business to business*) se consolida como nicho de iniciativas emprendedoras de nivel tecnológico medio-alto. Sin embargo, el carácter familiar parece ser un factor limitador de la orientación innovadora de las iniciativas recientes (TEA).

En 2022 se mantiene la diferencia en la capacidad innovadora de las iniciativas a lo largo del proceso emprendedor. El 27% de las iniciativas recientes (TEA) ofrecen nuevos productos al mercado, mientras el 26% utiliza nuevos procesos de negocio, un porcentaje que se reduce a la mitad en el caso de las iniciativas consolidadas. No hay diferencia en el carácter innovador de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por mujeres y hombres, pero se sigue manteniendo en las iniciativas consolidadas. Cuatro de cada diez iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores jóvenes (entre 18 y 24 años), un

tercio de las lideradas por emprendedores con una titulación de máster y casi la mitad de las lideradas por emprendedores doctores están lanzando innovaciones en producto y/o procesos de negocio. La capacidad innovadora de las iniciativas recientes (TEA) se ha incrementado en todos los sectores productivos. Innovan más las iniciativas con mayor número de empleados, y las iniciativas no familiares, aunque este año una de cada cuatro iniciativas recientes (TEA) con una estructura de propiedad y/o administración familiar ofrece nuevos productos y procesos al mercado, un porcentaje que duplica el de las iniciativas consolidadas.

La digitalización de los procesos comerciales varía a lo largo del proceso emprendedor. La planificación y capacidad de reacción también varía en función de la edad y el nivel educativo de los emprendedores. La planificación de la comercialización digital previa a la pandemia ha sido más habitual entre las iniciativas emprendedoras consolidadas, especialmente en el sector de servicios a empresas y liderada por emprendedores con mayor nivel educativo y más edad. La adopción y mejora de tecnologías digitales como consecuencia de la pandemia ha sido mayor entre las iniciativas recientes lideradas por emprendedores más jóvenes. Son los jóvenes los más proclives a reaccionar ante situaciones imprevistas, pero son los mayores los más proclives a planificar con antelación.

Crece la capacidad de internacionalización de las iniciativas recientes (TEA), incluidas las lideradas por mujeres. En 2022 un 5% de las iniciativas recientes (TEA) puede calificarse de *born-global*, con un rango de exportaciones que supera el 75%. Las iniciativas consolidadas van incrementando poco a poco su capacidad de internacionalización, y es previsible que en los próximos años aumenten su orientación hacia mercados internacionales. A diferencia de años anteriores, las mujeres no son más reacias que los hombres a liderar proyectos orientados a mercados exteriores, lo que supone un incremento de la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres. El mayor porcentaje de iniciativas internacionales está liderado por emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años,

relativamente jóvenes, lo que puede garantizar la proyección internacional de las iniciativas en el tiempo. El nivel educativo condiciona no sólo el carácter innovador de las iniciativas emprendedoras, sino también su orientación internacional. Casi la mitad de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores con un título de doctor se orientaron a mercados internacionales, así como el 40% de las iniciativas consolidadas lideradas por emprendedores con título de máster, lo que refuerza la función de los estudios de posgrado a la hora de construir el perfil internacional del tejido emprendedor de este país. La orientación internacional de las iniciativas emprendedoras sigue siendo mayor en el sector servicios. Casi un tercio de las iniciativas que surgen en este ámbito se orientan a mercados exteriores. El carácter familiar de las iniciativas recientes (TEA) no condiciona su orientación internacional, ni en la estructura de propiedad ni en su administración directiva.

En 2022 aumenta la coherencia entre la orientación estratégica hacia la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras y su implantación efectiva a través de prácticas empresariales concretas. En 2022 uno de cada dos emprendedores afirma priorizar el impacto social y/o ambiental de sus iniciativas, y todavía son más los que consideran estos aspectos en su estrategia de negocio, tanto al inicio del proceso emprendedor como en la fase de consolidación. Las mujeres emprendedoras siguen siendo algo más proclives a priorizar el impacto social y medioambiental de sus iniciativas emprendedoras que los hombres, un comportamiento que también cambia en función de su CC.AA. de procedencia.

Como conclusión, durante el 2022, a pesar de percibir menos oportunidades que en años anteriores y tener miedo al fracaso, aumenta ligeramente la actividad emprendedora. En España emprendemos con más edad, y la capacidad de innovación, digitalización e internacionalización está ligada a un nivel educativo que cada vez es más alto. Los emprendedores en España son resistentes al cierre, fieles a su plantilla y comprometidos con la sociedad y el medioambiente, y demandan mejores condiciones del entorno para emprender.

Executive Summary

Total early-stage entrepreneurial activity (TEA) recovers to pre-pandemic levels and potential entrepreneurship grows. During 2022, 6% of Spanish adults were starting or running a new business that was less than three and a half years old, a percentage similar to that of 2019, before the health crisis and the Ukrainian invasion. And not only that. The percentage of people intending to start a business in the next three years, 9.4% of the adult population, is the highest since 2012, which augurs a growth in entrepreneurial activity similar to that experienced after the financial crisis of 2008. Eight out of ten adults involved in entrepreneurial processes are confident in their knowledge and skills. More than a half know people who are also entrepreneurs, which can help them learn from other entrepreneurs' experiences or identify business contacts. The return to normality after the 2020 health crisis has slightly reduced the fear of failure, which remains higher among women. However, in 2022, 65% of men and 68% of women involved in the entrepreneurial process did so even without perceiving clear business opportunities.

Experts downgrade their assessment of the conditions of the national environment for entrepreneurship. Experts place Spain in the last quartile of countries in relation to the NECI (National Entrepreneurial Context Index), which evaluates the quality of the environment for entrepreneurship. This represents a setback in relation to previous years, and distances us from our European benchmark countries. However, in the positioning map that relates the NECI index and the Global Innovation Index (GII), Spain is located in the quadrant of countries with the worst environmental conditions for entrepreneurship but with an average level of innovation, a positioning similar to Italy. The experts on the national GEM panel rate the existence of and access to physical and

service infrastructures, as well as entrepreneurial education, at the same level as their European counterparts as the conditions most conducive to entrepreneurial activity in Spain. However, their assessment of the rest of the conditions for entrepreneurship is lower than the average evaluation of the European experts and also lower than that of the experts of each autonomous community. The fact that the environmental conditions are managed at a more local level favours the perception that the programs and measures are more effective.

Entrepreneurial activity in Spain is lower but more resilient than in other countries, with the lowest closure rates in its benchmark group. During the pandemic years (2020-2021) Spain was positioned as one of the European countries in which entrepreneurs better withstood the period of uncertainty, maintaining their businesses and avoiding the closure of entrepreneurial initiatives. However, during 2022, a purge of businesses in the established phase could be identified. The percentage of established entrepreneurs decreased slightly compared to the previous year, reaching 7%, a level equal to that of 2014, and the business exit rate increased to 2.5%. However, the rate of the entrepreneurs that exited the business which did not continue was 1.5%, which suggests that some people abandon one activity to undertake another, while other entrepreneurs resume the previous initiative. This reflects a healthy entrepreneurial dynamic with growth potential. The autonomous communities with the greatest size and concentration of population are consolidating their position as the most favourable environment for entrepreneurship. At the European level, Spain continues to lag behind its benchmark countries in the rate of early-stage entrepreneurship (TEA). However, the rate of company closures is the lowest in its group, consolidating Spain as a favour-

able environment for the survival of entrepreneurial initiatives.

Motivations for entrepreneurship in Spain remain less ambitious than in other countries and have been negatively affected by the pandemic years.

In 2022, three in four entrepreneurs in Spain continued to say that they started a business to earn a living because work is scarce, although the percentage of entrepreneurs who consider other motives such as making a difference in the world or building great wealth is gradually increasing. Although men are still more motivated to build great wealth or very high incomes through their entrepreneurial initiatives than women, women entrepreneurs maintain the motivation of starting a business to make a difference in the world, which has not diminished in the pandemic years as it has for men.

Entrepreneurs are older and more qualified, with different income levels, women and men alike. In Spain, we typically start more businesses at an older age than in other countries. And, far from changing, this situation is becoming more evident as the years go by. In 2022, 80% of early-stage entrepreneurs (TEA) were between 25 and 54 years old, while 75% of potential entrepreneurs were

also in the same age range. However, there is no longer any difference between men and women. The evolution of younger (18-24) and older (55-64) entrepreneurs was clearly affected by the 2008 crisis, with drastic drops of up to fifty percent. However, the pandemic years have affected the youngest entrepreneurs to a greater extent, and they have not yet been able to recover in 2022. If the number of young potential entrepreneurs willing to start businesses does not grow in the future, Spain will continue to maintain an ageing entrepreneurial profile with a shorter time horizon than its benchmark countries.

The highest rates of entrepreneurship occur at higher educational levels.

In 2022, 11% of people with a university education said that they were thinking of starting a business in the next three years; 9% are already doing so; and another 9% are established entrepreneurs. There were hardly any differences in the entrepreneurial behaviour of men and women in relation to their level of education. However, among people who have completed a master's degree or PhD, the percentage of women entrepreneurs was significantly higher than that of men, especially in the early stage (TEA). This is a clear indicator of the entrepreneurial vocation of women with high educational



qualifications in Spain. Entrepreneurs' perception of having specific knowledge for entrepreneurship also increased compared to the previous year, reflecting the effort made in recent years by educational institutions in this country to offer specific entrepreneurial training programs.

In Spain, people with different levels of wealth are entrepreneurs. Entrepreneurs with above-average incomes no longer predominate. In 2022, as in previous years, more than half of the start-up capital of entrepreneurial projects came from personal savings, and rest was distributed between loans granted by banks and financial institutions (17%), support from family members (10%), and other sources of residual financing. In Spain, neither business angels nor crowdfunding have yet become established as the usual sources of financing for entrepreneurial projects, despite the fact that the financial knowledge of entrepreneurs is gradually increasing. In 2022, entrepreneurs started their projects with less capital than in previous years. Six out of ten business projects required seed capital of less than 30,000 euros, reflecting the small size of the initiatives, but at the same time facilitating their financing.

Entrepreneurship continues to focus on the services sector, although entrepreneurial activity offering services to companies is on the rise. Seven in ten entrepreneurs started their businesses in the services sector (to consumers (B2C) and to other companies (B2B)), although in recent years the percentage of new B2Bs has grown, which strengthens the business network of our country. In the last three years, industrial entrepreneurship has decreased, while entrepreneurship in the extractive sector barely reaches 5% of the total number of initiatives. One out of every two women entrepreneurs started their business in the consumer services sector, while men divided their initiatives between the service sector and the industrial one.

The family character of entrepreneurial initiatives decreases. Despite maintaining family management, early-stage entrepreneurial initiatives (TEA) owned by families decreased from 72% in 2021 to 69% in 2022. During this year, women equalled men in the percentage of recent initiatives (TEA) created with family capital. There is also a notable increase in family initiatives in the services sector in 2022 compared to the previous year.

Entrepreneurs hire and maintain fewer staff, and this does not grow throughout the entrepreneurial process, limiting the scale-up of established busi-

nesses. In 2022, about half of the entrepreneurial initiatives had a staff of between one and five employees. After a decline in hiring in 2019 and 2020, in the last two years there has been an increase in the percentage of entrepreneurial initiatives that have hired employees, although the typical staff remains small (one to five employees). However, there was no perceived increase in the number of employees throughout the entrepreneurial process, with 88% of established businesses remaining as microenterprises. Women are slightly more conservative than men when it comes to hiring employees, although in 2022 the percentage of men and women (8%) with a staff of between six and nineteen employees was similar, and the difference has narrowed slightly in initiatives with more than twenty employees. Most of the entrepreneurs who hired in the last 12 months are committed to stable numbers of staff, even the most early-stage entrepreneurs (TEA), despite the risk involved in starting a new business activity. The data suggests that entrepreneurs are still looking for a small team of full-time, permanent employees to support the survival and growth of their entrepreneurial initiatives in the future. But while survival is higher than the average for their benchmark countries, there is little scaling up of businesses throughout the entrepreneurial process.

The technological level of entrepreneurial activity is rising. In the last three years, the technological level of early-stage (TEA) and established entrepreneurial initiatives has been increasing. Although we are still far from having an entrepreneurial network characterized by its technological vocation, one out of every ten new starts was classified as medium- or high-tech. In 2022, the percentage of early-stage (TEA) and established initiatives at the high-tech level increased, maintaining sustained growth since 2020. Men continue to lead more medium-high tech initiatives than women. However, as the age range of the entrepreneurs increases, the technological level of the initiatives decreases. The educational level of the entrepreneurs continues to condition the entrepreneurial orientation of the initiatives. One in five entrepreneurs with a university education (bachelor's, master's, or doctorate) qualify their consolidated initiatives as medium-high tech. In 2022, the B2B sector had established itself as a niche for medium-high tech entrepreneurial initiatives. However, their family nature seems to be a limiting factor in the innovative orientation of recent initiatives (TEA).

The difference in the innovative capacity of the initiatives is maintained throughout the entre-

preneurial process. 27% of early-stage initiatives (TEA) offer new products to the market, while 26% use new business processes, a percentage that is halved in the case of established initiatives. There is no difference in the innovative nature of early-stage initiatives (TEA) led by women and men, but there is for established businesses. Four in ten early-stage initiatives (TEA) led by young entrepreneurs (between 18 and 24 years old), one third of those led by entrepreneurs with a master's degree, and almost half of those led by PhD entrepreneurs are launching innovations in product and/or business processes. The innovative capacity of early-stage initiatives (TEA) has increased in all productive sectors. Initiatives with a higher number of employees and non-family businesses innovate more, although this year one in four recent initiatives (TEA) with a family ownership and/or management structure offered new products and processes to the market, a percentage that doubles that of established businesses.

The strategy of digital marketing varies throughout the entrepreneurial process. Planning and responsiveness also vary depending on the age and educational level of the entrepreneurs. Pre-pandemic digital marketing planning has been more common among established entrepreneurs, especially in the B2B sector, and has been led by more educated and older entrepreneurs. The adoption and improvement of digital technologies as a consequence of the pandemic has been higher among early-stage initiatives led by younger entrepreneurs. It looks like younger people are more able to react to unforeseen situations, but older people are more likely to plan ahead.

The internationalization capacity of early-stage initiatives (TEA), including those led by women, is growing. In 2022, 5% of early-stage initiatives (TEA) could be classified as born-global, with an export range exceeding 75%. Established initiatives are gradually increasing their internationalization capacity, and it is foreseeable that in the next few years they will increase their international approach. Unlike in previous years, women are no more reluctant than men to lead international projects, which means an increase in the international orientation of entrepreneurial initiatives led by women. The highest percentage of international initiatives are led by entrepreneurs between 25 and 34 years of age, which is relatively young and can guarantee the international projection of the initiatives over time. Educational-level conditions reflect not only the innovative nature of entrepreneurial initiatives but also their international orientation. Almost half of the early-stage



initiatives (TEA) led by entrepreneurs with a PhD had an international orientation, as did 40% of the established initiatives led by entrepreneurs with a master's degree, which reinforces the role of post-graduate studies in building the international profile of entrepreneurial initiatives. The international orientation continues to be greater in the services sector. Almost a third of the initiatives that arise in this area are focused on foreign markets. The family nature of early-stage initiatives (TEA) does not condition their international orientation, neither in their ownership structure nor in their management.

In 2022, the coherence between the strategic orientation of entrepreneurial initiatives towards sustainability and their effective implementation through specific business practices increased. In 2022, one in two entrepreneurs claimed to prioritize the social and/or environmental impact of their initiatives, and even more of them considered these aspects in their business strategy, both at the beginning of the entrepreneurial process and in the established stage. Women entrepreneurs are still somewhat more likely to prioritize the social and environmental impacts of their entrepreneurial initiatives than men, a behaviour that also changes depending on their region of origin.

In conclusion, despite perceiving fewer opportunities than in previous years and maintaining high levels of fearing failure, entrepreneurial activity grew slightly in 2022. In Spain, individuals typically start their businesses later than in other European economies, and the capacity for innovation, digitalization, and internationalization is linked to an increasingly high level of education. Entrepreneurs in Spain are resistant to closure, loyal to their staff, and committed to society and their local environment, and they strongly demand better conditions for entrepreneurship.

Cuadro de indicadores

Percepciones de la población adulta entrevistada sobre valores, actitudes, habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2021	2022
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en auto-empleado en los 2 últimos años	38,0%	41,0%
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	30,0%	26,0%
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un nuevo negocio	50,0%	47,0%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	58,0%	58,0%
Percibe que en España es fácil iniciar un negocio	38,0%	32,0%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	9,0%	9,4%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	2,2%	2,5%
Ha actuado como inversor informal	4,0%	4,4%
TEA: Porcentaje de la población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	2021	2022
TEA Total	5,5%	6,0%
TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	5,6%	5,9%
TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	5,4%	6,0%
Empresas consolidadas: Porcentaje de población adulta en iniciativas de más de 3,5 años	2021	2022
Empresas consolidadas Total	7,2%	7,0%
Empresas consolidadas Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	6,0%	6,5%
Empresas consolidadas Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	8,3%	7,5%
Distribución del TEA	2021	2022
Motivación		
TEA – para marcar una diferencia en el mundo	43%	39%
TEA – para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	38%	39%
TEA – para continuar una tradición familiar	19%	21%
TEA – para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	72%	71%
Sector		
TEA del sector extractivo o primario	3%	2%
TEA del sector transformador	18%	13%
TEA del sector de servicios a empresas	34%	38%
TEA del sector orientado al consumo	44%	46%
TEA rural	5%	5%
Tamaño		
TEA sin empleados	44%	42%
TEA de 1-5 empleados	44%	48%
TEA de 6-19 empleados	8%	8%
TEA de 20 y más empleados	5%	3%

Nivel tecnológico

TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo

90%

90%

TEA iniciativas con nivel tecnológico medio

5%

5%

TEA iniciativas con nivel tecnológico alto

5%

5%

Internacionalización

TEA iniciativas que exportan en algún grado

30%

27%

Innovación

TEA innovación en producto

28%

27%

TEA innovación en proceso

29%

26%

Crecimiento

TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo

13%

12%

Discapacidad

TEA más del 33% de discapacidad

3%

4%

TEA menos del 33% de discapacidad

11%

11%

TEA extranjeros

10%

12%

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

2021

2022

Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)emprendedoras en los últimos 3 años

2%

6%

Población que actualmente desarrolla y lidera iniciativas (intra)emprendedoras

2%

2%

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

2021

2022

Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios

6,8

6,4

Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional

6,7

5,2

Educación y formación emprendedora en la etapa post escolar

6,1

5,1

Programas gubernamentales adecuados para apoyar el emprendimiento

6,3

4,2

Mercado interno dinámico

5,0

4,2

Facilidad para acceder a la financiación para nuevas empresas

4,8

3,9

Financiación suficiente para emprendedores

4,9

3,8

Transferencia de I + D

5,6

3,4

Normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento

5,2

3,3

Políticas gubernamentales que reducen la burocracia y los impuestos a nuevas empresas

5,1

3,3

Políticas gubernamentales que priorizan el emprendimiento

5,4

2,9

Educación y formación emprendedora en la etapa escolar

3,5

2,8

Recuperación de las consecuencias del COVID-19

5,3

Percepción de la responsabilidad social de empresas nuevas y en crecimiento

4,8

Percepción del rendimiento económico de las empresas nuevas y en crecimiento sostenibles

4,4

Percepción de la prioridad de prácticas de sostenibilidad medioambiental en empresas nuevas y en crecimiento

5,5

Percepción del respaldo cultural a las prácticas de sostenibilidad en empresas nuevas y en crecimiento

5,3

Percepción del grado de prioridad del gobierno nacional y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento

4,7

NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)

5,4

4,0

CAPÍTULO 1

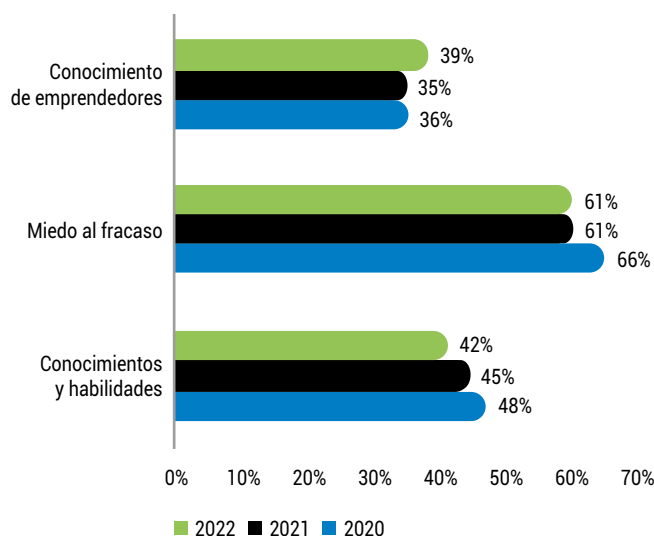
Contexto emprendedor

1.1. ¿Qué percibe la población?

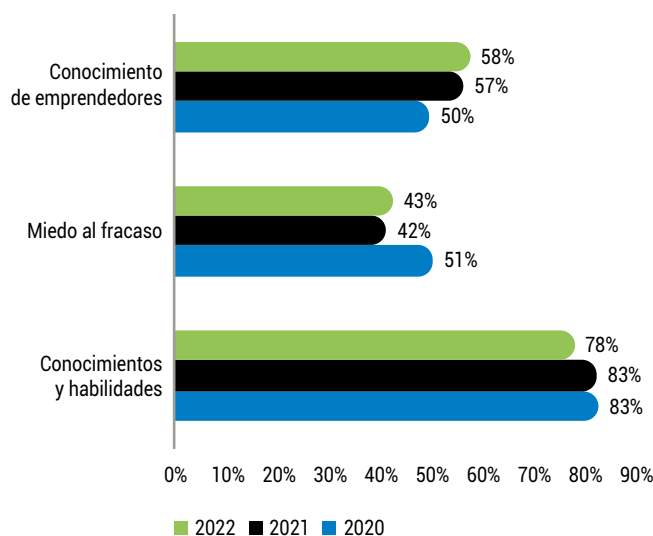
Figura 3. Percepción sobre valores y actitudes para emprender

Fuente: GEM-España APS 2020-2022

Personas no emprendedoras



Personas emprendedoras



Durante el año 2022, ocho de cada diez emprendedores consideran que tienen los conocimientos y habilidades para hacerlo. Más de la mitad conoce a personas que están emprendiendo, algo que puede ayudar a la hora de construir alianzas o aprender de otras experiencias. La vuelta a la normalidad después de la crisis sanitaria redujo el miedo al fracaso en 2021, pero esa tendencia no se ha mantenido en 2022. Sin embargo, y a pesar de mantener un perfil conservador en comparación a otros países, las personas que emprenden en España siguen diferenciándose del resto de la población adulta, porque hay más que se consideran capaces de hacerlo, disponen de redes de contactos con emprendedores y tienen menos miedo al fracaso.



Aitalas y Lago Sahechores



Nombre de los emprendedores: Paula y Marcos Fernández Hernández.

Nombre del negocio: Aitalas y Lago Sahechores (www.quesosabueloaitalas.es y www.lagosahechores.es).

Ubicación del negocio: Sahechores de Rueda (León).

Año de lanzamiento: 2021 (restaurante, camping y actividades en el lago) y 2010 (quesería artesanal).

Breve descripción de lo que hace la empresa: Nuestra familia siempre ha tenido ovejas y se ha dedicado a la ganadería y la agricultura.

Hubo unos años en los que el precio de la leche cayó en picado y sentíamos que teníamos que buscar una alternativa. Elaborar la materia prima que teníamos en un producto final al que nosotros pusiéramos el precio.

Diez años después, mi hermano y yo decidimos volvernos al pueblo con la ilusión de crear un destino turístico desde cero. Nuestro pueblo tenía muchos recursos y valores por aprovechar y así fue como surgió la idea de enlazar turismo, gastronomía y productos artesanos en nuestro proyecto.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Tener el poder de crear algo desde cero. De ser capaz de crear una experiencia o un producto que consiga hacer felices a otras personas.

Significa contribuir al crecimiento de mi entorno, dar empleo, fijar población y atraer riqueza y oportunidades para todos.

Otros valores que he desarrollado y considero esenciales son saber escuchar y ser empática, saber que tienes la responsabilidad de hacerlo bien y de pensar en los demás, tanto clientes como compañeros.

¿Cómo surgió la idea?

Surgió por un poco de cabezonería. Estábamos hartos de escuchar que en el resto de Europa los pueblos habían desarrollado un gran potencial turístico. Y dijimos vamos a luchar contra el discurso negativo de que aquí no se hace nada y los pueblos se mueren. Tenemos quesería, tenemos productos artesanos en la zona, tenemos un lago y un entorno precioso, vamos a crear ese destino, vamos a darles un motivo por el que venir a Sahechores.

Además dijimos, si no lo hacemos nadie lo va hacer por nosotros, y nuestro sueño es ver que nuestro pueblo crece y tiene vida, opciones para seguir quedándose.

¿En vuestro sector percibís que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio?

¿Cuáles? ¿Dónde?

Sí, yo siempre he creído que el futuro de los pueblos es aprovechar las ventajas que sus recursos ofrecen. La transformación de materias primas en alimentos artesanos y de calidad, el turismo activo o rural, etc.

¿En qué está afectando la situación económica actual a vuestro negocio? ¿Qué medidas estáis tomando?

Notamos que el ticket medio de gasto por comensales aumenta mucho e intentamos buscar opciones de carta asequibles para todas las personas.

Aunque en 2021 el 41% de los emprendedores percibían oportunidades para hacerlo, en 2022 retorna el pesimismo, y este porcentaje se reduce a un 33%. Sin embargo, la percepción de oportunidades sigue diferenciando a las personas que emprenden del resto de la población adulta. Si en 2022 uno de cada tres emprendedores percibe oportunidades para emprender, esta proporción se reduce a uno de cada cuatro individuos entre la población no emprendedora.

Figura 4. Percepción sobre oportunidades para emprender

Fuente: GEM-España APS 2020-2022

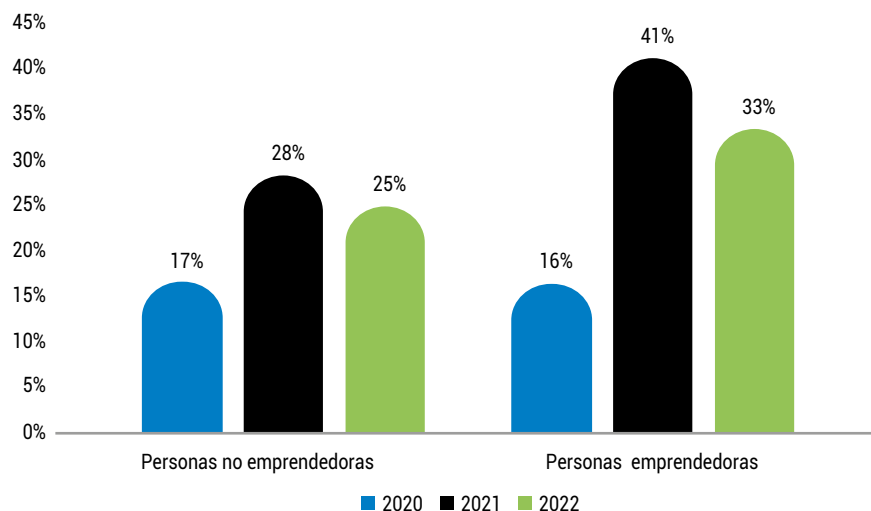
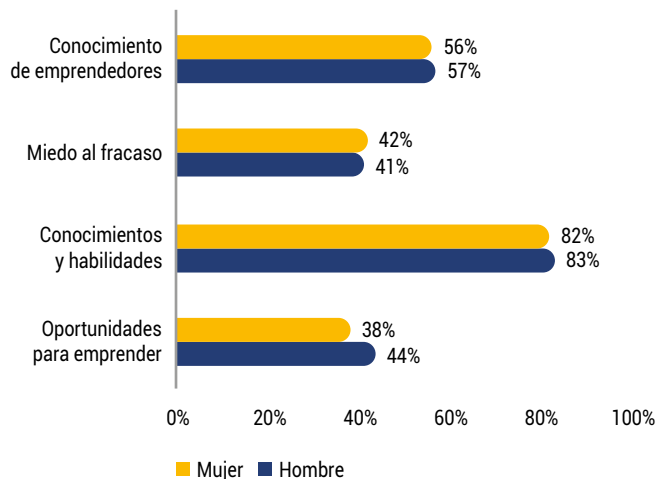


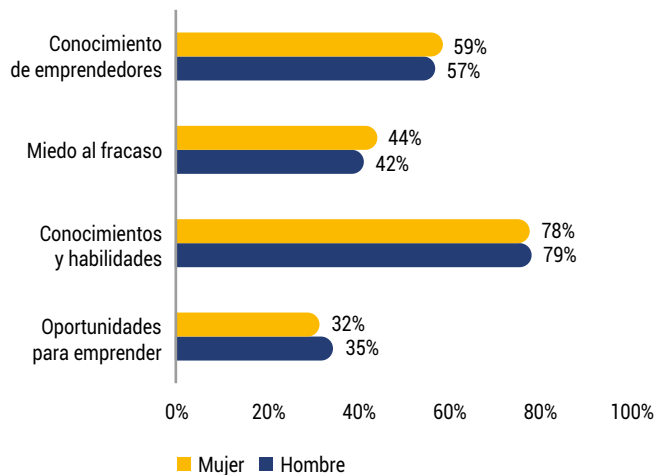
Figura 5. Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2021-2022

2021



2022



La evolución de las percepciones sobre valores y actitudes para emprender entre 2021 y 2022 es similar en mujeres y hombres en cada grupo, con un descenso significativo en la percepción de oportunidades por parte de los hombres. En 2022, el 44% de las mujeres que emprenden percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, frente al 42% de los hombres, y sólo un 32% de las mujeres que están arrancando sus negocios piensa que existen oportunidades para emprender en los próximos meses, frente al 35% de los hombres. Eso significa que el 65% de los hombres y el 68% de las mujeres involucradas en el proceso emprendedor lo hacen sin percibir oportunidades claras de negocio.



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

España es diversa, y eso se refleja en las actitudes y valoraciones del emprendimiento. Durante 2022 en Andalucía, las Islas Baleares y las Canarias un porcentaje mayor que la media de España percibe oportunidades para emprender, considera que tiene los conocimientos y habilidades para hacerlo, tiene modelos de referencia y considera fácil iniciar un negocio. Sin embargo, también son más los que no emprenden por miedo al fracaso. Por el contrario, Asturias y Castilla y León tienen los porcentajes de población adulta más bajos de España en considerar que existen oportunidades de negocio, que emprender es una buena opción profesional o que existen noticias frecuentes sobre emprendedores de éxito. Las imágenes que se muestran a continuación reflejan la diversidad cultural de este país, con un único denominador común: el elevado miedo al fracaso a la hora de emprender.

Figura 6. Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC.AA.

Fuente: GEM-España APS 2022

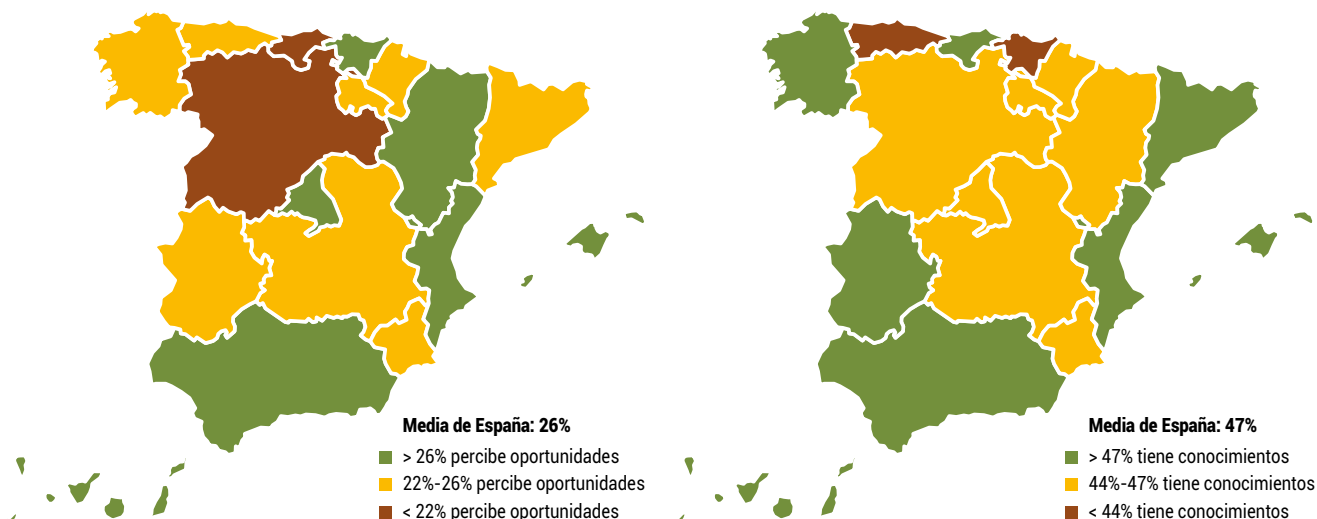


Figura 6. Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC.AA. (cont.)

Fuente: GEM-España APS 2022

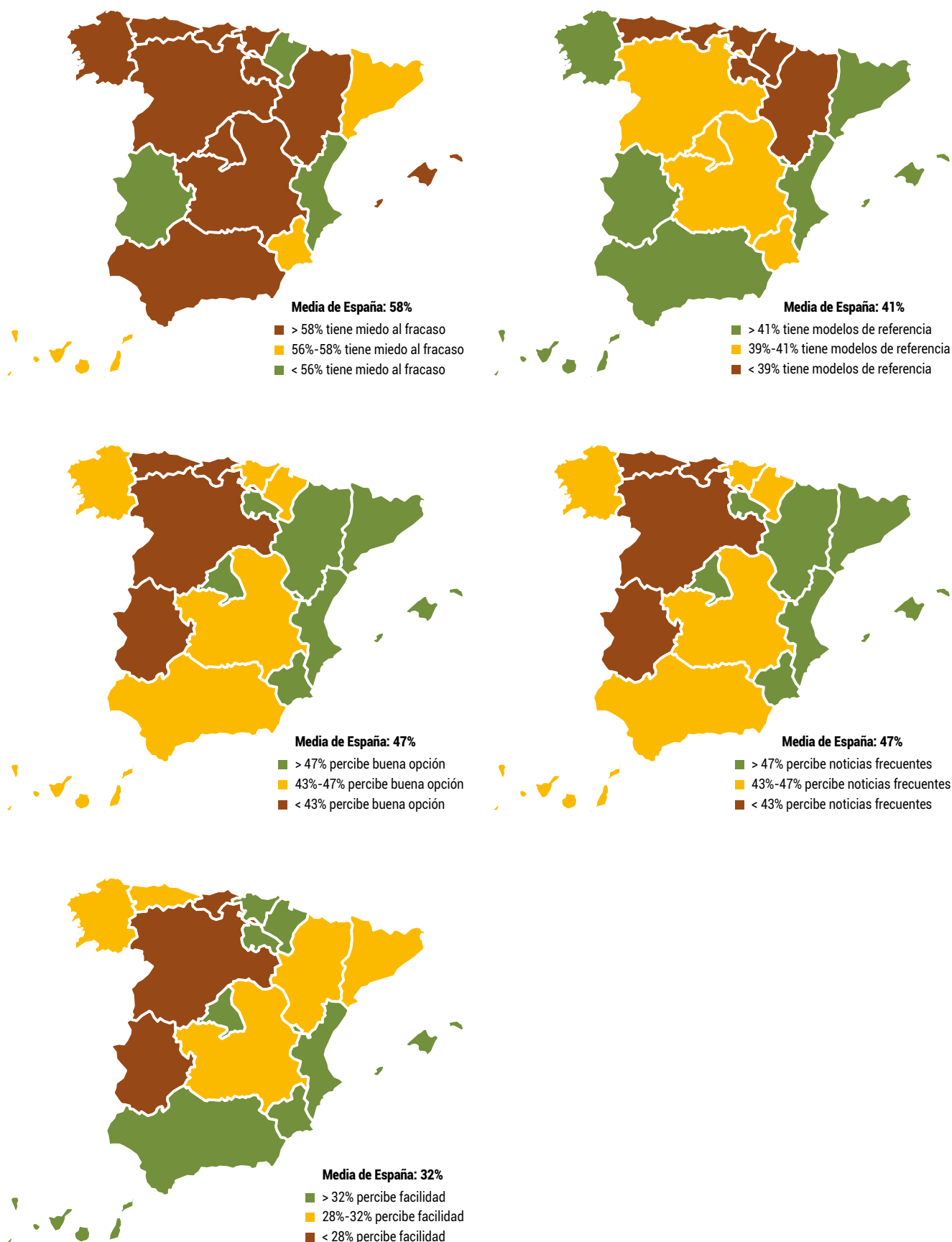
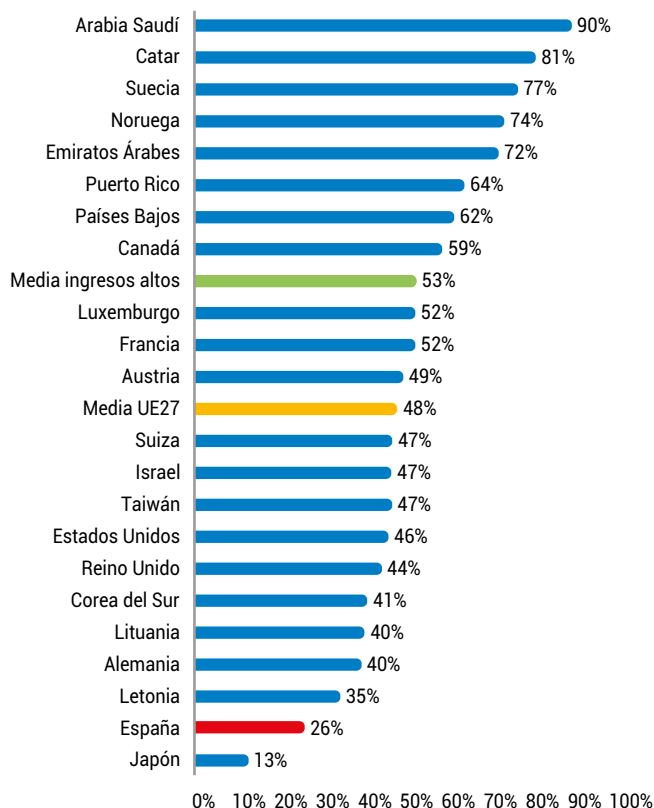


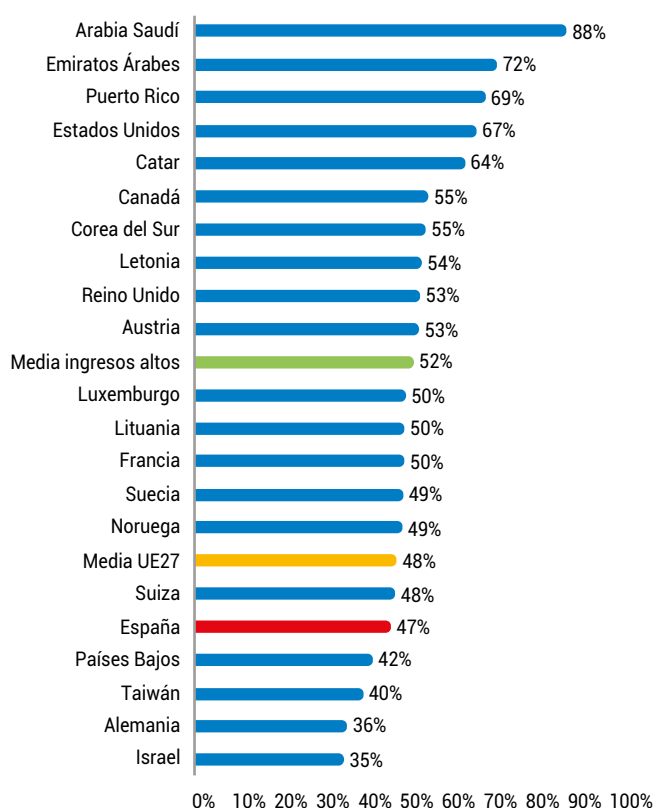
Figura 7. Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta

Fuente: GEM-España APS 2022

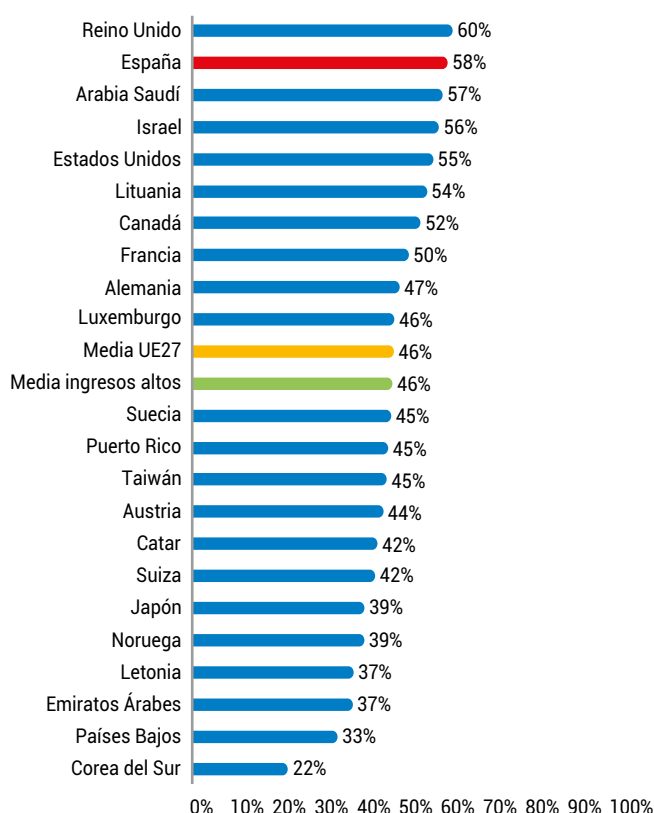
Percepción relativa de oportunidades para emprender



Conocimientos y habilidades para emprender



Miedo al fracaso como obstáculo para emprender



Modelos de referencia para emprender

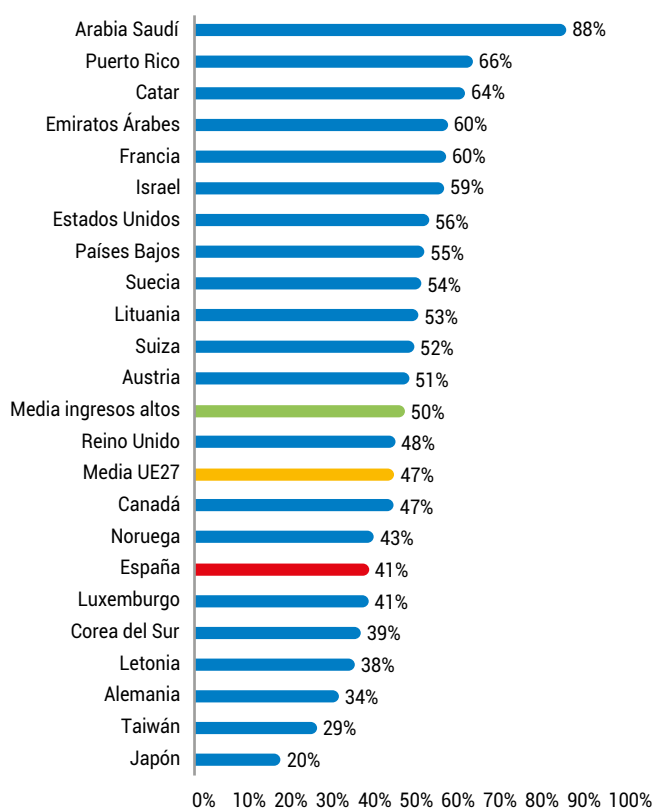
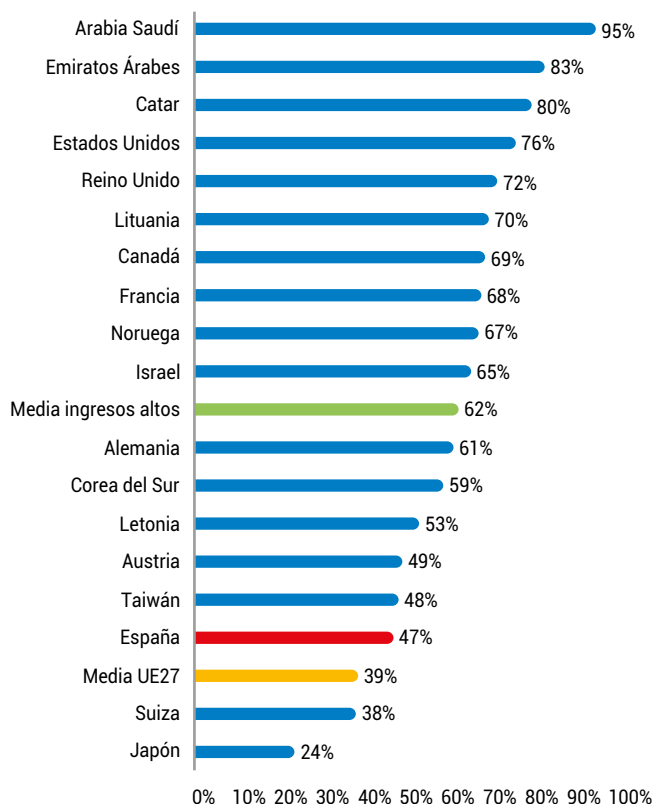


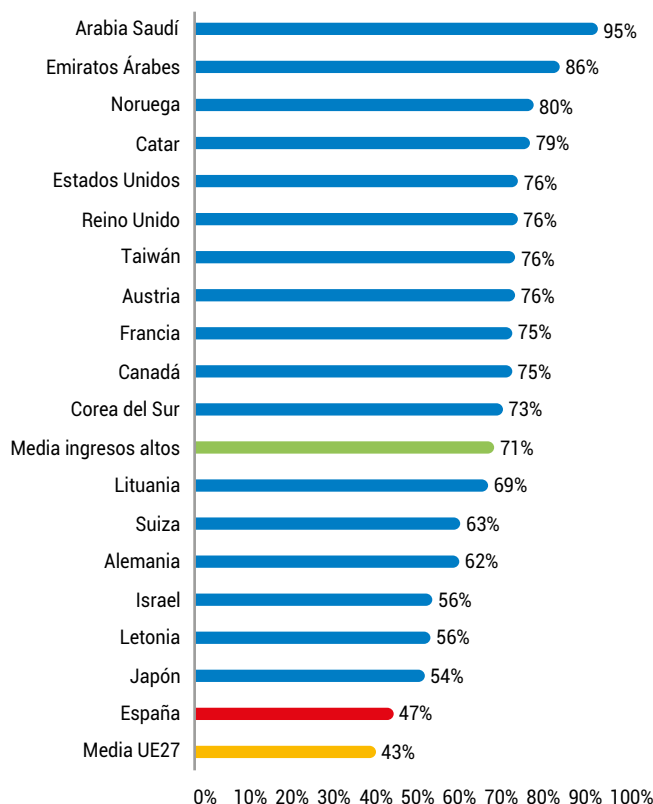
Figura 8. Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta

Fuente: GEM-España APS 2022

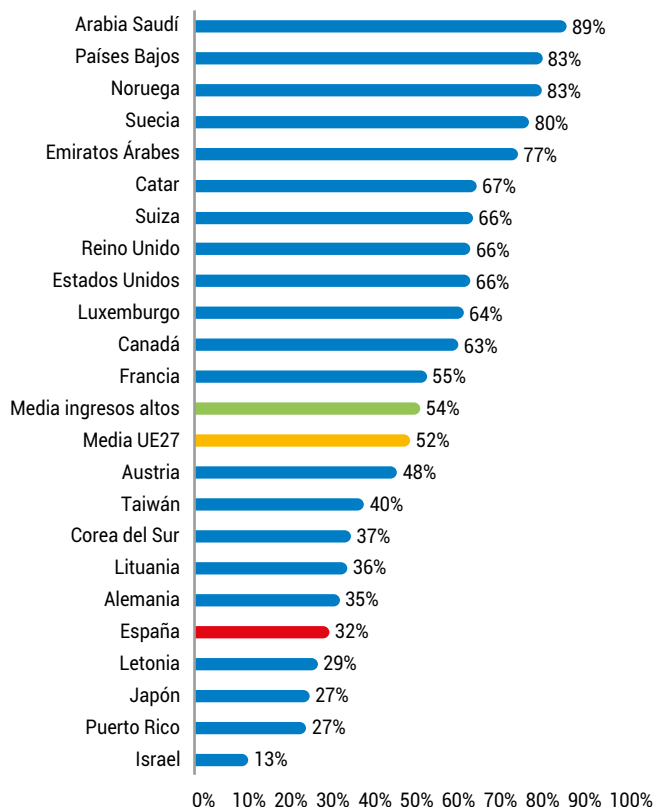
Emprender como una buena opción profesional



Noticias sobre emprendedores de éxito



Facilidad para iniciar un negocio



En relación a sus países de referencia (países con un PIB superior a 40.000 \$), España se posiciona a la cola de su grupo en percepción de oportunidades para emprender y difusión de noticias de emprendedores de éxito, mientras que figura a la cabeza en miedo al fracaso, algo recurrente en años anteriores. Tampoco destaca en este grupo por la percepción de contar con los conocimientos y habilidades para emprender, una red de contactos con otros emprendedores o la consideración de que emprender puede ser una buena opción profesional con facilidades para iniciar un negocio. Sin embargo, no podemos olvidar que estas percepciones pueden no corresponder a las condiciones reales del entorno, como se refleja en casos como los de Israel, Alemania o Reino Unido. Pero reales o no, las actitudes y percepciones condicionan el comportamiento de los individuos a lo largo del proceso emprendedor, y son difíciles de cambiar a corto plazo.



Ubyko Connectivity s.l.



Nombre de los emprendedores: Asier Fraile, Jose Manuel Ripa, Diego Zúñiga, Hugo Fernández y Alejandro Navarro.

Nombre del negocio: Ubyko Connectivity s.l. (<https://www.ubyko.com>).

Ubicación del negocio: Bilbao.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Somos una empresa especializada en robótica y automatización de última milla. Hemos desarrollado el primer nano almacén conectado a un cajero automático para pequeños locales comerciales del centro de la ciudad. Una herramienta para una *smartcity* más sostenible al permitir logísticas más eficientes en el movimiento de mercancías al mismo tiempo que mejora el servicio de recogida y compra de los ciudadanos.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Aportar valor al progreso de la sociedad y a nivel personal, atreverse a construir una idea que se asienta sobre unos valores y una visión del mundo y poder compartirla con un equipo que será la palanca nece-

saria para ejercer la enorme fuerza necesaria para sobrevivir y crecer. Las *startups* somos como el Mowgly de Rudyard Kipling. Vulnerables en una selva en la que hay que ganarse a la naturaleza que es el contexto y mercado en el que toca desarrollarte.

¿Cómo surgió la idea?

Sacando dinero de un cajero automático. Pensé, y si fuese tan cómodo sacar las compras *online*, o si pudiese dejar en el cajero algo para que otra persona lo recoja cuando le convenga. Con el tiempo, desarrollando la idea vimos cómo en el urbanismo europeo existe dentro de la ciudad muchísimo espacio desaprovechado en locales comerciales vacíos y que puede ser la clave para solucionar los problemas logísticos a los que se enfrentan las ciudades. Vimos que la clave está más en una logística que ahorre desplazamiento de mercancía y que permita, aprovechando la AI, almacenar cerca del consumidor los productos antes incluso del momento de compra. Eso permite una logística como la de antaño, en la que se introducían los productos de manera agrupada a los ultramarinos y desde ahí se distribuía.

Es clave no solo descarbonizar los vehículos de la DUM (Distribución urbana de mercancías) sino reducir esos vehículos. Eso solo se conseguirá con la AI y los pequeños almacenes urbanos de menos de 100 m². Nosotros los desarrollamos automáticos porque es la manera de optimizar el espacio y poder tenerlos abiertos 24/7 para aprovechar logísticas nocturnas y dar servicio en cualquier momento a los usuarios.

¿En vuestro sector percibís que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

El último año ha sido el despertar de la Inteligencia artificial que se irá expandiendo a distintos sectores y el de la logística será uno de ellos. Eso ayudará a la transformación de la última milla y esperamos ser relevantes con nuestra tecnología.

¿En qué está afectando la situación económica actual a vuestro negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

En época de crisis a todos nos afecta una mayor aversión al riesgo y más en nuestro sector. Afortunadamente el CDTI ha respaldado nuestra I + D a través de su vehículo Neotec lo que nos da aplomo durante el temporal.

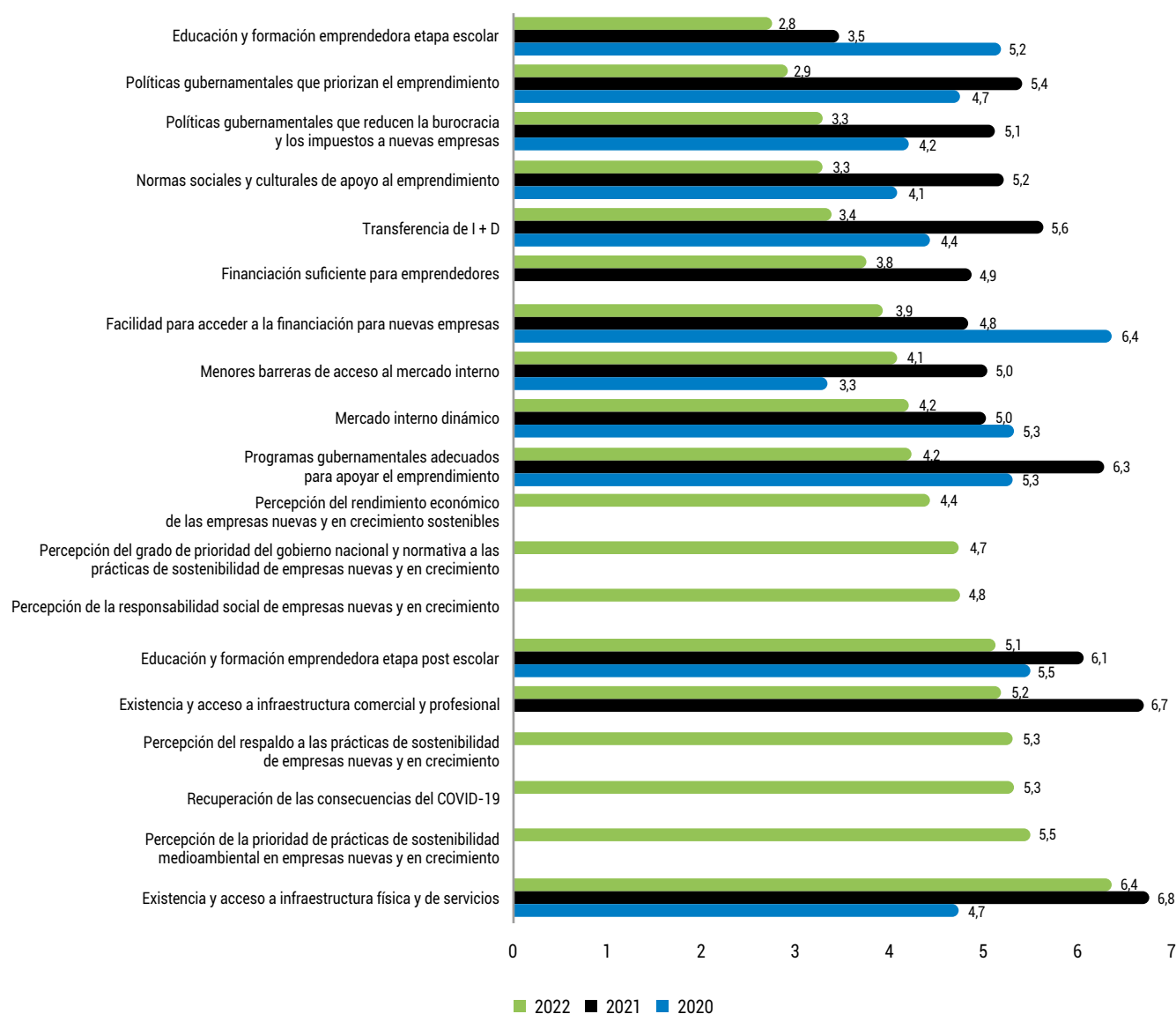
Algo que os gustaría añadir

Emprendiendo hemos detectado más que nunca lo mucho que hay por hacer para acercar nuestro ecosistema al de otros países.

1.3. ¿Qué perciben los expertos?

Figura 9. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender

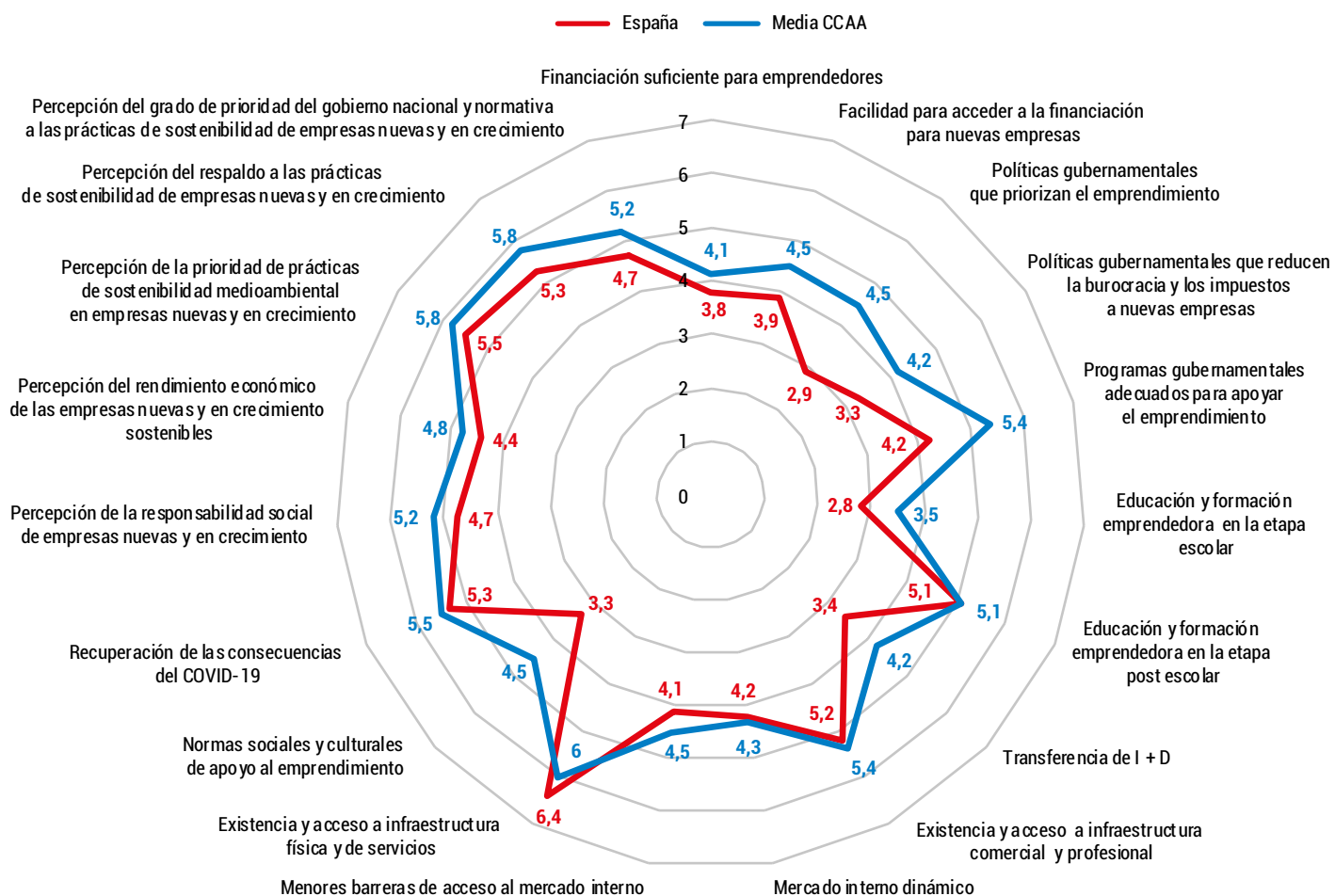
Fuente: GEM-España NES 2020-2022



En los últimos tres años la valoración que han hecho los expertos en una escala Likert de 1 a 10 (siendo 10 la valoración máxima) de una relación de condiciones del entorno para emprender refleja un empeoramiento de la percepción en el año 2022 en todas las condiciones. La educación emprendedora en la etapa escolar, así como la existencia de políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento y programas que reduzcan la burocracia y la carga fiscal de las empresas recientes son los aspectos peor valorados. Tampoco se aprecia mejoría en el estímulo de normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento, ni en la transferencia de I+D entre la universidad y la empresa ni la existencia de financiación suficiente accesible a los emprendedores. Esperamos que la entrada en vigor del nuevo marco legal de apoyo a la actividad emprendedora mejore esta percepción en los próximos años.

Figura 10. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España versus CC.AA.

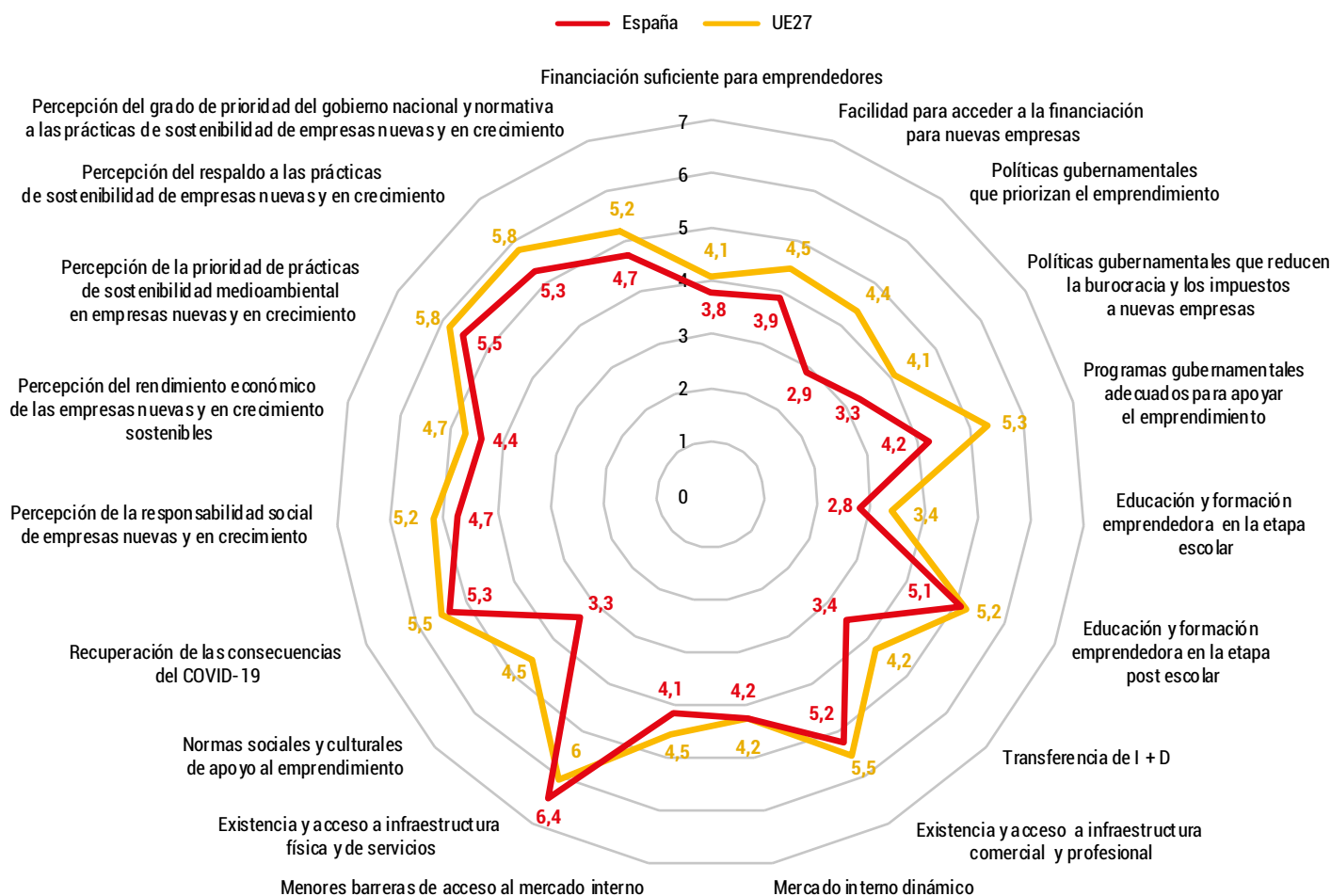
Fuente: GEM-España NES 2022



En 2022, los expertos del panel nacional han valorado peor que la media de los expertos que forman los 17 paneles de las CC.AA. las condiciones del entorno para emprender, salvo la existencia y acceso a las infraestructuras física y de servicios. El que las condiciones del entorno se gestionen en un ámbito más local parece favorecer que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces a la hora de estimular el comportamiento emprendedor de cada CC.AA.

Figura 11. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España versus UE27

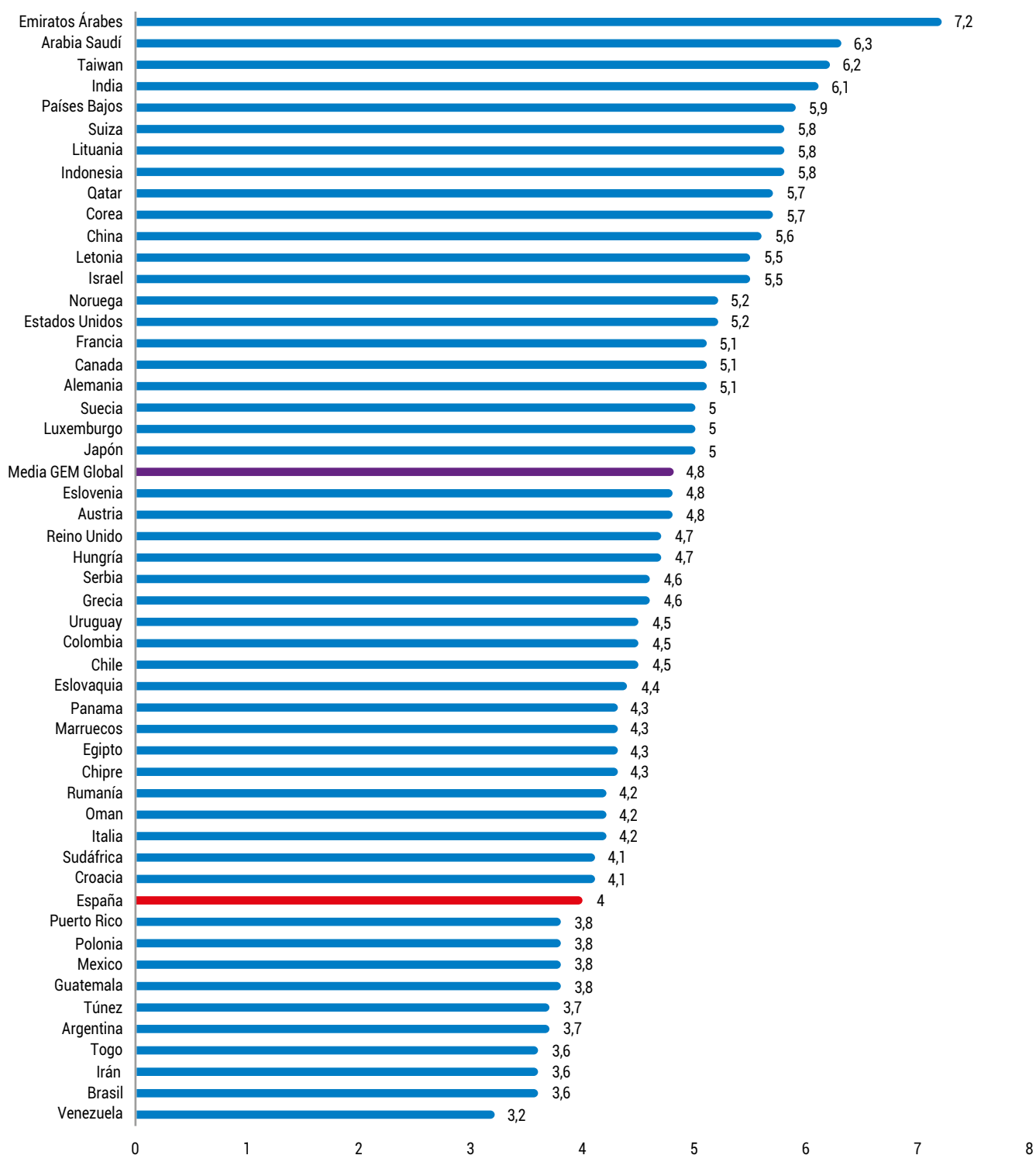
Fuente: GEM-España NES 2022



La comparación de los expertos del panel nacional con la valoración media de los expertos de los países de la Unión Europea refleja una situación similar a la identificada en la comparación con los paneles de las CC.AA. Los expertos nacionales valoran algo mejor que sus homólogos europeos la existencia y acceso a las infraestructuras física y de servicios, así como la educación emprendedora, como las condiciones más favorables para emprender en España. Sin embargo, su valoración del resto de condiciones de entorno para emprender es menor que la media de los expertos europeos.

Figura 12. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI)

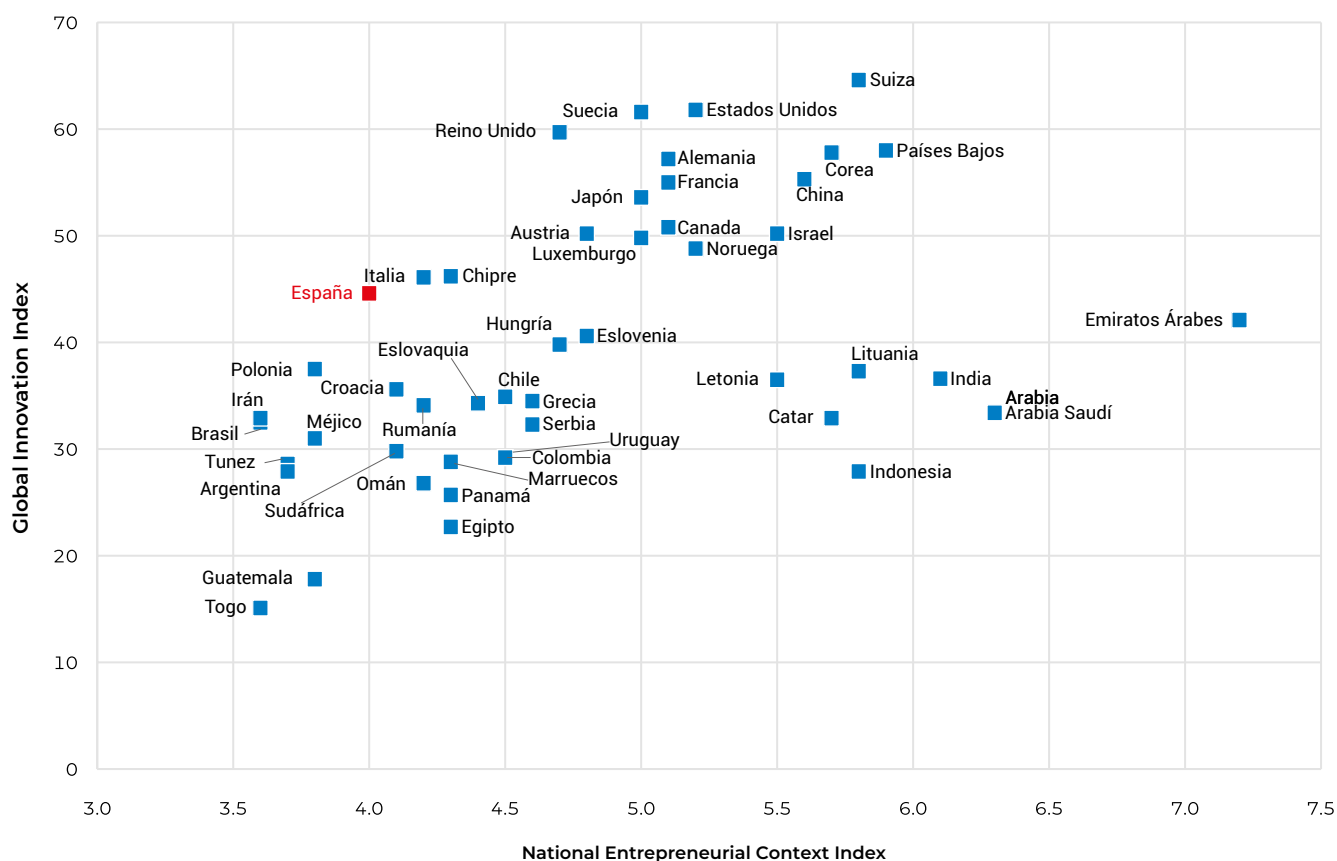
Fuente: GEM-España NES 2022



Los expertos sitúan a España en el último cuartil de países en relación al índice NECI (*National Entrepreneurial Context Index*), que evalúa la calidad del entorno para emprender. Esto supone un retroceso en relación al año 2021, y nos aleja de nuestros países de referencia europeos.

Figura 13. Posicionamiento nacional en relación al NECI y al Índice Global de Innovación (GII)

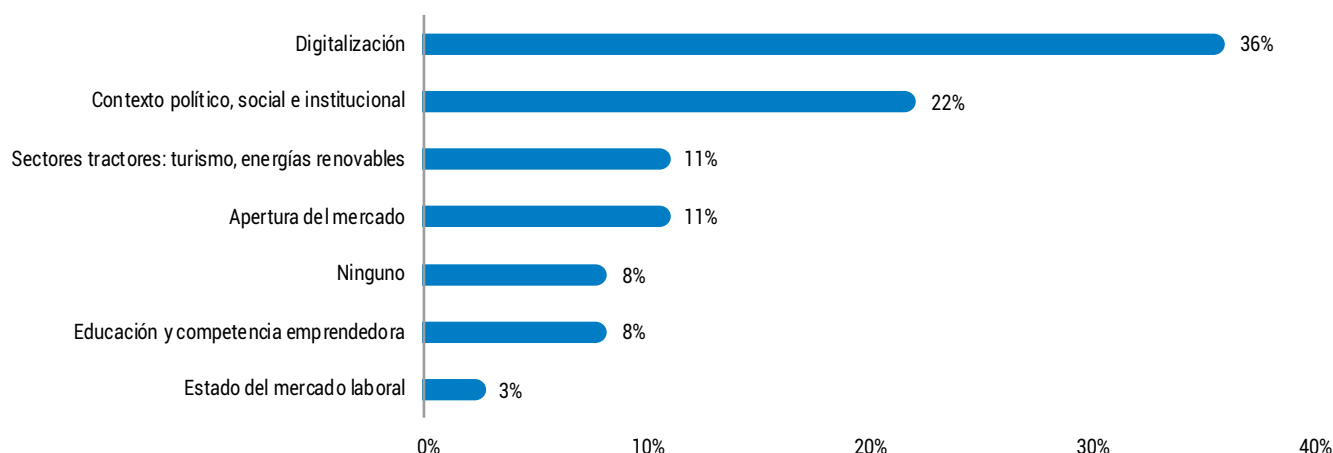
Fuente: GEM-Global Report 2022



Este mapa de posicionamiento relaciona el índice NECI y el Índice Global de Innovación (GII), este último desarrollado por la Oficina Mundial de la Propiedad Intelectual en 2007, que se calcula como media de dos subíndices, uno diseñado para medir los *inputs* de la innovación, como las instituciones, el capital humano y los trabajadores del conocimiento, y otro para medir los resultados de la innovación, como la investigación científica y los productos y servicios creativos. España se posiciona en el cuadrante de países con peores condiciones de entorno para emprender, pero con un nivel medio de innovación, un posicionamiento similar al de Italia, pero aún muy lejos de otros países de referencia como Suecia, Noruega o Reino Unido.

Figura 14. Factores impulsores del emprendimiento según los expertos

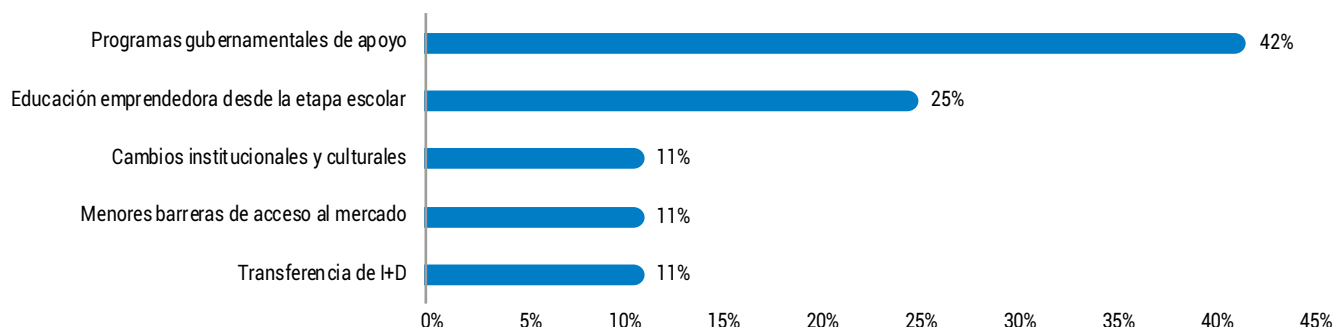
Fuente: GEM-España NES 2022



El 36% de los expertos consultados identifican la digitalización como uno de los factores clave a la hora de impulsar el emprendimiento en España. Un 22% menciona el contexto político, social e institucional como elemento diferenciador, incidiendo en la necesidad de agilizar los procesos administrativos de constitución y concesión de licencias de actividad, el apoyo efectivo de las instituciones y una mayor aceptación social de la función emprendedora como opción profesional deseable. Los expertos también identifican dos sectores tractores del emprendimiento, el turismo y el sector de las energías renovables. Por último, también enfatizan la necesidad de favorecer una mayor apertura del mercado, reduciendo los costes de entrada y flexibilizando el mercado laboral.

Figura 15. Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor

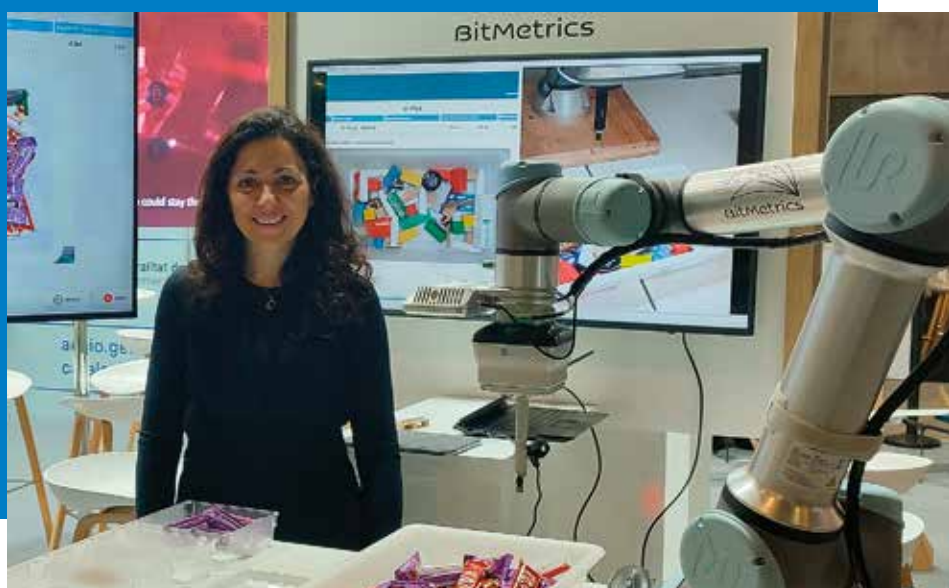
Fuente: GEM-España NES 2022



Las recomendaciones de los expertos se centran en una mejor definición de los programas gubernamentales que reduzcan el coste de emprender y mayor difusión de la educación emprendedora desde la etapa escolar. También recomiendan no olvidar medidas de mayor alcance, como el estímulo de cambios institucionales y culturales que promuevan el emprendimiento, menores barreras de acceso al mercado y mecanismos que permitan una mayor transferencia de I+D de las universidades a las empresas de nueva creación.



BitMetrics



Nombre de la emprendedora: Mar Masulli.

Nombre del negocio: BitMetrics (<http://www.bitmetrics.es/>).

Ubicación del negocio: Barcelona.

Año de lanzamiento: 2017.

Breve descripción de lo que hace la empresa: BitMetrics es una empresa emergente experta en la automatización de procesos basados en visión mediante la integración de tres tecnologías (Inteligencia Artificial, Visión por Computador y Robótica). Con un fuerte componente de I+D+i, BitMetrics ofrece productos con los que pretende democratizar el acceso a la automatización flexible e inteligente a empresas de cualquier tamaño con una propuesta de valor agnóstica en relación con el hardware que se implementa.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Ser emprendedora significa ser una persona resiliente, con una gran capacidad de esfuerzo y con la mirada puesta en el objetivo final que se persigue para mantenerse firme y enfocado, superando los desafíos que van apareciendo. Y lo más importante, ser emprendedora significa disfrutar del camino.

¿Cómo surgió la idea?

En nuestro caso surge a partir de la complementariedad de los socios fundadores, David Picado (CTO) y yo. Teníamos claro que podíamos aportar un valor diferencial al mercado y que era el momento de ofrecer soluciones basadas en inteligencia artificial.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Nuestro sector está en un momento clave a nivel global. En particular, hay un interés incremental en los sistemas robóticos guiados por visión que permiten el progreso de aspectos tales como la navegación autónoma (tanto a nivel de plataformas móviles como drones), la proliferación de aplicaciones de robótica de servicio y, en concreto en nuestro caso, dotar mediante IA a los robots de capacidad para adaptarse en tiempo real a cambios que se producen en el contexto en el que está operando a partir de *inputs* visuales.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

BitMetrics es una *startup* que hubo de hacer frente a diferentes tipos de crisis desde su nacimiento (tanto a nivel político, como a nivel de pandemia, crisis de los semiconductores, etc.), por lo que adaptarse y ser flexibles son dos atributos clave para poder seguir adelante. Las medidas que tomamos son estar en constante vigilancia tecnológica y de posibilidades para poder aprovecharlas al máximo, a la vez que detectar amenazas que condicionen nuestra supervivencia como empresa.

CAPÍTULO 2

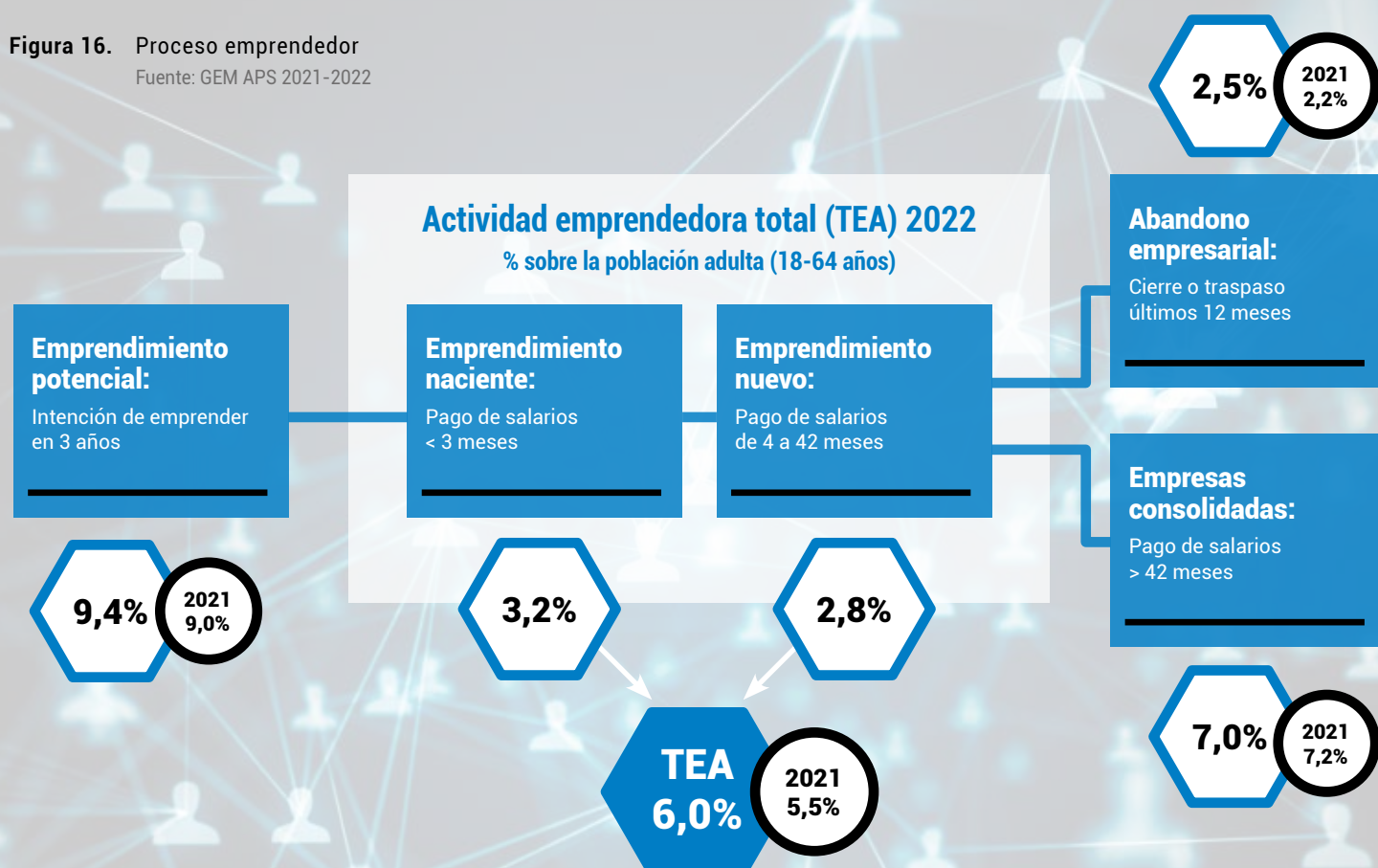
El proceso emprendedor

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

Empezar es un proceso en el que se identifican varias etapas. Los emprendedores potenciales son personas con intención de emprender en los próximos tres años. Cuando la intención se convierte en actividad emprendedora real, los emprendedores pasan de potenciales a nacientes (han pagado salarios durante tres meses o menos) y nuevos (han pagado salarios de 4 a 42 meses). A partir de los tres años y medio (42 meses) las iniciativas emprendedoras se consideran empresas consolidadas. El proyecto

del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) calcula anualmente el porcentaje de población inmersa en cada una de las fases de este proceso. La tasa de actividad emprendedora total, 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 16. Proceso emprendedor
Fuente: GEM APS 2021-2022





Durante el año 2022 el emprendimiento potencial y reciente sigue creciendo de forma gradual, dejando atrás las dudas generadas durante el periodo de incertidumbre vivido en 2020 y 2021. El 9,4% de la población española está pensando en emprender, y 6 de cada 100 individuos están poniendo en marcha un nuevo negocio. En la fase de consolidación del proceso emprendedor apenas se reduce el porcentaje de la población inmersa en iniciativas emprendedoras consolidadas (7%) respecto al año 2021 (7,2%), aunque el

abandono empresarial (2,5%) aumenta ligeramente respecto al año anterior (2,2%). Esta perspectiva general muestra un proceso emprendedor saludable en el que cada vez hay más personas con intención de emprender que se convierten en emprendedores reales, aunque el propio entorno en el que desarrollan esa actividad depura en alguna medida a aquellos emprendedores menos solventes, que se ven obligados a abandonar, y corrige a la larga el porcentaje de empresas que se consolidan en el tiempo.

Figura 17. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo
Fuente: GEM APS 2021-2022

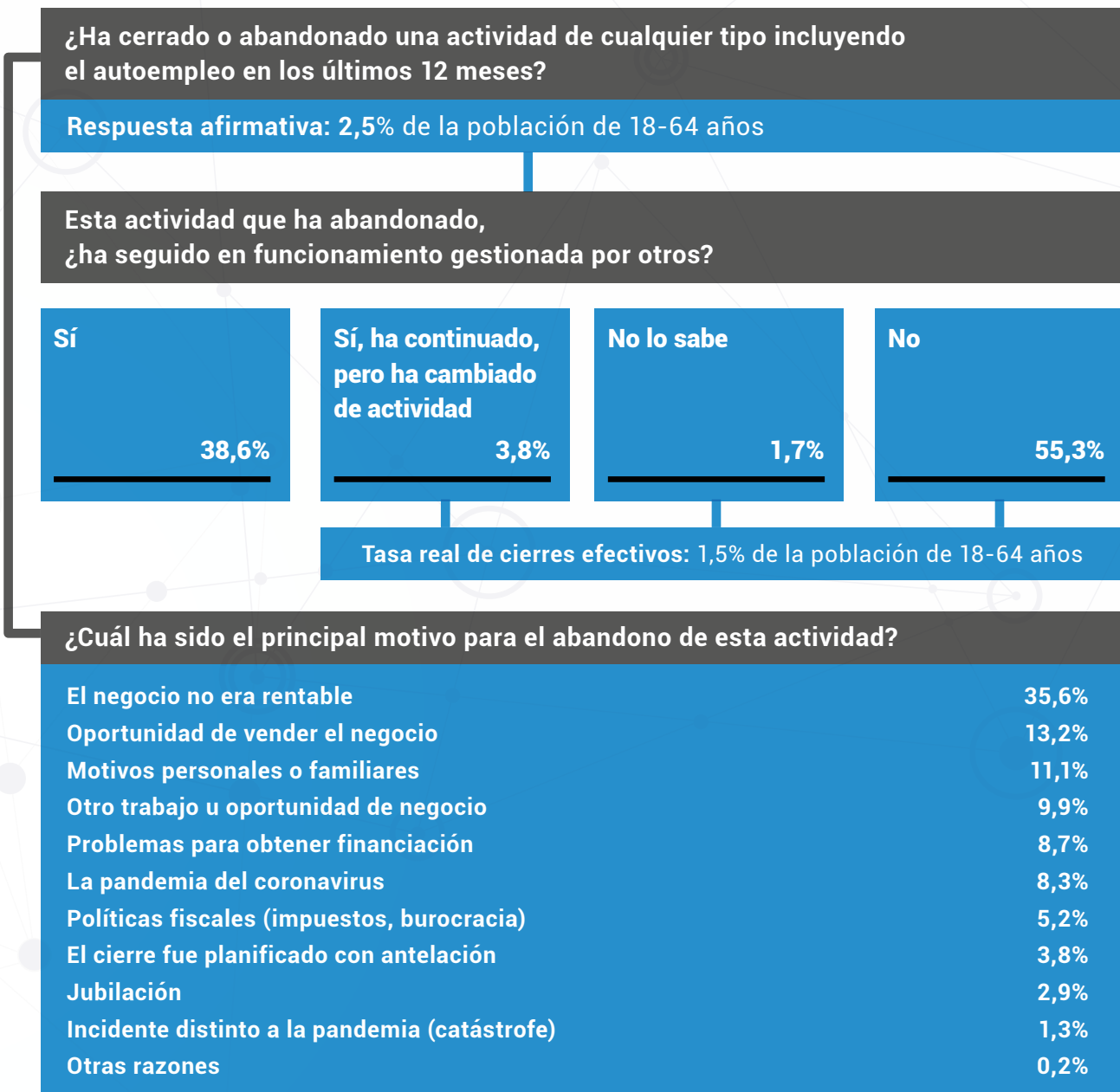
	Mujeres			Hombres		
	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
2021	8,1%	5,6%	6,0%	9,9%	5,4%	8,3%
2022	8,8%	5,9%	6,5%	9,9%	6,0%	7,5%

En 2022, el porcentaje de mujeres aumenta en todas las fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial, TEA, empresas consolidadas). Resulta especialmente relevante el aumento de cinco décimas (del 6% al 6,5%) del porcentaje de mujeres que se consolidan en el proceso emprendedor. Los hombres, sin embargo, si bien mantienen su intención emprendedora y aumentan su actividad reciente respecto al año anterior (del 5,4% al 6,0%), reducen su

participación en la fase de consolidación de las iniciativas (del 8,3% al 7,5%). A pesar de que el porcentaje de hombres a cargo de empresas consolidadas se mantiene por encima del de las mujeres (7,5% respecto al 6,5%), se observa una mayor capacidad de resistencia de las mujeres para permanecer en la fase de consolidación del proceso emprendedor en 2022, en relación al año anterior.

Figura 18. Abandono de la actividad empresarial en España en 2022

Fuente: GEM APS 2022

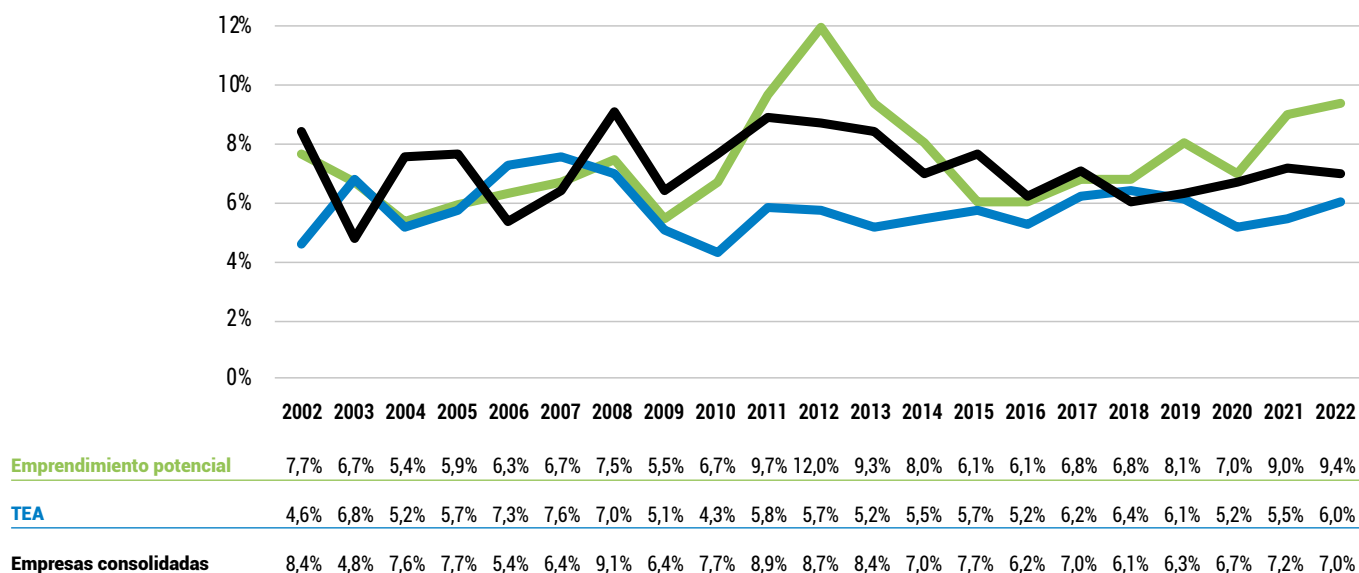


Aunque el 2,5% de la población ha abandonado su actividad empresarial en 2022, solo el 1,5% cierra definitivamente su negocio, lo que significa que algunas personas abandonan una actividad para emprender otra, mientras otros emprendedores retoman la iniciativa anterior. Esto se refleja en las razones de los abandonos. Aunque el 35,6% de los abandonos se produce porque el negocio no es rentable, el 13,2% de los que abandonan lo hacen cuando tienen una oportunidad de vender el negocio, lo que significa que la actividad continúa en otras manos. El aumento de la importancia de los motivos personales o familiares (11,1%) y la oportunidad de encontrar otro trabajo o emprender en otro negocio (9,9%) respecto al año anterior también reflejan la relevancia de los motivos ligados al emprendedor a la hora de explicar el abandono de la actividad emprendedora. Los problemas para obtener financiación (8,7%), así como el gravamen fiscal o las barreras de entrada generadas por la burocracia (5,2%) siguen siendo razones recurrentes. Sin embargo, el efecto de la pandemia del coronavirus reduce su importancia respecto a años anteriores como causa de abandono, algo que era de esperar. Los cierres planificados (3,8%) y las jubilaciones (2,9%) cada vez explican menos abandonos.

2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Figura 19. Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor

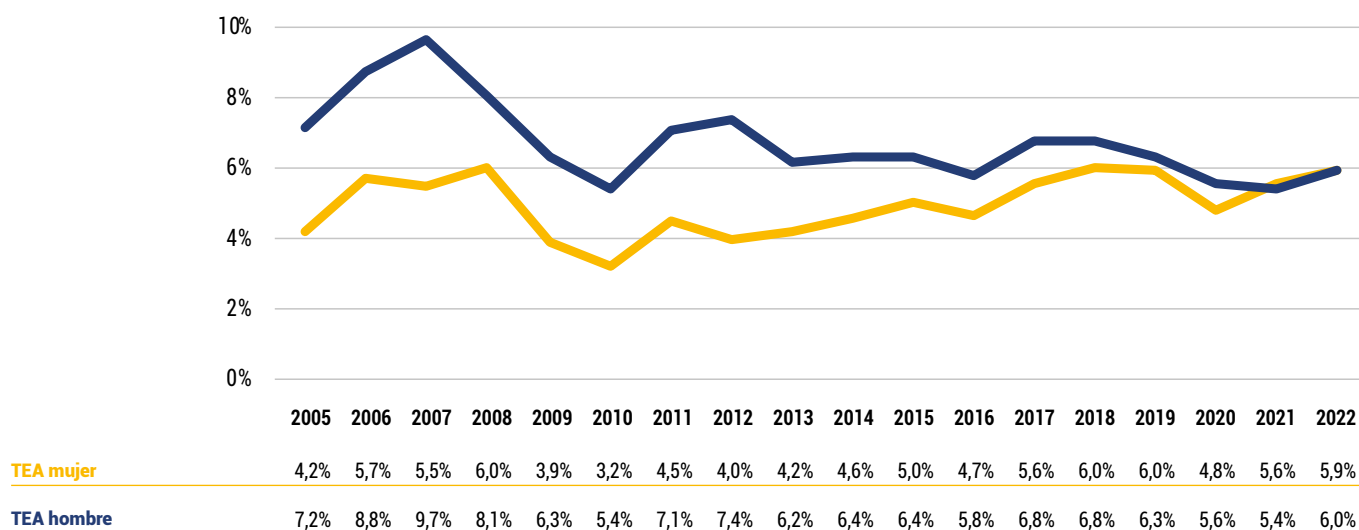
Fuente: GEM APS 2002-2022



La evolución temporal de los principales indicadores del proceso emprendedor en los últimos dieciocho años muestra una mayor variabilidad del emprendimiento potencial, condicionado a las expectativas de la población, en relación al comportamiento de los emprendedores en su fase reciente y consolidada. La crisis sanitaria de los años 2020 y 2021 no ha tenido un impacto tan acusado como el que tuvo en su momento la crisis financiera del 2008. A partir del 2021, se recupera la tendencia creciente de los emprendedores potenciales y recientes (TEA), y se estabiliza el porcentaje de las empresas consolidadas.

Figura 20. Evolución índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2005-2022

Fuente: GEM APS 2005-2022



A lo largo de los últimos años hombres y mujeres han reaccionado de forma similar a las condiciones creadas en los distintos ciclos económicos, aunque con un ligero retraso por parte de las mujeres, que parecen esperar un poco más de tiempo para aprovechar las oportunidades que surgen tras las crisis. Sin

embargo, desde 2012, el crecimiento sostenido de la tasa de emprendimiento reciente (TEA) de las mujeres ha ido acercando el porcentaje de emprendimiento de ambos sexos. Ya desde 2021 podemos afirmar que hombres y mujeres emprenden por igual, y este porcentaje en 2022 asciende al 6% de la población.

Figura 21. Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas)

Fuente: GEM APS 2005-2022



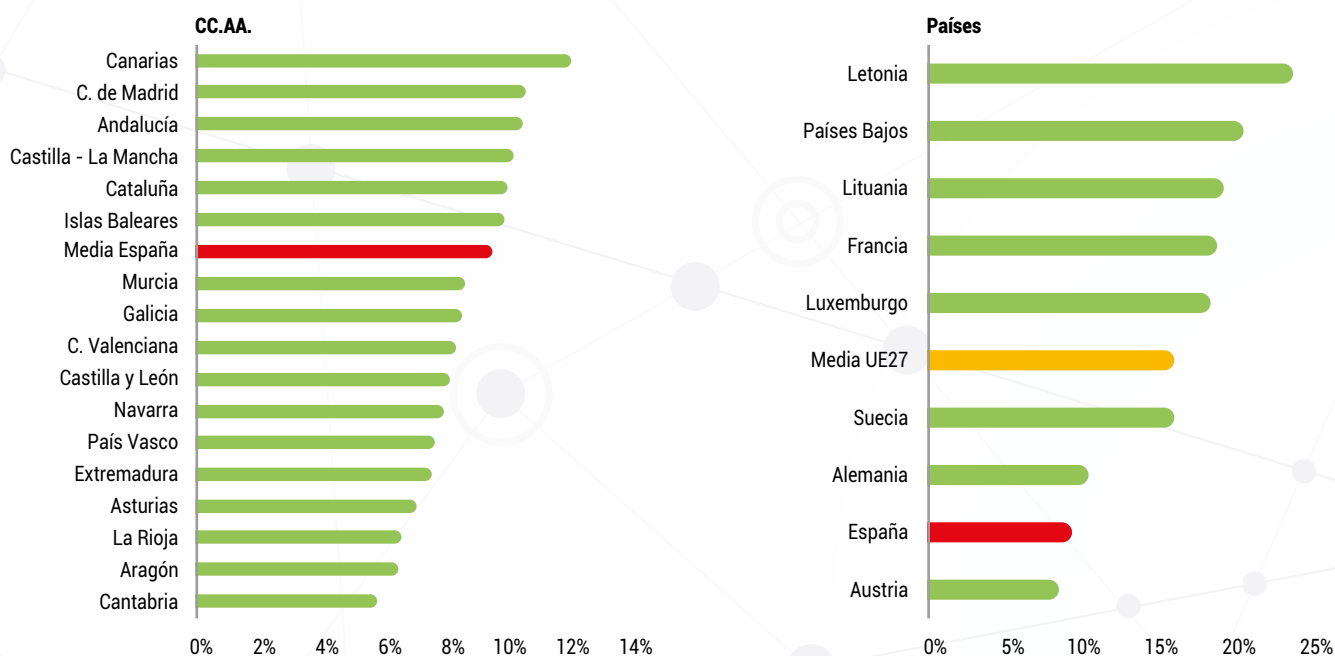
La evolución de las iniciativas nacientes (aquellas con menos de tres meses de vida) e iniciativas nuevas (de tres meses a tres años y medio) en los últimos dieciocho años, refleja el efecto de las crisis en la tasa de iniciativas emprendedoras recientes (TEA). Durante la crisis financiera de 2008, las iniciativas nacientes y nuevas se redujeron y tardaron en recuperarse. En cambio, 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 a la hora de emprender, y se refleja en que un mayor número de emprendedores potenciales se han convertido en emprendedores reales en los últimos años.

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

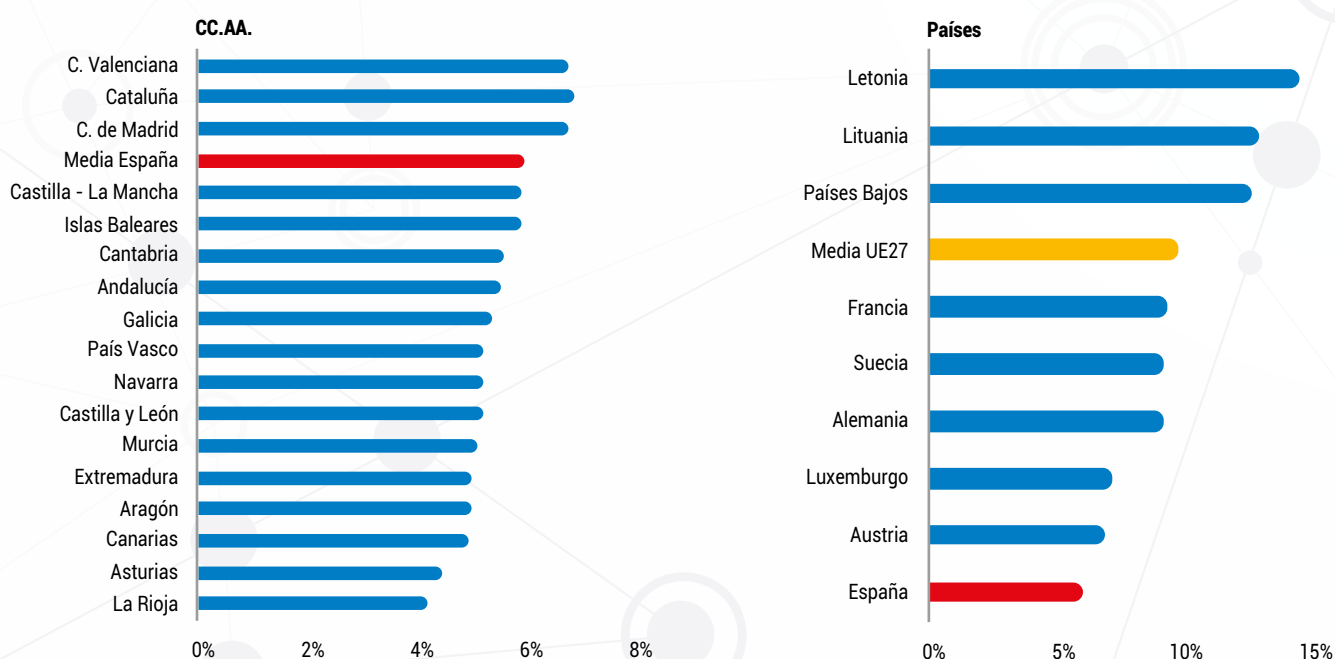
Figura 22. Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC.AA.

Fuente: GEM APS 2022

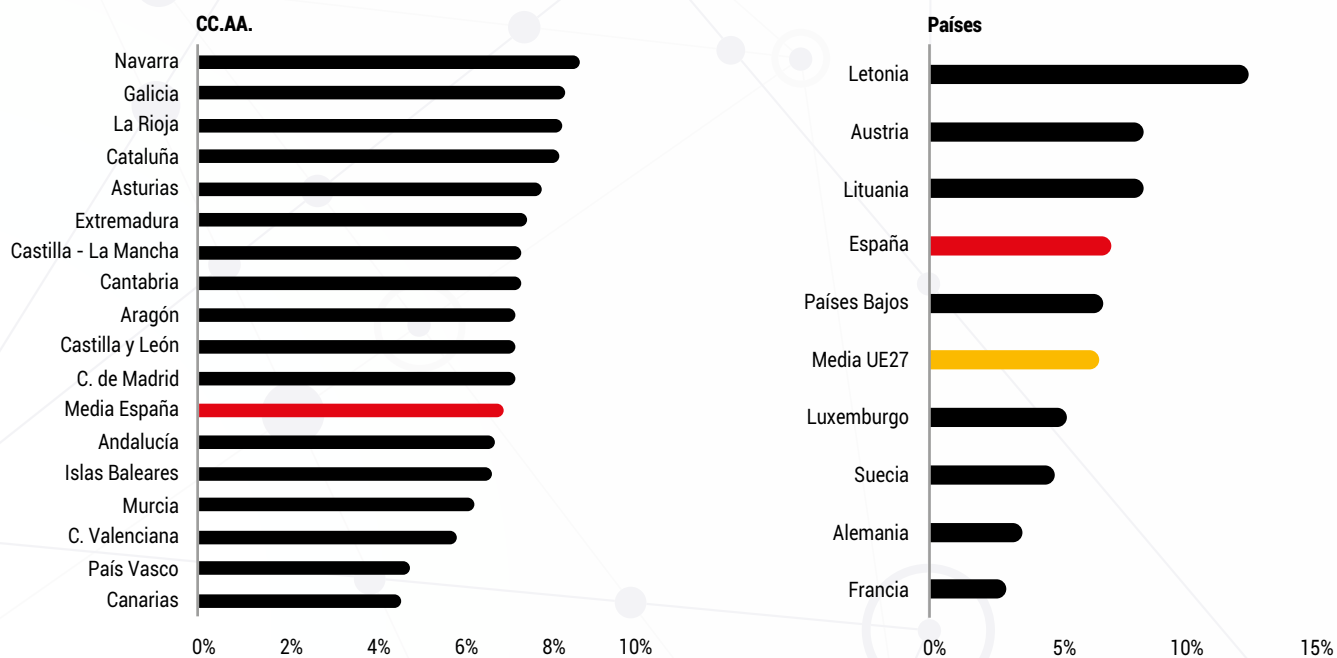
Emprendimiento potencial



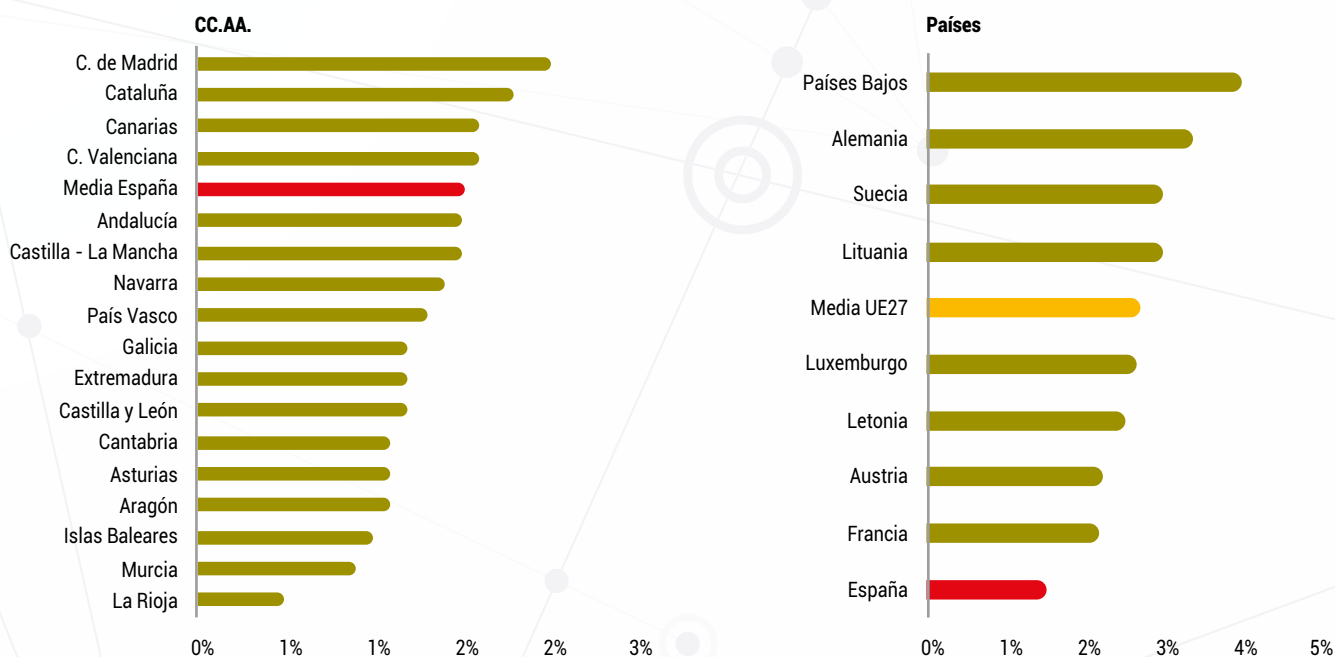
TEA



Empresas consolidadas



Cierres



Cataluña y la Comunidad de Madrid superan la media de España como entornos capaces de generar expectativas para emprender y servir de localización a emprendedores recientes (TEA) y empresas consolidadas, aunque también son, junto a Canarias, las CC.AA. con una tasa de cierres superior a la media del país. Canarias, Andalucía, Castilla-La Mancha y Baleares también superan la media española en la tasa de emprendedores potenciales (9,4%). Sin embargo, es la Comunidad Valenciana la que presenta una mayor tasa de emprendimiento reciente (TEA) y solo Castilla-La Mancha figura por encima de la media española (7%) en tasa de empresas consolidadas. Por otro lado, Cantabria, Aragón, La Rioja y Asturias son las que presentan menores tasas de emprendedores potenciales y recientes (TEA), aunque mantienen una tasa de empresas consolidadas superior a la media española. Estos datos evidencian la ventaja de CC.AA. con mayor tamaño y concentración de población urbana a la hora de generar expectativas emprendedoras y ofrecer condiciones favorables para hacerlas realidad.

A nivel internacional, en 2022 España sigue siendo un entorno que protege a sus empresas con-

solidadas en mayor medida que la media de los países de la Unión Europea (6,6%), en relación a su grupo de referencia de países de ingresos altos (más de 40.000 \$), y el que tiene las tasas de cierre de iniciativas emprendedoras menor de sus países de referencia. Sin embargo, España figura en penúltimo lugar en la generación de emprendimiento reciente y en último lugar en tasa de emprendimiento reciente (TEA).

Como conclusión, en 2022 se mantiene la tendencia ligeramente creciente del emprendimiento potencial y reciente (TEA) en España, y se estabiliza el porcentaje de las empresas consolidadas. El crecimiento de las iniciativas nacientes (de menos de tres meses) durante este año afianza la recuperación de la confianza a la hora de emprender. Las CC.AA. con mayor tamaño y concentración de población se afianzan como el entorno más favorable para emprender. A pesar de seguir a la cola de sus países de referencia en la Unión Europea en la tasa de emprendimiento reciente (TEA), España se consolida como el país con menor tasa de cierre de iniciativas emprendedoras, muy por debajo de sus países de referencia.





Innogando s.l.



Nombre del emprendedor: Elio López García.

Nombre del negocio: Innogando s.l.
(<https://innogando.com/gl/home-gl/>).

Ubicación del negocio: Lugo.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Desarrollamos un smartwatch para vacas capaz de identificar lo que hace el animal y enviar alertas de lo que está pasando para que el ganadero pueda gestionar mejor su granja y mejorar la calidad de vida de los animales.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Es un modo de vida. Un vaivén de emociones que lo hace divertido y que hace que se viva con mucha intensidad.

¿Cómo surgió la idea?

Surge de una necesidad, ya que soy ganadero, y veía cada día que las tecnologías no habían llegado de manera útil a la ganadería de la actualidad.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Están surgiendo muchas oportunidades sobre todo por el aumento de la presión ambiental sobre un sector que no es culpable, y necesita demostrarlo cada vez más.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

Por ahora, no está afectando pero sí que es cierto que el futuro depara retos económicos muy complejos en un sector donde los márgenes son bajos y la intensidad de capital es muy alta.



CAPÍTULO 3

Perfil de la persona que emprende

3.1. Motivación

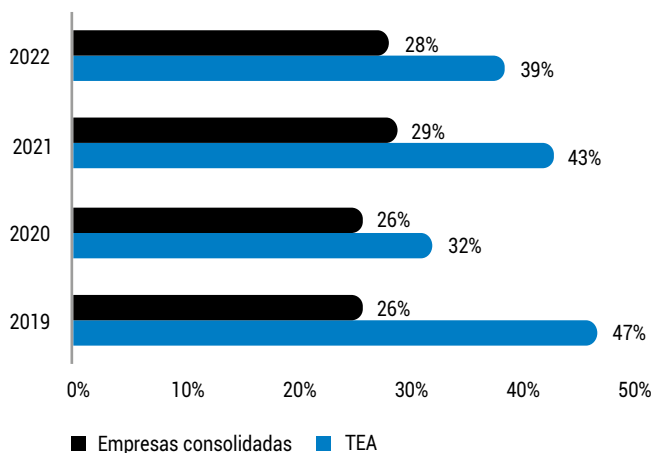
Los emprendedores, especialmente aquellos que están a cargo de iniciativas consolidadas, han recuperado poco a poco la ambición que perdieron a causa de la incertidumbre provocada por la crisis sanitaria. En 2022, el 39% de los emprendedores recientes (TEA) emprenden para marcar una diferencia en el mundo y/o crear riqueza o una renta muy alta. El 28% de los emprendedores responsables de iniciativas consolidadas lo hace para marcar una diferencia en el mundo, el mayor porcentaje de los últimos cuatro años, y el 28% también se encuentra motivado para crear riqueza o una renta muy alta, en niveles cercanos al 2019.

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.

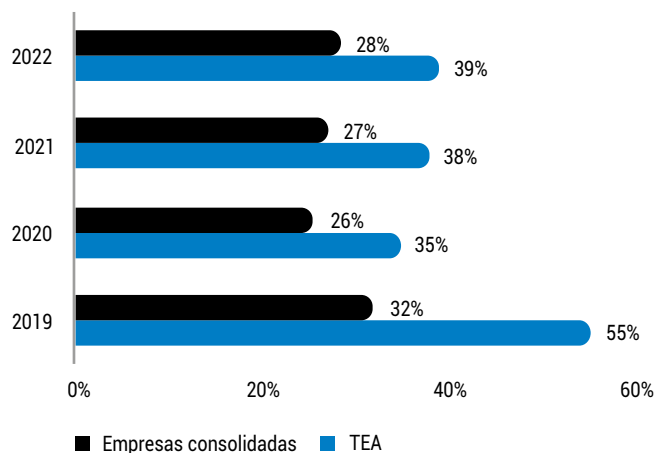


Figura 23. Motivaciones emprendedoras
Fuente: GEM APS 2019-2022

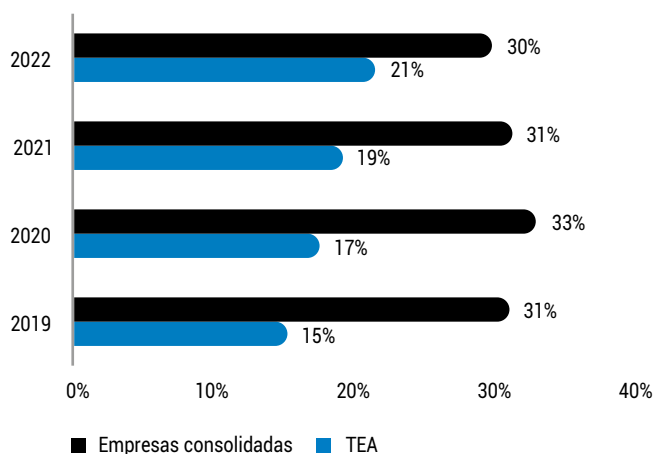
Marcar una diferencia en el mundo



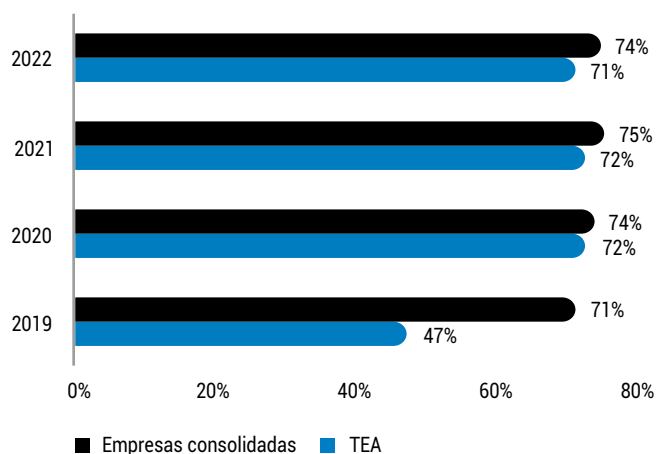
Crear riqueza o una renta muy alta



Continuar una tradición familiar



Ganarme la vida porque el trabajo escasea



En 2022 más del 70% de los emprendedores recientes (TEA) sigue considerando que emprende para ganarse la vida porque el trabajo escasea. Esta motivación ha estado presente entre los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas desde que hay registros, pero en 2019 menos de la mitad de los emprendedores recientes (TEA) la consideraba

entre sus motivaciones. Durante estos tres años el emprendimiento vuelve a ganar relevancia como alternativa de autoempleo en España, mientras que el continuar una tradición familiar se mantiene como una de las razones para emprender del 21% de los emprendedores recientes (TEA) y del 30% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas.

Tabla 1. Motivaciones en función del sexo

Fuente: GEM APS 2019-2022

Marcar una diferencia en el mundo

	Mujer		Hombre	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2019	44%	27%	50%	25%
2020	30%	25%	34%	27%
2021	44%	31%	42%	27%
2022	43%	29%	36%	28%

Crear riqueza o una renta muy alta

	Mujer		Hombre	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2019	49%	30%	61%	34%
2020	28%	24%	41%	27%
2021	32%	24%	45%	30%
2022	36%	26%	42%	31%

Continuar una tradición familiar

	Mujer		Hombre	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2019	14%	30%	16%	32%
2020	18%	32%	17%	33%
2021	18%	31%	21%	31%
2022	19%	29%	23%	30%

Ganarme la vida porque el trabajo escasea

	Mujer		Hombre	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2019	51%	74%	43%	69%
2020	74%	72%	71%	74%
2021	73%	75%	71%	75%
2022	72%	74%	69%	74%

En los últimos tres años, la ambición de las motivaciones diferencia a hombres y mujeres. El porcentaje de hombres que emprende buscando crear riqueza o una renta muy alta siempre ha sido superior al de las mujeres en España. Los años de pandemia han afectado a este porcentaje, que ha caído en el caso de los emprendedores recientes (TEA) de un 61% en 2019 a un 42% en 2022, mientras que en el caso de las emprendedoras recientes (TEA) ha pasado de un 49% en 2019 a un 36% en 2022. Sin embargo, las mujeres mantienen la motivación de emprender para marcar una diferencia en el mundo, que apenas baja un punto porcentual en el caso de las emprendedoras recientes (TEA) entre 2019 y 2022. En cambio, si en 2019 uno de cada dos hombres manifestaba esta motivación para iniciar un negocio, en 2022 sólo lo hicieron uno de cada tres, un porcentaje inferior al de las mujeres.

En el caso de las iniciativas consolidadas, la tendencia anterior se mantiene, aunque en porcentajes

menores en ambos casos, lo que evidencia una menor ambición de los emprendedores más experimentados.

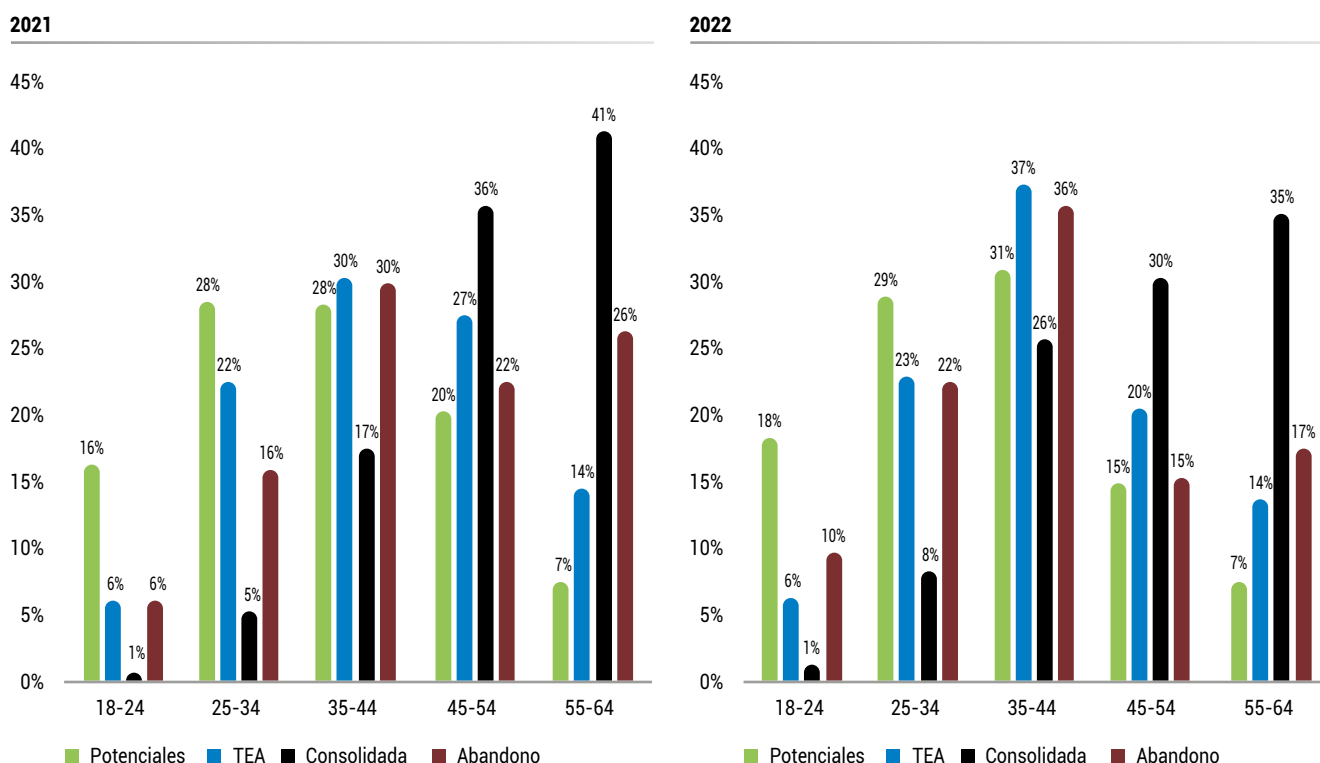
A pesar de contemplar motivos más ambiciosos, tanto sociales como económicos, en 2022 más del 70% de los emprendedores considera que emprende para ganarse la vida porque el trabajo escasea. Esta motivación de autoempleo por falta de alternativas se había reducido entre los emprendedores recientes (TEA) en 2019, pero vuelve a ser la razón más repetida por la gran mayoría de los emprendedores en estos tres últimos años, sin grandes diferencias entre hombres y mujeres.

La tradición familiar aumenta ligeramente como motivación para emprender entre los emprendedores recientes (TEA), y se mantiene en torno a un 30% en el caso de las iniciativas consolidadas, sin diferenciar entre hombres y mujeres.

3.2. Edad

Figura 24. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2021 y 2022

Fuente: GEM APS 2021-2022

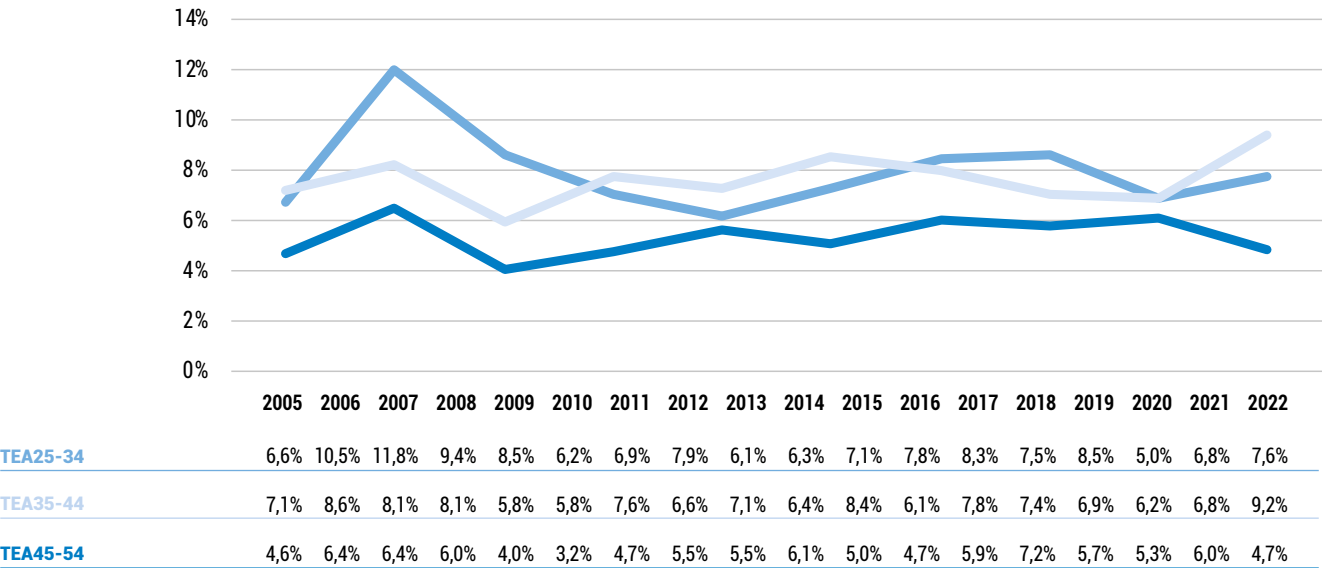


En España emprendemos más tarde que en otros países y, lejos de cambiar, esta situación se hace más evidente a medida que pasan los años. En 2022, el 80% de los emprendedores recientes (TEA) tiene entre 25 y 54 años. Con el añadido de que el 75% de los emprendedores potenciales también está en el mismo rango de edad, lo que asegura un perfil emprendedor de más edad en España que en nuestros países vecinos en los próximos años y un consecuente envejecimiento de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, la mayoría entre los 55 y los 64 años.

El mayor porcentaje de abandonos de iniciativas emprendedoras se produce entre los 35 y los 44 años, aumentando de un 30% en 2021 a un 36% en 2022. A medida que aumenta la edad de los emprendedores, el porcentaje de abandonos se reduce, al igual que las alternativas laborales.



Figura 25. Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios
Fuente: GEM APS 2005-2022



La distribución de edad de los emprendedores recientes (TEA) de entre 25 y 54 años, refleja una tendencia creciente del porcentaje de emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años, desde el año 2020. En 2022, el porcentaje de emprendedores recientes (TEA) con edades comprendidas entre los 45 y los 54 años se ha reducido más de un punto porcentual, lo que implica un cierto rejuvenecimiento de los emprendedores de edades intermedias.



El Flamenco como camino a la libertad



Nombre de la emprendedora: Natalia Palomo Pérez.

Nombre del negocio: El Flamenco como camino a la libertad (<https://flamencoach.com>).

Ubicación del negocio: Rota (Cádiz).

Año de lanzamiento: 2022.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Nuestra empresa ofrece autoconocimiento y capacitación a través del flamenco en directo en todas sus disciplinas: cante, baile, toque y oratoria. En un espectáculo de una hora y cuarto, trabajamos las 8 áreas imprescindibles que necesita conocer y manejar cualquier humano en edad madurativa, para ser libre emocionalmente.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Significa hallar soluciones e introducir propuestas en la sociedad que pueda contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población, usando los recursos tradicionales (flamenco) e innovadores (autoconocimiento, *coaching* y tecnologías) disponibles.

¿Cómo surgió la idea?

En 2020 publiqué un libro llamado *Camino a la libertad* donde expuse la información, a mi juicio necesaria para que cualquier humano pudiese vivir con libertad emocional y equilibrio. Como el Flamenco siempre fue un género al que me dediqué y que tanto me inspiró en la vida (filosóficamente hablando), hice un par de presentaciones del libro combinando el flamenco en directo con partes de lectura del libro. Cuando me di cuenta la gente nos seguía y repetía presentaciones. De ahí surge la idea de trabajar en profundidad esta propuesta: El Flamenco como camino a la libertad.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Sí lo siento, ya que por una parte el autoconocimiento puede ser de los campos más demandados en nuestra sociedad. Sin embargo, no todo el mundo puede o quiere ir a terapia. Presentar una alternativa cultural y enriquecedora me parece un nicho de mercado poco transitado y con mucho potencial. Otra gran oportunidad es digitalizar

y comercializar este proyecto para que sea escalable, y a la vez pueda llegar a cualquier parte del mundo.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

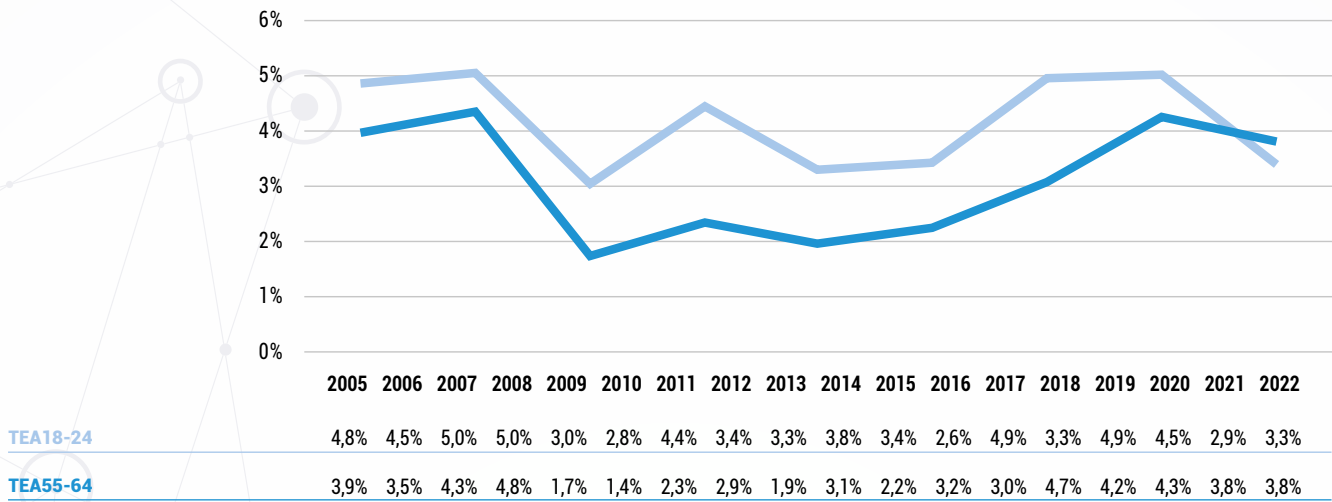
Está afectando positivamente, ya que fusionamos ocio y autoconocimiento a un precio accesible en un momento en el que no todo el mundo puede financiarse un terapeuta. Aún así tomamos medidas de accesibilidad y visibilización del público, creando mucho contenido digital en redes a coste 0.

Algo que te gustaría añadir

Siento que sin organismos como la cátedra de emprendedores de la Universidad de Cádiz, no podría haber adquirido los conocimientos, la apertura de mente, y la profesionalización de este proyecto para su proyección. Organismos así son imprescindibles, a mi parecer, y en mi caso concreto, han marcado el rumbo de mi proyecto.

Figura 26. Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos

Fuente: GEM APS 2005-2022



La evolución de las personas que emprenden más jóvenes (18-24) y mayores (55-64) acusó la crisis del 2008 claramente, con caídas drásticas de hasta un cincuenta por ciento. Sin embargo, los años de pandemia han afectado en mayor medida a los más jóvenes, sin que hayan podido recuperarse en 2022. Si no crece el número de los emprendedores potenciales jóvenes dispuestos a emprender efectivamente en el futuro, España seguirá manteniendo un perfil emprendedor con menos recorrido temporal que sus países de referencia.

Figura 27. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo

Fuente: GEM APS 2021-2022

	Hombres		Mujeres	
	2021	2022	2021	2022
18-24	5%	11%	6%	11%
25-34	27%	18%	18%	18%
35-44	31%	24%	29%	24%
45-54	27%	26%	28%	26%
55-64	10%	22%	19%	21%

Salvo una ligera diferencia en el rango de edad entre los 55 y los 64 años, la distribución de emprendedores por edad es idéntica entre hombres y mujeres en 2022, lo que refuerza la existencia de un perfil emprendedor en España que, independientemente de que sea hombre o mujer, emprende por término medio entre los 25 y los 54 años.

3.3. Educación

Tabla 2. Tasa de emprendimiento por nivel educativo en 2022

Fuente: GEM-España APS 2022

Educación		Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
Primaria	Total	5%	3%	6%
	Total	9%	5%	6%
Secundaria	Secundaria	10%	5%	6%
	FP Superior	9%	5%	6%
	Total	11%	9%	9%
Universidad	Grado	10%	8%	10%
	Máster	14%	11%	8%
	Doctorado	10%	11%	8%

En 2022, el 11% de las personas con estudios universitarios afirma que está pensando en emprender en los próximos tres años, un 9% lo está haciendo y otro 9% está a cargo de empresas consolidadas de más de tres años y medio de vida. Entre los universitarios con máster, el 14% son emprendedores potenciales, y el 11% son emprendedores recientes (TEA), un porcentaje similar al de los universitarios con un doctorado. Estas tasas de emprendimiento superan a las de emprendedores con menor nivel educativo, y consolidan el crecimiento de las vocaciones emprendedoras en la población de mayor cualificación educativa.

Tabla 3. Distribución de las tasas de emprendimiento en función de la educación y el sexo de los emprendedores

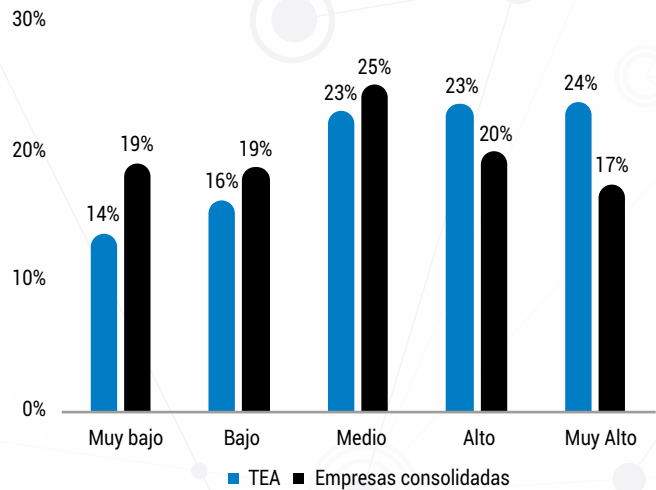
Fuente: GEM-España APS 2022

							
		Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
Primaria	Total	4%	3%	5%	7%	3%	7%
	Total	9%	5%	6%	10%	5%	7%
Secundaria	Secundaria	10%	4%	5%	11%	5%	6%
	FP Superior	9%	5%	6%	9%	5%	7%
	Total	11%	9%	8%	12%	9%	9%
Universidad	Grado	9%	7%	9%	10%	9%	11%
	Máster	15%	13%	7%	14%	9%	8%
	Doctorado	12%	14%	8%	9%	9%	7%

Durante este año apenas se observan diferencias en el comportamiento emprendedor de hombres y mujeres en relación a su nivel educativo. A nivel universitario o superior (máster, doctorado), el porcentaje de emprendedores potenciales (12%) y de empresas consolidadas a cargo de hombres (9%) es ligeramente superior al de las mujeres, al igual que en el resto de los niveles educativos. Sin embargo, entre las personas que han superado un máster o un doctorado el porcentaje de mujeres emprendedoras es sensiblemente superior al de los hombres, especialmente en la etapa de emprendimiento reciente (TEA). Esto es un claro indicador de la vocación emprendedora de las mujeres de alta cualificación educativa en España.

Figura 28. Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa

Fuente: GEM-España APS 2022



La cualificación específica para emprender aumenta entre los emprendedores respecto al año anterior. En 2022, uno de cada dos emprendedores recientes (TEA) manifiesta tener un nivel medio-alto de formación específica para poner en marcha un negocio. Aunque en menor medida, esta percepción también aumenta entre los emprendedores a cargo de empresas consolidadas.

Hombres y mujeres cuentan con niveles similares de formación específica para emprender. Cerca del 50% de los emprendedores recientes considera que tiene un nivel alto. En el caso de los emprendedores recientes se acerca al 50%.

Tabla 4. Nivel de formación específica para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2022

	 Hombres		 Mujeres	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
Nivel Alto	48%	37%	46%	37%
Nivel Medio	22%	24%	24%	26%
Nivel Bajo	30%	38%	30%	37%

Como conclusión, en 2022 en España los emprendedores consideran que emprenden principalmente para ganarse la vida porque el trabajo escasea, aunque, poco a poco, están recuperado la ambición que perdieron a causa de la incertidumbre de los años de crisis sanitaria. Emprenden con más edad que en otros países, la mayoría entre los 25 y los 54 años, y uno de cada tres emprendedores abandona

su iniciativa entre los 35 y los 44 años. La tasa de emprendimiento entre la población con un nivel educativo más alto es cada vez mayor, especialmente en el caso de las mujeres. La cualificación específica para emprender también aumenta respecto al año anterior, reflejo de una mayor orientación hacia la formación emprendedora de las instituciones educativas.

CAPÍTULO 4

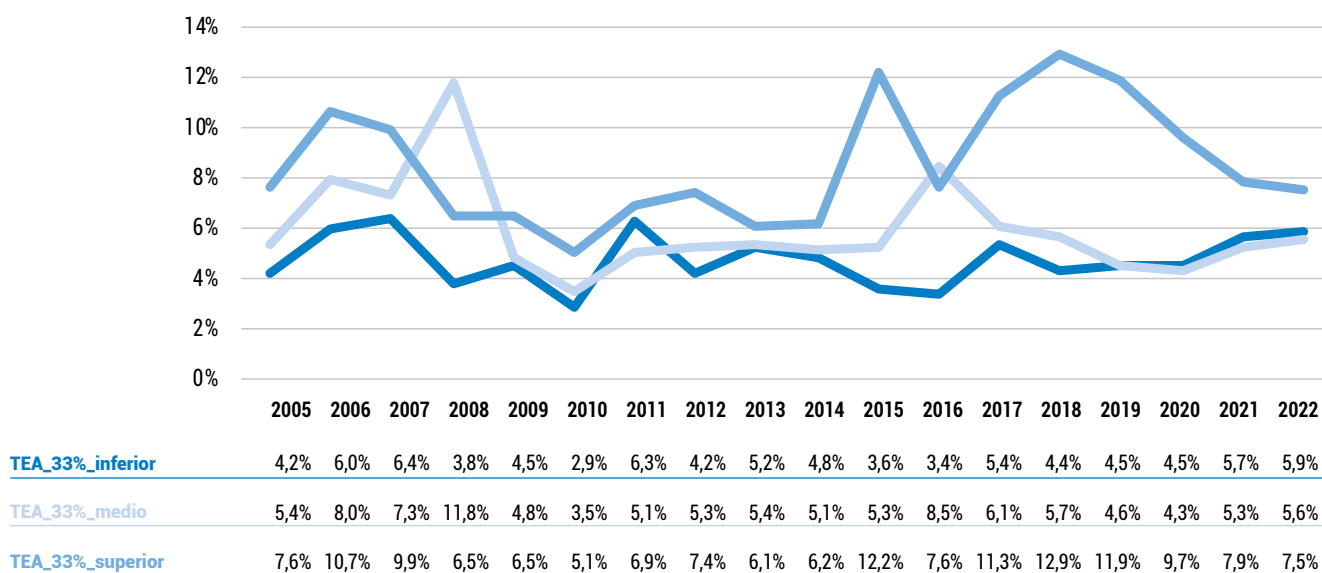
Características de las iniciativas emprendedoras

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

Nivel de renta de los emprendedores

Figura 29. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2022

Fuente: GEM-España APS 2005-2022



En los últimos dieciocho 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 períodos 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), tendencia que se ha mantenido a lo largo del 2022.



Sanifit Therapeutics



Nombre del emprendedor: Joan Perelló Bestard.

Nombre del negocio: Sanifit Therapeutics, compañía del grupo CSL (<https://www.sanifit.com>).

Ubicación del negocio: Palma de Mallorca.

Año de lanzamiento: 2004.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Desarrollo de fármacos para el tratamiento de enfermedades relacionadas con la calcificación del sistema cardiovascular. El producto principal, SNF472, está en fase 3 clínica para el tratamiento de la calcifilaxis, una enfermedad rara que afecta a unas 30.000 personas en todo el mundo, para la cual no hay ningún fármaco aprobado y que presenta una esperanza de vida de unos 6 meses desde su diagnóstico. La empresa fue comprada por CSL Vifor en 2022.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Emprender es un ejercicio constante de solución de problemas, donde se debe aprender constantemente para afrontar los desafíos del día a día.

¿Cómo surgió la idea?

Sanifit nace como *spin-off* sobre la base de una larga trayectoria de investigación académica por parte de la Universitat de les Illes Balears. Existen unas 40 enfermedades relacionadas con las calcificaciones patológicas y la mayoría de ellas siguen sin ningún fármaco autorizado para su tratamiento. Sanifit nació con la vocación de dar solución a esas necesidades médicas.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Por supuesto, y no solamente en el último año, sino en los últimos 3-5 años.

Sanifit surgió en un momento donde no existía tradición ni ecosistema en el ámbito de la biotecnología en España. El desarrollo de fármacos requiere períodos de tiempo largos y elevadas inversiones financieras; conseguir avanzar las investigaciones requiere inversores especializados y profesionales con la experiencia específica necesaria.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

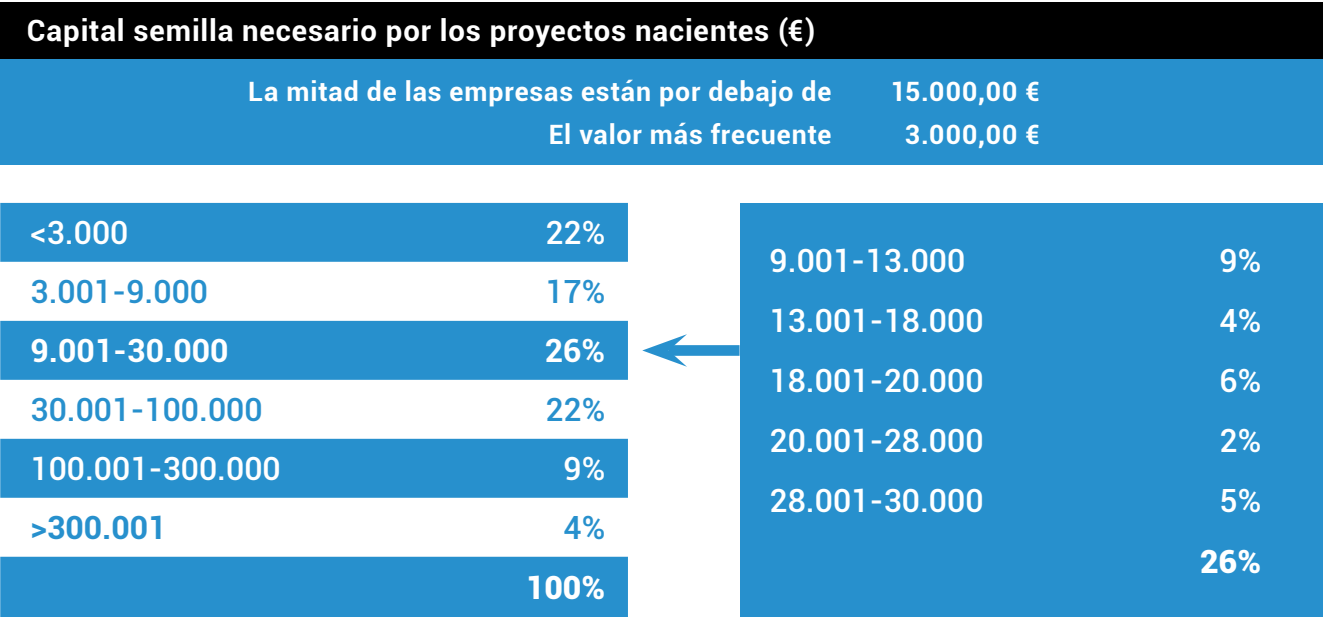
Aunque siempre hay elementos de la economía global que son transversales a cualquier tipo de empresa, el sector biofarmacéutico se ha caracterizado por ser más acíclico y menos afectado por las crisis económicas. Al formar parte de un grupo farmacéutico grande y estable nuestra actividad viene más dictada por los resultados científicos que por la macroeconomía.

Algo que te gustaría añadir

Desde 2004 hasta la actualidad el sector ha madurado significativamente y Sanifit ha formado parte activa de esta evolución, protagonizando las mayores rondas de capitalización en la historia del sector y la mayor adquisición de una biotech del país, propiciando un retorno adecuado al ecosistema, incluyendo a sus trabajadores, inversores y la universidad de donde salió, y permitiendo que las investigaciones que se han desarrollado estén más cerca de los pacientes que sufren enfermedades sin tratamiento en la actualidad.

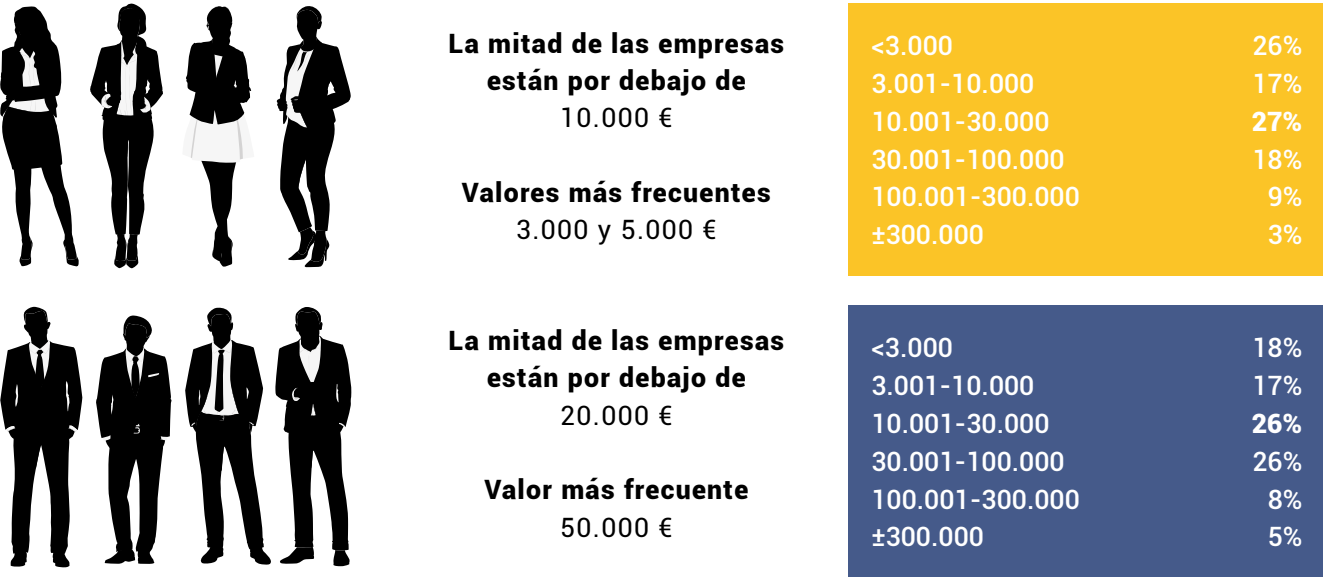
¿Cuánto capital precisan para comenzar?

Figura 30. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en España en 2022
Fuente: GEM-España APS 2022



En 2022, los emprendedores han arrancado sus proyectos con menos capital que en años anteriores. Seis de cada diez proyectos de negocio iniciados en 2022 han necesitado un capital semilla menor de 30.000 euros, y el capital semilla más frecuente es de 3.000€, lo que refleja la escasa envergadura de las iniciativas, aunque, al mismo tiempo, facilita su financiación.

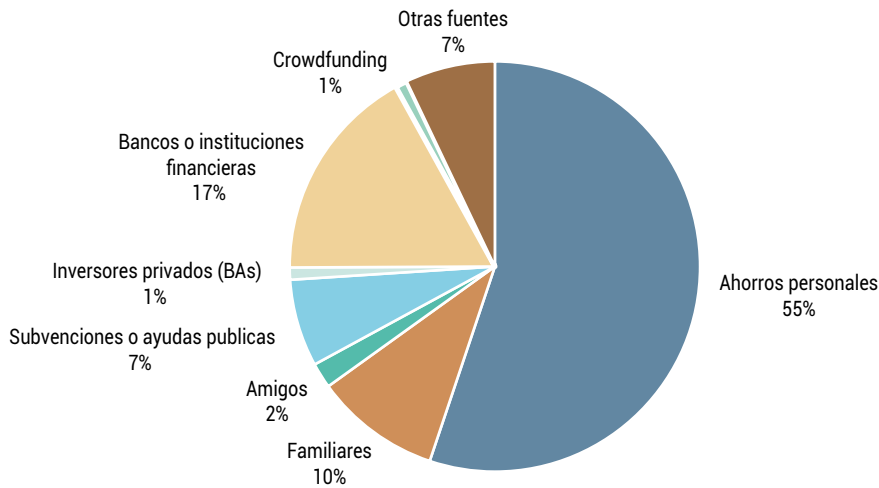
Figura 31. Diferencias de capital semilla entre hombres y mujeres
Fuente: GEM-España APS 2022



La diferencia entre hombres y mujeres en el capital semilla utilizado para iniciar sus negocios refleja una mayor ambición de las iniciativas lideradas por hombres. Mientras que el capital semilla más frecuente de las iniciativas lideradas por hombres es de 50.000 €, en el caso de las mujeres el capital más frecuente para arrancar sus proyectos es de 3.000 y 5.000 €.

Figura 32. Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en España en 2022

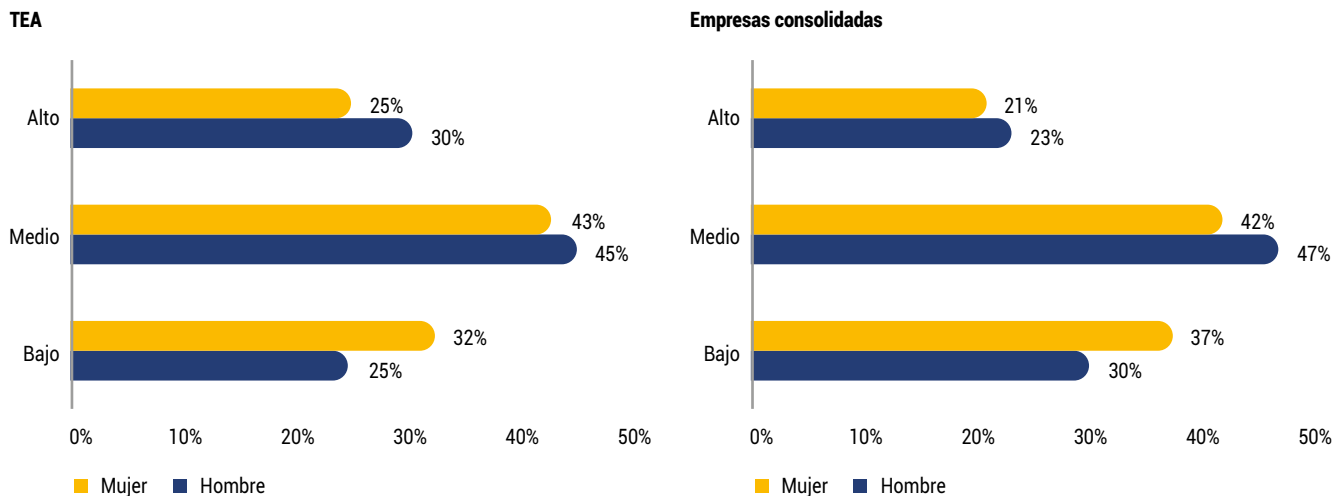
Fuente: GEM-España APS 2022



En 2022, al igual que en años anteriores, más de la mitad del capital de arranque de los proyectos emprendedores procede de sus ahorros personales por término medio. La otra mitad se distribuye entre los préstamos concedidos por bancos e instituciones financieras (17%), ayudas de familiares (10%) y otras fuentes de financiación residual. En España, ni los inversores privados (*business angels*, BAs), ni el *crowdfunding* (micromecenazgo o financiación colaborativa), se han afianzado todavía como fuentes de financiación habituales de los proyectos emprendedores.

Figura 33. Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor en 2022

Fuente: GEM-España APS 2022



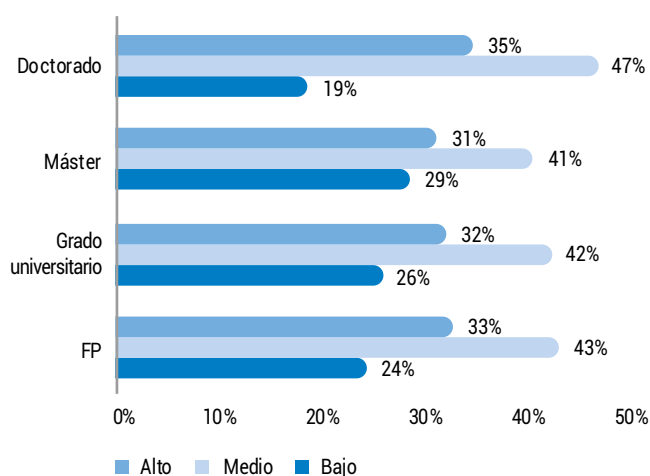
Poco a poco, va aumentando el conocimiento financiero de las personas que emprenden. En 2022, dos de cada tres emprendedores afirman tener un conocimiento medio-alto de las fuentes de financiación disponibles para financiar su proyecto, tanto en la fase reciente (TEA) como en la fase consolidada del proceso emprendedor. Sin embargo, las mujeres siguen manifestando un menor conocimiento financiero que los hombres tanto a la hora de emprender como en las fases sucesivas.



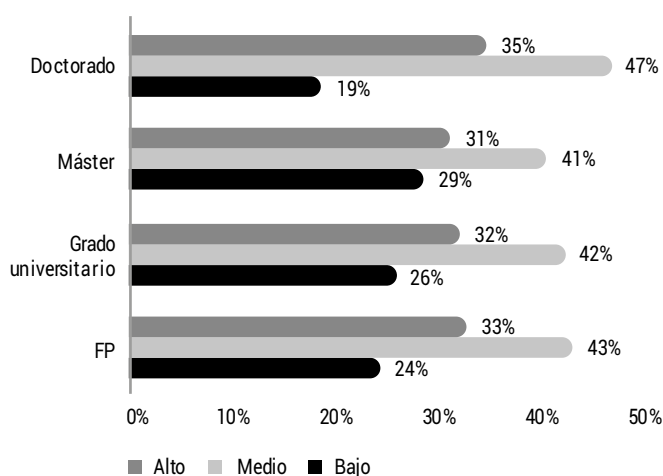
Figura 34. Conocimiento financiero y educación

Fuente: GEM-España APS 2022

TEA



Empresas consolidadas



Cada año que pasa, aumenta el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores. A mayor nivel educativo, los emprendedores manifiestan mayor conocimiento de las fuentes de financiación más apropiadas para sus iniciativas emprendedoras, tanto entre los emprendedores recientes como entre los que están a cargo de empresas consolidadas.

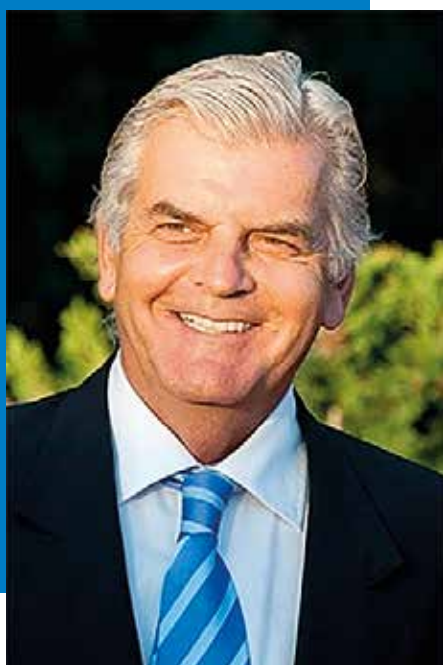
Tabla 5. Conocimiento financiero y nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2022

	TEA			Empresas consolidadas		
	Primaria	Secundaria	Terciaria	Primaria	Secundaria	Terciaria
Bajo	37%	26%	26%	46%	34%	24%
Medio	44%	47%	42%	43%	45%	45%
Alto	19%	27%	32%	11%	21%	31%



AlgaEnergy



Nombre del emprendedor: Augusto Rodríguez-Villa Matons.

Nombre del negocio: AlgaEnergy (<http://www.algaenergy.es/>).

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2007 (fundación) y 2014 (comercialización).

Breve descripción de lo que hace la empresa: Empresa biotecnológica especializada en el desarrollo y producción de productos disruptivos y eficientes, a partir de microorganismos fotosintéticos (microalgas) para el sector de la agricultura. Líder mundial en su sector, con cuatro millones de clientes que son atendidos por sus 10 filiales internacionales y más de un centenar de distribuidores homologados. Más de 30 reconocimientos públicos de primer orden.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Significa un modo de entender la vida, que ciertamente no es nada aburrido y sí muy arriesgado pues, con la necesidad de tener una cierta capacidad visionaria y no menor aptitud para persuadir a los incrédulos que es necesario sumar al proyecto, se trata de poner los medios para llevar a la realidad una idea sobre algo que no existía y con la que se pretende generar novedad, bienestar y riqueza. En nuestro caso, con nuestros productos disruptivos, estamos mejorando la calidad de vida de millones de clientes y lo hacemos desde procesos amables con el medioambiente.

¿Cómo surgió la idea?

Como tantas veces, por casualidad. Yo había puesto en marcha anteriormente proyectos empresariales en sectores muy distintos, que generaron cerca de cuatro mil puestos de trabajo

–y dos de ellos se situaron entre las 150 mayores empresas del país–. No tenía ninguna relación con la biotecnología de microalgas pero, cuanto más la conocía, más me enamoraba de esa ciencia, así que decidí poner en valor el enorme conocimiento que a nivel universitario existía en España en este campo de la ciencia, aun cuando en 2007 nadie veía que fuera un conocimiento aprovechable de otra manera que no fuera la académica.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Nuestro sector es inagotable en oportunidades y el potencial de desarrollo que hemos enseñado hasta ahora es sólo la punta del iceberg. Estamos seguros de que, en el curso de los próximos años, la actividad de “empresa tractora” de un sector desconocido que hemos venido practicando durante todos estos años, dará sus frutos y beneficiará a la población global y al planeta.

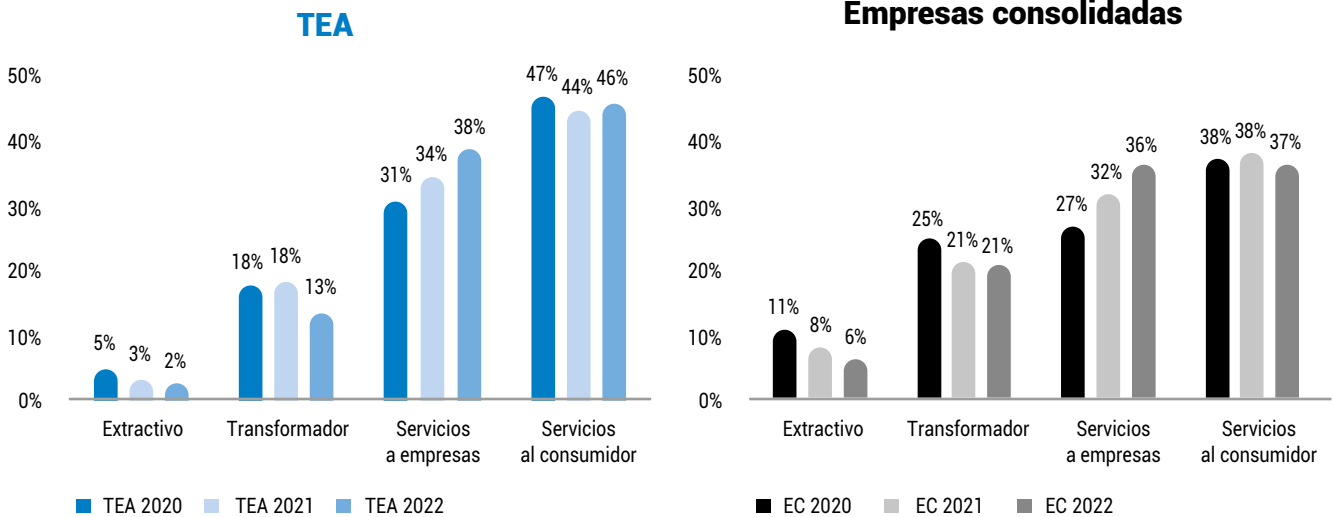
¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

Una serie de factores –exógenos y endógenos– nos han aconsejado concertar una alianza con la multinacional DE SANGOSSE, que es uno de los grandes actores globales en el suministro de productos biológicos para la agricultura, con 27 plantas de producción, penetración en 60 mercados y que invierte en I + D el 9% de su facturación (este año más de 420 millones de euros). Nos hemos identificado plenamente con dicho grupo, en aspectos tan sustanciales como son la visión, la misión y los valores, y arrancamos juntos una nueva y atractiva etapa, en la que las sinergias habrán de tener especial protagonismo y, en consecuencia, los objetivos planteados son mucho más ambiciosos. Con esa alianza pretendemos por tanto que nuestros disruptivos productos alcancen el mayor grado de penetración posible, para beneficio del consumidor directo y de la sociedad en general.

4.2. Sector de actividad

Figura 35. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad

Fuente: GEM-España APS 2020-2022



Ocho de cada diez emprendedores inician su negocio en el sector de los servicios (al consumidor y a otras empresas), aunque en los últimos años ha crecido más el porcentaje de los que lo hacen ofreciendo

servicios a otras empresas, lo que fortalece el tejido empresarial de nuestro país. Sin embargo, el emprendimiento en el sector industrial se está reduciendo, mientras que el del sector extractivo es ya residual.

Tabla 6. Distribución de los emprendedores por el sector de actividad en función del sexo

Fuente: GEM APS 2021-2022

	Mujeres		Hombres	
	2021	2022	2021	2022
Servicios al consumidor	52%	53%	37%	38%
Servicios a empresas	31%	35%	37%	42%
Transformador	13%	9%	23%	18%
Extractivo	4%	3%	3%	2%

En 2022, el aumento de iniciativas emprendedoras en el sector de servicios a empresas ha compensado la reducción producida en el sector transformador. Las mujeres siguen emprendiendo mayoritariamente

en el sector de servicios al consumidor, mientras los hombres reparten sus iniciativas entre el sector de servicios a empresas y al consumidor y el sector transformador.

4.3. Carácter familiar

Tabla 7. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras

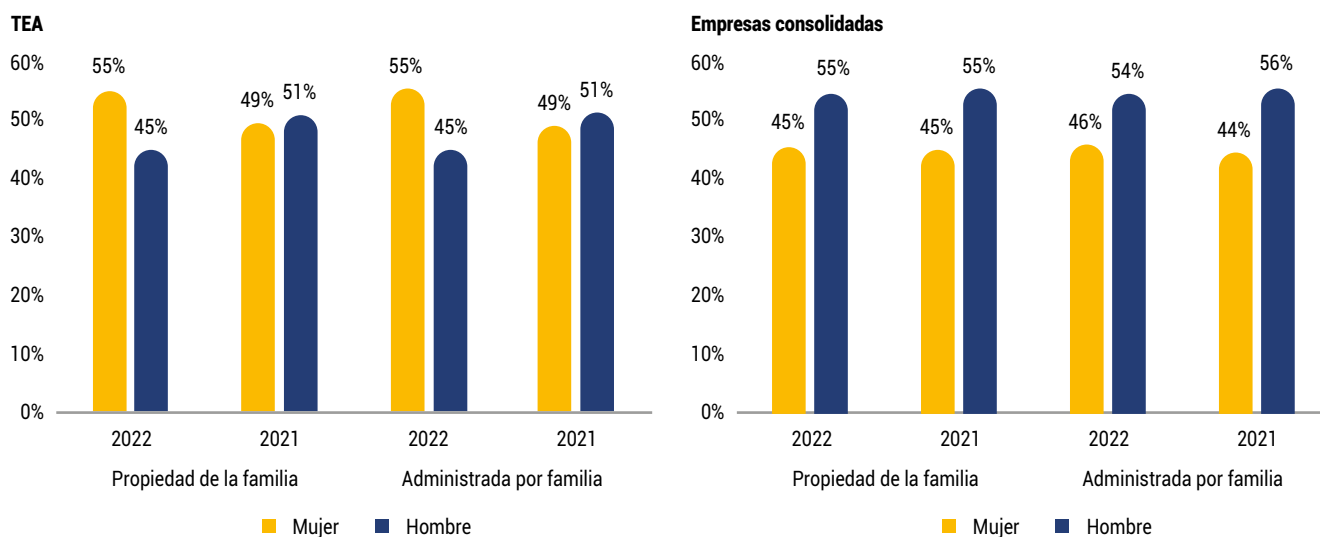
Fuente: GEM-España APS 2021-2022

	Propiedad de la familia		Administrada por familiares	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2021	69%	85%	76%	85%
2022	72%	86%	76%	89%

Tal y como se evidenció el año anterior, poco a poco, se va reduciendo el carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. A pesar de mantener la administración familiar, las iniciativas emprendedoras recientes (TEA), propiedad de la familia, se reducen del 72% en 2021 al 69% en 2022.

Figura 36. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sexo

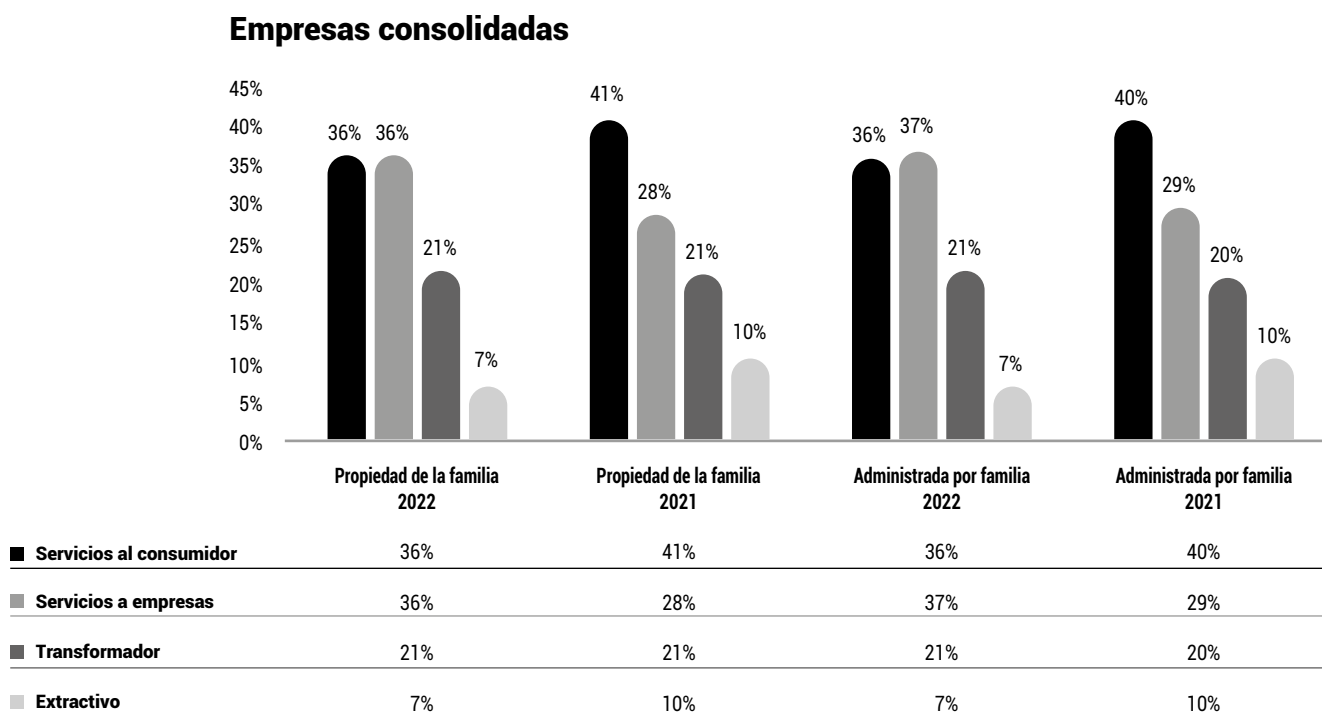
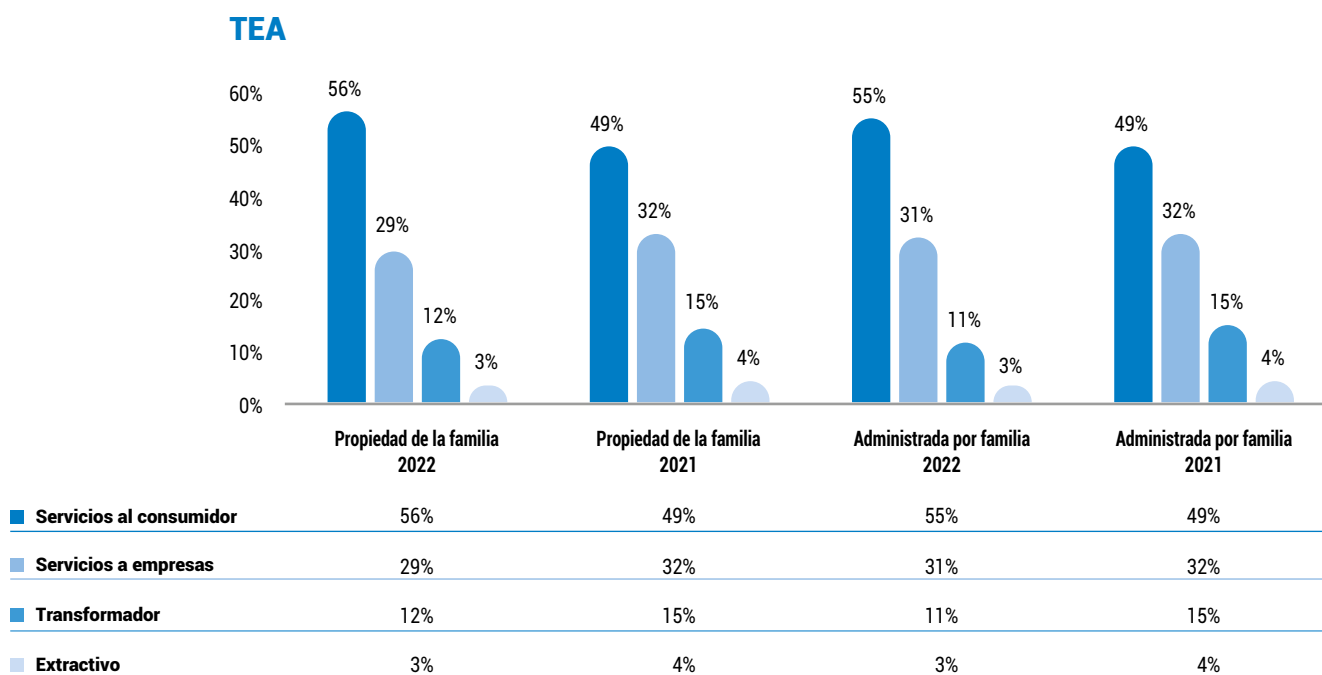
Fuente: GEM-España APS 2021-2022



A diferencia del año anterior, en 2022 aumenta el porcentaje de mujeres emprendedoras involucradas en iniciativas emprendedoras recientes (TEA) propiedad de la familia, que supera al de los hombres, pero se mantiene por debajo en las empresas consolidadas. En el caso de las iniciativas recientes (TEA), se reduce en un 6% el porcentaje de hombres involucrados en la propiedad y administración de empresas familiares respecto al año anterior.

Figura 37. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sector en 2022

Fuente: GEM-España APS 2021-2022



La distribución sectorial de las iniciativas de carácter familiar no se diferencia del resto de las iniciativas emprendedoras. También en las iniciativas fami-

liares se percibe un incremento notable de las que se crean en el sector de servicios a otras empresas en 2022, en comparación con el año anterior.



Komvida Kombucha s.l.



Nombre de la emprendedora: Nuria Morales Álvarez.

Nombre del negocio: Komvida Kombucha s.l.
(www.komvida.com).

Ubicación del negocio: Fregenal de la Sierra (Badajoz).

Año de lanzamiento: 2017.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Komvida Kombucha es una empresa dedicada a la producción y distribución de kombucha ecológica, artesanal y no pasteurizada. Desde Fregenal de la Sierra (Badajoz), envía su kombucha a toda España y parte de Europa.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Entregarte en cuerpo y alma a un proyecto. En el emprendimiento no se distingue tu vida personal de la profesional. De alguna manera, tu empresa es una extensión de ti misma... y viceversa.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surge de viaje. Fue Bea, mi socia, quien probó la kombucha en California por primera vez mientras daba la vuelta al mundo. Recuerdo cuando me llamó para contarme que era el producto más alucinante que había probado nunca. El siguiente paso fue traérselo a España a través de nuestra propia fórmula.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo

nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Realmente, nuestro producto forma parte de un mercado que está emergiendo. En este contexto, las oportunidades son muy amplias. Nuestro objetivo es que cada vez más personas conozcan y prueben Komvida en España, en Europa y por qué no, en todo el mundo.

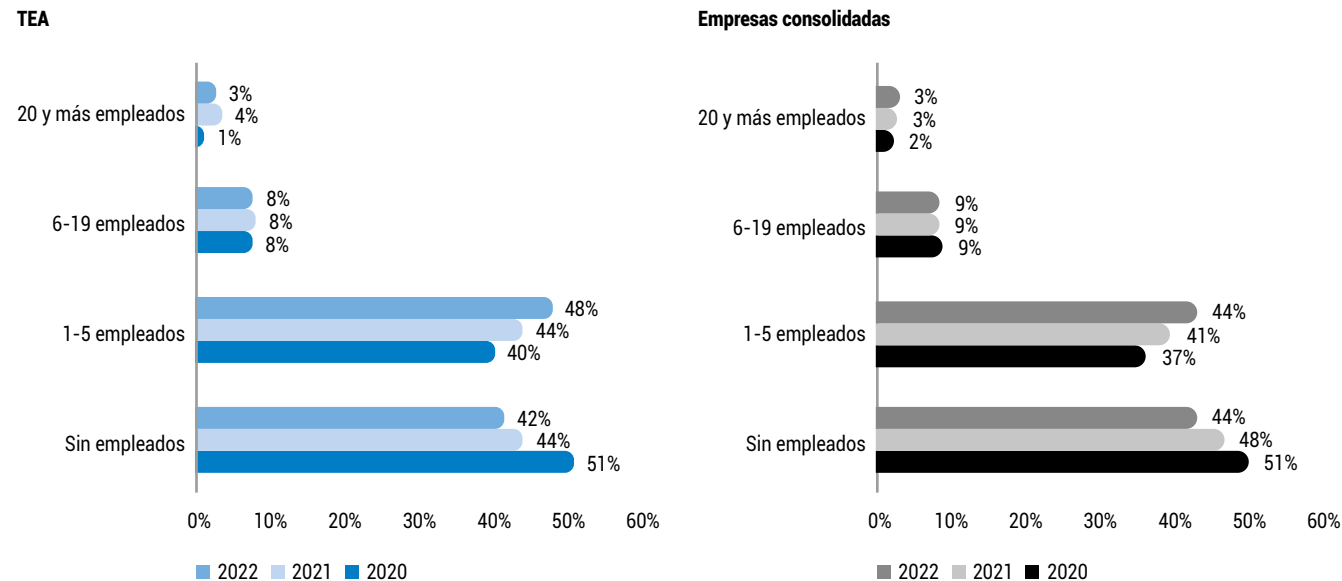
¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

Por supuesto, la situación actual nos toca de lleno. El precio de las materias primas nos afecta y, aunque siempre es la última medida, hemos tenido que incrementar el precio de nuestros productos para garantizar la sostenibilidad de nuestro proyecto.

4.4. Tamaño

Figura 38. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados

Fuente: GEM-España APS 2020-2022



En 2022, cerca de la mitad de las iniciativas emprendedoras nacen con una plantilla de entre uno y cinco empleados. En los últimos tres años el crecimiento de estas iniciativas ha compensado la reducción de las iniciativas sin empleados, que han disminuido de un 51% en 2020 a un 42% en 2022. Sin embargo, no se percibe un aumento en el número de empleados a lo largo del proceso emprendedor. El 88% de las empresas consolidadas se mantiene con cinco o menos empleados, y no se prevé ningún cambio de tendencia.

Tabla 8. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

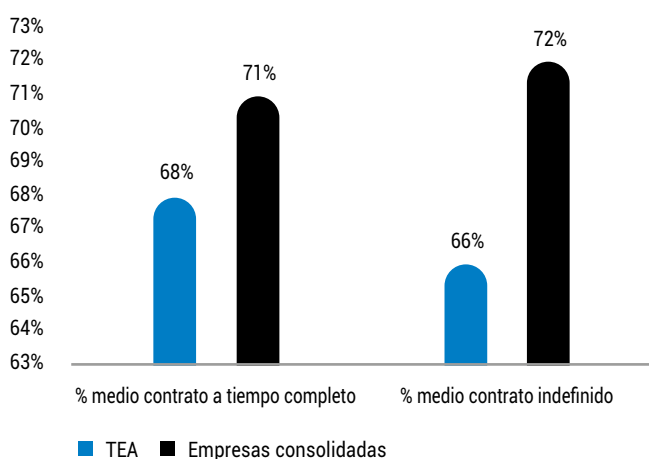
Fuente: GEM-España APS 2021-2022

	Hombres		Mujeres	
	2021	2022	2021	2022
Sin empleados	47%	45%	42%	39%
1-5 empleados	47%	46%	41%	49%
6-19 empleados	5%	8%	12%	8%
Más de 20 empleados	1%	2%	6%	4%

La mayoría de las iniciativas emprendedoras son microempresas, tanto en los primeros años del proceso emprendedor como en la fase de consolidación. Las mujeres son ligeramente más conservadoras que los hombres a la hora de contratar, aunque en 2022 se ha igualado el porcentaje de hombres y mujeres (8%) con plantillas de entre seis y diecinueve empleados, y se ha reducido ligeramente la diferencia en iniciativas de más de veinte empleados.

Figura 39. Características del empleo creado en los últimos 12 meses

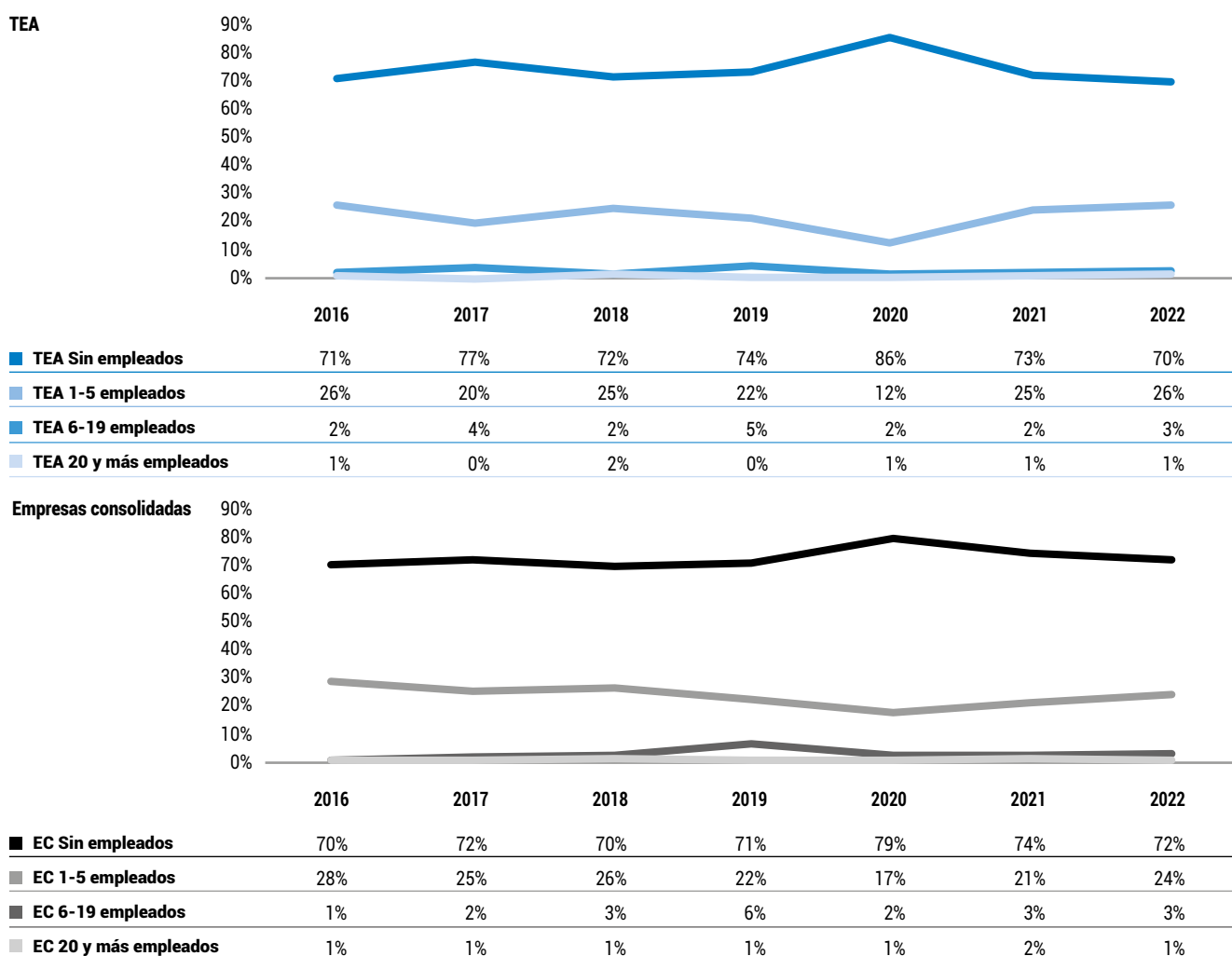
Fuente: GEM-España APS 2022



A pesar de que en torno a la mitad de las iniciativas emprendedoras tienen plantillas de entre uno y 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 esta decisión durante el inicio de una nueva actividad empresarial. Los datos parecen indicar que los emprendedores siguen buscando un equipo reducido de empleados a tiempo completo y con contrato indefinido para apoyar la supervivencia y el crecimiento de sus iniciativas emprendedoras. A lo largo del proceso emprendedor, la supervivencia de las iniciativas emprendedoras es superior a la media de los países de referencia. Sin embargo, no se produce un crecimiento significativo en el número de contrataciones.

Figura 40. Evolución de las contrataciones laborales

Fuente: GEM-España APS 2016-2022

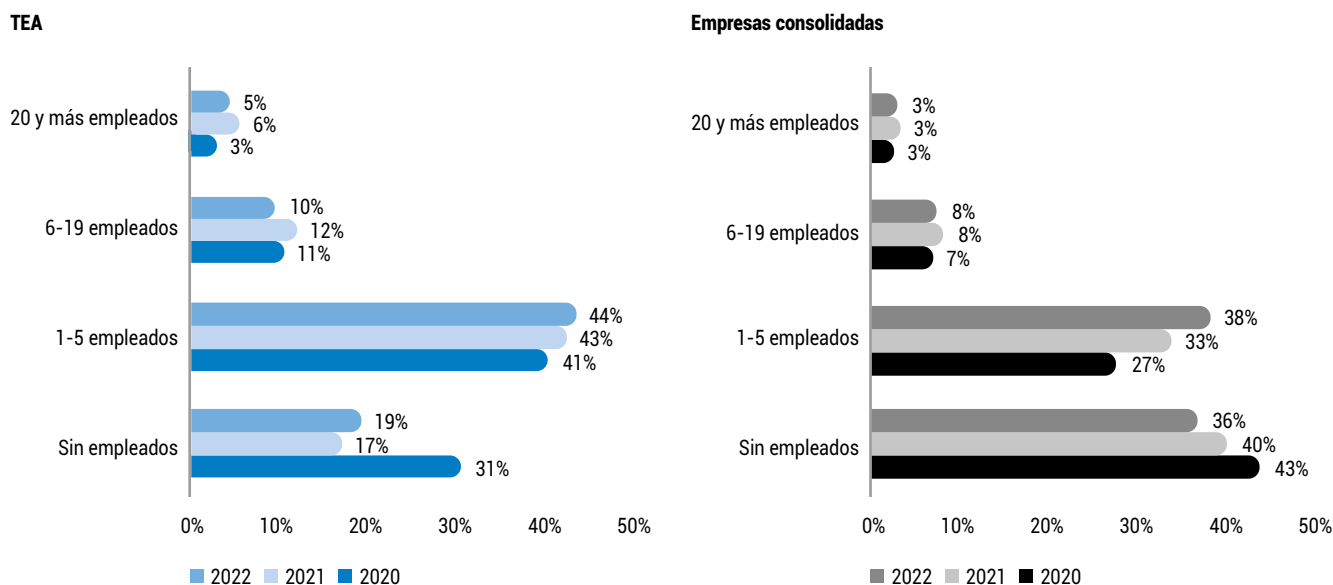


Tras un descenso de las contrataciones en 2019 y 2020, en los últimos dos años se ha incrementado el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas que han contratado empleados, aunque las plantillas siguen siendo reducidas (de uno a cinco empleados).

4.5. Expectativas de crecimiento

Figura 41. Expectativas de creación de empleo a 5 años vista

Fuente: GEM-España APS 2020-2022

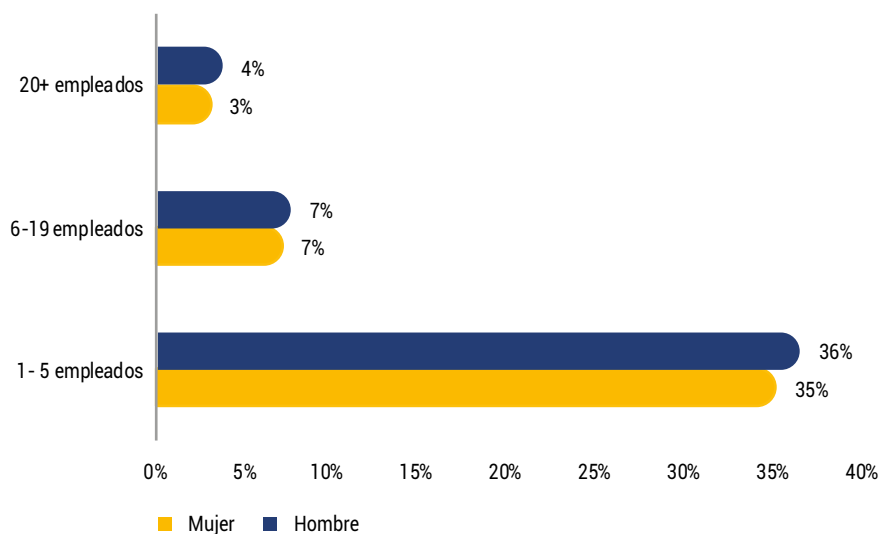


Las expectativas de creación de empleo de los emprendedores han ido creciendo gradualmente en los últimos tres años. El 44% de los emprendedores recientes (TEA) y el 38% de los que están a cargo de empresas consolidadas esperan contratar de uno

a cinco empleados en los próximos cinco años. Sin embargo, no se percibe un aumento en el porcentaje de emprendedores con mayores ambiciones de contratación, que se mantiene por debajo de un 10%.

Figura 42. Expectativas de creación de empleo en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2022



En 2022, uno de cada tres emprendedores plantea contratar a algún empleado en los próximos cinco años, aunque las mujeres siguen manteniendo expectativas de creación de empleo ligeramente más conservadoras que los hombres, especialmente en el caso de las expectativas de contratación de más de 20 empleados en los próximos cinco años.



Strategos BioTech s.l.



Nombre de los emprendedores: Yeray Brito Casillas y Ana M. Wägner.

Nombre del negocio: Strategos BioTech s.l.
(<https://strategosbiotech.com/>).

Ubicación del negocio: Gran Canaria.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Es una empresa *spin-off* de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria que surge para transferir productos con actividad biológica a partir de aloe vera.

Además, Strategos ofrece servicios de investigación a otras entidades tecnológicas.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

En nuestro contexto de empresa *spin-off*, ser emprendedor supone un compromiso con la sociedad, una apuesta por la transferencia directa del resultado académico hacia el usuario final.

¿Cómo surgió la idea?

Entendíamos que las observaciones que tomaban

forma durante nuestra investigación podían ser transferidas. Acuerdos de transferencia iniciales no pudieron culminarse por diferentes razones y finalmente la alternativa de emprender fue el siguiente paso que tomamos de forma natural. El compromiso con la sociedad y la perseverancia en nuestro deseo de transferir realmente, hicieron sencilla la decisión.

¿En vuestro sector percibís que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio?

¿Cuáles? ¿Dónde?

La percepción es que aumenta el interés general por las empresas biotecnológicas y que más inversores deciden apostar por ellas. El nuevo marco legal parece que anima a establecer por lo menos más contacto con los emprendedores.

¿En qué está afectando la situación económica actual a vuestro negocio? ¿Qué medidas estáis tomando?

El incremento de costos en los suministros y la falta de algunos materiales es obvia. Frente a ello, solo se puede prever, agudizar el ingenio y soportar, asumir, los nuevos plazos de la mejor forma posible.

4.6. Orientación innovadora

En los últimos tres años, ha ido creciendo el nivel tecnológico de las iniciativas recientes (TEA) y consolidadas. Aunque todavía estamos lejos de tener un tejido emprendedor que se caracterice por su vocación tecnológica, una de cada diez iniciativas se califica como de nivel tecnológico medio o alto. En 2022, ha crecido el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas de nivel tecnológico alto, que mantienen un crecimiento sostenido desde 2020.

Figura 43. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas

Fuente: GEM-España APS 2020-2022

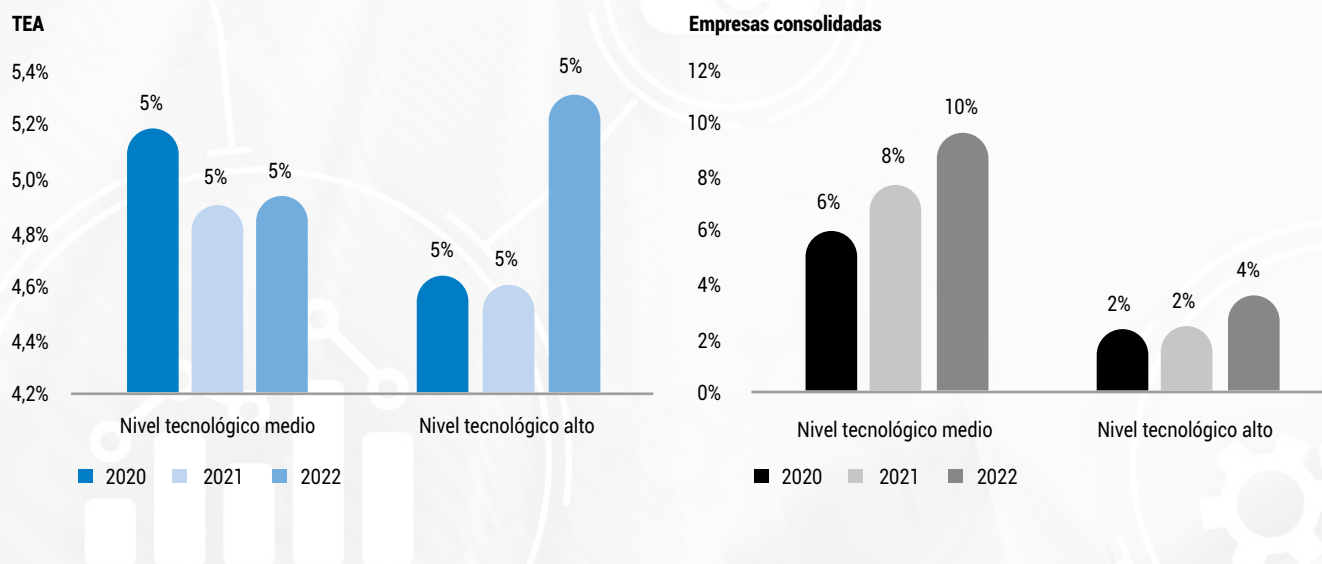
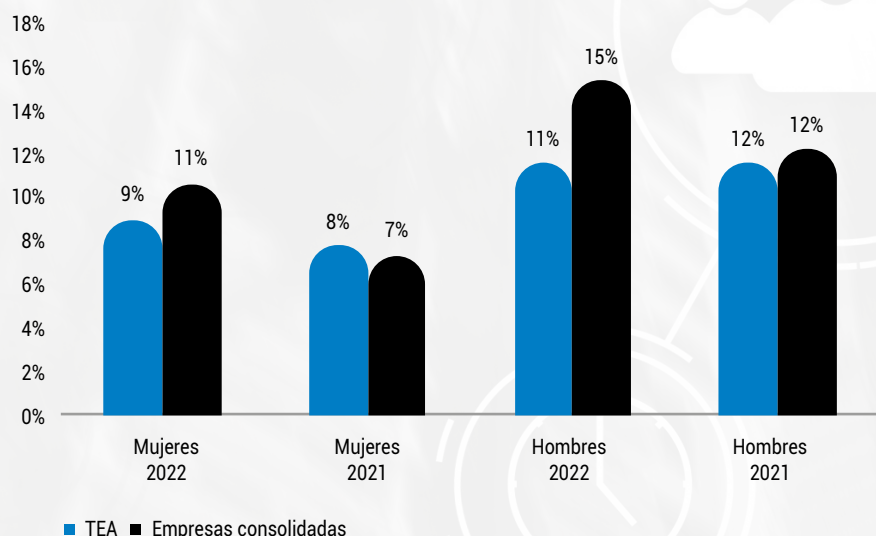


Figura 44. Nivel tecnológico por sexo

Fuente: GEM-España APS 2021-2022

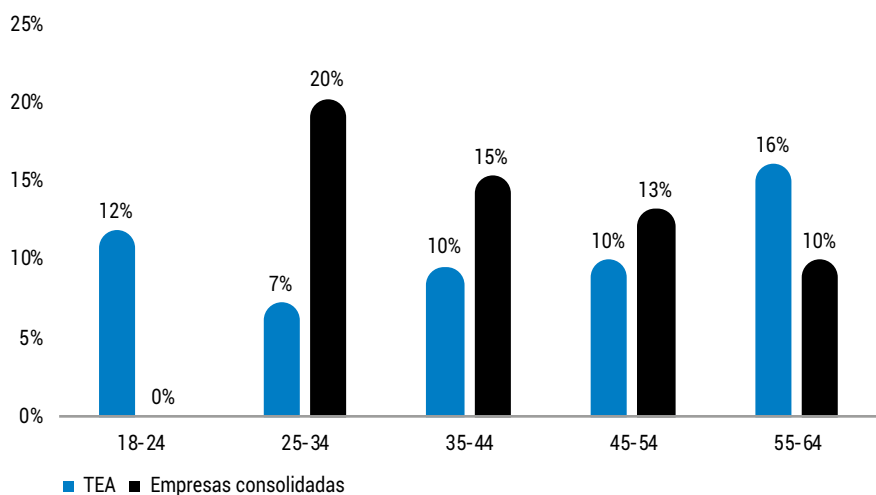


Los hombres siguen liderando más iniciativas de nivel tecnológico medio-alto que las mujeres, que poco a poco se van reorientando a aumentar el nivel tecnológico de sus proyectos. En ambos casos, las iniciativas consolidadas de carácter tecnológico aumentan significativamente en 2022, lo que parece ser el inicio de una tendencia creciente de cara al futuro.



Figura 45. Nivel tecnológico por edad

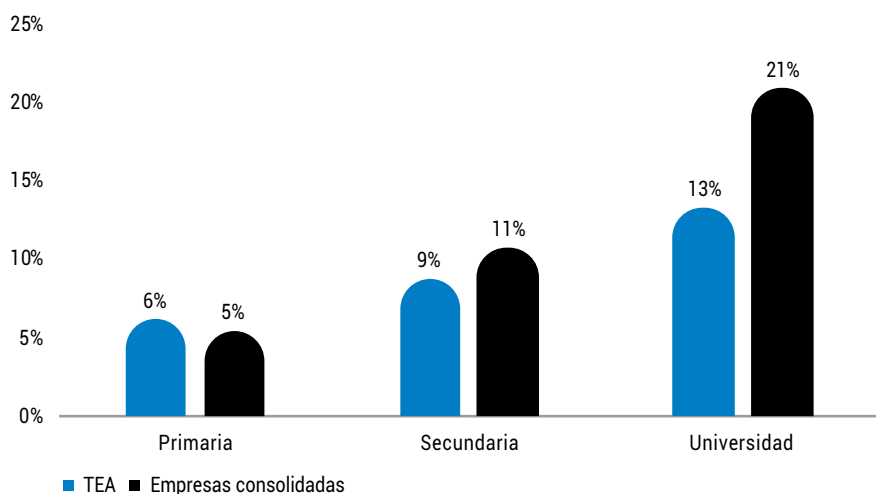
Fuente: GEM-España APS 2022



El mayor porcentaje de las iniciativas consolidadas de nivel tecnológico medio-alto están lideradas por emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 30 años. A medida que aumenta el rango de edad de los emprendedores, disminuye el nivel tecnológico de estas iniciativas. El nivel tecnológico de las iniciativas recientes (TEA) se mantiene por debajo de las iniciativas consolidadas, salvo en el caso de los emprendedores más jóvenes (18-24 años) y los mayores (55-64 años).

Figura 46. Nivel tecnológico por nivel educativo

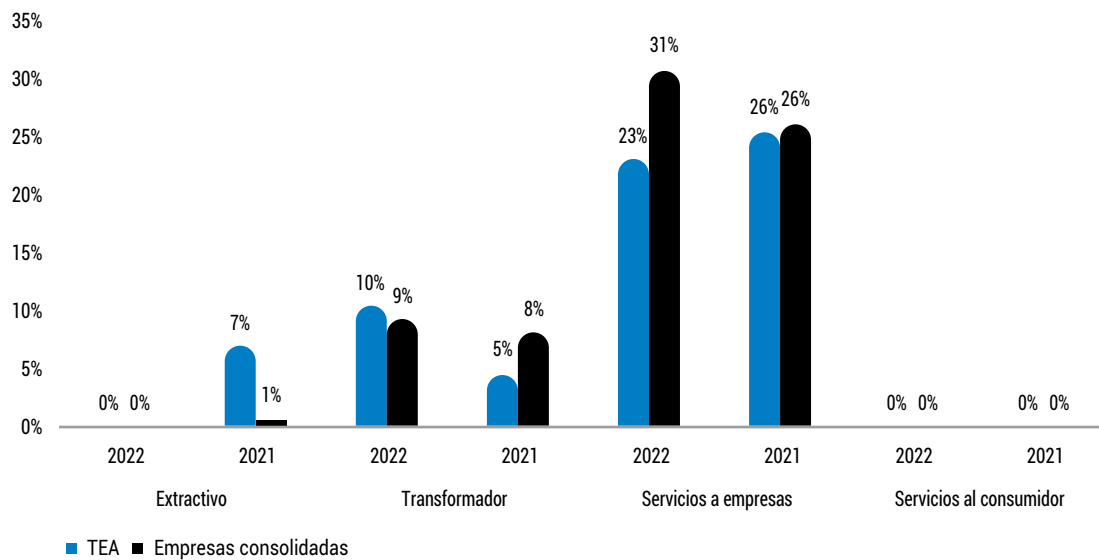
Fuente: GEM-España APS 2022



El nivel educativo de los emprendedores condiciona la orientación tecnológica de las iniciativas, especialmente en el caso de las iniciativas consolidadas. Dos de cada diez emprendedores con un nivel educativo universitario (grado, máster, doctorado), califican sus iniciativas consolidadas como de nivel tecnológico medio-alto. Este porcentaje es algo menor (13%) en el caso de las iniciativas recientes (TEA), pero en ambos casos superan los porcentajes de emprendedores con menor nivel educativo y orientación tecnológica.

Figura 47. Nivel tecnológico por sector

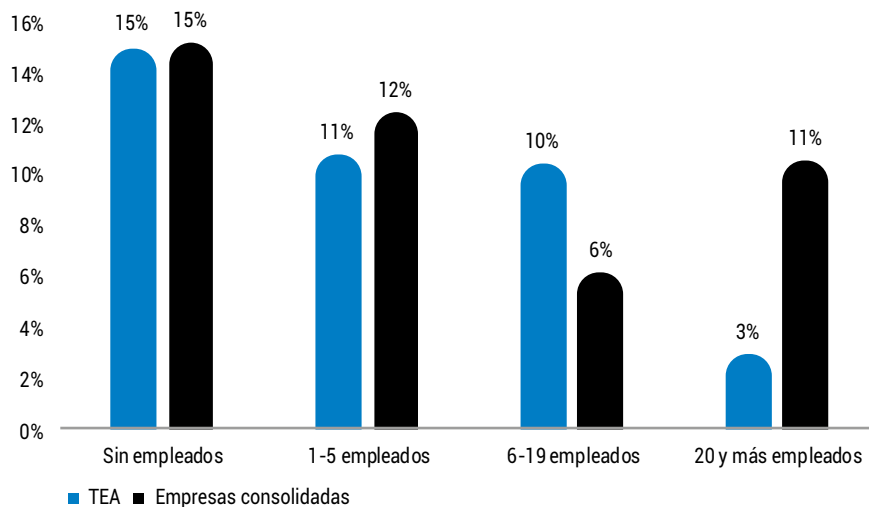
Fuente: GEM-España APS 2021-2022



La orientación tecnológica de las iniciativas emprendedoras se concentra en los sectores de servicios a empresas y transformador. En 2022, aumenta significativamente el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas de servicios a empresas calificadas como de nivel tecnológico medio-alto. En cambio, el sector extractivo y el de servicios al consumidor, permanecen ausentes como nicho de iniciativas emprendedoras de orientación tecnológica.

Figura 48. Nivel tecnológico por tamaño

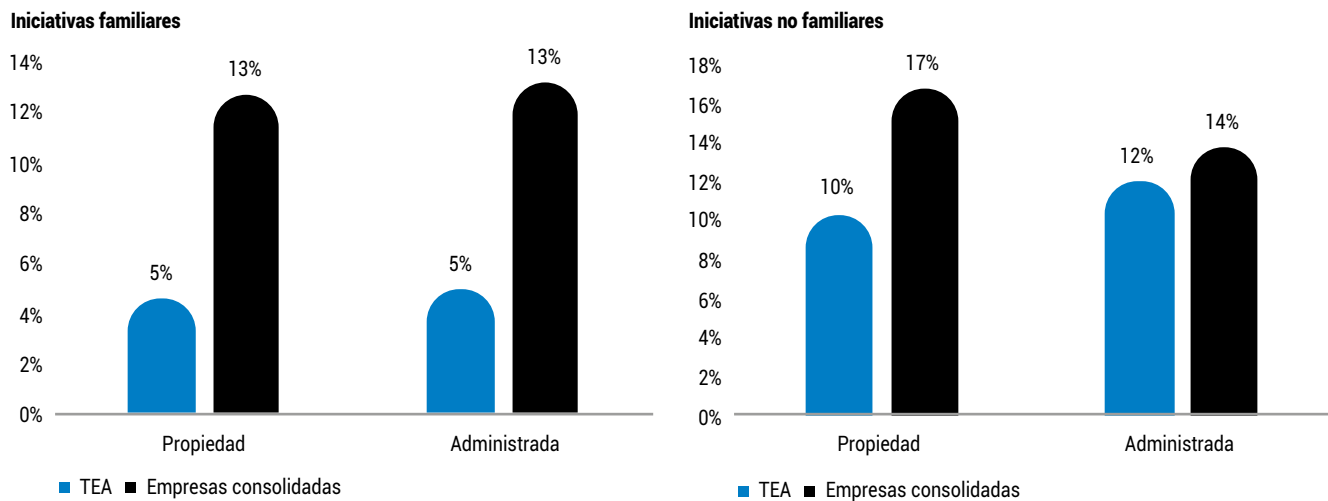
Fuente: GEM-España APS 2022



El número de empleados no parece ser un criterio que condicione el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras.

Figura 49. Nivel tecnológico en función del carácter familiar de las iniciativas

Fuente: GEM-España APS 2022

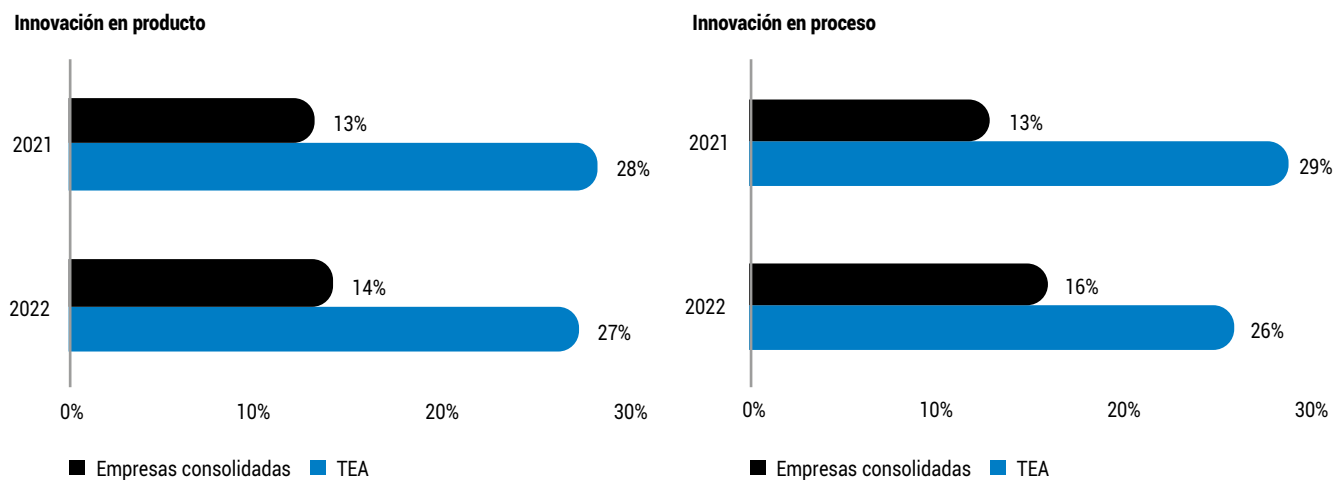


En 2022, las iniciativas emprendedoras de carácter familiar (en función de la propiedad y/o de su administración directiva) se califican como menos tecnológicas que las no familiares, especialmente las de reciente creación (TEA). El carácter familiar parece ser un factor limitador de las iniciativas de nivel tecnológico medio-alto.

4.7. Innovación en producto y en proceso

Figura 50. Evolución de la innovación en producto y en proceso

Fuente: GEM-España APS 2021-2022



En 2022, se mantiene la diferencia en la capacidad innovadora de las iniciativas recientes (TEA) y consolidadas del año anterior. El 27% de las iniciativas recientes (TEA) ofrecen nuevos productos al mercado, mientras el 26% utiliza nuevos procesos de negocio. Es previsible que a lo largo del año que viene se incremente el porcentaje de iniciativas consolidadas de carácter innovador, como consecuencia de la evolución de los emprendedores a través del proceso emprendedor.



Voicemod



Nombre del emprendedor: Jaime Bosch Criado.

Nombre del negocio: Voicemod (www.voicemod.com).

Ubicación del negocio: Valencia.

Año de lanzamiento: 2014.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Voicemod es el líder en software de modificación de voz en tiempo real con inteligencia artificial y soundboard. La tecnología de la empresa ofrece más de 100 opciones de voz, cambio de tono, mejora de sonido y una amplia gama de voces de fantasía, divertidas, espeluznantes y musicales. Con más de 40 millones de usuarios, Voicemod es una opción popular entre jugadores, streamers, creadores de contenido y aquellos que simplemente desean potenciar su voz *online* y sonar como quieren ser escuchados. El software está disponible de forma gratuita, con una versión PRO de pago que desbloquea características y contenido adicional. Voicemod tiene su sede en Valencia, España, con oficinas en Estados Unidos y Asia.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Emprender es vivir constantemente fuera de la zona de confort, cada día te enfrentas a nuevos retos y tienes que tomar decisiones de una forma ágil. Emprender es fallar mucho, levantarte y volver a intentarlo, de esta manera se está en constante aprendizaje y evolución.

¿Cómo surgió la idea?

Voicemod la fundamos tres hermanos que veníamos emprendiendo ya juntos por unos años. En una de nuestras empresas anteriores llegó a nuestras manos el primer iPhone, por el año 2009, y vimos el dispositivo como una oportunidad interesante para desarrollar nuevo software y decidimos empezar un nuevo proyecto para aprender a desarrollar software para este dispositivo. Para elegir la temática del software decidimos juntar nuestras pasiones, la tecnología y la música, y así surgió la primera versión de Voicemod en el año 2010.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

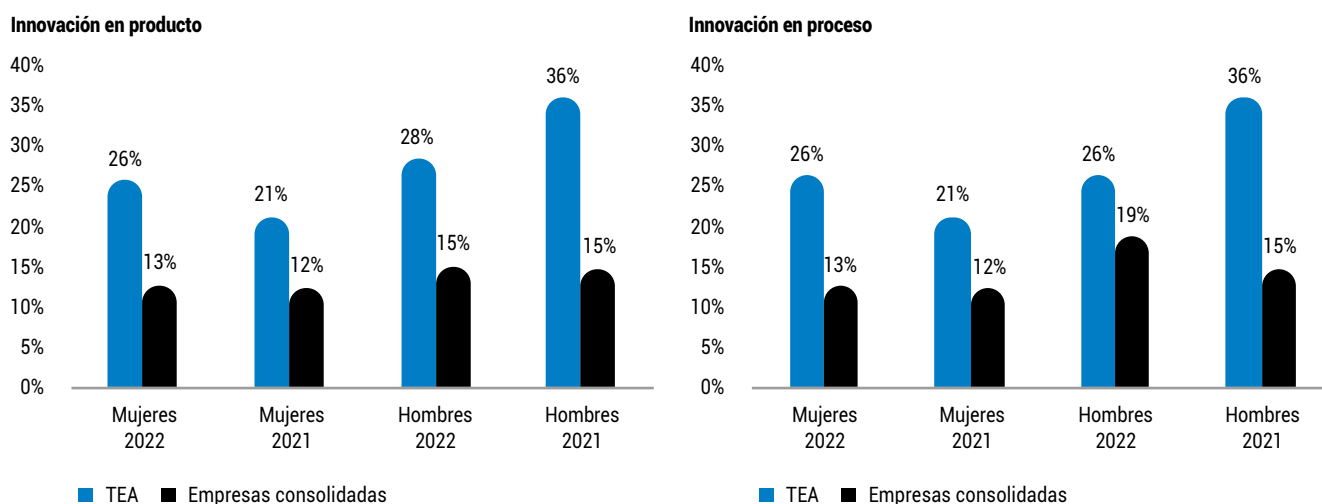
La explosión de la inteligencia artificial a finales de 2022 y principios de 2023 está haciendo que nuestras posibilidades de negocio aumenten, aunque también la competencia. Es un momento muy interesante en el que todo va muy rápido. Voicemod está desarrollando e implementando la tecnología más novedosa del mercado para mantener su posición de líder en el sector.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

Por la situación económica se nota ya que la gente tiene menos poder adquisitivo para gastar en entretenimiento digital y esto al final afecta a negocios como el nuestro. Nuestras medidas son ofrecer una propuesta de valor mejor, con una mejor experiencia de producto, para que nuestras soluciones sigan atrayendo a millones de personas cada mes.

Figura 51. Innovación en producto y en proceso en función del sexo

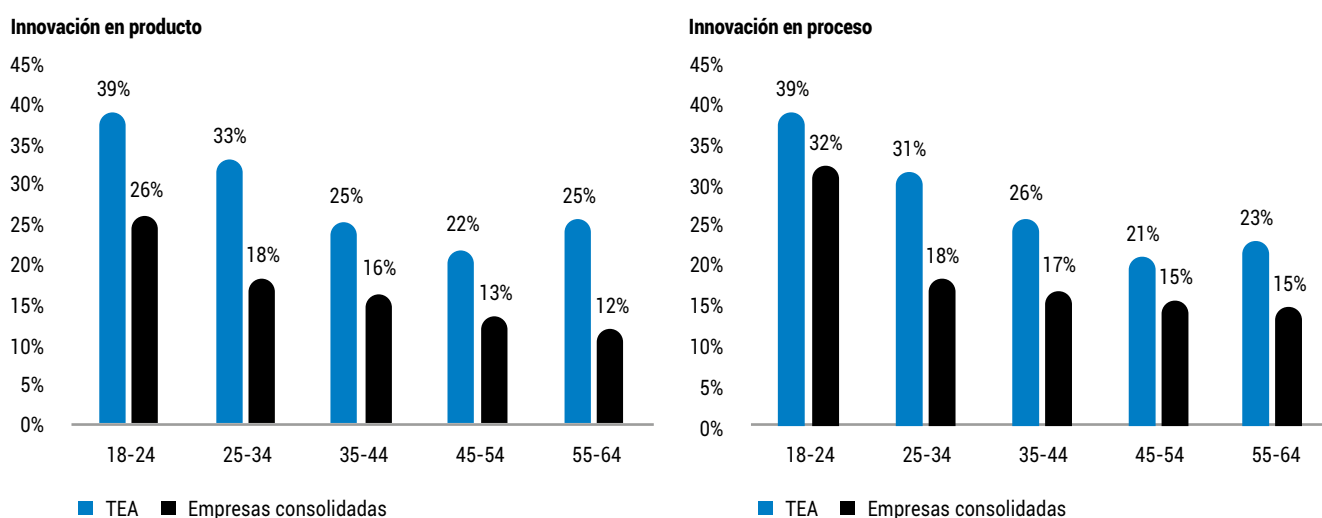
Fuente: GEM-España APS 2021-2022



En 2022, el 26% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) lideradas por mujeres innovaron en producto y/o en procesos de negocio, igualando así el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) lideradas por hombres. En el caso de las iniciativas consolidadas, sin embargo, el nivel de innovación es menor, y mayor el porcentaje de hombres a cargo de estas iniciativas.

Figura 52. Innovación en producto y en proceso por edad

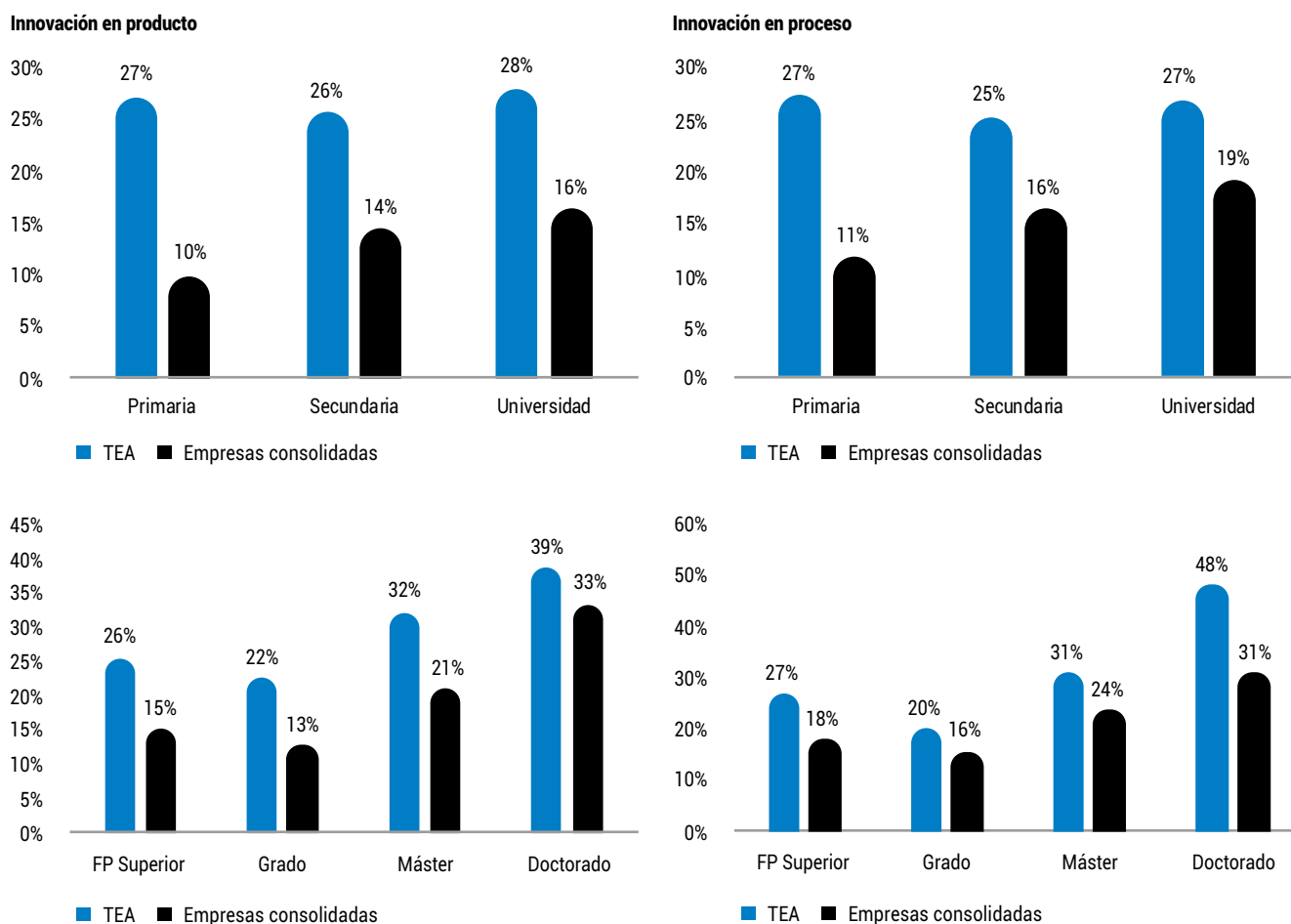
Fuente: GEM-España APS 2022



Cuatro de cada diez iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores jóvenes (entre 18 y 24 años) innovan en producto y/o en procesos de negocio. Este porcentaje va disminuyendo a medida que aumenta la edad de los emprendedores y de las iniciativas.

Figura 53. Innovación en producto y en proceso por nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2022

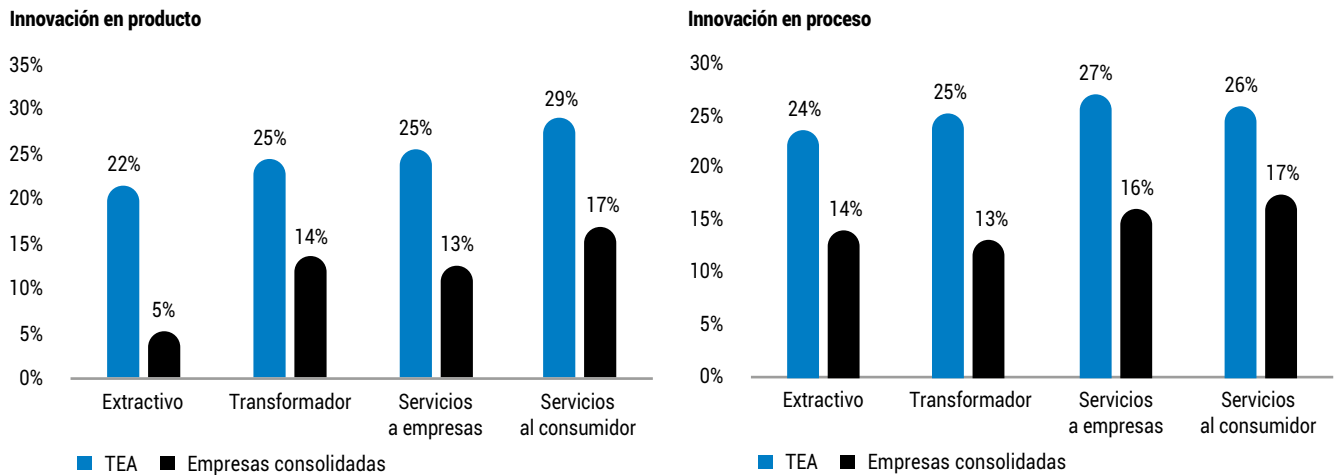


Aunque el porcentaje de iniciativas emprendedoras que innovan en producto y/o procesos de negocio es similar entre emprendedores de distintos niveles educativos (primaria, secundaria, universidad), el desglose entre los niveles superiores de educación muestra diferencias importantes en la capacidad innovadora de iniciativas lideradas por emprendedores con nivel de máster y doctorado. Un tercio de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores con una titulación de máster y casi la mitad de los emprendedores doctores están lanzando innovaciones en producto y/o procesos de negocio en 2022.



Figura 54. Innovación en producto y en proceso por sector

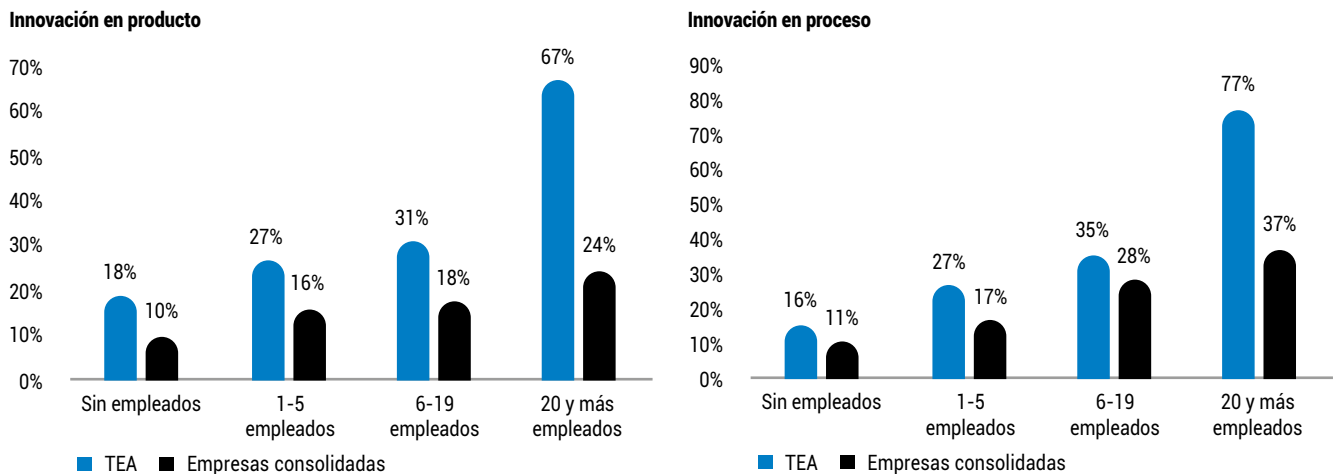
Fuente: GEM-España APS 2022



Aunque la calificación de las iniciativas como de media-alta tecnología se concentra en los sectores de servicios a empresas y transformador, en 2022 más del 20% de las iniciativas recientes (TEA) innova en producto y/o proceso en todos los sectores productivos, un porcentaje que casi duplica el porcentaje de iniciativas consolidadas, y permite prever un incremento significativo de la innovación en el tejido emprendedor del país.

Figura 55. Innovación en producto y en proceso por tamaño

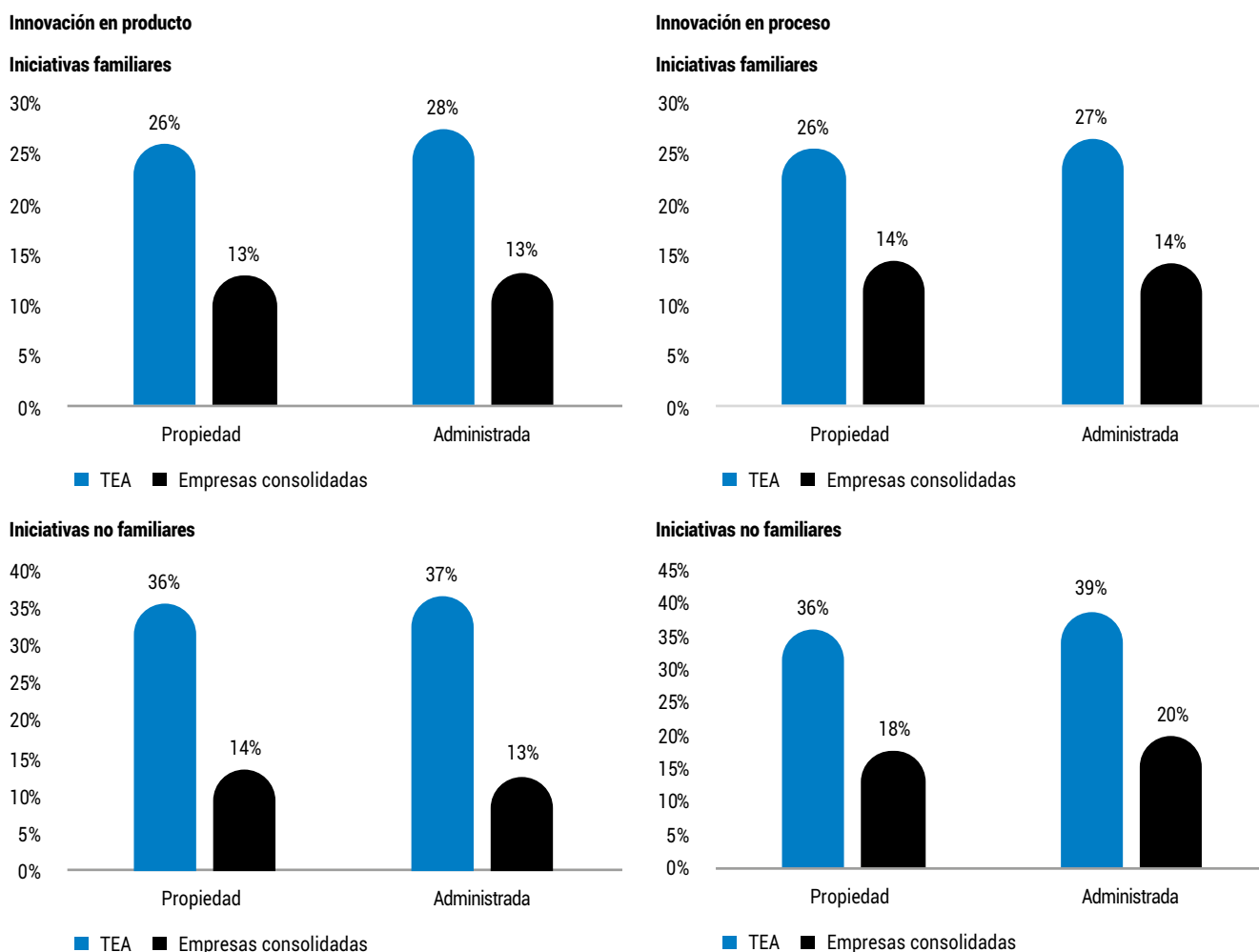
Fuente: GEM-España APS 2022



Las iniciativas emprendedoras que innovan en producto y/o proceso son las que cuentan con un mayor número de empleados. El 67% de las iniciativas recientes (TEA) con más de 20 empleados ofrecen nuevos productos al mercado, y el 77% desarrolla nuevos procesos de negocio. El tamaño de la plantilla y el comportamiento innovador de las iniciativas emprendedoras parece estar directamente relacionados, especialmente en el caso de las iniciativas recientes (TEA).

Figura 56. Innovación en producto y en proceso en función del carácter familiar de las iniciativas

Fuente: GEM-España APS 2022

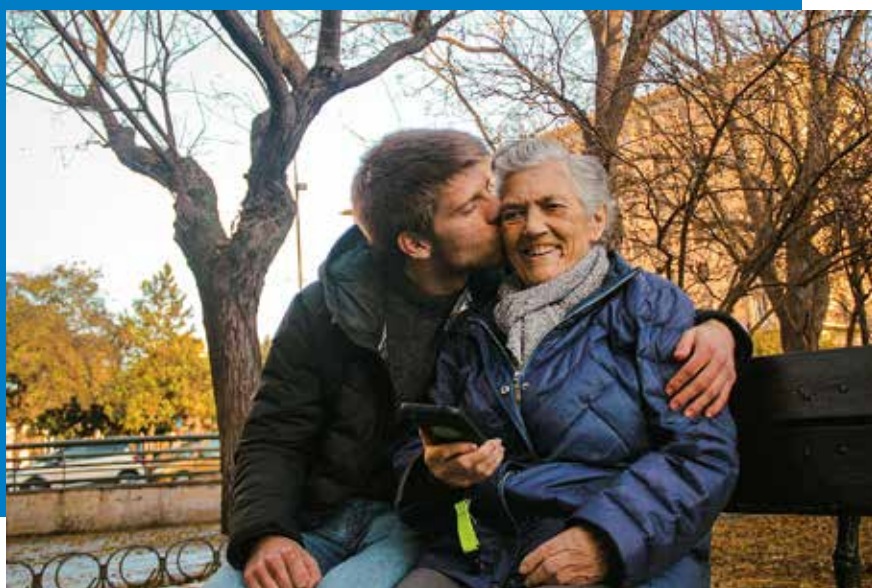


Si bien el carácter familiar parece ser un factor limitador de las iniciativas emprendedoras de nivel tecnológico medio-alto, no lo es tanto a la hora de condicionar la innovación en producto y proceso. En 2022, más del 25% de las iniciativas recientes (TEA) con una estructura de propiedad y/o administración familiar ofrece nuevos productos y procesos al mercado, un porcentaje que sigue siendo inferior al de las iniciativas no familiares, pero que duplica el de las iniciativas consolidadas.





Maximiliana



Nombre del emprendedor: Jorge Terreu Serrano.

Nombre del negocio: Maximiliana
(<https://maximiliana.es/>).

Ubicación del negocio: Zaragoza.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Maximiliana es un teléfono inteligente para personas mayores. Funciona por sí mismo. Su autonomía lo hace muy fácil y sencillo de usar. No es necesario tener conocimientos tecnológicos.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí, representa la oportunidad de retarte a ti mismo con un objetivo de ayuda a otras personas. Desde la conceptualización de la idea hasta la materialización de la misma, es un camino apasionante, lleno de momentos buenos y malos, que te obligan a dar el máximo y permiten conocerte mejor a ti mismo.

¿Cómo surgió la idea?

Surgió de una necesidad real: la comunicación entre una abuela y su nieto, además, con el objetivo de romper la brecha tecnológica.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Dentro del sector hay todavía campo para el emprendimiento, sobre todo si se realiza desde la innovación. Por ejemplo, la tecnología IoT puede ser utilizada para el sector, y apenas sin competencia, por no hablar de la posibilidad de la internacionalización de nuestro producto, lo que abre las puertas a un mercado aún más amplio.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

La situación económica ha aumentado la sensibilidad al precio de nuestro mercado objetivo, además de aumentar todos nuestros costes, para superarlo, apuramos al máximo los márgenes de forma que podamos seguir ofreciendo un servicio de calidad con un precio justo.

Algo que te gustaría añadir

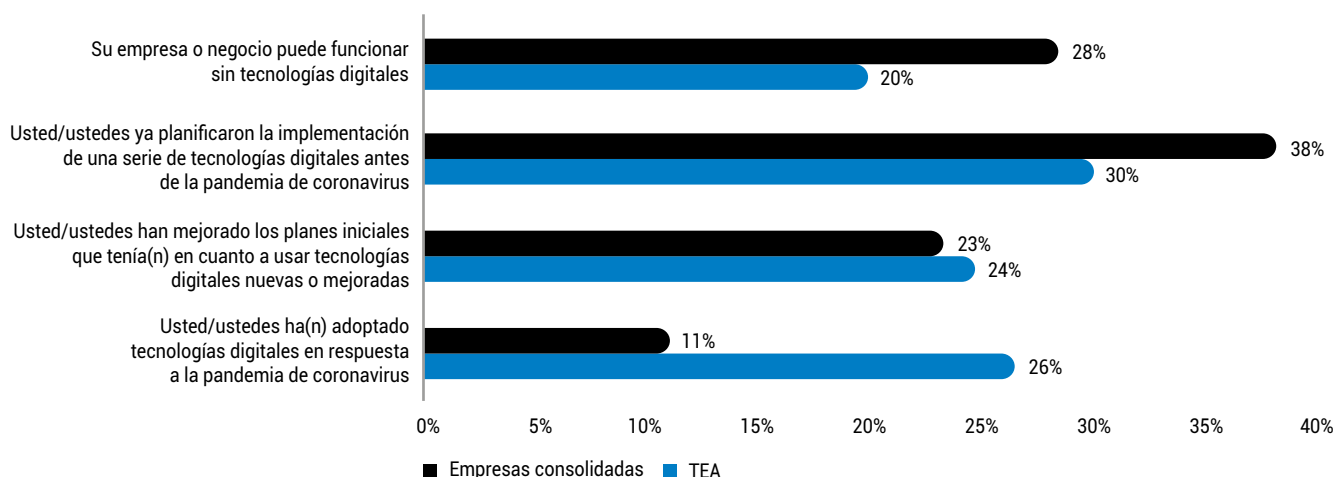
Nos sentimos muy privilegiados de formar parte del tejido emprendedor español, pudiendo dar el máximo cada día para acercar la tecnología a los mayores.

4.8. Digitalización

4.8.1. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria

Figura 57. Características de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) en función de su digitalización

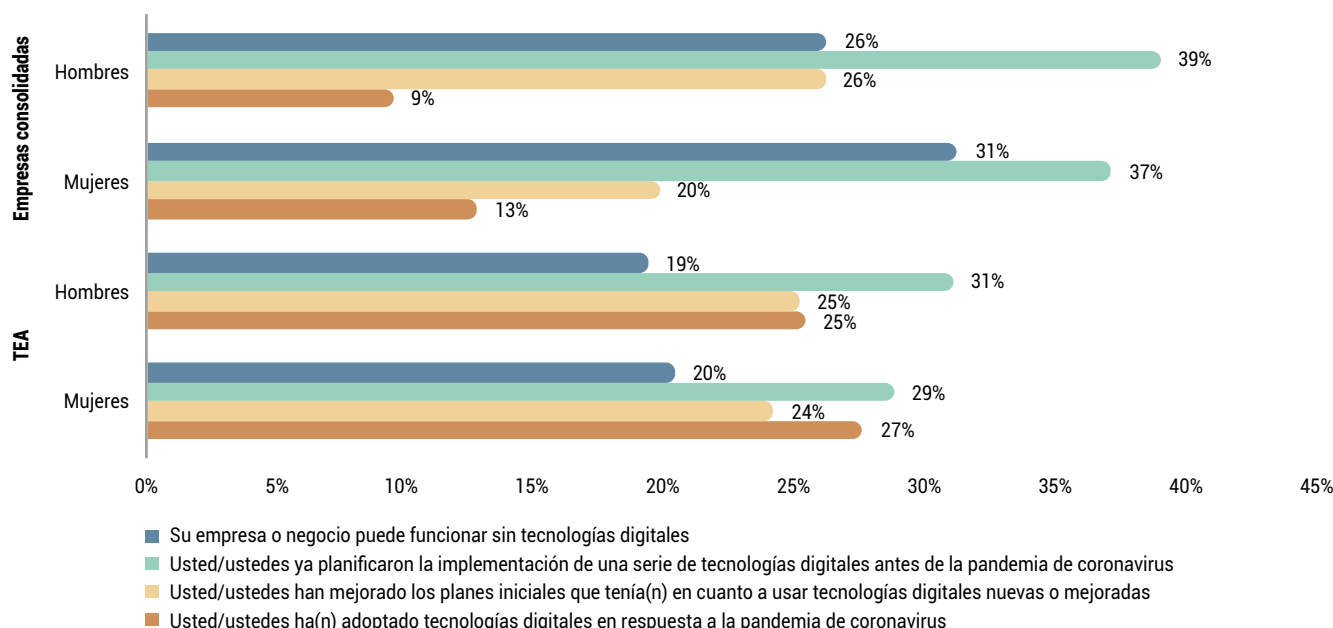
Fuente: GEM-España APS 2022



Aunque un 38% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas ya habían planificado su digitalización con independencia de la pandemia, un 28% sigue considerando que su negocio podría funcionar sin tecnologías digitales. La pandemia del coronavirus ha provocado que un 11% de estas iniciativas adopten nuevas tecnologías y un 23% mejoren sus planes iniciales de digitalización. En el caso de las iniciativas recientes (TEA), la digitalización como consecuencia de la pandemia ha sido más acusada, tanto en el porcentaje de nuevas adopciones (26%) como en el de la mejora de los planes de digitalización (24%). El 30% ya tenían una planificación previa, aunque el 20% sigue considerando que su empresa puede funcionar sin tecnologías digitales.

Figura 58. Características de las iniciativas emprendedoras en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2022



Las mujeres siguen ligeramente por debajo de los hombres a la hora de planificar y mejorar los planes de digitalización de sus iniciativas recientes (TEA) y consolidadas. Sin embargo, el porcentaje de adopción de tecnologías digitales como respuesta a la pandemia es superior al de los hombres, lo que evidencia un cambio de comportamiento de cara al futuro.



Figura 59. Características de las iniciativas emprendedoras en función del nivel educativo
Fuente: GEM-España APS 2022

Han adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus

- **TEA** 23% con educación primaria, 29% con educación secundaria, 26% con nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 11% con educación primaria, 11% con educación secundaria, 10% con nivel universitario



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

- **TEA** 24% con educación primaria, 24% con educación secundaria, 25% con nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 19% con educación primaria, 23% con educación secundaria, 27% con nivel universitario



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

- **TEA** 25% con educación primaria, 18% con educación secundaria, 18% con nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 34% con educación primaria, 37% con educación secundaria, 42% con nivel universitario



Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales

- **TEA** 26% con educación primaria, 17% con educación secundaria, 12% con nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 37% con educación primaria, 30% con educación secundaria, 21% con nivel universitario



Al igual que en el caso de la capacidad innovadora, el nivel educativo de los emprendedores condiciona la orientación digital de sus iniciativas emprendedoras. Los emprendedores con nivel universitario son los que más anticiparon la implantación de tecnologías digitales en sus empresas consolidadas y más han mejorado sus planes a raíz de la pandemia. También son los que menos consideran que su empresa pueda funcionar sin tecnologías digitales.

Figura 60. Características de las iniciativas emprendedoras en función de la edad en 2022

Fuente: GEM-España APS 2022

Han adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus	Han mejorado los planes iniciales en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas	Ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus	Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales
TEA	TEA	TEA	TEA
• 33% entre los de 18-34 • 31% entre los de 35-44 • 16% entre los de 45-64	• 23% entre los de 18-34 • 22% entre los de 35-44 • 28% entre los de 45-64	• 27% entre los de 18-34 • 29% entre los de 35-44 • 33% entre los de 45-64	• 17% entre los de 18-34 • 18% entre los de 35-44 • 24% entre los de 45-64
Empresas consolidadas	Empresas consolidadas	Empresas consolidadas	Empresas consolidadas
• 18% entre los de 18-34 • 14% entre los de 35-44 • 9% entre los de 45-64	• 20% entre los de 18-34 • 24% entre los de 35-44 • 23% entre los de 45-64	• 35% entre los de 18-34 • 35% entre los de 35-44 • 39% entre los de 45-64	• 28% entre los de 18-34 • 27% entre los de 35-44 • 29% entre los de 45-64

Uno de cada tres emprendedores recientes (TEA) con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años ha digitalizado su empresa en respuesta a los retos de la pandemia. Sin embargo, uno de cada tres emprendedores recientes (TEA) y casi uno de cada cuatro emprendedores a cargo de empresas consolidadas con edades comprendidas entre los 45 y los 64 años ya tenía planificada la digitalización antes de la pandemia. Son los jóvenes los más proclives a reaccionar ante situaciones imprevistas, pero son los mayores los más proclives a planificar con antelación.

Tabla 9. Características de las iniciativas emprendedoras en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2022

	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	9%	7%	21%	9%	24%	9%	31%	13%
Usted/ustedes han mejorado los planes iniciales que tenía(n) en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas	13%	15%	28%	20%	27%	28%	22%	21%
Usted/ustedes ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus	38%	25%	28%	39%	32%	44%	28%	33%
Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales	40%	52%	24%	32%	18%	18%	19%	32%

La adopción y mejora de tecnologías digitales como consecuencia de la pandemia se ha producido principalmente en los sectores de servicios y transformación. La planificación previa de la digitalización también predomina en los sectores de servicios, especialmente de servicios a empresas, y en los de transformación, en la fase de consolidación del proceso emprendedor. En el sector extractivo se observa cierta polaridad. Mientras un 38% de los emprendedores recientes (TEA) y un 25% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas afirma haber planificado con antelación la digitalización, el 40% de los emprendedores recientes (TEA) y el 52% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas afirma que su empresa puede funcionar sin tecnologías digitales.



SpectralGeo



Nombre del emprendedor: Carlos Tarragona Pérez.

Nombre del negocio: SpectralGeo (<https://www.spectralgeo.es/>).

Ubicación del negocio: Logroño (La Rioja).

Año de lanzamiento: 2016.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Desarrollo de sistemas de visión e inteligencia artificial para el incremento de la eficiencia en los sectores de la agricultura y el medio ambiente.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor significa utilizar grandes dotes de creatividad y esfuerzo para convertir una visión o idea brillante en un negocio. Para ello es indispensable ser consciente que para conseguir llevarlo a éxito es necesario asumir muchísimos riesgos, y dedicar mucho tiempo para poder afrontar los desafíos constantes que conlleva el emprendimiento.

¿Cómo surgió la idea?

Los miembros de la directiva de la empresa teníamos experiencia en proyectos tecnológicos relativos al ámbito de la agricultura. Con la aparición de nuevas fuentes de datos satelitales, el avance de la sensorica y su procesamiento con técnicas de inteligencia artificial vimos una oportunidad de poder ofrecer un producto de agricultura de precisión que permita, a empresas de sector agroalimentario, incrementar la rentabilidad de sus explotaciones agrícolas.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

En el sector de la ciencia de datos están surgiendo un gran número de oportunidades, muy especialmente el vinculado al ámbito agrario, donde las reglas

del juego están cambiando continuamente, enfrentándose a productos que ya no se pueden utilizar, a costes de insumos en un rango desproporcionado, y lo más importante, a unas condiciones climatológicas cambiantes.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

La situación actual no nos está afectando en relación con la facturación. No obstante, sí que nos está afectando a la liquidez, ya que estamos teniendo retrasos en la facturación importantes desde mediados del año 2022. Hemos optado por contratar financiación que nos permita tener tranquilidad en el flujo de caja.

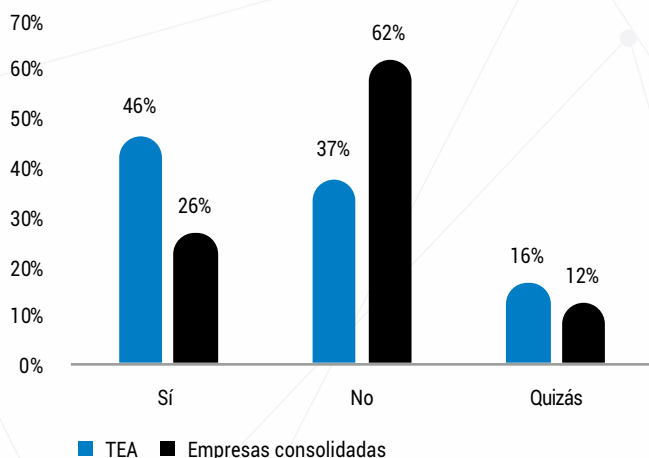
Algo que te gustaría añadir

Me gustaría añadir que más allá de los resultados, hay dos cosas de las que estamos muy orgullosos. Por una parte, el hecho de estar participando en la transformación del sector agrícola en sus diferentes niveles, desde la mano de grandes empresas agroalimentarias hasta el pequeño agricultor, a través de asociaciones. Por otra parte, en la creación de empleo, con especial énfasis en generar puestos de trabajo de calidad.

4.8.2. Expectativas de adopción de tecnologías digitales

Figura 61. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor

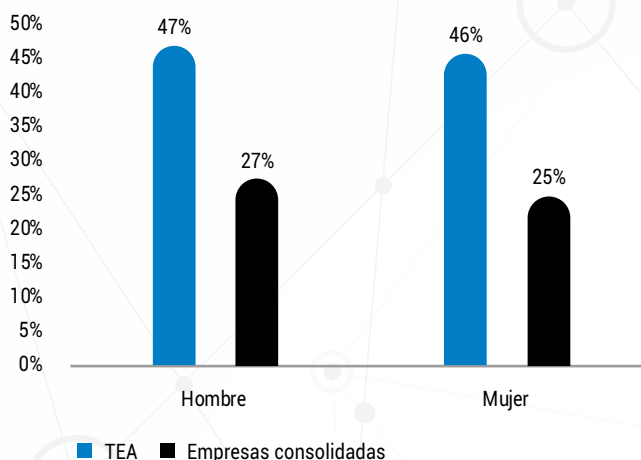
Fuente: GEM-España APS 2022



En 2022, casi la mitad de los emprendedores recientes (TEA) espera utilizar tecnologías digitales para vender sus productos en los próximos seis meses, lo que contrasta con el bajo porcentaje de los emprendedores a cargo de empresas consolidadas (26%) con las mismas expectativas. La comercialización digital viene promovida por las iniciativas emprendedoras recientes (TEA), mientras la mayoría de las empresas consolidadas renuncia a ello.

Figura 62. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sexo

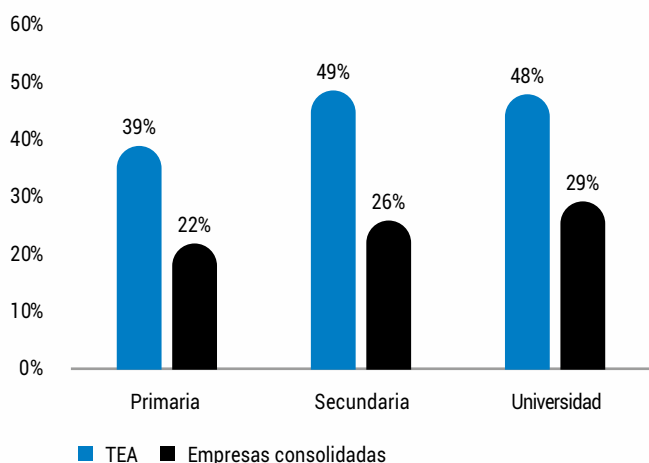
Fuente: GEM-España APS 2022



Apenas hay diferencias en las expectativas de digitalizar el proceso de comercialización entre hombres y mujeres, esta parece ser una decisión que uno de cada dos emprendedores toma cuando su iniciativa emprendedora es aún reciente, especialmente a raíz de la pandemia.

Figura 63. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor

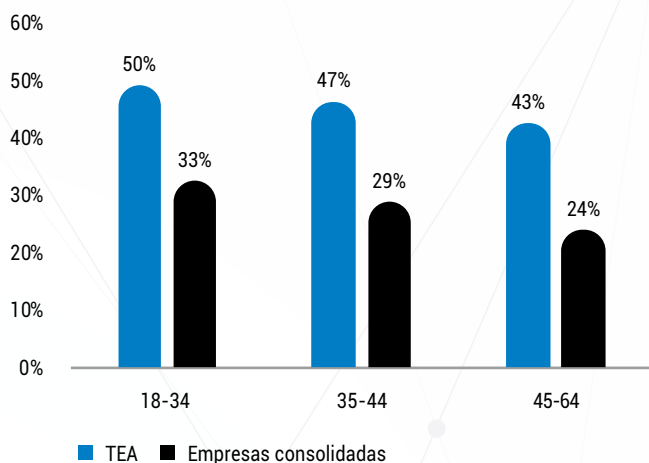
Fuente: GEM-España APS 2022



Las expectativas de adoptar tecnologías digitales también 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 39% entre los que tienen estudios primarios, al 48% entre los que cuentan con estudios universitarios. En el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, la tendencia es similar, aunque menos acusada que en el caso de las iniciativas recientes (TEA).

Figura 64. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor

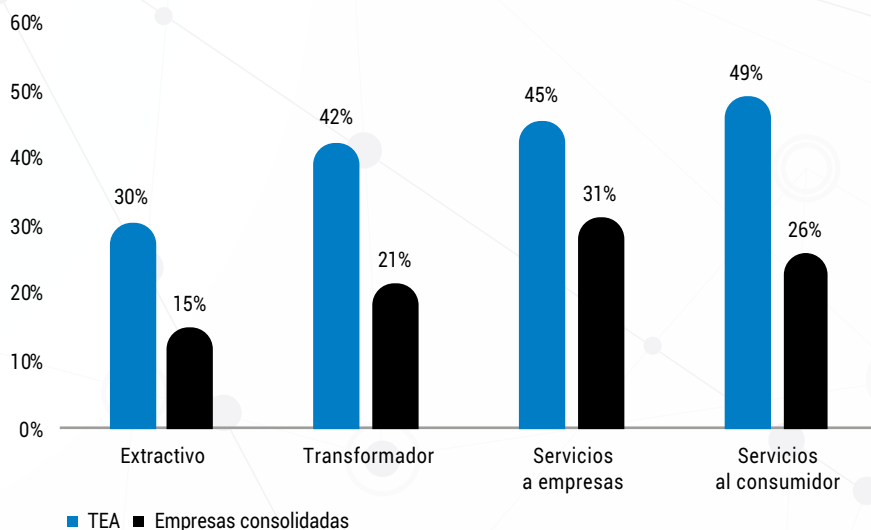
Fuente: GEM-España APS 2022



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.

Figura 65. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2022

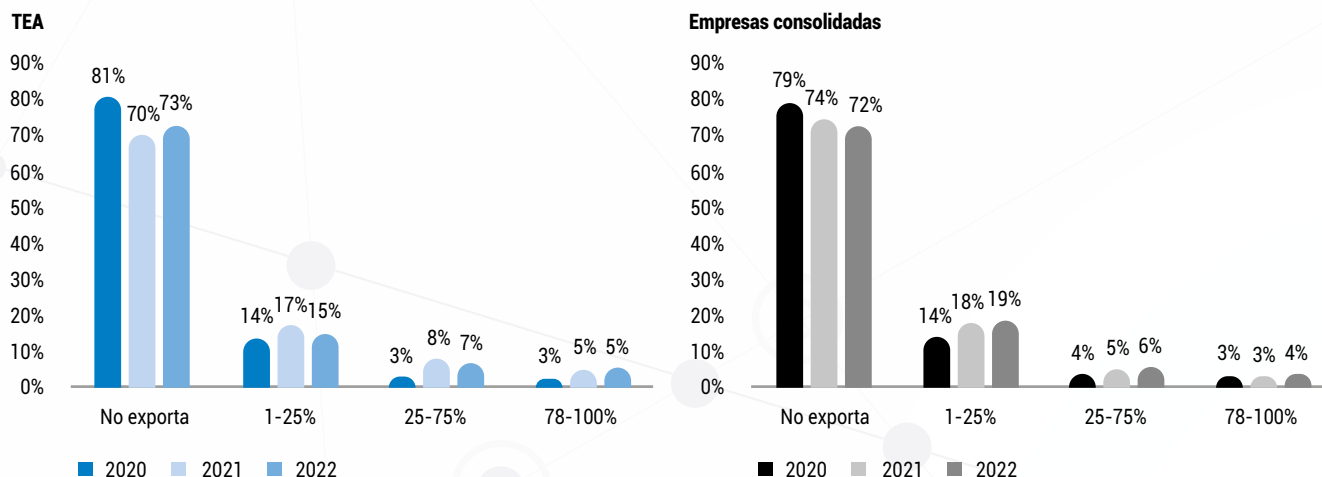


En 2022, las expectativas de adopción de tecnologías digitales son especialmente relevantes en las iniciativas emprendedoras de los sectores de servicios y transformación. Casi la mitad de los emprendedores recientes (TEA) de estos sectores espera digitalizar la comercialización de sus productos. En el caso de las empresas consolidadas, la mayor proporción de emprendedores con expectativas de digitalización de sus procesos de venta se encuentra en el sector de servicios a empresas, ya considerado anteriormente como el nicho actual de iniciativas emprendedoras de nivel tecnológico medio-alto.

4.9. Orientación internacional

Figura 66. Evolución de la orientación internacional

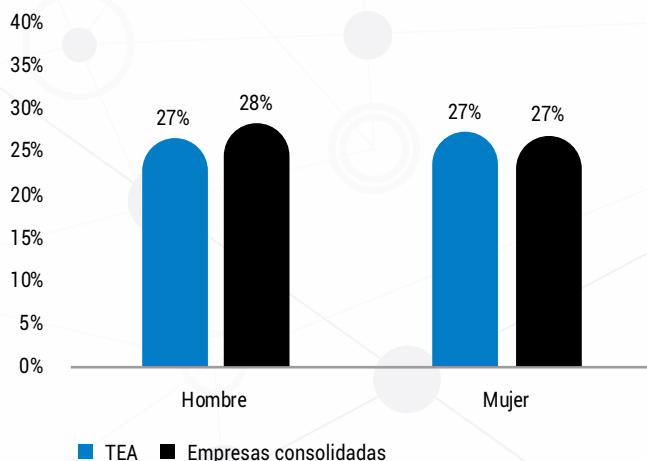
Fuente: GEM-España APS 2020-2022



En los últimos tres años, las iniciativas emprendedoras españolas apenas han cambiado su orientación doméstica. En 2022 un 5% de las iniciativas recientes (TEA) puede calificarse de *born-global*, con un rango de exportaciones que supera el 75%. Las iniciativas consolidadas van incrementando poco a poco su capacidad de internacionalización, y es previsible que en los próximos años aumenten su orientación hacia mercados externos.

Figura 67. Orientación internacional por sexo

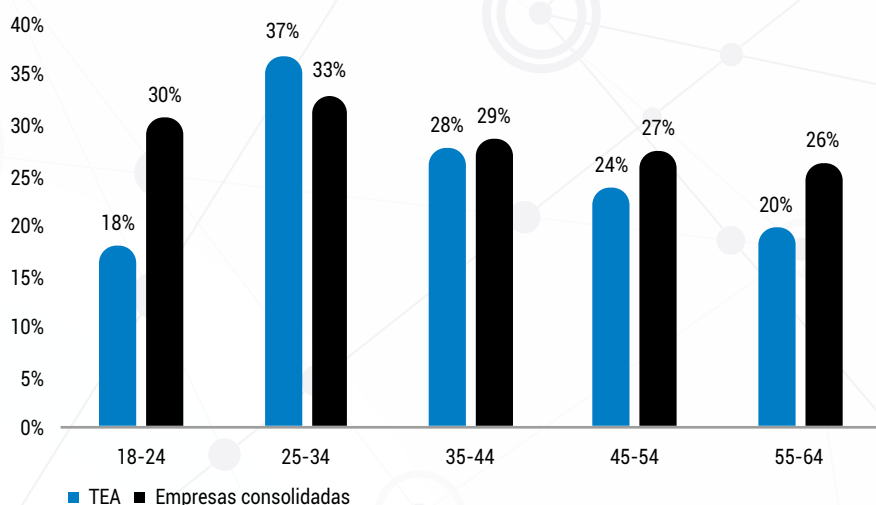
Fuente: GEM-España APS 2022



A diferencia de años anteriores, las mujeres no son más reacias que los hombres a liderar proyectos con orientación internacional. Tampoco se observan diferencias a lo largo del proceso emprendedor, consolidando un incremento de la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres.

Figura 68. Orientación internacional por edad

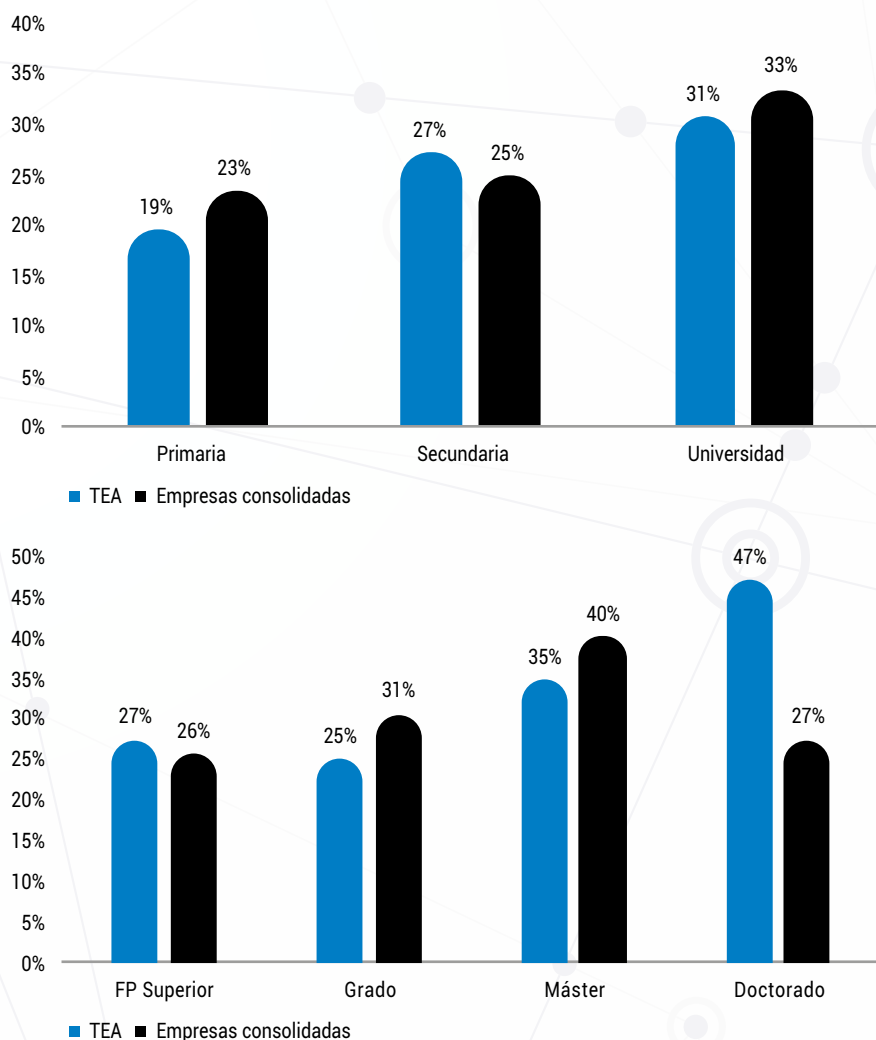
Fuente: GEM-España APS 2022



Sin grandes diferencias, el mayor porcentaje de iniciativas internacionales está liderado por emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años, relativamente jóvenes, lo que puede garantizar la proyección internacional de estas iniciativas en el tiempo.

Figura 69. Orientación internacional por nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2022



El nivel educativo condiciona no sólo el carácter innovador de las iniciativas emprendedoras, sino también su orientación internacional. En 2022, el 31% de las iniciativas recientes (TEA) y el 33% de las consolidadas lideradas por emprendedores con nivel universitario presentaron algún nivel de exportación.

Casi la mitad de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores con un título de doctor se orientaron a mercados internacionales, así como el 40% de las iniciativas consolidadas lideradas por emprendedores con título de máster. Estos datos consolidan el papel relevante de los estudios de posgrado a la hora de construir el perfil internacional del tejido emprendedor de este país.



PixelsHub s.l.



Nombre de la emprendedora: Susana Pascual Madrigal.

Nombre del negocio: PixelsHub s.l. (<https://pixels-hub.com/>).

Ubicación del negocio: Gijón (Asturias).

Año de lanzamiento: 2013.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Desarrollo de soluciones B2B para la optimización de productos, procesos y modelos de negocio mediante el uso de modelos 3D y plataformas de visualización avanzada como realidad virtual y aumentada.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Ser emprendedora es tener la libertad para ponerte tus propias metas, así como la responsabilidad para alcanzarlas. Supone además una lucha constante de luces y sombras donde la resiliencia juega un papel fundamental.

¿Cómo surgió la idea?

De casualidad, como todo lo bueno en la vida. Surge a raíz de

trabajar en un grupo de investigación de la Universidad de Oviedo que, como en casi todos, tenían un montón de conocimiento, pero no eran capaces de comercializarlo. Surge así PixelsHub en 2013.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

Después de dos años terribles y temibles en cuanto a la inversión en tecnologías tan novedosas como la nuestra, hemos notado un interés creciente no solo en la tecnología en sí misma para aplicar dentro de los clientes, sino en torno a la inversión en este tipo de empresas. La expansión del negocio en la actualidad pasa por dar el salto de las grandes compañías, aquellas que por tamaño tenían mayor capacidad a ir un poco por delante en la implantación de tecnología, a las pymes.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

El momento económico actual es de todo menos cierto; vivimos adormilados por el paso del COVID, que fue catastrófico, pese a las crisis sucesivas que hemos ido enlazando (Rusia, energía...). Por otro lado, tenemos también la eterna promesa de los fondos Next Generation que parece que están moviendo un montón de iniciativas a nivel institucional, aunque la realidad es que la burocracia está jugando todavía un papel demasiado protagonista para que estos fondos sean efectivos. Al menos, que lo sean en pymes y micropymes.

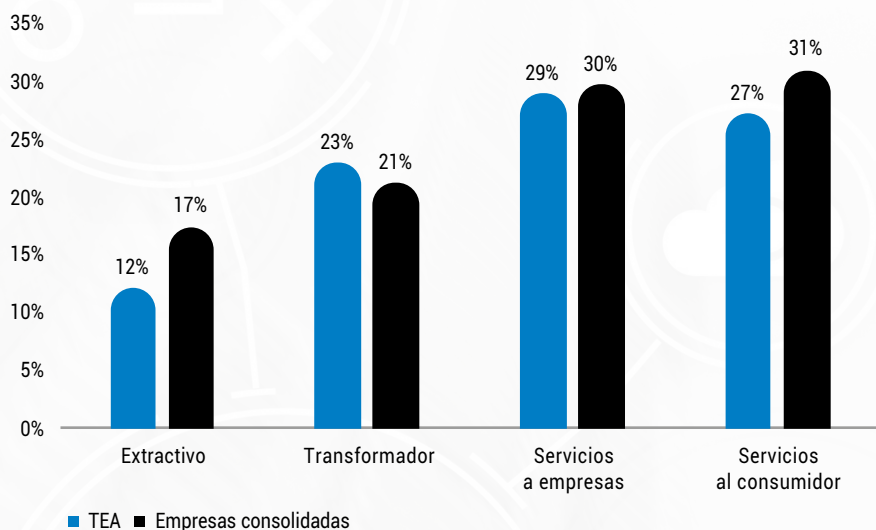
Las medidas que estamos llevando a cabo están encaminadas a aumentar una cartera de clientes lo más sólida posible, así como diversificar hacia los sectores salud y educación.

Algo que te gustaría añadir

El emprendimiento es una carrera incierta de trabajo garantizado y éxito muy variable, casi una huida hacia adelante sin mirar atrás. Si consigues capear la complejidad y tener una fuerte resistencia a todo lo incierto que intrínsecamente va ligado a cualquier iniciativa emprendedora, entonces entenderás el emprendimiento como nosotros, como una aventura constante llena de nuevos horizontes por explorar. Nadie dijo que fuera fácil. Pero tampoco aburrido.

Figura 70. Orientación internacional por sector

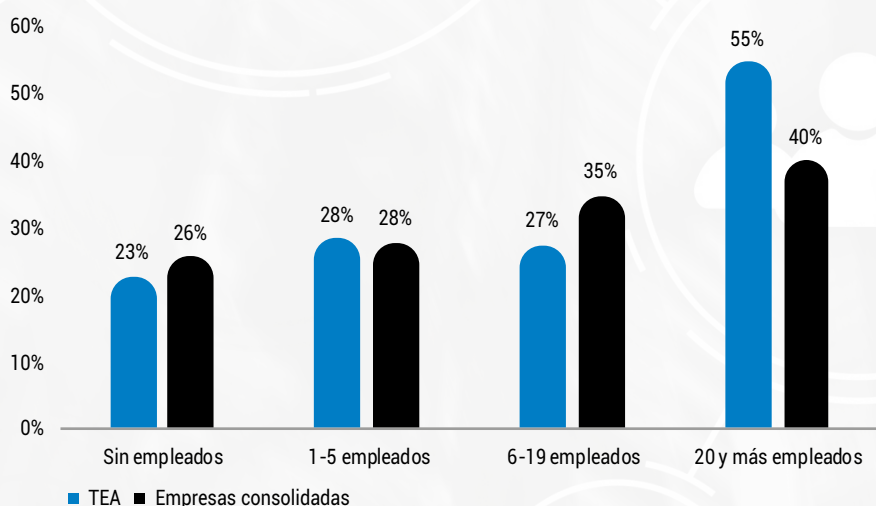
Fuente: GEM-España APS 2022



La orientación internacional de las iniciativas emprendedoras sigue siendo mayor en el sector servicios, tanto de servicios a empresas como al consumidor. Casi un tercio de las iniciativas que surgen en este ámbito se orientan a mercados exteriores. En 2022 una de cada cinco iniciativas (TEA) del sector transformador tiene orientación internacional, mientras que el porcentaje de iniciativas internacionales del sector extractivo es residual.

Figura 71. Orientación internacional por tamaño

Fuente: GEM-España APS 2022

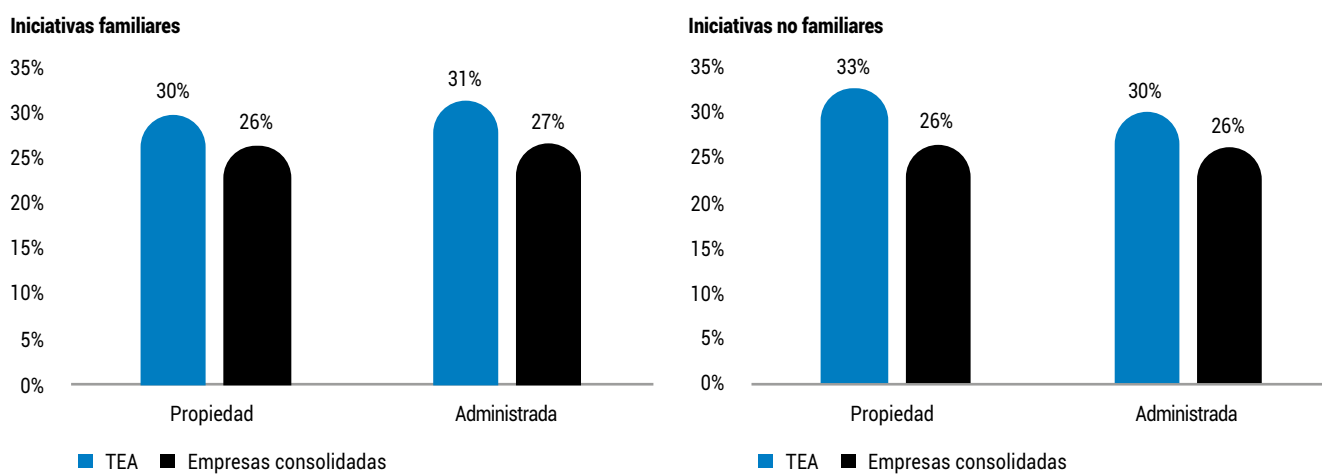


Al igual que la capacidad de innovación, la orientación internacional es más frecuente a medida que aumenta el tamaño de las iniciativas. En 2022, más de la mitad de las iniciativas recientes (TEA) y el 40% de las consolidadas con más de 20 empleados se orientaron a mercados internacionales. A diferencia de lo que sucede en la capacidad de innovación, la orientación internacional se mantiene e incluso aumenta a lo largo del proceso emprendedor.



Figura 72. Orientación internacional en función del carácter familiar de las iniciativas

Fuente: GEM-España APS 2022

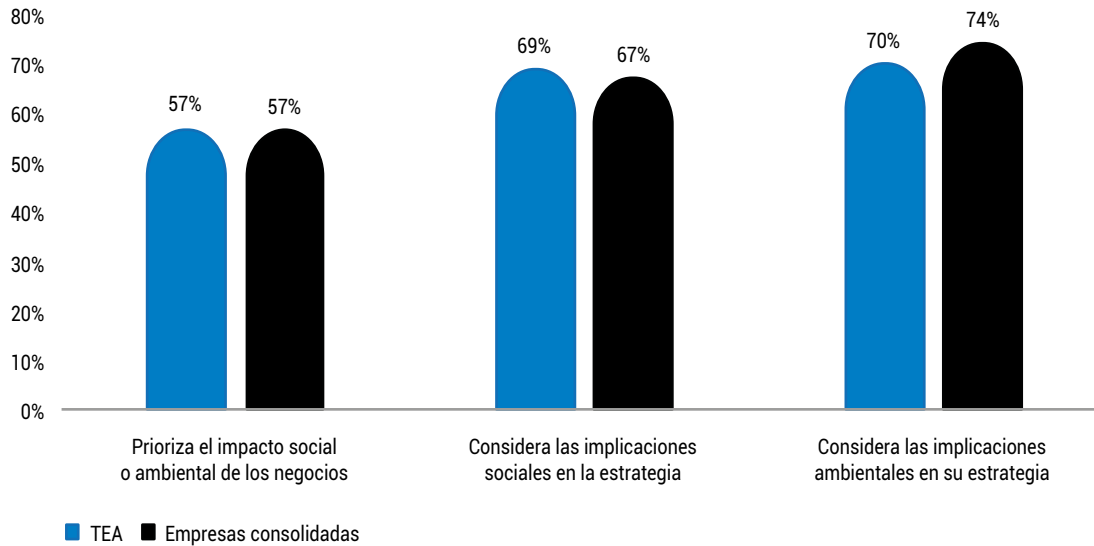


El carácter familiar de las iniciativas recientes (TEA) no condiciona su orientación internacional, ni en la estructura de propiedad ni en su administración directiva.

4.10. Orientación a la sostenibilidad

Figura 73. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2022

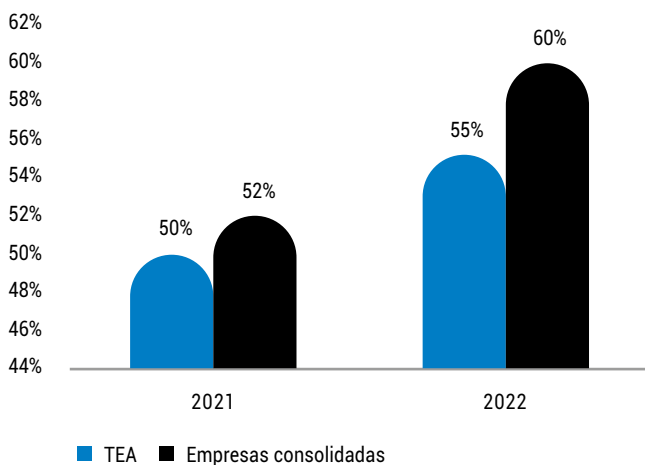


Durante el 2022, uno de cada dos emprendedores afirma priorizar el impacto social y/o ambiental de sus iniciativas, y todavía son más los que conside-

ran estos aspectos en su estrategia de negocio, tanto al inicio del proceso emprendedor como en la fase de consolidación.

Figura 74. Práctica de la sostenibilidad medioambiental

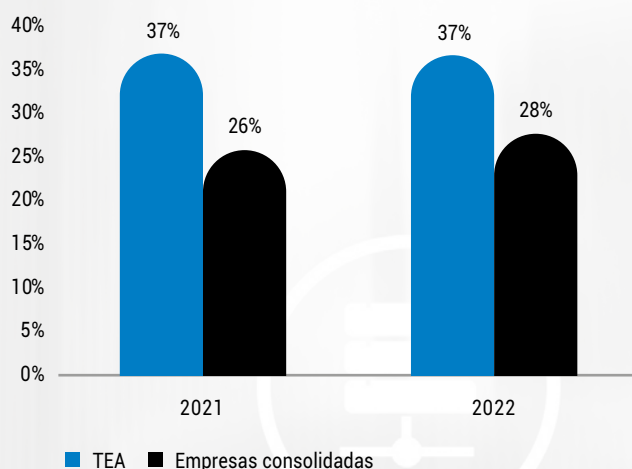
Fuente: GEM-España APS 2021-2022



En 2022, aumenta la coherencia entre la orientación estratégica hacia la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras y su implantación efectiva a través de prácticas empresariales concretas de protección medioambiental, tanto entre los emprendedores recientes (TEA) como entre las empresas consolidadas.

Figura 75. Práctica de la sostenibilidad social

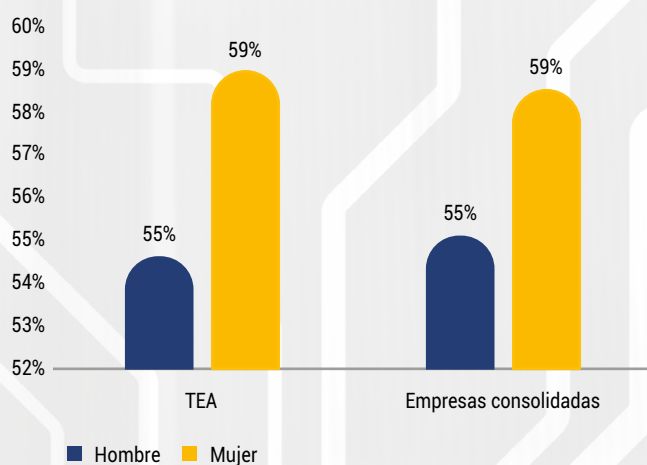
Fuente: GEM-España APS 2021-2022



A diferencia de lo que ocurre en las prácticas de protección medioambiental, hay bastante diferencia entre el porcentaje de emprendedores que afirma orientar su estrategia y priorizar el impacto social de sus iniciativas y el porcentaje de los que son capaces de identificar prácticas concretas de protección del impacto social, probablemente por la dificultad de clasificar este tipo de acciones.

Figura 76. Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras en función del sexo

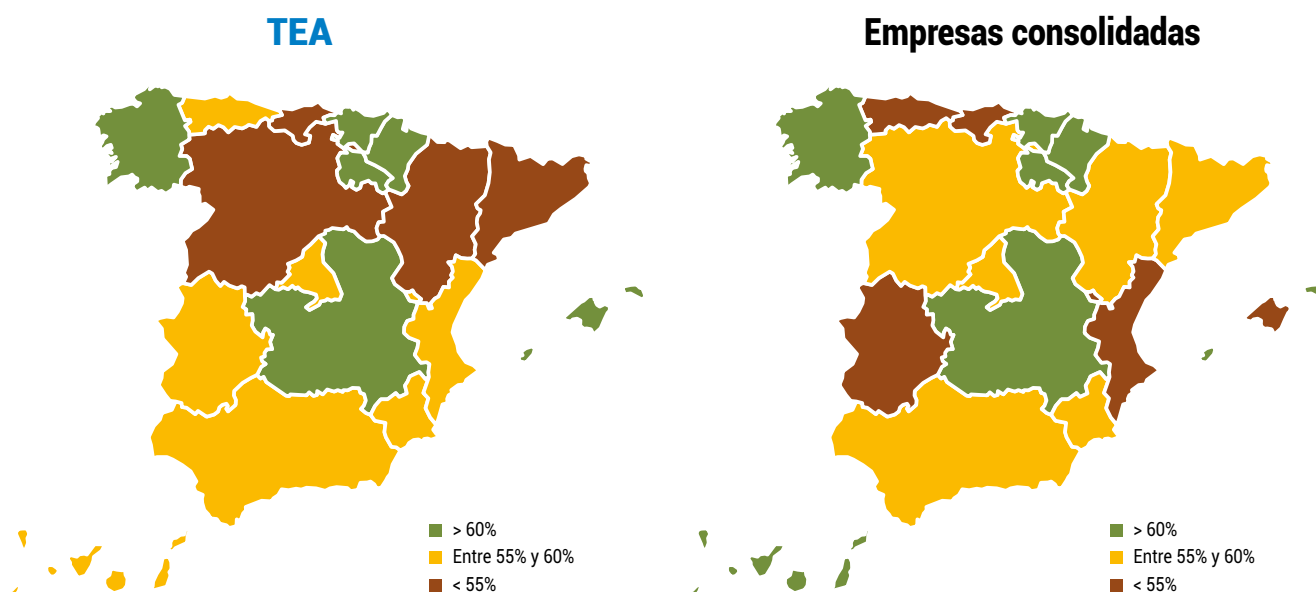
Fuente: GEM-España APS 2022



Las mujeres emprendedoras siguen siendo algo más proclives a priorizar el impacto social y medioambiental de sus iniciativas emprendedoras que los hombres, y esa prioridad no se pierde a lo largo del proceso emprendedor. Uno de cada dos emprendedores, hombres o mujeres, afirma priorizar el impacto social y/o medioambiental de sus iniciativas, lo que permite afirmar que las empresas de nueva creación analizan cada vez más el impacto social y medioambiental de su actividad.

Figura 77. Prioridad social y medioambiental

Fuente: GEM-España APS 2022



La prioridad social y medioambiental está más presente en unas CC.AA. que en otras. En Galicia, País Vasco, Navarra, La Rioja y Castilla-La Mancha más del 60% de los emprendedores recientes (TEA) y a cargo de empresas consolidadas prioriza el impacto social y medioambiental de sus iniciativas. Por el contrario, en Cantabria este porcentaje es menor del 55%.

Como conclusión, durante el año 2022 la relación entre el nivel educativo de los emprendedores y la capacidad innovadora y de internacionalización de las iniciativas, resulta cada vez más evidentes. Sin embargo, la resistencia de los emprendedores a la hora de aumentar la plantilla a lo largo del proceso emprendedor puede limitar esta capacidad en el futuro. Las diferencias entre hombres y mujeres se reducen, aunque los hombres siguen liderando más iniciativas emprendedoras de nivel tecnológico medio-alto. Los emprendedores, especialmente las mujeres, analizan cada vez más el impacto social y medioambiental de su actividad, aunque sólo un tercio plantea actuaciones concretas.





The Smart Lollipop



Nombre de la emprendedora: Diana Ballart Cerdán.

Nombre del negocio: The Smart Lollipop (www.thesmartlollipop.com).

Ubicación del negocio: Girona.

Año de lanzamiento: 2017 (idea) y 2020 (constitución).

Breve descripción de lo que hace la empresa: The Smart Lollipop es el dispositivo médico, en forma de caramelo que recuerda a una piruleta, que diagnostica enfermedades a través de una muestra de saliva y digitaliza la respuesta a una plataforma *online*. El objetivo es sustituir la clásica analítica de sangre siempre que podamos tener el diagnóstico de la enfermedad a través de fluido salival.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para mí, la creación de una SL es una fantástica herramienta para crear impacto en la sociedad. La empresa permite aportar valor a la sociedad desde el momento de su creación, con la generación de puesto de trabajo, un liderazgo femenino y la construcción de productos que aporten cambios y mejoras significativas a las personas o al planeta.

¿Cómo surgió la idea?

En 2017 estaba estudiando un máster de innovación y desarrollo empresarial en la UdG (Universitat de Girona). Con tres compañeros más del máster nos presentamos a una competición de tecnología, iFest Dream BIG Challenge by Pau Gasol, que organizaba Catalunya Emprèn en la que nos lanzaban un reto y debíamos solucionarlo siguiendo la metodología Design Thinking. En la competición

éramos 7000 participantes, más de 300 equipos y fuimos los ganadores. El premio era una aceleración con Imagine Creativity Center viajando por Barcelona, París y Londres, terminando en el 4YFN del MWC. En 2018 realizamos la aceleración y a partir de ese momento decidí tirar adelante el proyecto. El primer paso fue buscar a los socios cofundadores que crearan conmigo este sueño, y conocí a Lorena Toda (industria life science) y Roger García (pediatra). Empezamos a trabajar juntos, iniciamos la investigación y en 2020 creamos la SL.

¿En tu sector percibes que en este último año están surgiendo nuevas oportunidades para emprender o para expandir el negocio? ¿Cuáles? ¿Dónde?

El sector HealthTech está en auge con un crecimiento anual del 16,5%, siendo el Covid-19 uno de los factores que impulsó la creación de *startups* en este ámbito. El sector médico es peculiarmente tradicional pero son justamente las *startups* las que estamos impulsando el cambio, consiguiendo que nazcan nuevos productos especialmente digitales o la creación de empresas que provienen de la transferencia de tecnología de las universidades. Emprender en salud desde Catalunya es cada vez más fácil, debido a que las ciudades apuestan cada vez más para visibilizarnos y ofrecernos recursos que nos permitan crecer más rápido, validar la tecnología y llegar lo antes posible al mercado, aunque sea un ámbito en que los tiempos son más largos comparados con otros sectores. Sin duda, estamos viviendo un buen momento para emprender en salud y tecnología.

¿En qué está afectando la situación económica actual a tu negocio? ¿Qué medidas estás tomando?

El incremento de los precios de productos o servicios supone un gasto adicional para una *startup* que aún está en fase de desarrollo sin haber salido al mercado.

ANEXO

Glosario

La tasa de personas emprendedoras con empresas nacientes se calcula como el 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.

La tasa de personas emprendedoras con empresas nuevas representa el 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 (18-64 años) involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años en municipios de menos de 5.000 habitantes.

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

Benchmarking*

Tabla 10. Posicionamiento de España a nivel internacional en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender

Fuente: GEM Global APS 2022

	Actitudes							
	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia	Empezar como una buena opción profesional	Empezar brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
Media ingresos bajos	66,4	70,6	43,7	58,0	75,9	82,2	72,0	52,5
Brasil	67,9	69,2	51,0	75,8	–	–	–	46,8
Guatemala	68,3	77,5	42,3	71,5	94,4	80,8	65,0	47,8
Egipto	63,7	62,8	43,4	32,9	71,2	78,3	75,9	67,7
India	75,5	78,1	51,2	47,4	82,5	90,5	84,6	78,0
Marruecos	62,5	63,3	46,9	51,6	80,4	85,6	70,4	36,5
Irán	51,3	54,2	41,5	64,1	53,0	89,3	53,8	23,7
Colombia	53,4	66,6	38,5	63,8	56,2	61,6	62,2	41,4
Indonesia	87,2	75,5	35,3	71,4	76,3	83,7	85,1	72,2
Túnez	61,8	78,6	41,0	66,6	80,7	83,7	62,3	44,7
Togo	77,2	87,5	38,7	58,9	85,1	88,4	77,7	54,3
Sudáfrica	61,3	63,7	51,3	33,6	79,8	79,8	82,8	63,9
Media ingresos medios	50,6	59,6	51,4	55,1	67,6	71,1	67,1	45,1
Omán	75,7	57,6	34,5	58,5	75,1	76,2	74,6	56,5
Serbia	37,8	66,1	56,5	54,6	74,9	81,4	76,8	32,7
México	56,4	67,1	42,2	47,7	60,0	60,2	62,7	46,3
Hungría	27,2	36,8	43,5	47,9	64,0	63,2	64,1	47,4
Croacia	60,0	73,6	52,2	66,5	63,0	54,8	67,1	34,0
Panamá	53,4	76,7	45,9	48,0	67,0	69,3	70,7	54,2
Eslovaquia	29,4	42,9	52,7	59,3	50,6	64,5	51,8	20,4
Uruguay	58,2	69,1	48,6	61,3	61,7	66,7	66,3	38,7
Chile	50,5	70,1	50,2	68,6	79,8	65,4	71,8	51,1
Chipre	26,8	52,7	56,3	82,4	77,3	71,7	67,4	48,4
Polonia	72,3	47,8	57,5	46,7	41,9	63,8	38,0	79,4
Eslovenia	55,0	62,8	48,9	53,5	72,6	88,6	85,2	67,7
Grecia	36,4	53,8	60,6	28,5	72,0	72,0	56,5	31,9
China	56,5	54,4	62,7	56,3	72,1	84,4	82,9	25,9
Rumanía	63,8	62,7	58,1	46,2	81,7	84,6	71,2	42,5

* La relación de tablas con los principales indicadores del proceso emprendedor completa por regiones se publicará una vez hayan sido presentados al público los informes regionales.

	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 altos	52,6	51,9	45,8	49,9	51,1	61,6	57,9	53,9
Media UE27	48,1	47,9	46,1	47,4	38,7	43,3	42,7	51,5
España	26,0	46,5	58,5	41,3	47,0	55,4	46,9	32,2
Alemania	39,5	36,2	47,4	34,2	61,2	79,8	62,4	34,6
Arabia Saudí	89,5	88,1	57,3	88,2	94,9	96,7	95,0	88,7
Canadá	58,8	55,4	52,3	47,3	68,7	79,7	74,8	63,0
Catar	81,0	64,1	42,4	64,2	79,6	88,1	79,1	67,3
Corea del Sur	41,0	54,8	22,0	39,5	58,9	90,1	72,7	37,4
Emiratos Árabes	72,2	71,7	36,7	60,1	82,8	87,0	86,1	77,2
Países Bajos	61,6	42,2	33,3	54,5	–	–	–	82,9
Estados Unidos	46,0	66,8	55,1	55,6	75,9	79,9	76,3	65,8
Israel	46,8	35,4	56,5	59,2	65,3	81,3	56,1	12,9
Letonia	34,6	53,9	36,9	38,0	53,2	58,1	55,6	29,4
Luxemburgo	52,4	50,0	46,3	41,3	–	–	–	64,2
Noruega	73,6	49,2	39,3	42,6	67,2	88,5	79,9	82,8
Reino Unido	44,4	53,5	59,6	47,6	71,7	82,5	76,2	65,9
Suecia	76,7	49,4	45,5	53,8	–	–	–	79,8
Suiza	47,0	47,6	41,9	52,1	38,3	74,1	62,7	66,5
Francia	52,4	49,8	49,6	59,7	67,8	55,4	74,9	55,4
Japón	12,7	14,9	39,4	20,4	23,8	60,4	54,2	27,5
Lituania	40,4	49,8	53,7	53,1	69,6	62,8	69,2	36,5
Taiwán	46,8	39,9	44,5	29,0	48,3	58,0	75,7	40,5
Puerto Rico	64,1	68,9	44,9	66,0	–	–	–	26,7
Austria	49,5	53,2	43,7	50,9	49,2	78,1	75,6	48,4

Tabla 11. Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial en 2022. Comparación internacional

Fuente: GEM Global APS 2022

Actividad emprendedora								
	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Continúa
Media ingresos bajos	38,0	12,6	7,2	15,8	8,1	8,0	5,9	2,1
Brasil	51,8	13,6	12,6	20,0	10,4	13,0	9,8	3,3
Guatemala	47,3	17,6	15,5	29,4	11,5	7,2	5,3	1,9
Egipto	48,3	4,1	3,7	6,6	2,6	9,8	7,9	2,0
India	22,2	11,7	3,9	11,5	9,0	6,3	3,1	3,1
Marruecos	36,4	2,4	2,2	4,2	4,1	4,3	3,7	0,5
Irán	33,2	15,6	8,4	16,4	10,8	7,4	6,2	1,1
Colombia	26,4	24,9	11,1	28,0	5,1	6,4	5,4	1,0
Indonesia	35,9	10,0	4,7	8,1	5,7	10,5	6,2	4,2
Túnez	53,4	16,4	5,3	17,1	10,0	8,8	6,7	2,1
Togo	52,5	15,6	9,3	24,1	18,0	9,7	6,6	3,1
Sudáfrica	10,1	6,2	2,6	8,5	1,8	4,9	3,9	1,0
Media ingresos medios	24,1	11,4	4,8	12,5	6,3	5,4	4,0	1,4
Omán	47,2	12,6	4,4	11,7	4,1	11,2	9,2	2,0
Serbia	18,6	10,4	2,1	10,5	2,9	3,7	1,8	1,9
México	24,2	12,5	4,4	12,9	1,6	9,5	7,5	2,0
Hungría	11,1	6,4	4,3	9,9	6,9	1,9	1,5	0,3
Croacia	26,4	13,7	3,9	13,2	3,4	3,6	2,0	1,6
Panamá	60,1	20,6	11,8	27,9	5,8	11,1	8,3	2,8
Eslovaquia	13,1	10,9	3,7	10,7	6,6	5,3	3,6	1,7
Uruguay	39,1	26,0	8,6	26,3	6,4	9,8	7,3	2,4
Chile	48,2	24,4	8,9	27,0	7,3	7,6	6,0	1,6
Chipre	21,1	6,3	3,9	8,3	5,7	4,1	2,8	1,2
Polonia	3,2	1,3	0,8	1,6	9,8	3,7	2,7	1,1
Eslovenia	17,2	4,8	3,6	8,0	8,1	2,5	1,9	0,6
Grecia	9,5	4,2	2,0	4,9	13,3	2,0	1,6	0,5
China	9,7	6,6	4,5	6,0	3,2	3,4	2,1	1,3
Rumanía	13,5	10,1	4,6	8,3	8,6	1,6	1,0	0,6

Actividad emprendedora								
	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Continúa
Media ingresos altos	21,7	10,2	4,8	11,8	7,0	5,4	3,3	2,1
Media UE27	16,0	7,6	3,8	9,6	6,6	4,1	2,7	1,4
España	9,4	3,2	2,9	6,0	7,0	2,5	1,5	1,0
Alemania	10,3	8,4	4,2	9,1	3,6	5,2	3,4	1,8
Arabia Saudí	36,3	16,8	10,4	19,2	9,7	11,5	5,9	5,7
Canadá	20,1	15,6	7,8	16,5	6,2	8,2	5,4	2,8
Catar	44,9	9,7	4,1	10,7	3,9	9,1	6,6	2,5
Corea del Sur	34,2	12,4	3,2	11,9	19,9	3,5	2,4	1,1
Emiratos Árabes	55,9	24,0	11,5	25,5	4,5	14,6	6,8	7,8
Países Bajos	20,4	8,3	5,9	12,5	6,8	5,6	4,0	1,6
Estados Unidos	22,5	18,0	7,9	19,2	9,2	9,1	5,2	3,9
Israel	16,2	8,0	3,7	8,7	3,5	3,7	2,6	1,1
Latvia	23,5	11,1	5,6	14,2	12,3	3,9	2,6	1,3
Luxemburgo	18,4	8,5	2,6	7,0	5,3	4,5	2,7	1,8
Noruega	7,0	4,1	1,9	6,5	5,6	1,6	1,2	0,4
Reino Unido	13,0	10,0	5,0	12,9	6,8	2,8	2,0	0,7
Suecia	16,0	6,5	2,5	9,1	4,8	4,1	3,0	1,0
Suiza	14,2	6,0	2,3	7,4	8,2	2,2	1,3	1,0
Francia	18,8	8,1	2,2	9,2	2,9	3,6	2,2	1,4
Japón	9,3	5,8	2,7	6,4	6,3	2,0	1,1	0,9
Lituania	19,1	8,7	5,9	12,7	8,3	4,2	3,0	1,2
Taiwán	16,8	3,4	3,7	5,6	9,0	1,9	1,0	1,0
Puerto Rico	33,7	19,0	5,5	20,0	5,6	3,6	2,5	1,1
Austria	8,5	6,1	2,4	6,8	8,3	3,7	2,3	1,4

Tabla 12. Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico.
Comparación internacional
Fuente: GEM Global APS 2022

	Distribución sectorial				Expectativas		Orientación innovadora
	Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	(+) de 5 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto
Media ingresos bajos	6,8	20,3	8,6	64,3	27,5	5,9	2,3
Brasil	2,3	20,5	19,8	57,4	36,9	2,1	4,6
Guatemala	2,8	14,0	5,4	77,9	32,3	6,2	0,7
Egipto	17,4	27,5	7,4	47,8	30,5	2,3	2,1
India	7,6	20,8	4,8	66,8	18,5	2,1	0,4
Marruecos	2,1	14,5	11,8	71,7	29,4	4,0	4,0
Irán	5,3	20,9	17,5	56,3	37,2	3,2	7,5
Colombia	0,6	18,5	8,2	72,8	30,4	5,0	3,0
Indonesia	2,7	7,1	2,3	87,9	18,0	3,3	0,0
Túnez	15,5	25,1	6,9	52,5	23,7	6,4	1,4
Togo	13,7	33,7	3,3	49,4	19,8	9,1	1,1
Sudáfrica	4,5	20,3	7,9	67,3	25,6	21,3	0,5
Media ingresos medios	5,0	23,0	19,3	52,7	26,1	10,8	6,2
Omán	2,8	18,8	14,4	64,0	16,0	7,4	5,9
Serbia	7,3	30,7	13,6	48,5	12,7	7,9	6,4
México	2,7	17,2	5,3	74,9	28,5	4,3	1,9
Hungría	6,6	27,8	26,6	39,1	22,7	11,1	7,2
Croacia	11,2	23,3	32,7	32,8	28,7	25,1	11,8
Panamá	5,5	16,3	11,5	66,7	46,4	3,6	1,8
Eslovaquia	2,3	27,4	22,6	47,7	8,6	14,0	3,4
Uruguay	4,9	22,3	16,1	56,7	27,3	4,4	4,9
Chile	4,4	25,3	16,9	53,5	32,7	0,5	5,0
Chipre	2,9	15,2	27,1	54,8	39,4	21,7	6,5
Polonia	5,5	30,7	19,5	44,3	19,8	3,7	5,0
Eslovenia	2,5	30,5	35,7	31,3	17,3	24,0	17,6
Grecia	9,0	24,0	17,4	49,6	31,0	19,1	5,4
China	1,5	14,8	8,5	75,2	30,1	1,1	4,1
Rumanía	6,3	21,0	21,2	51,5	30,9	13,7	6,5

	Distribución sectorial				Expectativas		Orientación innovadora
	Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	(+) de 5 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto
Media ingresos altos	3,2	17,5	29,3	50,0	31,1	16,5	6,9
Media UE27	4,4	18,4	32,2	45,0	24,6	20,6	8,5
España	2,5	13,4	38,5	45,6	14,3	12,0	10,2
Alemania	1,6	16,9	29,9	51,6	17,2	22,0	3,0
Arabia Saudí	1,2	5,4	4,2	89,2	40,7	5,2	1,7
Canadá	1,9	21,3	33,8	43,0	23,7	21,3	5,6
Catar	0,3	31,5	27,5	40,7	65,1	11,5	5,2
Corea del Sur	2,1	27,4	15,4	55,1	39,5	4,7	8,8
Emiratos Árabes	1,8	14,4	19,5	64,3	79,5	35,6	3,9
Países Bajos	1,1	18,3	30,8	49,8	24,2	22,4	8,2
Estados Unidos	3,8	26,5	22,3	47,4	28,3	16,5	5,5
Israel	0,6	11,9	42,7	44,7	24,2	19,5	9,2
Latvia	6,9	28,0	28,5	36,6	27,6	25,2	14,2
Luxemburgo	2,9	7,6	40,3	49,2	43,2	29,4	5,4
Noruega	14,5	15,6	38,7	31,2	25,9	11,0	4,8
Reino Unido	0,0	15,5	34,0	50,5	21,2	13,0	7,2
Suecia	6,1	19,8	33,1	41,0	15,6	19,4	9,5
Suiza	0,9	8,3	38,4	52,4	15,5	14,8	9,9
Francia	3,5	20,3	33,9	42,3	28,9	13,6	9,7
Japón	0,8	5,9	41,7	51,6	21,6	6,7	9,3
Lituania	10,1	27,7	20,0	42,2	30,9	18,5	7,2
Taiwán	0,0	20,3	13,6	66,2	43,9	8,6	2,7
Puerto Rico	2,3	15,4	22,4	60,0	34,4	9,5	2,5
Austria	5,1	14,0	34,7	46,2	19,1	22,9	8,6

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2022-2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio, Directora Ejecutiva GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaría del Observatorio) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles
	ENISA	María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves y María Saiz (Comité de Dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José Manuel Sánchez Vázquez Carmen Camelo Ordaz Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Universidad, Investigación e Innovación
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) Juan García García José Céspedes Lorente Miguel Pérez Valls	Universidad de Almería Diputación de Almería
Cádiz	Universidad de Cádiz	José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández (Coordinador) Mercedes Pérez Millán Joaquín García-Tapia Arregui	Universidad Loyola Andalucía

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
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 Diputación Provincial de Granada (Granada Empresas) Unión Europea-Fondo Social Europeo España Emprende Cámara de Comercio de España Cámara de Comercio de Granada
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) Elia 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 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 Emprender Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) Vanessa Solís Rodríguez (Directora Técnica GEM-Asturias) Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovació 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) Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida	Gobierno de Canarias – Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
	Universidad de La Laguna	Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito 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)	Catedra PYME Gobierno de Cantabria – Consejería de empleo y políticas sociales
		Elsa Díez Busto Carlos López Gutiérrez Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Francisco Manuel Somohano Rodríguez	EMCAN – Servicio Cántabro de Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Joan Lluís Capelleras	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç
	Universitat Autònoma de Barcelona	Marc Figuls Teresa Obis	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 (Co-Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Co-Directora GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico GEM-Castilla-La Mancha) Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M.ª Ruiz Palomo M.ª Cristina Díaz García	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Nuria González Álvarez (Directora GEM-Castilla y León) Daniel Alonso Martínez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez	Universidad de León
	INEA, Universidad Pontificia de Comillas	Luis Gregorio Holguín Galarón Alberto Matellán Pinilla Félix Revilla Grande Carlos Ballesteros García Laura Sierra Moral	Universidad Pontificia de Comillas

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

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) ¹ Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) ¹ Emilio Ruzo Sanmartín ¹ Marta Portela Maseda ¹ Jacobo Feás Vázquez ¹ Lucía Rey Ares ¹ Pilar Piñeiro García ¹ Nuria Calvo Babío ² Ariadna Monje Amor ² Esther Barros Campello ² Alberto Vaquero García ³ Ernesto López-Valeiras Sampedro ³ Xavier Martínez Cobas ³ Yago Atrio Lema ¹ Guillermo Andrés Zapata Huamaní Mahsa Samsami	Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Secretaría Xeral de Universidades. Xunta de Galicia ¹ Universidade de Santiago de Compostela (USC) ² Universidade da Coruña ³ Universidade de Vigo
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico GEM-Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Lara Mata José Eduardo Rodríguez Osés Sergio Rodríguez-Garnica Andrés Morales	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) UNIR – La Universidad en Internet CaixaBank-Day ONE – Premios Emprénde XXI Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA – GRUPO OJA JIG Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Jenny María Ruiz Jiménez Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín Matilde Ruiz Arroyo Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus	Universidad de Granada
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de 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
	CEIN	Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano	
	Universidad de La Rioja	Raquel Orcos Sánchez	
	University of Southern Denmark (SDU)	Víctor Martín Sánchez	
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento	María Saiz-Santos (Directora GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)	Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial
	Universidad del País Vasco UPV/EHU	Mikel Aberasturi Gomendio Aimar Basañez Zulueta Valery Chistov	Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente
	Deusto Business School	Nerea González Eguia Jon Hoyos Iruarizaga	Diputación Foral de Bizkaia
	Mondragón Unibertsitatea	Rebeca Martín Díez Iñaki Peña Legazkue	Diputación Foral de Guipuzkoa
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano Pulido Alaitz Zabala Zarauz	Diputación Foral de Araba
			FESIDE
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España – RED GEM España

Índice de tablas

Tabla 1.	Motivaciones en función del sexo.....	51
Tabla 2.	Tasa de emprendimiento por nivel educativo en 2022	56
Tabla 3.	Distribución de las tasas de emprendimiento en función de la educación y el sexo de los emprendedores	56
Tabla 4.	Nivel de formación específica para emprender en función del sexo	57
Tabla 5.	Conocimiento financiero y nivel educativo.....	62
Tabla 6.	Distribución de los emprendedores por el sector de actividad en función del sexo	64
Tabla 7.	Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras.....	65
Tabla 8.	Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor	68
Tabla 9.	Características de las iniciativas emprendedoras en función del sector	84
Tabla 10.	Posicionamiento de España a nivel internacional en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender	98
Tabla 11.	Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial en 2022. Comparación internacional	100
Tabla 12.	Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico. Comparación internacional	102

Índice de figuras

Figura 1.	Marco teórico GEM revisado	13
Figura 2.	Ficha de estudio de la encuesta APS en 2022	15
Figura 3.	Percepción sobre valores y actitudes para emprender	26
Figura 4.	Percepción sobre oportunidades para emprender	28
Figura 5.	Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo.....	28
Figura 6.	Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC.AA.	29
Figura 7.	Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta.....	31
Figura 8.	Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta.....	32
Figura 9.	Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender.....	34
Figura 10.	Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España versus CC.AA. ...	35
Figura 11.	Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España versus UE27...	36
Figura 12.	Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI)	37
Figura 13.	Posicionamiento nacional en relación al NECI y al Índice Global de Innovación (GII)	38
Figura 14.	Factores impulsores del emprendimiento según los expertos	39
Figura 15.	Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor.....	39
Figura 16.	Proceso emprendedor	41
Figura 17.	Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo.....	42
Figura 18.	Abandono de la actividad empresarial en España en 2022.....	43
Figura 19.	Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor.....	44
Figura 20.	Evolución índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2005-2022.....	44
Figura 21.	Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas)	45
Figura 22.	Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC.AA.....	46
Figura 23.	Motivaciones emprendedoras.....	50

Figura 24.	Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2021 y 2022	52
Figura 25.	Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios	53
Figura 26.	Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos	55
Figura 27.	Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo	55
Figura 28.	Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa.....	57
Figura 29.	Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2022.....	58
Figura 30.	Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en España en 2022.....	60
Figura 31.	Diferencias de capital semilla entre hombres y mujeres.....	60
Figura 32.	Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en España en 2022.....	61
Figura 33.	Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor en 2022	61
Figura 34.	Conocimiento financiero y educación	62
Figura 35.	Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad	64
Figura 36.	Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sexo	65
Figura 37.	Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sector en 2022.....	66
Figura 38.	Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados.....	68
Figura 39.	Características del empleo creado en los últimos 12 meses	69
Figura 40.	Evolución de las contrataciones laborales.....	69
Figura 41.	Expectativas de creación de empleo a 5 años vista	70
Figura 42.	Expectativas de creación de empleo en función del sexo	70
Figura 43.	Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas	72
Figura 44.	Nivel tecnológico por sexo	72
Figura 45.	Nivel tecnológico por edad.....	73
Figura 46.	Nivel tecnológico por nivel educativo.....	73
Figura 47.	Nivel tecnológico por sector.....	74
Figura 48.	Nivel tecnológico por tamaño	74
Figura 49.	Nivel tecnológico en función del carácter familiar de las iniciativas.....	75
Figura 50.	Evolución de la innovación en producto y en proceso.....	75
Figura 51.	Innovación en producto y en proceso en función del sexo	77

Figura 52.	Innovación en producto y en proceso por edad	77
Figura 53.	Innovación en producto y en proceso por nivel educativo	78
Figura 54.	Innovación en producto y en proceso por sector	79
Figura 55.	Innovación en producto y en proceso por tamaño	79
Figura 56.	Innovación en producto y en proceso en función del carácter familiar de las iniciativas.....	80
Figura 57.	Características de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) en función de su digitalización	82
Figura 58.	Características de las iniciativas emprendedoras en función del sexo	82
Figura 59.	Características de las iniciativas emprendedoras en función del nivel educativo	83
Figura 60.	Características de las iniciativas emprendedoras en función de la edad en 2022.....	84
Figura 61.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor.....	86
Figura 62.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sexo	86
Figura 63.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor	86
Figura 64.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor	87
Figura 65.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras	87
Figura 66.	Evolución de la orientación internacional.....	88
Figura 67.	Orientación internacional por sexo	88
Figura 68.	Orientación internacional por edad.....	89
Figura 69.	Orientación internacional por nivel educativo.....	89
Figura 70.	Orientación internacional por sector	91
Figura 71.	Orientación internacional por tamaño	91
Figura 72.	Orientación internacional en función del carácter familiar de las iniciativas	92
Figura 73.	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras	93
Figura 74.	Práctica de la sostenibilidad medioambiental	93
Figura 75.	Práctica de la sostenibilidad social	94
Figura 76.	Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras en función del sexo...	94
Figura 77.	Prioridad social y medioambiental	95



Mayo, 2023

EQUIPO GEM ESPAÑA 2022

GEM España



GEM Almería



Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico

GEM Cádiz

GEM Granada



GEM Córdoba



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



GEM Jaén

GEM Málaga

GEM Sevilla



GEM Aragón

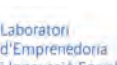


GEM Asturias



Universidad de Oviedo
Universidá d'Oviéu
University of Oviedo

GEM Baleares



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 2022 - 2023

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