



Global
Entrepreneurship
Monitor

INFORME GEM

CASTILLA-LA MANCHA

2023-2024

ÁNGELA GONZÁLEZ MORENO
JUAN J. JIMÉNEZ MORENO
FRANCISCO J. SÁEZ MARTÍNEZ
RAFAEL MINAMI SUZUKI
LLANOS LÓPEZ MUÑOZ
ADRIÁN RABADÁN GUERRA
M^a CRISTINA DÍAZ GARCÍA
LAURA MERCEDES AVELLANEDA RIVERA
MARCOS CARCHANO ALACARAZ
INÉS RUEDA SAMPEDRO

 **UCLM**

 FUNDACIÓN
Globalcaja
1984


Castilla-La Mancha



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo 2023-2024

Castilla-La Mancha

Depósito legal: AB-456-2013

ISSN: 2340-9206

Número: 12

Fecha: Noviembre, 2024

Autores: Ángela González Moreno, Juan J. Jiménez Moreno, Francisco J. Sáez Martínez, Rafael M. Suzuki, Llanos López Muñoz, Adrián Rabadán Guerra, M.^a Cristina Díaz García, Laura Mercedes Avellaneda Rivera, Marcos Carchano Alcaraz, Inés Rueda Sampedro.

Editor: Juan J. Jiménez

Lugar de publicación:

Universidad de Castilla-La Mancha

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Pza. de la Universidad, 1 – 020071 Albacete (España)

Páginas: 100

Los datos utilizados para la confección de este Informe son recogidos por el Consorcio GEM.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de los autores.

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2023-2024

INSTITUCIÓN		EQUIPO	COLABORADORES
Nacional			
Observatorio del Emprendimiento de España		Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio, Directora Ejecutiva GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España
		Nuria Calvo Babío (Directora Técnica del Observatorio)	ENISA
ENISA		Paula San Martín Espina (Secretaría del Observatorio)	
		Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España)	Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles
		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 Diáñez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades.
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) Juan García García José Céspedes Lorente Miguel Pérez Valls	Universidad de Almería Junta de Andalucía
Cádiz	Universidad de Cádiz	José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) Juan Pablo Diáñez 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	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández (Coordinador) Mercedes Pérez Millán Joaquín García-Tapial	Universidad Loyola Andalucía
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada Diputación Provincial de Granada (Granada Empresas) Unión Europea-Fondo Social Europeo España Emprende Cámara de Comercio de España Cámara de Comercio de Granada

Andalucía (continuación)

Jaén	Universidad de Jaén	<p>María Jesús Hernández Ortíz (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</p>	<p>Universidad de Jaén</p>
Málaga	Universidad de Málaga	<p>Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez</p>	<p>Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga</p>
Sevilla	<p>Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla</p>	<p>Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aida del Cubo Ana M^a Domínguez Quintero José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Ana Pérez Luño Elena Sousa</p>	<p>Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)</p>

Aragón

Universidad de Zaragoza	<p>Lucio Fuentelsaz Lamata (Codirector GEM-Aragón) Consuelo González Gil (Codirectora GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña</p>	<p>Fundación Aragón Empeude Cátedra Empeude Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón</p>
--------------------------------	--	---

Asturias

Universidad de Oviedo	<p>Manuel González Díaz (Director GEM- Asturias) Vanesa Solís Rodríguez (Directora Técnica GEM-Asturias) Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López</p>	<p>Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias</p>
------------------------------	--	---

Baleares

Universidad de las Islas Baleares	<p>Julio Batle (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell</p>	<p>Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoría i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears</p>
--	---	--

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 Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez	Gobierno de Canarias - Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Universidad de La Laguna	Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Ana Isabel Lemes Hernández	Universidad de La Laguna

Cantabria

Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria) Elsa Díez Busto Carlos López Gutiérrez Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Francisco Manuel Somohano Rodríguez	Cátedra PYME Gobierno de Cantabria - Consejería de empleo y políticas sociales EMCAN – Servicio Cántabro de Empleo
---	--	--

Cataluña

Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Teresa Obis	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. 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 (Codirector GEM-CLM) Ángela González Moreno (Codirectora GEM-CLM) Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico) Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra Cristina Díaz García	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
-----------------------------------	---	---

Castilla-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 Luis Gregorio Holguin Galarón	Universidad de León
Cátedra de Finanzas Sostenibles UPSA-Mapfre	Alberto Matellán Pinilla Félix Revilla Grande Carlos Ballesteros García Laura Sierra Moral	Universidad Pontificia de Salamanca

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.
------------------------	--	--

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
--------------------------------	---	---

Valencia

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 Escuela de Empresarios (EDEM) Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia
---------------------------------------	---	---

Extremadura

Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Ricardo Hernandez Mogollon J. Carlos Díaz Casero Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Ángel Manuel Díaz Aunió 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
--	--	--

Galicia

Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia)	IConsellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia
	Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia)	
	Emilio Ruzo Sanmartín	
	Marta Portela Maseda	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	Jacobo Feás Vázquez	
	Lucía Rey Ares	
	Pilar Piñeiro García	Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia)
	Nuria Calvo Babío	
	Ariadna Monje Amor	
	Esther Barros Campello	Universidade de Santiago de Compostela (USC)
	Alberto Vaquero García	
	Ernesto López-Valeiras Sampedro	Universidade da Coruña
Xavier Martínez Cobas		
Yago Atrio Lema		
Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidade de Vigo	
Mahsa Samsami		

La Rioja

Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja		Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja)
		Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)
	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja)	
	Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico GEM-Rioja)	
	Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja)	CaixaBank-Day One – Premios Emprende XXI
	Lara Mata	
	José Eduardo Rodríguez Oses	
	Sergio Rodríguez-Garnica	Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA - Grupo OJA
	Andrés MoralesComercial OJA	
		JIG
	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	

Melilla

Universidade de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla)	Universidade de Granada
	Jenny María Ruiz Jiménez	
	Rocío Llamas Sánchez	
	Juan Antonio Marmolejo Martín	
	Matilde Ruiz Arroyo	
	Ana María Bojica	
	Francisco Javier Melero Rus	

Murcia

Universidade de Murcia		Consejería de Industria, Empresa y Portavocía
	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia)	
	Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica GEM-Murcia)	Instituto de Fomento de la Región de Murcia
	Catalina Nicolás Martínez	
	Gabriel Lozano Reina	Caixabank
	Gregorio Sánchez Marín	
	José Andrés López Yepes	Fundación CajaMurcia
	Juan Samuel Baixauli Soler	
	María Belda Ruiz	Fondo Europeo de Desarrollo Regional
	María Feliz Madrid Garre	
	Mercedes Palacios Manzano	Centro Iniciativas Municipales de Murcia
	Antonio Paños Álvarez	
	María Pernartín González-Adalid	Cátedra de Emprendedores
	Universidade de Murcia	

Navarra

Universidad Pública de Navarra- INARBE	Ignacio Contin Pilart (Codirector GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE
CEIN	Martin Larraza Kintana (Codirector GEM-Navarra)	
	Lucía Nieto Sádaba	
Universidad de La Rioja	María Sanz de Galdeano	Gobierno de Navarra - CEIN
University of Southern Denmark (SDU)	Raquel Orcos Sánchez	
	Víctor Martín Sánchez	

País Vasco

EEB-OVE, Observatorio Vasco de Emprendimiento	María Saiz-Santos (Directora GEM-País Vasco)	Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial
	José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)	
	Mikel Aberasturi Gomendio	Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente
Universidad del País Vasco UPV/EHU	Aimar Basañez Zulueta	
	Valery Chistov	Diputación foral de Bizkaia
Deusto Business School	Nerea González Eguía	
	Jon Hoyos Iruarrizaga	Diputación foral de Guipúzcoa
Mondragón Unibertsitatea	Rebeca Martín Diez	
	Iñaki Peña Legazkue	Diputación foral de Álava
Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano Pulido	
	Alaitz Zabala Zarauz	FESIDE

Opinometre

Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinometre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España
--	---	---	---

Presentación



Prólogo

Si algo nos ha enseñado la experiencia reciente, es que vivimos en un mundo en constante evolución, y que los cambios no siempre implican algo positivo: detrás de muchos de ellos se esconden amenazas e incertidumbres que es necesario que afrontemos contando con las mejores herramientas de análisis a nuestro alcance. Siempre he defendido que ése es precisamente el mayor valor del Informe GEM, que un año más tenemos ya sobre la mesa, gracias al trabajo del equipo redactor y la colaboración que mantenemos la Fundación HXXII de Globalcaja y el Gobierno regional, con la Universidad de Castilla-La Mancha, para su edición año tras año en nuestra región.

El Informe GEM radiografía la situación del emprendimiento en nuestra región, y lo hace además con una doble perspectiva, incorporando no sólo la Tasa de Emprendimiento (TEA), que pone en escala el nacimiento de nuevas iniciativas emprendedoras en nuestra región, sino evaluando también las condiciones que aquellos agentes que intervienen en el emprendimiento de un negocio perciben en un ecosistema favorable al autoempleo y al nacimiento de nuevas oportunidades empresariales en un territorio. Pese a que su análisis se aborda de manera particular, quienes tenemos responsabilidades públicas para favorecer el emprendimiento debemos componer la fotografía general que resulta de unir ambas visiones, y extraer conclusiones del comportamiento tan diferente que ambos indicadores muestran en este informe.

Por un lado, la Tasa de Emprendimiento habla del buen estado de salud del empleo por cuenta propia en la región. Después de que el pasado Informe GEM equiparara la tasa en Castilla-La Mancha a la del conjunto del país, el 5,9 por ciento, el crecimiento experimentado en el último año en el nacimiento de iniciativas emprendedoras en la región ha permitido que Castilla-La Mancha se sitúe en un TEA del 7 por ciento, creciendo por encima de la media nacional, que se sitúa ahora en el 6,8 por ciento. Es, sin duda, una buena noticia, apuntalada además por un cambio de tendencia en los motivos que llevan a emprender en nuestra región, pero que nos obliga a poner especial atención en la igualdad de oportunidades, ya que la brecha de género en el emprendimiento temprano se ha agrandado en Castilla-La Mancha en el último año.

En el otro lado, en lo que se refiere al Índice del Contexto de Emprendimiento (NECI), el informe evidencia un deterioro que ha ido acompasado al experimentado en el conjunto del país, y que ha supuesto que la valoración se reduzca del 5,1 al 3,8 en Castilla-La Mancha, en consonancia con la media nacional. Cabe preguntarse, en un contexto en el que la Tasa de Emprendimiento ha crecido de manera notable, cuánto influye en esa percepción el ruido y la crispación que

impregnan en la actualidad cualquier debate, incluido también el de las políticas económicas y sociales que debemos impulsar para favorecer el emprendimiento, y de qué forma esa distorsión ha podido permear en la opinión que marca la evolución de ese índice en el marco del Informe GEM. Es, en cualquier caso, una llamada de atención para que no bajemos la guardia, desde el conjunto de las instituciones y entidades públicas, par seguir apostando por un ecosistema favorable al emprendimiento.

El compromiso del Gobierno regional es firme y decidido en el apoyo y el impulso a las iniciativas emprendedoras de nuestra región. La Estrategia de Impulso al Trabajo Autónomo 2022-2025 cuenta ya con una ejecución del 92 por ciento del total de las 110 medidas planificadas, y su ejecución presupuestaria supera en un 46 por ciento el horizonte previsto inicialmente, más de 106 millones de euros ejecutados de los 75 millones de euros inicialmente previstos. El presupuesto de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo para 2025 contempla uno de los compromisos que adquirimos en la actual legislatura: la puesta en marcha de la Tarifa Plana Plus, con una partida de 9,5 millones de euros que nos permitirá apoyar iniciativas de autoempleo, a coste cero, durante los dos primeros años, conviviendo con las ayudas al inicio y consolidación de la actividad de las personas autónomas, que este año darán respuesta a más de 5.300 personas.

Castilla-La Mancha ha consolidado un colectivo estable de personas autónomas en un momento en el que la región cuenta con el mayor número de personas ocupadas de nuestra historia. Generar la confianza y las condiciones necesarias para que el emprendimiento y el autoempleo sigan mejorando en nuestra región, potenciando la cultura emprendedora, es, sin duda, un elemento decisivo para continuar con la senda de crecimiento económico en nuestra región.

PATRICIA FRANCO JIMÉNEZ
Consejera de Economía, Empresas y Empleo
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

Prólogo

Nuevamente, y desde su inicio, la Fundación Globalcaja HXXII colabora con la Universidad y el Gobierno de Castilla-La Mancha en la elaboración del Informe GEM Castilla-La Mancha, la herramienta de referencia en nuestra región para la medición y análisis de la situación del emprendimiento, un sector de enorme importancia económica y social en nuestra región.

Mi agradecimiento a quienes suman esfuerzos y conocimiento para hacer posible el Informe GEM: el experto equipo investigador de la Universidad de Castilla-La Mancha y la Consejería de Economía, Empresas y Empleo del Gobierno regional.

Globalcaja, fiel a su compromiso con las personas que crean nuevas oportunidades en el territorio y pensando siempre en generar un futuro mejor, desarrolla a través de la fundación diversos proyectos y actuaciones que, por un lado, apoyan a quienes tanto aportan al tejido socioeconómico castellano-manchego y, por otra parte, fomentan la adquisición o el desarrollo de conocimientos y habilidades desde la infancia.

Visibilizar la evolución del emprendimiento con datos rigurosos y reales es imprescindible para ofrecer una base firme a quienes están planificando nuevas iniciativas empresariales e innovando en la estrategia de las ya creadas. El Informe GEM cumple esa función, que se complementa con la de ofrecer una mapa global a quienes tienen la responsabilidad de generar las iniciativas que dan soporte al sector.

Los datos que arroja el actual informe consolidan una tendencia positiva que ya se registraba en la edición anterior: se incrementa la actividad emprendedora total en más de un punto, superando la media nacional gracias al incremento de las iniciativas nacientes. Destaca por su crecimiento el porcentaje de mujeres adultas en iniciativas consolidadas, con respecto al anterior informe, en el que se incorporaban nuevas variables que ya en este permiten detectar tendencias más adecuadas a la evolución natural del emprendimiento.

La colaboración público-privada en su vertiente más generosa promueve, gracias al contenido de las siguientes páginas, que el emprendimiento en el territorio sea más eficiente, lo que incrementa de forma muy positiva nuestra proyección de futuro como sociedad.

Rafael Torres Ugena
Presidente
Fundación Globalcaja HXXII

Sumario

Sumario

Resumen ejecutivo	1
Capítulo 1. El contexto emprendedor	7
¿Qué percibe la población?	7
¿Hay diferencias entre las CCAA en las actitudes y valores sobre el emprendimiento?	9
¿Qué perciben los expertos?	13
Capítulo 2. El proceso emprendedor	17
2.1. Indicadores del proceso emprendedor	17
2.2. Dinámica de la actitud emprendedora	20
2.3. Indicadores de emprendimiento por CCAA	21
Capítulo 3. El perfil de la persona que emprende	25
3.1. Motivación	25
3.2. Edad	27
3.3. Educación	30
Capítulo 4. Características de las iniciativas emprendedoras	33
4.1. Nivel de renta y fuentes de financiación	33
4.2. Sector de actividad	37
4.4. Dimensión	39
4.5. Expectativas de crecimiento	42
4.6. Grado tecnológico	43
4.7. Innovación en producto y en proceso	46
4.8. Digitalización	51
4.9. Orientación internacional	58
4.10. Orientación a la sostenibilidad	62
Casos de emprendedores de la Región	67

Resumen Ejecutivo

1. Marco teórico y objetivos

Como en ediciones anteriores, se utiliza como marco teórico del proyecto GEM, contando con sucesivas mejoras y actualizaciones del modelo original, que permite la aplicación de cuestionarios validados en el ámbito internacional para el periodo 2023-2024. En este caso, dos encuestas se alcanzan como sustento principal: una dirigida hacia los valores y actitudes emprendedoras de la población adulta de un país, región, provincia o ciudad (*Adult Population Survey: APS*), considerando como población adulta a la comprendida entre 18 y 64 años; y una segunda encargada de recoger la opinión de expertos sobre el contexto, las condiciones y los factores del entorno relativos a la actividad emprendedora y empresarial (*National Experts' Survey: NES*).

La información obtenida tras el análisis de los datos es complementada con información procedente de otras fuentes secundarias (sobre desarrollo económico, demografía, mercado laboral, innovación, competitividad, etc.) para relativizar la heterogeneidad de las condiciones intrínsecas de los diferentes países de los que se recoge información (por ejemplo, *Global Competitiveness Report: GCR*).

El resultado es un indicador que responde a la 'actividad emprendedora total' (*Total Entrepreneurial Activity: TEA*; en otros trabajos puede aparecer como la 'tasa de actividad emprendedora'). Desagregado, cuenta con cuatro componentes según el modelo del proceso emprendedor del proyecto GEM: 'emprendimiento potencial', 'emprendimiento naciente', 'nuevo emprendimiento' y 'empresa consolidada', correspondiendo respectivamente con aquella parte de la población que ha manifestado la intención de llevar a cabo una actividad emprendedora en los próximos tres años, iniciativas emprendedoras que se han puesto en marcha y aún no han pagado salarios, iniciativas empresariales de reciente creación con una actividad de vida económica menor de tres años y medio, y las empresas creadas recientemente que llevan más de tres años y medio operando en el mercado. Gracias a la homogeneidad de las encuestas en las que se apoya el estudio y el tratamiento de los estadísticos correspondientes, es posible una comparación a nivel global, nacional, regional, provincial y local de los resultados obtenidos, para las poblaciones de los que hay datos disponibles.

Este informe se marca como objetivo principal analizar qué actitudes, valores y percepciones de la población de Castilla-La Mancha condicionan el comportamiento emprendedor, para obtener la TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) (total y por género, por motivación, por sector, por actividad, por etapa, etc.) y conocer cuál es la opinión de los expertos respecto a las condiciones para el emprendimiento en la Región. Esto nos permite comparar los resultados obtenidos regionalmente con los datos nacionales, observando la posición relativa de los indicadores respecto a los nacionales y de la misma manera, observar la trayectoria de los últimos cinco años en la Región analizando el comportamiento experimentado.

2. Metodología

Las herramientas de información utilizadas ofrecen datos sobre los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población adulta (entre 18 y 64 años), de la actividad emprendedora y empresarial, sus fases y características, así como del contexto en el que se desarrolla este proceso emprendedor.

En el caso de las encuestas sobre la población adulta (APS), la muestra considerada ha sido la población entre 18 y 64 años de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. Con una población objetivo de 1.296.588 personas se toma una muestra de 1.000 personas¹, trabajando con un margen de confianza de 95,0%, un error muestral de $\pm 3,1\%$ para el conjunto de la muestra y una varianza de máxima indeterminación ($p=q=50\%$). El periodo de realización de la encuesta fue de junio a julio del año 2023, realizando el trabajo de campo con la colaboración del Instituto Opinometre, que se ha encargado de la grabación y creación de la base de datos.

En la recogida de la opinión de expertos sobre las condiciones del contexto y factores del entorno que inciden en el emprendimiento, utilizamos el cuestionario NES, tomando como población una muestra de 46 expertos de la Región en áreas diferentes: *financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencias de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales*.

3. Resultados y conclusiones

Para el periodo de análisis, tras una visión inicial de los datos, se comprueba que el índice TEA en Castilla-La Mancha asciende respecto al ejercicio anterior (sube 1,1 puntos), situándose en el 7%, superando ligeramente la media nacional (6,8%), cifra que también experimenta una subida respecto al año anterior, que se situaba en el 6%. Este aumento en la Región es debido principalmente al aumento del grupo de las iniciativas nacientes, mostrando una cifra superior al pasado ejercicio, experimentando un crecimiento de 0,9 puntos porcentuales. La principal motivación para crear una empresa es “ganarse la vida por escasez de trabajo” (58,8%), claramente relacionada con el emprendimiento “por necesidad”. Este dato, aunque se reduce con respecto al año anterior, se sitúa por encima de la media de la población española. Le sigue la motivación de “continuar con la tradición familiar” y “generar una renta alta o gran riqueza” y con menos puntuación se sitúa la razón de “marcar una diferencia con el mundo”. En cuanto a la TEA por sectores, al igual que en el ejercicio anterior, acumula un mayor porcentaje el sector orientado al consumo, reduciéndose su representación con respecto al año anterior (47% frente al 57%), tras éste, le sigue el sector servicios, seguido del transformador. En relación con el género de los emprendedores en Castilla-La Mancha para el año 2023, la participación de las personas involucradas en el proceso emprendedor incrementa su diferencia por sexos, sigue estando más representado, en todas las fases, el colectivo masculino. En cuanto a la TEA por sexo, el sexo masculino aumenta con respecto al 2022 2,6 puntos, quedando las mujeres ligeramente por debajo del TEA alcanzado en el año anterior (5,2% de mujeres y 8,7% de hombres).

¹ El número de encuestados por provincias, así como la distribución por sexo, edad y ámbito rural vs. urbano se recoge en la ficha técnica del Anexo.

En relación con el grado de innovación en las iniciativas, se observa que las iniciativas innovadoras en fase emprendedora reciente concentran el 35,2% y el 39,4%, en proceso y producto, respectivamente, mejorando notablemente el valor del año 2022.

Atendiendo a la valoración del entorno para el emprendimiento realizada por los expertos, las cifras de 2023 para la Región muestran valoraciones medias menos favorables que la del año anterior para la mayoría de los indicadores, en el entorno nacional los indicadores han evolucionado en el mismo sentido, aunque las diferencias son muy pequeñas. Además, el valor del Índice de Emprendimiento del Contexto Nacional -NECI- alcanza un valor equivalente a la media del país (3,8) lo que supone una fuerte caída con respecto al año anterior (5,1).

En esta edición del informe presentamos los datos del último quinquenio sobre las percepciones de la población regional en relación con el proceso emprendedor y al contexto donde éste se desarrolla. La visión ofrecida debe ayudar en buena medida a los poderes públicos para que la orientación y focalización de sus políticas activas dirigidas a promocionar la cultura emprendedora y la creación de empresas sea más eficaz.

4. Resumen de indicadores

Esta visión inicial cierra con una tabla resumen (Tabla 1) que muestra los principales indicadores descriptores del comportamiento emprendedor en Castilla-La Mancha. Gracias a la regularidad de este informe, junto con las medidas incluidas presentadas en él, obtenemos un cuadro de mando para detectar alteraciones entre periodos, facilitando la evaluación de medidas concretas llevadas a cabo por los agentes públicos que intervienen.

Tabla 1. Indicadores de emprendimiento en Castilla-La Mancha

Valores, actitudes, habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2022	2023
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio/autoempleo en los 2 últimos años	40,1	43,4
Percibe oportunidades para emprender en el área en la que vive en los próximos 6 meses	23,1	28,5
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un nuevo negocio	45,4	52,7
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	59,7	49,1
Percibe que es fácil iniciar un negocio	30,8	28,2

Emprendedores potenciales	2022	2023
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos 3 años	10,1	9,8

TEA: % de población involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	2022	2023
TEA Total	5,9	7,0
TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	5,7	5,2
TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	6,1	8,7

Empresas consolidadas: % de población adulta en iniciativas de más de 3,5 años	2022	2023
Empresas consolidadas Total	7,0	7,4
Empresas consolidadas Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	6,7	7,8
Empresas consolidadas Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	7,3	7,0

Abandono	2022	2023
Ha abandonado una actividad para cerrarla, traspasarla o por jubilación	2,2	3,0

Distribución del TEA	2022	2023
Motivación		
TEA – para marcar una diferencia en el mundo	51,8	26,7
TEA – para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	46,6	32,8
TEA – para continuar una tradición familiar	45,8	33,0
TEA – para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	79,3	58,8

Distribución del TEA	2022	2023
Sector		
TEA del sector extractivo o primario	8,3	2,5
TEA del sector transformador	23,3	18,1
TEA del sector de servicios a empresas	11,7	31,6
TEA del sector orientado al consumo	56,7	47,7
Tamaño		
TEA sin empleados	45,1	66,4
TEA de 1-5 empleados	45,2	30,6
TEA de 6-19 empleados	9,7	3,0
Nivel tecnológico		
TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo	100,0	88,9
TEA iniciativas con nivel tecnológico medio	0,0	4,2
TEA iniciativas con nivel tecnológico alto	0,0	6,9
Internacionalización		
TEA iniciativas con algún grado de internacionalización	27,1	33,5
Innovación		
TEA innovación en producto	29,0	39,4
TEA innovación en proceso	29,0	35,2
Crecimiento		
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	8,5	5,5
Discapacidad		
TEA más del 33% de discapacidad	1,7	0,6
TEA menos del 33% de discapacidad	1,2	0,6
Segmentos poblacionales		
TEA extranjeros	0,7	1,3
TEA rural	28,3	22,4

Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor (Escala 1-10)	2022	2023
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios	6,8	6,3
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	6,1	4,8
Educación y formación emprendedora en la etapa post escolar	6,0	4,3
Programas gubernamentales adecuados para apoyar el emprendimiento	5,4	4,3
Mercado interno dinámico	4,8	4,2

Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor (Escala 1-10)	2022	2023
Facilidad para acceder a la financiación para nuevas empresas	4,9	3,2
Financiación suficiente para emprendedores	4,5	4,0
Transferencia de I + D	4,7	3,5
Normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento	4,3	3,3
Políticas gubernamentales que reducen la burocracia y los impuestos a nuevas empresas	4,3	3,2
Políticas gubernamentales que priorizan el emprendimiento	5,9	3,3
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	3,5	2,0
Percepción de la responsabilidad social de empresas nuevas y en crecimiento	5,0	5,3
Percepción del rendimiento económico de las empresas nuevas y en crecimiento sostenibles	4,9	4,5
Percepción de la prioridad de prácticas de sostenibilidad medioambiental en empresas nuevas y en crecimiento	6,0	5,5
Percepción del respaldo cultural a las prácticas de sostenibilidad en empresas nuevas y en crecimiento	5,8	5,5
Percepción del grado de prioridad del gobierno y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento	5,8	4,4
NECI (Índice del Contexto de Emprendimiento)	5,1	3,8

Contexto Emprendedor

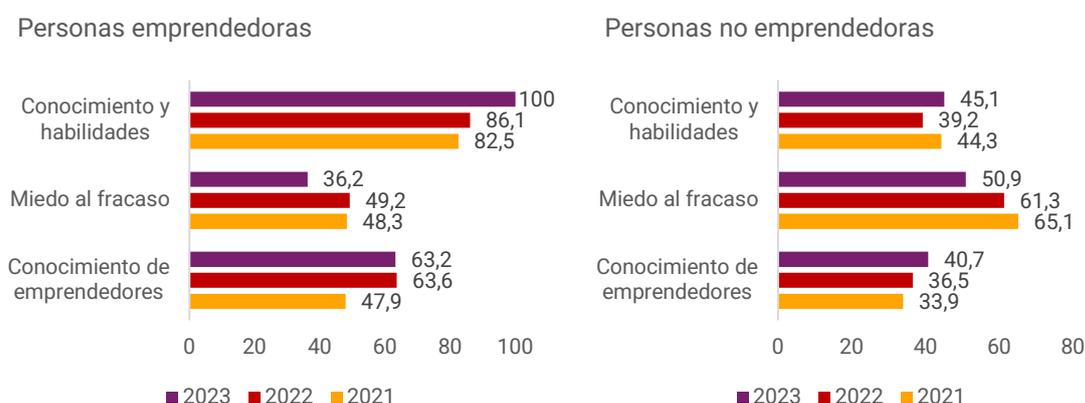
1.1. ¿Qué percibe la población?

En el año 2023, la población de emprendedores de Castilla-La Mancha se ha diferenciado de forma significativa del resto de población en su percepción sobre los valores y sus actitudes para emprender (Figura 1). Aunque ya en el 2022 se alcanzaron valores muy altos en la percepción de la posesión de conocimientos y habilidades para iniciar una actividad empresarial, en esta edición el 100% manifiestan contar con esos conocimientos; también es mayor el número de aquellos que tienen una red de emprendedores, el 63% manifiesta que conoce a personas que han emprendido, similar al valor alcanzado en el año anterior y más de 20 puntos porcentuales por encima de la evaluación que realiza la población no emprendedora. La evaluación del miedo a fracasar como freno a la creación de la empresa es más frecuente en la población no emprendedora. El 36,2% de personas emprendedoras manifiestan que el miedo al fracaso supone un freno, este valor está 20 puntos porcentuales por debajo del año pasado, mostrando la población emprendedora menor aversión al riesgo. Frente a estos números, la valoración de las personas no emprendedoras, aunque también se ha reducido con respecto a la edición anterior, se encuentra 15 puntos por encima de la de los emprendedores.

Además de la diferencia en la percepción del riesgo, los dos segmentos de población -emprendedora vs. no emprendedora- presentan valores y actitudes muy diferentes. Los emprendedores presentan más del doble de porcentaje que la población no emprendedora en la posesión de conocimientos y habilidades para emprender y una diferencia al alza de 23 puntos porcentuales en la red de contactos emprendedores potenciales.

Figura 1. Percepción sobre valores y actitudes para emprender

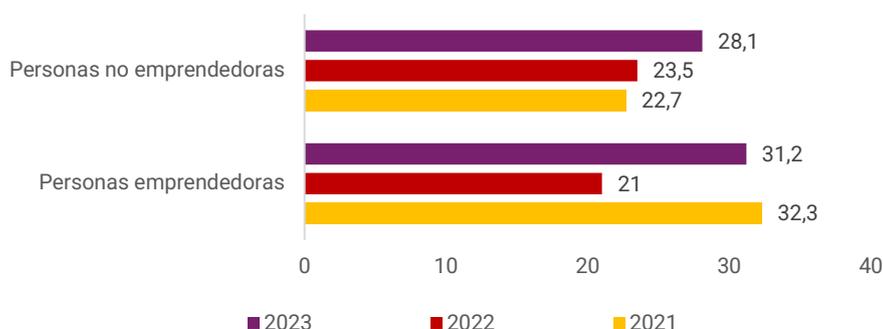
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Las percepciones de oportunidades en el entorno para emprender se han incrementado notablemente en los emprendedores, así como en la población no emprendedora (Figura 2). La subida experimentada en las personas emprendedoras permite recuperar la caída sufrida en el año 2022 y alcanzar valores equivalentes a los del año 2021.

Figura 2. Percepciones sobre oportunidades para emprender (en porcentaje)

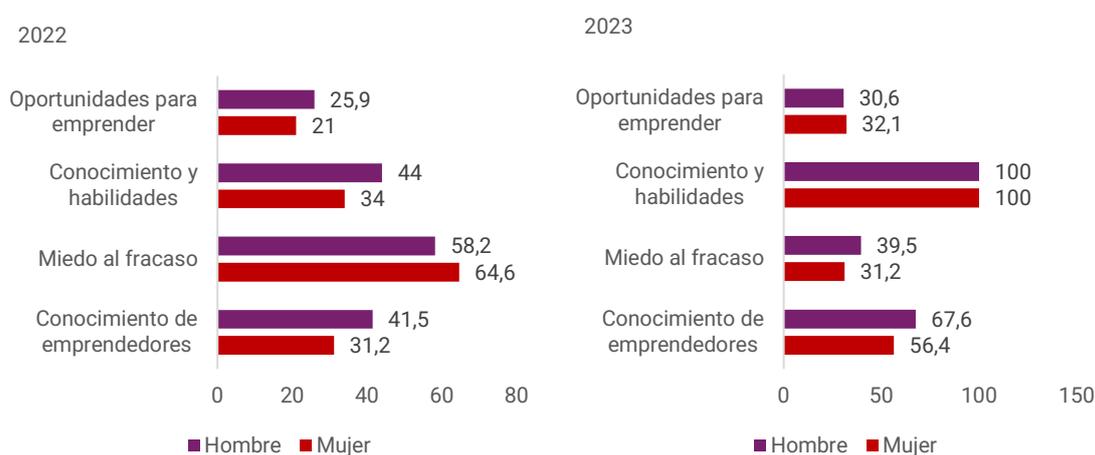
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



El análisis de las percepciones de los valores y las actitudes para emprender por género de la población involucrada (Figura 3) ponen de manifiesto que las mujeres mejoran la percepción de oportunidades con respecto al año 2022, presentando por primera una puntuación más alta que los hombres. Se consideran igualmente capacitadas para emprender que los hombres por la valoración de sus conocimientos y habilidades y manifiestan menos miedo al fracaso. Estas actitudes de las mujeres con respecto a la de los hombres supone un cambio con respecto a los valores que se venían evidenciando en la población en ediciones anteriores. Por contra, siguen teniendo una red más reducida de emprendedores a su alrededor que podría afectar negativamente en la propensión a emprender y explicar la menor tasa de emprendimiento femenina. La evolución de los indicadores con respecto al año anterior señala percepciones más positivas tanto de las mujeres como de los hombres.

Figura 3. Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Los datos nos indican que casi el 68% de las mujeres que están iniciando sus negocios lo hacen sin percibir oportunidades claras, frente al casi 70% de los hombres.

1.2. ¿Hay diferencias entre Comunidades Autónomas en las actitudes emprendedoras?

Del Informe GEM España 2023 podemos obtener los mapas que se muestran a continuación en la Figura 4 y Figura 5. En ellos podemos observar en qué grupo se encuentra la población de Castilla-La Mancha en relación con las actitudes y valoraciones realizadas sobre el emprendimiento. De las tres categorías identificadas por los valores medios alcanzados, nuestra región se encuentra en aquella que representa las puntuaciones centrales -en rojo estarían las autonomías con puntuaciones por encima de la media de España (más favorables excepto para la variable de miedo al fracaso que se interpreta en sentido contrario) y en gris las que tienen valores por debajo de la media española -indicando una percepción más desfavorable en los indicadores de emprendimiento (salvo en la variable de miedo al fracaso en la que una puntuación alta indica una actitud desfavorable a emprender)-. En 5 de las 8 variables analizadas, Castilla-La Mancha repite el grupo de pertenencia (posición intermedia). Dos de las variables en las que Castilla-La Mancha se encuentra en el grupo de baja puntuación son relativas a la cultura de emprendimiento de la Región: la población considera por debajo de la media que emprender proporciona buen estatus y que los medios de comunicación no prestan suficiente atención a los casos de emprendedores notables. La tercera variable en la que se encuentra en el citado grupo es la del miedo al fracaso. Esta variable está correlacionada negativamente con el emprendimiento, esto es, puntuaciones altas en el miedo al fracaso tiene como resultado puntuaciones bajas en el nivel de emprendimiento, y viceversa. Así, Castilla-La Mancha, encontrándose entre las comunidades autónomas en las que el miedo a fracasar es percibido por la población con menor frecuencia como barrera para el emprendimiento, estaría en una mejor posición ante el emprendimiento que aquellas otras regiones con puntuaciones más altas.

Figura 4. Posicionamiento en actitudes y valores para emprender por CC.AA.

Fuente: GEM-España y GEM Castilla-La Mancha APS 2023

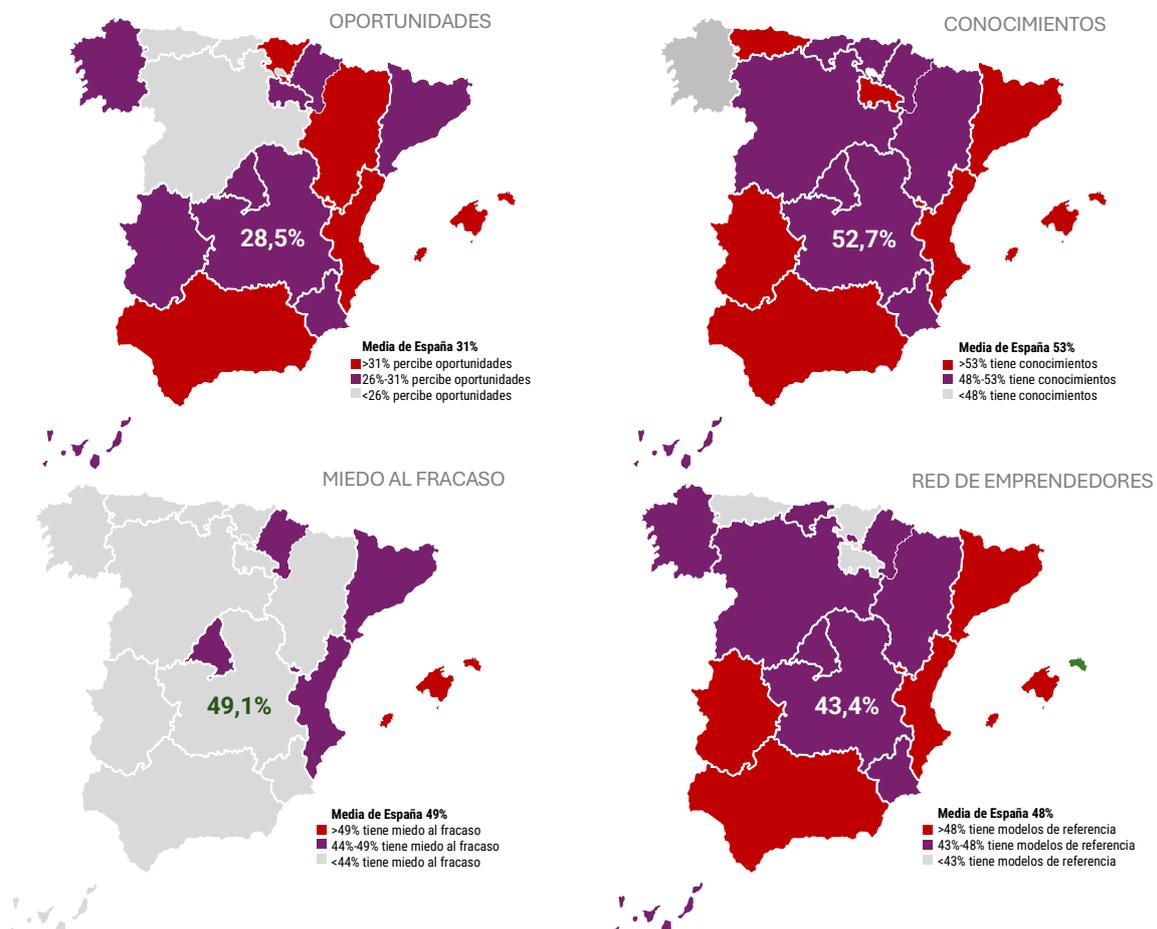
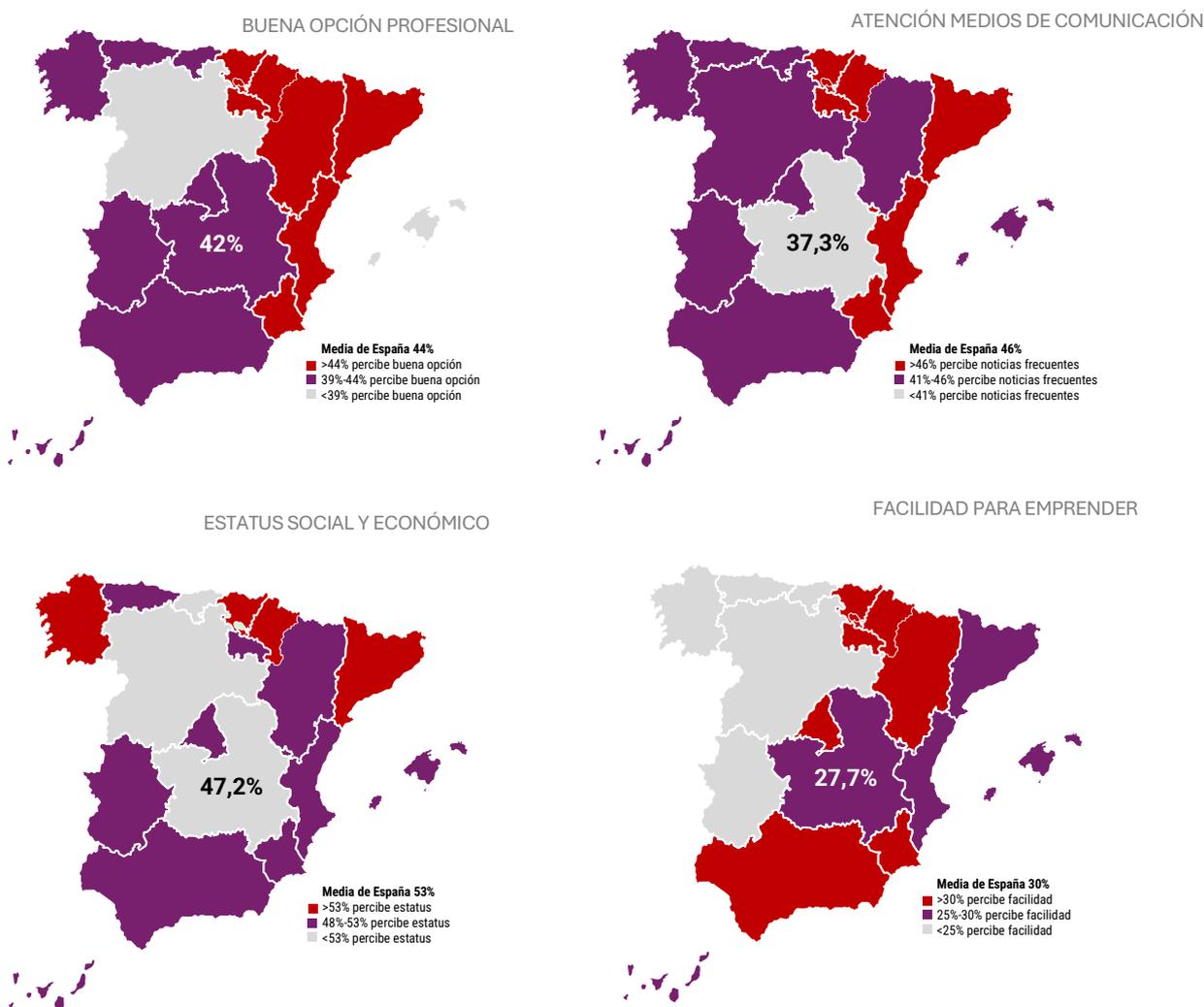


Figura 5. Posicionamiento en actitudes y valores para emprender por CC.AA. (cont.)

Fuente: GEM-España y GEM Castilla-La Mancha APS 2023



En la Figura 6 y Figura 7 se muestra el posicionamiento relativo de Castilla-La Mancha con respecto a las otras regiones españolas, frente a la media de España, de los países de la Unión Europea -UE27- y frente a los países de ingresos altos. Castilla-La Mancha se posiciona por debajo de España, UE27 y países de ingresos altos en todos los indicadores en los que puntuaciones altas representan posiciones favorables. Por el contrario, se encuentra con valores por encima en aquel indicador que tiene una interpretación inversa.

Castilla-La Mancha presenta valoraciones peores en todos los indicadores que la media de la población de España. En cuanto a la comparación con otras comunidades autónomas, observamos que la posición que ocupa la Región no consigue superar la mitad de la tabla, en la percepción de oportunidades, al igual que en la valoración del papel desempeñado por los medios de comunicación, (ocupa el puesto número doce). Se posiciona decimosegunda en la percepción de oportunidades para emprender, la decimoprimera en la facilidad para crear una empresa, la décima en la valoración de la capacitación en conocimientos y habilidades, la novena en cuanto a la consideración del emprendimiento como una buena opción profesional y la octava en cuanto a la existencia de modelos de referencia. Por último, es la cuarta región en la valoración del miedo al fracaso como una barrera para el emprendimiento. Si lo comparamos con las posiciones que tenía en 2022 vemos que ha empeorado la posición relativa en el indicador de oportunidades, en el de conocimiento y habilidades y en el del miedo a fracasar, mientras que ha mejorado ligeramente en el resto.

Figura 6. Posicionamiento relativo regional de las actitudes y valores para emprender (en porcentaje)

Fuente: GEM-Castilla-La Mancha APS 2023

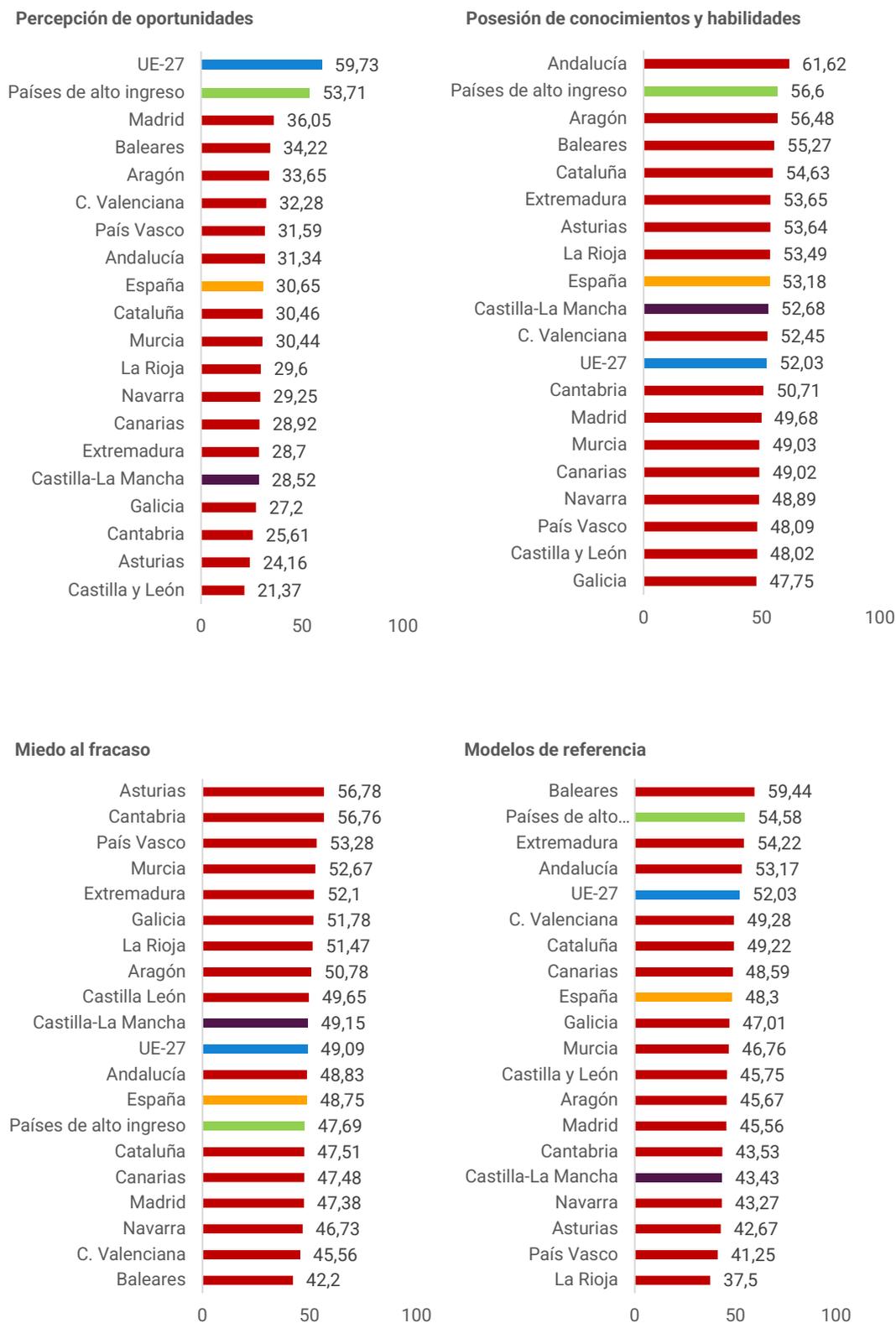
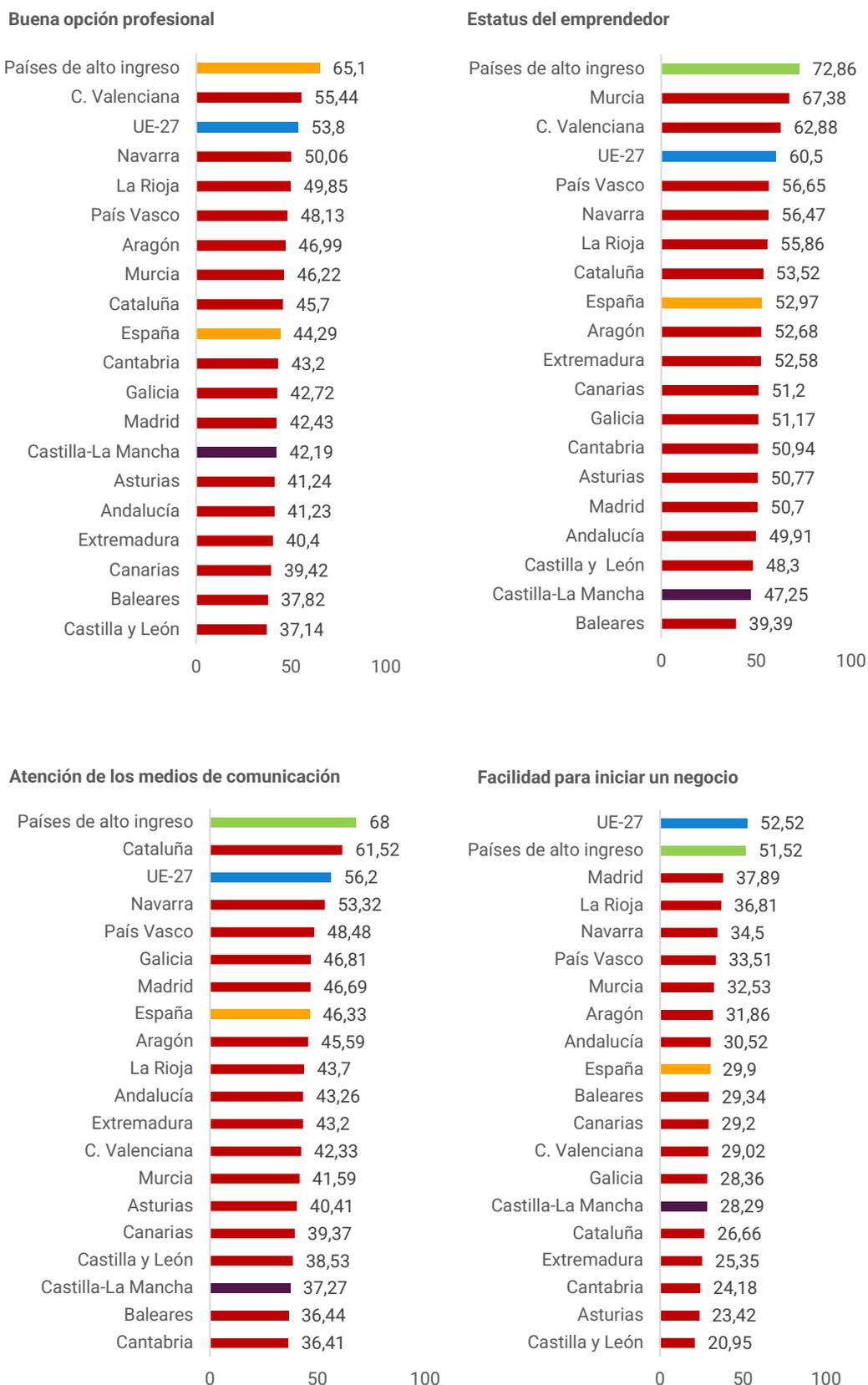


Figura 7. Posicionamiento relativo regional de las actitudes y valores para emprender (cont.)

Fuente: GEM-Castilla-La Mancha APS 2023

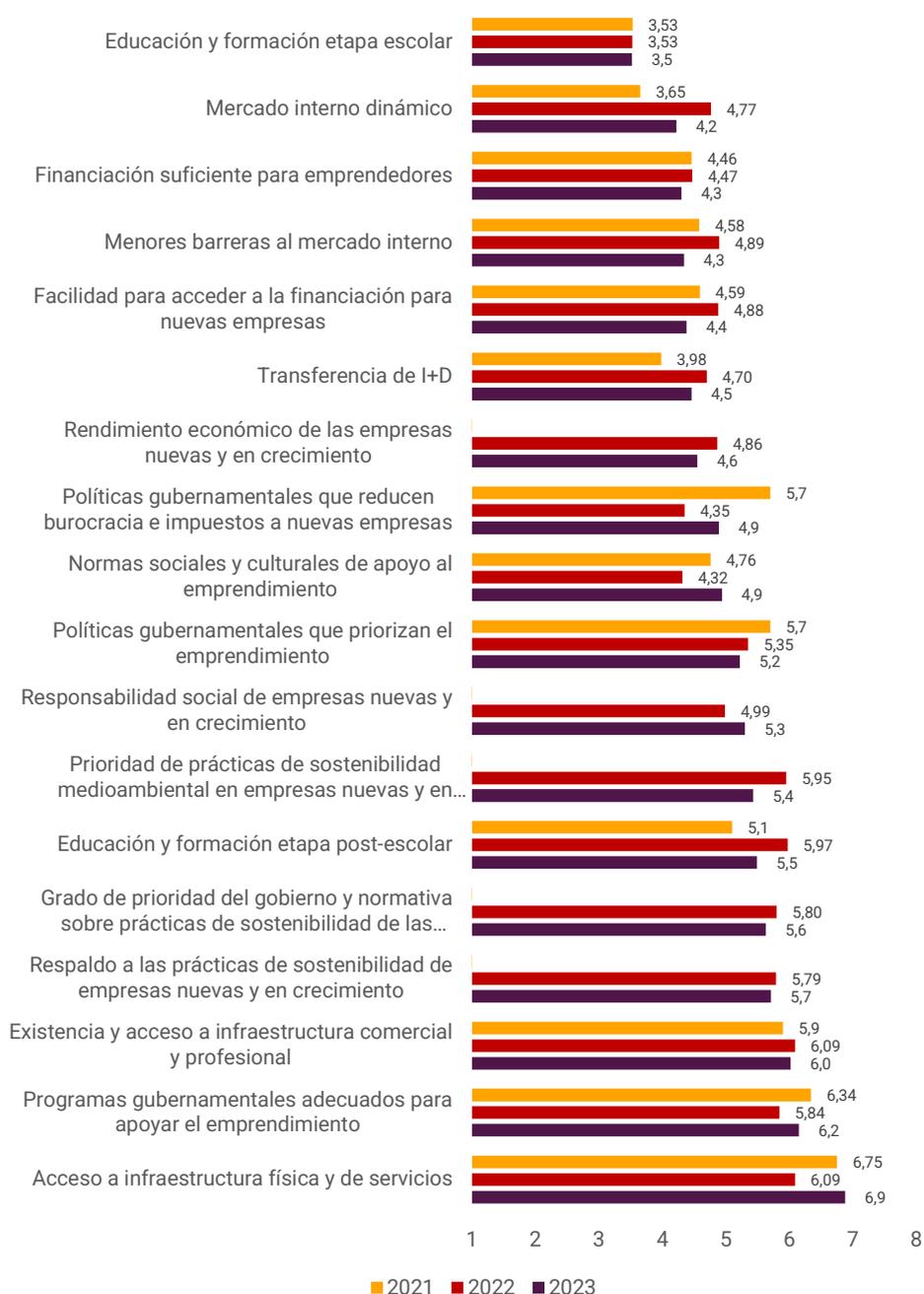


1.3. ¿Qué perciben los expertos?

En la Figura 8 se recogen las puntuaciones proporcionadas por los expertos en los tres últimos años en una escala de 1 a 10, sobre las condiciones del entorno: financiación, educación para el emprendimiento, políticas y programas gubernamentales, investigación e innovación y normas sociales y culturales para emprender, siendo 1 muy desfavorable y 10 muy favorable.

Figura 8. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender

Fuente: GEM Castilla-La Mancha NES 2021-2023



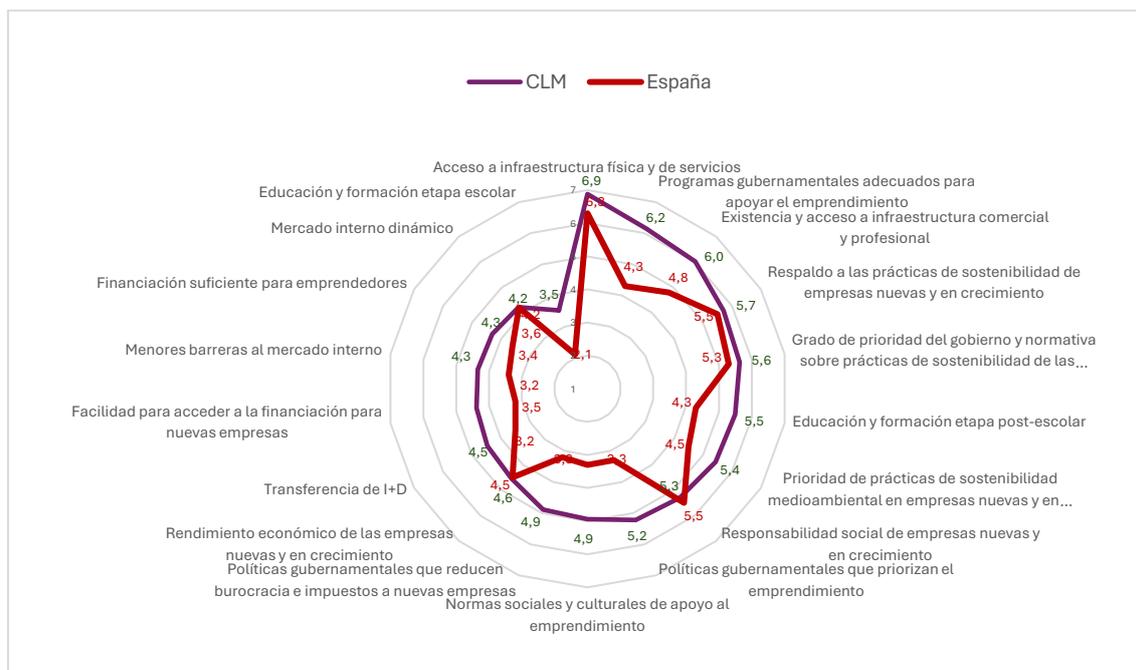
En esta edición del informe de 2023-2024 se continúa con la inclusión de los indicadores vinculados con la sostenibilidad social, económica y medioambiental. Estos indicadores presentan valores similares a los de la edición anterior, muy cercanos a 5 (valor central de la escala), tan solo la valoración del rendimiento económico se queda a una décima de ese valor.

La comparación temporal de las valoraciones de los expertos muestra un empeoramiento en la percepción de los mismos en los tres años considerados y en todas las variables contempladas salvo en dos factores que mejoran ligeramente. Se trata del acceso a la infraestructura física y de servicios y la priorización de la responsabilidad social por parte de las nuevas empresas o en crecimiento. Si tomamos como referencia solo el año anterior se observan variaciones positivas además en las políticas que reducen la burocracia y los impuestos y las normas sociales y la cultura hacia el emprendimiento.

En la Figura 9 se muestran los valores medios de la percepción de las condiciones del entorno para emprender de Castilla-La Mancha y España. Los valores medios de los emprendedores de Castilla-La Mancha están por encima de la media de España² en todos los indicadores salvo en la dinámica del mercado interno, la priorización del rendimiento económico por parte de las empresas nuevas y en crecimiento y la responsabilidad social de las nuevas empresas en los que España presenta una media ligeramente superior.

Figura 9. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. CLM vs. España

Fuente: GEM Castilla-La Mancha NES 2023



En la Figura 10 se muestra la comparación de Castilla-La Mancha con los 27 países de la Unión Europea. Se observan valores muy similares, ligeramente por encima son las valoraciones medias de los emprendedores castellanomanchegos salvo en las relativas al mercado interno (dinamismo y barreras), al enfoque en el rendimiento económico de las nuevas empresas y a la prioridad en las prácticas de sostenibilidad de estas.

² Nota: el valor de España es la valoración de los expertos del panel nacional, no es el valor medio de los valores de los expertos regionales.

Los expertos del ecosistema de emprendimiento de Castilla-La Mancha proporcionaron, además de las valoraciones a las variables propuestas, un listado de factores capaces de promover la creación de empresas y una serie de recomendaciones. En la Figura 12 se muestran los factores que se han señalado con mayor frecuencia. Destaca la educación y formación en emprendimiento como el principal factor impulsor del emprendimiento. Aunque con menor frecuencia, también se señalan como promotores del emprendimiento, la transferencia e I+D, la sostenibilidad y la responsabilidad social y el desarrollo de políticas gubernamentales.

Figura 12. Factores impulsores del emprendimiento según los expertos

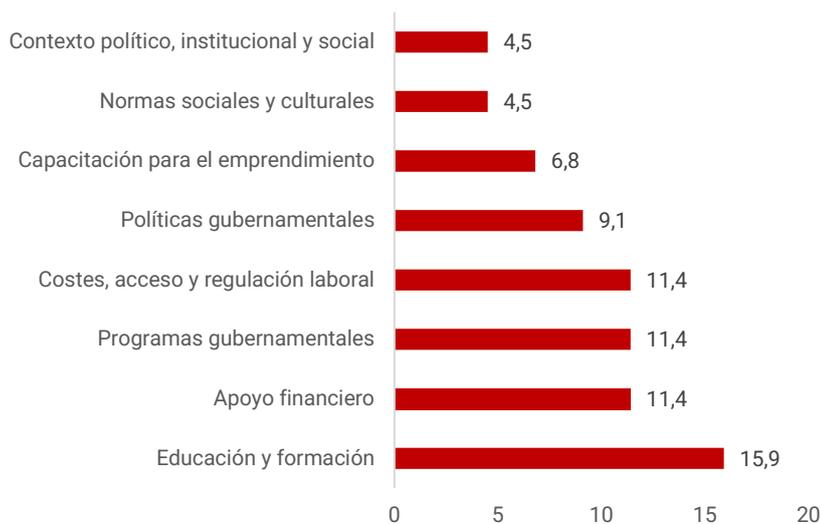
Fuente: GEM Castilla-La Mancha NES 2023



En la Figura 13 se recogen las principales recomendaciones, en las que mayor consenso se ha conseguido entre los expertos. Se puede observar que la educación y formación es la recomendación más frecuente seguido de las condiciones del mercado laboral, programas gubernamentales y el apoyo en la financiación.

Figura 13. Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor

Fuente: GEM Castilla-La Mancha NES 2023



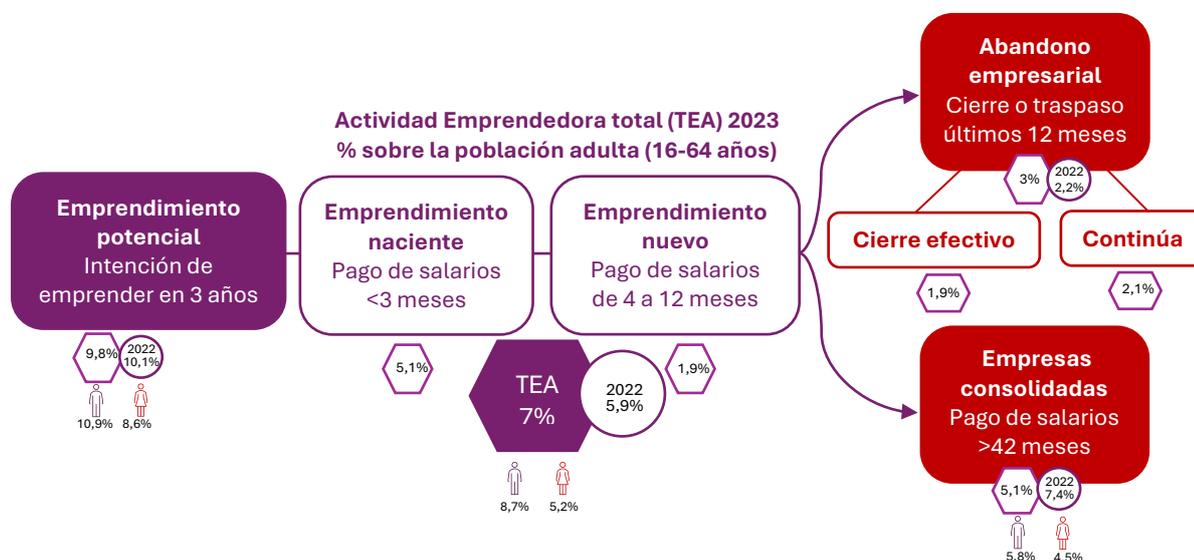
El proceso emprendedor

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

Emprender es un proceso que se desarrolla a través de varias etapas, comienza con una intención y culmina cuando la empresa está consolidada. Los **emprendedores potenciales** son las personas que muestran una propensión al emprendimiento y manifiestan la intención de involucrarse en actividades emprendedoras en los próximos tres años. Cuando dicha intención se materializa en una actividad emprendedora efectiva, los protagonistas de este proceso evolucionan desde la categoría de emprendedores potenciales a la de **emprendedores nacientes** (caracterizados por haber ejecutado pagos salariales durante un período no superior a tres meses) y, posteriormente, a la de **emprendedores nuevos** (cuando han pagado salarios entre cuatro y cuarenta y dos meses). Una vez transcurrido el lapso de tres años y medio (equivalente a cuarenta y dos meses), las iniciativas emprendedoras adquieren la consideración de **empresas consolidadas**.

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) efectúa anualmente un cálculo del porcentaje correspondiente a la población que se encuentra inmersa en cada una de estas etapas del proceso emprendedor. El índice de Actividad Emprendedora Total (TEA por sus siglas en inglés), que constituye el principal indicador del GEM, refleja el **porcentaje de la población adulta que se halla comprometida en la fase central de este proceso emprendedor**. En esta fase se contemplan tanto los **emprendimientos nacientes como los nuevos**, los cuales constituyen el epicentro de las iniciativas emprendedoras recientes.

Figura 14. Proceso emprendedor
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Durante el año 2023 el emprendimiento potencial y reciente en Castilla-La Mancha sigue creciendo de forma gradual, dejando atrás las dudas generadas durante el periodo de incertidumbre vivido en 2020 y 2021. El 9,8% de la población de la Región está pensando en emprender y 7 de cada 100 personas están poniendo en marcha un negocio nuevo. En la fase de consolidación encontramos al 5,1% de la población, un porcentaje que disminuye respecto a 2022 (7,4%). El abandono empresarial ha aumentado respecto al año 2022, pasando de 2,2% al 3% en 2023.

En la Figura 14 se puede apreciar que el porcentaje de hombres involucrado en actividades emprendedoras recientes aumenta considerablemente en relación con el de las mujeres (8,7% frente al 5,2%). Se observa también una menor capacidad de resistencia de las mujeres para permanecer en la fase de consolidación del proceso emprendedor en relación con el año anterior. Los datos muestran también una disminución de la intención emprendedora de las mujeres que pasa de 9,6% en 2022 a 8,6% en 2023. Esta perspectiva general muestra un proceso emprendedor en la Región diferente según en sexo, más saludable en los hombres entre los que cada vez hay más personas con intención de emprender y 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 15. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

						
	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
2022	9,6	5,7	7,8	10,1	6,1	7,0
2023	8,6	5,2	4,5	10,9	8,7	5,8

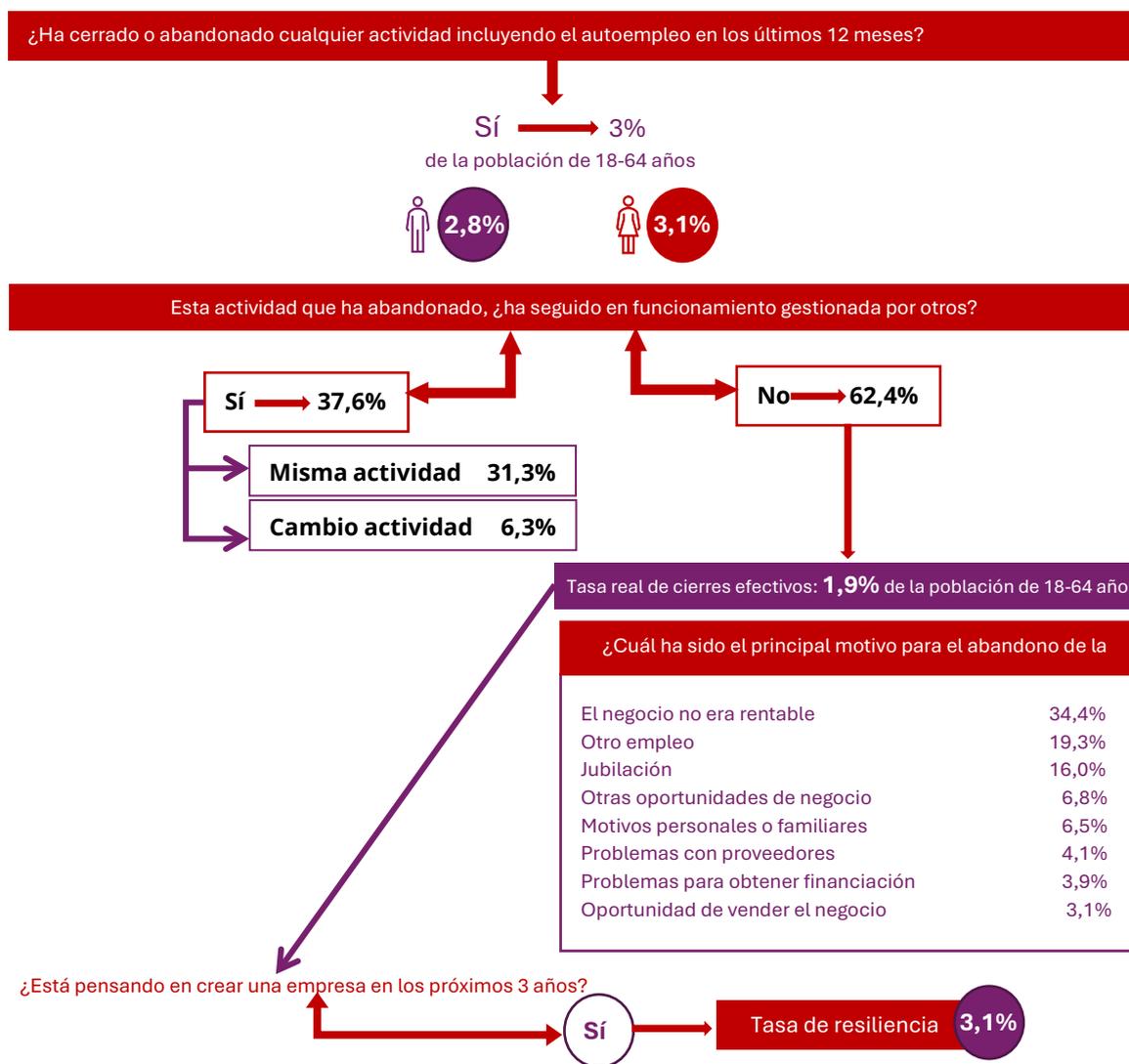
A pesar de que el 3% de la población ha cesado sus actividades empresariales durante el año 2023, solo el 1,9% efectúa el cierre definitivo de sus negocios. Esto indica que otros emprendedores retoman proyectos previos que iban a ser abandonados.

La principal causa de abandono se atribuye a la falta de rentabilidad del negocio (34,4%), seguido de los cierres planificados a través de jubilaciones (16%). El 19,3% de los abandonos ocurren cuando se presenta una oportunidad de empleo u otras oportunidades de negocio en el 6,8% de los casos, estas dos últimas causas pueden implicar que el emprendedor se reciclará en un nuevo proceso de negocio. El 3,1% de los cierres ocurre cuando se presenta una oportunidad de vender el negocio implicando que la actividad continuará en manos distintas. Existen otros motivos de índole personal o familiar (6,5%) o los desafíos para obtener financiación (3,9%).

Este año el informe GEM recoge un nuevo parámetro para conocer la tasa de resiliencia de los emprendedores, es decir, los emprendedores que han abandonado sus negocios en los últimos 12 meses que manifiestan la intención de involucrarse en actividades emprendedoras en los próximos 3 años. En 2023 esta tasa se sitúa en el 3,4%.

Figura 16. Abandono de la actividad empresarial en España en 2023

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

La evolución a lo largo de los últimos once años de los indicadores del proceso emprendedor (Figura 17) muestra una mayor variabilidad en el emprendimiento consolidado en comparación con el comportamiento de los emprendedores en las fases recientes y consolidadas y en el emprendimiento potencial. El emprendimiento potencial mostró un crecimiento en 2019 llegando casi a los datos más altos de la serie temporal (2014), tras la caída experimentada en 2020 se ha iniciado una tendencia creciente en los tres últimos años con un crecimiento de 3 puntos porcentuales. A partir del año 2021, se observa también un crecimiento en la tasa de emprendedores recientes (TEA) que este año 2023 aumenta más de 1 punto porcentual, aunque no se logra estabilizar el porcentaje de empresas consolidadas.

Figura 17. Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2013-2023

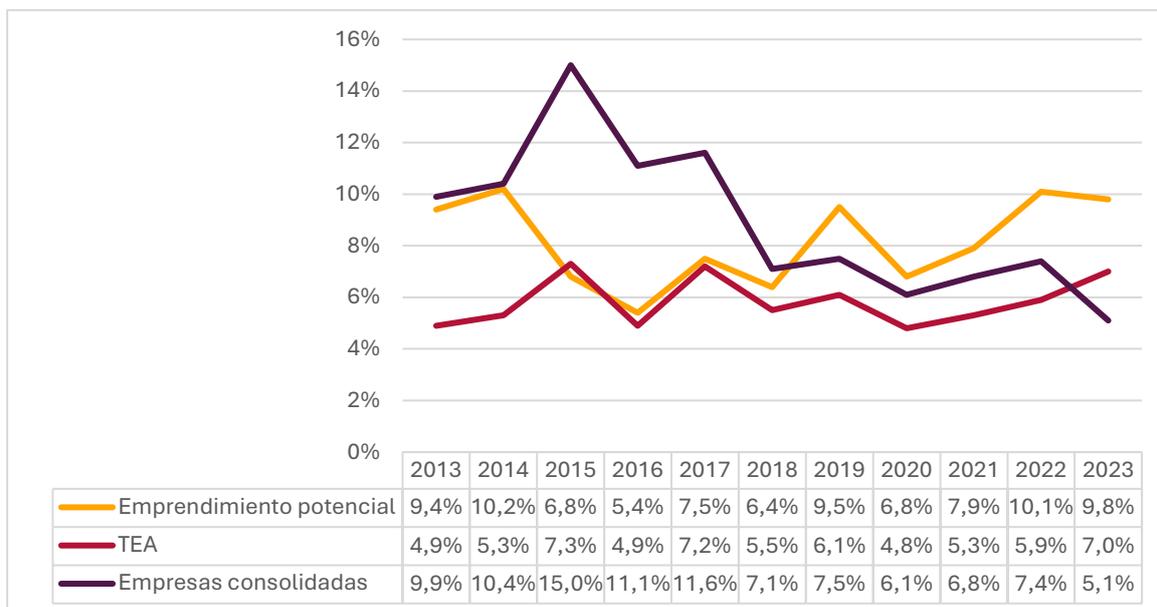
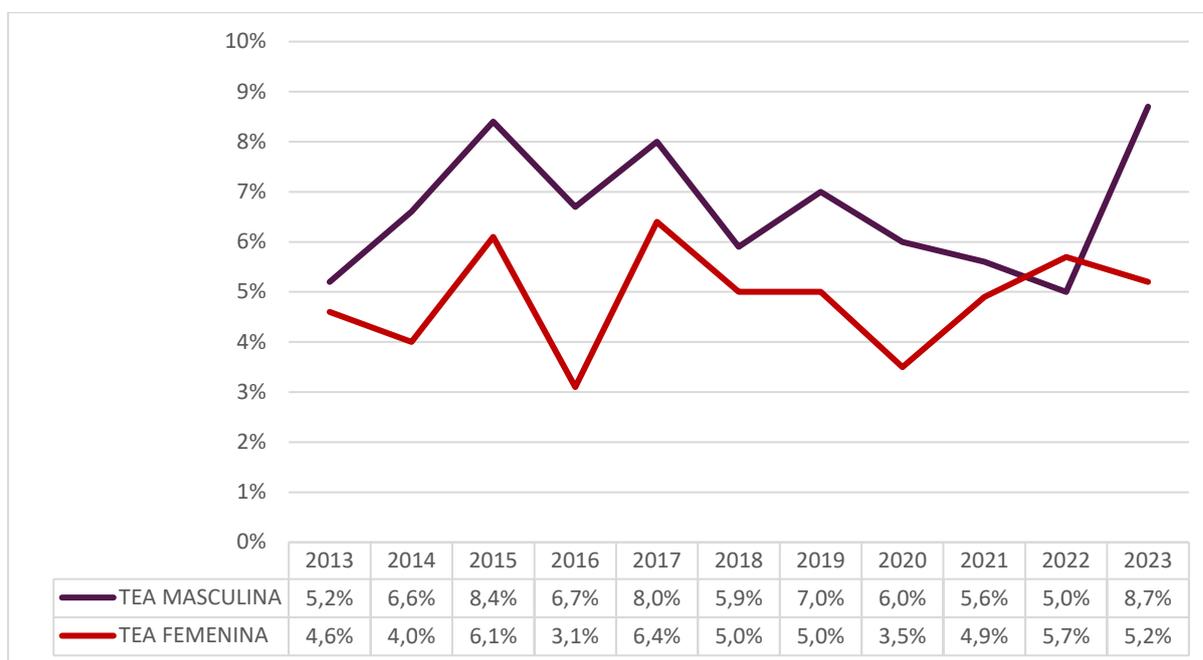


Figura 18. Evolución índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2012-2022

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2013-2023

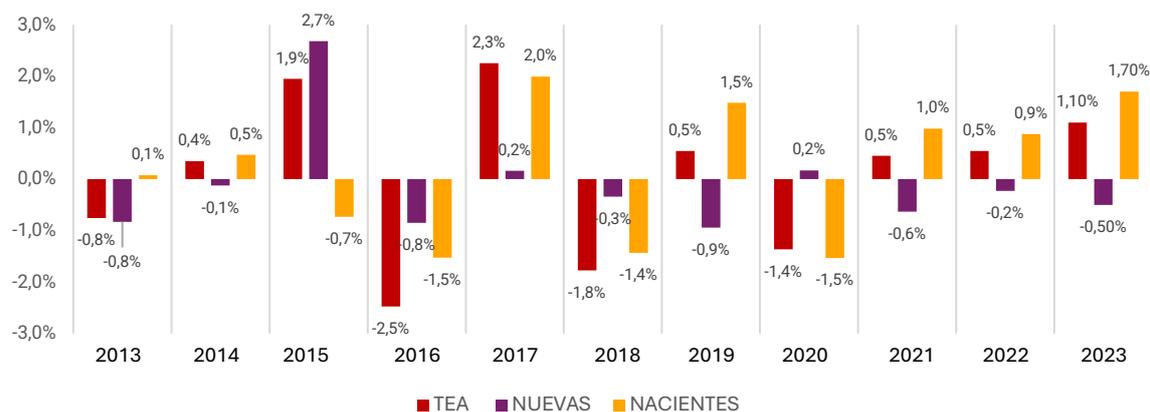


La tasa de emprendimiento femenino de 2023 disminuye, frenando el crecimiento comenzado en el año 2021 aunque sigue buscando la recuperación de la fuerte caída experimentada en 2020. La TEA de las mujeres se queda en este año más alejada de la de los hombres. La tasa de emprendimiento masculino aumenta considerablemente en 2023 superando los datos más altos de la serie temporal desde 2013 (Figura 18).

En la Figura 19 se muestra la evolución en las tasas de crecimiento del indicador de actividad emprendedora, desagregado en sus dos componentes: nacientes y nuevas. Tras la importante caída experimentada en 2020, la subida de los dos últimos años ha hecho que se recupere la tasa a niveles previos a la pandemia. En relación con 2022, este año han experimentado un importante crecimiento las actividades emprendedoras nacientes.

Figura 19. Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA, nacientes y nuevas

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2013-2023



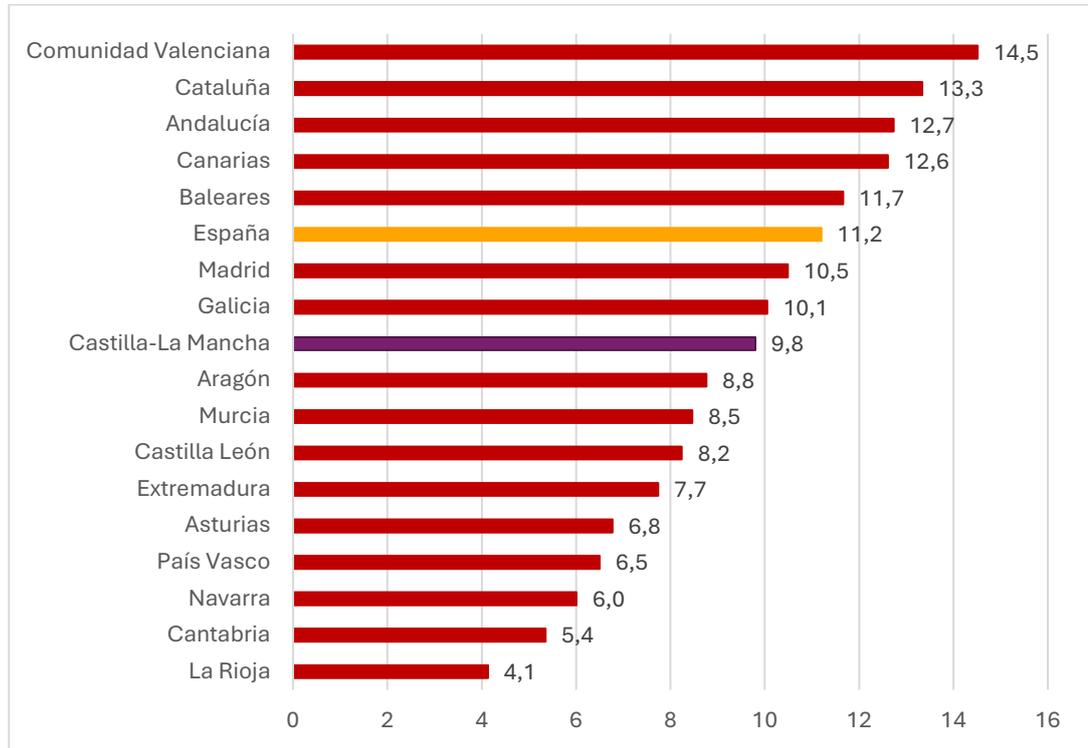
2.3. Indicadores de emprendimiento por CC.AA.

Durante el año 2023 se ha producido un crecimiento sin precedentes en las expectativas emprendedoras de la población española. En la Figura 20 se muestran los valores del emprendimiento potencial, la tasa de actividad emprendedora, la tasa de emprendimiento consolidado y la tasa de cierre en los diferentes ámbitos geográficos. Castilla-La Mancha presenta valores por encima de la media de España en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA). Ocupa valores por encima de la media de las comunidades en emprendimiento potencial (octava posición), sin embargo, ocupa valores bajos en la tabla comparativa en emprendimiento consolidado y se encuentra muy cerca de la media española en los cierres o abandonos.

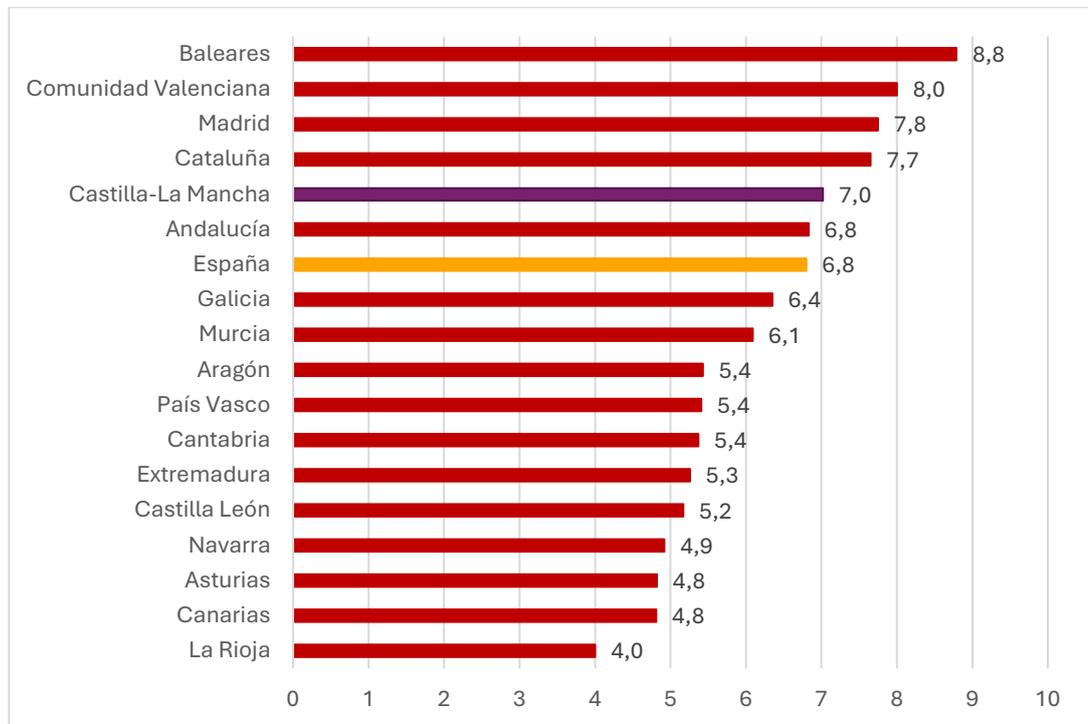
Figura 20. Posicionamiento de Castilla-La Mancha en relación a las CC.AA.

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

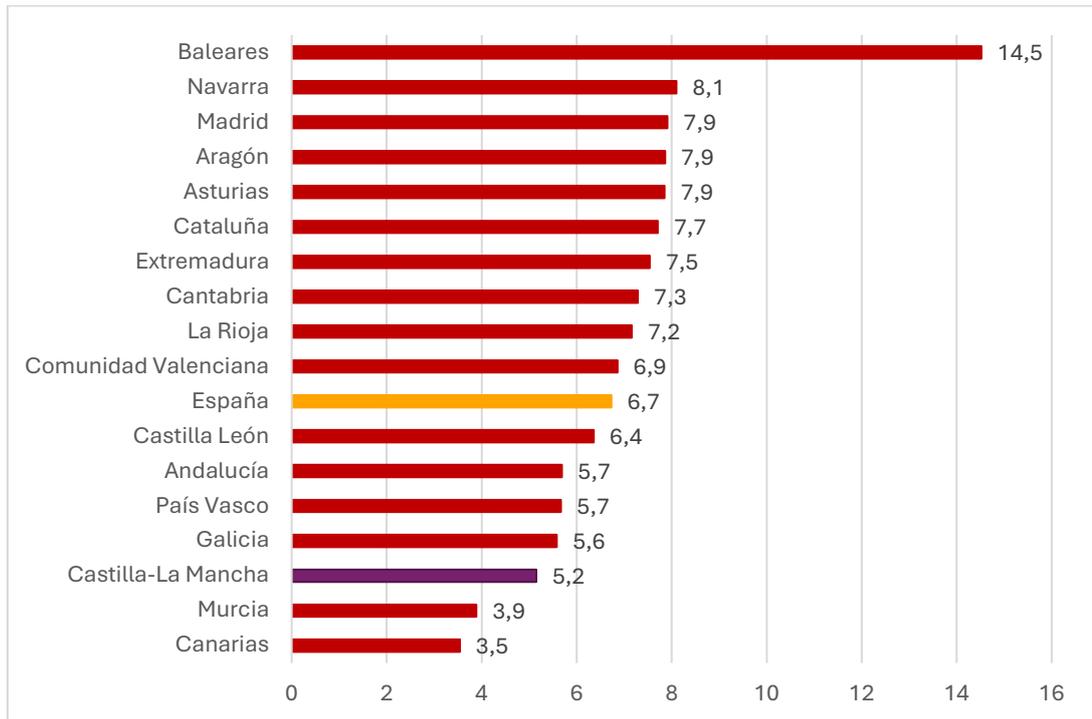
Emprendimiento potencial



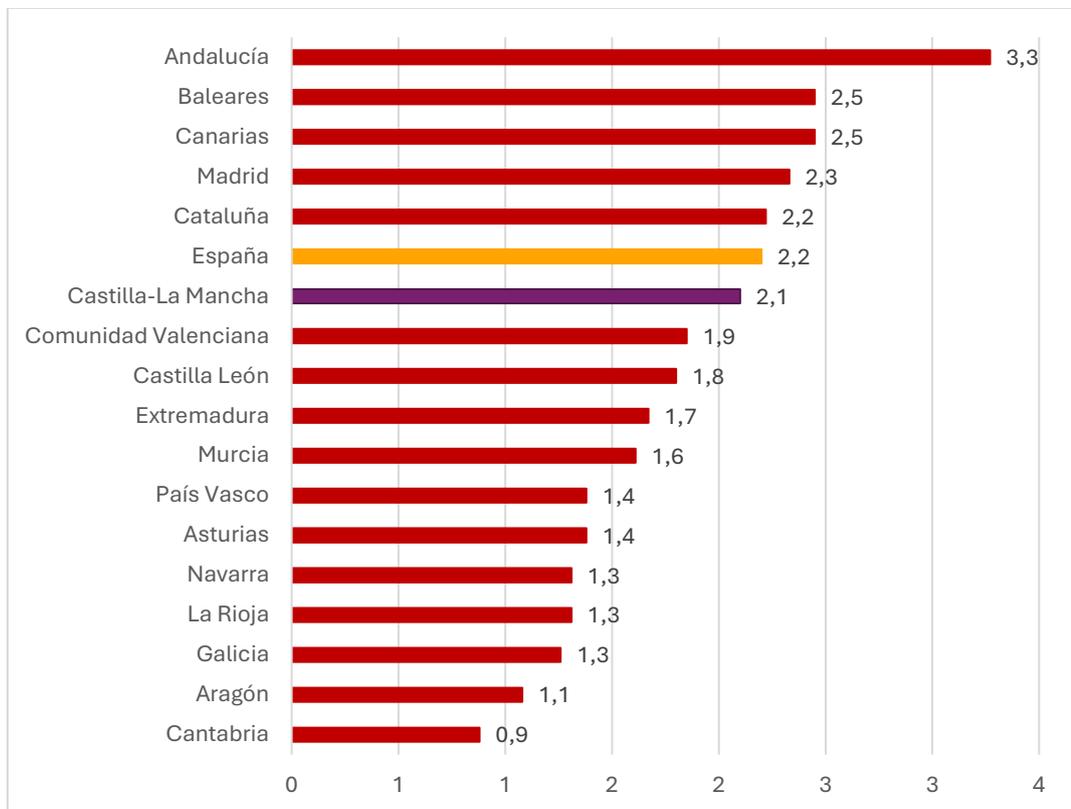
TEA



Empresas Consolidadas



Cierres



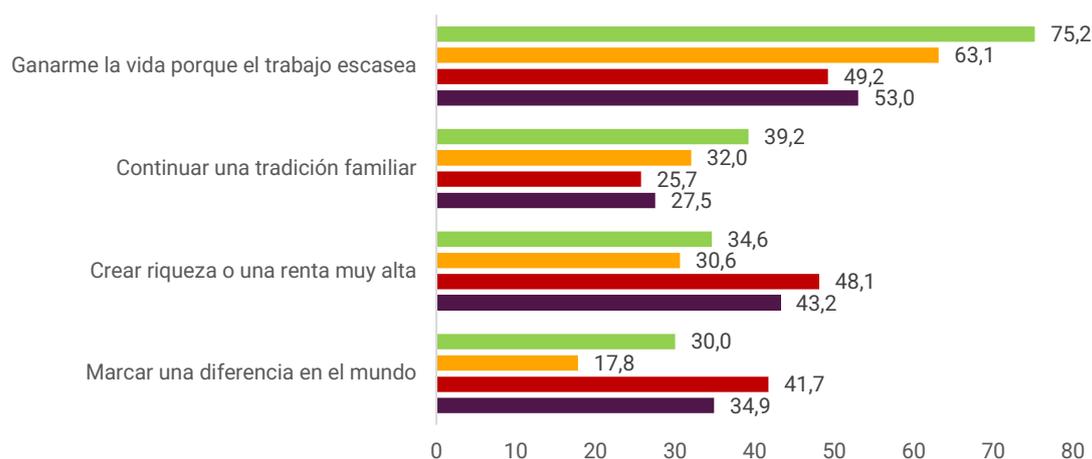
Perfil del emprendedor

3.1. Motivaciones para emprender

En este apartado se recoge el resultado sobre las diferentes motivaciones que llevan a la población a emprender. En la Figura 21 se aporta la información segmentada por la fase en la que el emprendedor se encuentra TEA (naciente y nueva) y consolidada. Entre las motivaciones de la población emprendedora temprana se encuentra, en primer lugar, la de conseguir un medio para ganarse la vida (53%), esto se corresponde claramente con la creación de empresa por necesidad. Las nuevas iniciativas son las que con mayor frecuencia manifiestan esta motivación (63%), aunque se observa que muchas de indican que la motivación es continuar con la tradición familiar (32%). Sin embargo, en las iniciativas nacientes, si bien esa también es la principal motivación, se observa una mayor motivación por oportunidad: buscando crear riqueza o incrementar la renta (48,1%) o marcar una diferencia en el mundo (41,7%). Los emprendedores consolidados presentan un patrón de motivación por necesidad muy similar, el 75,2% afirma que “ganarse la vida” es lo que motivó su emprendimiento.

Figura 21. Motivaciones emprendedoras (en porcentaje)

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

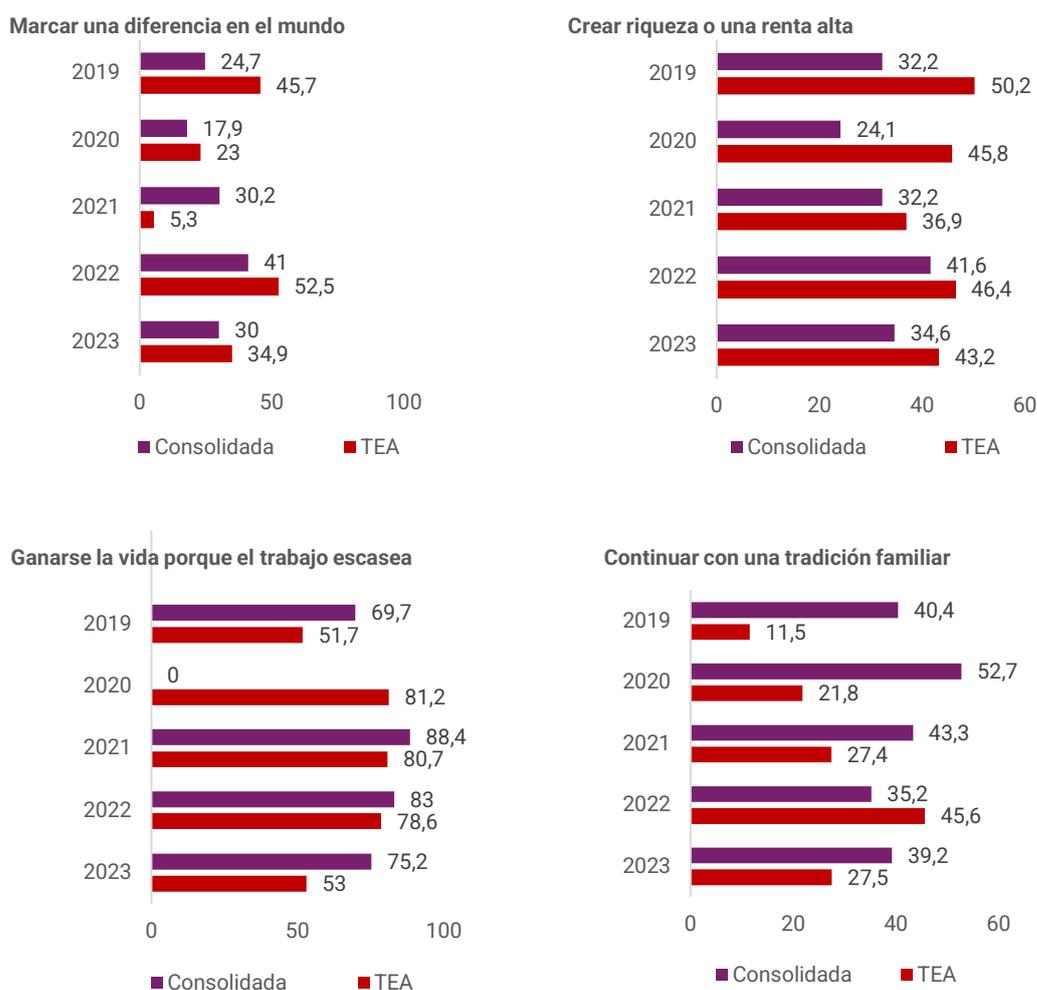


	Marcar una diferencia en el mundo	Crear riqueza o una renta muy alta	Continuar una tradición familiar	Ganarme la vida porque el trabajo escasea
■ Consolidadas	30,0	34,6	39,2	75,2
■ Nuevas	17,8	30,6	32,0	63,1
■ Nacientes	41,7	48,1	25,7	49,2
■ TEA	34,9	43,2	27,5	53,0

Las motivaciones no han experimentado cambios importantes en los últimos años, tanto las nacientes y nuevas como las consolidadas siguen dando el mayor peso a “ganarse la vida”, especialmente estas últimas (Figura 22). La motivación de continuar una tradición familiar es más común entre las empresas consolidadas. En las motivaciones más ligadas a la creación de empresas por oportunidad no podemos detectar una tendencia al tener la serie temporal afectada por la pandemia, pero sí que puede observarse que la motivación de crear riqueza o una renta alta es superior a la de marcar una diferencia en el mundo y ambas motivaciones vienen siendo superiores para las empresas nacientes-nuevas que para las consolidadas.

Figura 22. Motivaciones emprendedoras a lo largo de los años

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2019-2023

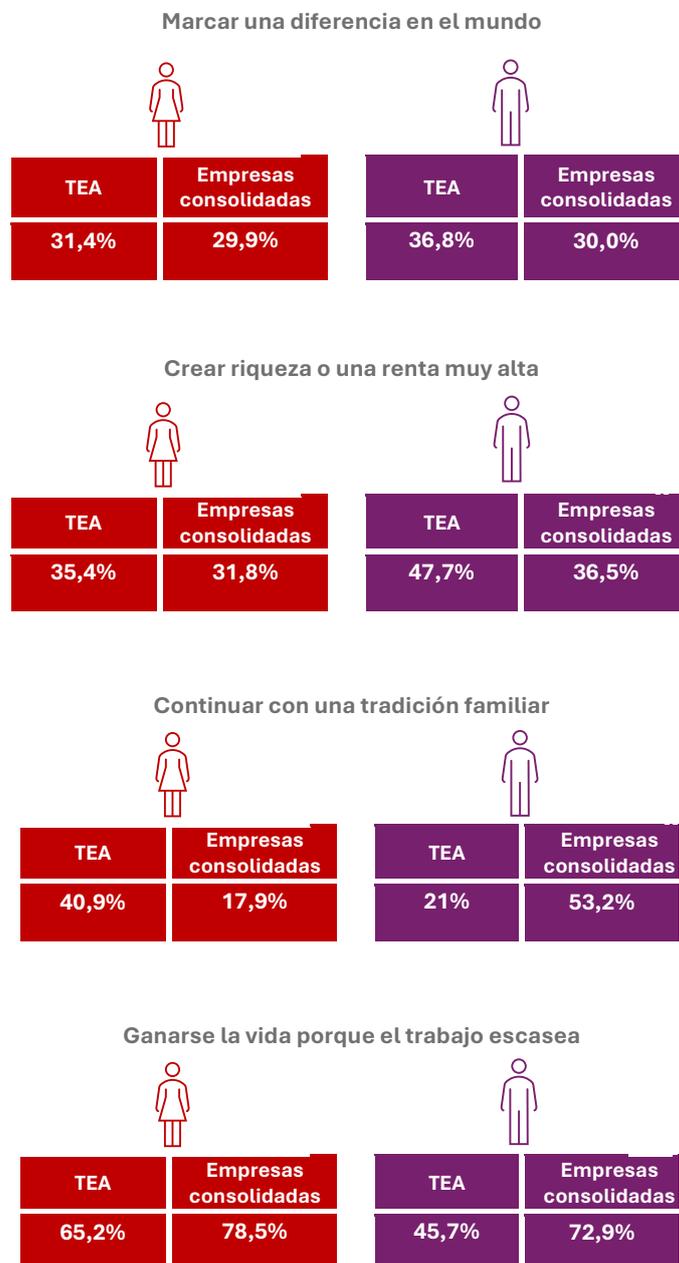


Estudiando diferencias por razones de sexo en las motivaciones se realizó el análisis de frecuencias con tablas cruzadas. El resultado nos indicó que las prioridades en motivaciones se mantienen en hombres y mujeres, para ambos y coherente con lo anterior, la principal motivación es “crear su propio empleo” y “ganarse la vida” tanto en emprendimiento reciente como para empresas consolidadas. Sin embargo, si comparamos los valores, observamos que la motivación de “continuar con una empresa familiar” es apuntada por las mujeres en su emprendimiento temprano un 19,9% más que por los hombres. Si bien, en las empresas consolidadas suele ser una motivación más apuntada por los hombres (35,3 de diferencia). En el caso de los hombres se observa una mayor motivación por crear riqueza o una renta alta (12,3% de diferencia en emprendimiento temprano y 4,7% en emprendimiento consolidado). También se observa en el emprendimiento temprano una

mayor motivación por marcar una diferencia en el mundo entre los varones (5,4 puntos porcentuales), la cual desaparece entre las empresas consolidadas (Figura 23).

Figura 23. Motivaciones en función del sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



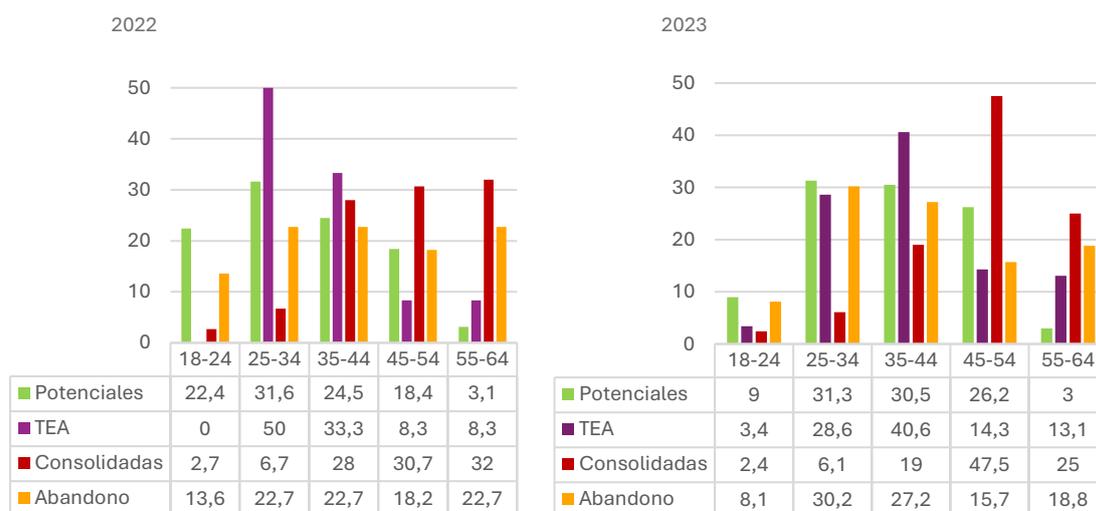
3.2. Edad

En este apartado describimos a los emprendedores basándonos en su edad y realizamos una comparación con la situación en el año 2022 (Figura 24). La primera conclusión que podemos obtener del análisis comparativo en Castilla-La Mancha es que en el año 2023 los emprendedores

recientes (TEA) se sitúan con mayor frecuencia en el tramo de edad de 35-44 años (40,6%) frente al año anterior en la que el tramo más frecuente fue el de 25-34 años. Por otro lado, si observamos los datos referidos a los emprendedores potenciales, se ha reducido el porcentaje de los pertenecientes al tramo de edad de 18-24 años a menos de la mitad en comparación con el 2022. En cuanto a los emprendedores en las empresas consolidadas, al igual que ocurría en el año 2022, el 90% son mayores de 35. Los abandonos, al igual que en el 2022, siguen siendo notables entre los más jóvenes, en el 2022 el 36,3% de los que abandonan son menores de 35 años y en el 2023 son el 38,3%. También aumentan los abandonos en la franja 35-44 un 4,5% y disminuyen ligeramente en el resto de franjas de edad.

Figura 24. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2022 y 2023

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



La distribución de edad de los emprendedores recientes (TEA) de entre 25 y 54 años, refleja una tendencia creciente del porcentaje de emprendedores de Castilla-La Mancha con edades comprendidas entre los 25 y 34 años desde el año 2020 presentando una evolución inversa al segmento de edad de 45 a 54 años, si bien en los últimos dos años se observa una ligera mejora (Figura 25). En 2023, el porcentaje de emprendedores recientes (TEA) con edades comprendidas entre los 35 y 44 años ha aumentado respecto a 2022 y ya es la cifra más alta de toda la serie temporal. La diferencia entre los tramos de edad 25-34 y 35-44 y el tramo de edad de 45 a 54 años continúa en niveles muy parecidos a años anteriores, lo que implica un cierto rejuvenecimiento de los emprendedores.

La evolución de las personas más jóvenes que emprenden (18-24) y mayores (55-64) acusó la crisis de 2020 y en el 2023 los datos no han remontado, si bien muestran una tendencia positiva (Figura 26). La crisis económica global y el alto desempleo juvenil en España pudieron impulsar a muchos jóvenes a buscar alternativas al empleo tradicional, optando por el emprendimiento y, en los años de recuperación económica se observa un descenso del emprendimiento juvenil que sólo aumenta en dos años puntuales (2015 y 2017), probablemente por el impacto de los programas de fomento del emprendimiento juvenil. Los años de pandemia también han afectado a los más jóvenes y en 2023 su emprendimiento está 0,5 puntos porcentuales por debajo del de 2019. También esta tasa de emprendimiento joven en Castilla-La Mancha se encuentra por debajo de la tasa de España, que se sitúa en 2,6%.

Figura 25. Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2012-2023

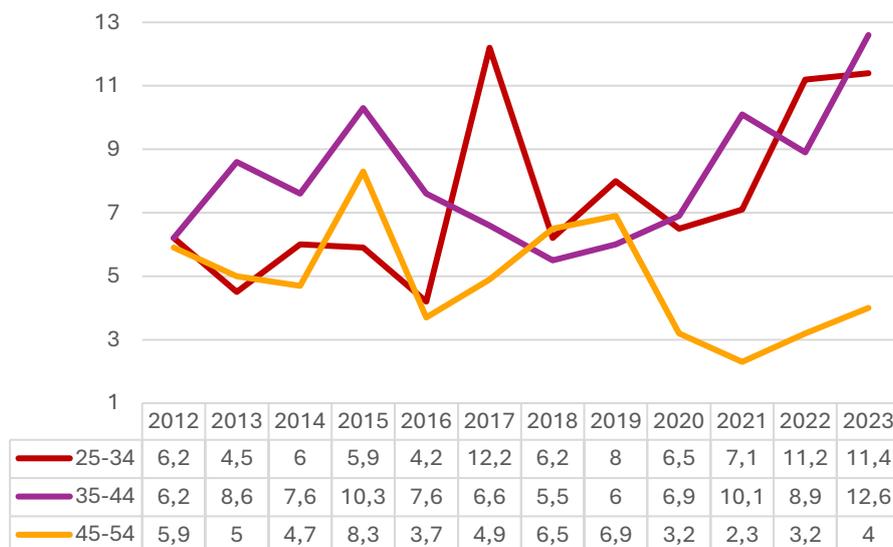
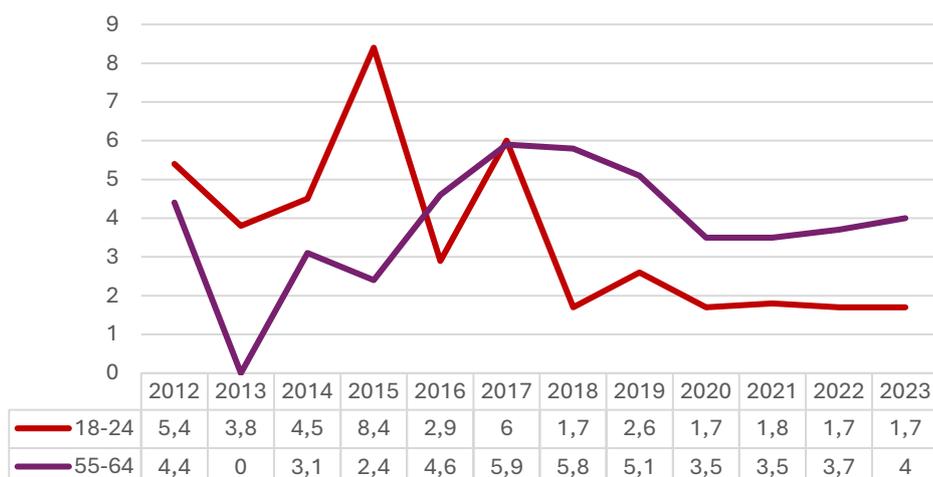


Figura 26. Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos

Fuente: GEM APS 2012-2023



La distribución de emprendedores por edad es idéntica entre hombres y mujeres en 2023, lo que refuerza la existencia de un perfil emprendedor en Castilla-La Mancha que, independientemente de que sea hombre o mujer, emprende más en los tramos 35-44, 45-54 y 55-64 (Figura 27). En 2023 se mantiene el número de emprendedores entre 18 y 24 años que tenía un aumento en 2022 respecto a 2021. Además, los datos ponen de manifiesto que las diferencias significativas entre sexos existentes en el año 2021 están desapareciendo.

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

Fuente: GEM CLM APS 2021, 2022, 2023

						
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
18-24	10,5%	11,5%	3,7%	7,7%	11,7%	2,2%
25-34	33,3%	17,5%	22,2%	17,9%	18,0%	28,9%
35-44	39,4%	23,6%	44,4%	51,3%	23,8%	44,4%
45-54	12,1%	25,3%	11,1%	10,3%	25,0%	13,3%
55-64	15,2%	22,0%	18,4%	12,8%	21,0%	11,1%

3.3. Educación

El nivel educativo del emprendedor afecta a las características de la empresa que crea. Por este motivo, en este apartado se muestra la información sobre la distribución de emprendedores en distintas fases y por nivel educativo alcanzado.

En la Tabla 2. Tasa de emprendimiento por nivel educativo en 2023 se recogen las tasas de emprendimiento (potencial, reciente y consolidadas) de cada nivel educativo. En ella se puede observar que el emprendimiento potencial más alto se ha verificado en la población con educación universitaria de diplomatura o grado (el 11,3%). Este valor nos puede estar mostrando una mayor orientación hacia el emprendimiento de los egresados universitarios. La tasa de emprendimiento de aquellos con estudios universitarios de máster es superior al resto de niveles educativos (15,8). El nivel de educación sin estudios presenta una tasa de emprendimiento bastante alta: 9,1% entre los potenciales emprendedores y 8,3% entre los emprendedores recientes, este último valor llama la atención si lo comparamos con la tasa de emprendimiento de la población que se queda por debajo (7%). También podemos observar en los emprendedores consolidados que la mayor tasa la obtienen los de Educación Primaria (7,4%) seguido de los titulados universitarios (5,5%).

Tabla 2. Tasa de emprendimiento por nivel educativo en 2023

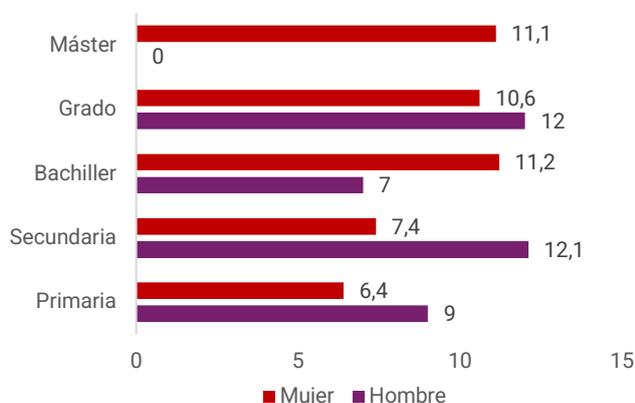
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

	Emprendimiento Potencial	TEA	Consolidadas
Sin estudios	9,1	8,3	0
Primaria	7,6	3,4	7,4
Secundaria	10,2	7,7	5,3
Bachiller	9,4	10,1	3,6
Grado	11,3	6,7	5,5
Máster	5,6	15,8	1,4
Total	9,8	7	5,2

En la Figura 28 se muestran las tasas de emprendimiento potencial según el sexo y el nivel educativo. Podemos observar una tasa mayor en las mujeres con estudios universitarios de Máster y con estudios de Bachiller que en los hombres para esos niveles educativos. Por el contrario, la tasa de emprendimiento potencial masculina es superior a la de las mujeres en los niveles educativos más bajo (Educación Primaria y Secundaria).

Figura 28. Tasa de emprendimiento potencial en función del nivel educativo y por sexo (%)

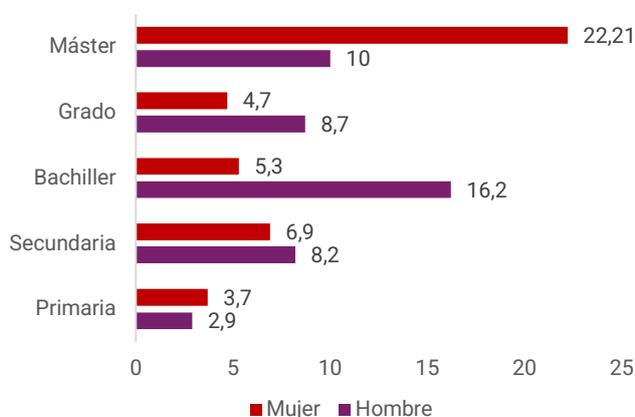
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



La Figura 29 muestra que las mujeres tienen unas tasas por encima de la de los hombres cuando poseen estudios universitarios de Máster y cuando poseen estudios de Educación Primaria, sin embargo, en los niveles intermedios los hombres presentan un valor más alto de TEA.

Figura 29. TEA en función del nivel de educación y por sexo (%)

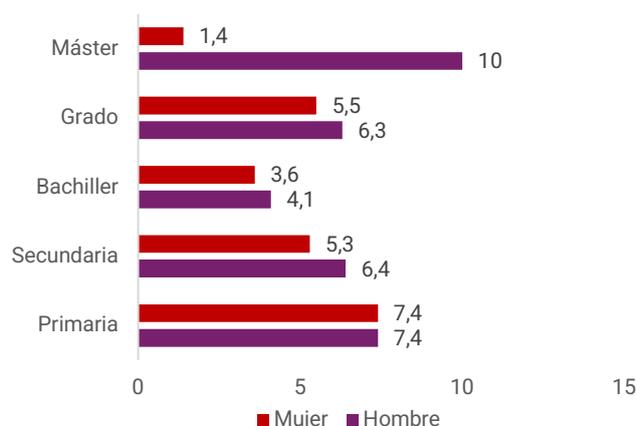
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



La tasa de emprendimiento consolidado (Figura 30) muestra que los hombres tienen mayores tasas que las mujeres en todos los niveles educativos, excepto cuando la formación alcanzada es Educación Primaria, que presentan el mismo valor.

Figura 30. Tasa de emprendimiento consolidado en función del nivel educativo por sexo (%)

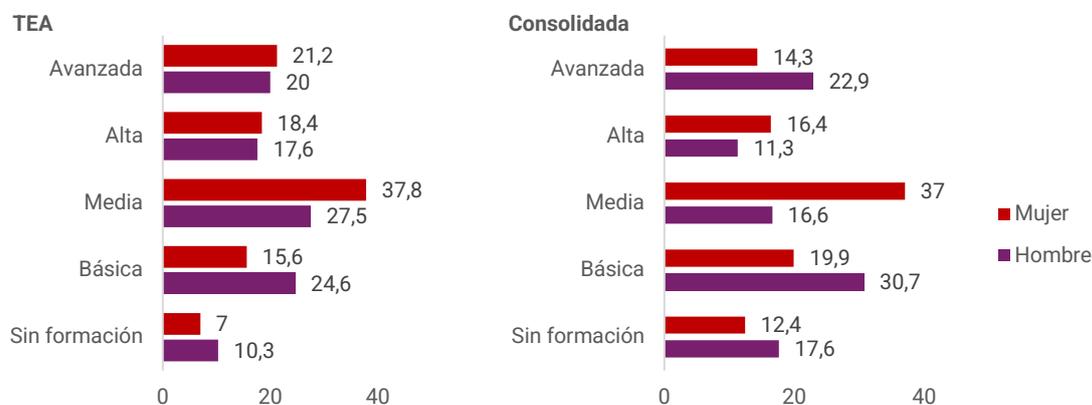
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



El interés por conocer la formación del emprendedor fue más allá de identificar el nivel educativo alcanzado. En concreto se quiso conocer si se poseía formación específica para emprender y analizar si había alguna relación con el nivel educativo y el sexo de la persona emprendedora (Figura 31). Las emprendedoras potenciales señalan una formación específica para emprender de nivel medio-alto-avanzado, superior al de sus homólogos masculinos, que reportan con más frecuencia que ellas niveles básicos o sin formación. En las empresas consolidadas, sin embargo, son los hombres los que destacan en una formación avanzada específica para emprender, destacando las mujeres en los niveles alto y medio. Al igual que en los negocios recientes, los hombres reportan con más frecuencia que ellas niveles básicos o sin formación.

Figura 31. Formación específica para emprender por sexo (%)

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



En la Figura 32 puede observarse que tanto hombres como mujeres manifiestan tener una formación en emprendimiento alta cuando tienen un nivel educativo de Bachiller (75% las mujeres y 72,7% los hombres). El 100% de los hombres con titulación universitaria indican que poseen la formación específica para crear la empresa, frente al 30% de las mujeres.

Figura 32. Formación específica para emprender en función del nivel educativo por sexo (%)

Fuente. GEM Castilla-La Mancha APS 2023

	TEA					
						
	Baja	Media	Alta	Baja	Media	Alta
Primaria	50,0%	50,0%	0,0%	57,2%	28,6%	14,3%
Secundaria	36,4%	45,5%	18,2%	41,2%	29,4%	29,4%
Bachiller	25,0%	0,0%	75,0%	27,3%	0,0%	72,7%
Estudios universitarios	30,0%	40,0%	30,0%	0,0%	0,0%	100%

CAPÍTULO 4

Características de las iniciativas emprendedoras

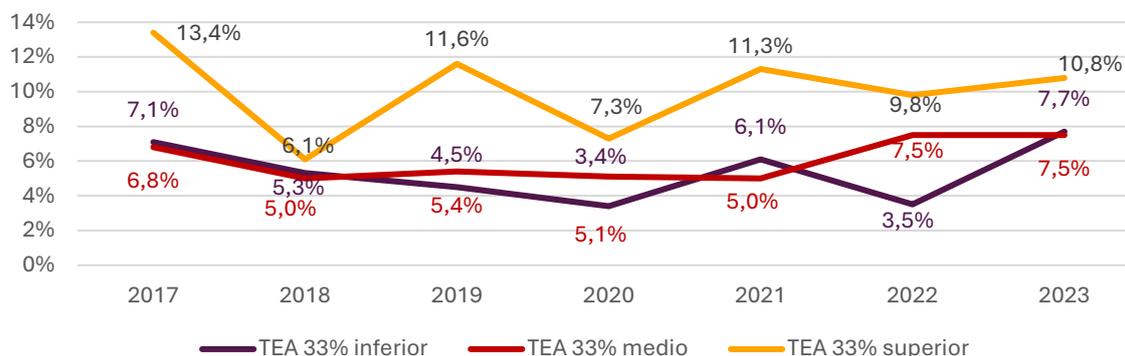
En este capítulo realizamos una descripción de las iniciativas emprendedoras centrándonos en el nivel de renta de los emprendedores y la estructura de financiación al inicio del negocio, el sector de actividad, el tamaño, las expectativas de crecimiento que poseen, el nivel tecnológico, de innovación, de internacionalización, grado de digitalización y orientación hacia la sostenibilidad social y medioambiental.

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

La clasificación de los emprendedores en tres grupos: nivel de renta (bajo, medio y alto), se realizó según si se encontraba en el tercio inferior de la muestra, en el tercio central o en el tercio superior, respectivamente, de acuerdo con el valor de la variable “nivel de renta”. En la Figura 33 se muestra cómo se ha comportado la tasa de emprendimiento en cada uno de estos tres grupos. Lo más evidente es que los emprendedores de renta alta tienen índice de emprendimiento más altos que los otros dos grupos en todos los años de la serie temporal. Los emprendedores con renta media no siempre presentan tasas de emprendimiento por encima de los de renta baja, en concreto, en los años 2017, 2018, 2021 y 2023 estuvieron por debajo.

Figura 33. Evolución del índice TEA por nivel de renta en Castilla-La Mancha

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2017-2023



El estudio del capital necesario para poner en marcha las empresas nos indica que la mitad de las iniciativas emprendedoras recientes han comenzado con menos de 29.000 euros de capital, siendo, sin embargo, el valor más frecuente 30.000 euros. El valor más frecuente muestra un incremento muy notable con respecto al año pasado, en el que ese valor fue de tan solo 1.500€. En los datos de

este año se observa que el 8,2% de los emprendimientos se ha fundado con un capital de entre 100.001 y 1.000.000 euros y un 7,6% con capital superior a los 1.000.001 euros (Figura 34).

Figura 34. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en CLM en 2023

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

Capital semilla necesario por los proyectos nacientes (€)	
La mitad de las empresas están por debajo de 29.000€	
El valor más frecuente es 30.000€	
< 2.000	11,4%
2.001-5.000	11,4%
5.001-30.000	37,0%
30.001-100.000	24,5%
100.001-1.000.000	8,2%
>1.000.001	7,6%

El 76,2% de los emprendedores han necesitado capital ajeno, siendo este porcentaje muy diferente entre hombres y mujeres (Figura 35). De media los hombres han necesitado más financiación que las mujeres, pero esto habría que interpretarlo con cautela, ya que se ha detectado una mayor dispersión de los datos en el segmento de los hombres que en la muestra de las mujeres.

Figura 35. Necesidad de capital para emprender por sexo

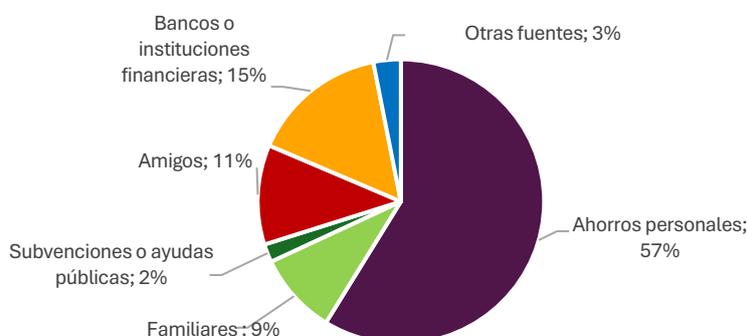
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

		
Ha necesitado capital	92,0%	67,4%
Media	111.167 €	786.651 €
Moda	20.000 €	60.000 €
Desviación típica	290.697 €	2.588.120 €

La estructura financiera al comienzo del negocio determina muchas de las actuaciones que pueden implantar y, en muchas ocasiones, determina las expectativas de funcionamiento en el futuro. Como promedio (Figura 36), los emprendedores han iniciado sus proyectos con sus propios ahorros (57%), acudiendo a la financiación tradicional de bancos (15%) o a través de amigos (11%). El 9% proviene de miembros de la familia, el 2% del capital proviene de ayudas públicas y el 3% restante de otras fuentes.

Figura 36. Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en Castilla-La Mancha en 2023

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

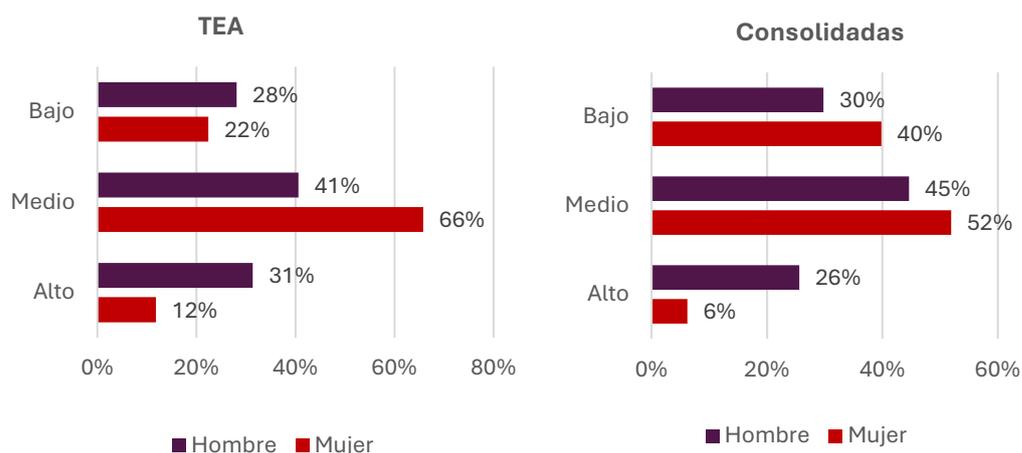


Además de la disponibilidad de recursos, el nivel de conocimiento financiero de la persona emprendedora determina la selección de las fuentes a utilizar. La Figura 37 muestra, para cada

etapa del proceso, el nivel de conocimiento financiero por sexo. Se puede ver que en la etapa de emprendimiento temprano los hombres tienen niveles más altos de conocimiento financiero que las mujeres, tendencia que también se mantiene este año entre las empresas en la etapa más consolidada. También puede observarse que las mujeres en su mayoría indican tener un conocimiento medio sobre emprendimiento, mientras los hombres se ubican en mayor medida en los extremos.

Figura 37. Nivel de conocimiento financiero en el proceso emprendedor en 2023 por sexo

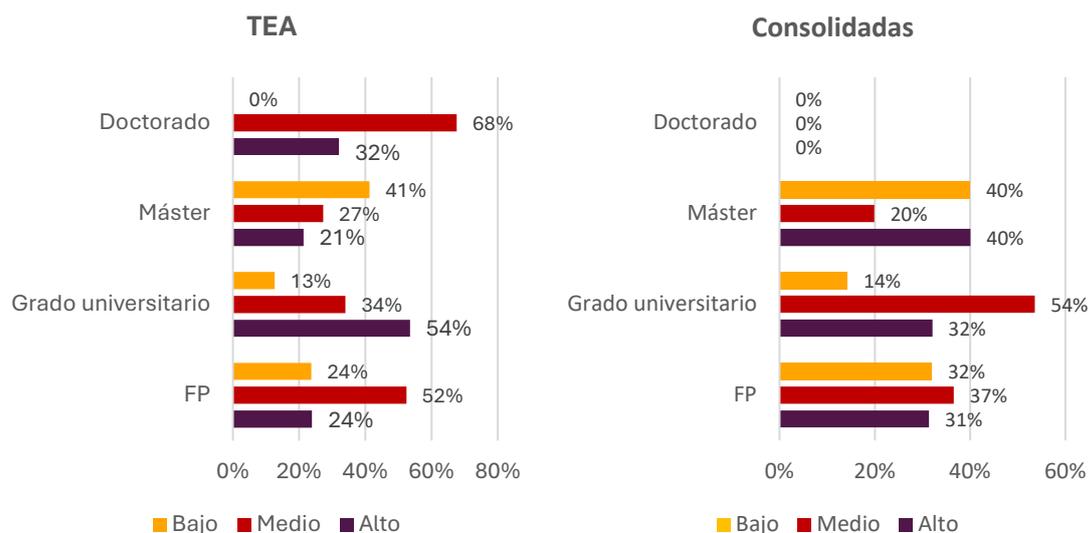
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Al cruzar la variable anterior, conocimiento financiero, con el nivel educativo alcanzado (Figura 38), se observa que, en etapas tempranas de emprendimiento, los emprendedores con grado universitario son los que mayor conocimiento financiero manifiestan, mientras que en las consolidadas son los emprendedores con grado de máster universitario.

Figura 38. Nivel de conocimientos financieros según el nivel de educación en 2023

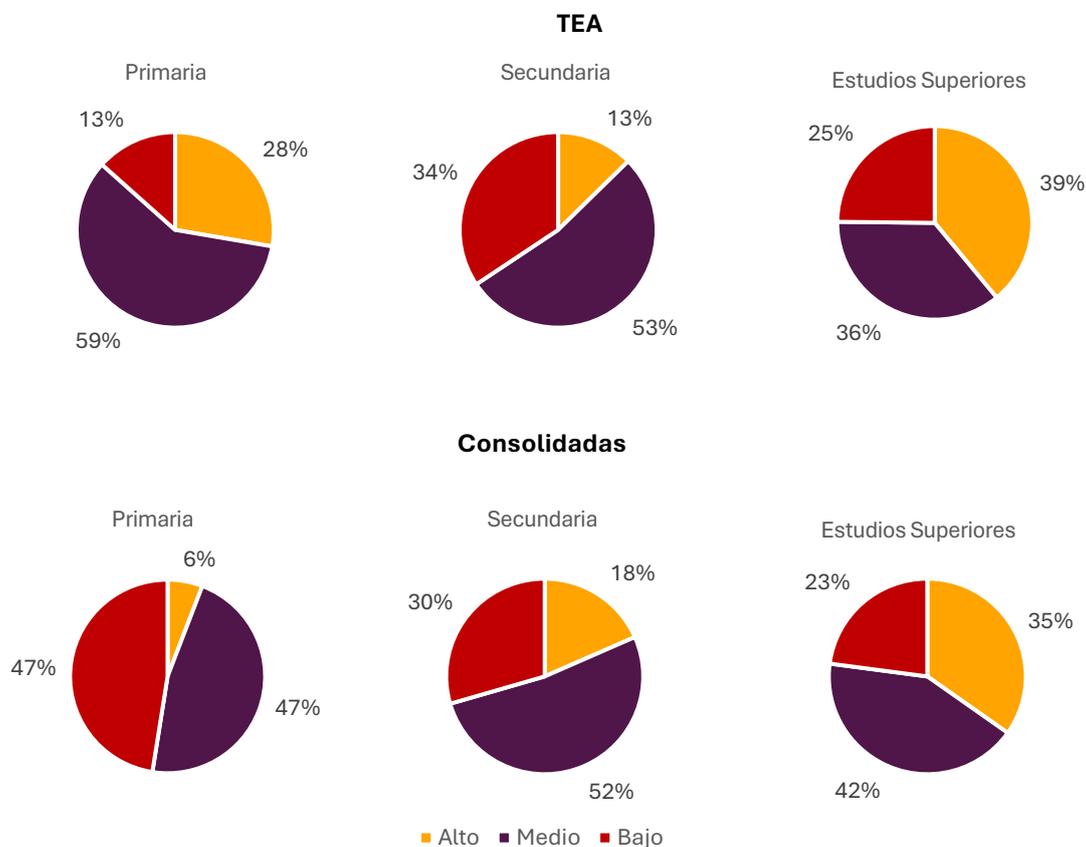
Fuente: GEM-España APS 2023



En la Figura 39 se observa cómo hay una relación entre el nivel de estudios alcanzado y el conocimiento financiero, aumentando este conforme pasamos a emprendedores con mayor nivel educativo. Esto ocurre en las dos etapas del emprendimiento, nuevas empresas y consolidadas.

Figura 39. Nivel de conocimiento financiero por nivel educativo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



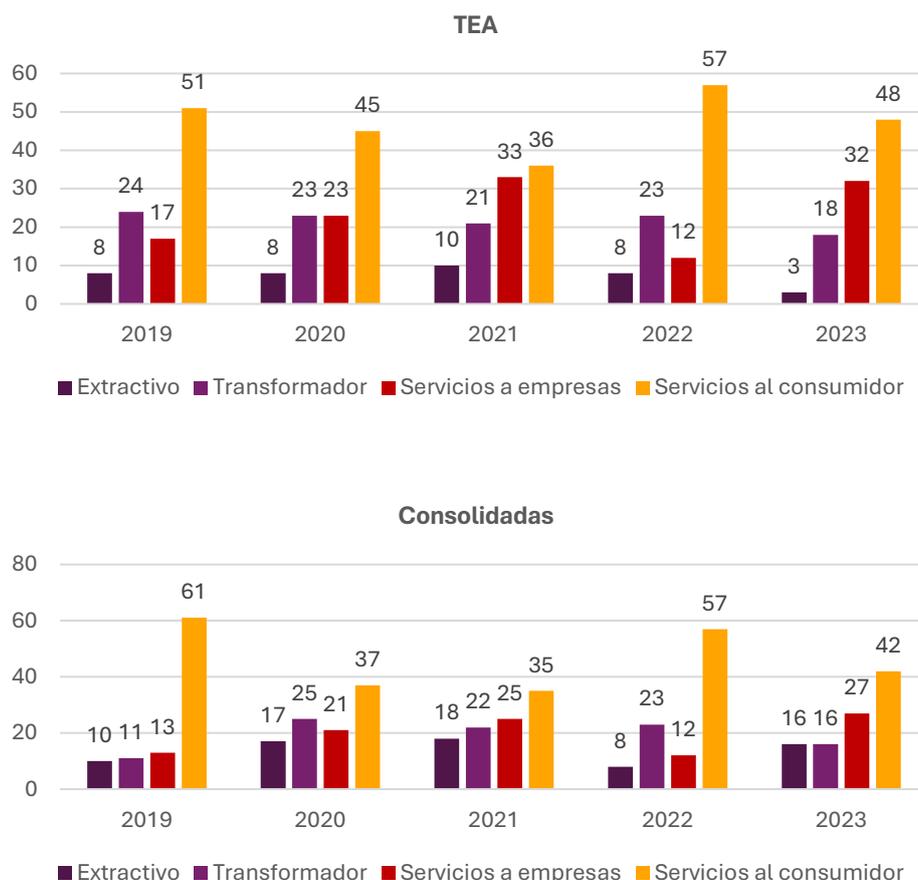
4.2. Sector de actividad

En este apartado se presentan los datos acerca de la actividad principal de las empresas para encuadrarla en un sector de actividad determinado. En la Figura 40 se puede observar que el sector de actividad con mayor porcentaje de emprendimientos recientes es el de “servicios al consumidor” (48%), seguido del sector “servicios a empresas” (32%). La distribución es similar a la de años anteriores, después de los cambios observados de forma puntual en 2022. Destaca también la caída de las actividades dedicadas al sector extractivo que, con los datos de este último año, suponen tan solo un 3% del total.

En el caso de las empresas consolidadas se ve una distribución de actividades económicas similares a las de los emprendimientos tempranos. Podemos señalar como diferencia el mayor peso de las actividades “extractivas” (16% frente al 3% en las emprendedoras recientes).

Figura 40. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad (en porcentaje)

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2019-2023



La distribución de actividades de los nuevos emprendimientos presenta ligeras diferencias por sexo (Figura 41). El 43% de las mujeres han creado sus negocios en el sector de servicios al consumidor frente al 51% de los hombres. Estos se dedican en mayor medida al sector transformador que las mujeres (5 puntos porcentuales por encima), mientras las mujeres emprenden en mayor medida para atender los servicios que demandan las empresas (39%). Esta tendencia se mantiene cuando analizamos las actividades principales de los emprendimientos consolidados, con la excepción del mayor peso de las actividades extractivas, que sube especialmente entre las mujeres (23%) (Figura 42).

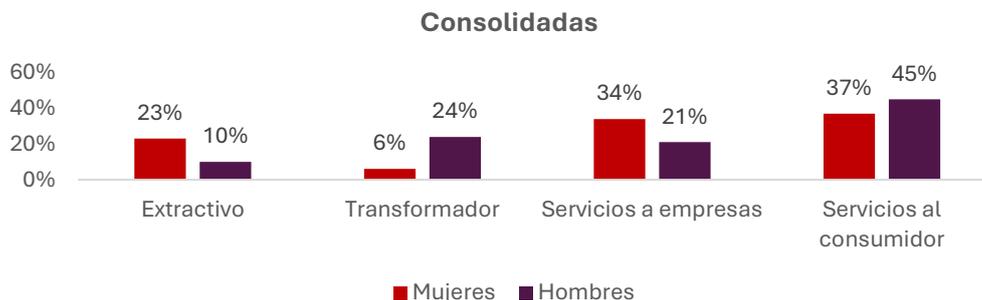
Figura 41. Distribución de los emprendedores por sector de actividad en función del sexo (TEA)

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Figura 42. Distribución de los emprendedores por sector de actividad en función del sexo (Consolidadas)

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

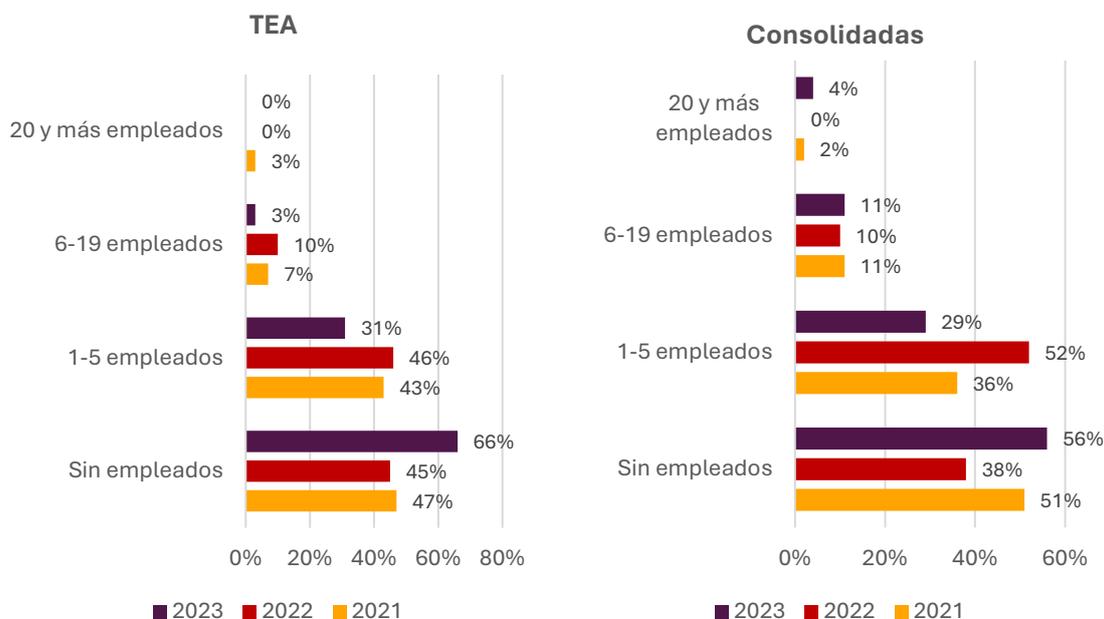


4.3. Dimensión

A continuación, abordamos la descripción de la dimensión de los emprendimientos según el número de empleados en las dos etapas -emprendimientos recientes y empresas consolidadas- en los últimos 3 años. En la Figura 43 puede observarse que las iniciativas son de reducido tamaño, ya que la mayoría son empresas de menos de 5 trabajadores. En 2023, el 97% de los emprendimientos recientes, y el 85% de las empresas consolidadas, tienen menos de 5 empleados. También puede observarse como el porcentaje de empresas nacientes y consolidadas sin empleados ha aumentado con respecto a años anteriores.

Figura 43. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2021-2023

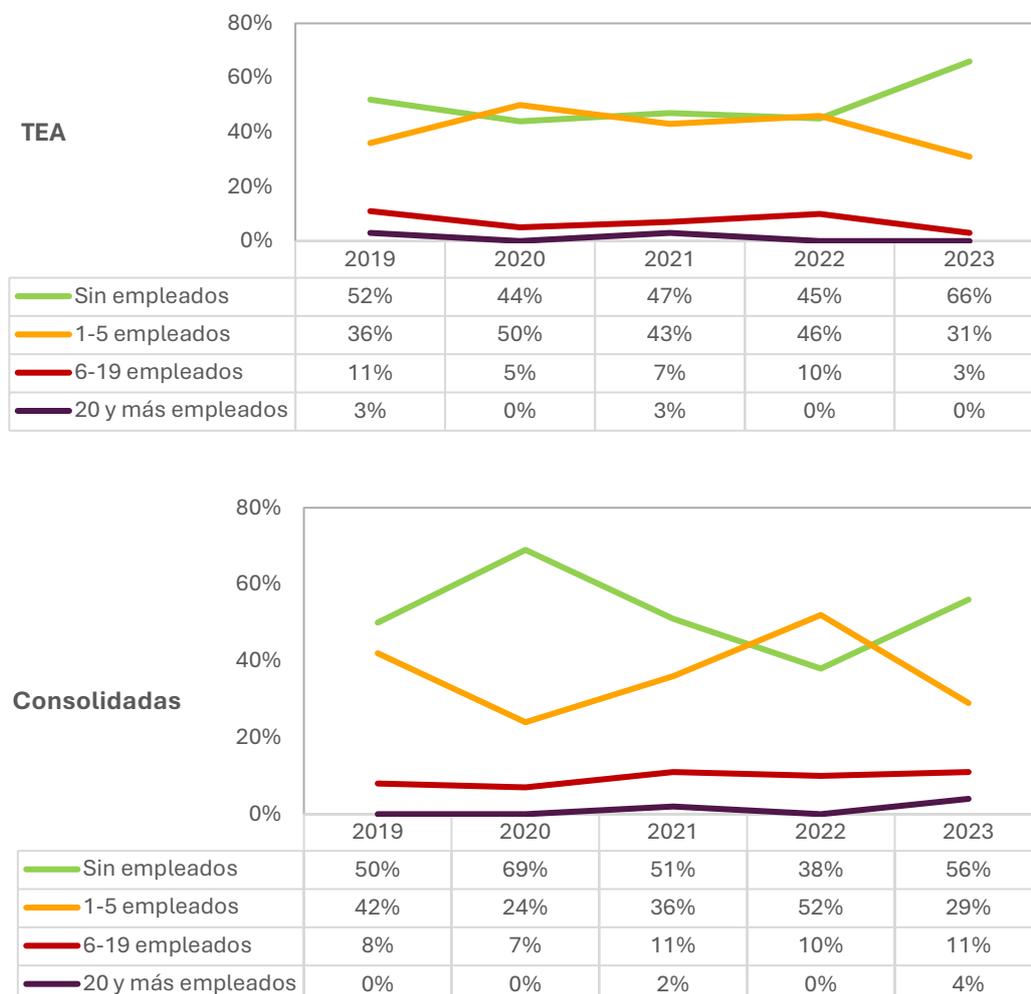


El análisis de la serie temporal de los últimos cinco años nos permite visualizar la evolución del tamaño en las iniciativas emprendedoras. Se sigue observando el reducido tamaño de las empresas

creadas en las dos fases -TEA y consolidada- y la escasez de proyectos que nacen con más de 20 empleados (Figura 44).

Figura 44. Evolución de la dimensión de las iniciativas emprendedoras en los últimos 5 años

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2019-2023



En la Tabla 3 se recogen los datos sobre la distribución de empresas por volumen de empleo en función del sexo del emprendedor.

Tabla 3. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

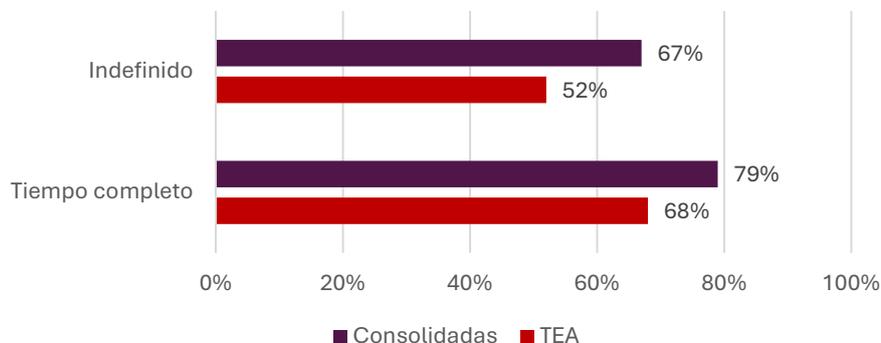
Fuente: GEM Castilla-La Mancha 2023

	TEA		Consolidadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Sin empleados	90,4%	53,9%	50,3%	61,3%
1-5 empleados	9,6%	41,6%	33,8%	24,8%
6-19 empleados	0,0%	4,6%	11,6%	10,7%
20 y más empleados	0,0%	0,0%	4,2%	3,2%

En la Figura 45 se muestran las características del empleo creado en las nuevas empresas y en las consolidadas. El 68% de los contratos de las iniciativas recientes son a tiempo completo y el 52% es por tiempo indefinido. En el caso de las empresas consolidadas, el 79% de los contratos son a tiempo completo y el 67% son por tiempo indefinido.

Figura 45. Características del empleo creado en los últimos 12 meses (%)

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

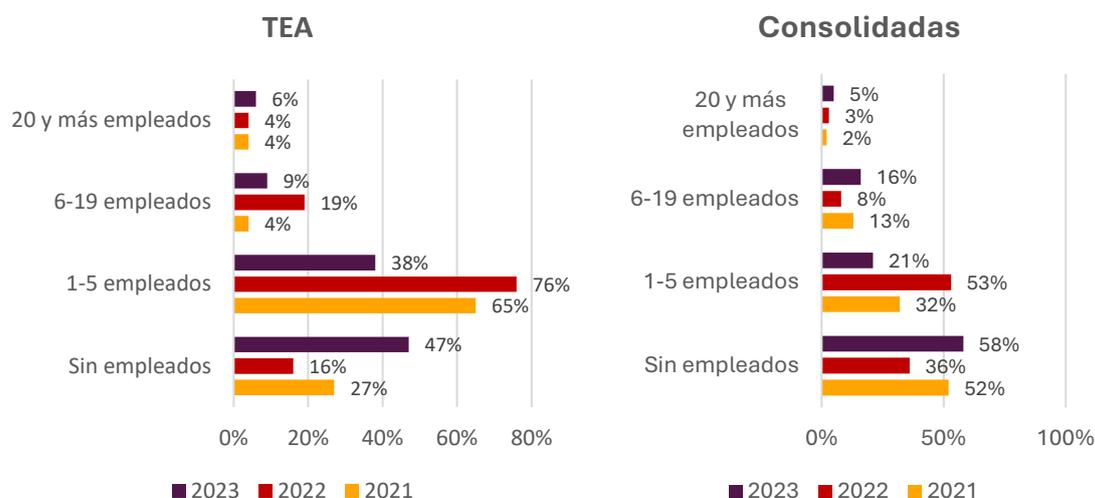


4.4. Expectativas de crecimiento

El reducido tamaño de las empresas en el momento de la creación puede ir modificándose con el transcurso del tiempo. Para aproximarnos a esa situación se preguntó a los emprendedores acerca de sus expectativas de crecimiento en los siguientes 5 años. En la Figura 46 se recogen las citadas expectativas y la evolución que ha tenido en los últimos tres años. El 47% de las nuevas empresas no piensa crear empleo en los próximos 5 años, mientras que solo el 15% piensa crear más de 5 empleos. En el caso de las consolidadas, el 21% espera crear más de 5 empleos y el 58% no tiene expectativas de crecimiento.

Figura 46. Expectativas de creación de empleo en los próximos 5 años

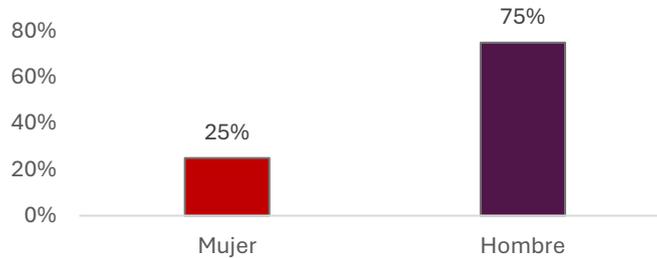
Fuente: GEM-España APS 2021-2023



Si realizamos el cruce de las expectativas de crecimiento con el sexo de los emprendedores (Figura 47) observamos que los hombres tienen una expectativa de mayor crecimiento, el 75% piensa en incrementar el empleo en más de 5 trabajadores frente al 46% de las mujeres.

Figura 47. Expectativas de creación de más de 5 empleos en los próximos 5 años de las iniciativas emprendedoras en función del sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



4.5. Grado tecnológico

En este apartado se presenta el nivel tecnológico de las iniciativas diferenciando dos niveles: bajo y medio-alto, cruzando además este aspecto con variables como el sexo, edad y nivel educativo, sector de actividad y tamaño de las iniciativas.

En la Figura 48 se muestra la evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras y consolidadas. En el año 2023 existe un 11% de iniciativas emprendedoras de nivel tecnológico medio o alto, siendo el 89% restante de nivel tecnológico bajo. A pesar de que los porcentajes de los niveles tecnológicos altos son tradicionalmente bajos, esta situación supone una ligera mejora con respecto a los datos de los dos años anteriores. En el caso de las iniciativas consolidadas solo el 2% presentan un nivel tecnológico medio o alto, lo que supone el peor dato de la serie histórica analizada. El nivel tecnológico de las iniciativas atendiendo al sexo del emprendedor se muestra en la Figura 49.

Figura 48. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2021-2023

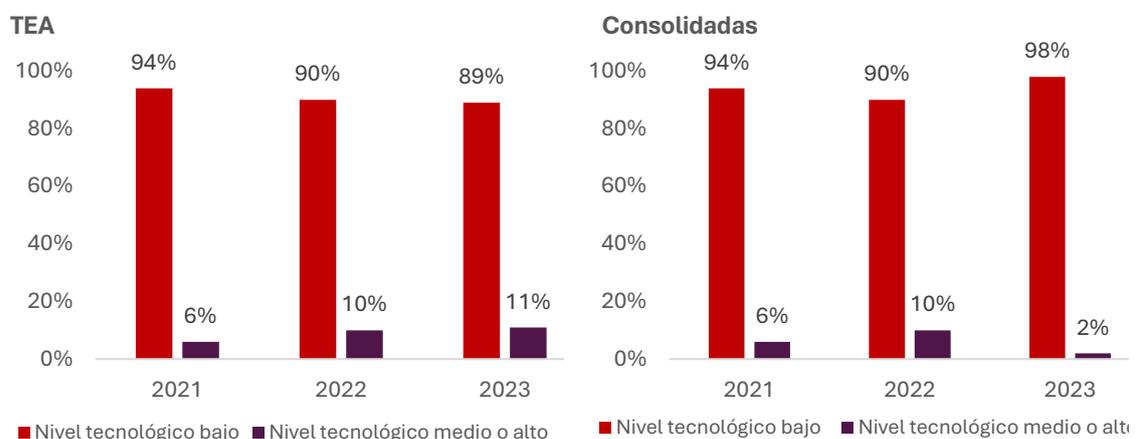
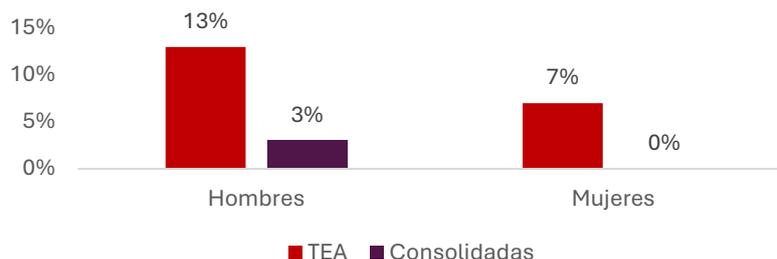


Figura 49. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por sexo

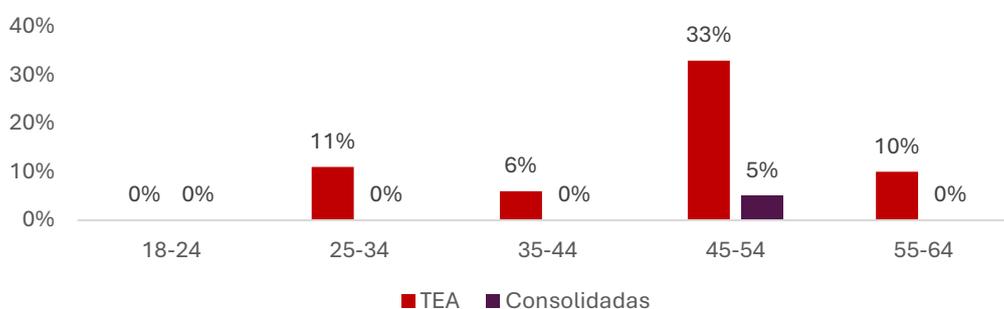
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



En cuanto a la relación entre la edad de los emprendedores y el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras podemos observar (Figura 50) que es el tramo de edad de 45 a 54 años el que más proyectos con un nivel tecnológico medio alto (33%) presenta, seguido de los de 25 a 34 años (11%).

Figura 50. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por edad

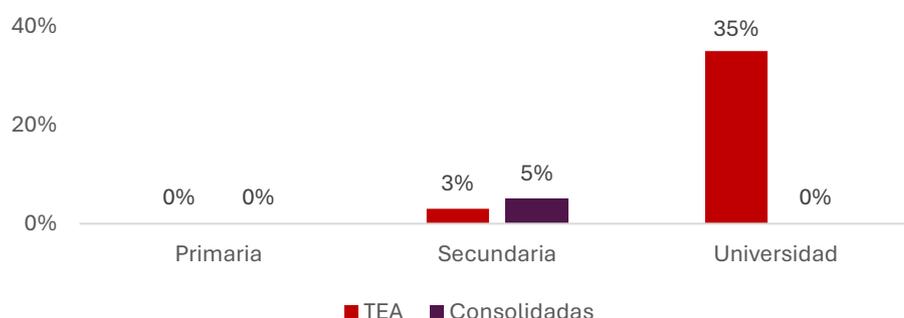
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



En la Figura 51 se muestra la frecuencia con la que cada nivel educativo crea una empresa con intensidad tecnológica media-alta. El 35% de las iniciativas emprendedoras desarrolladas por personas con formación universitaria están involucradas en actividades de nivel tecnológico medio-alto. Por otro lado, en cuanto a los sectores de actividad, en la Figura 51 se muestra que el 35% de las iniciativas emprendedoras en el sector de servicios a empresas son de nivel tecnológico medio-alto.

Figura 51. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por nivel educativo

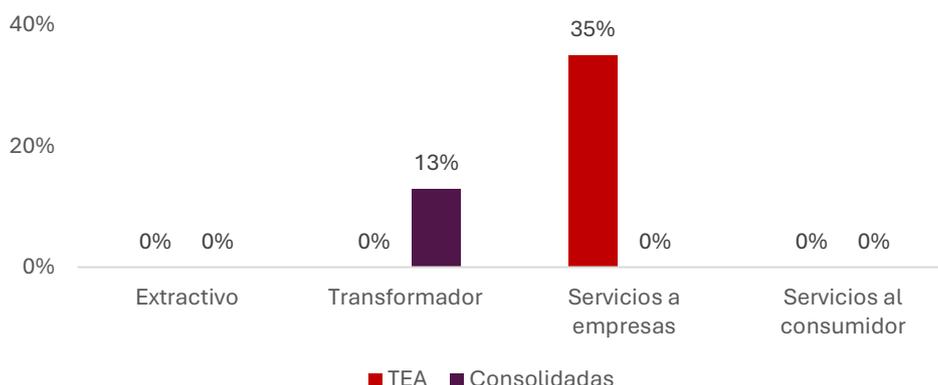
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



El nivel tecnológico de las iniciativas en el año 2023 se mantiene muy bajo independientemente del sexo, tanto en la fase emprendedora como en la consolidada (Figura 52). A pesar de ello, los porcentajes si son marcadamente superiores entre los hombres.

Figura 52. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por sector

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



En el análisis de la categoría de tamaño de empresa observamos (Figura 53), que son las empresas de tamaño más reducido, sin empleados o con pocos empleados, las que tienen el 15% y el 17%, respectivamente de sus iniciativas en sectores con mayor intensidad tecnológica.

Figura 53. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por tamaño

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



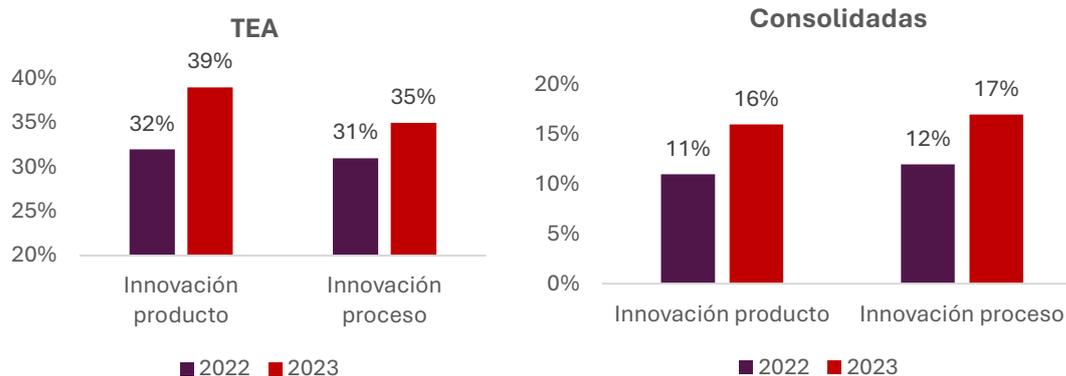
4.6. Innovación en producto y en proceso

Continuamos con la descripción de las iniciativas emprendedoras presentando su actividad en el ámbito de la innovación: en producto y en proceso. Estas variables se cruzaron, como en el apartado anterior con: el sexo, la edad, el nivel educativo, el sector y el tamaño.

En la Figura 54 se presenta el porcentaje de empresas que innovan en algún grado, en producto y/o en proceso, en las distintas etapas del proceso emprendedor. Más del 35% de las empresas emprendedoras han innovado en producto y en proceso en 2023, obteniéndose valores superiores a los del año anterior. Las empresas consolidadas han innovado con menor frecuencia. La innovación de producto y de proceso alcanza valores superiores al 16%, pero por debajo de los de los emprendimientos recientes. La evolución temporal permite ver una mejora en esta variable con respecto a los datos obtenidos en el año 2022.

Figura 54. Evolución de la innovación en producto y en proceso (en algún grado) de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2022-2023



Los hombres son más innovadores que las mujeres tanto en producto como en proceso y en las dos fases de emprendimiento consideradas (Figura 55). Por su parte, analizando la relación entre innovación y edad se no se pueden extraer conclusiones generalizables -Figura 56-.

Figura 55. Innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras por sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

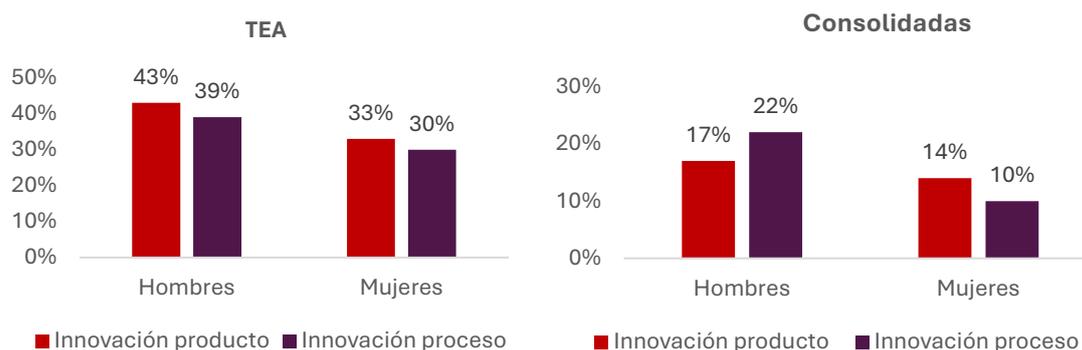
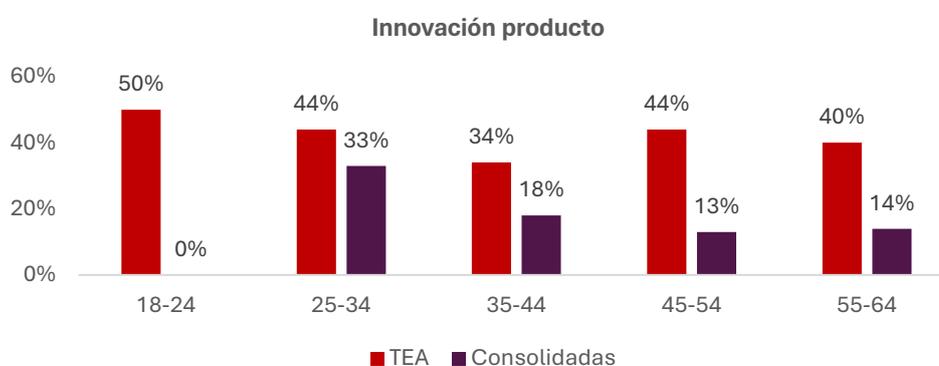
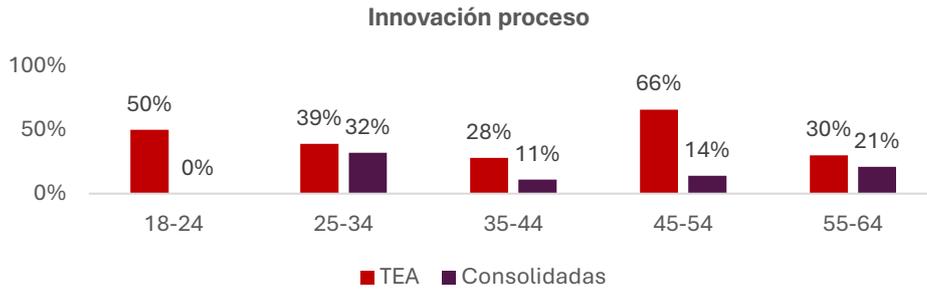


Figura 56. Innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por edad

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

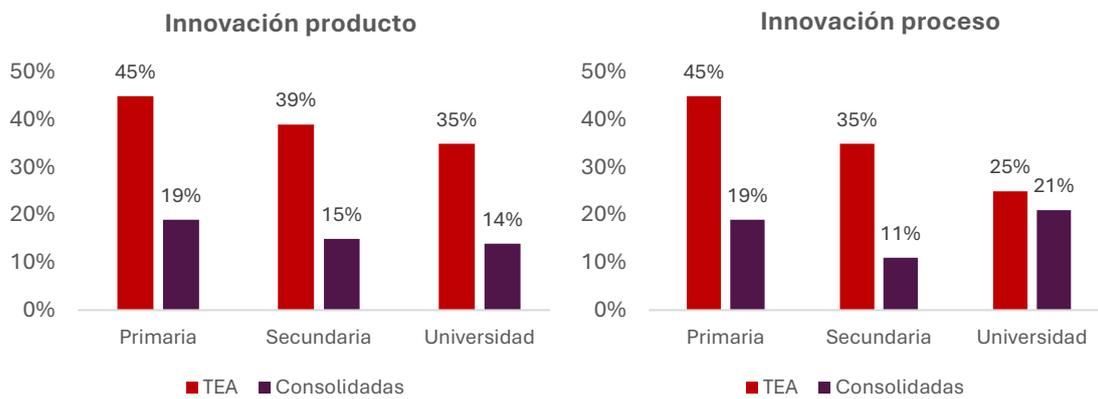




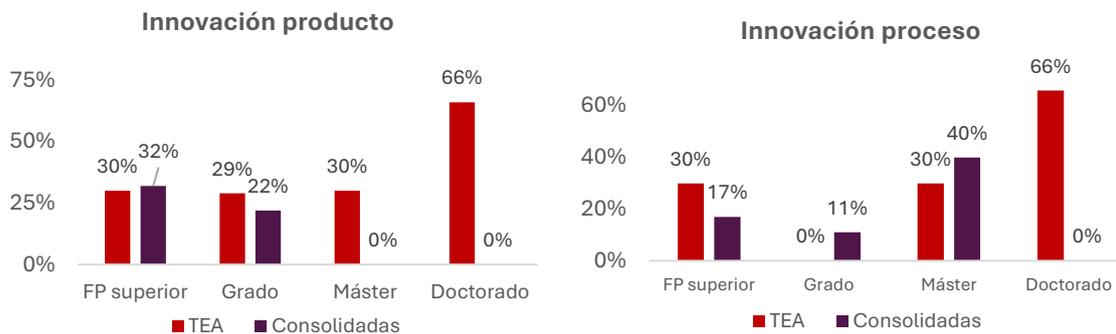
En cuanto al cruce de la variable innovación con el nivel educativo del emprendedor (Figura 57), en la etapa de emprendimiento temprano, es el nivel educativo de Primaria el más innovador tanto para producto como para proceso. Analizando los niveles educativos superiores no se observan tendencias claras. Sin embargo, como ya se ha observado en años anteriores vuelven a destacar el nivel de doctor como los titulados más emprendedores dentro de los estudios universitarios.

Figura 57. Innovación de producto y proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en función del nivel de educación

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



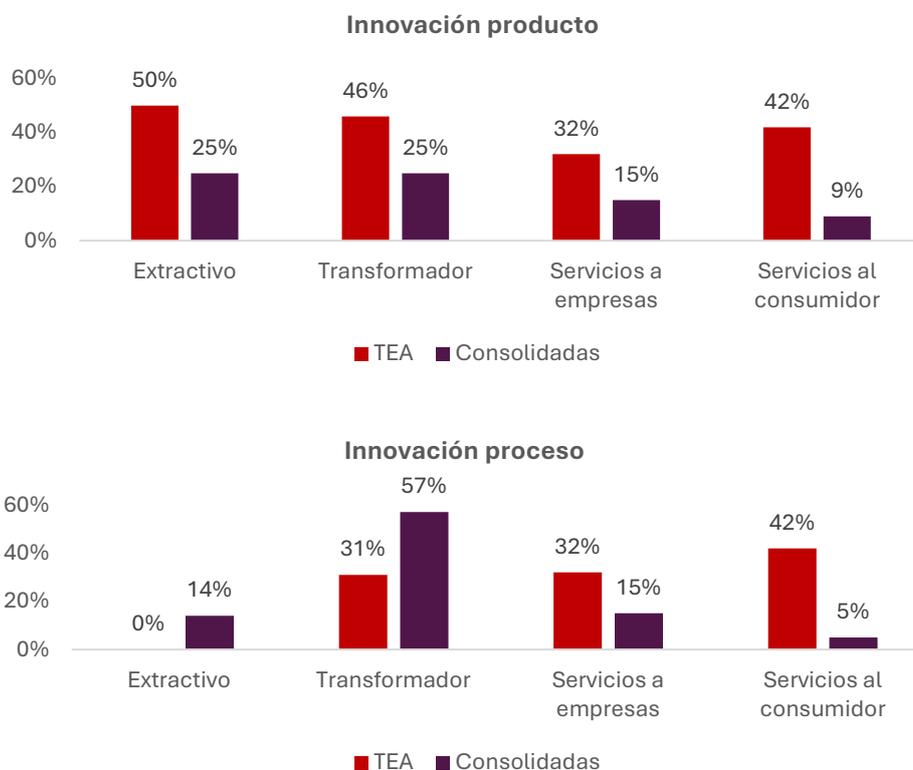
Según el nivel de Estudios Superiores



Los sectores más innovadores son el transformador y el extractivo en las iniciativas de emprendimiento si hacemos referencia a la innovación de producto. Si analizamos la innovación de proceso, el sector más innovador sería el transformador en las iniciativas consolidadas y el de servicios al consumidor en las iniciativas más recientes (Figura 58).

Figura 58. Innovación de producto y proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por sector de actividad

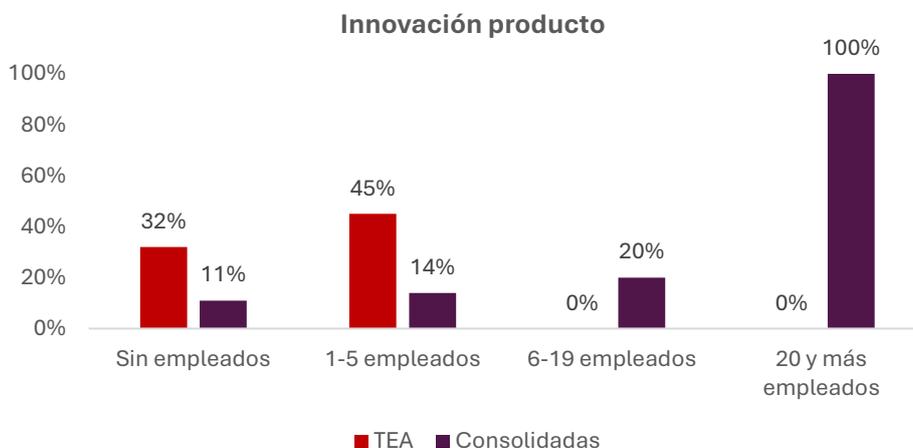
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

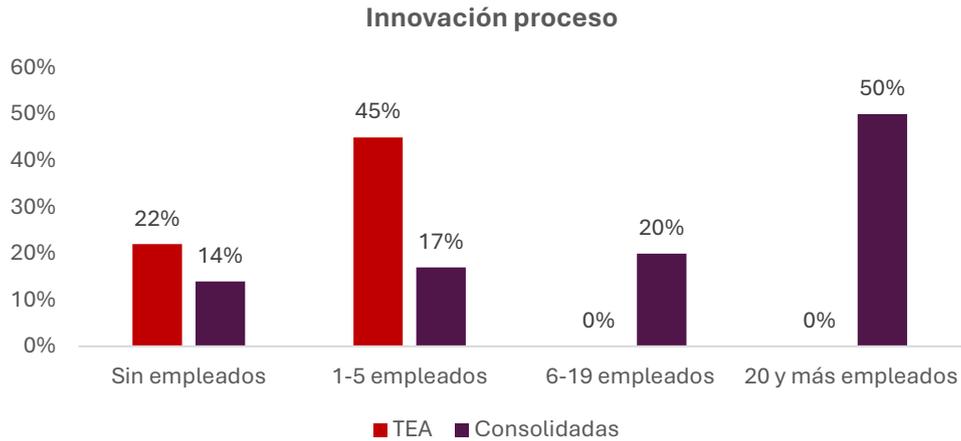


El tamaño de las empresas nuevas parece tener una incidencia directa en la innovación de producto y de proceso de las mismas, especialmente entre las empresas consolidadas. Para los dos tipos de innovaciones propuestas se observa cómo, en estas empresas consolidadas, son las empresas de mayor tamaño las que en mayor medida desarrollan innovaciones (Figura 59).

Figura 59. Innovación de producto y de proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por tamaño

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023





4.7. Digitalización

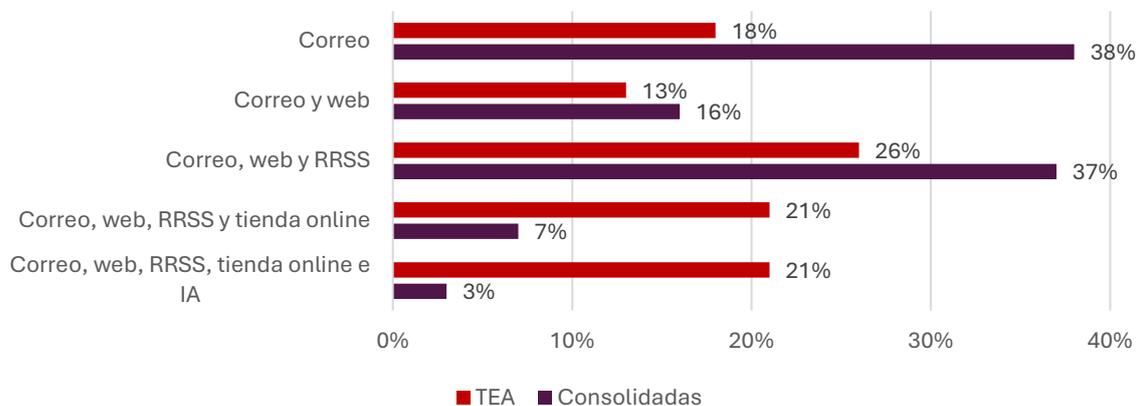
La digitalización es otra de las variables que se han incorporado recientemente para evaluar su relación con el emprendimiento. Se incluye el análisis del momento y el estado de la adopción y, al igual que en apartados anteriores, se cruza con variables como el sexo, la edad y el nivel educativo.

4.7.1. Nivel de digitalización

La crisis sanitaria de la Covid-19 supuso una aceleración en los procesos de digitalización de las empresas. En la Figura 60 se muestra la distribución de frecuencias de los diferentes estados de adopción del uso de nuevas tecnologías entre las iniciativas emprendedoras y consolidadas. Se propusieron cinco niveles posibles de digitalización: uso de correo electrónico; uso de correo electrónico y página web; uso de correo electrónico, página web y redes sociales, uso de correo electrónico, página web, RRSS y tienda *online* y, por último, indicando el máximo nivel de digitalización uso de correo electrónico, página web, redes sociales, tienda *online* e inteligencia artificial (IA).

Figura 60. Nivel de digitalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

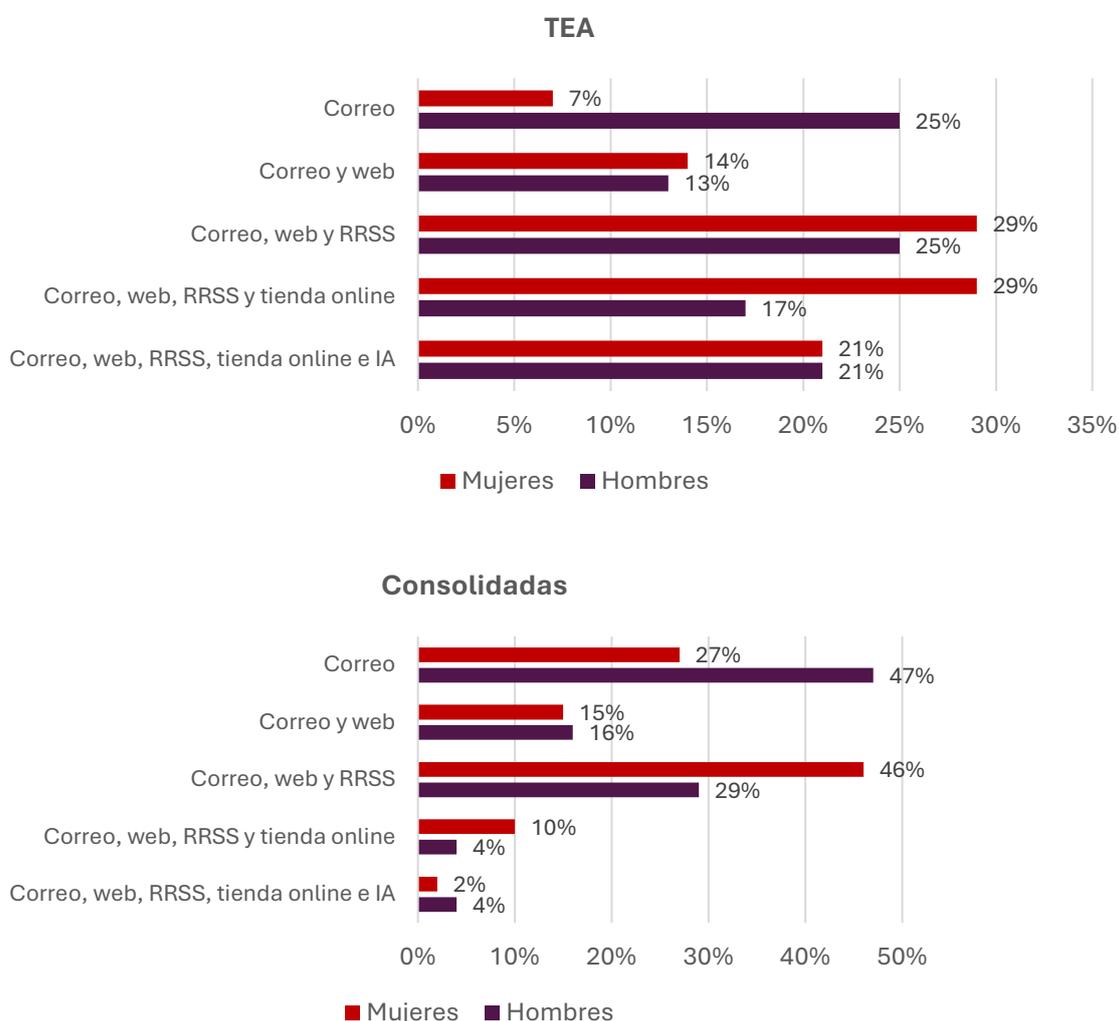


El nivel de digitalización más frecuente en las iniciativas emprendedoras es el de uso de correo, web y RRSS (26%), seguido de los dos niveles que suponen un mayor uso de la digitalización, que incluyen el uso de tienda *online* (21%) e IA (21%). Entre las iniciativas consolidadas, el nivel más frecuente es el uso del correo electrónico (38%), seguido del nivel intermedio que incluye el uso de correo, web y RRSS (37%). Se puede observar que, de forma evidente, las iniciativas emprendedoras recientes hacen un mayor uso de la digitalización que las iniciativas consolidadas.

En la Figura 61 se muestra la relación de la digitalización y el sexo en cada una de las etapas consideradas. Las emprendedoras en fase temprana tienen un mayor nivel de digitalización que los hombres. Solo el 7% de las iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres cuentan con el nivel más bajo de digitalización (solo usan correo electrónico), frente al 25% de las iniciativas en este estado entre los hombres.

Figura 61. Digitalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en función del sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Centrándonos en las iniciativas consolidadas, se detecta un comportamiento diferente entre las mujeres y los hombres. El 27% de las mujeres indica que puede desarrollar su actividad con el menor uso de tecnología de entre los propuestos (uso único de correo electrónico), siendo este porcentaje notablemente superior entre los hombres, ya que aumenta hasta el 47%. Ambos valores están muy por encima de los de las empresas nacientes y nuevas. Si se agregan las frecuencias de los dos niveles más altos de digitalización, que incluyen como mínimo el uso de correo, web, RRSS

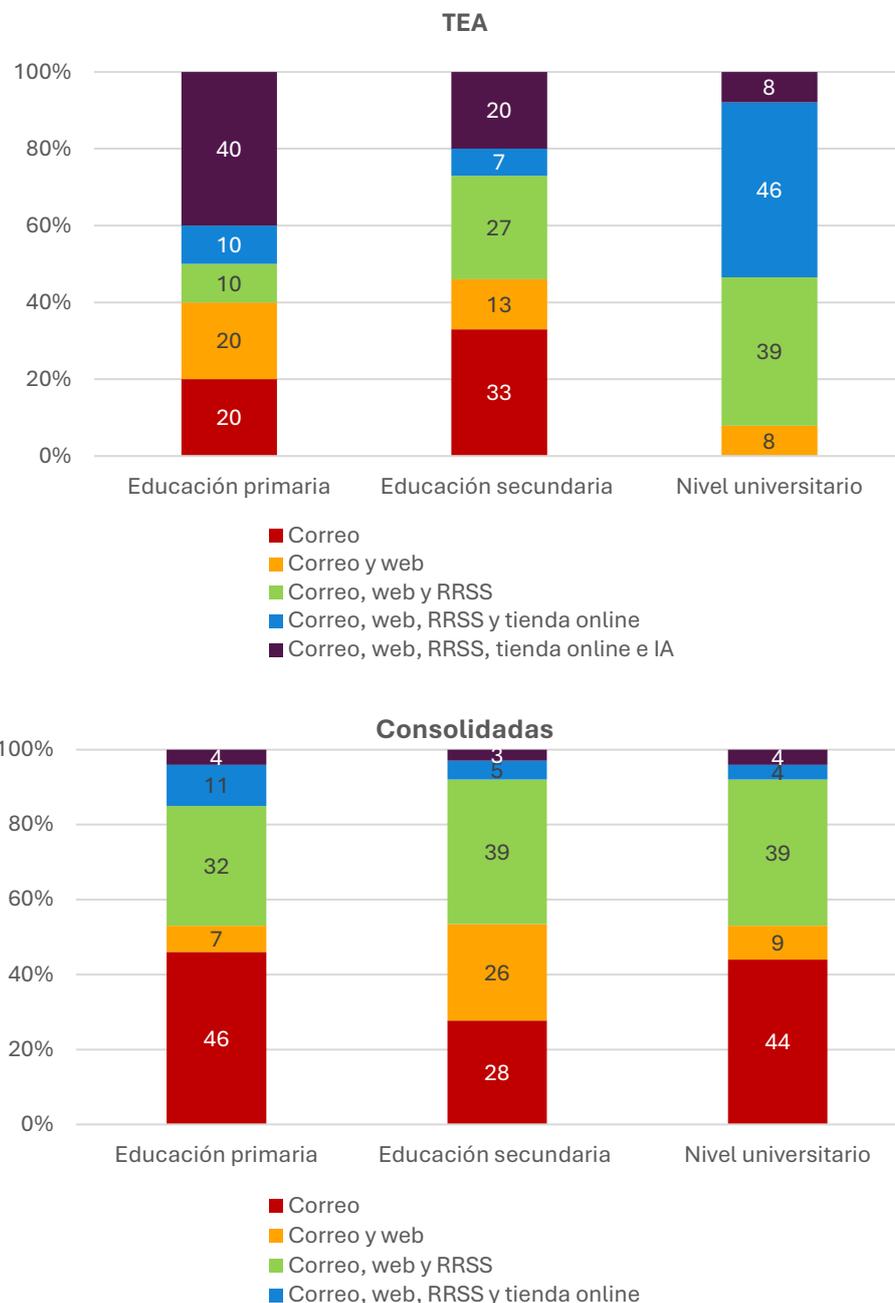
y tienda *online*, se obtienen porcentajes más altos para las mujeres que para hombres (12% y 8%, respectivamente).

El nivel educativo y formativo puede ser un factor que influya en la incorporación temprana de tecnologías que ayuden a la transformación digital de las empresas. En la Figura 62 se presentan las frecuencias de cada estado de adopción de la tecnología digital, en cada nivel educativo, para las iniciativas emprendedoras y para las consolidadas.

Analizando los datos de los emprendimientos recientes, en el nivel educativo universitario el estado más frecuente es aquel que indica un mayor nivel de digitalización, observando que hasta el 46% de las iniciativas cuentan con correo, web, RRSS y tienda *online*. Mientras que, en las empresas consolidadas, prevalecen los niveles de digitalización más bajos, independientemente de la formación del emprendedor.

Figura 62. Digitalización y nivel educativo de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

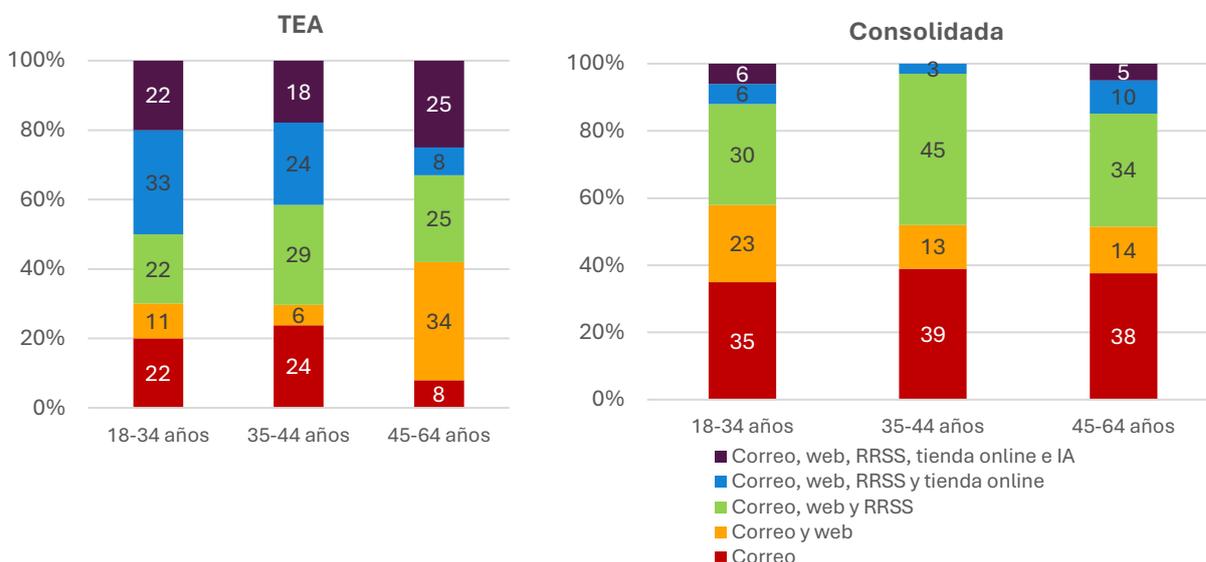


En cuanto a la implantación de la digitalización por tramos de edad puede verse en la Figura 63. En el tramo de los emprendedores más jóvenes (18-34 años) las iniciativas emprendedoras han mostrado con mayor frecuencia la puesta en marcha de tiendas *online* (hasta el 55% de las iniciativas incluye este canal de venta) y el un mayor uso de la IA (22%). También destaca el uso intensivo de la digitalización entre el segmento de 35 a 44 años, con un 18% de las iniciativas, incluyendo el uso de la IA, y entre el segmento de emprendedores de mayor edad (45-64 años) entre los que este porcentaje es del 25%.

Si analizamos las iniciativas consolidadas, se observa como el uso de la digitalización es muy inferior. En el segmento de 35 a 44 años el 39% de los emprendedores solo hace uso del correo electrónico. Este porcentaje es muy similar en los otros dos segmentos de edad. Frente al uso, relativamente corriente de la IA entre los emprendedores nacientes y nuevos, en las iniciativas consolidadas el uso de esta herramienta es muy limitado. Solamente un 6% de las iniciativas consolidadas lideradas por el segmento más joven utiliza el rango más amplio de medios digitales frente al 22% observado en las iniciativas nacientes y nuevas de este mismo segmento de edad.

Figura 63. Digitalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la edad

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



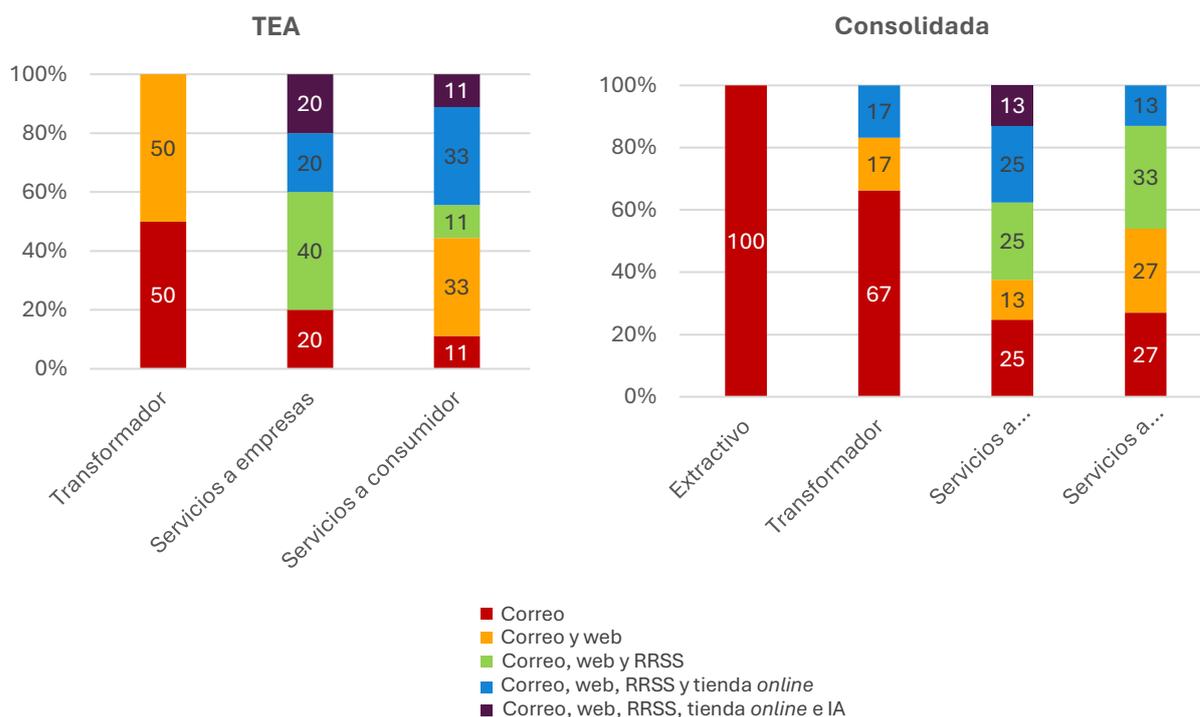
En la Figura 64 se muestra la distribución del estado de digitalización en cada sector de actividad y en las dos fases del proceso emprendedor contempladas. En el sector extractivo la mayoría de las empresas cuentan con un nivel de digitalización mínimo. Aunque no existen datos disponibles en el caso de las iniciativas emprendedoras, analizando los datos de las consolidadas puede observarse que todas ellas cuentan con el nivel más bajo de digitalización de entre los propuestos, ya que indican que solo utilizan el correo electrónico.

En el sector transformador las iniciativas emprendedoras muestran un comportamiento más proactivo, ya que al menos el 50% de las iniciativas emprendedoras cuentan con página web. Así el 50% de las iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas y el 34% de las consolidadas cuenta con esta herramienta de digitalización.

En las iniciativas del sector de servicios a empresas el nivel de digitalización es mayor para los dos grupos de iniciativas emprendedoras. En este caso hasta el 20% de las iniciativas recientes y el 13% de las consolidadas afirman contar con el nivel más alto de digitalización de entre los propuestos, que incluye el uso de correo, web, RRSS, tienda *online* e IA. En el sector de servicios a consumidores el nivel de digitalización es ligeramente inferior que en el de servicios a empresas.

Figura 64. Digitalización de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



4.7.2. Barreras a la digitalización

En este apartado se analizan las razones que llevan a un emprendedor a no digitalizar su actividad. Las razones para no digitalizar una iniciativa emprendedora pueden estar relacionadas con factores estratégicos, falta de preparación del emprendedor o falta de financiación para llevarlo a cabo.

El 37% de las iniciativas emprendedoras indica que para su actividad no es prioritaria la digitalización. Este porcentaje es muy superior entre las iniciativas consolidadas, alcanzando un 68% (Figura 65). La falta de preparación o la falta de financiación son las barreras más comunes entre las iniciativas nacientes y nuevas, mientras que entre las consolidadas es más común considerar que no se trata de una acción prioritaria.

Figura 65. Barreras a la digitalización en el proceso emprendedor

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



En la Figura 66 se observa que existen diferencias importantes entre sexos si se analizan las iniciativas más recientes. La principal barrera a la digitalización entre las empresas nacientes y nuevas para los hombres es la falta de preparación (48%), mientras que las mujeres hacen referencia en mayor medida a la falta de financiación (46%) o a no considerarlo una actuación

prioritaria (46%). Sí se observan diferencias en la consideración de barreras a la digitalización, si segmentamos a los emprendedores en función de la educación, aunque no se observa que un mayor nivel educativo mejore la percepción de la preparación percibida sobre digitalización (Figura 67).

Figura 66. Barreras a la digitalización en el proceso emprendedor en función del sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

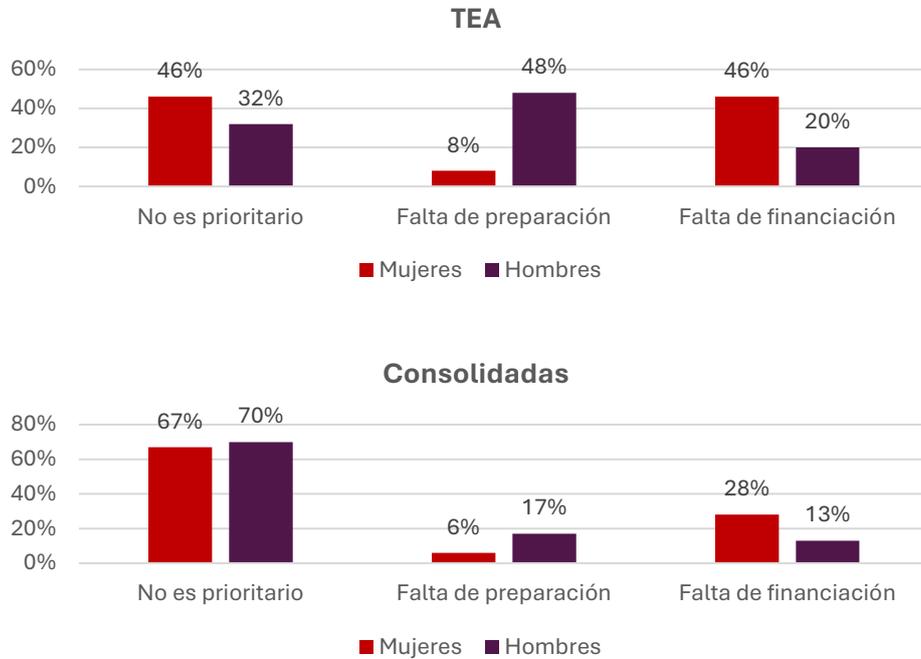
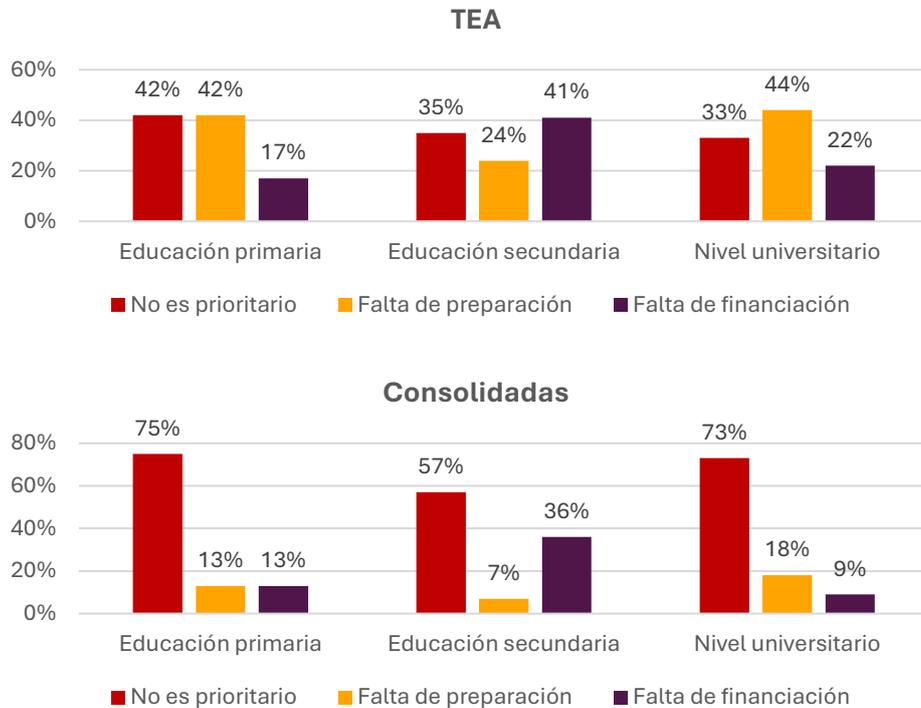


Figura 67. Barreras a la digitalización en función del nivel educativo

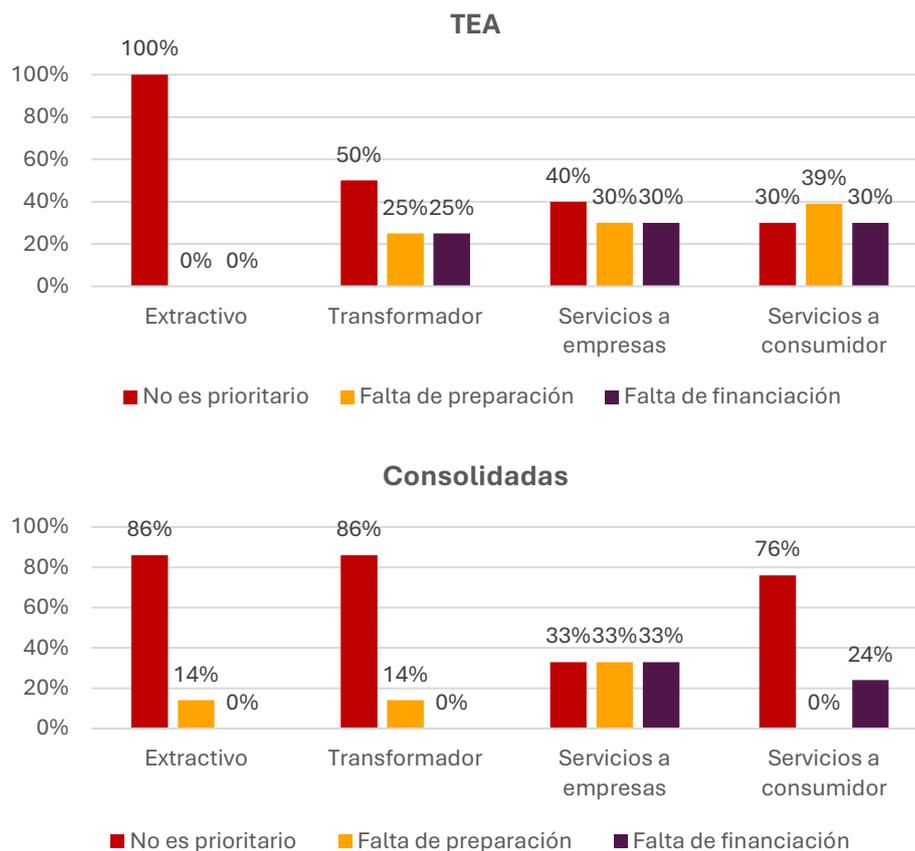
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Si se realiza el análisis de las barreras a la digitalización por sectores se observa que, en las empresas extractivas, la digitalización no es una prioridad, independientemente de si la empresa es naciente o nueva o ya está consolidada (Figura 68). Entre iniciativas en la fase de emprendimiento reciente dedicadas al resto de sectores, la identificación de las barreras a la digitalización es muy variable, siendo imposible identificar una barrera más relevante que el resto. Las empresas consolidadas muestran, independientemente del sector, que la digitalización no es una prioridad en su actividad empresarial.

Figura 68. Barreras a la digitalización en función del sector de actividad

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

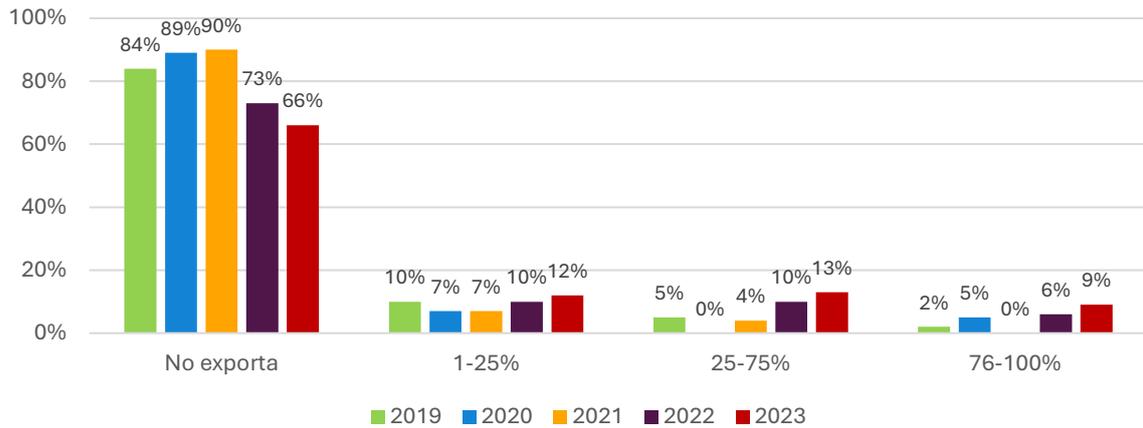


4.8. Orientación internacional

Actualmente, nacer como empresa con orientación internacional puede ser una estrategia de éxito, e incluso en algunos sectores un requisito para competir. En la Figura 69 se muestra la descripción las iniciativas emprendedoras según su comportamiento internacional basado en su actividad comercial en los últimos cinco años. Se observa que las ventas del último año dirigidas al extranjero se han incrementado. El 22% de las iniciativas venden más del 25% fuera de nuestras fronteras y se alcanza el valor más bajo de la serie temporal en la categoría de empresa no exportadora. Esto muestra una mejora en la orientación internacional.

Figura 69. Evolución de la orientación internacional en las empresas en fase emprendedora

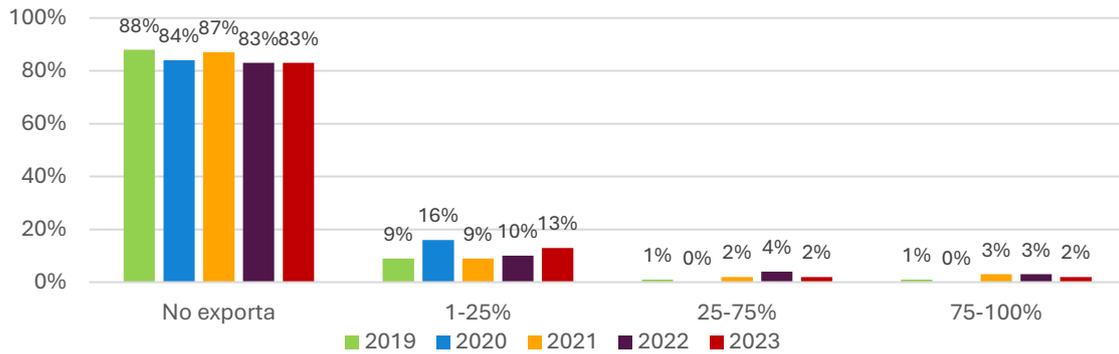
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2019 2023



En las empresas en fase consolidada los datos no son tan positivos, aunque sí mejoran con respecto a los años anteriores. El 83% de las empresas consolidadas no exporta, siendo este valor idéntico al del año pasado, igualando el mejor valor de la serie temporal. Solo el 4% de las empresas exporta más del 25%, menos de la mitad de las nacientes y nuevas (Figura 70).

Figura 70. Evolución de la orientación internacional en las empresas en fase consolidada

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2019 2023



La distribución por sexo de las empresas que exportan se muestra en la Figura 71. El 37% de las iniciativas emprendedoras de hombres exportan frente al 28% de las de las mujeres. También existen diferencias a favor de los hombres cuando analizamos los datos de las empresas consolidadas (18% iniciativas exportadoras de hombres y 15% de mujeres).

Figura 71. Iniciativas exportadoras por sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

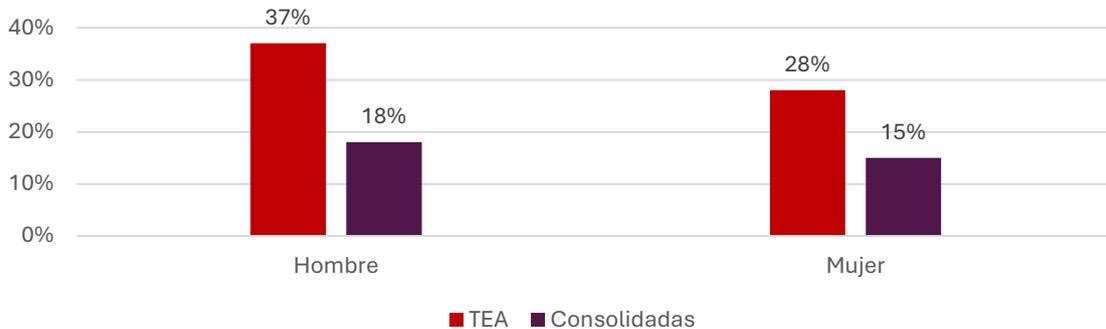
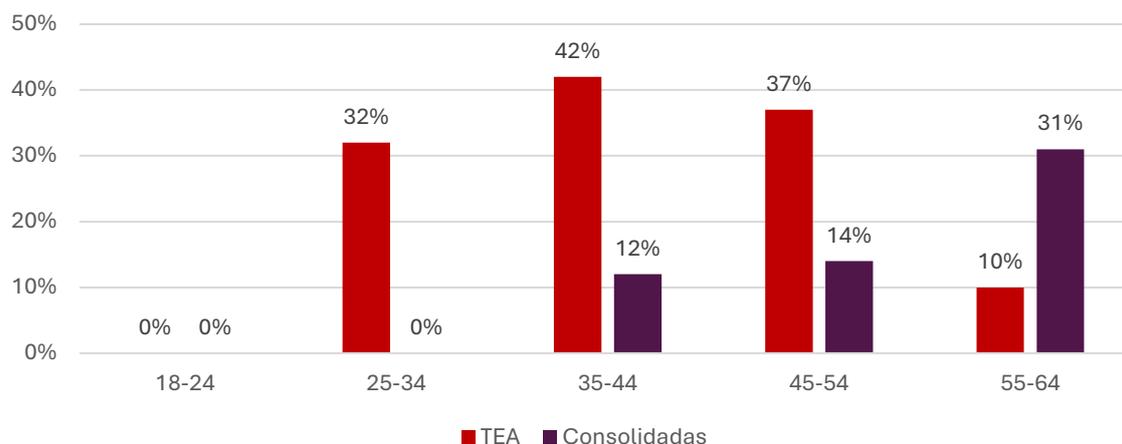


Figura 72. Iniciativas exportadoras por edad del emprendedor

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



En cuanto a la distribución por edad, el mayor volumen de empresas exportadoras en fase emprendedora se encuentra en el segmento de edad de 35 a 44 años (42%), seguido del tramo de 45 a 54 años (37%). En las empresas consolidadas observamos que el tramo de mayor edad aglutina al mayor porcentaje de empresas exportadoras (Figura 72).

Por nivel educativo, es el nivel de Educación Primaria el que tiene la mayor proporción de empresas exportadoras en fase emprendedora (53%), mientras que es el nivel universitario el que tiene mayor porcentaje de empresas exportadoras en la fase de empresa consolidada (31%) -Figura 73-. Dentro del nivel de educación superior, las iniciativas emprendedoras exportadoras son más frecuentes entre aquellos con formación de doctorado (100%) -Figura 74-.

Figura 73. Iniciativas exportadoras por nivel educativo del emprendedor

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

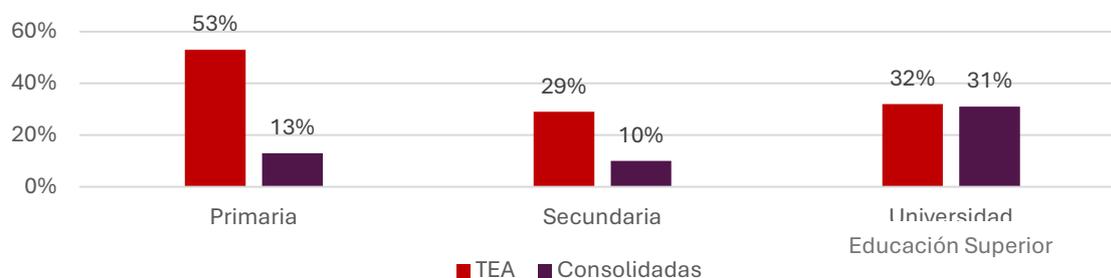


Figura 74. Distribución de las iniciativas exportadoras de los emprendedores con Educación Superior por tipo y nivel de estudios

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

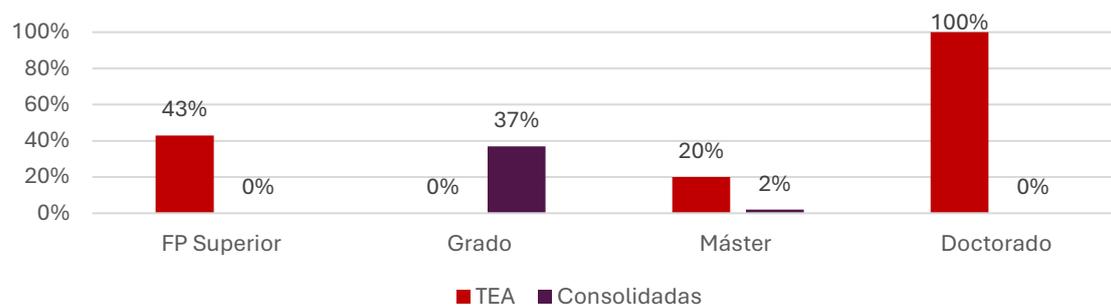
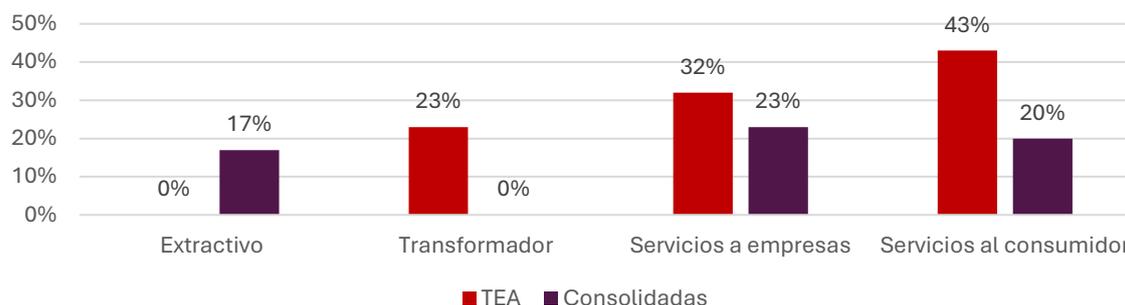


Figura 75. Iniciativas exportadoras por sector de actividad

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

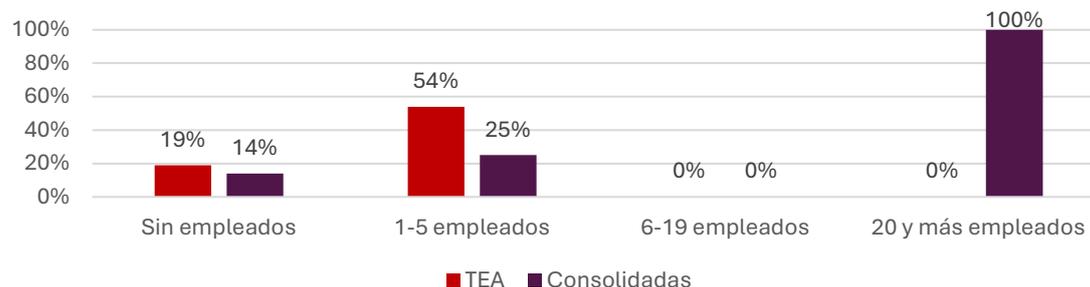


Por sector de actividad, el mayor peso de empresas exportadoras se encuentra en el sector de servicios a consumidor. Entre las empresas consolidadas este porcentaje de empresas exportadoras es ligeramente superior entre aquellas dedicadas a proporcionar servicios a empresas (Figura 75).

Según la dimensión de la empresa, las empresas exportadoras se encuentran en mayor medida en el tamaño de 1 a 5 empleados entre aquellas empresas en fase emprendedora (54%). Entre las consolidadas el porcentaje de empresas exportadoras es mayor entre aquellas de mayor tamaño, con más de 20 trabajadores (100%) -Figura 76-.

Figura 76. Iniciativas exportadoras por tamaño de la empresa según el número de trabajadores

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



4.9. Orientación a la sostenibilidad

La última parte del presente informe se centra en la orientación a la sostenibilidad. En concreto se ha incluido el posicionamiento en cuanto al grado de acuerdo sobre: la priorización del impacto social o ambiental de los negocios, las implicaciones sociales en la estrategia y las implicaciones ambientales de la misma.

En la Figura 77 se muestra la frecuencia para cada una de las dimensiones señaladas en el caso de las iniciativas emprendedoras, comparando Castilla-La Mancha y España. Los valores son muy similares en las dos muestras con la excepción de la consideración de las implicaciones sociales en la estrategia de la empresa. En Castilla-La Mancha solo el 43% de las iniciativas emprendedoras considera las implicaciones sociales de su estrategia frente al 60% a nivel nacional. En el caso de las iniciativas consolidadas, las frecuencias son más altas en Castilla-La Mancha si se considera la

priorización del impacto social y ambiental de los negocios. Sin embargo, se observan valores por debajo de la media nacional en el caso de la consideración de la implicaciones sociales -Figura 78-

Figura 77. Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas en fase emprendedora

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



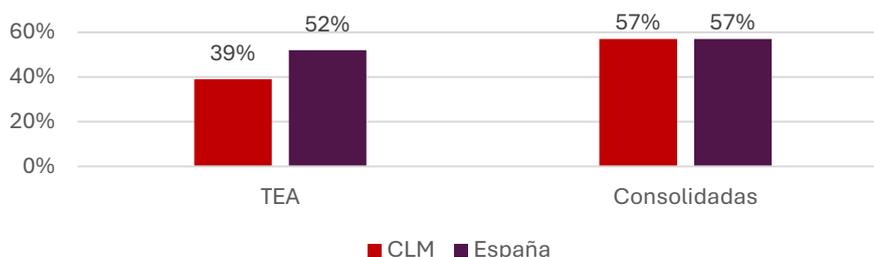
Figura 78. Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas consolidadas

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Figura 79. Práctica de sostenibilidad medioambiental en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

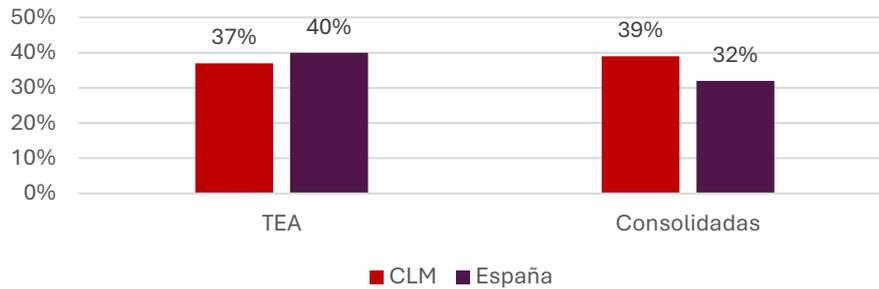
Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



La sostenibilidad ambiental es tenida en cuenta por un porcentaje inferior de los emprendedores recientes en Castilla-La Mancha (39%) comparando con los datos de España (52%) (Figura 79). La sostenibilidad social presenta una distribución similar si consideramos las iniciativas recientes, observándose sin embargo una implicación mayor con este objetivo de las iniciativas emprendedoras en fase consolidada regionales (39%) frente a los datos de España (32%) -Figura 80-

Figura 80. Práctica de sostenibilidad social en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023



Si analizamos la relación con el sexo, la orientación a la sostenibilidad varía en función de la fase de emprendimiento considerada (Figura 81), siendo superior entre las mujeres en el emprendimiento reciente y entre los hombres entre las empresas consolidadas. La comparación por Comunidades Autónomas coloca a Castilla-La Mancha entre las regiones con mayor orientación hacia la sostenibilidad (Figura 82).

Figura 81. Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras y consolidadas por sexo

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023

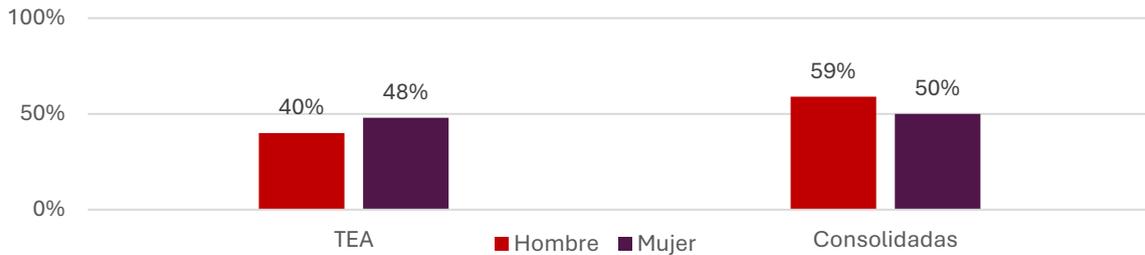
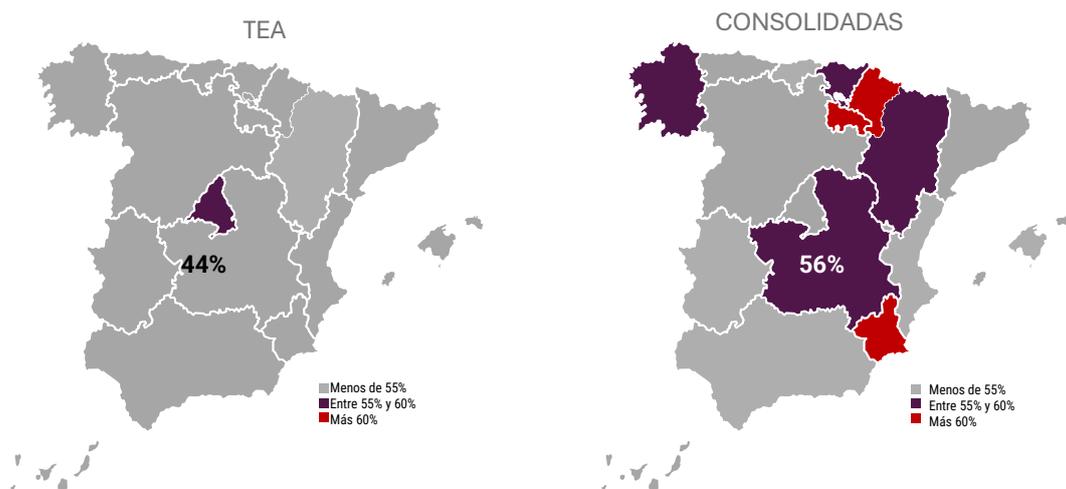


Figura 82. Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras y consolidadas en España

Fuente: GEM Castilla-La Mancha APS 2023-2024



Casos de Emprendedores de la Región

AKROSTUDIO



NOMBRE DEL EMREDEDOR
Marta Yuste

UBICACIÓN DE LA EMPRESA
Avda. de América 12, Toledo

AÑO DE FUNDACIÓN
2015

BREVE DESCRIPCIÓN DE LO QUE HACE LA EMPRESA

Akrostudio se especializa en la distribución de equipamiento de alta calidad para rehabilitación, fitness y wellness, siendo distribuidores oficiales de marcas como Redcord. Nuestra misión va más allá de la venta de productos; formamos a los profesionales a través de programas que optimizan el uso de nuestras tecnologías para mejorar la salud y el rendimiento físico. Además, contamos con una clínica donde aplicamos estos métodos, lo que nos permite crear un entorno de aprendizaje continuo y brindar a los profesionales una experiencia práctica con los equipos, optimizando así el cuidado de la salud de nuestros clientes y pacientes.

¿CÓMO SURTIÓ LA IDEA?

Akrostudio nació de mi pasión por el movimiento y la salud, con el deseo de acompañar a las personas en sus cambios vitales. Al estar vinculada al deporte y la rehabilitación, identifiqué la necesidad de equipamiento especializado y formación para optimizar su uso. Así surgió la idea de crear una empresa que, además de ofrecer productos de calidad, se convirtiera en un socio estratégico para profesionales, ayudándoles a integrar nuevas tecnologías y mejorar los resultados para sus pacientes y clientes.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI SER EMPRENDEDORA?

Para mí, ser emprendedora es tener la capacidad de visualizar oportunidades donde otros ven obstáculos. Es estar dispuesta a aprender constantemente, adaptarse a los cambios y tener la determinación de llevar una visión a la realidad. Es saltar al vacío cada día confiando en que siempre habrá una red de sostén. Emprender significa asumir riesgos, pero también es una gran oportunidad de crear algo propio, de impacto, y que beneficie a la sociedad. Me impulsa la pasión por lo que hago y la posibilidad de generar cambios positivos en la vida de los demás a través de mi trabajo.

¿CÓMO VES EL FUTURO CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS? ¿AYUDARÁN A TU NEGOCIO?

Sin duda, las nuevas tecnologías son el futuro, y en Akrostudio estamos siempre atentos a las innovaciones que puedan mejorar la experiencia tanto de los profesionales como de sus pacientes. Creo que la tecnología permitirá diagnósticos más precisos, tratamientos más personalizados y una mayor eficiencia en los resultados. Nosotros, como empresa, seguiremos apostando por la innovación, incorporando herramientas que integren el análisis de movimiento, el feedback en tiempo real y las plataformas digitales para formación continua. Estas tecnologías no solo ayudarán a nuestro negocio, sino que elevarán el nivel de toda la industria del bienestar y la rehabilitación.

OTRAS COSAS QUE QUIERAS AÑADIR

Me gustaría añadir que uno de nuestros pilares fundamentales es la formación. No solo vendemos equipamiento, sino que creemos firmemente en empoderar a los profesionales a través del conocimiento. Estamos comprometidos con ofrecer soluciones integrales que combinen tecnología de vanguardia con una formación práctica y de calidad. El éxito de nuestros clientes es nuestro éxito, y ese es el valor que Akrostudio siempre mantendrá en su esencia.

ALQUIDERMIS S.L



NOMBRE DEL EMPRENDEDOR
Pepi Jiménez Galán

UBICACIÓN DE LA EMPRESA
Albacete

AÑO DE FUNDACIÓN
2022 como persona física y 2024 como S.L

BREVE DESCRIPCIÓN DE LO QUE HACE LA EMPRESA
Elaboramos cosmética natural, sostenible y artesanal. Tanto en su producción, envasado, etiquetado y comercialización. Nos dedicamos a la venta al por mayor y detal.

¿CÓMO SURTIÓ LA IDEA?

Desde la infancia me he educado en el medio rural y en contacto con la naturaleza. Siempre me gustó el significado de las plantas. La importancia de la salud y el ecosistema, me planteé que era el pilar más importante y aquello y con mucho amor y pasión aprendí a formular y a elaborar producto de higiene y belleza. De ahí surgieron las ideas de productos sólidos y trabajar con los extractos de las plantas y con sus propiedades.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI SER EMPRENDEDORA?

Llevar a cabo la idea, proyecto y la creatividad que el mercado demanda tanto en información, servicio o producto que necesita el consumidor.

¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁS PERCIBIENDO QUE TENER EN CUENTA EL IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL SE ESTÁ CONVIRTIENDO EN UNA NECESIDAD PARA TU NEGOCIO?

¿QUÉ ACTUACIONES ESTÁIS LLEVANDO A CABO EN ESTE SENTIDO?

En nuestra empresa familiar, estamos profundamente comprometidos con la sostenibilidad y los valores éticos. Reconocemos que considerar el impacto social y medioambiental es esencial para nuestro negocio. Cada vez más, los consumidores demandan productos sostenibles, y nosotros respondemos a esta necesidad esforzándonos para que nuestros productos sean no solo eficaces y 100% naturales, sino que también cumplan con la legislación y reflejen la política de nuestra empresa. En Alquidermis se mira cada producto con el que se trabaja que sea biodegradable, y ante la duda se cambia por otro alternativo. Además, que trabajamos para que el resultado tenga una finalidad ecológica 100%. Decimos trabajar artesanalmente para evitar la mecanización, desgastes de energías etc. Evitamos envases, si de alguno se usa es retornable y rehusado. Nuestra filosofía es de dar segunda vida al material o ser aprovechado.

OTRAS COSAS QUE QUIERAS AÑADIR

Trabajamos para que nuestros productos sean eficaces y 100% naturales no solo en legislación sino también en la política de nuestra empresa y al mismo tiempo seamos un potente de lo que tanto se necesita. Nuestra autenticidad está en las gracias que percibimos por ayudar, por comprobar y certificar lo que es cierto. Dando testimonio a esa fidelidad y apoyo que recibimos

AULA UNIVERSO



NOMBRE DEL EMPRENDEDOR
Juan Fernando Sáez Roldán

UBICACIÓN DE LA EMPRESA
Peñas de San Pedro, Albacete

AÑO DE FUNDACIÓN
2020

BREVE DESCRIPCIÓN DE LO QUE HACE LA EMPRESA

Soy formador y me dedico a la divulgación de la astronomía. Doy clases, hago talleres, pinto planetarios con pintura luminiscente con los que dejo materiales didácticos, realizo observaciones nocturnas con y sin telescopio, y tengo un espectáculo de circo consistente en una clase de cosmología y mecánica celeste utilizando el clown, música y juegos malabares.

¿CÓMO SURTIÓ LA IDEA?

Siempre había realizado actividades en el ámbito de la astronomía, pero nunca con rentabilidad económica. Sabiendo de mis planetarios por medio de una amiga oftalmóloga, un centro comercial lanzó un reto solidario por motivo de la Navidad, gracias al cual donó el dinero necesario para que pudiera pintar 13 planetarios en las habitaciones de la planta de pediatría y oftalmología pediátrica del Hospital Marina Salud, en Denia. Necesitaba el respaldo legal para hacer ese trabajo, y decidí arrancar como autónomo, focalizando mi esfuerzo y aportando a esta causa todos mis recursos.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI SER EMPRENDEDOR?

Tener la libertad de organizar mi trabajo y tiempos como considero.

¿CÓMO VES EL FUTURO CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS? ¿AYUDARÁ A TU NEGOCIO?

Son infinitas las posibilidades de divulgación que puede tener la astronomía, y en este caso es más que evidente que las nuevas tecnologías puedan enriquecer notablemente mi trabajo; la IA avanzará a nuestro servicio hasta límites que no podemos imaginar, así como la realidad virtual, aumentada, softwares, aplicaciones... La duda que me surge es si mi negocio favorecerá recíprocamente a las nuevas tecnologías, en qué medida... y si realmente estoy de acuerdo con su «proliferación»... dudo que todo lo que sea separar a las personas de lo natural sea un camino acertado. En la medida de lo posible, intento en mi negocio hacer el menor uso de ellas por esta razón.

OTRAS COSAS QUE QUIERAS AÑADIR

A pesar de esto último expuesto, valoro el aporte que ha hecho la tecnología a la humanidad, desde siempre. En mi negocio utilizo telescopios, aplicaciones de observación del cielo, enseño a la gente a fotografiar el cielo con sus teléfonos. Verdaderamente las nuevas tecnologías enriquecen mi trabajo, pero creo que debería haber mucha más conciencia en su uso, y que el fin de éstas no debería justificar los medios usados hoy en día.

BEGABUNG ALTAS CAPACIDADES



NOMBRE DEL EMPRENDEDOR

Sergio Almendro Rubio

UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Talavera de la Reina

AÑO DE FUNDACIÓN

2021

BREVE DESCRIPCIÓN DE LO QUE HACE LA EMPRESA

Identificación y evaluación de altas capacidades, formación a familias y profesionales (educación, sanidad...) asesoramiento y enriquecimiento de alumnado con altas capacidad y/o alto rendimiento.

¿CÓMO SURGIÓ LA IDEA?

Observamos una necesidad en las familias y alumnos que desde el sistema educativo no se estaba dando respuesta ya que el alumnado de AACC debe trabajar de una forma adecuada a sus necesidades y características...

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI SER EMPRENDEDOR?

Para mí emprender no sólo significa comenzar "algo", si no que lleva implícito crear situaciones, herramientas o recursos para mejorar situaciones. Dar respuesta a una necesidad que no se está cubriendo.

¿CÓMO VES EL FUTURO CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS? ¿AYUDARÁ A TU NEGOCIO?

Creo que las nuevas tecnologías son una herramienta muy potente y necesaria para mejorar la calidad en muchos ámbitos, pero nunca se debe convertir en "la herramienta" o el recurso que lo acapare todo; como en la mayoría de las situaciones, el uso excesivo de algo puede ser perjudicial.

OLIBA ORGANIZING LIFE



Ana Isabel Sánchez López

UBICACIÓN DE LA EMPRESA
Albacete

AÑO DE FUNDACIÓN
2023

BREVE DESCRIPCIÓN DE LO QUE HACE LA EMPRESA

Oliba Organizing Life Balance es una consultoría de salud online especializada en la gestión del dolor crónico musculoesquelético y nervioso. Ofrecemos soluciones personalizadas basadas en la fisiogenómica, la nutrigenómica y el coaching, ayudando a las personas a descubrir el origen de sus problemas de salud y a mejorar su calidad de

vida.

¿CÓMO SURTIÓ LA IDEA?

La idea surgió a partir de mi experiencia como fisioterapeuta y la necesidad que veía en mis pacientes de un enfoque más integral y personalizado en el tratamiento del dolor crónico. Después de años de trabajar en fisioterapia avanzada y de explorar nuevas áreas como la fisiogenómica y la nutrigenómica, vi la oportunidad de combinar estas disciplinas con el coaching para ofrecer un método único que ayudara a descubrir y tratar el origen de los problemas de salud, en lugar de solo aliviar los síntomas.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI SER EMPRENDEDORA?

Para mí, ser emprendedora significa tener la oportunidad de crear un impacto real en la vida de las personas a través de la innovación y la pasión. Implica asumir riesgos, superar retos y seguir evolucionando, pero también tener la libertad de definir el futuro de mi proyecto, tomando decisiones que alineen mis valores con mi visión profesional y personal.

¿EN QUÉ MEDIDA ESTAS PERCIBIENDO QUE EL TENER EN CUENTA EL IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL SE ESTÁ CONVIRTIENDO EN UNA NECESIDAD PARA TU NEGOCIO?

La conciencia social y medioambiental es esencial hoy en día. En Oliba, promovemos prácticas que impactan positivamente en la vida de nuestros clientes al ofrecer soluciones de salud que mejoran su bienestar. Además, trabajamos con productos que respetan el medio ambiente, como el uso de kits de muestreo sostenibles y empaques ecológicos. Nos enfocamos en la salud a largo plazo, lo que también significa cuidar del entorno en el que vivimos.

¿CÓMO VES EL FUTURO CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS? ¿AYUDARÁ A TU NEGOCIO?

El futuro con las nuevas tecnologías es muy prometedor para nuestro negocio. Nos permite ofrecer servicios más accesibles y personalizados a través de plataformas online y análisis avanzados de datos, como los test epigenéticos. Además, la tecnología nos ayuda a optimizar el seguimiento de los pacientes y ofrecerles soluciones innovadoras, como el uso de plataformas para sesiones de coaching y telemedicina. Estamos seguros de que la tecnología seguirá mejorando nuestra capacidad para proporcionar tratamientos más efectivos y personalizados.

PROTIBERIA



NOMBRE DEL EMPRENDEDOR
Ana González

UBICACIÓN DE LA EMPRESA
Villamalea (Albacete)

AÑO DE FUNDACIÓN
2022

¿CÓMO SURTIÓ LA IDEA?

Del interés de dar un segundo uso a una nave de champiñones que estaba sin utilizarse en un momento en que la UE aprobó el uso de insectos como fuente de alimento.

BREVE DESCRIPCIÓN DE LO QUE HACE LA EMPRESA

Transforma residuos orgánicos vegetales en materias primas para el sector agroalimentario, usando insectos.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI SER EMPRENDEDORA?

Ser emprendedora significa tener una visión clara y transformadora, además de la capacidad de enfrentar desafíos y encontrar soluciones innovadoras en entornos complejos. Implica asumir riesgos calculados, aprovechar oportunidades y mantener una mentalidad proactiva para impulsar el crecimiento sostenible de la empresa. También es esencial contar con resiliencia y adaptabilidad, lo que permite gestionar el cambio con agilidad, especialmente en sectores emergentes como la biotecnología aplicada a la cría de insectos.

¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁS PERCIBIENDO QUE EL TENER EN CUENTA EL IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL SE ESTÁ CONVIRTIENDO EN UNA NECESIDAD PARA TU NEGOCIO? ¿QUÉ ACTUACIONES ESTÁIS LLEAVANDO A CABO EN ESTE SENTIDO?

Protiberia se define por su compromiso con un impacto social, ambiental y económico positivo. Su enfoque va más allá de la rentabilidad, contribuyendo al bienestar de las comunidades rurales y promoviendo la sostenibilidad a través de un modelo de economía circular. La empresa se motiva por un triple impacto, impulsando la innovación con propósito y fomentando una cultura de colaboración y creatividad, donde cada miembro es valorado para alcanzar los objetivos comunes.

¿CÓMO VES EL FUTURO CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS? ¿AYUDARÁ A TU NEGOCIO?

Las nuevas tecnologías transformarán sectores como el de Protiberia, con beneficios en diversas áreas:

- **Automatización:** La robótica mejorará la cría y manejo de insectos, aumentando la eficiencia y reduciendo costos.
- **Big Data e IA:** Optimizarán la producción, gestión de recursos y análisis de datos para predecir tendencias y mejorar estrategias comerciales.
- **Economía circular y trazabilidad:** Blockchain garantizará transparencia en la cadena de valor, generando mayor confianza en productos sostenibles.
- **Innovación en productos:** La biotecnología impulsará nuevos productos derivados de insectos para alimentación, agricultura y bioplásticos.

Índice de figuras

Índice de figuras

Figura 1. Percepción sobre valores y actitudes para emprender.....	13
Figura 2. Percepciones sobre oportunidades para emprender (en porcentaje)	14
Figura 3. Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo.....	14
Figura 4. Posicionamiento en actitudes y valores para emprender por CC.AA.	15
Figura 5. Posicionamiento en actitudes y valores para emprender por CC.AA. (cont.).....	16
Figura 6. Posicionamiento relativo regional de las actitudes y valores para emprender (en porcentaje)	17
Figura 7. Posicionamiento relativo regional de las actitudes y valores para emprender (cont.)	18
Figura 8. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender	19
Figura 9. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. CLM vs. España.....	20
Figura 10. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. CLM versus UE27	21
Figura 11. Índice del Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) según los expertos	21
Figura 12. Factores impulsores del emprendimiento según los expertos.....	22
Figura 13. Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor	22
Figura 14. Proceso emprendedor	23
Figura 15. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo.....	24
Figura 16. Abandono de la actividad empresarial en España en 2023	25
Figura 17. Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor	26
Figura 18. Evolución índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2012-2022	26
Figura 19. Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA, nacientes y nuevas	27
Figura 20. Posicionamiento de Castilla-La Mancha en relación a las CC.AA.	28
Figura 21. Motivaciones emprendedoras (en porcentaje).....	31
Figura 22. Motivaciones emprendedoras a lo largo de los años.....	32
Figura 23. Motivaciones en función del sexo	33
Figura 24. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2022 y 2023	34
Figura 25. Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios.....	35
Figura 26. Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos	35
Figura 27. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo (%)	36
Figura 28. Tasa de emprendimiento potencial en función del nivel educativo y por sexo (%)	37
Figura 29. TEA en función del nivel de educación y por sexo (%)	37
Figura 30. Tasa de emprendimiento consolidado en función del nivel educativo por sexo (%).....	38
Figura 31. Formación específica para emprender por sexo (%)	38
Figura 32. Formación específica para emprender en función del nivel educativo por sexo (%).....	39
Figura 33. Evolución del índice TEA por nivel de renta en Castilla-La Mancha	41
Figura 34. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en CLM en 2023	42
Figura 35. Necesidad de capital para emprender por sexo.....	42
Figura 36. Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en Castilla-La Mancha en 2023	42
Figura 37. Nivel de conocimiento financiero en el proceso emprendedor en 2023 por sexo.....	43
Figura 38. Nivel de conocimientos financieros según el nivel de educación en 2023.....	43
Figura 39. Nivel de conocimiento financiero por nivel educativo.....	44
Figura 40. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad (en porcentaje)	45
Figura 41. Distribución de los emprendedores por sector de actividad en función del sexo (TEA).....	45

Figura 42. Distribución de los emprendedores por sector de actividad en función del sexo (Consolidadas).....	46
Figura 43. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados	46
Figura 44. Evolución de la dimensión de las iniciativas emprendedoras en los últimos 5 años.....	47
Figura 45. Características del empleo creado en los últimos 12 meses (%).....	48
Figura 46. Expectativas de creación de empleo en los próximos 5 años	48
Figura 47. Expectativas de creación de más de 5 empleos en los próximos 5 años de las iniciativas emprendedoras en función del sexo	49
Figura 48. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	49
Figura 49. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por sexo.....	50
Figura 50. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por edad	50
Figura 51. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por nivel educativo	50
Figura 52. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por sector.....	51
Figura 53. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por tamaño	51
Figura 54. Evolución de la innovación en producto y en proceso (en algún grado) de las iniciativas	52
Figura 55. Innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras por sexo	52
Figura 56. Innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por edad.....	52
Figura 57. Innovación de producto y proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en función	53
Figura 58. Innovación de producto y proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas por.....	54
Figura 59. Innovación de producto y de proceso de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	54
Figura 60. Nivel de digitalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	55
Figura 61. Digitalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en función del sexo.....	56
Figura 62. Digitalización y nivel educativo de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	57
Figura 63. Digitalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la edad	58
Figura 64. Digitalización de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad	59
Figura 65. Barreras a la digitalización en el proceso emprendedor	59
Figura 66. Barreras a la digitalización en el proceso emprendedor en función del sexo.....	60
Figura 67. Barreras a la digitalización en función del nivel educativo	60
Figura 68. Barreras a la digitalización en función del sector de actividad	61
Figura 69. Evolución de la orientación internacional en las empresas en fase emprendedora.....	62
Figura 70. Evolución de la orientación internacional en las empresas en fase consolidada	62
Figura 71. Iniciativas exportadoras por sexo.....	62
Figura 72. Iniciativas exportadoras por edad del emprendedor	63
Figura 73. Iniciativas exportadoras por nivel educativo del emprendedor	63
Figura 74. Distribución de las iniciativas exportadoras de los emprendedores con Educación Superior por	63
Figura 75. Iniciativas exportadoras por sector de actividad.....	64
Figura 76. Iniciativas exportadoras por tamaño de la empresa según el número de trabajadores.....	64
Figura 77. Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas en fase emprendedora	65
Figura 78. Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas consolidadas	65
Figura 79. Práctica de sostenibilidad medioambiental en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	65
Figura 80. Práctica de sostenibilidad social en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	66
Figura 81. Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras y consolidadas por sexo	66
Figura 82. Prioridad social y medioambiental en las iniciativas emprendedoras y consolidadas en España	66

Anexos

Ficha Técnica APS

Proyecto GEM 2023-24 Red GEM España Castilla - La Mancha

Universo: Población de 18 a 64 años residente en **Castilla - La Mancha**

Población objetivo: 1.294.629 individuos (fuente INE)

Muestra: 1.000 individuos

Error muestral: $\pm 3,10\%$ (para el conjunto de la muestra) para un intervalo de confianza del 95,0% (2 sigmas), y bajo el supuesto de máxima indeterminación (P=Q=50%)

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

Período de realización de encuestas: de junio a septiembre de 2022

Metodología: encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI)

Realización del trabajo de campo: Instituto Opinometre

Base de datos*: Instituto Opinometre

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

Las 1.000 entrevistas de la muestra de **Castilla - La Mancha** segmentadas por sexo, edad, ámbito y provincia se han distribuido de la siguiente manera:

Provincia	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombre	Mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Albacete	95	94	22	34	45	44	44	43	146	189
Ciudad Real	126	114	25	39	58	58	60	38	202	240
Cuenca	45	50	6	13	29	21	26	43	52	95
Guadalajara	64	66	13	23	32	30	32	30	100	130
Toledo	176	170	35	59	91	92	69	107	239	346
Total	506	494	101	168	255	245	231	261	739	1000

Ficha Técnica NES

Proyecto GEM 2022-23 Red GEM España
Castilla - La Mancha

ÍTEMS	DETALLE
Muestra	46 expertos
Selección de la muestra	Muestra de conveniencia: entrevistas a expertos de la Comunidad relacionados con distintos aspectos de la actividad emprendedora
Metodología	Correo electrónico con enlace
Periodo de realización	Junio-Julio 2023
Trabajo de campo	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Codificación y base de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Análisis y tratamiento de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha

Patrocinadores

EQUIPO GEM ESPAÑA 2023

GEM España



GEM Andalucía

GEM Almería



Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico

GEM Cádiz

GEM Córdoba



UNIVERSIDAD DE GRANADA



Universidad de Huelva

GEM Granada

GEM Huelva

GEM Jaén



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



GEM Málaga

GEM Sevilla



PRODETUR

GEM Aragón



Cátedra EMPRENDE Universidad Zaragoza



GOBIERNO DE ARAGON Departamento de Economía, Empleo e Industria

GEM Asturias



Universidad de Oviedo
Universidá d'Oviéu
University of Oviedo

GEM Baleares



GEM Canarias



GEM Cantabria



Cátedra PYME



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León

GEM Catalunya



Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç

GEM Ceuta



UNIVERSIDAD DE GRANADA



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



