GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO
enisa



RED GEM ESPAÑA
OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO

GEM 1999 2024 25th ANNIVERSARY

INFORME 23-24
GEM ESPAÑA

Global Entrepreneurship Monitor

Colabora:
OBSERVATORIO MAPFRE DE FINANZAS SOSTENIBLES

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe GEM España 2023/24

Observatorio del Emprendimiento de España

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

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

Anual
Otro título: GEM
Otro título: GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Informe España

En la port.: Observatorio del Emprendimiento de España (RED GEM España).
Descripción basada en: 2014.
ISSN 1695-9302 = Global Entrepreneurship Monitor. España

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

347.72.02(460)
658.016.1(460)

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

Citar:
Calvo, N.; Fernández-Laviada, A.; Monje-Amor, A. & Atrio, Y. (2024). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2023-2024. Ed. Universidad de Cantabria. DOI: https://doi.org/10.22429/Euc2024.000

Agradecimientos por su labor de revisión: Ignacio Mira Solves (GEM Comunidad Valenciana) y Pilar Piñeiro García (GEM Galicia).

© Observatorio del Emprendimiento de España
© Los autores del informe: Nuria Calvo (Universidade da Coruña), Ana Fernández-Laviada (Universidad de Cantabria), Ariadna Monje-Amor (Universidade da Coruña) y Yago Atrio (Universidade de Santiago de Compostela)
© Editorial de la Universidad de Cantabria
www.editorial.unican.es
ISNI: 0000 0005 0686 0180

ISSN: 1695-9302
D.L.: SA 216-2024
DOI: https://doi.org/10.22429/Euc2024.005

Impreso en España – *Printed in Spain*
Imprime: Dosgraphic, s. l.

Sumario

Presentaciones

Ana Fernández Laviada. Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España 7
Borja Cabezón. Consejero delegado de ENISA 9

Prólogo

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

¿Qué es el GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)? 13

¿Cómo obtenemos los datos? 15

Resumen ejecutivo 16

Executive Summary 20

Cuadro de indicadores 24

Capítulo 1. Contexto emprendedor 26

1.1. ¿Qué percibe la población? 26
1.2. ¿Qué perciben los expertos? 29
1.3. Perspectiva internacional y por CC. AA. 36

Capítulo 2. El proceso emprendedor 43

2.1. Indicadores del proceso emprendedor 43
2.2. Dinámica de la actividad emprendedora 46
2.3. Perspectiva internacional y por CC. AA. 48

Capítulo 3. Perfil de la persona emprendedora 52

3.1. Motivación 52
3.2. Edad 53
3.3. Sexo 55
3.4. Educación 58
3.5. Minorías 60
3.5.1. Inmigrantes 60
3.5.2. Rural 63

Capítulo 4. Perfil de las iniciativas emprendedoras 65
4.1. Fuentes de financiación 65
4.2. Sector de actividad 70
4.3. Tamaño 72
4.4. Forma jurídica 76
4.5. Expectativas de crecimiento 79
4.6. Nivel tecnológico 80
4.7. Innovación en producto y en proceso 84
4.8. Digitalización 89
4.8.1. Perfil digital de las iniciativas emprendedoras 89
4.8.2. Expectativas de digitalización 97
4.9. Orientación internacional 101
4.10. Orientación a la sostenibilidad 104

Anexo. Glosario 111

Benchmarking 112

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2023-2024 119

Índice de tablas 125

Índice de figuras 127



Un año más es un honor y un placer para mí presentar el nuevo *Informe GEM España*, un proyecto que nos llena a todos de orgullo y emoción cada año.

Este informe es el resultado del arduo trabajo de un gran equipo apasionado y comprometido que, desde hace ya 24 años, dedica su tiempo y esfuerzo a comprender y promover el emprendimiento en España, con la esperanza de inspirar nuevas ideas, iniciativas y acciones. El *Informe GEM España* es esencial para entender el dinamismo emprendedor e innovador en nuestro país. Investigadores, líderes políticos y emprendedores confían en su análisis detallado para diseñar estrategias efectivas.

Sin duda, su éxito se debe al compromiso de nuestra red de 27 equipos regionales y al apoyo invaluable de ENISA, el Observatorio MAPFRE de Finanzas Sostenibles y todos los *sponsors* que a nivel regional hacen posible este trabajo colaborativo.

Además, este año tengo el placer de anunciar que hemos sido honrados con dos importantes reconocimientos por parte del consorcio internacional al que pertenece el Observatorio del Emprendimiento de España, desde donde se desarrolla el proyecto GEM. En primer lugar, hemos sido distinguidos por nuestro compromiso ininterrumpido de 24 años con el proyecto. Este logro es un testimonio del esfuerzo y la dedicación de todo nuestro equipo a lo largo de los años.

Pero eso no es todo, también hemos sido destacados como el equipo nacional que más ha contribuido a la investigación del fenómeno emprendedor. Este reconocimiento nos llena de satisfacción y nos impulsa a seguir trabajando con pasión y determinación en nuestro objetivo de promover una cultura emprendedora sólida y potente en España.

Por último, mirando hacia el futuro, nos emociona anunciar que el próximo año celebraremos nuestras bodas de plata, 25 años haciendo el *Informe GEM*. Será un momento especial para reflexionar sobre nuestro viaje, celebrar nuestros logros y mirar al frente con entusiasmo hacia nuevas oportunidades y desafíos.

La primera celebración tendrá lugar en Bilbao, donde presentaremos el *Informe GEM Global 24-25* y reuniremos a los representantes de más de 50 países que participan en el consorcio internacional. Será una ocasión única para vernos, compartir experiencias y fortalecer nuestra comunidad emprendedora.

En definitiva, el *Informe GEM España 23-24* es más que un documento, es un testimonio del compromiso y la pasión de toda una red de personas que trabajan incansablemente para impulsar el emprendimiento en nuestro país. Por todo ello, les invitamos a explorarlo y a compartir su contenido, recordando siempre el esfuerzo de quienes lo hacen posible.

Ana Fernández Laviada
Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España



Más información en la web

https://2024.gem-acede.com/



“El emprendimiento es hacer país”

Hay una ley de la física y la química que aplica como anillo al dedo al emprendimiento. Es la teoría de los vasos comunicantes de Pascal, según la cual, independientemente del tamaño, forma o volumen de los recipientes, los conductos que comparten permiten que haya siempre conexión y, por tanto, actividad.

Esa actividad la dibuja cada año el GEM, el proyecto internacional que analiza el fenómeno emprendedor en distintos contextos. Su diagnóstico es más que necesario porque su radiografía no es solo de la economía emprendedora, sino también de las personas que están tras de ella creando una sociedad mejor y más resiliente.

Contar con sus datos y conclusiones es tener la mejor brújula para ampliar y generar acciones que nos hagan seguir creciendo como la nación emprendedora que ya somos. Por eso mismo, me vais a permitir que esta carta que escribo por primera vez esté llena de ganas y optimismo. Las mismas que tiene España desde que, gracias a la Ley 28/2022 de Fomento del Ecosistema de las Empresas Emergentes (Ley de Startups), nos ha ampliado el marco legal de apoyo a las iniciativas emprendedoras innovadoras con capacidad de crecimiento.

Un crecimiento del que damos fe cada día en ENISA y que, ahora, este nuevo informe rubrica al destacar que la actividad emprendedora reciente (TEA) encadena tres años de ascenso, y el emprendimiento potencial experimenta un aumento sin precedentes. Y es que, en 2023 el 13,5% de la población adulta española estaba inmersa en el arranque y consolidación de una iniciativa emprendedora; un 6,8% en un proyecto de negocio de menos de tres años y medio de vida, y un 6,7% con un proyecto consolidado.

El resultado es que, en los vasos comunicantes del emprendimiento en 2023, se ha producido un incremento sin precedentes en las expectativas emprendedoras de la población adulta residente en España. El porcentaje de personas emprendedoras potenciales crece de un 9,4% a un 11,2%, un nivel que no se alcanzaba desde 2012. O lo que es lo mismo, por cada persona emprendedora a cargo de un negocio reciente hay otra con una iniciativa ya consolidada.

Unas expectativas que, a su vez, no nos tienen que hacer dormirnos en los laureles, porque en la otra cara de la moneda, el GEM nos indica que tenemos que remar más rápido para que ese nivel de actividad emprendedora se iguale con países de referencia, donde emprender es una vivencia y una elección más natural.

En ese empeño seguirá estando ENISA y, con ella, el resto de las Administraciones públicas y privadas. Seguiremos trabajando para facilitar y ampliar políticas de apoyo, el acceso a la financiación, la educación y la cultura. Necesitamos que los recipientes de las normas sociales y culturales respalden la actividad emprendedora del país hasta índices inimaginables. Como también es necesario seguir escribiendo el camino de la gran nación que somos y que sueña en grande; del país que se levanta y que es la mejor empresa del mundo en la que vivir y trabajar.

Y es que soñar es una forma de planificar y también el punto de partida para emprender.

Borja Cabezón
Consejero delegado de ENISA

Elige tu aceleradora y participa sin coste para ti

acelera startups

Más de 50 aceleradoras
te están esperando



Programa de Aceleración de Startups

Más información

www.eoi.es/acelerastartups

Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

EOI Escuela de organización industrial



This year, we celebrate the remarkable 25-year journey of Global Entrepreneurship Monitor (GEM). GEM is a beacon of academic excellence in entrepreneurship research: a veritable "gem" of an initiative that has turned into a widespread, stakeholder-driven search for understanding of the entrepreneurship phenomenon. Our history is etched with achievements that have shaped us into a force for influencing policymaking and innovation in the world.

GEM Spain's activities are a very significant part of GEM, since the team has been a member of the consortium, participating in every annual GEM Research Cycle since the year 2000, without a single interruption. Indeed, this year at our annual Global Report Launch in Morocco, we presented GEM Spain with two special awards: one for the continuity and level of excellence of its activities, and another for the sophistication and achievements of its ecosystem research network.

GEM Spain is an exceptional example of what we would like to achieve in multiple countries across the world; extensive cross national research, a focus on regional and city studies also where relevant and feasible, with a commitment to delivering relevant and impactful research to policy makers. Because that is what GEM Spain is all about; influencing policymaking by providing robust data and analysis that enables and promotes entrepreneurship in Spain and eases the way for talented Spanish entrepreneurs to be successful. In this way, GEM Spain makes a significant contribution to a prosperous and dynamic world, with opportunity for all.

Looking ahead to 2025, GEM Spain has generously offered to host the 2024/25 GEM Global Report Launch and GEM Annual General Meeting. We will meet in February 2025 in Bilbao at an event that will foster intellectual exchange and collaboration across the 60 countries that now make up our GEM consortium. This annual gathering is a dynamic platform for the exchange of ideas, experiences and insights. It brings together our GEM thought leaders and leading experts in entrepreneurship, creating an atmosphere ripe for innovation and creativity.

Today, GEM is at the crossroads of tradition and continuous transformation, in possession of the world's currently most valuable and sought after resource: data. Our entire network, including GEM Spain, is ready to connect with new generations of researchers, policymakers and entrepreneurs, to amplify our impact on a global scale.

Our sincere thanks to GEM Spain, for helping us deliver the impressive legacy of the past 25 years and also congratulations for the launch of its own *2023/24 GEM Spain National Report*. May GEM Spain continue to inspire, innovate, and make pinnacles of excellence of its work on entrepreneurial ecosystems, contributing to GEM's collective success for years to come.

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

TÚ también eres parte del ecosistema emprendedor





¿Qué es el GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)?

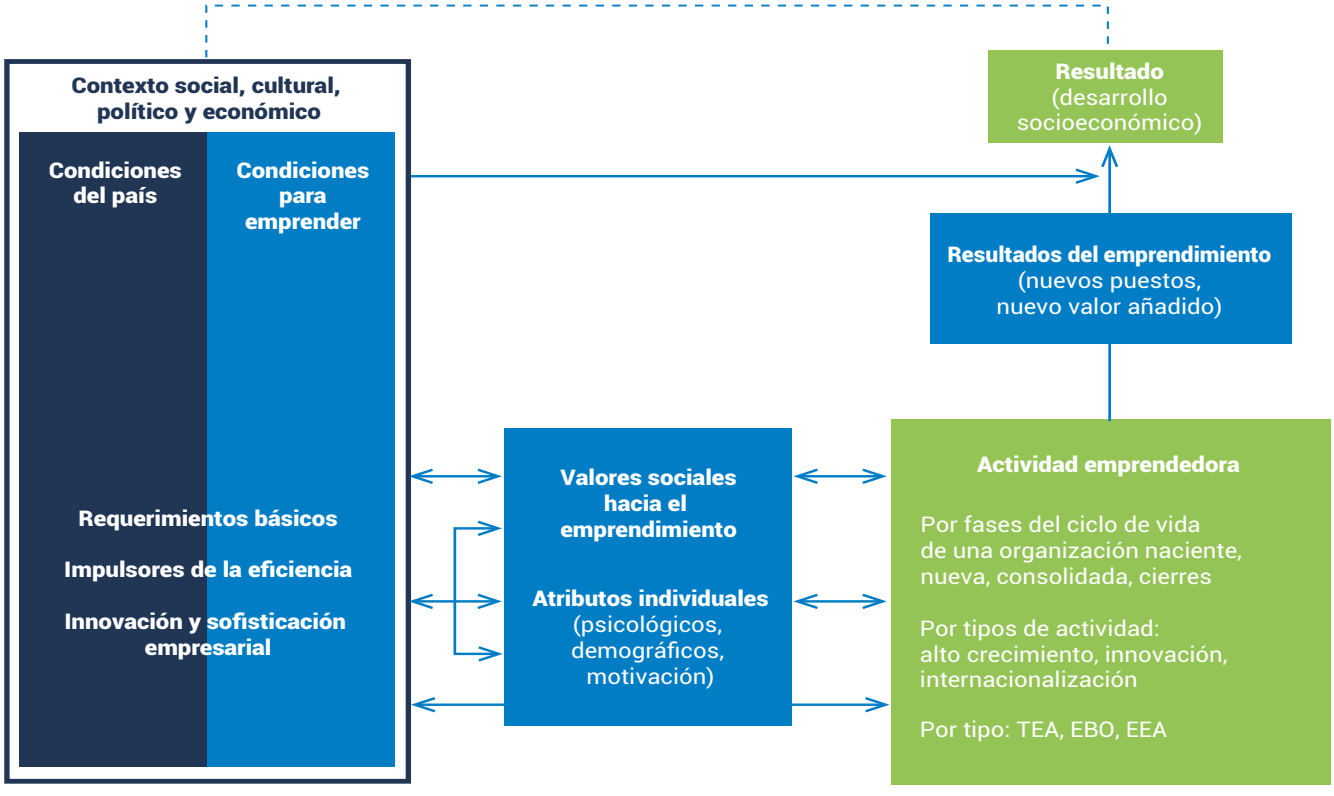
El GEM es un proyecto internacional que analiza el fenómeno emprendedor en distintos contextos. Nace en el año 1999 gracias a la iniciativa conjunta de la London Business School y el Babson College. Desde entonces, cada año se publican informes que recogen los principales datos de la actividad emprendedora de ámbito internacional, nacional, regional y provincial. Utilizando el valor del gran volumen de datos recogido, los investigadores del GEM también elaboran anualmente informes sobre temas monográficos de interés para agentes económicos y sociales.

En la edición de 2023 el informe GEM ofrece información sobre la actividad emprendedora analizada en 45 países participantes[1] de los cinco continentes, en los que se ha encuestado a más de 136.000 personas, que representan al 60% de la población mundial. También se han evaluado las condiciones del entorno para emprender en 49 países, utilizando paneles de expertos nacionales y regionales.

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

[1] Aunque el equipo GEM de Ucrania también participó en la edición de 2023, la muestra no es lo suficientemente representativa como para incluirla en el estudio.

Figura 1. Marco teórico GEM revisado
Fuente: Informe GEM Global (2023)



Roseo Eólica Urbana



Nombre de la emprendedora: Ariana Martín.

Nombre del negocio: Roseo Eólica Urbana (https://roseo.es).

Ubicación del negocio: Portugalete, Bizkaia (ZITEK – Universidad del País Vasco).

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Roseo Eólica Urbana es una startup de tecnología e innovación energética que trabaja con soluciones software y hardware para implantar minieólica en entornos urbanos y que estos generen su propia energía de una forma limpia y sostenible. Roseo ofrece una solución de generación de energía renovable e innovadora, con un nuevo método de generación a través del servicio Anemoi y su aerogenerador Rosbi.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?
Es hacer algo que realmente me gusta. Desarrollar ideas, innovar, pensar, intentar impulsar al máximo tanto mi potencial como el del equipo, aportar a la sociedad un modo diferente de generar energía es todo un reto. En resumen, es tener el objetivo de llegar al máximo y, aunque por el camino he tenido todo tipo de sentimientos, cada día merece la pena.

¿Cómo surgió la idea?
Siempre he querido emprender y cuando llevaba algunos años trabajando decidí estudiar el *Máster en Emprendimiento y Dirección de Empresas*, MBAe3 en la UPV/EHU, Sarriko, Facultad en la que también hice la carrera. En ese máster, de todos los proyectos que hubo, el que más me gustó fue el que expuso un chico que venía de energías renovables. Hicimos buen equipo y junto con otros dos ingenieros que pertenecían a la idea inicial, al finalizar el MBAe3 constituimos la empresa, Roseo.

¿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 llevando a cabo en este sentido?
En este momento la sociedad en la que vivimos está desarrollando un fuerte cambio sociológico, sin precedentes. Estos cambios conforman nuevos mercados y generan modificaciones en los ya existentes. La sensibilidad de la población hacia los problemas medioambientales es cada vez mayor, y la mejor prueba de ello es que la sociedad cada vez se moviliza más para reclamar mejoras en este sentido, esto además va en la línea de las políticas favorables que vienen de Europa. Roseo ha encontrado un nicho de mercado sin cubrir, en el que además hay una necesidad por parte del cliente que demanda energía limpia. La minieólica en ambientes urbanos apenas se ha puesto en marcha y Roseo aprovechará esta ventaja para penetrar fuertemente en el mercado posicionándose como una marca líder en el sector con su servicio Anemoi, a través del cual podemos elaborar mapas eólicos urbanos y obtener planes de actuación analizando el recurso eólico disponible, observar los cambios que se producen a lo largo del tiempo e implantar su Rosbi, su aerogenerador especialmente diseñado para entornos urbanos, ya que no emite ni ruido ni vibraciones y, además, se integra arquitectónicamente con la construcción.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
Uno de los retos de Roseo fue identificar cómo llevar a cabo de forma eficiente la digitalización e implementarla desde el principio. Tener una empresa con la mayor parte de los procesos digitalizados ya es una empresa con recursos eficientes. En nuestro caso, poder tener toda la información de manera digital acelera cualquier decisión. La comunicación es la base para que una startup pueda fluir más rápido ya que al principio los promotores llevan a cabo múltiples tareas de diferentes departamentos. Tener toda la información en la nube supone manejarla de forma alienada, eficiente y en tiempo real, además de poder dar un buen servicio al cliente proporcionándole casi al momento la información requerida.
La digitalización hoy en día es imprescindible y en nuestro caso ha permitido establecer procesos más efectivos, siendo un elemento clave para llegar a más clientes.



¿Cómo obtenemos los datos?

El Observatorio GEM se basa en tres fuentes de información: una encuesta en profundidad a la población de 18-64 años, denominada APS (*Adult Population Survey*), una encuesta semiestructurada a expertos en emprendimiento, denominada NES (*National Experts Survey*), y un conjunto de fuentes secundarias de información (artículos científicos, informes sectoriales, análisis internacionales) que permiten profundizar en la interpretación de los datos obtenidos. Las encuestas APS y NES, basadas en el marco conceptual del Proyecto GEM, son sometidas a rigurosos controles léxicos y estadísticos para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes sean comparables.

Figura 2. Ficha de estudio de la encuesta APS

Universo: población de 18 a 64 años residente en España

Población objetivo: 29.904.623 individuos

Muestra: 30.201 individuos

Fecha recogida: mayo-julio 2023

Muestra total

30.201 — 100%

15.062	15.139	3.753	26.448	
49,9%	50,1%	12,4%	87,6%	
Mujer	Hombre	Rural*	Urbano	
3.417	5.321	7.011	7.810	6.642
11,3%	17,6%	23,2%	25,9%	22,0%
18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años

* Municipios de menos de 5.000 habitantes

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

Resumen ejecutivo

La actividad emprendedora reciente (TEA) encadena tres años de crecimiento, y el emprendimiento potencial experimenta un aumento sin precedentes. Durante el año 2023 el 13,5% de la población adulta española está inmersa en el arranque y consolidación de una iniciativa emprendedora. Un 6,8% está involucrado en un proyecto de negocio de menos de tres años y medio de vida, y un 6,7% está liderando un proyecto consolidado. Esto significa que hay un emprendedor a cargo de un proyecto de negocio reciente por cada emprendedor a cargo de una iniciativa ya consolidada. A pesar de percibir unas condiciones desfavorables para emprender, en 2023 el porcentaje de emprendedores potenciales crece de un 9,4% a un 11,2%, un nivel que no se alcanzaba desde 2012. Sin embargo, durante este año ha aumentado el porcentaje de personas que han abandonado sus iniciativas emprendedoras, que ha pasado de un 2,5% en 2022, la tasa más baja de sus países de referencia, a un 3,2% en 2023. Estos datos reflejan un proceso emprendedor saludable en el que cada vez hay más personas con intención de emprender que se convierten en emprendedores reales, aunque la dinámica del mercado depure en alguna medida a aquellos emprendedores que se ven obligados a abandonar o deciden traspasar el negocio, y corrige a la larga el porcentaje de empresas que se consolidan en el tiempo. Por otro lado, un tercio de los emprendedores que abandonan mantienen sus expectativas de emprender en los próximos tres años, un porcentaje que triplica la cifra de emprendimiento potencial de los que no han emprendido previamente, lo que supone una señal de perseverancia de los emprendedores residentes en España.

Mejora la percepción de oportunidades y se reduce el miedo al fracaso, especialmente entre los hombres. Todos los emprendedores consultados se consideran capacitados para hacerlo, una cifra que duplica a la de los que no emprenden. Uno de cada dos conoce a personas que están emprendiendo, un conocimiento clave a la hora de buscar alianzas o aprender de otros modelos de negocio. A diferencia de años anteriores, solo uno de cada tres emprendedores percibe que el miedo al fracaso podría condicionar su comportamiento, una actitud que se acerca a la de los emprendedores de nuestros países de referencia. Sin embargo, la actitud emprendedora difiere entre hombres y mujeres. En 2023 seis de cada nueve mujeres involucradas en el proceso emprendedor lo hacen sin percibir oportunidades claras de negocio, y tres de cada ocho tienen miedo a fracasar, a pesar de tener los conocimientos y habilidades para no hacerlo. Estos porcentajes son similares a los de años anteriores. Sin embargo, en 2023 la actitud emprendedora de los hombres ha mejorado notablemente en relación al año anterior, con un mayor porcentaje que percibe oportunidades de negocio (42%) y conoce a otros emprendedores (68%), y un menor porcentaje limitado por el miedo al fracaso (35%).

Los expertos siguen valorando negativamente las condiciones del entorno nacional para emprender. Al igual que el año anterior, los expertos sitúan a España en el último cuartil de países en relación al índice NECI (*National Entrepreneurial Context Index*), que evalúa la calidad del entorno para emprender. En relación a los 45 países que formaron parte del estudio, España se posiciona como uno de los territorios en los que la población percibe menos oportunidades para emprender (44/45) y menos facilidades para hacerlo (41/45), lo que explica un mayor miedo al fracaso que la media (19/45). Sin embargo, escala puestos en relación al conocimiento de otros emprendedores (33/45), la percepción de tener

los conocimientos y habilidades para emprender (30/45) y la intención emprendedora (37/45). Los expertos del panel nacional del GEM valoran al mismo nivel que sus homólogos europeos la existencia y acceso a las infraestructuras física y de servicios, así como la educación emprendedora y los programas gubernamentales que favorecen el impacto social y medioambiental de las empresas, que valoran como las condiciones que más favorecen la actividad emprendedora en España. Sin embargo, su valoración del resto de condiciones para emprender es menor que la valoración media de los expertos europeos, y también es menor que la de los expertos de cada CC. AA. El que las condiciones del entorno se gestionen en un ámbito más local favorece que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces. **La cultura emprendedora de este país está condicionada por una menor percepción de oportunidades de negocio en relación a sus países de referencia.**

La actividad emprendedora en España crece menos que la de sus países de referencia. A pesar del crecimiento de las tasas de emprendimiento potencial y reciente (TEA), en 2023 España se sitúa a la cola de sus países de referencia (grupo B: países con un PIB per cápita entre 25.000 y 50.000 $) en estos indicadores, e incluso por debajo de la media de la Unión Europea (UE27) y grupos A (países con un PIB per cápita superior a 50.000 $) y C (países con un PIB per cápita inferior a 25.000 $) en proporción de emprendedores potenciales, emprendedores recientes (TEA) y emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas. Sin embargo, a pesar del repunte del último año, España continúa siendo uno de los países con menores tasas de cierre de iniciativas emprendedoras de su grupo de países de referencia.

Durante el año 2023 la motivación de autoempleo se reduce significativamente entre los emprendedores a cargo de las iniciativas más recientes (TEA), y pasa de estar presente en un 71% de los emprendedores consultados en 2022 a ser mencionada solo por un 57% en 2023, mientras que otras razones cobran mayor importancia. Dos de cada cinco emprendedores lo hacen para marcar una diferencia en el mundo o para conseguir una renta alta, y solo uno de cada cinco lo hace para continuar una tradición familiar. Si los emprendedores crean empresas para cambiar las cosas o conseguir rentas más altas, no renunciarán tan fácilmente a ellas si surgen otras alternativas laborales. Sin embargo, en el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas se mantiene en un 70% el porcentaje de los que emprenden porque el trabajo escasea y solo uno de cada cuatro lo hace para marcar una diferencia en el mundo, un porcentaje menor que el del año anterior.

Emprenden personas con más edad y cualificación, de diferentes niveles de renta, más hombres que mujeres, más en las ciudades que en el rural. En España el ciclo de vida de las personas que emprenden es menor que el de nuestros países de referencia. En 2023 siete de cada diez emprendedores recientes (TEA) tienen más de 35 años. Con el añadido de que seis de cada diez emprendedores potenciales también superan esta edad, lo que asegura un perfil emprendedor más envejecido en España que en nuestros países de referencia en los próximos años. En 2023 de nuevo hay diferencias entre hombres y mujeres. Si bien el porcentaje de hombres dispuestos a emprender es más alto (11,5%) que el del año anterior, el aumento ha sido mayor en el caso de las mujeres, que pasan de un 8,8% en 2022 a un 10,9% en 2023. Durante la pandemia las mujeres emprendedoras demostraron más capacidad de resistencia que los hombres. Sin embargo, en el año 2023 los hombres han demostrado mayor actividad emprendedora. Durante el año 2023 en España los hombres se diferencian de las mujeres en que han relegado la motivación del autoempleo como razón principal para emprender, aunque no han sustituido esta motivación por otras razones más ambiciosas. Hombres y mujeres emprenden con más de 35 años, sin que se haya detectado ninguna diferencia en el rango de edad en el que las mujeres suelen quedarse embarazadas. La tasa de emprendimiento entre la población con un nivel educativo más alto es cada vez mayor, y un 13% de emprendedores potenciales, hombres y mujeres, de nivel

universitario, permite augurar tasas crecientes de emprendimiento cualificado en el futuro. La formación específica para emprender también crece respecto al año anterior, reflejo de una mayor orientación hacia la formación emprendedora de las instituciones educativas, y garantía de una gestión emprendedora más eficiente. A pesar del esfuerzo de las administraciones por estimular el emprendimiento rural en nuestro país, la tasa de emprendimiento reciente (TEA) en el entorno rural en el año 2023 se reduce a un 4,7%, un porcentaje menor que el de la media del territorio y también inferior a la tasa de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas (6,7%), lo que predice una reducción paulatina del emprendimiento rural a favor del urbano en los próximos años.

La tasa de actividad emprendedora reciente (TEA) de la población inmigrante de España duplica a la de la población española. Uno de cada siete hombres y una de cada nueve mujeres que han emigrado a nuestro país está emprendiendo. Uno de cada seis inmigrantes con estudios universitarios está involucrado en una iniciativa emprendedora en nuestro país. Sin embargo, la mayor tasa de cierres de las iniciativas emprendedoras lideradas por inmigrantes reduce la tasa de emprendedores a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida a un 5,9%, por debajo del 6,8% de la población residente en España.

La edad, el nivel educativo y el número de empleados son los factores que más diferencian el perfil de las iniciativas emprendedoras en cuanto a su financiación, orientación tecnológica, digitalización, capacidad innovadora e internacionalización. Se incrementa el capital semilla de las iniciativas emprendedoras, que en 2023 oscila entre 9.001 y 30.000 euros por término medio, la mayoría procedente de los ahorros del emprendedor. Los emprendedores más jóvenes (18-24 años) lideran el crecimiento de las iniciativas innovadoras, de mayor nivel tecnológico, más digitalizadas y más internacionales, a pesar de que la digitalización todavía está en fase incipiente. Cuanto mayor es el nivel educativo, mayor es el porcentaje de emprendedores que afirman tener conocimientos de las fuentes de financiación más apropiadas para sus iniciativas emprendedoras. En 2023 una de cada dos iniciativas emprendedoras nace sin empleados, cuatro de cada diez con cinco o menos, y solo una de cada diez mantiene una plantilla superior. Además, resulta preocupante que, a medida que pasa el tiempo, el tamaño de las iniciativas consolidadas siga sin aumentar.

Durante el año 2023 ocho de cada diez emprendedores orientan sus iniciativas al sector de los servicios (al consumidor y a otras empresas), aunque el porcentaje de las iniciativas a empresas (*business to business*) se ha reducido respecto al año anterior, tanto en el caso de las iniciativas recientes (TEA) como de las consolidadas. Más del 30% de las iniciativas recientes (TEA) innova en producto y/o proceso en todos los sectores productivos, un porcentaje que casi duplica el de las iniciativas consolidadas y va incrementándose cada año, lo que permite prever un incremento significativo de la innovación en el tejido emprendedor de nueva creación en los próximos años.

En 2023 aumenta la coherencia entre la orientación estratégica hacia la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras y su implantación efectiva a través de prácticas empresariales concretas de protección medioambiental, tanto entre los emprendedores recientes (TEA) como entre las iniciativas consolidadas. Los emprendedores a cargo de iniciativas del sector extractivo son los que más tienen en cuenta el impacto medioambiental de sus negocios, especialmente a la hora de implantar medidas concretas. El tamaño de las iniciativas emprendedoras también es un factor que condiciona su estrategia e implantación de medidas de impacto social y medioambiental, motivadas no solo por la orientación de los emprendedores hacia la sostenibilidad, sino también por la mayor exigencia del marco legal hacia las organizaciones que cuentan con un mayor número de empleados.

Como conclusión, durante el año 2023 se ha producido un crecimiento sin precedentes en las expectativas emprendedoras de la pobla-

ción adulta residente en España. Las iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida (TEA) han crecido lideradas más por hombres que por mujeres, mientras que el porcentaje de las iniciativas consolidadas se mantiene, a pesar del repunte significativo de la tasa de abandonos. El nivel educativo y la edad de los emprendedores diferencian el perfil de las iniciativas, y la población inmigrante se ha convertido en un tractor del emprendimiento reciente. Sin embargo, el lento crecimiento del número de empleados y el miedo al fracaso, especialmente entre las mujeres, continúan siendo factores que limitan el desarrollo de las iniciativas emprendedoras en España. La actividad emprendedora es el resultado de una dinámica favorable entre las condiciones económicas y sociales de un territorio. Trabajar para mejorar las condiciones que aumenten el atractivo del emprendimiento entre la población y facilitar que las expectativas de emprender se conviertan en proyectos de negocio de alto impacto en su entorno constituyen dos grandes retos que políticos, legisladores y educadores deben asumir hoy para garantizar el crecimiento de la actividad emprendedora en el futuro.







Executive Summary

Early-stage entrepreneurial activity (TEA) has been growing for three years, and potential entrepreneurship is experiencing an unprecedented increase. During 2023, 13.5% of the adult Spanish population was immersed in the start-up and consolidation of an entrepreneurial initiative. 6.8% were involved in a business project that is less than three and a half years old, and 6.7% were leading an established business. This means that there was one early-stage entrepreneur for every established business. Despite perceiving unfavorable conditions for entrepreneurship, in 2023, the percentage of potential entrepreneurs grew from 9.4% to 11.2%, a level not reached since 2012. However, in 2023, the percentage of people who exited a business increased from 2.5% in 2022, the lowest rate among its benchmark countries, to 3.2% in 2023. These data reflect a healthy entrepreneurial process in which more and more people with entrepreneurial intentions are becoming real entrepreneurs, although the dynamics of the market, to some extent, purge those entrepreneurs who are forced to exit a business or decide to transfer the business and eventually correct the percentage of companies that consolidate over time. On the other hand, a third of the entrepreneurs who exited a business maintained their expectations of starting a business in the next three years, a percentage that tripled the figure for potential entrepreneurship of those who did not previously start a business, which is a sign of the perseverance of entrepreneurs living in Spain.

The perception of opportunities improved, and the fear of failure was reduced, especially among men. The entrepreneurs surveyed considered themselves capable of doing so, a figure that doubled that of those who were not entrepreneurs. One out of every two knew people who were entrepreneurs, which is key when looking for alliances or learning from other business models. Unlike in previous years, only one in three entrepreneurs perceives that fear of failure could condition their behavior, an attitude that is close to that of entrepreneurs in our benchmark countries. However, the entrepreneurial attitude differs between men and women. In 2023, six out of nine women involved in the entrepreneurial process do so without perceiving clear business opportunities, and three out of eight are afraid of failure, despite having the knowledge and skills to avoid it. These percentages are similar to those of previous years. Nonetheless, in 2023, men's entrepreneurial attitudes improved significantly compared to the previous year, with a higher percentage perceiving business opportunities (42%), knowing other entrepreneurs (68%), and being less limited by fear of failure (35%).

Experts continued to rate the conditions of the national entrepreneurial environment negatively. As in the previous year, the experts placed Spain in the bottom quartile of countries in relation to the NECI (National Entrepreneurial Context Index), which evaluates the quality of the environment for entrepreneurship. In relation to the 45 countries that participated in the study, Spain was positioned as one of the territories in which the population perceives fewer opportunities for entrepreneurship (44/45) and fewer facilities for doing so (41/45), which explains a greater fear of failure than the average (19/45). However, it climbed positions in relation to the knowledge of other entrepreneurs (33/45), the perception of having the knowledge and skills for entrepreneurship (30/45) and entrepreneurial intention (37/45). The experts on the national GEM panel rated the existence of and access to physical infrastructure and services, as well as entrepreneurial education and government programs that favor the social and environmental impact of companies, as the conditions that most favor entrepreneurial

activity in Spain, at the same level as their European counterparts. However, their evaluation of the rest of the conditions for entrepreneurship was lower than the average evaluation of the European experts and also lower than that of the experts of each autonomous community. The fact that the environmental conditions were managed at a more local level means that the programs and measures were perceived as more effective. **The entrepreneurial culture of this country was influenced by a diminished perception of business opportunities compared to its benchmark countries.**

The entrepreneurial activity in Spain was growing less than that of its benchmark countries. Despite the growth in the rates of potential and early-stage entrepreneurship (TEA), in 2023 Spain was behind its benchmark countries in these indicators and even below the average for the European Union (EU27) in terms of the proportion of potential entrepreneurs (16.2%), However, despite the upturn in the last year, Spain continued to be one of the countries with the lowest rates of closure of entrepreneurial initiatives in its group of benchmark countries. The Spanish regions with the largest and most concentrated populations, especially those located on the Spanish Mediterranean coast, were the most favorable environments for entrepreneurship.

In 2023, the motivation for self-employment decreased significantly among early-stage entrepreneurial activity (TEA), from 71% of the entrepreneurs surveyed in 2022 to only 57% in 2023, while other reasons became more important. Two in five entrepreneurs did so to make a difference in the world or to earn a high income, and only one in five did so to continue a family tradition. If entrepreneurs start businesses to make a difference or to earn higher incomes, they will not give them up so easily if other job alternatives arise. However, in the case of entrepreneurs running established businesses, the percentage of those who started a business because work was scarce remained at 70%, and only one in four did so to make a difference in the world, a lower percentage than in the previous year.

Entrepreneurs were older and more qualified, with varying financial backgrounds, more men than women, and more in cities than in rural areas. In Spain, the life cycle of entrepreneurs is shorter than in our benchmark countries. In 2023, seven



out of ten early-stage entrepreneurs (TEA) were over 35 years old. In addition, six out of ten potential entrepreneurs were over this age, which ensures a more mature entrepreneurial profile in Spain than in our benchmark countries in the coming years. In 2023, unlike in previous years, there were differences between men and women. Although the percentage of men willing to become entrepreneurs was higher (11.5%) than in the previous year, the increase has been greater in the case of women, who increased from 8.8% in 2022 to 10.9% in 2023. During the pandemic, women entrepreneurs showed more resilience than men. However, in 2023, men demonstrated greater entrepreneurial activity. During 2023 in Spain, men differed from women in that they relegated the motivation of self-employment as the main reason for entrepreneurship, although they have not replaced this motivation with more ambitious reasons. Men and women become entrepreneurs over 35 years of age, but no difference has been detected in the age range in which women tend to get pregnant. The rate of entrepreneurship among the population with a higher level of education was increasing, and 13% of potential entrepreneurs, both men and women, with a higher level of education suggest increasing rates of qualified entrepreneurship in the future. Specific training for entrepreneurship was also growing with respect to the previous year, reflecting a greater focus on entrepreneurial training in educational institutions and a guarantee of more efficient entrepreneurial management. Despite the efforts of policymakers to stimulate rural entrepreneurship in our country, the rate of early-stage entrepreneurship (TEA) in the rural environment in 2023 was reduced to 4.7%. This percentage is lower than the average for the territory and also lower than the rate of entrepreneurs of consolidated businesses (6.7%), which predicts a gradual reduction of rural entrepreneurship in favor of urban entrepreneurship in the coming years.

The rate of early-stage entrepreneurial activity (TEA) among the immigrant population in Spain was twice that of the Spanish population. One in seven men and one in nine women who have immigrated to our country were entrepreneurs. One out of every six immigrants with university studies was involved in entrepreneurial initiatives in our country. However, the elevated business closure rate of immigrants contributed to a reduction in the rate of established businesses to 5.9%, below the 6.8% of the resident population in Spain.

Age, education level, and number of employees were the factors that most differentiated the profile of entrepreneurial initiatives in terms of financing, technological orientation, digitalization, innovative capacity, and internationalization. The seed capital of entrepreneurial initiatives has been increasing, ranging between €9,001 and €30,000 on average in 2023, most of it coming from the entrepreneur's savings. Younger entrepreneurs (18-24 years old) led the growth of innovative initiatives that were more technologically advanced, more digitized, and more international, even though digitization was still incipient. The higher the educational level, the higher the percentage of entrepreneurs who claimed to have knowledge of the most appropriate sources of funding for their entrepreneurial initiatives. In 2023, one in two entrepreneurial initiatives was born with no employees, four out of ten had five or fewer, and only one in ten had a larger workforce. Furthermore, it is alarming that, as time goes by, the size of established businesses continues not to increase.

In 2023, eight out of ten entrepreneurs focused their initiatives on the service sector (consumer-oriented and business-oriented services), although the percentage of business-to-business initiatives has decreased compared to the previous year, both in the case of early-stage initiatives (TEA) and consolidated initiatives. More than 30% of early-stage initiatives (TEA) innovate in product and/or process in all productive sectors, a percentage that almost doubles that of established businesses and is increasing every year, which allows us to foresee a significant increase in innovation in the newly created entrepreneurial network in the coming years.

In 2023, both early-stage entrepreneurs (TEA) and those in charge of established businesses showed a stronger alignment between their focus on sustainability and the current adoption of environmentally friendly business practices. Entrepreneurs in the extractive sector were the ones who took the environmental impact of their businesses into account the most, especially when it came to implementing specific measures. The size of the entrepreneurial initiatives was also a factor that influenced their strategy and implementation of social and environmental impact measures, motivated not only by the entrepreneurs' orientation towards sustainability but also by the greater demands of the legal framework on organizations with a larger number of employees.



In conclusion, in 2023, there was an unprecedented growth in the entrepreneurial expectations of the adult population living in Spain. Early-stage entrepreneurial activity (TEA) has grown, led more by men than by women, while the percentage of established businesses remains the same, despite the significant increase in the exit rate. The educational level and age of entrepreneurs differentiate the profile of the initiatives, and the immigrant population has become a driver of early-stage entrepreneurial activity. However, the slow growth in the number of employees and the fear of failure, especially among women, continue to be factors that limit the development of entrepreneurial initiatives in Spain. Entrepreneurial activity is the result of a favorable dynamic between the economic and social conditions of a territory. Working to improve the conditions that increase the attractiveness of entrepreneurship among the population and facilitating the conversion of entrepreneurial expectations into high-impact business projects in their environment are two major challenges that politicians, policymakers, and educators must take on today to ensure the growth of entrepreneurial activity in the future.

Cuadro de indicadores

Percepciones de la población adulta entrevistada sobre valores, actitudes, habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2022	2023
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en autoempleado en los 2 últimos años	41%	48%
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	26%	31%
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un nuevo negocio	47%	53%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	58%	49%
Percibe que en España es fácil iniciar un negocio	32%	30%

Emprendedores potenciales	2022	2023
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	9,4%	11,2%

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

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

Abandono de iniciativas emprendedoras	2022	2023
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	2,5%	3,2%

Distribución del TEA	2022	2023
Motivación		
TEA – para marcar una diferencia en el mundo	39%	38%
TEA – para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	39%	37%
TEA – para continuar una tradición familiar	21%	22%
TEA – para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	71%	57%
Sector		
TEA del sector extractivo o primario	2%	3%
TEA del sector transformador	13%	15%
TEA del sector de servicios a empresas	38%	34%
TEA del sector orientado al consumo	46%	48%
TEA rural	**5%**	**5%**

Tamaño		
TEA sin empleados	42%	50%
TEA de 1-5 empleados	48%	40%
TEA de 6-19 empleados	8%	8%
TEA de 20 y más empleados	3%	2%
Nivel tecnológico		
TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo	90%	89%
TEA iniciativas con nivel tecnológico medio	5%	5%
TEA iniciativas con nivel tecnológico alto	5%	6%
Internacionalización		
TEA iniciativas que exportan en algún grado	27%	32%
Innovación		
TEA innovación en producto	27%	35%
TEA innovación en proceso	26%	34%
Crecimiento		
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	12%	18%
TEA extranjeros	12%	13%

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



CAPÍTULO 1

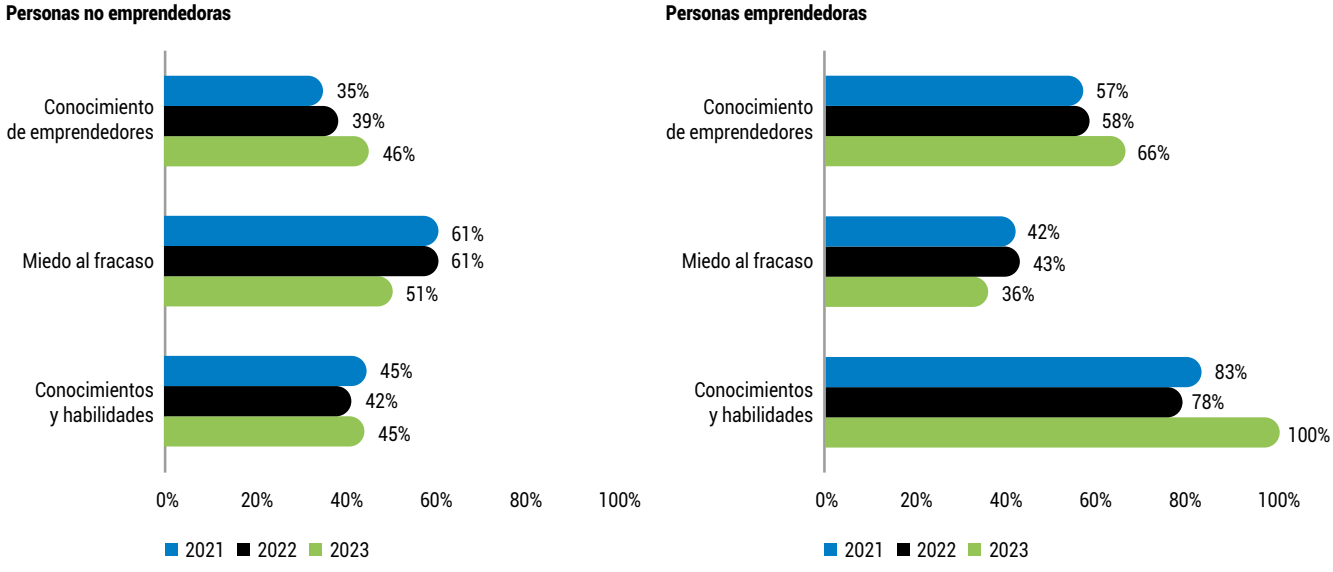
Contexto emprendedor

1.1. ¿Qué percibe la población?

Cuando una persona percibe que puede hacer algo, suele hacerlo. Los emprendedores se distinguen del resto de los adultos porque son más los que perciben que tienen los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa, conocen a otros emprendedores y tienen menos miedo al fracaso a la hora de emprender.

Figura 3. Percepción sobre valores y actitudes para emprender

Fuente: GEM-España APS 2021-2023



Durante el año 2023 todos los emprendedores consultados consideraron que tenían los conocimientos y habilidades para emprender, un incremento de más de un veinte por ciento respecto al año anterior. Seis de cada nueve personas que inician el proceso emprendedor conocen a otros emprendedores, que pueden servir de modelo y generar alianzas. Además, a diferencia de años anteriores, solo uno de cada tres emprendedores tiene miedo a fracasar cuando emprende, el dato más bajo desde que se tienen registros en España.

Mentiness



Nombre del emprendedor: Javier Alejandro Serrano Fernández.

Nombre del negocio: Mentiness (https://www.mentiness.com/).

Ubicación del negocio: Santiago de Compostela.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: People Analytics y salud mental para organizaciones.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?
Para mí ser emprendedor implica encontrar un reto que te apasione, marcar un objetivo y ser consciente de los medios que tienes para llegar a ese objetivo. Y cuando digo medios no solo me refiero a recursos materiales, me refiero también a las herramientas de gestión emocional de las que disponemos. ¿Cómo voy a gestionar la frustración? ¿Cómo voy a gestionar el estrés? El camino del emprendedor está lleno de altibajos, es como una montaña rusa emocional.

¿Cómo surgió la idea?
Yo empecé en la tecnología como *hobby* que se terminó convirtiendo en una profesión, pero no era algo vocacional que hubiera elegido. A los 25 años empecé la carrera de psicología y me di cuenta de que era lo que me apasionaba. También aprendí todo lo que la tecnología podía aportar a la salud mental de las personas.
En 2021 cuando lanzamos Mentiness partimos del problema más básico: problemas de acceso a servicios de salud mental, ya sea por escasez de profesionales o por el estigma que hay alrededor de la psicología. Decidimos que dirigirnos a las empresas era el paso más lógico, nos pasamos 8 horas en nuestro trabajo y todo lo que pasa en el trabajo nos afecta en nuestra salud mental y viceversa: todo lo que nos afecta a nivel personal tiene un impacto en el trabajo.
Sin embargo, cuando empezamos, fue un trabajo duro. Al principio algunas personas no entendían por qué queríamos hablar de salud mental dentro de las organizaciones, poco a poco esta situación está cambiando.

¿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 llevando a cabo en este sentido?
Parte de nuestro trabajo es directamente medir la salud mental de las personas y a través de diferentes intervenciones (formaciones, profesionales de la salud mental, inteligencia artificial) mejoramos estos indicadores. Pero, por otra parte, también conectamos estos indicadores de bienestar emocional con indicadores de negocio. Les hacemos ver a las empresas el impacto económico que tiene no cuidar la salud mental de las personas, así como diferentes estrategias para abordar los problemas en cada caso.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
El principal reto que ofrece la digitalización es entender la capacidad de aprendizaje del sector al que se está dirigiendo para adecuar el cambio de una manera sostenible. Para ello hay que entender y medir cuál es la capacidad de cambio que existe en una plantilla y trabajar sobre ello primero.
En nuestro negocio, por ejemplo, estamos incluyendo e integrando tecnología de inteligencia artificial generativa para diferentes partes de nuestro negocio: preparar presentaciones, revisar textos y publicaciones, creación de talleres formativos, etc. La inteligencia artificial va a marcar una gran diferencia en el mercado de la misma manera que lo hicieron la informática (con los primeros ordenadores) y luego internet (comercio electrónico). Aquellas empresas que la integren tendrán una ventaja competitiva con el resto. Y no creo que sea una cuestión de acceso a tecnología, creo que es una cuestión de mentalidad, de innovación y de curiosidad sobre las cosas que vienen.

Algo que te gustaría añadir
En la carrera no solo descubrí todo lo que la tecnología podía aportar a la salud mental sino también todos los riesgos. La tecnología avanza mucho más rápido de lo que podemos, como sociedad, adaptarnos. Esto implica que se nos están pasando por alto potenciales peligros: redes sociales que dañan la salud mental de las personas, riesgos éticos en los algoritmos de inteligencia artificial, etc. Creo que la tecnología es importante, pero hay que crear tecnología humanizada, sostenible y ética.

En 2023 aumenta el porcentaje de emprendedores que percibe oportunidades de negocio, aunque sin alcanzar todavía el nivel del 2021. Sin embargo, la percepción de oportunidades sigue diferenciando a las personas que emprenden del resto de la población adulta. En 2023, tres de cada ocho emprendedores perciben oportunidades para emprender, mientras que entre la población no emprendedora menos de un tercio de los individuos tiene esta percepción.

Figura 4. Percepción sobre oportunidades para emprender

Fuente: GEM-España APS 2021-2023

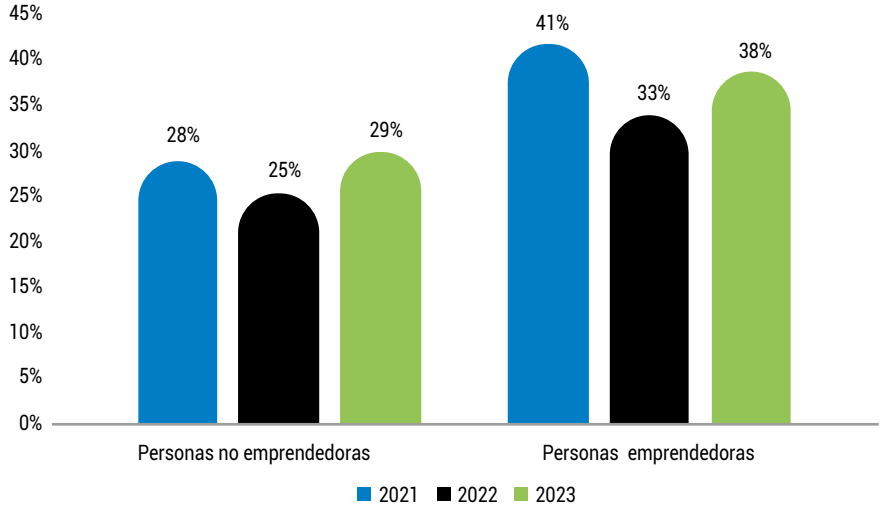
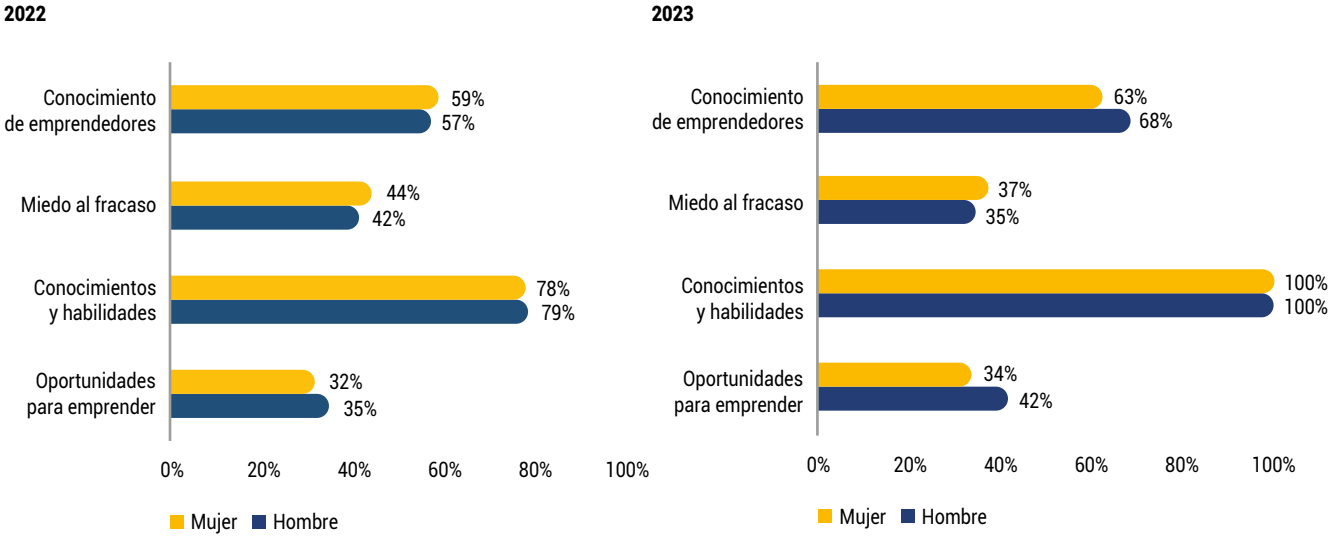


Figura 5. Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2022-2023

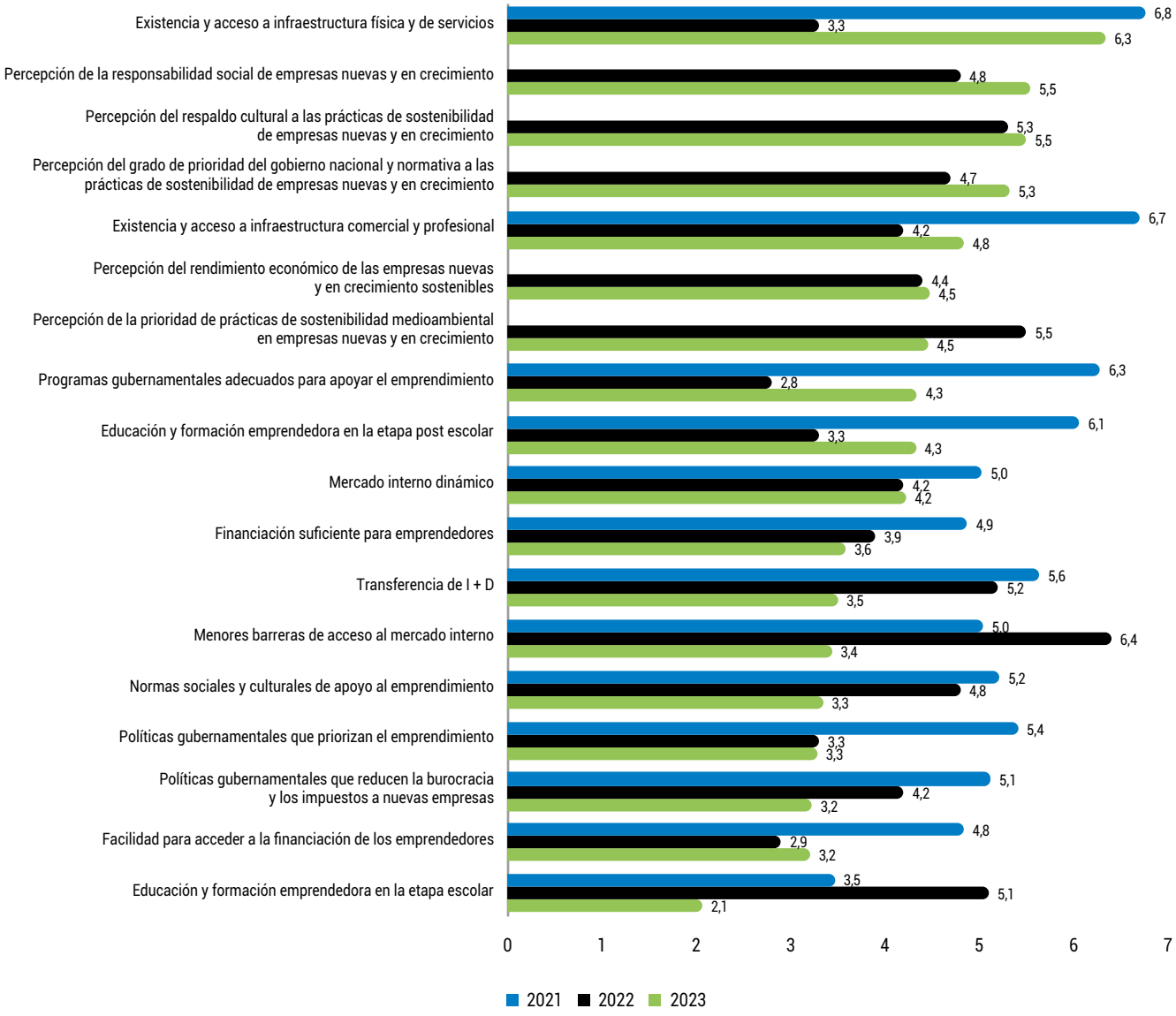


En 2023 aumenta significativamente el porcentaje de hombres emprendedores que perciben oportunidades para emprender, en relación al año anterior y también en comparación con las mujeres emprendedoras. Hombres y mujeres se sienten plenamente capacitados para emprender, pero, a diferencia de 2022, el porcentaje de mujeres emprendedoras que conoce a otros emprendedores es menor que el de los hombres. En 2023 seis de cada nueve mujeres involucradas en el proceso emprendedor lo hacen sin percibir oportunidades claras de negocio, y tres de cada ocho tiene miedo a fracasar, a pesar de tener los conocimientos y habilidades para hacerlo. Este perfil conservador es similar al de años anteriores. Sin embargo, en 2023 la actitud emprendedora de los hombres ha mejorado notablemente en relación al año anterior, con un mayor porcentaje que percibe oportunidades de negocio y conoce a otros emprendedores, y un menor porcentaje limitado por el miedo al fracaso.

1.2. ¿Qué perciben los expertos?

Figura 6. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender

Fuente: GEM-España NES 2021-2023



En los últimos tres años ha ido empeorando la valoración global que hacen los expertos en una escala Likert de 0 a 10 (siendo 10 la valoración máxima) de las condiciones del entorno para emprender. En 2023 los expertos han mejorado su valoración de las infraestructuras, del apoyo empresarial, social y gubernamental a los programas de responsabilidad social de las empresas nuevas y en crecimiento, la educación emprendedora post escolar, los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento y la facilidad para acceder a la financiación. Sin embargo, empeora su valoración de la educación emprendedora en la etapa escolar, las políticas gubernamentales que reducen la burocracia y la presión fiscal o las normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento. Los expertos también consideran que hay más barreras de acceso al mercado interno, menor transferencia de I + D entre la universidad y la empresa y una financiación insuficiente para los emprendedores.

En 2022 la Ley 28/2022 de fomento del ecosistema de las empresas emergentes (Ley de Startups) amplió el marco legal de apoyo a las iniciativas emprendedoras innovadoras y con capacidad de crecimiento. En 2023 la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA), a través de la marca *Spain Up Nation*, ha incrementado los esfuerzos para dar a conocer los programas de apoyo a estas iniciativas, así como facilitar el contacto entre emprendedores de perfil innovador.

UpperEat



Nombre de la emprendedora: Louise Koefoed.

Nombre del negocio: UpperEat (https://upper-eat.com/).

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2019.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Plataforma digital que conecta restaurantes y empresas, incrementando las ventas entre semana de los restaurantes gracias al cliente corporativo, ahorrando tiempo y dinero a las empresas gracias a la centralización de sus comidas y cenas de empresa.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para mí, ser emprendedora es ser una persona valiente y humilde cada día, ya sea desde el momento en que decides "lanzarte al vacío", como el momento de contratar personal, de presentar tu proyecto a potenciales clientes o de fracasar en decisiones y levantarte de nuevo. Persistir y resistir cualquier contratiempo, confiar en ti misma y en tu proyecto, dedicándole el 120% de tu vida y tus pensamientos. Equivocarte y aprender rápidamente de los errores.

Ser emprendedora es tener visión, intuición y creatividad; saber aprovechar las oportunidades, ver el tren y saber que tienes que cogerlo cuando para ante ti. Ser emprendedora es luchar contra esa palabra que viene a la cabeza cada día y se llama miedo.

Ser emprendedora es ir a contracorriente de muchas de las reglas preestablecidas.

¿Cómo surgió la idea?

En vista de la necesidad que tienen los restaurantes por llenar sus mesas los días entre semana. Y, además, hicimos de la gran fragmentación que tiene este mercado y de la falta de profesionalización, una oportunidad para solucionar a las empresas las numerosas llamadas, contactos, a diferentes restaurantes, además de la centralización de pagos.

¿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 llevando a cabo en este sentido?

Todavía falta mucho por hacer en este sentido. En el sector de la restauración quedan todavía muchos pasos a seguir antes de medir el impacto social y medioambiental, empezando por la organización y estructuración de este tipo de empresas, pasando por su rentabilidad y modelo económico, además de mentalidad.

Sin embargo, en el sector corporativo, es cada vez más importante. Nosotros como intermediarios sí medimos (de una manera personal) el impacto dependiendo de la cuenta de empresa que sea. Hay empresas que, por ejemplo, no quieren minutas (menús) impresos. Otras reservan cerca de sus oficinas para no impactar en el CO_2 mediante el transporte que utilicen. Otras nos piden que los restaurantes utilicen productos locales (para ello queda todavía mucho) y lamentablemente solo podemos ofrecerles unos pocos…

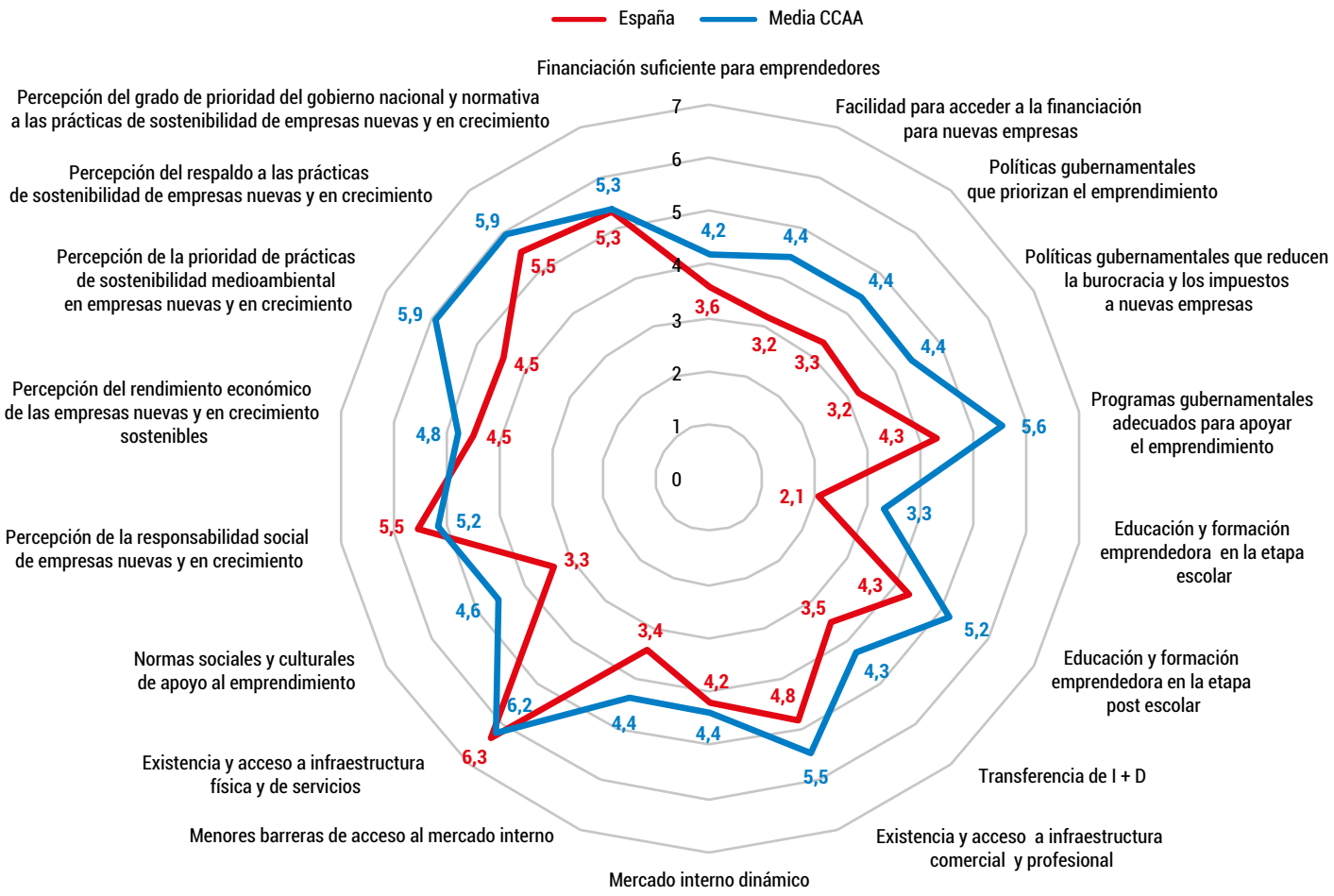
¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

El sector corporativo y la restauración son dos sectores muy diferentes entre sí, tanto a nivel organizacional como a nivel comunicativo. La digitalización e intermediación consiguen que ambos sectores puedan entenderse entre sí. Ofrece un puente de conexión para facilitar a ambos su comprensión y solucionar sus propios retos de centralización de la información a través nuestro.

Para nosotros, las tecnologías TIC nos ofrecen la posibilidad de escalar a diferentes ciudades, productos y países. También nos permiten conocer a nuestros clientes con mayor especificidad, además de automatizar bastantes procesos que a día de hoy resultan muy manuales (sin duda alguna ese es uno de los mayores retos que tenemos).

Sin olvidar que gracias a estas tecnologías solucionamos muchos de los "dolores" tanto para las empresas como para los restaurantes. Las veo más relevantes tanto para la parte administrativa, como para la parte de gestión de reservas y eventos.

Figura 7. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España *versus* CC. AA.
Fuente: GEM-España NES 2023

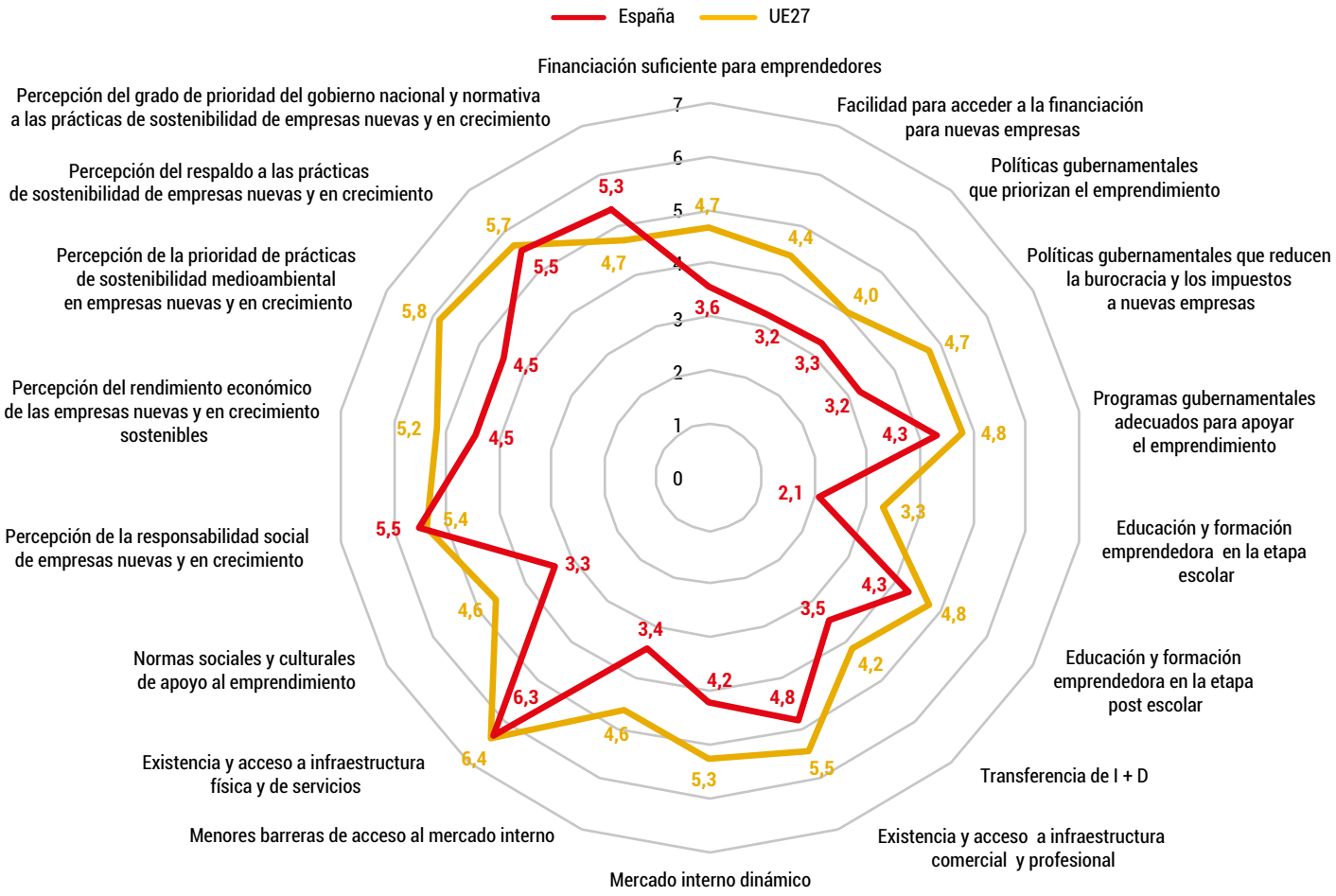


En 2023 los expertos del panel nacional siguen valorando peor que la media de los expertos que forman los 17 paneles de las comunidades autónomas (CC. AA.) las condiciones del entorno para emprender, salvo la percepción de la responsabilidad social de las empresas nuevas y en crecimiento. El que las condiciones del entorno se gestionen en un ámbito más local sigue favoreciendo que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces a la hora de estimular el comportamiento emprendedor de cada CC. AA.



Figura 8. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España *versus* UE27

Fuente: GEM-España NES 2023

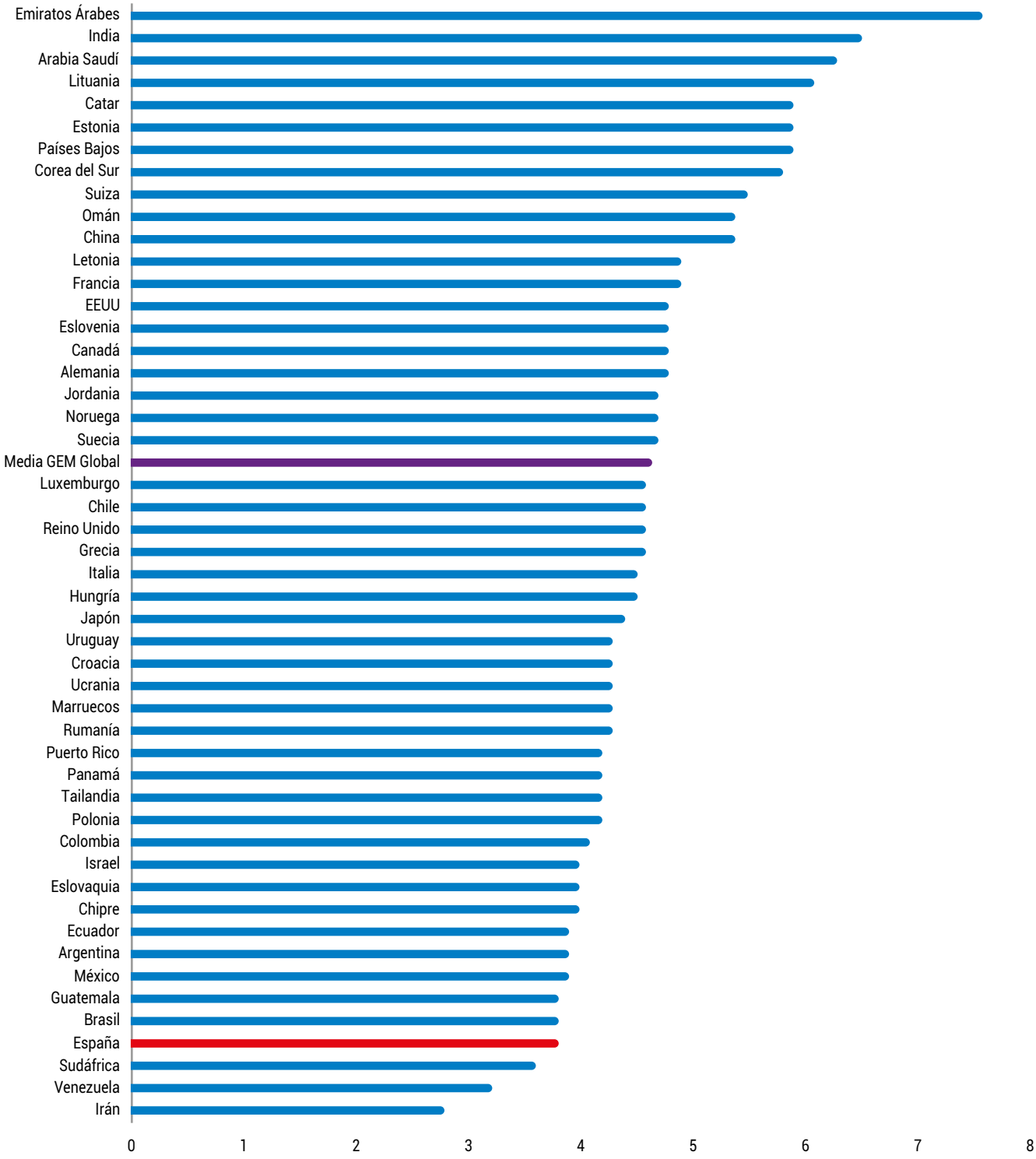




La comparación de los expertos del panel de España con la valoración media de los expertos de los países de la Unión Europea refleja una situación similar a la identificada en la comparación con los paneles de expertos de las CC. AA. Los expertos nacionales valoran algo mejor que sus homólogos europeos la percepción del grado de prioridad del gobierno nacional y la normativa relacionada con las prácticas de sostenibilidad de las empresas nuevas y en crecimiento. Sin embargo, su valoración del resto de condiciones del entorno para emprender es igual o peor que la media de los expertos europeos.

Figura 9. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI)

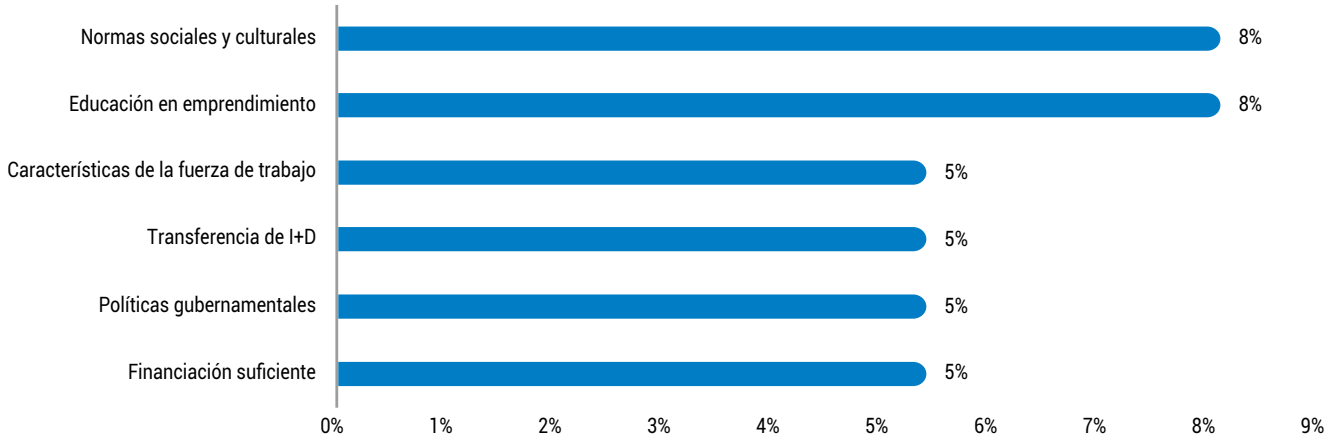
Fuente: GEM-España NES 2023



La calidad global de un entorno emprendedor nacional que evalúa el panel de expertos se calcula a través del Índice de Contexto Emprendedor Nacional (NECI). En 2021, España tenía una puntuación NECI de 5,4, y ocupaba el puesto 10 de los 49 países que participaron en el informe. En 2022 esta puntuación cayó a 4,0, y en 2023 ha bajado aún más, hasta un 3,8, situando a España en el puesto 47 de los 49 países evaluados en el informe GEM Global.

Figura 10. Factores impulsores del emprendimiento según los expertos

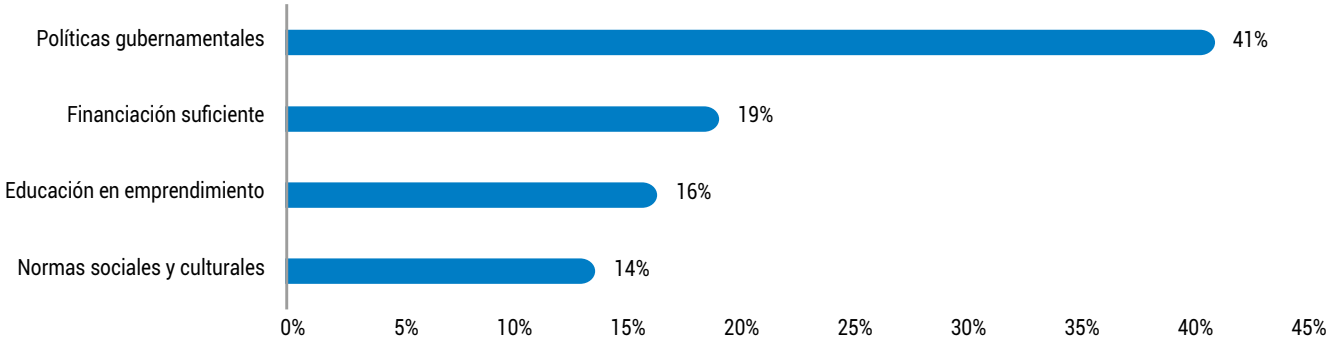
Fuente: GEM-España NES 2023



Los expertos consultados en 2023 identifican una gran variabilidad de factores impulsores del emprendimiento. Entre los factores comunes, el 8% opina que las normas sociales y culturales y la educación en emprendimiento son la clave para explicar la actividad emprendedora en un territorio. Un porcentaje menor, el 5%, identifica como impulsores del emprendimiento otros aspectos como las características de la fuerza de trabajo, los sistemas de transferencia de innovación y desarrollo entre las universidades y las empresas, las políticas del gobierno o la existencia de financiación suficiente para emprender.

Figura 11. Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor

Fuente: GEM-España NES 2023



Al igual que el año anterior, las recomendaciones de los expertos se centran en mejorar las políticas de apoyo, el acceso a la financiación, la educación y la cultura. Cuatro de cada diez expertos consultados afirman que es necesaria una mejor definición de los programas gubernamentales que reduzcan el coste de emprender y permitan aprovechar las oportunidades de negocio. Uno de cada cinco recomienda dotar a las iniciativas emprendedoras de una financiación suficiente. Uno de cada seis apuesta por priorizar la educación emprendedora de la población, y uno de cada siete expertos mantiene que las normas sociales y culturales deben respaldar la actividad emprendedora del país.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

enisa

Enisa, emprendiendo el futuro que queremos

. Financiación de proyectos empresariales innovadores
. Certificación de empresas emergentes



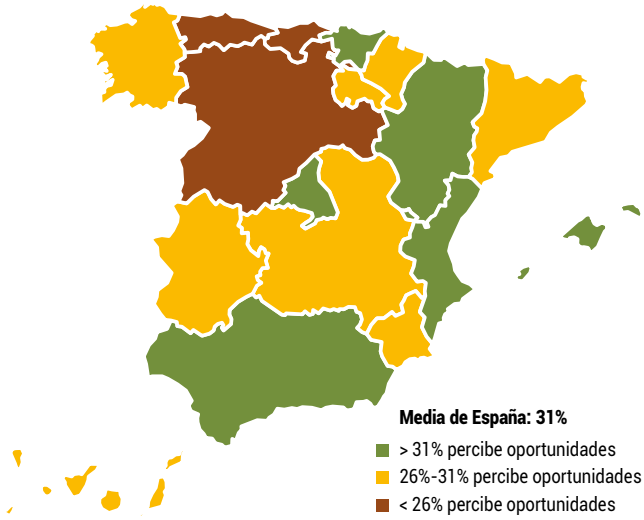
enisa.es
#LeyStartups

1.3. Perspectiva internacional y por CC. AA.

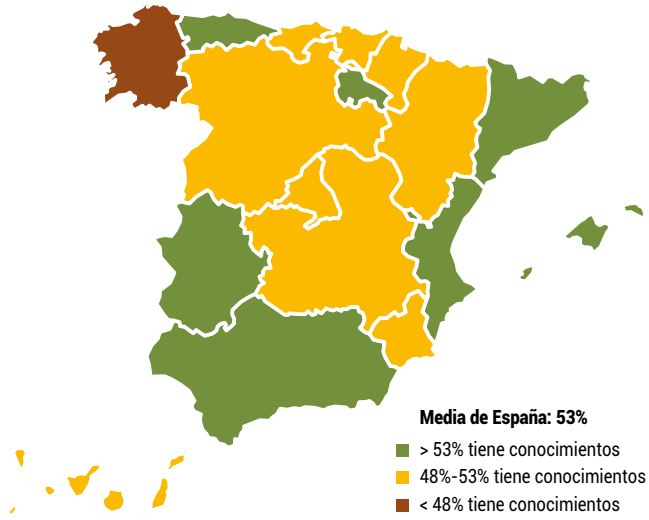
La percepción de oportunidades de negocio y su relación con la percepción de las capacidades emprendedoras y el miedo al fracaso pueden ofrecer una visión sesgada de la realidad, pero no por ello deja de ser un análisis relevante, porque condiciona el comportamiento de los emprendedores. La existencia de indicadores de cultura emprendedora, como los modelos de referencia o la consideración social de la figura del emprendedor como una opción deseable y fácil de desempeñar también condiciona el comportamiento emprendedor. Percepciones e indicadores culturales varían en función del territorio, y sirven para explicar las diferencias en la actividad emprendedora no solo entre CC. AA., sino también entre países. En 2023 aumenta la variabilidad de las percepciones de la población, tanto de los países de referencia de España como entre las personas residentes en las diferentes regiones del territorio nacional.

Figura 12. Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC. AA.
Fuente: GEM-España APS 2023

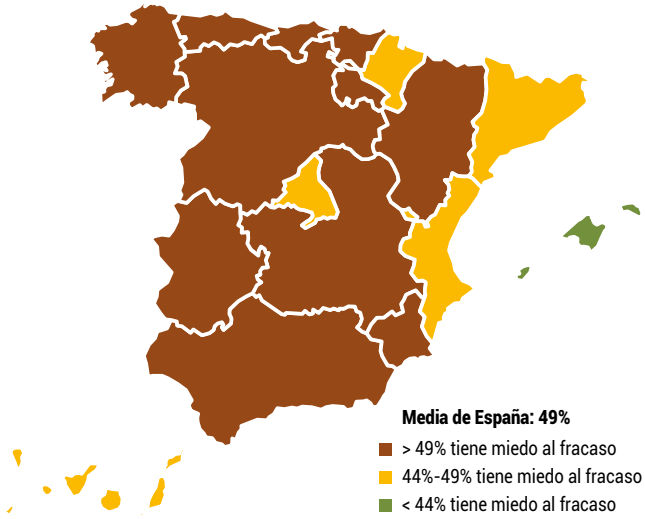
Percepción relativa de oportunidades para emprender



Conocimientos y habilidades para emprender



Miedo al fracaso como obstáculo para emprender



Modelos de referencia para emprender

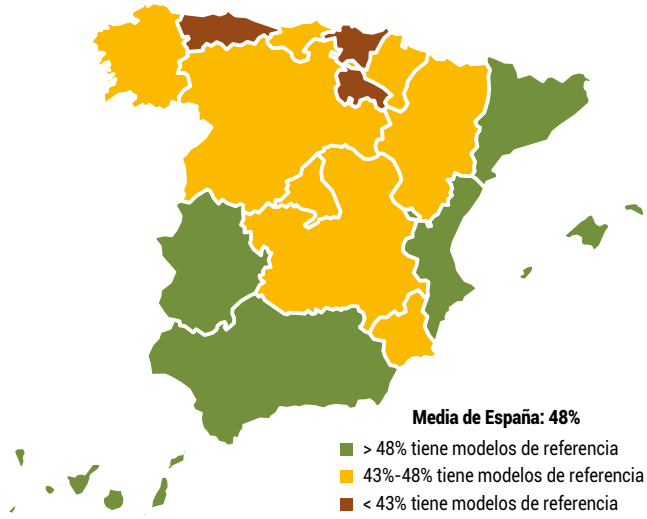
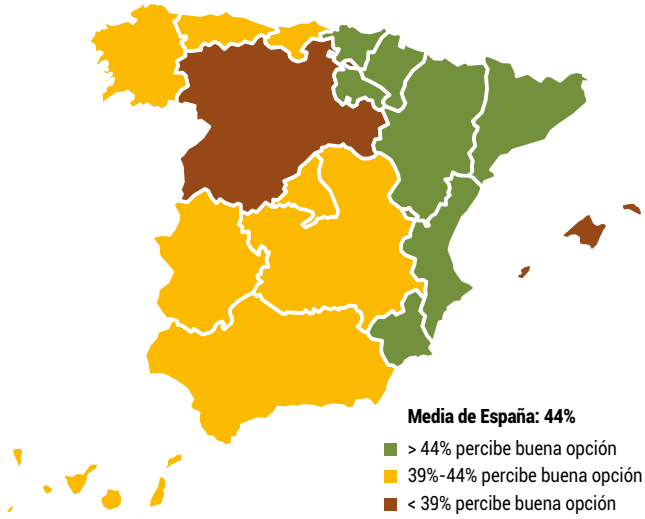
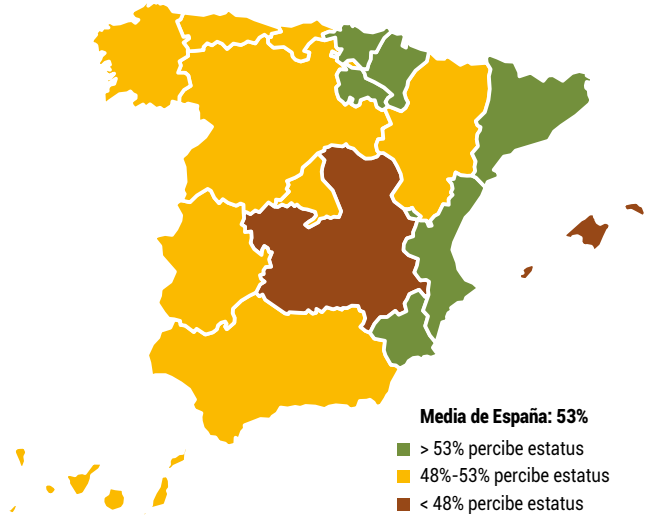


Figura 12. Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC. AA. (cont.)
Fuente: GEM-España APS 2023

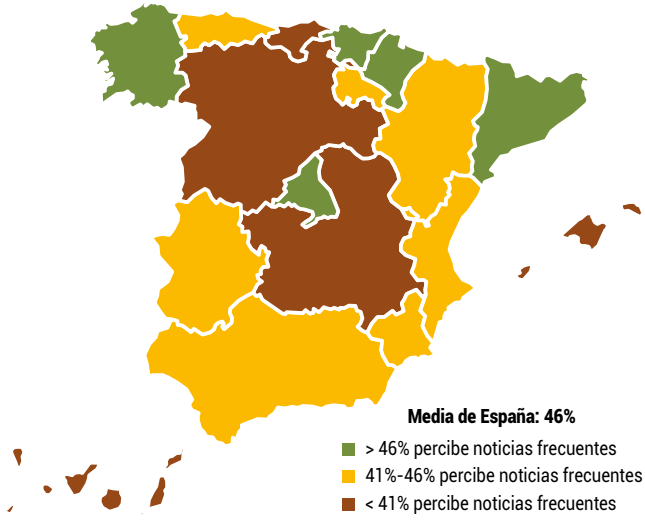
Emprender como una buena opción profesional



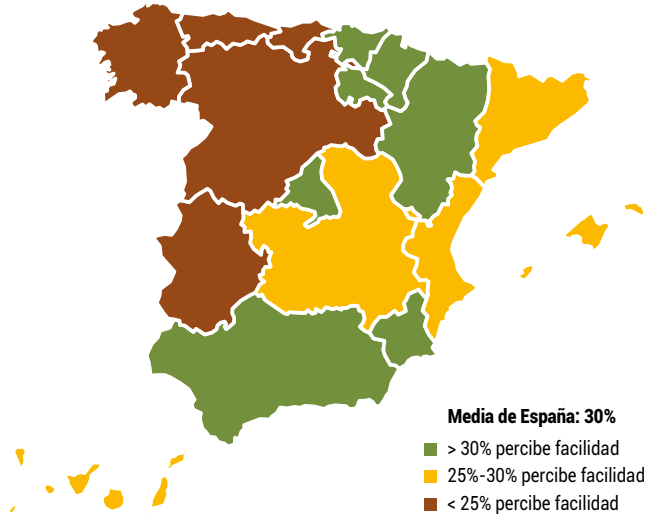
Emprender brinda estatus social y económico



Noticias sobre emprendimiento de éxito



Facilidad para iniciar un negocio



Durante el año 2023 más de un 30% de la población adulta residente en Madrid, País Vasco, Navarra, Andalucía, Comunidad Valenciana e Islas Baleares percibe oportunidades para emprender. El miedo al fracaso limita las expectativas emprendedoras de más de la mitad de la población residente en el territorio nacional, salvo en Madrid, País Vasco, Comunidad Valenciana, Islas Baleares e Islas Canarias. Sin embargo, la percepción de tener los conocimientos y habilidades para emprender, disponer de modelos de referencia, la consideración de la actividad emprendedora como una buena opción profesional que brinda estatus económico y social, la existencia de noticias sobre emprendedores de éxito o la consideración de la facilidad para emprender no distingue de manera consistente a la población de ninguna CC. AA. Los informes regionales que elaboran los equipos GEM de cada CC. AA., que pueden consultarse en https://www.gem-spain.com/, profundizan en las características específicas que diferencian el perfil de la población y los emprendedores en cada territorio de un país cada vez más diverso.



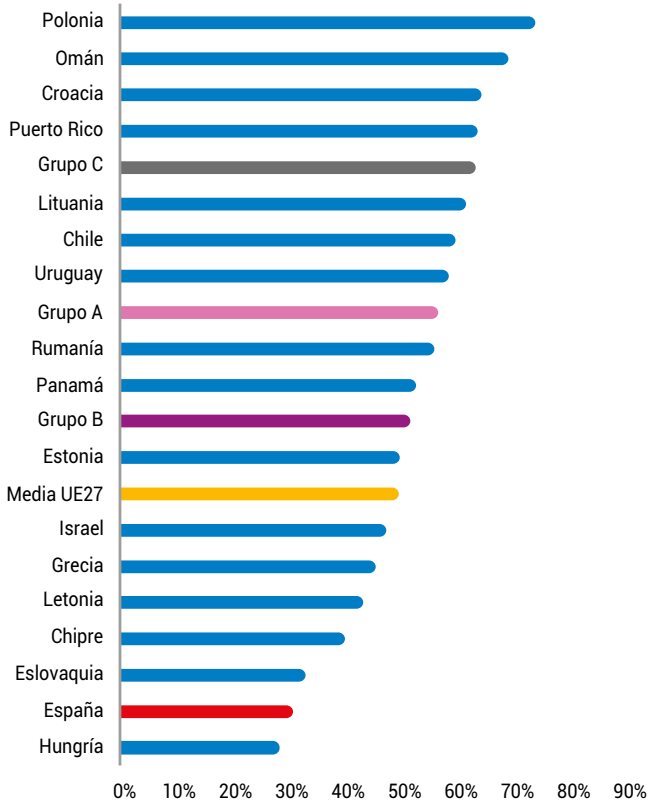
Más información en la web

http://www.observatoriodelemprendimiento.es/

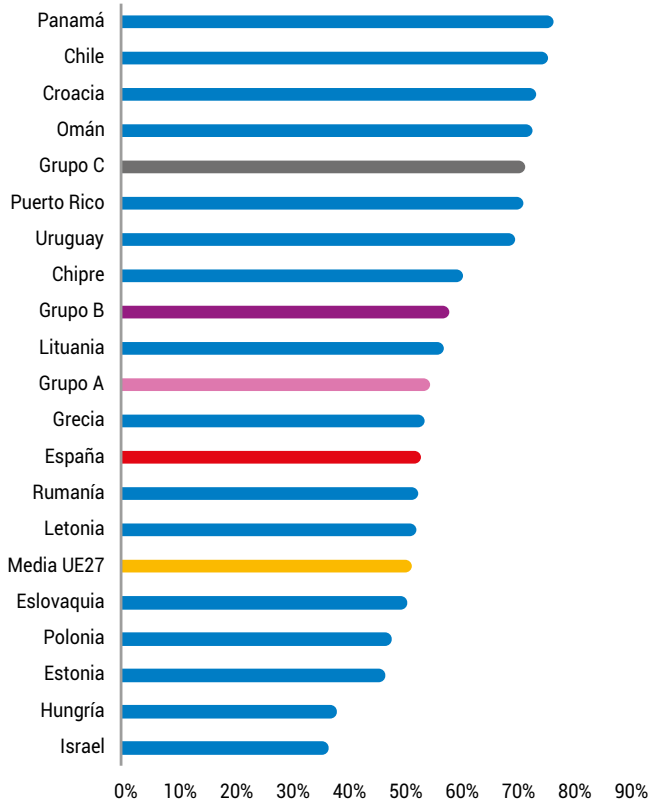
Figura 13. Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta

Fuente: GEM-España APS 2023

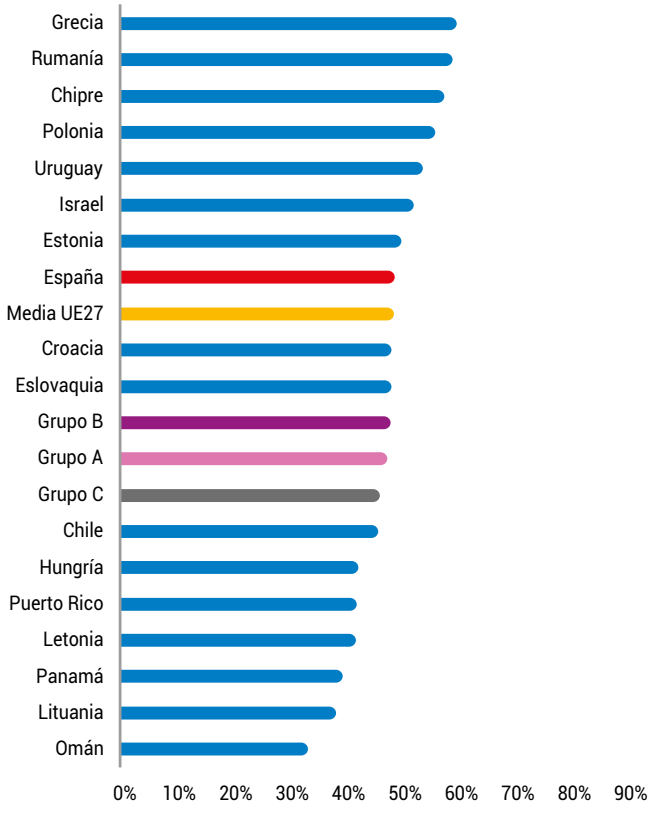
Percepción relativa de oportunidades para emprender



Conocimientos y habilidades para emprender



Miedo al fracaso como obstáculo para emprender



Modelos de referencia para emprender

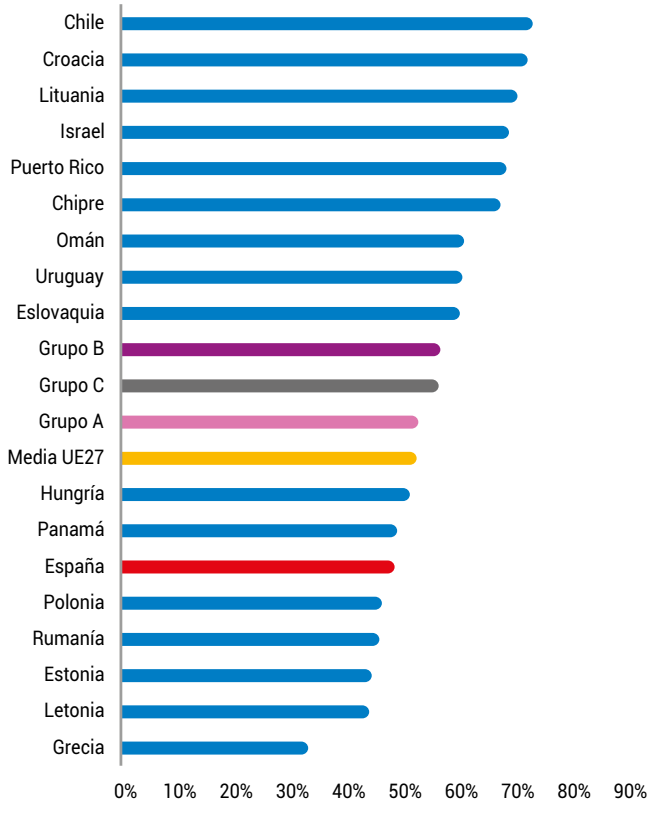
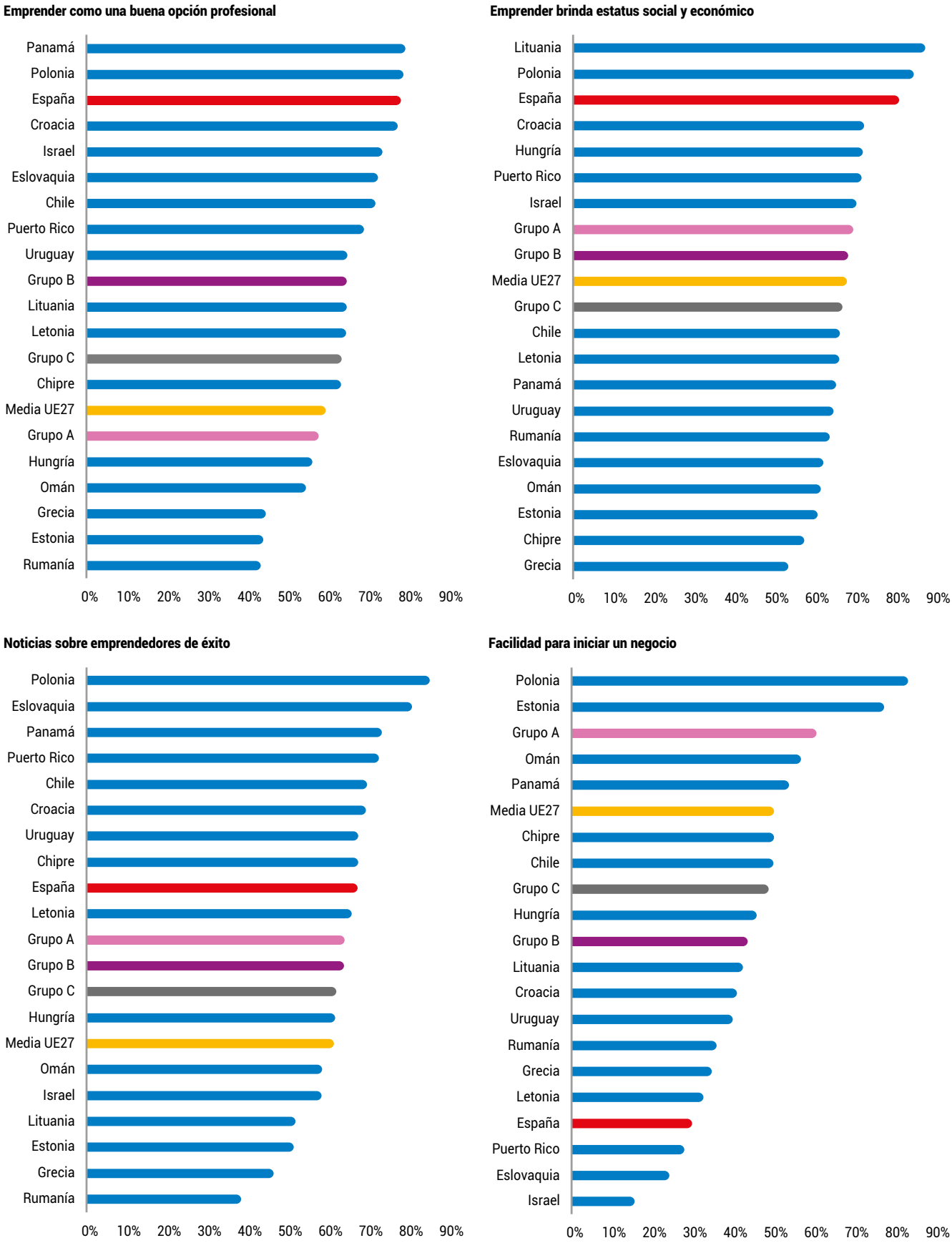


Figura 13. Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta

Fuente: GEM-España APS 2023



En relación al posicionamiento internacional de las actitudes y percepciones de su población, y teniendo en cuenta los 45 países que forman parte del estudio, en el año 2023 España se posiciona como uno de los territorios en los que la población percibe menos oportunidades para emprender (44/45) y menos facilidades para hacerlo (41/45), lo que explica un mayor miedo al fracaso que la media de sus países de referencia (19/45). Sin embargo, nuestro país escala puestos en relación al conocimiento de otros emprendedores (33/45), la percepción de tener los conocimientos y habilidades para emprender (30/45) y la intención emprendedora (37/45).

Teniendo en cuenta sus países de referencia (grupo B, países con un PIB per cápita entre 25.000 y 50.000 $), España se sitúa a la cola en percepción de oportunidades para emprender, solo por delante de Hungría, y muy por detrás de la media de otros grupos de países como la Unión Europea (UE27), el grupo A (países con un PIB per cápita superior a 50.000 $) o el grupo C (países con un PIB per cápita inferior a 25.000 $). También está por detrás en la percepción de la existencia de modelos de referencia para emprender y facilidades para hacerlo. Sin embargo, la población adulta residente en España percibe en mayor medida que en estos grupos de países que emprender puede ser una buena opción profesional, que brinde estatus social y económico y sea capaz de generar noticias sobre emprendedores de éxito. Sin embargo, a pesar de posicionarse por delante de la UE27, España se sitúa por detrás de la media de los grupos A, B y C en percepción de tener los conocimientos necesarios para emprender, y por delante de todas las agrupaciones de países en el indicador del miedo al fracaso de su población, posicionándose en el primer cuartil de su grupo de países de referencia (grupo B).



Crideo



Nombre del emprendedor: Óscar García Puche.

Nombre del negocio: Crideo (https://crideo.es/).

Ubicación del negocio: Santa Cruz de Tenerife.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Proveedores de soluciones de fabricación digital (impresión 3D, CNC, láser…).

¿Qué significa para ti ser emprendedor?
El emprendimiento es una oportunidad única de trabajar de forma activa para mejorar tu entorno cercano, así como para crecer enormemente como profesional. Llevar adelante un proyecto empresarial es un compromiso lleno de retos y sacrificios, pero reconocer los frutos de tu trabajo en la vida de otras personas es una sensación de lo más gratificante.

¿Cómo surgió la idea?
Durante mi etapa universitaria tuve el placer de fabricar monoplazas eléctricos para la competición Formula Student en la Universidad de La Laguna.
Fue evidente desde el primer momento la necesidad de una industria de fabricación local, rápida y eficaz para solventar los retos de producción a los que nos enfrentamos en el archipiélago. Esa fue la chispa para adentrarme de lleno en el sector de la fabricación digital, ayudando a empresas y clientes a resolver sus retos de producción de la manera más rápida y eficaz posible.

¿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 llevando a cabo en este sentido?
Estas dos premisas forman parte del núcleo de actuación de Crideo desde el primer momento.
Por un lado, este sector permite una transformación digital para muchos negocios en este país, así como una fuente de ingresos para cada vez más personas en áreas rurales. Al fin y al cabo, la fabricación digital permite a los usuarios gestionar su propio proceso de producción interno y desarrollar productos a la medida exacta de sus clientes.
Dentro de este último apartado destacan, por ejemplo, las innumerables colaboraciones con organizaciones de necesidades especiales o de deporte adaptado, con las que fabricamos piezas que mejoran la vida de estas personas.
Por otro lado, en el ámbito ambiental son dos las claves a destacar, la primera es la reducción de la huella de carbono al contar con una cadena de producción local y directa, evitando gastos tanto de logística como de envíos, y la segunda es el uso de materias primas provenientes de fuentes orgánicas o recicladas.
Este doble compromiso junto con la promesa de fabricar solo lo justo y necesario, permiten a nuestro sector sentar las bases de un nuevo sistema de producción digital, eficiente y respetuoso con el medio que nos rodea.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
En nuestro caso, la digitalización se presenta como una oportunidad, tanto para agilizar nuestras operaciones de producción como para gestionar la creciente cartera de usuarios y clientes que confían en nuestros servicios.
Crear un proceso de producción fluido donde la fabricación, envío y análisis de datos de clientes formen un entramado sin fisuras sigue siendo el mayor reto tecnológico al que nos enfrentamos en Crideo.
La logística, automatización, gestión de recursos y clientes son las áreas donde normalmente este tipo de herramientas suelen generar el mayor impacto en las empresas, ayudando a mejorar la eficiencia de los equipos internos.



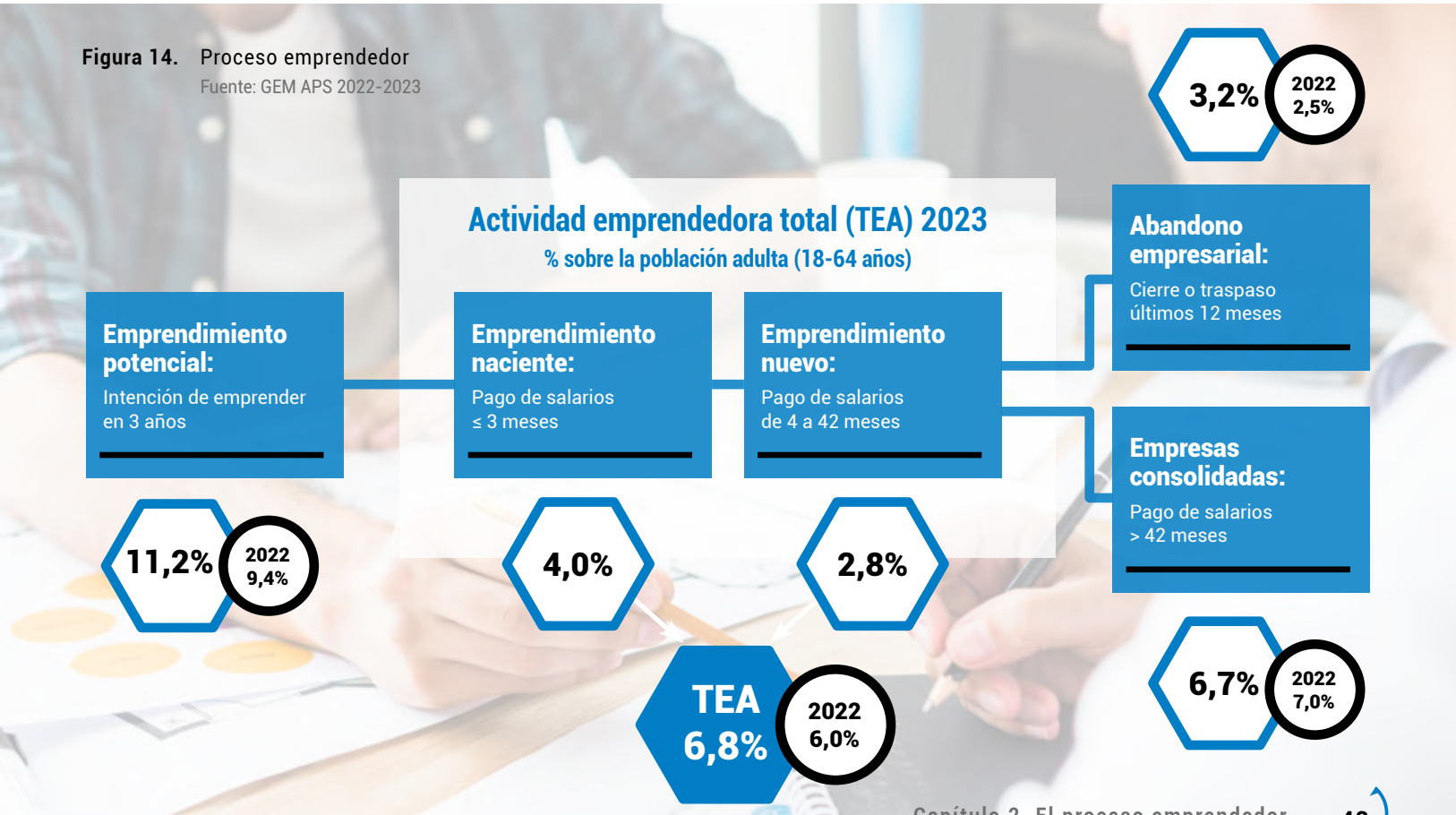
CAPÍTULO 2

El proceso emprendedor

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

Emprender es un proceso que comienza con una intención y culmina cuando la empresa está consolidada. El proceso emprendedor que estudia el proyecto del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) calcula anualmente el porcentaje de la población adulta que tiene intención de emprender en los próximos tres años (emprendimiento potencial), el porcentaje de aquellos que están iniciando una actividad empresarial de menos de tres meses de vida (emprendimiento naciente), de los que tienen una iniciativa emprendedora de entre cuatro y cuarenta y dos meses (emprendimiento nuevo) y el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas de más de cuarenta y dos meses de vida (empresas consolidadas). La tasa de actividad emprendedora total, denominada *Total early-stage Entrepreneurial Activity* (TEA), principal indicador del proyecto GEM, refleja el porcentaje de población adulta involucrada en la fase central del proceso emprendedor (emprendimiento naciente y nuevo), donde se localizan las iniciativas emprendedoras recientes. Por último, también se calcula cada año el porcentaje de adultos que abandonan la actividad emprendedora (abandono empresarial).

Figura 14. Proceso emprendedor
Fuente: GEM APS 2022-2023









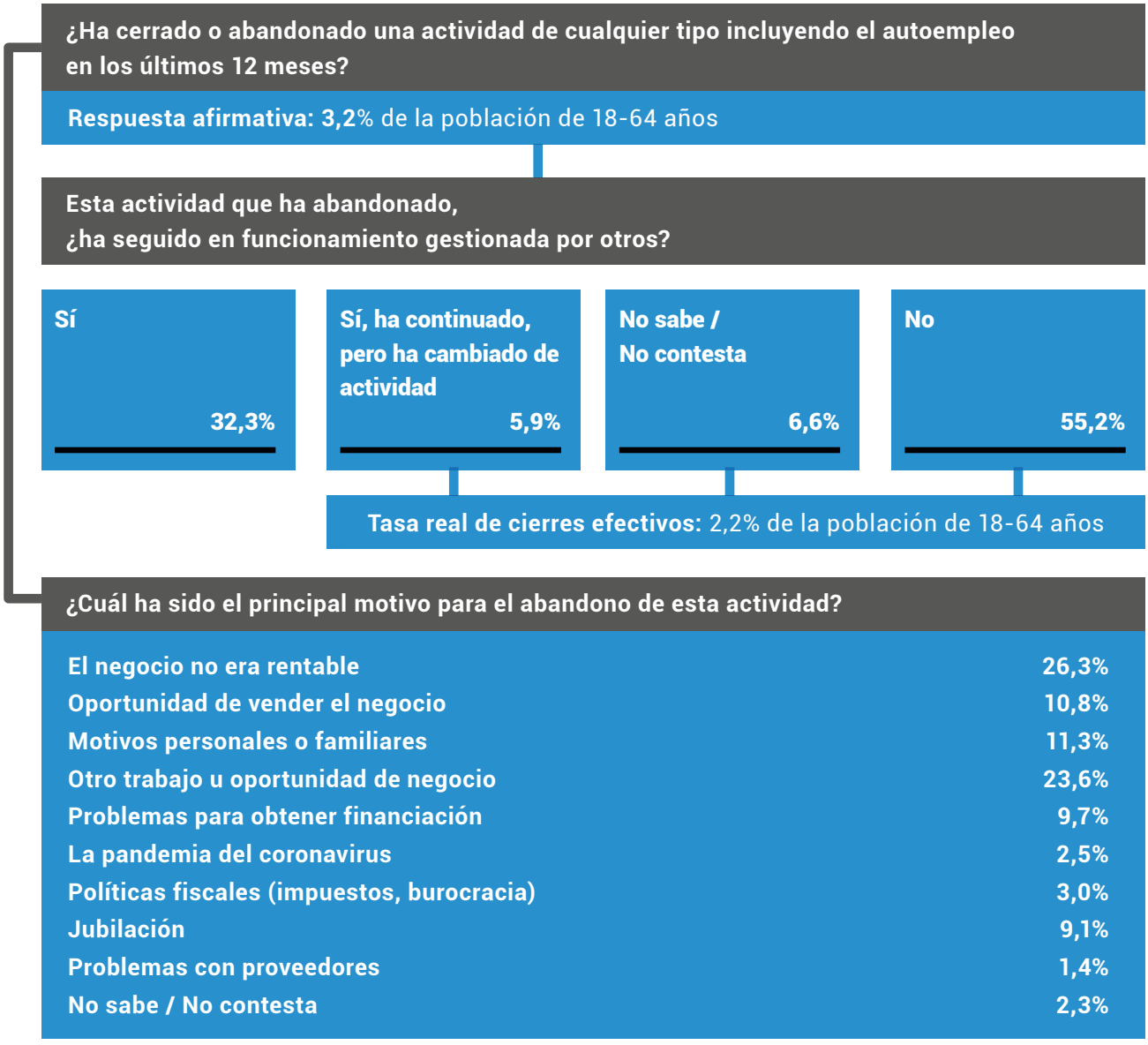
Durante el año 2022 los porcentajes de emprendedores potenciales y recientes (TEA) aumentaron moderadamente después del periodo de incertidumbre vivido en 2020 y 2021. Era esperable, por tanto, que durante el año 2023 aumentase el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas. Sin embargo, los datos no reflejan esto exactamente. Si bien el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas recientes (TEA), principal indicador de la actividad emprendedora de un país, aumenta de un 6% a un 6,8%, el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas se reduce ligeramente, de un 7% a un 6,7%, por efecto de un repunte en la tasa de abandonos que no se experimentaba desde hacía veinte años. A esto hay que añadir que el porcentaje de emprendedores potenciales aumenta de un 9,4% a un 11,2%, un nivel que no se alcanzaba desde 2012. Estos datos reflejan un proceso emprendedor saludable en el que cada vez hay más personas con intención de emprender que se convierten en emprendedores reales, aunque la dinámica del mercado depure en alguna medida a aquellos emprendedores que se ven obligados a abandonar o deciden traspasar el negocio, 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 APS 2022-2023

	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
2022	8,8%	5,9%	6,5%	9,9%	6,0%	7,5%
2023	10,9%	6,1%	6,0%	11,5%	7,5%	7,4%

En 2023 se produce un aumento significativo de la intención emprendedora de hombres y mujeres. Si bien el porcentaje de hombres dispuestos a emprender es más alto (11,5%), el aumento ha sido mayor en el caso de las mujeres, que pasan de un 8,8% en 2022 a un 10,9% en 2023. Resulta especialmente relevante el aumento de un punto y medio (del 6% al 7,5%) del porcentaje de hombres que están arrancando un proyecto emprendedor de menos de tres años y medio de vida (TEA), mientras que el porcentaje de hombres a cargo de iniciativas consolidadas apenas se reduce (del 7,5% al 7,4%). El porcentaje de mujeres a cargo de iniciativas emprendedoras recientes (TEA) también aumenta de un 5,9% a un 6,1%, aunque este aumento coincide con la reducción del porcentaje de mujeres a cargo de iniciativas consolidadas, que pasa de un 6,5% en 2022 a un 6% en 2023. En años anteriores las mujeres emprendedoras demostraron más capacidad de resistencia que los hombres. Sin embargo, durante el año 2023 los hombres han demostrado más actividad emprendedora y, sobre todo, más intención de emprender en los próximos tres años.

Figura 16. Abandono de la actividad empresarial en España
Fuente: GEM APS 2023



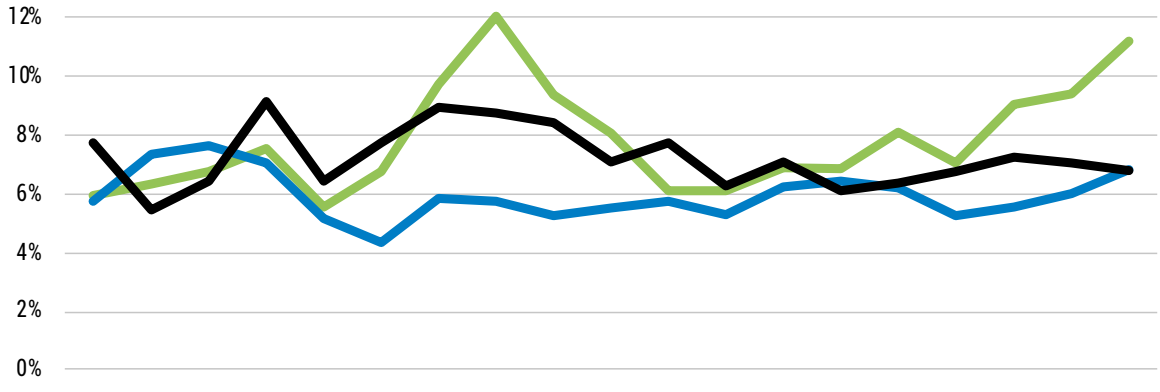
Durante el año 2023 se ha producido un aumento del porcentaje de personas que han abandonado su iniciativa emprendedora, que ha pasado de un 2,5% en 2022, la más baja de sus países de referencia, a un 3,2% en 2023. Sin embargo, una tercera parte de las iniciativas abandonadas no cierran, sino que continúan en manos de otros emprendedores. Entre las razones que esgrimen las personas que abandonan el negocio, la mitad están relacionadas con la falta de rentabilidad (26,3%) y con la alternativa de conseguir otro trabajo o aprovechar otra oportunidad de negocio (23,6%).

El 10,8% de los que abandonan lo hacen cuando tienen una oportunidad de vender el negocio, lo que significa que la actividad continúa, aunque en otras manos. Los motivos personales o familiares (11,3%) o la jubilación (9,1%) también reflejan la relevancia de los motivos personales a la hora de explicar el abandono de la actividad emprendedora. Los problemas de funcionamiento del negocio que pueden desembocar en la falta de rentabilidad, como las dificultades para obtener financiación (9,7%), así como el gravamen fiscal o las barreras de entrada generadas por la burocracia (3%), o los problemas con los proveedores (1,4%), también son razones recurrentes. Sin embargo, el efecto de la pandemia del coronavirus ya solo explica el 2,5% de los abandonos. Por otro lado, un tercio de los emprendedores que abandonan mantienen sus expectativas de emprender en los próximos tres años, un porcentaje que triplica la cifra de emprendimiento potencial de los que no han emprendido previamente, lo que supone un signo de perseverancia de los emprendedores en este país.

2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

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

Fuente: GEM APS 2005-2023

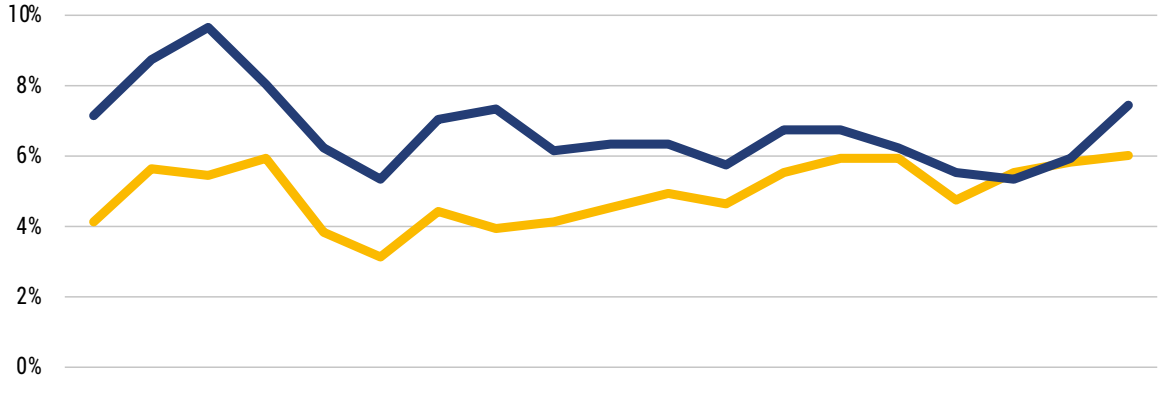


	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Emprendimiento potencial	5,9%	6,3%	6,7%	7,5%	5,5%	6,7%	9,7%	12,0%	9,3%	8,0%	6,1%	6,1%	6,8%	6,8%	8,1%	7,0%	9,0%	9,4%	11,2%
TEA	5,7%	7,3%	7,6%	7,0%	5,1%	4,3%	5,8%	5,7%	5,2%	5,5%	5,7%	5,2%	6,2%	6,4%	6,1%	5,2%	5,5%	6,0%	6,8%
Empresas consolidadas	7,7%	5,4%	6,4%	9,1%	6,4%	7,7%	8,9%	8,7%	8,4%	7,0%	7,7%	6,2%	7,0%	6,1%	6,3%	6,7%	7,2%	7,0%	6,7%

La evolución temporal de los principales indicadores del proceso emprendedor en los últimos diecinueve años muestra un alisado de las tasas de emprendimiento reciente (TEA) y consolidado, pero un repunte acusado de la tasa de la población adulta con intención de emprender, que no ha parado de crecer desde el comienzo de la crisis sanitaria de 2020, hasta alcanzar en 2023 el segundo nivel más alto desde que se tienen registros, solo detrás del 12% obtenido durante el 2012. Si entonces pudimos explicar el repunte de la intención emprendedora dada la estabilidad política y financiera alcanzada tras la profunda crisis económica iniciada en 2008, durante el año 2023 el contexto internacional y la percepción de un empeoramiento de las condiciones nacionales para emprender no permiten explicar este repunte, y serán necesarias más investigaciones para explicar un aumento sin precedentes en la intención emprendedora de este país.

Figura 18. Evolución del índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2005-2023

Fuente: GEM APS 2005-2023



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TEA mujer	4,2%	5,7%	5,5%	6,0%	3,9%	3,2%	4,5%	4,0%	4,2%	4,6%	5,0%	4,7%	5,6%	6,0%	6,0%	4,8%	5,6%	5,9%	6,1%
TEA hombre	7,2%	8,8%	9,7%	8,1%	6,3%	5,4%	7,1%	7,4%	6,2%	6,4%	6,4%	5,8%	6,8%	6,8%	6,3%	5,6%	5,4%	6,0%	7,5%

Tras el desplome experimentado durante la crisis financiera de 2008, desde 2012 se ha producido un crecimiento sostenido del porcentaje de mujeres a cargo de iniciativas emprendedoras recientes (TEA). Ello ha permitido igualar la tasa de emprendimiento de hombres y mujeres durante los años 2021 y 2022. Sin embargo, en 2023 el crecimiento de un punto y medio porcentual en la tasa de emprendimiento reciente (TEA) de los hombres ha creado nuevas diferencias, a pesar del crecimiento de la tasa de emprendimiento de las mujeres de dos décimas desde el año anterior. Se espera que este crecimiento se acentúe el año próximo, como ocurrió en 2007, cuando las mujeres reaccionaron con más demora que los hombres a las nuevas oportunidades de negocio generadas el año anterior.

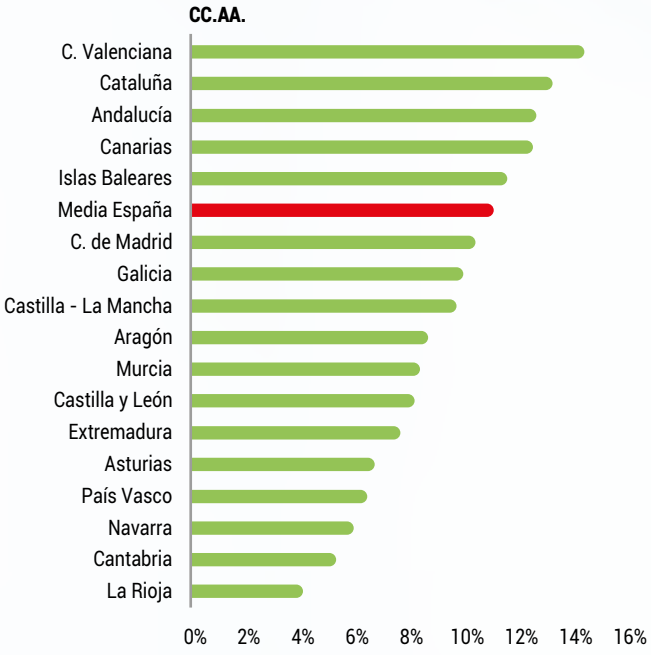
Figura 19. Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas)
Fuente: GEM APS 2005-2023

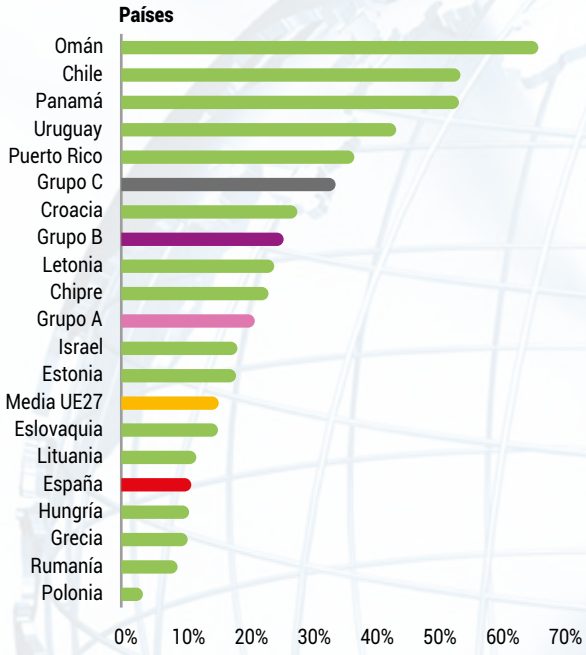


La evolución de las iniciativas nacientes (aquellas con menos de tres meses de vida) e iniciativas nuevas (de cuatro meses a tres años y medio) en los últimos diecinueve años permite analizar el crecimiento de las iniciativas emprendedoras recientes a lo largo de su ciclo de vida. En los años en los que ambas crecen se evidencia una mayor confianza de los emprendedores en la fase inicial del proceso, lo que permite consolidarlas en el tiempo. Durante el año 2023 se ha producido un incremento de casi un punto porcentual en la tasa de iniciativas nacientes, mientras que las nuevas se mantienen en el nivel del año anterior. Esto significa que, a pesar del repunte experimentado en el abandono de las iniciativas emprendedoras, durante la fase inicial del proceso emprendedor no se produce una pérdida neta de iniciativas.

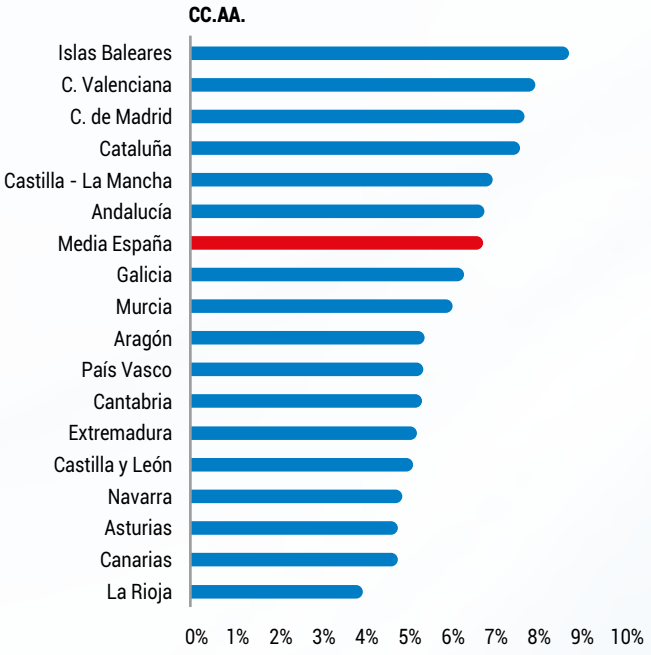
Figura 20. Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC. AA.
Fuente: GEM APS 2023

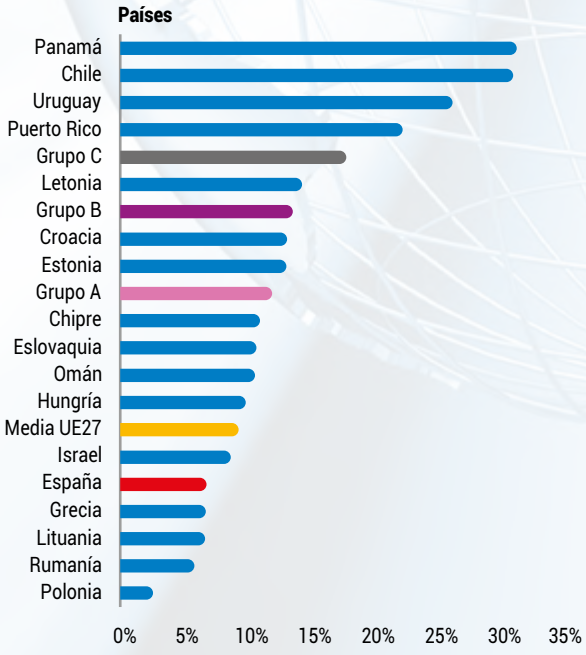
Emprendimiento potencial



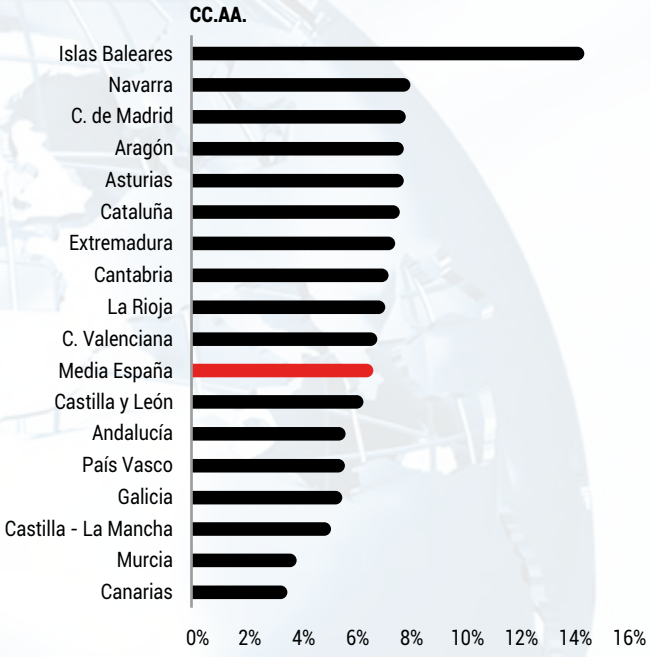


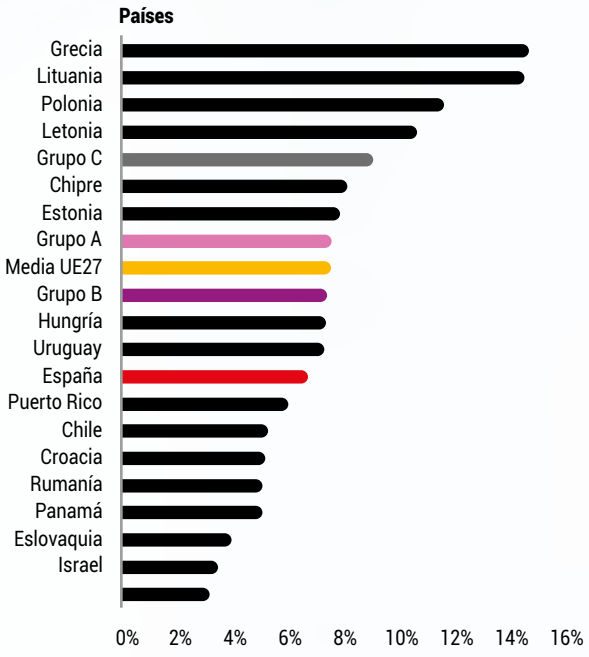
TEA



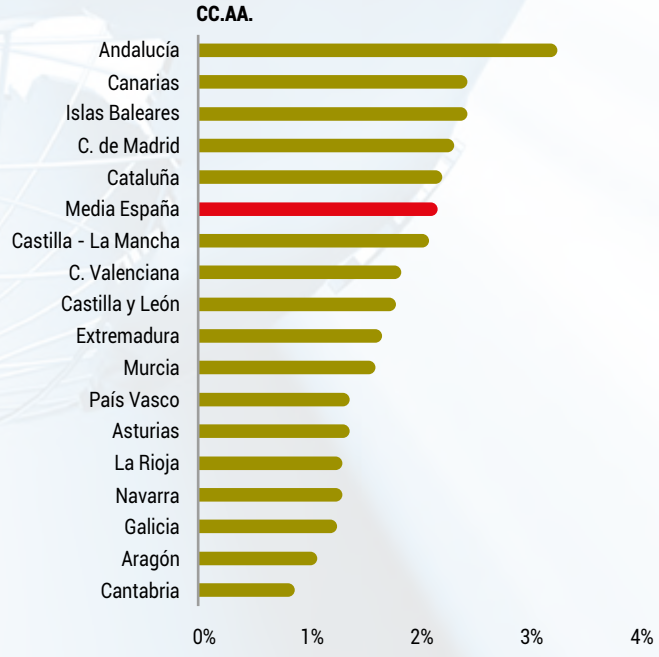


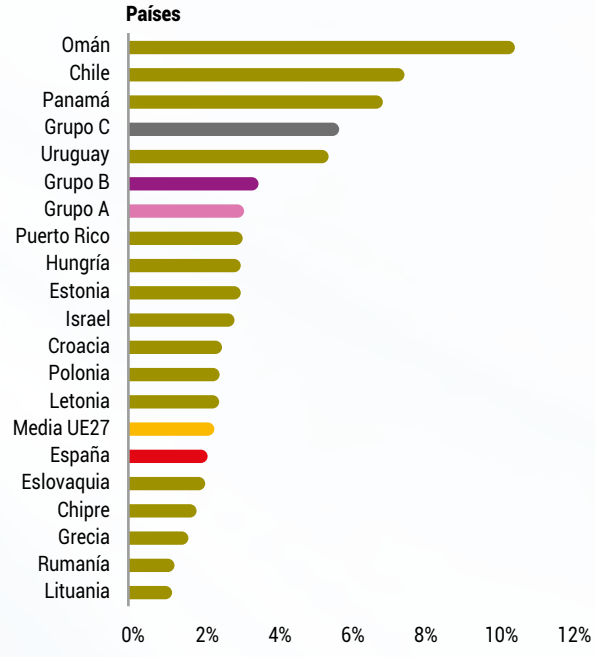
Empresas consolidadas





Cierres





Baleares, Comunidad Valenciana, Madrid y Cataluña se perfilan como las CC. AA. con mayor capacidad emprendedora reciente y consolidada, superando la media española. Valencia, Cataluña, Andalucía, Canarias y Baleares también superan la media de España como entornos capaces de generar expectativas para emprender en los próximos tres años, lo que presumiblemente permitirá compensar la mayor tasa de cierres que se produce en estas CC. AA. en comparación con la media española, salvo en Valencia. Por otro lado, La Rioja, Cantabria y Navarra son las que presentan menores tasas de emprendedores potenciales, y Canarias, Asturias y País Vasco las CC. AA. que tienen las tasas más bajas de emprendedores recientes (TEA), aunque en Asturias y País Vasco la tasa de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas supera a la media de España, al igual que el año anterior. Estos datos continúan evidenciando la ventaja de los entornos con mayor concentración de población a la hora de generar expectativas emprendedoras y ofrecer condiciones favorables para poder desarrollarlas. Madrid y las regiones mediterráneas se perfilan como los entornos tractores del emprendimiento de los próximos años.

El análisis del posicionamiento de España a nivel internacional permite relativizar los indicadores del proceso emprendedor. A pesar del crecimiento de las tasas de emprendimiento potencial y reciente (TEA), en 2023 España se sitúa a la cola de sus países de referencia (grupo B: países con un PIB per cápita entre 25.000 y 50.000 $) en estos indicadores, e incluso por debajo de la media de la Unión Europea (UE27) y grupos A (países con un PIB per cápita superior a 50.000 $) y C (países con un PIB per cápita inferior a 25.000$) en proporción de emprendedores potenciales, emprendedores recientes (TEA) y emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas. Sin embargo, a pesar del repunte del último año, España continúa siendo uno de los países con menores tasas de cierre de iniciativas emprendedoras de su grupo de países de referencia, un signo de perseverancia de la actividad emprendedora en este país, solo superada por Lituania, Rumanía, Grecia, Chipre y Eslovaquia.

Como conclusión, durante el año 2023 se ha producido un crecimiento sin precedentes en las expectativas emprendedoras de la población española. Las iniciativas de menos de tres años y medio de vida (TEA) han crecido lideradas más por hombres que por mujeres, mientras que el porcentaje de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas se mantiene, a pesar del repunte significativo de la tasa de abandonos. Las CC. AA. con mayor tamaño y concentración de población, y especialmente las localizadas en la costa mediterránea española, se afianzan como el entorno más favorable para emprender. A pesar de seguir a la cola de su grupo en los principales indicadores del proceso emprendedor, la dinámica emprendedora en España muestra un crecimiento sostenido de emprendedores potenciales y recientes, y se consolida como un país con menores tasas de cierre que sus países de referencia.



Onirix



Nombre del emprendedor: Pedro Javier Sáez Martínez.

Nombre del negocio: Onirix (https://www.onirix.com/es/).

Ubicación del negocio: Llanera (Asturias).

Año de lanzamiento: 2019.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Onirix es una herramienta especializada en realidad aumentada para navegadores (Web AR). Nuestra misión es mejorar el mundo real combinándolo con el mundo digital gracias a la realidad aumentada (RA). Por eso desarrollamos nuestra propia tecnología para que la RA sea accesible a todo el mundo, tenga o no conocimientos técnicos.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor para mí significa ser alguien que identifica oportunidades y tiene la iniciativa y valentía para convertir esas oportunidades en realidad mediante la creación de una empresa. Significa asumir riesgos, enfrentar constantemente desafíos y aprender de cada fracaso para mejorar y seguir adelante. Es tener una visión clara de hacia dónde quiero llevar mi empresa y trabajar incansablemente para lograr esos objetivos.

¿Cómo surgió la idea?

Onirix surgió de la identificación de una necesidad en el mercado que no estaba siendo atendida de manera adecuada. Los 3 fundadores (Carlos González, CPO, Pablo Soto, CTO, y yo mismo), antes de crear Onirix, ya estábamos inmersos en el mundo de la realidad aumentada desde 2014, cuando fundamos una empresa enfocada en ofrecer servicios de RA a sus clientes, y que apostaba por crear productos innovadores que tuvieran impacto y utilidad en las personas. Durante varios años fuimos aprendiendo de un sector y una tecnología que estaba naciendo. Tuvimos algún éxito, comenzamos a crear tecnología propia de RA, obtuvimos premios y reconocimientos de grandes instituciones por nuestras innovaciones (Vodafone, Google o la ONU). Y llegado un momento, teníamos claro que sabíamos lo que se necesitaba en el mundo de la RA, teníamos la capacidad, y decidimos empaquetar todo ese trabajo de años atrás y crear Onirix.
De esto hace ya 6 años, y lo que entonces era un sueño, ahora es una realidad con usuarios en más de 100 países y clientes en 32 países.

¿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 llevando a cabo en este sentido?

En la actualidad, tener en cuenta el impacto social y medioambiental no solo es una necesidad ética, sino también un imperativo empresarial. Los consumidores, los trabajadores y las empresas son cada vez más conscientes y exigen que las marcas y productos sean responsables y sostenibles. En Onirix, percibimos que integrar prácticas sostenibles y socialmente responsables en nuestra operación y estrategia de negocio es fundamental para nuestro éxito a largo plazo.
Para abordar estas preocupaciones llevamos a cabo acciones como implementar políticas de trabajo remoto y flexibilidad horaria para reducir emisiones relacionadas con el desplazamiento de empleados, el diseño de software que maximice la eficiencia y minimice la huella de carbono, o la participación en proyectos locales que promuevan la tecnología y la educación en las comunidades donde operamos. Estas acciones reflejan nuestro compromiso con la responsabilidad social corporativa y nos ayudan a construir una empresa que no solo sea rentable, sino que también contribuya positivamente a la sociedad y al planeta. Es un proceso continuo de mejora y aprendizaje, y estamos siempre buscando nuevas formas de integrar prácticas sostenibles en todos los aspectos de nuestro negocio.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Onirix es una empresa TIC y, por tanto, la digitalización presenta varios retos y oportunidades para nosotros.
Como empresa que opera y compite mundialmente, debemos mantenernos constantemente actualizados con las últimas tendencias y avances para ofrecer soluciones innovadoras y competitivas. También tenemos muy en cuenta la ciberseguridad e invertimos en tecnologías robustas de seguridad para proteger tanto nuestra propiedad intelectual como la privacidad de nuestros usuarios.
Por otro lado, nuestro equipo trabaja 100% remoto, con lo cual debemos integrar tecnologías que nos permitan trabajar de forma eficiente y productiva, favoreciendo así la flexibilidad y el acceso a talento global.



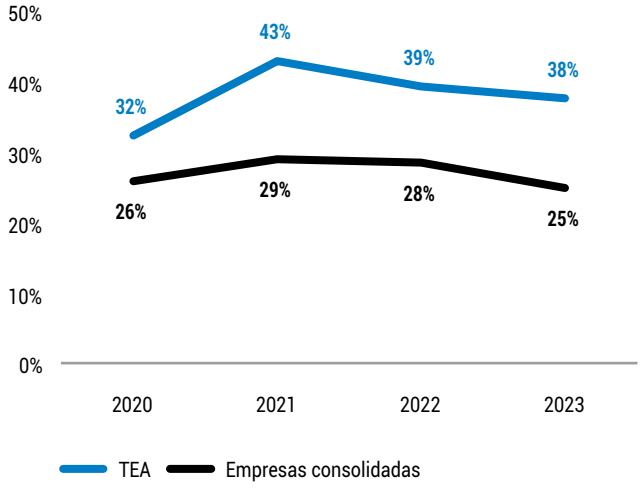
CAPÍTULO 3

Perfil de la persona emprendedora

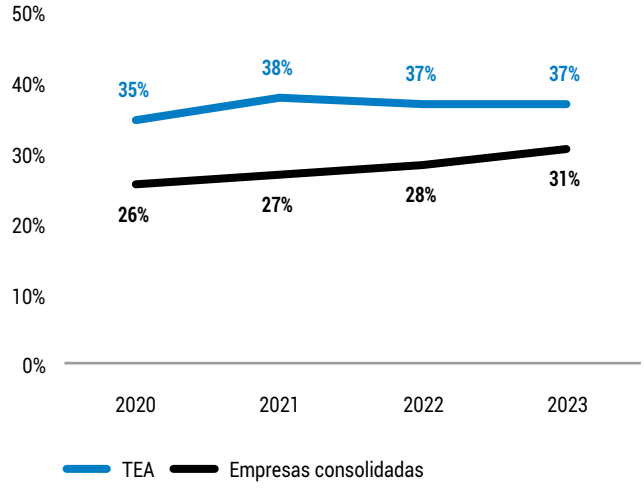
3.1. Motivación

Figura 21. Motivaciones emprendedoras
Fuente: GEM APS 2020-2023

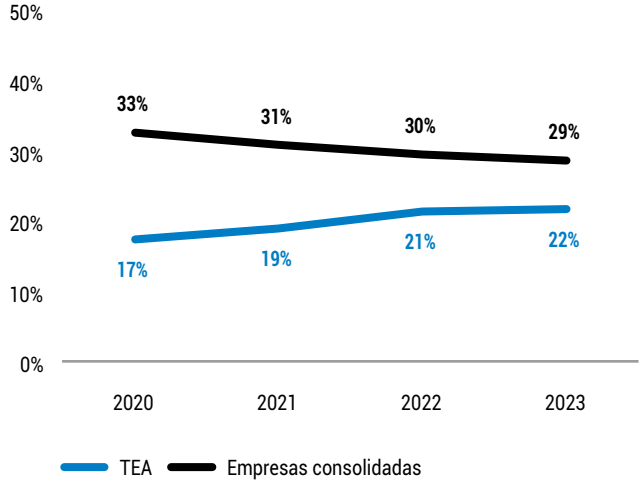
Marcar una diferencia en el mundo



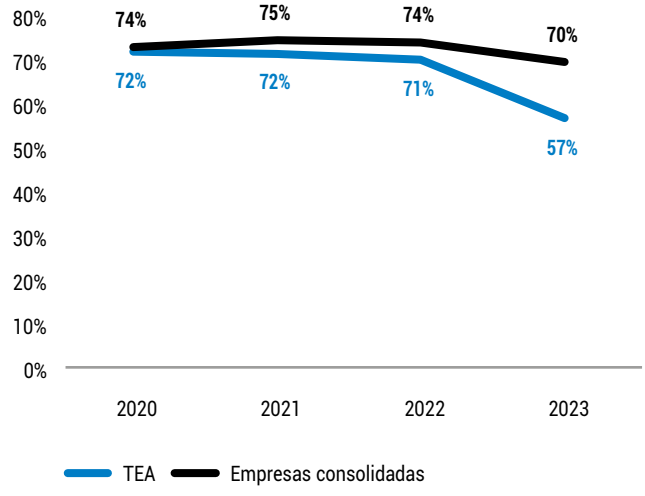
Crear riqueza o una renta muy alta



Continuar una tradición familiar



Ganarme la vida porque el trabajo escasea



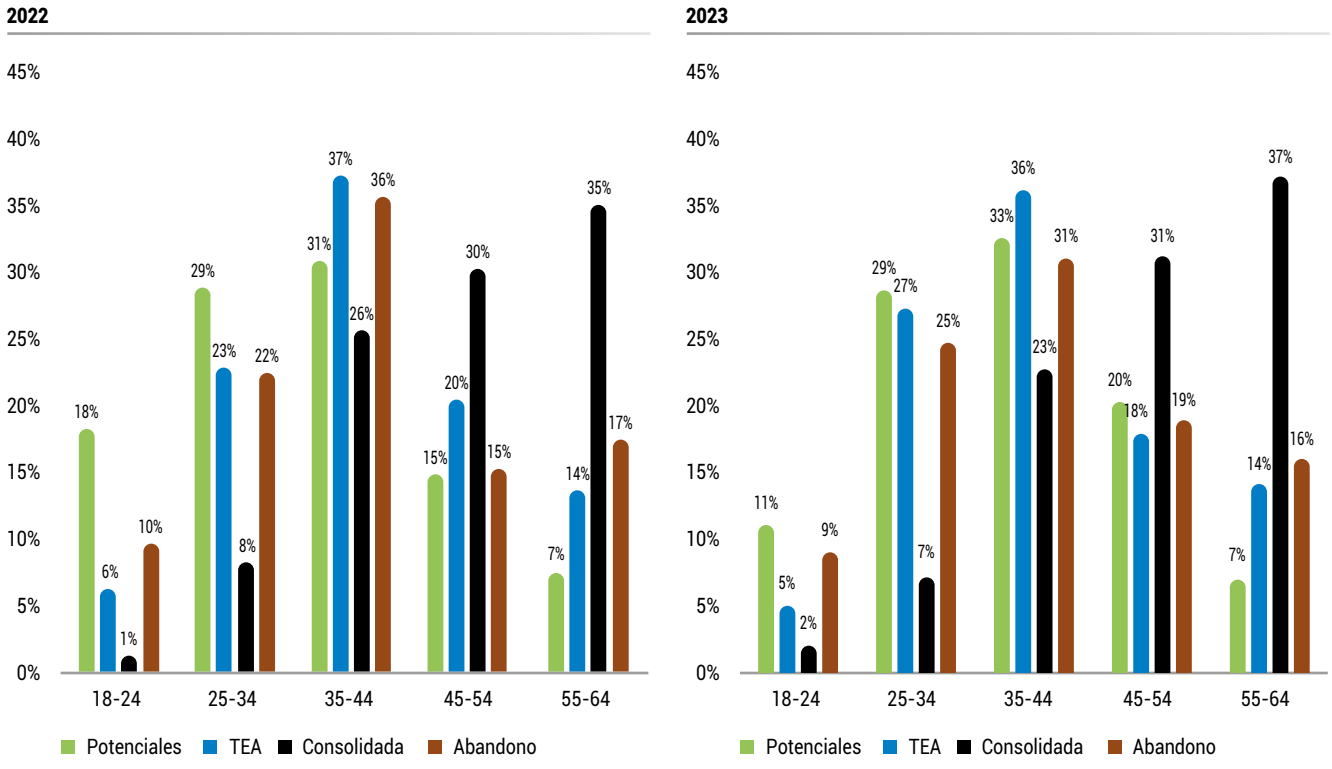
Al igual que en años anteriores, los emprendedores a cargo de iniciativas recientes (TEA) mantienen motivaciones más ambiciosas que las de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas. Aunque tres de cada cinco arrancan una iniciativa emprendedora para ganarse la vida porque el trabajo escasea, esta proporción cae significativamente respecto al 2022. Dos de cada cinco emprenden para marcar una diferencia en el mundo o para conseguir una renta alta, y uno de cada cinco lo hace para continuar una tradición familiar. En el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, se mantiene la motivación de autoempleo. Siete de cada diez lo hacen para ganarse la vida porque el trabajo escasea, y un tercio quiere conseguir una renta alta; uno de cada tres lo hace por tradición familiar y solo uno de cada cuatro quiere marcar una diferencia en el mundo, un porcentaje menor que el del año anterior.

Durante el año 2023 la motivación de autoempleo se reduce significativamente, y otras razones cobran más importancia entre los emprendedores a cargo de las iniciativas más recientes. Si los emprendedores crean empresas para cambiar las cosas o conseguir rentas más altas, no renunciarán tan fácilmente a ellas si surgen otras alternativas laborales.



3.2. Edad

Figura 22. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2022 y 2023
Fuente: GEM APS 2022-2023

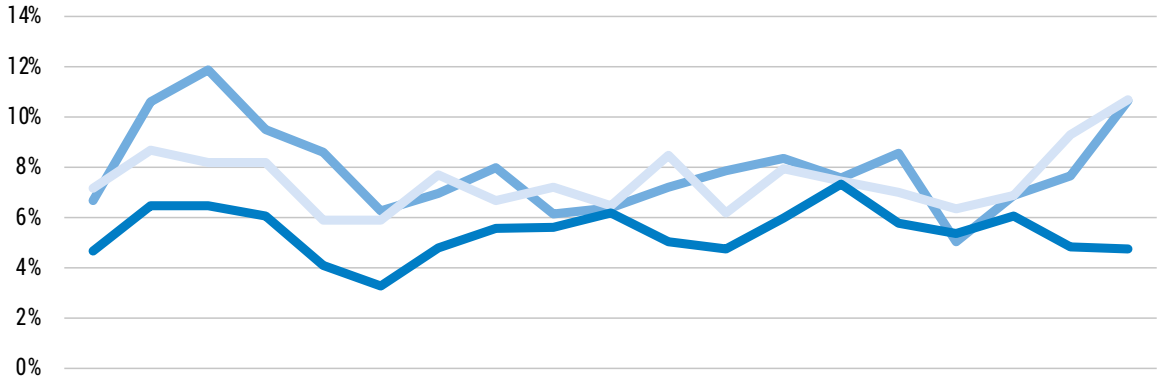


En España emprendemos más tarde que en otros países y, lejos de cambiar, esta situación se hace más evidente a medida que pasan los años. En 2023, siete de cada diez emprendedores recientes (TEA) tiene más de 35 años. Con el añadido de que seis de cada diez emprendedores potenciales también superan esta edad, lo que asegura un perfil emprendedor más envejecido en España que en nuestros países de referencia en los próximos años, y el consecuente envejecimiento de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, la mayoría de edad comprendida entre los 45 y los 64 años.

Un tercio de los abandonos de iniciativas emprendedoras se produce entre los 35 y los 44 años. El menor porcentaje se produce en el rango de edad más joven, entre 18 y 24 años, y en el de mayor edad, entre los 55 y los 64 años, que coincide con la existencia de menores alternativas laborales.



Figura 23. Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios
Fuente: GEM APS 2005-2023

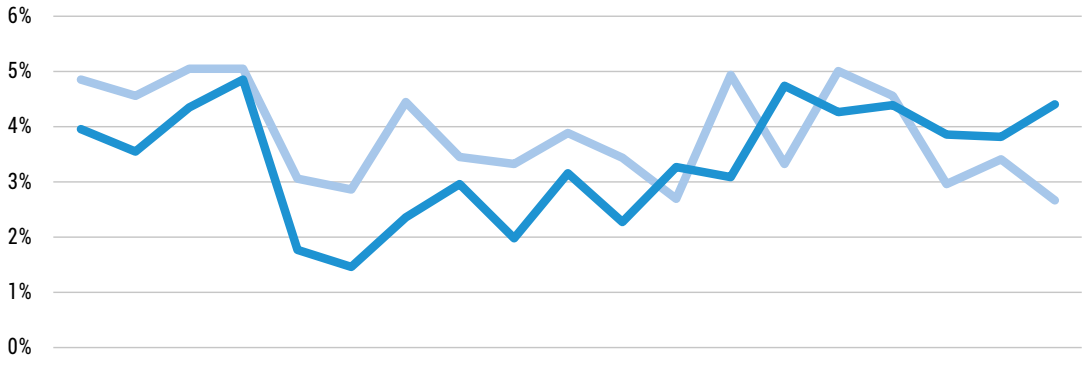


	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TEA25-34	6,6%	10,5%	11,8%	9,4%	8,5%	6,2%	6,9%	7,9%	6,1%	6,3%	7,1%	7,8%	8,3%	7,5%	8,5%	5,0%	6,8%	7,6%	10,6%
TEA35-44	7,1%	8,6%	8,1%	8,1%	5,8%	5,8%	7,6%	6,6%	7,1%	6,4%	8,4%	6,1%	7,8%	7,4%	6,9%	6,2%	6,8%	9,2%	10,6%
TEA45-54	4,6%	6,4%	6,4%	6,0%	4,0%	3,2%	4,7%	5,5%	5,5%	6,1%	5,0%	4,7%	5,9%	7,2%	5,7%	5,3%	6,0%	4,7%	4,7%

Se mantiene el crecimiento del porcentaje de emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años desde el año 2020, mientras que se estabiliza el porcentaje de los emprendedores con edades comprendidas entre 45 y 54 años, lo que implica un cierto rejuvenecimiento de los emprendedores de edades intermedias.

Figura 24. Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos

Fuente: GEM APS 2005-2023



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TEA18-24	4,8%	4,5%	5,0%	5,0%	3,0%	2,8%	4,4%	3,4%	3,3%	3,8%	3,4%	2,6%	4,9%	3,3%	4,9%	4,5%	2,9%	3,3%	2,6%
TEA55-64	3,9%	3,5%	4,3%	4,8%	1,7%	1,4%	2,3%	2,9%	1,9%	3,1%	2,2%	3,2%	3,0%	4,7%	4,2%	4,3%	3,8%	3,8%	4,4%

El porcentaje de emprendedores más jóvenes, con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años es el menor desde que se tienen registros (2,6%), solo igualado por el del año 2016. Por el contrario, el porcentaje de emprendedores de más edad, entre 55 y 64 años, sube del 3,8% al 4,4%. Si no surgen oportunidades para que crezca el número de los emprendedores potenciales jóvenes dispuestos a emprender efectivamente en el futuro, España seguirá manteniendo un perfil emprendedor con menor ciclo de vida que sus países de referencia.

3.3. Sexo

Aunque las tasas de emprendimiento se han ido igualando en los últimos años, hombres y mujeres emprenden por razones diversas. Sin embargo, a diferencia de lo que muchos piensan, su perfil emprendedor es similar en edad y nivel educativo.

Durante el año 2023 se ha reducido el porcentaje de hombres que manifiesta que emprende como forma de autoempleo en relación al porcentaje de mujeres que expresa esta motivación, pero sin aumentar la ambición de otras motivaciones. Emprender para ganarse la vida porque el trabajo escasea solo es una razón para uno de cada dos hombres que están arrancando un proyecto empresarial (TEA) en 2023, pero sigue siendo el motivo que esgrimen tres de cada cinco mujeres, a pesar del descenso de este porcentaje respecto al del año anterior. Sin embargo, el autoempleo sigue siendo la razón que esgrimen siete de cada diez hombres y mujeres a cargo de iniciativas consolidadas.

La tradición familiar ha ido ganando peso como una de las motivaciones para emprender en los últimos años para los emprendedores recientes (TEA), si bien en 2023 esta motivación aumentó en el caso de las mujeres (23%) y disminuyó ligeramente en el caso de los hombres (21%). Emprender por tradición familiar sigue siendo una de las razones esgrimidas por un tercio de los emprendedores, hombres y mujeres, a cargo de iniciativas ya consolidadas.

Bombones Valcorchero



Nombre de la emprendedora: Teresa Corchero Alvarado.

Nombre del negocio: Bombones Valcorchero (https://www.valcorchero.com/).

Ubicación del negocio: Valdefuentes (Cáceres).

Año de lanzamiento: 1985.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Nació hace ya casi 40 años (1985) como primera empresa transformadora de higos secos de nuestra región, con el fin de ayudar a los agricultores de la zona. Con el paso de los años, la empresa ha ido transformando no solo el higo seco, sino también productos como el pan de higo, casamientos, hasta el primer bombón de higo seco inyectado de crema de avellanas y cubierto de diferentes tipos de chocolate, conocido como "Sykos Collection". A esta colección de productos se añade en 2008 el bombón de cereza conocido como "El Capricho del Valle del Jerte".

Años más tarde y con la llegada del Covid, la empresa cambió de rumbo. Dadas las circunstancias familiares que estábamos atravesando, cogí las riendas del negocio familiar y comencé un periplo de aprendizaje en el que mi formación como diseñadora pasó a un segundo plano. Mi primer cliente, en plena pandemia, fue Rusia, con tan buena suerte que pudimos trabajar; pero dadas las circunstancias de la internacionalización que estaba realizando, no solo solicité ayuda a Instituciones como Avante, Cámara de Comercio o ICEX, entre otras, sino que me formé en comercio internacional a fin de adaptarnos a todas las normativas o requisitos que cada país nos demandaba.

Cambiamos toda la imagen de la empresa, corporativa, envases, etc., y aun así teníamos que hacer algo más. Un proyecto de innovación que no existiera y nos abriera más puertas. Y surgió Karykas (bombones con sabores tan diferentes y exóticos como yogur griego, té matcha, caramelo salado, ruby con sal de Himalaya o cacahuete con cacao), proyecto de innovación que nos está permitiendo crecer y expandirnos dentro del mercado internacional.

A día de hoy, exportamos a países tan diferentes como El Salvador, Canadá, Rusia, Kazajistán, Emiratos Árabes, Filipinas, Reino Unido, Letonia, Lituania, Suecia, etc., y poco a poco vamos consolidando estos mercados con un objetivo claro: crecer progresivamente y seguir ampliando nuestra gama de bombones.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Tener una idea innovadora o diferenciadora, creer en ella y buscar la manera de convertirla en una realidad siempre con mucha ilusión, sin miedos y perseverancia.

¿Cómo surgió la idea?

La necesidad de continuar con un negocio familiar y poder diferenciarnos en el mercado nacional o internacional con productos diferentes.

¿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 llevando a cabo en este sentido?

Buscamos y usamos productos naturales con los que hacer bombones, nada de colorantes artificiales, químicos, etc. Mejoramos los procesos de producción para que sean más eficientes y poder reducir la huella ecológica. Vigilamos el bienestar de todas las personas que forman parte de esta pequeña empresa y promovemos la contratación sin discriminación de edad, sexo, raza, etc.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

La digitalización nos ofrece mejoras en la gestión en tiempo real, poder estar conectado con el mundo entero y abrir nuevos mercados. Igualmente nos ha ayudado a mejorar los procesos productivos.

Las ventajas de integrar las tecnologías han sido: mejora de la comunicación, con clientes, proveedores y acreedores; visibilidad de la imagen y marca de la empresa, consiguiendo una mayor expansión; simplificación y mejora en los procesos productivos.

Las áreas más relevantes en cuanto a la tecnología han sido la producción, marketing y ventas.

Tabla 1. Motivaciones en función del sexo

Fuente: GEM APS 2020-2023

Marcar una diferencia en el mundo

	Mujeres		Hombres	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2020	30%	25%	34%	27%
2021	44%	31%	42%	27%
2022	43%	29%	36%	28%
2023	38%	27%	37%	24%

Crear riqueza o una renta muy alta

	Mujeres		Hombres	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2020	28%	24%	41%	27%
2021	32%	24%	45%	30%
2022	36%	26%	42%	31%
2023	35%	28%	39%	33%

Continuar una tradición familiar

	Mujeres		Hombres	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2020	18%	32%	17%	33%
2021	18%	31%	21%	31%
2022	19%	29%	23%	30%
2023	23%	27%	21%	30%

Ganarme la vida porque el trabajo escasea

	Mujeres		Hombres	
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2020	74%	72%	71%	74%
2021	73%	75%	71%	75%
2022	72%	74%	69%	75%
2023	62%	71%	53%	69%

Durante el año 2023 se reduce el porcentaje de las mujeres que emprenden para marcar una diferencia en el mundo, tanto en las iniciativas recientes (TEA) (38%) como en las iniciativas consolidadas (27%), pero aumenta ligeramente el porcentaje de las que lo hacen para crear riqueza o conseguir una renta muy alta en el caso de las mujeres a cargo de iniciativas consolidadas (28%). En lo que se refiere a los hombres a cargo de iniciativas recientes (TEA), aumenta ligeramente el porcentaje de los que lo hacen para marcar una diferencia en el mundo (37%), pero disminuyen los que se sienten motivados para crear riqueza o conseguir una renta muy alta (39%). En cambio, entre los hombres a cargo de iniciativas consolidadas se produce el efecto contrario, disminuyen los que lo hacen para marcar una diferencia (24%) y aumentan los que lo hacen para crear riqueza (33%).

Figura 25. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo

Fuente: GEM APS 2022-2023

	Mujeres		Hombres	
	2022	2023	2022	2023
18-24	11%	11%	11%	12%
25-34	18%	17%	18%	18%
35-44	24%	23%	24%	23%
45-54	25%	26%	26%	26%
55-64	22%	23%	21%	21%

Salvo una ligera diferencia entre los 55 y los 64 años, la distribución de emprendedores en función del rango de edad es casi idéntica entre hombres y mujeres en 2023, al igual que en el año anterior, lo que permite afirmar que en España hombres y mujeres emprenden, por término medio, por encima de los 35 años.

3.4. Educación

Tabla 2. Tasa de emprendimiento por nivel educativo
Fuente: GEM-España APS 2023

Educación		Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
Primaria	**Total**	**8%**	**5%**	**7%**
Secundaria	**Total**	**11%**	**7%**	**6%**
	Secundaria	12%	6%	5%
	FP Superior	11%	7%	7%
Universidad	**Total**	**13%**	**8%**	**8%**
	Grado	11%	6%	9%
	Máster	16%	10%	6%
	Doctorado	13%	9%	8%

En 2023 el 13% de las personas con estudios universitarios tiene expectativas de emprender en los próximos tres años, un 8% lo está haciendo y otro 8% está a cargo de empresas consolidadas de más de tres años y medio de vida. Estas tasas de emprendimiento superan a las de emprendedores con menor nivel educativo, y a las tasas medias de actividad emprendedora de la población, y consolidan el crecimiento de las vocaciones emprendedoras entre la población de mayor nivel educativo.

Tabla 3. Distribución de las tasas de emprendimiento en función de la educación y el sexo de los emprendedores
Fuente: GEM-España APS 2023

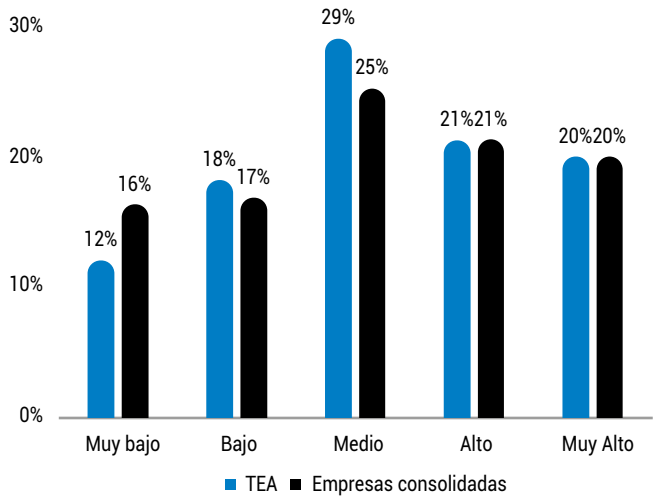
		Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
Primaria	**Total**	**7%**	**5%**	**6%**	**8%**	**5%**	**7%**
Secundaria	**Total**	**11%**	**6%**	**5%**	**12%**	**7%**	**7%**
	Secundaria	12%	4%	5%	12%	7%	6%
	FP Superior	10%	7%	6%	11%	7%	8%
Universidad	**Total**	**13%**	**7%**	**7%**	**13%**	**9%**	**8%**
	Grado	11%	6%	8%	11%	7%	9%
	Máster	15%	8%	5%	17%	12%	6%
	Doctorado	14%	10%	9%	11%	9%	8%

En 2023 apenas hay diferencias en la distribución de emprendedores, hombres y mujeres, en función de su nivel educativo. Sin embargo, durante el año 2023, a diferencia del 2022, aparecen algunas diferencias dentro de cada nivel educativo. El porcentaje de hombres con menores niveles educativos (primaria, secundaria) que tiene expectativas de emprender en los próximos tres años es ligeramente superior al de las mujeres, al igual que ocurre con las tasas de emprendedores recientes (TEA) y tasas de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, también ligeramente superiores.

Sin embargo, el análisis de la distribución de emprendedores, hombres y mujeres, en el nivel universitario presenta diferencias. Aunque la tasa de emprendedores potenciales es la misma (13%), el porcentaje de hombres a cargo de iniciativas recientes (TEA) (9%) es superior al de las mujeres (7%), al igual que el porcentaje de

hombres a cargo de iniciativas consolidadas (8%) en relación al de las mujeres (7%). Además, en los niveles de máster y doctorado, la actividad emprendedora es superior a la del resto de niveles educativos, y difiere entre hombres y mujeres. Uno de cada seis hombres con nivel de máster tiene expectativas de emprender en los próximos tres años, y uno de cada ocho hombres está a cargo de una iniciativa de menos de tres años y medio de vida (TEA), el doble que de los que están a cargo de iniciativas consolidadas y por encima del porcentaje de mujeres con máster. Sin embargo, el porcentaje de mujeres con un doctorado con expectativas de emprender (14%), a cargo de iniciativas recientes (10%) y consolidadas (9%) es superior al de los hombres. Esto indica que la actividad emprendedora está relacionada no solo con el nivel de cualificación de los emprendedores sino también con sus alternativas laborales y expectativas de remuneración, y eso varía entre hombres y mujeres.

Figura 26. Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa
Fuente: GEM-España APS 2023



La mayoría de los emprendedores en España consideran que tienen formación específica para emprender, y esa percepción aumenta respecto al año anterior. En 2023, el 41% de los emprendedores manifiesta tener un nivel alto o muy alto de formación específica para poner en marcha un negocio, un factor clave a la hora de reducir el riesgo de errores que dilaten el proceso o reduzcan las opciones de supervivencia del negocio.

Tabla 4. Nivel de formación específica para emprender en función del sexo
Fuente: GEM-España APS 2023

	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
Nivel Bajo	28%	32%	32%	34%
Nivel Medio	28%	27%	29%	24%
Nivel Alto	44%	41%	39%	42%

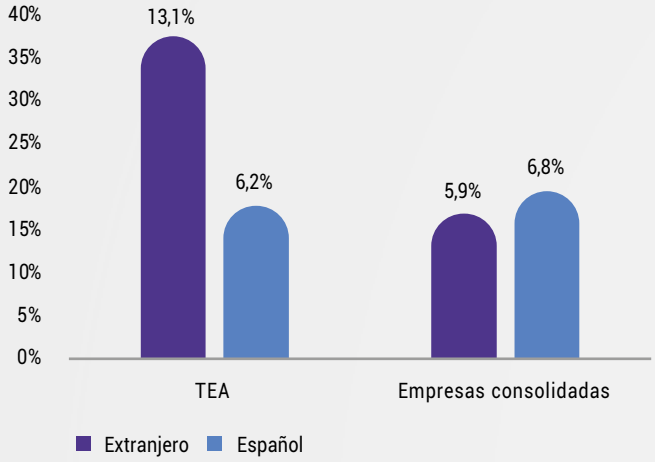
Durante el año 2023 se ha incrementado el porcentaje de mujeres a cargo de iniciativas recientes (TEA) que consideran que tienen un nivel alto de formación específica para emprender (44%), un porcentaje mayor que el de los hombres (39%) que, sin embargo, es superior en el caso de los hombres a cargo de iniciativas consolidadas (42%) en comparación con el de las mujeres (41%).

Como conclusión, durante el año 2023 en España los hombres se diferencian de las mujeres en que han relegado la motivación del autoempleo como razón principal para emprender, aunque no han sustituido esta motivación por otras razones más ambiciosas. Hombres y mujeres emprenden con más de 35 años, sin que se haya detectado ninguna diferencia en el rango de edad en el que las mujeres suelen quedarse embarazadas. La tasa de emprendimiento entre la población con un nivel educativo más alto es cada vez mayor, y un 13% de emprendedores potenciales, hombres y mujeres, de nivel universitario o superior, permite augurar tasas crecientes de emprendimiento cualificado en el futuro. La formación específica para emprender también aumenta respecto al año anterior, reflejo de una mayor orientación hacia la formación emprendedora de las instituciones educativas, y garantía de una gestión emprendedora más eficiente.

3.5.1. Inmigrantes

Figura 27. Distribución de la tasa de emprendimiento en función de la procedencia

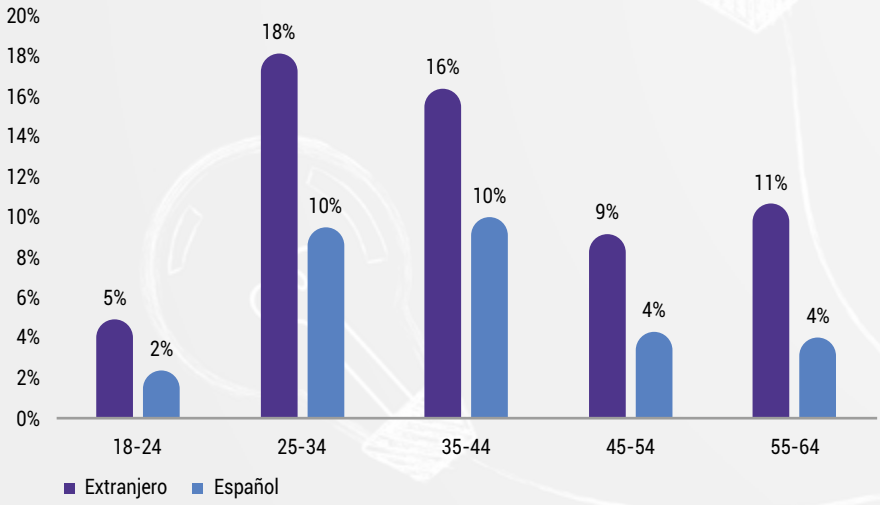
Fuente: GEM-España APS 2023



La tasa de emprendimiento reciente (TEA) de la población inmigrante de España duplica la de la población española. Uno de cada ocho inmigrantes emprende en nuestro país. Esto no sucede con la tasa de emprendimiento consolidado. En este caso la tasa de españoles (6,8%) supera a la de los inmigrantes a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida (5,9%), lo que parece indicar una menor supervivencia de las iniciativas emprendedoras y un encaje laboral progresivo a lo largo de la vida profesional de los inmigrantes en nuestro país.

Figura 28. Distribución de emprendedores por edad y procedencia

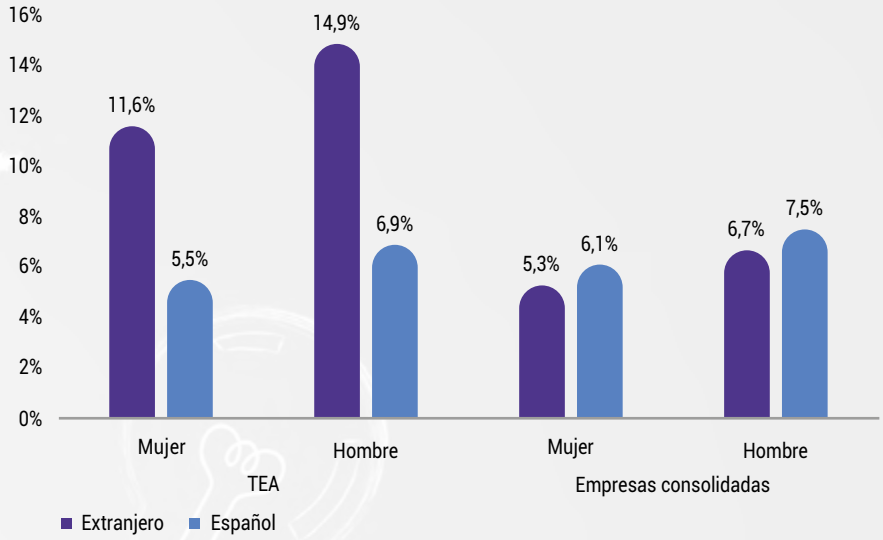
Fuente: GEM-España APS 2023



Los inmigrantes emprenden a edades más tempranas que los españoles. El 18% lo hace entre los 25 y los 34 años, y el 16% entre los 35 y los 44 años, porcentajes mucho mayores que el 10% de los españoles que emprende en cada uno de los rangos de edad anteriores. En el resto de edades, aunque con menores tasas, la proporción de inmigrantes emprendedores duplica la de los españoles.

Figura 29. Distribución de emprendedores por sexo y procedencia

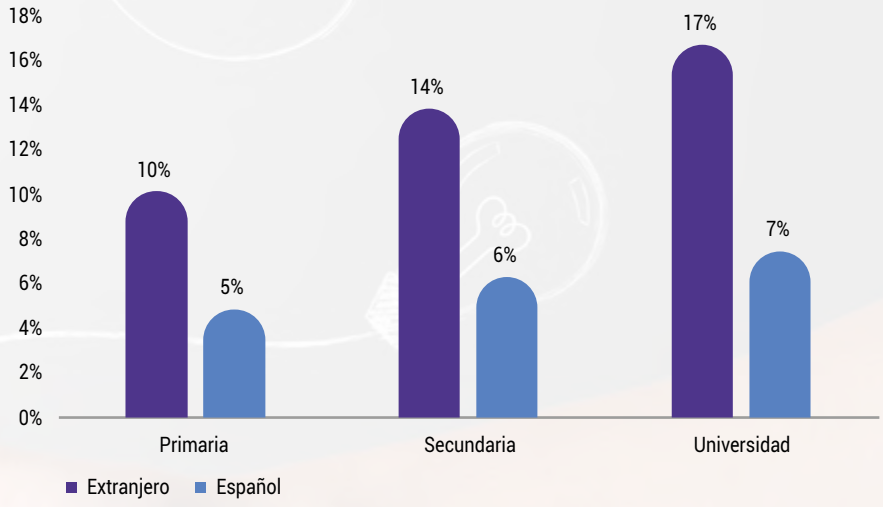
Fuente: GEM-España APS 2023



La tasa de emprendedores inmigrantes, hombres y mujeres, a cargo de iniciativas recientes (TEA) duplica a la de los españoles. Uno de cada siete hombres y una de cada nueve mujeres que han emigrado a nuestro país está emprendiendo. Este porcentaje cae a la mitad en el caso de los inmigrantes a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida, por la elevada tasa de cierres de las iniciativas lideradas por inmigrantes, que multiplica por cuatro la tasa de cierres de los emprendedores españoles.

Figura 30. Distribución de emprendedores por nivel educativo y procedencia

Fuente: GEM-España APS 2023



La mayor diferencia entre las tasas de emprendimiento de emprendedores inmigrantes y españoles se encuentra entre los que tienen un nivel educativo universitario. Uno de cada seis inmigrantes con estudios universitarios está involucrado en una iniciativa emprendedora, mientras que esta proporción se reduce a uno de cada catorce españoles. Las tasas de emprendedores inmigrantes con estudios secundarios y primarios también duplican las de los españoles. La diferente cultura, expectativas y motivaciones de las personas que emigran a nuestro país son razones que pueden explicar estas diferencias.

Noro Plaza



Nombre del emprendedor: Miguel Queijeiro.

Nombre del negocio: Noro Plaza (https://www.noroplaza.com/).

Ubicación del negocio: A Coruña.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Aparta-hotel boutique.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor significa implicarme al 100% en mi desarrollo profesional, aprendiendo de las experiencias y dificultades que supone tener un negocio, y encontrando nuevos retos y personas que me permitan conocer otras realidades diferentes a las que estoy acostumbrado.

¿Cómo surgió la idea?

La idea de Noro Plaza surgió hace 7 años, tanto mi padre como yo habíamos hablado de montar un negocio juntos y, como siempre había tenido interés por el encanto del *hospitality*, queríamos enfocarnos por aquí. Pero antes de comenzar, necesitaba conocer este sector en primera persona, desde abajo, para poder estar preparado. He estado varios años formándome y trabajando en hoteles, viviendo experiencias que me han permitido plasmar lo aprendido en nuestro modelo de negocio.

Queríamos empezar con algo boutique que nos permitiera empezar poco a poco y tener esa cercanía total con el cliente, aprender de él. Varios años después de la apertura, nuestro objetivo actual es seguir desarrollando este modelo de negocio fuera de nuestra ciudad.

¿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 llevando a cabo en este sentido?

Desde que nació el proyecto, teníamos claro que queríamos apostar por un negocio lo más sostenible posible, dadas las posibilidades que teníamos. A día de hoy, tener un impacto social y medioambiental es sinónimo de calidad y compromiso, y el cliente lo aprecia.

Tanto en el 2022 como en 2023 hemos obtenido la certificación "S" de Sostenibilidad del ICTE. Todo esto ha sido motivado gracias, entre otras cosas, a nuestra selección de materiales y construcción de comercio justo, sistemas de aerotermia en nuestros apartamentos, eficiencia energética, *amenities* de proximidad, reciclables y 0% plástico, así como en comunicaciones de educación y sensibilización con el medio ambiente que realizamos a nuestros clientes.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Siempre hemos apostado por la tecnología como herramienta para facilitar la experiencia al cliente. Contamos con llaves digitales a través de nuestra app, que permite hacer al cliente el *check-in* y poder acceder a nuestras instalaciones en cualquier momento del día o de la noche, sin necesidad de tener recepción 24 h.

Es sorprendente ver cómo gente mayor, que al principio se siente aprensiva, cuando le dices que el acceso es mediante el teléfono móvil, al final son los que destacan en sus reseñas lo sorprendidos y cómodos que se han sentido con este método.

Sin embargo, a pesar de las facilidades que nos ofrece la tecnología, nunca hemos querido dejar de lado la cercanía con el cliente que supone la comunicación física y es por eso que contamos con personal experto en el sector para recibir a nuestros huéspedes y hacerles sentir escuchados y que el trato sea 100% personalizado.

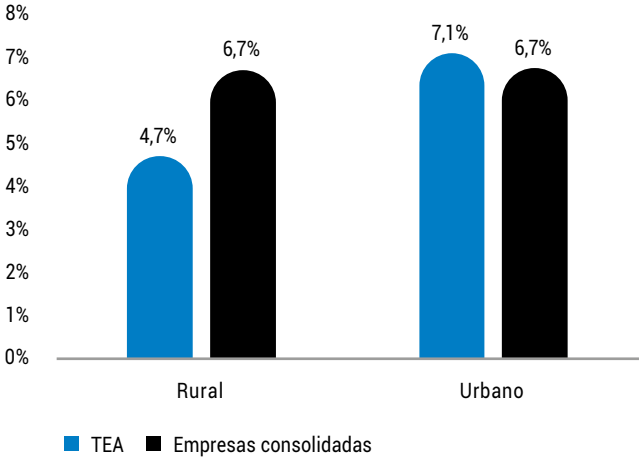
En el sector turístico, la tecnología a día de hoy nos permite llegar a todo el mundo y recibir clientes de cualquier parte en cualquier momento. Las OTAs así como las RRSS y nuestra página web han sido completamente clave en la comunicación y crecimiento del negocio.



3.5.2. Rural

Figura 31. Distribución de la tasa de emprendimiento en función del emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2023



A pesar del esfuerzo de las administraciones por estimular el emprendimiento rural en nuestro país, la tasa de emprendimiento reciente (TEA) en el entorno rural (municipios de menos de 5.000 habitantes) en el año 2023 se reduce a un 4,7%, un porcentaje menor que el de la media del territorio y también inferior a la tasa de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas (6,7%), lo que predice una reducción paulatina del emprendimiento rural a favor del urbano en los próximos años.

Figura 32. Distribución de las personas emprendedoras por edad y emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2023

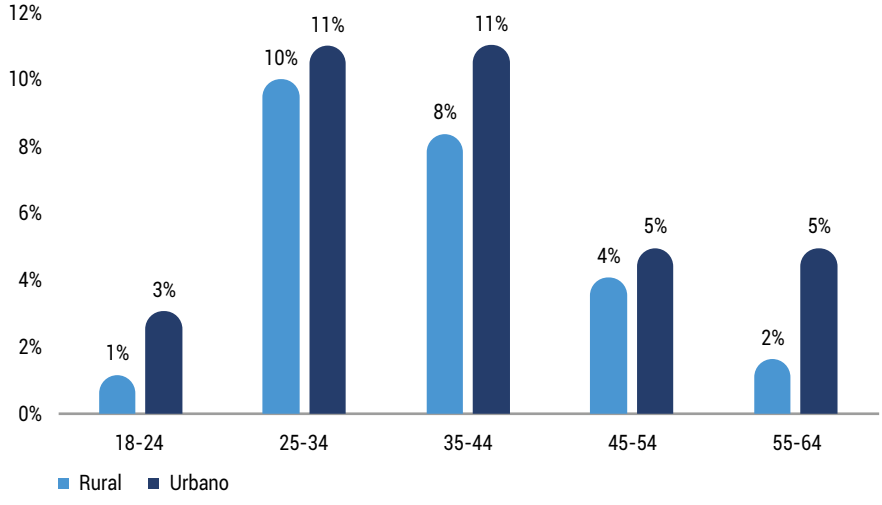




Figura 33. Distribución de las personas emprendedoras por sexo y emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2023

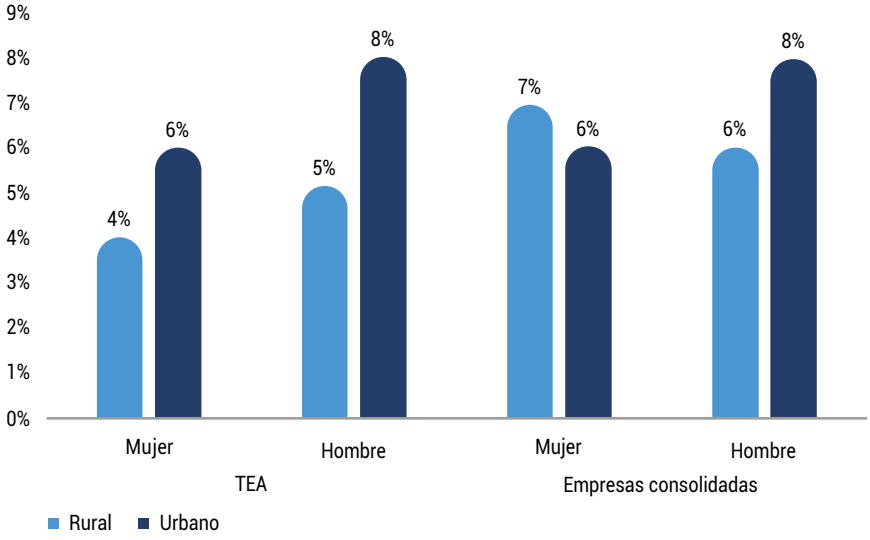
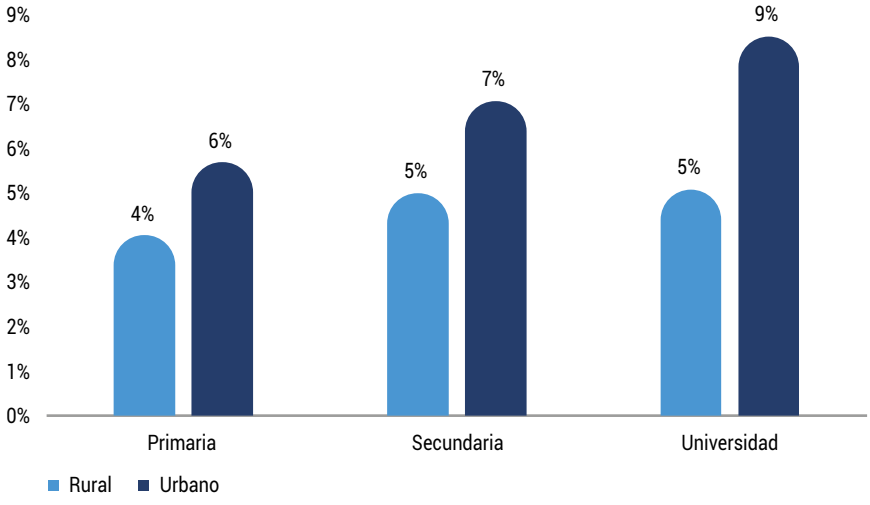


Figura 34. Nivel de formación en función del emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2023





Las personas que emprenden en el entorno rural lo hacen en su mayoría con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años. Solo la tasa de emprendedoras rurales a cargo de iniciativas consolidadas (7%) supera la tasa de emprendimiento en el entorno urbano. Las mujeres lideran más iniciativas consolidadas en el entorno rural que en el urbano, un porcentaje que supera el de los hombres. Además, en el entorno rural, a diferencia del urbano, no hay diferencias significativas en el porcentaje de emprendedores con distinto nivel educativo.



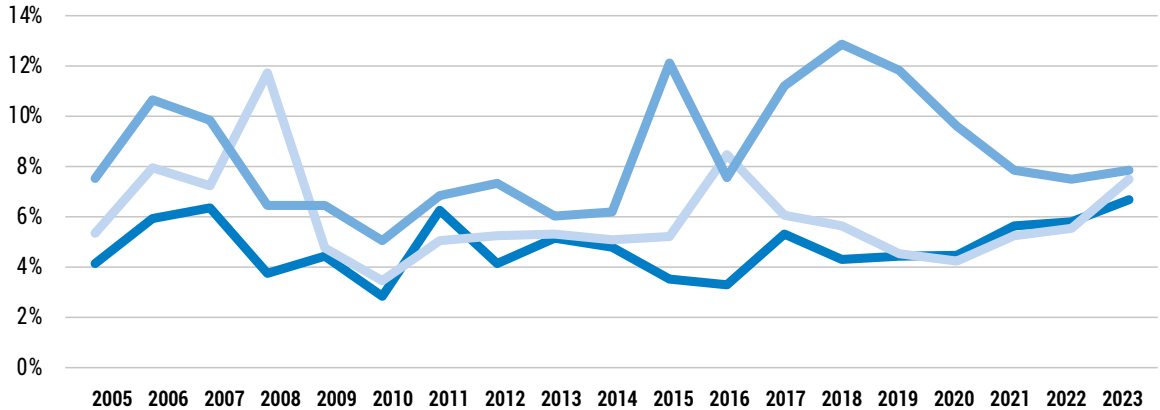
CAPÍTULO 4

Perfil de las iniciativas emprendedoras

4.1. Fuentes de financiación

Nivel de renta de los emprendedores

Figura 35. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2023
Fuente: GEM-España APS 2005-2023



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TEA_33%_inferior	4,2%	6,0%	6,4%	3,8%	4,5%	2,9%	6,3%	4,2%	5,2%	4,8%	3,6%	3,4%	5,4%	4,4%	4,5%	4,5%	5,7%	5,9%	6,7%
TEA_33%_medio	5,4%	8,0%	7,3%	11,8%	4,8%	3,5%	5,1%	5,3%	5,4%	5,1%	5,3%	8,5%	6,1%	5,7%	4,6%	4,3%	5,3%	5,6%	7,6%
TEA_33%_superior	7,6%	10,7%	9,9%	6,5%	6,5%	5,1%	6,9%	7,4%	6,1%	6,2%	12,2%	7,6%	11,3%	12,9%	11,9%	9,7%	7,9%	7,5%	7,9%

Una de las principales fuentes de financiación de las iniciativas emprendedoras son los ahorros de sus fundadores. En los últimos diecinueve años la distribución de los emprendedores por nivel de renta varía en función del ciclo económico. En períodos de bonanza emprenden más los que más tienen. En cambio, durante las crisis el porcentaje de los que cuentan con rentas más altas disminuye, y se equilibra la distribución de emprendedores en función de su renta. Durante el año 2023 uno de cada trece emprendedores contaba al menos con un nivel de renta medio para arrancar una iniciativa emprendedora (TEA), y uno de cada catorce tenía un nivel de renta inferior a la media.

¿Cuánto capital precisan para comenzar?

Figura 36. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en España
Fuente: GEM-España APS 2023

Capital semilla necesario por los proyectos nacientes (€)	
La mitad de las empresas están por debajo de	15.000 €
El valor más frecuente	10.000 €

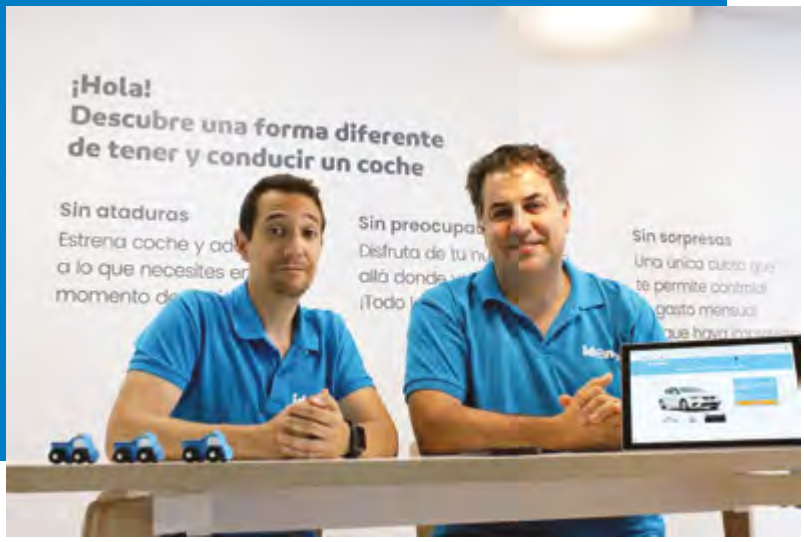
<3.000	11%
3.001-9.000	23%
9.001-30.000	**32%**
30.001-100.000	22%
100.001-300.000	8%
>300.001	4%
	100%

9.001-12.500	15%
12.501-20.000	9%
20.001-30.000	8%
	32%

En 2023, al igual que en el año anterior, la mayoría de las iniciativas emprendedoras arrancan con un capital inferior a 15.000 euros. Sin embargo, durante este año casi un tercio de las iniciativas han contado con un capital semilla de entre 9.001 y 30.000 euros, y solo uno de cada diez proyectos nacieron con menos de 3.000 euros, a diferencia del 2022, en el que lo hicieron seis de cada diez. Durante el año 2023 crece la capitalización de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA), aunque todavía dista mucho de ser suficiente como para garantizar inversiones de envergadura.



Idoneo.com



Nombre del emprendedor: Eduardo Clavijo.

Nombre del negocio: Idoneo.com (https://idoneo.com/).

Ubicación del negocio: Logroño (La Rioja).

Año de lanzamiento: 2019.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Renting digital de coches.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?
Es un trabajo apasionante, pero no es para todo el mundo. Hay momentos de mucha emoción y otros de mucha miseria. No todo el mundo soportaría esos cambios, o no todo el mundo sería feliz con ese grado de incertidumbre.

¿Cómo surgió la idea?
Buscábamos un negocio escalable y novedoso. Y el acceso a un coche en pago por uso lo es.

¿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 llevando a cabo en este sentido?
Nuestra experiencia es que, para el cliente y el proveedor, el impacto social no está en sus criterios de decisión. Sin embargo, para el inversor, está tomando un puesto predominante.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
Nosotros nacimos ya nativos digitales. Todo nuestro negocio y procesos están digitalizados. De hecho, nuestro trabajo es la digitalización del mundo del renting.
Realmente, no veo un área de empresa en la que la digitalización no sea relevante.

Algo que te gustaría añadir
Muchas gracias por la oportunidad.

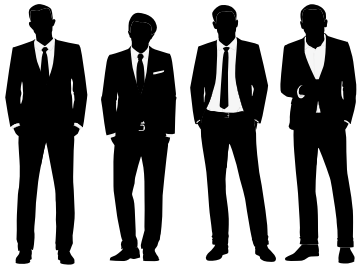
Figura 37. Diferencias de capital semilla entre hombres y mujeres
Fuente: GEM-España APS 2023



La mitad de las iniciativas están por debajo de
12.000 €

Valor más frecuentes
10.000 €

<3.000	18%
3.001-10.000	17%
10.001-30.000	**34%**
30.001-100.000	24%
100.001-300.000	5%
±300.000	2%



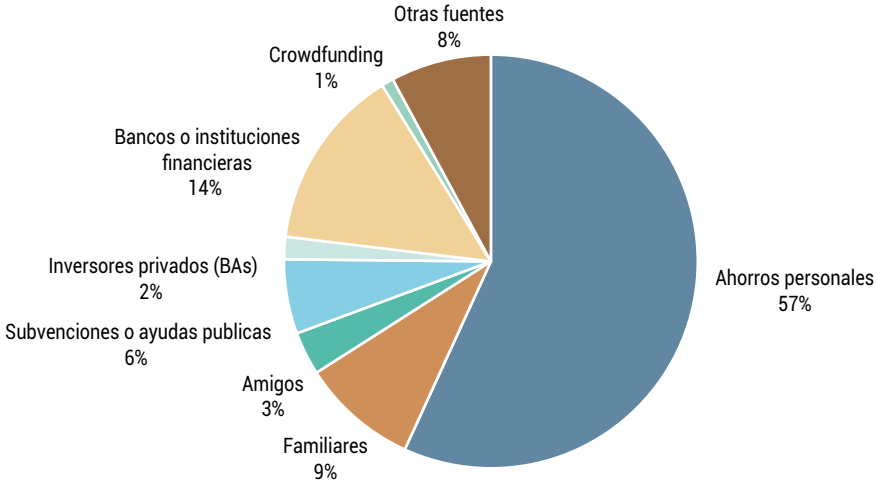
La mitad de las iniciativas están por debajo de
15.000 €

Valor más frecuente
50.000 €

<3.000	6%
3.001-10.000	**34%**
10.001-30.000	23%
30.001-100.000	21%
100.001-300.000	10%
±300.000	6%

Las iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres están menos capitalizadas que las de los hombres. A pesar de que tres de cada diez iniciativas lideradas por mujeres cuentan con un capital de entre 10.001 y 30.000 euros, frente a dos de cada nueve iniciativas lideradas por hombres, esta diferencia se invierte a medida que crece el nivel de capitalización. El porcentaje de iniciativas lideradas por hombres con un capital semilla superior a 100.000 euros duplica el de las mujeres, lo que supone la base de diferenciación de los perfiles de las iniciativas emprendedoras.

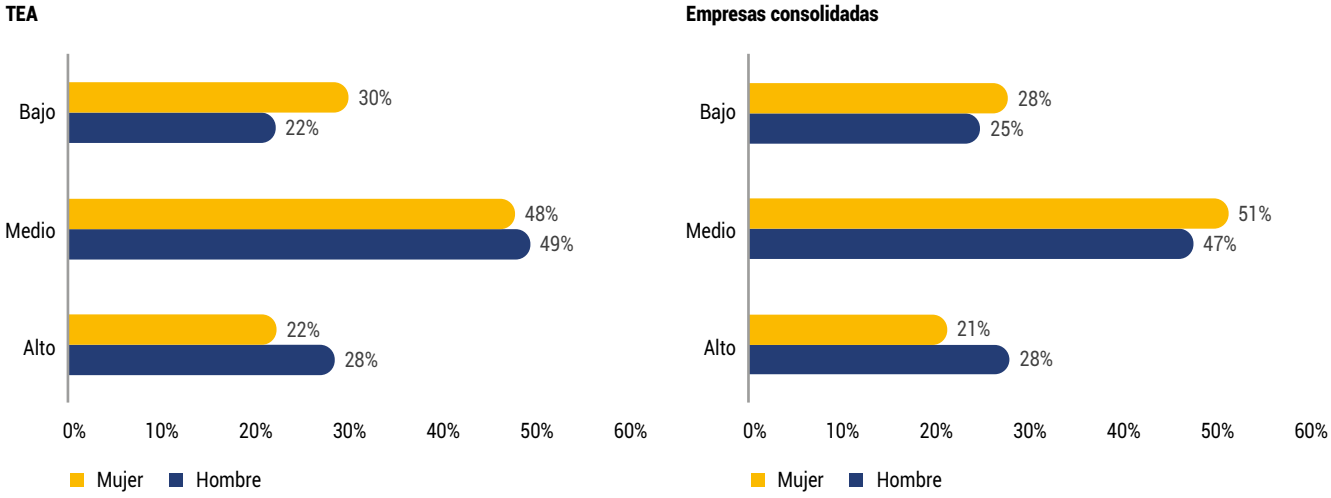
Figura 38. Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en España
Fuente: GEM-España APS 2023



La estructura de capital de las iniciativas emprendedoras apenas ha variado en los últimos años. En 2023, al igual que en años anteriores y por término medio, más de la mitad del capital de arranque de los proyectos emprendedores procede de los ahorros personales de los fundadores. La otra mitad se distribuye entre los préstamos concedidos por bancos e instituciones financieras, que han disminuido de un 17% en 2022 a un 14% en 2023, ayudas de familiares (9%), subvenciones (6%) y otras fuentes de financiación residual. En España, ni los inversores privados (*business angels*, BAs) ni el *crowdfunding* (micromecenazgo o financiación colaborativa) se han afianzado todavía como fuentes de financiación habituales de los proyectos emprendedores.

Figura 39. Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023



El conocimiento financiero de los emprendedores es una de las claves de la supervivencia de las iniciativas y de su potencial de crecimiento. En 2023 siete de cada diez emprendedores afirman tener un conocimiento medio-alto de las fuentes de financiación disponibles para financiar su proyecto, tanto en la fase reciente (TEA) como en la fase consolidada del proceso emprendedor. Se iguala el porcentaje de hombres y mujeres que tienen un nivel medio de conocimientos financieros, aunque el porcentaje de las mujeres que afirman tener un nivel bajo de conocimientos es superior y, por el contrario, el porcentaje de las que manifiestan tener un nivel alto es inferior al de los hombres, tanto a la hora de arrancar un proyecto como en las fases sucesivas del proceso emprendedor.

Tabla 5. Conocimiento financiero y nivel educativo

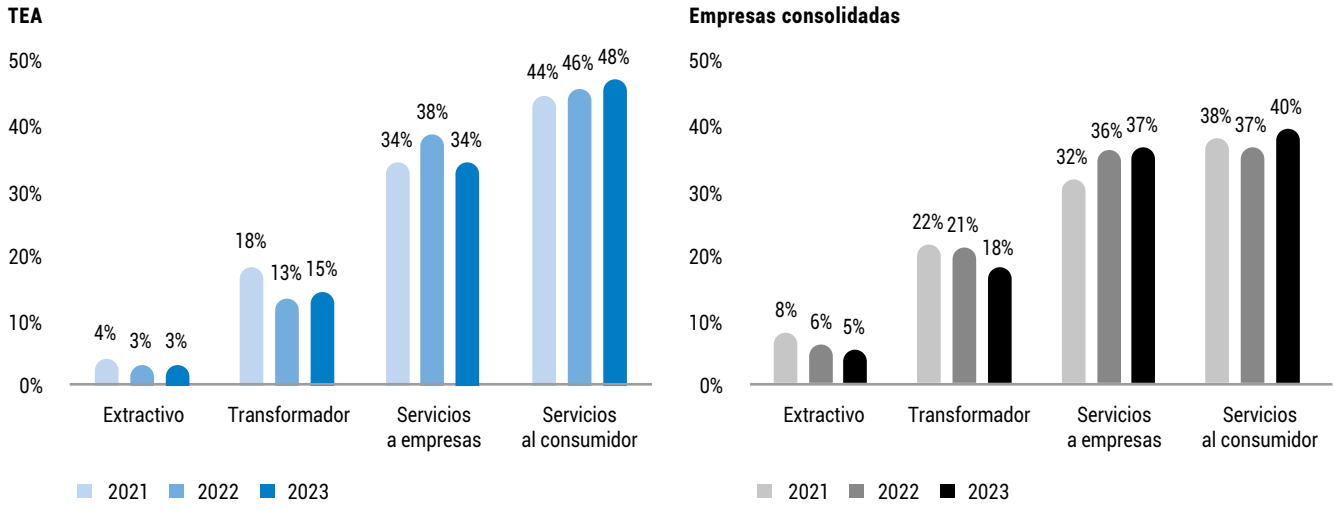
Fuente: GEM-España APS 2023

	TEA			Empresas consolidadas		
	Primaria	Secundaria	Terciaria	Primaria	Secundaria	Terciaria
Bajo	30%	26%	23%	34%	27%	20%
Medio	51%	51%	44%	53%	50%	45%
Alto	19%	23%	33%	13%	23%	35%

Cuanto mayor es el nivel educativo, mayor es el porcentaje de emprendedores que afirman tener conocimientos de las fuentes de financiación más apropiadas para sus iniciativas emprendedoras, tanto entre los emprendedores a cargo de iniciativas de menos de tres años y medio de vida (TEA), como entre los que están a cargo de iniciativas consolidadas. Siete de cada diez emprendedores recientes (TEA) y ocho de cada diez emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas saben cómo financiarlas.

4.2. Sector de actividad

Figura 40. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad
Fuente: GEM-España APS 2021-2023



Durante el año 2023 ocho de cada diez emprendedores orientan sus iniciativas al sector de los servicios (al consumidor y a otras empresas), aunque el porcentaje de las iniciativas a empresas (*business to business*, B2B) se ha reducido respecto al año anterior en el caso de las iniciativas recientes (TEA) y se mantiene constante en el caso de las consolidadas. En el sector transformador, el descenso de las iniciativas consolidadas se compensa con un ligero incremento (de un 13% a un 15%) de las iniciativas recientes (TEA). Las iniciativas emprendedoras en el sector extractivo apenas alcanzan un 3% de las recientes y un 5% de las consolidadas.

Tabla 6. Distribución de las iniciativas recientes (TEA) por sector de actividad en función del sexo del emprendedor
Fuente: GEM APS 2022-2023

	Mujeres		Hombres	
	2022	2023	2022	2023
Servicios al consumidor	53%	54%	38%	43%
Servicios a empresas	35%	34%	42%	35%
Transformador	9%	10%	18%	19%
Extractivo	3%	2%	2%	3%

En 2023 se produce un desplazamiento de las iniciativas emprendedoras del sector servicios lideradas por hombres, quienes, a diferencia del año anterior, arrancan más iniciativas de servicios al consumidor (43%) que de servicios a empresas (35%). En el caso de las mujeres, una de cada dos lidera iniciativas emprendedoras de servicios al consumidor, y solo un tercio decide crear negocios de servicios a empresas. El peso de las iniciativas del sector transformador aumenta ligeramente tanto en el caso de las mujeres (10%) como en el caso de los hombres (19%), y se mantiene residual en el sector extractivo.

DIVE Medical S.L.



Nombre de la emprendedora: Marta Ortín (en la fotografía, los cofundadores, de izda. a dcha.: Belén Masià, Marta Ortín, Victoria Pueyo y Diego Gutiérrez).

Nombre del negocio: DIVE Medical S.L. (https://dive-medical.com/es/).

Ubicación del negocio: San Sebastián (domicilio fiscal) y centros de trabajo en San Sebastián y Zaragoza.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: DIVE Medical es una empresa de tecnología sanitaria que ofrece una plataforma tecnológica para el diagnóstico de patologías a través de la visión. El dispositivo DIVE está basado en seguimiento de mirada e inteligencia artificial, y permite medir de manera objetiva y automatizada varias funciones visuales, para apoyar en la detección temprana, diagnóstico y seguimiento de problemas visuales. Puede utilizarse en pacientes desde los seis meses de edad.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?
Es la manera de acercar a la sociedad los avances que habíamos logrado desarrollar dentro de los grupos de investigación. Mi objetivo, y el del resto de cofundadores de la empresa, es que nuestra plataforma de exploración visual pueda ayudar a los profesionales y a los pacientes, y permita mejorar el cuidado sanitario.

¿Cómo surgió la idea?
DIVE surgió de las dificultades que los oftalmólogos y pediatras experimentan en su día a día para explorar la función visual en pacientes no verbales. Concretamente, la cofundadora Victoria Pueyo, oftalmóloga infantil, experimenta este problema en su consulta diariamente. La colaboración multidisciplinar entre los oftalmólogos, optometristas e ingenieros fue esencial para llevar a cabo un desarrollo tecnológico que tuviera en cuenta desde el primer momento las necesidades de los profesionales y las características de los pacientes.

¿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 llevando a cabo en este sentido?
El impacto social forma parte de la base del proyecto desde el inicio y es nuestra motivación principal. En este sentido, promovemos el uso de nuestro dispositivo para investigación en diferentes ámbitos y hemos llevado a cabo varios proyectos que nos han permitido hacer evaluaciones visuales en más de 6.000 niños en varios países del mundo (España, México, Vietnam, Rusia y China).

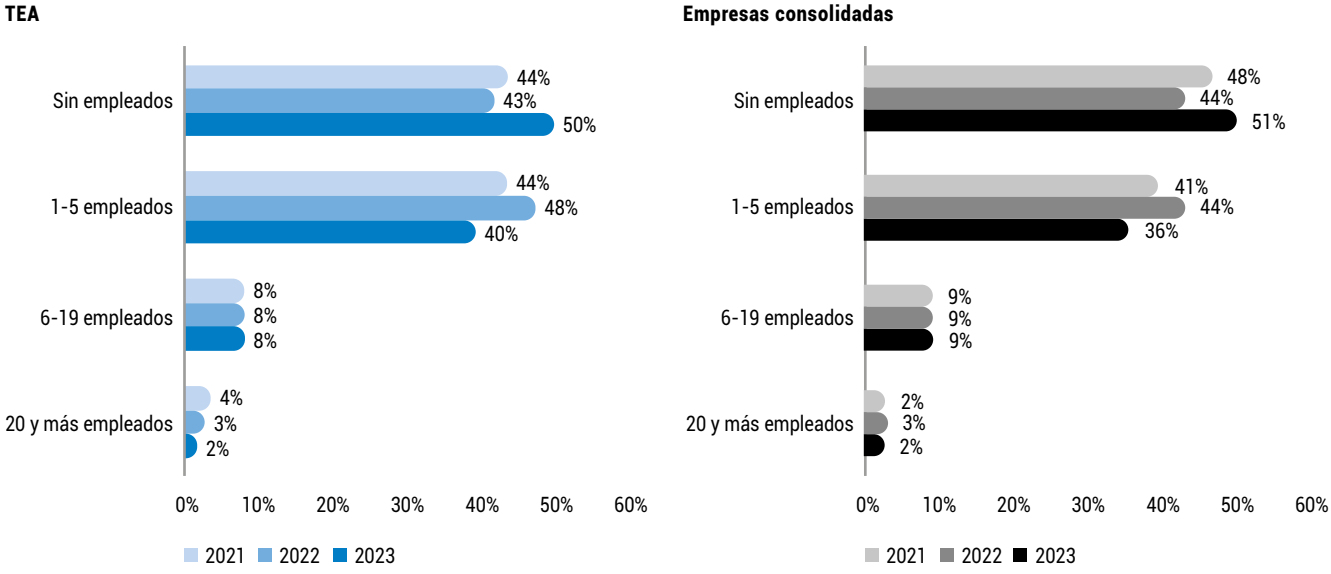
¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
Al ser una empresa joven y con personas trabajando en diferentes localizaciones, todos los procesos se han llevado a cabo de forma principalmente digital desde el primer momento. No obstante, una de las áreas donde podríamos mejorar la organización, a pesar de realizarse ya de forma digital, es en el control de stock y trazabilidad de componentes y dispositivos fabricados.

Algo que te gustaría añadir
Durante todo el desarrollo del proyecto, desde que todavía no estaba constituida la empresa, hemos recibido y seguimos disfrutando de varias ayudas públicas para llevar a cabo las labores de I + D + i y de desarrollo de negocio. Apreciamos mucho estas ayudas, porque han sido clave para desarrollar la tecnología y alcanzar el punto de madurez en el que nos encontramos actualmente. Creemos firmemente que esta inversión revertirá en la sociedad a corto plazo, en nuestro caso mejorando la atención sanitaria.

4.3. Tamaño

Figura 41. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados

Fuente: GEM-España APS 2021-2023



En 2023 una de cada dos iniciativas emprendedoras nace sin empleados, cuatro de cada diez con cinco o menos, y solo una de cada diez mantiene una plantilla superior. Además, resulta preocupante que, a medida que pasa el tiempo, la plantilla no se incremente. Una de cada dos iniciativas de más de tres años y medio de vida (consolidadas) sigue sin empleados, un tercio mantiene plantillas de menos de cinco personas, una de cada once tiene de seis a 19 empleados y solo una de cada treinta y tres mantiene plantillas de más de veinte empleados, lo que compromete el crecimiento de las iniciativas emprendedoras en este país.

Tabla 7. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2022-2023

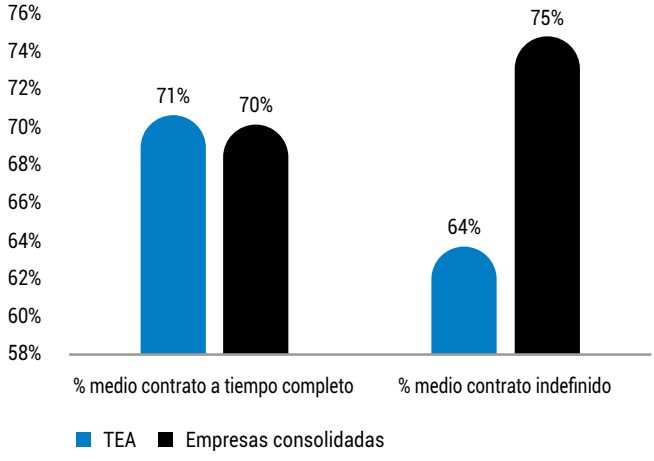
	2022	2023	2022	2023
Sin empleados	45%	51%	39%	50%
1-5 empleados	46%	41%	49%	38%
6-19 empleados	7%	6%	8%	10%
20 y más empleados	2%	2%	4%	2%

La mayoría de las iniciativas emprendedoras son microempresas, tanto en los primeros años del proceso emprendedor como en la fase de consolidación. Las mujeres son ligeramente más conservadoras que los hombres a la hora de contratar empleados. Uno de cada diez hombres contrata entre seis y diecinueve empleados, mientras que esa proporción baja a una entre cada dieciséis mujeres. Las plantillas superiores a veinte empleados son residuales en las iniciativas emprendedoras. En 2023 uno de cada dos emprendedores abrió su negocio sin contratar a nadie más.



Figura 42. Características del empleo creado en los últimos 12 meses

Fuente: GEM-España APS 2023



Al igual que en años anteriores, la mayoría de los emprendedores que contrataron empleados en los últimos 12 meses apostaron por la estabilidad en sus contrataciones, incluso los emprendedores más recientes (TEA), a pesar del riesgo que supone esta decisión durante el inicio de una nueva actividad empresarial. Los datos muestran que los emprendedores no se pueden permitir una gran plantilla, pero que los que contratan lo hacen a tiempo completo y con contrato indefinido. A lo largo del proceso emprendedor, la tasa de supervivencia de las iniciativas emprendedoras en España es superior a la de la media de los países de referencia. Sin embargo, no se produce un crecimiento significativo en el número de contrataciones a lo largo del proceso emprendedor, con una media de contrataciones de seis empleados en iniciativas de más de tres años y medio de vida, algo que puede lastrar su crecimiento futuro.

ZYMVOL



Nombre de la emprendedora: María Fátima Lucas (CEO).

Nombre del negocio: ZYMVOL (https://zymvol.com/).

Ubicación del negocio: Barcelona.

Año de lanzamiento: 2017.

Breve descripción de lo que hace la empresa: ZYMVOL es una empresa biotecnológica en la que diseñamos, desarrollamos y aplicamos software de modelización molecular para acelerar la búsqueda y el diseño de enzimas.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?
Significa poder crear un pequeño ecosistema donde tu visión se puede concretar. No es fácil ser investigador en el entorno actual. Nuestra empresa permite seguir haciendo investigación con un impacto directo en la industria.

¿Cómo surgió la idea?
He sido investigadora en Química Computacional desde hace veinte años, pero en 2016 no parecía que mi carrera académica pudiera estabilizarse en Barcelona y decidí fundar mi propia empresa junto a otros dos compañeros del Barcelona Supercomputing Center.

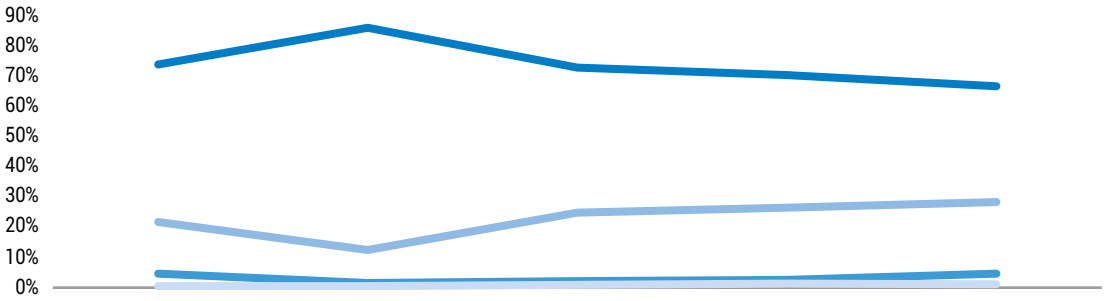
¿En qué medida estás percibiendo que el tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?
La solución que ofrecemos a las industrias, transformar sus procesos químicos en bioquímicos, aborda precisamente el impacto ambiental de estas. El uso de enzimas es más sostenible y limpio que los catalizadores tradicionales porque la biocatálisis consigue que los procesos industriales requieran menos energía y agua. Además, evita la generación de sustancias contaminantes porque en la reacción solo se obtiene el producto deseado. ZYMVOL, por tanto, nace para dar respuesta a la necesidad de hacer que la industria aumente su eficiencia y reduzca su impacto, algo que las instituciones ya están traduciendo en regulaciones y normativas a las que hay que ir adaptándose.
De un modo parecido, nuestra misión es lograr que las enzimas mejoradas sean accesibles para todo tipo de empresas. Hasta hace poco, dicha transformación requería una inversión previa muy elevada y sin unas garantías claras de éxito. Nuestra tecnología lo hace más asequible y, además, predice los resultados, abriendo la posibilidad a quienes necesitan hacer inversiones más medidas y seguras.
También nos mueve el impacto social desde dentro de la empresa. Desde su fundación, ZYMVOL ha tenido como objetivos la retención de talento. Damos mucha importancia al desarrollo de todos los empleados, para que crezcan personal y profesionalmente en un entorno diverso y motivador. El cambio social tiene que empezar dentro, para demostrar que es posible y necesario ser una empresa que funciona cuidando a sus trabajadores.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
ZYMVOL se basa en herramientas computacionales desde su origen y, a día de hoy, muchas de las personas que trabajan en la empresa lo hacen de manera 100% telemática. Gracias a las TIC podemos gestionar la empresa y comunicarnos entre todos pese a no estar en el mismo espacio físico, así como trabajar con clientes de cualquier parte del mundo.
Por su parte, el uso de la inteligencia artificial está permitiendo que la ingeniería de proteínas, la automatización de procesos e incluso otras áreas de las empresas (como marketing y comunicación) den un salto en eficiencia que repercute positivamente.

Figura 43. Evolución de las contrataciones laborales

Fuente: GEM-España APS 2019-2023

TEA



	2019	2020	2021	2022	2023
Sin empleados	73%	86%	73%	70%	66%
1-5 empleados	22%	12%	25%	26%	28%
6-19 empleados	5%	2%	2%	3%	4%
20 y más empleados	0%	1%	1%	1%	1%

Empresas consolidadas



	2019	2020	2021	2022	2023
Sin empleados	71%	79%	74%	72%	66%
1-5 empleados	22%	17%	21%	24%	28%
6-19 empleados	6%	2%	3%	3%	4%
20 y más empleados	1%	1%	2%	1%	1%

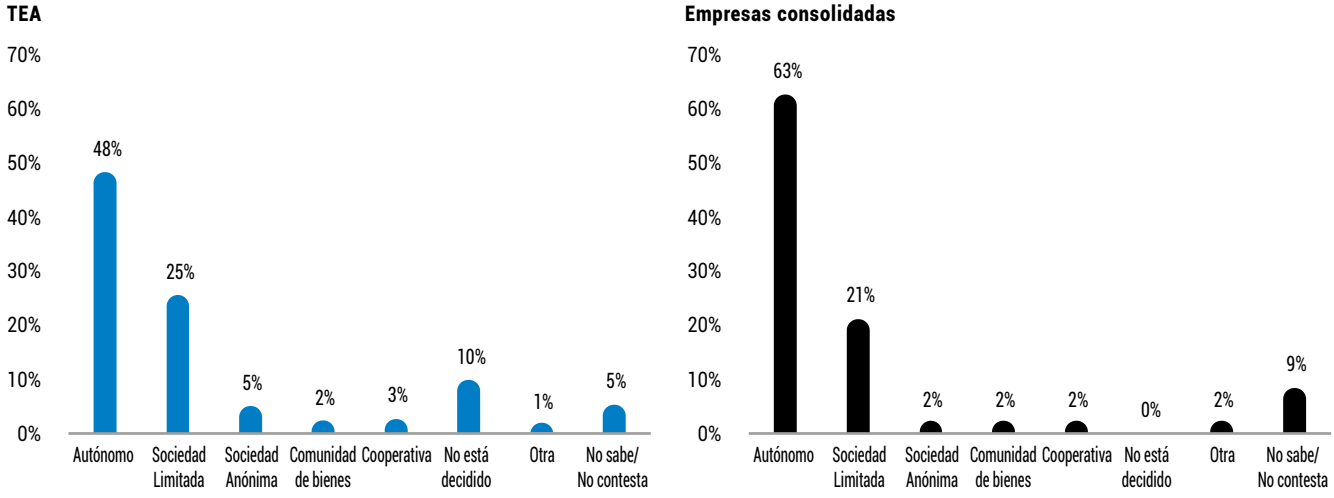


Tras un descenso de las contrataciones en 2019 y 2020, en los últimos tres años se ha incrementado ligeramente el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas que han contratado empleados, aunque apenas un tercio de las iniciativas cuentan con empleados, lo que afianza el modelo de emprendimiento individual en España.

4.4. Forma jurídica

Figura 44. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras

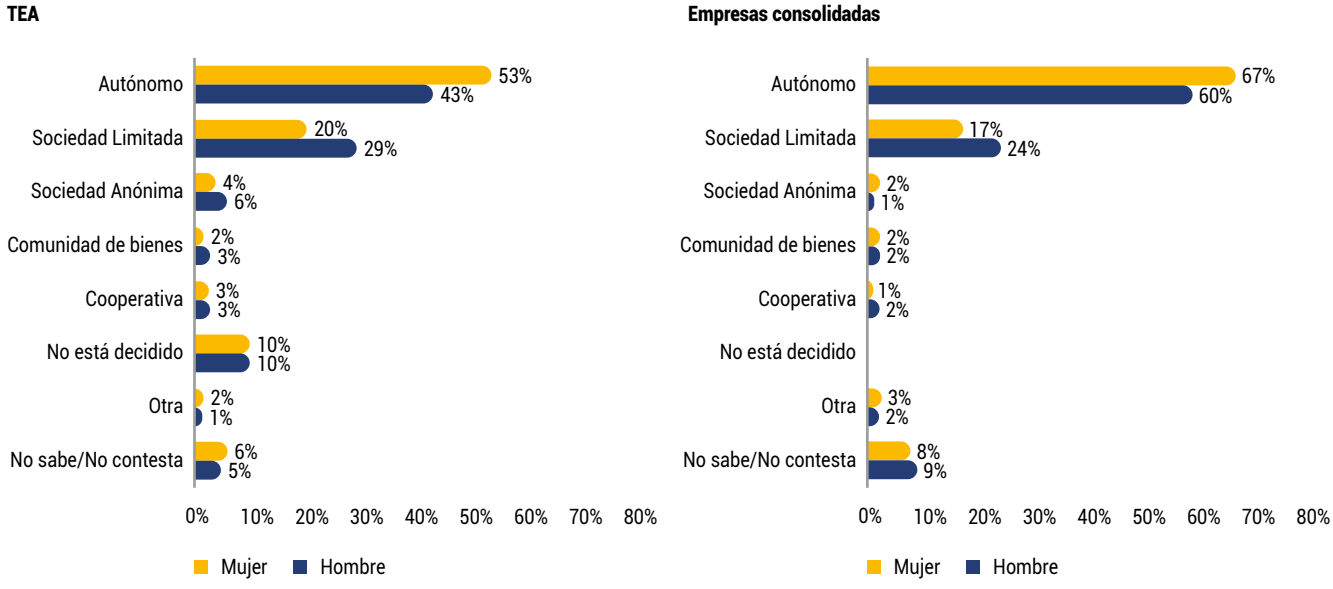
Fuente: GEM-España APS 2023



Casi la mitad de los emprendedores recientes (TEA) y seis de cada diez a cargo de iniciativas consolidadas son autónomos. La cuarta parte constituyen sociedades limitadas, y las demás se reparten entre sociedades anónimas, comunidades de bienes y cooperativas. A pesar del predominio del emprendimiento individual, poco a poco va aumentando el porcentaje de iniciativas que nacen como sociedades mercantiles y cooperativas.

Figura 45. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

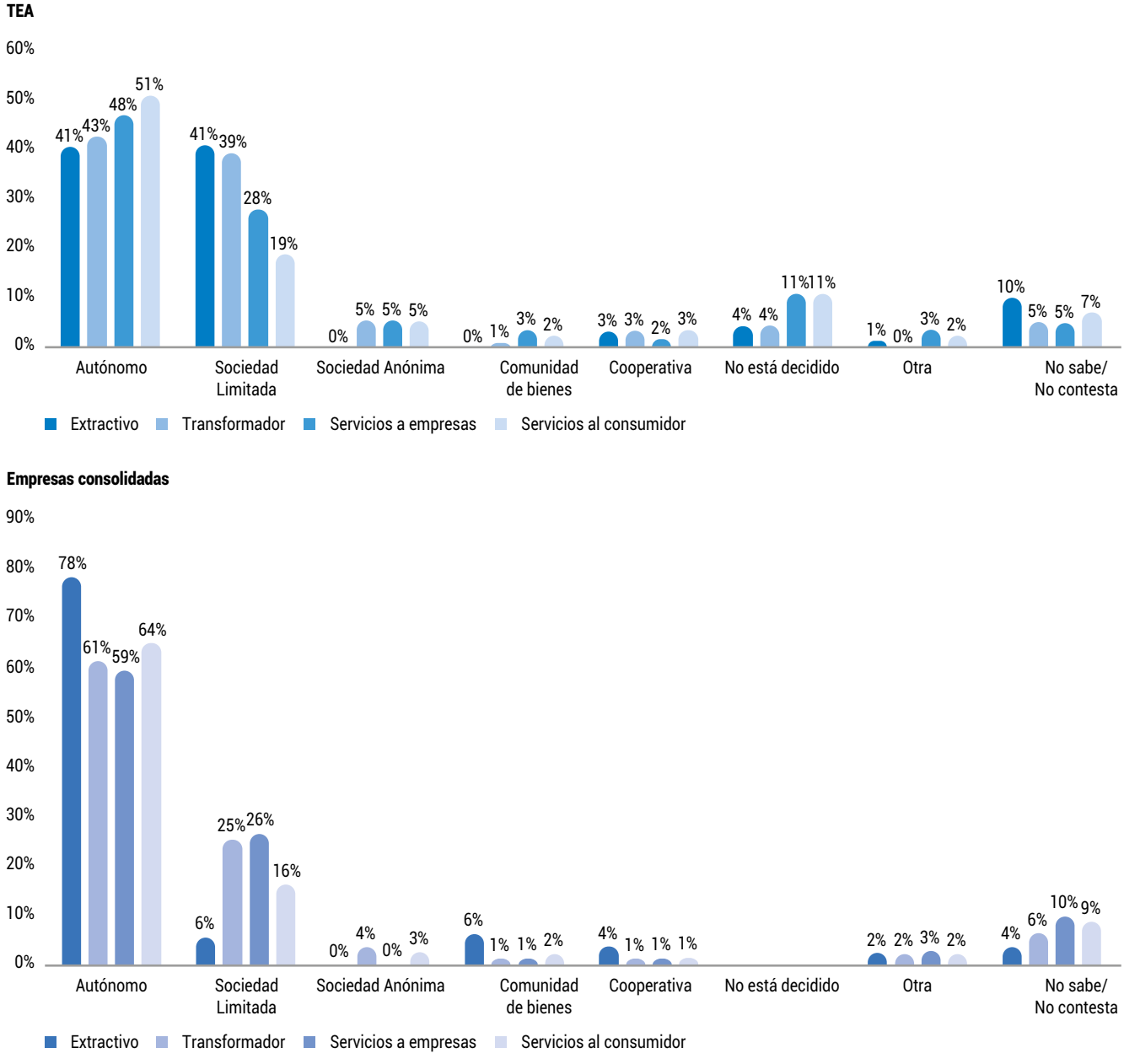
Fuente: GEM-España APS 2023



El emprendimiento individual predomina más entre las mujeres que entre los hombres. El 53% de las mujeres a cargo de iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y el 67% de las que están a cargo de iniciativas consolidadas son autónomas, frente al 43% de los hombres a cargo de iniciativas recientes (TEA) y al 60% a cargo de iniciativas consolidadas. En 2023 los hombres han sido más proclives que las mujeres a la hora de constituir sociedades mercantiles, especialmente sociedades de responsabilidad limitada (un 29% de hombres frente a un 20% de mujeres) y sociedades anónimas (un 6% frente a un 4% de mujeres) para sus iniciativas recientes (TEA), aunque la diferencia es menor en el caso de las iniciativas consolidadas.

Figura 46. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2023



Durante el año 2023 cuatro de cada diez personas que emprenden en el sector extractivo con iniciativas recientes (TEA) lo hacen como autónomos, y otros cuatro constituyen sociedades de responsabilidad limitada, mientras que un porcentaje residual (3%) forma cooperativas u otro tipo de sociedad. Esto supone un cambio respecto a años anteriores, puesto que casi ocho de cada diez emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas en el sector extractivo lo hicieron como autónomos, y el resto se constituyeron como sociedades de responsabilidad limitada (6%), comunidades de bienes (7%) y cooperativas (4%).

El incremento de sociedades mercantiles como forma jurídica de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) también se manifiesta en el resto de los sectores. A pesar de mantener porcentajes elevados de emprendimiento individual, que roza el 50% de las iniciativas recientes y supera el 60% de las iniciativas consolidadas, más de un tercio de las iniciativas recientes y un cuarto de las consolidadas del sector transformador se constituyen como sociedades de responsabilidad limitada, y un 5% de las recientes y un 4% de las consolidadas como sociedades anónimas.

En el sector de servicios a empresas la situación es similar a la del sector extractivo. Aumenta el porcentaje de sociedades mercantiles entre las iniciativas recientes (TEA) (28% sociedades de responsabilidad limitada y 5% sociedades anónimas) respecto a las iniciativas consolidadas (26% sociedades de responsabilidad limitada y 0% sociedades anónimas).

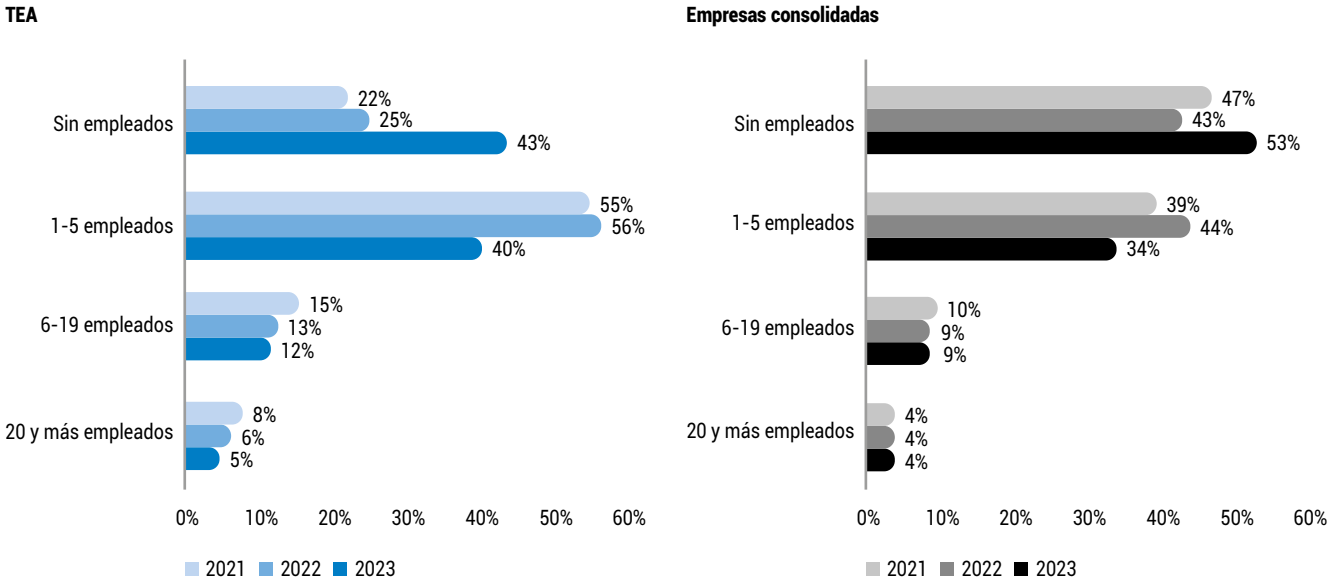
Sin embargo, una de cada dos iniciativas recientes (TEA) y cuatro de cada seis iniciativas consolidadas en el sector de servicios al consumidor siguen siendo emprendedores individuales.



4.5. Expectativas de crecimiento

Figura 47. Expectativas de creación de empleo a 5 años vista

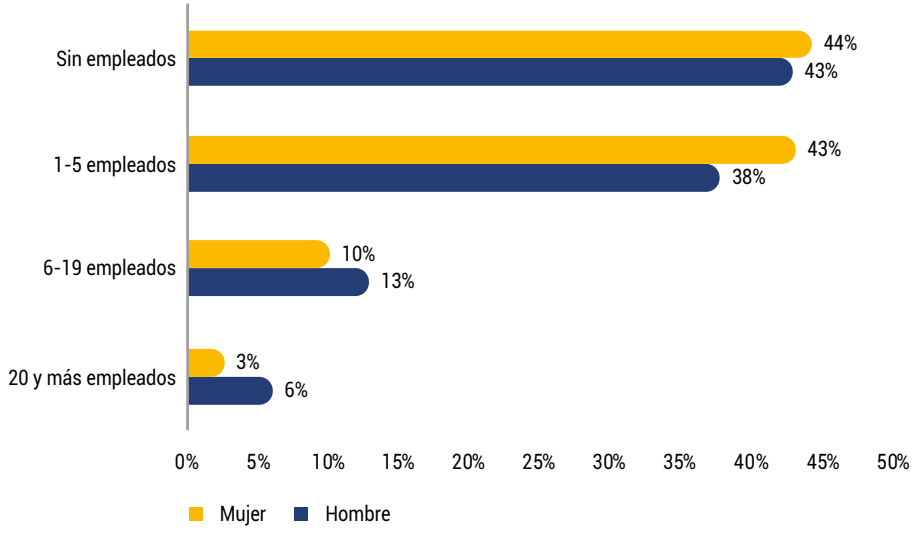
Fuente: GEM-España APS 2021-2023



Las expectativas de creación de empleo de los emprendedores, que habían crecido en 2022, se estancan en 2023. El 40% de los emprendedores recientes (TEA) y el 34% de los que están a cargo de empresas consolidadas esperan contratar de uno a cinco empleados en los próximos cinco años, porcentajes sensiblemente menores que en los dos últimos años. Tampoco se percibe un aumento significativo en el porcentaje de emprendedores con mayores ambiciones de contratación, que se mantiene por debajo de un 12% entre los emprendedores recientes con expectativas de contratar entre seis y diecinueve empleados, y en un 5% entre los que aspiran a contratar a veinte o más empleados.

Figura 48. Expectativas de creación de empleo en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2023



En 2023 el 43% de las mujeres emprendedoras tiene expectativas de contratar entre uno y cinco empleados en los próximos cinco años, un porcentaje superior al de los hombres (38%). Sin embargo, las mujeres mantienen expectativas más conservadoras a la hora de contratar plantillas más numerosas, especialmente las superiores a 20 empleados.

4.6. Nivel tecnológico

Aunque todavía estamos lejos de tener un tejido emprendedor que se caracterice por su vocación tecnológica, uno de cada ocho emprendedores califica su iniciativa como de nivel tecnológico medio o alto. En 2023 ha crecido el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas de nivel tecnológico alto, que mantienen un crecimiento sostenido desde 2020, aunque se ha reducido el porcentaje de iniciativas consolidadas de nivel tecnológico medio. Se espera que la Ley 28/2022 de fomento del ecosistema de las empresas emergentes incentive la orientación tecnológica de las empresas de nueva creación en los próximos años.

Figura 49. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2021-2023

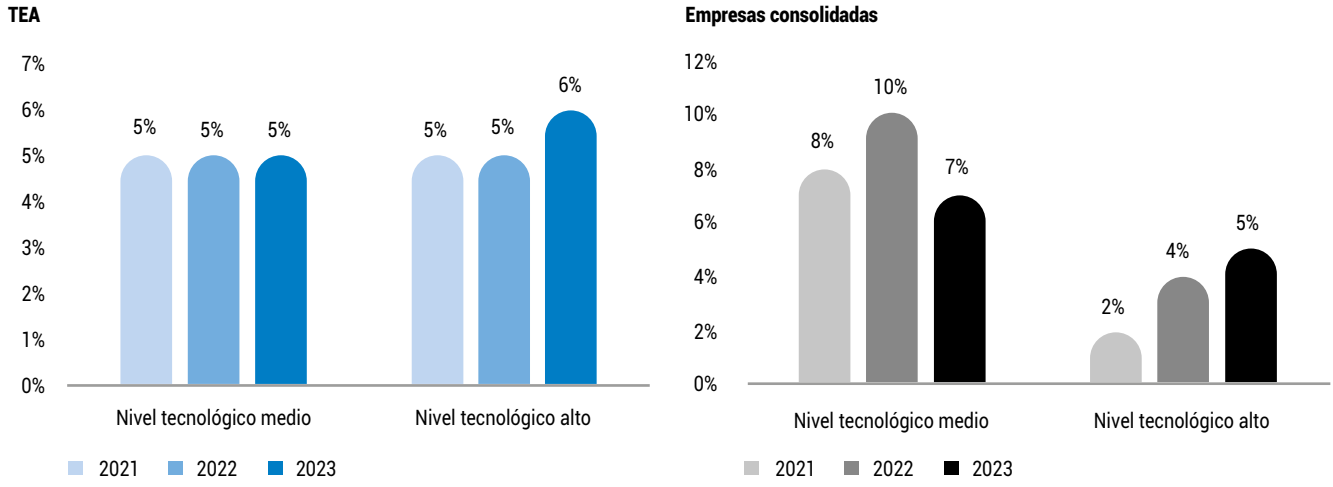
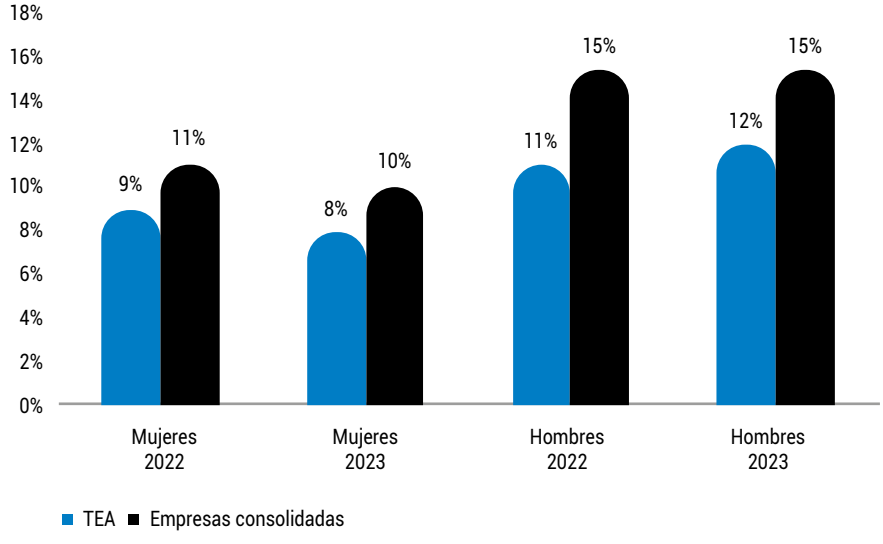


Figura 50. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2022-2023



Los hombres siguen liderando más iniciativas recientes (TEA) de nivel tecnológico medio-alto que las mujeres, quienes disminuyen ligeramente la orientación tecnológica de sus proyectos (de un 9% en 2022 a un 8% en 2023). En el caso de las iniciativas consolidadas, disminuye el nivel tecnológico medio-alto de las lideradas por mujeres (de un 11% en 2022 a un 10% en 2023) y se mantiene el porcentaje de las iniciativas tecnológicas lideradas por hombres (15%).

Peluquería canina Entre Huellas



Nombre de la emprendedora: Marta Nieto.

Nombre del negocio: Peluquería canina Entre Huellas (https://entrehuellaspeluqueria.es/).

Ubicación del negocio: Valladolid.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Se trata de una peluquería canina móvil, montada en una furgoneta, que dispone de todo lo necesario para realizar un trabajo de peluquería (baño, corte de pelo, secado, corte de uñas, deslanado, limpieza de oídos, *stripping*) para perros indistintamente de su tamaño.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?
Para mí, ser emprendedora implica tener más oportunidades laborales. Y en mi caso en concreto dar la oportunidad a gente que tiene problemas de desplazamiento o de tiempo de tener a su animal de compañía atendido.

¿Cómo surgió la idea?
Después de estudiar varios cursos de la rama de la sanidad y de pasar por distintos trabajos, todos con contratos de pocos meses, decidí estudiar otra cosa totalmente diferente a todo lo que había hecho antes para poder montar mi negocio y asegurarme el trabajo. Un día viendo vídeos de peluquería canina, pensé que plantearlo a domicilio podría ser una opción para mí, puesto que no solo te limitas a atender a los perros de una zona.

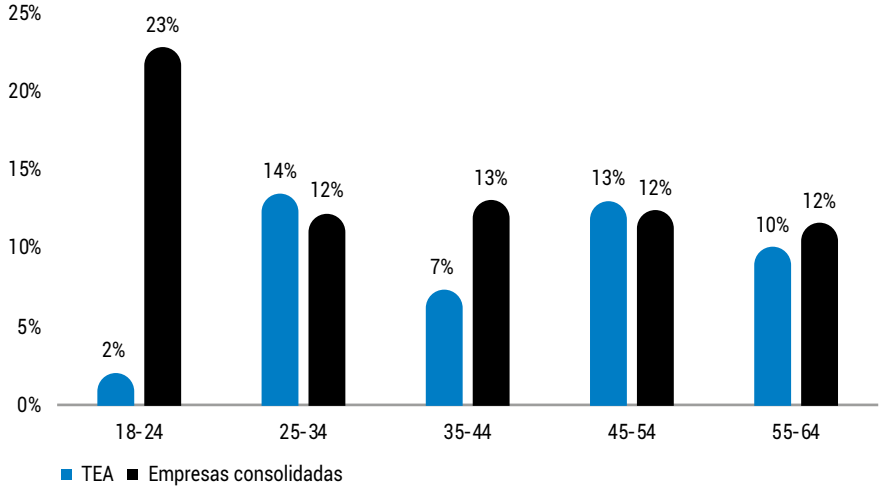
¿En qué medida estás percibiendo que el tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?
Yo de momento no he tenido que realizar ningún cambio, ahora mismo uso placas solares y un generador de gasolina para mi suministro, pero en un futuro podría tener en cuenta cambiar la furgoneta por una híbrida-eléctrica o cambiar el generador por uno que contamine menos.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
En el tema de la digitalización me limito a usar un TPV para los cobros, un programa de contabilidad y las redes sociales para subir contenido informativo y dar a conocer mis productos y servicios.



Figura 51. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función de la edad del emprendedor

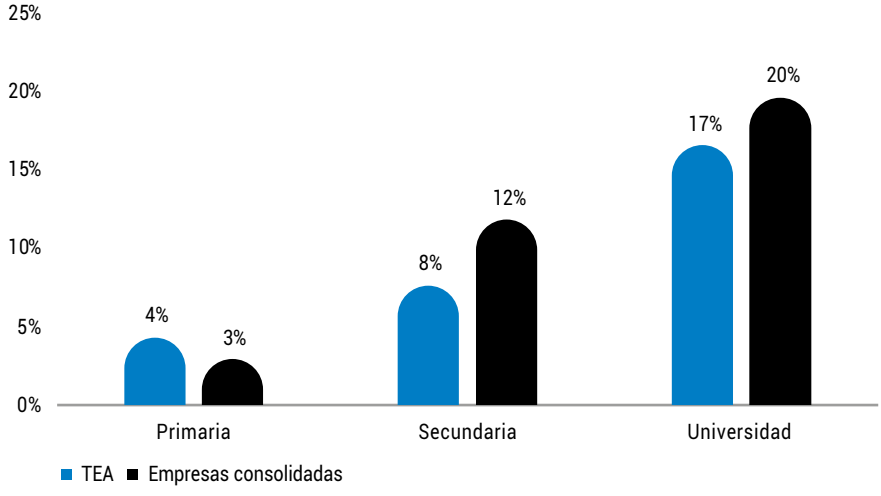
Fuente: GEM-España APS 2023



A diferencia del año anterior, el mayor porcentaje de las iniciativas consolidadas de nivel tecnológico medio-alto está liderado por emprendedores con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años, lo que supone un rejuvenecimiento de los emprendedores dispuestos a liderar iniciativas de carácter tecnológico a lo largo del proceso emprendedor. El porcentaje de iniciativas recientes (TEA) de nivel tecnológico medio-alto se mantiene por debajo del de las iniciativas consolidadas, salvo en el caso de los emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años y entre los 45 y los 54 años.

Figura 52. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del nivel educativo del emprendedor

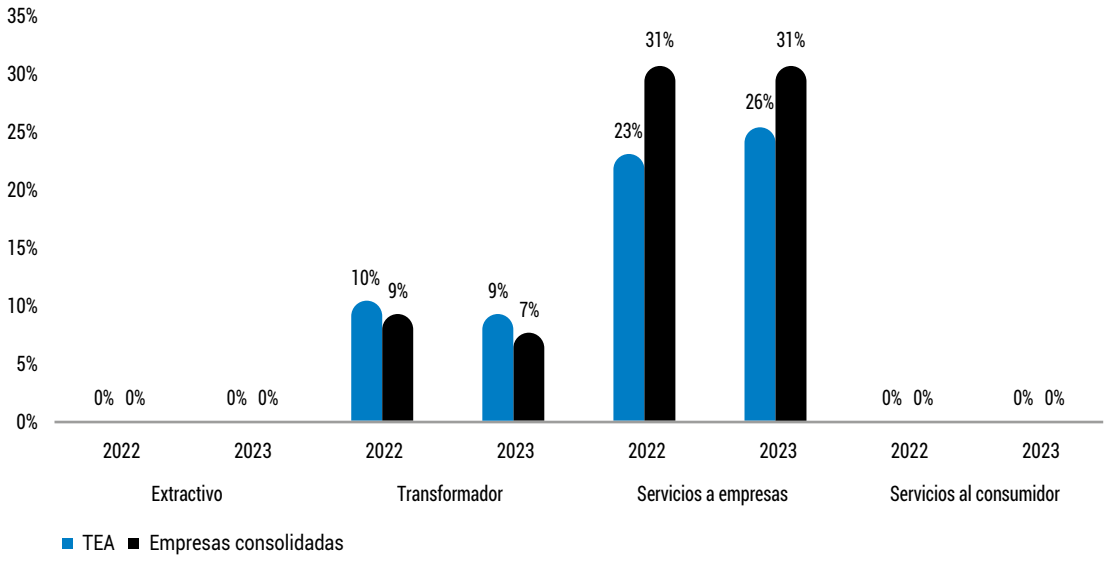
Fuente: GEM-España APS 2023



El nivel educativo de los emprendedores condiciona la orientación tecnológica de las iniciativas, especialmente en el caso de las iniciativas consolidadas. Dos de cada diez emprendedores con un nivel educativo universitario (grado, máster, doctorado) califican sus iniciativas consolidadas como de nivel tecnológico medio-alto. Este porcentaje es algo menor (17%) en el caso de las iniciativas recientes (TEA), pero se incrementa respecto al año anterior, y en ambos casos superan los porcentajes de emprendedores con menor nivel educativo y orientación tecnológica.

Figura 53. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del sector

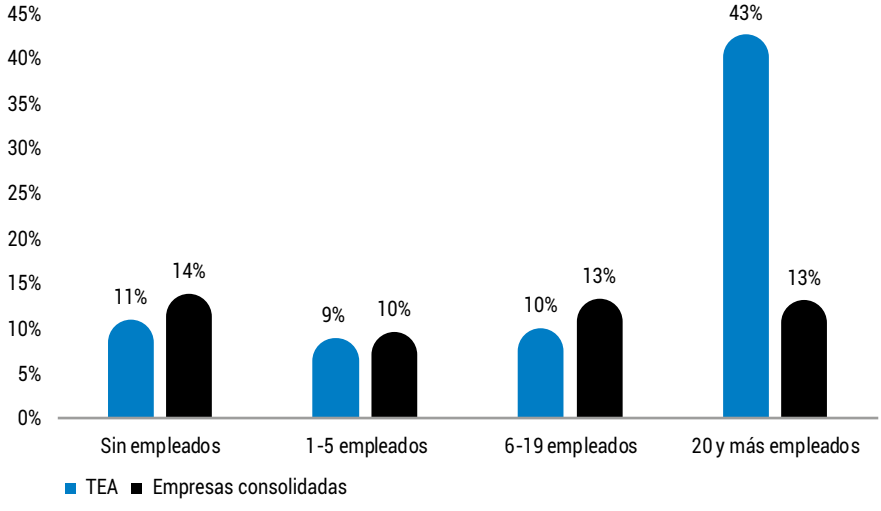
Fuente: GEM-España APS 2022-2023



La orientación tecnológica de las iniciativas emprendedoras se sigue concentrando en los sectores de servicios a empresas y transformador. Durante el año 2023 continúa aumentando el porcentaje de iniciativas recientes (TEA) de servicios a empresas calificadas como de nivel tecnológico medio-alto, pero se mantiene el porcentaje de las iniciativas consolidadas del año anterior, mientras que se reduce ligeramente el porcentaje de iniciativas de carácter tecnológico en el sector transformador. El sector extractivo y el de servicios al consumidor permanecen ausentes como nicho de iniciativas emprendedoras de orientación tecnológica.

Figura 54. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del tamaño

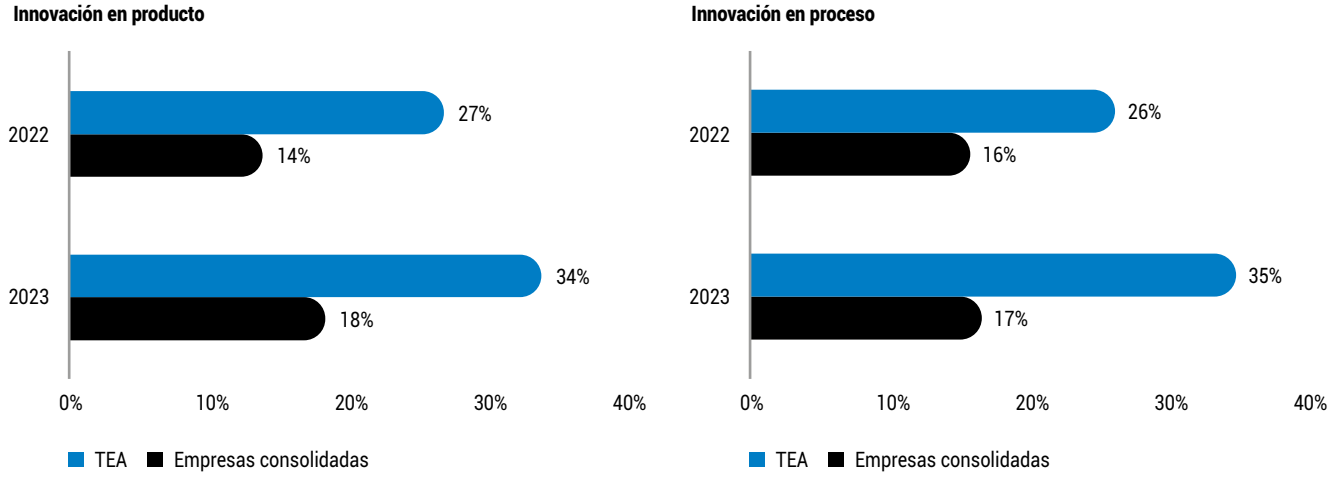
Fuente: GEM-España APS 2023



El tamaño de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) condiciona su nivel tecnológico. Cuatro de cada diez iniciativas recientes (TEA) con plantillas de más de veinte empleados tienen un nivel tecnológico medio-alto. Sin embargo, en el caso de las iniciativas consolidadas no parece que el tamaño sea un factor relevante a la hora de diferenciar su nivel tecnológico.

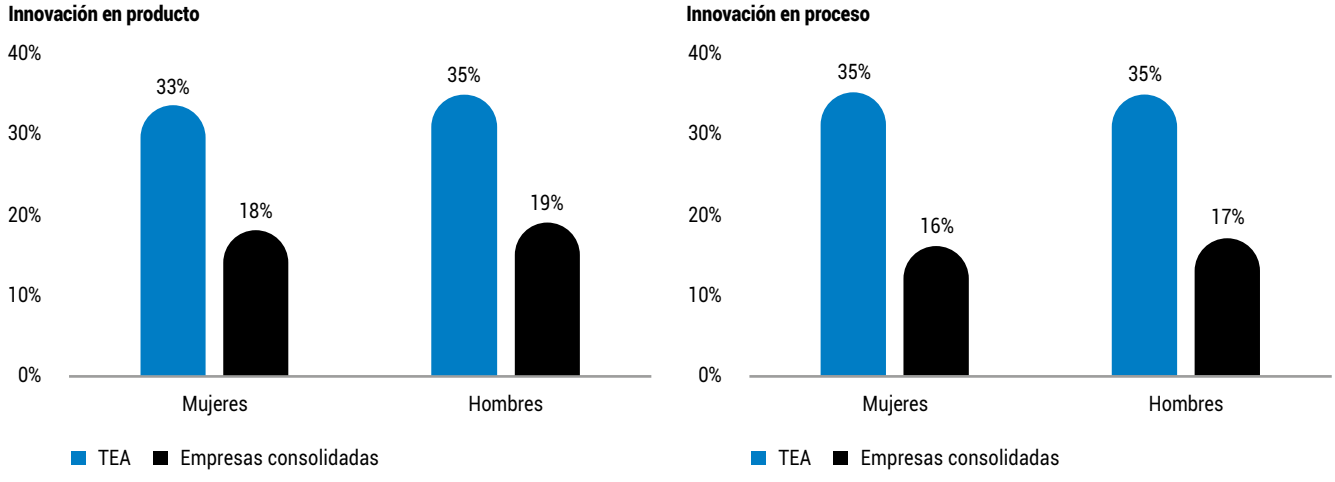
4.7. Innovación en producto y en proceso

Figura 55. Evolución de la innovación en producto y en proceso
Fuente: GEM-España APS 2022-2023



En 2023 un tercio de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) ofrece nuevos productos al mercado y/o utiliza nuevos procesos de negocio. Esto supone un incremento significativo respecto al año anterior, consolidando la tendencia innovadora del emprendimiento en este país. Es previsible que a lo largo del año que viene continúe incrementándose el porcentaje de iniciativas consolidadas de carácter innovador, como consecuencia de la evolución de los emprendedores a lo largo del proceso de consolidación de sus iniciativas.

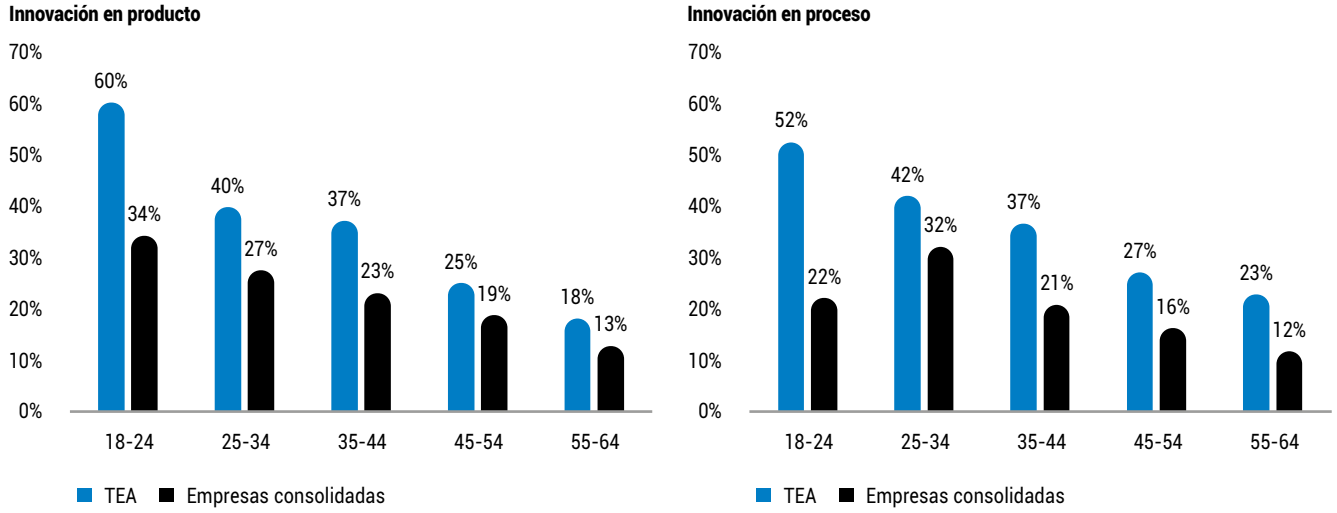
Figura 56. Innovación en producto y en proceso en función del sexo del emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2023



El porcentaje de mujeres que lideran iniciativas emprendedoras recientes (TEA) capaces de innovar en procesos de negocio es similar al de los hombres (35%), que, sin embargo, lideran un mayor número de iniciativas que innovan en producto. En el caso de las iniciativas consolidadas el porcentaje de iniciativas innovadoras es menor, y el porcentaje de hombres a cargo de estas iniciativas ligeramente superior al de las mujeres.

Figura 57. Innovación en producto y en proceso en función de la edad del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023



En 2023 seis de cada diez iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores jóvenes (entre 18 y 24 años) lanzan nuevos productos al mercado, y una de cada dos innova en procesos de negocio. Este porcentaje, sensiblemente superior al del año anterior, va disminuyendo a medida que aumenta la edad de los emprendedores y de las iniciativas.



REGFILTER S.L.



Nombre del emprendedor: Felipe Lavín Gutiérrez.

Nombre del negocio: REGFILTER S.L. (https://regfilter.com/).

Ubicación del negocio: San Felices de Buelna (Cantabria).

Año de lanzamiento: 2019.

Breve descripción de lo que hace la empresa: REGFILTER se dedica al diseño y fabricación de filtros regenerativos de medio filtrante perlita para el tratamiento de grandes volúmenes de agua, con los que, además de obtener una excelente calidad de filtrado, se ahorra un 96% de agua, un 75% de espacio y al menos un 30% de energía eléctrica en comparación con los tradicionales filtros de arena o vidrio.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?
Ser emprendedor es un modo de vida, una carrera de fondo en la que uno se encuentra permanentemente en el filo de la navaja. Uno debe aprender de sus errores y esto te permite conocerte mejor día a día. El éxito o el fracaso depende de muchos factores, no solo del trabajo propio, y constantemente hay que estar resolviendo problemas y apagando fuegos.

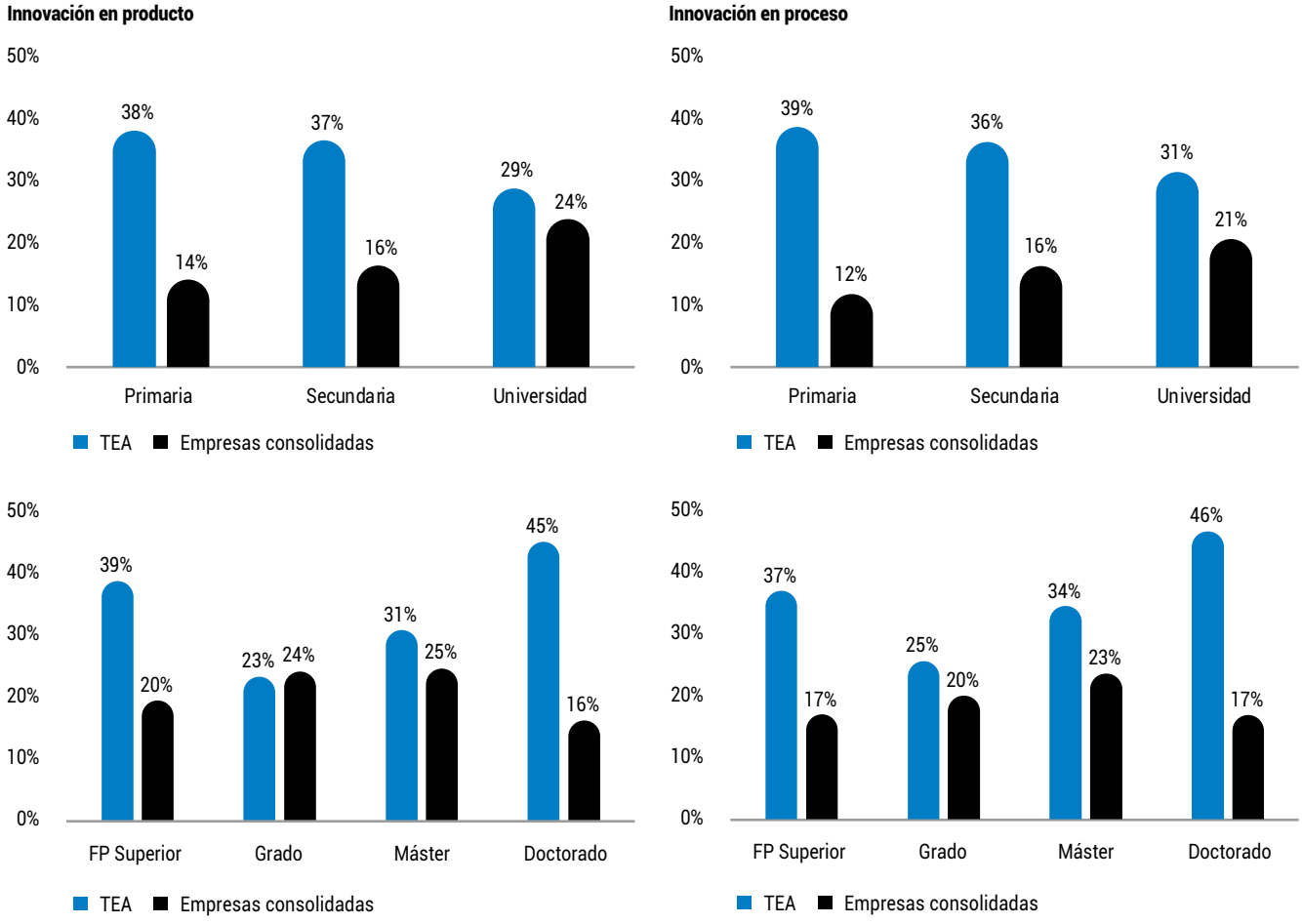
¿Cómo surgió la idea?
La idea surge cuando uno de los socios tiene contacto con este tipo de filtros, que funcionan muy bien, pero presentan una serie de problemas de limpieza y mantenimiento tras décadas sin evolucionar. La pregunta que se hace es: ¿Cómo puedo mejorar el funcionamiento de estos sistemas? Se pone en contacto con otro socio y, juntos, desarrollan y patentan el sistema de filtración REGFILTER, que hemos continuado mejorando desde el 2018.

¿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 llevando a cabo en este sentido?
Los sistemas de filtración REGFILTER proporcionan unos ahorros enormes en agua (96%) y energía eléctrica (> 30%). En estos tiempos de sequía, de estrés hídrico y de déficit energético, se está convirtiendo en una necesidad el uso eficiente de agua y energía, y desde REGFILTER estamos tratando de sensibilizar tanto a las Administraciones Públicas como a las empresas privadas de la necesidad de incorporar sistemas de filtración que realmente sean eficientes y sostenibles, que preservar los recursos no son solo una cuestión económica, sino también medioambiental y social.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?
Actualmente, contamos con un sistema de gestión remota con el que podemos conectarnos a los distintos filtros repartidos por el mundo y realizar operaciones de optimización del sistema, ayudar a los mantenedores, etc. También contamos con un sistema de comunicación industrial ModBus. Creo que es importante tener todas estas comunicaciones para poder implementarlas en los BMS, o en sintonía con el resto de equipamientos que pueda tener la instalación, y que cada día están más interconectados.

Figura 58. Innovación en producto y en proceso en función del nivel educativo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023

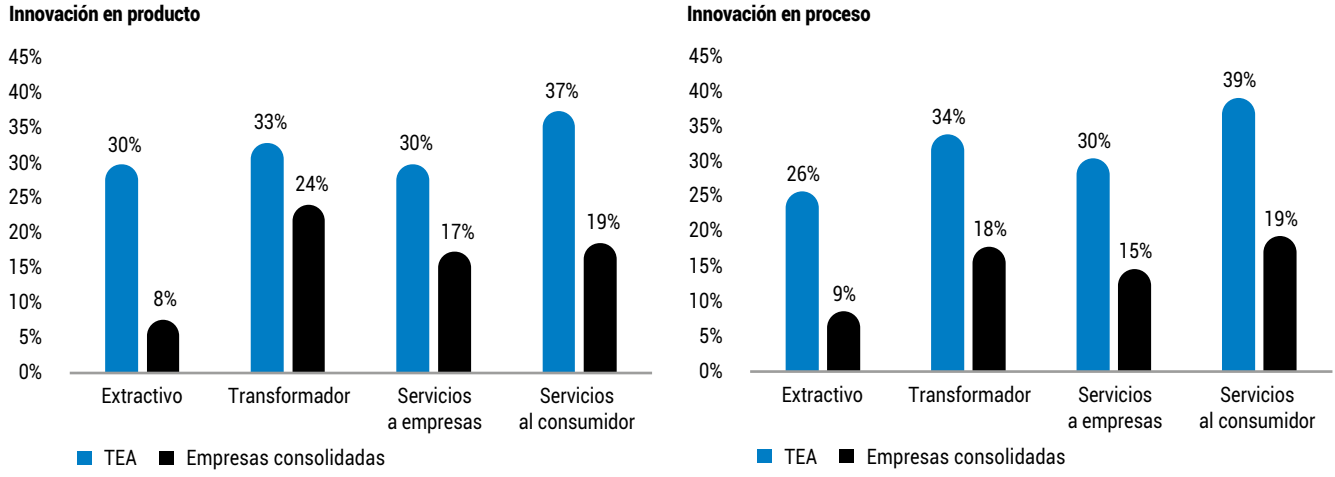


Aunque el porcentaje de iniciativas emprendedoras que innovan en producto y/o procesos de negocio es similar entre emprendedores de distintos niveles educativos (primaria, secundaria, universidad), el desglose entre los niveles superiores de educación muestra diferencias importantes en la capacidad innovadora de iniciativas lideradas por emprendedores con nivel de formación profesional (FP) de grado superior y doctorado. En 2023 más de un tercio de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores con una titulación de FP superior y casi la mitad de las lideradas por emprendedores doctores están lanzando innovaciones en producto y/o procesos de negocio.



Figura 59. Innovación en producto y en proceso en función del sector de actividad

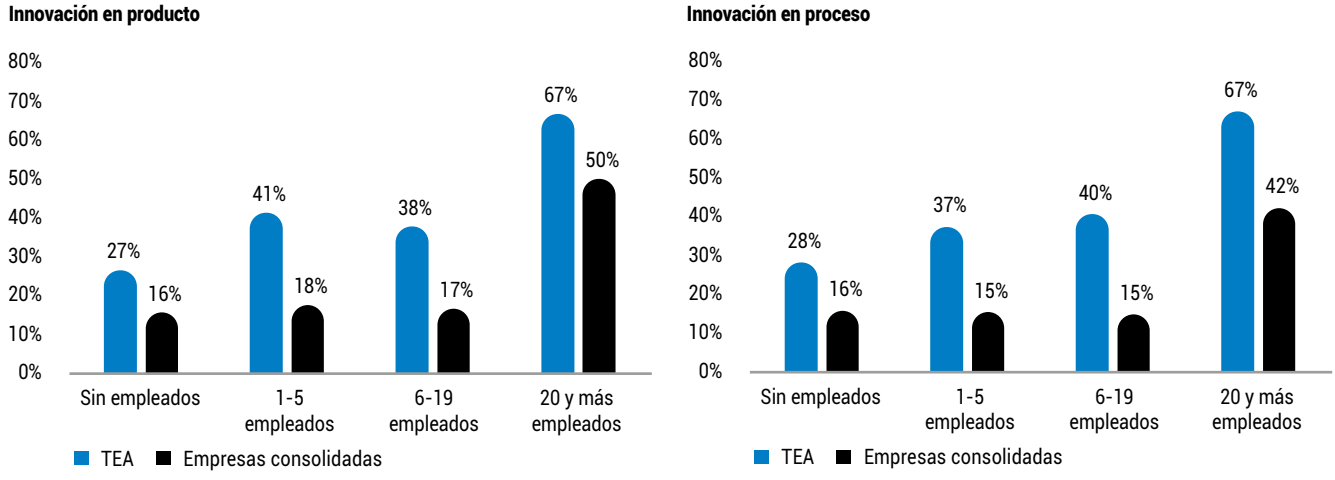
Fuente: GEM-España APS 2023



Aunque la calificación de las iniciativas emprendedores como de nivel tecnológico medio-alto se concentra en los sectores de servicios a empresas y transformador, en 2023 más del 30% de las iniciativas recientes (TEA) innova en producto y/o proceso en todos los sectores productivos, un porcentaje que casi duplica el porcentaje de iniciativas consolidadas y va incrementándose cada año, lo que permite prever un incremento significativo de la innovación en el tejido emprendedor en los próximos años.

Figura 60. Innovación en producto y en proceso en función del tamaño

Fuente: GEM-España APS 2023

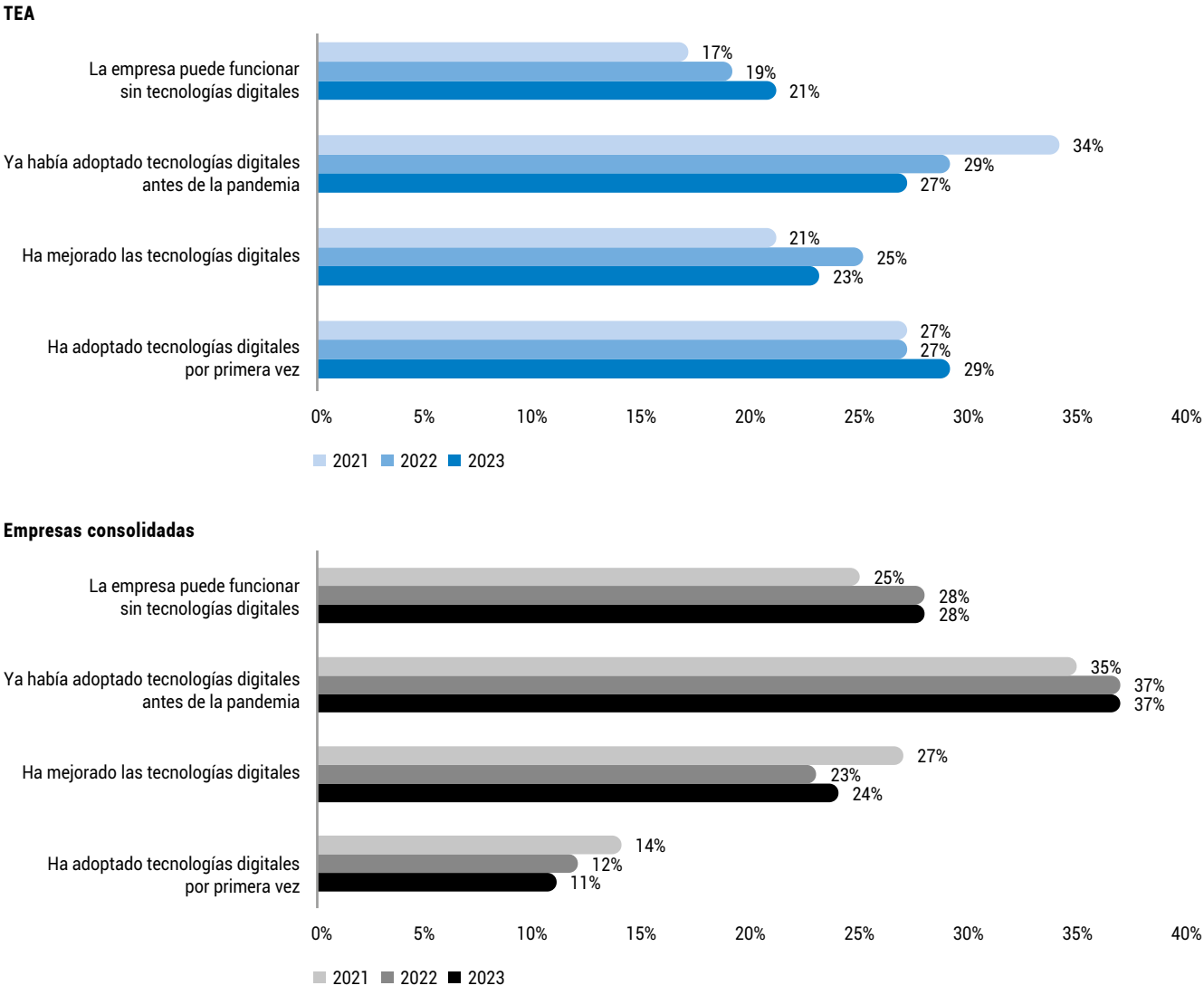


Las iniciativas emprendedoras que innovan en producto y/o proceso son las que cuentan con un mayor número de empleados. Durante el año 2023 el 67% de las iniciativas recientes (TEA) y la mitad de las iniciativas consolidadas con más de 20 empleados ofrecen nuevos productos al mercado y/o desarrollan nuevos procesos de negocio. El tamaño de la plantilla y el comportamiento innovador de las iniciativas emprendedoras son factores que están directamente relacionados con este comportamiento, especialmente en el caso de las iniciativas recientes (TEA).

4.8. Digitalización

4.8.1. Perfil digital de las iniciativas emprendedoras

Figura 61. Adopción de tecnologías digitales
Fuente: GEM-España APS 2021-2023

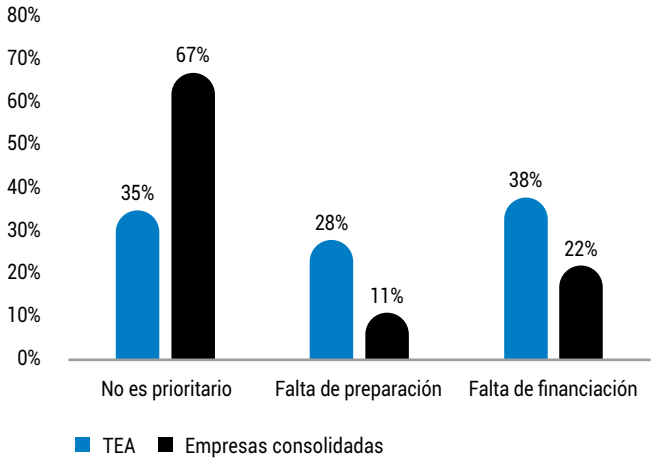


Durante el año 2023 un 29% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) se ha digitalizado por primera vez, y un 23% ha mejorado sus tecnologías digitales para poder competir en el mercado. Más de un tercio de las iniciativas consolidadas ya contaban con una planificación para la digitalización antes de la pandemia, y en el último año una de cada cuatro ha mejorado sus tecnologías digitales. Sin embargo, un 21% de los emprendedores a cargo de iniciativas recientes (TEA) y un 28% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas sigue siendo reticente a la hora de implantarlas en el futuro.



Figura 62. Barreras a la digitalización

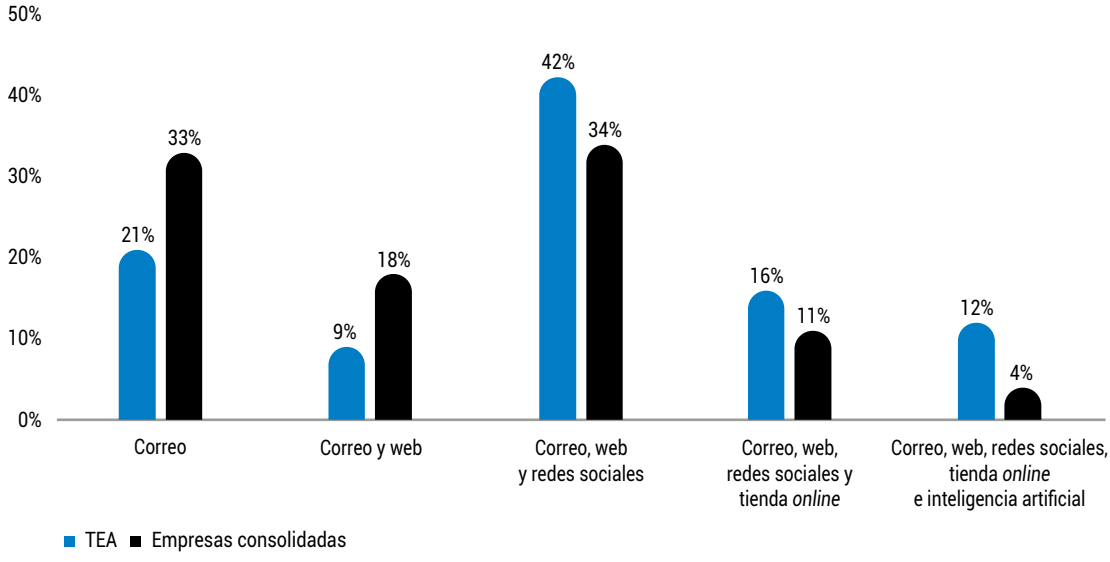
Fuente: GEM-España APS 2023



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. En el caso de las iniciativas recientes (TEA), el peso de estos tres tipos de factores es similar. Sin embargo, resulta preocupante que casi siete de cada diez emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas consideren que la digitalización no es una cuestión prioritaria en su organización.

Figura 63. Nivel de digitalización

Fuente: GEM-España APS 2023

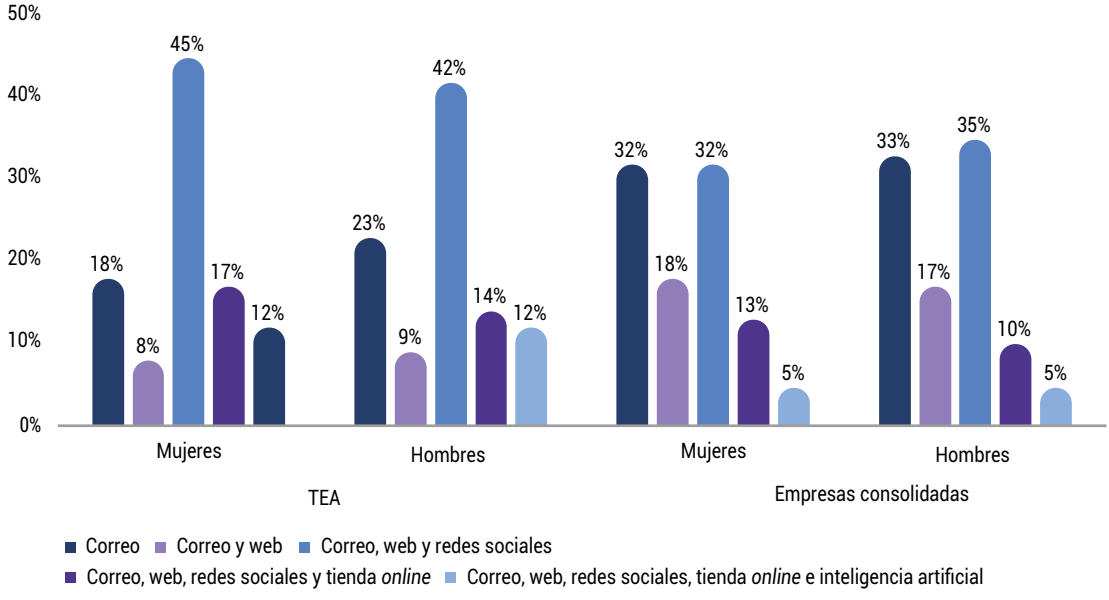


Poco a poco se va generalizando el uso de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras. Cuatro de cada diez iniciativas recientes (TEA) disponen de correo, página web y difusión a través de redes sociales, un porcentaje que disminuye a tres de cada diez iniciativas consolidadas. Sin embargo, la utilización de técnicas de digitalización más avanzada, como la distribución de productos a través de una tienda *online* o el uso de herramientas de inteligencia artificial todavía está en fase incipiente, tanto en las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) (12%) como en las consolidadas (4%).



Figura 64. Nivel de digitalización en función del sexo del emprendedor

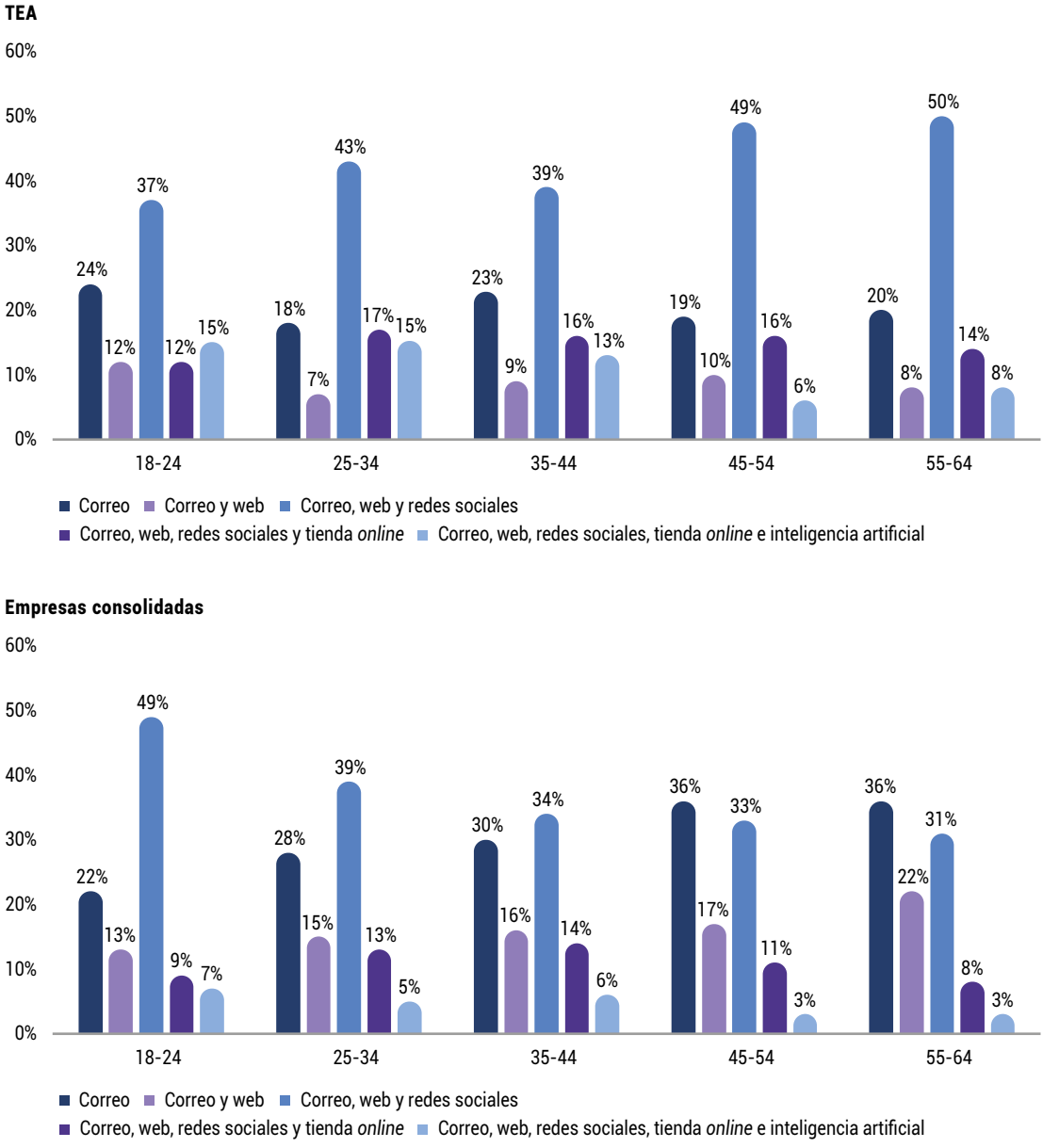
Fuente: GEM-España APS 2023



Apenas hay diferencias entre hombres y mujeres en el nivel de digitalización de sus iniciativas emprendedoras. El porcentaje de iniciativas emprendedoras con web, redes sociales y tienda *online* lideradas por mujeres es ligeramente superior al de las iniciativas lideradas por hombres, pero no es posible saber si el sexo es un factor determinante en esa decisión o es una cuestión más ligada al tipo de negocio.

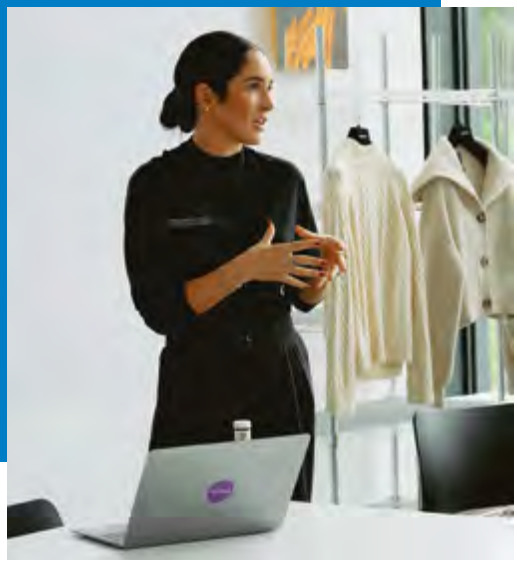
Figura 65. Nivel de digitalización en función de la edad del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023



El mayor porcentaje de iniciativas recientes (TEA) con un nivel de digitalización más ambicioso lo lideran emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años, y en el caso de las iniciativas consolidadas, los emprendedores con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años. En todos los grupos de edad, al menos una de cada dos iniciativas recientes (TEA) y un tercio de las consolidadas disponen de correo electrónico, página web y tienen presencia en redes sociales, por lo que es esperable que en los próximos años avance su nivel de digitalización con la implantación de herramientas de mayor impacto en el funcionamiento del negocio.

PYRATEX®



Nombre de la emprendedora: Regina Polanco.

Nombre del negocio: PYRATEX® (https://www.pyratex.com/).

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2014.

Breve descripción de lo que hace la empresa: PYRATEX® es una empresa de I + D y proveedor de materiales naturales de alta funcionalidad. Somos expertos en la producción de tejidos y prendas de punto elaborados con composiciones naturales, *bio-based* y recicladas. Nuestra cadena de suministro está certificada y garantiza la trazabilidad desde la fibra, mientras que nuestra producción local minimiza el impacto ambiental.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Ser emprendedora para mí significa abrazar la innovación y la creatividad, no solamente en el diseño de los productos sino también en el desarrollo diario de mi trabajo. Significa estar dispuesto a asumir riesgos calculados, buscar constantemente nuevas oportunidades y soluciones, y estar abierto al cambio y a adaptarse en una industria que se encuentra en constante evolución. Ser emprendedor también implica tener una mentalidad de aprendizaje continuo y estar dispuesto a enfrentar desafíos. A menudo, hay que tomar decisiones difíciles e incluso algunas impopulares.

¿Cómo surgió la idea?

Realmente, al inicio en el 2014, la idea era crear una marca de ropa enfocada en el bienestar. El concepto estaba muy alineado con el tema de las *superfoods*, ya que buscábamos utilizar tejidos funcionales y beneficiosos para la piel, logrando que estos fueran unos "superfabrics". Si piensas que pasamos casi las 24 horas del día cubiertos por tejidos y el mayor órgano de nuestro cuerpo es la piel, que respira textil, ¿no sería mucho mejor usar tejidos naturales beneficiosos para la piel en lugar de químicos dañinos que no le permiten respirar? Pero muy rápidamente me di cuenta de la falta de nuevos materiales en la industria que estuvieran alineados con el medio ambiente y con mayor funcionalidad. Esta realidad dio inicio a 4 años de I + D para desarrollar los primeros tejidos y de ahí nació PYRATEX®.

Nuestro objetivo es sustituir los materiales convencionales utilizados en moda por fibras responsables. Desarrollamos tejidos y prendas de punto: productos testados de alta calidad, responsables y con propiedades funcionales y naturales. Utilizamos fibras derivadas de fibras naturales como algas, madera, ortiga, fibras recicladas como el algodón reciclado o fibras que provienen de residuos de agricultura tal como los deshechos de la agricultura del plátano o las cáscaras de cítricos generados por la industria de zumo.

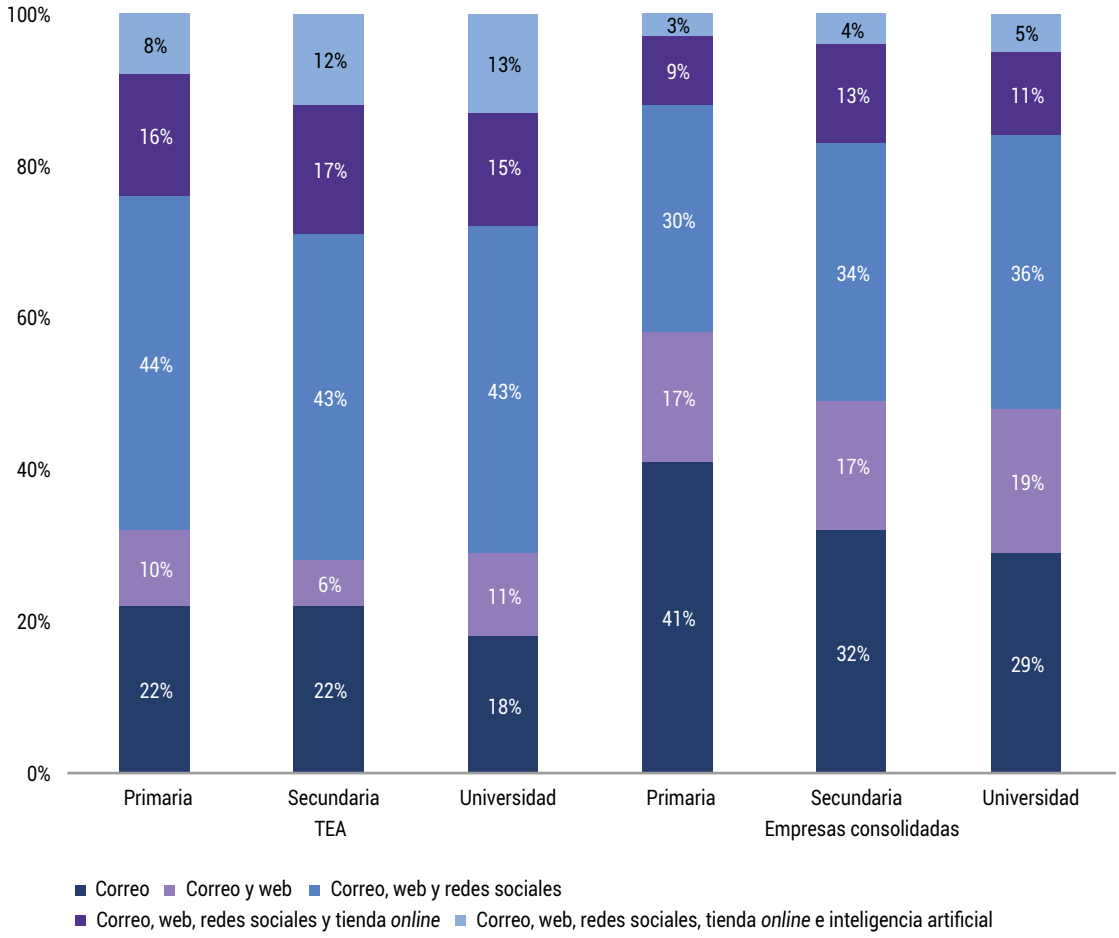
Durante el proceso de desarrollo de nuestros textiles nos apoyamos en laboratorios, universidades e institutos textiles para garantizar calidad y funcionalidad a través de la ejecución de tests como, por ejemplo, para demostrar las propiedades antibacterianas, de secado rápido o el cuidado de las pieles sensibles.

¿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 llevando a cabo en este sentido?

PYRATEX® ha nacido como empresa sostenible y bajo este enfoque se han implementado nuestras operaciones desde los inicios. Siendo la moda la segunda industria más contaminante del planeta y siendo un nuevo proveedor textil para las marcas, la sostenibilidad siempre ha sido nuestro primer filtro a la hora de innovar. Producimos en Italia, España, Portugal y en México para marcas cercanas, logrando así estar más cerca del consumidor final. Nos hemos asociado con instituciones externas para proporcionar nuestro análisis medioambiental a través de nuestros pasaportes de impacto PYRATEX®. La empresa es certificado B Corp y también trabajamos con varias certificaciones en nuestras fábricas, procesos y fibras. Un reto constante es seguir concienciando a las marcas y a los consumidores finales de que tenemos que cambiar la manera en la que consumimos moda.

Figura 66. Nivel de digitalización en función del nivel educativo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023

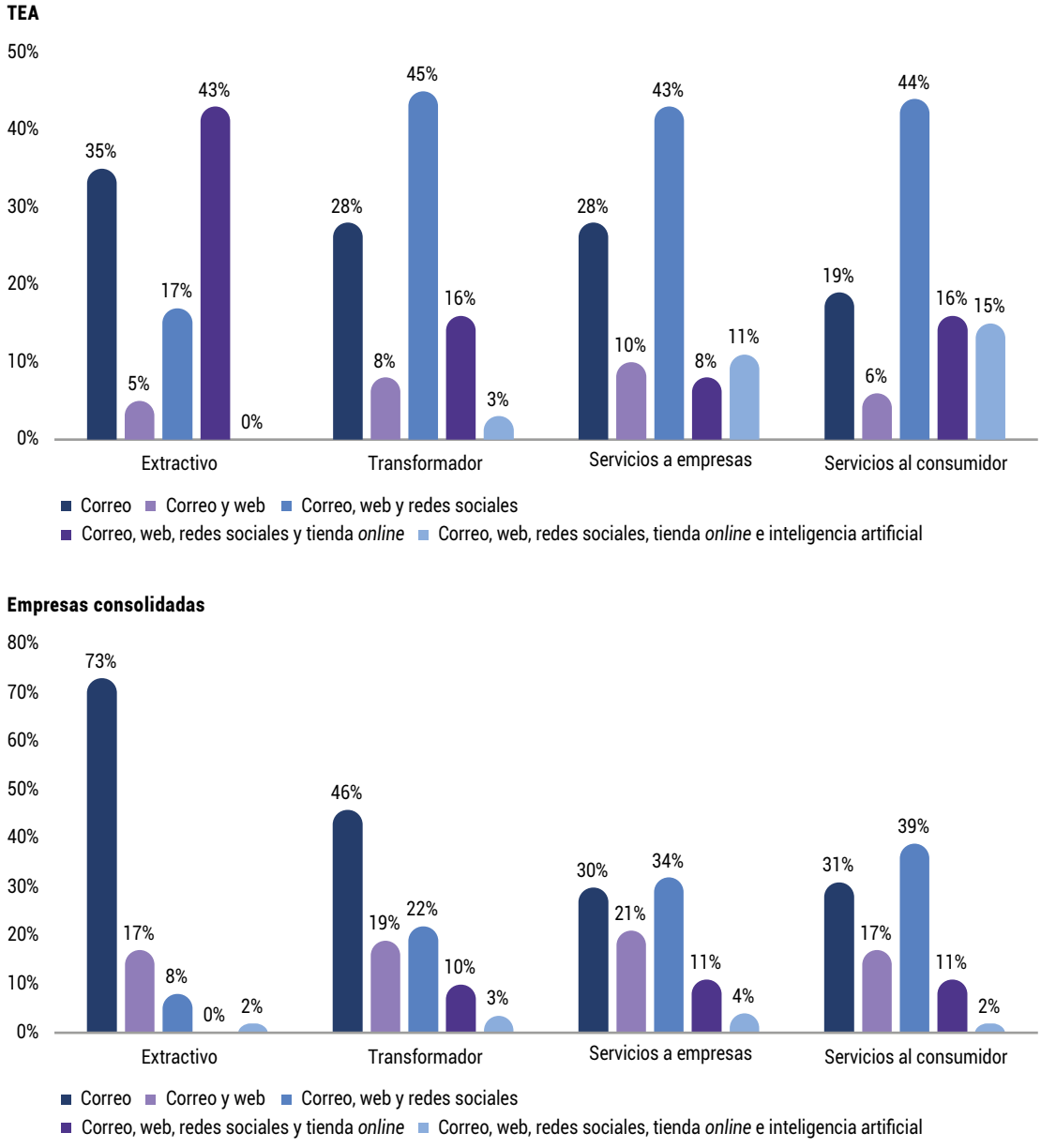




Al igual que en el caso de la innovación, a mayor nivel educativo de los emprendedores mayor es el nivel de digitalización de las iniciativas. El 13% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y el 5% de las consolidadas que están lideradas por emprendedores con nivel universitario utilizan tanto sistemas de distribución *online* como herramientas de inteligencia artificial en la gestión de su negocio.

Figura 67. Nivel de digitalización en función del sector

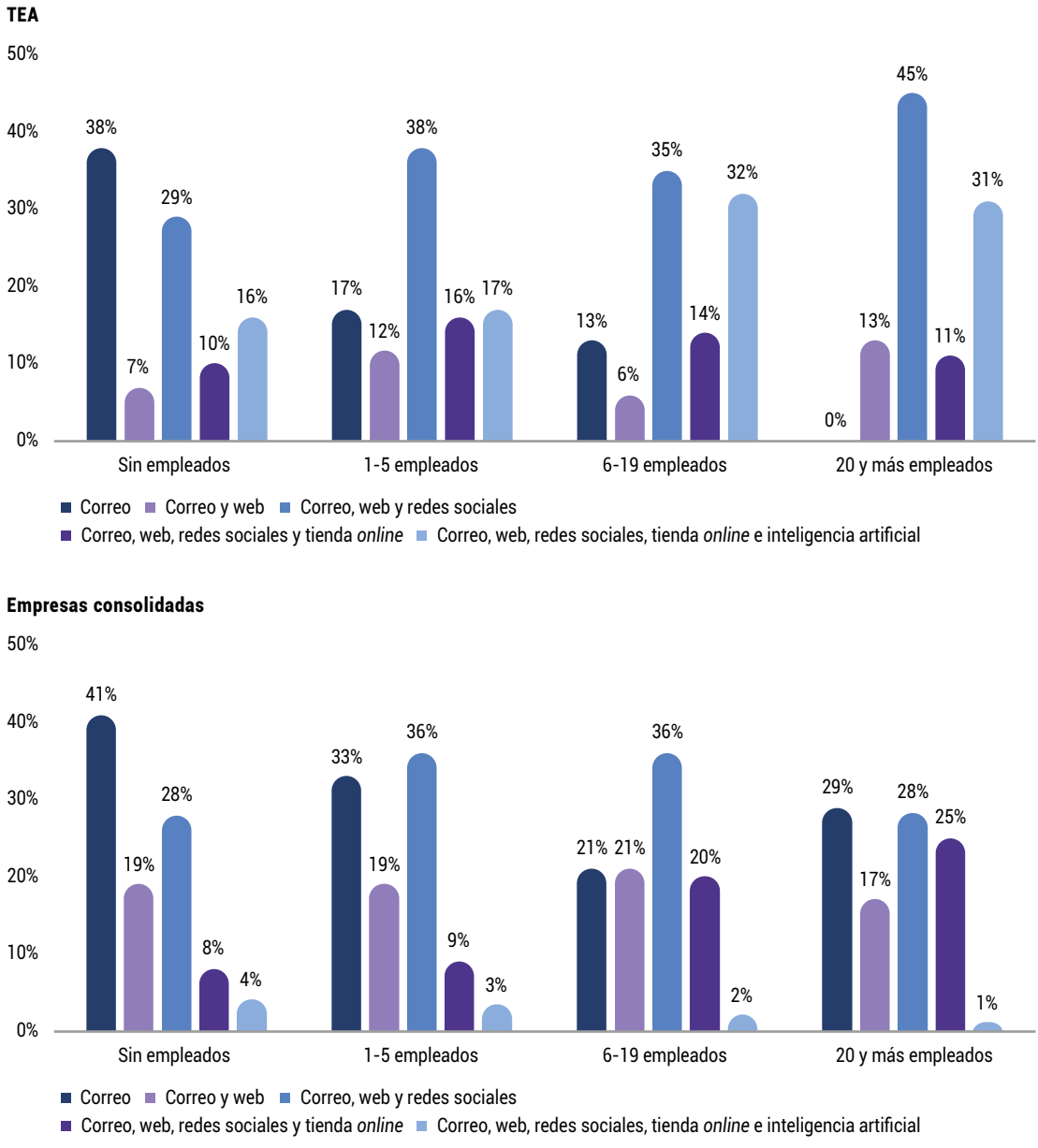
Fuente: GEM-España APS 2023



El sector de los servicios, especialmente el de servicios al consumidor, es el que aglutina el mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras recientes (TEA) con mayor nivel de digitalización. Sin embargo, las iniciativas consolidadas todavía carecen en su mayoría de herramientas digitales con capacidad para transformar su modelo de negocio y aprovechar nuevas oportunidades de mercado.

Figura 68. Nivel de digitalización en función del tamaño

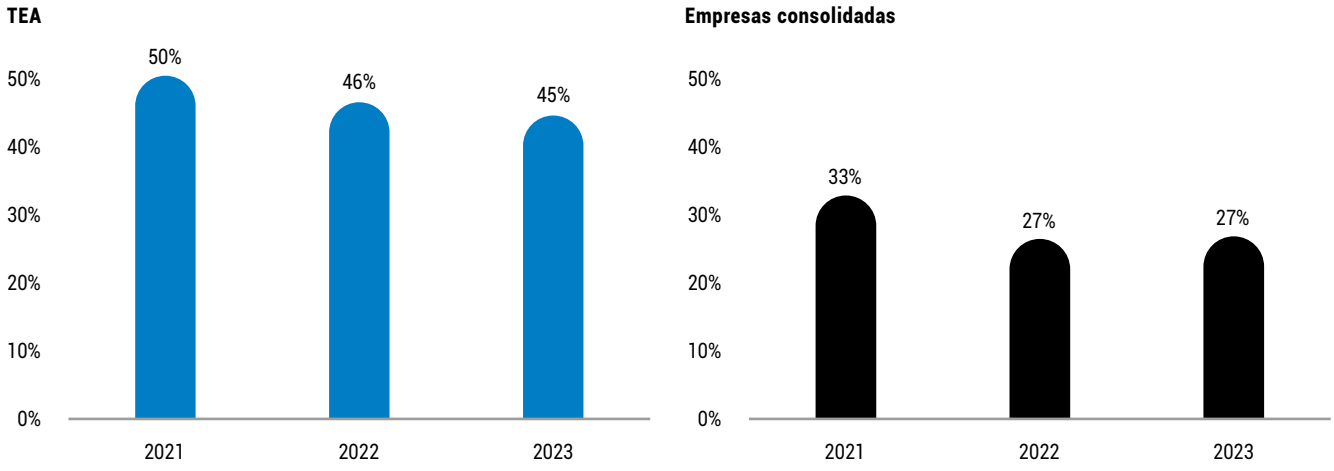
Fuente: GEM-España APS 2023



Los niveles más ambiciosos de digitalización de iniciativas emprendedoras recientes (TEA), que implican la distribución a través de una tienda *online* y el uso de herramientas de inteligencia artificial, requieren plantillas mayores. En el rango de los 6 a 19 empleados y de plantillas de más de 20 empleados se encuentra el mayor porcentaje de iniciativas recientes (TEA) que utilizan herramientas de inteligencia artificial, y de iniciativas consolidadas con sistemas de distribución *online*.

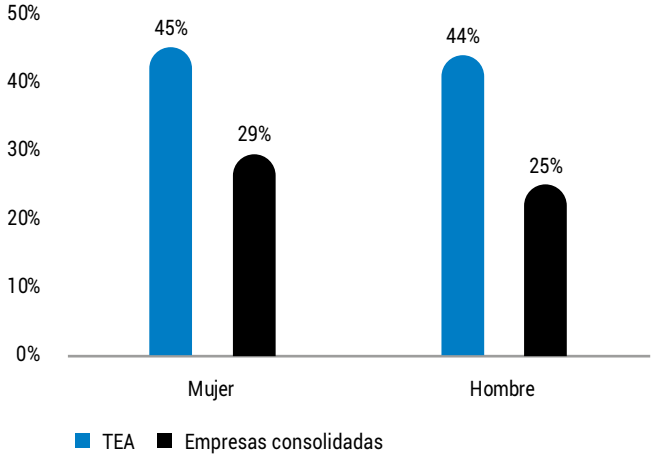
4.8.2. Expectativas de digitalización

Figura 69. Evolución de las expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2021-2023



Las expectativas de digitalización han ido disminuyendo a lo largo de los tres últimos años motivadas, en parte, por el incremento de la digitalización efectiva de las iniciativas emprendedoras. Sin embargo, si bien uno de cada dos emprendedores a cargo de iniciativas recientes (TEA) espera utilizar tecnologías digitales para vender sus productos en los próximos seis meses, este porcentaje baja a menos de un tercio en el caso de los emprendedores a cargo de las iniciativas consolidadas.

Figura 70. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sexo del emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2023

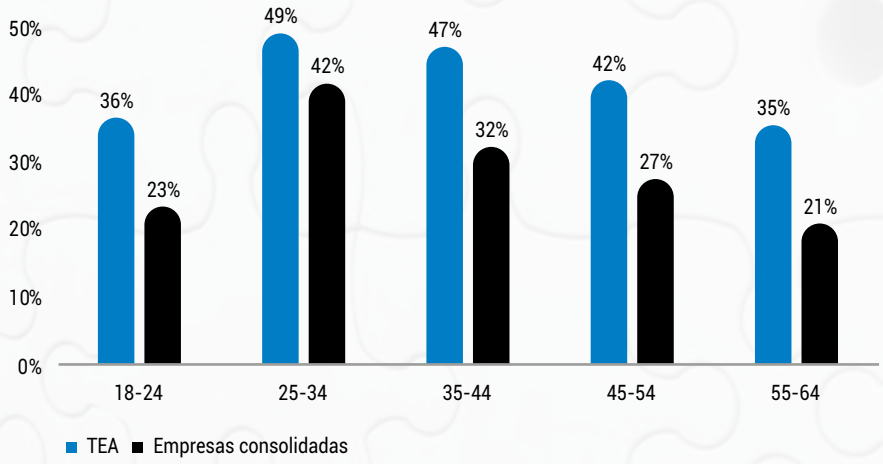


Apenas hay diferencias en las expectativas de digitalización entre hombres y mujeres a cargo de iniciativas recientes (TEA). Sin embargo, en el caso de las iniciativas consolidadas, el porcentaje de mujeres que esperan utilizar sistemas de distribución *online* (29%) es ligeramente superior al de los hombres (25%).



Figura 71. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor

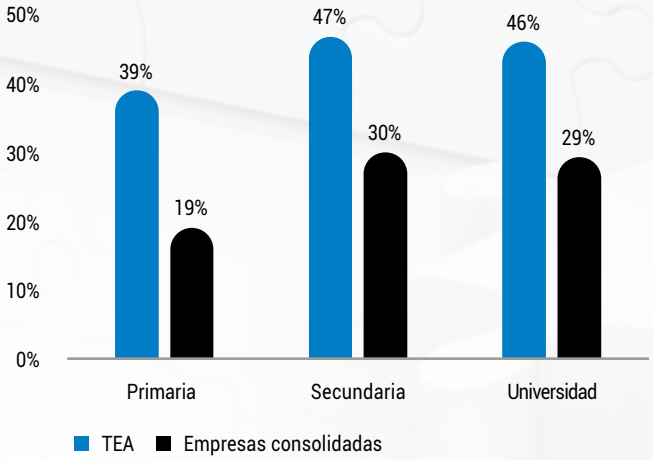
Fuente: GEM-España APS 2023



Las expectativas de adoptar tecnologías digitales son mayores entre los emprendedores con edades comprendidas entre 25 y 44 años, especialmente al inicio del proceso emprendedor. En el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, el porcentaje de aquellos que tienen expectativas de digitalizar sus iniciativas en el futuro va bajando a medida que aumenta su edad, salvo en el caso de los emprendedores más jóvenes, que apenas alcanza el 23%.

Figura 72. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor

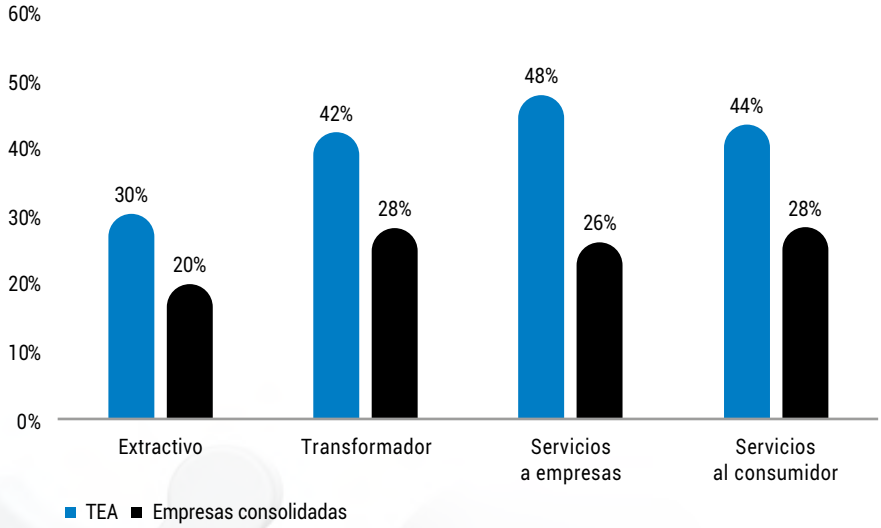
Fuente: GEM-España APS 2023



Las expectativas de adoptar tecnologías digitales también aumentan en función del nivel educativo de los emprendedores, especialmente entre los niveles de primaria y secundaria. Entre los emprendedores recientes (TEA), el porcentaje de los que esperan adoptar tecnologías digitales aumenta del 39% de los que tienen estudios primarios al 47% de los que cuentan con estudios de secundaria. En el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, el porcentaje casi se duplica, de un 19% de los emprendedores con estudios primarios al 30% de los emprendedores con nivel de secundaria. Estos porcentajes se mantienen entre los emprendedores de nivel universitario.

Figura 73. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras

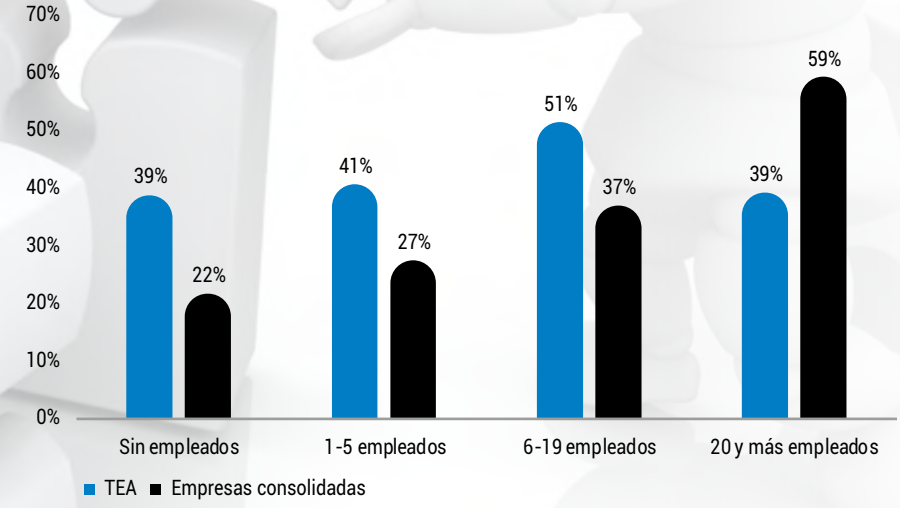
Fuente: GEM-España APS 2023



En 2023 las expectativas de adopción de tecnologías digitales son especialmente relevantes en las iniciativas emprendedoras de los sectores de servicios a empresas y al consumidor, seguidos del sector transformador. Casi la mitad de los emprendedores recientes (TEA) de estos sectores espera digitalizar la comercialización de sus productos en los próximos seis meses. En el caso de las iniciativas consolidadas, la mayor proporción de emprendedores con expectativas de digitalización de sus procesos de venta se encuentra en los sectores de servicios al consumidor y de transformación. Digitalización, nivel tecnológico e innovación son factores que diferencian las iniciativas emprendedoras entre sectores.

Figura 74. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del tamaño de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2023



El tamaño de las iniciativas emprendedoras condiciona su nivel tecnológico y su capacidad innovadora, pero también el nivel y las expectativas de digitalización. Uno de cada dos emprendedores a cargo de iniciativas recientes (TEA) con plantillas entre 6 y 19 empleados, y seis de cada diez emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas con 20 o más empleados esperan digitalizar la distribución de su negocio en los próximos seis meses.

Châpeau Wines



Nombre de los emprendedores: Álvaro Usarralde y Javier Usarralde.

Nombre del negocio: Châpeau Wines (https://chapeauwines.es/).

Ubicación del negocio: Alfaro (La Rioja).

Año de lanzamiento: 2015.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Elaboración del mejor vermouth de España, elaboración de vinos en DOCa Rioja, elaboración de vinos Grand Cru en Burdeos, distribución a nivel nacional, importación y celebración de eventos exclusivos.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Es una suma de muchas cosas, siempre en casa nos han enseñado unos valores y sobre todo la importancia de la cultura del esfuerzo, honestidad y ser buenas personas. Creo que nosotros aportamos la parte de valentía y de estar completamente seguros de que queríamos intentarlo.

¿Cómo surgió la idea?

Todo surge con los estudios de mi hermano Javier en la Universidad de Burdeos. En una clase práctica con el prestigioso Denis Dubourdieu, eligió la elaboración de vermouth, con viura 100% de Alfaro. Al probarlo, Denis expresó "Dios mío Españolito que bueno está esto" y prometimos que si elaborábamos vermouth algún día se llamaría *Mon Dieu!* Y así empezó todo, elaboración y comercialización de vermouth, apoyándonos en marcas realizadas en el mercado nacional, importando los mejores vinos de Burdeos, resto de Francia y otras partes del mundo y desde hace poco cumpliendo la culminación de un sueño elaborando nuestros vinos en Rioja y, sobre todo, en Burdeos.

¿En qué medida estáis percibiendo que el tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para vuestro negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

Es totalmente imprescindible, el área social, la medioambiental y la económica están totalmente ligadas e interactúan, y es totalmente vital en el mundo empresarial en el que vivimos entenderlo cuanto antes mejor. Nuevos proyectos, nuevas vías de financiación, colaboraciones que responden a la incursión en grandes proyectos tanto de visibilidad como económicos, se dan gracias a cuidar estas dos áreas que en teoría parece que no repercuten para nada en el área económica.

Por nuestra parte, en tema social tenemos nuestro vermouth *Mon Dieu!* Blanco solidario del cual donamos 2,5 € por botella a la AECC. Además, a nivel medioambiental, todo el plástico que utilizábamos para el traslado y llenado de nuestro vermouth se ha reciclado en elementos tales como bancos, vallas, encimeras… de madera plástica para nuestra zona exterior de *petit comité*. Además estamos inmersos en un proyecto de energía solar que verá la luz próximamente.

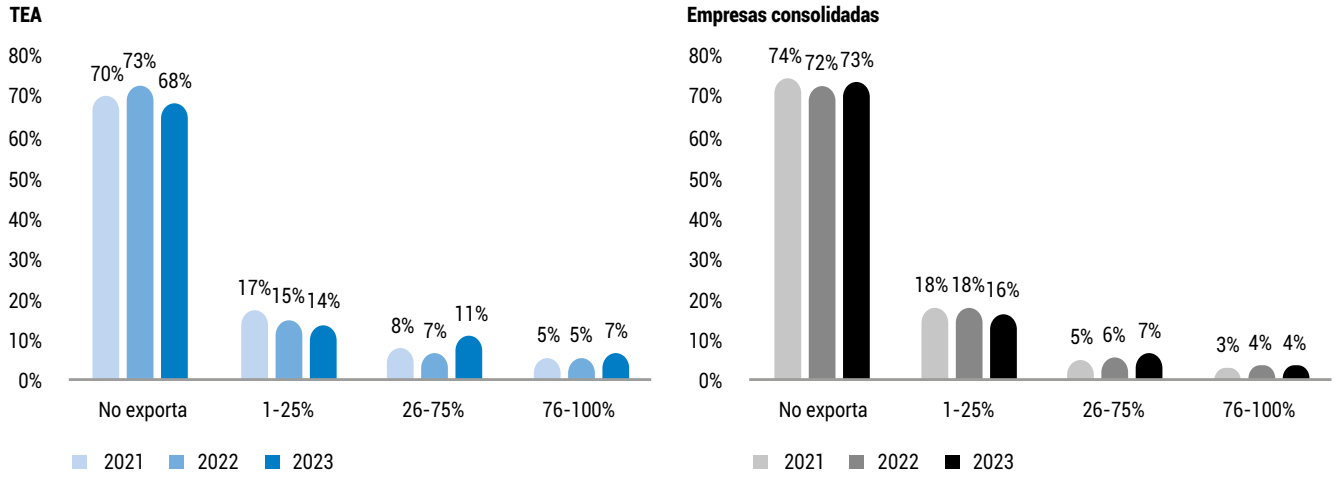
¿Qué retos os ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en vuestro negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las veis más relevantes?

La digitalización, además de ser un reto es totalmente necesario para que cualquier empresa avance, el control exhaustivo de cada proceso tanto de administración, producción, comercialización… se hace a día de hoy imprescindible. Como reto más importante está la reducción de costes, ya que todo este control nos lleva a optimizar cada uno de los procesos. En nuestro negocio los cambios que está provocando esta digitalización son principalmente la reducción de costes que explicaba anteriormente, así como la mayor penetración en el mercado y permitirnos llegar a mercados que hace muy poco tiempo nos parecía imposible llegar. El área de la empresa donde más lo estamos notando, además de la administrativa y organizativa, es en la comercial, ya que nos está permitiendo ser sumamente ágiles en los procesos de adaptación a los cambios de demanda, conocer perfiles de clientes y ver por dónde va el mercado para, en muchas ocasiones, sin perder nuestra esencia y filosofía, poder adaptarnos de la manera más personalizada a cada consumidor.

4.9. Orientación internacional

Figura 75. Evolución de la orientación internacional

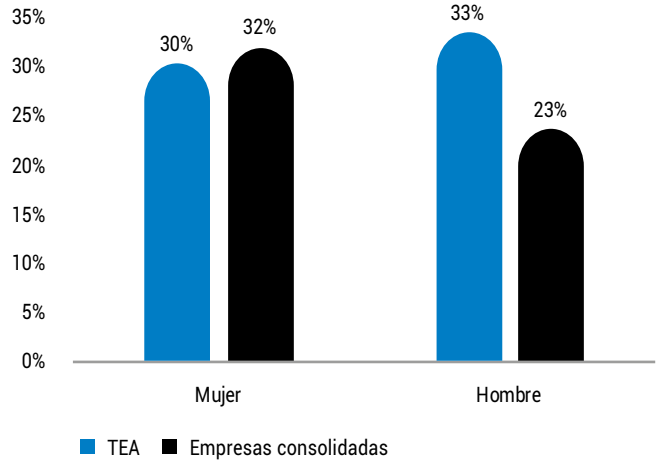
Fuente: GEM-España APS 2021-2023



Poco a poco aumenta la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras. Durante el año 2023 un 7% de las iniciativas recientes (TEA) puede calificarse de *born-global*, con un rango de exportaciones que supera el 75%, lo que supone un incremento de dos puntos respecto a años anteriores. Las iniciativas consolidadas van incrementando poco a poco su capacidad de internacionalización, y es previsible que en los próximos años aumenten su orientación hacia mercados externos como estrategia de crecimiento.

Figura 76. Orientación internacional en función del sexo del emprendedor

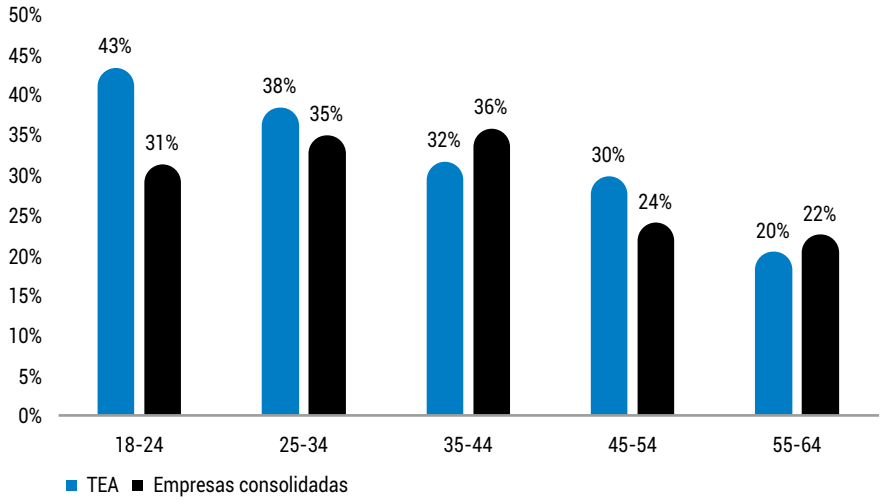
Fuente: GEM-España APS 2023



En 2023 un tercio de las iniciativas emprendedoras consolidadas con orientación internacional estuvieron lideradas por mujeres, mientras que en el caso de los hombres ese porcentaje fue del 23%. Sin embargo, en el caso de las iniciativas recientes (TEA) con orientación internacional, no hay apenas diferencias entre las iniciativas emprendedoras lideradas por hombres y mujeres.

Figura 77. Orientación internacional en función de la edad del emprendedor

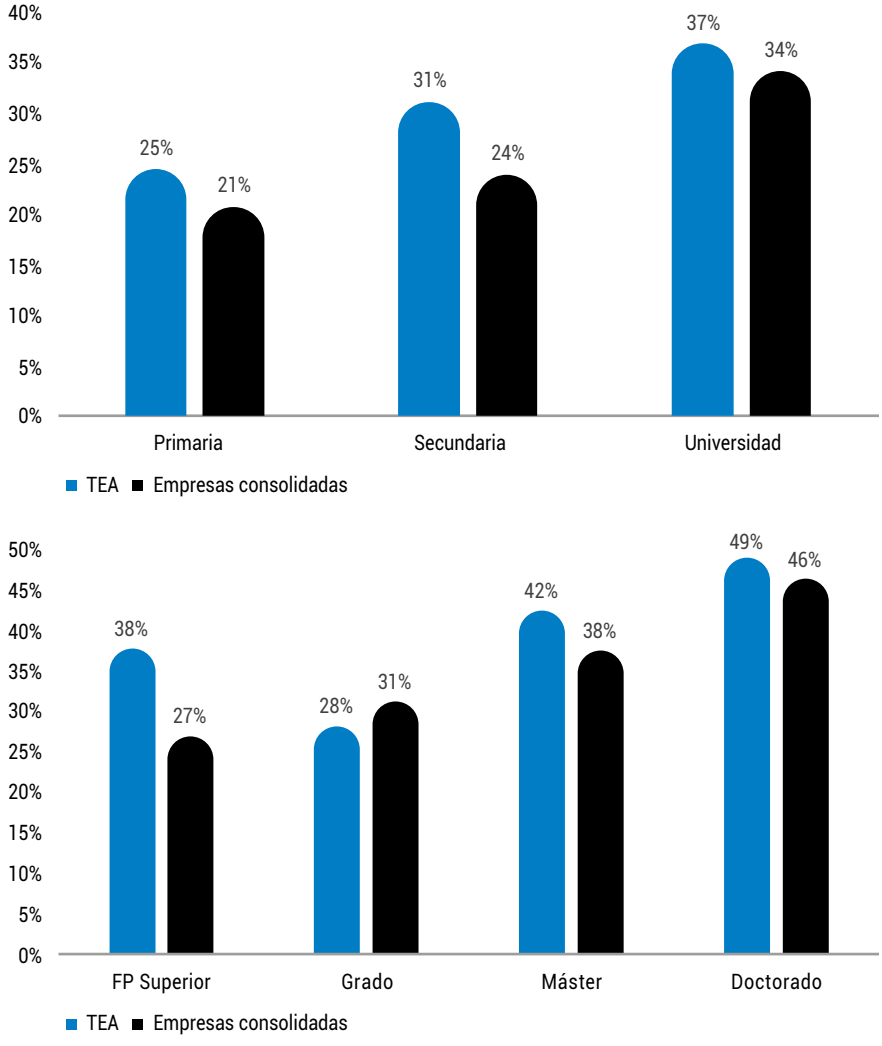
Fuente: GEM-España APS 2023



A diferencia de años anteriores, son los emprendedores más jóvenes los que lideran el proceso de internacionalización. Cuatro de cada diez emprendedores con edades comprendidas entre 18 y 24 años lideran iniciativas con orientación internacional. Este porcentaje disminuye gradualmente a medida que aumenta la edad de los emprendedores.

Figura 78. Orientación internacional en función del nivel educativo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023

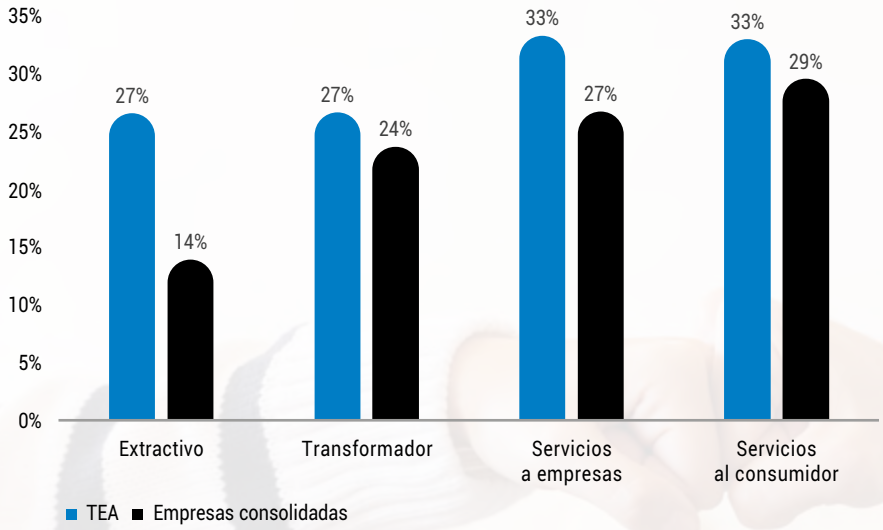


El nivel educativo condiciona no solo el carácter innovador de las iniciativas emprendedoras, sino también su orientación internacional. En 2023, el 37% de las iniciativas recientes (TEA) y el 34% de las consolidadas lideradas por emprendedores con nivel universitario presentaron algún nivel de exportación. Este porcentaje se ha ido incrementando en los últimos años, consolidando el perfil internacional de los emprendedores de mayor nivel educativo.

Entre las iniciativas lideradas por los emprendedores de mayor nivel educativo, una de cada dos iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores con un título de doctor se orientaron a mercados internacionales, así como el 46% de las iniciativas consolidadas. Estos porcentajes también son más elevados en el caso de iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores con un máster o un grado superior de formación profesional. Estos datos consolidan el papel cada vez más relevante de los estudios de posgrado a la hora de consolidar el perfil internacional del tejido emprendedor de este país.

Figura 79. Orientación internacional en función del sector

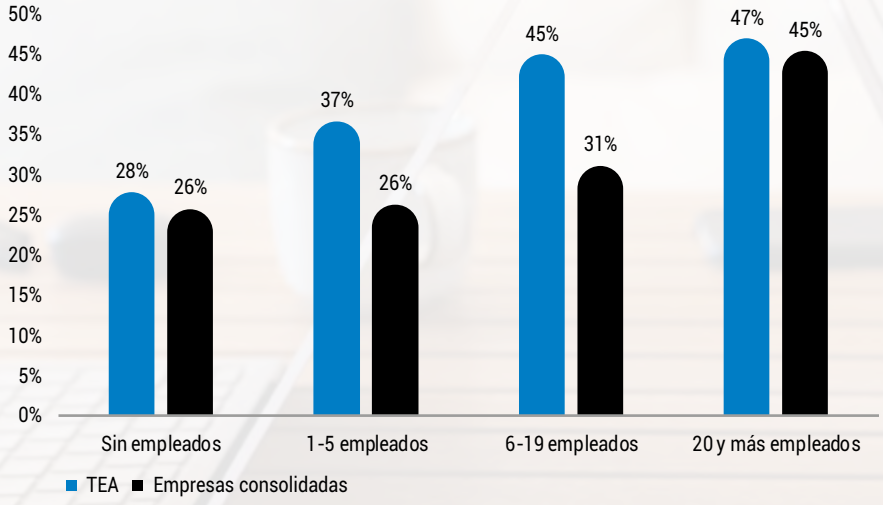
Fuente: GEM-España APS 2023



La orientación internacional de las iniciativas emprendedoras sigue siendo mayor en el sector servicios, tanto de servicios a empresas como al consumidor, que en el resto de sectores. Un tercio de las iniciativas que surgen en este ámbito se orientan a mercados exteriores. En 2023 aumentan las iniciativas recientes (TEA) con orientación internacional en el sector transformador y, sobre todo, en el sector extractivo.

Figura 80. Orientación internacional en función del tamaño

Fuente: GEM-España APS 2023

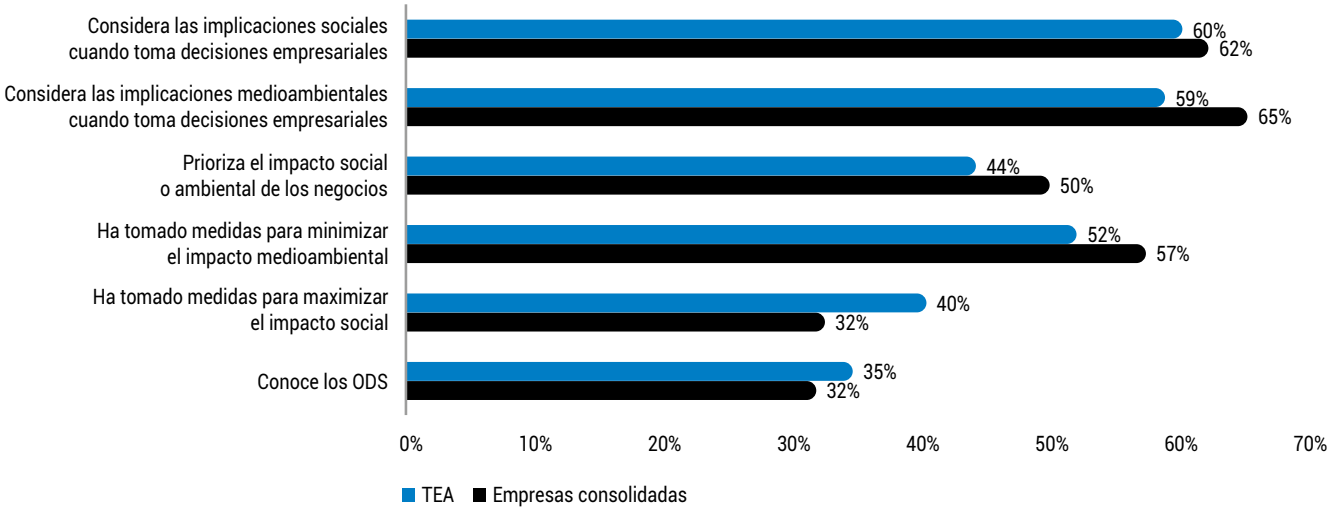


Al igual que en el caso de la innovación, el tamaño de las iniciativas emprendedoras condiciona su capacidad de internacionalización. En 2023 casi la mitad de las iniciativas recientes (TEA) y consolidadas con más de 20 empleados se orientaron a mercados internacionales. Al igual que ocurre en la capacidad de innovación, la orientación internacional se reduce en el caso de las iniciativas consolidadas de menor tamaño.

4.10. Orientación a la sostenibilidad

Figura 81. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2023

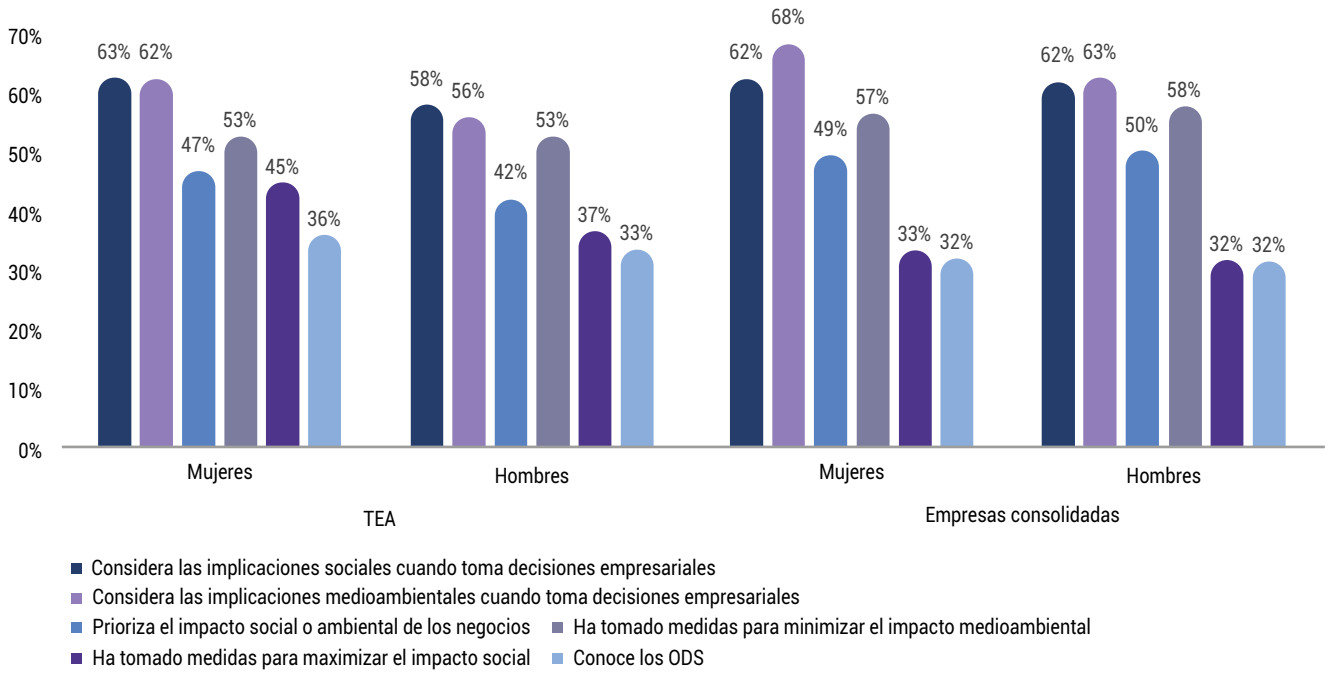


El conocimiento del impacto social y medioambiental de las decisiones empresariales condiciona cada vez más la estrategia y la práctica de las iniciativas emprendedoras. Son los emprendedores recientes (TEA) los que manifiestan en mayor medida conocer los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) establecidos en la Unión Europea, pero son los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas los que más consideran las implicaciones sociales y medioambientales en su estrategia empresarial e implantan medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental.



Figura 82. Orientación a la sostenibilidad en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2023

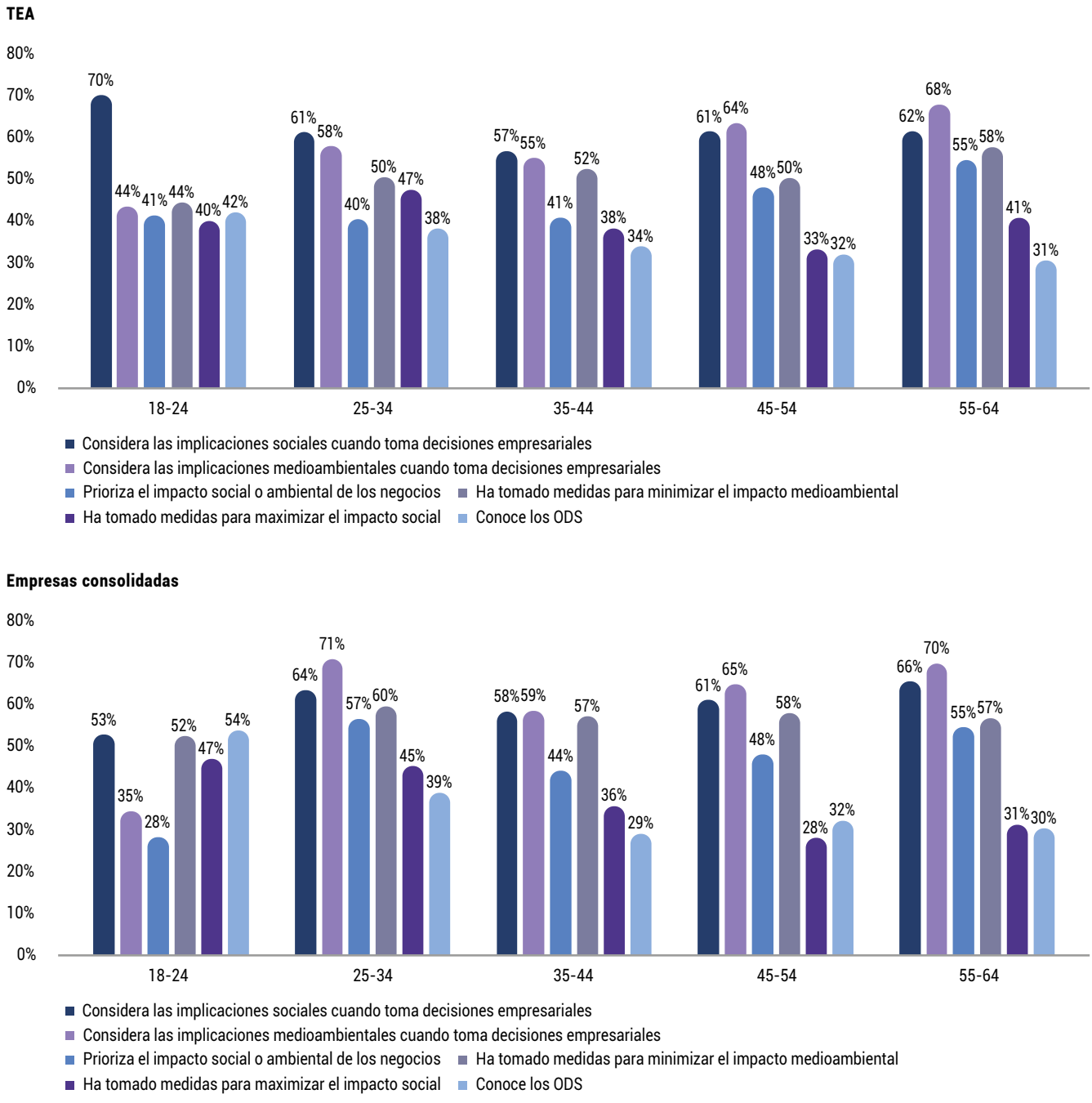


En 2023 aumenta la coherencia entre la orientación estratégica hacia la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras y su implantación efectiva a través de prácticas empresariales concretas de protección medioambiental, tanto entre los emprendedores recientes (TEA) como entre las iniciativas consolidadas. La estrategia y prácticas empresariales hacia la sostenibilidad no se diferencian en función del sexo de los emprendedores.



Figura 83. Orientación a la sostenibilidad en función de la edad

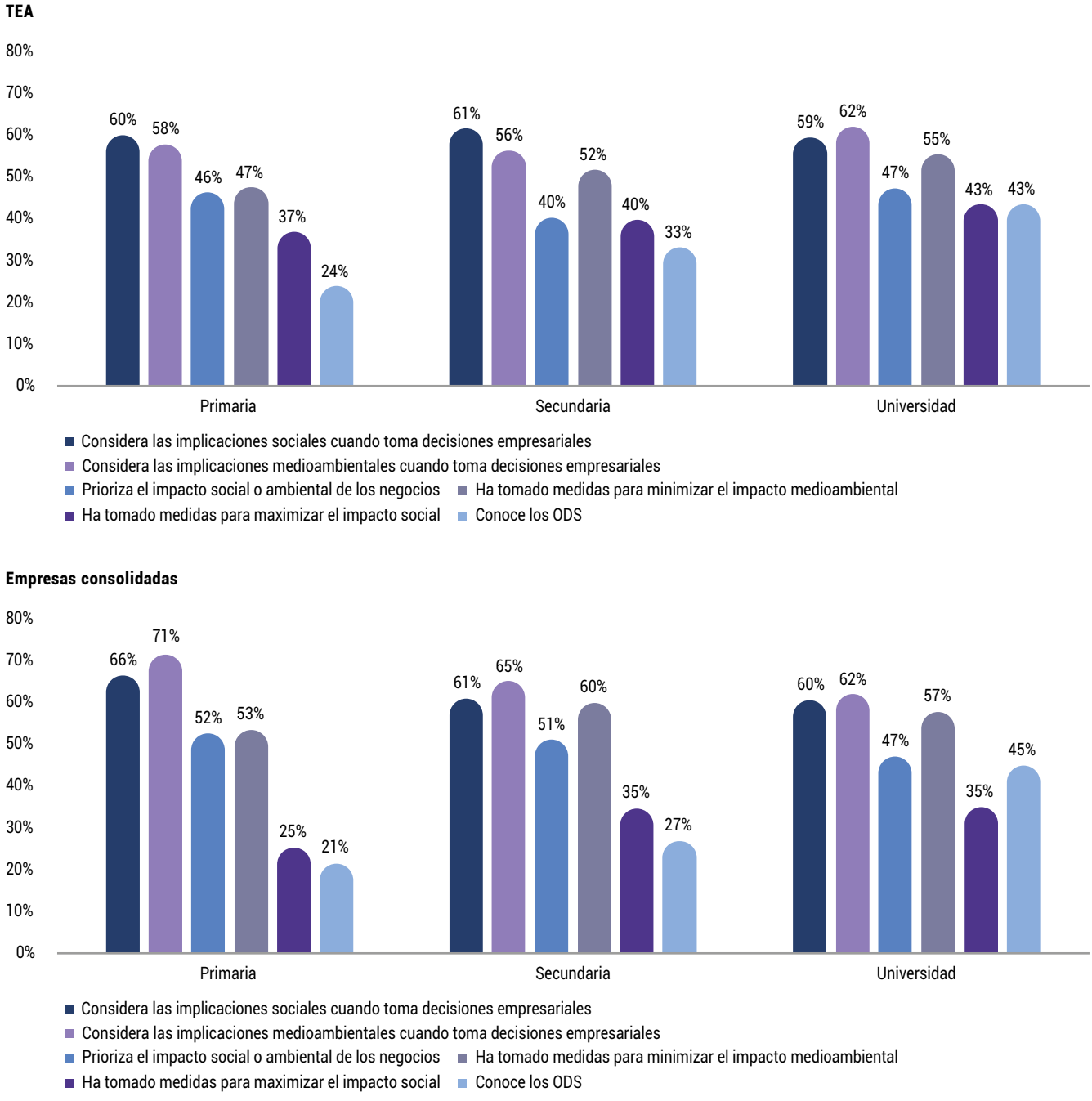
Fuente: GEM-España APS 2023



Siete de cada diez emprendedores recientes (TEA) con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años consideran las implicaciones sociales de sus decisiones empresariales. Sin embargo, este porcentaje se reduce a cuatro de cada diez entre los que afirman haber tomado medidas concretas. En el caso del impacto medioambiental, son los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas de edades comprendidas entre los 25 y los 34 años, siete de cada diez, los que consideran ese impacto en sus decisiones. Al igual que en caso del impacto social, este porcentaje se reduce a cuatro de cada diez entre los que han tomado medidas concretas.

Figura 84. Orientación a la sostenibilidad en función del nivel educativo

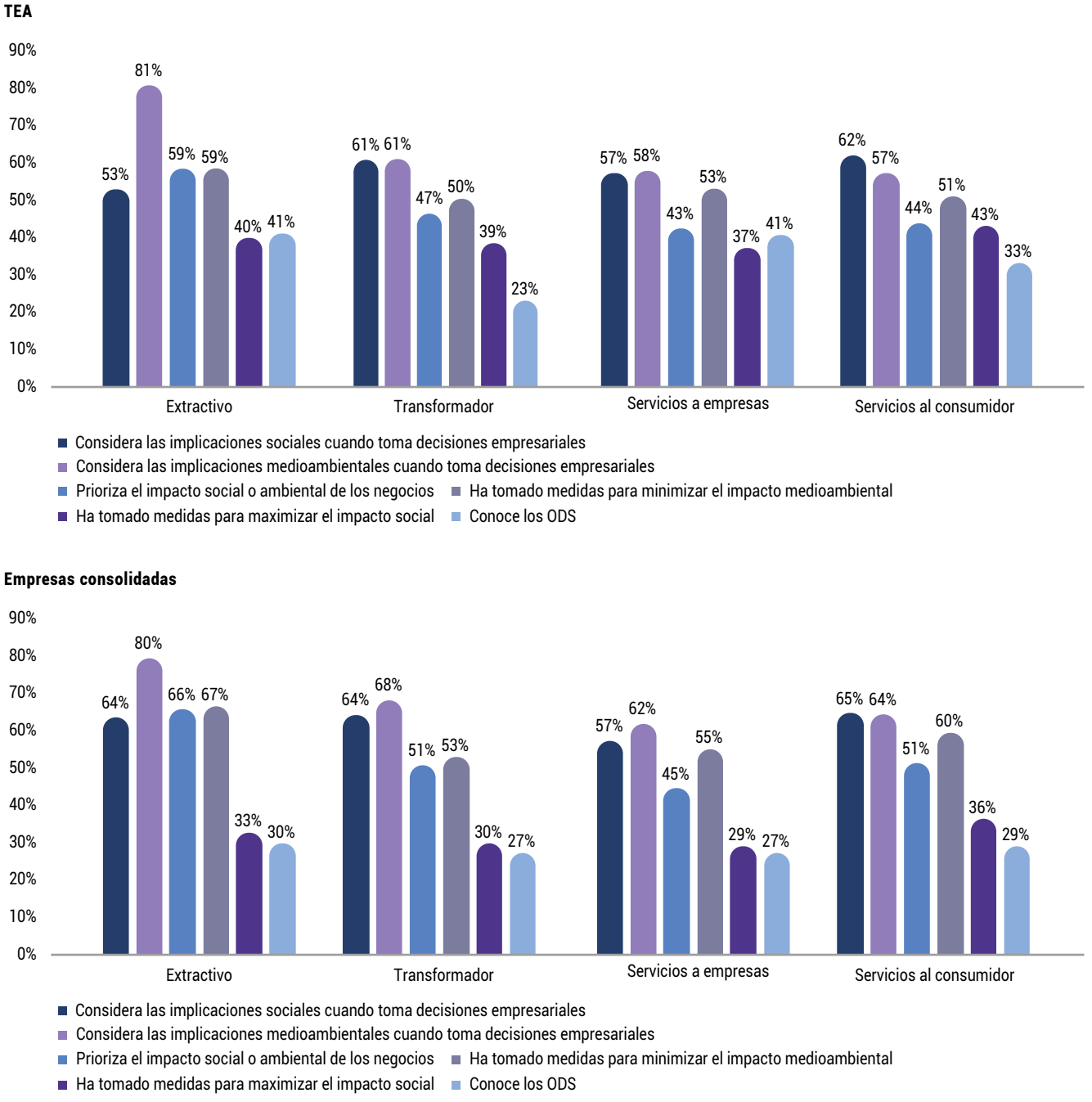
Fuente: GEM-España APS 2023



El nivel educativo no parece condicionar la orientación hacia la sostenibilidad en la toma de decisiones de los emprendedores. Sin embargo, sí los diferencia a la hora de tomar medidas para minimizar el impacto medioambiental y maximizar el impacto social. A medida que aumenta el nivel educativo de los emprendedores, aumenta la puesta en prácticas de medidas favorables a la sostenibilidad social y medioambiental de las iniciativas emprendedoras. En 2023 seis de cada diez iniciativas emprendedoras consolidadas tomaron medidas para minimizar el impacto medioambiental, y tres de cada siete iniciativas recientes tomaron medidas para maximizar el impacto social.

Figura 85. Orientación a la sostenibilidad en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2023



Los emprendedores a cargo de iniciativas del sector extractivo son los que más tienen en cuenta el impacto medioambiental de sus negocios, especialmente a la hora de implantar medidas concretas. Seis de cada diez emprendedores recientes (TEA) del sector extractivo han tomado medidas para minimizar el impacto medioambiental de su actividad, un porcentaje que se incrementa a siete de cada diez en el caso de las iniciativas consolidadas.



FSE+

Coworking EOI

Convocatoria abierta en los espacios de coworking de estas ciudades

LAS NUEVAS CONVOCATORIAS SE IRÁN PUBLICANDO AQUÍ

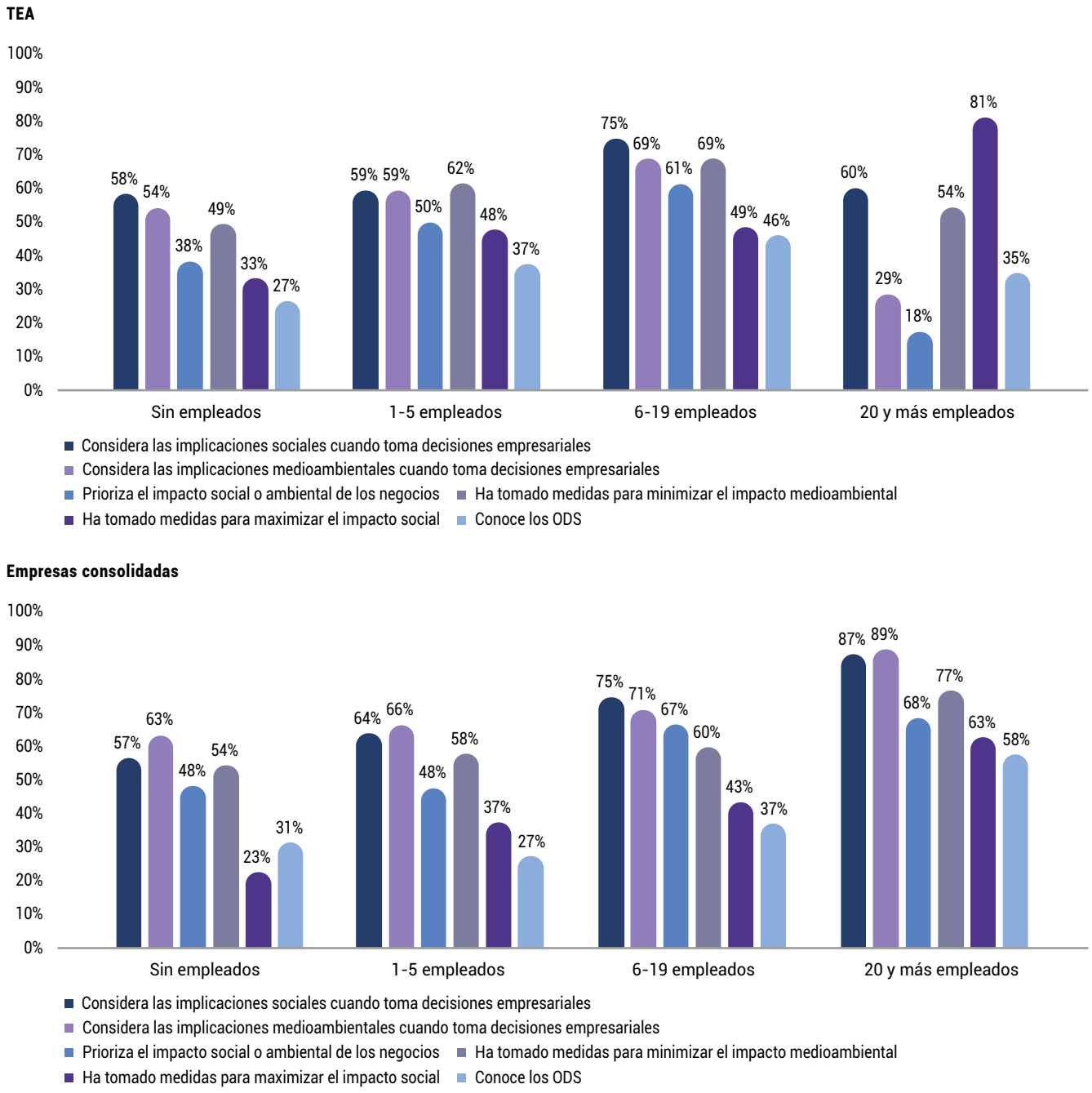
Cofinanciado por la Unión Europea

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO · EOI Escuela de organización industrial

Fondos Europeos

Figura 86. Orientación a la sostenibilidad en función del tamaño

Fuente: GEM-España APS 2023



El tamaño de las iniciativas emprendedoras también es un factor que condiciona su estrategia e implantación de medidas de impacto social y medioambiental, motivadas no solo por la orientación de los emprendedores hacia la sostenibilidad, sino también por la mayor exigencia del marco legal hacia las organizaciones que cuentan con un mayor número de empleados.

Como conclusión, durante el año 2023 el nivel educativo y la edad de los emprendedores, así como el tamaño de las iniciativas se consolidan como los factores que más influyen a la hora de diferenciar el perfil de las iniciativas emprendedoras en cuanto a su financiación, orientación tecnológica, digitalización, capacidad innovadora e internacionalización. Sin embargo, el lento crecimiento de las contrataciones y la falta de innovación y digitalización avanzada siguen siendo factores estructurales que limitan el emprendimiento de alto impacto económico y social.

ANEXO

Glosario

La tasa de emprendedores con iniciativas nacientes se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región, propietarios o copropietarios fundadores de iniciativas de nueva creación con una vida inferior a los 3 meses, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no exceda los 3 meses.

La tasa de emprendedores con iniciativas nuevas representa el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad, propietarios o copropietarios fundadores de aquellas empresas cuya actividad emprendedora haya supuesto el pago de salarios por un periodo entre 3 y 42 meses.

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

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

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

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

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

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

NECI (National Entrepreneurial Context Index): Índice del contexto de emprendimiento nacional.

La encuesta a expertos (NES) recoge las opiniones de personas relevantes del ámbito empresarial, político y académico sobre el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora. Proporciona información sobre las condiciones socioeconómicas que pueden tener un impacto significativo en la actividad emprendedora de un territorio.

Benchmarking*

Tabla 8. Posicionamiento de España a nivel internacional en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender

Fuente: GEM Global APS 2023

		Actitudes							
Grupo	Países	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Facilidad de iniciar un negocio	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
Grupo A	Canadá	63%	57%	55%	52%	64%	51%	78%	54%
	Francia	51%	50%	50%	61%	50%	96%	95%	94%
	Alemania	41%	42%	43%	37%	36%	70%	80%	77%
	Italia	34%	51%	52%	46%	18%	82%	90%	78%
	Luxemburgo	49%	50%	49%	46%	60%	57%	90%	70%
	Países Bajos	67%	46%	41%	60%	80%	67%	86%	83%
	Noruega	68%	55%	42%	49%	77%	79%	79%	81%
	Catar	69%	68%	40%	53%	62%	65%	52%	75%
	Arabia Saudí	93%	91%	58%	88%	92%	67%	64%	58%
	Eslovenia	50%	63%	47%	55%	63%	0%	0%	0%
	Corea del Sur	38%	55%	35%	38%	39%	57%	85%	69%
	Suecia	69%	47%	43%	52%	80%	0%	0%	0%
	Suiza	52%	45%	48%	54%	67%	67%	84%	78%
	Reino Unido	47%	53%	61%	53%	63%	61%	77%	79%
	Estados Unidos	54%	49%	48%	44%	56%	38%	75%	62%
	Media Grupo A	**56%**	**55%**	**47%**	**53%**	**61%**	**57%**	**69%**	**64%**
	Media UE	**49%**	**52%**	**49%**	**52%**	**50%**	**59%**	**67%**	**61%**
Grupo B	Chile	59%	76%	46%	73%	50%	71%	66%	69%
	Croacia	64%	74%	48%	72%	41%	77%	72%	69%
	Chipre	40%	61%	57%	67%	50%	63%	57%	67%
	Estonia	49%	47%	50%	44%	77%	44%	60%	51%
	Grecia	45%	54%	60%	33%	35%	44%	53%	46%
	Hungría	28%	38%	42%	51%	46%	56%	71%	62%
	Israel	47%	37%	52%	68%	16%	73%	70%	58%
	Letonia	43%	52%	42%	44%	33%	64%	66%	66%
	Lituania	61%	57%	38%	70%	42%	64%	87%	52%
	Omán	69%	73%	33%	60%	57%	54%	61%	58%
	Panamá	52%	77%	39%	49%	54%	79%	65%	73%

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

		Actitudes							
Grupo	Países	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Facilidad de iniciar un negocio	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
Grupo B	Polonia	74%	48%	56%	46%	83%	78%	84%	85%
	Puerto Rico	63%	71%	42%	68%	28%	68%	71%	72%
	Rumanía	56%	53%	59%	46%	36%	43%	63%	38%
	Eslovaquia	33%	51%	48%	60%	24%	72%	62%	80%
	España	31%	53%	49%	48%	30%	77%	80%	67%
	Uruguay	58%	70%	54%	60%	40%	64%	64%	67%
	Media Grupo B	**51%**	**58%**	**48%**	**56%**	**44%**	**64%**	**68%**	**64%**
Grupo C	Brasil	65%	66%	49%	71%	43%	0%	0%	0%
	China	69%	56%	66%	56%	31%	80%	90%	86%
	Colombia	60%	72%	38%	72%	46%	56%	53%	65%
	Ecuador	54%	75%	38%	66%	46%	57%	54%	63%
	Guatemala	72%	79%	42%	73%	48%	94%	80%	57%
	India	83%	82%	57%	57%	81%	88%	91%	86%
	Irán	27%	61%	45%	54%	14%	48%	86%	43%
	Jordania	48%	73%	54%	57%	37%	78%	86%	81%
	México	62%	69%	42%	55%	50%	83%	82%	80%
	Marruecos	71%	68%	34%	46%	51%	65%	64%	66%
	Sudáfrica	64%	69%	52%	39%	62%	78%	86%	84%
	Tailandia	79%	76%	48%	22%	78%	91%	90%	93%
	Venezuela	66%	84%	32%	62%	46%	0%	0%	0%
	Media Grupo C	**63%**	**72%**	**46%**	**56%**	**49%**	**63%**	**66%**	**62%**

Tabla 9. Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial. Comparación internacional

Fuente: GEM Global APS 2023

Grupo	Países	Emprendedor potencial	TEA	Empresas consolidadas	Cierres	Continua	Abandono empresarial
Grupo A	Canadá	24,1%	19,8%	7,8%	5,5%	4,7%	10,2%
	Francia	17,2%	10,8%	4,6%	2,3%	1,2%	3,6%
	Alemania	11,7%	7,7%	4,1%	1,4%	1,3%	2,7%
	Italia	14,0%	8,3%	7,8%	1,8%	0,8%	2,7%
	Luxemburgo	18,9%	9,7%	4,2%	3,1%	1,3%	4,4%
	Países Bajos	20,9%	13,7%	6,9%	4,5%	1,8%	6,3%
	Noruega	10,9%	6,9%	7,6%	2,0%	1,2%	3,2%
	Catar	46,8%	14,3%	4,4%	7,5%	2,1%	9,6%
	Arabia Saudí	41,8%	25,3%	13,6%	3,6%	4,8%	8,4%
	Eslovenia	18,0%	7,1%	8,8%	2,3%	1,2%	3,5%
	Corea del Sur	34,3%	10,2%	19,7%	1,9%	0,6%	2,5%
	Suecia	13,2%	9,3%	5,5%	3,3%	1,0%	4,3%
	Suiza	15,0%	10,3%	5,8%	2,1%	1,4%	3,5%
	Reino Unido	13,9%	11,8%	6,3%	2,3%	0,8%	3,2%
	Estados Unidos	17,9%	14,7%	6,7%	4,1%	2,3%	6,4%
	Media Grupo A	**21,2%**	**12,0%**	**7,6%**	**3,2%**	**1,8%**	**5,0%**
	Media UE	**15,6%**	**9,3%**	**7,6%**	**2,4%**	**1,1%**	**3,4%**
Grupo B	Chile	53,9%	31,1%	5,3%	7,6%	2,8%	10,4%
	Croacia	28,0%	13,2%	5,2%	2,6%	1,5%	4,1%
	Chipre	23,4%	11,0%	8,2%	1,9%	0,6%	2,5%
	Estonia	18,3%	13,1%	7,9%	3,1%	0,9%	4,0%
	Grecia	10,6%	6,7%	14,7%	1,7%	0,5%	2,1%
	Hungría	10,8%	9,9%	7,4%	3,1%	0,4%	3,5%
	Israel	18,5%	8,7%	3,5%	2,9%	0,7%	3,7%
	Letonia	24,4%	14,3%	10,7%	2,5%	1,2%	3,7%
	Lituania	12,0%	6,7%	14,6%	1,2%	1,7%	2,9%
	Omán	66,4%	10,6%	3,2%	10,6%	2,4%	13,0%
	Panamá	53,8%	31,3%	5,1%	7,0%	2,9%	9,9%
	Polonia	3,5%	2,6%	11,6%	2,5%	0,9%	3,4%
	Puerto Rico	37,2%	22,3%	6,0%	3,1%	1,5%	4,7%
	Rumanía	9,0%	5,9%	5,1%	1,3%	0,1%	1,4%
	Eslovaquia	15,4%	10,8%	4,0%	2,1%	1,0%	3,1%
	España	11,2%	6,8%	6,7%	2,2%	1,0%	3,2%
	Uruguay	43,8%	26,2%	7,3%	5,5%	2,4%	7,9%
	Media Grupo B	**25,9%**	**13,6%**	**7,4%**	**3,6%**	**1,3%**	**4,9%**

Grupo	Países	Emprendedor potencial	TEA	Empresas consolidadas	Cierres	Continua	Abandono empresarial
Grupo C	Brasil	49,6%	18,6%	11,9%	8,0%	3,5%	11,4%
	China	9,0%	6,8%	4,2%	2,6%	1,1%	3,7%
	Colombia	24,5%	23,6%	3,4%	3,3%	1,5%	4,8%
	Ecuador	55,8%	32,7%	24,0%	8,1%	1,7%	9,8%
	Guatemala	46,4%	32,4%	13,2%	6,0%	1,9%	8,0%
	India	23,7%	12,0%	12,4%	2,4%	2,0%	4,4%
	Irán	17,8%	9,8%	9,8%	4,5%	0,8%	5,2%
	Jordania	49,3%	15,7%	7,2%	8,4%	2,2%	10,6%
	México	33,2%	16,8%	3,2%	8,4%	3,2%	11,6%
	Marruecos	23,9%	6,3%	6,8%	4,7%	0,6%	5,2%
	Sudáfrica	14,6%	11,1%	5,9%	5,0%	2,2%	7,2%
	Tailandia	40,2%	23,6%	11,8%	4,1%	2,7%	6,8%
	Venezuela	56,1%	22,7%	4,5%	9,9%	1,7%	11,6%
	Media Grupo C	**34,2%**	**17,8%**	**9,1%**	**5,8%**	**1,9%**	**7,7%**

Tabla 10. Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico. Comparación internacional

Fuente: GEM Global APS 2023

		Distribución sectorial				Expectativas		Orientación innovadora
Grupo	Países	Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	Más de 19 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto
Grupo A	Canadá	2%	16%	30%	53%	4%	21%	6%
	Francia	3%	17%	33%	47%	1%	17%	9%
	Alemania	4%	9%	32%	55%	1%	24%	12%
	Italia	7%	13%	28%	51%	0%	10%	10%
	Luxemburgo	4%	13%	29%	54%	1%	40%	7%
	Países Bajos	3%	21%	24%	53%	1%	18%	7%
	Noruega	9%	17%	34%	40%	1%	15%	11%
	Catar	1%	21%	19%	59%	6%	12%	4%
	Arabia Saudí	0%	9%	4%	86%	3%	5%	0%
	Eslovenia	6%	19%	31%	44%	0%	26%	14%
	Corea del Sur	2%	25%	16%	57%	0%	2%	11%
	Suecia	7%	11%	31%	51%	1%	20%	7%
	Suiza	4%	12%	43%	41%	1%	19%	7%
	Reino Unido	1%	13%	28%	59%	1%	19%	5%
	Estados Unidos	4%	17%	17%	62%	3%	18%	6%
	Media Grupo A	**4%**	**15%**	**26%**	**54%**	**2%**	**18%**	**8%**
	Media UE	**5%**	**19%**	**28%**	**48%**	**1%**	**18%**	**8%**
Grupo B	Chile	3%	21%	16%	60%	3%	3%	7%
	Croacia	8%	22%	33%	36%	1%	24%	10%
	Chipre	6%	15%	25%	54%	1%	22%	7%
	Estonia	6%	27%	23%	44%	1%	30%	8%
	Grecia	6%	19%	23%	52%	1%	20%	8%
	Hungría	5%	28%	25%	41%	1%	9%	9%
	Israel	0%	8%	36%	56%	1%	14%	8%
	Letonia	4%	25%	22%	49%	2%	25%	11%
	Lituania	4%	22%	30%	44%	0%	5%	6%
	Omán	1%	29%	8%	62%	1%	5%	1%
	Panamá	6%	17%	11%	65%	2%	5%	4%
	Polonia	3%	21%	22%	54%	0%	2%	5%
	Puerto Rico	1%	19%	21%	59%	3%	10%	5%
	Rumanía	9%	26%	14%	51%	0%	7%	3%
	Eslovaquia	6%	25%	31%	38%	1%	10%	7%
	España	3%	15%	34%	48%	0%	18%	10%
	Uruguay	10%	25%	9%	57%	2%	3%	3%
	Media Grupo B	**5%**	**21%**	**23%**	**51%**	**1%**	**13%**	**7%**

		Distribución sectorial				Expectativas		Orientación innovadora
Grupo	Países	Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	Más de 19 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto
Grupo C	Brasil	4%	21%	17%	58%	3%	2%	6%
	China	3%	14%	9%	74%	1%	4%	2%
	Colombia	2%	15%	4%	79%	2%	2%	1%
	Ecuador	8%	14%	4%	75%	1%	1%	1%
	Guatemala	4%	13%	4%	79%	2%	1%	1%
	India	5%	18%	2%	75%	0%	1%	0%
	Irán	4%	24%	22%	49%	1%	2%	8%
	Jordania	3%	20%	7%	69%	1%	6%	1%
	México	0%	41%	8%	51%	2%	4%	2%
	Marruecos	7%	18%	4%	70%	0%	2%	2%
	Sudáfrica	1%	21%	4%	74%	2%	13%	0%
	Tailandia	6%	20%	4%	70%	3%	8%	2%
	Venezuela	5%	22%	4%	69%	1%	3%	2%
	Media Grupo C	**4%**	**20%**	**7%**	**69%**	**1%**	**4%**	**2%**



Informes elaborados en colaboración con YBS

Youth Business Spain #10AniversarioYBS

ybi Youth Business International

RED GEM ESPAÑA
OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO

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

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.)	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio, Directora Ejecutiva GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España) María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves y María Saiz Santos (Comité de Dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial
Andalucía	Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía	María Jesús Hernández Ortiz (Presidenta) María del Mar Fuentes Fuentes (Vicepresidenta) Alfonso M. Márquez García (Secretario) Francisco Liñán (Director Técnico) José Ruiz Navarro Carmen Cabello Medina Carmen Camelo Ordaz Carlos J. Cano Guillén Mercedes Pérez Millán José Manuel Sánchez Vázquez Nuria Toledano Garrido Rafael Ventura Fernández	Fundación Fulgencio Meseguer
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) Juan García García José Céspedes Lorente Miguel Pérez Valls	Universidad de Almería Diputación de Almería
Cádiz	Universidad de Cádiz	José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	Mercedes Pérez Millán (Coordinadora) Emilio Morales Fernández (Coordinador) Esteban Almirón Navarro Joaquín García-Tapial Arregui	Universidad Loyola Andalucía

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

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella César Llorente López	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Ana Isabel Lemes Hernández Lidia E. Santana Vega	Gobierno de Canarias – Consejería de Turismo y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna
Cantabria	Santander Financial Institute (SANFI)	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria) Carlos López Gutiérrez Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Sergio Sanfilippo Azofra Francisco Manuel Somohano Rodríguez	Catedra PYME Gobierno de Cantabria – Consejería de Industria, empleo, innovación y comercio EMCAN – Servicio Cántabro de Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte Nuez (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Garrigosa Joan Lluis Capelleras Segura Marc Fíguls Sierra Teresa Obis Artal	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Co-Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Co-Directora GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico GEM-Castilla-La Mancha) Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra M.ª Cristina Díaz García	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León INEA, Universidad Pontificia de Comillas	Daniel Alonso Martínez (Director GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos (Director Técnico GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez José Luis de Godos Díez Luis Gregorio Holguín Galarón Alberto Matellán Pinilla Félix Revilla Grande Carlos Ballesteros García Laura Sierra Moral	Universidad de León Universidad Pontificia de Comillas
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) María José González López (Directora Técnica GEM-Ceuta) José Aguado Romero Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Francisco Javier Blanco Encomienda	Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Miguel Angoitia Grijalba (Co-Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández (Co-Directora GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Rubén Mora Ruano Hermógenes del Real Álvarez Isidro de Pablo López	Universidad Autónoma de Madrid Impact Hub
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover M.ª José Alarcón García Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M.ª Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Aligrupo Seur
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Antonio Fernández Portillo (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Ricardo Hernández Mogollón (Asesor Senior) María Victoria Postigo Jiménez Alejandro Hernández Renner María Calzado Barbero Manuel Almodóvar González Nuria Ramos Vecino Adelaida Ramos Mariño Ángel Manuel Díaz Aunión	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Junta de Extremadura. Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital Diputación de Badajoz Cámara de Comercio de Cáceres Philip Morris Spain, S.L. Campón & Martínez-Pereda CC. NN. Almaraz-Trillo Tambo Supermercados Grupo Ros Multimedia

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia)[1] Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia)[1] Emilio Ruzo Sanmartín[1] Marta Portela Maseda[1] Jacobo Feás Vázquez[1] Lucía Rey Ares[1] Pilar Piñeiro García[1] María Bastida Domínguez[1] Nuria Calvo Babío[2] Ariadna Monje Amor[2] Esther Barros Campello[2] Alberto Vaquero García[3] Ernesto López-Valeiras Sampedro[3] Xavier Martínez Cobas[3] Yago Atrio Lema[1] Guillermo Andrés Zapata Huamaní[4]	Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Secretaría Xeral de Universidades. Xunta de Galicia [1] Universidade de Santiago de Compostela [2] Universidade da Coruña [3] Universidade de Vigo [4] Universidad del Pacífico (Perú)
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico GEM-Rioja) Lara Mata Martínez José Eduardo Rodríguez Oses Sergio Rodríguez-Garnica Ana Milena Silva Valencia Dolores Alicia Queiruga Dios	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) UNIR – La Universidad en Internet CaixaBank-Day ONE – Premios Emprende XXI Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA – GRUPO OJA JIG Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Jenny María Ruiz Jiménez Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín Matilde Ruiz Arroyo Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus	Universidad de Granada
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Economía, Hacienda y Administración Digital Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) Cristina Bayona Saez Lucía Garcés Galdeano Paula Anzola Román María Blanca Palacios Navarro	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra – CEIN
	CEIN	Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano	
	Universidad de La Rioja	Raquel Orcos Sánchez	
	University of Southern Denmark (SDU)	Víctor Martín Sánchez	
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento		Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipuzkoa Diputación Foral de Araba FESIDE
	Universidad del País Vasco UPV/EHU	María Saiz-Santos (Directora GEM-País Vasco) Jon Hoyos Iruarrizaga Rebeca Martín Diez Zaira Vicente Adame	
	Deusto Business School	José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Iñaki Peña Legazkue Alaitz Zabala Zarauz Valery Chistov	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González Eguia Aimar Basañez Zulueta	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano Pulido	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó Santacreu (Director gerente) Joaquín Vallés Lorente (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España – RED GEM España

Índice de tablas

Tabla 1. Motivaciones en función del sexo 57

Tabla 2. Tasa de emprendimiento por nivel educativo 58

Tabla 3. Distribución de las tasas de emprendimiento en función de la educación y el sexo de los emprendedores 58

Tabla 4. Nivel de formación específica para emprender en función del sexo 59

Tabla 5. Conocimiento financiero y nivel educativo 69

Tabla 6. Distribución de las iniciativas recientes (TEA) por sector de actividad en función del sexo del emprendedor 70

Tabla 7. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor 72

Tabla 8. Posicionamiento de España a nivel internacional en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender 112

Tabla 9. Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial. Comparación internacional 114

Tabla 10. Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico. Comparación internacional 116

Índice de figuras

Figura 1. Marco teórico GEM revisado 13

Figura 2. Ficha de estudio de la encuesta APS 15

Figura 3. Percepción sobre valores y actitudes para emprender 26

Figura 4. Percepción sobre oportunidades para emprender 28

Figura 5. Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo 28

Figura 6. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender 29

Figura 7. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España *versus* CC. AA. 31

Figura 8. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España *versus* UE27 32

Figura 9. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 33

Figura 10. Factores impulsores del emprendimiento según los expertos 34

Figura 11. Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor 34

Figura 12. Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC. AA. 36

Figura 13. Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta 39

Figura 14. Proceso emprendedor 43

Figura 15. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo 44

Figura 16. Abandono de la actividad empresarial en España 45

Figura 17. Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor 46

Figura 18. Evolución del índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2005-2023 46

Figura 19. Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas) 47

Figura 20. Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC. AA. 48

Figura 21. Motivaciones emprendedoras 52

Figura 22. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2022 y 2023 53

Figura 23. Evolución del índice TEA por tramos de edad intermedios 54

Figura 24. Evolución del índice TEA por tramos de edad extremos 55
Figura 25. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo 57
Figura 26. Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa..... 59
Figura 27. Distribución de la tasa de emprendimiento en función de la procedencia 60
Figura 28. Distribución de emprendedores por edad y procedencia..... 60
Figura 29. Distribución de emprendedores por sexo y procedencia 61
Figura 30. Distribución de emprendedores por nivel educativo y procedencia..... 61
Figura 31. Distribución de la tasa de emprendimiento en función del emprendimiento rural o urbano .. 63
Figura 32. Distribución de las personas emprendedoras por edad y emprendimiento rural o urbano... 63
Figura 33. Distribución de las personas emprendedoras por sexo y emprendimiento rural o urbano ... 64
Figura 34. Nivel de formación en función del emprendimiento rural o urbano 64
Figura 35. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2023..... 65
Figura 36. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en España 66
Figura 37. Diferencias de capital semilla entre hombres y mujeres..... 68
Figura 38. Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en España 68
Figura 39. Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor 69
Figura 40. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad 70
Figura 41. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados..... 72
Figura 42. Características del empleo creado en los últimos 12 meses 73
Figura 43. Evolución de las contrataciones laborales..... 75
Figura 44. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras 76
Figura 45. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor 76
Figura 46. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sector..... 77
Figura 47. Expectativas de creación de empleo a 5 años vista 79
Figura 48. Expectativas de creación de empleo en función del sexo..... 79
Figura 49. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras..... 80
Figura 50. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor 80

Figura 51. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función de la edad del emprendedor 82

Figura 52. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del nivel educativo del emprendedor 82

Figura 53. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del sector 83

Figura 54. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en función del tamaño 83

Figura 55. Evolución de la innovación en producto y en proceso 84

Figura 56. Innovación en producto y en proceso en función del sexo del emprendedor 84

Figura 57. Innovación en producto y en proceso en función de la edad del emprendedor 85

Figura 58. Innovación en producto y en proceso en función del nivel educativo del emprendedor 87

Figura 59. Innovación en producto y en proceso en función del sector de actividad 88

Figura 60. Innovación en producto y en proceso en función del tamaño 88

Figura 61. Adopción de tecnologías digitales 89

Figura 62. Barreras a la digitalización 90

Figura 63. Nivel de digitalización 90

Figura 64. Nivel de digitalización en función del sexo del emprendedor 91

Figura 65. Nivel de digitalización en función de la edad del emprendedor 92

Figura 66. Nivel de digitalización en función del nivel educativo del emprendedor 94

Figura 67. Nivel de digitalización en función del sector 95

Figura 68. Nivel de digitalización en función del tamaño 96

Figura 69. Evolución de las expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor 97

Figura 70. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sexo del emprendedor 97

Figura 71. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor 98

Figura 72. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor 98

Figura 73. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras 99

Figura 74. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del tamaño de las iniciativas emprendedoras 99

Figura 75. Evolución de la orientación internacional 101
Figura 76. Orientación internacional en función del sexo del emprendedor 101
Figura 77. Orientación internacional en función de la edad del emprendedor 102
Figura 78. Orientación internacional en función del nivel educativo del emprendedor 102
Figura 79. Orientación internacional en función del sector 103
Figura 80. Orientación internacional en función del tamaño 103
Figura 81. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras 104
Figura 82. Orientación a la sostenibilidad en función del sexo 105
Figura 83. Orientación a la sostenibilidad en función de la edad 106
Figura 84. Orientación a la sostenibilidad en función del nivel educativo 107
Figura 85. Orientación a la sostenibilidad en función del sector 108
Figura 86. Orientación a la sostenibilidad en función del tamaño 110

Ediciones
Universidad
Cantabria

Mayo, 2024

Notas

EQUIPO GEM ESPAÑA 2023

GEM España

RED GEM ESPAÑA
OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO

GEM

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO · e emisa

GEM Andalucía

Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía

FUNDACIÓN FULGENCIO MESEGUER

GEM Almería

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

GEM Cádiz

UCA Universidad de Cádiz

CdE Universidad de Cádiz · Cátedra de Emprendedores

IEDT Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico

GEM Córdoba

Universidad LOYOLA

GEM Granada

UNIVERSIDAD DE GRANADA

GEM Huelva

CÁTEDRA DE LA PROVINCIA

DIPUTACIÓN DE HUELVA

Universidad de Huelva

GEM Jaén

UNIVERSIDAD DE JAÉN

DIPUTACIÓN DE JAÉN

CÁTEDRA UNIVERSITARIA DE EMPRENDIMIENTO FULGENCIO MESEGUER

GEM Málaga

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Ayuntamiento de Málaga

PROMÁLAGA

Cátedra de Emprendimiento Sostenible

GEM Sevilla

UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE SEVILLA

INN LAB INNOVACIÓN, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESA FAMILIAR

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

DIPUTACIÓN DE SEVILLA

PRODETUR

GEM Aragón

FUNDACIÓN ARAGÓN EMPRENDE

Cátedra EMPRENDER Universidad Zaragoza

GOBIERNO DE ARAGON
Departamento de Economía, Empleo e Industria

GEM Asturias

CAJA RURAL DE ASTURIAS

Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

GEM Baleares

GOIB CONSELLERIA D'EMPRESA, OCUPACIÓ I ENERGIA · DIRECCIÓ GENERAL EMPRESA, AUTÒNOMS I COMERÇ

GEM Canarias

Gobierno de Canarias
Consejería de Turismo y Empleo

ULPGC Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Universidad de La Laguna

GEM Cantabria

SANFI SANTANDER FINANCIAL INSTITUTE · Fundación UCEIF

UC Universidad de Cantabria · Cátedra PYME

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL · Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia · SEPE

GOBIERNO de CANTABRIA · CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, EMPLEO, INNOVACIÓN Y COMERCIO

AÑO JUBILAR LEBANIEGO 2023·2024

emcan SERVICIO CÁNTABRO DE EMPLEO

Red COE
Centros de Orientación, Emprendimiento, Acompañamiento e Innovación para el Empleo

CANTABRIA NEXT GEN

GEM Castilla-La Mancha

UCLM

Castilla-La Mancha

FUNDACIÓN Globalcaja

GEM Castilla y León

universidad de León

competitividad empresarial ice · Junta de Castilla y León

CÁTEDRA DE IMPACTO SOCIAL · COMILLAS ICADE

inea ESCUELA UNIVERSITARIA DE INGENIERÍA AGRÍCOLA

GEM Catalunya

UAB Universitat Autònoma de Barcelona

Diputació Barcelona · Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç

iermB INSTITUT D'ESTUDIS REGIONALS I METROPOLITANS DE BARCELONA

catalunya emprèn

Generalitat de Catalunya

GEM Ceuta

UNIVERSIDAD DE GRANADA

procesa

GEM Comunidad Valenciana







GEM Extremadura





















GEM Galicia







GEM La Rioja

















GEM Comunidad de Madrid







GEM Melilla



GEM Murcia





















GEM Navarra





GEM País Vasco

INFORME GEM ESPAÑA 2023 - 2024

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

red.gem.spain @GEM_es gem-espana

#informeGEM

Ediciones Universidad Cantabria