

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME GEM ESPAÑA
2020 - 2021



Con el apoyo de:



Colaboran:





Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM España 2020-2021

Observatorio del Emprendimiento de España

RED Española de Equipos Regionales GEM

Presidenta: ANA FERNÁNDEZ-LAVIADA

Dirección Técnica: ISABEL NEIRA, YAGO ATRIO Y MARIBEL GUERRERO

Autores del Informe: ISABEL NEIRA, MARIBEL GUERRERO, NURIA CALVO
Y MARÍA DEL MAR FUENTES

Autores colaboradores de capítulos monográficos (orden alfabético):
ANA FERNÁNDEZ-LAVIADA, MARIBEL GUERRERO, MARCELO LEPORATI, ISABEL NEIRA
Y ALFONSO JESÚS TORRES

[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.: Asociación RED GEM España.

Descripción basada en: 2014.

ISSN 1695-9302 = Global Entrepreneurship Monitor. España

1. Empresas nuevas – España. I. Asociación RED GEM España. IV. Glob. Entrep.
Monit. Esp.

347.72.02(460)

658.016.1(460)

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

Citar:

Observatorio del Emprendimiento de España (2021): Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2020-2021. Ed. Universidad de Cantabria.

© Observatorio del Emprendimiento de España (Asociación Red GEM España)

© Los autores del informe: Isabel Neira (Universidade de Santiago de Compostela), Maribel Guerrero (iNCITE Northumbria University, Universidad del Desarrollo, CIRCLE Lund University), Nuria Calvo (Universidade da Coruña) y María del Mar Fuentes (Universidad de Granada)

Los autores colaboradores de capítulos monográficos: Ana Fernández-Laviada (Universidad de Cantabria), Maribel Guerrero (iNCITE Northumbria University, Universidad del Desarrollo, CIRCLE Lund University), Marcelo Leporati (EAE Business School), Isabel Neira (Universidade de Santiago de Compostela) y Alfonso Jesús Torres (EAE Business School)

© Editorial de la Universidad de Cantabria

www.editorial.unican.es

ISSN: 1695-9302

D.L.: SA 306-2021

DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2021.022>

Impreso en España – *Printed in Spain*

Imprime | digitalización: DOSGRAPHIC, S. L. | Manuel Ángel Ortiz Velasco [emeaov]

Sumario

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2020-2021	9
En memoria del profesor Mariano Nieto Antolín	15

Presentación

Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España	19
Presidente de ENISA. Director General de Industria y de la PYME / Consejero delegado de ENISA	21

Introducción

Introducción	25
El proyecto GEM (<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>)	25
Metodología	28
Balanced Scorecard	28
Resumen Ejecutivo – Infografía	31
Executive Summary	35

Parte 1. Sinopsis del fenómeno emprendedor en España

Capítulo 1. Fenómeno emprendedor	39
1.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población española de 18-64 años	39
1.1.1. La percepción de la población española sobre sus valores y aptitudes para emprender ..	39
1.1.2. Percepción de la población española sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento	42
1.1.3. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las percepciones, valores y aptitudes para emprender	44
1.2. Actividad emprendedora y sus características	55
1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor	55

1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	57
1.2.3. Motivación de las personas involucradas en el proceso emprendedor	60
1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor	62
1.2.5. Financiación del proceso emprendedor	70
1.2.6. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas de la actividad emprendedora	73
1.3. Aspiraciones de la actividad emprendedora	77
1.3.1. Aspectos generales del negocio	80
1.3.2. Expectativas de crecimiento	83
1.3.3. Orientación innovadora	84
1.3.4. Orientación internacional	84
1.3.5. Características de las iniciativas en función del sexo	86
1.3.6. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas de las aspiraciones de la actividad emprendedora	89
1.4. Actividad emprendedora en organizaciones existentes	92
1.5. Referencias	97
Anexo 1.1. Glosario	98
Anexo 1.2. Ficha técnica del estudio: Encuesta APS	99
Capítulo 2. El entorno emprendedor	101
2.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en España	102
2.2. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en España ..	102
2.3. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender	106
2.4. Referencias	110

Parte 2. Temas monográficos

Capítulo 3. El impacto de la Covid-19 en la actividad emprendedora en España	115
3.1. Introducción	115
3.2. Percepciones de la población adulta de 18-64 años sobre los efectos de la Covid-19	116
3.3. Percepción del colectivo emprendedor sobre el efecto de la Covid-19 en la actividad emprendedora	119
3.4. Indicios del impacto de la Covid-19 en la actividad emprendedora en España	121
3.5. Percepción de los expertos españoles sobre el ecosistema emprendedor en la Covid-19	125
3.6. Reflexiones	126

Capítulo 4. Emprendimiento Senior en España (2015-2019)	129
4.1. Introducción	129
4.2. Intención emprendedora y tasa de actividad emprendedora senior en España. Evolución 2015-2019	131
4.2.1. Intención emprendedora por grupos de edad y su evolución	132
4.2.2. Tasa de Actividad Emprendedora por grupos de edad y su evolución	134
4.2.3. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad en función de su motivación y su evolución	135
4.3. La actividad emprendedora senior naciente y consolidada en España. Evolución 2015-2019	138
4.3.1. Emprendedores senior en fase inicial y consolidada en España en función de la edad	138
4.3.2. Personas emprendedoras senior en fase inicial y con empresa consolidada en España en función del sexo	138
4.3.3. Personas emprendedoras senior en fase inicial y con empresa consolidada en España por número de empleos creados	142
4.3.4. Personas emprendedoras senior en fase inicial y con empresa consolidada en España por sector de actividad	142
4.3.5. Emprendedores senior en fase inicial y consolidada en España según el grado de uso de la tecnología	142
4.3.6. Emprendedores senior en la fase inicial y consolidada en España según la orientación a la internacionalización	144
4.4. Factores que influyen en el emprendimiento senior en España	144
4.4.1. Factores sociodemográficos: educación, ocupación y nivel de ingresos	144
4.4.2. Percepciones y actitudes emprendedoras: modelos de referencia, percepción de oportunidades, percepción de conocimientos y habilidades, miedo al fracaso	146
4.4.3. Percepción sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento: emprendimiento como opción profesional, estatus social, difusión de noticias sobre emprendedores	146
4.4.4. Otros aspectos de interés sobre el emprendimiento senior: relación con los inversores informales y cese de la actividad emprendedora	146
4.5. Conclusiones y recomendaciones	150
4.6. Referencias bibliográficas	153
Listado de temas monográficos estudiados en Informes GEM España	155
Índice de tablas	159
Índice de figuras	161
Índice de gráficos	163

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2020-2021

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

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) Elia García Martí José García Vico Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona	Universidad de Jaén
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra Emprendimiento Promalaga
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Aida del Cubo Antonio Carmona Lavado Inmaculada Jaén Figueroa Ana Pérez Luño Elena Sousa José Fernández Serrano	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón) Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Co-Director GEM-Asturias) Manuel González Díaz (Co-Director GEM-Asturias) Begoña Cueto Iglesias María Mitre Aranda Virginia Barba Sánchez Matías Mayor Fernández	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell M. Vanessa Díaz Moriana Marco Antonio Robledo Camacho	Institut de Innovació Empresarial- Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovació Social. Universitat de les Illes Balears

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida	Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
	Universidad de La Laguna	Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera	Universidad de La Laguna
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria) Andrea Pérez Ruiz Carlos López Gutiérrez Estefanía Palazuelos Cobo Javier Montoya del Corte Lidia Sánchez Ruiz Elsa Díez Busto	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Industria, Turismo, Innovación, Transporte y Comercio Santander Universidades
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Joan Lluís Capelleras	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç
	Universitat Autònoma de Barcelona	Marc Fíguls Teresa Obis	Generalitat de Catalunya Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M. ^a Ruiz Palomo	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	Mariano Nieto Antolín (Co-Director GEM-Castilla y León) (†) Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos Daniel Alonso Martínez José Luis de Godos Díez	Universidad de León
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Ariza (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) Iván Soto San Andrés (Deusto Business School Madrid) Adriana Pérez Encinas Miguel Angoitia Grijalba Yolanda Bueno Hernández	Fundación para el Conocimiento Madri+d Comunidad de Madrid Universidad Autónoma de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover M. ^a José Alarcón García M. ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M. ^a Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Generalitat Valenciana. Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo Air Nostrum Aligrupo Catral Garden Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Escuela de Empresarios (EDEM) Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura)	Universidad de Extremadura
		M.ª de la Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura)	Junta de Extremadura
		Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos)	Sodiex
		J. Carlos Díaz Casero	Avante Extremadura
		Manuel Almodóvar González	CC. NN. Almaraz-Trillo
		María Calzado Barbero	Philip Morris Spain, S.L.
		Nuria Ramos Vecino	Grupo Ros Multimedia
		Roberto Alejandro Hernández Renner	Diputación de Badajoz
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia)	Universidade de Santiago de Compostela (USC)
		Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia)	
		Sara Fernández López	
		Emilio Ruzo Sanmartín	
		David Rodeiro Pazos	
		Marta Portela Maseda	
		Jacobo Feás Vázquez	
		Nuria Calvo Babío	
		Lucía Rey Ares	
		Alberto Vaquero García	
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Pilar Piñeiro García	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
		Guillermo Andrés Zapata Huamaní	
		Yago Atrio Lema	
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Norberto Penedo Rey	Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia)
		Fany Suárez Mansilla	
		Enrique Gómez Fernández	
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja)	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja)
		Juan Manuel Domínguez Ortega (Coordinador Técnico GEM-Rioja)	Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)
		Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja)	Iberaval Sociedad de Garantía Recíproca
		Andrés Morales	Ricari Desarrollo de Inversiones
		José Eduardo Rodríguez Osés	Riojanas
		Lara Mata	Grupo OJA
			JIG Digital
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla)	Universidad de Granada
		Ana María Bojica	
		Jenny María Ruiz Jiménez	
		Matilde Ruiz Arroyo	
		Rocío Llamas Sánchez	

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Co-Directora GEM-Murcia) Antonio Aragón Sánchez (Co-Director GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín Joaquín Longinos Marín Rives José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Nuria Nevers Esteban Lloret	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE
	Universidad de La Rioja	Raquel Orcos Sánchez	Gobierno de Navarra – CEIN
	King's College London (UK)	Víctor Martín Sánchez	
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU		Universidad del País Vasco
	Deusto Business School	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)	Universidad de Deusto
	Mondragón Unibertsitatea	Aimar Basañez Zulueta David Urbano	Mondragón Unibertsitatea
	Universidad del País Vasco UPV/EHU	Iñaki Peña Jon Hoyos	Grupo Spri Taldea
	Deusto Business School	Nathaly Pinzón Rubio Nerea González Rebeca Martín Díez	Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras
	Universitat Autònoma de Barcelona		Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipúzcoa Diputación Foral de Álava FESIDE
			Observatorio Vasco de Emprendimiento
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España – Red GEM España

En memoria del profesor Mariano Nieto Antolín

Los miembros del Observatorio del Emprendimiento de España representados en los diferentes equipos GEM regionales hemos querido dedicar este *Informe GEM España 2020/2021* a nuestro compañero Mariano Nieto Antolín, catedrático de Organización de Empresas y director del equipo GEM Castilla y León desde el año 2004, quien nos ha dejado hace tan solo unos días y cuya pérdida es tristemente irreparable. Sirvan estas palabras como recuerdo a su memoria.

Si bien definir a una persona es siempre una tarea difícil, hacerlo desde el impacto que produce su desaparición resulta casi imposible. Se nos ha ido un compañero, un padre académico. Se nos ha ido un profesor de Organización de Empresas que fue más allá de la teoría para construir, piedra a piedra, un área en la Universidad de León. Con una extraordinaria visión a largo plazo, siempre supo incorporar nuevas ideas y herramientas y anticiparse a las tendencias del “mercado”, poniendo de manifiesto sus buenas cualidades como líder/emprendedor. Aun siendo la dirección de la innovación su principal línea de investigación a lo largo de toda su trayectoria científica, en el año 2004 decidió “emprender” otra línea de investigación, la creación de empresas, aprovechando la oportunidad descubierta por los profesores Ricardo Hernández Mogollón y José Ruiz Navarro, quienes ya llevaban algún tiempo trabajando en el proyecto GEM España. De esta forma, ese año Castilla y León se incorpora al proyecto de la mano del profesor Nieto como director del equipo GEM Castilla y León. Este hecho, junto con el descubrimiento de uno de sus artículos de cabecera (“The

promise of entrepreneurship as a field of research” de S. Shane y S. Venkataraman publicado en la revista *Academy of Management Review* en el año 2000) hace que, a partir de ese momento, algunas de sus investigaciones se centren en el emprendimiento.

Según el artículo citado, la habilidad para descubrir oportunidades empresariales depende del conjunto de conocimientos previos del individuo, de sus características cognitivas y de las relaciones sociales en las que se encuentre inmerso. Sin lugar a duda, el profesor Nieto poseía un buen número de esas características, y de ahí su éxito en todas las actividades o retos que emprendía. Era culto e inteligente y acumulaba abundante conocimiento científico derivado de su amplia formación, de sus experiencias profesionales, ya que no en vano fue profesor a tiempo completo en cinco universidades españolas (Universidad de Burgos, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de León y CUNEF Universidad de Estudios Financieros) y de sus innumerables viajes a lo largo de todo el mundo. De la misma forma, entre sus habilidades cognitivas destacaban su optimismo, creatividad, capacidad de liderazgo y capacidad de consenso, sin perder de vista su cercanía y sencillez. Estas capacidades sin duda facilitaban el trabajo en equipo ya que siempre resulta motivador trabajar con alguien que se fija metas exigentes y pone todo su esfuerzo para alcanzarlas, que mira al pasado y se cuestiona cómo puede escribirse el futuro, que da ejemplo con sus palabras y sus acciones, y que busca implicar a todos a su alrededor para reforzar el sentido de pertenencia y unidad.

Finalmente, quizás la capacidad que más destacaba en Mariano era su habilidad para las relaciones sociales, siendo innumerables sus colegas de trabajo, con los que mantenía relaciones cercanas, y no menos sus amigos personales. Probablemente debido a ello, centró la mayoría de sus investigaciones relacionadas con la creación de empresas en el estudio del que para él era un activo imprescindible: el capital social. No sólo estudió la influencia positiva de esta variable en el éxito del proceso de creación empresarial, sino que también dedicó parte de sus investigaciones al estudio de cómo la ausencia de esas relaciones conducía al fracaso.

No cabe duda de que Mariano Nieto ha sido y será un modelo a seguir, una figura inspiradora para las nuevas generaciones, cuyo legado nos encargaremos de transmitir. Si muchas han sido las horas compartidas durante tantos años, no es menor la gratitud hacia él de todos los que tuvimos la suerte de compartir su día a día. Como personalmente le dije tantas veces, *“cada día doy gracias al destino, por haberte puesto en mi camino”*. ¡Qué tu vida nos sirva de ejemplo!

NURIA GONZÁLEZ ÁLVAREZ

Directora del Equipo GEM Castilla y León



Presentación

Sin lugar a dudas, el 2020 pasará a la historia no solo como una triste época de cambios, sino como el inicio de un importante cambio de época; casi como los años 20 del siglo pasado, pero ni felices, ni dorados, por la prosperidad de un ciclo económico expansivo. Quizás solo otro adjetivo, “los locos” años 20, puede aplicarse a este año de locura con consecuencias imprevisibles de las que aún no somos plenamente conscientes.

Inmersos en una pandemia mundial, seguimos luchando contra un virus que vino a cambiar el rumbo del mundo, mientras luchamos con una nueva crisis económica sin precedentes y convalecientes aún de la anterior.

Esperanzados en los avances de la vacunación como parte de la solución a la crisis sanitaria y por ende económica, el emprendimiento juega un papel vital en la salida y recuperación a la crisis económica.

Para que esta esperanza sea una realidad, necesitamos trabajar juntos de forma integral, coordinada y unida como marca el ODS 17 de la Agenda 2030, en una auténtica estrategia global de apoyo al emprendimiento. Es el momento de lograr que España sea una nación emprendedora de referencia, basada en la innovación social, con el punto de mira en una nueva economía centrada en el impacto y con otras reglas de juego, que nos permitan alcanzar un mundo sostenible y mejor para las personas, trabajadores/as, empresas y humanidad.

En la definición de esta estrategia es fundamental un profundo y sólido conocimiento del complejo

fenómeno que es el emprendimiento. Y es aquí donde el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, con su larga trayectoria de más 20 años de estudio y análisis del fenómeno, con una metodología rigurosa y testada en más de 120 economías del mundo, tiene mucho que aportar.

Gracias a la labor de un gran equipo humano liderado a nivel mundial, podemos asegurar que los informes GEM, con todos sus indicadores y detallada información anual, son una referencia única y obligada para cualquiera que desee conocer el estado del emprendimiento en su región.

En condiciones normales, la recogida de datos, que suponen la base del trabajo, se realiza entre junio y julio, sin embargo, este año, dadas las condiciones excepcionales se retrasó a septiembre. A pesar de ello, la percepción de oportunidades de los españoles encuestados bajó al 16,5%, bastante lejos de la media europea (40,5%), lo que nos sitúa en el último puesto de los países de altos ingresos participantes en este ciclo.

Por el contrario, lideramos el *ranking* en cuanto al miedo al fracaso como obstáculo a emprender, con un 64% de la población frente al 47% de media. Estas y otras percepciones, valores y actitudes junto a los cambios sufridos en las diferentes condiciones del entorno, son las que nos ayudan a explicar la caída registrada en nuestra Actividad Emprendedora Total (TEA) al 5,2%, retrocediendo a los niveles posteriores a la crisis de 2008, y a que la motivación principal sea ganarse la vida porque no hay trabajo.

Los jóvenes siguen teniendo muchas dificultades a la hora de convertir sus intenciones en emprendimientos reales, mientras que la población senior emprendedora se ha duplicado en la última década. El emprendimiento femenino se resiente, frenándose la tendencia creciente de los últimos años que nos había llevado a liderar las posiciones europeas en reducción del gap de emprendimiento femenino.

España se caracteriza por ser un país que confía poco en los demás, incluido el gobierno, con la única excepción de la familia. Eso explica en parte que en opinión de nuestros expertos, todas las condiciones del entorno, salvo una, hayan visto reducir su valoración. A pesar de todo, **el ecosistema emprendedor español sigue en el Top20 por encima de la media europea.**

Como cada año, el informe que tienes en tus manos está organizado en dos partes diferenciadas. En la primera, **estudiamos el fenómeno emprendedor en España**, comparando nuestra situación con la de los 45 países participantes del GEM 2020, organizados por su nivel de ingresos, y analizándola en todas las Comunidades y Ciudades Autónomas. El GEM es el único proyecto que utiliza fuentes primarias. Por una parte, las encuestas realizadas a una muestra de más de 26.000 personas (representativa de la población adulta española entre 18 y 64 años), lo que denominamos la APS; y, por otro lado, las encuestas a más de 700 expertos cualificados en diferentes dimensiones del ecosistema emprendedor, la denominada NES.

En la segunda parte, incluimos dos temas monográficos; uno, como no podía ser de otro modo, **profundiza en los efectos de la Covid-19**, un tema

que será analizado en mayor profundidad en un informe posterior realizado en colaboración con el Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles, y otro, analiza el **emprendimiento en el colectivo senior** durante el periodo 2015-2019.

No quiero terminar este preámbulo sin dejar de hacer dos comentarios finales. En primer lugar, rendir homenaje con la publicación de este informe a nuestro compañero y amigo Mariano Nieto Antolín, recientemente fallecido, pionero en el Equipo GEM España y líder del Equipo de Castilla y León; nuestras más sentidas condolencias y todo nuestro cariño para sus familiares y seres queridos. Por último, reconocer la magnífica labor de quienes, de un modo u otro, han hecho posible este trabajo. Junto a la Dirección Técnica y los autores principales del informe, mi más sincero agradecimiento a los autores de los monográficos, a quienes han revisado las múltiples pruebas, a nuestro patrocinador nacional ENISA, a los colaboradores de este informe, el Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles y la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, al apoyo del Alto Comisionado España Nación Emprendedora, a todos los patrocinadores regionales y, por supuesto, a todas las personas encuestadas, ya que gracias a todos ellos hemos conseguido que este trabajo sea una realidad y una referencia única para los organismos reguladores, el colectivo de emprendedores actuales y potenciales, el mundo académico y la sociedad en general. A todas y todos, **¡muchas gracias y seguimos trabajando!**

ANA FERNÁNDEZ LAVIADA

Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España

Mirar al futuro tras un 2020 marcado por la pandemia de la Covid-19 nos guía necesariamente a acelerar la transformación de nuestro modelo económico. Ello requiere, entre otras cosas, un análisis del emprendimiento como motor fundamental de dicha transformación.

Este retrato no debe basarse en la intuición, sino en la precisión analítica que permita tomar decisiones para mejorar el ecosistema emprendedor. En efecto, el informe que tienes en tus manos se ha elaborado con el análisis meticuloso de 36 voces expertas que han participado y recoge y examina datos que deben invitarnos a seguir apostando por el talento de una población cada vez más emprendedora.

El informe constata que la Covid-19 ha hecho que la tasa de actividad emprendedora esté en un 5,2%, por debajo de la del año 2019; o que el emprendimiento femenino haya frenado su tendencia ascendente en los últimos 12 meses, la creación de empleo de hasta 5 trabajadores se ha producido en un 9,5% de las iniciativas de mujeres frente al 14,8% de las de hombres.

Pese a este impacto, España sigue siendo un país con gran potencial emprendedor entre los estados de referencia de la Unión Europea. Y en los próximos años lo reforzaremos a través de la Estrategia España Nación Emprendedora (presentada el pasado mes de febrero de 2021 por el Presidente del Gobierno); así como con las inversiones y reformas a apoyar con los fondos procedentes del Mecanismo de Recuperación, Transformación y Resiliencia

de la Unión Europea, que inciden especialmente en el fomento del ecosistema emprendedor.

La capacidad emprendedora e innovadora de nuestra economía debe ayudar a superar los efectos de la Covid-19 y de las medidas de confinamiento y distanciamiento social, que han paralizado o ralentizado la actividad económica en parte de 2020 y 2021. Asimismo, el impacto de la pandemia ha sido asimétrico tanto por países como por sectores económicos, por lo que algunos de ellos necesitan una especial atención para superar la actual situación y modernizarse.

En este contexto, el emprendimiento innovador debe jugar un papel central en la recuperación de la economía durante los próximos años. Ello permitirá generar valor añadido y empleo en sectores clave de la economía española, entre ellos el sector industrial o el de servicios.

No hay que perder de vista que la respuesta a la pandemia está acelerando las oportunidades asociadas a la denominada “doble transición” que lidera la Unión Europea –digitalización y sostenibilidad–. Asimismo, está impulsando cambios y acelerando tendencias como nuevos patrones de consumo, nuevas formas de ocio, mayor relevancia de la salud o el teletrabajo.

En ENISA, como organización volcada en el emprendimiento, asumimos buena parte de las recomendaciones de este informe para mejorar el ecosistema emprendedor. Continuaremos impulsando el apoyo al emprendimiento innovador en todos

los sectores de la economía, teniendo en cuenta –como elementos transversales– la digitalización, la sostenibilidad, la cohesión económica y social y la igualdad de género. Tarea en la que nos apoya el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo como responsable a nivel nacional de las políticas de PYME y emprendimiento.

Como dice un proverbio holandés *“Cuando soplan los vientos de tempestad, unos corren a refugiarse... y otros*

construyen molinos”. Animamos a GEM España y a todo el ecosistema emprendedor a seguir construyendo juntos los nuevos molinos de nuestro tiempo.

GALE GUTIÉRREZ MONZONÍS

Presidente de ENISA

Director General de Industria y de la PYME

JOSÉ BAYÓN LÓPEZ

Consejero delegado de ENISA



Introducción

El proyecto GEM aporta información sobre la actividad emprendedora observada en 43 países participantes en la edición 2020. El Informe GEM España 2020 adopta el modelo teórico y la metodología desarrollada en el consorcio internacional GEM para analizar y comparar los principales indicadores sobre la actividad emprendedora de los equipos investigadores participantes. En este capítulo introductorio se explica el modelo teórico, la metodología y, a modo de síntesis, se presenta una selección de indicadores principales en un Cuadro de Mando, *Balance Scorecard*, que va acompañado de un resumen ejecutivo junto a una infografía donde se anotan de forma breve los resultados más reseñables de este estudio.

La Dirección Técnica de este estudio desea agradecer el esfuerzo y buen hacer de los miembros investigadores de los equipos regionales, los autores de los capítulos monográficos, de ENISA y todos los demás patrocinadores, Opinómetro, los expertos colaboradores, las personas encuestadas de la población española, y los evaluadores. Este informe es el resultado del empeño colectivo público-privado que ha posibilitado que, una vez más, este estudio salga a la luz.

Introducción

El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

GEM es un observatorio internacional que con carácter anual analiza el fenómeno emprendedor. Su actividad se inicia en el año 1999 de la mano de *London Business School* y *Babson College*, y se viene plasmando en Informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias al Consorcio de equipos de investigación pertenecientes a los países que lo integran. Asimismo, miembros investigadores de GEM elaboran anualmente informes sobre temas monográficos tales como: emprendimiento y género, educación y formación emprendedora, emprendimiento rural, emprendimiento de alto potencial de crecimiento, financiación del emprendimiento, emprendimiento social, emprendimiento corporativo, emprendimiento senior, de las empresas familiares y otros. Los citados informes monográficos pueden consultarse en la *website*: <http://www.gemconsortium.org/> y los informes del proyecto GEM España en: <http://www.gem-spain.com/>.

Su concepción como herramienta integral de información, proporciona datos de las áreas fundamentales que nutren la investigación relacionada con el emprendimiento:

1. Los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población adulta activa.
2. La actividad emprendedora y sus características.
3. El contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

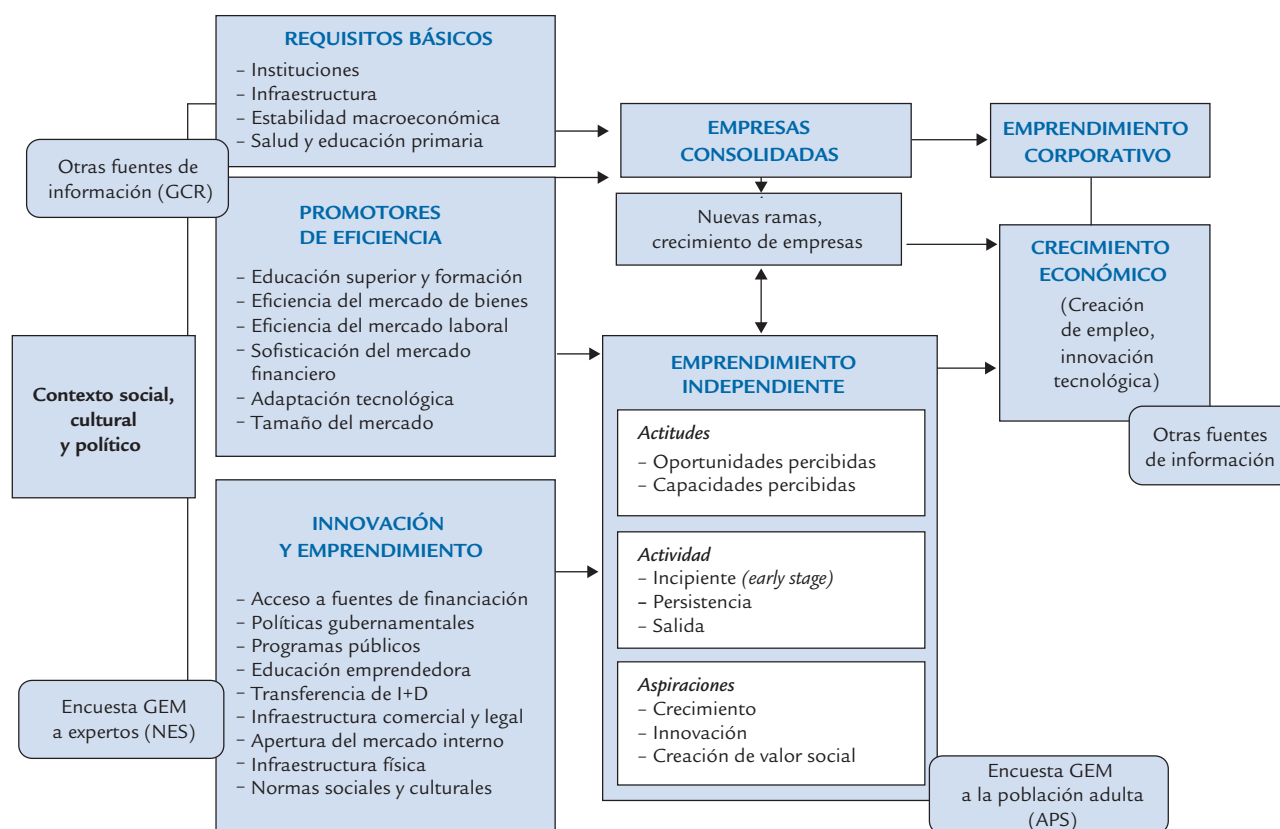
Los informes que se generan desde el Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) se sustentan sobre un marco teórico que se ha venido perfeccionando en los años recientes en el seno del Consorcio (véase la Figura 1.1) y se complementan con informes como el *Global Competitiveness Report (GCR)*, *Doing Business* y otros.

Como se puede apreciar en el marco teórico, el progreso en la investigación del fenómeno emprendedor aporta cada año nuevos detalles que se van incorporando al esquema. Así, tras haber constatado que el desarrollo y las características del emprendimiento están relacionados con el estadio de desarrollo y competitividad de los países, se consideró imprescindible plasmar este hecho en el marco, añadiendo para ello tres niveles de competitividad: el de los países menos desarrollados, el de los países de desarrollo intermedio y el de los países más desarrollados¹.

En la edición 2015, el marco conceptual fue revisado y se establecieron relaciones (bidireccionales en su mayor parte) entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella (véase Figura 1.2).

¹ El *Global Competitiveness Report (GCR)* cita a los países mediante las expresiones anglosajonas: *factor driven*, *efficiency driven* e *innovation driven* para indicar su nivel de desarrollo desde el estadio más bajo al más elevado. Para más información, consultar los informes GCR en su *website*: <http://www.weforum.org>.

Figura 1.1. Marco teórico GEM

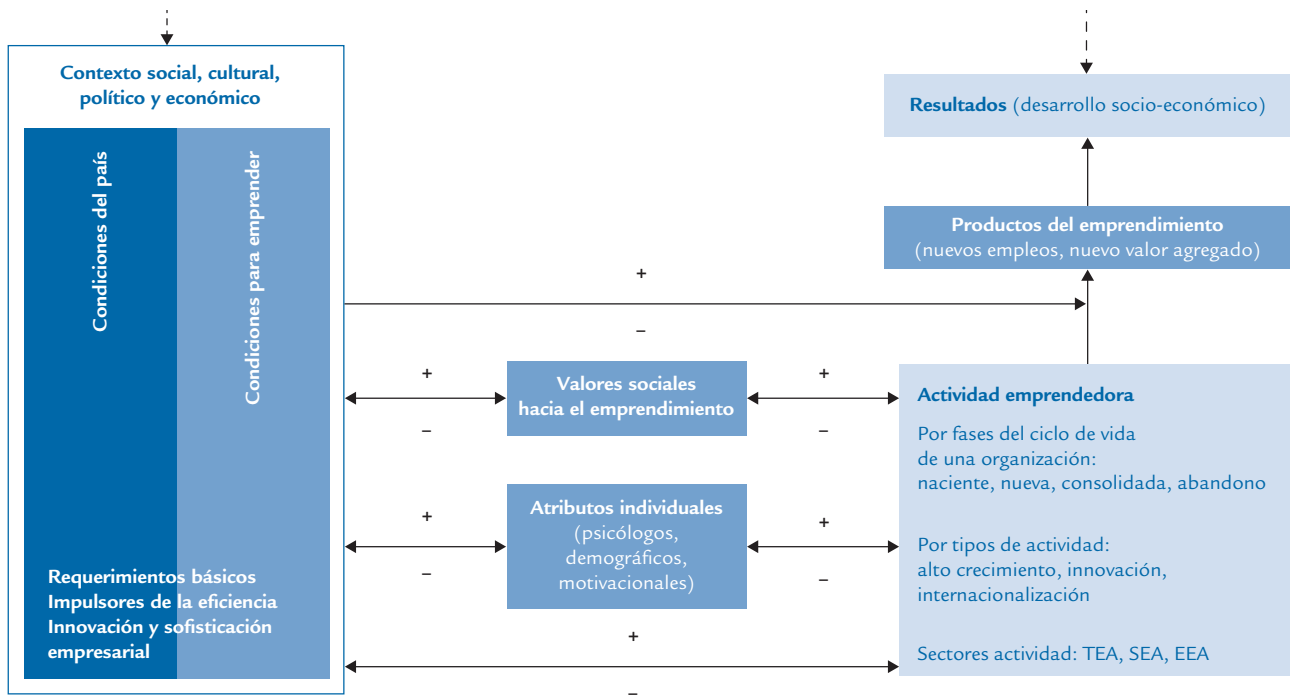


Fuente: GEM Global Report (Kelley *et al.*, 2011).

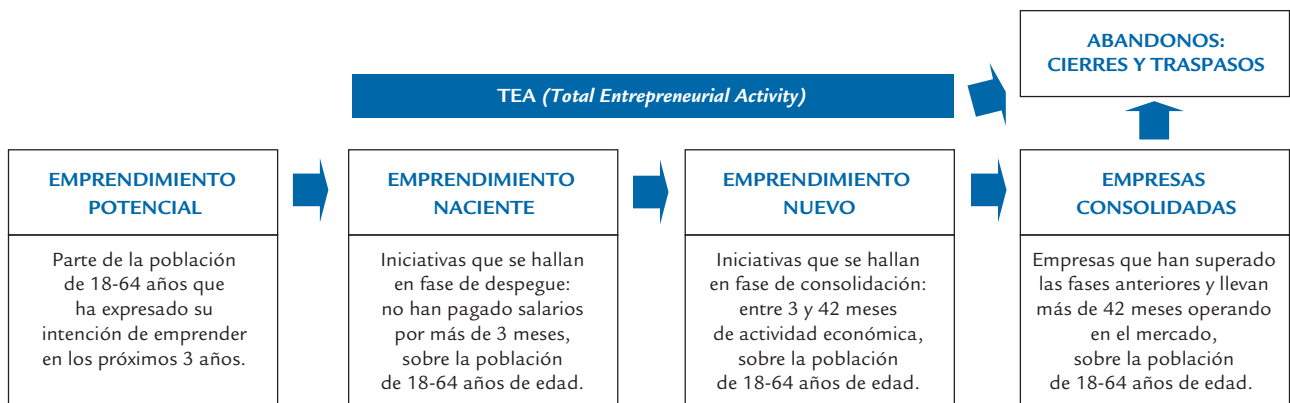
El modelo da a entender que el proceso emprendedor participa en un círculo endógeno de desarrollo económico y social. Para familiarizarnos con el funcionamiento de este círculo, resulta necesario conocer por lo menos (1) la opinión pública en general de una sociedad hacia el emprendimiento, (2) la información que nos pueda aportar el propio colectivo emprendedor y (3) las observaciones que puedan dirigirnos distintos agentes económicos y sociales implicados activamente en el impulso del emprendimiento.

De esta manera, las encuestas GEM, la encuesta a la población de 18-64 años, denominada APS (*Adult Population Survey*) y la encuesta a expertos denomi-

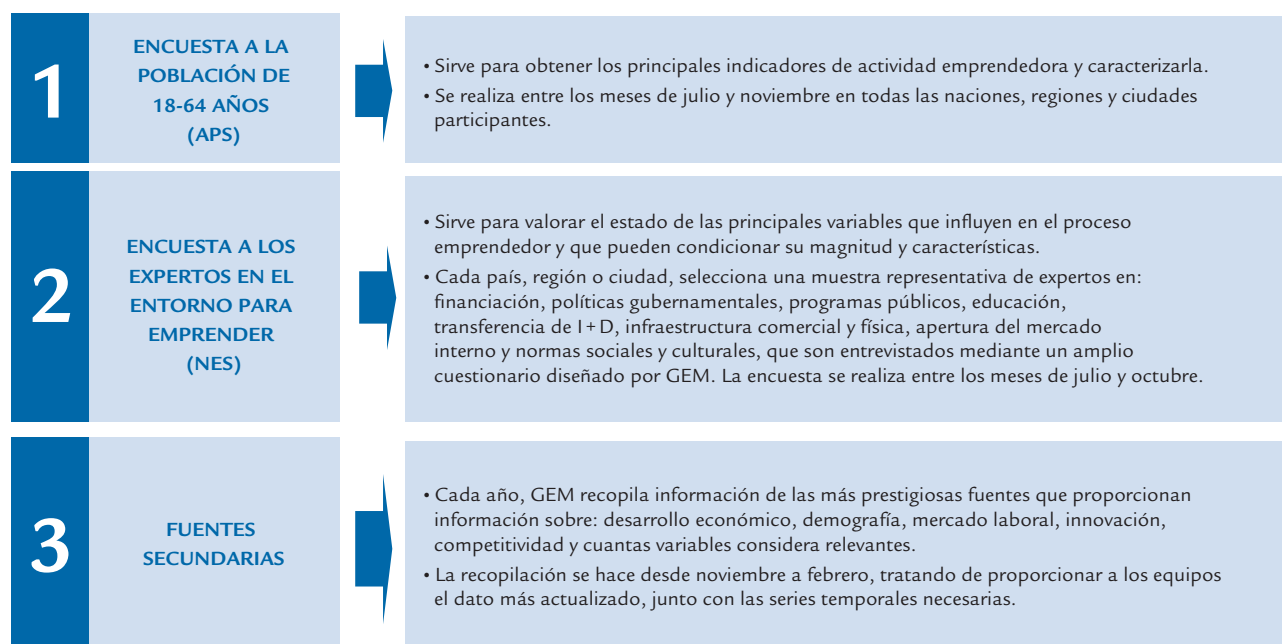
nada NES (*National Experts Survey*), nutren diversas partes del marco conceptual y se complementan con las aportaciones de otras fuentes solventes de información. La encuesta a la población de 18-64 años y las opiniones de los expertos, permiten elaborar anualmente una amplia descripción acerca de la prevalencia de valores, percepciones, actitudes y capacidad emprendedora de la población. Asimismo, la encuesta a la población de 18-64 años, constituye la herramienta de información que proporciona los datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, el cual se describe en la Figura 1.3. Este diagrama evidencia que GEM

Figura 1.2. Marco teórico GEM revisado

Fuente: Informe GEM Global (Kelley *et al.*, 2016, p. 12).

Figura 1.3. El proceso emprendedor según el proyecto GEM²

² De ahora en adelante, se utilizará ambivalentemente SU (*Nascent Entrepreneurship*) como sinónimo de emprendimiento naciente, BB (*Baby Business*) como sinónimo de emprendimiento nuevo y EB (*Established Business*) como sinónimo de emprendimiento consolidado.

Figura 1.4. Las fuentes de información que nutren el observatorio GEM

entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea, continúa con las acciones de su puesta en marcha, se lanza al mercado, entra en una fase de consolidación y pasa a la fase consolidada cuando sobrevive más allá de tres años y medio. Otro destino posible es el abandono del promotor o promotores, ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para cerrarla definitivamente.

Metodología

El Observatorio GEM se basa en tres fuentes de información que se describen en la Figura 1.4. Las dos primeras, basadas en herramientas originales del Proyecto, son sometidas a rigurosos controles de calidad en cuanto a su traducción y trabajo de campo para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes son comparables.

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

Balanced Scorecard

Este apartado recoge los indicadores más relevantes que ofrece el *Informe GEM España 2020* en forma de Cuadro de Mando Integral o *Balanced Scorecard*. La estructura de este informe sintético permite mostrar los principales indicadores de manera integrada, para tener una visión de conjunto del estado del emprendimiento.

Nombre del emprendedor: Fco. Javier Melero Rus.

Nombre del negocio: Aumentur.

Ubicación del negocio: Granada.

Año de lanzamiento: 2021.



Breve descripción de lo que hace la empresa: Plataforma de turismo inteligente con la que cualquier destino puede ofrecer guías de visita con contenidos multimedia de todo tipo (audio, texto, vídeos, realidad aumentada, 3D) que mejoren la experiencia de sus visitantes, así como conocerlos mejor gracias al Big Data que se genera.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor es una actitud ante la vida, ser un inconformista y estar siempre atento a las oportunidades que se producen... y llevarlas a cabo. Quizá tenga que ver con la necesidad de auto-superación, ponerse retos continuamente y ser capaz de superarlos.

Ser emprendedor es no quedarse como mero espectador de la vida, sino ser parte activa y constructor del día a día, ya sea en una asociación, en una ONG, en un club deportivo, en la propia universidad o con un proyecto empresarial.

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

Aumentur empezó a desarrollarse en febrero, y el confinamiento llegó en marzo. Ha impactado indirectamente, pues la financiación que esperábamos de recursos propios (aproximadamente 60 k€ procedentes de otro proyecto previo) no ha podido llegar. Estamos funcionando con créditos.

Por otro lado, también nos ha impactado positivamente puesto que todo el sector turístico ha sido consciente de su necesidad de transformación digital, y le ofrecemos una herramienta que les permite ofrecer guías multimedia que mejoren la experiencia de visita del turista en cuestión de horas.

Como emprendedor, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

La principal lección, que no tiene que ver con la pandemia, es que no puedes confiar en la financiación pública de proyectos innovadores. Con las dificultades que tenemos, y llevamos más de un año para que se resuelva una ayuda de unos 30.000€... Se ha cumplido la máxima que se enseña a los emprendedores: "no confiar en ingresos de ayudas o subvenciones". Por suerte la aplicamos en su momento, y hemos podido seguir adelante con el proyecto a pesar de este contratiempo.

También hemos aprendido, esto sí gracias a la pandemia, que las nuevas tecnologías permiten llegar a más público y con menos coste. Los Webinar, reuniones comerciales y de presentación, nos han reducido enormemente el presupuesto comercial.



dimiento en España durante el año 2020. En concreto, la Tabla 1.1 muestra indicadores relativos a:

- Las percepciones de la población española de 18-64 años entrevistada.
- El porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de entre 0 y 3,5 años (TEA, *Total Entrepreneurial Activity*).
- La distribución del TEA por distintas características de los negocios identificados (TEA como 100%).
- El porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas (intra)emprendedoras (EEA, *Employee Entrepreneurial Activity*).
- La valoración media de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (escala *Likert* 1-10).

Tabla 1.1. *Balanced Scorecard* GEM España 2020-2021

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2019	2020
Conoce a otras personas que hayan iniciado un negocio o se hayan convertido en autoempleados en los últimos 2 años	42,1%	37,3%
Percibe oportunidades para emprender o iniciar un negocio en el área en que usted vive en los próximos 6 meses	36,1%	16,5%
Posee el conocimiento, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha o iniciar un nuevo negocio	50,8%	51,9%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	55,1%	64,0%
Considera que la mayoría de la población española preferiría tener el mismo nivel de vida	69,0%	67,7%
Percibe que en España es fácil iniciar un negocio	38,5%	34,6%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	8,1%	7,0%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,6%	1,3%
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angels</i>	3,3%	3,0%
TEA, porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	2019	2020
TEA Total	6,1%	5,2%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,0%	4,8%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,3%	5,6%
Distribución del TEA	2019	2020
TEA – para marcar una diferencia en el mundo	49,4%	32,3%
TEA – para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	59,5%	34,9%
TEA – para continuar una tradición familiar	13,4%	17,4%
TEA – para ganarse la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	42,3%	72,3%
TEA del sector extractivo o primario	4,7%	5,0%
TEA del sector transformador	20,5%	17,6%
TEA del sector de servicios a empresas	33,6%	30,8%
TEA del sector orientado al consumo	41,2%	46,5%
TEA sin empleados	46,5%	50,8%
TEA de 1-5 empleados	40,7%	40,1%
TEA de 6-19 empleados	10,7%	7,7%
TEA de 20 y más empleados	2,2%	1,4%
TEA iniciativas con bajo nivel tecnológico	90,4%	90,2%
TEA iniciativas con medio nivel tecnológico	5,5%	5,2%
TEA iniciativas con alto nivel tecnológico	4,1%	4,7%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	23,9%	19,3%
TEA innovación en producto	33,9%	30,2%
TEA innovación en proceso	29,7%	25,0%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	7,1%	5,6%

Tabla 1.1. *Balanced Scorecard GEM España 2020-2021 (cont.)*

EEA, porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas (intra)emprendedoras	2019	2020
Población (intra)emprendedora	2,8%	1,2%
Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)emprendedoras en los últimos 3 años	1,7%	0,8%
Población que actualmente desarrolla y lidera iniciativas (intra)emprendedoras	1,5%	0,6%
Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala <i>Likert</i> 1-10)	2019	2020
Financiación para emprendedores	4,87	4,43
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	5,33	4,61
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	5,17	3,88
Programas gubernamentales	5,96	5,66
Educación y formación emprendedora etapa escolar	2,65	2,18
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	5,45	5,12
Transferencia de I+D	5,26	4,78
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	6,04	6,47
Dinámica del mercado interno	5,31	4,51
Barreras de acceso al mercado interno	5,05	4,46
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	6,95	5,92
Normas sociales y culturales	4,82	4,30
NECI	5,24	4,70

Fuente: GEM España, 2020.

Resumen Ejecutivo – Infografía

Percepciones emprendedoras de la población española

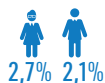
- Se reduce el porcentaje de la población que percibe oportunidades para emprender (16,5%), cambiando la tendencia creciente de años anteriores.
- A pesar de contar con el capital humano y el capital social necesarios para emprender, el 64% de la población española percibe que el miedo al fracaso les impediría poner en marcha un nuevo negocio.
- La mayor consideración del emprendimiento como opción profesional posiciona a España como un país con potencial emprendedor entre sus países de referencia de la Unión Europea.

Actividad emprendedora

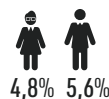
- La crisis de la Covid sitúa la TEA en el 5,2%, situándose por debajo del año 2019 pero logrando mantener una tasa muy por encima de la crisis anterior.
- La principal motivación en la creación de empresas en fase incipiente es la de ganarse la vida porque el trabajo escasea, pasando de representar un 47% en 2019 a un 72% en 2020, rompiendo por tanto la tendencia observada en los últimos años, en los que generar riqueza o una renta más alta llegaba al 55% de la población, pasando en 2020 a situarse en 35%.
- Los jóvenes continúan experimentando dificultades a la hora de trasladar sus intenciones emprendedoras (21,7% de las iniciativas potenciales) en emprendimientos reales, los cuales en

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL

% POBLACIÓN ADULTA 18-64



TEA
2019 : 6,1%
↓
5,2%

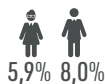


EMPRENDEDOR NACIENTE
2019 : 2,2%
↓
2,4%

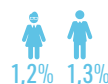
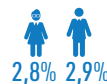
EMPRENDEDOR NUEVO
2019 : 3,7%
↓
2,9%

EMPRESARIO CONSOLIDADO
2019 : 6,3%
↓
6,7%

EMPRENDEDOR POTENCIAL
2019 : 8,1%
↓
7,0%



ABANDONO EMPRESARIAL
2019 : 2,4%
↓
1,3%

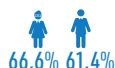
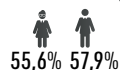
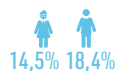


PERCEPCIONES

2019 : 55,1%
↓
64,0%
MIEDO AL FRACASO

BUENA OPCIÓN PROFESIONAL
2019 : 57,3%
↓
56,7%

PERCEPCIÓN OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER
2019 : 36,1%
↓
16,5%



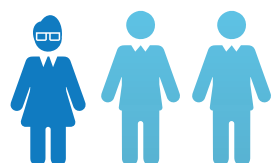
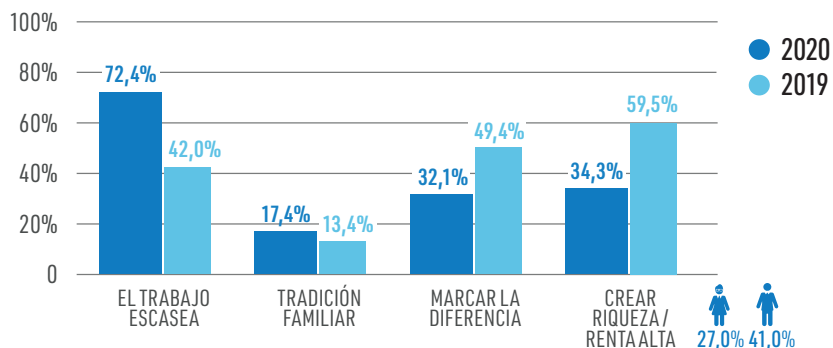
POBLACIÓN EMPRENDEDORA % POR EDAD

MEDIA DE EDAD
42

35-44
2019 : 6,9%
↓
5,0%

55-64
↑
2019 : 4,2%
4,3%

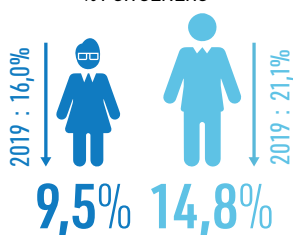
MOTIVACIÓN



EMPRESAS SECTOR TECNOLOGÍA
% POR GÉNERO

ASPIRACIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

CREACIÓN DE EMPLEO <5 TRABAJADORES % POR GÉNERO



2019 : 54,5%
AHORROS
PERSONALES COMO
CAPITAL SEMILLA
64,5%

ORIENTACIÓN
MERCADO
LOCAL/NACIONAL
81,0%

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

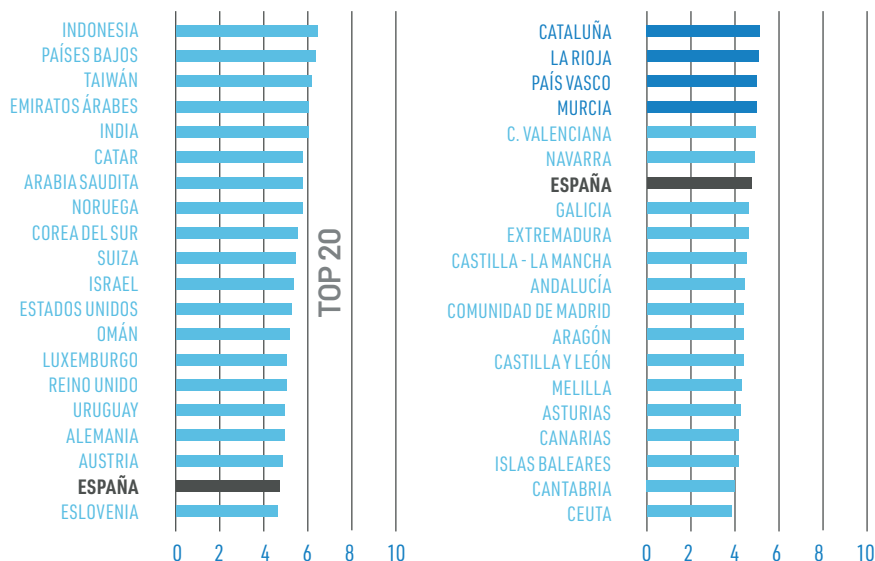
2019 : 53,8%
INICIAL (TEA)
<3,5 AÑOS
15,0%

NEGOCIOS
CONSOLIDADOS
>3,5 AÑOS
20,0%

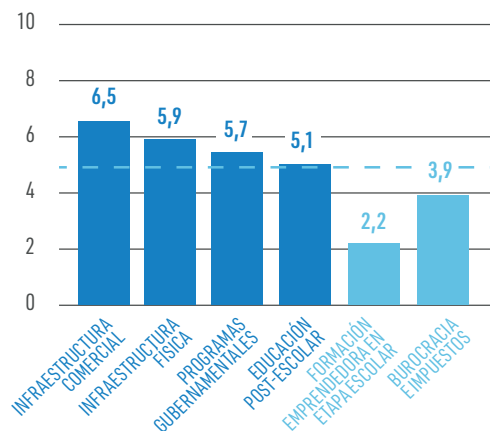
2019 : 21,0%

CONDICIONES DEL ENTORNO

ECOSISTEMA EMPRENDEDOR ÍNDICE CONTEXTO EMPRENDIMIENTO NACIONAL (NECI)



VALORACIÓN EXPERTOS



2007 involucraban a 12 de cada 100 jóvenes y en 2020 apenas alcanzan a 5 de cada 100. Por el contrario, destaca el crecimiento de la población emprendedora mayor de 55 años, que apenas alcanzaba una ratio del 2% en 2010, mientras que en 2020 más de 4 de cada 100 personas de esta edad están involucradas en iniciativas emprendedoras.

- En el año 2020 los ahorros personales han sido los protagonistas indiscutibles del capital semilla para afrontar nuevos negocios, subiendo 10 puntos respecto a 2019 y pasando a representar el 64,5% de los fondos empleados en la creación de nuevos negocios.

Aspiraciones de la actividad emprendedora

- La incertidumbre es la protagonista en las expectativas de crecimiento empresarial, el 15% de los negocios en fase incipiente (TEA) y el 20% de los consolidados la manifiestan en sus aspiraciones de generar empleo.
- La dificultad de acceder al mercado exterior ha contribuido a aumentar hasta el 81% el número de iniciativas en fase inicial que se orientan al mercado local o nacional (76% en 2019).

Actividad Emprendedora en función del sexo de la persona que pone en marcha la iniciativa

- En 2020 las mujeres emprendedoras mantienen un perfil más conservador que los hombres. Perciben menos oportunidades (14,4%), tienen más miedo al fracaso (54%) y valoran menos favorablemente la cultura emprendedora de su entorno. La TEA femenina se resiente más en este año de crisis y frena su tendencia ascendente.
- Para las iniciativas TEA, la motivación de crear riqueza o una renta muy alta es menos acentuada en las mujeres que en los hombres (27,6% frente a un 41%). Mujeres y hombres emprenden en la misma medida cuando lo hacen para continuar con una tradición familiar.

- Las mujeres entre 35-44 años emprenden en mayor medida que los hombres en ese mismo tramo y, por el contrario, lo hacen menos que los hombres en el tramo entre 55-64 años.
- Las empresas de mujeres relacionadas con sectores de alta y media tecnología representan en torno al 50% de las empresas de hombres relacionadas con dichos sectores, ya sea en fase incipiente de hasta tres años y medio, o en empresas consolidadas.
- En los últimos 12 meses, la creación de empleo de hasta 5 trabajadores se ha producido en un 9,5% de las iniciativas de mujeres frente al 14,8% de las de hombres.

Condiciones del entorno español para emprender

- En 2020, según los 36 expertos españoles entrevistados, la infraestructura comercial (6,5), el acceso a infraestructura física (5,9), los programas gubernamentales (5,7) y a la educación en etapa post escolar (5,1) son las condiciones del entorno que han recibido las mejores valoraciones. En contraste, la educación y formación emprendedora en etapa escolar (2,2) y la burocracia e impuestos (3,9) han recibido las más bajas. Todas las condiciones han bajado en sus valoraciones.
- Según los expertos,
 - las condiciones del entorno que han actuado como frenos de la actividad emprendedora en España en 2020 han sido las políticas gubernamentales y el acceso a la financiación; condiciones que han ocupado las dos primeras posiciones desde la edición GEM 2008 que coincidió con el inicio de la crisis financiera global.
 - las condiciones del entorno que han actuado como fuerzas impulsoras de la actividad emprendedora en España han sido la transferencia de I+D y la infraestructura comercial y profesional. A diferencia de los obstáculos, el análisis evolutivo de las dos condiciones de apoyo que sobresalieron este año no coin-

cide con las que se observaron en la pasada crisis financiera global. El confinamiento y el distanciamiento social, han llevado a que estas dos condiciones se constituyan como piezas fundamentales para el tejido empresarial.

- las recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor español se concentran en seguir fortaleciendo las políticas gubernamentales, la educación-formación y el apoyo financiero.
- El análisis de *benchmarking*, utilizando el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI), el ecosistema emprendedor español (4,7) se posiciona en el top 20 respecto al total de países participantes en la edición GEM 2020 que, en el contexto europeo, lidera el ecosistema de los Países Bajos (6,3).
- En el contexto español, los ecosistemas emprendedores que se posicionan por encima de la media española e incluso muy cerca del ecosistema emprendedor mejor valorado en Europa son el de Cataluña (5,2), La Rioja (5,1), País Vasco (5,0), Murcia (5,0), la Comunidad Valenciana (4,9) y Navarra (4,9).

Executive Summary

Entrepreneurial perceptions of the Spanish population

- The percentage of the population that perceives opportunities for entrepreneurship has decreased (16.5%), changing the growing trend of previous years.
- Despite having the human and social capital required for entrepreneurship, 64% of the Spanish population perceives that fear of failure would prevent them from starting a new business.
- A greater consideration of entrepreneurship as a career option positions Spain as a country with

entrepreneurial potential among its reference countries in the European Union.

Entrepreneurial activity

- The Covid crisis places the Total Entrepreneurial Activity (TEA) at 5.2%, which is lower than in 2019, but managing to maintain a rate well above that of the previous crisis.
- The main motivation for business start-ups is to earn a living because work is scarce, increasing from 47% in 2019 to 72% in 2020, thus breaking the trend observed in recent years, in which generating wealth or a higher income reached 55% of the population, whereas in 2020, it stands at 35%.
- Young people continue to experience difficulties when it comes to turning their entrepreneurial intentions (21.7% of potential initiatives) into real ventures, which in 2007 involved 12 out of every 100 young people and in 2020, it barely reached 5 out of every 100. On the other hand, the growth of the entrepreneurial population over 55 years of age stands out, which barely reached a ratio of 2% in 2010, while in 2020, more than 4 out of every 100 people of this age are involved in entrepreneurial ventures.
- In 2020, personal savings have been the unquestionable seed capital protagonists to take on new business, increasing by 10 points compared to 2019 and representing 64.5% of the funds used in the start-up of new businesses.

Entrepreneurial activity aspirations

- Uncertainty is the key factor in business growth expectations, with 15% of businesses involved in the start-up phase (TEA) and 20% of the consolidated ones showing it in their aspirations to generate employment.
- The difficulty of accessing the foreign market has contributed to increasing the number of initiatives in the start-up phase until 81%, which are aimed at the local or national market (76% in 2019).

Entrepreneurial activity from a gender perspective

- In 2020, female entrepreneurs maintain a more conservative profile than men. They perceive fewer opportunities (14.4%), are more afraid of failure (54%) and rate the entrepreneurial culture of their environment less favourably. Female TEA is more affected in this year of crisis and is slowing down its upward trend.
- For TEA initiatives, the motivation to create wealth or a very high income is less intense in women than in men (27.6% compared to 41%). Women and men are equally likely to be entrepreneurs when they are doing it to continue a family tradition.
- Women aged 35-44 are more entrepreneurial than men in the same age group, and, on the contrary, they do so less than men in the 55-64 age group.
- Women-owned companies related to high and medium-technology sectors represent about 50% of those owned by men related to these sectors, either in the start-up phase of up to three and a half years, or in consolidated companies.
- In the last 12 months, job creation of up to 5 workers has taken place in 9.5% of women's initiatives compared to 14.8% of those of men.

Spanish environment conditions for entrepreneurship

- In 2020, according to the 36 Spanish experts interviewed, business infrastructure (6.5), access to physical infrastructure (5.9), government programmes (5.7) and post-school education (5.1) are the best rated environmental conditions. In contrast, education and entrepreneurial training in school (2.2) and bureaucracy and taxes (3.9)

received the lowest ratings. The ratings of all the conditions have decreased.

- According to the experts,
 - the environmental conditions that have been the main obstacles to entrepreneurial activity in Spain in 2020 are government policies and access to finance; conditions that have ranked in the top two positions since the 2008 GEM edition, which coincided with the onset of the global financial crisis.
 - the environmental conditions that have acted as driving forces for entrepreneurial activity in Spain have been R&D transfer and business and professional infrastructure. In contrast to the obstacles, the evolutionary analysis of the two supporting conditions that stood out this year does not coincide with those observed in the past global financial crisis. Confinement and social distancing have led to these two conditions becoming fundamental for the business fabric.
 - recommendations for improving the Spanish entrepreneurial ecosystem focus on further strengthening government policies, education-training, and financial support.
- In the *benchmarking* analysis, using the National Entrepreneurship Context Index (NECI), the Spanish entrepreneurial ecosystem (4.7) is ranked in the top 20 of total number of countries participating in the GEM 2020 edition, which in the European context is led by the ecosystem of the Netherlands (6.3).
- In the Spanish context, the entrepreneurial ecosystems that are positioned above the Spanish average and even very close to the most highly rated entrepreneurial ecosystems in Europe are those of Catalonia (5.2), La Rioja (5.1), the Basque Country (5.0), Murcia (5.0), the Valencian Community (4.9) and Navarre (4.9).



Parte 1

*Sinopsis del fenómeno
emprendedor en España*

Esta primera sección del informe consta de dos apartados diferenciados. En el primer apartado se aporta un diagnóstico de las principales características del fenómeno emprendedor obtenidas a partir de una muestra representativa de la población adulta española.

Asimismo, se presenta un análisis de *benchmarking* con otros países, Comunidades y Ciudades Autónomas que conforman el Estado. En el segundo apartado, se recogen las opiniones de 36 expertos españoles cualificados sobre las condiciones del contexto para emprender, así como sobre los obstáculos y los estímulos más significativos para el desarrollo del emprendimiento en España.

Fenómeno emprendedor

1.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población española de 18-64 años

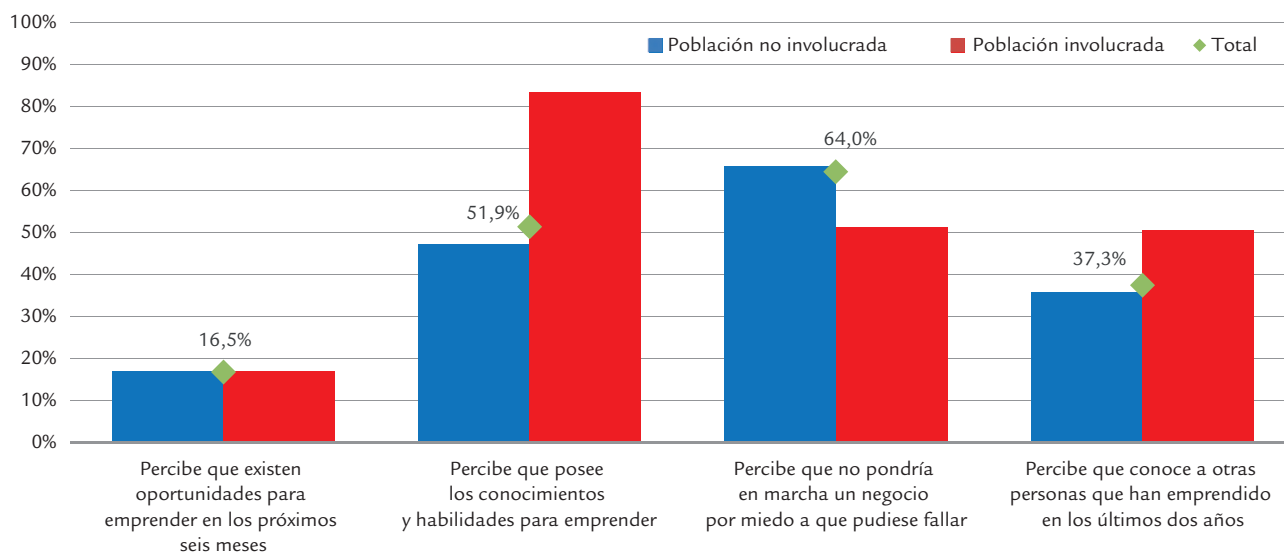
Un individuo suele tomar la decisión de emprender en función de la información disponible sobre otras alternativas laborales accesibles. Para ello tiene en cuenta una serie de factores de carácter objetivo como la experiencia previa, su situación laboral o su nivel educativo, y también factores de carácter subjetivo como la percepción sobre sus valores y aptitudes para emprender, así como la cultura asociada al emprendimiento. La consideración de los factores subjetivos de percepción permite clasificar a la población de un territorio o de un tipo de economía teniendo en cuenta la visión particular de los individuos sobre sus capacidades y cultura emprendedora.

En este capítulo se presentan las distintas percepciones de la población española comprendida en el rango de edad de 18-64 años, siguiendo la metodología GEM. El primer apartado muestra la distribución de la población, previamente desagregada entre la población involucrada en un proceso emprendedor de la que no lo está, en función del tipo de percepciones sobre sus valores y aptitudes para emprender. El segundo apartado agrupa a la población en función de sus percepciones sobre la cultura emprendedora y su influencia en el emprendimiento. El tercer apartado posiciona a España y a cada una de sus Comunidades Autónomas en función de estas percepciones en relación a otros países y contextos.

1.1.1. *La percepción de la población española sobre sus valores y aptitudes para emprender*

La investigación previa sobre emprendimiento señala que el proceso emprendedor suele comenzar a partir de la percepción de una oportunidad de negocio, y resulta clave que quien emprende disponga de los conocimientos y habilidades para ello y tenga contacto con otros emprendedores, lo que le permite disponer del capital humano y del capital social necesarios para responder a la oportunidad detectada en el entorno (Davidsson, 1995; Deverell y Olson, 2010). Por otro lado, la aversión al riesgo se identifica como un factor limitador del proceso emprendedor (Wennekers *et al.*, 2007).

Para dar respuesta a estas cuestiones, en el proyecto GEM se pregunta específicamente a la población sobre su percepción de la existencia de oportunidades para emprender, diferenciando entre los individuos involucrados en un proceso emprendedor de aquellos que no lo están (ver Gráfico 1.1.1). En el año 2020, el 16,5% de la población española percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses, un porcentaje muy inferior al de la edición del 2019 (un 36,1% de la población). Sorprendentemente, apenas hay diferencias de percepción entre los individuos involucrados en un proceso emprendedor (16,3%) de aquellos que no lo están (16,5%). Esto supone un cambio respecto al año 2019, en el que había una diferencia de más de cuatro puntos porcentuales en la percepción

Gráfico 1.1.1. Percepciones de la población española sobre sus valores y aptitudes para emprender, 2020

Fuente: GEM España, APS 2020.

de oportunidades de los emprendedores (39,7%) respecto a los que no lo eran (35,6%).

Respecto a la percepción de la disponibilidad de capital humano para emprender, más de la mitad de la población española (51,9%) considera que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa. En este sentido, estudios previos consideran que el nivel educativo de la población es un factor importante a la hora de tomar la decisión de emprender (Campbell *et al.*, 2017), pero es incluso más relevante el que los individuos perciban que tienen los conocimientos y habilidades específicos para hacerlo (Arenius y Minniti, 2005). En el año 2020 el porcentaje de la población que tiene esta percepción aumenta ligeramente respecto al 50,8% del año 2019, lo que refleja que la situación de incertidumbre vivida a causa de la crisis sanitaria no impide que más de la mitad de la población española perciba que puede emprender apoyándose en el valor de su capital humano. En este sentido, es importante resaltar que el 83,2% de las personas involucradas en un proceso emprende-

dor considera que tiene suficientes conocimientos y habilidades para emprender, respecto al 47,6% de las no involucradas, en consonancia con los datos del año anterior (85,1% de las involucradas frente al 45,8% de las no involucradas).

El miedo al fracaso constituye un factor que limita la decisión de emprender. El riesgo de no recuperar el dinero invertido en un nuevo negocio a menudo detiene iniciativas emprendedoras con potencial de crecimiento. En el año 2020 el 64% de la población española percibe que el miedo al fracaso les impediría poner en marcha un nuevo negocio, un aumento considerable respecto al 55,1% del año anterior. La incertidumbre desencadenada por la crisis de la Covid-19 y las medidas gubernamentales que se han ido implantando con muy poca antelación pueden explicar la resistencia de la población a tomar decisiones que supongan desembolsos importantes, sin tener la certeza de conocer el entorno al que deberán enfrentarse. El aumento del miedo al fracaso es especialmente acusado en el caso de las personas involucradas en un proceso emprendedor.

Tabla 1.1.1. Percepción de la población española sobre sus valores y actitudes para emprender en función del sexo, 2020

% de la población española de 18-64 años que percibe que	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
... existen oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	17,9%	14,4%	16,3%	18,5%	14,5%	16,5%
... posee los conocimientos y habilidades para emprender	84,2%	81,9%	83,2%	52,7%	42,7%	47,6%
... el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	48,3%	54,0%	50,8%	63,3%	68,1%	65,7%
... conoce a otras personas que han emprendido el año anterior	53,3%	46,2%	50,2%	39,2%	32,1%	35,6%

Fuente: GEM España, APS 2020.

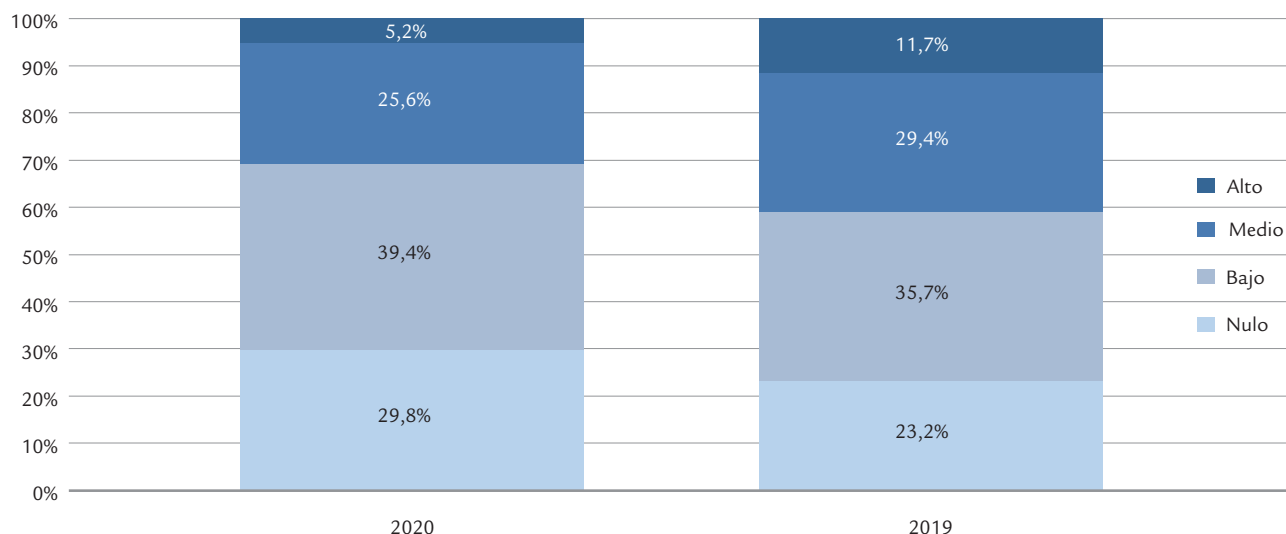
En el año 2020, la mitad de los emprendedores (50,8%) manifiesta miedo al fracaso a la hora de emprender, trece puntos porcentuales más que en el año 2019 (37%). Y este porcentaje se eleva en el grupo de los no emprendedores (65,7%). Este resultado es coherente con algunos estudios en los que se afirma que los emprendedores perciben la incertidumbre de forma más positiva que las personas no implicadas en procesos de emprendimiento (Klein y Klein, 2001 y Foss *et al.*, 2008), y por ello pueden aprovechar oportunidades no detectadas por la población general.

Por último, el capital social, entendido como el conocimiento de otros emprendedores con los que se puede contar a la hora de iniciar un nuevo negocio, resulta clave a la hora de tomar la decisión de emprender, como reflejan estudios como los de Anderson y Miller (2003), Aldrich (2012) y Neira *et al.* (2017). En el año 2020, el 37,3% de la población española consideraba que tenía conocimiento de otros emprendedores con los que contar en su proceso emprendedor, un porcentaje algo inferior al 42,1% del año anterior. Este porcentaje aumenta hasta el 50,2% en el caso de la población involucrada en un proceso emprendedor, frente al 35,6% de los no involucrados. Sigue siendo un porcentaje elevado para los emprendedores, a pesar del descenso respecto al 60,3% del año anterior, porque indica que uno de cada dos emprendedores tiene

contactos que pueden ayudar en el proceso de iniciar un negocio.

En relación a la diferencia entre hombres y mujeres, la Tabla 1.1.1 muestra un perfil más conservador de las mujeres emprendedoras en comparación con los hombres, siguiendo la dinámica de años anteriores. Un perfil conservador que se agrava en el caso de las mujeres no involucradas en un proceso emprendedor. En el año 2020 el 14,4% de las mujeres emprendedoras perciben oportunidades para emprender en los próximos seis meses, un porcentaje inferior al de los hombres emprendedores (17,9%). El 81,9% de las mujeres emprendedoras considera que tiene suficientes conocimientos y habilidades para emprender, un porcentaje ligeramente inferior al del año anterior (82,6%) pero que recorta distancias con el porcentaje de hombres emprendedores con conocimientos y habilidades para emprender (84,2% en 2020 frente al 87,2% en 2019).

Más de la mitad de las mujeres emprendedoras manifiesta miedo al fracaso a la hora de emprender (54%), un porcentaje quince puntos porcentuales superior al del año anterior (38,4%) y cinco puntos porcentuales superior al de los hombres emprendedores (48,3%). Y esta percepción se agrava entre las personas no involucradas en un proceso emprendedor, tanto en el caso de las mujeres (68,1%) como en el de los hombres (63,3%). El aumento de la

Gráfico 1.1.2. Índice de las percepciones de la población sobre sus valores y aptitudes para emprender en España, 2019-2020

Fuente: GEM España, APS 2020.

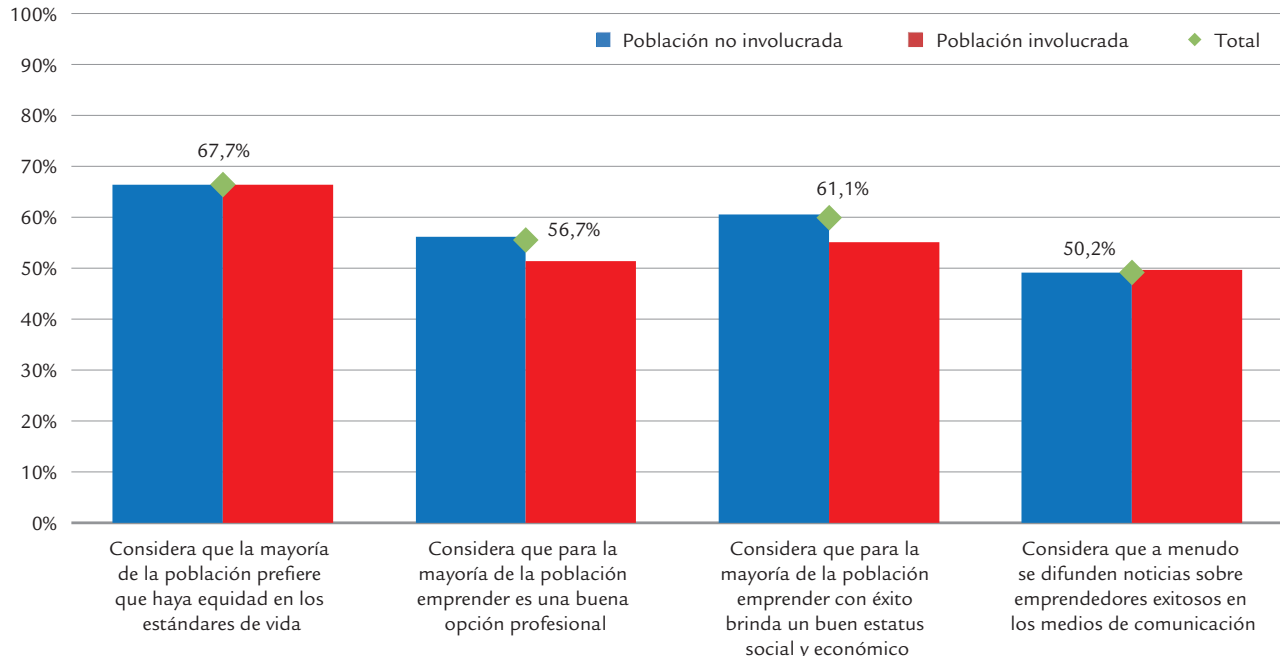
incertidumbre de 2020 explica este cambio de percepción ya avalado por Wennekers *et al.* (2007). Por último, sigue habiendo menos mujeres emprendedoras en contacto con otros emprendedores (46,2%) que hombres (53,3%), porcentaje que se reduce significativamente respecto al año anterior (59,9% de mujeres y 60,6% de hombres).

El Gráfico 1.1.2 refleja la agrupación de la población española en función de su percepción sobre los recursos de los que disponen para emprender (visión de oportunidades, conocimientos y habilidades y contacto con emprendedores). Apenas un 5% de la población mantiene un nivel alto de percepciones positivas para emprender, un descenso de cinco puntos porcentuales respecto a 2019. El 25% de la población aún mantiene percepciones moderadamente positivas hacia el emprendimiento, pero una amplia mayoría (70%) manifiesta percepciones bajas (40%) o nulas (30%) hacia los recursos y oportunidades para emprender, un porcentaje diez puntos porcentuales superior al del año 2019 (60%).

1.1.2. Percepción de la población española sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento

Nuestras percepciones están condicionadas por el entorno y cultura en la que estamos inmersos. Por ello, el proyecto GEM pregunta a los individuos sobre los valores sociales que perciben a su alrededor y su influencia sobre el emprendimiento. De acuerdo con los estudios de Thurik y Dejaridin (2011) y Davidsson (1995), entre otros, una cultura en la que se valore socialmente la actividad emprendedora y a quienes la llevan a cabo favorece la creación y continuidad de nuevos negocios. Los resultados presentados en esta edición del *Informe GEM España 2020* en la Tabla 1.1.2 reflejan cierta variabilidad en la percepción de la cultura como un estímulo al emprendimiento en este país.

El Gráfico 1.1.3 muestra un menor porcentaje de la población que considera la equidad en los estándares de vida como un valor preferido por las per-

Gráfico 1.1.3. Percepción de la población española sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento, 2020

Fuente: GEM España, APS 2020.

sonas de su territorio (67,7% en 2020 frente al 69% de 2019), señala que en su entorno emprender se considera una buena opción profesional (56,7% en 2020 frente al 57,3% de 2019) o piensa que se publican a menudo noticias sobre emprendedores de éxito (50,2% en 2020 frente al 54% de 2019). Sin embargo, el 61,1% de la población considera que en su entorno el emprender con éxito brinda un buen estatus económico y social, 3 puntos porcentuales superior al dato de 2019 (57,8%). Estos resultados parecen indicar que, si bien la población considera que en el año 2020 hay menos oportunidades para emprender, algo que ya se ha visto reflejado en datos anteriores, se ha dado menos publicidad a esta actividad profesional, motivado sin duda por la relevancia de otras preocupaciones sociales como la de la crisis sanitaria. Se percibe que la cultura española está evolucionando hacia la percepción de que cada persona debe recibir en consonancia

con lo que aporta, en lugar de buscar una equidad en los estándares de vida provista por los poderes públicos, valorando positivamente el estatus social y económico de los emprendedores de éxito. Desde el punto de vista de autores como Krueger *et al.* (2013), esta evolución de los valores culturales resulta favorable al emprendimiento. Otros economistas como Collier *et al.* (2020) y Mazzucato (2018) argumentan que las políticas que han fomentado el individualismo no son propicias para generar iniciativas que favorecen un crecimiento que corrija las desigualdades y favorezca la innovación.

En lo que se refiere a las diferencias entre personas involucradas en un proceso emprendedor y aquellos que no lo están, la percepción de la cultura hacia el emprendimiento es bastante similar (ver Tabla 1.1.2). Solo se reflejan diferencias en la consideración del emprendimiento como buena opción

Tabla 1.1.2. Percepción de la población española sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento en función del sexo, 2020

% de la población española de 18-64 años que considera que	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
... la mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida	68,2%	67,2%	67,8%	67,5%	67,9%	67,7%
... para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional	54,9%	49,7%	52,5%	58,3%	56,3%	57,3%
... para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico	58,0%	54,2%	56,3%	63,8%	59,8%	61,8%
... a menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación	51,3%	49,9%	50,7%	51,6%	48,7%	50,1%

Fuente: GEM España, APS 2020.

profesional (el 52,5% de emprendedores respecto al 57,3% de no emprendedores) y la buena consideración social de emprender con éxito (el 56,3% de emprendedores frente al 61,8% de no emprendedores). Este menor porcentaje de emprendedores refleja un mayor conocimiento de su consideración social, desde una perspectiva interna.

El análisis de las diferencias entre hombres y mujeres es similar al de la clasificación anterior. Las mujeres son menos optimistas que los hombres a la hora de evaluar favorablemente la cultura de su entorno para emprender, especialmente si son emprendedoras.

Además, la mayoría de las mujeres emprendedoras (67,2%) considera que en su cultura se prefiere la equidad en los estándares de vida, un porcentaje más elevado que el del año 2019 (65,3%) y similar al del caso masculino. Solo el 49,7% de las mujeres emprendedoras considera que en su entorno se valora el emprendimiento como opción profesional, y poco más de la mitad (54,2%) piensa que existe un reconocimiento social a emprender con éxito. Esta percepción es inferior a la de los hombres y a la de las mujeres no emprendedoras. Por último, durante el año 2020 las mujeres (emprendedoras y no emprendedoras) perciben menos repercusión del valor del emprendimiento en los medios de comu-

nicación respecto al año anterior y en comparación con los hombres.

Como complemento a los datos anteriores, el Gráfico 1.1.4 agrupa a la población en función de su percepción sobre la existencia de una cultura favorable al emprendimiento en su entorno. Tal y como se ha comentado previamente, en el año 2020 se produce una ligera evolución de los valores culturales favorables al emprendimiento. El 33,5% de la población considera que la sociedad española tiene un apoyo medio a los emprendedores, lo que supone un aumento de 2,5 puntos porcentuales respecto al año 2019 y refleja un crecimiento de los que consideran que en su entorno se apoya el emprendimiento de un 60% respecto al 58% del año anterior.

1.1.3. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las percepciones, valores y aptitudes para emprender

Una manera de calibrar mejor los datos sobre percepciones que se han explicado anteriormente es relativizarlos con respecto a otros países o contextos. En ese sentido, el Consorcio GEM lleva a cabo este mismo estudio a nivel mundial, lo que

Nombre de los emprendedores: Maite Agüeros, Manuel Rodríguez-Mariscal, Juan Manuel Irache.

Nombre del negocio: INNOUP FARMA.

Ubicación del negocio: Pamplona (Navarra).



Año de lanzamiento: 2015.

Breve descripción de lo que hace la empresa: InnoUp Farma desarrolla medicamentos innovadores, basados en nanomedicina, consiguiendo que estos sean más eficaces y más seguros. Y lo hacen para tratar aquellas enfermedades para las cuales no existe cura o bien para aquellas enfermedades cuyos tratamientos pueden ser muy mejorables.



¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Ser emprendedor va más allá de ver una oportunidad de negocio y ponerla en marcha, ya que normalmente esto no es algo tan evidente, especialmente al inicio. Desde mi experiencia, ser emprendedor significa luchar para mejorar y hacerlo con pasión, también con incertidumbre, pero con ese fin último de conseguir algo mejor.

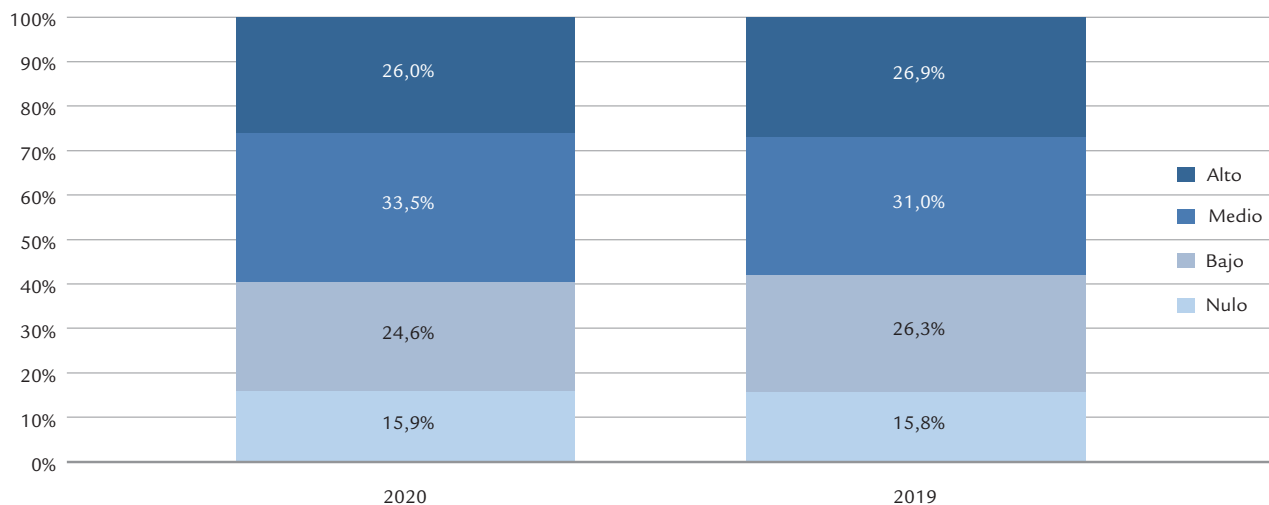
¿Cómo ha impactado la Covid-19 en su negocio y cómo ha innovado en respuesta a la pandemia?

Al inicio de la pandemia nos afectó muy directamente ya que nos encontramos en la fase de desarrollo clínico de los medicamentos y el no poder disponer de UCIS hizo que se paralizara nuestra investigación. Sin embargo, hemos conseguido retomar la investigación y avanzar durante este año, pese a la situación sanitaria. En este sentido estamos avanzando con una nueva línea de investigación para el desarrollo de nuevas vacunas.

Como emprendedora, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Uno sabe al emprender que el camino no es fácil, que no siempre es llano, y se está preparado para afrontar las dificultades, resolverlas y seguir adelante. Pero en mis planes desde luego no estaba el sufrir una pandemia de estas características! Pero hemos conseguido seguir adelante, superar muchísimas dificultades con las que no habíamos contado y todo esto ha sido posible con el gran equipo humano que hay detrás de este proyecto. El afrontar esta situación creo que nos ha dado también la suficiente confianza para continuar con una mayor fortaleza y afrontar otra situación que puedan presentarse, es un aprendizaje muy valioso.

Gráfico 1.1.4. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en España, 2019-2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

nos permite hacer esa comparación. A lo largo de este apartado se comparará la situación que tiene España con respecto al resto de países que han participado en el proyecto GEM en el año 2020. Para llevar a cabo esta clasificación, se han dividido a los países en economías de ingresos bajos (5 países distintos), en economías de ingresos medios (12 países) y en economías de ingresos altos (un total de 33 países). Ello hace que en la edición de 2020 hayan participado un total de 43 países en diferentes estados de desarrollo, aunque como vemos casi dos tercios de los países de la muestra son de economías desarrolladas. En el *Informe GEM 2019-2020* (Peña *et al.*, 2020) había un total de 50 países, muchos presentes también en la edición del *Informe GEM 2020-2021*.

La Tabla 1.1.3 refleja las percepciones de la población agrupada en función del nivel económico de sus países. A diferencia del año anterior, en 2020 un mayor porcentaje de la población procedente de economías de ingresos bajos (72,5% en 2020 frente al 51,4% de 2019, por término medio) percibe mayor existencia de oportunidades para emprender que la población de países con economías de mayores ingresos, en las que el porcentaje de población con esta percepción además se mantiene ligeramente inferior al del 2019. Tal y como afirman estudios como los de Davidsson (2015) y Davidsson *et al.* (2017), un cambio brusco en las condiciones del entorno podría favorecer a determinados emprendedores a la hora de detectar oportunidades de su entorno. Este resultado podría estimular nuevas investigaciones que analicen si este efecto es más relevante en economías de bajos ingresos, tal y como parecen indicar los datos.

En lo que se refiere a la percepción de los conocimientos y habilidades para emprender, también es mayor el porcentaje de población de países con economías de ingresos bajos que considera que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, con un incremento de más veinte puntos porcentuales respecto al año anterior (76,6% en 2020 frente al 41,8% de 2019). Hay que tener

en cuenta que los países que componen la agrupación de economías van cambiando a lo largo del tiempo, de ahí la cautela a la hora de comparar los resultados interanuales. No obstante, resulta sorprendente que el porcentaje de población que se considera con suficiente capital humano para emprender en economías de bajos ingresos sea superior al de la población de países con economías más desarrolladas (64,9% en economías de ingresos medios, 57,2% en economías de ingresos altos, por término medio), en las que los individuos tienen un mayor nivel educativo. De todas formas, este resultado es coherente con el estudio de Arenius y Minniti (2005), en el que se afirma que influye más en la decisión de emprender la percepción de tener los conocimientos específicos para hacerlo que el nivel formativo del emprendedor. El miedo al fracaso es un factor que afecta en mayor medida a la población de países con economías de ingresos más altos (un 46,1% en 2020 frente al 42,6% de 2019), lo que se puede explicar por el hecho de que en estas economías la población tiene mejores alternativas laborales, y por ello necesitan mejores expectativas de ingresos para tomar la decisión de emprender que en otro tipo de entornos. En este caso, es la población de los países de economías con ingresos medios los que experimentan menor miedo al fracaso (39,3% frente en 2020 frente al 44,6% de 2019).

En relación a la percepción de si existe una cultura favorable al emprendimiento, las poblaciones de países con economías de ingresos medios y bajos son las que, en mayor medida, consideran que su entorno es favorable al emprendimiento. Más de la mitad de la población de los países de economías con ingresos medios (65%, por término medio) consideran que en su país existen modelos de referencia de emprendedores, a pesar de tener el menor porcentaje de población que considera fácil el procedimiento administrativo para comenzar un negocio (43,6% por término medio). Más de dos tercios de la población de economías con ingresos bajos considera emprender como una buena opción pro-

Tabla 1.1.3. Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en 2020. Análisis por tipo de economía³

Tipo de economía	Países	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Equidad en los estándares de vida en la sociedad	Emprender como buena opción profesional	Emprender brinda estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
<i>Economía de ingresos bajos</i>	Media	72,5	76,6	41,3	56,5	66,8	79,2	82,5	76,1	61,0
	Angola	75,6	82,3	34,7	70,7	66,1	74,2	84,5	71,9	69,8
	Burkina Faso	75,5	84,1	43,4	60,7	62,8	74,7	83,8	78,6	44,0
	Egipto	65,7	56,1	37,5	34,9	73,9	71,5	75,7	71,4	61,6
	India	82,5	81,7	48,8	61,9	81,6	85,2	86,1	80,3	78,5
	Marruecos	57,3	63,4	39,4	42,3	68,6	82,9	74,0	71,3	53,9
	Togo	78,5	91,9	44,0	68,5	48,1	86,9	91,0	83,3	58,5
<i>Economía de ingresos medios</i>	Media	49,2	64,9	39,3	65,0	66,8	74,4	78,5	68,2	43,6
	Brasil	57,3	67,8	47,0	74,2	–	–	–	–	41,4
	Colombia	47,9	64,8	42,5	66,9	42,9	53,5	58,3	60,4	33,2
	Guatemala	62,6	74,4	41,0	71,4	63,8	94,3	78,6	61,4	48,8
	Indonesia	80,6	79,0	28,5	79,2	58,2	72,8	80,4	90,4	73,4
	Irán	13,3	64,9	39,9	33,8	65,3	47,3	94,3	65,3	21,3
	Kazajistán	44,8	63,7	18,1	84,3	93,6	90,7	91,7	62,5	51,1
<i>Economía de ingresos altos</i>	Rusia	33,4	34,5	46,9	54,5	71,1	75,3	72,5	61,0	30,6
	Media	46,6	57,2	46,1	53,7	62,5	64,7	74,5	67,9	55,5
	Media EU28	40,5	55,2	46,9	51,4	61,9	59,6	68,6	59,3	52,0
	Alemania	36,0	47,6	38,4	44,4	63,2	54,9	81,8	53,7	54,4
	Arabia Saudita	90,5	86,4	48,5	57,3	nd	93,7	95,1	92,9	91,5
	Austria	31,2	53,3	44,5	53,9	60,1	44,5	79,8	70,0	47,5
	Canadá	49,1	55,6	57,5	51,0	76,9	71,8	81,3	77,0	67,7
	Catar	72,3	68,2	41,4	52,6	68,3	81,3	88,3	82,0	67,9
	Chile	46,7	71,7	50,5	65,8	nd	nd	nd	nd	46,1
	Chipre	21,1	58,1	55,8	68,1	55,6	76,7	70,7	61,8	49,7
	Corea del Sur	44,6	53,0	20,3	39,9	71,0	56,6	87,7	70,6	33,9
	Croacia	47,2	75,0	55,4	67,8	76,4	59,3	53,5	58,4	30,7

³ Siguiendo los criterios del Banco Mundial, el Proyecto GEM considera como economías de ingresos bajos a aquellas con una renta *per cápita* es de 3.895 dólares o menos, como economías de ingresos medios a aquellas con una renta *per cápita* de entre 3.896 dólares y 12.055 dólares, y como economías de ingresos altos a aquellas con una renta *per cápita* de 12.056 dólares o más. Para más información, visitar el sitio web: <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>.

Tabla 1.1.3. Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en 2020. Análisis por tipo de economía (cont.)

Tipo de economía	Países	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia	Equidad en los estándares de vida en la sociedad	Emprender como buena opción profesional	Emprender brinda estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
<i>Economía de ingresos altos</i>	Emiratos Árabes Unidos	62,1	54,7	42,1	65,5	79,5	75,0	84,1	80,8	69,5
	Eslovaquia	42,0	59,4	48,2	57,9	81,3	68,7	85,1	81,3	62,0
	Eslovenia	40,9	56,4	46,8	71,9	66,7	49,3	62,1	56,3	26,0
	España	16,5	51,9	64,0	37,3	67,7	56,7	61,1	50,2	34,6
	Estados Unidos	48,6	64,0	50,5	60,9	47,6	70,3	78,3	71,8	68,5
	Grecia	27,9	53,2	62,8	32,5	58,0	69,5	70,3	57,2	25,9
	Israel	25,0	37,7	56,1	68,1	40,2	60,7	83,7	53,1	12,3
	Italia	62,2	60,8	27,1	30,6	nd	nd	nd	nd	78,0
	Kuwait	62,6	63,4	50,8	58,2	nd	nd	nd	nd	64,5
	Letonia	37,1	55,3	40,8	36,8	49,1	56,7	61,8	63,5	33,2
	Luxemburgo	41,9	45,7	48,7	45,9	52,2	nd	nd	nd	63,8
	Noruega	57,0	41,6	29,5	44,7	nd	nd	nd	nd	84,1
	Omán	83,8	64,5	42,6	84,2	62,3	81,3	90,2	89,0	67,8
	Países Bajos	48,8	43,6	37,4	60,8	nd	nd	nd	nd	82,8
	Panamá	47,2	72,7	41,3	52,6	52,7	67,0	65,8	72,4	55,9
	Polonia	51,6	60,0	40,3	62,7	51,0	59,9	60,1	41,0	58,9
	Reino Unido	27,3	54,5	56,2	49,8	nd	69,6	77,1	69,2	69,8
	Suecia	62,5	52,1	46,4	48,5	nd	nd	nd	nd	80,1
	Suiza	26,7	44,5	45,5	44,6	55,3	49,3	71,9	67,9	55,5
	Taiwán	39,3	44,8	42,0	32,3	77,2	49,8	60,4	79,5	42,5
	Uruguay	47,3	65,6	51,2	63,6	63,8	65,4	64,2	62,4	39,4

Fuente: GEM Global, APS 2020.

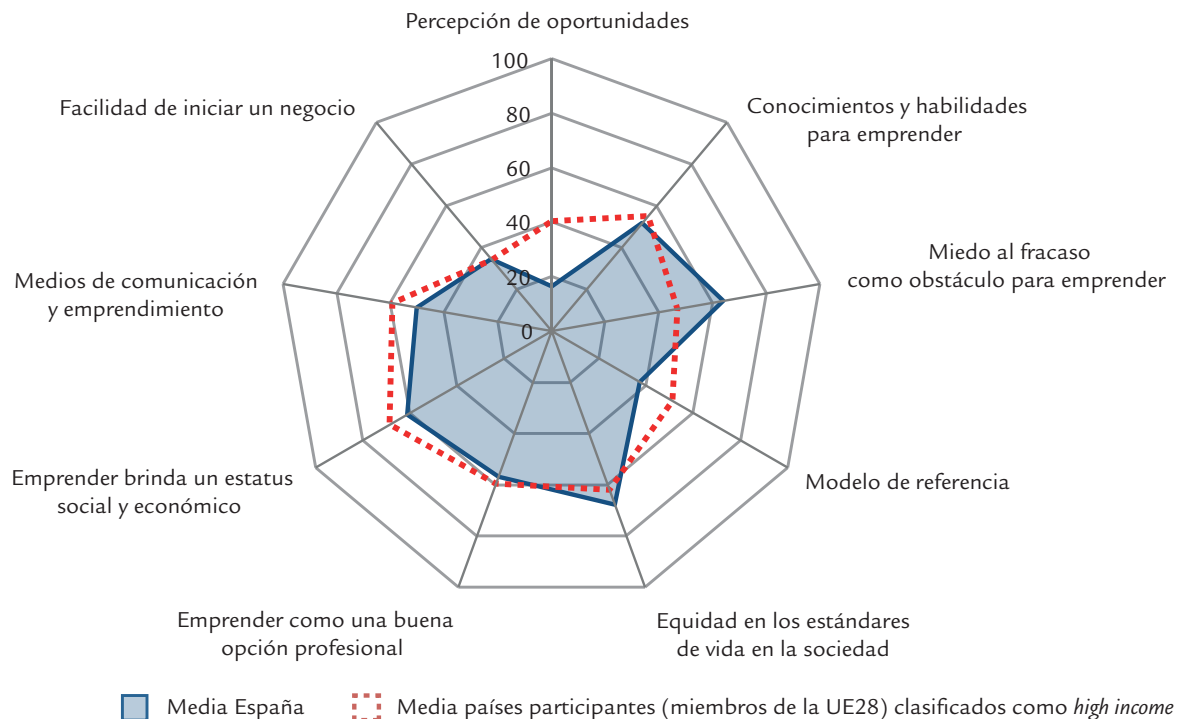
fesional (79,2% por término medio), difundida en medios de comunicación (76,1%) y bien considerada socialmente (82,5%). Además, es la población de economías con ingresos bajos la que considera, en mayor medida (61% en 2020 frente al 41,1% de 2019), más facilidades administrativas a la hora de emprender, a diferencia del año anterior, en el que eran las poblaciones de las economías más desarrolladas las que consideraban más fácil tramitar un nuevo negocio. En lo que se refiere a los valores sociales en pro de la equidad, todos los países considerados en esta agrupación tienen porcentajes superiores al 60% de la población que considera estos valores como dominantes en su entorno social (el menor porcentaje, un 61,9%, es el de la media de la Unión Europea), estando en minoría la población que considera que en su entorno existe

la creencia de que las personas deberían obtener rendimientos relacionados con su esfuerzo individual, sin exigir que las Administraciones Públicas legislen en busca de la equidad.

En resumen, en el año 2020 se ha producido un incremento considerable de la percepción positiva hacia el emprendimiento de la población de países con economías de ingresos bajos, que considera que existen oportunidades para emprender y que tienen conocimientos y habilidades para aprovecharse de ellas, modelos de referencia a seguir, facilidades administrativas y una cultura más favorable al emprendimiento que en años anteriores.

El Gráfico 1.1.5 refleja la posición de España en relación con los países de la Unión Europea (UE), clasificados como economías con ingresos ele-

Gráfico 1.1.5. Percepciones, valores y aptitudes de los españoles respecto al resto de la Unión Europea en 2020



Fuente: GEM Global, APS 2020.

vados. El porcentaje de población con miedo al fracaso a la hora de emprender y que considera que la cultura de su entorno es proclive a la equidad, es superior a la media de los países de su entorno, lo que se considera factores limitadores del potencial emprendedor (Wennberg *et al.*, 2013). Si a esto unimos una percepción de oportunidades considerablemente menor a la de la media de los países de la UE, obtenemos una visión más clara de las barreras psicológicas de la población española ante la actividad emprendedora en relación con los países de su entorno. Sin embargo, el porcentaje de la población que considera que tiene los conocimientos y habilidades para emprender, considera que los medios de comunicación difunden adecuadamente los modelos emprendedores de éxito y que ser emprendedor se valora positivamente en la sociedad, está al nivel de la media de los países de la UE. Estas percepciones, unidas a un mayor porcentaje de población que considera que emprender es una buena opción profesional, en comparación con los países de la UE, permiten posicionar a España como país con potencial emprendedor dentro de su entorno de referencia.

Los Gráficos 1.1.6 y 1.1.7 reflejan la posición de España y sus Comunidades Autónomas en relación a países con economías de ingresos altos, teniendo en cuenta la percepción de oportunidades y reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (Gráfico 1.1.6) y el miedo al fracaso y percepción de modelos de referencia (Gráfico 1.1.7). En todos los indicadores, la variabilidad entre Comunidades Autónomas es menor que entre países, lo que demuestra que la población española, a pesar de sus diferencias, tiene una actitud ante el emprendimiento más homogénea en comparación con las poblaciones de distintos países. Tal y como se refleja en el gráfico anterior, en el año 2020 la percepción de oportunidades en España se sitúa a la cola de los países con eco-

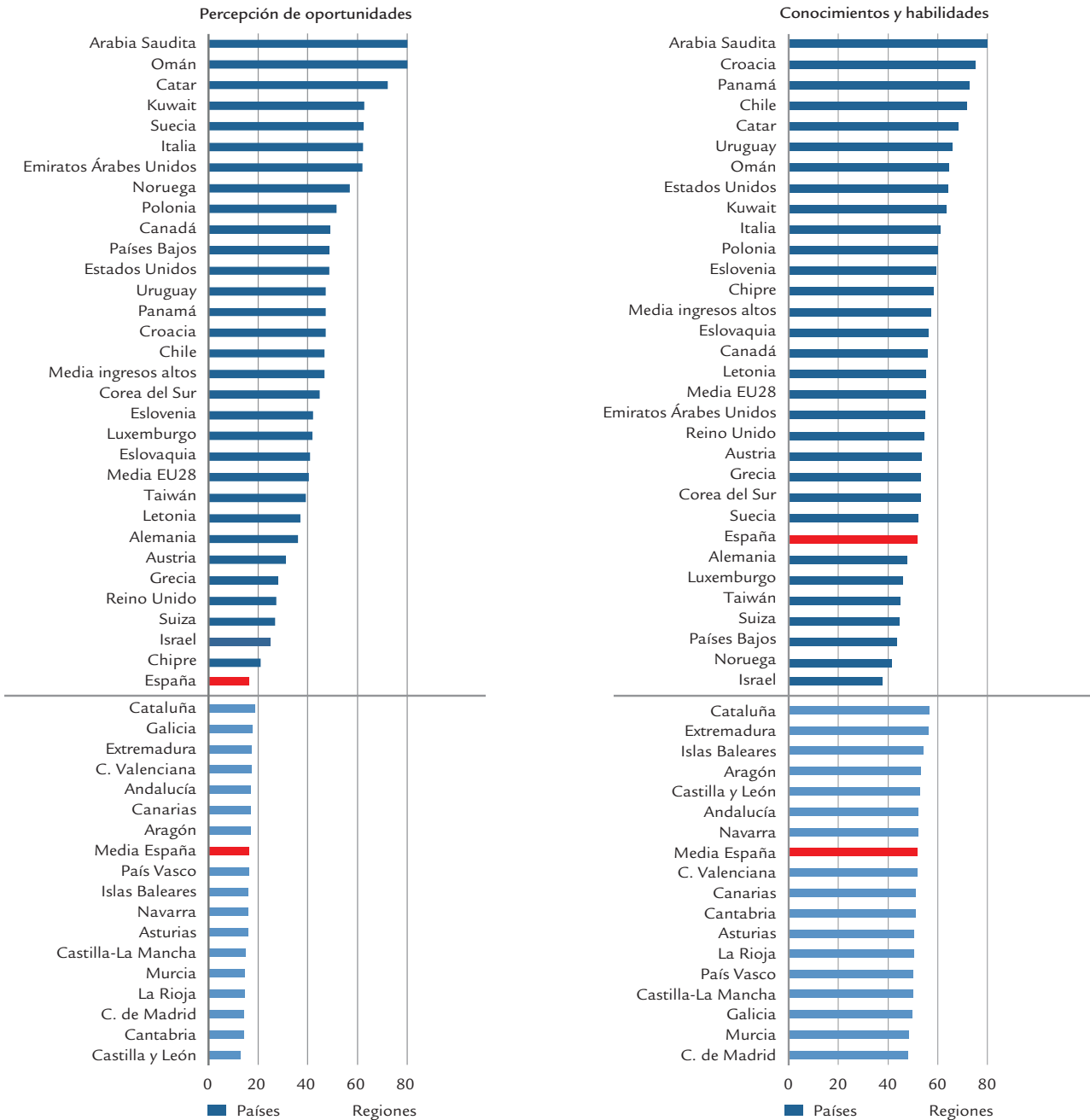
nomías de ingresos altos, muy por debajo de la media y empeorando su posición respecto al año anterior, dado que Eslovaquia y Letonia mejoran sus expectativas.

En cuanto a las Comunidades Autónomas, el porcentaje de población que percibe oportunidades para emprender baja considerablemente respecto al 2019. España se sitúa en el tercio inferior de sus países de referencia económica en cuanto al porcentaje de población que percibe suficientes conocimientos y habilidades para emprender. En este sentido, nos remitimos a la reflexión anterior sobre la diferencia entre la percepción de tener capital humano para emprender y el nivel educativo real, puesto que en este *ranking*, países como Israel se sitúan muy por debajo de otros como Croacia, Uruguay o Polonia. En lo que se refiere a las Comunidades Autónomas, los valores son similares al promedio de la población española.

Al igual que el año anterior, en 2020 España figura a la cabeza en miedo al fracaso a la hora de emprender, con un 64% de la población que considera este factor como inhibidor de su decisión de emprender. La visión de este dato relacionado con el de las economías de referencia, en las que este porcentaje apenas supera el 40% de la población, ofrece una visión más clara de la capacidad inhibidora de esta percepción en nuestro país. En relación a las Comunidades Autónomas, los valores son muy similares.

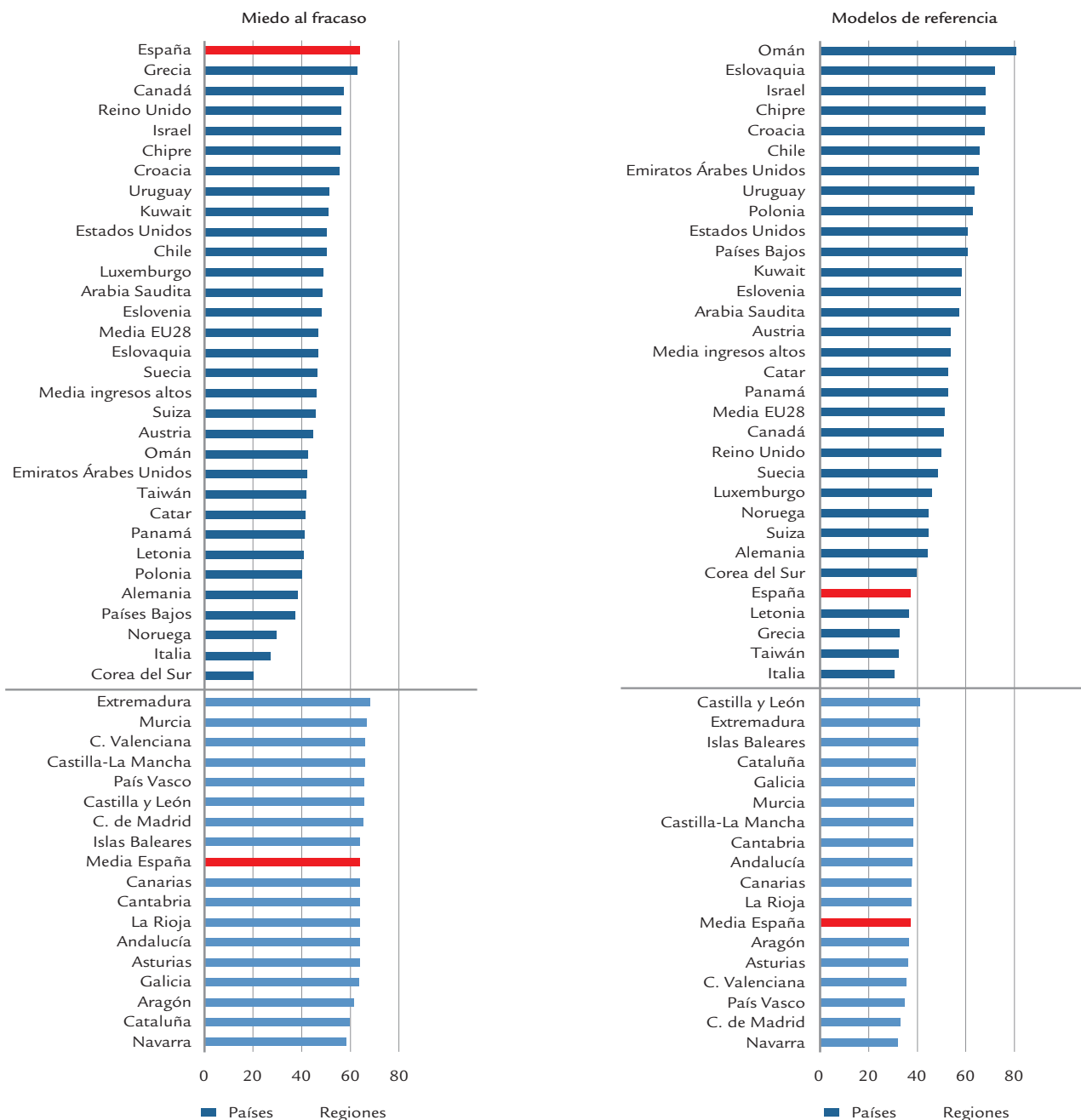
España se sitúa en el último cuartil de países en cuanto a la existencia de modelos de referencia para emprender, muy por debajo de países como Omán, Eslovenia o Israel. Esta posición es similar a la del año 2019. En cuanto a las Comunidades Autónomas, la percepción es similar en todas ellas, destacando la primera posición de Castilla y León y la baja posición de Madrid y País Vasco.

Gráfico 1.1.6. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías de ingresos altos), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción de oportunidades y auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en 2020



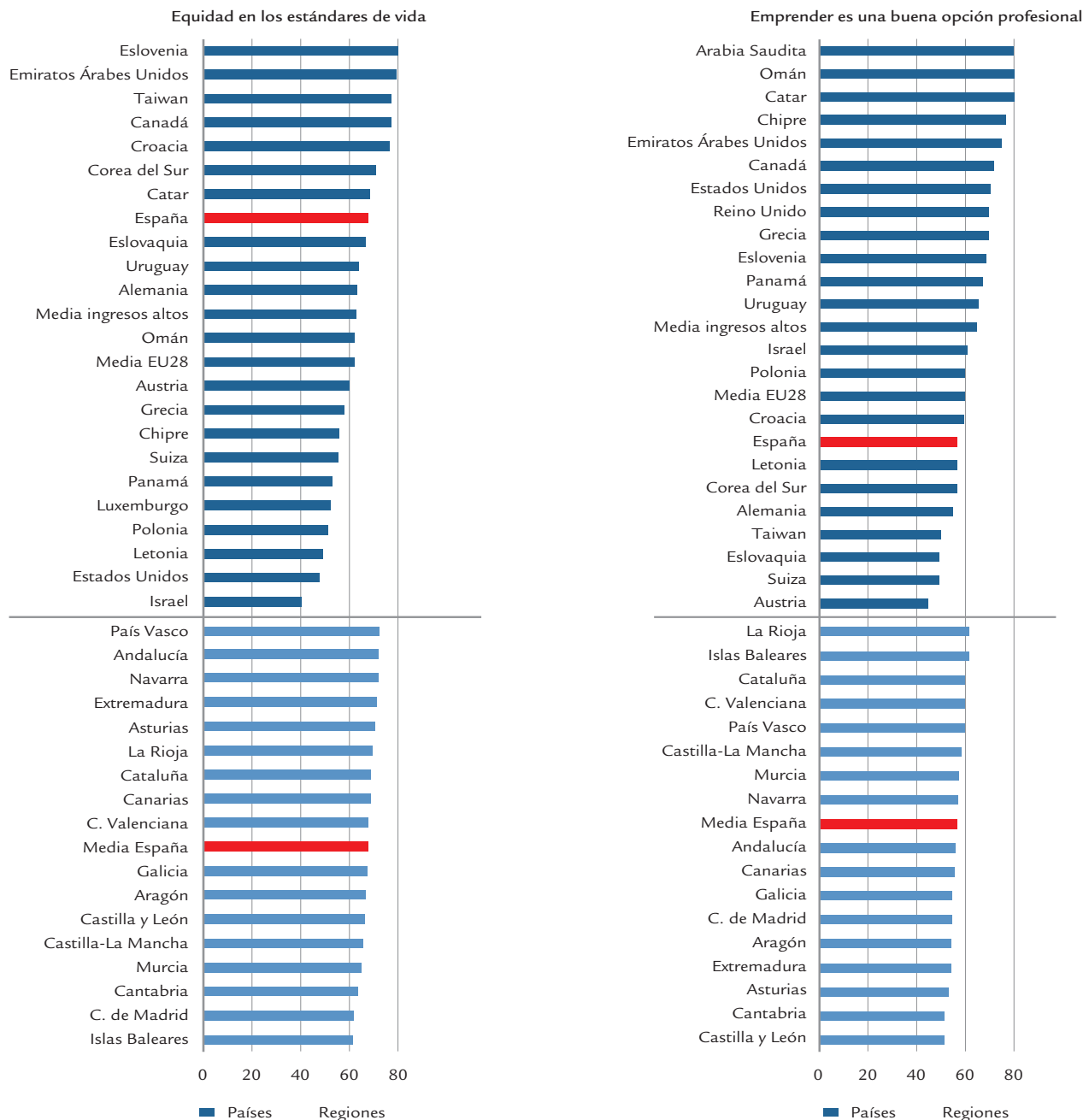
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.1.7. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías de ingresos altos), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia en 2020



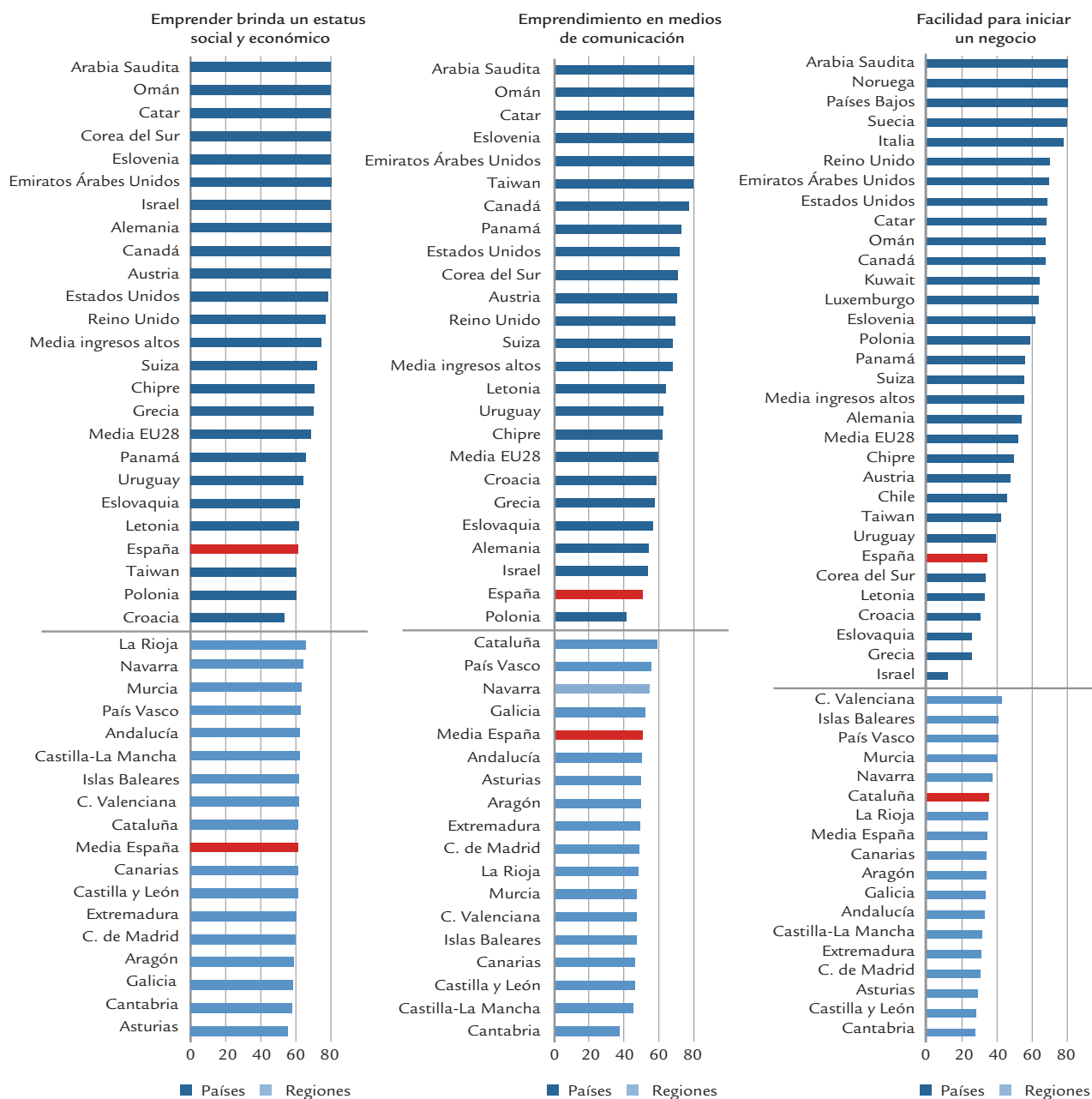
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.1.8. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías de ingresos altos), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de las percepciones relativas a la equidad en los estándares de vida y a que emprender es una buena opción profesional en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.1.9. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías de ingresos altos), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de las percepciones sobre que emprender brinda un estatus social y económico, aparición de emprendimiento en medios de comunicación y facilidad para iniciar un negocio en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Nombre del emprendedor: Néstor Santiago Ávila.

Nombre del negocio: Fibras Naturales Canarias.



Ubicación del negocio: Gáldar (Gran Canaria, Las Palmas).

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Valorización de residuos agrícolas obteniendo fibras naturales como producto principal a través de los rolos de las plataneras y como subproductos: pulpa y agua.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Un estilo de vida, una manera de pensar y de ver las cosas en el día a día. Crear nuevas oportunidades tanto para uno mismo como para todo el que rodea tu emprendimiento.

Ser innovador, creativo y resolutivo.

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

En mi caso ha beneficiado en cierta medida, pues ha acelerado los instrumentos de financiación, la búsqueda de soluciones más sostenibles y los cambios de mentalidades en las grandes empresas.

Como emprendedor, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Haciendo las cosas bien siempre se tienen buenos resultados tarde o temprano. Hay que tener paciencia y sangre fría para que los impulsos no te lleven por un mal camino que no concuerden con tu idea real.



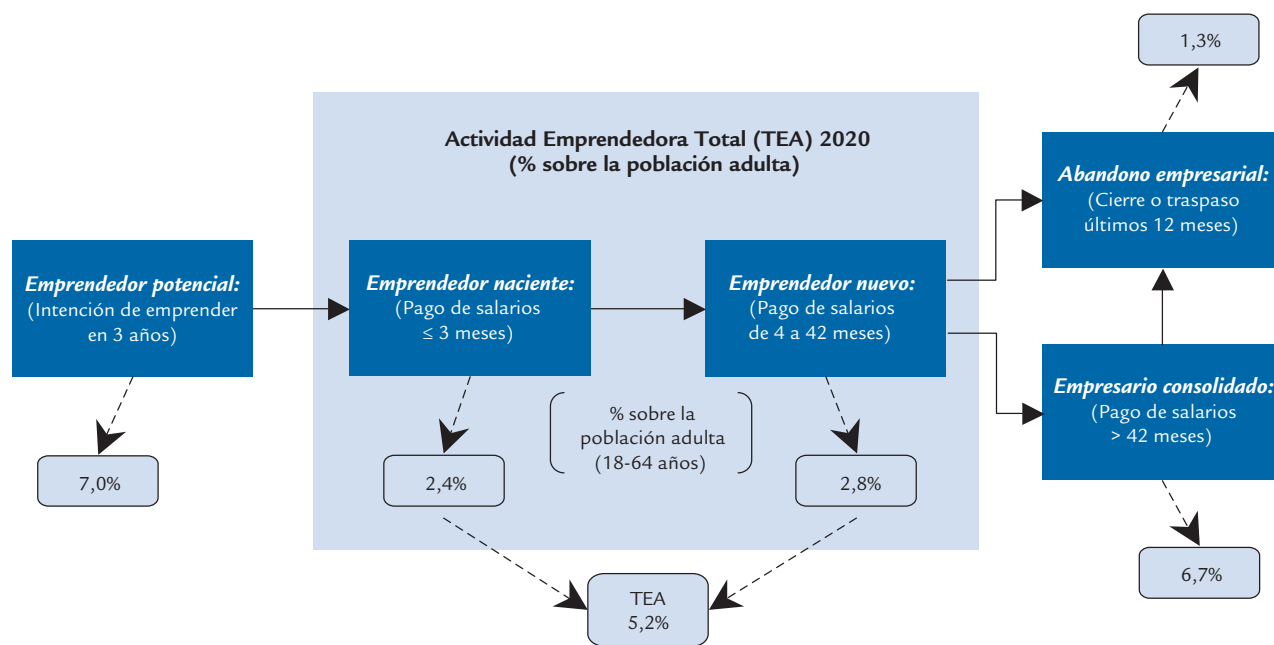
1.2. Actividad emprendedora y sus características

1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor

El proyecto GEM permite medir los niveles de actividad emprendedora con indicadores de las distintas fases temporales del proceso que atraviesa la persona emprendedora. De forma más específica, los indicadores ofrecidos ayudan a valorar cuál es la participación de la población adulta en iniciativas emprendedoras que se encuentran en distintos puntos en el tiempo, como por ejemplo, la fase en la que una persona manifiesta su intención de emprender en el futuro próximo, la fase en que una persona se encuentra inmersa en la puesta en marcha de un negocio naciente, o la fase en que una persona ya está gestionando un negocio nuevo o establecido. Además, el proyecto GEM considera, dentro de su enfoque de proceso, la fase en la que una persona abandona una actividad empresarial, pudiendo analizarse también si el negocio continúa o no en manos de otras personas. Los

indicadores asociados a cada una de estas fases dentro del proceso emprendedor se describen a continuación:

- Porcentaje de emprendedores potenciales, o de personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han declarado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos 3 años.
- Tasa de actividad emprendedora total (TEA) o en fase inicial, que constituye el principal indicador elaborado por el proyecto GEM y corresponde a la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos:
 - Porcentaje de emprendedores nacientes, o de personas adultas que están poniendo en marcha una empresa en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que no ha pagado salarios por más de tres meses.
 - Porcentaje de emprendedores nuevos, o de personas adultas que poseen y gestionan un negocio que ha pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses, y que, por lo tanto, no se ha consolidado.

Gráfico 1.2.1. El proceso emprendedor en España en 2020

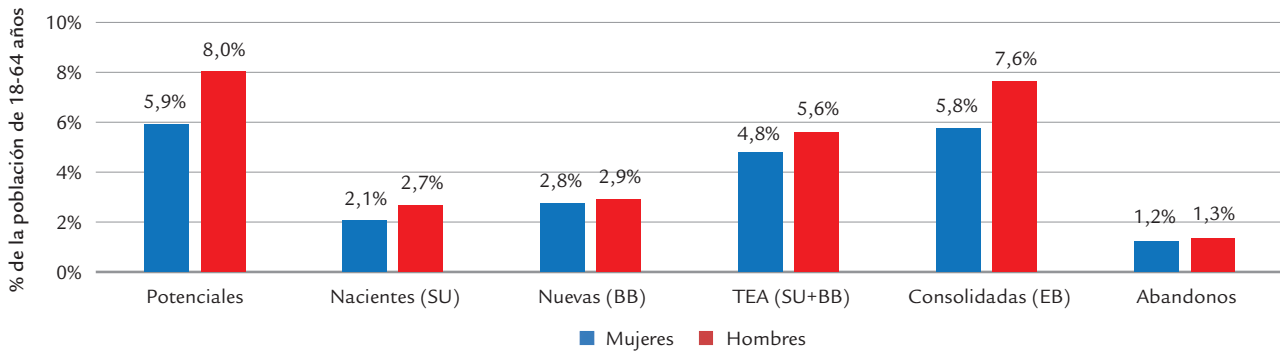
Fuente: GEM España, APS 2020.

- Porcentaje de **empresarios consolidados**, o de personas adultas que poseen y gestionan un negocio que ya se ha establecido en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses.
- Indicador de **abandono de la actividad empresarial**, medido como el porcentaje de personas adultas que han cerrado o abandonado un negocio en los últimos 12 meses.

El Gráfico 1.2.1 muestra los resultados de los principales indicadores del proceso emprendedor en España en el año 2020. Dentro de los diferentes indicadores, el más relevante es la tasa de actividad emprendedora total o TEA, que en 2020 se situó en 5,2% (bajando desde el 6,1% del año anterior). Esta ratio engloba dos tipos de personas emprendedoras, aquellas involucradas en iniciativas que aún no han pagado salarios por más de tres meses (emprendedor naciente), que con un 2,4% se mantienen en niveles similares a lo que sucedía en 2019, y aquellas iniciativas que se encuentran en

sus primeros 42 meses de actividad (emprendedor nuevo), que son las más golpeadas por el cese de la actividad económica, y que bajan 1 punto porcentual, pasando del 3,8% en 2019 al 2,8% en 2020 y frenando así la expansión de las iniciativas con menos de tres años y medio de actividad.

El índice TEA se alimenta de las iniciativas que se encuentran aún en una fase muy embrionaria, la de las intenciones. Este indicador muestra la resiliencia de los emprendedores, puesto que se mantiene en un 7% (8,1% en 2019) y supone la “bolsa” de emprendedores que garantizaría la vuelta a la actividad emprendedora una vez superadas las fases de inactividad provocada por la crisis de la Covid-19. Cuando las iniciativas superan sus primeros años de actividad (más de 42 meses en el modelo GEM), se convierten en consolidadas, y suponen el 6,7% de la población adulta española en edad de trabajar. Asimismo, un pequeño porcentaje de emprendedores (el 1,3% en 2020) no continúan con el pro-

Gráfico 1.2.2. El proceso emprendedor en España en 2020, según sexo

Fuente: GEM España, APS 2020.

ceso empresarial, un valor ligeramente inferior al del 2019, y que indica de nuevo la resiliencia de las personas emprendedoras en este año de cese de actividad generalizada en la economía.

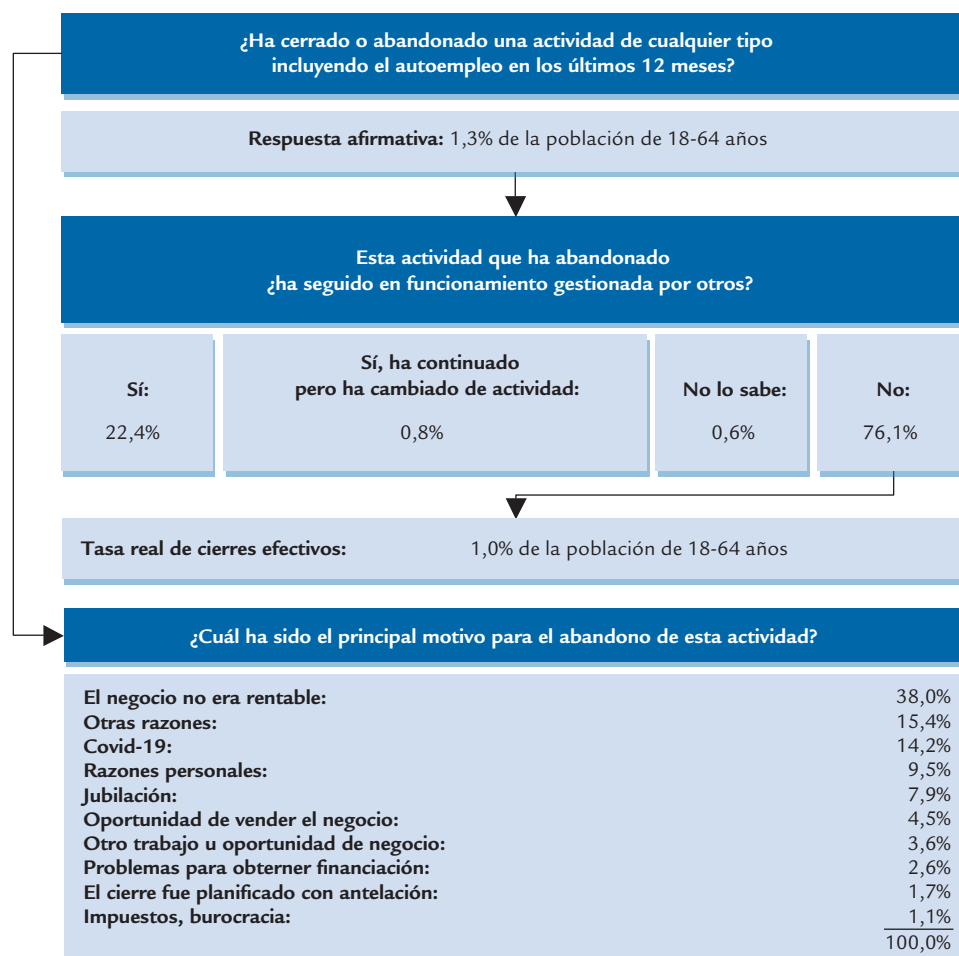
El Gráfico 1.2.2 muestra los datos del proceso emprendedor segmentado por sexo que nos permiten conocer el comportamiento de mujeres y hombres para las diferentes tasas que aporta el Observatorio del Emprendimiento de España. En general, el comportamiento de las diferentes tasas es similar, sin embargo, las mujeres presentan niveles más bajos en todas ellas frente a las de hombres, con la excepción de la tasa de abandonos. En concreto, las diferencias se hacen más marcadas en la intención de emprender (5,9% frente a un 8%), y en la tasa de iniciativas consolidadas (5,8% frente a un 7,6%). En consecuencia, las mujeres consideran en menor medida la opción de emprender, y una vez que lo han hecho, la consolidación de sus empresas es menor respecto a sus homólogos hombres. A lo largo del informe iremos ahondando en datos adicionales sobre las iniciativas puestas en marcha por mujeres.

En el Gráfico 1.2.3 se recoge el destino de las actividades que han dejado de operar. La mayor parte de estas (un 76%) no continúan desarrollando actividad empresarial. Entre los motivos que han llevado al cierre, el principal es la falta de rentabi-

lidad, respuesta que manifiestan el 38,0% de los emprendedores de las iniciativas que han cesado. En la edición de 2020 se ha incluido una nueva causa, la Covid-19, que ha afectado al 14,2% de los cierres del año. La pandemia ha desplazado a otros motivos que tradicionalmente eran relevantes como era el caso de las motivaciones personales que pasan del 18,4% al 9,5% de los ceses, bajando también la importancia de aspectos como la financiación, que pasa de ser el problema para el 4,6% de los cierres en 2019 al 2,6% en 2020.

1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

La evolución temporal de las distintas fases del proceso emprendedor puede apreciarse en los gráficos siguientes. En el Gráfico 1.2.4 se representan los emprendedores potenciales, aquellas personas que manifiestan intención de emprender en los años venideros, esta cifra que en el 2019 se situaba en el 8,1% pasa a representar el 7,0% de la población activa española en 2020, cambio que supone un parón en la tendencia creciente de los últimos años. La tendencia observada en la anterior crisis supuso una caída más abrupta en 2009 y una acumulación durante los años siguientes de las intenciones emprendedoras, creando una “bolsa” de potenciales emprendedores que comenzó a transformarse en emprendimiento efectivo a partir del año 2012.

Gráfico 1.2.3. Abandono de la actividad empresarial en España en 2020

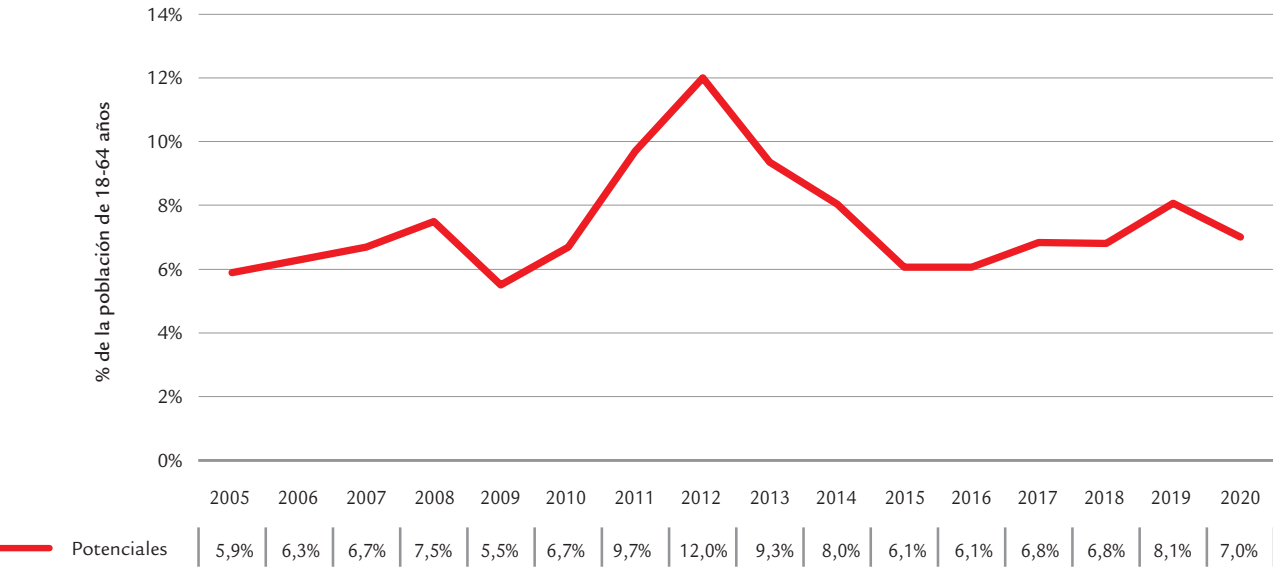
Fuente: GEM España, APS 2020.

Este comportamiento de *stand-by* es previsible que se repita en este ciclo, al menos en el año 2021, en el que la incertidumbre existente supone un freno importante a la hora de pasar a la acción por parte de los potenciales emprendedores.

En el Gráfico 1.2.5 se analiza el indicador habitualmente asociado a la actividad emprendedora, la ratio TEA que recoge el porcentaje de la población entre 18 y 64 años involucrada en iniciativas nacientes (menos de 3 meses de actividad) y nuevas (de 4

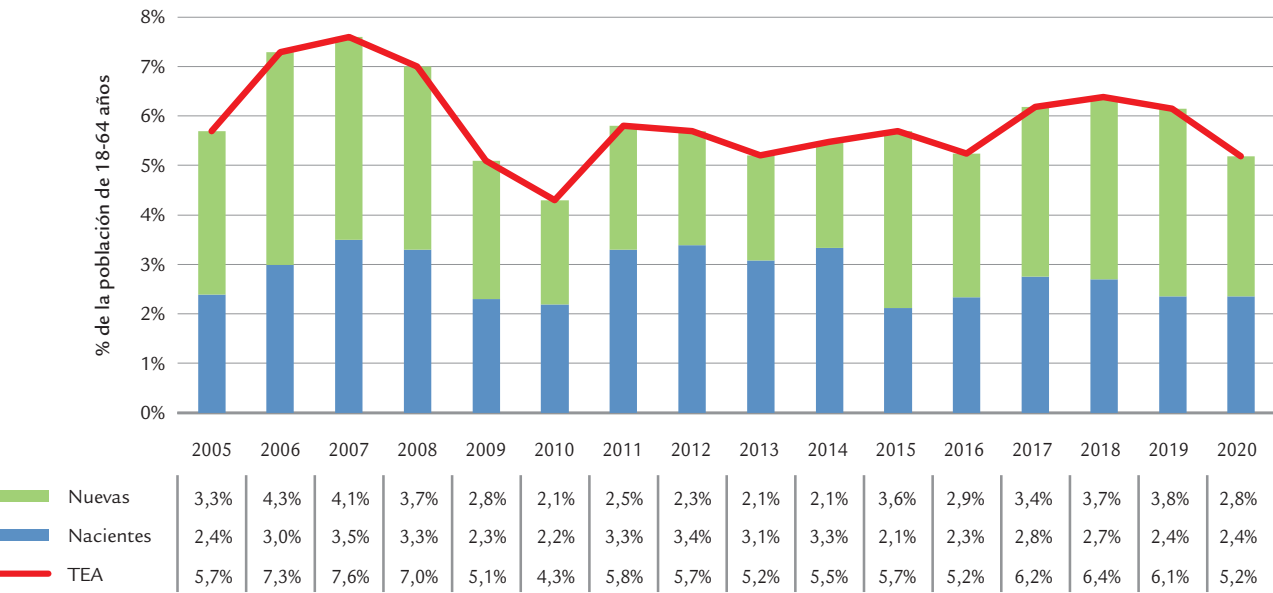
a 42 meses). La caída de casi 1 punto porcentual de la ratio TEA se debe al segundo tipo, iniciativas nuevas, que son las que más han sufrido durante la pandemia y que en muchos casos no dan el salto de la fase naciente a la que ya supone una nueva ruta en la denominada “travesía del desierto,” propia de todo nuevo proyecto, y que se ve especialmente afectada en periodos de cese económico como el de 2019. Al igual que sucedió en 2009 en el que se observó la caída más abrupta de toda la serie, el año 2021 es un reto para la actividad emprede-

Gráfico 1.2.4. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en España durante el periodo 2005-2020



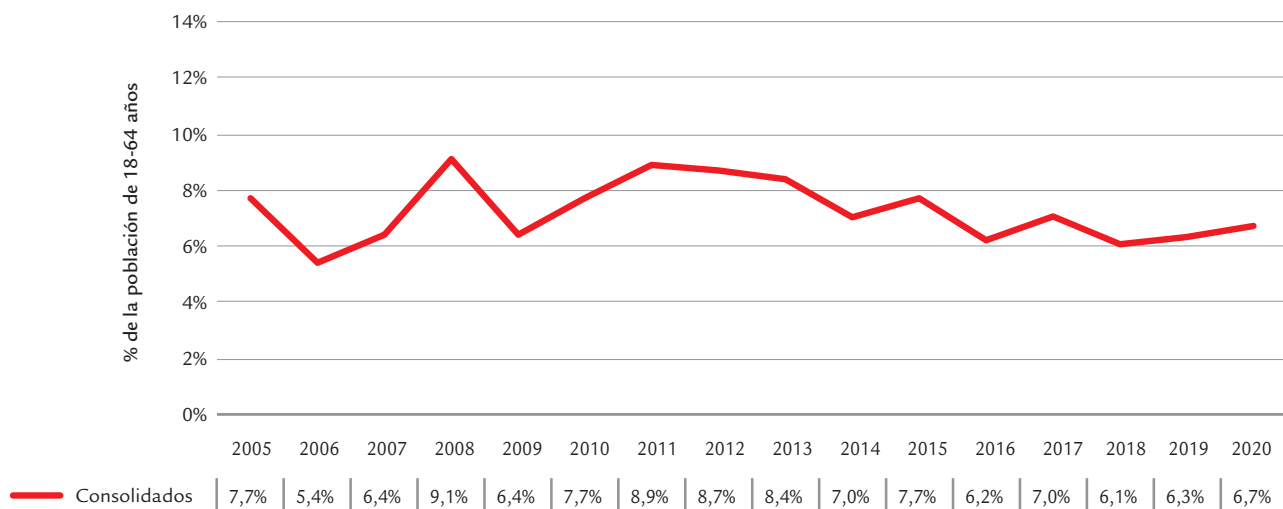
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.5. Evolución del índice TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y negocios nuevos en España durante el periodo 2005-2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.6. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en España durante el periodo 2005-2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

dora, y lograr mantener la mayor parte de estas iniciativas a flote será sin duda lo que facilite una salida rápida de la situación.

Todo proceso emprendedor culmina con la consolidación del negocio (más de 42 meses en el modelo GEM), siendo estas iniciativas las más estables a lo largo del tiempo y las que, por tanto, se ven menos afectadas por las crisis coyunturales (Gráfico 1.2.6).

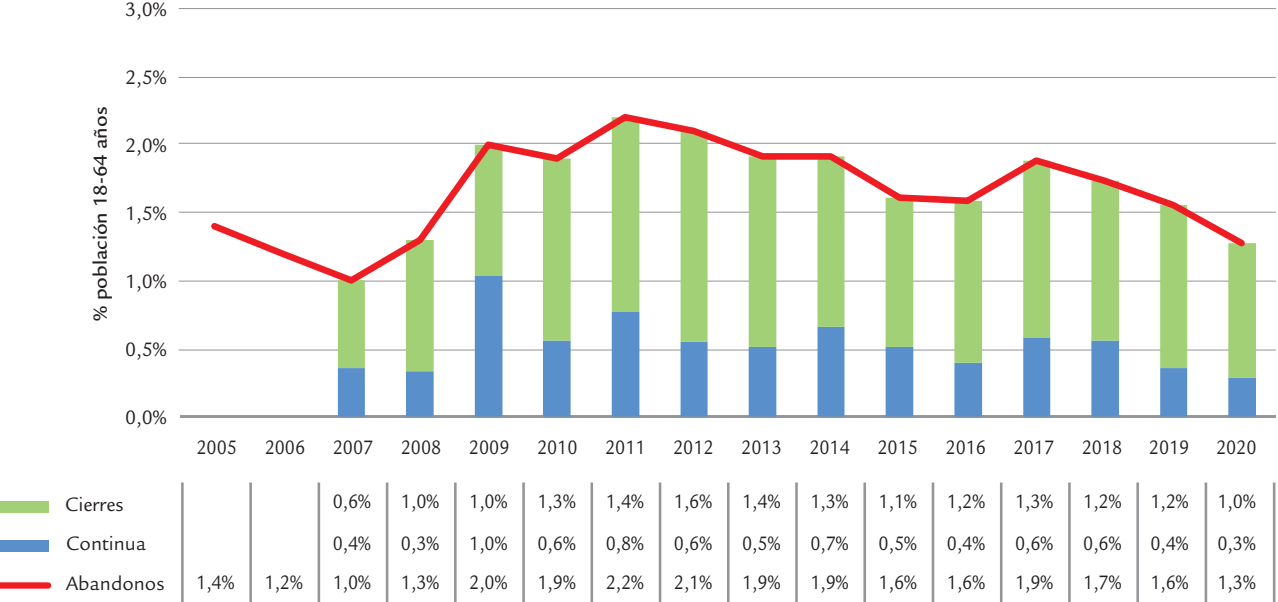
Tal y como hemos venido señalando a lo largo del capítulo, la actividad emprendedora es sensible a los ciclos económicos y a su duración. De este modo, en el Gráfico 1.2.7 se observa cómo los años posteriores al 2009, y más concretamente hasta el 2014, las tasas de cierre han sido más elevadas, descendiendo progresivamente a lo largo del tiempo, incluido el año 2020. Será durante los años 2021 y 2022 donde veremos si el número de cierres efectivos, y más concretamente el número de trasposos, se ve claramente afectado por la pandemia, o bien la actividad empresarial logra remontar y continuar en la senda de crecimiento que se venía observando los últimos años.

1.2.3. Motivación de las personas involucradas en el proceso emprendedor

Las motivaciones para emprender son diversas y vienen influidas tanto por factores personales como contextuales. En el proyecto GEM, hasta el año 2019 se distinguía entre aquellas personas que iniciaban su andadura empresarial por oportunidad o bien por necesidad. Desde la pasada edición, y tras un importante proceso de reflexión y análisis, se ha optado por consultar a las personas involucradas en alguna de las fases del proceso, naciente, nueva o consolidada: (a) si se emprende para marcar una diferencia en el mundo; (b) si es para crear riqueza o una renta muy alta; (c) si es para continuar una tradición familiar; o (d) si es para ganarse la vida porque el trabajo escasea⁴. Los resultados indican

⁴ Las preguntas se realizan siguiendo una escala de Likert del 1 (totalmente en desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo) a la pregunta en qué medida su motivo para crear un negocio se debía a alguna de las citadas categorías. La frecuencia representada en el gráfico representa la frecuencia acumulada de las personas que responden 4 y 5

Gráfico 1.2.7. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en España durante el periodo 2005-2020



Nota: No se cuenta con datos disponibles para los años anteriores al 2007 debido a que no fue hasta entonces que se empezó a formular la pregunta de manera desagregada.
Fuente: GEM España, APS 2020.

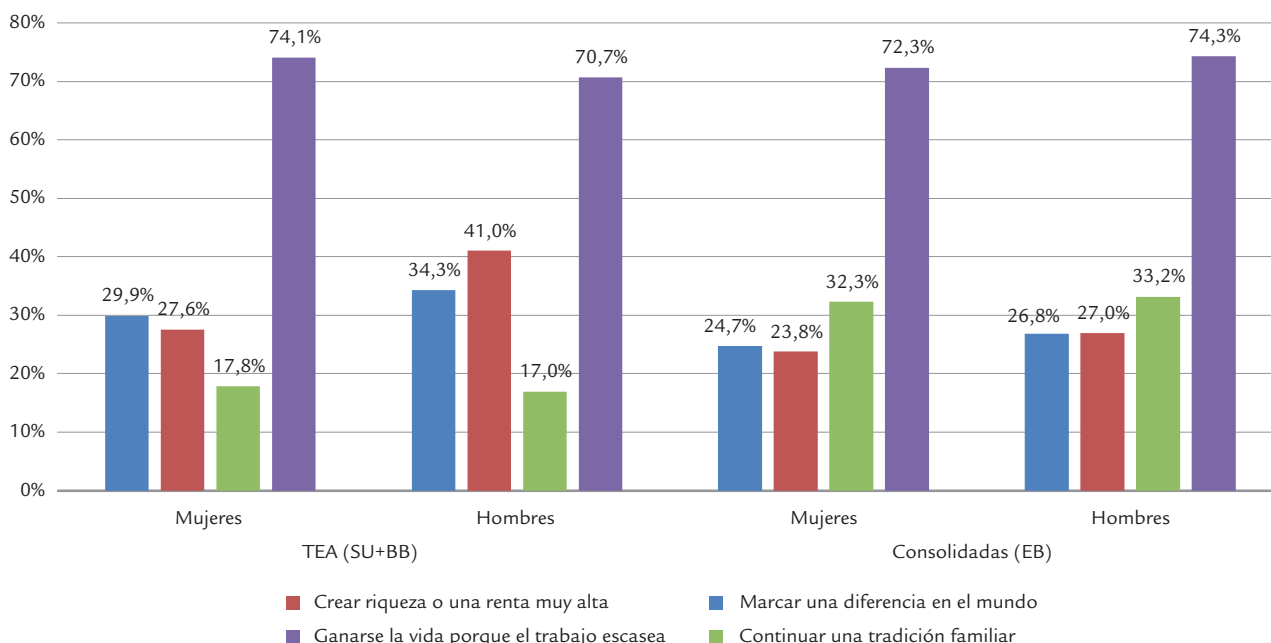
que “ganarse la vida porque el trabajo escasea” es el motivo más importante entre los analizados (ver Gráfico 1.2.8).

Como puede observarse en el Gráfico 1.2.8, tanto en el caso de las iniciativas TEA como en las consolidadas, el motivo más destacado entre mujeres y hombres es ganarse la vida porque el trabajo escasea, indicando que la actividad empresarial tiene un alto componente de actividad como medio de vida frente a otras opciones profesionales. Mientras que marcar una diferencia en el mundo y crear una riqueza o renta alta, tienen más peso en las iniciativas de hasta tres años y medio, sin embargo,

en las iniciativas consolidadas gana más peso la continuidad con una tradición familiar.

Considerando la distinción por sexo en las iniciativas TEA, las mujeres presentan una ligera mayor propensión a emprender porque el trabajo escasea o por marcar una diferencia en el mundo; sin embargo, las diferencias son muy acusadas frente a los hombres en la motivación de crear riqueza o una renta muy alta (27,6% frente a un 41%). En el caso de las iniciativas consolidadas, las diferencias motivacionales entre mujeres y hombres son apenas inexistentes e, incluso, la motivación de emprender por la escasez del trabajo es menor que para los hombres. Con independencia del tipo de iniciativa, no existen diferencias entre mujeres y hombres cuando emprenden por continuar con una tradición familiar.

en la encuesta, las respuestas no son excluyentes, por lo que una misma persona puede verse reflejada en diferentes aspectos.

Gráfico 1.2.8. El proceso emprendedor en España en 2020, según el motivo para emprender y sexo

Fuente: GEM España, APS 2020.

1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

Para conocer cómo son las personas que están inmersas en la creación de nuevos negocios, el proyecto GEM proporciona información sobre los rasgos sociodemográficos de la población encuestada. De esta manera, la información disponible permite distinguir a quienes emprenden en base a características como, por ejemplo, la edad, el sexo, el nivel de educación y el nivel de renta. A continuación, se analiza la distribución de la población identificada a lo largo de las fases del proceso emprendedor según estas características.

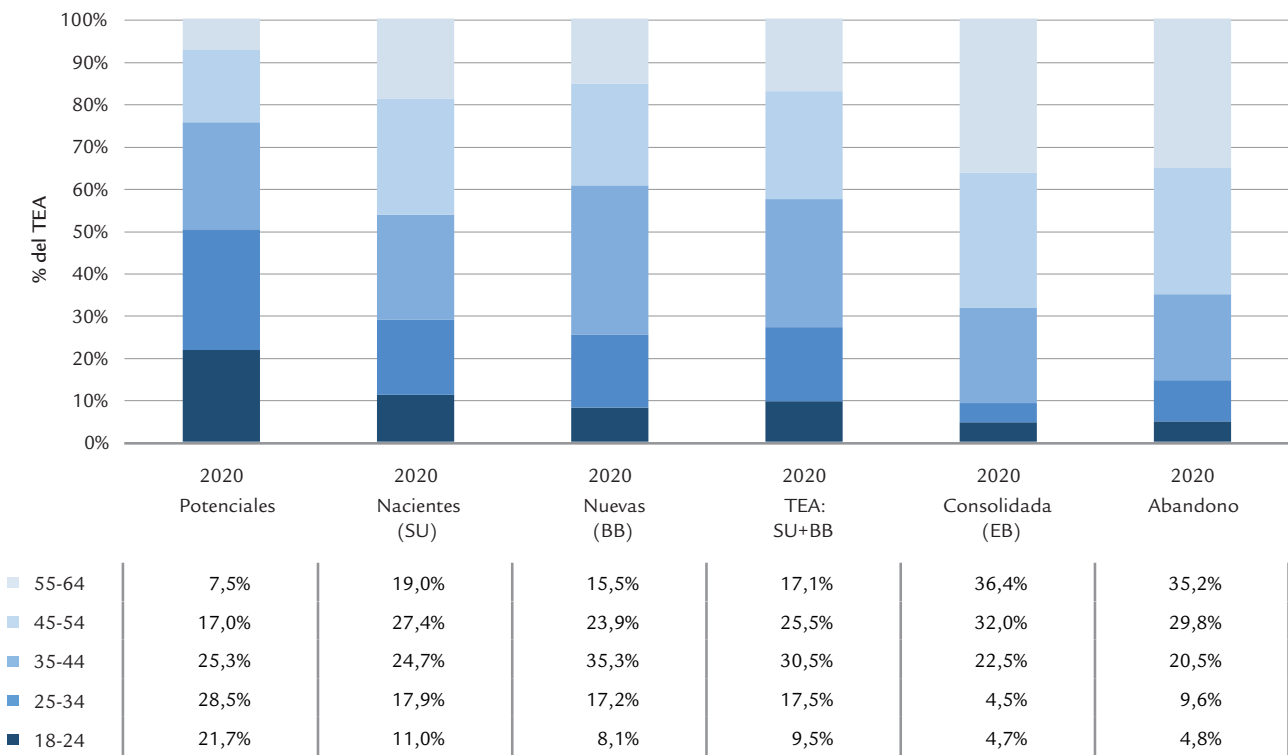
Distribución por edad

La edad es un elemento que puede ser determinante para emprender. Por un lado, las personas jóvenes suelen carecer de recursos y experiencia, pero

también suelen tener menos responsabilidades y cargas familiares que limiten su capacidad de asumir riesgos, además de conocer mejor las últimas tecnologías y contar con mayor energía y entusiasmo a la hora de iniciar un negocio. Por otro lado, con el paso del tiempo las personas desarrollan experiencia y acumulan conocimientos que facilitan la identificación y explotación de oportunidades de negocio.

Como se puede observar en el Gráfico 1.2.9, la ratio TEA engloba mayoritariamente a personas entre 35 y 44 años (30,5%), además de personas entre 45 y 54 años (35,5%). La edad media se sitúa en torno a 42 años edad, que, con el proceso de maduración de las iniciativas, va aumentando hasta alcanzar los mayores de 55 años un 36,4% en las iniciativas consolidadas. En el extremo contrario se encuentra la población más joven, entre 18 y 24 años, que ha ido aumentando

Gráfico 1.2.9. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en España en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

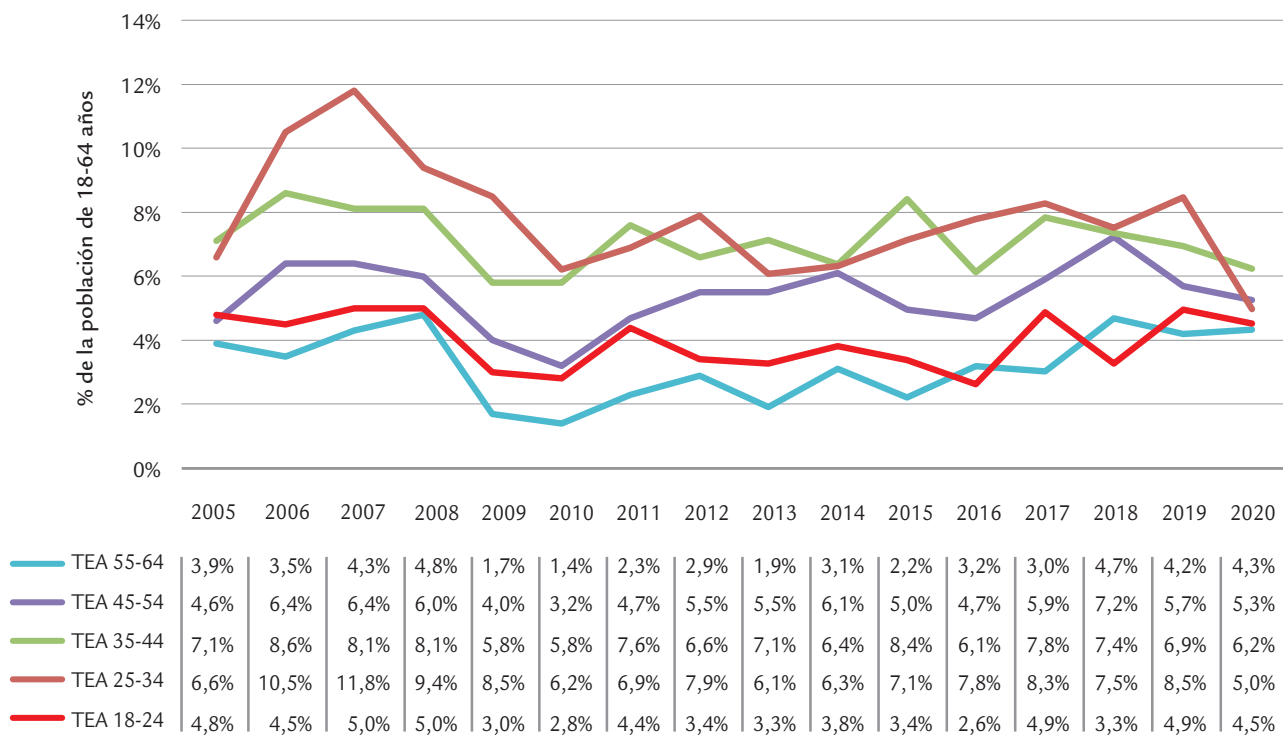
do progresivamente a lo largo del tiempo. Así, en 2018 representaban el 15,9% de los emprendedores potenciales, pasando a ser el 17,0% en 2019 y alcanzando el 21,7% en 2020. Este cambio de tendencia no se traduce finalmente en el paso a empresas nacientes, dónde ya solo representan el 11% de la categoría, pero sí es un indicativo claro de la “intención emprendedora” de la población más joven, cantera del emprendimiento en fases sucesivas.

Analizando la serie temporal que se muestra en el Gráfico 1.2.10 para la ratio TEA (iniciativas nacientes y nuevas) se observa la dificultad que los jóvenes experimentan desde la crisis de 2009 para dar el paso, y transformar sus ideas (21,7% de las iniciativas potenciales) en emprendimientos

reales, los cuales en 2007 involucraban a 12 de cada 100 jóvenes y en 2020 apenas alcanzan a 4,5 de cada 100. Por el contrario, destaca el crecimiento de la población emprendedora mayor de 55 años, que apenas alcanzaba una ratio del 2% en 2010, mientras que en 2020 más de 4 de cada 100 personas de esta edad están involucradas en iniciativas emprendedoras.

Distribución por nivel de educación

El capital humano es uno de los elementos clave en el proceso emprendedor. En este apartado distinguimos los dos aspectos analizados en el modelo GEM y en la literatura académica, el capital humano general, medido a través del nivel educativo de la población; y el capital humano específico,

Gráfico 1.2.10. Evolución del índice TEA por tramos de edad en España durante el periodo 2005-2020

Fuente: GEM España, APS 2020.

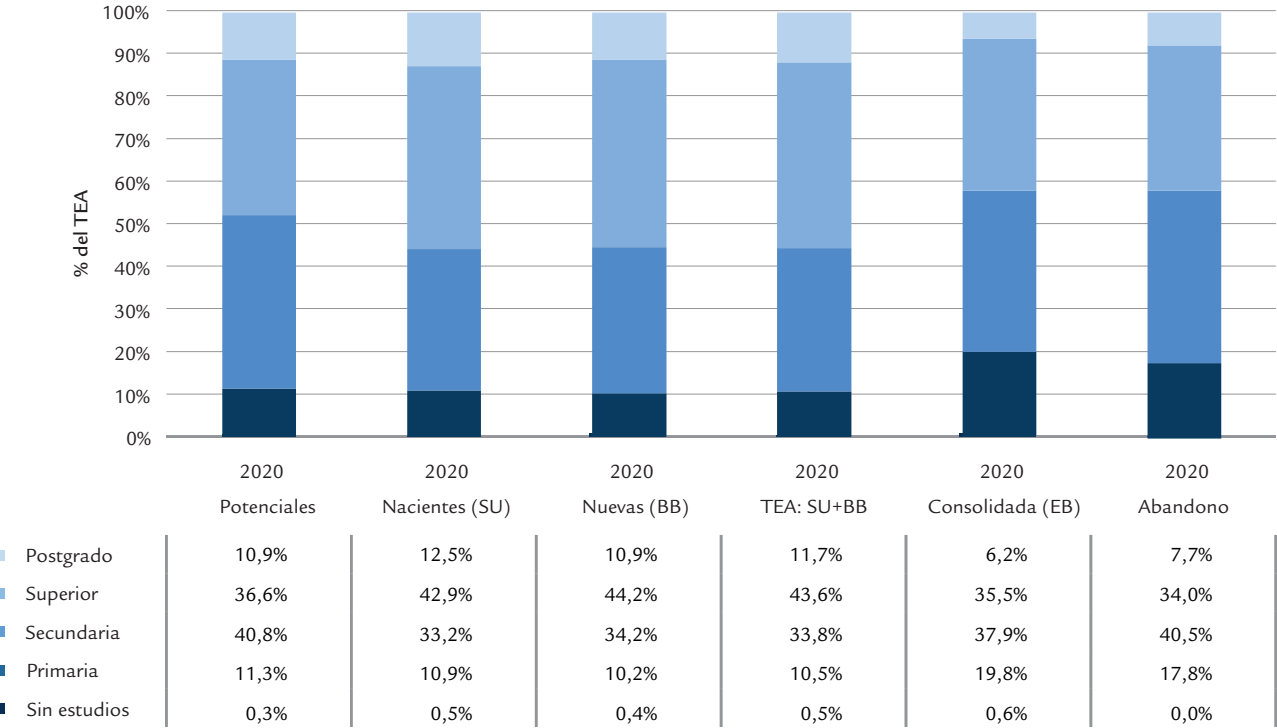
determinado por la formación específica de la que disponen para emprender.

El Gráfico 1.2.11 muestra la distribución por nivel de educación de cada colectivo identificado dentro del proceso emprendedor en el año 2020. Los datos del gráfico muestran una población involucrada en el proceso emprendedor naciente o nuevo (TEA) mayoritariamente con estudios universitarios o de postgrado (55,3%), lo que indica una evolución muy positiva en este colectivo, en el que 10 de cada 100 personas con estudios universitarios se encuentran involucradas en un proceso de emprendimiento (Gráfico 1.2.13). Esta tendencia es también clara en el otro extremo de la curva formativa. Las personas con estudios primarios o sin estudios en el grupo de las empresas consolidadas suponen un 20%, mientras que solo representan el 11% de

las que se encuentran en las primeras fases de desarrollo (indicador TEA). Entre los futuros emprendedores se observa un peso cada vez mayor de la población con estudios secundarios, este proceso podría indicar que los esfuerzos realizados en el fomento de la iniciativa emprendedora en los estudios de formación profesional comienzan a verse reflejados en los indicadores analizados.

El mayor capital humano de la población emprendedora se complementa con la formación específica para emprender, al igual que venía sucediendo con otros indicadores. Los emprendedores potenciales son el colectivo en el que encontramos más formación específica relativa al emprendimiento, siendo en 2020 más de 10 puntos superior a lo que se observaba en la edición anterior. En general, podemos señalar que en torno a la mitad de

Gráfico 1.2.11. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en España en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

la población tiene conocimientos específicos para emprender (ver Gráfico 1.2.12).

El Gráfico 1.2.13 presenta la evolución temporal del indicador TEA, en el que se observa la consolidación de la tendencia, siendo las personas con estudios universitarios las más proclives al emprendimiento, alcanzado en este segmento cifras previas a la Covid-19.

Distribución por nivel de renta

El último aspecto sociodemográfico sobre el que el proyecto GEM recoge información es el del nivel de renta de los emprendedores. En el Gráfico 1.2.14 se representa la evolución temporal del indicador TEA distinguiendo las personas que se encuentran en el tercio inferior, medio y superior según el nivel

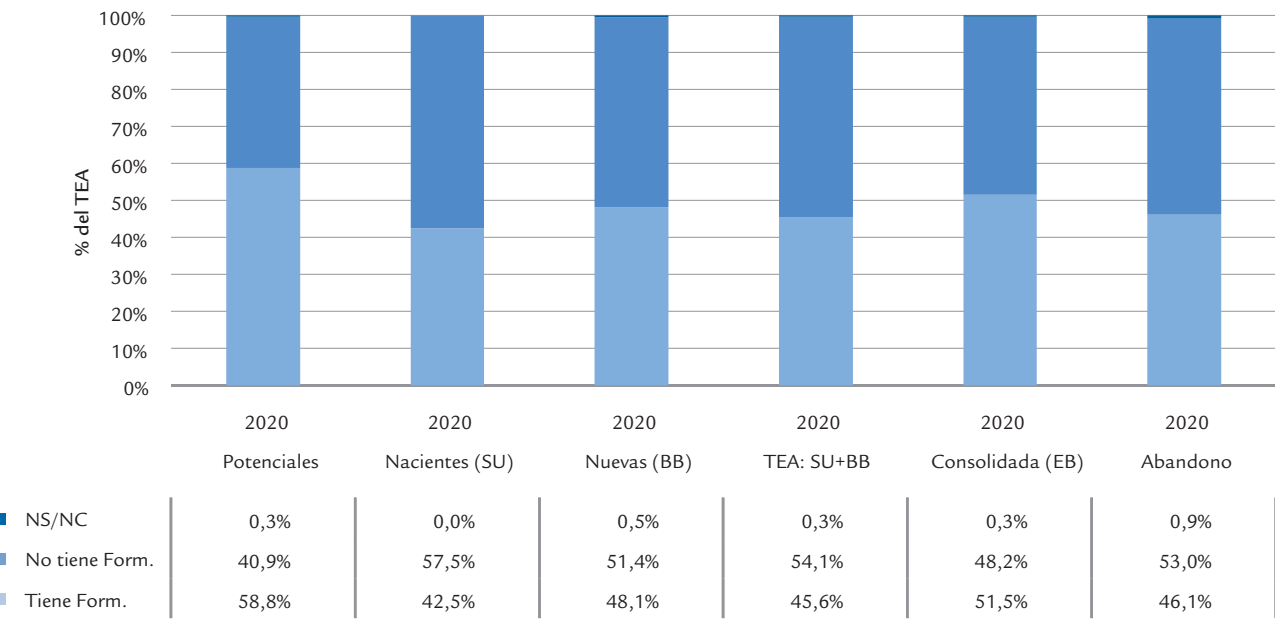
de renta⁵. El año 2020 se caracteriza por su continuidad en todos los tramos de renta, manteniendo las personas con rentas bajas una TEA del 4,5%, similar a la de años anteriores y presentando una ligera caída los proyectos pilotados por personas de rentas más altas, que pasan del 11,3%, que en pasadas ediciones llegaron al 9,7% en 2020.

Distribución por sexo

Como se puso de manifiesto anteriormente, cuando se mostraron las tasas del proceso emprendedor, la menor participación relativa de las mujeres

⁵ Las personas encuestadas en el proyecto GEM se ordenan según su nivel de renta y se agrupan en tercios de menor a mayor nivel de renta para el análisis de los datos.

Gráfico 1.2.12. Distribución de los colectivos emprendedores en España en 2020, según si cuenta con educación específica para emprender



Fuente: GEM España, APS 2020.

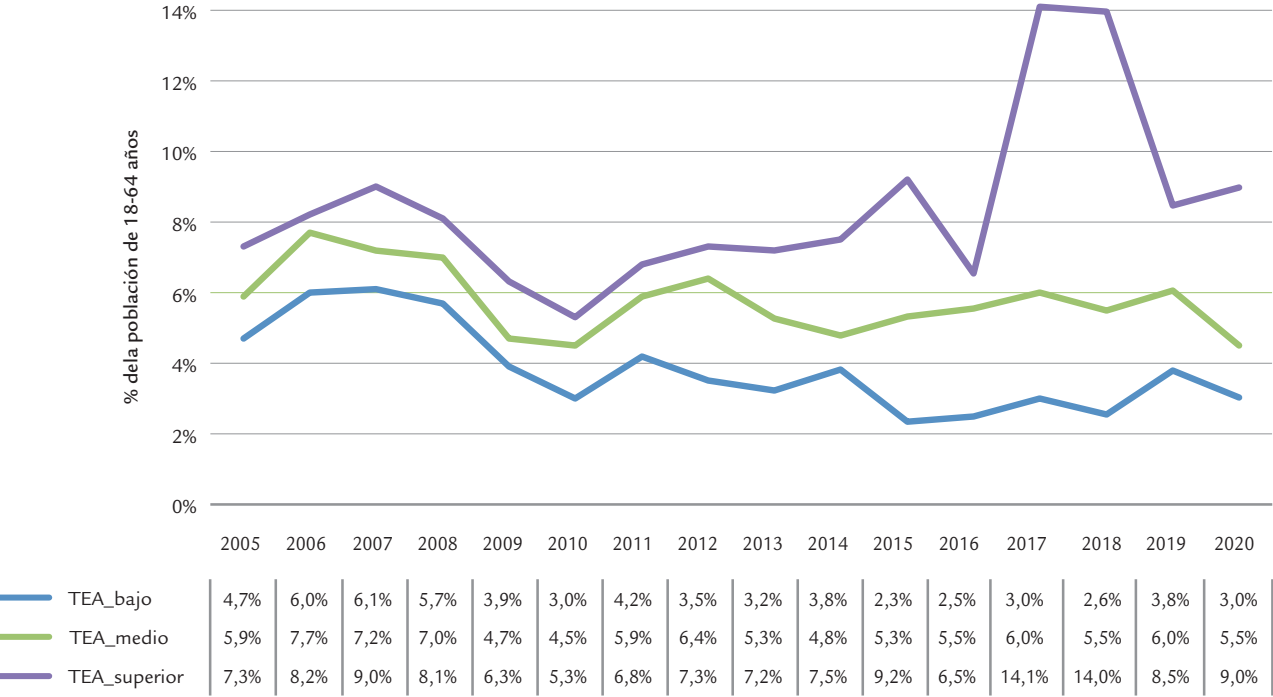
frente a los hombres ocurre de manera más pronunciada en la fase previa al proceso, es decir, en el emprendimiento potencial, y también a medida que las iniciativas se consolidan. Estos datos confirman las investigaciones que han encontrado que existen factores contextuales de tipo cultural y social que hacen que emprender pueda ser una opción menos atractiva para las mujeres, y también, que el acceso a los recursos o la necesidad de compaginarla con la vida personal puede condicionar el tipo de actividades puestas en marcha y los resultados logrados, haciendo que su consolidación vaya decreciendo (ver Gráfico 1.2.15).

Centrándonos en las iniciativas TEA de mujeres, de hasta 3 años y medio de vida, podemos ver que desde 2005 la brecha con respecto a las de los hombres ha ido disminuyendo (Véase Gráfico 1.2.16), lo cual muestra una mayor inclinación de las mujeres a iniciar negocios, aspecto que, si

bien puede considerarse positivo, podría reflejar en parte sus mayores dificultades para encontrar empleo por cuenta ajena. Tal como se ha visto en el apartado de motivaciones para emprender, ellas lo hacen algo más por no tener otras opciones profesionales y menos por generar riqueza o altos ingresos. También se refleja en sus percepciones sobre sus capacidades para emprender o el miedo que les supone, y en su conjunto, en la tasa de emprendimiento potencial, muy por debajo a la de los hombres.

En 2020, y como fruto de la pandemia ocasionada por la Covid-19, el dato muestra que tanto la TEA femenina como la TEA masculina han bajado, si bien, este descenso ha sido más acentuado para las mujeres, abriéndose levemente la brecha. Habrá que esperar a la futura edición del informe para ver qué ocurre con este cambio de tendencia (ver Gráfico 1.2.16).

Gráfico 1.2.13. Evolución del índice TEA por nivel de educación en España durante el periodo 2005-2020

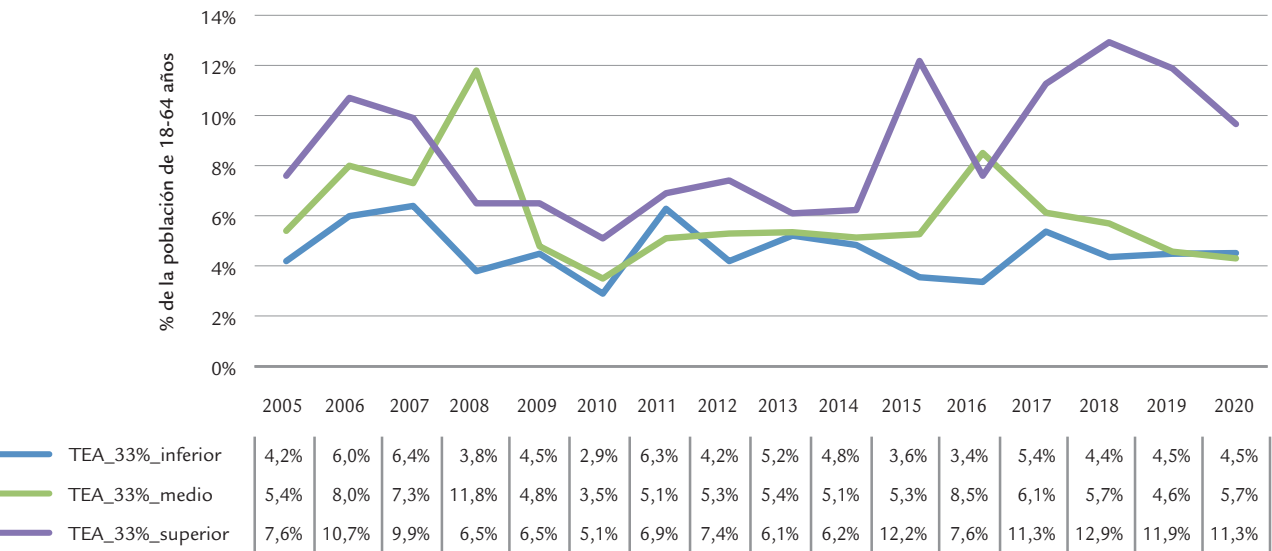


Fuente: GEM España, APS 2020.

Para completar el análisis en este apartado, se analizan con más detalle otras características del perfil femenino que ha puesto en marcha las iniciativas en su fase de etapa inicial (TEA). En concreto, en los Gráficos 1.2.17, 1.2.18 y 1.2.19 se analizan respectivamente, la distribución de sexo por edad, nivel de educación y tramo de renta. En el Gráfico 1.2.17 de distribución por edad se puede ver que las mayores diferencias entre mujeres y hombres se encuentran en los tramos de edad de entre 35-44 años y de 55-64 años, con una diferencia de 8,3 puntos porcentuales en ambos casos, pero en sentido opuesto. Las mujeres entre 35-44 años emprenden en mayor medida que los hombres en ese mismo tramo, y, por el contrario, lo hacen menos que los hombres en el tramo entre 55-64 años. Como se observa, las diferencias en el tramo de los más jóvenes (18-24 años) son muy pequeñas a favor de los hombres, se

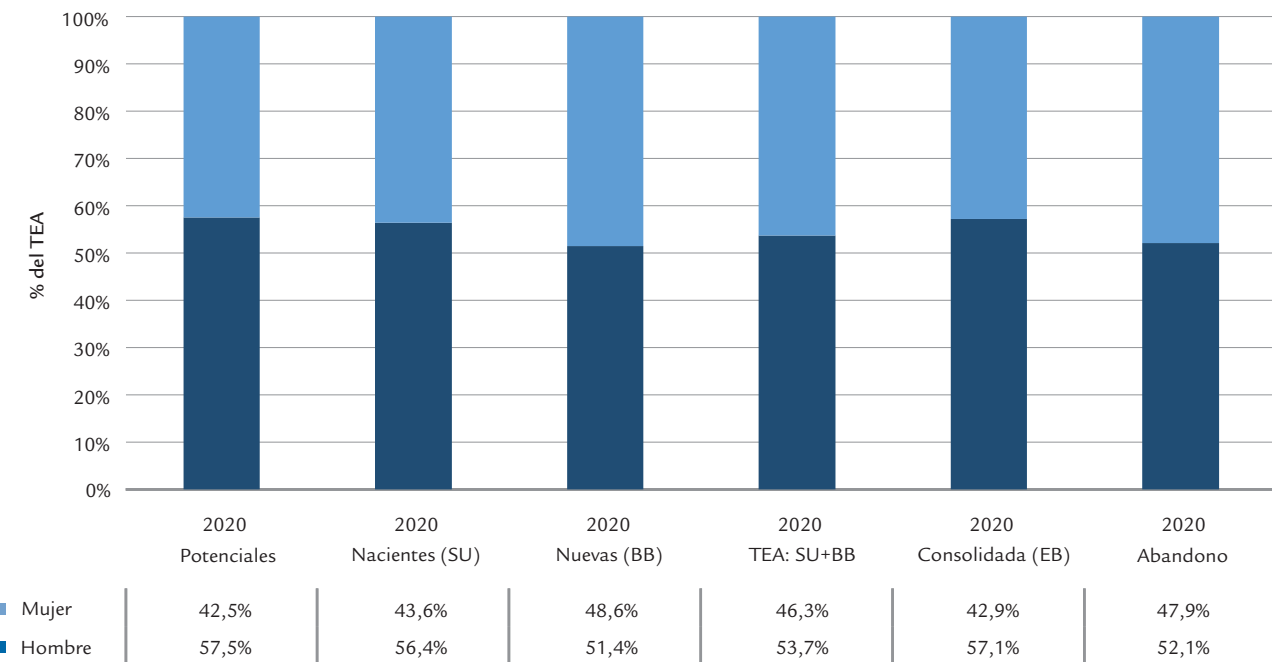
igualan en el tramo de los 25-34 años, se amplían a favor de las mujeres en el tramo de 35-44 años y, a partir del siguiente tramo, ganan peso las iniciativas de los hombres frente a las mujeres. Podríamos encontrar diferentes explicaciones a esta evolución. Nuevamente creemos que una parte responde a factores que ponen de manifiesto las mayores dificultades de acceso de las mujeres al mercado laboral o de progresión en el mismo, y que tiene su punto más acentuado en el tramo de edad que coincide con su ciclo vital de tenencia y cuidado de los hijos. El emprendimiento para muchas mujeres supone una opción para hacer más compatible su vida personal y profesional. Por el contrario, los hombres, más presentes en el mercado laboral, tienen más probabilidad de sufrir edadismo laboral y de buscar en el emprendimiento una manera de continuar activo y generar ingresos.

Gráfico 1.2.14. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2020



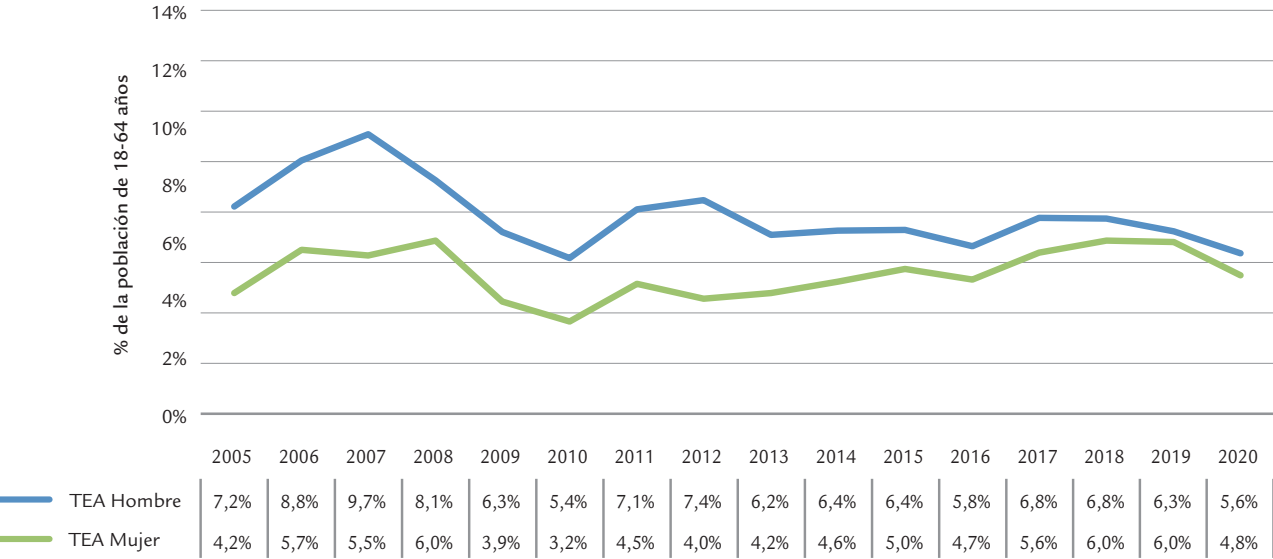
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.15. Distribución por sexo de los colectivos emprendedores en España en 2020



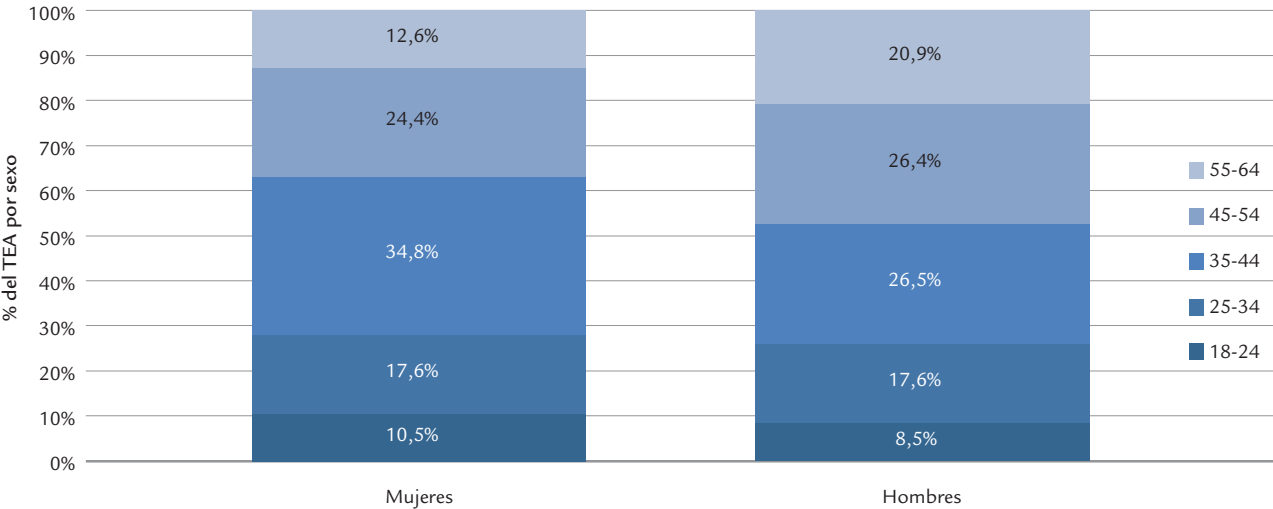
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.16. Evolución del índice TEA por sexo en España durante el periodo 2005-2020

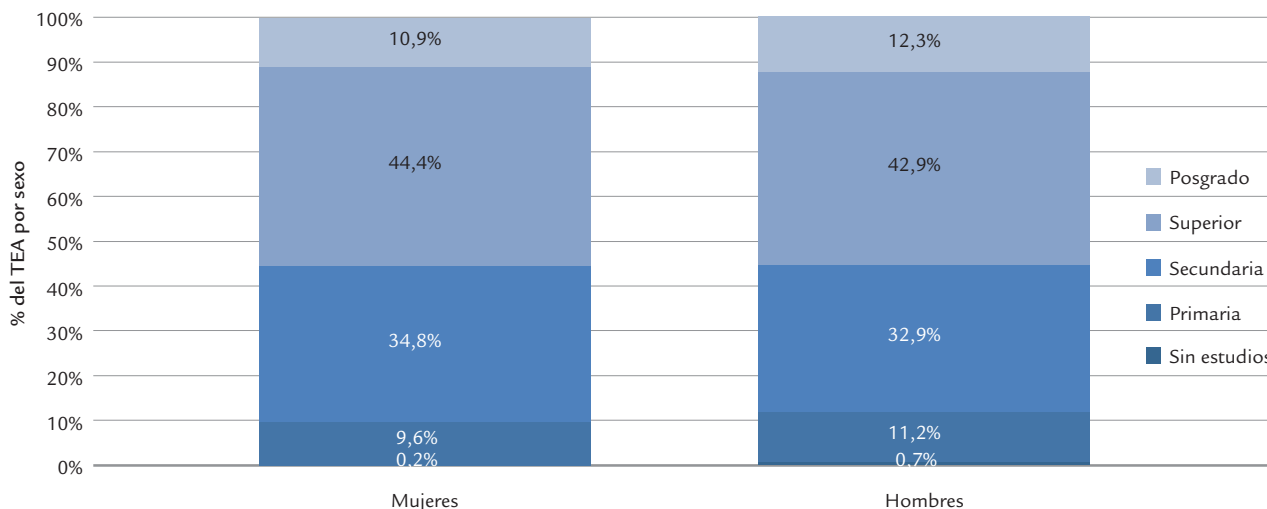


Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.17. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en 2020, según sexo



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.18. Distribución por nivel de educación de los emprendedores en fase inicial (TEA) en 2020, según sexo

Fuente: GEM España, APS 2020.

En lo que respecta al nivel de formación, la distribución por sexo de las iniciativas emprendedoras apenas presenta diferencias, aunque parece haber más mujeres emprendedoras en los niveles de formación de secundaria y superior (ver Gráfico 1.2.18). Estos datos manifiestan que la menor tasa de mujeres emprendedoras no está asociada a un menor nivel de estudios. Por el contrario, incluso la tasa de emprendimiento femenino es levemente mayor a medida que aumenta el nivel de formación, excepto en el posgrado. Estos datos vuelven a sugerir que, con un mejor nivel educativo, las mujeres se ven más inducidas a emprender que los hombres, en relación a la opción del trabajo por cuenta ajena, mientras que, con bajos niveles educativos, pueden acceder a puestos de trabajo menos cualificados.

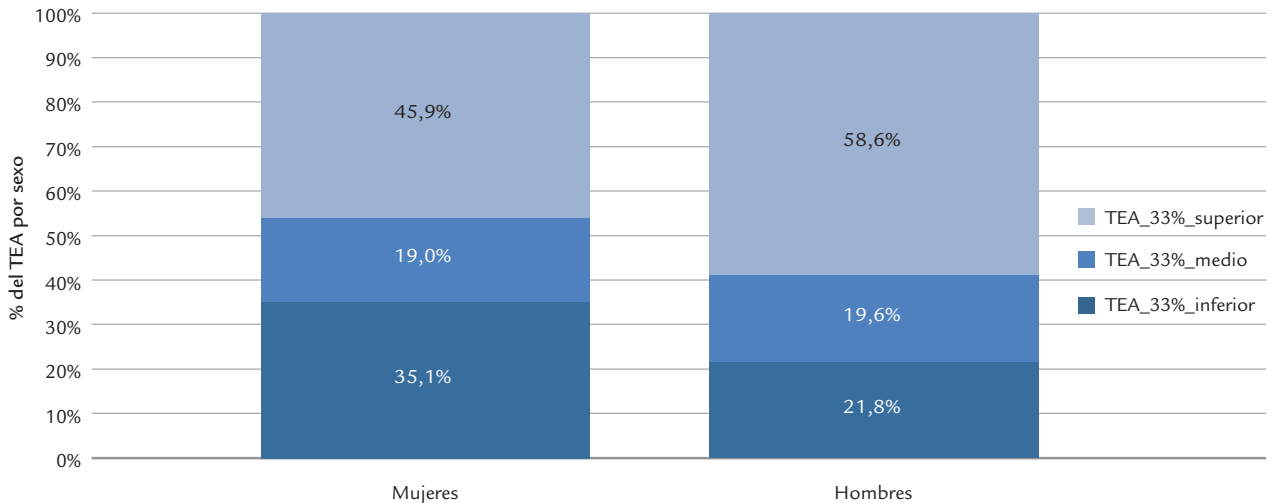
El Gráfico 1.2.19 muestra cómo se distribuye la tasa de actividad emprendedora por sexo y en función del nivel de renta de los emprendedores. La figura muestra que, para emprendedores con el tramo intermedio de renta, no se aprecian dife-

rencias significativas en la tasa emprendedora de mujeres y hombres: las mujeres emprenden más que los hombres cuando se ubican en el tercio de renta más bajo (13,3 puntos porcentuales), y, por el contrario, emprenden menos que ellos cuando se sitúan en el tercio superior de renta (12,7 puntos por debajo). Las investigaciones muestran que es más probable poner en marcha actividades empresariales a mayor nivel de renta disponible, cuestión que ocurre en menor medida para el caso de las mujeres. Por otro lado, la menor disposición de renta parece ser un mayor acicate para las mujeres, que emprenden relativamente más que los hombres en esa franja de renta, que podría ser consecuencia, entre otros factores, por estar más afectadas por la precariedad laboral o la falta de estabilidad.

1.2.5. Financiación del proceso emprendedor

La importancia de la financiación durante la puesta en marcha de un negocio, aunque también es

Gráfico 1.2.19. Distribución por nivel de renta de los emprendedores en fase inicial (TEA) en 2020, según sexo



Fuente: GEM España, APS 2020.

esencial en todas las fases del proceso emprendedor, constituye sin duda unos de los aspectos más relevantes en las primeras fases y en las más expansivas del mismo. Para los nuevos negocios, conseguir financiación a través de fuentes tradicionales como los bancos resulta difícil, ya que durante las fases más tempranas del proceso emprendedor los ingresos generados no suelen ser suficientes para validar el modelo de negocio, mientras que los activos y el historial tampoco suelen servir como garantía real. Ante las dificultades para conseguir financiación de fuentes tradicionales han surgido otras fuentes alternativas de financiación dirigidas a invertir en iniciativas emprendedoras. El proyecto GEM intenta recoger información sobre las distintas fuentes utilizando un enfoque de oferta y demanda. En este sentido, por un lado, se recoge información sobre las necesidades de financiación que tienen las personas emprendedoras en fase naciente y sus fuentes de financiación, y por otro se recoge información sobre la inversión privada destinada a actividades emprendedoras por parte de la población adulta en general.

Necesidades de financiación de la actividad emprendedora naciente

En el año 2020, el 85,9% de la población emprendedora en fase naciente afirmaba que había requerido invertir dinero para la puesta en marcha y desarrollo de su negocio, mientras que el 14,1% afirmaba que no había necesitado invertir nada hasta la fecha. Dentro del conjunto de emprendedores que afirmaba que había necesitado dinero, el capital requerido hasta el momento de la entrevista fue, en promedio, de 71.603 euros, muy por debajo de la cifra que se obtenía para 2019 de 121.420 euros. Estas medias, muestran una enorme dispersión, puesto que el valor central (la mediana) es de 15.000 euros, también ligeramente inferior a los 20.000 detectados en el año 2019 (ver Tabla 1.2.1).

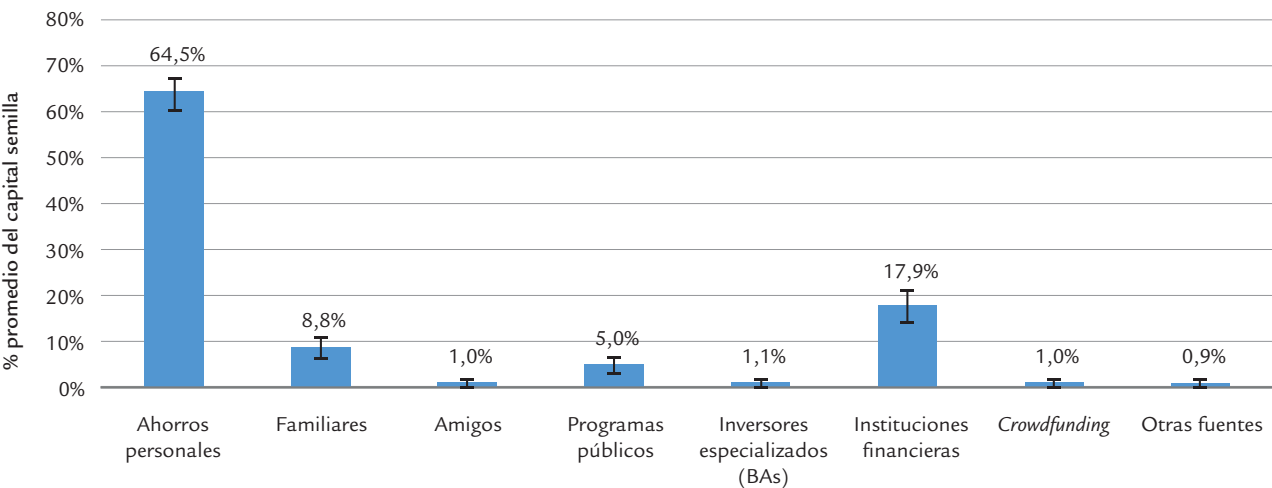
En el año 2020 los ahorros personales han sido los protagonistas indiscutibles del capital semilla para abordar nuevos negocios, subiendo 10 puntos respecto a 2019 y ha pasado a representar el 64,5% de los fondos empleados en la creación de nuevos negocios (ver Gráfico 1.1.20). En el extremo

Tabla 1.2.1. Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los proyectos de negocio nacientes en España en 2020

Media		71.603 €
Mediana		15.000 €
Moda		20.000 €
Desv. Típica		219.846 €
Mínimo		1 €
Máximo		3.000.000 €
Percentiles	10	1.000 €
	20	3.000 €
	30	5.000 €
	40	10.000 €
	50	15.000 €
	60	20.000 €
	70	40.000 €
	80	60.000 €
	90	138.754 €

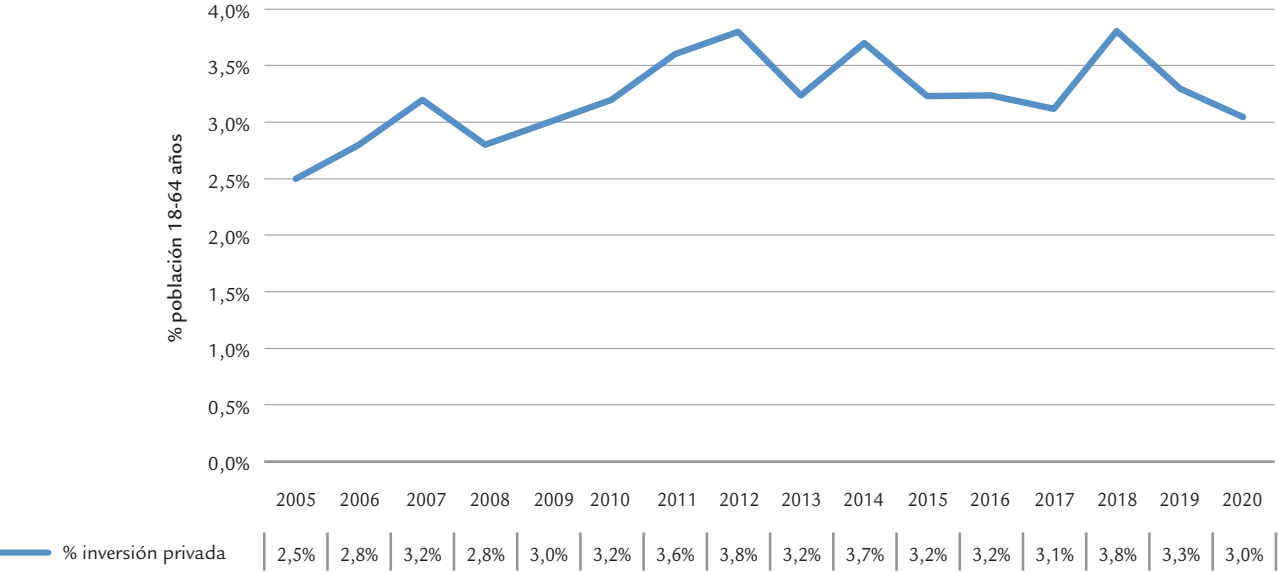
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.20. Porcentaje promedio, según la fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en España en 2020



Nota: Las líneas verticales reflejan el intervalo de confianza al 95% del porcentaje promedio de capital semilla que proviene de cada fuente.
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.21. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en España durante el periodo 2005-2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

opuesto se sitúan las instituciones financieras, que bajan desde el 21,1% en 2019 al 17,9% en 2020. La financiación no convencional se ve reforzada en este periodo con las aportaciones de la familia, que representan el 8,8% de los fondos (6,9% en 2019) y, finalmente, los programas públicos que en este periodo de estancamiento económico han subido ligeramente en su participación en el capital semilla inicial, alcanzando el 5% del total de la financiación.

Disponibilidad de inversión privada en actividades emprendedoras

El Gráfico 1.2.21 muestra la evolución de la población activa española involucrada en negocios de terceras personas, sin llegar a participar en la gestión directa del negocio. En el año 2020 este indicador se sitúa en el 3% de la población, permaneciendo relativamente estable desde el año 2015. El perfil es de una persona de edad media de 50 años, mayoritariamente de carácter urbano,

equitativamente distribuido entre hombres y mujeres, en el 48% de los casos con ingresos altos, y el 44% con estudios universitarios; además, casi la mitad disponen de formación específica en emprendimiento.

1.2.6. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas de la actividad emprendedora

Explotando una vez más la posibilidad de hacer comparaciones internacionales que ofrece el proyecto GEM, en la Tabla 1.2.2 se pueden observar los resultados de los indicadores del proceso emprendedor según el nivel de ingresos de los países en tres categorías: (1) economías de ingresos bajos, (2) economías de ingresos medios, y (3) economías de ingresos altos.

Dentro del conjunto de países de ingresos bajos, el indicador TEA alcanzó una media del 21,5% sobre

Tabla 1.2.2. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2020. Datos por tipo de economía

Tipo de economía	Países	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Traspasos
<i>Economía de ingresos bajos</i>	Media	52,9	16,4	10,2	21,5	9,5	12,3	9,8	2,6
	Angola	83,3	46,1	24,3	49,6	9,2	38,7	29,8	8,9
	Burkina Faso	52,9	15,2	12,0	23,0	12,4	4,2	3,1	1,0
	Egipto	56,9	7,2	6,7	11,3	5,2	11,2	8,8	2,4
	India	22,4	4,0	2,3	5,3	5,9	4,7	3,7	1,0
	Marruecos	48,0	3,4	4,1	7,1	6,8	6,0	5,6	0,4
	Togo	54,0	22,6	11,7	32,9	17,8	9,3	7,7	1,6
<i>Economía de ingresos medios</i>	Media	38,8	13,9	9,4	18,7	8,6	7,9	6,3	1,6
	Brasil	50,6	13,8	13,4	23,4	8,7	11,5	9,4	2,1
	Colombia	43,3	29,5	14,0	31,1	5,5	8,7	5,8	2,9
	Guatemala	50,0	12,9	16,4	28,3	12,3	8,0	6,8	1,2
	Indonesia	27,6	8,9	7,1	9,6	11,4	4,5	3,7	0,8
	Irán	24,5	6,5	3,8	8,0	14,5	4,1	3,2	1,0
	Kazajistán	62,6	10,9	8,5	20,1	4,3	16,7	15,4	1,3
<i>Economía de ingresos altos</i>	Rusia	11,4	6,7	4,6	8,5	4,7	3,3	2,2	1,2
	Media	24,3	10,0	4,6	12,1	6,9	5,1	3,6	1,5
	Media EU28	14,4	6,2	3,2	8,1	7,3	3,0	2,0	0,9
	Alemania	12,7	3,6	1,8	4,8	6,2	2,0	1,4	0,7
	Arabia Saudita	33,0	13,9	6,7	17,3	5,1	9,2	5,5	3,7
	Austria	7,0	5,1	2,2	6,2	7,8	2,7	2,1	0,6
	Canadá	17,7	14,2	7,5	15,6	7,3	8,6	5,6	3,0
	Catar	52,4	14,1	6,6	17,2	6,1	7,7	6,3	1,4
	Chile	51,9	22,1	7,2	25,9	6,0	8,7	7,8	0,8
	Chipre	22,6	5,9	3,6	8,5	7,3	3,1	2,2	1,0
	Corea del Sur	34,3	10,1	5,0	13,0	16,1	3,7	2,3	1,3
	Croacia	30,5	13,6	3,7	12,7	4,2	4,5	2,9	1,6
	Emiratos Árabes Unidos	36,2	12,6	8,8	15,4	2,5	9,6	4,6	5,0
	Eslovaquia	13,3	2,9	3,0	6,0	7,0	1,6	1,1	0,5
	Eslovenia	19,9	11,6	3,8	13,8	6,5	5,7	3,1	2,6
	España	7,0	2,4	2,9	5,2	6,7	1,3	1,0	0,3

Tabla 1.2.2. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2020. Datos por tipo de economía (cont.)

Tipo de economía	Países	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Traspasos
Economía de ingresos altos	Estados Unidos	18,6	13,3	4,9	15,4	9,9	6,1	4,4	1,7
	Grecia	12,6	4,4	5,5	8,6	14,6	3,1	2,2	0,9
	Israel	22,9	7,2	3,6	8,5	4,2	4,1	3,0	1,1
	Italia	4,6	1,1	1,0	1,9	2,2	0,5	0,3	0,2
	Kuwait	62,1	15,2	8,6	19,2	5,9	12,4	9,2	3,2
	Letonia	22,6	12,6	5,8	15,6	11,1	3,0	1,9	1,2
	Luxemburgo	14,5	6,2	2,4	8,0	3,6	2,5	1,9	0,7
	Noruega	7,1	3,0	2,9	7,6	4,1	2,0	1,3	0,7
	Omán	60,6	17,9	5,9	16,0	2,5	10,8	8,1	2,7
	Países Bajos	17,1	9,3	4,9	11,5	7,0	5,1	3,5	1,6
	Panamá	56,6	32,2	9,8	32,4	4,1	12,9	10,6	2,4
	Polonia	6,1	1,7	1,5	3,1	12,2	3,3	2,8	0,6
	Reino Unido	10,4	5,7	2,7	7,8	6,5	2,7	2,3	0,4
	Suecia	10,6	6,1	3,0	7,3	6,0	3,1	2,3	0,9
	Suiza	10,1	6,0	3,1	9,2	6,7	1,5	1,2	0,2
	Taiwán	17,4	4,6	5,0	8,4	11,1	3,0	1,4	1,6
	Uruguay	37,3	21,1	6,1	21,9	5,1	8,4	6,3	2,1

Fuente: GEM Global, APS 2020.

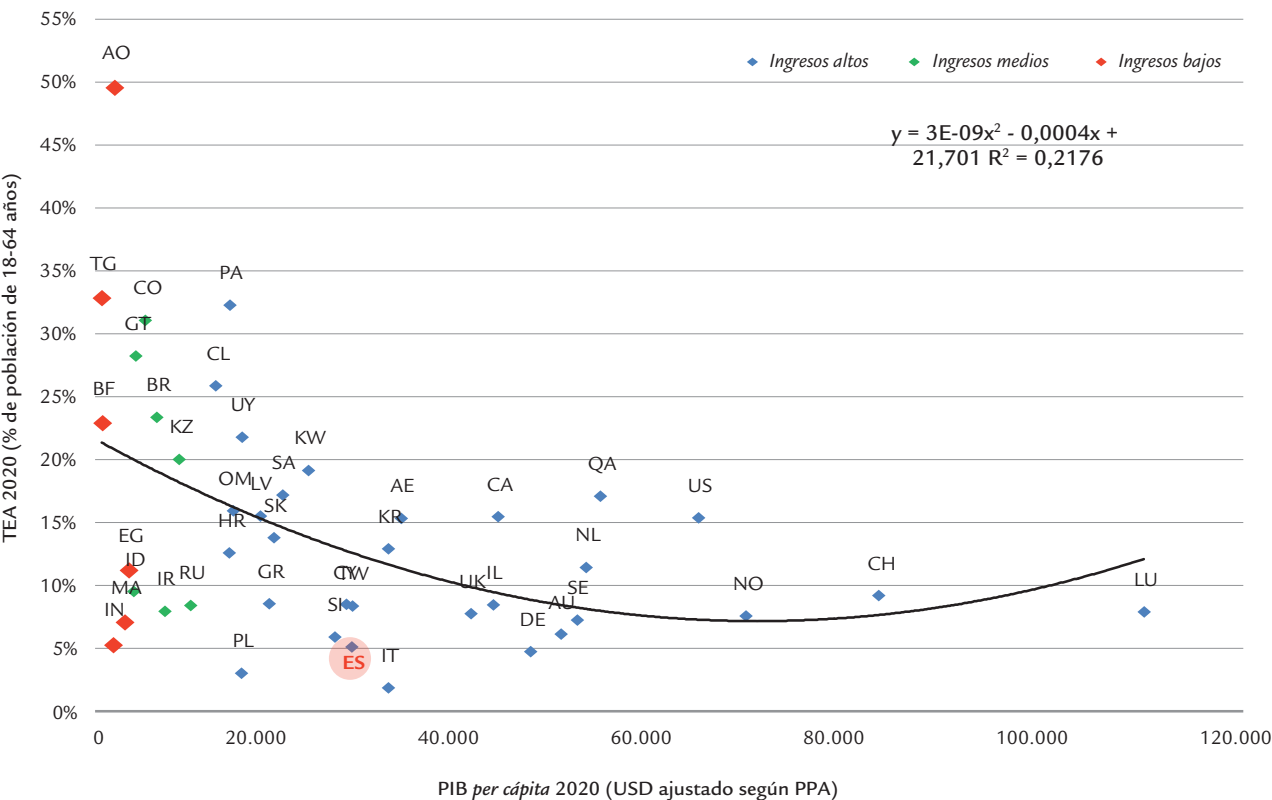
la población adulta, subiendo de modo importante con respecto a 2019 (16,2%), lo que indica un emprendimiento por necesidad derivado de la pandemia que lleva a las economías en desarrollo a paliar la falta de empleo con iniciativas individuales. Los comportamientos de los diferentes indicadores no son homogéneos dentro del conjunto de países recogidos en esta categoría. De este modo, a pesar de que en muchos de ellos los emprendimientos potenciales alcanzan al 50% de la población, estos se convierten en iniciativas de modo mayoritario en países como Angola, con una TEA de 49,6%, y un elevado abandono empresarial del 38,7%, mientras que en otros como Egipto la TEA apenas alcanza al 11,3% de la población. Centrándonos en las economías de ingresos medios se observa una enorme variabilidad en las ratios TEA desde el 8,5% en Rusia, al 28,3% de Guatemala, o el 23,4% de Brasil. En este grupo de países se refleja también una enorme respuesta en las intenciones emprendedoras recogidas en el potencial emprendedor, más elevado que en años anteriores previos a la pandemia, como sucedía con los países de ingresos bajos. Dentro de los países de ingresos altos, incluido España y otras economías de referencia que se basan en la innovación, el indicador TEA promedio representa el 12,1% de la población adulta (8,1% en la media de los países de la Unión Europea). En este conjunto de países, la población de emprendedores potenciales alcanza una media del 24,3% (14,4% en la media de los países de la Unión Europea), mientras que la población de empresarios consolidados alcanza una media del 6,9% (7,3% en la media de la Unión Europea). En cambio, las personas involucradas en abandonos empresariales representan el 5,1% de la población adulta (3,0% en la media de la Unión Europea).

En comparación con los principales países de referencia, los resultados del proceso emprendedor en España en el último año se encuentran por debajo de los valores medios de los países de ingresos altos, en general, y de los países miembros de la

Unión Europea, en particular. Así, por ejemplo, el TEA promedio de las economías de la Unión Europea fue del 8,1% en el año 2020, mientras que en el caso de España fue del 5,2%, experimentando una caída de 0,9 puntos porcentuales, menor que la de la UE, que en media ha caído 1,5 puntos desde el TEA de 9,6 de partida en 2019. El país de la Unión Europea con el indicador TEA más alto fue Letonia (15,6%), seguido de Eslovenia (13,8%) y Croacia (12,7%). En lo que respecta a las personas emprendedoras potenciales, el porcentaje también fue mayor en el conjunto de la Unión Europea (14,4%) que en España (7,0%). En este caso, Croacia (30,5%) de nuevo fue el país de la Unión Europea con el valor más alto, seguido Letonia (22,6%) y Chipre (22,6%). Lo mismo sucede con el porcentaje de emprendedores consolidados, cuyo valor en España (6,7%) se situó por debajo del promedio de las economías de la Unión Europea participantes en el proyecto GEM (7,3%). Grecia, Letonia y Polonia son los países con mayor porcentaje de población involucrada en la propiedad y gestión de negocios consolidados (14,6%, 11,1% y 12,2%, respectivamente). Para finalizar, la población involucrada en abandonos empresariales en el año 2020 también fue relativamente mayor en el conjunto de la Unión Europea (3%) que en España (1,3%). En este caso, el único país de la Unión Europea con un porcentaje de abandonos empresariales inferior a España fue Italia (0,5%).

Tradicionalmente, la actividad emprendedora que se desarrolla en los países de ingresos altos, especialmente de aquellos con economías basadas en la innovación, responde al interés de explotar una oportunidad en mayor medida que lo que se observa en países de menos ingresos. Asimismo, la evidencia ha mostrado habitualmente que, a medida que una economía aumenta su nivel de ingresos, el interés por emprender comienza a disminuir, devolviendo a este indicador la relación que no se apreciaba de modo tan claro en periodos de expansión económica como sucedía en la pasada edición. El Gráfico 1.2.22 refleja la posición

Gráfico 1.2.22. Relación cuadrática entre el indicador TEA y el nivel de desarrollo medido en PIB *per cápita*



Fuente: GEM España (APS 2020) y Fondo Monetario Internacional (*World Economic Outlook* 2020).

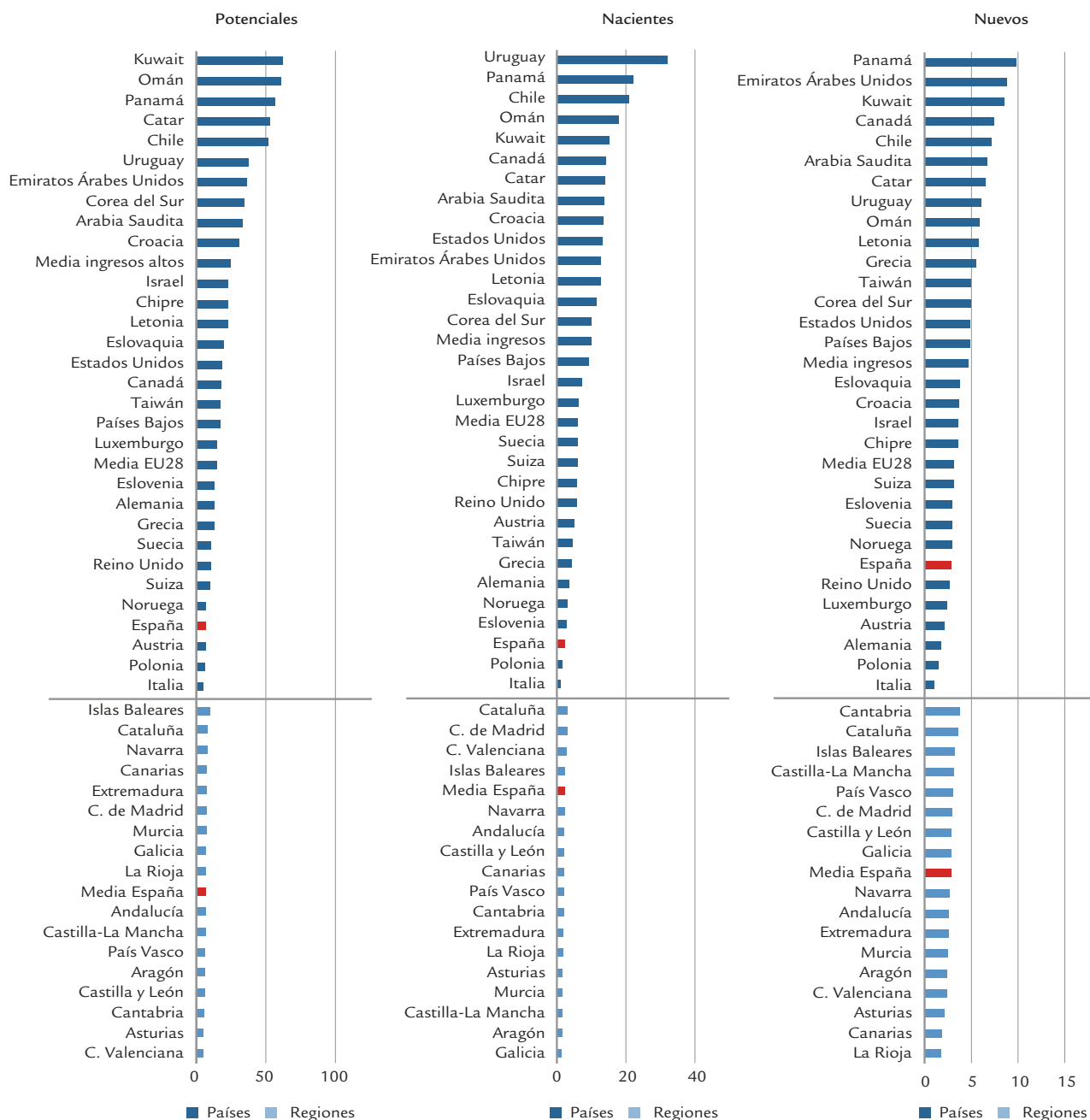
de España en los distintos indicadores del proceso emprendedor en comparación con otras economías de un poder adquisitivo similar. Así, tal y como viene sucediendo en años anteriores, la relación entre la TEA de España y su nivel de desarrollo se encuentra por debajo de lo que le correspondería en la curva ajustada.

De los Gráficos 1.2.23 y 1.2.24 también se desprende la situación de cada Comunidad Autónoma en los distintos indicadores del proceso emprendedor. Como se puede observar, en el año 2020 la variación entre las Comunidades Autónomas en cada uno de los indicadores es menos acentuada que entre los países.

1.3. Aspiraciones de la actividad emprendedora

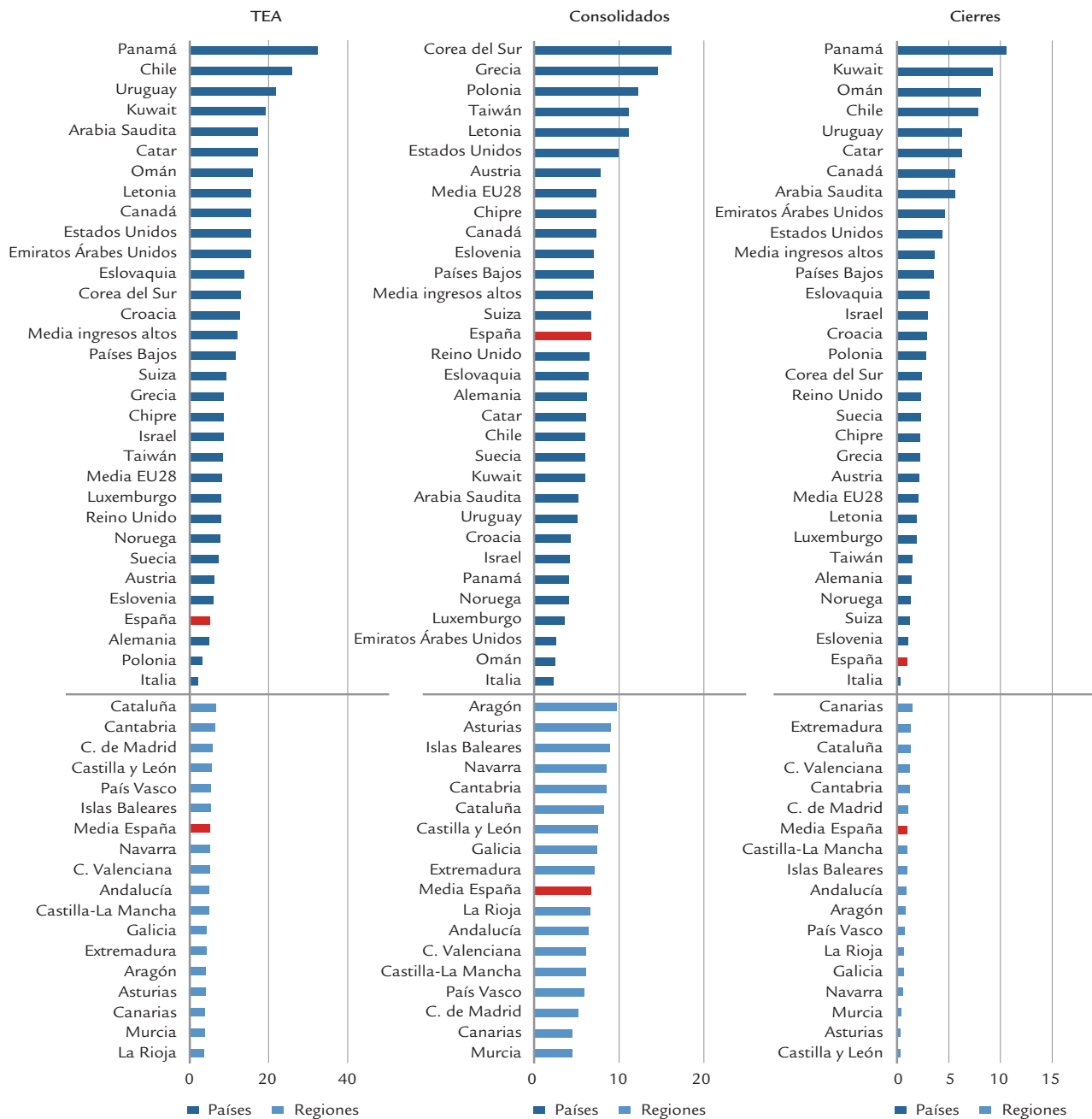
En esta sección se analizan algunas características básicas de las empresas de reciente creación (como el sector económico al que pertenecen o su tamaño medido por el número de empleados). De igual manera, se describen las expectativas de crecimiento que las personas emprendedoras pueden tener para sus negocios en un futuro, su orientación innovadora y su proyección internacional. Esta radiografía de los negocios ayuda a comprender la evolución que está experimentando el tejido emprendedor español en lo que a la calidad de los nuevos negocios se refiere.

Gráfico 1.2.23. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías de ingresos altos), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes y nuevos en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.2.24. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías *de ingresos altos*), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en cierres de empresas en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

1.3.1. Aspectos generales del negocio

El Gráfico 1.3.1 muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras por sectores de actividad. Destacan los sectores de consumo y servicios tanto en la fase inicial (77%), como en las iniciativas consolidadas (64%). Este mayor peso de los servicios se ha producido en detrimento de otros sectores más tradicionales como el sector industrial, que constituyen un 25% de las iniciativas consolidadas y tan solo un 18% en las que se encuentran en fase inicial. La pérdida de peso en el total de iniciativas se observa también en el sector extractivo, que pasa de representar del 11% en las iniciativas consolida-

das al 5% en las que se encuentran en las primeras fases de desarrollo.

En lo que se refiere al tamaño de las empresas, los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) constatan que a 1 de enero de 2020 más de 1.900.000 empresas inscritas en el Registro Mercantil no emplearon a ningún asalariado. Esta cifra de autoempleo supuso el 56% del total de empresas inscritas. Además, otras 907.192 empresas (el 27% del total) tenían uno o dos empleados. Es decir, el 83% de las empresas tenían menos de 2 asalariados, y solo un 2,3% de las empresas empleaba a más de 20 personas (ver Gráfico 1.3.2).

Nombre de la emprendedora: Lorena Ruiz de Larrinaga.

Nombre del negocio: Bee Agritech.

Ubicación del negocio: Bilbao (Bizkaia).

Año de lanzamiento: 2020.



Breve descripción de lo que hace la empresa: En Bee Agritech se enfocan en diseñar productos y servicios biotecnológicos para el sector primario, es decir, buscan trasladar el I+D+i desde el laboratorio al campo en forma de producto/servicios. Incorporan la ciencia y tecnología de forma transversal dentro de su *know how*. Además, ofrecen formaciones y servicios de asesoría técnica y digitalización, cuyo objetivo es mejorar los sistemas productivos, reducir el consumo de recursos naturales y aumentar la rentabilidad de las cosechas. Bee Agritech empatiza con las necesidades de sus clientes como agricultores, pero también como empresarios.



¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para mí un emprendedor es aquella persona con mentalidad de crecimiento que sabe detectar necesidades o problemas no cubiertos y es capaz de desarrollar un producto/servicio y aterrizarlo en el mercado mejorando la vida de las personas e impactando en la sociedad.

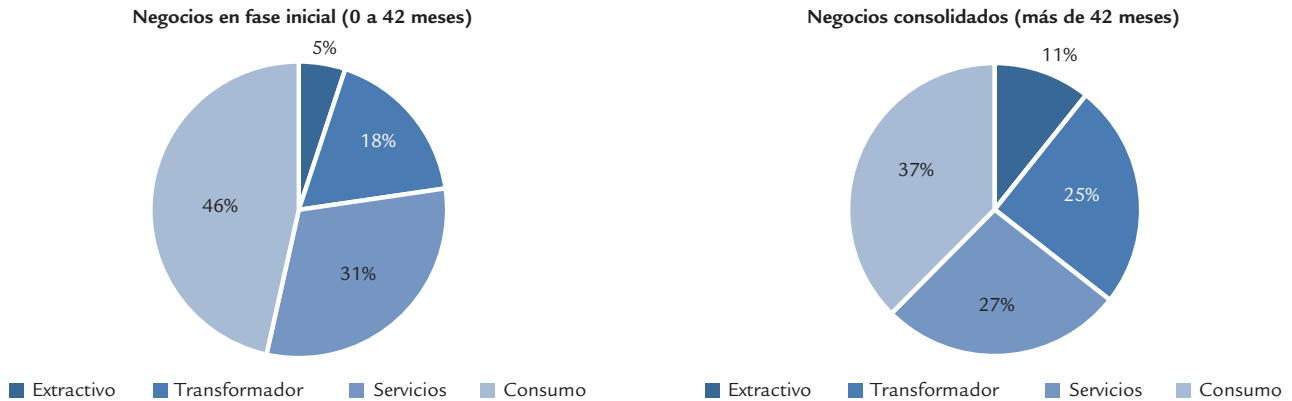
¿Cómo ha impactado la Covid-19 en su negocio y cómo ha innovado en respuesta a la pandemia?

La Covid-19 ha supuesto una dificultad a la hora de encontrar financiación para financiar el I+D y sacar adelante los tres productos que tenemos intención de lanzar a finales del 2021. El equipo ha realizado un gran esfuerzo para continuar con el proyecto mediante financiación propia. Sin embargo, hemos sacado adelante el proyecto colaborando con otras entidades/empresas quienes nos han ayudado a disminuir nuestras necesidades cediéndonos sus espacios e incluso ofreciéndonos recursos. El *coworking* ha sido esencial para nuestro proyecto. Hemos trabajado siempre bajo la filosofía del *win-win* en lugar de competir.

Como emprendedora, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

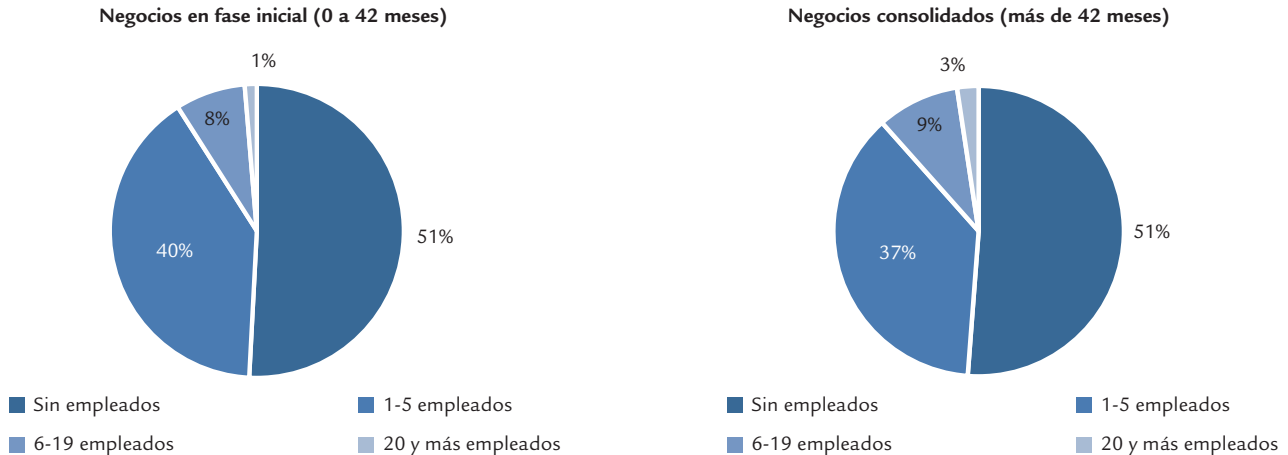
En primer lugar, que la innovación y la capacidad de adaptación son esenciales para cualquier empresa. También, he aprendido que el *coworking* ofrece más ventajas que la filosofía de competir e intentar superar a tus competidores. Además, nos hemos dado cuenta de que muchas de las reuniones pueden realizarse perfectamente de forma remota, disminuyendo los traslados innecesarios. En un futuro, intentaremos aplicar la sostenibilidad en los desplazamientos y continuaremos trabajando bajo la filosofía del *win-win*, la cuál nos reporta muchos más beneficios.

Gráfico 1.3.1. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.2. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Los datos recogidos en las distintas ediciones del *Informe GEM* indican cifras similares a las que se detraen de las estadísticas del INE. En el Gráfico 1.3.2 el 51% de las iniciativas no dispone de empleados, y más del 40% tienen entre 1 y 5. Estas cifras son también similares en el caso de las iniciativas consolidadas, experimentándose en

ambos casos un descenso de iniciativas con más de 6 empleados, que pasan del 13% de 2019 en la fase inicial al 9% en 2020. En la fase de consolidación se mantienen las iniciativas con más empleados, acusando menos las menores expectativas de crecimiento, ya que solo bajan un punto porcentual para colocarse en un 12% del total. Este hecho se ve de

modo más claro en la Tabla 1.3.1, donde los negocios en fase inicial que no han contratado a ningún empleado nuevo en 2020 son el 85,6% (73,5% en 2019), mientras que en las iniciativas consolidadas pasan a ser el 79,4%, el mayor porcentaje de los últimos 5 años, provocando que solo el 20,6% de estas iniciativas hayan podido crear empleo en 2020.

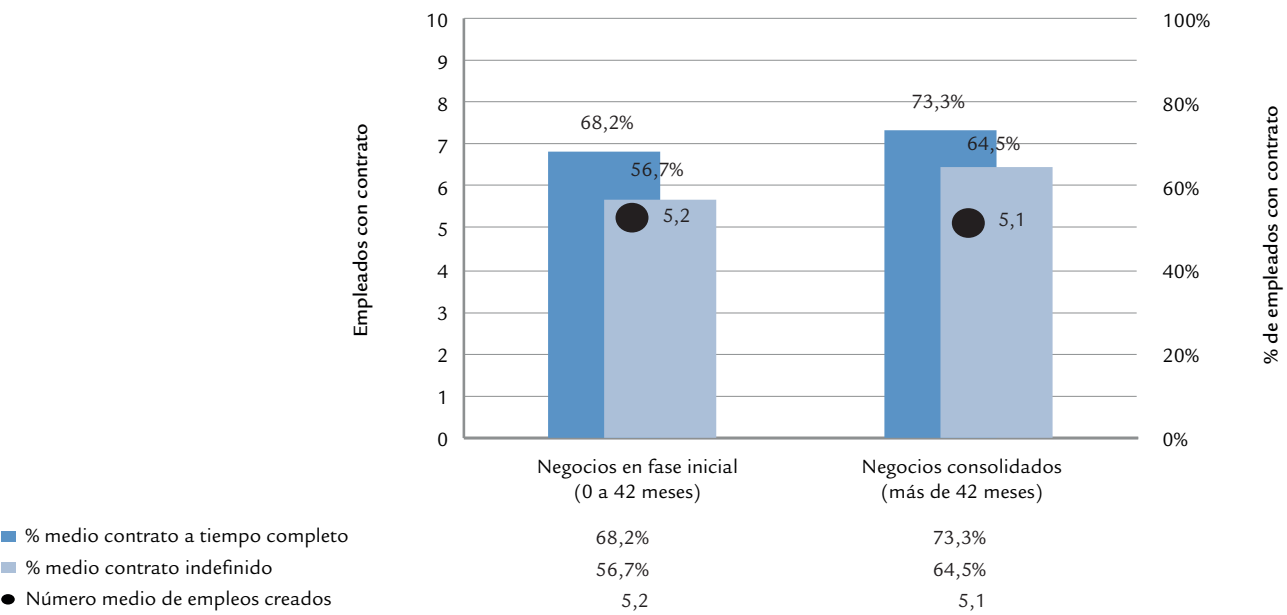
El Gráfico 1.3.3 muestra el porcentaje de empleo a tiempo completo o indefinido generado por las iniciativas emprendedoras. Tanto en las iniciativas en fase inicial como en las consolidadas se aprecia un descenso importante en los contratos indefinidos, que pasan a suponer el 56,7% en las iniciativas en fase inicial y el 64,5% en las consolidadas (frente

Tabla 1.3.1. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el número de empleados con contrato laboral incorporados a trabajar en el negocio en los últimos 12 meses

Negocios en fase inicial (0 a 42 meses)					Negocios consolidados (más de 42 meses)			
Año	Sin empleados	1-5 empleados	6-19 empleados	20 y más empleados	Sin empleados	1-5 empleados	6-19 empleados	20 y más empleados
2016	71,0%	26,0%	2,3%	0,7%	69,8%	28,4%	0,9%	0,9%
2017	76,8%	19,5%	3,7%	0,0%	72,0%	25,2%	2,0%	0,8%
2018	71,8%	25,1%	1,7%	1,5%	69,7%	26,3%	2,6%	1,3%
2019	73,5%	22,0%	4,6%	0,4%	70,7%	22,2%	6,4%	0,7%
2020	85,6%	12,4%	1,5%	0,5%	79,4%	17,5%	2,2%	0,9%

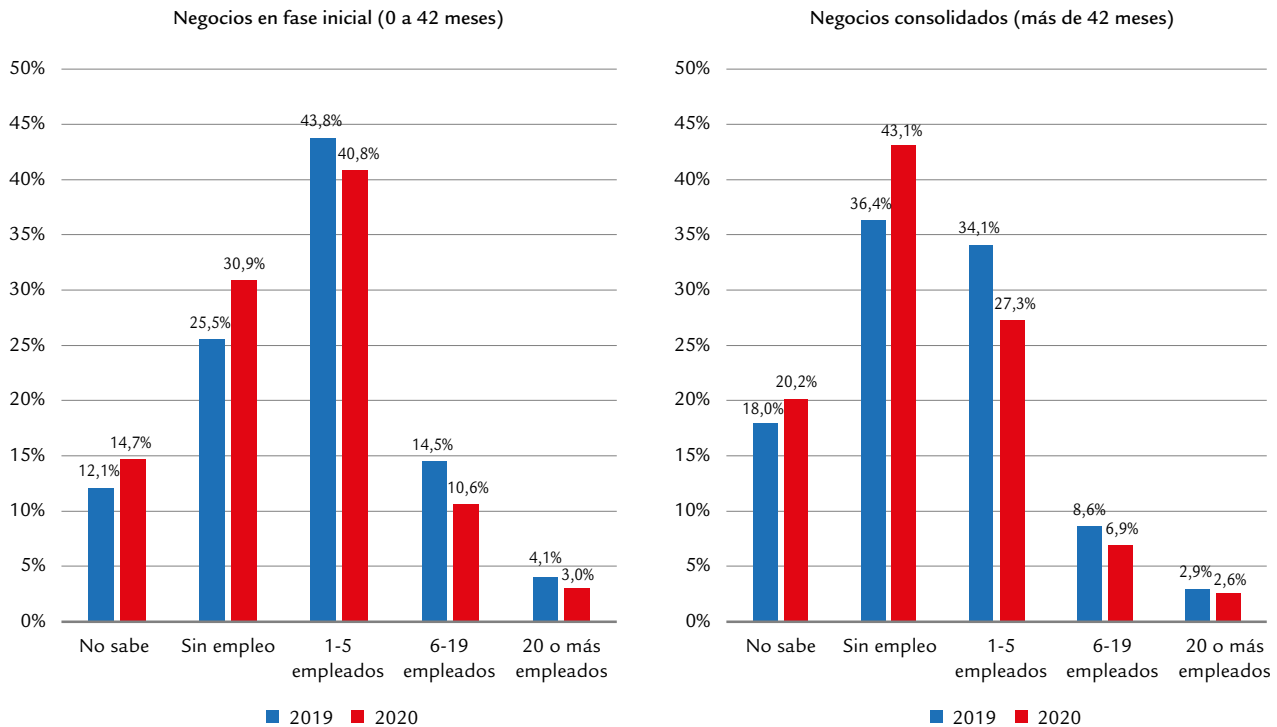
Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.3. Características del empleo creado por el subconjunto de negocios que realizó contrataciones laborales en los últimos 12 meses



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.4. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el tamaño de empleo esperado a cinco años en 2019-2020



Fuente: GEM España, APS 2019-2020.

al 76,4% y 72,2% respectivamente en 2019), siendo de media 5 los empleos creados.

1.3.2. Expectativas de crecimiento

El autoempleo supone en España en torno al 50% de las iniciativas en fase inicial recogidas en el Proyecto GEM (Gráfico 1.3.2). De ellas, el 31% no contempla nuevas contrataciones y el 15% manifiesta una total incertidumbre en este tema (Gráfico 1.3.4). Esta es la diferencia más significativa con respecto al año 2019, en el que la cifra total de las iniciativas en fase inicial que no esperaban contratar personal era del 46%. El 41% de los negocios que se encuentran en fase inicial esperan aumentar entre 1-5 empleados, el 10% espera tener más de

6 empleados, y el 3% más de 20, cifra similar a lo que sucedía en 2019 y que supone un horizonte de esperanza en tiempos de crisis.

En relación a los negocios consolidados la incertidumbre continúa siendo la protagonista. Un 20% de los negocios consolidados manifiestan dudas en relación al empleo que serán capaces de generar en los próximos 5 años. Esta capacidad de regeneración será sin duda la que permitirá a la economía volver a la senda de crecimiento esperada, puesto que las iniciativas que ya no tenían previsto generar empleo debido a su reducido tamaño continúan en una cifra similar a la de 2019 (el 43%, Gráfico 1.3.4) y son aquellas iniciativas consolidadas que tenían previsto crear entre 1 y 5 empleados las que se mantienen a la espera

de la evolución de la pandemia y de la economía en general.

1.3.3. Orientación innovadora

Las iniciativas recogidas en el *Informe GEM* son en su mayoría sin empleados, 51% tanto en las incipientes como en las consolidadas, o bien con menos de 5 empleados (40% de las incipientes y 37% de las consolidadas). Se trata por tanto de iniciativas pequeñas y de bajo nivel tecnológico, el 90% entre las que se encuentran en fase inicial y el 92% de las consolidadas (Gráfico 1.3.5), manteniéndose en porcentajes similares a lo largo de los años de los que se dispone de información.

De forma complementaria al nivel tecnológico, desde la edición de GEM 2019, se ajustó la medición de los indicadores de innovación que se venían utilizando y que estaban más orientados al nivel de competencia y clientes (ver Gráfico 1.3.6).

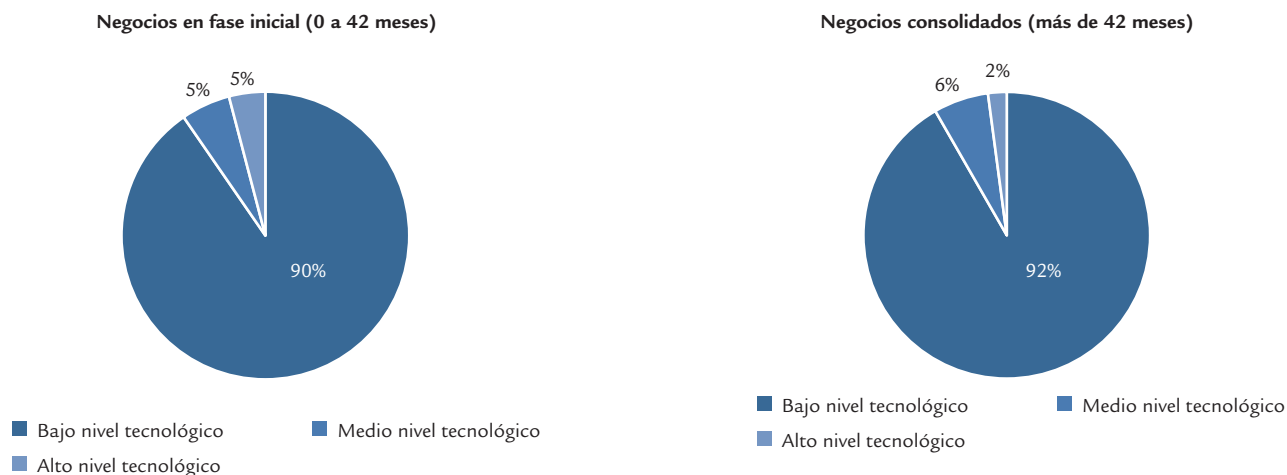
El Gráfico 1.3.6 muestra que un 70% de los nuevos negocios y un 86% de los negocios consolidados

manifestaron que no realizaron innovaciones en productos/servicios en 2020. Es importante destacar la capacidad de innovación de las iniciativas más jóvenes, que en este 2020 se han orientado de modo mayoritario a las innovaciones en el mercado local, suponiendo un 23% del total de las innovaciones (en 2019 supusieron un 20%). En relación a las innovaciones en proceso, en el Gráfico 1.3.7 destacan también las iniciativas nuevas, que en un 17% de los casos presentan innovaciones en sus procesos dirigidas hacia mercados locales, y en un 6% a los nacionales.

1.3.4. Orientación internacional

El año 2020 está dominado por los cierres de fronteras. Las dificultades de exportación e importación han sido uno de los problemas añadidos a los que han tenido que enfrentarse las iniciativas en sus diferentes fases del proceso emprendedor (ver Gráfico 1.3.8). La dificultad de acceder al mercado exterior ha contribuido a aumentar al 81% el número de iniciativas en fase inicial que se orientan al mercado local o nacional (76% en 2019).

Gráfico 1.3.5. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el nivel tecnológico en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.6. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por innovación en productos/servicios en 2020

Negocios en fase inicial (0 a 42 meses)



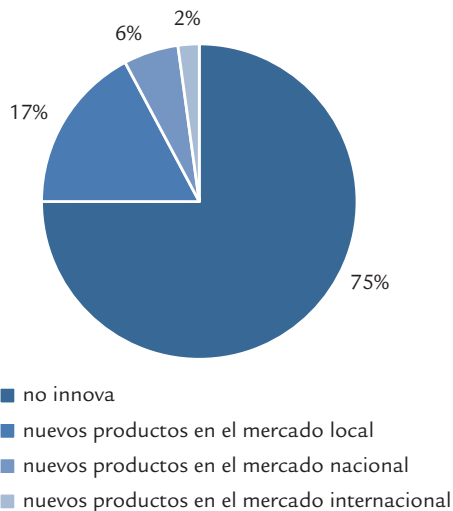
Negocios consolidados (más de 42 meses)



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.7. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por innovación en procesos en 2020

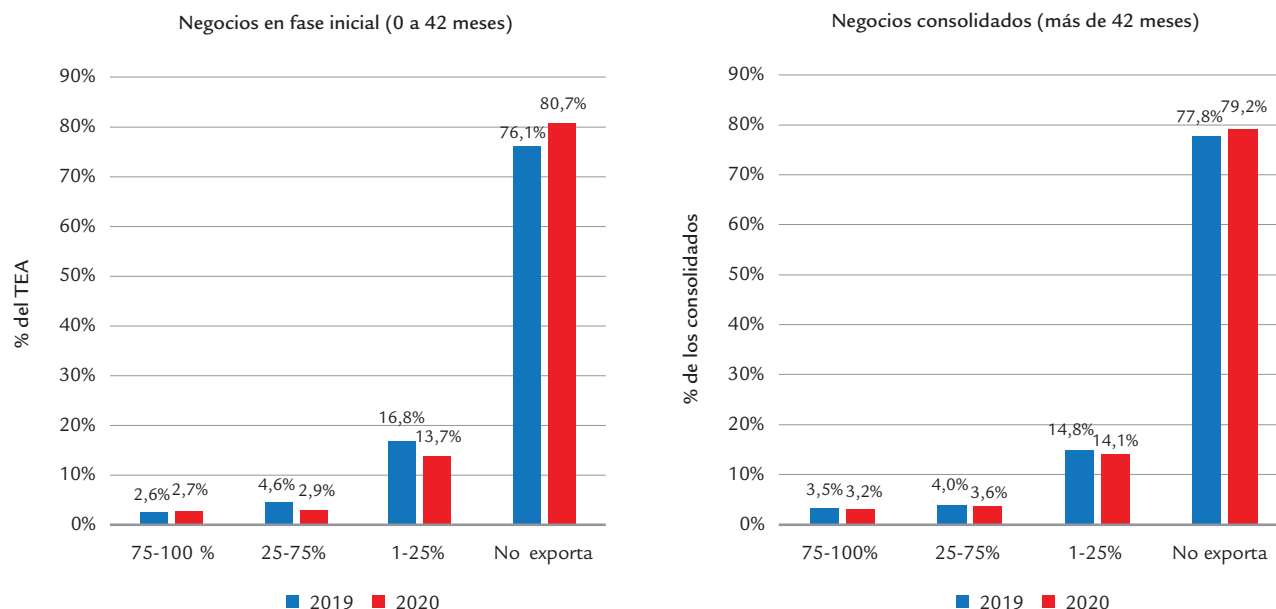
Negocios en fase inicial (0 a 42 meses)



Negocios consolidados (más de 42 meses)



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.8. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España según la orientación internacional, comparativa 2019-2020

Fuente: GEM España, APS 2019-2020.

1.3.5. Características de las iniciativas en función del sexo

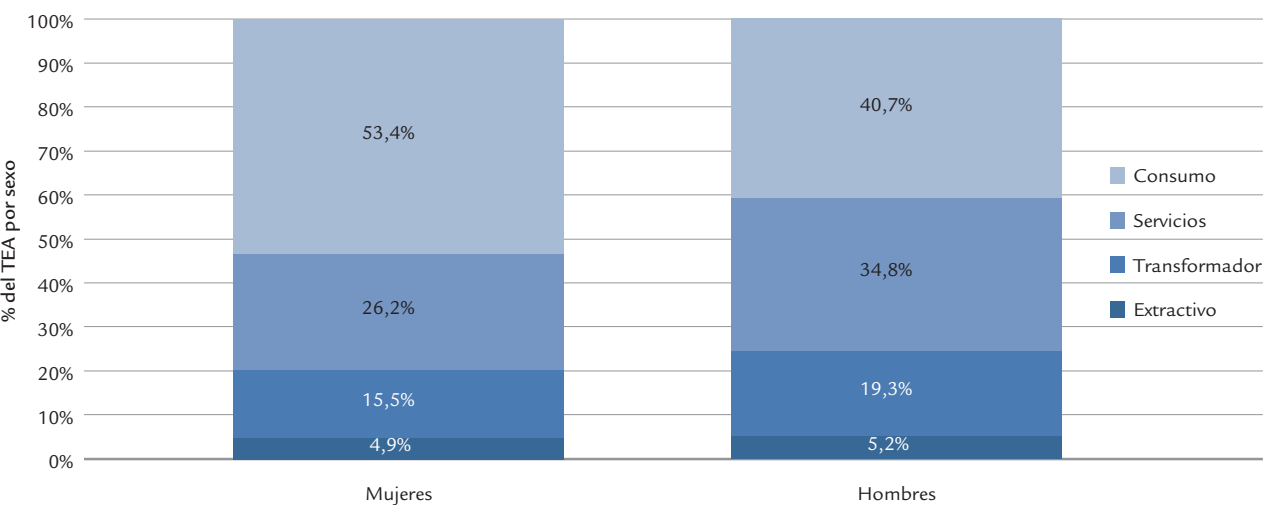
Al igual que como se hiciera para el perfil del emprendedor, este apartado nos ofrece un conocimiento más profundo de las iniciativas puestas en marcha por mujeres, analizando algunas de las características sectoriales y de empleo de los negocios en su fase incipiente (TEA) y de los consolidados.

Comenzando por el ámbito sectorial, el Gráfico 1.3.9 evidencia que los negocios puestos en marcha por mujeres se ubican de manera mayoritaria en el sector de servicios de consumo (53,4%) frente al 26,2% que se orienta a servicios para empresas, un 15,5% a la industria y un 4,9% al sector extractivo. Por su parte, las iniciativas masculinas presentan un porcentaje relativo mayor que las generadas por mujeres en los servicios a empresas (34,8%), y menor en los servicios al consumidor (40,7%).

Si consideramos las iniciativas según su pertenencia a sectores de alta y media tecnología (Gráfico 1.3.10), se comprueba que las empresas de mujeres representan en torno al 50% de las iniciativas de hombres ubicadas en dichos sectores, ya sea en fase incipiente de hasta tres años y medio, o en iniciativas consolidadas. Esto pone de manifiesto la menor presencia de mujeres en estos sectores, en gran parte, también debido a su mayor representación en sectores de servicios de consumo menos intensivos en tecnologías.

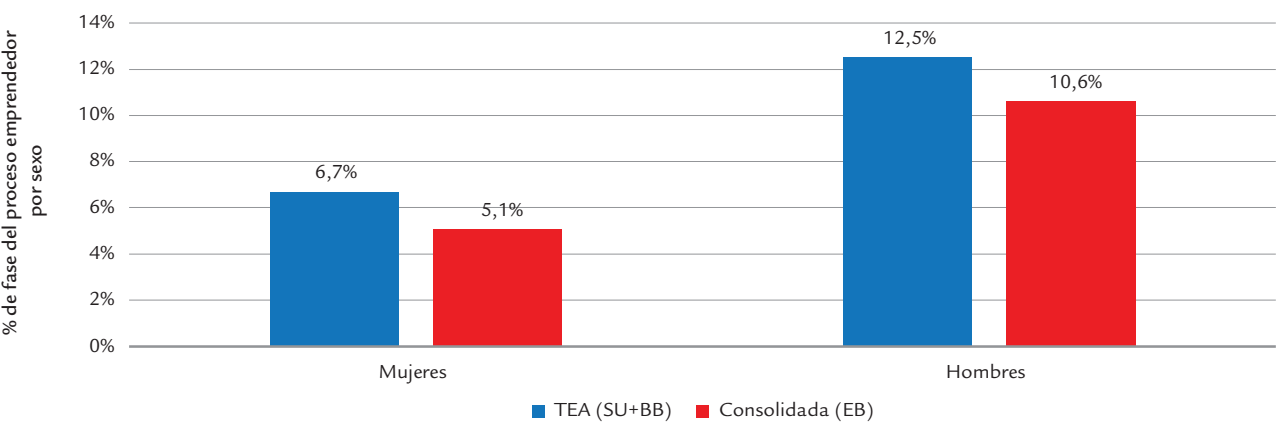
Pese a lo anterior, es decir, a estar menos presentes en sectores de media y alta tecnología, las empresas creadas por mujeres muestran una orientación a la innovación en tecnologías o producción muy similar a las de hombres, en cualquiera de las etapas del proceso emprendedor, como se observa en el Gráfico 1.3.11. Esto puede indicar que la fuente de innovación de estas iniciativas también reside en

Gráfico 1.3.9. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) según el sexo por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en España en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.10. Distribución de los emprendedores según el sexo y fase del proceso emprendedor, entre las empresas de media o alta tecnología



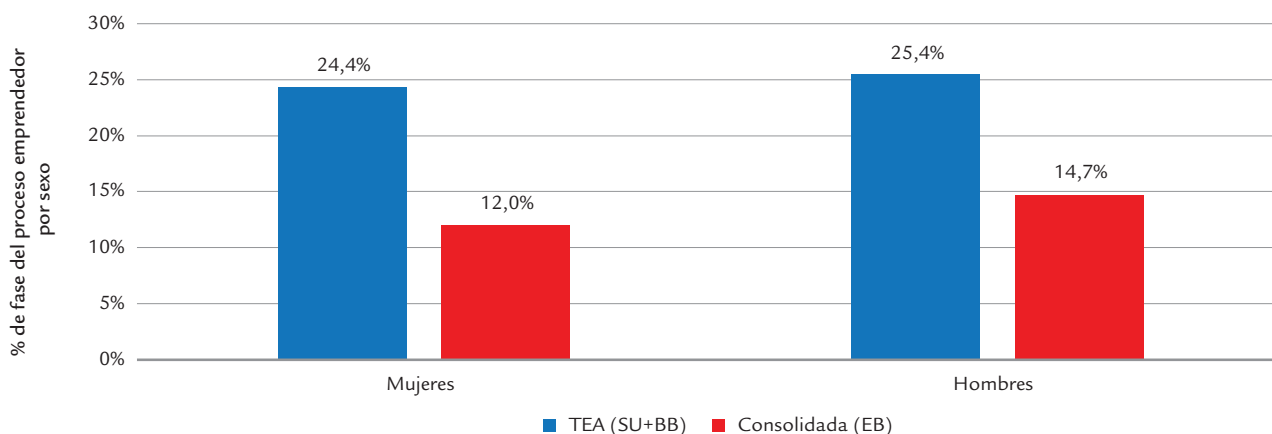
Fuente: GEM España, APS 2020.

el uso de tecnologías para hacer que la prestación de los servicios o la oferta brindada estén diferenciados y supongan una novedad para los clientes.

En lo que respecta al empleo, el Gráfico 1.3.12 muestra que el 94,1% de las iniciativas incipientes o TEA

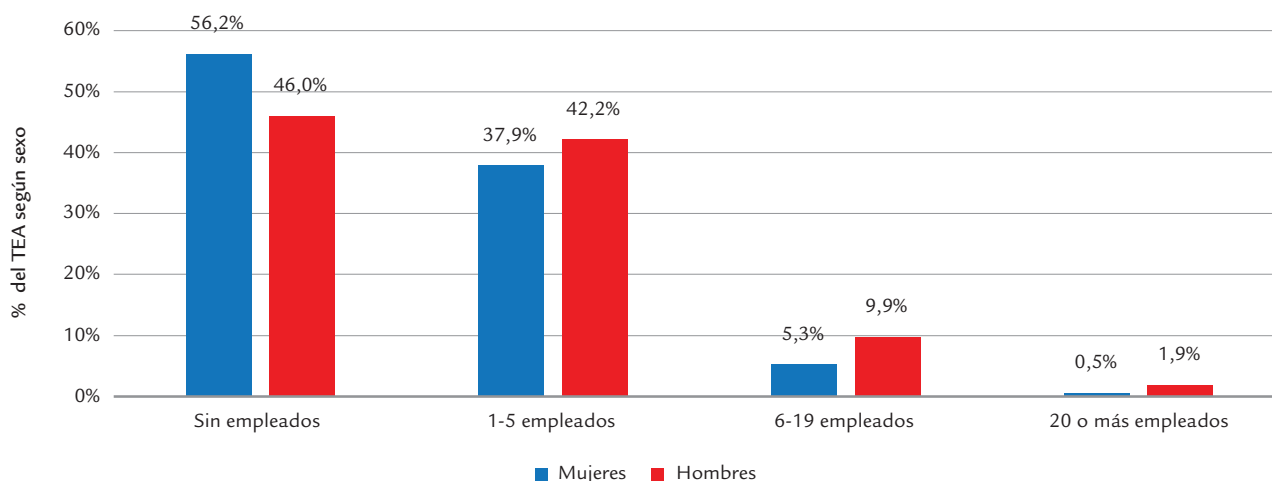
femenino son microempresas (tienen menos de cinco trabajadores), siendo el 56,2%, es decir, más de la mitad, las que no tienen empleados. En el caso de las empresas generadas desde el ámbito masculino, el 88,2% son microempresas, y un 46% no tienen empleados a su cargo. En el resto de las franjas de

Gráfico 1.3.11. Distribución de los emprendedores según el sexo y fase del proceso emprendedor, entre las empresas que innovan en tecnologías o producción



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.12. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) según el sexo en España por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en 2020



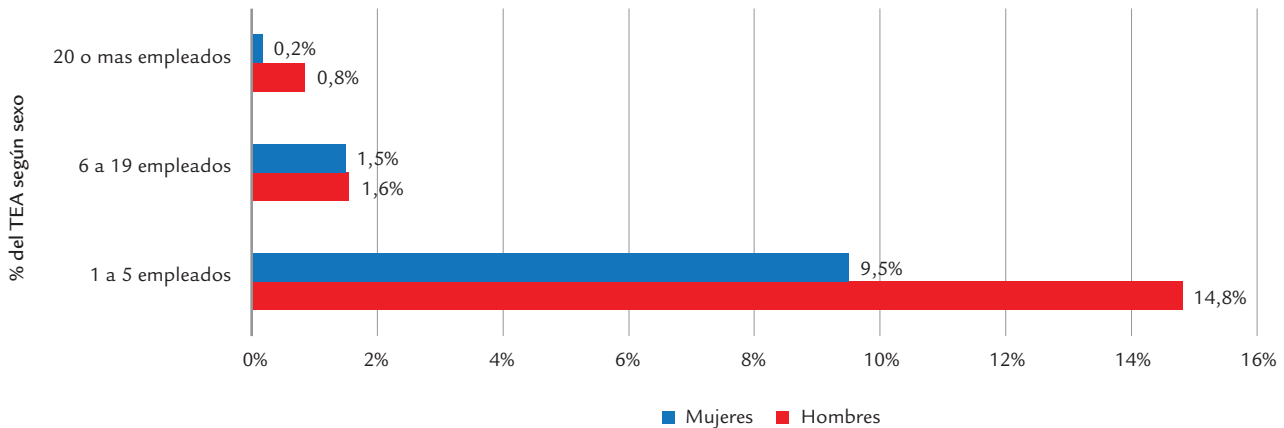
Fuente: GEM España, APS 2020.

empleados, las iniciativas de mujeres presentan un menor número de empleados. En su conjunto, las empresas creadas por mujeres tienen menor tamaño.

Las iniciativas lideradas por mujeres no solo tienen menor tamaño, también han generado menos

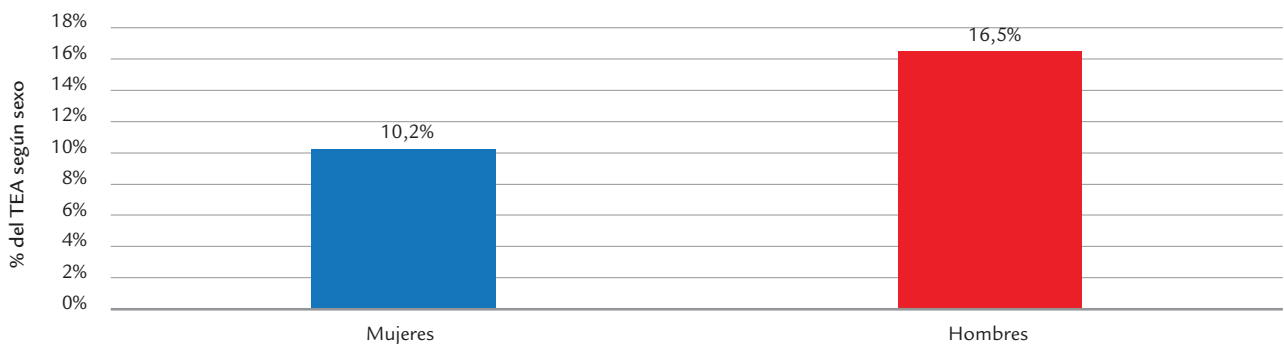
empleo en los últimos 12 meses (Gráfico 1.3.13) y tienen menos expectativas de crearlo en los próximos cinco años (Gráfico 1.3.14). En el primer caso, los datos muestran que en las iniciativas más pequeñas (de hasta 5 empleados), un 9,5% de las empresas de mujeres han creado empleo frente al

Gráfico 1.3.13. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en España, según su sexo y número de empleos creados en los últimos 12 meses



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.14. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en España, según su sexo, que espera crear más de 5 empleos en los próximos 5 años



Fuente: GEM España, APS 2020.

14,8% de las de hombres. No se aprecian diferencias para las iniciativas de tamaño medio, y la creación de empleo es menor en empresas de mujeres de 20 o más empleados.

Finalmente, las expectativas de crear más de cinco empleos en los próximos cinco años son del 10,2% para las iniciativas creadas por mujeres en estado incipiente, frente al 16,5% para las masculinas (ver Gráfico 1.3.14).

1.3.6. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas de las aspiraciones de la actividad emprendedora

Si nos fijamos en el perfil del tejido productivo (ver Tabla 1.3.2), el porcentaje del emprendimiento español en fase inicial (TEA) que ofrece servicios orientados a las empresas y al consumidor (aproximadamente

Tabla 1.3.2. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en 2020. Análisis por tipo de economía

Tipo de economía	Países	Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	+ de 5 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Medio/alto nivel tecnológico
<i>Economía de ingresos bajos</i>	Media	10,8	23,9	4,4	60,9	27,6	3,3	1,7
	Angola	1,4	16,9	4,9	76,8	36,9	1,2	2,0
	Burkina Faso	17,7	27,4	2,5	52,4	23,6	4,4	1,9
	Egipto	7,4	33,1	5,4	54,1	40,8	3,3	3,4
	India	9,3	8,4	3,5	78,8	18,7	0,3	0,5
	Marruecos	6,1	32,0	8,6	53,3	24,0	3,2	1,6
	Togo	23,2	25,3	1,5	50,0	21,4	7,1	1,0
<i>Ingresos medios</i>	Media	7,5	26,2	13,1	53,2	34,2	5,5	4,9
	Armenia	31,1	18,6	7,9	42,4	32,8	20,3	4,1
	Brasil	1,4	24,4	16,1	58,2	40,3	1,2	7,2
	Colombia	1,0	24,0	15,8	59,2	58,5	7,3	6,3
	Guatemala	4,4	22,4	6,3	67,0	26,1	2,0	2,4
	Indonesia	7,0	28,6	3,1	61,4	5,4	1,7	2,4
	Irán	7,9	26,2	24,1	41,8	19,6	2,2	7,6
	Kazajistán	3,4	26,2	14,2	56,2	40,9	0,2	1,2
<i>Ingresos altos</i>	Media	4,2	20,7	25,6	49,4	31,6	13,2	7,3
	Media EU28	6,2	19,0	31,1	43,7	24,7	17,5	8,1
	Alemania	1,7	13,1	29,8	55,4	29,3	14,3	7,8
	Arabia Saudita	0,8	13,1	3,9	82,2	65,2	4,6	1,4
	Austria	4,7	10,1	36,6	48,6	3,4	17,2	8,2
	Canadá	2,8	18,3	26,4	52,5	24,3	24,9	5,5
	Catar	2,4	35,0	15,0	47,6	71,9	11,0	4,6
	Chile	4,4	26,1	19,7	49,7	37,2	1,8	9,1
	Chipre	1,3	10,9	41,0	46,8	45,1	29,5	7,0
	Corea del Sur	1,9	17,8	19,7	60,6	37,4	4,4	9,2
	Croacia	10,9	20,2	33,7	35,1	22,7	25,4	11,4
	Emiratos Árabes Unidos	0,3	23,1	15,8	60,8	79,2	19,0	4,2
	Eslovaquia	5,9	31,0	22,7	40,5	30,4	21,4	8,0
	Eslovenia	4,1	27,8	33,8	34,3	31,9	15,4	14,0

Tabla 1.3.2. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en 2020. Análisis por tipo de economía (*cont.*)

Tipo de economía	Países	Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	+ de 5 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Medio/alto nivel tecnológico
<i>Ingresos altos</i>	España	5,1	17,6	30,8	46,5	13,6	5,6	9,8
	Estados Unidos	3,1	19,7	34,3	42,9	30,5	3,2	7,2
	Grecia	4,2	25,8	17,5	52,5	16,8	16,9	7,6
	Israel	1,2	17,3	34,3	47,2	20,6	13,7	9,4
	Italia	21,7	15,5	23,4	39,4	16,9	5,1	0,0
	Kuwait	0,3	30,4	17,2	52,1	53,8	12,9	5,3
	Letonia	9,0	29,7	21,2	40,1	32,1	21,5	9,6
	Luxemburgo	1,3	11,7	43,6	43,4	38,0	29,8	8,5
	Noruega	5,3	16,3	41,8	36,6	32,5	13,7	12,6
	Omán	1,8	24,8	9,5	63,9	11,5	3,2	2,2
	Países Bajos	1,5	11,5	41,2	45,8	15,2	19,8	6,3
	Panamá	3,7	20,7	14,6	61,0	46,4	7,0	4,5
	Polonia	3,7	27,6	25,4	43,2	29,7	1,2	6,1
	Reino Unido	1,3	23,2	26,4	49,2	19,7	8,9	8,9
	Suecia	12,2	13,6	34,4	39,8	20,4	22,0	9,1
	Suiza	1,6	22,2	33,6	42,6	12,2	14,4	12,7
	Taiwán	0,5	20,8	9,6	69,1	38,0	6,1	5,4
	Uruguay	6,9	26,9	12,4	53,8	23,4	1,8	4,9

Fuente: GEM España, APS 2020.

madamente 77%) es similar a la media de las economías europeas y de las economías de ingresos altos. Podemos constatar que el peso de los servicios en el tejido emprendedor español en 2020 se asemeja al de Países Bajos y EEUU, donde se percibe una mayor apuesta por los sectores de servicios a empresas y al consumidor final. En este grupo de economías de ingresos altos destacan Omán, Arabia Saudita o Corea del Sur por el elevado peso en el sector de servicios al consumidor, mientras que en los países nórdicos los servicios a empresa cobran mayor importancia.

El porcentaje de nuevos negocios españoles en fase inicial (edad inferior a 42 meses) que opera en sectores de nivel tecnológico “medio-alto” es un 9,8%. Esta cifra es superior a la media de los países europeos (8,1%) y a la media de las economías de ingresos altos (7,3%). La tasa española en esta materia es equiparable a la de Letonia (9,6%), pero inferior a las cifras de otros países como Eslovenia, Noruega o Suiza. El porcentaje de nuevos negocios españoles en fase inicial (edad inferior a 42 meses) que factura más de un 25% en mercados extranjeros es un 5,6%. Esta cifra es inferior a la media de los países europeos (17,5%) y a la media de las economías de ingresos altos (13,2%). Este ámbito es sin duda el que presenta una distancia mayor respecto a los países del entorno, muy lejos de aquellos con orientación exportadora en más del 20% de las iniciativas como Canadá, Croacia o Suecia, o incluso del 14,3% de Alemania.

La actividad emprendedora española en comparación a la de otros países de características similares (economías de altos ingresos y economías europeas) destaca por su tímida vocación internacional y por su débil pulso para lograr un negocio con al menos cinco empleados en el medio-largo plazo. Al igual que se producen disparidades en los valores de las variables entre países, también se producen divergencias en los valores de las variables obtenidas a nivel regional (subnacional) dentro de cada país (ver Gráficos 1.3.15 y 1.3.16). La red GEM España se caracteriza por ser una de las redes

pioneras GEM más potentes a nivel internacional al estar dotada con más información para el análisis territorial del emprendimiento dentro de un país.

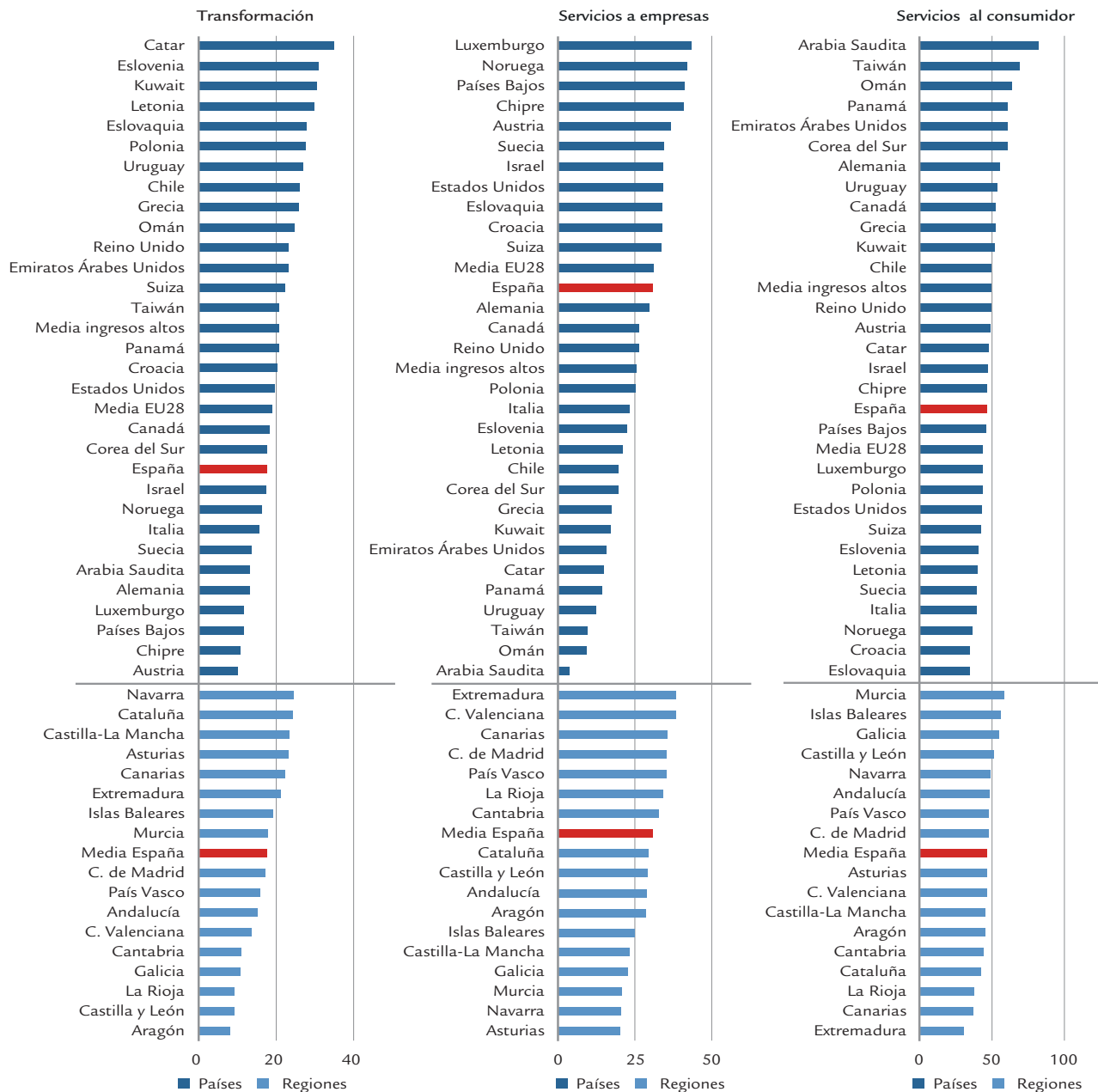
El estudio por comunidades autónomas revela la existencia de evidentes diferencias regionales para los valores de cada uno de los indicadores anteriormente mencionados. Sectorialmente, podemos destacar el peso del emprendimiento en el sector de transformación (industria manufacturera) en Navarra y Cataluña con una cifra superior al 20% de la actividad emprendedora comprendida en dichas regiones (similares a las cifras obtenidas por ejemplo en Reino Unido, Suiza y Taiwán). Destaca también el peso del emprendimiento en el sector de servicios a empresas en las Comunidades Autónomas de Extremadura, C. Valenciana y Canarias, con cifras próximas o superiores al 35% del emprendimiento en dichos territorios (cifras similares al valor obtenido por ejemplo en el Estados Unidos). En cuanto al nivel tecnológico “medio-alto” de la actividad emprendedora, sobresalen Cantabria, Canarias y Cataluña (con cifras próximas al 15% de la actividad emprendedora en fase inicial, y por encima del valor obtenido por Corea del Sur o Suecia). En lo que se refiere a la vocación internacional, despuntan las regiones de Galicia, La Rioja e Islas Baleares, con cifras cercanas al 10% (cifras superiores a las de Reino Unido). En cuanto a las expectativas de crecimiento del negocio en más de 5 empleados en los próximos 5 años sobresalen Navarra y Murcia (con cifras superiores al 20% y cercanas a Reino Unido o Italia).

1.4. Actividad emprendedora en organizaciones existentes

La actividad emprendedora en organizaciones existentes (intra-emprendimiento o emprendimiento corporativo) es entendida en un sentido amplio, según la metodología GEM⁶, como las iniciativas

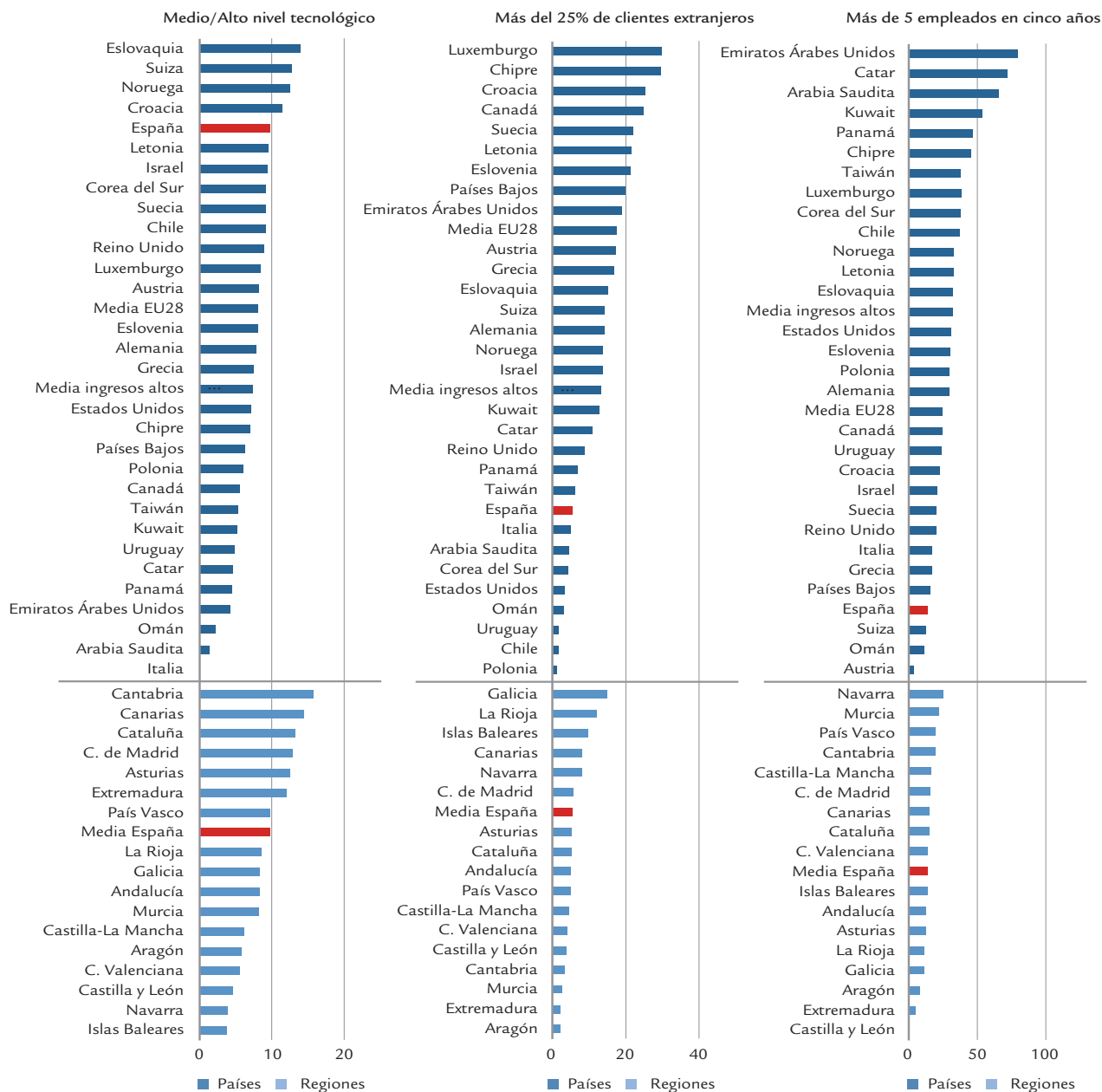
⁶ Para mayor detalle, consultar el trabajo de Bosma *et al.* (2013).

Gráfico 1.3.15. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías de ingresos altos), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumo en 2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

Gráfico 1.3.16. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías de ingresos altos), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en 2020 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años



Fuente: GEM España, APS 2020.

Nombre de la emprendedora: Patricia Iglesias Redondo.

Nombre del negocio: La Guagua Servicios Socioculturales S.L.

Ubicación del negocio: Ferrol (A Coruña).

Año de lanzamiento: 2003.



Breve descripción de lo que hace la empresa: Organización de actividades infantiles, tanto educativas como de ocio. Organización de eventos.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Una manera de ganarme la vida haciendo lo que me gusta. Sin enconcesamientos. De luchar para sacar adelante algo que es mío y no luchar para otros. La verdad es que es una lucha diaria y puede llegar a ser muy duro... pero peleas por lo tuyo.

Tienes además la ventaja de ser tu propio jefe, de crear, de probar e investigar nuevos caminos... no hay 2 días iguales, y menos en este sector.



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

Nos frenó en seco. De la noche a la mañana, cero trabajo, cero eventos, cero ingresos y mismos gastos. Pero las cabezas no pararon. Seguimos activas en redes sociales, con el apoyo de todos nuestros monitores, que en ese momento no tenían trabajo, grabando vídeos de bailes, actividades, felicitaciones de cumple... para todos los peques que nos siguen.

Nosotras aprovechamos esos tres meses en casa para crear servicios nuevos para la nueva normalidad: servicios de canguro a domicilio, regalos personalizados, cajas sorpresa, nuevas decoraciones para eventos... y adaptamos las actividades que ya teníamos a la nueva situación: creamos protocolos y formamos a nuestro equipo de monitores. Y lo mejor, creamos una escuela oficial de tiempo libre, algo en lo que llevábamos pensando muchos años pero nunca podíamos llevar a cabo por falta de tiempo. A través de ella, los monitores pueden sacarse el título oficial, además de formarse en distintas materias a través de monográficos que tanto pueden ser presenciales como online.

Como emprendedora, ¿cuál es la lección más importante que ha aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Adaptarse o morir. Creo que lo que más hace la gente es quejarse, pero eso no sirve de nada. Hay que analizar la situación y buscar alternativas, eso fue lo que hicimos. Si te cortan un camino, buscas otra salida. Nuestro sector es muy cambiante, hay que estar continuamente creando y adaptándose, no podemos quedarnos estancadas. Y este cambio fue tremendo...pero estamos consiguiendo adaptarnos también. La lección es que no puedes dar nada por hecho y tienes que estar siempre preparado para adaptarte a lo que venga.

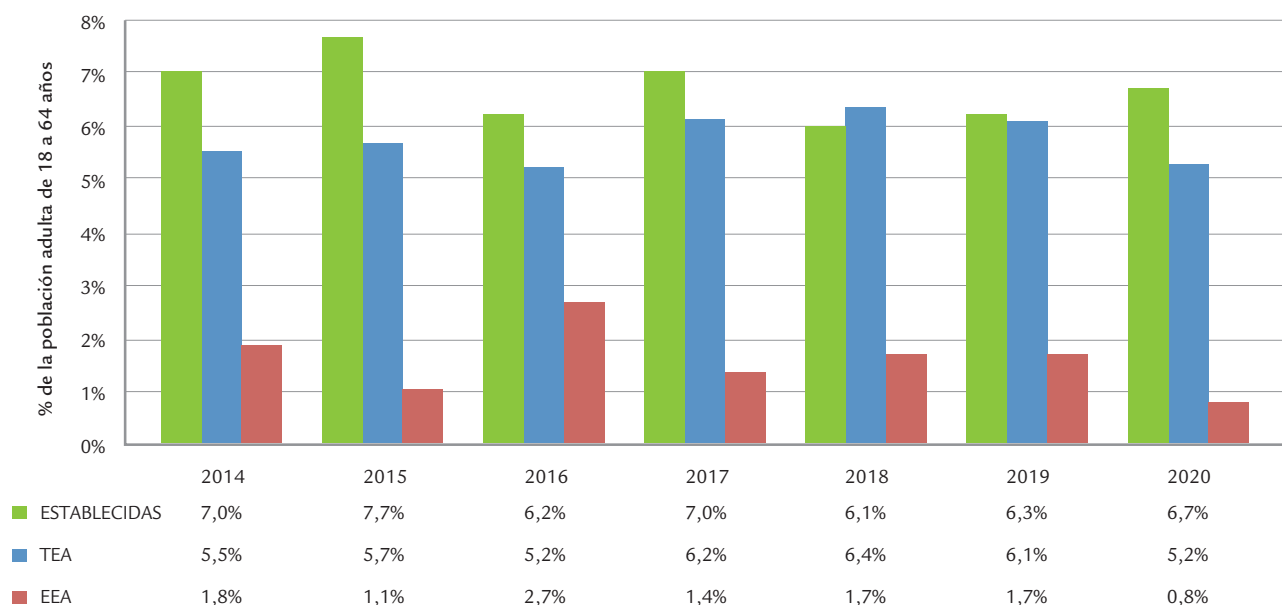
emprendedoras (ej., creación de una empresa) y/o iniciativas innovadoras (ej., innovaciones en productos, servicios, procesos de diversificación en mercados a través de nuevas filiales) que llevan a cabo los trabajadores o grupos de trabajadores como parte de sus tareas diarias para organizaciones existentes y en funcionamiento. Concretamente, GEM identifica a trabajadores que en los últimos tres años han desarrollado alguna iniciativa emprendedora para sus empleadores. El Gráfico 1.4.1 muestra la evolución en el porcentaje de personas adultas de 18-64 años que ha realizado alguna iniciativa, en los últimos tres años, en las organizaciones para las que trabajan. Este indicador ha disminuido de 1,7% en 2019 a 0,8%

en 2020. Si nos enfocamos específicamente en 2020, en lugar de los últimos tres años, tan solo un 0,6% manifestó que estaba desarrollando y liderando este tipo de iniciativas.

La literatura en emprendimiento corporativo destaca que ese tipo de emprendimientos se observa en ecosistemas con un alto componente innovador⁷ que favorecen el desarrollo de nuevos productos/servicios, nuevas líneas de negocios o nuevas empresas con la finalidad de generar valor a

⁷ Para mayor detalle, consultar el ecosistema emprendedor en España que se presenta en el Capítulo 2: El entorno emprendedor.

Gráfico 1.4.1. Evolución en el porcentaje de la población española de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido en el interior de organizaciones existentes (EEA) en España, 2014-2020



Fuente: GEM España, APS 2020.

sus *stakeholders*. Por lo general, las organizaciones (intra)emprendedoras son muy competitivas en el mercado doméstico e internacional⁸ e inciden en el desarrollo socioeconómico⁹. El Gráfico 1.4.2 muestra la relación en forma de “U” invertida entre la actividad (intra)emprendedora y el indicador de desarrollo económico utilizado.

En la edición GEM 2020, respecto a la edición anterior, existe una disminución en el porcentaje de empleados emprendedores a nivel internacional. Especialmente, entre los países del grupo de economías de ingresos altos que concentran los porcentajes más elevados de empleados emprendedores son Catar (6,6%), Alemania (6,4%), Sue-

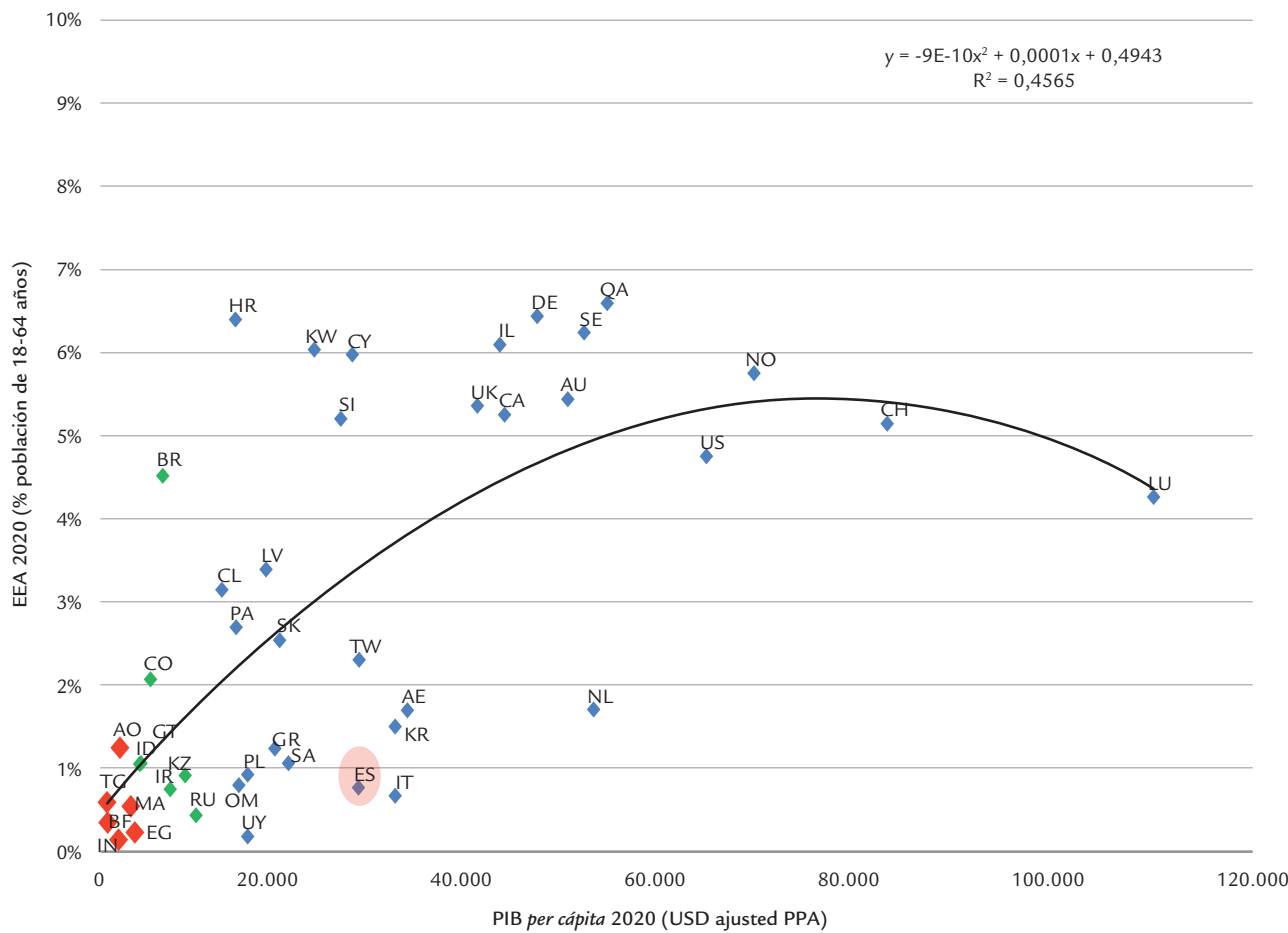
cia (6,2%), Israel (6,1%), Noruega (5,8%), y Reino Unido (5,4%). Una explicación plausible es que se trata de economías caracterizadas con un tejido empresarial consolidado y ecosistemas innovadores favorables que seguramente les permitió seguir desarrollando iniciativas emprendedoras como respuesta a seguir activos en el mercado durante la pandemia.

A pesar de la disminución internacional generalizada de este indicador, el posicionamiento de la actividad (intra)emprendedora en España (0,8%) sigue estando muy por debajo de la media del grupo de economías de la UE28 (3,7%). Por otro lado, en el contexto regional, el Gráfico 1.4.3 muestra la relación EEA y PIB *per cápita* en cada una de las regiones españolas en el año 2020 (en forma de “U” no invertida por primera ocasión, de tal manera, que las CCAA con mayores tasas de intraemprendimiento serían las que poseen un PIBpc más extre-

⁸ Para mayor detalle, consultar el trabajo de Guerrero *et al.* (2016).

⁹ Para mayor detalle, consultar el trabajo de Bosma *et al.* (2013).

Gráfico 1.4.2. Relación entre el indicador de Actividad Emprendedora en Organizaciones Existentes (EEA) y el nivel de desarrollo medido en PIB *per cápita*, por tipo de economía en 2020



Fuente: GEM España (APS 2020) y Fondo Monetario Internacional (*World Economic Outlook* 2020).

mo). En este sentido, las Comunidades Autónomas que continúan posicionándose por encima de la media española (0,8%) siendo estas, la Comunidad de Madrid (1,6%) y Cataluña (1,2%), el posicionamiento de estas comunidades es una manifestación de la naturaleza y dinamismo de sus ecosistemas. En contraste, las Comunidades que reflejan los porcentajes más bajos de actividad (intra)emprendedora son la Comunidad Valenciana (0,1%) y La Rioja (0,1%).

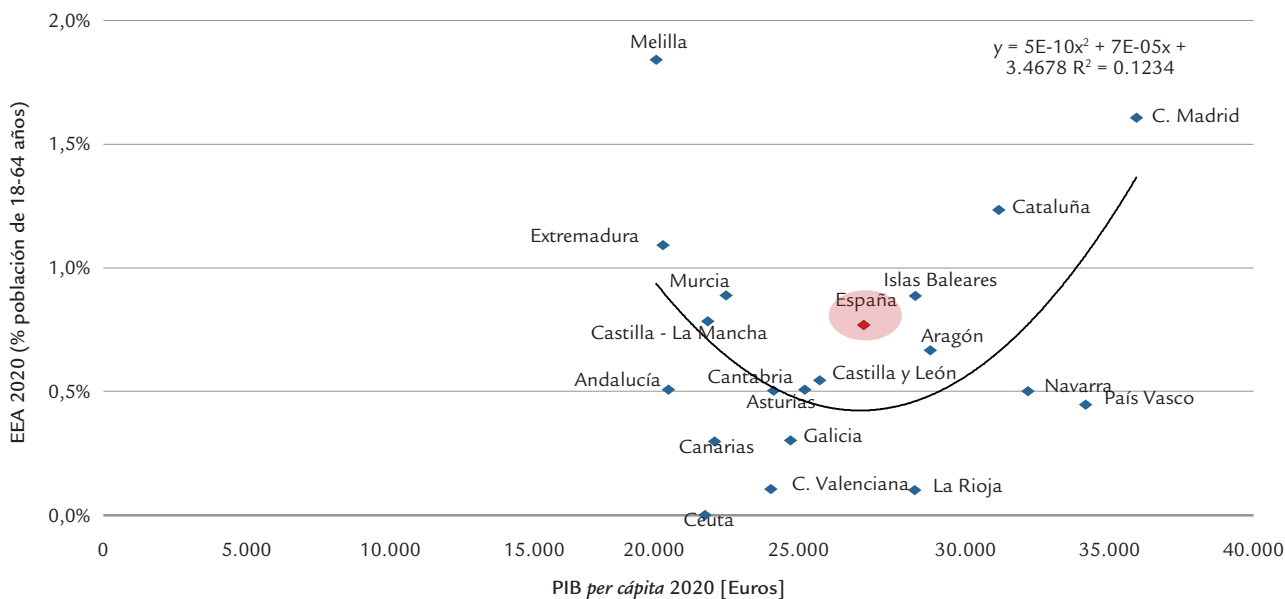
1.5. Referencias

Aldrich, H.E. (2012). The emergence of entrepreneurship as an academic field: A personal essay on institutional entrepreneurship. *Research Policy*, 41(7), 1240-1248.

Anderson, A.R. y Miller, C. (2003). "Class matters": human and social capital in the entrepreneurial process. *Journal of Socio-Economics*, 32, 17-36.

Arenius, P. y Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.

Gráfico 1.4.3. Relación entre el indicador de Actividad Emprendedora en Organizaciones Existentes (EEA) y el nivel de desarrollo medido en PIB *per cápita*, por Comunidades/Ciudades Autónomas en 2020



Fuente: GEM España (APS 2020) e INE 2019.

Bosma, N., Wennekers, S., Guerrero, M., Amorós, J.E., Martiarena, A. y Singer, S. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor: Special report on entrepreneurial employee activity*. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Campbell, B.A., Kruscynski, D. y Olson, D.M. (2017). Bridging strategic human capital and employee entrepreneurship research: A labor market frictions approach. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3): 344-356.

Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship Regional Development*, 7(1): 41-62.

Davidsson, P., Recker, J. y Von Briel, F. (2017). External enablers in new venture creation processes: A framework. *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2017, No. 1, p. 13126). Academy of Management.

Krueger, N., Liñán, F. y Nabi, G. (2013). Cultural values and entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9-10, 703-707.

Neira, I., Calvo, N., Fernández, I. y Portela, M. (2017). Entrepreneur: Do social capital and culture matter? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2): 665-683.

Peña, I., Guerrero, M., González-Pernía, J.L. y Montero, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2019-2020*. Ed. Universidad de Cantabria.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Journal*, 25(1), 217-226.

Thurik, A.R. y Dejardin, M. (2011). The Impact of Culture on Entrepreneurship. *The European Business Review*, 1-2: 57-59.

Wennberg, K., Pathak, S. y Autio, E. (2013). How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(9-10), 756-780.

Anexo 1.1. Glosario

La tasa de emprendedores con empresas nacientes se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de

nueva creación con una vida inferior a los 3 meses, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no exceda los 3 meses.

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

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

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

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

La variable denominada *abandonos* de empresa refleja el porcentaje de población adulta (entre 18

y 64 años) en cada país/región/ciudad que declararon haber cerrado o traspasado un negocio en los últimos 12 meses.

Los emprendedores por oportunidad son aquellas personas que crean una empresa motivadas por la identificación, desarrollo y explotación de una oportunidad única de negocio.

Los emprendedores por necesidad son aquellas personas que crean una empresa motivadas por la ausencia de una alternativa laboral mejor o falta de empleo.

Denominamos *intraemprendimiento* a la creación de empresas por otras empresas existentes.

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

Anexo 1.2. Ficha técnica del estudio: Encuesta APS

Las 26.075 entrevistas realizadas en España por sexo, edad y ámbito geográfico se han distribuido como se muestra en la siguiente tabla.

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* que es un consorcio compuesto, en la edición 2020, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Arabia Saudita, Austria, Brasil, Burkina Faso, Canadá, Catar, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Chile, Chipre, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Grecia, Guatemala, India, Indonesia, Irán, Israel, Italia, Kazajistán, Kuwait, Latvia, Luxemburgo, Marruecos, Noruega, Omán, Países Bajos, Panamá, Polonia, Reino Unido, Rusia, Suecia, Suiza, Taiwán, Togo, y Uruguay. Asimismo, las regiones

Ficha técnica de la encuesta a la población de 18-64 años

Universo	Población residente en España de 18 a 64 años
Población objetivo	29.685.769 individuos
Muestra	26.075 individuos
Margen de confianza	95,5%
Error muestral	± 0,61% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (P=Q=50%)
Periodo de realización de encuestas	Julio-Septiembre de 2020
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Grabación y creación de base de datos	Instituto Opinòmetre

Muestra total	Sexo		Edad					Ámbito Geográfico	
	Hombre	Mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural*	Urbano
26.075	12.987	13.088	2.687	4.560	6.507	6.561	5.760	3.579	22.496

Nota: * Municipios de hasta 5.000 habitantes.

sub-nacionales de España que aportan datos al proyecto GEM España son las que corresponden a todas las comunidades y ciudades autónomas del estado. Los nombres de los miembros de todos

los equipos españoles están publicados en la parte introductoria de este informe y en los informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: <http://www.gemconsortium.org/>.

Nombre de los emprendedores: Diego Arroyo e Inés Arroyo.

Nombre del negocio: Laagam.

Ubicación del negocio: Barcelona.

Año de lanzamiento: 2017.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Primera marca de moda femenina *on demand*: solo producen lo previamente vendido gracias a su modelo digital de stock cero.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Inventar el futuro y construirlo día a día.

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

Pues nos ha impactado porque somos moda, quizás después de hostelería y turismo el sector más afectado. Pero eso nos ha llevado a pivotar nuestro modelo (la producción bajo demanda) hacia algo que estamos seguros que va a tener mayor impacto.

Como emprendedor, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Que hay que ser siempre pesimista en el corto plazo y optimista en el largo. Ser capaz de gestionar esta dualidad donde hay que ponerse en lo peor en el día a día para sobrevivir pero teniendo siempre la mirada larga puesta en un futuro mejor.

laagam



2

El entorno emprendedor

Según la literatura sobre emprendimiento¹⁰, tanto la actividad emprendedora como (intra)emprendedora está condicionada a una serie de factores que la pueden fortalecer o retraer en el ecosistema en el que se desarrolla. Por lo general, el ecosistema emprendedor es configurado por un grupo interconectado de personas emprendedoras (potenciales, nuevos, nacientes y consolidadas), de agentes financiadores (empresas, *venture capitalists*, *business angels*, bancos), y de organizaciones promotoras (universidades, agencias del sector público) asociadas a la diversidad de iniciativas emprendedoras (social, inclusivo, alto potencial de crecimiento, serial) y con una orientación de generar valor en el territorio (Mason y Brown, 2014). El análisis de las condiciones óptimas de la actividad emprendedora es crucial en el diseño, el monitoreo y la evaluación de agendas públicas.

El proyecto GEM facilita el diagnóstico de una serie de condiciones del entorno vinculadas a la actividad emprendedora a través de la opinión de un grupo de expertos que son encuestados anualmente. Metodológicamente, en la edición GEM España 2020, participaron 36 expertos españoles clasificados en función de su representatividad tanto por cada una de las condiciones del entorno consideradas como por su ubicación geográfica¹¹.

De esta manera, cada uno expresa su opinión respecto al conjunto de las condiciones mencionadas, por medio de un cuestionario (escalas *Likert* de 10 puntos: 0 = completamente falso; 10 = completamente cierto)¹². Además, a dichas personas se les preguntó a través de cuestiones abiertas (sin una lista de opciones previamente definida) por su opinión acerca de los principales obstáculos y apoyos relativos a la actividad emprendedora en el territorio. Por último, se les planteó que reflexionaran sobre tres propuestas que a su juicio serían recomendables para fortalecer el contexto emprendedor nacional. La encuesta de expertos, al igual que la APS se realizó en el mes de septiembre de 2020, los resultados obtenidos reflejan por tanto la opinión de los expertos en un momento de absoluta incertidumbre sobre el futuro económico en general, y de los emprendedores de modo particular.

En la edición GEM 2020, en términos generales, el perfil de los 36 expertos españoles entrevistados fue:

- Sexo: 44% mujeres y 56% hombres
- Edad (promedio): 48,3 años.
- Nivel educativo: 8,0% formación profesional, 25,0% estudios universitarios y 66,7% estudios de posgrado (máster, doctorado...).

¹⁰ Para mayor detalle, consultar los trabajos elaborados por Reynolds *et al.* (2005), Gnyawali y Fogel (1994), Welter y Smallbone (2011), Welter (2011), Busenitz *et al.* (2014), Stam (2019), Guerrero *et al.* (2020) y Wurth *et al.* (2021).

¹¹ En esta edición se presentó un cambio en la metodología, en particular en la reducción del cuestionario dirigido a

expertos, por lo cual no se obtuvo información relativa a algunas condiciones del entorno tales como: apoyos al emprendimiento femenino, de alto potencial, valoración de la innovación y de la propiedad intelectual.

¹² Las valoraciones que superan la media de 5 puntos se pueden considerar favorables; mientras que las que no la superan, deben considerarse como desfavorables.

Nombre del emprendedor: Alejandro Pons.

Nombre del negocio: Tuvalum.

Ubicación del negocio: Valencia.

Año de lanzamiento: 2015.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Tuvalum es un *marketplace* de bicicletas certificada en Europa.



¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Emprender es una carrera de fondo llena de subidas y bajadas. Es como correr detrás de una bola gigante que te persigue y es construir el futuro de mañana. Es vivir con la incertidumbre pero disfrutándola. Es apasionante y arriesgado a partes iguales.

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

En nuestro caso, y aunque a veces lo digamos por lo bajini porque hay mucha gente que lo está pasando muy mal, ha sido positivo. La gente necesita naturaleza y como hemos estado en casa, no podíamos viajar, los gimnasios estaban cerrados y no podíamos salir así que muchos hemos optado por montar en bicicleta. Procesos que se iban a dar en unos años se han acelerado. La crecida de la demanda, la falta de bici nueva por estar las fábricas paradas y el auge por la compra *online* ha hecho que Tuvalum se vea reforzado. También hay una conciencia mayor por los hábitos de vida saludables, la movilidad sostenible y el planeta y su naturaleza.

Como emprendedor, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Que siempre hay que adaptarse y tomar las mejores decisiones con las cartas que se tienen en cada momento, que de nada sirve lamentarse ni pensar en cosas que no dependen de uno mismo. Trato de aplicarla día a día.



- Años de experiencia en el área (promedio): 11,3 años.
- Perfil: 14% emprendedores/as, 11% administradores/as públicos, 19% consultores/as, 16% profesores/as y/o académicos/as, y 40% combina uno o más de los perfiles anteriores.

A continuación se detallan los resultados obtenidos.

2.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en España

El Gráfico 2.1.1 muestra la valoración de las doce condiciones del entorno que han asignado los 36 expertos españoles entrevistados en 2020. Las mejores valoraciones han sido otorgadas a la existencia de infraestructura comercial (6,5), el acceso a infraestructura física (5,9), los programas gubernamentales (5,7) y a la educación en etapa post escolar (5,1). En contraste, las condiciones que han

recibido las valoraciones más bajas han sido la educación y formación emprendedora en etapa escolar (2,2), la burocracia e impuestos (3,9), las normas sociales y culturales (4,3) y la financiación para emprendedores (4,4).

2.2. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en España

Utilizando un formato de preguntas abiertas¹³, los expertos entrevistados emiten su opinión sobre las

¹³ Cada experto puede mencionar hasta tres temas que considera que pueden ser obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora. De esta manera, se estima el porcentaje de cada obstáculo sobre el total de respuestas. Hasta el 2012, esto se estimaba a través de tablas de multi-respuesta. A partir del 2013, los tres temas propuestos han sido previamente clasificados a partir del listado de

Gráfico 2.1.1. Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en España, año 2020



Fuente: GEM España, NES 2020.

condiciones del entorno español que actúan como frenos de la actividad emprendedora, las que favorecen el desarrollo de dicha actividad, y aquellas que requieren mejorarse para fortalecer el contexto para emprender en España.

En lo relativo a las *condiciones del entorno que han actuado como frenos de la actividad emprendedora en España*, la Tabla 2.2.1 muestra la evolución de las opiniones de las personas expertas españolas entrevistadas. En 2020, los dos principales obstáculos para emprender en España han sido las políticas gubernamentales y el acceso a la financiación. A

partir de estas opiniones podemos destacar algunos aspectos relevantes.

- *Primero*, las políticas gubernamentales se siguen percibiendo como un obstáculo para el emprendimiento. Al respecto, los expertos entrevistados expresaron que la actividad emprendedora ha sido frenada por las tasas e impuestos, que se mantuvieron incluso sin percibir ingresos, y que restringieron la creación/liquidez de los autónomos durante la pandemia, así como, una lentitud, la efectividad y la cantidad de ayudas gubernamentales para superar la crisis que experimenta el tejido emprendedor¹⁴.

21 temas definidos por el equipo GEM-NES internacional y luego se ha estimado el porcentaje de cada grupo sobre el total de respuestas.

¹⁴ A lo largo del 2020, el gobierno fue implementando medidas y programas que a la vista de los expertos y emprende-

Tabla 2.2.1. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en España, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2020

Obstáculos a la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de dificultad en 2020	% sobre el total de respuestas	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Políticas gubernamentales	102,8%	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	4	3	3	-
Apoyo financiero	63,9%	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Crisis económica	47,2%	3	8	9	7	7	3	8	6	-	-	-	-	-	-	-	13
Clima Económico	25,0%	4	8	9	6	10	9	9	10	4	4	5	4	5	4	4	10
Educación, formación	19,4%	5	4	3	5	4	6	5	4	5	5	4	5	2	7	10	4
Normas sociales y culturales	11,1%	6	3	2	3	6	6	4	3	3	3	3	3	3	2	2	14
Contexto político, institucional y social	8,3%	7	8	5	7	10	9	8	11	7	9	8	9	11	13	14	-
Transferencia de I + D	5,6%	8	5	8	7	9	7	8	11	7	6	9	8	9	5	6	-
Acceso a infraestructura física	2,8%	9	8	9	9	10	9	9	10	8	9	9	-	7	6	8	1
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	10	7	9	8	10	8	8	11	7	7	6	6	7	5	5	7
Estado del mercado laboral	0,0%	10	8	7	6	10	9	5	9	7	8	8	9	8	11	13	9
Acceso a la información	0,0%	10	5	9	7	9	9	9	8	-	-	-	-	-	-	-	3
Capacidad emprendedora	0,0%	10	4	4	4	6	4	3	5	6	6	8	6	6	9	7	5
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	10	5	8	9	7	9	9	7	-	-	-	-	-	-	-	11
Apertura de mercado, barreras	0,0%	10	6	8	5	8	9	6	6	7	8	7	8	12	8	9	2
Composición percibida de la población	0,0%	10	8	9	9	10	9	9	11	8	9	7	7	10	10	11	-
Corrupción	0,0%	10	8	9	8	10	9	8	11	-	-	-	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	10	6	6	9	3	5	9	11	-	-	-	-	-	-	-	6
Internacionalización	0,0%	10	8	8	7	10	8	9	11	-	-	-	-	-	-	-	12
Programas gubernamentales	0,0%	10	3	8	6	5	9	7	9	7	8	7	8	8	12	12	-
Otros	0,0%	10	8	9	9	10	9	9	11	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: GEM España, NES 2020.

- *Segundo*, el apoyo financiero ha sido otro obstáculo importante en la supervivencia de los emprendimientos nacientes, nuevos, y establecidos durante la pandemia. Así, los exper-

dores no fueron suficientes para la supervivencia del tejido empresarial. Si bien las cifras de este informe revelan los primeros efectos de la pandemia, el *Apartado 1.2.1* muestra que un 14% de la población emprendedora ha manifestado que la Covid-19 fue el motivo de su discontinuidad empresarial. Para entender más sobre el papel del ecosistema en la discontinuidad empresarial se sugiere leer el trabajo desarrollado por Guerrero y Espinoza-Benavides (2021).

tos entrevistados expresaron que las personas emprendedoras tuvieron un acceso limitado a fuentes de financiación públicas/privadas para subsanar los efectos del confinamiento. En consecuencia, la caída en la facturación ha elevado las necesidades de liquidez¹⁵.

¹⁵ Según el Banco de España, la crisis de la Covid-19 ha elevado el riesgo de liquidez debido a la caída en la facturación de las empresas, la necesidad de pago debido a los vencimientos de los pasivos o deudas y a la baja calidad crediticia (Arce, 2020). El *Apartado 1.2.5* presenta el análisis.

Tabla 2.2.2. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en España, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2020

Apoyos a la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de importancia en 2020	% sobre el total de respuestas	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Transferencia de I+D	90,6%	1	1	2	3	2	7	3	9	6	7	3	10	5	11	10	11
Infraestructura comercial y profesional	59,4%	2	9	5	9	5	7	5	8	7	9	6	8	6	13	13	10
Programas gubernamentales	28,1%	3	2	3	6	1	4	3	5	5	2	1	1	1	2	1	1
Políticas gubernamentales	21,9%	4	5	5	6	4	4	8	2	2	6	2	2	2	1	2	2
Apoyo financiero	18,8%	5	4	5	2	3	3	3	7	9	5	5	9	4	4	4	5
Estado del mercado laboral	12,5%	6	6	1	1	6	5	2	3	3	1	6	8	6	12	11	12
Capacidad emprendedora	9,4%	7	7	7	4	8	6	9	4	1	3	7	7	8	7	9	9
Apertura de mercado, barreras	6,3%	8	10	7	6	7	7	10	10	7	9	9	6	9	10	12	7
Educación, formación	6,3%	8	3	4	6	1	1	4	6	3	4	2	3	3	5	5	4
Acceso a infraestructura física	3,1%	9	8	7	9	6	8	7	11	9	8	7	9	8	6	8	8
Normas sociales y culturales	3,1%	9	7	6	4	8	5	4	6	4	6	8	5	6	9	6	6
Acceso a la información	0,0%	10	9	8	5	9	7	6	10	-	-	-	-	-	-	-	-
Clima Económico	0,0%	10	5	9	7	10	9	11	11	1	7	4	4	7	3	3	3
Composición percibida de la población	0,0%	10	10	8	9	10	9	9	11	8	9	10	11	11	14	14	14
Contexto político, institucional y social	0,0%	10	9	9	8	10	8	10	6	8	9	10	10	10	8	7	13
Corrupción	0,0%	10	10	9	9	10	9	11	11	-	-	-	-	-	-	-	-
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	10	10	8	9	9	8	11	10	-	-	-	-	-	-	-	-
Crisis económica	0,0%	10	10	8	8	4	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	10	10	9	8	10	7	8	11	-	-	-	-	-	-	-	-
Internacionalización	0,0%	10	10	8	8	10	8	10	11	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	0,0%	10	10	9	9	10	9	11	11	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: GEM España, NES 2020.

Si observamos el análisis evolutivo de estas dos condiciones del entorno, han sido los dos principales obstáculos coyunturales a la actividad emprendedora según los expertos desde la edición GEM 2008, coincidiendo con el inicio de la crisis financiera global.

En lo relativo a las *condiciones del entorno que han actuado como fuerzas impulsoras de la actividad emprendedora*

en España, la Tabla 2.2.2 muestra que los dos más importantes han sido: la transferencia de I+D y la infraestructura comercial. A partir de estas opiniones, es importante destacar los siguientes aspectos.

- *Primero*, la transferencia de I+D ha sido favorable para la actividad emprendedora en la edición GEM 2020. Al respecto, los expertos españoles entrevistados destacan el uso de las tecnologías, plataformas y la transformación digital de las empresas las que favorecieron la supervivencia

sis sobre financiación de la actividad emprendedora que estaría recogiendo los primeros efectos de la pandemia.

y la creación de nuevos negocios derivados de las nuevas condiciones del mercado debido a las restricciones de distanciamiento social. Algunas de estas tendencias se pueden contrastar con el grado de innovación y tecnologías que se detallaron en el capítulo anterior

- *Segundo*, la infraestructura comercial y profesional también ha favorecido la diversidad y supervivencia de la actividad emprendedora en el contexto de la pandemia. En concreto, los expertos españoles entrevistados reconocen el papel de diversos técnicos o profesionales que han capacitado y orientado al colectivo emprendedor en los procesos de transformación digital, en procesos de cese temporal o definitivo de operaciones, en lo relativo a la gestión de la plantilla de personal, entre otras dificultades durante la pandemia.

A diferencia de los obstáculos, el análisis evolutivo de las dos condiciones de apoyo que sobresalieron este año no coincide con las que se observaron en la pasada crisis financiera global debido a la naturaleza intrínseca que trajo consigo la crisis sanitaria, que fueron el confinamiento y el distanciamiento social. Por consiguiente, la transferencia de I + D y la infraestructura profesional han sido piezas fundamentales para el tejido empresarial.

En lo relativo a *las recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor español*, la Tabla 2.2.3 muestra los resultados obtenidos a partir de la opinión de los expertos entrevistados. Desde la edición GEM 2016, los expertos coinciden en que hay que seguir fortaleciendo las políticas gubernamentales, la educación-formación, y el apoyo financiero. En concreto, las recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor español se concentran en:

- *Primera recomendación*, la revisión de políticas fiscales para lograr una reducción de las cotizaciones de los autónomos en función de los ingresos, especialmente en el contexto socioeconómico que se está viviendo actualmente a raíz de la pandemia. Así mismo, se recomienda una revisión de la normativa para reducir los trámites, así como

atender las debilidades en los trámites digitales que se evidenciaron durante el confinamiento (especialmente en lo vinculado a la gestión con Hacienda y Seguridad Social). Finalmente, establecer un paquete presupuestario de apoyo a los sectores más desfavorecidos (considerados no-esenciales) durante las restricciones de distanciamiento social.

- *Segunda recomendación*, dotar de calidad/cantidad a los programas de creación de empresas que promuevan competencias/valores desde la infancia hasta la formación universitaria. Esto con la finalidad de evitar la fuga de talento en el país¹⁶. Así mismo, la recomendación se extiende a revisar los contenidos de los programas de formación en creación de empresas para que no solo incluyan aspectos vinculados con el funcionamiento de la empresa sino también incluyan la gestión de esta en contextos digitales.
- *Tercera recomendación*, tratar de ampliar las opciones y condiciones de financiación. Así mismo, promover la cultura de la inversión privada (*business angels*) o esquemas público-privados orientados a la reactivación del tejido empresarial.

2.3. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender

A partir de la opinión de las 534 personas expertas entrevistadas de los países europeos miembros de la EU28¹⁷, el Gráfico 2.3.1 presenta un análisis

¹⁶ Para más detalle, consultar informes relacionados al análisis del perfil emprendedor del estudiante universitario tales como el estudio financiado por la CRUE y Santander (Guerrero *et al.*, 2016), así como los informes nacionales y regionales en el marco del proyecto GUESSS España (Ruiz-Navarro *et al.*, 2019).

¹⁷ En esta edición los países que participaron en la encuesta NES fueron Alemania, Austria, Bulgaria, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Grecia, Italia, Latvia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia y Suecia.

Tabla 2.2.3. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en España, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2020

Recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de importancia en 2020	% sobre el total de respuestas	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Políticas gubernamentales	120,6%	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	2	2	2	4
Educación, formación	47,1%	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	1	1	1	1
Apoyo financiero	23,5%	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	3	4	3	4	4	2
Programas gubernamentales	17,6%	4	7	6	7	5	9	8	4	3	4	4	1	4	3	3	3
Transferencia de I+D	17,6%	4	4	5	5	5	9	4	6	7	5	5	5	6	6	6	6
Acceso a la información	11,8%	5	6	9	7	8	10	10	5	-	-	-	-	-	-	-	-
Normas sociales y culturales	8,8%	6	5	4	6	6	10	5	4	5	4	6	7	5	5	5	5
Corrupción	5,9%	7	9	9	10	9	10	10	8	-	-	-	-	-	-	-	-
Capacidad emprendedora	2,9%	8	8	6	6	7	4	9	6	6	6	8	9	10	10	11	10
Apertura de mercado, barreras	0,0%	9	8	9	6	7	10	5	7	8	7	7	10	11	12	9	11
Clima Económico	0,0%	9	9	9	8	8	9	9	8	8	8	-	12	12	14	14	13
Composición percibida de la población	0,0%	9	9	7	10	9	10	10	8	9	8	-	13	14	13	13	14
Contexto político, institucional y social	0,0%	9	9	9	10	9	6	6	8	7	8	-	8	9	7	10	8
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	9	7	9	10	4	5	3	6	-	-	-	-	-	-	-	-
Crisis económica	0,0%	9	9	9	10	9	8	10	8	-	-	-	-	-	-	-	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	9	9	7	10	7	8	9	8	-	-	-	-	-	-	-	-
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	9	9	9	4	6	8	6	7	4	8	8	6	7	9	8	9
Acceso a infraestructura física	0,0%	9	9	7	7	9	7	10	8	9	5	-	8	8	8	7	7
Internacionalización	0,0%	9	9	9	9	8	10	10	6	-	-	-	-	-	-	-	-
Estado del mercado laboral	0,0%	9	9	9	8	9	10	7	7	8	8	8	11	13	11	12	12
Otros	0,0%	9	9	8	10	9	10	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-

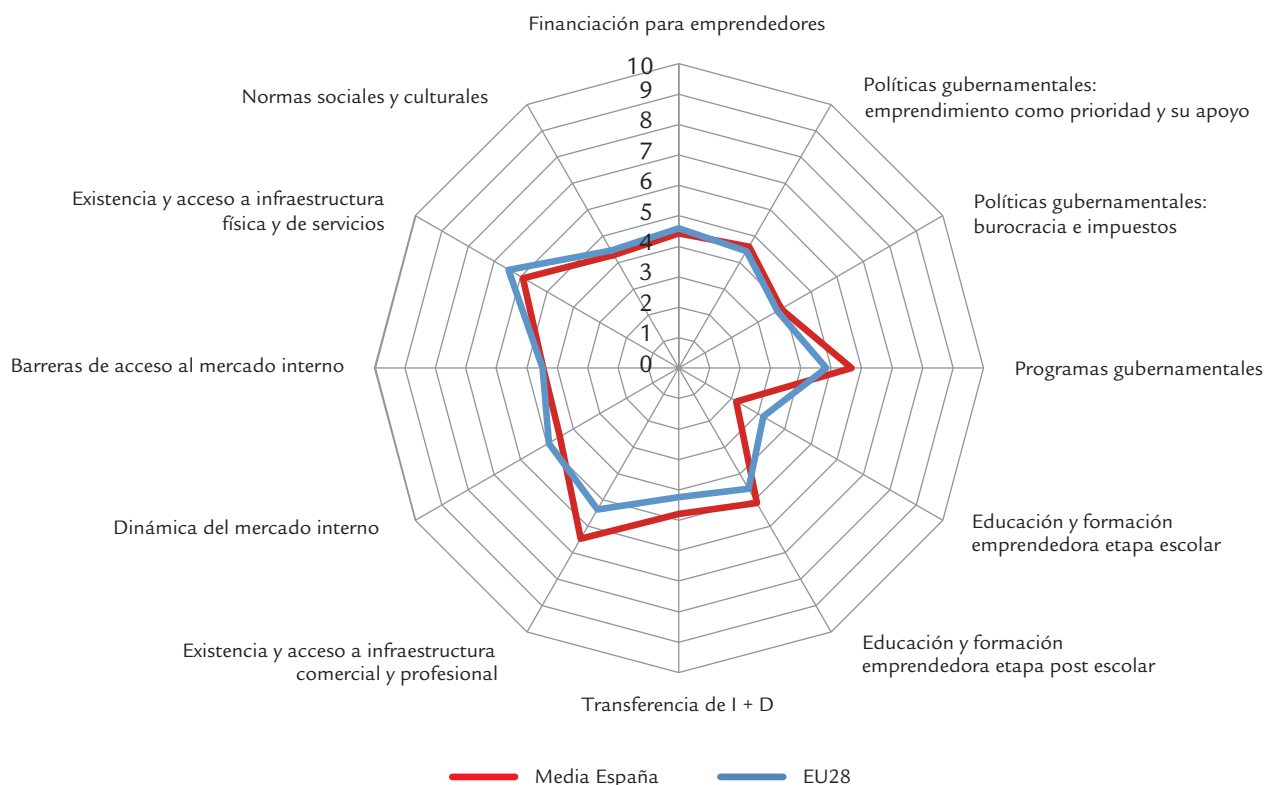
Fuente: GEM España, NES 2020.

de *benchmarking* de los elementos del ecosistema emprendedor español. En la edición GEM 2020 se destaca el relevante papel de los programas gubernamentales en el ecosistema español mientras que la materia pendiente continúa siendo la educación y formación emprendedora en etapa escolar. En el contexto europeo, los expertos coinciden en que el ecosistema emprendedor requiere un fortalecimiento a través de la puesta en práctica de programas y políticas gubernamentales, mecanismos

de financiación para los emprendedores, así como la educación y formación emprendedora en cada etapa escolar.

En lo relativo al *benchmarking* regional, la Tabla 2.3.1 muestra las valoraciones de las personas expertas (europeas, españolas y de Comunidades/Ciudades Autónomas) para cada una de las condiciones del ecosistema emprendedor. Según las valoraciones promedio de los expertos, en una escala de 0 a 10, el ecosistema emprendedor europeo tiene una

Gráfico 2.3.1. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en España y de los países de la UE28, año 2020



Fuente: GEM España, NES 2020.

valoración promedio del 4,6 mientras que el ecosistema español tiene una valoración promedio de 4,7. A nivel regional, las tendencias continúan siendo similares a ediciones anteriores respecto a las valoraciones iguales/superiores vinculadas a la infraestructura comercial, la infraestructura física, los programas gubernamentales y en algunos casos las normas sociales/culturales. De igual manera, se corroboran las particularidades que poseen los ecosistemas regionales de emprendimiento¹⁸ y el

posicionamiento de ciertas comunidades respecto a los países EU28.

En lo relativo al Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) que representa el promedio de los doce indicadores que valoran los expertos entrevistados en cada uno de los países participantes. El Gráfico 2.3.2 muestra que el ecosistema emprendedor español (4,7) se posiciona en el top 20 respecto al total de países participantes en la edición GEM 2020.

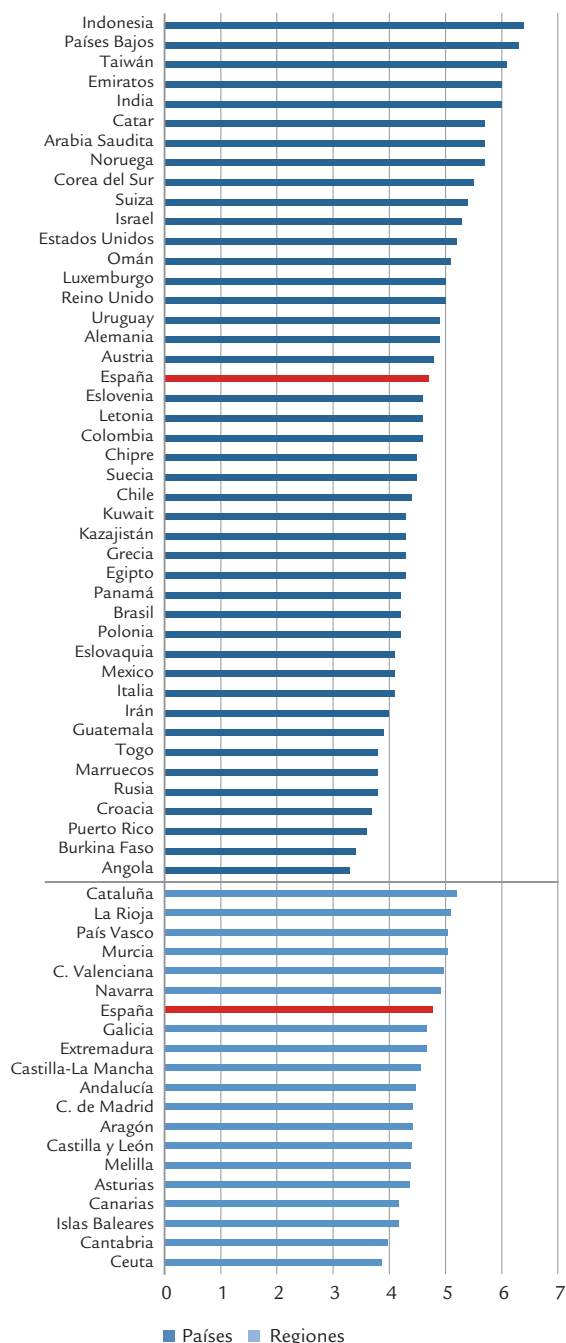
Según este análisis de *benchmarking*, el ecosistema mejor valorado en el contexto europeo ha sido el de Países Bajos (6,3). En contraste, el ecosistema

¹⁸ Se sugiere contrastar con los análisis de *benchmarking* realizados en el Apartado 1.2.1 sobre los principales indicadores de la actividad emprendedora en cada una de las Comunidades Autónomas.

Tabla 2.3.1. Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España y en sus Comunidades/Ciudades Autónomas en 2020

	Europa		Comunidades Autónomas																		
	Media España	EU28	Andalucía	Aragón	Asturias	Baleares	Canarias	Cantabria	Castilla y León	Castilla-La Mancha	Cataluña	C. Valenciana	Extremadura	Galicia	La Rioja	Madrid C.A.	Murcia	Navarra	País Vasco	Ceuta	Melilla
Nº expertos entrevistados	36	534	36	48	36	40	36	36	36	71	36	36	36	41	36	36	36	36	36	36	37
Financiación para emprendedores	4,4	4,6	3,8	3,7	3,7	3,5	3,3	3,1	4,0	3,9	5,2	4,3	4,0	4,0	4,7	4,2	4,2	4,3	4,8	3,1	3,1
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	4,6	4,4	4,6	4,1	4,5	3,1	3,7	3,7	3,9	4,5	4,8	4,8	4,8	5,0	5,2	3,5	4,7	5,1	5,5	3,8	4,5
Políticas gubernamentales: burocracia/impuestos	3,9	3,7	3,6	3,9	3,7	3,5	3,1	3,5	4,0	3,7	4,7	4,4	4,5	4,2	5,5	3,6	4,8	5,0	4,8	3,6	4,1
Programas gubernament.	5,7	4,8	5,1	5,1	5,5	4,5	5,0	4,5	4,8	5,2	5,9	6,0	5,2	5,8	6,6	4,9	6,2	6,6	6,1	3,9	4,5
Educación y formación emprendedora (escolar)	2,2	3,2	3,2	2,8	3,6	3,1	3,3	3,0	3,1	2,9	4,2	3,6	3,3	3,4	3,2	3,0	3,4	3,3	3,2	2,5	3,1
Educación y formación emprendedora (post escolar)	5,1	4,6	5,0	4,5	4,1	4,6	5,0	4,2	4,7	5,1	5,5	5,3	5,0	4,6	4,8	4,8	5,7	5,1	5,0	5,5	5,7
Transferencia de I + D	4,8	4,2	4,2	4,1	4,5	3,9	3,9	3,5	4,0	4,3	4,7	4,6	4,5	4,6	4,8	4,0	4,6	4,7	4,6	3,5	4,5
Acceso a infraestructura comercial y profesional	6,5	5,4	4,9	5,2	5,0	4,8	5,1	4,7	5,4	5,6	5,9	6,1	5,3	5,5	6,1	5,4	5,7	5,7	5,7	3,7	4,5
Dinámica del mercado interno	4,5	4,9	4,1	4,5	4,0	4,9	3,9	3,5	4,1	4,6	4,2	4,2	4,9	4,2	4,4	4,0	4,5	3,5	4,5	4,4	4,9
Barreras de acceso al mercado interno	4,5	4,5	4,1	4,3	4,0	4,2	4,0	4,1	4,4	4,0	4,9	4,5	4,2	4,2	4,5	4,1	4,7	4,0	4,8	3,6	4,1
Acceso a infraestructura física y de servicios	5,9	6,5	6,6	6,0	6,2	5,6	6,0	5,9	6,0	6,4	6,6	6,9	6,2	6,3	6,8	7,0	7,1	6,7	6,8	4,7	5,3
Normas sociales y culturales	4,3	4,5	4,3	4,6	3,5	4,3	3,8	4,2	4,2	4,4	5,8	4,9	4,2	4,4	4,7	4,5	5,0	5,0	4,7	4,0	4,3
Indicador NECI 2020	4,7	4,6	4,5	4,4	4,4	4,2	4,2	4,0	4,4	4,6	5,2	5,0	4,7	4,7	5,1	4,4	5,0	4,9	5,0	3,9	4,4

Fuente: GEM España, NES 2020.

Gráfico 2.3.2. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2020

Fuente: GEM España, NES 2020.

menos valorado ha sido el de Croacia (3,7). Asimismo, en esta edición, el ecosistema emprendedor de Estados Unidos tuvo una valoración de 5,2 mientras que el de Reino Unido tuvo 5,0 y el de Israel de 5,3.

En el contexto español, los ecosistemas emprendedores que se posicionan por encima de la media española e incluso muy cerca del ecosistema emprendedor mejor valorado en Europa son el de Cataluña (5,2), La Rioja (5,1), País Vasco (5,0), Murcia (5,0), la Comunidad Valenciana (5,0) y Navarra (4,9).

Hay que tener en cuenta que estas valoraciones reflejan percepciones subjetivas que deben ser contrastadas con los indicadores de la actividad emprendedora y la calidad de esta.

2.4. Referencias

- Arce, O. (2020). *La financiación de las empresas españolas en la crisis del Covid-19: evolución, perspectivas y retos*. Cámara de Comercio de España-Comisión de Financiación. Banco de España. <https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/SalaPrensa/IntervencionesPublicas/DirectoresGenerales/arce131020b.pdf>.
- Armanios, D.E., Eesley, C.E., Li, J. y Eisenhardt, K.M. (2017). How entrepreneurs leverage institutional intermediaries in emerging economies to acquire public resources. *Strategic Management Journal*, 38(7), 1373-1390.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D. y Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, 43(7), 1097-1108.
- Busenitz, L.W., Plummer, L.A., Klotz, A.C., Shahzad, A. y Rhoads, K. (2014). Entrepreneurship research (1985-2009) and the emergence of opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(5), 981-1000.
- CEOE (2016). *Plan Digital 2020. La digitalización de la sociedad española*. Madrid: Confederación Española de Organizaciones Industriales. http://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/publications_docs-file-334-plan-digital-2020-la-digitalizacion-de-la-sociedad-espanola.pdf.
- CESCE (2020). *Blog de Asesores de Pymes*. Madrid: Agencia Española de Crédito a la Exportación. <https://www.cesce.es/asesores-de-pymes>.

Nombre de la emprendedora: Irene Hernández Gracia.

Nombre del negocio: GATACA.

Ubicación del negocio: Madrid.



Año de lanzamiento: 2018.

Breve descripción de lo que hace la empresa: GATACA es la primera *start-up* española y una de las primeras a nivel mundial que comenzó a desarrollar tecnología de identidad digital descentralizada, o SSI por sus siglas en inglés (*Self-Sovereign Identity*) para permitir el acceso hiperseguro a servicios digitales, sin contraseña y preservando la privacidad, gracias a su tecnología propia basada en tecnologías *blockchain* y criptografía avanzada.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para los fundadores de GATACA, ser emprendedor es una convicción de poder cambiar el *status quo* cuando no funciona y una determinación, perseverancia y compromiso para hacerlo a pesar de los incontables rechazos y obstáculos que se encuentran por el camino. Pero ser emprendedor no es solo perseguir una visión, también es atraer a personas con talento y con la mentalidad apropiada para emprender, luchar por los recursos económicos necesarios y diseñar una operativa y toma de decisiones para hacer de la visión una realidad.

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

La Covid-19 ha acelerado la transformación digital en todos los sectores y ha demostrado la falta y necesidad de una estrategia de digitalización en las empresas. Como resultado de esta aceleración, GATACA ha constatado un incremento exponencial en el riesgo de ciberataques, principalmente en el fraude de identidad. En este aspecto, al exponer a las organizaciones que almacenan grandes cantidades de datos personales, la Covid-19 nos ha facilitado la entrada al mercado, gracias a una mayor concienciación de las empresas en la necesidad de desplegar soluciones innovadoras en sus infraestructuras de ciberseguridad.

Además, la pandemia ha abierto el debate sobre aplicaciones de nuestra tecnología de identidad descentralizada para la emisión de pasaportes de vacunación, educando al usuario final sobre la necesidad de la privacidad y las nuevas tendencias de carteras digitales para el almacenamiento de credenciales. Por ello, nos hemos involucrado con asociaciones como la CCI (*Covid Credentials Initiative*) la cual tiene como objetivo facilitar el desarrollo de tecnologías que ayudan a las autoridades a combatir la Covid-19 y futuras pandemias.

Como emprendedora, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Liderar un negocio durante la pandemia, o cualquier otra crisis que afecte profundamente a tu mercado, implica agudizar el foco en tres capacidades y un factor: visualización de la oportunidad, velocidad de reacción, capacidad de adaptación, y disposición de liquidez.

Las *start-ups* probablemente son las mejor preparadas a nivel de capacidades y las peores en el factor crítico de liquidez.

A medida que entramos en la nueva normalidad, debemos realizar por tanto, una planificación financiera a largo plazo buscando socios que garanticen la solvencia económica y permitan alcanzar la rentabilidad del negocio para estar mejor protegidos ante futuras crisis.

La pandemia no puede hacernos olvidar nuestros principales retos como son las implicaciones regulatorias de la identidad digital descentralizada y el hecho de que al estar en la industria de ciberseguridad, se precisa máxima discreción tanto por parte del cliente como del proveedor tecnológico, y debemos generar valor de marca sin poder publicar nuestros casos de éxito.

Afortunadamente la Comisión Europea ha tomado una posición muy fuerte a favor de SSI y está ya definiendo un marco regulatorio técnico y jurídico para el despliegue de una identidad soberana europea sobre EBSI y ha contratado a GATACA como asesor experto para el desarrollo de las especificaciones técnicas. No obstante, estamos todavía en fases tempranas y el reto estará en aguantar, no solo los efectos de la Covid-19, sino hasta que las especificaciones maduren y desciendan a los países para alcanzar adopción masiva.



- Collier, P. y Kay, J. (2020). *Greed Is Dead: Politics After Individualism*. Penguin UK.
- Gnyawali, D.R. y Fogel, D.S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 43-62.
- Guerrero, M. y Espinoza-Benavides, J. (2021). Does entrepreneurship ecosystem influence business re-entries after failure? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(1), 211-227.
- Guerrero, M., Liñán, F. y Cáceres-Carrasco, F.R. (2020). The influence of ecosystems on the entrepreneurship process: a comparison across developed and developing economies. *Small Business Economics*, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00392-2>.
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A., Ruiz-Navarro, J., Neira, I. y Fernández-Laviada, A. (2016). *Observatorio de Emprendimiento Universitario en España. Edición 2015-2016*. Madrid: CRUE Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE.
- Mason, C. y Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. Paper prepared for a workshop of the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs, The Hague, Netherlands, 7th November 2013.
- Mazzucato, M. (2018). Mission-oriented innovation policies: challenges and opportunities. *Industrial and Corporate Change*, 27(5), 803-815.
- Navarro, J., Ramos, A. y Lechuga, P. (2019). *Emprendimiento universitario en España. Informe GUESSS 2018*. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Spain.pdf.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., ... y Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3).
- Stam, E. y van de Ven, A. (2019). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>.
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship – conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.
- Welter, F. y Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behaviour in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107-125.
- Wurth, B., Stam, E. y Spigel, B. (2021). Toward an Entrepreneurial Ecosystem Research Program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, DOI: <https://doi.org/10.1177/1042258721998948>.



Parte 2

Temas monográficos

En este apartado se incorporan reflexiones sobre dos temas de actualidad.

En el capítulo 3 se describen las tendencias y los retos de la actividad emprendedora en el contexto de la Covid-19 como complemento al estudio realizado junto al Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles que profundiza más en la situación actual marcada por la pandemia.

En el capítulo 4, analizando los datos recogidos por la *Adult Population Survey (APS)* en el periodo 2015-2019, con una muestra de 116.100 adultos de todo el territorio nacional, se describe la actividad emprendedora de las personas senior en España definidos como aquellos emprendedores mayores de 55 años.

3

El impacto de la Covid-19 en la actividad emprendedora en España

Maribel Guerrero* e Isabel Neira**

3.1. Introducción

El año 2020 representaba el punto de partida a una nueva década llena de oportunidades y retos. Sin embargo, este año se caracterizó por eventos inesperados derivados de la crisis sanitaria (la pandemia identificada como Covid-19). Uno de esos eventos fue la puesta en marcha de dos estados de alarma en el territorio español: el primero, del 14 de marzo al 21 de junio, y el segundo, del 9 de noviembre con múltiples prórrogas¹⁹. Este estado de alarma no solo limitaba la movilidad de la población sino la reducción de la actividad económica a sectores esenciales para atender las necesidades básicas de la población y de la crisis sanitaria. En consecuencia, en los últimos doce meses, el tejido empresarial español ha experimentado una reducción de su actividad, una reinención organizativa y múltiples retos de supervivencia.

El Observatorio de Emprendimiento en España ha puesto en marcha múltiples iniciativas de apoyo y seguimiento de la situación de la actividad empre-

dedora. Un ejemplo de ello fue el informe²⁰ sobre la situación del emprendimiento en España ante la crisis de la Covid-19 (Fuentes *et al.*, 2020). En ese informe se recogían la percepción y situación de una muestra de emprendedores durante el confinamiento. En paralelo, el proyecto GEM adaptaba su metodología e incorporaba algunas preguntas con la finalidad de conocer y analizar el impacto de la Covid-19 en la actividad emprendedora a nivel internacional. Si bien, los efectos de esta crisis sanitaria se observarán con más detalle en el medio plazo, el objetivo de este capítulo es brindar algunos de esos indicios a partir de la percepción de la población adulta de 18-64 años entrevistada en la edición GEM 2020.

Después de esta breve introducción, el capítulo detalla los siguientes aspectos. Primero, las percepciones de la población española respecto a los efectos de la crisis sanitaria en el ingreso familiar, estatus profesional y los modelos de referencia. Segundo, las percepciones de la población emprendedora respecto a los efectos de la crisis sanitaria en la creación de nuevas empresas, en las expectativas de crecimiento, la identificación de oportunidades y de la efectividad de las medidas gubernamentales. Tercero, se brindan algunos indicios sobre la actividad emprendedora según la clasificación de sectores esenciales y no esenciales. Cuarto, las percepciones de los expertos sobre el ecosistema

* Northumbria Centre for Innovation, Regional Transformation and Entrepreneurship (iNCITE), Newcastle Business School, Northumbria University Newcastle upon Tyne, UK. Faculty of Economics and Business, Universidad del Desarrollo, Chile.

Centre for Innovation Research (CIRCLE), Lund University, Sweden.

** Universidade de Santiago de Compostela.

¹⁹ Para mayor detalle, consultar <https://www.lamoncloa.gob.es/covid-19/Paginas/estado-de-alarma.aspx>.

²⁰ Para mayor detalle, consultar <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/06/Informe-GEM-Espa%C3%B1a-Covid19-2019-20.pdf>.

Nombre del emprendedor: Sergio Orozco García.

Nombre del negocio: Triporate.

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2017.



Breve descripción de lo que hace la empresa: Plataforma inteligente que utiliza diferentes tecnologías como la inteligencia artificial, para hacer más ágiles a las agencias de viajes. Haciendo a sus agentes multiplicar su eficiencia y simplificando la relación con sus clientes.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Estar dispuesto a retarte continuamente y saber que eres capaz de enfrentarte a los modelos tradicionales, para encontrar oportunidades de negocio mejorando procesos y en última instancia incluso cambiando “la forma de hacer las cosas”.

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

La Covid-19 ha sido un duro golpe para el sector *travel* en general, y para nosotros ha supuesto muchos meses con una caída de ventas del 80%.

Pero lejos de tirar la toalla decidimos seguir trabajando al 100% y buscar otros caminos, con lo que al final dimos con una solución SaaS, para que ahora otras agencias de viajes tradicionales puedan usar nuestra tecnología y ser más eficientes.

Como emprendedor, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Cabeza fría, sopesar bien la información que te llega en tiempos de crisis y confusión... rodearte de gente muy buena y en quien poder depositar tu confianza para poder superar juntos los malos momentos.



emprendedor en el contexto de la pandemia. Finalmente, se concluye con algunas reflexiones.

3.2. Percepciones de la población adulta de 18-64 años sobre los efectos de la Covid-19

Para capturar los efectos de la Covid-19 en la población adulta de 18-64 años, el proyecto GEM incluyó una serie de preguntas²¹ en la encuesta APS que nos permiten conocer:

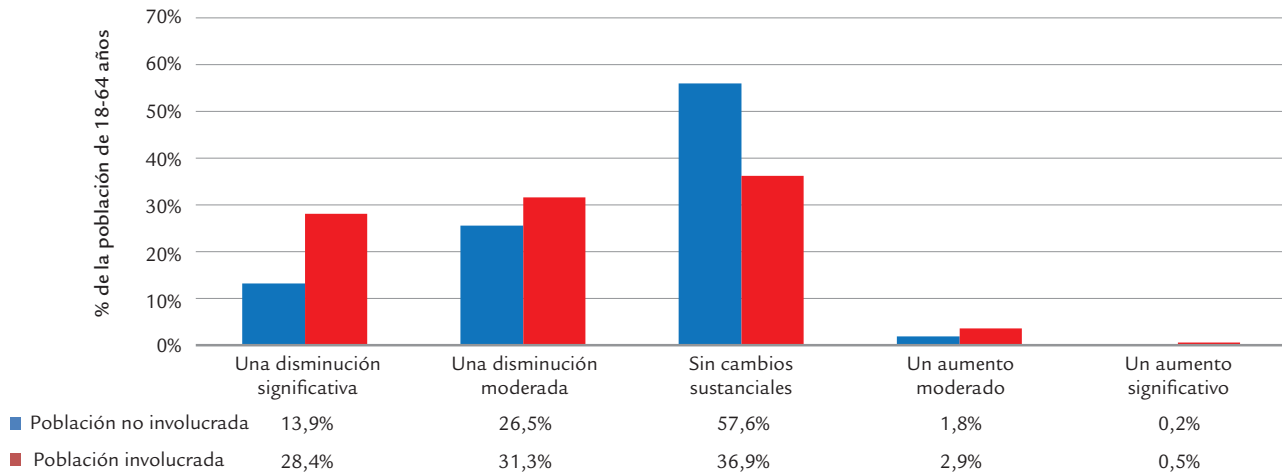
- ¿En qué medida el ingreso familiar ha sido “afectado” por la Covid-19?
- ¿En qué medida la situación profesional/laboral ha sido “afectada” por la Covid-19?

- ¿En qué medida conoce personalmente a una persona emprendedora que haya cerrado o creado una empresa debido a la Covid-19?

En lo relativo al ingreso familiar, el Gráfico 3.2.1 muestra el cambio en el ingreso familiar que han reportado las personas adultas de 18-64 años entrevistadas en 2020. Si analizamos el segmento de la población no involucrada en el proceso emprendedor, el 40,4% reportó que su ingreso familiar tuvo una disminución, el 57,6% no presentó cambios significativos en sus ingresos y tan solo un 2% tuvo algún aumento en sus ingresos familiares. En contraste, el 59,7% de la población involucrada en el proceso emprendedor reportó una disminución en sus ingresos, mientras que tan solo el 36,9% no reportaba cambios sustanciales y el 3,4% reportaba un aumento. Estas tendencias muestran que la población involucrada en un proceso emprendedor percibió cambios más desfavorables en sus ingresos familiares.

²¹ Las respuestas fueron capturadas a través de la escala 1-5 *Likert* (ingreso, conoce personas) o binarias (situación laboral).

Gráfico 3.2.1. Cambio en el ingreso familiar en 2020, percepción de la población adulta según su (no) involucramiento en el proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

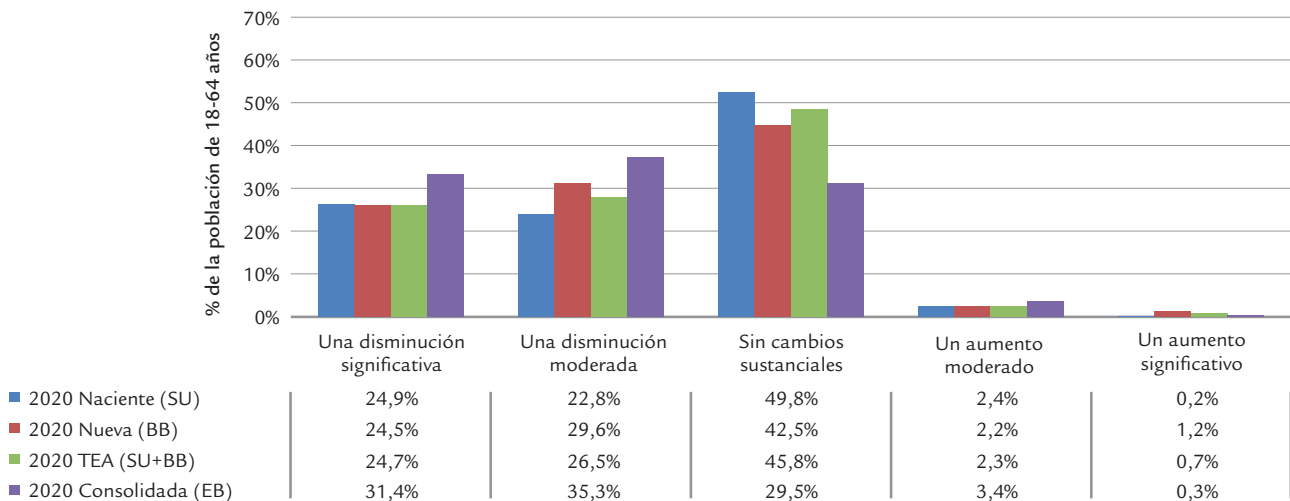
El Gráfico 3.2.2 nos brinda más detalles sobre el cambio en los ingresos familiares de la población involucrada en el proceso emprendedor. Si nos centramos en la disminución de ingresos, el 66,7% del colectivo de emprendedores consolidados fue el que ha visto más afectados sus ingresos familiares debido a la Covid-19 seguidos del 54,1% de los emprendedores nuevos. Si nos centramos en quienes no han tenido cambios sustanciales en el ingreso familiar, estos abarcan el 49,8% de los emprendedores nacientes. Estas tendencias están estrechamente relacionadas con la naturaleza y la necesidad de liquidez que conlleva cada etapa del proceso emprendedor.

En lo relativo a la situación laboral, el Gráfico 3.2.3 muestra el cambio en el estatus profesional contrastando la situación preCovid-19 y la actual en 2020 de cinco colectivos: empleados a tiempo completo, empleados a tiempo parcial, autoempleados, los que buscaban trabajo, y los que no sabían. Según las personas adultas entrevistadas, en el caso de los empleados a tiempo completo se observa una disminución de 4,3 puntos porcentuales y de

1,4 puntos porcentuales en el caso de empleados a tiempo parcial de su estatus laboral. En contraste, los autoempleados experimentan un cambio de 2,7 puntos porcentuales y 3,5 puntos porcentuales en aquellos casos que tenían la incertidumbre de no saber su situación laboral. Intuitivamente, la disminución de empleo estaría siendo recategorizada en los colectivos mencionados.

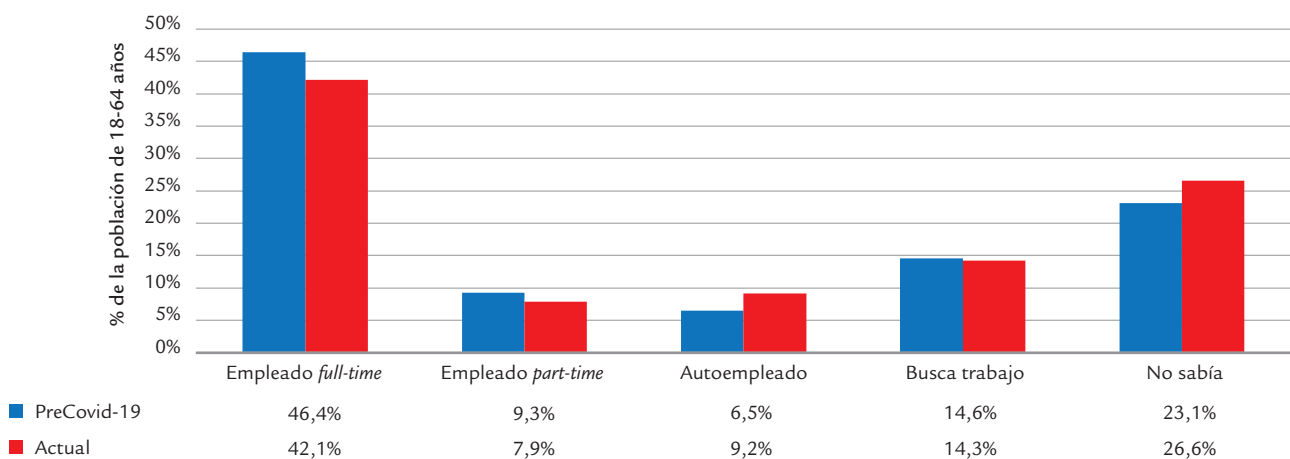
En lo relativo a los modelos de referencia, el Gráfico 3.2.4 muestra el número de personas emprendedoras que conocen personas adultas de 18-64 años que ha cerrado o creado una empresa en 2020. Respecto a las personas adultas no involucradas en el proceso emprendedor, el 40,3% expresó que conocía personas emprendedoras que cerraron su iniciativa en 2020, y tan solo el 12% expresó que conocía a alguien que había creado una empresa en 2020. En contraste, el 53% de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor conocía a alguien que había cerrado su iniciativa emprendedora en 2020, y tan solo el 18,3% conocía a alguien que había creado una empresa en 2020. Estas tendencias muestran una clara disminución

Gráfico 3.2.2. Cambio en el ingreso familiar en 2020, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



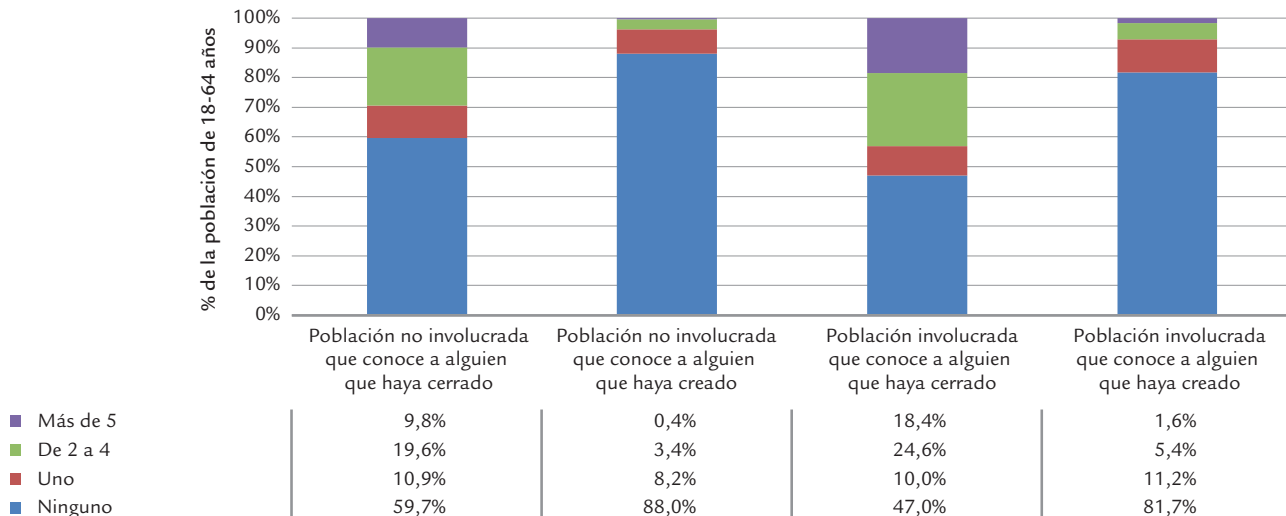
Fuente: APS España, 2020.

Gráfico 3.2.3. Cambio en la situación laboral en 2020, según la percepción de la población adulta de 18-64 años



Fuente: APS España, 2020.

Gráfico 3.2.4. Conoce personas emprendedoras que hayan cerrado o creado una nueva empresa en 2020, según la percepción de la población adulta involucrada en el proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

en los modelos de referencia vinculados a nuevos emprendimientos.

3.3. Percepción del colectivo emprendedor sobre el efecto de la Covid-19 en la actividad emprendedora

Para capturar los efectos de la Covid-19 en la actividad emprendedora en España, el proyecto GEM incluyó una serie de preguntas²² en la encuesta APS que nos permiten conocer:

- ¿Cómo ha sido de difícil crear una empresa respecto al año anterior?
- ¿Comparado con el año anterior, cuáles son las expectativas de crecimiento de su actividad emprendedora?
- ¿En qué medida la Covid-19 ha generado oportunidades de negocio?

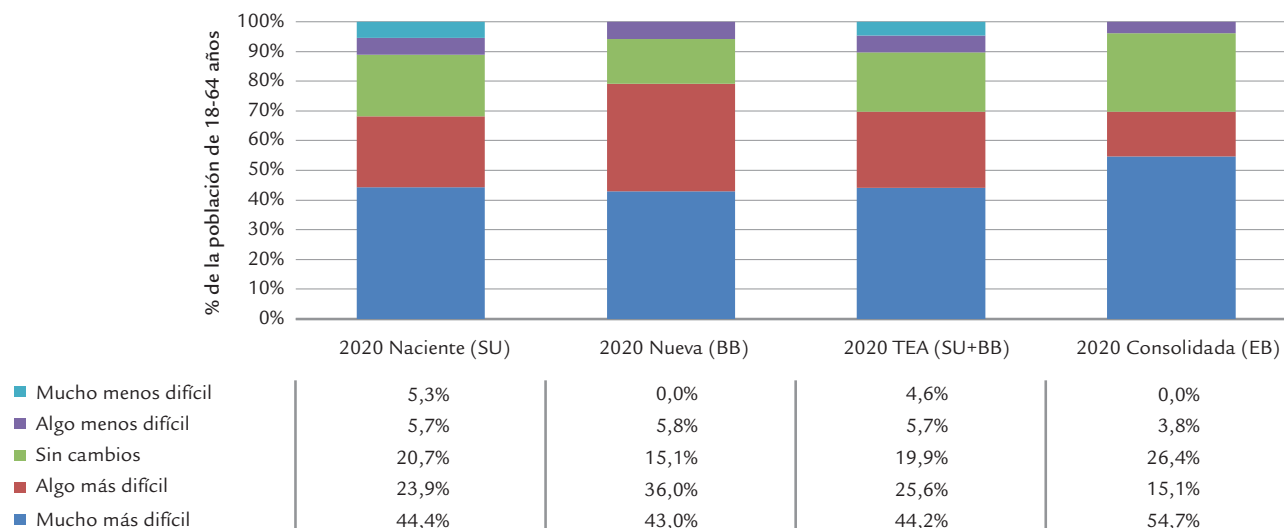
- ¿En qué medida las instituciones gubernamentales han respondido eficientemente a la Covid-19?

En lo relativo a la dificultad de crear una empresa respecto al año anterior, la mayoría de los emprendedores nacientes (68,3%), los nuevos emprendedores (79%), y los emprendedores consolidados (69,8%) reconocen que es algo/mucho más difícil crear una iniciativa emprendedora en 2020 respecto al año 2019 (Gráfico 3.3.1). En concreto, el colectivo más experimentado (emprendedores consolidados) es el que perciben mucho más difícil llevar a cabo un emprendimiento en el contexto de la Covid-19.

En lo relativo a las expectativas de crecimiento respecto al año anterior, el Gráfico 3.3.2 muestra que más del 65,5% de los emprendedores nuevos y de los emprendedores consolidados reportan bajas expectativas de crecimiento en 2020. Asimismo, más del 25,5% de los emprendedores nacientes y de los emprendedores nuevos no reportan cambios en sus expectativas de crecimiento en 2020. En contraste, el 19,2% de los emprendedores nacientes, el 8,0% de los

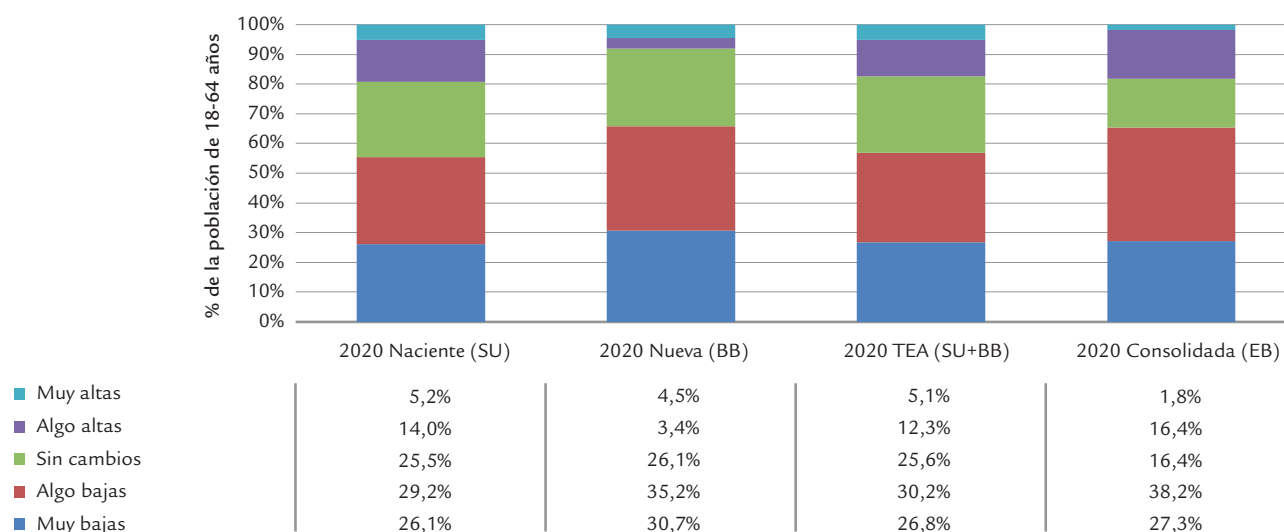
²² Las respuestas fueron capturadas a través de la escala 1-5 Likert.

Gráfico 3.3.1. Dificultad de crear una empresa respecto al año anterior, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



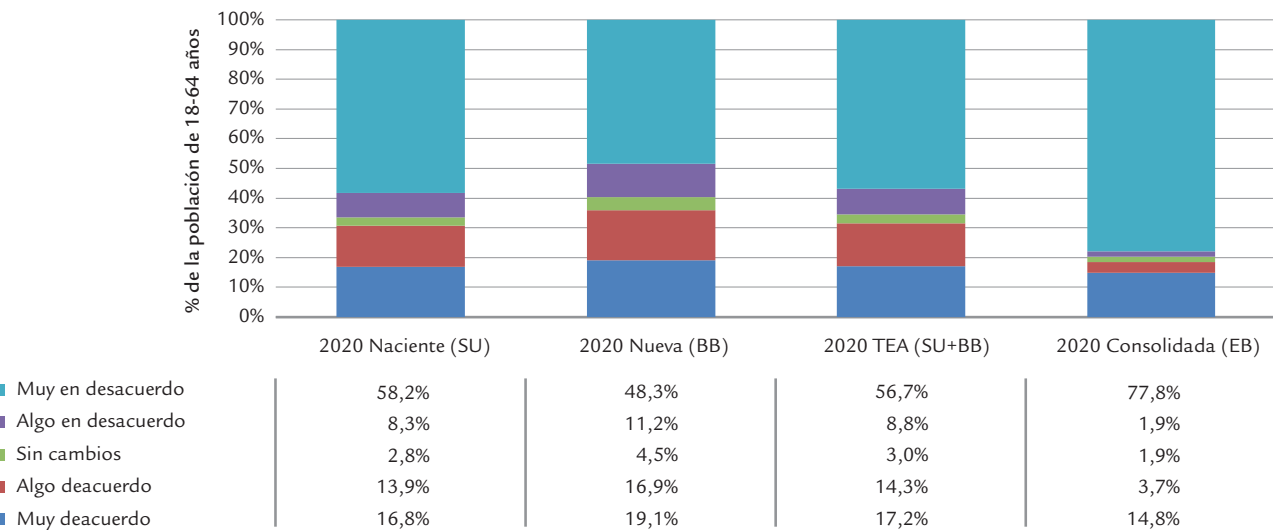
Fuente: APS España, 2020.

Gráfico 3.3.2. Expectativas de crecimiento respecto al año anterior, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

Gráfico 3.3.3. En qué medida la Covid-19 ha generado más oportunidades de negocio, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

emprendedores nuevos y el 18,2% de los emprendedores consolidados reportan algo/muy altas expectativas de crecimiento en 2020. Dada su naturaleza, los nuevos emprendedores se muestran moderadamente más conservadores mientras que los emprendedores consolidados asumen más riesgos.

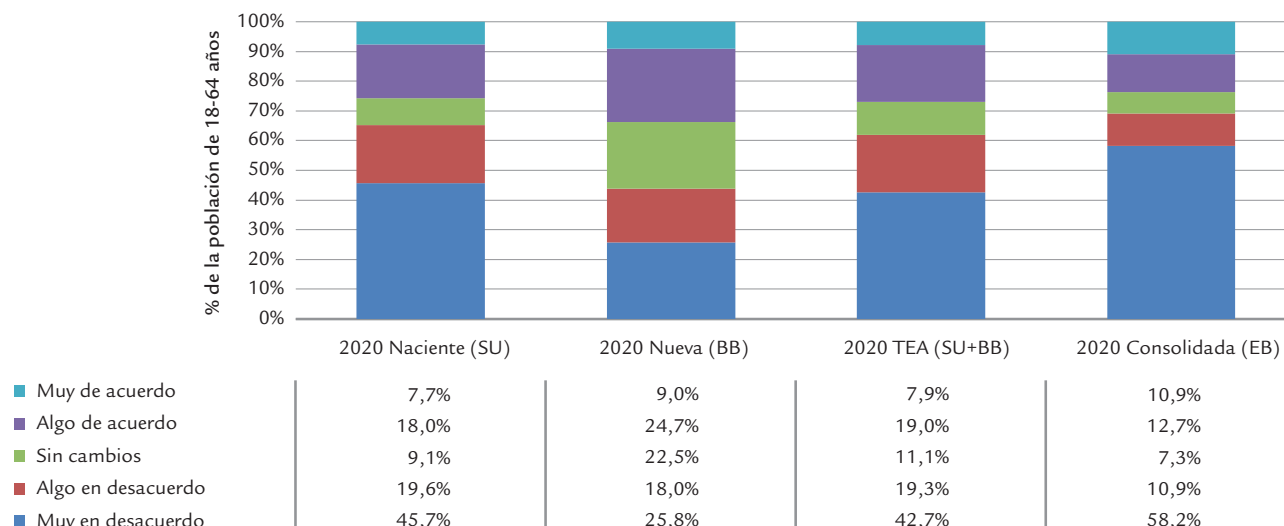
En lo relativo a la generación de oportunidades de negocio en tiempos de la Covid-19, el Gráfico 3.3.3 muestra que más del 60% de las personas involucradas en el proceso emprendedor reconocen que la crisis sanitaria no ha generado más oportunidades de negocio. En particular, el 79,7% del colectivo de los emprendedores consolidados se muestra más escépticos de que la Covid-19 trajo consigo más oportunidades de negocio. Una posible explicación puede estar vinculada a las dificultades que experimentaron diversos sectores no esenciales e incluso debido a las restricciones derivadas del distanciamiento social y confinamiento. Entre los colectivos emprendedores, el 36% de los emprendedores nuevos son los que han identificado más oportunidades de negocio en los tiempos de la pandemia.

En lo relativo a la efectividad de la respuesta de las instituciones gubernamentales a la Covid-19, el Gráfico 3.3.4 muestra una percepción muy crítica por parte del 65,2% del colectivo de emprendedores nacientes y del 69,1% del colectivo de emprendedores consolidados sobre la efectividad de la respuesta del gobierno a la crisis sanitaria. Asimismo, el 33,7% de los nuevos emprendedores, el 27,7% de los emprendedores nacientes y el 23,6% de los emprendedores consolidados muestran una opinión más favorable sobre el papel y respuesta del gobierno a la pandemia. Por lo anterior, el colectivo de nuevos emprendedores es el que se muestra una opinión más equilibrada al respecto.

3.4. Indicios del impacto de la Covid-19 en la actividad emprendedora en España

Para capturar los efectos de la Covid-19 en la actividad emprendedora en etapa inicial y consolidada,

Gráfico 3.3.4. En qué medida las instituciones gubernamentales respondieron eficientemente a la Covid-19, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

en este apartado se realiza un análisis más detallado según el sector de actividad. En concreto, realizamos una reclasificación sectorial en actividades esenciales y no esenciales según lo establecido en BOE-Real Decreto 463/2000²³ del 14 de marzo que declaró el estado de alarma. De esta manera, podemos evidenciar algunos indicios del impacto de la Covid-19 en:

- La distribución sectorial: actividades esenciales vs. actividades no esenciales.
- Los indicadores de calidad del emprendimiento.

En lo relativo a la distribución sectorial, el Gráfico 3.4.1 muestra que el 72,1% de la actividad emprendedora en etapa inicial (TEA) y el 75,3% de la actividad emprendedora en etapa consolidada identificada en la edición GEM 2020 llevaba a cabo actividades esenciales. Por lo cual, el resto de la actividad emprendedora desarrollaba actividades de natu-

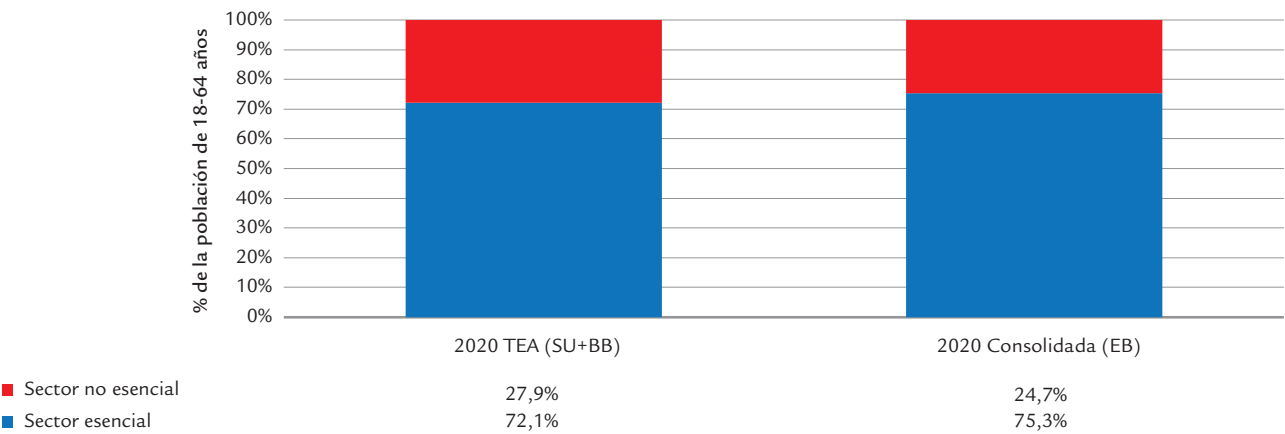
raleza no esencial. Esta tendencia nos muestra un primer indicio de que la configuración del tejido empresarial en 2020 se conformaba por aquellos emprendedores en actividades esenciales que permanecieron activos durante el estado de alarma.

En lo relativo a los indicadores de uso de nuevas tecnologías, el Gráfico 3.4.2 muestra que los emprendedores en sectores esenciales en etapa inicial (13,6%) y en etapa consolidada (10,7%) utilizaron nuevas tecnologías de nivel medio y alto para desarrollar sus actividades esenciales. Sin embargo, la gran mayoría de los emprendedores en sectores no esenciales en etapa inicial (99,2%) y en etapa consolidada (99,5%) no utilizaron nuevas tecnologías para desarrollar sus iniciativas emprendedoras vinculadas a actividades no esenciales.

En lo relativo a los indicadores de innovación en productos o servicios, el Gráfico 3.4.3 muestra que la mayoría de los emprendedores en etapa inicial (67,3%) y en etapa consolidada (85,8%) no invirtieron en el desarrollo de nuevos productos y servicios vincu-

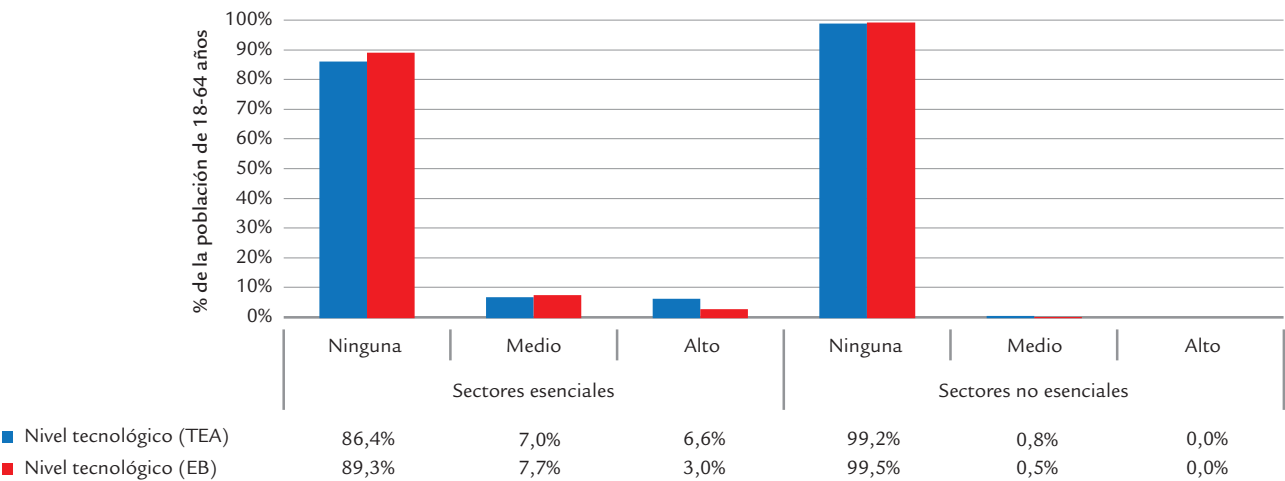
²³ Para mayor detalle, consultar <https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/03/14/463/con>.

Gráfico 3.4.1. Distribución sectorial de las actividades según si son esenciales o no, y la fase del proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

Gráfico 3.4.2. Indicios del efecto de la Covid-19 en el uso de las tecnologías, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



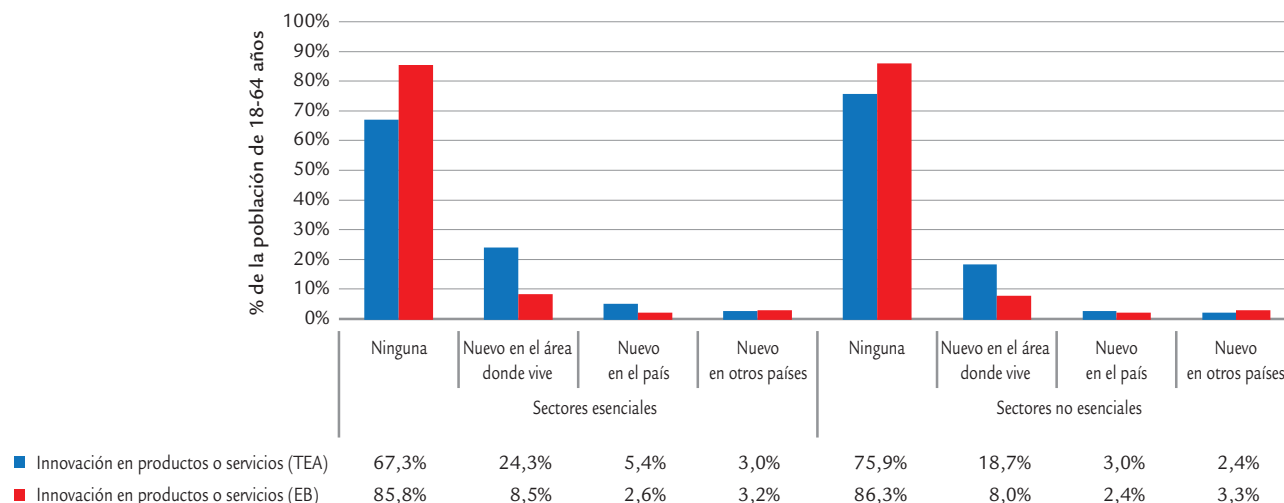
Fuente: APS España, 2020.

lados a actividades esenciales. De igual manera, la gran mayoría de los emprendedores en etapa inicial (75,9%) y en etapa consolidada (86,3%) tampoco desarrollaron innovaciones en productos o servicios vinculadas a actividades no esenciales. Asimismo, se destaca que al menos un 3% de los empre-

dores vinculados a actividades esenciales desarrollaron productos o servicios orientados a mercados internacionales.

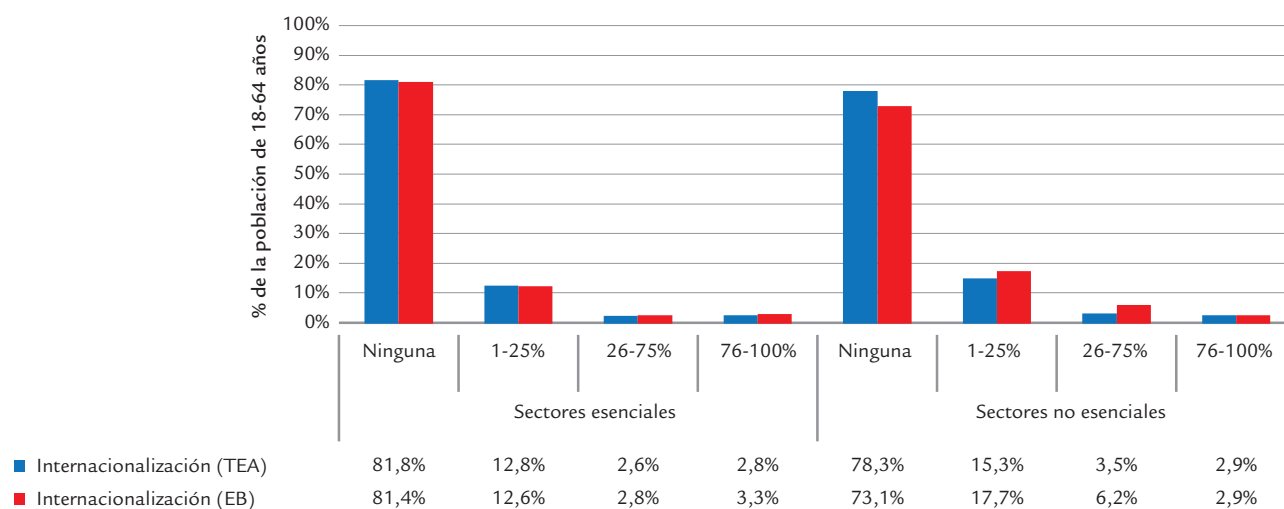
En lo relativo a los indicadores de internacionalización, la Gráfica 3.4.4 muestra que la mayoría de los

Gráfico 3.4.3. Indicios del efecto de la Covid-19 en el desarrollo de innovaciones en productos o servicios, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

Gráfico 3.4.4. Indicios del efecto de la Covid-19 en la internacionalización, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor



Fuente: APS España, 2020.

Nombre de la emprendedora: María González Manso.

Nombre del negocio: Tucuvi Care.

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2019.

tucuvi

Breve descripción de lo que hace la empresa: Tucuvi es una *start-up* tecnológica cuyo objetivo es garantizar la atención continua en el hogar a pacientes crónicos y personas mayores. Ha desarrollado una plataforma de cuidado virtual basada en inteligencia artificial y tecnología de voz que optimiza el trabajo de los profesionales sanitarios y monitoriza a los pacientes en su hogar a través de un cuidador virtual.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para mí ser emprendedora significa poder elegir todos los días dedicar mi vida a lo que me apasiona. Significa poder aplicar mis conocimientos y sentir que siempre tengo motivación para seguir aprendiendo, porque lo que hago contribuye a lo que quiero conseguir, que es vivir en un mundo en el que no existan las enfermedades.

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

En nuestro sector la Covid-19 ha supuesto una gran aceleración de implantación de tecnología. Los pacientes necesitaban nuevas formas de estar atendidos en el hogar, los médicos demandaban la introducción de tecnología que les ayudara a poder cuidar a todos sus pacientes, y las organizaciones e instituciones están creando nuevos modelos de colaboración que permiten poner en marcha nuevos proyectos y procesos de forma mucho más ágil.

En nuestro caso concreto, esto significó una aceleración de la puesta en mercado. Al comienzo de la pandemia creamos un caso de uso de monitorización de síntomas de C-19 y de otras patologías crónicas que estaban recibiendo menos seguimiento por saturación de los centros, y pudimos implantarlo en varios hospitales de manera rápida.

Como emprendedora, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

“La necesidad es la madre de la invención”. La pandemia ha hecho que tuviéramos que descubrir nuevas formas de vivir, de trabajar, de cuidar, de innovar. Creo que nos hemos vuelto más flexibles y creativos y es algo que deberíamos mantener. Hemos visto que se pueden hacer las cosas de otra manera, y que a veces es incluso mejor. Hemos sabido adaptarnos, y esta adaptabilidad es lo que deberíamos mantener.



emprendedores en etapa inicial (81,8%) y en etapa consolidada (81,4%) vinculados a actividades esenciales no tenían ningún cliente en el extranjero. De igual manera, la gran mayoría de los emprendedores en etapa inicial (78,3%) y en etapa consolidada (73,1%) vinculados a actividades no esenciales tampoco tenían clientes en el extranjero. Sin embargo, los emprendedores relacionados con actividades no esenciales desarrollaron más actividades de internacionalización que los de sectores esenciales. En este sentido, se podría intuir que la supervivencia de esos emprendimientos no esenciales podría estar asociada a estrategias de internacionalización.

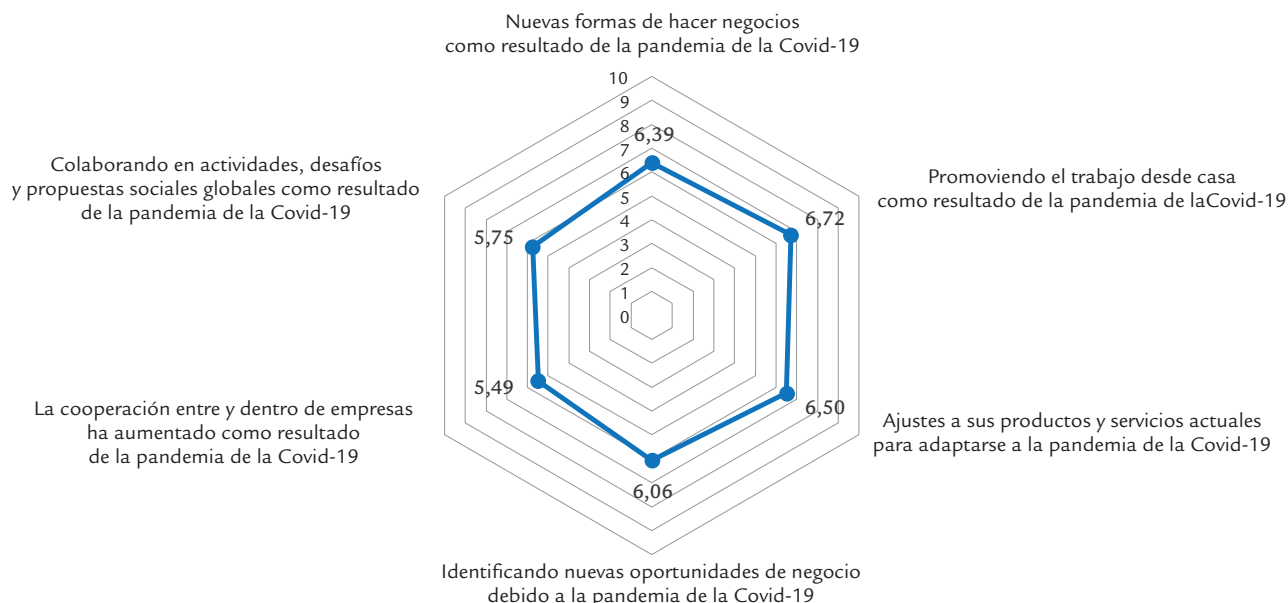
3.5. Percepción de los expertos españoles sobre el ecosistema emprendedor en la Covid-19

Para capturar la percepción de los expertos españoles sobre el ecosistema emprendedor, el proyecto GEM incluyó una serie de preguntas²⁴ en la encuesta NES que nos permiten conocer:

- ¿En qué medida los emprendedores respondieron a la Covid-19?

²⁴ Las respuestas fueron capturadas a través de la escala 1-10 Likert.

Gráfico 3.5.1. Ecosistema emprendedor español y su respuesta a la Covid-19, según la percepción de los expertos entrevistados



Fuente: NES España, 2020.

- ¿En qué medida el gobierno respondió eficientemente a la Covid-19?

Desde el punto de vista de los 36 expertos españoles entrevistados en 2020, el ecosistema emprendedor español tuvo una mejor respuesta a la Covid-19 por parte de sus emprendedores (ver Gráfico 3.5.1) que por parte de las instituciones gubernamentales (ver Gráfico 3.5.2). Así pues, los expertos españoles entrevistados han valorado favorablemente la reinención de los emprendedores mediante la implantación del trabajo remoto desde casa (6,72), ajustar los productos y servicios (6,50), llevar a la práctica nuevas formas de hacer negocios (6,39), en la búsqueda de nuevas oportunidades (6,06) y colaborando en los desafíos actuales (5,75).

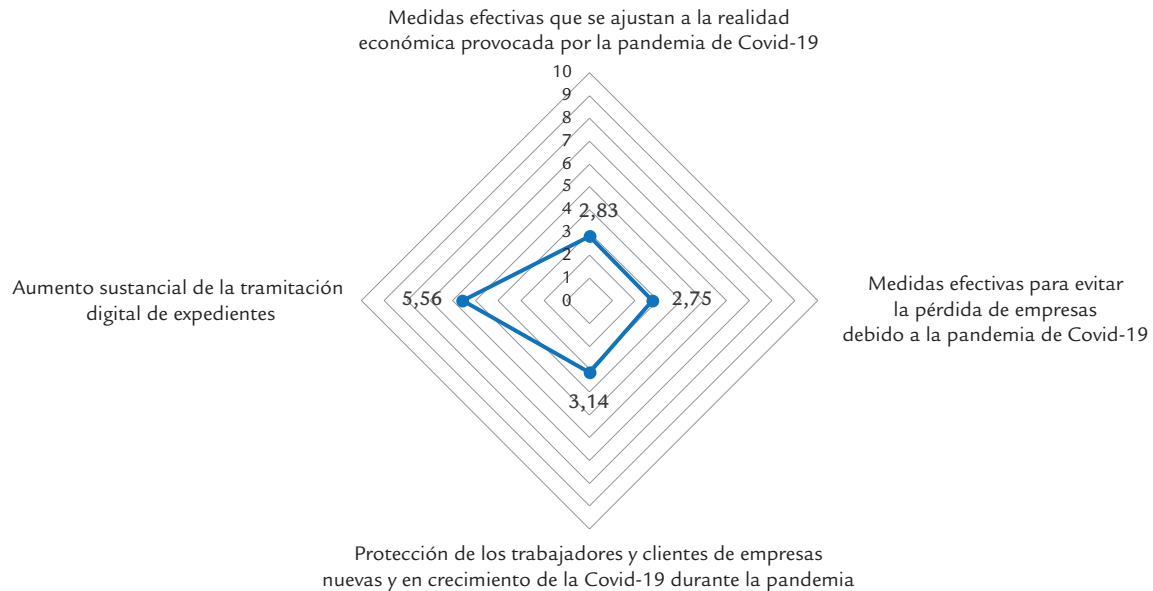
En contraste, salvo los procesos de digitalización (5,56), los expertos españoles entrevistados no han valorado favorablemente la respuesta del Go-

bierno en lo relativo a la puesta en marcha de medidas ajustadas a la realidad socioeconómica (2,83) para reducir el cierre e impacto en el tejido empresarial (2,75) y en la protección de los trabajadores (3,14).

3.6. Reflexiones

Si bien a lo largo del *Informe GEM España 2020-2021* se había detallado la radiografía de la actividad emprendedora en España, en este capítulo monográfico se ha presentado un análisis más detallado sobre el impacto de la Covid-19 en la población adulta de 18-64 años, en la actividad emprendedora y su calidad, así como la respuesta del ecosistema emprendedor a la Covid-19. Sin embargo, es importante destacar que los efectos más importantes se recogerán en la edición 2021 ya que cap-

Gráfico 3.5.2. Efectividad de las medidas gubernamentales en su respuesta a la Covid-19, según la percepción de los expertos entrevistados



Fuente: NES España, 2020.

turará los efectos en la destrucción-creación de la actividad emprendedora a raíz de la situación del mercado laboral y del mercado interno. Además, las cifras oficiales sobre el tejido empresarial nos darán una luz más clara sobre la realidad y será posible contrastarla con la información recopilada a través del proyecto GEM.

Aún a pesar de las potenciales limitaciones, este capítulo monográfico nos lleva a reflexionar sobre varios aspectos relevantes:

- La disminución de ingresos afectó al 40,4% de las actividades en la población no involucrada en el proceso emprendedor; mientras que esta cifra alcanzó al 59,7% de la población involucrada. Son, por tanto, colectivos vulnerables a los ciclos de actividad económica. La gran mayoría, 62% de los emprendedores involucrados en la fase TEA y el 69% de los consolidados,

consideran que la actuación del gobierno en la crisis no ha sido eficiente.

- Los emprendedores son más proclives a la percepción de oportunidades, así, mientras el 16,5% de la población en general ve oportunidades de negocio, esta cifra alcanza al 31,5% de los emprendedores en fase TEA y el 18,5% en el caso de los consolidados que consideran que la crisis ha supuesto nuevas oportunidades de negocio.
- Los emprendedores se han visto rodeados en un 53% de iniciativas que han cerrado. Esta percepción es mucho más negativa en la población en general, la cual, a pesar de no estar involucrada en iniciativas o redes, se han visto rodeadas de un 40% de iniciativas que han cerrado.

A modo de resumen, podemos señalar que a pesar del parón, de la afectación de la crisis en la creación de empleo y en las expectativas de crecien-

Nombre del emprendedor: Enrique Ruiz.

Nombre del negocio: Wuolah.

Ubicación del negocio: Sevilla.

WUOLAH

Año de lanzamiento: 2015.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Es la plataforma para estudiantes universitarios y preuniversitarios en la que comparten material de estudio para mejorar su rendimiento académico.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Poder mejorar un sector. Trabajar en algo que no sabes si va a funcionar pero que piensas que puede solucionar un problema real. Trabajar a futuro sin recompensas actuales.

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

La pandemia ha puesto de manifiesto la necesidad de tener un lugar donde poder compartir material de estudio y donde los estudiantes se comuniquen fluidamente entre ellos. Wuolah ha crecido más de un 100% vs. el curso pasado.

Como emprendedor, ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Que la unión del equipo es lo más importante. Remar todos en una misma dirección sin importar la situación.



to, los emprendedores continúan mostrando su resiliencia y tratando de adaptarse a nuevos modelos de negocio. De este modo, más del 25,6% de los emprendedores no reportan cambios en

sus expectativas de crecimiento en 2020, y el 24,1% han realizado actividades de innovación en productos o servicios para adaptarse a la situación de crisis.

4

Emprendimiento Senior en España (2015-2019)

Marcelo Leporati*, Alfonso Jesús Torres Marín*
y Ana Fernández Laviada**

4.1. Introducción

España es uno de los países más longevos y con mayor grado de envejecimiento del mundo. Esto se debe entre otros factores al aumento de la esperanza de vida, un tipo de vida más saludable, la reducción de la tasa de fecundidad y la llegada de los *baby boomers* a la edad de jubilación. La esperanza de vida se sitúa en los 83 años y se prevé que en 2040 se sitúe cerca de los 86 años.

Esta buena noticia tiene como contrapartida un impacto económico sobre nuestro estado de bienestar al incrementar el gasto en dependencia, sanidad y pensiones. Se prevé que en 2050 este último pueda alcanzar el 14,2% del PIB, frente al 10,9% de 2019. En 2035, la población con edad superior a 65 años se incrementará hasta representar el 26,5%, en detrimento de la población en edad de trabajar. El Círculo de Empresarios estima, a partir de las previsiones de la Comisión Europea en su informe de *Ageing Report* de 2018 (European Commission, 2018) que la ratio afiliados sobre pensionistas podría descender desde 2,31 en 2019 a 1,26 en 2050.

Adicionalmente, según datos de la Encuesta de Población Activa del INE para el cuarto trimestre del 2020, se observa que la tasa de actividad en el mercado laboral disminuye sustancialmente a partir de los 55 años, reduciéndose al 50% entre los 60 a 64 años y al 9,2% entre los 65 y 69 años (véase Gráfico 4.1.1).

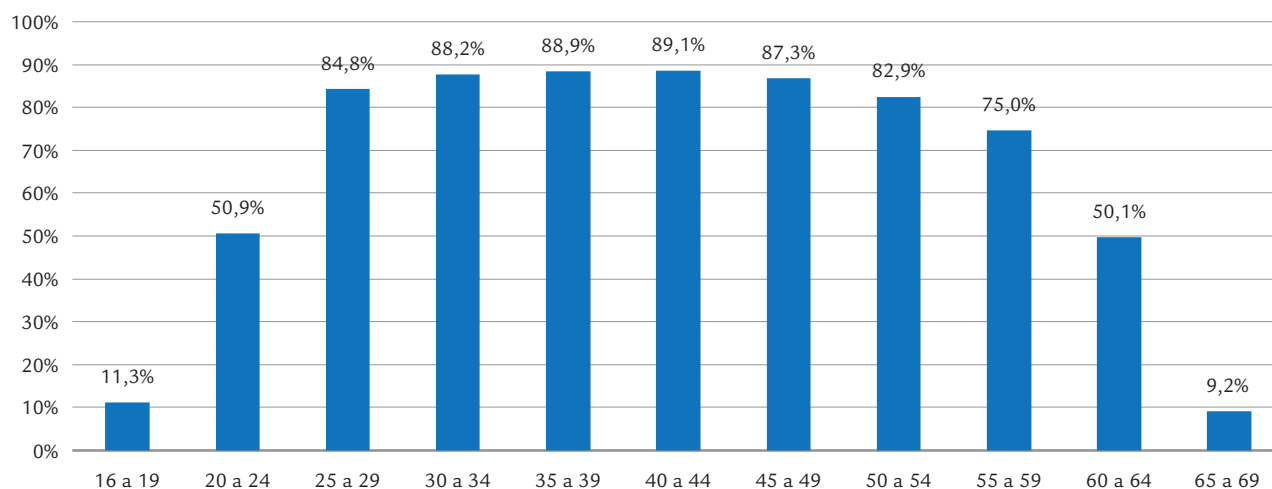
Sin embargo, las rigideces del mercado laboral español, afectado por procesos de reemplazo por trabajadores más jóvenes, una mayor tasa de desempleo de larga duración de las personas de mayor edad (en el tercer trimestre de 2020 las personas desempleadas mayores de 55 años representaban el 13,7% del total de desempleados de los cuales el 57,5% era de larga duración), y la aparición de nuevos sectores de actividad que requieren de conocimientos y competencias específicas, dificultan el desarrollo profesional del colectivo senior en el mercado de trabajo. Por todo ello el emprendimiento se convierte en una alternativa a considerar por las personas de mayor edad, más aún teniendo en cuenta que quienes tienen un proyecto empresarial tienden a jubilarse más tarde que las personas que trabajan por cuenta ajena (Kautonen *et al.*, 2017).

Las personas con más de 55 años (especialmente las que han perdido su empleo) se encuentran en una buena posición para comenzar una carrera emprendedora. Estos pueden disponer de cierto capital para iniciar su negocio (reduciendo la necesidad de buscar créditos o inversores para su *start-up*), lo cual, unido a su larga experiencia, conocimientos y redes de contacto les permite obtener una ratio de supervivencia de su negocio por encima de la media. Kahn (2013), señala que el colectivo de emprendimiento senior consigue que el 70% de las compañías creadas por ellos sobrevivan más de tres años, frente al 28% de supervivencia de las creadas por los emprendedores más jóvenes.

Si consideramos sus dificultades de encontrar un nuevo empleo, la oportunidad de emprender es

* EAE Business School.

** Universidad de Cantabria.

Gráfico 4.1.1. Tasa de actividad en el mercado laboral (en porcentaje) por grupos de edad, IV trimestre de 2020

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa.

especialmente importante en este colectivo. De hecho, las personas de más edad tienen una mayor disponibilidad temporal y libertad para dedicarse a conseguir sus sueños. Además, pueden contribuir a transferir el capital humano a otras generaciones, incrementar los ingresos del Estado (vía impuestos), compensando parcialmente los costes que representan en los sistemas de salud y seguridad social. También puede obtener otros beneficios, como una mejor calidad de vida, mayor inclusión social y una reducción del riesgo de pobreza.

No hay límite en cuanto al tipo de negocio que pueden crear las personas de mayor edad, si bien es habitual incluir servicios profesionales basados en su experiencia laboral previa, *hobbies*, o modelos de negocio socialmente innovadores dirigidos a satisfacer las necesidades de otras personas mayores. No obstante, en esta aventura también se encuentran algunas barreras. Oelkers (2015) menciona que las principales son: (a) la discriminación por edad o edadismo; (b) los problemas relacionados con el capital humano; (c) el capital social; (d) los problemas relacionados con la salud; (e) el coste de oportunidad del emprendimiento; (f) los desin-

centivos financieros; (g) el contexto empresarial y las instituciones relacionadas; y (h) la educación emprendedora. Singh y DeNoble (2003) afirman que, a medida que se deteriora la salud, aumenta el coste de oportunidad de la actividad empresarial, por lo que resulta más atractivo dedicar tiempo al ocio. Por razones similares, Halabisky (2012) muestra que las personas mayores están menos dispuestas a realizar actividades que generen resultados a largo plazo. Además, requieren más flexibilidad laboral y una fiscalidad favorable (Kautonen, 2012). Esto nos lleva a considerar que es necesario que los gobiernos impulsen políticas de promoción y desarrollo del emprendimiento para este segmento poblacional de la misma manera que lo hacen con el colectivo de personas emprendedoras jóvenes (Figueireido y Paiva, 2018).

La tasa de actividad emprendedora de los seniors en España en el periodo 2015-2017 fue del 2,8%, muy por debajo de la media del conjunto de países europeos analizados (4,6%), situándose en la cola del pelotón, muy lejos de Eslovaquia (9,1%), Irlanda (8,3%), Rumania (6,2%), Reino Unido (6%) o Estonia (5,8%). Esta brecha pone de manifiesto

Box 1. Fernando Lallana, director de los Premios +50 Emprende

Este proyecto contracultural sale al paso de la creencia de que, a partir de los cincuenta años, una persona es considerada abuela o abuelo profesional. Es decir, incapaz de seguir aportando valor a la sociedad. Por ello pretende identificar, premiar y acompañar a este casi millón y medio de personas, expulsadas en muchos casos del mercado de trabajo por razones de edad, para que puedan prolongar sus vidas profesionales a través del emprendimiento.

Los Premios www.50emprende.es, promovidos por Generación Savia (Fundación Endesa y Fundación Más-humano) y la productora 0259 Films, surge a raíz de la película “Abuelos, nunca es tarde para emprender” (Santiago Requejo, 2019), con la misión de dar credibilidad al mensaje alentando las vocaciones emprendedoras senior. Los datos que ofrecen los diferentes informes de emprendimiento, entre ellos el elaborado por la Red GEM, constatan el avance de la edad del perfil emprendedor, así como el incremento constante de la ratio de éxito de personas emprendedoras senior. Es evidente que atesoran una serie de fortalezas que los capacitan de forma singular, en algunos casos con ventaja, para el acometimiento de proyectos empresariales.

Cualquier actividad emprendedora lleva implícita la creatividad, el esfuerzo, el riesgo y la resiliencia. Y el mejor ejemplo son los más de setecientos emprendedores inscritos en las dos primeras ediciones convocadas. En ellos está representada una generación que muchos dan por descontada. Sin embargo, en este colectivo no solo hay presente sino mucho futuro. Por ello es ahora más necesaria que nunca la apuesta por el talento senior y el emprendimiento intergeneracional. En épocas de crisis, como la actual, no podemos permanecer inmóviles esperando tiempos mejores. Cada generación tiene un reto y éste es el nuestro.

la existencia de una oportunidad para el colectivo senior en España.

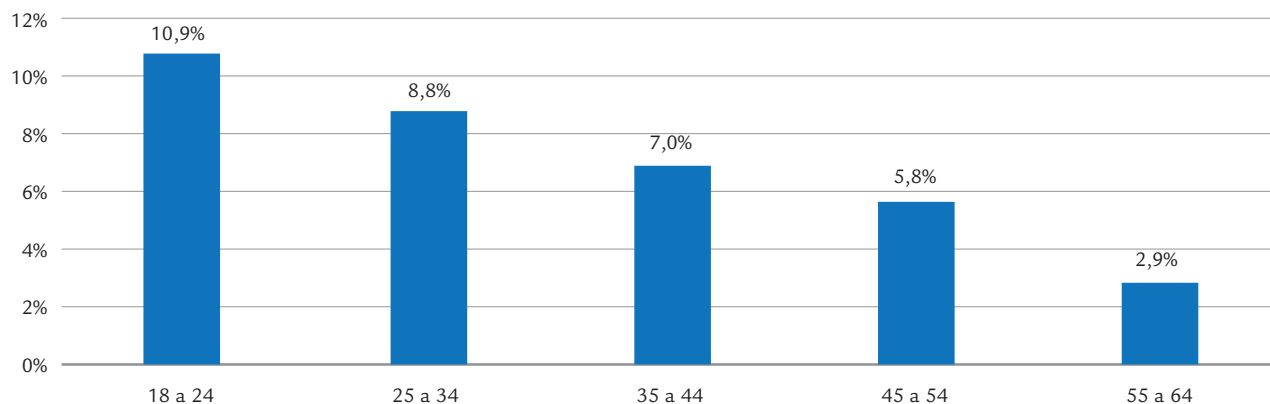
En definitiva, nos encontramos con una población creciente de personas mayores, en buen estado de salud, con la disponibilidad financiera, recursos y tiempo disponibles que pueden contribuir a la actividad económica, extendiendo su vida laboral y emprendiendo. Aprobar políticas y programas gubernamentales puede incentivar dicho proceso a través de la concienciación sobre el potencial emprendedor de este colectivo, proveyendo formación y educación para eliminar las carencias en habilidades emprendedoras de este colectivo y estableciendo un sistema impositivo y de seguridad social que no desincentive sus iniciativas, incluyen-

do la posibilidad de invertir en otros negocios. El estudio del emprendimiento senior es fundamental para desarrollar políticas que fomenten la creación y consolidación de empresas por este colectivo (Cossette *et al.*, 2010).

4.2. Intención emprendedora y tasa de actividad emprendedora senior en España. Evolución 2015-2019

Este capítulo analiza la participación de las personas seniors en el emprendimiento en España utilizando datos recopilados durante el periodo 2015 a 2019 por el *Observatorio GEM* España a través de la

Gráfico 4.2.1. Intención emprendedora como porcentaje de la población adulta por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



Fuente: APS GEM España.

encuesta *Adult Population Survey* (APS) a una muestra de 116.100 personas entre 18 y 64 años de todas las comunidades autónomas del país. En concreto, siguiendo su metodología, se analizará la intención y la tasa de actividad emprendedora como parte del fenómeno emprendedor.

Para mejorar la comprensión de la participación de las personas seniors de más de 55 años, los resultados de este colectivo se comparan con las personas de mediana edad y los jóvenes. En concreto, las cinco categorías de edad utilizadas son las empleadas por el Observatorio GEM en sus informes: 18-24 años, 25-34 años, 35-44 años, 45-54 años y 55-64 años.

4.2.1. Intención emprendedora por grupos de edad y su evolución

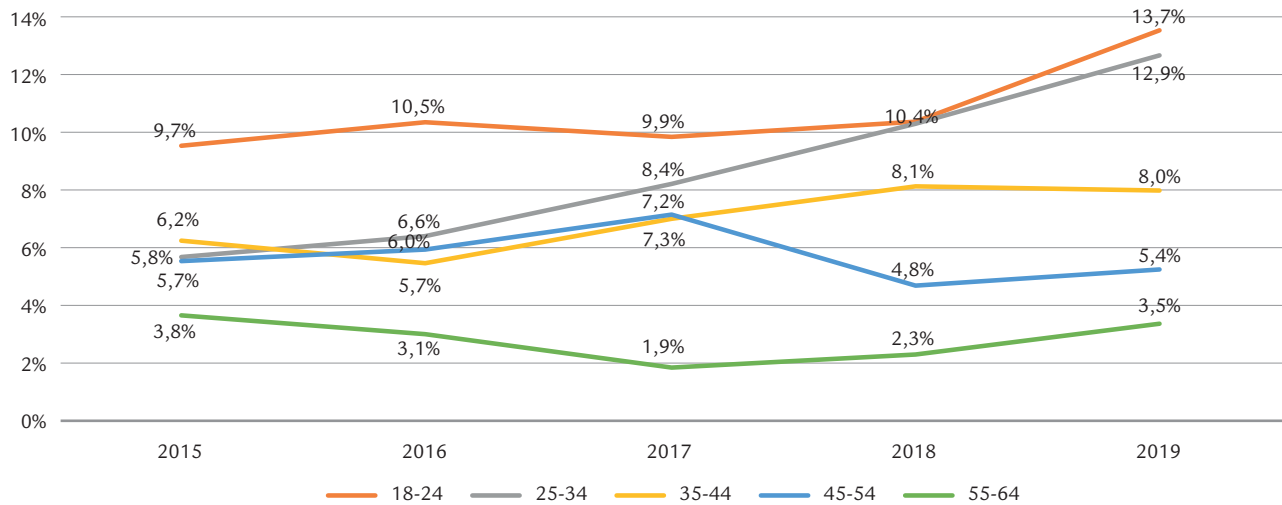
Son múltiples las investigaciones que han puesto de manifiesto que existe una relación muy estrecha entre la edad y la intención emprendedora de las personas, demostrando que esta disminuye a medida que los individuos cumplen años. El caso español no constituye una excepción. Como se evidencia en el Gráfico 4.2.1, los deseos de ini-

ciar una nueva aventura empresarial del colectivo senior son muy inferiores a los que manifiestan otros colectivos más jóvenes. Así, durante el periodo comprendido entre 2015 y 2019, de media, el 2,9% de las personas de mayor edad manifestaron su intención de iniciar una nueva empresa los próximos años, frente al 5,8% de los individuos con edades comprendidas entre 45 y 54 años, el 7% de las personas entre 35 y 44 años, el 8,8% del colectivo entre 25 y 34 años y casi el 11% en el caso de los más jóvenes.

En el Gráfico 4.2.2 se observa un cierto estancamiento del deseo de emprender del colectivo senior en España en el periodo comprendido entre 2015 y 2019, con una recuperación muy ligera en los últimos dos años, que ha elevado la intención emprendedora de este colectivo hasta el 3,5% (todavía inferior al nivel que tenía en 2015). Este comportamiento contrasta con el crecimiento importante del deseo de emprender de los colectivos más jóvenes, especialmente las personas con edades comprendidas entre 18 y 34 años.

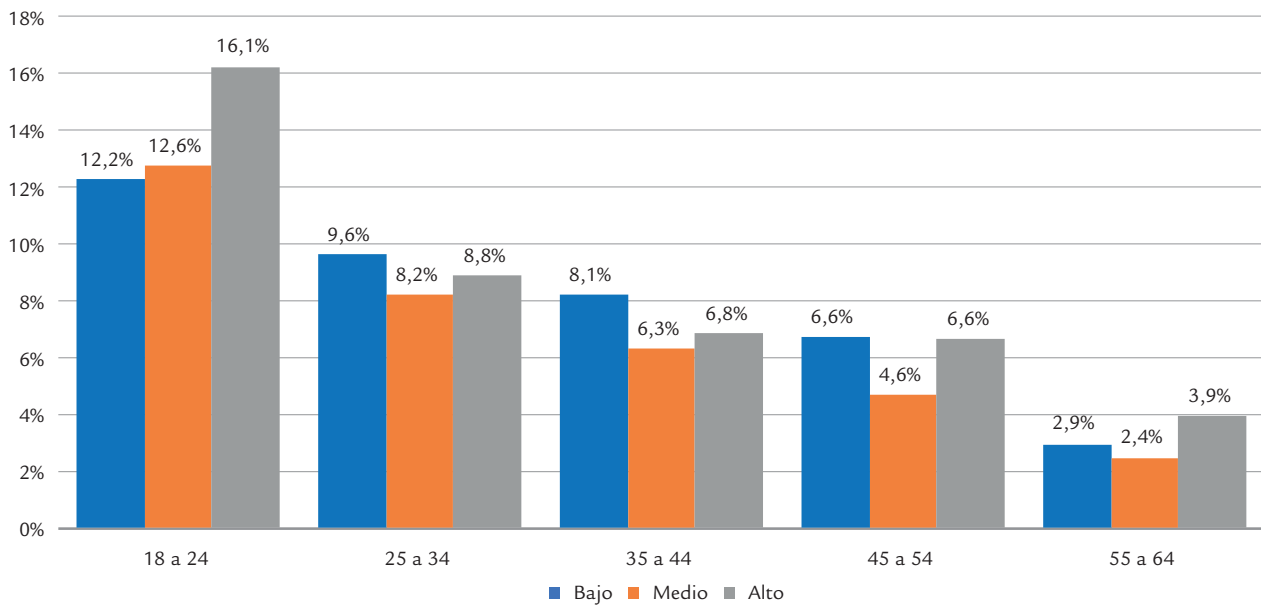
En el colectivo senior la intención emprendedora es mayor entre los que tienen un nivel de renta elevado (véase el Gráfico 4.2.3), así como entre

Gráfico 4.2.2. Evolución de la intención emprendedora como porcentaje de la población adulta por grupos de edad. Periodo 2015-2019



Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.2.3. Intención emprendedora por grupo de edad y nivel de ingresos. Promedio del periodo 2015-2019



Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.2.1. Intención emprendedora por grupo de edad y ocupación. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
A tiempo completo	12,4%	7,3%	5,3%	4,1%	2,7%
A tiempo parcial	15,1%	10,3%	6,6%	4,3%	3,4%
Retirado	12,1%	2,6%	2,9%	2,4%	1,2%
Amo/a de casa	2,5%	4,9%	4,1%	2,6%	2,0%
Estudiante	8,1%	8,2%	17,2%	10,6%	6,1%
Sin empleo	13,3%	10,3%	11,2%	11,9%	7,6%
Autoempleo	18,6%	10,4%	10,0%	9,3%	5,1%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.2.2. Intención emprendedora por grupo de edad y sexo. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Intención emprendedora Mujeres	9,3%	7,8%	6,4%	5,7%	2,4%
Intención emprendedora Hombres	10,9%	7,6%	7,1%	6,2%	3,1%
Ratio Mujeres/Hombres	0,85	1,01	0,90	0,93	0,76

Fuente: APS GEM España.

aquellos que carecen de empleo (como se muestra en la Tabla 4.2.1).

La intención emprendedora del colectivo senior es mayor en los hombres que en las mujeres (véase Tabla 4.2.2). Por cada 100 hombres mayores de 55 años que quieren emprender hay 76 mujeres. Esta característica es común para todos los colectivos de edad excepto para el comprendido entre los 25-34 años, en el cual la tasa de intención emprendedora femenina supera ligeramente a la masculina.

4.2.2. Tasa de Actividad Emprendedora por grupos de edad y su evolución

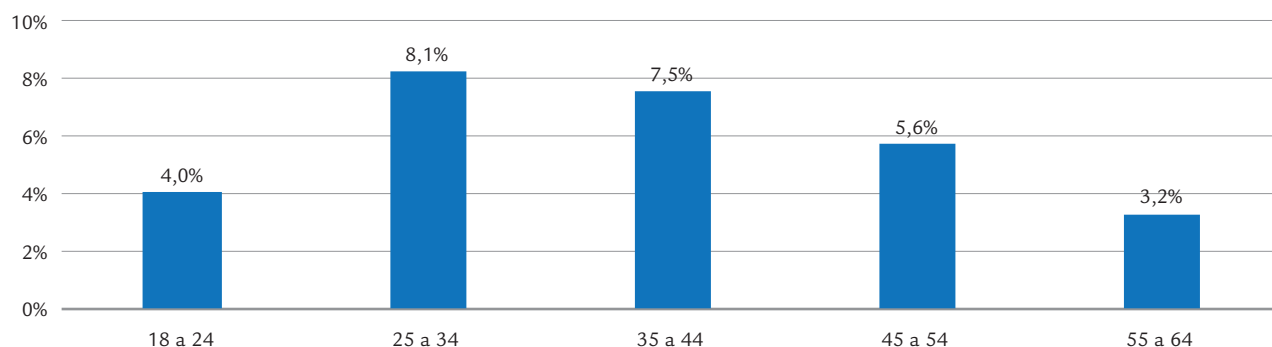
La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) senior en España en este sexenio 2015-2019 que nos viene sirviendo de marco temporal en el presente estudio se sitúa en el 3,2%, cifra algo por debajo de la mostrada por el colectivo más joven (18-24 años) y muy

inferior al resto de los colectivos, que ha oscilado en el rango comprendido entre el 5,6% (45-54 años) y el 8,1% (25-34 años), como se puede observar en el Gráfico 4.2.4.

En lo que se refiere a la evolución temporal de la TEA senior, en el Gráfico 4.2.5 se puede observar una tendencia creciente de la misma en el periodo analizado, pasando del 2,1% en el año 2015, al 4,3% en el 2018 (el doble) para retroceder ligeramente hasta al 3,9% en 2019. En el resto de los grupos de edad no se observa esta tendencia tan claramente positiva.

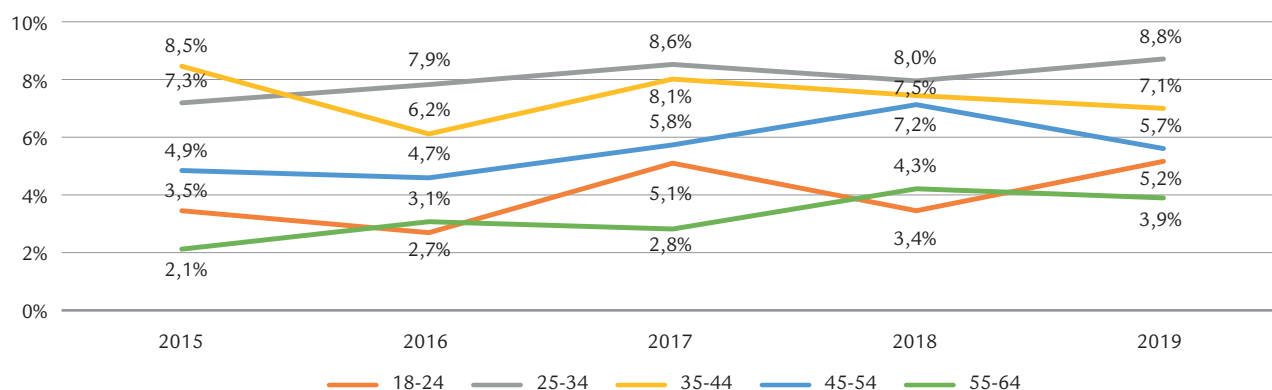
Si analizamos conjuntamente la intención emprendedora y la TEA del colectivo senior, podemos observar que sus intenciones de iniciar una aventura empresarial se cumplen en un porcentaje elevadísimo de los casos. De hecho, la ratio “TEA/Intención emprendedora” calculado para dicho colectivo durante el periodo 2015-2019 supera el 100%, lo

Gráfico 4.2.4. Tasa de Actividad Emprendedora (como porcentaje de la población adulta) por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.2.5. Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora (como porcentaje de la población adulta) por grupos de edad. Periodo 2015-2019

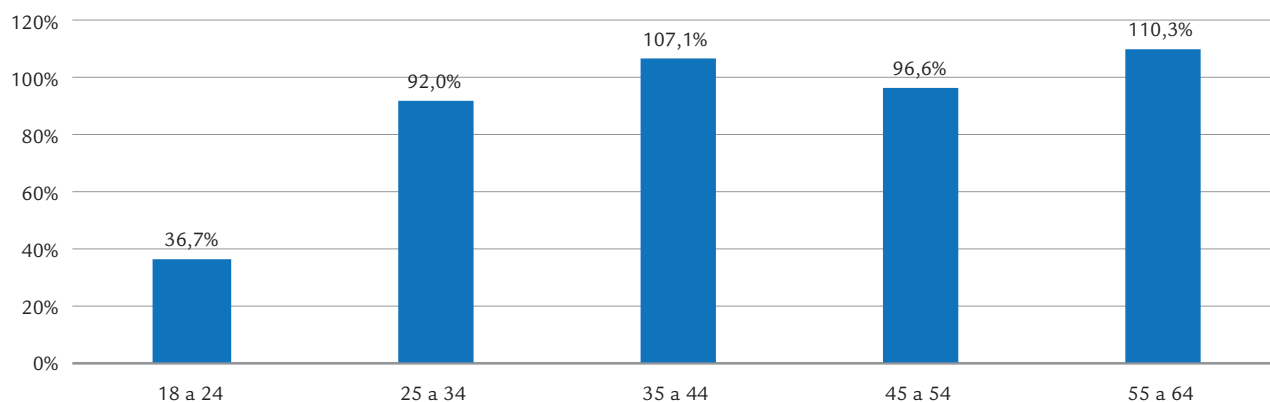


Fuente: APS GEM España.

cual significa, en teoría, que todas aquellas personas senior que manifiestan intención de emprender acaban haciéndolo en los años siguientes. Como se observa en el Gráfico 4.2.6, el colectivo senior es el que presenta un mayor porcentaje de conversión de su intención emprendedora en un negocio real. En el otro extremo se encuentran los más jóvenes (18-24 años), cuyas intenciones de emprender acaban llevándose a la práctica en tan solo el 36,7% de los casos.

4.2.3. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad en función de su motivación y su evolución

En el año 2019 se produjo un cambio metodológico en la elaboración del *Global Entrepreneurship Monitor* que afectó, entre otros aspectos, a la pregunta que hacía referencia a las motivaciones que tienen los individuos para emprender. Por esta razón, se ha considerado conveniente desglosar el análisis de

Gráfico 4.2.6. Ratio Intención Emprendedora / TEA por grupos de edad. Promedio del periodo 2015-2019

Fuente: APS GEM España.

este epígrafe en dos periodos diferenciados: 2015-2018 de un lado y 2019 de otro.

4.2.3.1. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad en función de su motivación (necesidad/oportunidad) entre 2015-2018

Durante el periodo analizado, en torno a 3 de cada 10 personas emprendedoras senior iniciaron su actividad emprendedora por necesidad. Esto refuta lo indicado por Perenyi *et al.* (2018) que las personas emprendedoras senior están motivadas principalmente por las oportunidades y no tanto por la necesidad. El colectivo emprendedor con edades comprendidas entre 45 y 54 años presenta una distribución de sus motivaciones muy similar (ver Gráfico 4.2.7²⁵).

Las cifras anteriores se traducen en que, en el colectivo senior, por cada emprendedor por necesidad, hay casi 2 personas emprendedoras por oportunidad. Entre los más jóvenes la ratio es 7 a 1, como se muestra en la Tabla 4.2.3.

En el caso del emprendimiento de las personas mayores impulsado por la oportunidad, este puede

basarse en su experiencia y capacidades (Kautonen *et al.*, 2011), en una necesidad de independencia, en el deseo de aumentar los ingresos para alcanzar los propios sueños, o en el deseo de mantenerse activo y lograr un alto nivel de inclusión social (Wainwright *et al.*, 2015; Weber y Schaper 2004).

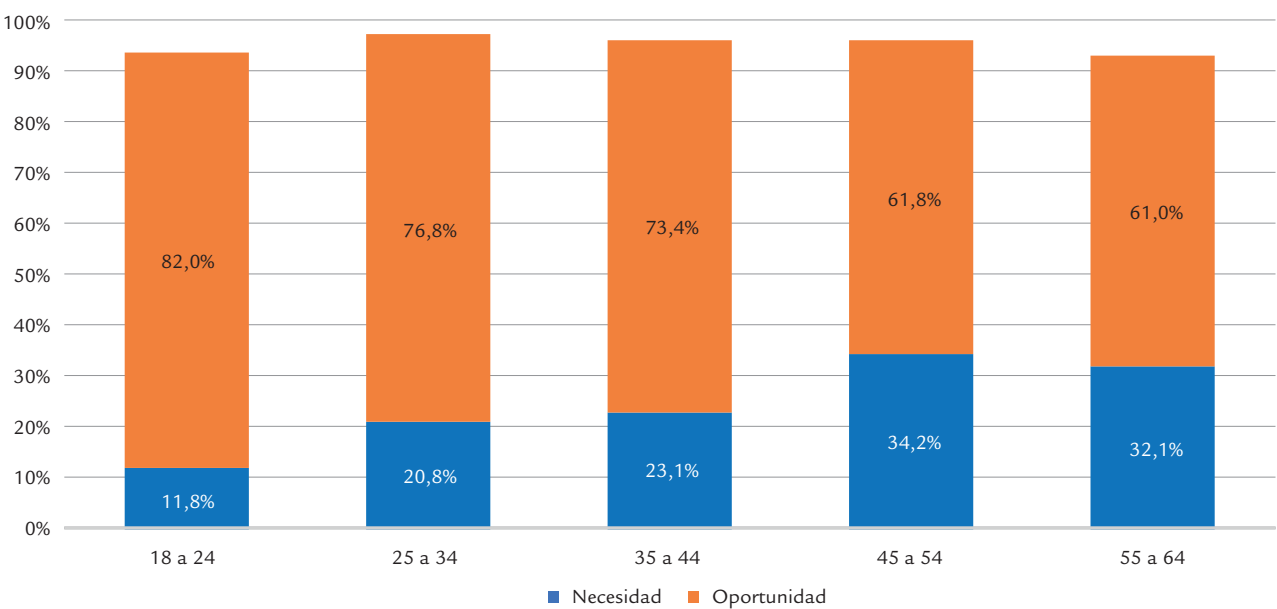
El emprendimiento senior impulsado por la necesidad aparece como una opción al no existir un empleo adecuado (Soto-Simeone y Kautonen, 2020), cuando las prácticas de promoción y formación en las empresas se dirigen a los más jóvenes (Platman 2004), para mantenerse activo y generar ingresos (Perenyi *et al.*, 2018), para evitar el despido o la insatisfacción con sus empleos, y la existencia de conflictos entre los logros reales y las aspiraciones del individuo (Harms *et al.*, 2014).

4.2.3.2. Tasa de Actividad Emprendedora por grupo de edad en función de su motivación en el año 2019

A partir del año 2019 el estudio del GEM identifica cuatro posibles motivaciones para emprender: marcar una diferencia en el mundo, crear una gran riqueza o generar una renta muy alta, ganarse la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir empleo) o continuar con la tradición familiar. Se

²⁵ Los datos del Gráfico 4.2.7 no suman 100 debido a que no se han incorporado “otros motivos” para facilitar la comprensión del mismo.

Gráfico 4.2.7. Distribución de la TEA por necesidad y por oportunidad por grupos de edad. Promedio del periodo 2015-2018



Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.2.3. Ratio motivación oportunidad/necesidad por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2018

Grupos de edad				
18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
7,0	3,7	3,2	1,8	1,9

Fuente: APS GEM España.

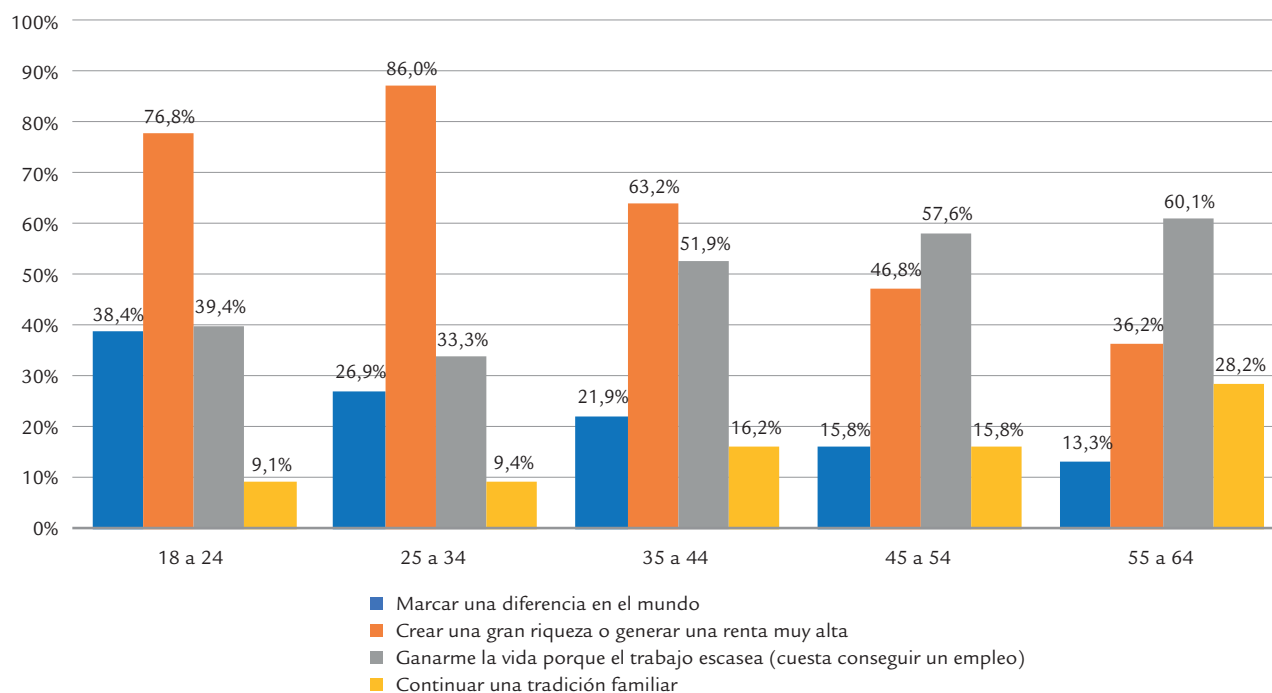
utiliza una escala *Likert* para valorar el grado de acuerdo con cada una de ellas. El Gráfico 4.2.8 muestra el porcentaje de individuos que respondieron a cada una de las preguntas referidas a la motivación, indicando que estaban completamente de acuerdo o algo de acuerdo, por grupo de edad. Dado que cada individuo puede expresar más de una motivación, la suma de todos los porcentajes anteriores es superior al 100% (respuesta múltiple).

El 60,1% del colectivo senior manifestaron que el principal motivo para emprender era ganarse la

vida (siendo el colectivo que presenta este porcentaje más elevado), el 36,2% indicaron que querían crear riqueza o incrementar su renta, el 28,2% deseaban continuar una tradición familiar y el 13,3% marcar una diferencia en el mundo, estando esta última opción muy relacionada con el emprendimiento social.

Para los colectivos más jóvenes (entre 18 y 44 años) la principal motivación es la creación de riqueza u obtención de rentas más elevadas, mientras que para el colectivo de 45-54 años lo es ganarse la vida, seguida de cerca por la creación de riqueza.

Gráfico 4.2.8. Motivaciones para emprender según grupos de edad. Porcentaje de individuos que están completamente de acuerdo o algo de acuerdo con cada motivación por grupo de edad. Año 2019



Fuente: APS GEM España.

4.3. La actividad emprendedora senior naciente y consolidada en España. Evolución 2015-2019

4.3.1. Emprendedores senior en fase inicial y consolidada en España en función de la edad

Durante el periodo 2015-2019 se observa claramente que la TEA del colectivo senior en fase inicial disminuye a medida que se incrementa la edad. Lo cual confirma que cuanto mayor es la edad de la persona, menor es la actividad emprendedora y menor la probabilidad de convertirse en emprendedor (Torres *et al.*, 2021). El Gráfico 4.3.1 pone de manifiesto que la TEA de los individuos con 55 años (6,4%) es más de cuatro veces superior a la

de las personas con 64 años último tramo de edad incluido en el estudio del *Observatorio GEM España a través de la encuesta Adult Population Survey (APS)*.

En cuanto al colectivo emprendedor senior consolidado, también se observa una reducción de la TEA a medida que aumenta la edad. El máximo se alcanza a los 56 años (17,9%) y se reduce más del 50% hasta situarse en el 7,2% a los 64 años (ver Gráfico 4.3.2).

4.3.2. Personas emprendedoras senior en fase inicial y con empresa consolidada en España en función del sexo

La TEA promedio del colectivo masculino en España en fase inicial supera a la de mujeres en todos

Box 2. Carlos Molina, CEO de 50Pro

En 50pro llevamos más de cinco años entrenando de forma práctica al colectivo emprendedor senior que acude a nosotros, para que emprendan de una forma profesional.

Es cierto que mucha gente emprende con precipitación desde una posición de urgencia económica o de frivolidad, para probar sin mucho convencimiento, y es por ello que el resultado final no suele ser el deseado.

Efectivamente, emprender es una tarea difícil, y si no se planifica desde el necesario esfuerzo, innovación y racionalidad, más que difícil puede resultar imposible. Como resultado mucha gente tiene una aversión enfermiza a utilizar esa vía o, al contrario, no tienen el “respeto” necesario antes de acometer esta alternativa y lo hacen un poco “a lo loco”.

En primer lugar, no todo el mundo vale para emprender, por eso nosotros realizamos unos test y entrevistas previas para comprobar que el carácter y actitudes de una persona, le hacen candidato con serias posibilidades de emprender.

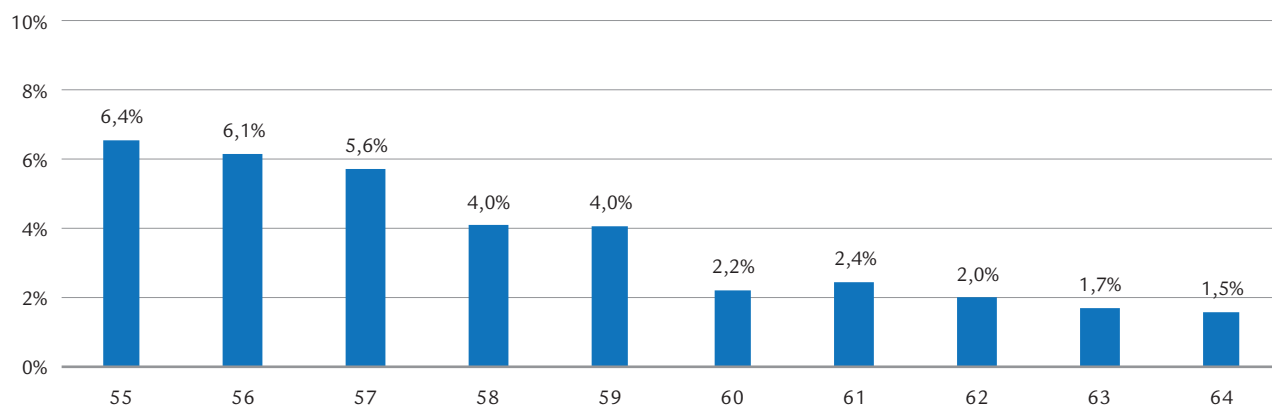
En segundo lugar, hay que tener muy presente dos cosas fundamentales: saber elegir en qué se quiere/puede emprender y cómo hacer un Plan de Negocio serio y profesional, que es imprescindible como guía de los pasos a seguir.

En tercer lugar, además de la imprescindible y pequeña inversión inicial que el propio emprendedor debe aportar –por sí mismo o por los FFF (*Family, Friends and Fools*)–, habrá que buscar la inversión necesaria a través de *business angels* o similar, para emprender con garantías de disponer de los recursos económicos hasta que el emprendimiento “arranca”, porque los clientes no se encuentran de forma inmediata y el plazo normal para conseguirlo oscila mucho, pero nunca menos de 1 o 2 años. Hay que estar preparado. Para esta segunda etapa de búsqueda de inversores será imprescindible preparar un *elevator pitch*.

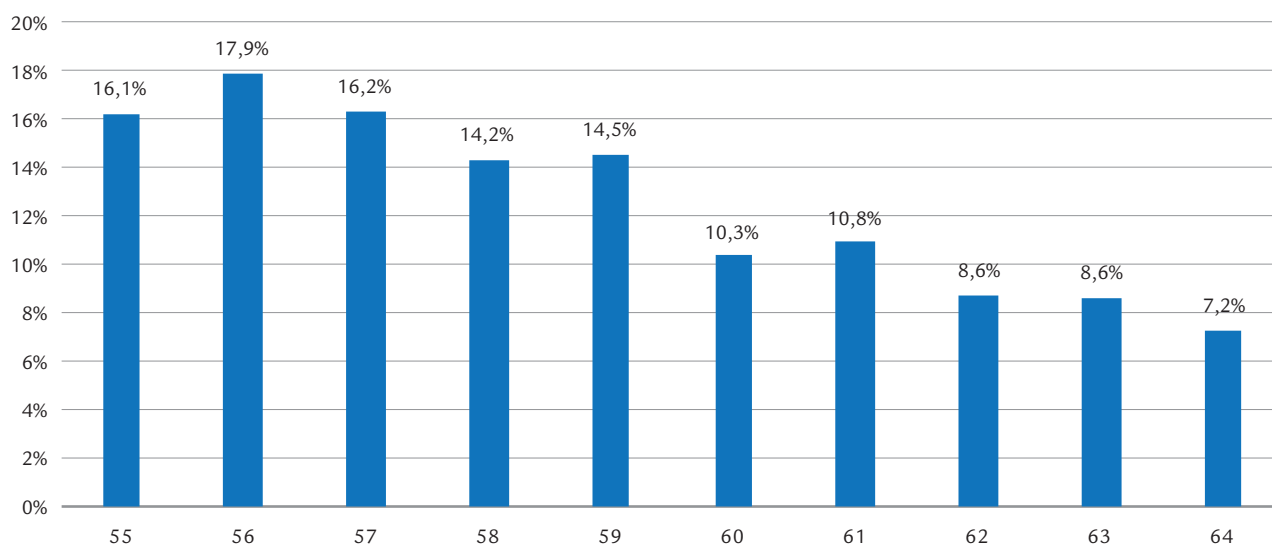
En cuarto lugar, hay que encontrarse en un ambiente que fortalezca el espíritu en esos momentos, que siempre habrá, de desánimo u oscuridad. Nosotros lo conseguimos con nuestro CLUB50PRO, un lugar de *networking* y relación con gente en similares circunstancias y expertos, que te harán sentir que “nunca estás solo”.

En quinto y último lugar, pero no menos importante, hay que saber que, si el emprendedor se encuentra con un problema serio que le bloquea el camino, se necesitará ayuda mediante servicios de asesoramiento y consultoría –que en 50Pro son realizados por los mismos mentores y ponentes que han entrenado al emprendedor– para ayudarle a resolverlo y que pueda reencauzar la actividad.

Finalmente, nuestros emprendedores se convierten en profesionales, no solo por el entrenamiento recibido sino también porque aportan desde el principio una experiencia y contactos personales que les hacen ser innovadores pero prudentes en sus actuaciones; y, además muy persistentes porque –entre otras cosas– no emprenden para “ver si hay suerte”, sino que son conscientes de la seria dificultad de conseguir trabajo por cuenta ajena, optando por la vía del trabajo por cuenta propia, y de mantenerlo durante un tiempo razonable, del alargamiento de la edad actual de vida que se dirige a los 100 años, y que tanto económica como intelectualmente, no podemos permitirnos estar desde los 50 años “sin hacer nada”, ya que el hombre tiene un derecho fundamental a poder trabajar y no quedarse “arrumbado” como si fuera un mueble o un trasto inútil.

Gráfico 4.3.1. TEA de personas emprendedoras senior en fase inicial por edad. Promedio del periodo 2015-2019

Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.3.2. Personas senior con empresa consolidada por edad. Promedio del periodo 2015-2019

Fuente: APS GEM España.

los tramos de edad, si bien la diferencia es muy reducida en el colectivo comprendido entre 35 y 44 años. Concretamente, en el colectivo senior, hay 7 mujeres emprendedoras por cada 10 hombres (véase la Tabla 4.3.1).

Entre las personas con empresa consolidada, la TEA femenina supera ligeramente a la masculina en los colectivos más jóvenes (18-34 años) y son muy similares en el rango de edad de 35 a 44 años. A partir de los 45 años esta situación cambia radical-

Tabla 4.3.1. TEA de las personas emprendedoras senior en fase inicial en función del sexo y edad. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
TEA Mujeres	3,2%	7,6%	7,4%	5,0%	2,7%
TEA Hombres	4,8%	8,5%	7,6%	6,3%	3,9%
Ratio TEA Mujeres/Hombres	0,7	0,9	1,0	0,8	0,7

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.3.2. Personas empresarias consolidadas en función del sexo y edad. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Consolidados Mujeres	0,7%	2,4%	6,0%	5,0%	2,7%
Consolidados Hombres	0,6%	2,3%	6,5%	6,3%	3,9%
Ratio Consolidados Mujeres/Hombres	1,1	1,1	0,9	0,8	0,7

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.3.3. Razones para iniciar un nuevo negocio por grupo de edad y sexo. Promedio del periodo 2015-2018

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
TEA Necesidad Mujeres	0,2%	1,9%	1,9%	1,7%	0,9%
TEA Oportunidad Mujeres	2,7%	5,6%	5,3%	3,2%	1,5%
Ratio TEA Mujeres Oportunidad/ Necesidad	12,3	2,9	2,8	1,8	1,6
TEA Necesidad Hombres	0,6%	1,4%	1,6%	2,1%	1,0%
TEA Oportunidad Hombres	3,8%	6,9%	6,3%	4,3%	2,7%
Ratio TEA Hombres Oportunidad/ Necesidad	5,9	5,0	3,9	2,0	2,6

Fuente: APS GEM España.

mente, pasando a haber 6 mujeres emprendedoras con negocios consolidados por cada 10 hombres (véase Tabla 4.3.2).

Al analizar las razones para iniciar un nuevo negocio en función de la edad y el sexo, se pone de manifiesto que la ratio de mujeres que inician el negocio por oportunidad con respecto a las que lo inician

por necesidad es menor que en el caso de los hombres en todos los grupos de edad, excepto en el colectivo más joven (18-24 años). Entre las mujeres senior por cada una que emprende por necesidad hay 1,6 que lo hace por oportunidad, mientras que, en el caso de los hombres dicha ratio se eleva a 2,6. La Tabla 4.3.3 muestra esta información con mayor detalle.

4.3.3. Personas emprendedoras senior en fase inicial y con empresa consolidada en España por número de empleos creados

Casi el 54% de personas emprendedoras senior no genera inicialmente ningún puesto de trabajo (autoempleo) frente a un 37% que genera entre uno y cinco. Tan solo un 2,6% genera 20 empleos o más (véase Tabla 4.3.4).

Una vez que su negocio se ha consolidado, el porcentaje del colectivo emprendedor senior que tiene entre 9 y 19 trabajadores alcanza el 7,5%, mientras que el 3,5% de sus empresas superan los 20 empleados, como se observa en la Tabla 4.3.5.

4.3.4. Personas emprendedoras senior en fase inicial y con empresa consolidada en España por sector de actividad

El colectivo emprendedor senior en fase inicial se dedica principalmente al comercio minorista, hos-

telería y restauración (28,6%), seguidos de agricultura, silvicultura y pesca (12%), servicios profesionales (11,8%), gobierno, salud, educación y servicios sociales (11,5%) y fabricación (8,5%). Así, algo más del 70% del emprendimiento senior en España entre el periodo 2015-2019 en su fase inicial se orienta a estas cinco actividades. Ciertamente es que también estos sectores son los principales para otros grupos de edad a excepción del agrícola (véase Tabla 4.3.6).

El colectivo emprendedor senior en fase consolidada sigue un patrón de conducta similar al descrito anteriormente (véase Tabla 4.3.7).

4.3.5. Emprendedores senior en fase inicial y consolidada en España según el grado de uso de la tecnología

El 9,1% de las personas emprendedoras senior que iniciaron una iniciativa emprendedora entre 2015 y 2018 utilizaron últimas tecnologías, mientras que en el 15,7% de los casos la tecnología empleada

Tabla 4.3.4. Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y número de empleos creados. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
0 empleos	57,2%	52,8%	53,1%	50,0%	53,5%
1-5 empleos	36,7%	41,9%	39,0%	41,0%	37,1%
9-19 empleos	3,0%	4,4%	6,5%	6,6%	6,8%
Más de 20 empleos	3,0%	0,8%	1,3%	2,4%	2,6%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.3.5. Personas emprendedoras consolidadas por grupo de edad y número de empleos creados. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
0 empleos	43,1%	45,1%	43,2%	47,5%	48,1%
1-5 empleos	43,1%	46,1%	46,1%	42,1%	40,9%
9-19 empleos	10,3%	7,1%	7,7%	7,9%	7,5%
Más de 20 empleos	3,4%	1,7%	3,0%	2,6%	3,5%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.3.6. Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y sector de actividad. Promedio del periodo 2015-2019

Sector	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Agricultura, silvicultura, pesca	6,0%	4,1%	1,4%	5,1%	12,0%
Minería, construcción	1,4%	2,4%	4,7%	5,7%	3,8%
Fabricación	4,9%	6,1%	6,8%	8,8%	8,5%
Utilización, transporte, almacenamiento	2,0%	2,5%	3,2%	4,9%	4,1%
Comercio al por mayor	3,2%	4,5%	5,0%	6,4%	6,0%
Comercio minorista, hoteles y restaurantes	22,1%	29,4%	30,6%	28,3%	28,6%
Información y comunicación	15,2%	7,2%	5,7%	4,6%	3,3%
Intermediación financiera, actividades inmobiliarias	3,2%	2,0%	4,2%	2,9%	4,4%
Servicios profesionales	14,1%	15,2%	16,2%	12,4%	11,8%
Servicios administrativos	5,2%	3,8%	4,2%	4,3%	3,2%
Gobierno, salud, educación, servicios sociales	18,4%	19,5%	15,7%	13,9%	11,5%
Actividades de servicios personales / al consumidor	4,3%	3,3%	2,5%	2,7%	2,7%

Fuente: APS GEM España.

tenía una antigüedad comprendida entre 1 y 5 años (véase Tabla 4.3.8). Sin embargo, los colectivos más jóvenes emplean tecnologías más actuales en un porcentaje muy superior. Unas diferencias esperadas por la brecha digital intergeneracional existente que trasciende al fenómeno emprendedor pero que lógicamente afecta.

En el caso del colectivo empresarial senior consolidado el uso de las tecnologías más recientes es mucho más reducido, aunque esto mismo sucede con los colectivos más jóvenes, como se observa en la Tabla 4.3.9. Estos bajos niveles en innovación tecnológica pueden deberse más a inercias de funcionamiento que a la ignorancia o resistencia a

Tabla 4.3.7. Personas emprendedoras con empresa consolidada por grupo de edad y sector de actividad. Promedio del periodo 2015-2019

Sector	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Agricultura, silvicultura, pesca	10,3%	11,3%	9,2%	12,4%	14,9%
Minería, construcción	3,4%	5,6%	6,8%	6,9%	7,1%
Fabricación	6,9%	5,6%	7,5%	7,9%	8,8%
Utilización, transporte, almacenamiento	3,4%	3,5%	4,2%	4,9%	4,4%
Comercio al por mayor	3,4%	4,2%	6,0%	6,3%	5,5%
Comercio minorista, hoteles y restaurantes	29,3%	31,6%	24,9%	25,0%	28,5%
Información y comunicación	1,7%	3,3%	2,9%	2,8%	1,5%
Intermediación financiera, actividades inmobiliarias	1,7%	2,2%	2,9%	3,5%	3,4%
Servicios profesionales	5,2%	12,9%	16,6%	15,2%	11,3%
Servicios administrativos	6,9%	3,1%	3,6%	2,7%	2,4%
Gobierno, salud, educación, servicios sociales	20,7%	14,4%	13,8%	10,8%	10,9%
Actividades de servicios personales / al consumidor	6,9%	2,4%	1,7%	1,5%	1,3%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.3.8. Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y el grado de uso de la tecnología. Promedio del periodo 2015-2018

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Última tecnología	18,9%	12,0%	10,4%	10,9%	9,1%
Nueva tecnología (1-5 años)	23,6%	19,5%	19,5%	20,0%	15,7%
Tecnología madura	57,5%	68,5%	70,1%	69,1%	75,2%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.3.9. Personas con empresa consolidadas por grupo de edad y el grado de uso de la tecnología. Promedio del periodo 2015-2018

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Última tecnología	4,1%	5,3%	5,6%	5,2%	4,3%
Nueva tecnología (1-5 años)	10,2%	15,5%	10,3%	11,5%	8,6%
Tecnología madura	85,7%	79,1%	84,1%	83,3%	87,1%

Fuente: APS GEM España.

adoptar nuevas tecnologías cuando se diseña un modelo de negocio desde cero.

4.3.6. *Emprendedores senior en la fase inicial y consolidada en España según la orientación a la internacionalización*

El colectivo emprendedor senior en España en su etapa inicial presentan una elevada tendencia a la internacionalización en comparación con otros segmentos de edad. Así, el 11,4% de ellos exporta más del 26% de su producción (véase Tabla 4.3.10). No obstante, a medida que los negocios se consolidan (véase Tabla 4.3.11), su orientación internacional se va reduciendo hasta posicionar la cifra anterior en el 6,4%, solo superada por el colectivo más joven (18-24 años).

4.4. Factores que influyen en el emprendimiento senior en España

A continuación, se analizan los factores que, de acuerdo con la literatura académica, tienen un

mayor impacto sobre el emprendimiento senior. Estos aparecen agrupados en factores sociodemográficos (educación, ocupación y nivel de ingresos), percepciones y actitudes emprendedoras (modelos de referencia, percepción de oportunidad, percepción de conocimientos y habilidades y miedo al fracaso), y factores culturales (emprendimiento como opción profesional, estatus social de los emprendedores, difusión de noticias sobre emprendedores).

4.4.1. *Factores sociodemográficos: educación, ocupación y nivel de ingresos*

De cada cuatro emprendedores senior, uno tiene educación primaria, dos educación secundaria y otro un título superior. El colectivo de 45-54 años muestra una distribución similar. En el grupo de 25-44 años tiene un nivel de educación superior más elevado que el colectivo senior. La Tabla 4.4.1 detalla la información anterior.

El colectivo emprendedor senior en fase inicial son fundamentalmente auto empleados (88,5%, lo cual es similar para todas las edades; véase Tabla 4.4.2).

Tabla 4.3.10. Personas emprendedoras en la fase inicial por grupo de edad y la orientación a la internacionalización. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
76%-100%	1,6%	2,4%	3,2%	4,6%	4,0%
26%-75%	6,9%	4,3%	5,0%	5,1%	7,4%
1%-25%	17,0%	17,1%	17,7%	17,8%	15,0%
Ninguno	74,4%	76,2%	74,1%	72,5%	73,7%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.3.11. Personas con empresa consolidada por grupo de edad y la orientación a la internacionalización. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
76%-100%	5,1%	2,4%	1,9%	2,3%	2,3%
26%-75%	5,1%	3,7%	4,0%	2,8%	4,1%
1%-25%	16,9%	18,4%	17,2%	17,8%	15,8%
Ninguno	72,9%	75,5%	76,9%	77,0%	77,7%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.4.1. Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y nivel de educación. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Primaria	10,9%	8,3%	10,1%	18,0%	25,8%
Secundaria	71,3%	58,3%	57,4%	56,1%	47,8%
Terciaria	16,3%	29,6%	29,8%	23,6%	23,5%
Post terciaria (máster y doctorado)	1,4%	3,9%	2,7%	2,4%	2,8%

Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.4.2. Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y nivel de ocupación. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
A tiempo completo o parcial	2,9%	2,0%	2,0%	2,1%	1,8%
Solo a tiempo parcial	4,0%	1,3%	0,8%	0,6%	0,7%
Retirado	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	2,2%
Amo/a de casa	0,0%	0,3%	0,7%	0,6%	1,1%
Estudiante	10,2%	0,8%	0,3%	0,3%	0,0%
Sin empleo	5,8%	6,1%	4,6%	6,8%	5,7%
Auto empleo	77,1%	89,4%	91,6%	89,4%	88,5%

Fuente: APS GEM España.

Tan solo el 2,5% están trabajando a tiempo completo o parcial, el 2,2% están retirados y el 5,7% carecen de empleo.

Cuatro de cada diez personas emprendedoras senior en España entre 2015 y 2019 presentan un nivel de ingresos alto, y otros cuatro obtienen unos ingresos bajos. En los colectivos más jóvenes, comprendidos entre los 18 y 44 años, se observa una mayor representación de los individuos con renta más alta (entre el 46% y el 48%) y una menor representación de los individuos con renta más baja (entre el 27% y el 31%). El menor porcentaje para todos los grupos de edad se corresponde con las personas de un nivel medio de renta. El Gráfico 4.4.1 muestra los datos anteriores.

4.4.2. Percepciones y actitudes emprendedoras: modelos de referencia, percepción de oportunidades, percepción de conocimientos y habilidades, miedo al fracaso

El 36,3% del colectivo emprendedor senior en fase inicial declara percibir oportunidades, aunque dicho porcentaje se encuentra muy por debajo del resto de los colectivos, como se muestra en el Gráfico 4.4.2.

Las personas emprendedoras senior disponen de una menor red de contactos que los más jóvenes. Como se observa en el Gráfico 4.4.3, tan solo el 54,6% de los mayores de 55 años que inician una aventura empresarial declaran conocer a algún emprendedor, frente al 68,1% de los jóvenes comprendidos entre 25 y 34 años.

El 80,9% del colectivo emprendedor senior en España perciben que tienen los conocimientos y habilidades necesarios para emprender. Esta cifra, pese a ser muy elevada, se encuentra ligeramente por debajo del colectivo con entre 25 y 54 años (como se muestra en el Gráfico 4.4.4).

El miedo a emprender afecta al 30,1% del colectivo emprendedor senior. Esta tasa es similar al resto de los colectivos de edad a partir de 25 años, como

se muestra en el Gráfico 4.4.5. Los jóvenes entre 18 y 24 años manifiestan menos miedo al fracaso que el resto.

4.4.3. Percepción sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento: emprendimiento como opción profesional, estatus social, difusión de noticias sobre emprendedores

El 53,8% del colectivo emprendedor senior en fase inicial reconoce que emprender es una buena opción profesional. El colectivo más joven, con edades comprendidas entre 18 y 24 años, es el que porcentualmente considera mejor dicha alternativa (véase Gráfico 4.4.6).

La mitad del colectivo emprendedor senior en su fase inicial reconocen que el emprendimiento tiene un alto valor social.

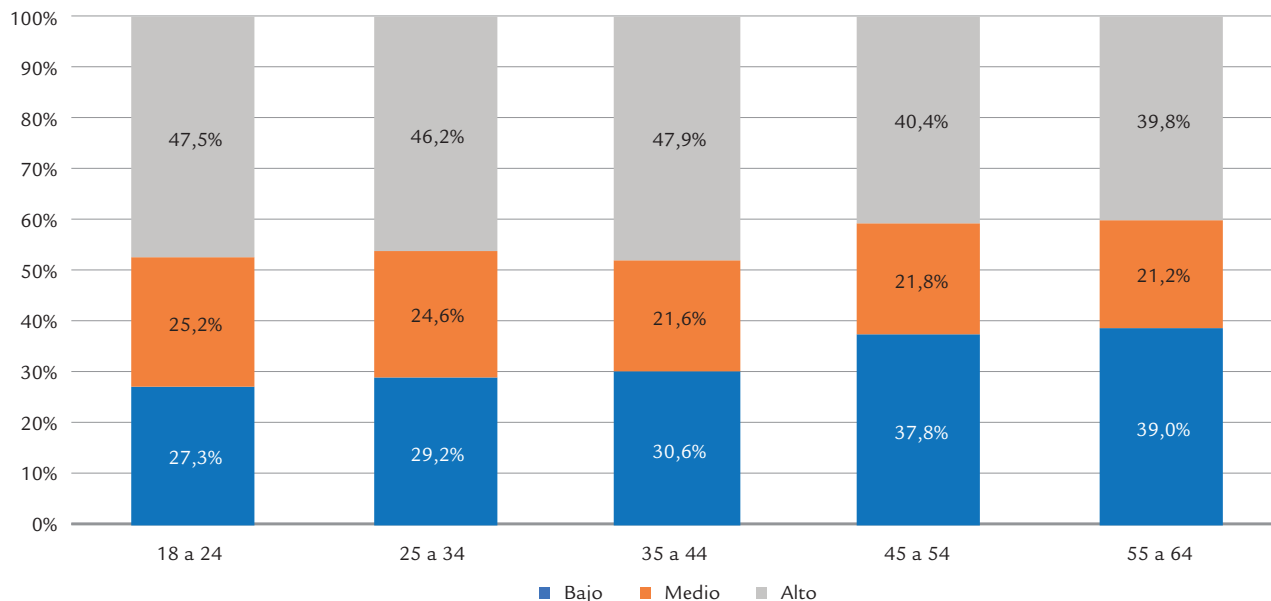
Casi 6 de cada 10 personas emprendedoras senior en fase inicial reconocen que en España existe una elevada difusión de noticias sobre emprendedores (véase Gráfico 4.4.8). Este porcentaje es el más alto de todos los grupos de edad.

4.4.4. Otros aspectos de interés sobre el emprendimiento senior: relación con los inversores informales y cese de la actividad emprendedora

El colectivo de emprendedores senior en España en el periodo 2015-2019 que se financiaron a través de inversores informales, obtuvieron los fondos fundamentalmente a partir de familiares directos (40%), amigos o conocidos (23,8%), desconocidos, debido a una buena idea de negocio (15%) y compañeros de trabajo (7,5%). La Tabla 4.4.3 muestra los datos comparativos con los distintos grupos de edad.

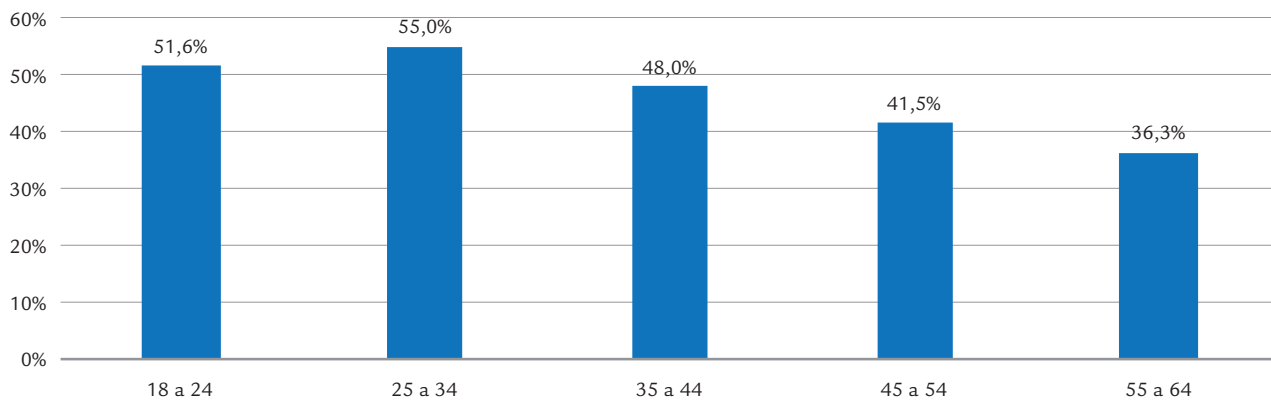
Los emprendedores de mayor edad han presentado una tasa de discontinuidad de su actividad en los últimos doce meses más elevada que el resto de grupos de edad, con la excepción de la correspon-

Gráfico 4.4.1. Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y nivel de ingresos. Promedio del periodo 2015-2019



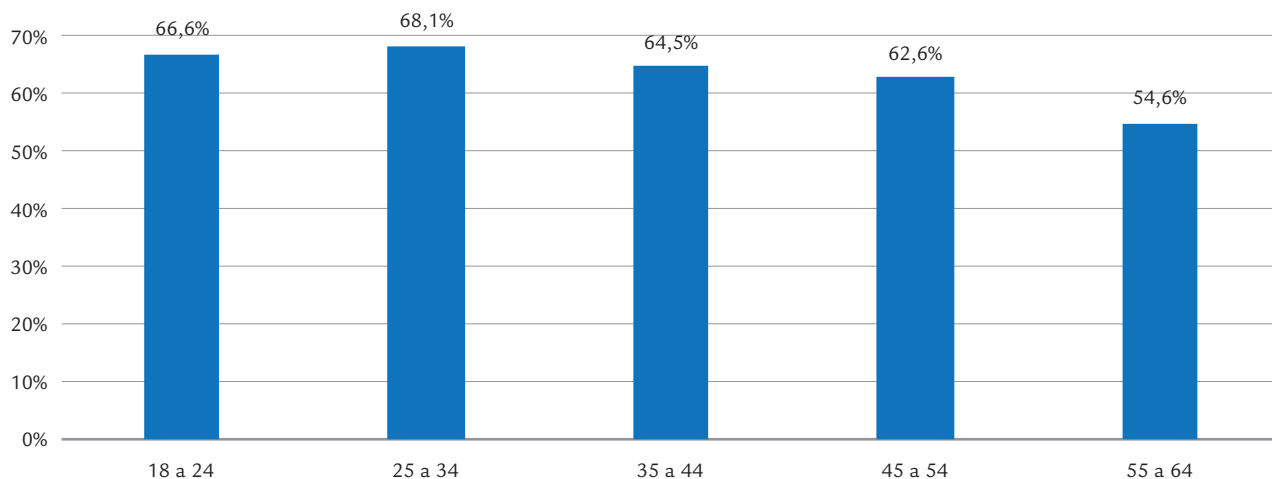
Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.4.2. Personas emprendedoras en fase inicial que declaran percibir una oportunidad en el mercado por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



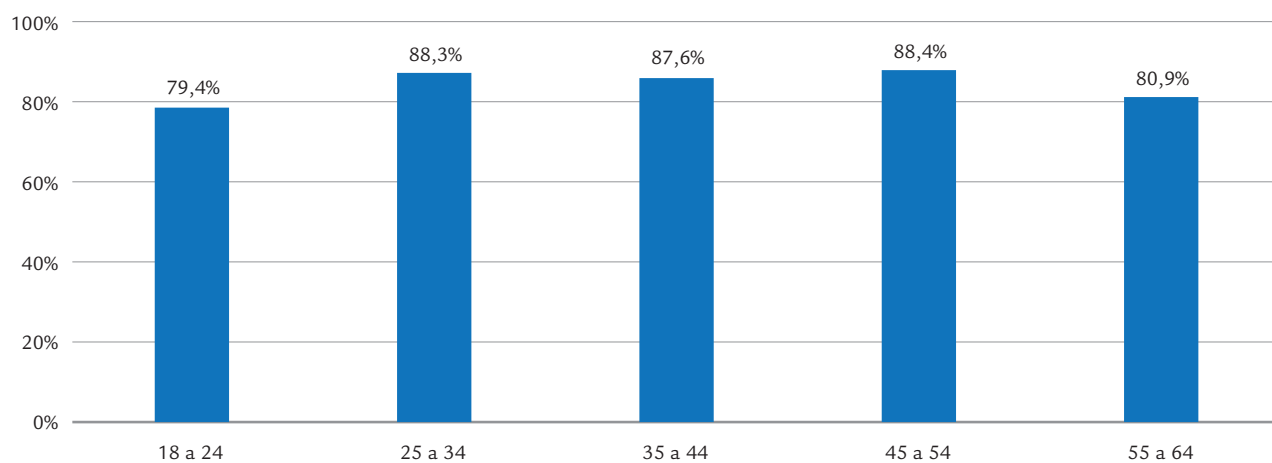
Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.4.3. Personas emprendedoras en fase inicial que declaran conocer a un emprendedor por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



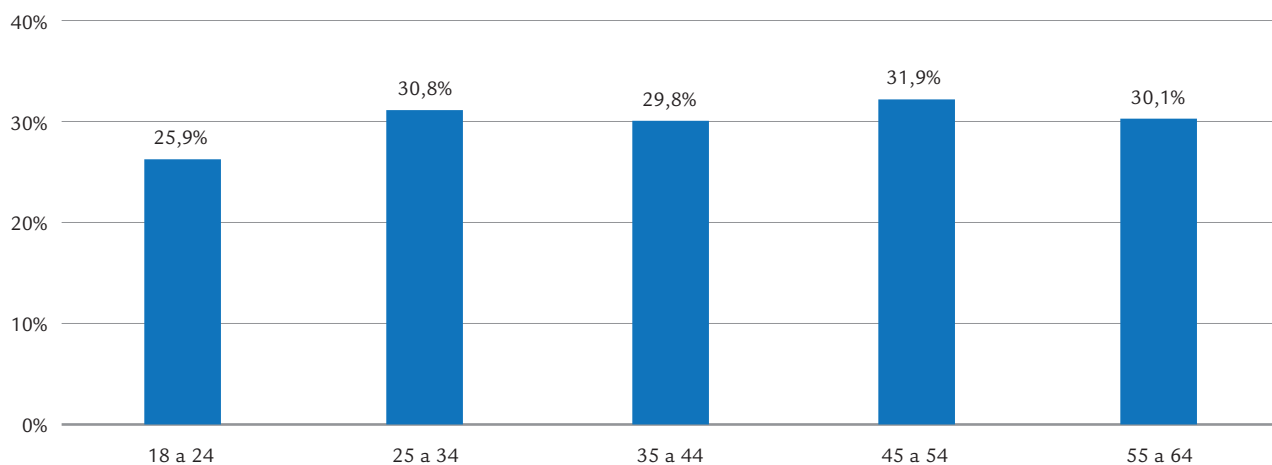
Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.4.4. Personas emprendedoras en fase inicial que declaran percibir que tienen los conocimientos y habilidades para emprender por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



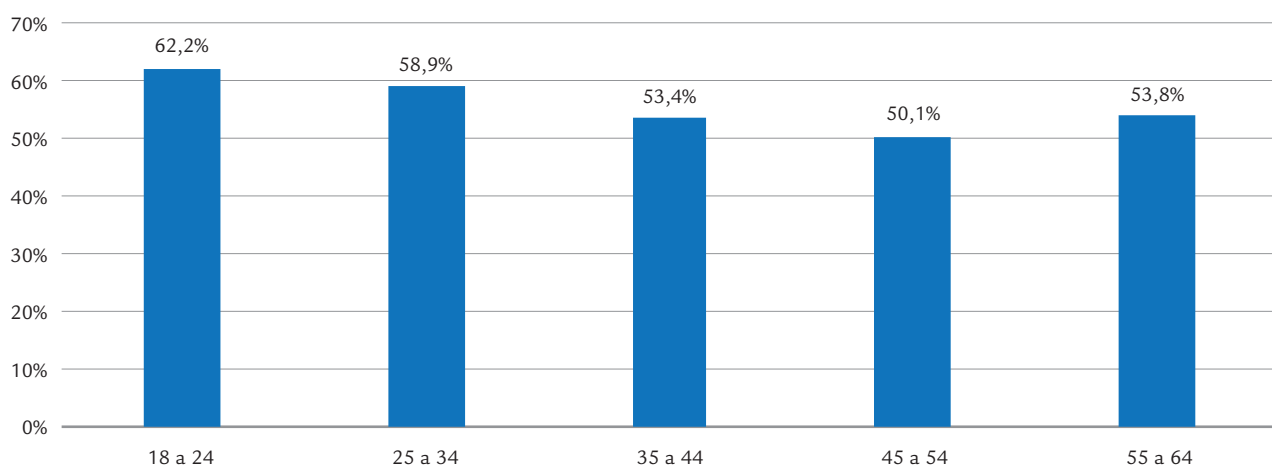
Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.4.5. Personas emprendedoras en fase inicial que declaran miedo al fracaso para emprender por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



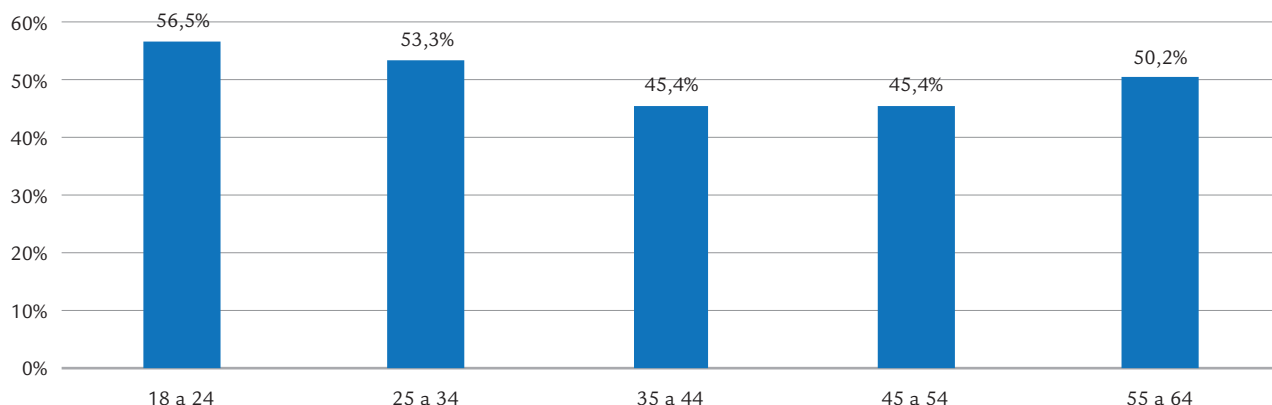
Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.4.6. Personas emprendedoras en fase inicial que reconocen emprender como opción profesional por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.4.7. Personas emprendedoras en fase inicial que reconocen que el emprendimiento tiene un alto valor social por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



Fuente: APS GEM España.

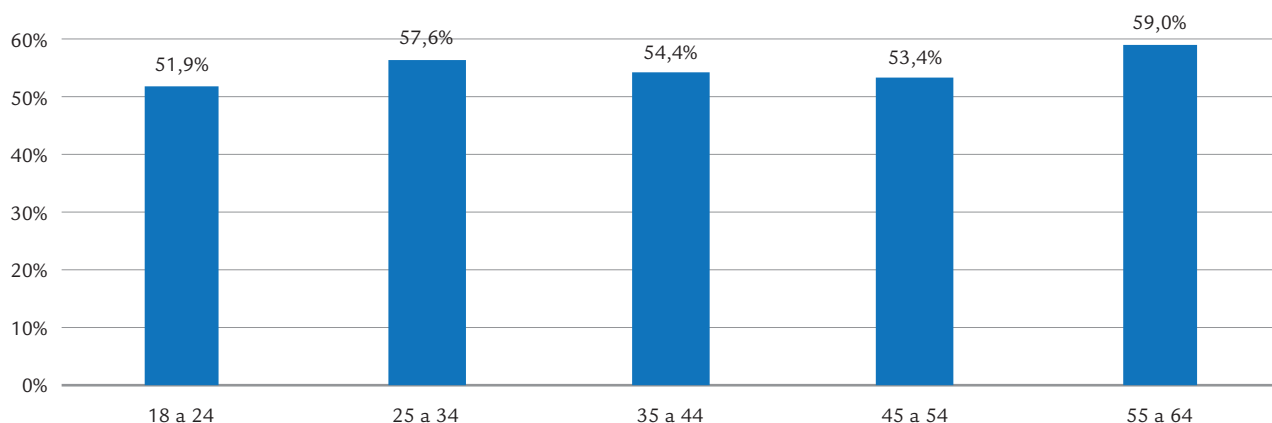
diente al colectivo de 45-54 años, como se observa en el Gráfico 4.4.9.

Entre las razones más relevantes que justifican el cese del colectivo senior se encuentran que el negocio no era rentable (30%), los motivos personales o familiares (25%), problemas para obtener financiación (10%) y la oportunidad para vender el negocio (10%).

4.5. Conclusiones y recomendaciones

El apoyo al emprendimiento en España se ha extendido en años recientes mediante los programas genéricos para emprendedores. Para algunos colectivos pertenecientes a grupos infrarrepresentados se han desarrollado estrategias específicas, con políticas concretas, de cara a favorecer lo que se ha dado en denominar “emprendimiento inclusivo”, no

Gráfico 4.4.8. Personas emprendedoras en fase inicial que reconocen que en España hay una alta difusión de noticias sobre emprendedores por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



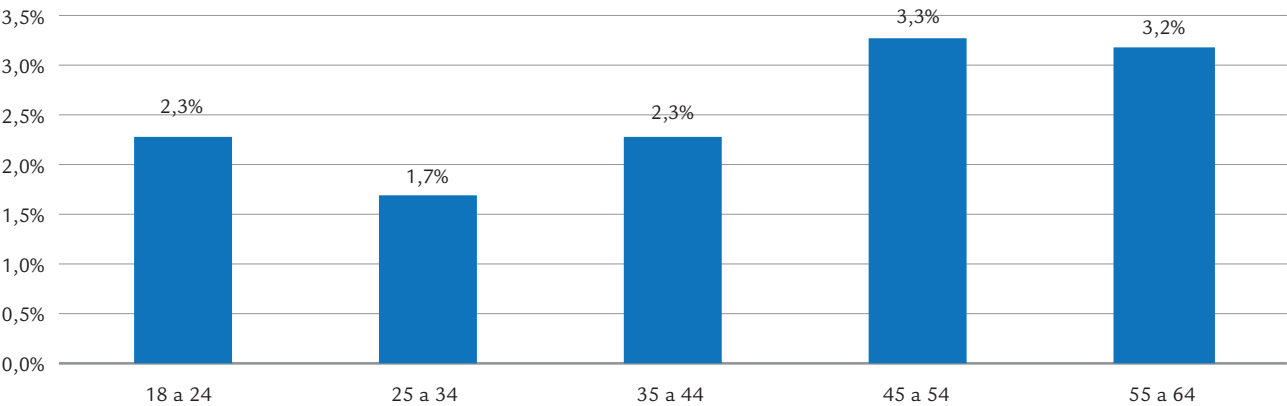
Fuente: APS GEM España.

Tabla 4.4.3. Relación del origen de la inversión informal con el emprendedor por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Familiar directo	15,2%	44,8%	32,8%	24,5%	40,0%
Otros familiares consanguíneos o políticos	2,2%	1,5%	0,8%	9,2%	6,3%
Compañero de trabajo	2,2%	3,0%	8,4%	13,3%	7,5%
Amigo o vecino	78,3%	34,3%	38,7%	26,5%	23,8%
Inversores especializados (<i>business angels</i>)	2,2%	13,4%	10,9%	8,2%	15,0%
Otro caso	0,0%	3,0%	8,4%	18,4%	7,5%

Fuente: APS GEM España.

Gráfico 4.4.9. Personas emprendedoras en fase inicial que han cesado su actividad en los últimos 12 meses por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019



Fuente: APS GEM España.

obstante, según indica la OCDE en su documento *Inclusive entrepreneurship policies country assesment notes Spain* (OCDE, 2020), en lo que se refiere al colectivo senior, apenas se han tomado medidas específicamente diseñadas para ellos.

De acuerdo con el informe citado anteriormente, las diferencias en las tasas de emprendimiento en fase inicial entre los distintos grupos de población sugieren que en España hay muchas personas emprendedoras “perdidas”, lo que denominan *missing entrepreneurs*. En 2019, había alrededor de 1,6 millones de emprendedores en fase inicial en España y este número aumentaría en unos 608.000

si la tasa de emprendimiento en fase inicial para los hombres de edad básica (30-49 años) se aplicara a toda la población. Se puede hacer un ejercicio similar para cada grupo de población, aplicando la tasa de los hombres en edad central a cada grupo (es decir, mujeres, jóvenes, personas mayores, inmigrantes). Esto nos llevaría a que, alrededor del 60% de estas personas emprendedoras “perdidas” son senior (tiene más de 50 años), lo que está ligeramente por encima de la media de la UE.

Las políticas públicas no tienen que tratar de convertir a todos estos emprendedores “perdidos” en emprendimientos reales. El emprendimiento es

Tabla 4.4.4. Razones para cesar el negocio por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019

	Grupos de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Tuvo una oportunidad de vender el negocio	16,7%	14,8%	6,5%	6,8%	10,0%
El negocio no era rentable	0,0%	40,7%	54,3%	36,4%	30,0%
Problemas para obtener financiación	33,3%	0,0%	4,3%	4,5%	10,0%
Encontró otro trabajo u oportunidad de negocio	0,0%	14,8%	4,3%	6,8%	5,0%
El cierre fue planificado con antelación	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Motivos personales o familiares	16,7%	7,4%	13,0%	18,2%	25,0%
Otras	33,3%	18,5%	17,4%	27,3%	20,0%

Fuente: APS GEM España.

una actividad que implica riesgo y no es apta para todos. No obstante, este ejercicio de estimación del volumen de personas emprendedoras potenciales puede ilustrar la magnitud de las carencias en materia de emprendimiento y los beneficios potenciales si se redujeran algunas de las diferencias en las tasas de actividad en el caso de España.

Existen muy pocos programas públicos de emprendimiento específicos para personas mayores. En 2019, la Red de Mujeres Profesionales de Madrid puso en marcha el programa “M+50 Emprende”. Este programa es una línea de trabajo para fomentar el emprendimiento entre las mujeres mayores de 50 años. Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Social Europeo y la Dirección General de la Mujer. El proyecto incluye la organización de talleres para facilitar el emprendimiento, un programa de formación y apoyo y tutoría. También ayuda a las emprendedoras a buscar financiación para sus proyectos.

No existen medidas específicas a nivel nacional para promover el espíritu empresarial de los mayores, pero se han desarrollado algunas acciones en el sector privado como las recogidas en los tres boxes de este capítulo: Los Premios +50 emprende apoyados por Generación Savia y el programa 50Pro.

Y otras iniciativas híbridas público-privadas como los Premios Emprendedor XXI gestionados por CaixaBank y ENISA, que incluyen galardones regionales y sectoriales y se dirigen a empresas jóvenes (de hasta 3 años y medio) con un enfoque en la

experiencia de los fundadores/socios en el sector. Aunque no se dirige directamente a los mayores, el enfoque del premio hace que los premiados sean frecuentemente mayores de 50 años.

Por último, desde el punto de vista regulatorio, cabe considerar que el sistema de la Seguridad Social ofrece a los mayores de 65 años la posibilidad de permanecer en la actividad con cotizaciones sociales reducidas. Esta jubilación activa está regulada por el Real Decreto Ley 5/2013 tanto para trabajadores/as por cuenta ajena como por cuenta propia. La ley permite cobrar la pensión de jubilación mientras se emprende un negocio. Para poder acceder a ella hay que tener 65 años y al menos 36 de cotización. Las empresas con personas empleadas reciben el 100% de la pensión correspondiente, mientras que aquellas sin empleados reciben el 50% de esa cantidad. En 2019 había 58.469 personas que compaginaban jubilación y trabajo en España. Los trabajadores/as autónomos suelen estar en desventaja respecto a la jubilación. Los/as autónomos pueden elegir libremente su nivel de cotización (por encima del mínimo legal). La gran mayoría (82%) paga este nivel mínimo legal, lo que da lugar a una prestación de jubilación baja. En general, las pensiones de los autónomos jubilados son un 41% más bajas que las de los asalariados jubilados.

Entre la población senior se encuentra abundancia de talento y experiencia, cultura del esfuerzo, capacidad de negociación, destreza en la toma de

Box 3. Gloria Juste, directora de proyectos de Fundación Endesa

Generación SAVIA es un proyecto sin ánimo de lucro impulsado por la Fundación Endesa en colaboración con la Fundación Máshumano. Su objetivo es promover un necesario cambio cultural sobre un colectivo que se estima en cerca de 940.000 profesionales mayores de 50 años, que han sido desvinculados prematuramente de sus trabajos. Un cambio cultural que además ofrece soluciones al tejido social y empresarial español (PYMEs, *start-ups* y ONGs) con grandes profesionales, dotados de talento y experiencia para su crecimiento y desarrollo.

Bajo esta premisa nace SAVIA como punto de encuentro entre personas, instituciones y empresas que quiere contribuir a potenciar las oportunidades de desarrollo y empleabilidad de los profesionales senior. A tal fin, aglutina servicios y recursos, genera actividad e inspira cambios para poner en valor la experiencia y el talento de toda una generación: LA GENERACIÓN SAVIA.

Y es que el talento senior representa en la actualidad un activo vital y del que no podemos prescindir en nuestro país. Por ello, quieren aportar soluciones efectivas a la optimización de dicho talento y hacerlo desde dos dimensiones: la necesidad que tienen los profesionales senior por seguir trabajando y aportando a la sociedad y, por otro, la necesidad que existe en el mundo empresarial y, especialmente, en las empresas, PYMEs, *start-ups* y ONGs de captar este talento.

En este contexto, consideran que es una obligación social y nuestra responsabilidad, pero también una gran oportunidad para el tejido empresarial, trabajar para mejorar la empleabilidad y el retorno al mercado de trabajo de aquellos profesionales que mejor lo conocen.

Desde su creación en 2018, Generación SAVIA se ha convertido en una plataforma digital que da servicio de manera gratuita a todos los profesionales mayores de 50 años localizados en España. Una red que hoy aglutina a más de 30.000 seniors registrados y 450 organizaciones y empresas conectando con dicho talento. Además, SAVIA cuenta con el apoyo de cerca de 170 herramientas y recursos aportados por distintos colaboradores que creen e impulsan al talento senior. Estas herramientas exclusivas para los usuarios y adaptadas a sus necesidades profesionales, les permiten seguir siendo empleados atractivos al mercado de trabajo.

decisiones y resolución de problemas, resiliencia, una cierta renta acumulada y capacidad de emprendimiento. Sin embargo, es preciso que se incentive la permanencia de talento en el mercado laboral y el inicio de nuevas iniciativas emprendedoras.

Por todo ello, creemos necesario que los gobiernos impulsen políticas de promoción y desarrollo del emprendimiento para este segmento poblacional

de la misma manera que lo hacen con el colectivo de personas emprendedoras jóvenes.

4.6. Referencias bibliográficas

Acs, Z. y Amorós, J. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.

- Amorós, J., Felzensztein, C. y Gimmon, E. (2013). Entrepreneurial opportunities in peripheral versus core regions in Chile. *Small Business Economics*, 40(1), 119-139.
- Bosma, N. y Schutjens, V. (2011). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of Regional Science*, 47(3), 711-742.
- Coduras, A., Velilla, J. y Ortega, R. (2018). Age of the entrepreneurial decision: Differences among developed, developing, and non-developed countries. *Economics and Business Letters*, 7(1), 36-46.
- Cossette, J., Mélançon, S. y Desbiens, C. (2010). *Le renouvellement de l'entrepreneuriat au Québec: un regard sur 2013 et 2018*. Ministère du développement économique de l'innovation et de l'exportation. Direction générale des communications et des services à la clientèle.
- European Commission (2018). *The Ageing Report: Economic and budgetary projections for the EU Member States (2016-2070)*.
- Figueiredo, E. y Paiva, T. (2018). Senior entrepreneurship and qualified senior unemployment: The case of the Portuguese Northern region. *Journal of Small Business and Enterprise*, 26, 342-362.
- Halabisky, D. (2012). Entrepreneurial Activities in Europe – Senior Entrepreneurship, *OECD Employment Policy Papers*, 2.
- Harms, R., Luck, F., Kraus, S. y Walsh, S. (2014). On the motivational drivers of gray entrepreneurship: An exploratory study. *Technological Forecasting and Social Change*, 89, 358-365.
- Kahn, H. (2013). *Five hours a day. Systemic innovation for an ageing population*. UK: Nesta.
- Kautonen, T. (2013). *Senior Entrepreneurship: A Background Paper for the OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development*. Turku: University of Turku, LEED.
- Kautonen, T. (2012). Do age-related social expectations influence entrepreneurial activity in later life? *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 13(3), 179-187.
- Kautonen, T. (2008). Understanding the older entrepreneur: Comparing third age and prime age entrepreneurs in Finland. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 3(3), 3-13.
- Kautonen, T., Kibler, E. y Minniti, M. (2017). Late-career entrepreneurship, income and quality of life. *Journal of Business Venturing*, 32, 318-333.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M. y Torniskoski, E. (2011). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697-707.
- Maâlaoui, A. y Razgalla H.M. (2019). Introduction: senior entrepreneurship: from shadows to light. *Handbook of Research on Elderly Entrepreneurship*, 1-14.
- OCDE (2020). *Inclusive entrepreneurship policies, country assessment notes Spain*.
- Oelckers, F. (2015). Emprendimiento en la Tercera Edad: Una Revisión de la Situación Actual. *Journal of Technology Management & Innovation*, 10(3), 143-153.
- Platman, K. (2004). Flexible Employment in Later Life: Public Policy Panaceas in the Search for Mechanisms to Extend Working Lives. *Social Policy & Society*, 3(2), 181-188.
- Perenyi, A., Zolin, R. y Maritz, A. (2018). The perceptions of Australian senior entrepreneurs on the drivers of their entrepreneurial activity. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 81-103.
- Rossi, M. (2009). L'Entrepreneur Senior: Caractéristiques, perceptions de l'Entrepreneuriat et motivation entrepreneuriale chez les plus de 55 ans en Suisse, In Communication présentée au 6e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sophia Antipolis.
- Singh and De Noble, A. (2003). Early Retirees as the Next Generation of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 207-226.
- Soto-Simeone, A. y Kautonen, T. (2020). Senior entrepreneurship following unemployment: a social identity theory perspective. *Review of Managerial Science*.
- Tornikoski, E., Kautonen, T. y Le Loarne, S. (2012). Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale. *Revue Française de Gestion*, 38(227), 95-109.
- Torres, A.J., Leporati, M. y Roses, S.D. (2021). Factors influencing senior entrepreneurship in Chile. A GEM perspective. *Esic Market Economics and Business Journal*, 52, issue 2.
- Vodă, A., Butnaru, G. y Butnaru, R. (2020). Enablers of Entrepreneurial Activity across the European Union – An Analysis Using GEM Individual Data. *Sustainability*, 12(3), 1022.
- Wainwright, T., Kibler, E., Kautonen, T. y Blackburn, R. (2015). One Size Does Not Fit All: Uncovering Older Entrepreneur Diversity through Motivations, Emotions and Mentoring Needs. *Entrepreneurship, Self-Employment and Retirement*, 42-66.
- Weber, P. y Schaper, M. (2004). Understanding the grey entrepreneur. *Journal of Enterprising Culture*, 12(2), 147-164.

Listado de temas monográficos estudiados en Informes GEM España

Año	Temática	Participantes	Institución
2013	La ley de Emprendimiento	José Ruiz Navarro	Universidad de Cádiz. GEM Andalucía
		Carmen Cabello Medina	Universidad Pablo Olavide
		Raúl Medina Tamayo	Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz
		Enrique Sanjuán y Muñoz(*)	Magistrado especialista en asuntos mercantiles por el CGPJ
		Rodolfo Benito Valenciano(*)	Presidente de la Fundación 1º de Mayo
		Pilar Andrade(*)	Presidenta de CEAJE
		Ángel Luis Gómez(*)	Secretario General de CEAJE
2013	La Financiación en España	Jon Hoyos	Universidad del País Vasco. GEM País Vasco
2014	Emprendimiento Social	Alicia Rubio Bañón	Universidad de Murcia. GEM Murcia
		Antonio Aragón Sánchez	Universidad de Murcia. GEM Murcia
		Catalina Nicolás Martínez	Universidad de Murcia. GEM Murcia
		Andrea Pérez Ruiz	Universidad de Cantabria. GEM Cantabria
2014	Educación en Emprendimiento	Rosa M. Batista Canino	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. GEM Canarias
		Ana Fernández-Laviada	Universidad de Cantabria. GEM Cantabria
		María del Pino Medina Brito	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
		Nuria Nevers Esteban Lloret	Universidad de Murcia. GEM Murcia
		Inés Rueda Sampedro	Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
		Lidia Sánchez Ruiz	Universidad de Cantabria. GEM Cantabria
2015	Emprendimiento Corporativo	Maribel Guerrero	Deusto Business School. Universidad de Deusto. GEM País Vasco
		Andreu Turró	Universitat Autònoma de Barcelona
		David Urbano	Universitat Autònoma de Barcelona. GEM País Vasco
		Isidro de Pablo(*)	Universidad Autónoma de Madrid. GEM C. Madrid
		Mariangélica Martínez(*)	Mondragon Unibertsitatea & MIK Research
		Nerea González(*)	Mondragon Unibertsitatea & MIK Research. GEM País Vasco
2015	Organismos y medidas de apoyo al emprendedor en España	Alicia Rubio Bañón	Universidad de Murcia. GEM Murcia
		M.ª José Torres Sánchez	Universidad de Murcia

Año	Temática	Participantes	Institución
2016	La percepción de la innovación social en España	Daniel Alonso-Martínez Nuria González Álvarez Mariano Nieto	GIDE (Grupo de Investigación en Dirección de Empresas), Universidad de León, http://gide.unileon.es . GEM Castilla y León
2016	Multiculturalidad y emprendimiento	José Aguado Romero Gabriel García-Parada Arias Manuel Hernández Peinado Lázaro Rodríguez Ariza	Universidad de Granada. GEM Ceuta
2017-2018	Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras: una perspectiva internacional	Guillermo Andrés Zapata Huamaní Sara Fernández López Isabel Neira Gómez	Facultade de Administración e Dirección de Empresas. Universidade de Santiago de Compostela, GEM Galicia
2017-2018	Iniciativas emprendedoras de profesores e investigadores de instituciones de investigación. Las Empresas Basadas en el Conocimiento (EBC)	Isidro de Pablo López José de No Sánchez de León	Centro de Iniciativas Emprendedoras-CIADE. Universidad Autónoma de Madrid. GEM C. Madrid
2018-2019	La travesía desde la concepción de la idea de negocio a la realidad empresarial	José L. González-Pernía Maribel Guerrero Javier Montero Iñaki Peña-Legazkue	Deusto Business School Newcastle Business School Universidad de Zaragoza Deusto Business School
2018-2019	Creación de empresas y crecimiento en España: ambición y capacidades	José Ruiz Navarro Carmen Camelo Ordaz Juan Pablo Díanez González Raúl Estrada Lavilla José Bayón(*) Carlos Barrabés(*) Antón Costas(*)	Universidad de Cádiz Universidad de Cádiz Universidad de Cádiz SUOLUO Co-Founder & VP of Global Expansion Consejero Delegado de ENISA, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo Barrabés Next Catedrático de Economía, Universidad de Barcelona
2019-2020	Mujeres emprendedoras en España: tendencias y retos	María del Mar Fuentes Cristina Díaz García Matilde Ruiz Arroyo Ana María Bojica Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Universidad de Castilla-La Mancha Universidad de Granada Universidad de Granada Universidad de Granada
2019-2020	Emprendimiento en el sector creativo: principales barreras del entorno	Nuria Calvo Loreto Fernández-Fernández Sara Fernández-López Isabel Neira-Gómez David Rodeiro-Pazos	Universidade da Coruña Universidad de Santiago de Compostela Universidad de Santiago de Compostela Universidad de Santiago de Compostela Universidad de Santiago de Compostela

Año	Temática	Participantes	Institución
2020-2021	El impacto de la Covid-19 en la Actividad Emprendedora en España	Maribel Guerrero	Northumbria University (UK), Universidad del Desarrollo (Chile), Lund University (Sweden)
		Isabel Neira	Universidade de Santiago de Compostela
2020-2021	Emprendimiento Senior en España (2015-2019)	Marcelo Leporati	EAE Business School
		Alfonso Jesús Torres Marín	EAE Business School
		Ana Fernández-Laviada	Universidad de Cantabria

(*) Colaboración en la redacción de un Box en el número monográfico.

Índice de tablas

Tabla 1.1.	<i>Balanced Scorecard</i> GEM España 2020-2021	30
Tabla 1.1.1.	Percepción de la población española sobre sus valores y actitudes para emprender en función del sexo, 2020	41
Tabla 1.1.2.	Percepción de la población española sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento en función del sexo, 2020	44
Tabla 1.1.3.	Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en 2020. Análisis por tipo de economía	47
Tabla 1.2.1.	Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los proyectos de negocio nacientes en España en 2020	72
Tabla 1.2.2.	Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2020. Datos por tipo de economía	74
Tabla 1.3.1.	Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el número de empleados con contrato laboral incorporados a trabajar en el negocio en los últimos 12 meses	82
Tabla 1.3.2.	Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en 2020. Análisis por tipo de economía	90
Tabla 2.2.1.	Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en España, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2020	104
Tabla 2.2.2.	Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en España, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2020	105
Tabla 2.2.3.	Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en España, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2020	107
Tabla 2.3.1.	Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España y en sus Comunidades/Ciudades Autónomas en 2020	109
Tabla 4.2.1.	Intención emprendedora por grupo de edad y ocupación. Promedio del periodo 2015-2019	134

Tabla 4.2.2.	Intención emprendedora por grupo de edad y sexo. Promedio del periodo 2015-2019	134
Tabla 4.2.3.	Ratio motivación oportunidad/necesidad por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2018	137
Tabla 4.3.1.	TEA de las personas emprendedoras senior en fase inicial en función del sexo y edad. Promedio del periodo 2015-2019	141
Tabla 4.3.2.	Personas empresarias consolidadas en función del sexo y edad. Promedio del periodo 2015-2019	141
Tabla 4.3.3.	Razones para iniciar un nuevo negocio por grupo de edad y sexo. Promedio del periodo 2015-2018	141
Tabla 4.3.4.	Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y número de empleos creados. Promedio del periodo 2015-2019	142
Tabla 4.3.5.	Personas emprendedoras consolidadas por grupo de edad y número de empleos creados. Promedio del periodo 2015-2019	142
Tabla 4.3.6.	Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y sector de actividad. Promedio del periodo 2015-2019	143
Tabla 4.3.7.	Personas emprendedoras con empresa consolidada por grupo de edad y sector de actividad. Promedio del periodo 2015-2019	143
Tabla 4.3.8.	Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y el grado de uso de la tecnología. Promedio del periodo 2015-2018	144
Tabla 4.3.9.	Personas con empresa consolidadas por grupo de edad y el grado de uso de la tecnología. Promedio del periodo 2015-2018	144
Tabla 4.3.10.	Personas emprendedoras en la fase inicial por grupo de edad y la orientación a la internacionalización. Promedio del periodo 2015-2019	145
Tabla 4.3.11.	Personas con empresa consolidada por grupo de edad y la orientación a la internacionalización. Promedio del periodo 2015-2019	145
Tabla 4.4.1.	Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y nivel de educación. Promedio del periodo 2015-2019	145
Tabla 4.4.2.	Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y nivel de ocupación. Promedio del periodo 2015-2019	145
Tabla 4.4.3.	Relación del origen de la inversión informal con el emprendedor por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	151
Tabla 4.4.4.	Razones para cesar el negocio por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	152

Índice de figuras

Figura 1.1.	Marco teórico GEM	26
Figura 1.2.	Marco teórico GEM revisado	27
Figura 1.3.	El proceso emprendedor según el proyecto GEM	27
Figura 1.4.	Las fuentes de información que nutren el observatorio GEM	28

Índice de gráficos

Gráfico 1.1.1.	Percepciones de la población española sobre sus valores y aptitudes para emprender, 2020	40
Gráfico 1.1.2.	Índice de las percepciones de la población sobre sus valores y aptitudes para emprender en España, 2019-2020	42
Gráfico 1.1.3.	Percepción de la población española sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento, 2020	43
Gráfico 1.1.4.	Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en España, 2019-2020	45
Gráfico 1.1.5.	Percepciones, valores y aptitudes de los españoles respecto al resto de la Unión Europea en 2020	49
Gráfico 1.1.6.	Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción de oportunidades y auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en 2020	51
Gráfico 1.1.7.	Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia en 2020	52
Gráfico 1.1.8.	Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de las percepciones relativas a la equidad en los estándares de vida y a que emprender es una buena opción profesional en 2020	53
Gráfico 1.1.9.	Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de las percepciones sobre que emprender brinda un estatus social y económico, aparición de emprendimiento en medios de comunicación y facilidad para iniciar un negocio en 2020	54
Gráfico 1.2.1.	El proceso emprendedor en España en 2020	56
Gráfico 1.2.2.	El proceso emprendedor en España en 2020, según sexo	57
Gráfico 1.2.3.	Abandono de la actividad empresarial en España en 2020	58

Gráfico 1.2.4.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en España durante el periodo 2005-2020	59
Gráfico 1.2.5.	Evolución del índice TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y negocios nuevos en España durante el periodo 2005-2020	59
Gráfico 1.2.6.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en España durante el periodo 2005-2020	60
Gráfico 1.2.7.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en España durante el periodo 2005-2020	61
Gráfico 1.2.8.	El proceso emprendedor en España en 2020, según el motivo para emprender y sexo	62
Gráfico 1.2.9.	Distribución por edad de los colectivos emprendedores en España en 2020	63
Gráfico 1.2.10.	Evolución del índice TEA por tramos de edad en España durante el periodo 2005-2020	64
Gráfico 1.2.11.	Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en España en 2020	65
Gráfico 1.2.12.	Distribución de los colectivos emprendedores en España en 2020, según si cuenta con educación específica para emprender	66
Gráfico 1.2.13.	Evolución del índice TEA por nivel de educación en España durante el periodo 2005-2020	67
Gráfico 1.2.14.	Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2020	68
Gráfico 1.2.15.	Distribución por sexo de los colectivos emprendedores en España en 2020	68
Gráfico 1.2.16.	Evolución del índice TEA por sexo en España durante el periodo 2005-2020	69
Gráfico 1.2.17.	Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en 2020, según sexo	69
Gráfico 1.2.18.	Distribución por nivel de educación de los emprendedores en fase inicial (TEA) en 2020, según sexo	70
Gráfico 1.2.19.	Distribución por nivel de renta de los emprendedores en fase inicial (TEA) en 2020, según sexo	71
Gráfico 1.2.20.	Porcentaje promedio, según la fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en España en 2020	72
Gráfico 1.2.21.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en España durante el periodo 2005-2020	73
Gráfico 1.2.22.	Relación cuadrática entre el indicador TEA y el nivel de desarrollo medido en PIB <i>per cápita</i>	77

Gráfico 1.2.23. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes y nuevos en 2020	78
Gráfico 1.2.24. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en cierres de empresas en 2020	79
Gráfico 1.3.1. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en 2020	81
Gráfico 1.3.2. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en 2020	81
Gráfico 1.3.3. Características del empleo creado por el subconjunto de negocios que realizó contrataciones laborales en los últimos 12 meses	82
Gráfico 1.3.4. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el tamaño de empleo esperado a cinco años en 2019-2020	83
Gráfico 1.3.5. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por el nivel tecnológico en 2020	84
Gráfico 1.3.6. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por innovación en productos/servicios en 2020	85
Gráfico 1.3.7. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por innovación en procesos en 2020	85
Gráfico 1.3.8. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España según la orientación internacional, comparativa 2019-2020	86
Gráfico 1.3.9. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) según el sexo por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en España en 2020	87
Gráfico 1.3.10. Distribución de los emprendedores según el sexo y fase del proceso emprendedor, entre las empresas de media o alta tecnología	87
Gráfico 1.3.11. Distribución de los emprendedores según el sexo y fase del proceso emprendedor, entre las empresas que innovan en tecnologías o producción	88
Gráfico 1.3.12. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) según el sexo en España por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en 2020	88
Gráfico 1.3.13. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en España, según su sexo y número de empleos creados en los últimos 12 meses	89
Gráfico 1.3.14. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en España, según su sexo, que espera crear más de 5 empleos en los próximos 5 años	89

Gráfico 1.3.15. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumo en 2020	93
Gráfico 1.3.16. Posicionamiento de España a nivel internacional (en comparación con otras economías <i>de ingresos altos</i>), y de las Comunidades/Ciudades Autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en 2020 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años	94
Gráfico 1.4.1. Evolución en el porcentaje de la población española de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido en el interior de organizaciones existentes (EEA) en España, 2014-2020	96
Gráfico 1.4.2. Relación entre el indicador de Actividad Emprendedora en Organizaciones Existentes (EEA) y el nivel de desarrollo medido en PIB <i>per cápita</i> , por tipo de economía en 2020	97
Gráfico 1.4.3. Relación entre el indicador de Actividad Emprendedora en Organizaciones Existentes (EEA) y el nivel de desarrollo medido en PIB <i>per cápita</i> , por Comunidades/Ciudades Autónomas en 2020	98
Gráfico 2.1.1. Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en España, año 2020	103
Gráfico 2.3.1. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en España y de los países de la UE28, año 2020	108
Gráfico 2.3.2. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2020	110
Gráfico 3.2.1. Cambio en el ingreso familiar en 2020, percepción de la población adulta según su (no) involucramiento en el proceso emprendedor	117
Gráfico 3.2.2. Cambio en el ingreso familiar en 2020, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	118
Gráfico 3.2.3. Cambio en la situación laboral en 2020, según la percepción de la población adulta de 18-64 años	118
Gráfico 3.2.4. Conoce personas emprendedoras que hayan cerrado o creado una nueva empresa en 2020, según la percepción de la población adulta involucrada en el proceso emprendedor	119
Gráfico 3.3.1. Dificultad de crear una empresa respecto al año anterior, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	120
Gráfico 3.3.2. Expectativas de crecimiento respecto al año anterior, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	120
Gráfico 3.3.3. En qué medida la Covid-19 ha generado más oportunidades de negocio, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	121

Gráfico 3.3.4.	En qué medida las instituciones gubernamentales respondieron eficientemente a la Covid-19, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	122
Gráfico 3.4.1.	Distribución sectorial de las actividades según si son esenciales o no, y la fase del proceso emprendedor	123
Gráfico 3.4.2.	Indicios del efecto de la Covid-19 en el uso de las tecnologías, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	123
Gráfico 3.4.3.	Indicios del efecto de la Covid-19 en el desarrollo de innovaciones en productos o servicios, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	124
Gráfico 3.4.4.	Indicios del efecto de la Covid-19 en la internacionalización, según la percepción de las personas adultas involucradas en el proceso emprendedor	124
Gráfico 3.5.1.	Ecosistema emprendedor español y su respuesta a la Covid-19, según la percepción de los expertos entrevistados	126
Gráfico 3.5.2.	Efectividad de las medidas gubernamentales en su respuesta a la Covid-19, según la percepción de los expertos entrevistados	127
Gráfico 4.1.1.	Tasa de actividad en el mercado laboral (en porcentaje) por grupos de edad, IV trimestre de 2020	130
Gráfico 4.2.1.	Intención emprendedora como porcentaje de la población adulta por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	132
Gráfico 4.2.2.	Evolución de la intención emprendedora como porcentaje de la población adulta por grupos de edad. Periodo 2015-2019	133
Gráfico 4.2.3.	Intención emprendedora por grupo de edad y nivel de ingresos. Promedio del periodo 2015-2019	133
Gráfico 4.2.4.	Tasa de Actividad Emprendedora (como porcentaje de la población adulta) por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	135
Gráfico 4.2.5.	Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora (como porcentaje de la población adulta) por grupos de edad. Periodo 2015-2019	135
Gráfico 4.2.6.	Ratio Intención Emprendedora / TEA por grupos de edad. Promedio del periodo 2015-2019	136
Gráfico 4.2.7.	Distribución de la TEA por necesidad y por oportunidad por grupos de edad. Promedio del periodo 2015-2018	137
Gráfico 4.2.8.	Motivaciones para emprender según grupos de edad. Porcentaje de individuos que están completamente de acuerdo o algo de acuerdo con cada motivación por grupo de edad. Año 2019	138
Gráfico 4.3.1.	TEA de personas emprendedoras senior en fase inicial por edad. Promedio del periodo 2015-2019	140

Gráfico 4.3.2.	Personas senior con empresa consolidada por edad. Promedio del periodo 2015-2019	140
Gráfico 4.4.1.	Personas emprendedoras en fase inicial por grupo de edad y nivel de ingresos. Promedio del periodo 2015-2019	147
Gráfico 4.4.2.	Personas emprendedoras en fase inicial que declaran percibir una oportunidad en el mercado por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	147
Gráfico 4.4.3.	Personas emprendedoras en fase inicial que declaran conocer a un emprendedor por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	148
Gráfico 4.4.4.	Personas emprendedoras en fase inicial que declaran percibir que tienen los conocimientos y habilidades para emprender por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	148
Gráfico 4.4.5.	Personas emprendedoras en fase inicial que declaran miedo al fracaso para emprender por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	149
Gráfico 4.4.6.	Personas emprendedoras en fase inicial que reconocen emprender como opción profesional por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	149
Gráfico 4.4.7.	Personas emprendedoras en fase inicial que reconocen que el emprendimiento tiene un alto valor social por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	150
Gráfico 4.4.8.	Personas emprendedoras en fase inicial que reconocen que en España hay una alta difusión de noticias sobre emprendedores por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	150
Gráfico 4.4.9.	Personas emprendedoras en fase inicial que han cesado su actividad en los últimos 12 meses por grupo de edad. Promedio del periodo 2015-2019	151

*Aunque los datos utilizados en la elaboración de este informe
han sido recopilados por el Observatorio del Emprendimiento de España,
su análisis e interpretación es responsabilidad de los autores*



Mayo, 2021

EQUIPO GEM ESPAÑA 2020

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



GEM Córdoba



GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



PRODETUR

GEM Aragón



GEM Asturias



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

GEM Baleares



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León

GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



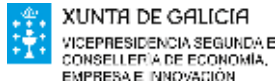
GEM Extremadura



PHILIP MORRIS SPAIN, S.L.



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid

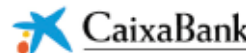


GEM Melilla



UNIVERSIDAD DE GRANADA

GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



INFORME GEM ESPAÑA
2020 - 2021

www.gem-spain.com
www.cise.es

 [gemspanafacebook](#)
 [@GEM_es](#)

