

INFORME GEM CASTILLA Y LEÓN

2021-2022



universidad
de león



Universidad
Pontificia
de Salamanca



CÁTEDRA
FINANZAS
SOSTENIBLES

Informe GEM Castilla y León 2021-2022



Dirección ejecutiva: Nuria González Álvarez

Autores del informe: Constantino García Ramos, José Luis de Godos Díez, Daniel Alonso Martínez, Luis Gregorio Holguin Galarón, Laura Magdalena Miguel, Alberto Matellán Pinilla y Luis Alberto Rivas Herrero



universidad
de león



Universidad
Pontificia
de Salamanca



C Á T E D R A
F I N A N Z A S
S O S T E N I B L E S

Esta edición es propiedad del EQUIPO GEM CASTILLA Y LEÓN; 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:

González Álvarez, N.; García Ramos, C.; de Godos Díez, J.L.; Alonso Martínez, D.; Holguin Galarón, L.G.; Magdalena Miguel, L.; Matellán Pinilla, A.; Rivas Herrero, L.A. (2022): Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM Castilla y León 2021-2022. León: España.

© Equipo GEM Castilla y León

© Los autores del informe: Nuria González Álvarez (Universidad de León), Constantino García Ramos (Universidad de León), José Luis de Godos Díez (Universidad de León), Daniel Alonso Martínez (Universidad de León), Luis Gregorio Holguin Galarón (Universidad Pontificia de Salamanca), Laura Magdalena Miguel (Universidad Pontificia de Salamanca), Alberto Matellán Pinilla (Universidad Pontificia de Salamanca) y Luis Alberto Rivas Herrero (Universidad Pontificia de Salamanca)

Agradecimiento al Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo de la Universidad de León por su colaboración en la elaboración de este Informe

ISBN: 978-84-09-44377-2

D.L.: LE 759-2014

Impreso en España – *Printed in Spain*

Maquetación y diseño: DOSGRAPHIC, S. L.

Sumario

| | |
|--|-----------|
| ¿Qué es el GEM (Global Entrepreneurship Monitor)? | 7 |
| ¿Cómo obtenemos los datos? | 8 |
| Resumen ejecutivo | 9 |
| Cuadro de indicadores | 12 |
| Capítulo 1. Contexto emprendedor en Castilla y León | 14 |
| 1.1. ¿Sabemos emprender? | 14 |
| 1.2. ¿Hay diferencias entre países y CC.AA. en las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento? ... | 16 |
| 1.3. ¿Qué perciben los expertos? | 18 |
| Capítulo 2. El proceso emprendedor en Castilla y León | 22 |
| 2.1. Indicadores del proceso emprendedor | 22 |
| 2.2. Perspectiva regional de los indicadores del proceso emprendedor | 25 |
| Capítulo 3. Perfil de la persona que emprende en Castilla y León | 28 |
| 3.1. Motivación | 28 |
| 3.2. Edad | 30 |
| 3.3. Educación | 32 |
| Capítulo 4. Características de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León | 35 |
| 4.1. Nivel de renta de los emprendedores y fuentes de financiación | 35 |
| 4.2. Sector de actividad | 40 |
| 4.3. Carácter familiar | 42 |
| 4.4. Tamaño | 47 |
| 4.5. Expectativas de crecimiento | 50 |
| 4.6. Orientación innovadora | 52 |
| 4.7. Orientación internacional | 59 |
| 4.8. Digitalización | 62 |
| 4.8.1. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria | 62 |
| 4.8.2. Expectativas de adopción de tecnologías digitales | 66 |

| | |
|---|-----------|
| 4.9. Orientación a la sostenibilidad | 70 |
| 4.10. Posicionamiento Internacional y por CC.AA. de las iniciativas emprendedoras | 73 |
| Anexo. Glosario | 75 |
| Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2021-2022 | 77 |
| Índice de tablas | 83 |
| Índice de figuras | 84 |
| Índice de gráficos | 85 |

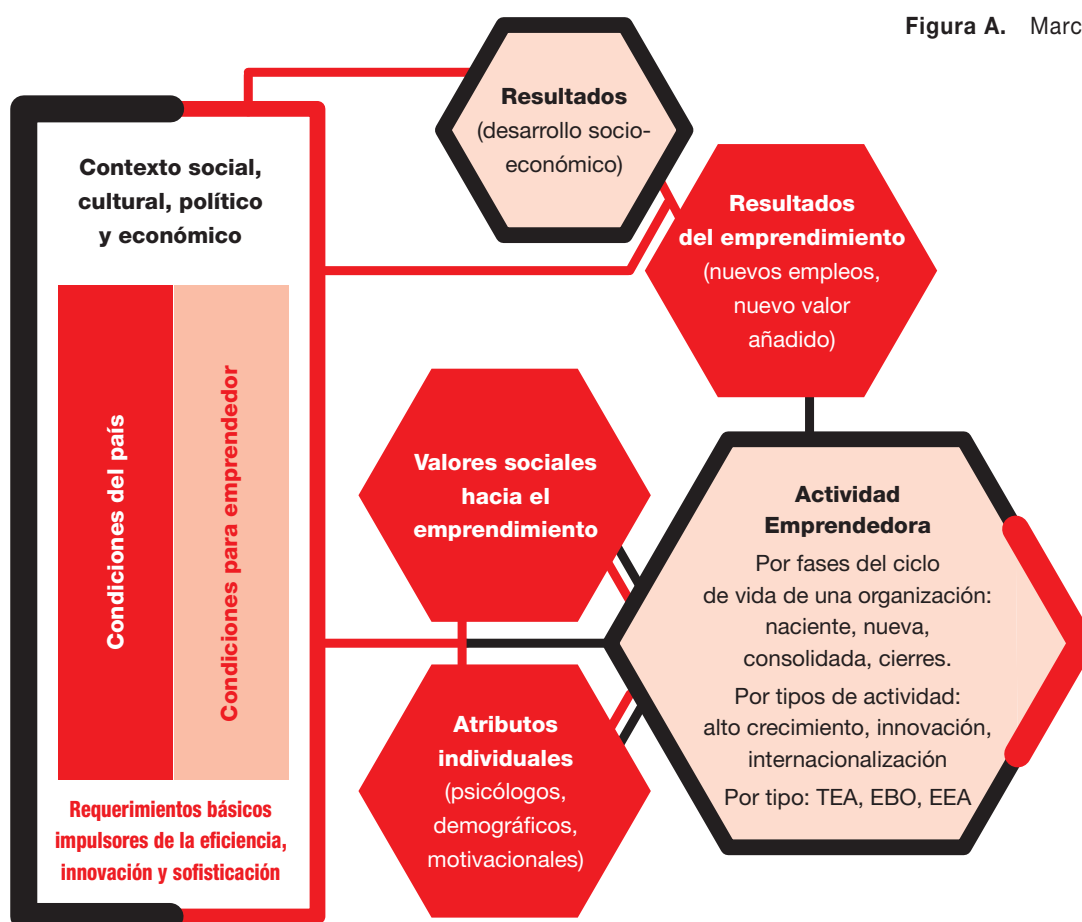
¿Qué es el GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)?

El GEM es un observatorio internacional que analiza el fenómeno emprendedor. Su actividad comienza en el año 1999 gracias a la iniciativa conjunta de la London Business School y Babson College. A lo largo de más de veinte años se han publicado informes anuales sobre el fenómeno emprendedor de ámbito internacional, nacional, regional y provincial. Asimismo, los miembros investigadores del GEM elaboran anualmente informes sobre temas monográficos de interés para agentes económicos y sociales. En la edición de 2021 el informe GEM aporta información sobre la actividad

emprendedora observada en 51 países participantes. En el caso de España, el informe nacional recoge datos sobre emprendimiento de las 17 comunidades autónomas y de las 2 ciudades autónomas.

Los informes regionales y provinciales que se elaboran desde el Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) se sustentan sobre un marco teórico de análisis del fenómeno emprendedor que se ha venido perfeccionando en los años recientes en el seno del Consorcio GEM (Figura A).

Figura A. Marco teórico GEM revisado

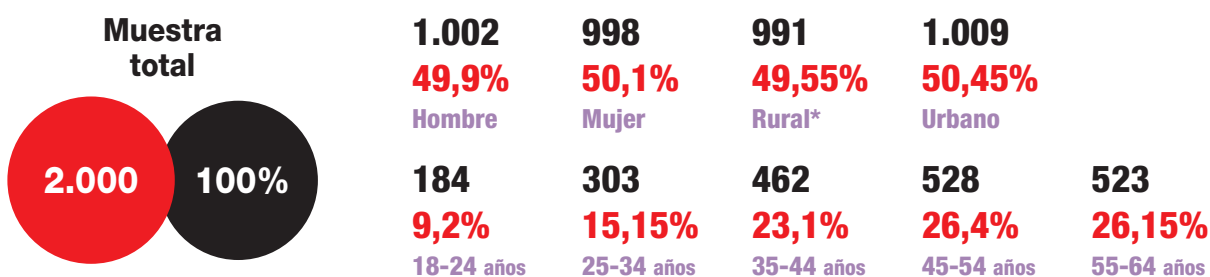


Fuente: Informe GEM-Global (GEM 2021-2022)

¿Cómo obtenemos los datos?

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

Figura B. Ficha de estudio de la encuesta APS en 2021 para Castilla y León



* Municipios de menos de 5.000 habitantes

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

Resumen ejecutivo

La actividad emprendedora reciente (TEA) en Castilla y León en el año 2021 alcanza el 5% de la población de 18-64, y se sitúa ligeramente por debajo de la media nacional (5,5%). Esta tendencia en la comparativa entre Castilla y León y España también se observa en el dato de las empresas consolidadas (5,8% frente a 7,2%). Por el contrario, el porcentaje de la población con intención de emprender en los próximos tres años es similar al de España (8,9% frente a 9%) y es posible señalar que el abandono empresarial en Castilla y León es inferior a la media nacional (1,7% frente a 2,2%), lo que parece indicar que los emprendedores castellanos y leoneses son más resistentes que los nacionales. En cuanto a la comparativa con otras comunidades autónomas, destacar que Castilla y León se sitúa en una posición intermedia en comparación con el resto de Comunidades Autónomas. En este sentido, Cataluña (7,2%), Madrid (7%) y Cantabria (6,1%) se posicionan como las regiones con mayor TEA, frente a Asturias (3,9%) y La Rioja (4%), como regiones con menor emprendimiento reciente.

Desde una perspectiva de género, en nuestra comunidad las mujeres son más emprendedoras (en cuanto a TEA) que los hombres (5,6% frente a un 4,4%). En comparación con las cifras españolas, es posible apuntar que la participación femenina en la fase de emprendimiento potencial (8,3% frente a un 8,1%) como emprendedoras recientes (5,6% frente a un 5,6%) y en las empresas consolidadas es similar (5,5% frente a un 6%). Sin embargo, para los hombres, los valores de la Comunidad Autónoma son ligeramente inferiores.

En 2021, el principal motivo para emprender en Castilla y León, tanto para los emprendedores recientes (TEA) como para aquellos que lideran empresas consolidadas, ha sido ganarse la vida debido a la escasez de trabajo. Seguidamente, en el ámbito regional, sí se puede observar una cierta diferencia entre los emprendedores recientes (TEA), que dan más importancia a la motivación de marcar una diferencia en el mundo, y las empresas consolidadas, que le otorgan más relevancia a continuar con la tradición familiar. Desde una perspectiva de género, las mujeres superan a los hombres en querer crear empresas que marquen una diferencia en el mundo, tanto en Castilla y León como en España. Quizás el motivo de marcar una diferencia puede asociarse con temas sociales y medioambientales y a la luz de los resultados habría una vinculación mayor de las mujeres frente a los hombres en estos temas.

En cuanto a la edad para emprender, casi un 20% de las personas entre 18 y 24 años se reconocía como emprendedor potencial, cifra por encima de la media nacional (16,1%) y que puede indicar que en el futuro se espera que mejoren las cifras del emprendimiento en Castilla y León. Por su parte, entre los emprendedores recientes (TEA), tanto en Castilla y León como en España, más del 80% se concentran entre los 25 y los 54 años, siendo mayor la cifra a nivel regional. Finalmente, en relación con las empresas consolidadas, se observa una diferencia significativa entre Castilla y León y España, de tal forma que en Castilla y León este tipo de empresas están lideradas por personas más

jóvenes que en el caso de todo el territorio nacional.

En relación con el nivel educativo, entre los emprendedores recientes predominan aquellos con formación universitaria. Sin embargo, el porcentaje de emprendedores universitarios se reduce en las empresas consolidadas y entre los emprendedores potenciales.

En cuanto al capital necesario para emprender, un poco más del 70% de los proyectos de negocio iniciados en 2021 en Castilla y León han necesitado un capital semilla menor de 30.000 euros, lo que podría indicar la escasa envergadura de las iniciativas, pero al mismo tiempo facilita su financiación. No obstante, es necesario destacar que un 11% de los emprendedores necesitó un capital superior a 110.000 euros, lo que puede indicar la presencia de empresas de mayor tamaño en los próximos años. Sobre la procedencia del capital semilla en Castilla y León se puede señalar que un 57,1% de las iniciativas emprendedoras se financia con los ahorros personales, cifra ligeramente inferior a la obtenida en el caso de España (59%). Además, los emprendedores de Castilla y León acuden a sus familias como medio de financiación, una situación muy diferente al caso español, ya que la cifra de emprendedores que se financia gracias a sus familias (18,9%) duplica a la cifra española (9%). Un aspecto preocupante en Castilla y León es que los inversores privados (*business angels*, *BAs*) todavía constituyen una fuente residual del capital semilla de las iniciativas emprendedoras, no llegando ni al 1% en el último año.

En cuanto al carácter familiar de las iniciativas, mientras que en el caso español se prevé una reducción de iniciativas emprendedoras familiares en el futuro, tanto en la estructura de propiedad como en la administración de la empresa, en el caso de las empresas de

Castilla y León, las empresas familiares son un pilar fundamental.

Por otro lado, el porcentaje de mujeres emprendedoras involucradas en iniciativas familiares recientes (TEA) y consolidadas es igual al de los hombres de Castilla y León, una situación que contrasta con la situación española donde aún se percibe una brecha de género.

En cuanto al tamaño, la mayoría de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León son microempresas, tanto en los primeros años del proceso emprendedor como en la fase de consolidación. Sin embargo, el 5,5% de las iniciativas recientes fueron de gran tamaño (20 y más empleados), un porcentaje superior al registrado en el caso de España (4%). Atendiendo a una perspectiva de género, puede destacarse que mientras los hombres comienzan con un mayor número de empleados que las mujeres, son las mujeres de Castilla y León las que logran generar un mayor empleo una vez consolidan sus negocios.

Las expectativas de creación de empleo de los emprendedores recientes en Castilla y León presentan unas cifras muy similares a las del resto de España. No obstante, cabe señalar que el porcentaje de iniciativas emprendedoras recientes y consolidadas es 5 puntos superior al registrado en el caso español.

Respecto al carácter innovador de las iniciativas emprendedoras, la innovación tanto en producto como en proceso es más frecuente entre las iniciativas recientes (TEA) (36,7% y 34%, respectivamente) que entre las empresas consolidadas (8,8% y 11,3%). En cuanto a internacionalización en 2021 en Castilla y León, el 17,6% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y el 19,8% de las empresas consolidadas vendieron a clientes internacionales porcentajes inferiores al del resto de España.

En la edición 2021 de los informes GEM se ha analizado por primera vez la adopción de tecnologías digitales y la orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras. Sin lugar a duda, la pandemia ha acelerado la estrategia de adopción de tecnologías digitales. En Castilla y León, la digitalización de las iniciativas más recientes ha sido mayor que en las empresas consolidadas, principalmente en el sector de servicios a empresas. Sin embargo, la planificación de la digitalización también estaba presente antes de la pandemia, especialmente entre las personas emprendedoras con un mayor nivel educativo. En cuanto a las expectativas para el futuro, casi la mitad de los emprendedores involucrados en iniciativas recientes (TEA) espera utilizar tecnologías digitales para vender sus productos en el futuro, lo que contrasta con el bajo porcentaje de las involucradas en empresas consolidadas (32,8%) con las mismas expectativas. Una tendencia y proporción muy similar a la registrada en el caso español.

Por otra parte, más de la mitad de las personas emprendedoras consultadas manifiesta su preocupación por el impacto social y medioambiental de sus iniciativas, especialmente aquellos involucrados en empresas consolidadas. La orientación hacia la sostenibilidad de los emprendedores potenciales y recientes (TEA) permite prever la creación y renovación de iniciativas emprendedoras socialmente responsables. Asimismo, en comparación con la media española, cabe señalar que los emprendedores recientes y consolidados de Castilla y León prestan una atención mayor a las cuestiones sociales y medioambientales.

Finalmente, en relación con la opinión de los expertos en Castilla y León, las condiciones del entorno para emprender más valoradas son la existencia y el acceso tanto

a infraestructura física y de servicios, como a infraestructura comercial y profesional, los programas gubernamentales para el fomento del emprendimiento y el incremento de la *gig economy*, caracterizada por el encargo de tareas o proyectos específicos a profesionales autónomos para su realización. En el extremo opuesto, los aspectos menos valorados en Castilla y León son la dinámica del mercado interno y la educación emprendedora en la etapa escolar. En general, en Castilla y León, la valoración media de las condiciones del entorno para emprender se sitúa por encima en el ámbito nacional. Como excepciones, cabe mencionar el apoyo al emprendimiento femenino, la prioridad de la protección medioambiental en el ámbito empresarial y la eficacia de las medidas gubernamentales específicas frente al COVID-19, que han sido mejor valorados por parte de los expertos de Castilla y León.

Entre los principales apoyos identificados por los expertos castellanos y leoneses se encuentra la transferencia de investigación y desarrollo desde las universidades al tejido empresarial, especialmente a las empresas de base tecnológica, similar al caso nacional, reflejando la importancia de la I+D como apoyo al emprendimiento. Asimismo, otro apoyo destacado, tanto en el contexto de Castilla y León como en el de España, es la implementación de programas gubernamentales enfocados en la creación empresarial.

En relación con los obstáculos a la actividad emprendedora, tanto los expertos en Castilla y León como los de España han identificado claramente un principal factor: las políticas gubernamentales (ej. burocracia e impuestos). En este sentido, ante esta unanimidad en la opinión experta, sería recomendable revisar y replantear las políticas gubernamentales para que no sean percibidas como un freno a la actividad emprendedora.

Cuadro de indicadores

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras

| | Castilla y León | España |
|--|-----------------|--------|
| Conoce personalmente que hayan iniciado un negocio o se hayan convertido en autoempleados en los 2 últimos años | 35,8% | 38,0% |
| Percibe oportunidades para emprender para iniciar un negocio en el área en que usted vive en los próximos seis meses | 20,5% | 30,0% |
| Posee el conocimiento, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha o iniciar un nuevo negocio | 46,8% | 50,0% |
| Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar | 59,3% | 58,0% |
| Percibe que en Castilla y León / España es fácil iniciar un negocio | 31,7% | 38,0% |
| Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años | 8,9% | 9,0% |
| Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación | 1,7% | 2,2% |
| Ha actuado como inversor informal o como un <i>business angels</i> | 0,0% | 4,0% |

TEA: Porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años

| | Castilla y León | España |
|--|-----------------|--------|
| TEA Total | 5,0% | 5,5% |
| TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años) | 5,6% | 5,6% |
| TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años) | 4,4% | 5,4% |

Empresas consolidadas: Porcentaje de población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de más de 3,5 años

| | Castilla y León | España |
|--|-----------------|--------|
| Empresas consolidadas Total | 5,8% | 7,2% |
| Empresas consolidadas Femenino (sobre total de población femenina de 18-64 años) | 5,5% | 6,0% |
| Empresas consolidadas Masculino (sobre total de población masculina de 18-64 años) | 6,0% | 8,3% |

Distribución del TEA, tomado como 100%

| | Castilla y León | España |
|---|-----------------|--------|
| Motivación | | |
| Para marcar una diferencia en el mundo | 40,8% | 43,2% |
| Para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta | 37,4% | 38,0% |
| Para continuar una tradición familiar | 29,3% | 19,7% |
| Para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo) | 73,5% | 72,4% |
| Sector | | |
| TEA del sector extractivo o primario | 8,3% | 3,4% |
| TEA del sector transformador | 14,7% | 18,1% |
| TEA del sector de servicios a empresas | 32,0% | 34,1% |
| TEA del sector orientado al consumo | 45,0% | 44,4% |
| Tamaño | | |
| TEA sin empleados | 56,4% | 44,1% |
| TEA de 1-5 empleados | 34,5% | 44,0% |
| TEA de 6-19 empleados | 3,6% | 8,2% |
| TEA de 20 y más empleados | 5,5% | 4,6% |

Nivel tecnológico

| | | |
|--|-------|-------|
| TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo | 97,1% | 90,4% |
| TEA iniciativas con nivel tecnológico medio-alto | 2,9% | 9,6% |

Innovación

| | | |
|----------------------------|-------|-------|
| TEA innovación en producto | 36,7% | 28,0% |
| TEA innovación en proceso | 34,0% | 28,3% |

Internacionalización

| | | |
|---|-------|-------|
| TEA iniciativas que exportan en algún grado | 17,6% | 29,8% |
|---|-------|-------|

Crecimiento

| | | |
|--|-------|-------|
| TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo | 15,0% | 12,7% |
|--|-------|-------|

TEA menos del 33% de discapacidad

| | | |
|--|------|-------|
| | 3,1% | 10,6% |
|--|------|-------|

TEA más del 33% de discapacidad

| | | |
|--|------|------|
| | 5,1% | 3,3% |
|--|------|------|

TEA Inmigrante

| | | |
|--|-------|------|
| | 13,0% | 9,9% |
|--|-------|------|

TEA Rural

| | | |
|--|-------|------|
| | 36,0% | 4,6% |
|--|-------|------|

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

| | Castilla y León | España |
|--|-----------------|--------|
| Población (intra)emprendedora | 3,3% | 3,9% |
| Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)emprendedoras en los últimos 3 años | 1,3% | 1,8% |
| Población que actualmente desarrolla y lidera iniciativas (intra)emprendedoras | 1,2% | 1,6% |

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

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

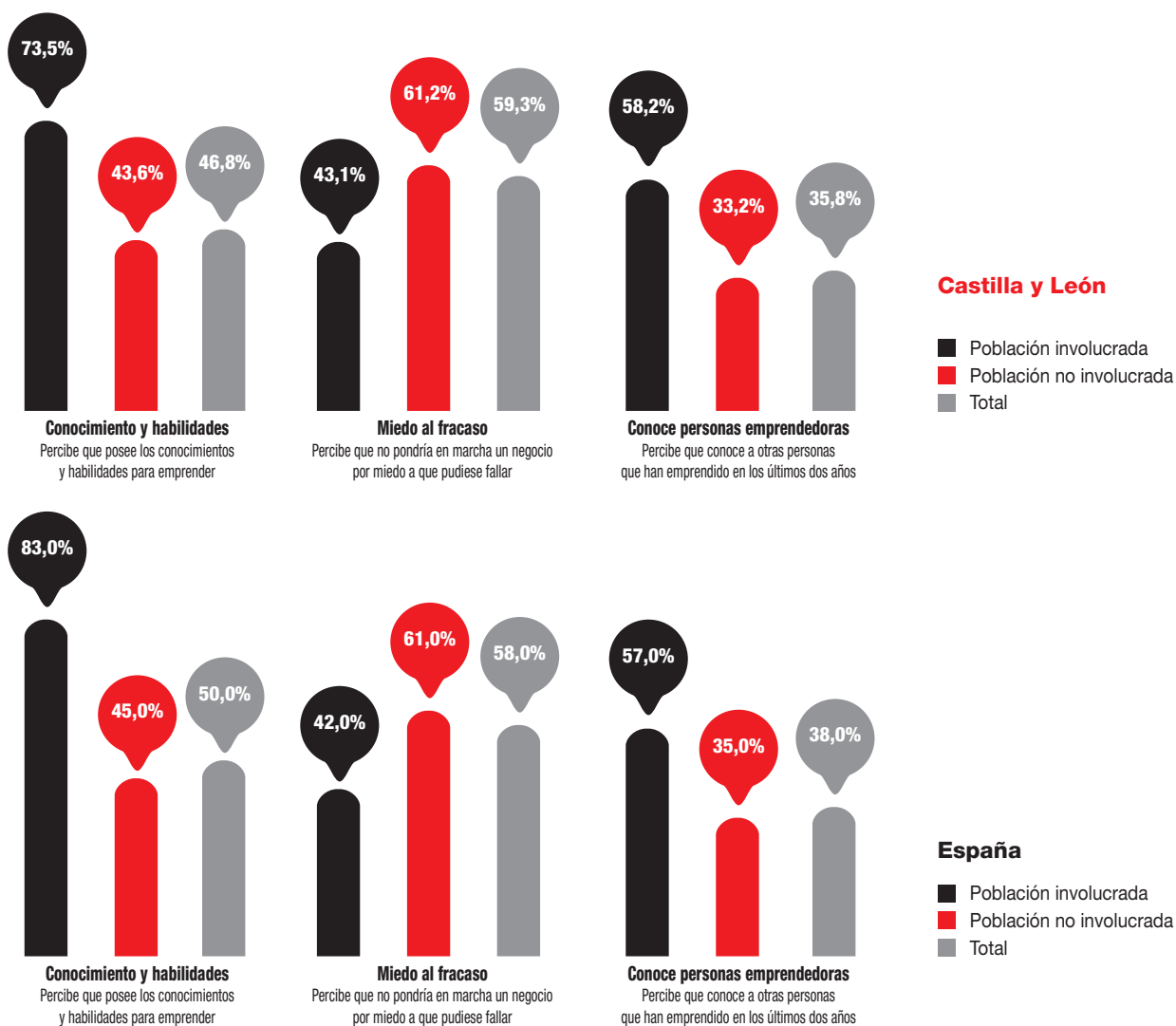
CAPÍTULO 1

Contexto emprendedor en Castilla y León

1.1. ¿SABEMOS EMPRENDER?

En Castilla y León el 73,5% de las personas que emprenden considera que tiene los conocimientos y habilidades para hacerlo, cifra ligeramente inferior al porcentaje a nivel nacional (Gráfico 1.1). Asimismo, cerca de un 60% de las personas involucradas conoce a otros emprendedores, que ofrecen modelos de referencia y posibles alianzas.

Gráfico 1.1. Percepciones sobre valores y actitudes en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021





Lago de Sahechores



Nombre de los emprendedores: Los hermanos Paula y Marcos Fernández Hernández.

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

Ubicación del negocio: Sahechores de Rueda (León).

Año de lanzamiento del negocio: 2021.

Breve descripción del negocio: El proyecto LAGO DE SAHECHORES está ubicado en el medio rural y cuyo germen fue la quesería artesanal de sus padres. Consta de un edificio de 450 m², que aloja un restaurante y una tienda de productos locales, y de una amplia zona verde en el exterior, en la que se ha habilitado un espacio para autocaravanas, y ofrece actividades acuáticas en el embalse colindante.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Significa ver oportunidades donde nadie las ve, aprovechar los recursos y saber sacar todo el potencial de un sueño, tener un sentimiento de pertenencia y amor por el lugar donde decides emprender, valorar el interés y el beneficio social, hacer algo por los demás y por tu entorno.

¿Cómo surgió la idea?

Desarrollar una actividad empresarial en nuestro pueblo, con el fin primordial de poder permanecer en la tierra en la que nacimos y crecimos, dando a su vez continuidad a la explotación ganadera y a la "Quesería artesanal Abuelo Aitalas", propiedad de nuestros padres. Asimismo, pretendemos dar a conocer nuestra riqueza cultural y gastronómica y, en definitiva, hacer crecer la zona. Estábamos cansados de oír que en los pueblos no había nada, que no había futuro ni oportunidades. Somos muy cazurros y queríamos demostrar que todo lo que nosotros veíamos se podía conseguir y hacer realidad: un entorno maravilloso para desarrollar el turismo activo y la gastronomía local.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio:

Nos encontramos con muchas dificultades burocráticas, de permisos de obras y licencias de urbanismo, etc., que casi nos llevó a renunciar y olvidar nuestro sueño. Fueron tres años de continuas dudas en las que nos paralizaron el proyecto por completo por trabas urbanísticas.

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

La pandemia nos ha hecho ver el presente y el futuro como algo incierto y nos ha obligado a tomar decisiones sin mucha antelación, a pensar todo dos veces y a no arriesgarnos tanto. Lamentablemente, este escenario acorta las alas y frena la creatividad de un emprendedor. En nuestro caso en particular hemos tenido que posponer eventos, ideas e inversiones que queríamos llevar a cabo. También te arriesgas menos a contratar más trabajadores de los necesarios por si las cosas se llegan a torcer y volvemos a vivir momentos duros en la hostelería.

Algo que os gustaría añadir:

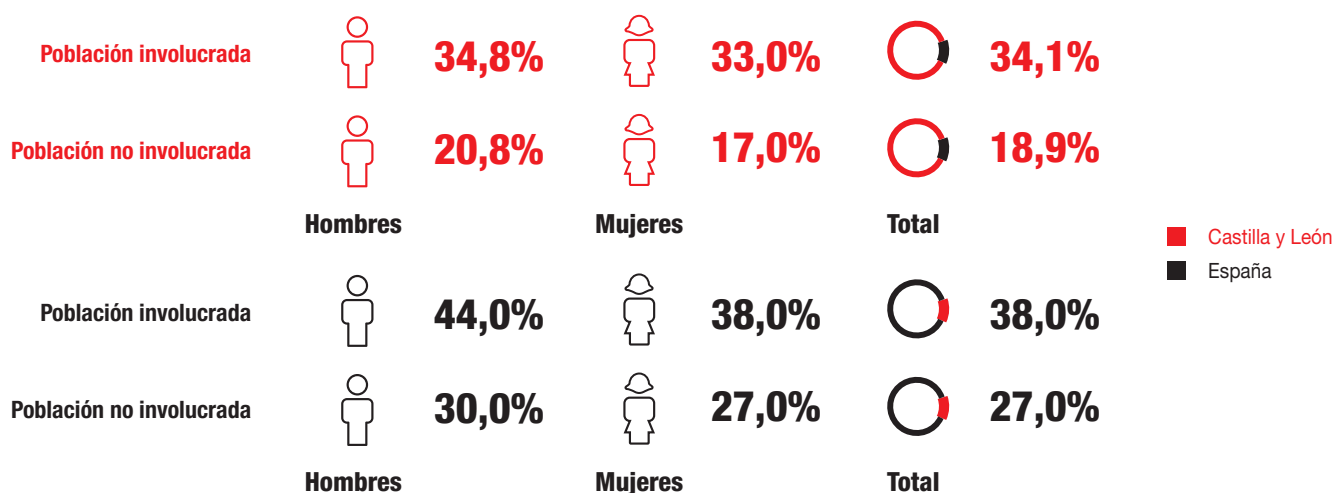
Es muy importante que los emprendedores hablen con muchas personas, que pregunten, que pidan ayuda y consejos a personas con experiencias similares. A veces, cuando una idea solo la pensamos para nosotros mismos parece más inalcanzable de lo que realmente es. Es necesario creérsela, y hacerla tangible y posible.

Por su parte, el miedo al fracaso resulta un factor limitante para el 43,1% de los emprendedores castellanos y leoneses. Tanto en los modelos de referencia como en el miedo al fracaso, las cifras de Castilla y León son muy similares a las nacionales. Para la población no emprendedora en Castilla y León, los valores descienden significativamente en cuanto a las habilidades percibidas y al conocimiento de otros emprendedores y, por el contrario, aumenta el miedo al fracaso. Esta misma tendencia se observa también en el caso de España.

De acuerdo con la Figura 1.1, la percepción de oportunidades también diferencia a las personas que emprenden del resto de la población, tanto en el caso de Castilla y León como para España. En este sentido, considerando el género de las personas involucradas en el proceso emprendedor, cabe señalar que en Castilla y León la percepción de oportunidades es similar para mujeres y hombres, siendo ligeramente superior para los segundos. En el caso español, esta diferencia, aunque reducida, es algo más acusada.

Figura 1.1. Percepción de oportunidades para emprender en función del género en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



1.2. ¿HAY DIFERENCIAS ENTRE PAÍSES Y CC.AA. EN LAS ACTITUDES Y VALORACIONES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO?

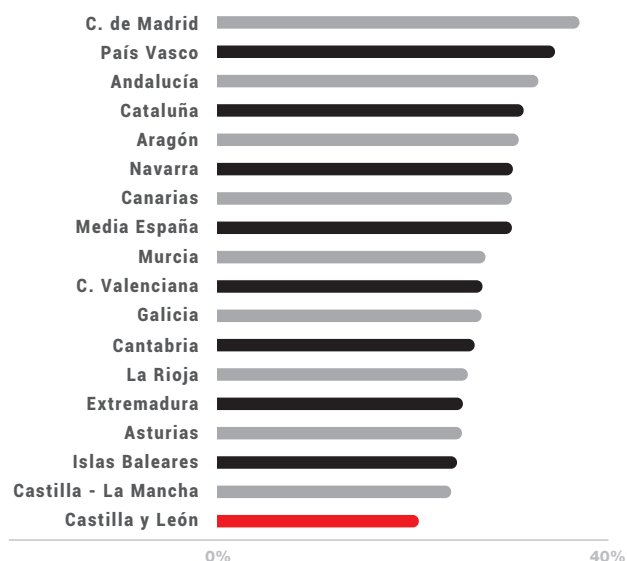
En relación con la percepción de oportunidades y de conocimientos y habilidades para emprender por parte de la población (Gráfico 1.2), en esta ocasión, las cifras de Castilla y León sitúan a la Comunidad Autónoma en una posición rezagada en la comparativa regional. En este sentido, las cifras, inferiores a la media nacional, se sitúan en valores próximos a las regiones de Castilla-La Mancha y Baleares, en cuanto a la percepción de oportunidades, y a País Vasco y La Rioja, en cuanto a la percepción de habilidades. En el extremo opuesto, las Comunidades Autónomas con mejores percepciones de oportunidades y conocimientos para emprender son la Comunidad de Madrid y País Vasco, y Andalucía y Canarias, respectivamente.

En todas las regiones se observa que la percepción de oportunidades y la percepción de conocimientos y habilidades no se corresponden, siendo significativamente más alta la segunda en todas las regiones. Así, esta circunstancia parece reflejar la falta de confianza de los emprendedores en los mecanismos que les pueden permitir aprovechar las oportunidades percibidas.

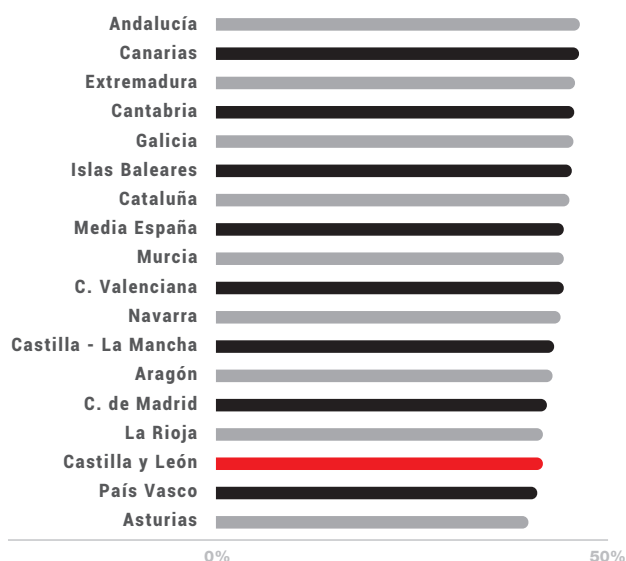
Gráfico 1.2. Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. y la media española en percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender

Fuente: GEM-España APS 2021

Percibe oportunidades



Conocimientos y habilidades



Respecto al miedo al fracaso (Gráfico 1.3), la cifra en Castilla y León es similar a la media nacional, y cabe señalar que esta cuestión sigue constituyendo uno de los principales limitadores de la actividad emprendedora en España. En las posiciones extremas, se encuentran, por un lado, Cataluña y Comunidad Valenciana,

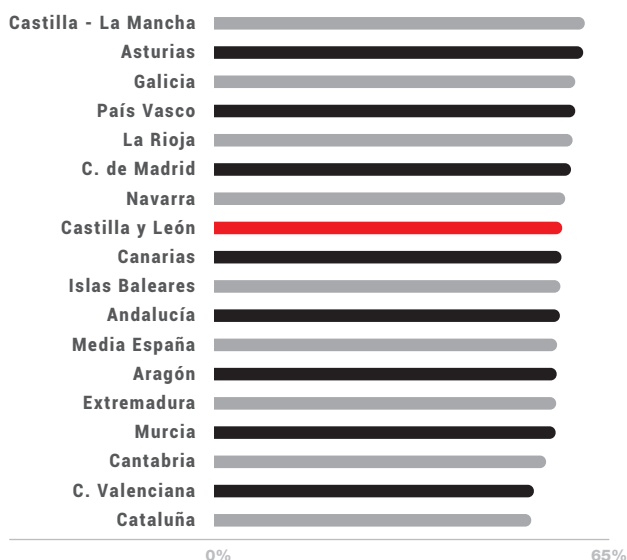
como regiones menos adversas al fracaso, y en el extremo opuesto, Asturias y Castilla-La Mancha.

Por otro lado, un factor que, tradicionalmente, se ha considerado como potenciador de la creación empresarial es la existencia de modelos de referencia (Gráfico 1.3).

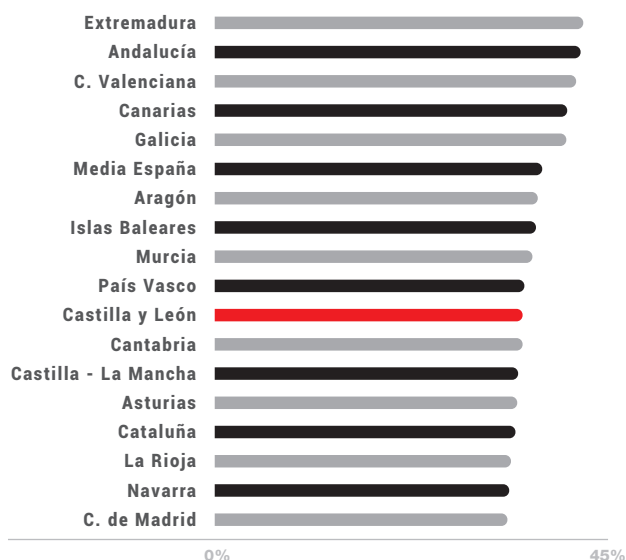
Gráfico 1.3. Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. y la media española en las percepciones de miedo al fracaso y modelos de referencia

Fuente: GEM-España APS 2021

Miedo al fracaso



Modelos de referencia



En este sentido, en la comparativa regional, Castilla y León vuelve a ocupar una posición intermedia. Entre las regiones que perciben mayor proximidad a modelos de referencia se encuentran Extremadura, Andalucía y Comunidad Valenciana. Por el contrario, la menor percepción se sitúa en La Rioja, Navarra y, sorprendentemente, en la Comunidad de Madrid.

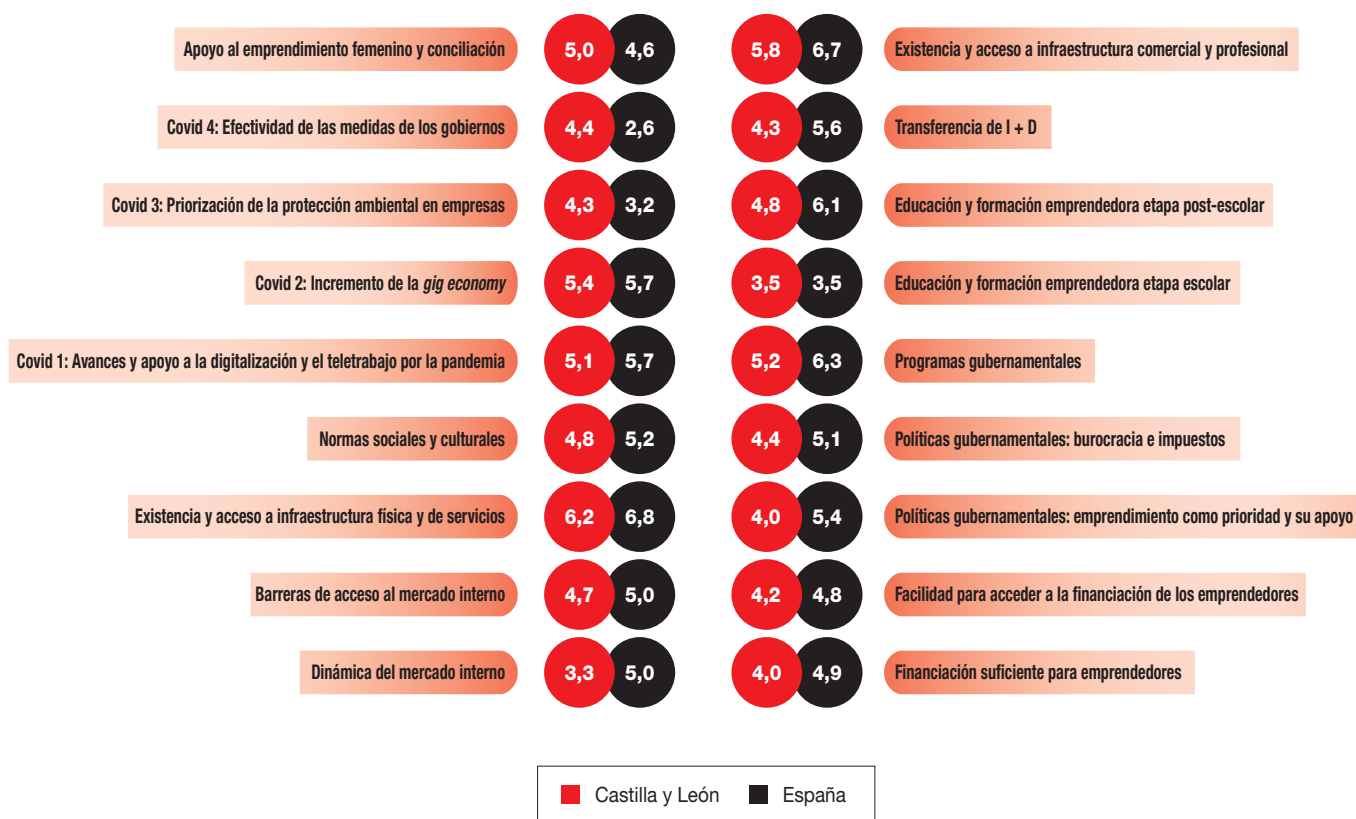
1.3. ¿QUÉ PERCIBEN LOS EXPERTOS?

En 2021, las condiciones del entorno para emprender valoradas más positivamente por los expertos castellanos y leoneses son la existencia y el acceso tanto a infraestructura física y de servicios, como a infraestructura comercial y profesional, los programas gubernamentales para el fomento del emprendimiento y el incremento de la *gig economy*, caracterizada por el encargo de tareas o proyectos específicos a profesionales autónomos para su realización. En el extremo opuesto, los aspectos menos valorados en Castilla y León son la dinámica del mercado interno y la educación emprendedora en la etapa escolar.

Por su parte, en relación con la opinión de los expertos en Castilla y León, en general, la valoración media de las condiciones del entorno para emprender se sitúa por encima en el ámbito nacional. Como excepciones, cabe mencionar el apoyo al emprendimiento femenino, la prioridad de la protección medioambiental en el ámbito empresarial y la eficacia de las medidas gubernamentales específicas frente al COVID-19, que han sido valorados más positivamente por parte de los expertos de Castilla y León.

Gráfico 1.4. Comparativa de la valoración de las condiciones del entorno por parte de los expertos en Castilla y León y España

Fuente: GEM-España NES 2021

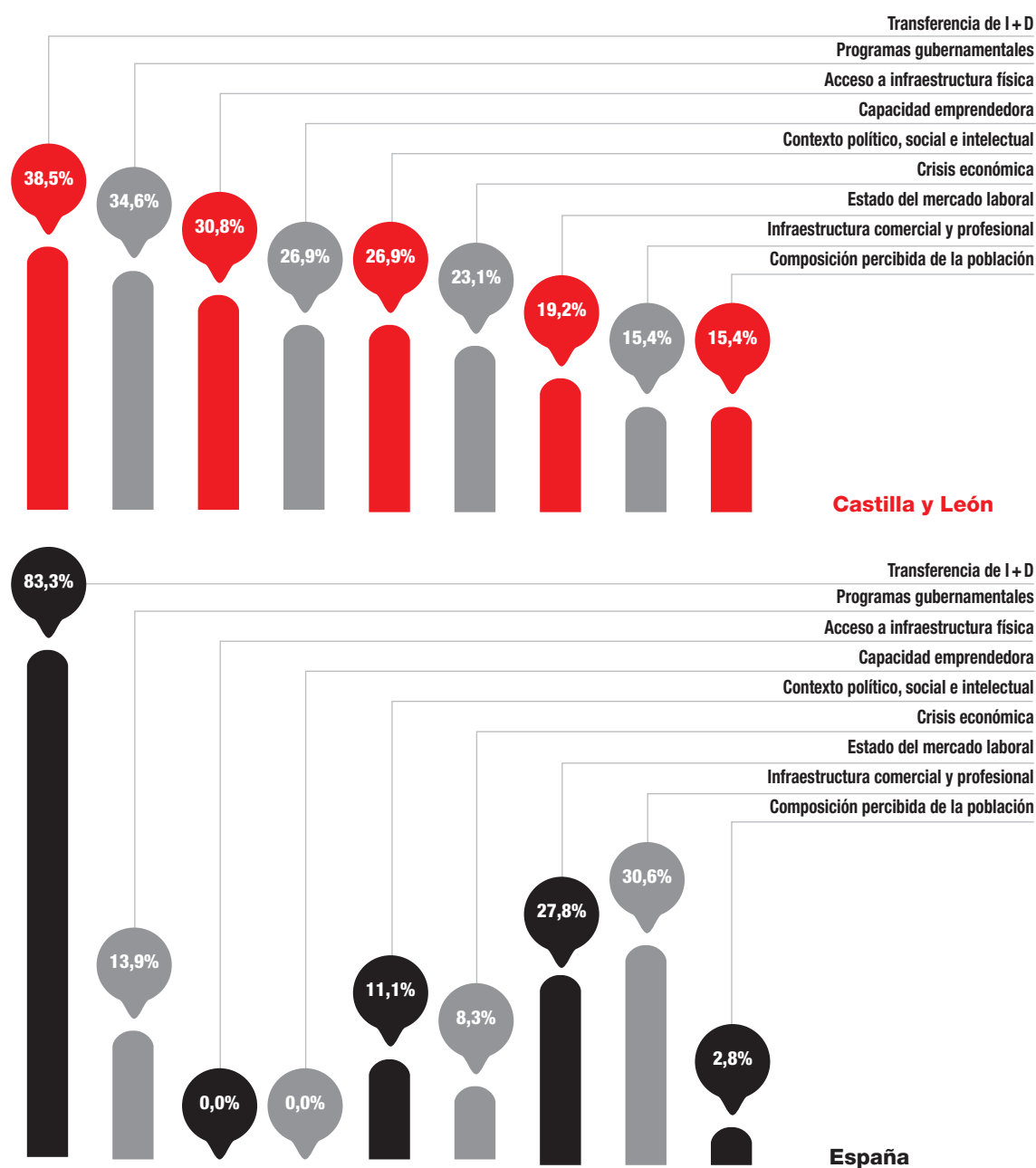


Entre los principales apoyos identificados por los expertos castellanos y leoneses (Gráfico 1.5) se encuentra la transferencia de investigación y desarrollo desde las universidades al tejido empresarial, especialmente a las empresas de base tecnológica. Este factor también es el principal apoyo identificado por los expertos nacionales. Asimismo, otro apoyo destacado, tanto en el contexto de Castilla y León como en el de España, es la implementación de pro-

gramas gubernamentales enfocados en la creación empresarial.

Por otro lado, es posible observar algunas diferencias en factores identificados como apoyos relevantes en el ámbito castellano y leonés que no han sido vistos como tales por los expertos nacionales, por ejemplo: el acceso a infraestructura física o la capacidad emprendedora de la población.

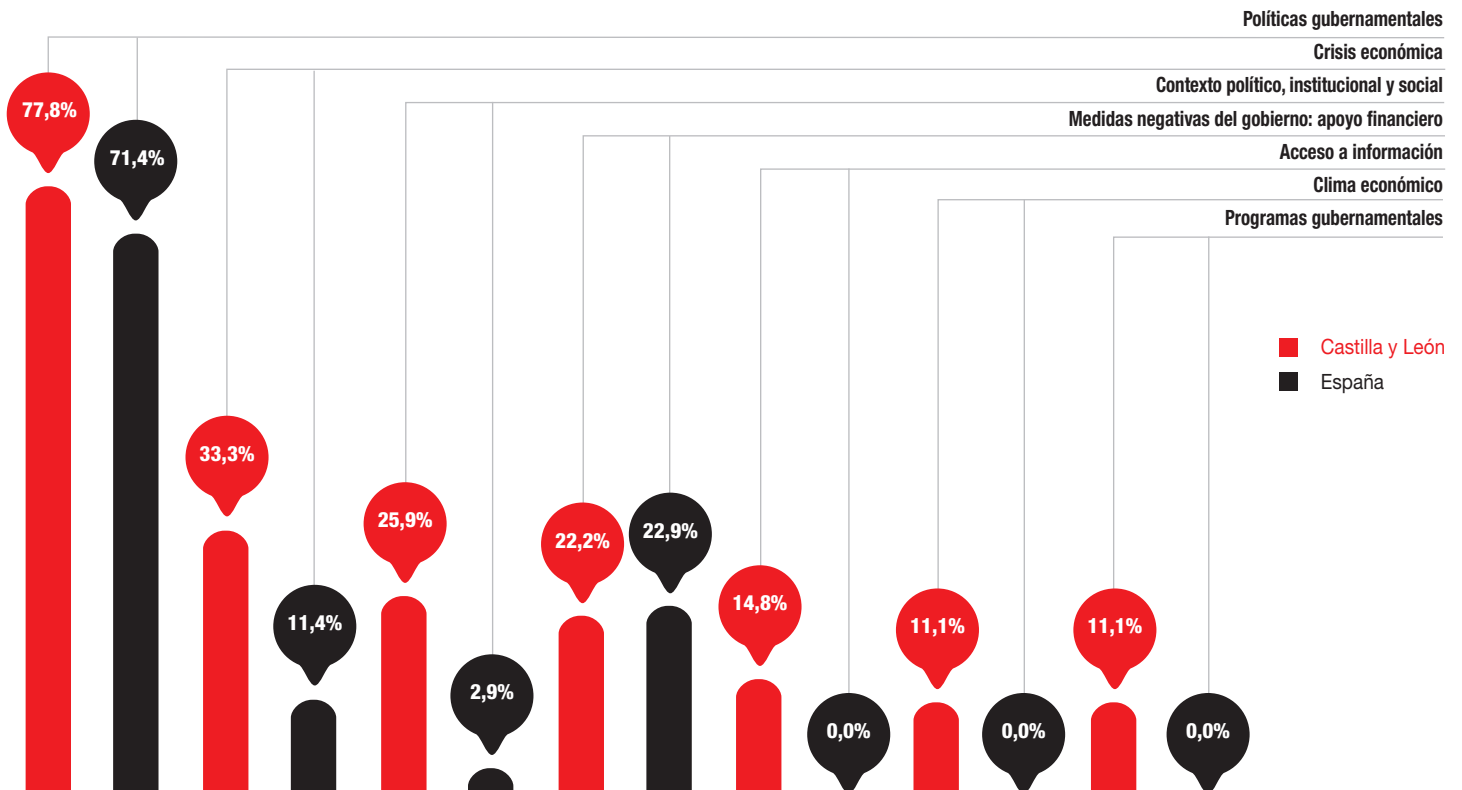
Gráfico 1.5. Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España NES 2021



En relación con las medidas que perjudican la actividad emprendedora (Gráfico 1.6), tanto en Castilla y León como en España los expertos han identificado claramente un principal factor: las políticas gubernamentales. En este sentido, ante esta unanimidad en la opinión experta, sería recomendable revisar y replantear las políticas gubernamentales para que no sean percibidas como un freno a la actividad emprendedora.

Adicionalmente, considerando tanto los apoyos como las medidas perjudiciales valorados por los expertos, es posible mencionar que factores como el contexto político, institucional y social y la crisis económica son percibidos como relevantes en ambas categorías. Así, esta circunstancia refleja que estas variables generales del entorno pueden ser percibidas tanto como oportunidades como amenazas, y es aquí donde el papel del sector público para impulsar el emprendimiento puede ser clave para reforzar la percepción positiva.

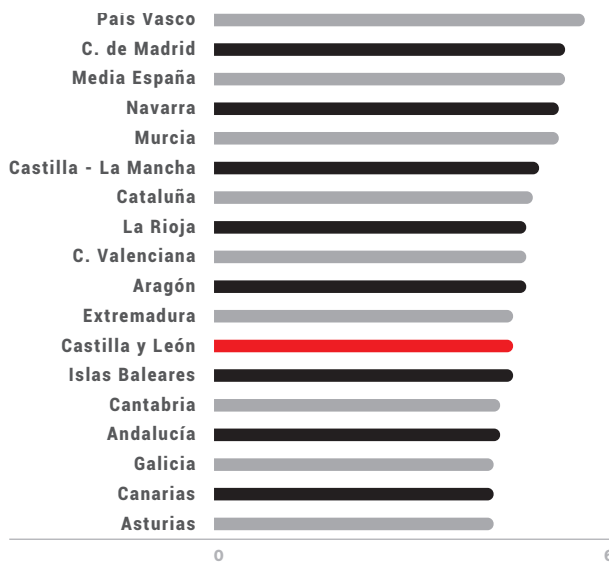
Gráfico 1.6. Medidas que perjudican la actividad emprendedora en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España NES 2021



A partir de la valoración de los expertos de las condiciones del entorno para emprender, se calcula, de forma agregada, el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) (Gráfico 1.7). En este sentido, en 2021 el NECI de Castilla y León se sitúa en una posición intermedia en la comparativa regional. Así, dentro las Comunidades Autónomas españolas, ocupa la primera posición según este índice el País Vasco, mientras que en el extremo opuesto se encuentran Galicia, Canarias y Asturias.

Gráfico 1.7. Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. y la media española en el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2021

Fuente: GEM-España NES 2021



CAPÍTULO 2

El proceso emprendedor en Castilla y León

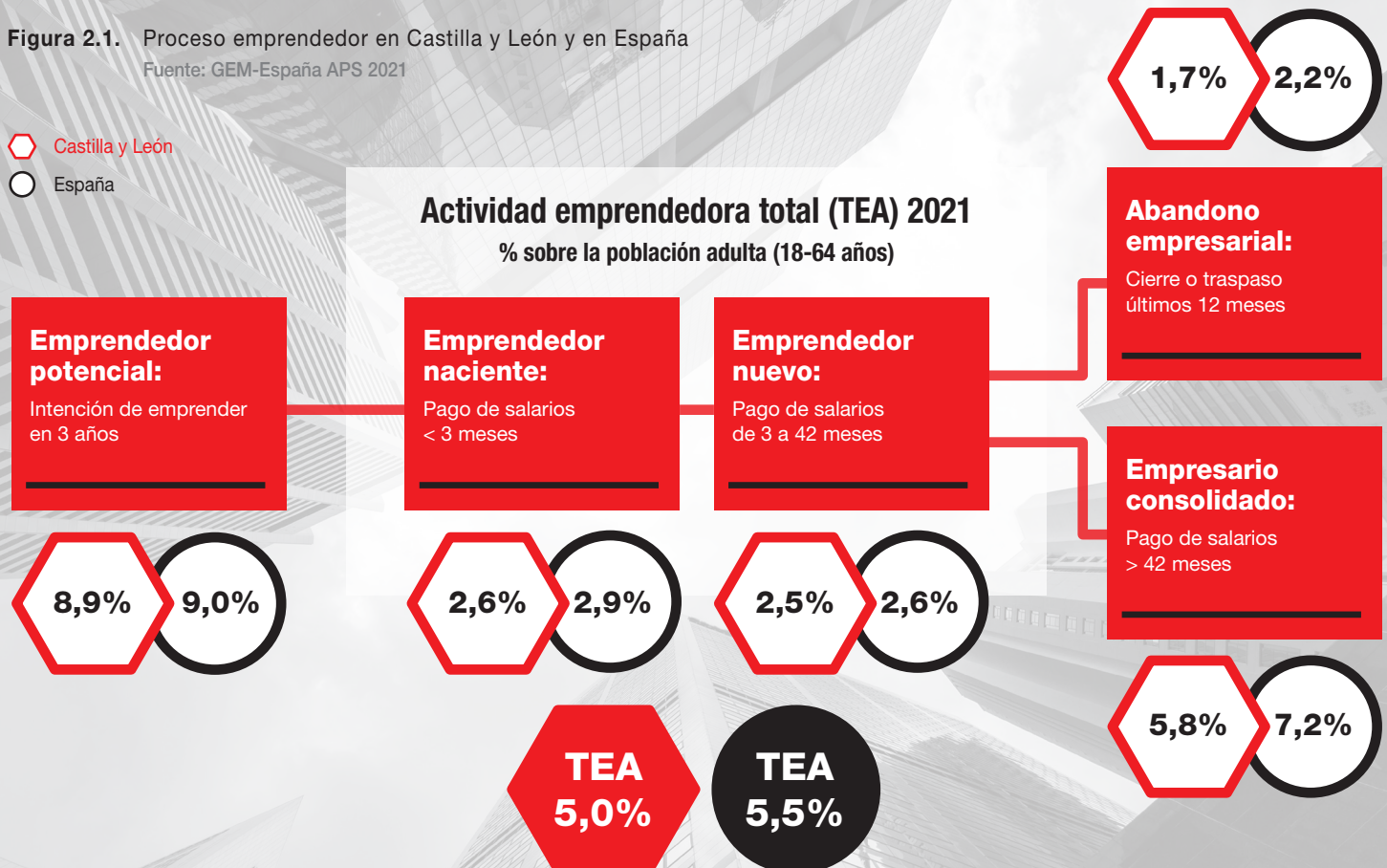
2.1. INDICADORES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Emprender es un proceso que empieza con una intención y atraviesa distintas fases hasta lograr crear una empresa consolidada. El GEM identifica el porcentaje de población inmersa en cada una de las fases de ese proceso (Figura 2.1): emprendimiento potencial (personas con intención de emprender), emprendimiento naciente (personas que han pagado salarios durante menos de tres meses), emprendimiento nuevo

(personas que han pagado salarios entre los tres y los 42 meses de vida de la empresa) y empresas consolidadas (personas que han pagado salarios en empresas de más de tres años y medio de vida). La tasa de actividad emprendedora total (tasa de emprendimiento reciente o incipiente), denominada *Total Early-stage Entrepreneurial Activity* (TEA), principal indicador del GEM, refleja el porcentaje de población adulta involucrada en la fase central del proceso emprendedor (emprendimiento naciente y nuevo), donde se localizan las iniciativas emprendedoras recientes.

Figura 2.1. Proceso emprendedor en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021

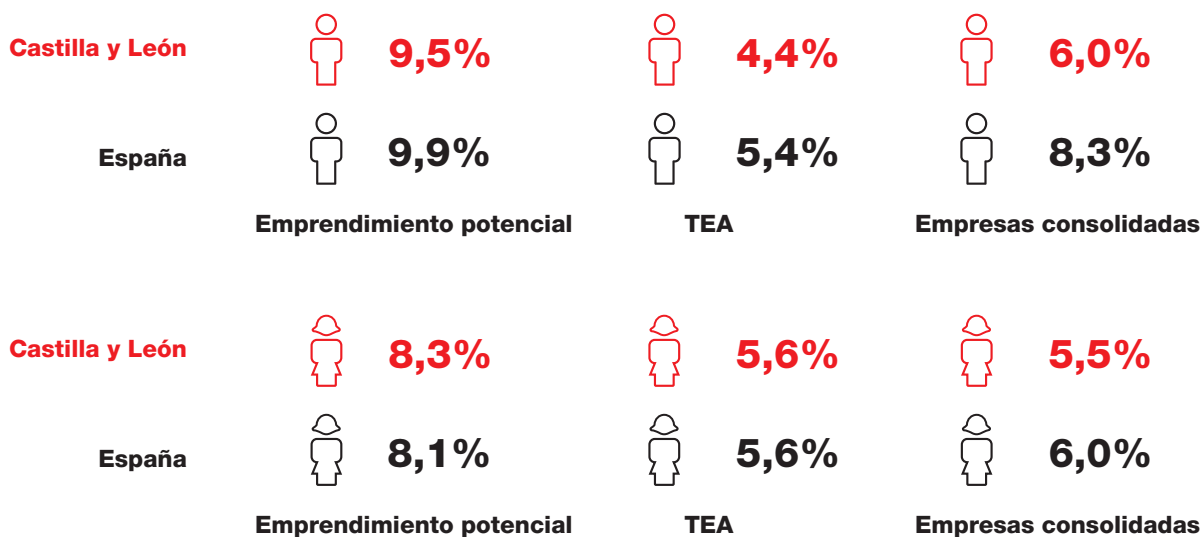
Castilla y León
España



La actividad emprendedora reciente (TEA) en Castilla y León alcanza el 5% de la población en 2021, y se sitúa ligeramente por debajo de la media nacional. Esta tendencia en la comparativa entre Castilla y León y España también se observa en el porcentaje de la población con intención de emprender en los próximos tres años y en el dato de las empresas consolidadas. Por el contrario, es posible señalar que el abandono empresarial en Castilla y León es inferior a la media nacional.

Desde una perspectiva de género (Figura 2.2) en Castilla y León, cabe destacar que las mujeres se mantienen por delante de los hombres como emprendedoras recientes (TEA), con un 5,6% frente a un 4,4%, respectivamente. En comparación con las cifras españolas, es posible apuntar que la participación femenina en la fase de emprendimiento potencial, como emprendedoras recientes y en las empresas consolidadas es similar; sin embargo, para los hombres, los valores de la Comunidad Autónoma son ligeramente inferiores.

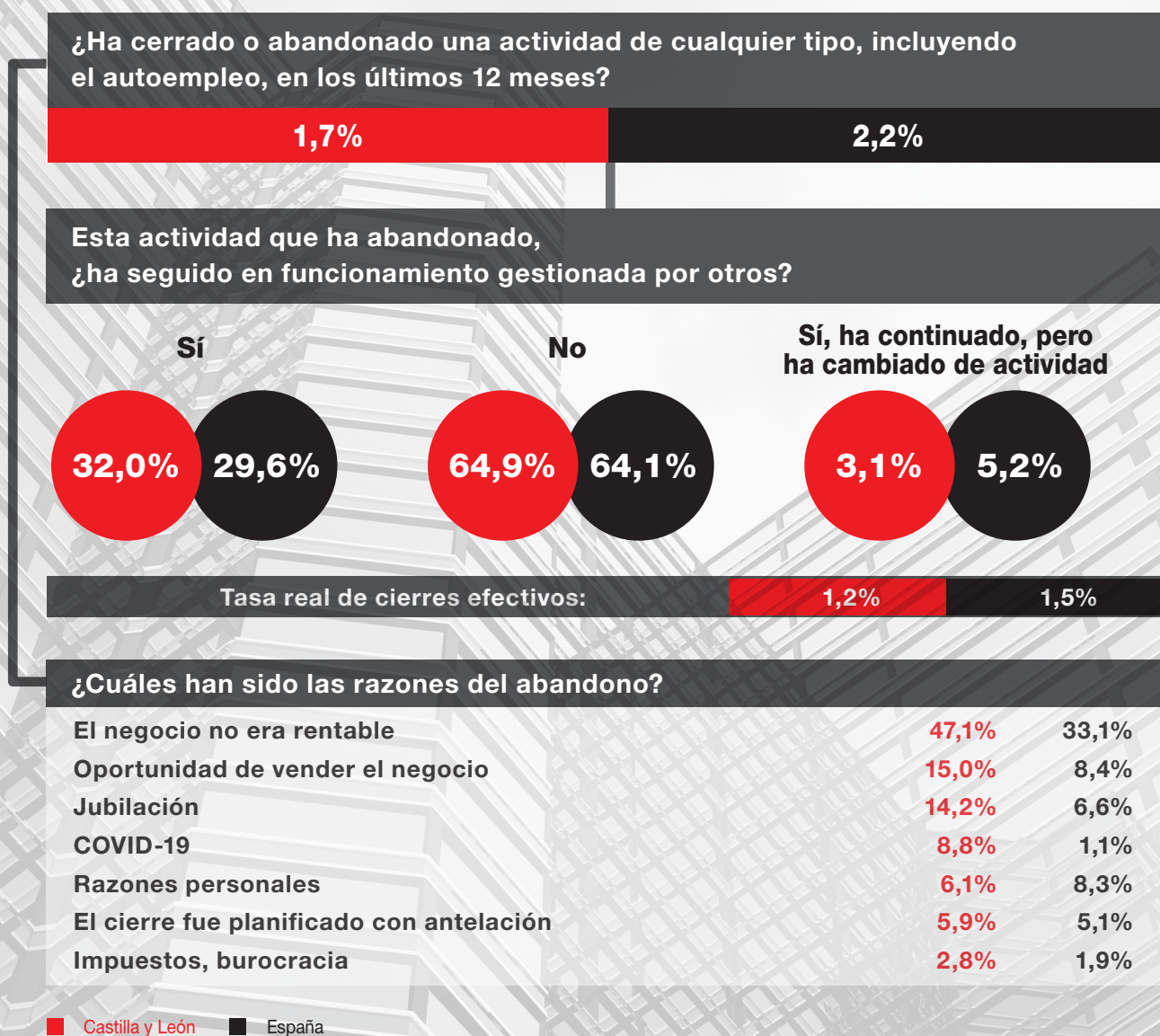
Figura 2.2. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del género en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021



De acuerdo con la Figura 2.3, el 1,7% de la población adulta castellano y leonesa ha cerrado o abandonado su actividad empresarial durante 2021, cifra que se sitúa por debajo de la media nacional. En este sentido, cabe destacar que, tanto en Castilla y León como en España, alrededor de un 30% de las ocasiones otra persona ha continuado con la actividad.

Entre las razones que motivaron el cierre, de forma destacada a nivel regional y nacional, la principal ha sido la falta de rentabilidad del negocio (Figura 2.3). Además de este factor, otras razones relevantes que se han identificado son la posibilidad de aprovechar la oportunidad de vender el negocio y la jubilación de la persona emprendedora.

Figura 2.3. Abandono de la actividad empresarial en Castilla y León y en España en 2021
Fuente: GEM-España APS 2021



2.2. PERSPECTIVA REGIONAL DE LOS INDICADORES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

En relación con la tasa de emprendimiento reciente (TEA), Castilla y León se sitúa en una posición intermedia en comparación con el resto de Comunidades Autónomas. En este sentido, Cataluña, Madrid y Can-

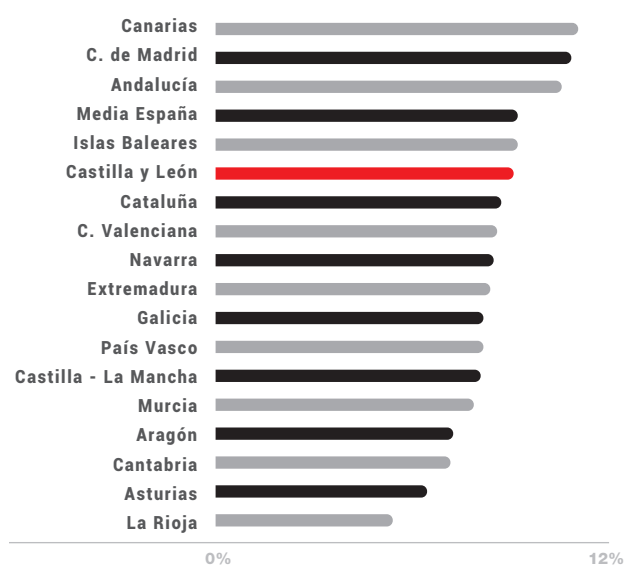
tabria se posicionan como las regiones con mayor TEA, frente a Asturias y La Rioja, como regiones con menor emprendimiento reciente.

En cuanto al porcentaje de población involucrada en empresas consolidadas, Castilla y León se encuentra sensiblemente por debajo de la media nacional, pero a cierta de distancia de las regiones con menor porcen-

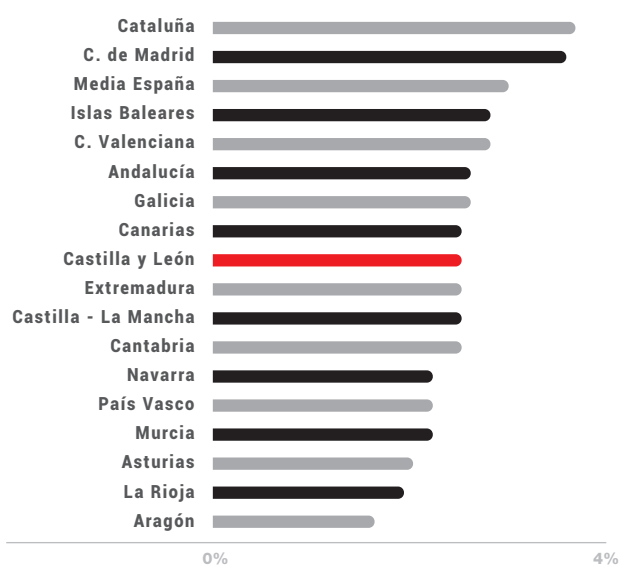
Gráfico 2.1. Posicionamiento de Castilla y León en el proceso emprendedor a nivel regional

Fuente: GEM-España APS 2021

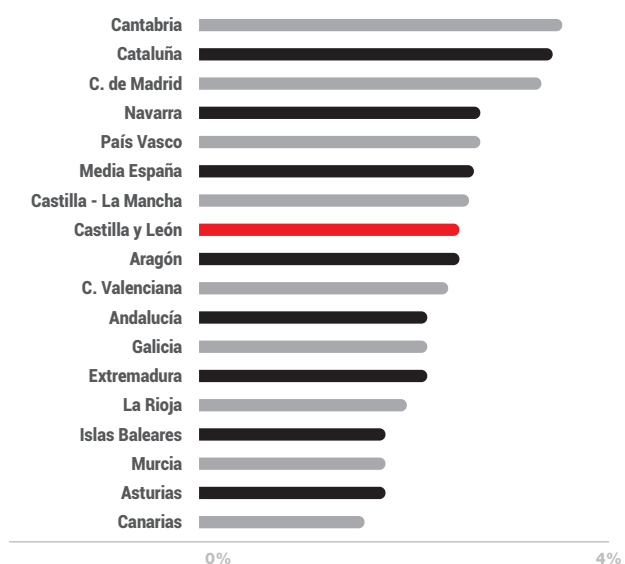
Emprendedor potencial



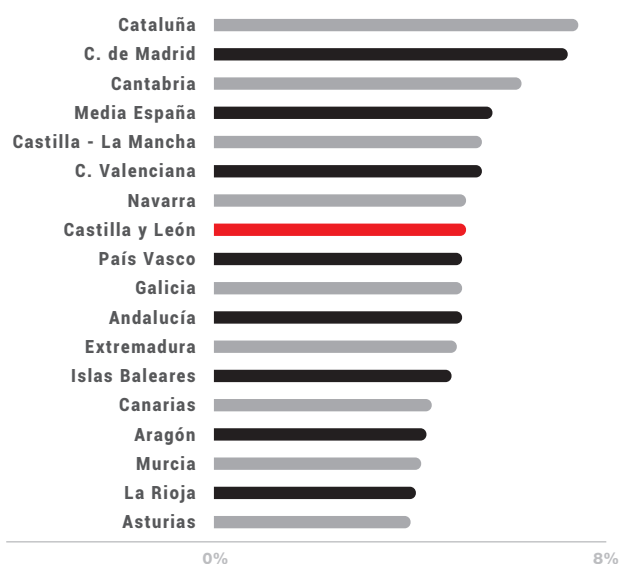
Emprendedor naciente



Emprendedor nuevo



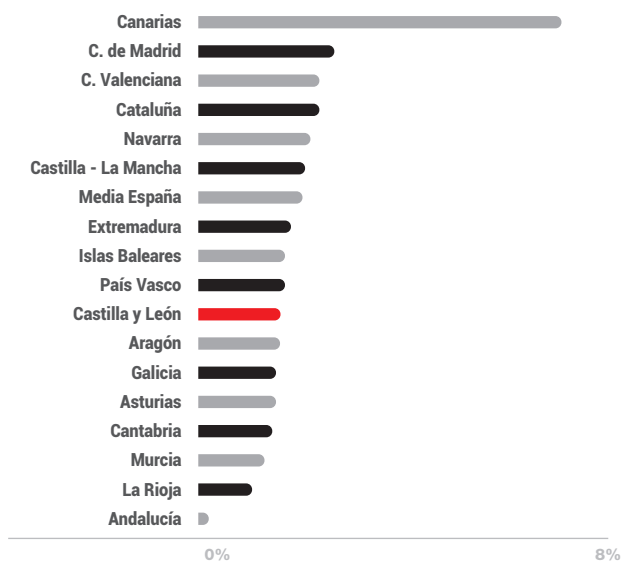
TEA



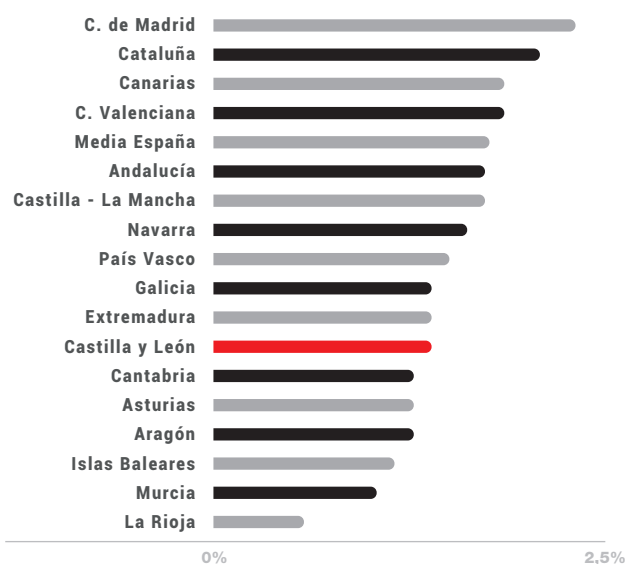
Empresario consolidado



Abandono empresarial



Cierres



taje, que son Canarias y País Vasco. Por el contrario, las Comunidades Autónomas con mayor parte de la población implicada en iniciativas consolidadas son Cantabria y Navarra.

Respecto al porcentaje de emprendedores potenciales, Castilla y León vuelve a ocupar una posición intermedia en la comparativa autonómica. Aquí, el elevado porcentaje de emprendedores potenciales de Canarias, la Comunidad de Madrid y Andalucía, lo cual permite prever un repunte del TEA y de las empresas consoli-

dadas en el futuro, contrasta con los datos de La Rioja y Asturias.

Por su parte, en relación con la tasa de cierre de negocios, la situación de Castilla y León es mejor que la media nacional, con un valor alejado del de las regiones con mayor porcentaje de cierres empresariales, que resultan ser la Comunidad de Madrid y Cataluña. En el extremo opuesto, las Comunidades Autónomas con mejores datos en este indicador son La Rioja y Murcia.



Singular by Grenoucerie



Nombre de la emprendedora: Paula Andrea Echenique Fernández.

Nombre del negocio: Singular by Grenoucerie (www.ancasderana.com).

Ubicación del negocio: Carbellino de Sayago (criadero) y Zamora (tienda física y oficina comercial).

Año de lanzamiento del negocio: 2015.

Breve descripción del negocio: La empresa comenzó importando y comercializando ancas de rana, avanzando posteriormente hacia una industria alimentaria *made in Zamora*. Tenemos actualmente 2 líneas de negocio, una destinada a la alimentación humana, comercializando ancas de rana y elaborando productos transformados a partir de la carne de rana (croquetas, precocinados, etc.), y otra para la alimentación animal. Somos la única empresa española con una propuesta especializada e íntegramente basada en la rana.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?: Surgió como una alternativa de autoempleo al encontrar dificultades para encontrar trabajo en la ciudad de Zamora. Aunque en mi

pasado laboral he tenido oportunidades de generar negocios desde cero, siempre había estado dentro de una organización privada. No considero que emprender tenga un significado único ya que es un proceso de alta complejidad. Desde una mirada analítica, emprender es la oportunidad de generar economía a nivel individual, pero también social. Desde mis inicios como autoempleada, este proyecto comenzó a tejerse con mis valores teniendo siempre presente otras dimensiones adicionales a la económica, como la social y la ambiental.

¿Cómo surgió la idea?: El emprendimiento comenzó con un proyecto de fin de carrera de mi marido derivado de su participación en un proyecto de investigación de la Universidad de León. Quedó aparcado por su ingreso al mercado laboral como Ingeniero y en el 2012, retomé sus planes y comencé a explorar el sector y el mercado internacional para ver su viabilidad económica y técnica.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio: El proyecto en sí mismo ha sido y es muy complejo, lo que implica obstáculos intrínsecos. Tal vez la mayor dificultad ha sido obtener todas las autorizaciones pertinentes para desarrollar el negocio. Además, en mi caso particular, tanto la conciliación personal como familiar es una dificultad adicional. Es parte de un ejercicio paralelo que hay que hacer día a día para tener una organización adecuada que permita esta conciliación. Entiendo que a las mujeres nos cuesta mucho delegar en general, y ello puede ser una fuente de frustración subyacente, pero debemos de tenerlo en consideración para que su impacto se utilice como oportunidad y no como desmotivación.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo habéis innovado en respuesta a la pandemia?: Actualmente, nuestro emprendimiento está en transición a ser productores. Es por ello que, aún como importadores, dependemos del mercado global y la COVID nos ha impactado duramente. Por lo tanto, nos refuerza aún más la idea de trabajar en el autoabastecimiento del negocio.

Algo que te gustaría añadir: Muchas lágrimas se ha llevado, se lleva y se llevará mi emprendimiento, pero las oportunidades son enormes. Emprender no es fácil, pero es un camino muy enriquecedor en todos los aspectos. Son muy importantes las redes de contacto y la posibilidad de compartir para generar espacios de contención y estímulo. Existen muchas opciones de programas o formación específica gratuitos que ayudan a ir sentando bases y a conseguir el asesoramiento profesional para las ideas de negocio que tengamos (Cámara de Comercio, ICE, etc.). Es básico disponer de ilusión y compromiso para emprender y encontrar los recursos necesarios para alinearse con los objetivos. Respecto a estos últimos, también es necesario que las políticas incentiven soluciones alternativas que apoyen el emprendimiento y nuevos tejidos económicos. El futuro es incierto para todos, pero el emprendimiento cada vez es más esencial. Mi apuesta es desarrollar un tejido productivo sostenible económica, ambiental y socialmente, fundamentado en la acuicultura continental y rural, un ámbito en Zamora donde tenemos una despoblación crítica, pero no reconocida como en otras zonas de España.

CAPÍTULO 3

Perfil de la persona que emprende en Castilla y León

3.1. MOTIVACIÓN

En 2021, el principal motivo para emprender en Castilla y León, tanto para los emprendedores recientes (TEA) como para aquellos que lideran empresas consolidadas, ha sido ganarse la vida debido a la escasez de trabajo (Gráfico 3.1). Seguidamente, en el ámbito regional, sí se puede observar una cierta diferencia entre los emprendedores recientes (TEA), que dan más importancia a la motivación de marcar una diferencia en

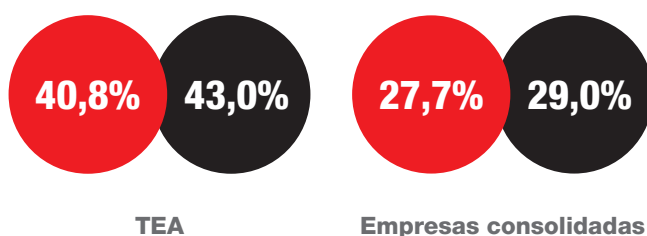
el mundo, y las empresas consolidadas, que le otorgan más relevancia a continuar con la tradición familiar.

En relación con España, la distribución de las motivaciones por parte de los emprendedores recientes (TEA) y las empresas consolidadas es similar, destacando claramente el motivo del emprendimiento por necesidad, ante una falta de alternativas de trabajo percibidas.

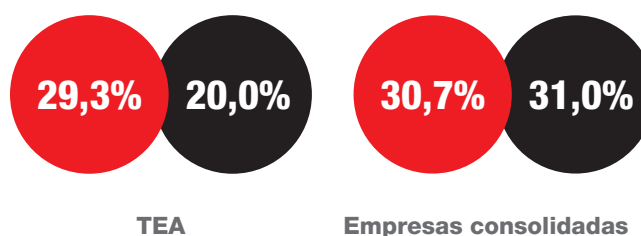
Gráfico 3.1. Motivaciones de las personas emprendedoras en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

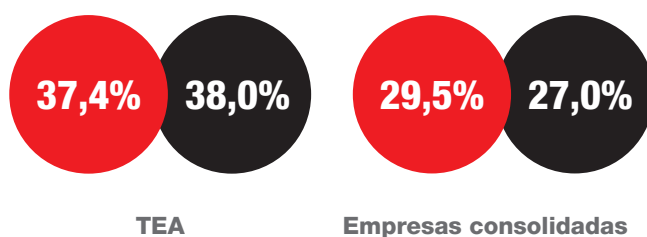
Marcar una diferencia en el mundo



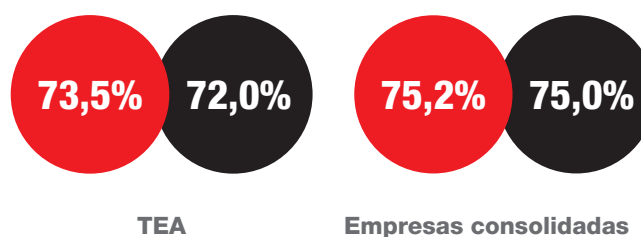
Continuar una tradición familiar



Crear riqueza o una renta muy alta



Ganarme la vida porque el trabajo escasea







■ Castilla y León ■ España

Desde una perspectiva de género (Tabla 3.1), las mujeres superan a los hombres en querer crear empresas que marquen una diferencia en el mundo, tanto en Castilla y León como en España. Por el contrario, en ambos contextos (y especialmente a nivel nacional), es menor el porcentaje de mujeres que crean empresas para conseguir una renta alta. Por otro lado, y como un fenómeno específico de Castilla y León, entre las empresas consolidadas, se observa que los hombres emprenden en mayor medida como forma de continuar una tradición familiar. Finalmente, como se ha incidido con anterioridad, la motivación de emprender para ganarse la vida es la razón que han considerado un mayor número de emprendedores, tanto hombres como mujeres.





Tabla 3.1. Motivaciones en función del género en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021





Marcar una diferencia en el mundo

| | TEA | | Empresas consolidadas | |
|-----------------|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |
| Castilla y León | 43,4% | 37,8% | 28,8% | 26,7% |
| España | 44,0% | 42,0% | 31,0% | 27,0% |





Crear riqueza o una renta muy alta

| | TEA | | Empresas consolidadas | |
|-----------------|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |
| Castilla y León | 35,2% | 40,0% | 28,8% | 30,0% |
| España | 32,0% | 45,0% | 24,0% | 30,0% |

Continuar una tradición familiar

| | TEA | | Empresas consolidadas | |
|-----------------|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |
| Castilla y León | 27,8% | 30,1% | 25,9% | 35,0% |
| España | 18,0% | 21,0% | 31,0% | 31,0% |

Ganarme la vida porque el trabajo escasea

| | TEA | | Empresas consolidadas | |
|-----------------|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |
| Castilla y León | 78,2% | 67,4% | 81,5% | 69,5% |
| España | 73,0% | 71,0% | 75,0% | 75,0% |

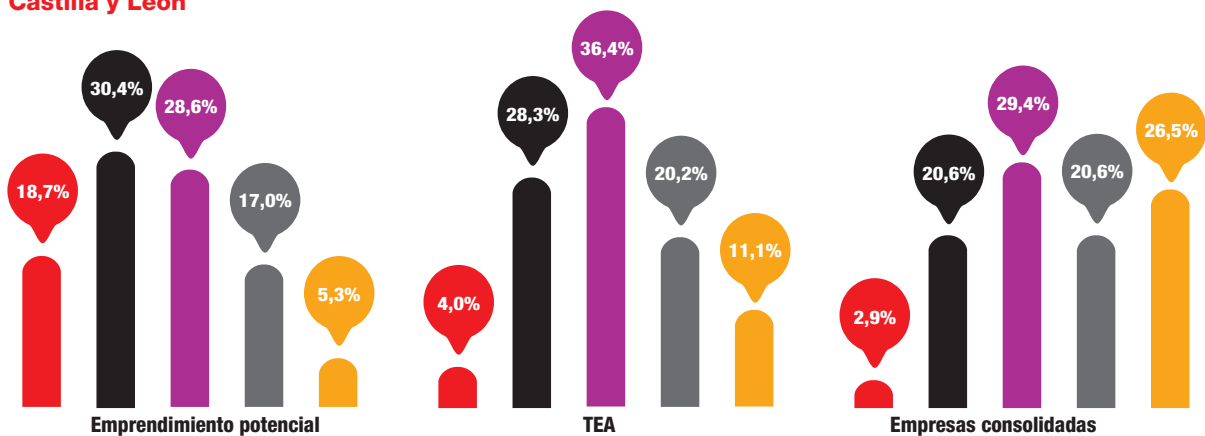
3.2. EDAD

En 2021, en Castilla y León, casi un 20% de las personas entre 18 y 24 años se reconocía como emprendedor potencial, cifra por encima de la media nacional y que, puede indicar que en el futuro se espera que mejoren las cifras del emprendimiento en la Comunidad Autónoma (Gráfico 3.2). Por su parte, entre los emprendedores recientes (TEA), tanto en Castilla y León como en España, más del 80% se concentran entre los 25 y los 54 años, siendo mayor la cifra a nivel regional. Finalmente, en relación con las empresas consolidadas, tradicionalmente lideradas por personas emprendedoras de mayor edad, se observa una diferencia significativa entre Castilla y León y España, de tal forma que un 50% de los emprendedores castellanos y leoneses en iniciativas consolidadas tienen entre 25 y 44 años, cifra que para España representa el 22,5%.

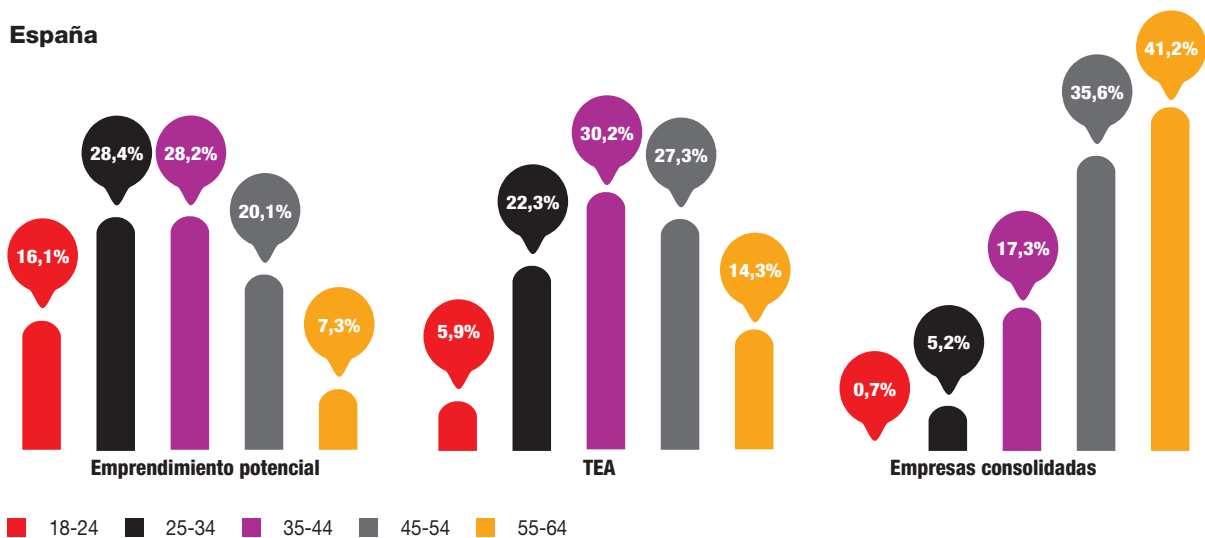
Gráfico 3.2. Distribución de las personas emprendedoras por edad en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

Castilla y León



España

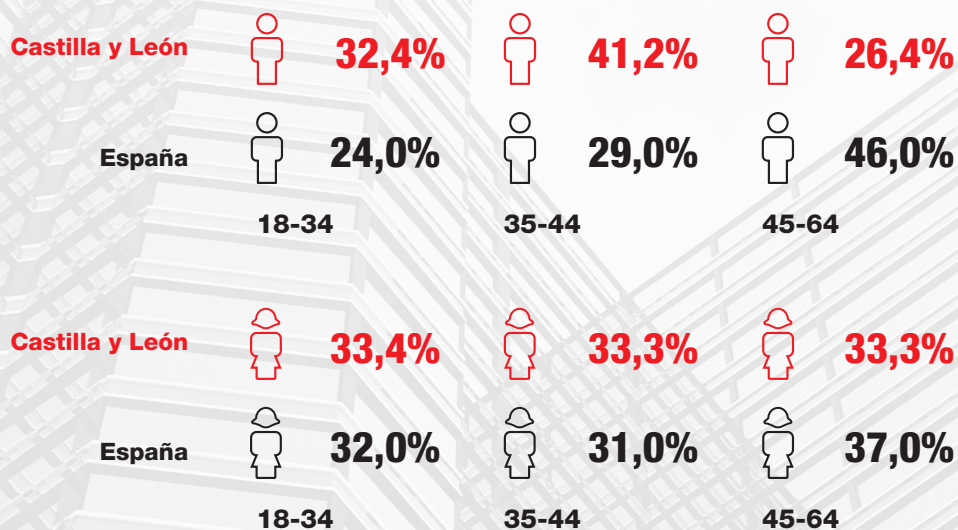


■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64

Desde una perspectiva de género de los emprendedores recientes (TEA), en Castilla y León, las mujeres están distribuidas de forma similar entre los distintos rangos de edad, mientras que en los hombres predomina el rango de edad entre 35 y 44 años (Figura 3.1). En el caso de España, la situación es muy similar para las mujeres emprendedoras, pero no así para los hombres, que son mayoritarios en el intervalo de edad de 45 a 64 años.

Figura 3.1. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del género en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2020-2021



3.3. EDUCACIÓN

En 2021, el 38,6% de los emprendedores recientes (TEA) tienen un nivel educativo universitario, y un 18,9% cuenta con un título de Máster o Doctorado (Tabla 3.2). Sin embargo, el porcentaje de emprendedores universitarios se reduce en las empresas consolidadas y entre los emprendedores potenciales, de forma que la mayoría de las personas que lideran una iniciativa empresarial consolidada o se plantean emprender cuentan con educación secundaria, incluyendo en esta categoría la Formación Profesional.

Tabla 3.2. Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios

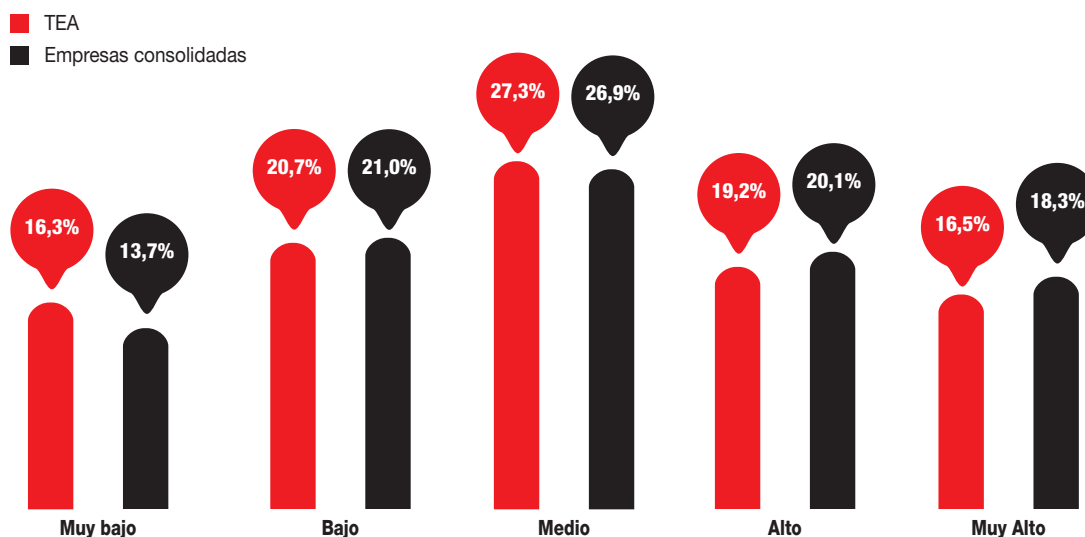
Fuente: GEM-España APS 2021

| Educación | | Emprendimiento potencial | TEA | Empresas consolidadas |
|-------------|--------------|--------------------------|--------------|-----------------------|
| Primaria | Total | 11,5% | 6,7% | 17,2% |
| | Total | 63,1% | 54,7% | 52,9% |
| Secundaria | Secundaria | 42,3% | 29,3% | 34,5% |
| | FP Superior | 20,8% | 25,4% | 18,4% |
| | Total | 25,4% | 37,6% | 29,9% |
| Universidad | Grado | 11,5% | 18,7% | 19,5% |
| | Máster | 13,1% | 17,3% | 6,9% |
| | Doctorado | 0,8% | 1,6% | 3,5% |

En relación con la formación específica sobre emprendimiento y gestión empresarial (Gráfico 3.3), en 2021, en Castilla y León, los emprendedores recientes (TEA) y los consolidados muestran un nivel similar, próximo al 40%. En este sentido, y desde una perspectiva de género (Tabla 3.4), es posible observar un mayor porcentaje de mujeres con un nivel elevado de formación específica para emprender, tanto entre los emprendedores recientes (TEA) como en las empresas consolidadas.

Gráfico 3.3. Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa

Fuente: GEM-España APS 2021





Quesería de Campo Montealijar



Nombre del emprendedor: Mario Esteban Correal.

Nombre del negocio: Quesería de Campo Montealijar (www.montealijar.es).

Ubicación del negocio: Las Navas del Marqués (Ávila).

Año de lanzamiento del negocio: 2015.

Breve descripción del negocio: Se trata de una Quesería Familiar en la que elaboramos distintos tipos de productos lácteos a partir de la leche de cabra, procedente de nuestro rebaño de cabra del Guadarrama. Además, somos la única quesería de España que elabora quesos de cabra 100% de esta raza autóctona, avalado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y que está en peligro de extinción.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor es intentar crear y dar forma de negocio a un sueño propio e intentar poder vivir de él.

¿Cómo surgió la idea?

Quando finalicé mis estudios superiores de Veterinaria quería dedicarme al mundo de la ganadería y tenía que ver la forma de poder hacerlo de una forma viable económicamente. Teníamos claro que nuestra idea de negocio era abordar todos eslabones de la cadena de valor del producto, desde el origen, mimando a nuestras cabras con el pastoreo en extensivo y controlando nosotros mismos la materia prima, hasta el consumidor final, elaborando productos lácteos de gran calidad. De esta forma, podíamos obtener todo ese valor añadido y conseguíamos además diferenciarnos de otros fabricantes.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio:

Siempre hay numerosos obstáculos para crear cualquier negocio y emprender en este país. Por ejemplo, las numerosas trabas burocráticas, la lentitud en los procedimientos administrativos, así como la multitud de requisitos requeridos para hacer cualquier cosa.

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

Tuvimos suerte y la pandemia, en nuestro caso, solo tuvo un pequeño impacto al principio y en las ventas, no así con la ganadería, porque las cabras precisan atención y cuidados todos los días del año. Después, una vez pasado el inicio de la pandemia, comenzamos a enviar más producción directamente a los hogares gracias al comercio electrónico, aunque la comercialización a través de los canales de distribución de la alimentación apenas se vio afectada por la COVID-19.

Algo que te gustaría añadir:

Tener un negocio requiere mucho esfuerzo, tiempo y dedicación, pero resulta casi heroico ser autónomo ganadero y transformador, porque no queda tiempo para nada y te ves trabajando de lunes a domingo sin horarios. El resultado es una vida muy dura, nada envidiada y poco o nada valorada en la sociedad actual, con un estilo de vida actual donde se prioriza poder disponer del mayor tiempo posible para el ocio y disfrute, y en definitiva "vivir la vida".

En 2021, el porcentaje de mujeres emprendedoras con educación universitaria superó ampliamente al de los hombres en las fases de emprendimiento potencial y empresas consolidadas, quedando ligeramente por detrás entre los emprendedores recientes (TEA) (Tabla 3.3). En cuanto a la especialización, un 25,7% de las emprendedoras potenciales contaban con un título de Máster o Doctorado, en comparación con el 11,3% de los emprendedores. Es previsible que esta formación especializada permita crear iniciativas emprendedoras diferenciales en el futuro.

Tabla 3.3. Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios y del género

Fuente: GEM-España APS 2021











| Educación | | Emprendimiento potencial | | TEA | | Empresas consolidadas | |
|-------------|--------------|--|--|--|--|--|--|
| | |  |  |  |  |  |  |
| Primaria | Total | 12,7% | 11,4% | 21,3% | 10,3% | 4,8% | 12,2% |
| | Total | 69,0% | 48,6% | 57,4% | 55,2% | 57,1% | 48,8% |
| Secundaria | Secundaria | 47,9% | 31,4% | 40,4% | 34,5% | 26,2% | 29,3% |
| | FP Superior | 21,1% | 17,2% | 17,0% | 20,7% | 30,9% | 19,5% |
| | Total | 18,3% | 40,0% | 21,3% | 34,5% | 38,1% | 39,0% |
| Universidad | Grado | 7,0% | 14,3% | 12,7% | 15,5% | 21,4% | 26,8% |
| | Máster | 11,3% | 22,9% | 4,3% | 17,3% | 14,3% | 9,8% |
| | Doctorado | 0,0% | 2,8% | 4,3% | 1,7% | 2,4% | 2,4% |

Tabla 3.4. Nivel de formación específica para emprender en función del género

Fuente: GEM-España APS 2021

| | TEA | | Empresas consolidadas | |
|-------------|---|---|--|---|
| |  |  |  |  |
| Nivel Alto | 33,3% | 36,6% | 37,8% | 40,5% |
| Nivel Medio | 24,2% | 31,7% | 26,7% | 26,2% |
| Nivel Bajo | 42,5% | 31,7% | 35,5% | 33,3% |

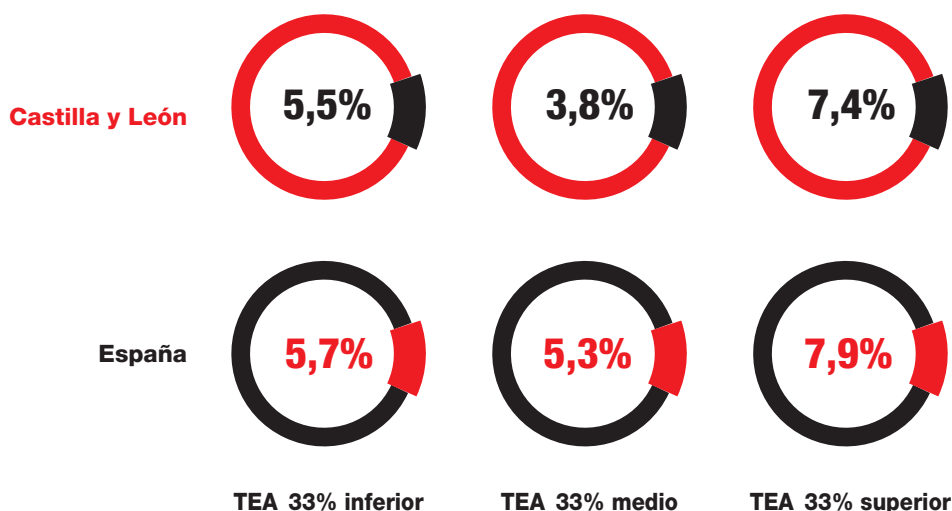
CAPÍTULO 4

Características de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León

4.1. NIVEL DE RENTA DE LOS EMPRENDEDORES Y FUENTES DE FINANCIACIÓN

Nivel de renta de los emprendedores

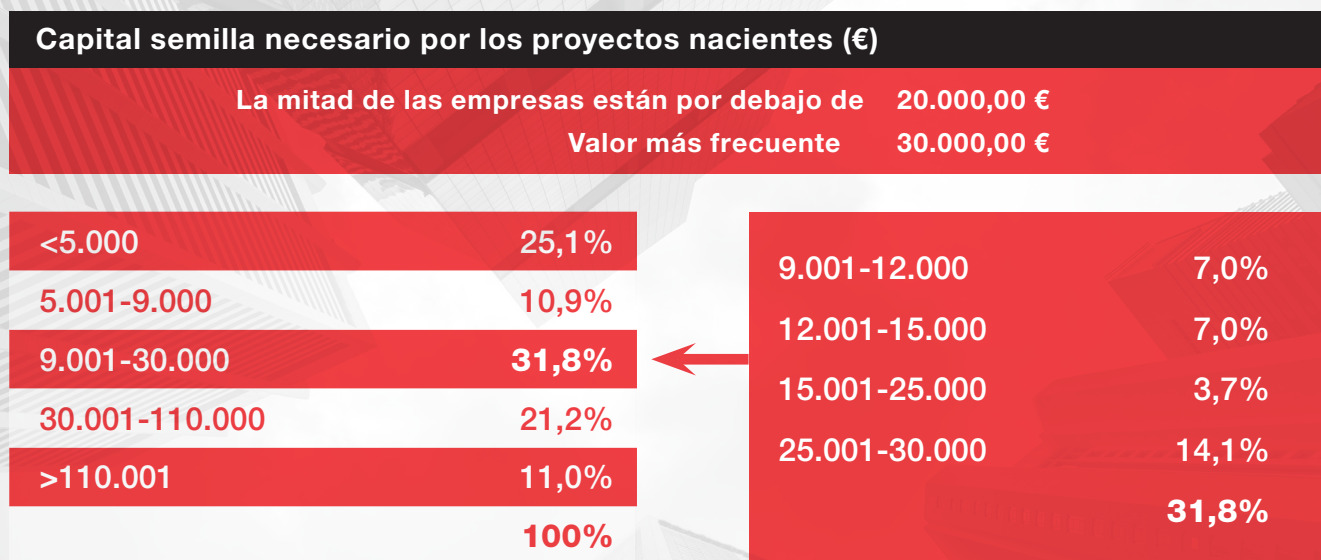
Gráfico 4.1. Índice TEA en función del nivel de renta de los emprendedores en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021



En relación con el nivel de renta de los emprendedores recientes (TEA) en Castilla y León cabe destacar que aquellos emprendedores con rentas más altas son más propensos a poner en marcha una nueva empresa (7,4%), un porcentaje muy similar a la situación española (7,9%). Asimismo, el Gráfico 4.1 nos indica que mientras los emprendedores con rentas más bajas presentan una tasa de creación de empresas del 5,5%, aquellos con una renta media tan solo alcanzan el 3,8%. Una cifra bastante inferior a la registrada en el caso de España que alcanza el 5,3%. Sin embargo, el patrón parece ser el mismo en Castilla y León que en el resto de España. Los emprendedores con rentas medias quizás poseen una situación acomodada que no les incentiva a poner en marcha una nueva empresa.

Figura 4.1. Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes

Fuente: GEM-España APS 2021



Un poco más del 70% de los proyectos de negocio iniciados en 2021 en Castilla y León han necesitado un capital semilla menor de 30.000 euros (Figura 4.1), lo que refleja la escasa envergadura de las iniciativas, pero al mismo tiempo facilita su financiación. No obstante, es necesario destacar que un 11% de los emprendedores necesitó un capital superior a 110.000 euros, lo que puede indicar la presencia de empresas de mayor tamaño en los próximos años.

Si analizamos el capital semilla requerido por los hombres y mujeres de Castilla y León (Figura 4.2) observamos diferencias significativas en función del género. Mientras la mayor parte de los hombres necesita un capital de al menos 30.000 euros para poner en marcha su negocio, las mujeres necesitan un capital de tan solo 1.000 euros para desarrollar su actividad. Además, tan solo un 42% de las mujeres necesita un capital superior a 12.000 euros para desarrollar su

Figura 4.2. Capital semilla requerido entre hombres y mujeres

Fuente: GEM-España APS 2021

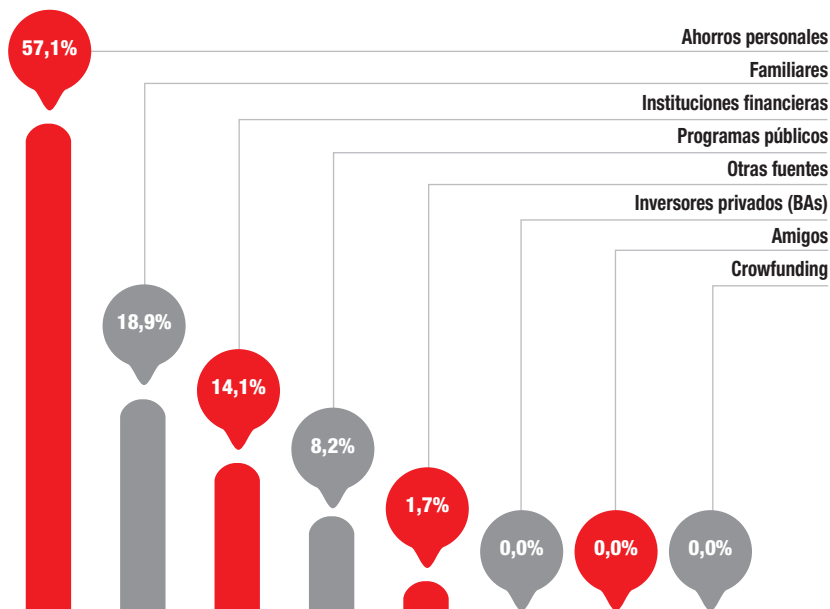


negocio, frente al 68% de los hombres. Una diferencia de más de 20 puntos porcentuales. Ello nos permite concluir que los hombres de Castilla y León ponen en marcha actividades de mayor envergadura que las mujeres.

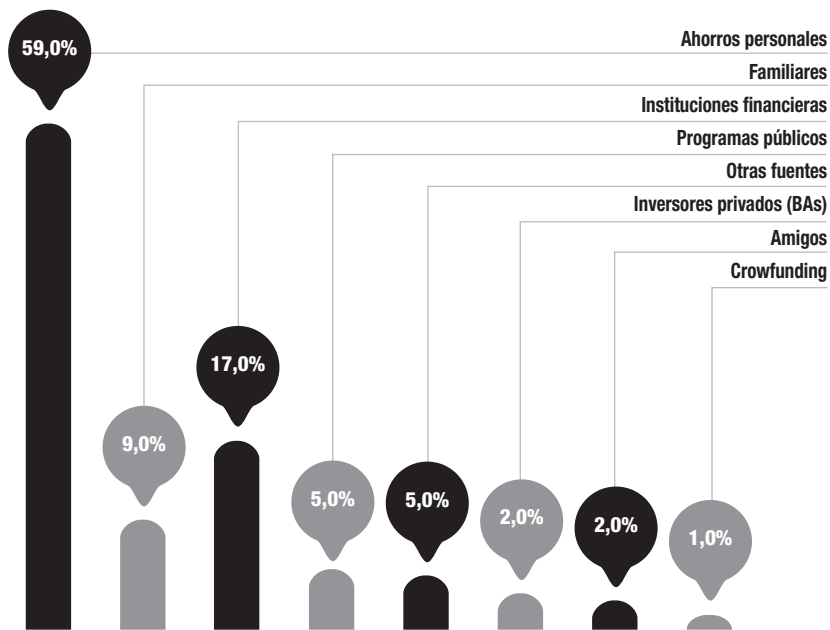
En cuanto a la procedencia del capital semilla en Castilla y León (Gráfico 4.2) se puede señalar que un 57,1% de las iniciativas emprendedoras se financia con los ahorros personales del emprendedor una cifra ligeramente superior a la obtenida en el caso de España (59%). La reducción del nivel de renta de los emprendedores en el último año está condicionando la reducción del capital semilla de las nuevas iniciativas. En segundo lugar, los emprendedores de Castilla y León acuden a sus familias como medio de financiación una situación muy diferente al caso español, ya que la cifra de emprendedores que se financia gracias a sus familias (18,9%) duplica a la cifra española (9%). Como recursos complementarios, en 2021 los recursos procedentes de las instituciones financieras constituyen el 14,1% del capital semilla, mientras que los procedentes de programas públicos ascienden al 8,2%, ambas en línea con el resto de las iniciativas emprendedoras españolas (17% y 5%, respectivamente). Un aspecto preocupante en Castilla y León es que los inversores privados (*business angels*, BAs) todavía constituyen una fuente residual del capital semilla de las iniciativas emprendedoras, no llegando ni al 1% en el último año.

Gráfico 4.2. Porcentaje medio según la fuente de origen del capital semilla en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



Castilla y León



España

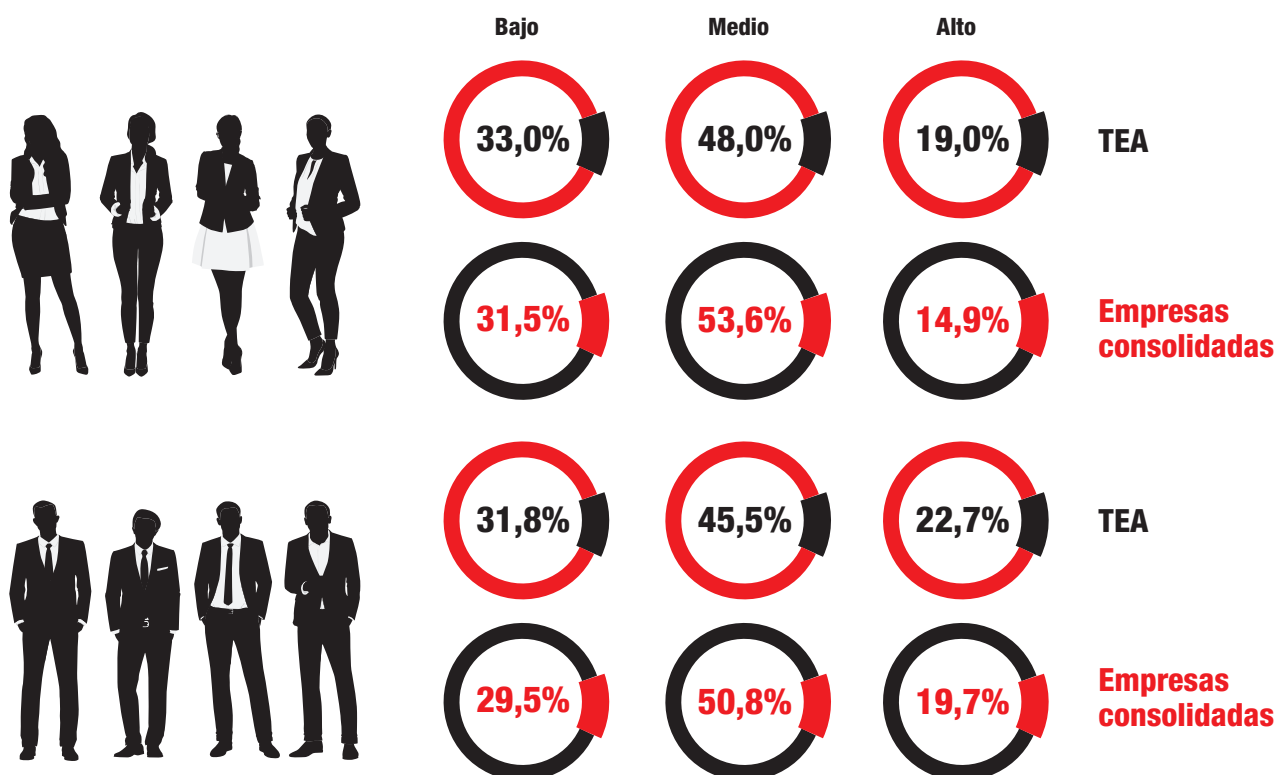
La profesionalización de las personas que emprenden en Castilla y León también se ve reflejada en un mayor conocimiento de las fuentes de financiación en la fase reciente (TEA) del proceso emprendedor (Gráfico 4.3), en relación a las que lo hacen en la fase consolidada. Siendo especialmente llamativa esta diferencia en el caso de las mujeres pasando del 14,9% de las consolidadas al 19% de las iniciativas en fase reciente.

A mayor nivel educativo, los emprendedores manifiestan mayor conocimiento de las fuentes de financiación más apropiadas para sus iniciativas emprendedoras, especialmente en el caso de los emprendedores involucrados en empresas consolidadas (Gráfico 4.4). En el

caso de las nuevas iniciativas desarrolladas en Castilla y León nos llaman la atención tres aspectos. Aproximadamente el 50% de los emprendedores que poseen una titulación de FP o Grado afirman tener un conocimiento financiero medio. Esta situación se invierte en el caso de los emprendedores que poseen una titulación de Máster en la que casi el 50% afirma tener una baja formación financiera. Asimismo, esta situación es completamente opuesta en los emprendedores con un doctorado en los que el 100% afirma tener un conocimiento medio o alto en aspectos financieros. Esta información nos indica la necesidad de ofrecer mayor formación en materia de financiación entre los estudiantes de máster (Tabla 4.1).

Gráfico 4.3. Nivel de conocimiento financiero* a lo largo del proceso emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2021

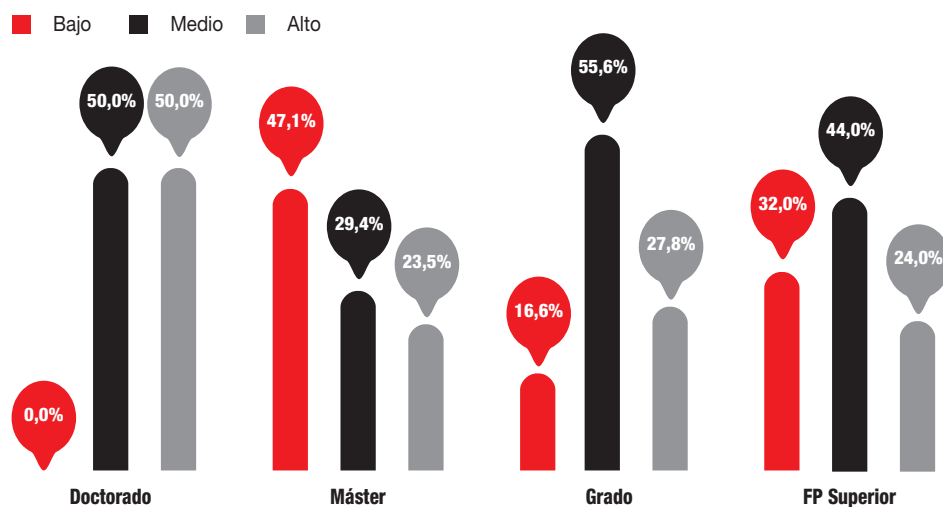


* La variable del nivel de conocimiento financiero será objeto de un análisis en profundidad por el Instituto *Santander Financial Institute*. Consultar informe próximamente en www.sanfi.es.

Gráfico 4.4. Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2021

TEA



Empresas consolidadas

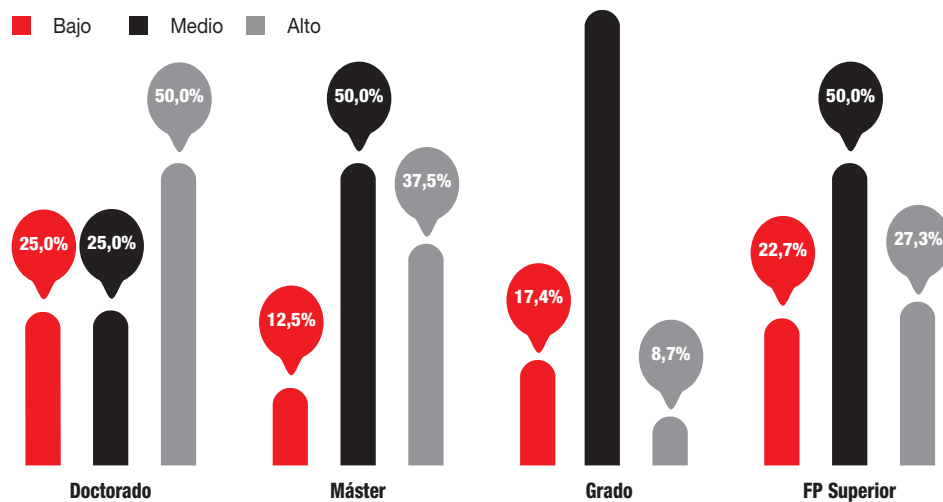


Tabla 4.1. Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo

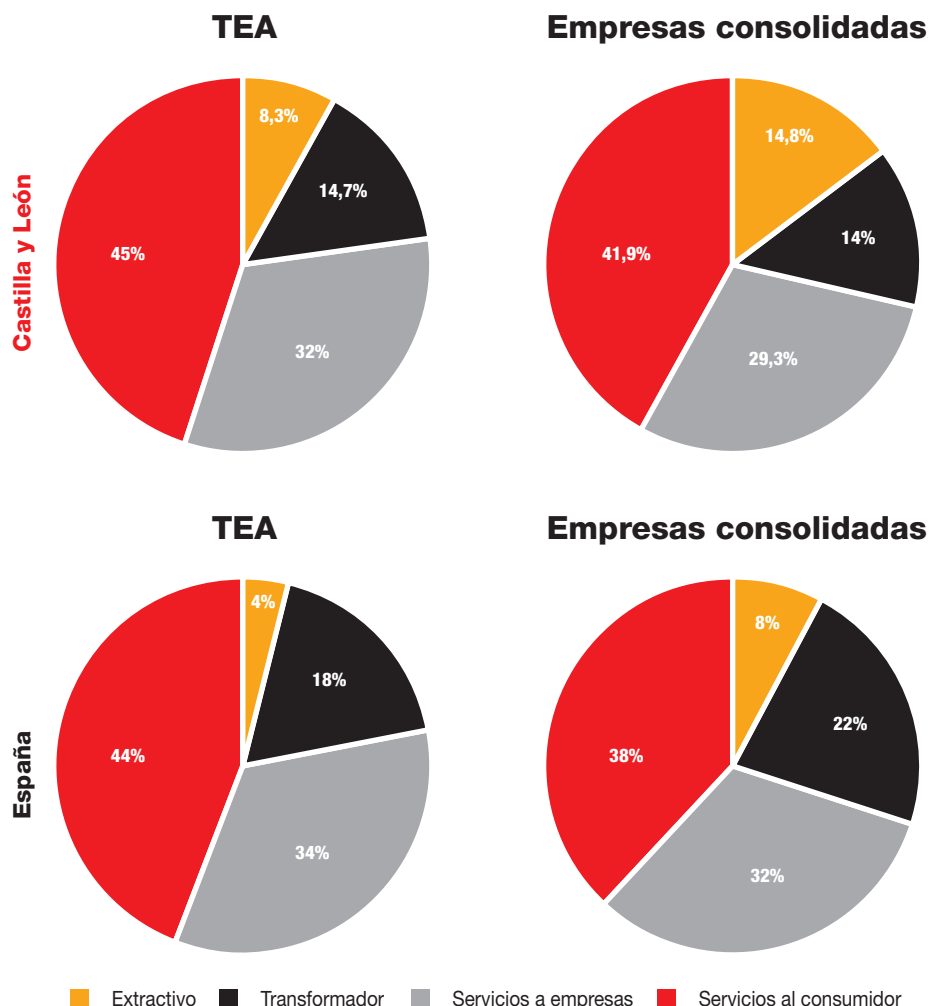
Fuente: GEM-España APS 2021

| | TEA | | | Empresas Consolidadas | | |
|-------|----------|------------|----------|-----------------------|------------|----------|
| | Primaria | Secundaria | Superior | Primaria | Secundaria | Superior |
| Bajo | 31,2% | 35,6% | 29,7% | 44,2% | 26,3% | 7,0% |
| Medio | 68,8% | 44,4% | 43,2% | 48,8% | 47,4% | 26,3% |
| Alto | 0,0% | 20,0% | 27,1% | 7,0% | 26,3% | 19,9% |

4.2. SECTOR DE ACTIVIDAD

Gráfico 4.5. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



El mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras se localiza en los sectores de servicios a empresas o al consumidor (Gráfico 4.5). No obstante, el sector extractivo continúa teniendo un peso importante en Castilla y León entre las empresas de nueva creación TEA (8,3%) y especialmente entre las empresas consolidadas (14,8%), duplicando en ambos casos a la tasa española (4% y 8% respectivamente).

En relación a la distribución de los emprendedores por sector de actividad en función del género (Tabla 4.2) se puede señalar que mientras el número de hombres que han emprendido actividades en el sector transformador duplica al número de mujeres que han puesto en marcha actividades en este sector. Algo que contrasta con el sector de servicios al consumidor dónde este porcentaje se invierte, siendo un 54,7% las iniciativas lideradas por mujeres frente al 32,6% de los hombres.

Tabla 4.2. Distribución de los emprendedores TEA por sector de actividad en función del género en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

| Sector de actividad | Mujeres (Icono) | | Hombres (Icono) | |
|-------------------------|-----------------|--------|-----------------|--------|
| | Castilla y León | España | Castilla y León | España |
| Servicios al consumidor | 54,7% | 51,0% | 32,6% | 37,0% |
| Servicios a empresas | 28,3% | 31,0% | 37,2% | 37,0% |
| Transformador | 9,5% | 13,0% | 20,9% | 23,0% |
| Extractivo | 7,5% | 4,0% | 9,3% | 3,0% |



Bodegas y Viñedos Roberik



Nombre de los emprendedores: Sergio Sanz Álvaro y Ana Marta Rojo Lara.

Nombre del negocio: Bodegas y Viñedos Roberik (www.roberik.com).

Ubicación del negocio: Milagros (Burgos).

Año de lanzamiento del negocio: 2014.

Breve descripción del negocio: Somos una pequeña bodega de la D.O. Ribera del Duero, con un equipo formado por dos parejas, Elena y Sergio, que llevan la gestión del negocio, y Marta e Iván, que se encargan de la viticultura y la enología. El nombre de nuestros vinos es "Abés", que procede del arameo y significa "con trabajo, trabajado desde la tierra". Cuidamos mucho todo el proceso de elaboración de nuestro vino. Así, durante la vendimia, la uva llega a la bodega en transporte rápido, en partidas de 1.000 kg, evitando que coja calor en el campo una vez recogida, dejándola enfriar durante la noche para que

la fermentación arranque poco a poco y mantener sus aromas vivos. Una vez finalizada la fermentación, sangramos los vinos por gravedad. Ese primer vino que se extrae, denominado vino flor, por ser más aromático, más amable y menos astringente, es el que usamos para elaborar nuestros vinos. La crianza se realiza en barricas de roble francés, americano y húngaro, en función del tipo de vino que vamos a elaborar (roble francés de grano fino, para Abés Edición Especial, y un coupage de barricas de roble francés, americano y húngaro, para Abés Vendimia Seleccionada). Nuestros vinos son equilibrados, y la fruta, las especias y la madera están en perfecta armonía. Nuestro objetivo es crear vinos que sean nexos de unión entre las personas y que las conecten con el pasado, permitiendo disfrutar del presente e invitando a brindar por el futuro.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Poner en marcha un proyecto que te ilusiona, luchar por él y vivir en una montaña rusa constante.

¿Cómo surgió la idea?

Nos conocimos gracias a nuestros hijos, Roberto y Erik, de ahí el nombre de "Roberik", y decidimos unir el saber de unos y de otros para poner en marcha el proyecto.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio:

Algunos a nivel administrativo, porque la carga burocrática es muy grande y, en ocasiones, la información recibida no es muy clara.

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

Nos pilló justo en el momento en el que íbamos a comenzar a exportar y fue un palo grande. Por otro lado, la respuesta del cliente final fue positiva y nos ayudó a mantenernos.

Algo que os gustaría añadir:

Si un emprendedor tiene claro lo quiere hacer, debe luchar por conseguirlo. Se va a encontrar con mil trabas y va a tener miedos y dudas. Se va a caer, pero también conseguirá levantarse, y todo ello le ayudará a crecer a nivel personal y profesional.

4.3. CARÁCTER FAMILIAR

En 2021 el 87,7% de las empresas consolidadas en Castilla y León tienen propiedad familiar (Tabla 4.3), de las que el 91,2% son administradas por miembros de la familia. Este porcentaje se reduce ligeramente al 81,9% en las iniciativas recientes (TEA), en las que el 86% están administradas por la familia. Esta situación contrasta con el caso español especialmente entre las iniciati-

vas recientes (TEA). Mientras que en el caso español se prevé por tanto una reducción del carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en el futuro, tanto en la estructura de propiedad como en la administración de la empresa, en el caso de las empresas de Castilla y León, tal y como se apuntaba en el apartado de financiación, las empresas familiares son un pilar fundamental.

Tabla 4.3. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021

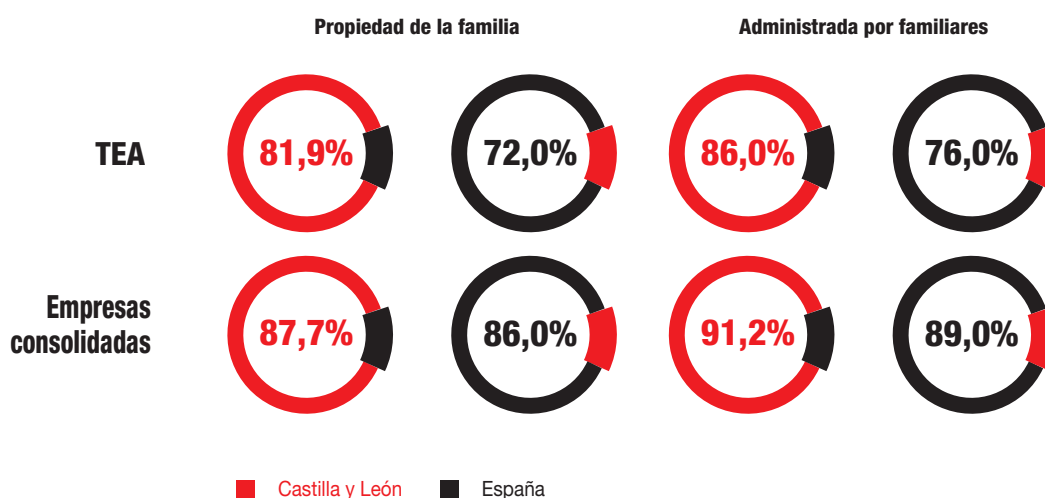
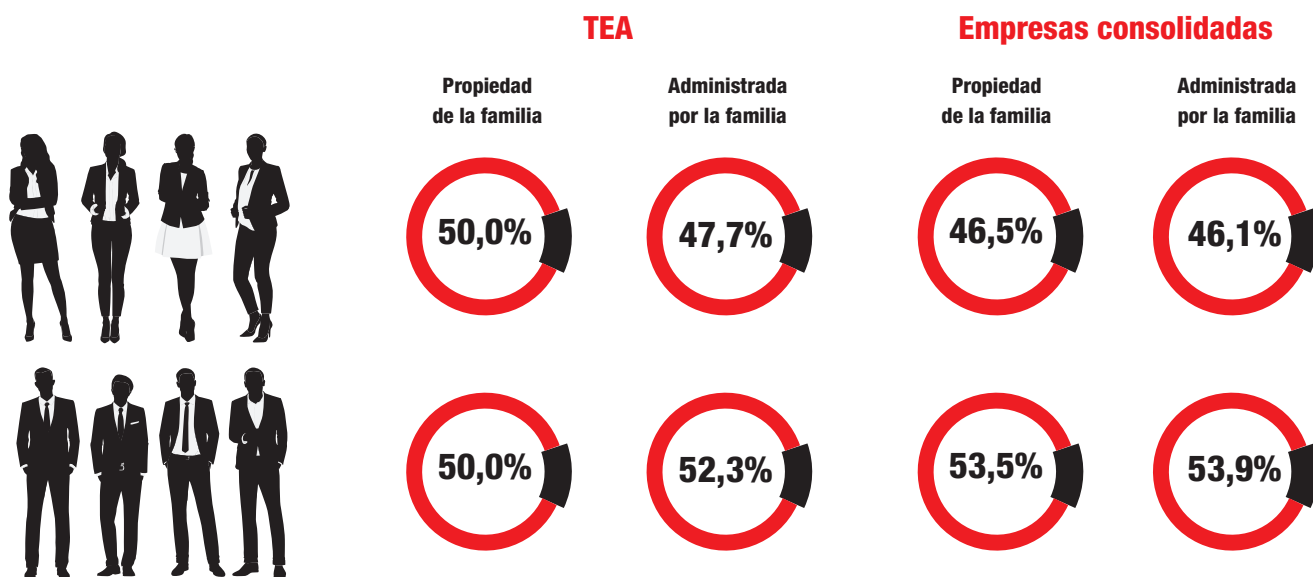
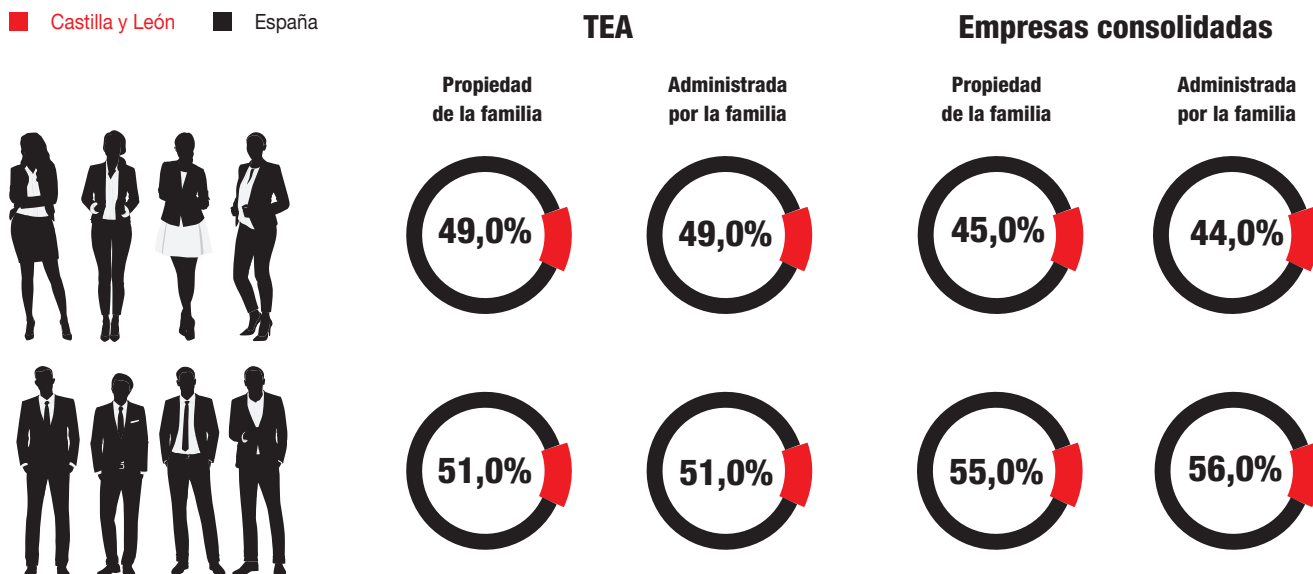


Gráfico 4.6. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del género en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



■ Castilla y León ■ España



El porcentaje de mujeres emprendedoras involucradas en iniciativas familiares recientes (TEA) y consolidadas es igual al de los hombres de Castilla y León (Gráfico 4.6), una situación que contrasta con la situación española donde aún se percibe una brecha de género.

Un 43,9% de las iniciativas emprendedoras familiares se localiza en el sector de servicios al consumidor, seguido del sector de servicios a empresas (24,5%), que requieren menos inversión y suelen ser de menor tamaño (Gráfico 4.7) una situación muy similar a la registrada en el resto de España.

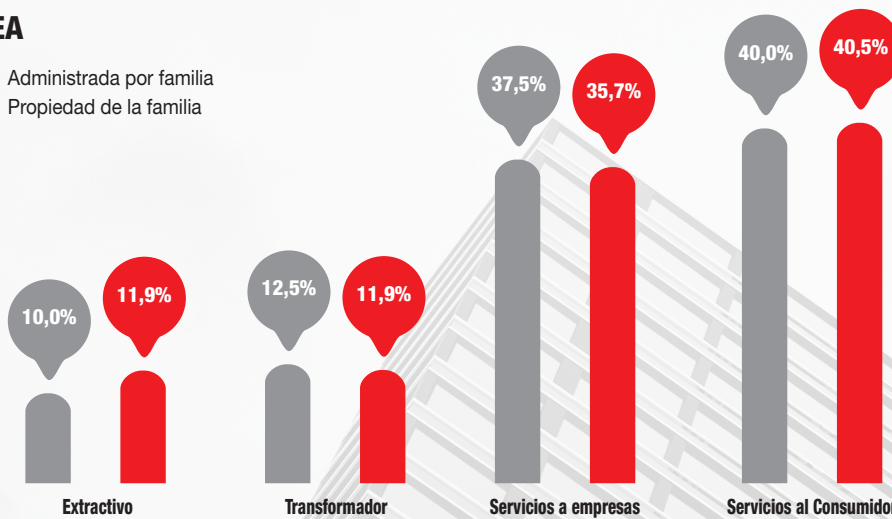
Gráfico 4.7. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sector en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

Castilla y León

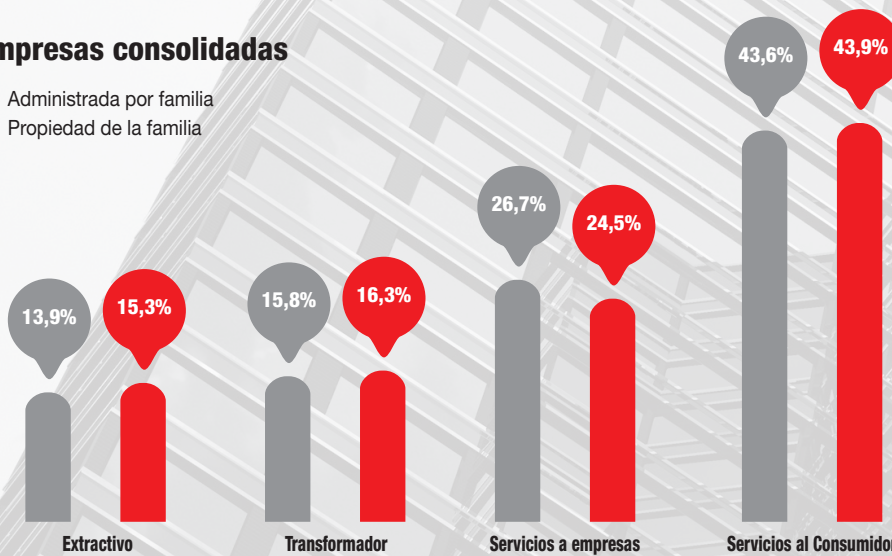
TEA

- Administrada por familia
- Propiedad de la familia



Empresas consolidadas

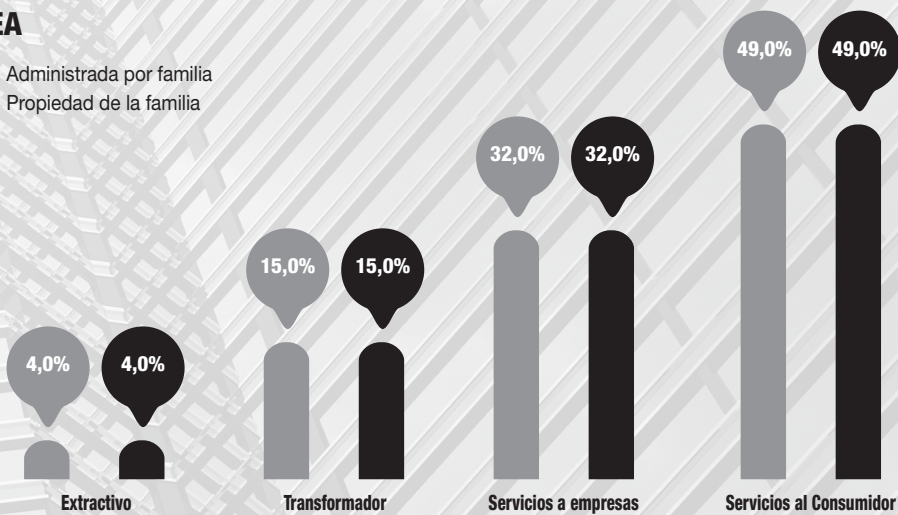
- Administrada por familia
- Propiedad de la familia



España

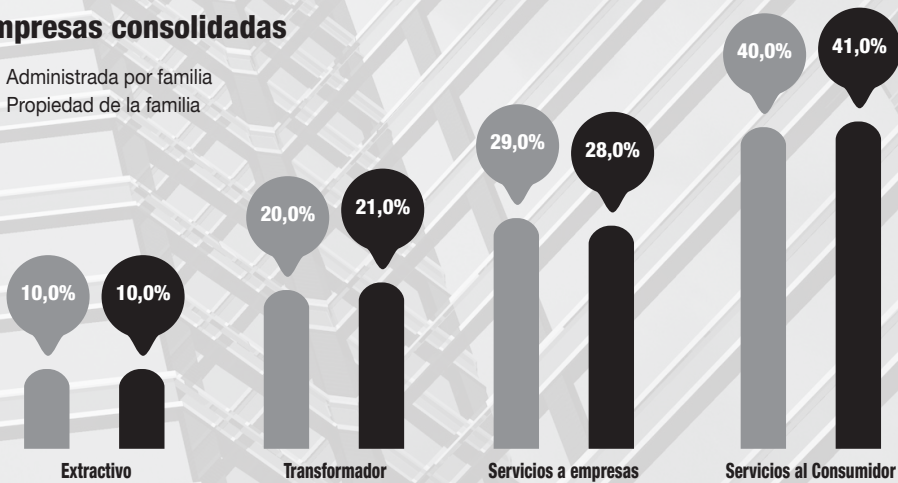
TEA

- Administrada por familia
- Propiedad de la familia



Empresas consolidadas

- Administrada por familia
- Propiedad de la familia





Cárnicas Tabladillo



Nombre de los emprendedores: Los hermanos David, Esther e Israel de María Marugán.

Nombre del negocio: Cárnicas Tabladillo, S.L. (www.tabladillo.es).

Ubicación del negocio: Tabladillo (Segovia).

Año de lanzamiento del negocio: 1968.

Breve descripción del negocio: Empresa familiar dedicada, desde hace más de 50 años, a la cría y elaboración de Cochinillo de Segovia. Gracias a nuestros años de experiencia, hemos desarrollado una metodología propia de trabajo con la que brindamos a nuestros clientes un cochinillo de la más alta calidad, el Cochinillo TABLADILLO. Además, día a día, continuamos apostando por la I+D+i para ofrecer a nuestros clientes productos novedosos. Así, nos hemos consolidado como la mayor empresa productora de

Cochinillo de Segovia. Somos líderes en el mercado nacional, con amplia presencia y fuerte expansión en el mercado internacional.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?: Ser emprendedor es tener la capacidad de identificar oportunidades y organizar los recursos necesarios, con nuestros propios medios, para darle inicio y fin al proyecto. Teniendo en cuenta los riesgos y consecuencias, y más aún en un entorno rural como en el que nos encontramos, cuya satisfacción es mayor. “Lo más importante para nosotros es el servicio. Mi padre siempre nos transmitió que es fundamental para mantener un cliente satisfecho, y eso es la base de cualquier empresa” (David, CEO). “La calidad es uno de nuestros puntos fuertes. Gran parte de nuestro trabajo está basado no solo en mantener el trabajo de nuestra familia, sino en mejorarlo día a día” (Esther, Directora de Compras). “En Tabladillo siempre queremos mejorar, dando así importancia al capital humano en una compañía familiar que se encuentra en un entorno rural y en un mercado globalizado” (Israel, Director Financiero y Marketing).

¿Cómo surgió la idea?: El abuelo de nuestra familia, Laureano María, gracias a su pasión por la micología y a la tienda de ultramarinos que regentaba en nuestro pueblo (Abades), comienza en 1968 una relación comercial con los hosteleros segovianos que, con el tiempo, se fue potenciando y enriqueciendo. Apenas dos años más tarde, nuestro padre Fernando, se incorpora a la empresa familiar y él, viendo el potencial del Cochinillo de Segovia, decide dedicarse a la comercialización exclusiva de este producto. Así, en 1989, la empresa familiar comienza su expansión, con la venta de Cochinillos en Madrid y luego en toda España. En 1996, se crea la sociedad “Fernando María, S.L.”. En 2003, David, decide seguir los pasos de nuestro padre e incorporarse al negocio. Él crea nuevas instalaciones propias, un equipo de trabajo y los planes de distribución y exportación. A partir de ese momento empieza “Cárnicas Tabladillo, S.L.”. En los sucesivos años se incorporan otros dos de los cuatro hermanos, Israel y Esther, con lo que se moderniza más la organización y se potencia su crecimiento.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio: La dificultad a la que nos enfrentamos es que las ventas están muy concentradas en fechas de festividades y celebraciones. Para solucionarlo, se creó el Departamento de Marketing con el fin de desestacionalizar las ventas con el apoyo de campañas publicitarias.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo habéis innovado en respuesta a la pandemia?: Cuando la hostelería cerró debido a las fuertes restricciones, el comercio electrónico registró un fuerte crecimiento. Tuvimos que adaptarnos a las circunstancias y a los nuevos tiempos, y supimos ver la necesidad de llegar a las personas y despertar ese sentimiento, dando un mayor valor a nuestro ecommerce y marketplaces internacionales, permitiendo generar nuevas oportunidades de negocio.

Algo que os gustaría añadir: Destacar la importancia de la calidad y el reto a seguir innovando, y que en nuestro caso aplicamos a nuestro producto para que no sea tan estacional y llegue cada día a más consumidores, tanto a nivel nacional como internacional.

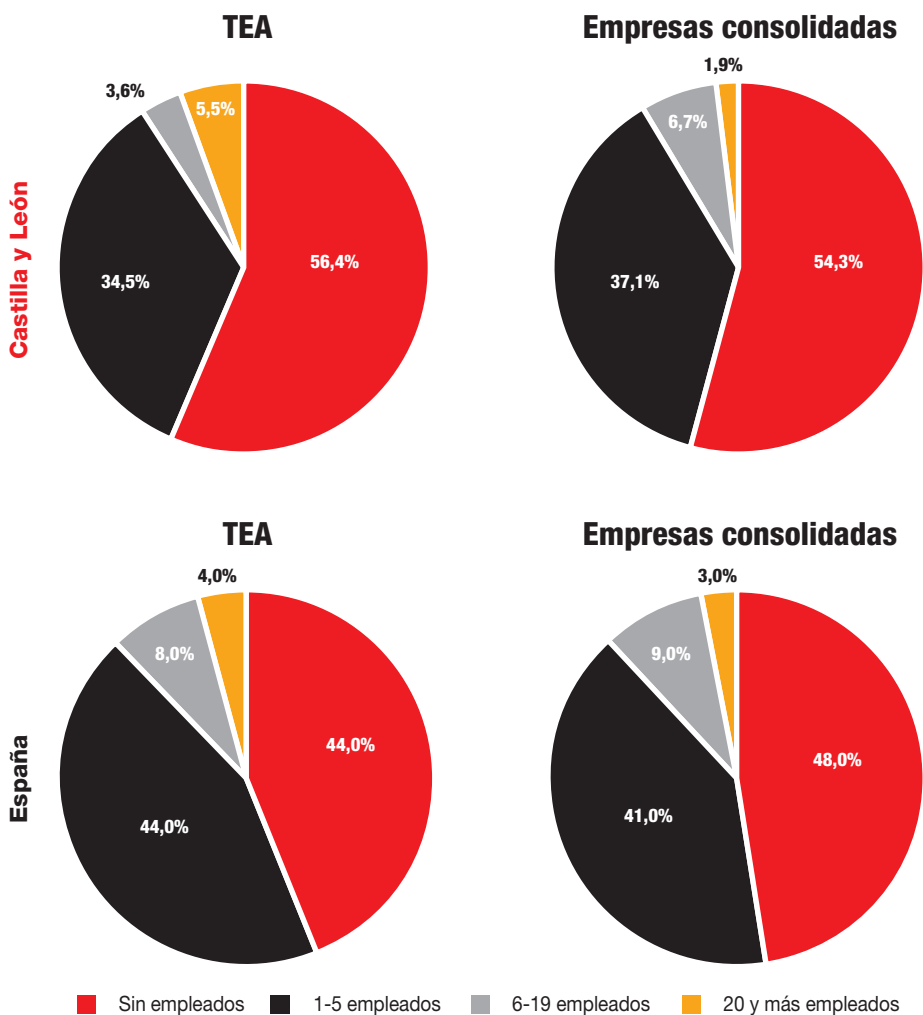
4.4. TAMAÑO

La mayoría de las iniciativas emprendedoras son microempresas (Gráfico 4.8), tanto en los primeros años del proceso emprendedor como en la fase de consolidación. Sin embargo, en 2021 el 5,5% de las iniciativas recientes fueron de gran tamaño (20 y más empleados), un porcentaje superior al registrado en el caso de España (4%).

No obstante, cabe señalar que las iniciativas recientes de tamaño mediano (6-19 empleados) y de gran tamaño (más de 20 empleados) han estado lideradas en exclusividad por hombres (9,1% y 13,6%, respectivamente), lo que contrasta con la situación de las empresas consolidadas donde las iniciativas de mediano o gran tamaño lideradas por mujeres son ligeramente

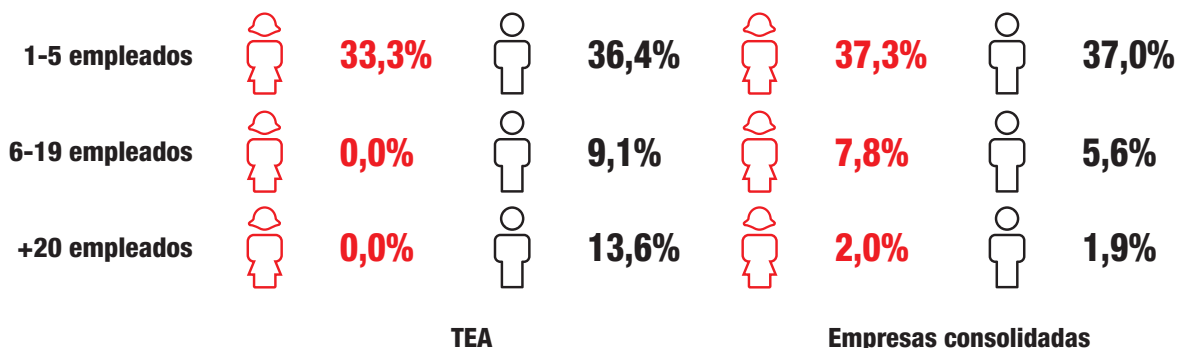
Gráfico 4.8. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



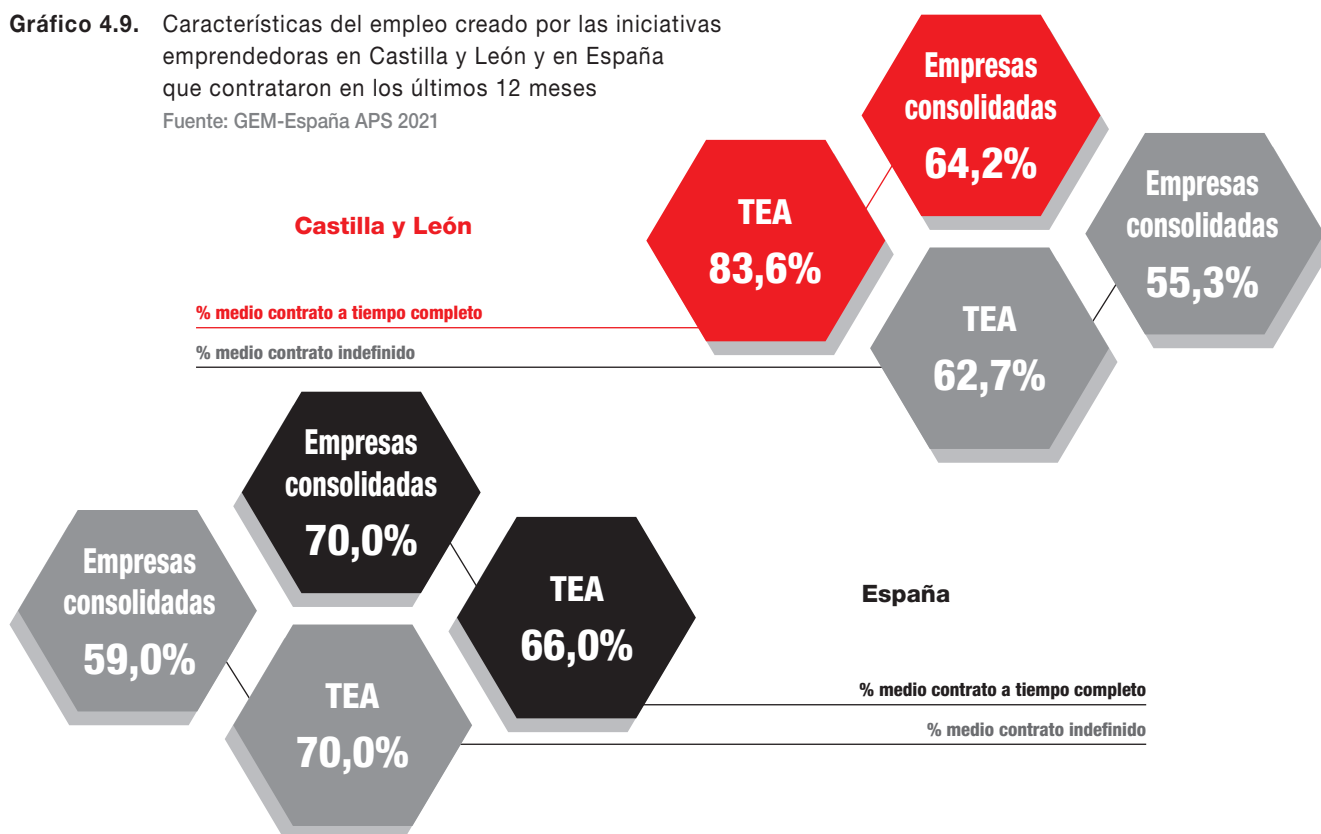
o muy superiores a las registradas por los hombres (Tabla 4.4). Esta situación pone de manifiesto que mientras los hombres comienzan con un mayor número de empleados que las mujeres, son las mujeres de Castilla y León las que logran generar un mayor empleo una vez consolidan sus negocios.

Tabla 4.4. Tamaño de las iniciativas emprendedoras con empleados en función del género del emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2021



A pesar de que poco más de la mitad de las iniciativas emprendedoras tienen más de cinco empleados, la mayoría de los emprendedores que contrataron en los últimos 12 meses apostaron por la estabilidad en sus contrataciones (Gráfico 4.9), incluso los emprendedores más recientes (TEA) dónde la cifra de iniciativas emprendedoras en Castilla y León que ofrecieron contratos a tiempo completo alcanza el 83,6% frente al 66% del caso español. Todo ello a pesar del riesgo que supone el inicio de una nueva actividad empresarial. Los datos parecen indicar que los emprendedores buscan un equipo reducido de empleados a tiempo completo y con contrato indefinido para apoyar la supervivencia y crecimiento de sus iniciativas emprendedoras.

Gráfico 4.9. Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España que contrataron en los últimos 12 meses
Fuente: GEM-España APS 2021





Embutidos La Hoguera



Nombre del emprendedor: Carlos Martínez Izquierdo.

Nombre del negocio: Embutidos La Hoguera, S.A. (www.lahoguera.es).

Ubicación del negocio: San Pedro Manrique (Tierras Altas de Soria, Soria).

Año de lanzamiento del negocio: 1986 (aunque realmente el origen fue en 1972, con la creación de la SAT San Antón, cuya actividad es la cría de cerdos y que continúa operativa en la actualidad).

Breve descripción del negocio: Embutidos La Hoguera S.A., es una **empresa agroalimentaria**, que comenzó su actividad en el año 1986, como continuación de un Proyecto Integral, que engloba toda la cadena de valor, desde la producción de ganado porcino y sala de despiece, hasta la transformación de los productos. La filosofía con la que se empezó este Proyecto surgió de cuatro socios, con la idea de **generar valor añadido a la producción porcina** y a su vez crear empleo que ayudara a desarrollar el medio rural. Actualmente, Embutidos La Hoguera, S.A. es una empresa consolidada dentro del sector

agroalimentario, en continuo desarrollo y con una plantilla de **109 trabajadores**.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?: Ser emprendedor es crear valor. Esto se puede explicar a través de la creación de empleo en una zona (Tierras Altas de Soria es la región más despoblada de Europa) y la mejora de la economía de una región o país, ya que gracias a la creación de valor añadido también generas impuestos y contribuyes a la sostenibilidad, puesto que con la actividad del negocio haces que el entorno no muera y sea más sostenible. En definitiva, y empezando por el principio, provoca la generación de vida y progreso.

¿Cómo surgió la idea?: Carlos y sus amigos José Luis, Agustín y Marcos montaron la SAT San Antón para la cría de ganado porcino. En un principio, nuestro objetivo era el autoempleo, ya que no queríamos irnos del pueblo (los 60 y 70 fueron años muy duros de emigración, sobre todo en los pueblos de esta zona, que se quedaron prácticamente vacíos porque no había trabajo). Más adelante, fuimos creciendo y creando puestos de trabajo en granjas, pero vimos que la verdadera manera de generar empleo y riqueza en un territorio era con la creación de valor añadido, y así es como surge Embutidos La Hoguera, S.A., para transformar los cerdos que criábamos en jamones, chorizos y otros productos cárnicos, generando mucho más empleo para la zona y parando la despoblación.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio: Todos los inicios son muy duros. Cuando empezamos con las granjas en los años 70, vino la peste porcina africana y lo pasamos muy mal. Éste es sólo un ejemplo de la infinidad de obstáculos y problemas que se presentan en los negocios, pero lo importante es no dejar de mirar hacia delante y buscar siempre soluciones.

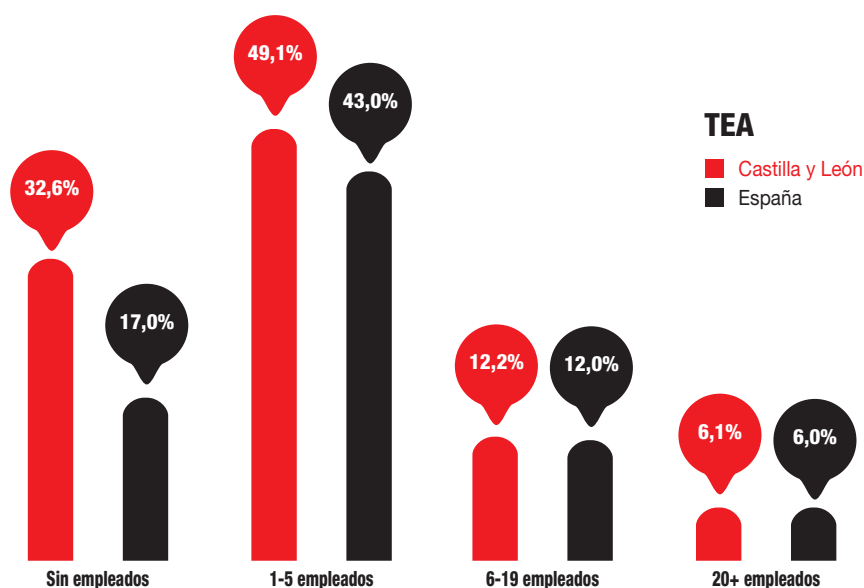
¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el negocio y cómo habéis innovado en respuesta a la pandemia?: En nuestro caso, todos los productos destinados a la hostelería prácticamente desaparecieron, pero como tenemos una presencia importante en la gran distribución y ese segmento creció mucho, tuvimos que gestionar el aumento de las ventas como pudimos en una situación excepcional. Luego ha vuelto la normalidad, y ahora estamos, desde mi punto de vista, en otra crisis peor que la provocada por la COVID-19, o en una consecuencia derivada de la pandemia. Al final, las empresas tienen que estar continuamente reinventándose para poder ofrecer productos acordes a los tiempos que vivimos.

Algo que te gustaría añadir: Que nunca se deje de soñar y de desarrollar proyectos. Y que lo más importante es aprender a caer y levantarse, que el éxito muchas veces se obtiene de la suma de muchos pequeños tropiezos.

4.5. EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

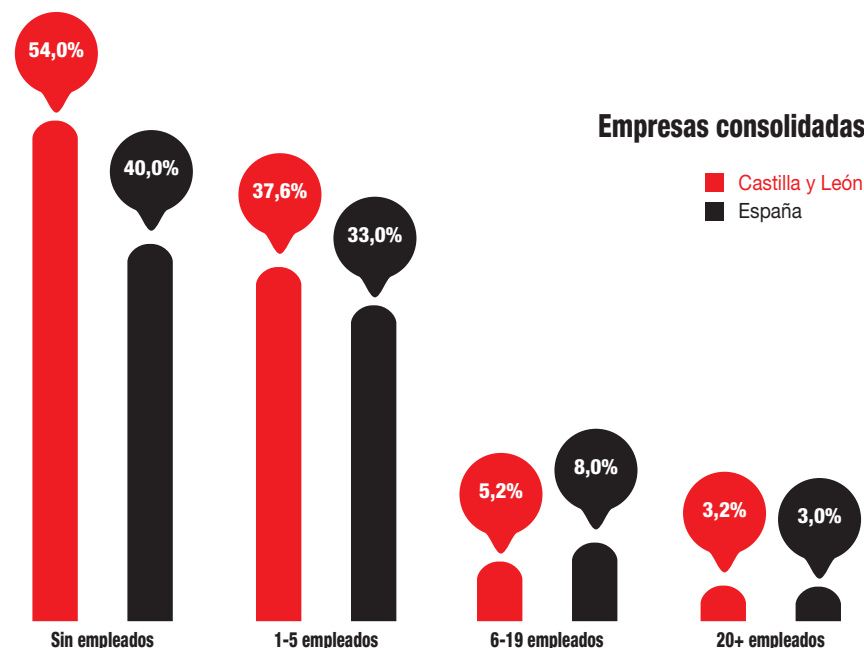
Gráfico 4.10. Expectativas de creación de empleo en 5 años en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



En 2021 las expectativas de creación de empleo de los emprendedores recientes en

Castilla y León presentan unas cifras muy similares a las del resto de España. No obstante, cabe señalar que el porcentaje de iniciativas emprendedoras recientes y consolidadas es 5 puntos superior al registrado en el caso español (Gráfico 4.10).

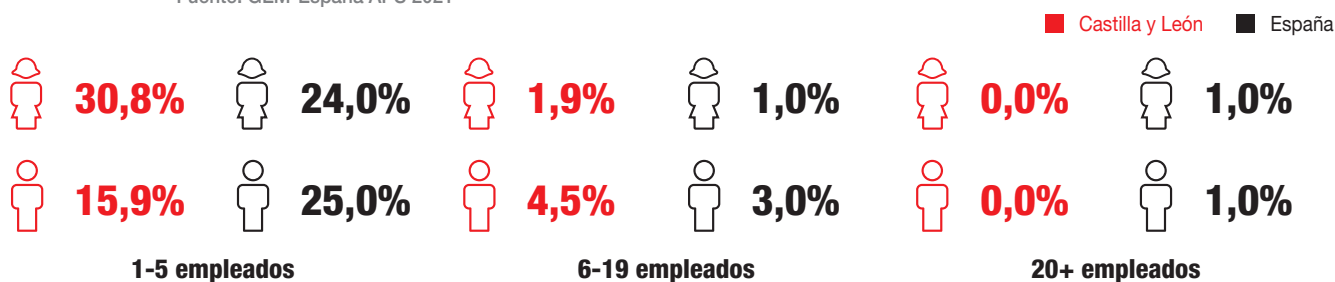


En cuanto a las expectativas en función del género en Castilla y León y en contraposición a lo que sucede en el resto de España, las mujeres son más proclives a contratar que los hombres (Gráfico 4.11).

Concretamente, el porcentaje de mujeres que espera contratar en los próximos 5 años duplica al porcentaje de hombres, mientras que en el caso español las mujeres son menos propensas a contratar.

Gráfico 4.11. Expectativas de creación de empleo en función del género en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021





Immunostep



Nombre del emprendedor: Ricardo Jara Acevedo.

Nombre del negocio: Immunostep, S.L. (www.immunostep.com).

Ubicación del negocio: Salamanca.

Año de lanzamiento del negocio: 2001.

Breve descripción del negocio: IMMUNOSTEP es una empresa de biotecnología que desarrolla, fabrica y comercializa productos para diagnóstico *in vitro* y para mejorar el rendimiento en áreas clave de la investigación clínica.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí significa levantar una empresa a partir de una idea que venga a resolver una necesidad de la sociedad. Sin duda, requiere ser inconformista y pensar en que puedes contribuir a mejorar las cosas. En nuestro caso, se trata de resolver necesidades diagnósticas que no están resueltas o que se pueden mejorar, impulsando el diagnóstico y la investigación biomédica.

¿Cómo surgió la idea?

Cuatro compañeros de carrera teníamos interés en los temas de emprendimiento y nos pusimos en contacto con el Profesor José Alberto Orfao de Matos, Catedrático del Área del Medicina de la Universidad de Salamanca, quien nos dio la idea de desarrollar reactivos para su uso en citometría de flujo, campo en el que dicha Universidad, y gracias al servicio dirigido por el citado profesor, es reconocida a nivel mundial. Así que se puede decir que la empresa surgió como una *spin off* de la Universidad de Salamanca, pero de una manera un poco atípica por el hecho de que los emprendedores éramos recién graduados.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio:

Sí, sin duda, siempre hay obstáculos y momentos difíciles. En nuestro sector, los proyectos de investigación y desarrollo suelen ser especialmente largos, muy demandantes de recursos y con un elevado riesgo, lo cual contribuye a que se generen tensiones a todos los niveles de la compañía, desde la dirección con los inversores, como entre diferentes departamentos y personal. Mantener enfocados e ilusionados a todos los

stakeholders durante periodos largos de tiempo, años en la mayoría de los casos, es un reto constante.

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

La pandemia ha sido un importante obstáculo para los proyectos en colaboración que teníamos en marcha y la mayoría han sufrido un importante retraso. Por otro lado, ha liberado tiempo, que hemos empleado en el desarrollo de herramientas para mejorar el diagnóstico y la investigación en COVID-19, lo que nos ha permitido el desarrollo de una nueva línea de negocio. En este sentido, estamos muy orgullosos de la adaptación que tuvimos como equipo a una situación muy compleja y de cómo hemos contribuido a tratar de mejorar las cosas.

Algo que te gustaría añadir:

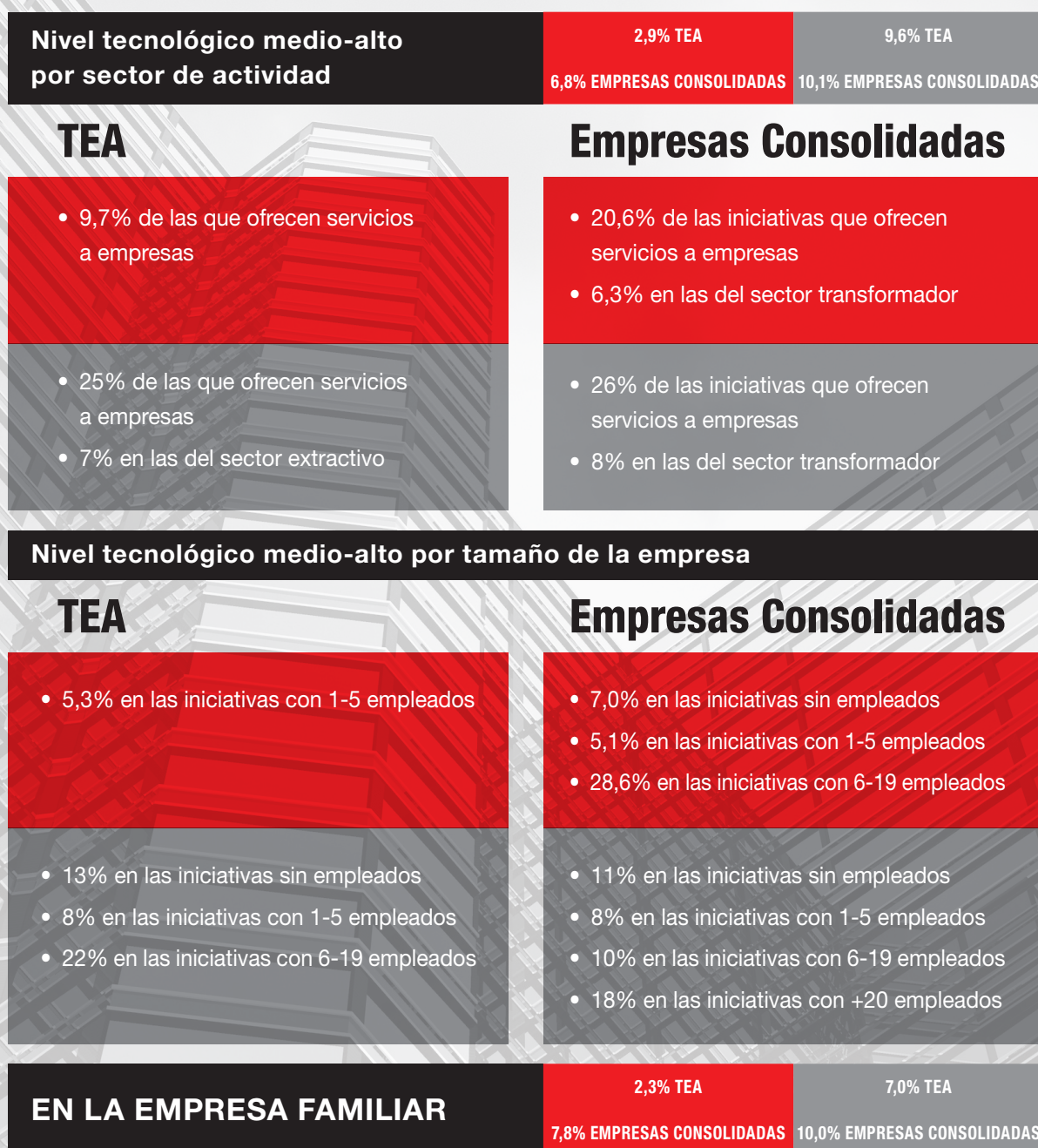
Creo que no hay una receta para emprender, pero sí que existen capacidades y actitudes que contribuyen a elevar la tasa de éxito. Entre ellas, a mí me gusta destacar la perseverancia. Mi consejo sería que hay que seguir hacia adelante a pesar de todos los obstáculos y dificultades que te encuentras en el camino.



4.6. ORIENTACIÓN INNOVADORA

En 2021 el 5% de las iniciativas emprendedoras (2,9% nuevas y 6,8% consolidadas) se calificaron como de nivel tecnológico medio-alto (Figura 4.3). Entre ellas, el mayor porcentaje se localiza en el sector de servicios a empresas. El 5,3% de las iniciativas recientes (TEA) son de tamaño pequeño (1-5 empleados), y un 28,6% de empresas consolidadas tienen entre 6 y 19 empleados, lo que evidencia el elevado potencial de crecimiento de este tipo de empresas. El carácter familiar de este perfil de iniciativas emprendedoras se reduce de un 7,8% en empresas consolidadas a un 2,3% en iniciativas recientes (TEA).

Figura 4.3. Características de las iniciativas emprendedoras según su nivel tecnológico en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021



■ Castilla y León ■ España

Nivel tecnológico medio-alto por género, edad y educación



TEA

- 0% entre los de 18-34
- 8,3% entre los de 35-44
- 0% entre los de 45-64
- 10% entre los de 18-34
- 10% entre los de 35-44
- 9% entre los de 45-64

Empresas consolidadas

- 0% entre los de 18-34
- 16,7% entre los de 35-44
- 9% entre los de 45-64
- 8% entre los de 18-34
- 12% entre los de 35-44
- 10% entre los de 45-64

8% entre los que tienen FP Superior
5,6% entre los que tienen Grado
0% entre los que tienen Máster
0% entre los que tienen Doctorado

0% entre los que tienen FP Superior
13% entre los que tienen Grado
21% entre los que tienen Máster
20% entre los que tienen Doctorado

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

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

■ Castilla y León ■ España

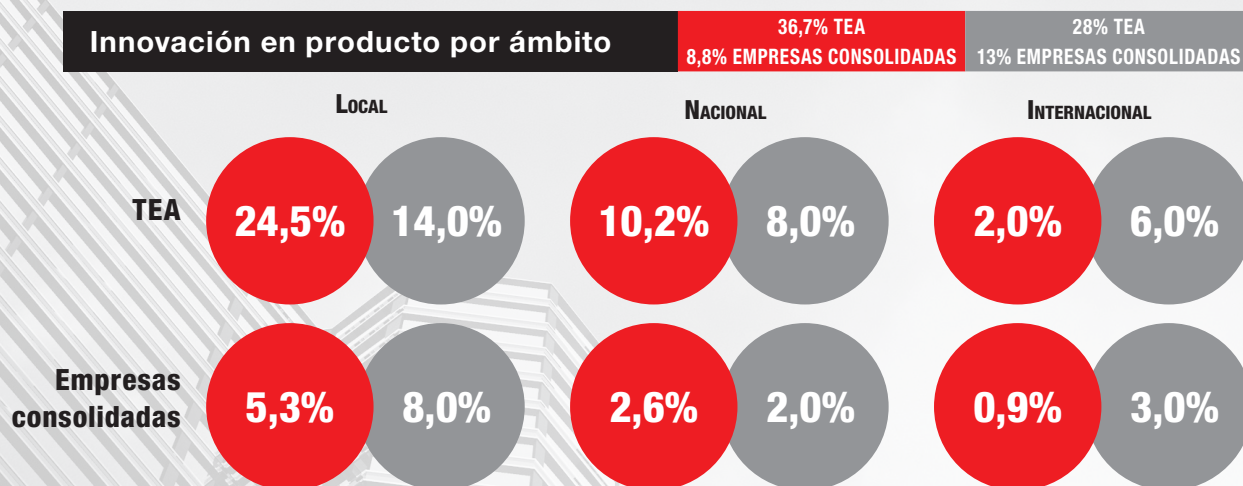
Las personas emprendedoras de Castilla y León que lideran iniciativas de nivel tecnológico medio-alto tienen una edad superior a los 35 años. Además, es especialmente destacable que el porcentaje de mujeres supera al de los hombres emprendedores en este tipo de iniciativas (3,6% frente al 2,2% en el caso de las iniciativas más recientes). Un aspecto que contrasta con la situación en el resto de España donde los hombres siguen liderando estas iniciativas de alto nivel tecnológico. En cuanto a la formación, se puede señalar que un 21% de este tipo de empresas consolidadas están lideradas por emprendedores con estudios de máster alcanzando un 20% aquellas lideradas por emprendedores con estudios de doctorado, cifras similares a las registradas en el resto de España.

El 36,7% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) innovaron en producto en 2021, frente al 8,8% de las empresas consolidadas. La innovación fue principalmente de carácter local, en los sectores de transformación, servicios a empresas y al consumidor. Las iniciativas capaces de innovar en producto están más presentes entre las que tienen 6-19 empleados en el caso de las iniciativas recientes y entre las de 20 y más empleados en las empresas consolidadas (Figura 4.4). Un 45,2% de las iniciativas recientes de carácter familiar son innovadoras, frente al 9,7% en las iniciativas consolidadas. Cabe señalar la gran diferencia existente entre las empresas de Castilla y León y el resto de las empresas españolas donde la cifra del TEA se reduce al 31%.

Figura 4.4. Características de las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en producto en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

■ Castilla y León ■ España



Innovación en producto por sector de actividad

TEA

- 34,9% Servicios al consumidor
- 38,7% Servicios a empresas
- 35,7% Sector transformador
- 25,0% Extractivo

- 29,0% Servicios a empresas
- 36,0% Sector transformador

Empresas Consolidadas

- 10,6% Servicios al consumidor
- 6,1% Servicios a empresas
- 18,8% Sector transformador

- 15,0% Servicios a empresas
- 13,0% Sector transformador

Innovación en producto por tamaño de la empresa

TEA

- 32,2% en las iniciativas sin empleados
- 22,2% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 50,0% en las iniciativas con 6-19 empleados
- 33,3% en las iniciativas con +20 empleados

- 21,0% en las iniciativas sin empleados
- 22,0% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 50,0% en las iniciativas con 6-19 empleados

Empresas Consolidadas

- 5,3% en las iniciativas sin empleados
- 7,9% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 42,9% en las iniciativas con 6-19 empleados
- 50,0% en las iniciativas con +20 empleados

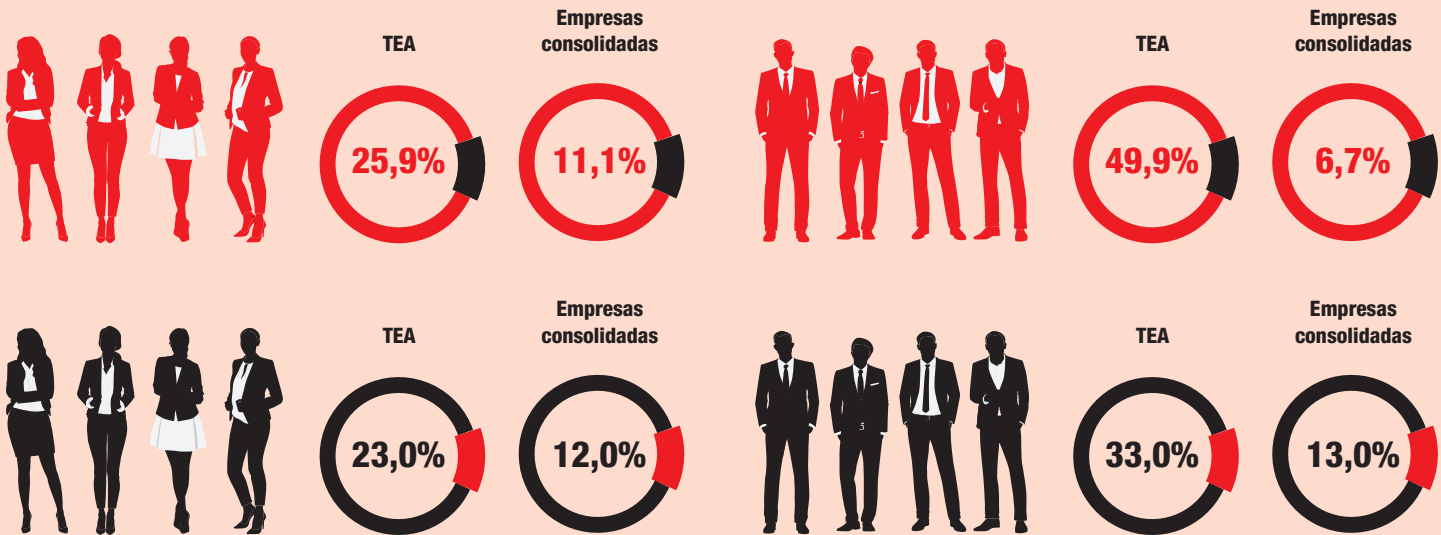
- 15,0% en las iniciativas sin empleados
- 17,0% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 23,0% en las iniciativas con 6-19 empleados
- 18,0% en las iniciativas con +20 empleados

En la empresa familiar

45,2% TEA
9,7% EMPRESAS CONSOLIDADAS

31,0% TEA
12,0% EMPRESAS CONSOLIDADAS

Innovación en producto por género, edad y educación



TEA

- 46,9% entre los de 18-34
- 37,2% entre los de 35-44
- 25,0% entre los de 45-64
- 37,0% entre los de 18-34
- 28,0% entre los de 35-44
- 0% entre los de 45-64

36,0% entre los que tienen FP Superior
 33,4% entre los que tienen Grado
 47,0% entre los que tienen Máster
 50,0% entre los que tienen Doctorado

26,0% entre los que tienen FP Superior
 27,0% entre los que tienen Grado
 43,0% entre los que tienen Máster
 26,0% entre los que tienen Doctorado

Empresas consolidadas

- 0% entre los de 18-34
- 8,3% entre los de 35-44
- 9,8% entre los de 45-64
- 16,0% entre los de 18-34
- 15,0% entre los de 35-44
- 0% entre los de 45-64

9,0% entre los que tienen FP Superior
 4,3% entre los que tienen Grado
 25,0% entre los que tienen Máster
 0,0% entre los que tienen Doctorado

15,0% entre los que tienen FP Superior
 12,0% entre los que tienen Grado
 15,0% entre los que tienen Máster
 23,0% entre los que tienen Doctorado

■ Castilla y León ■ España

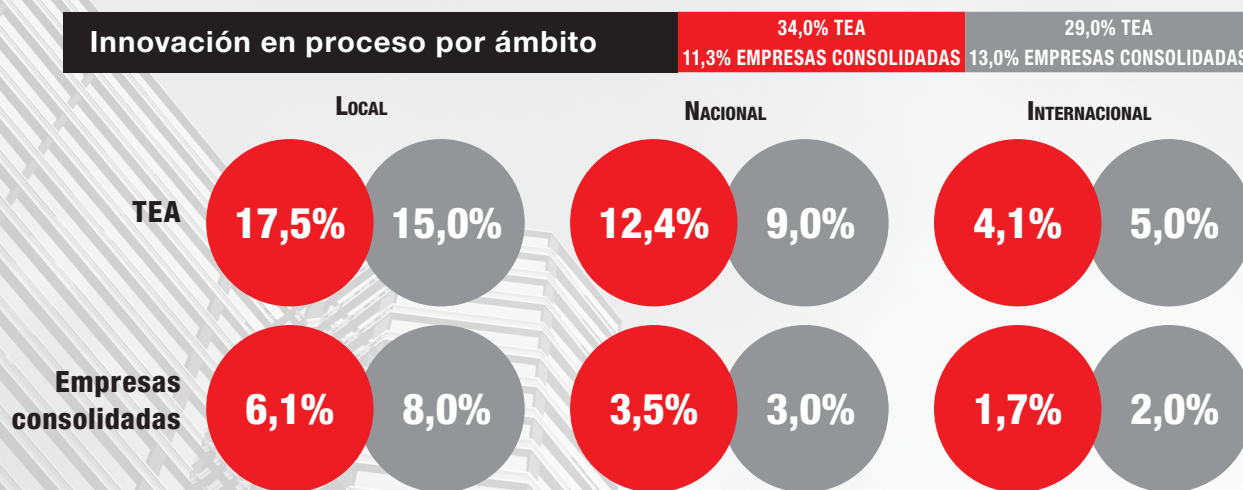
Además, un 49,9% de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por hombres innovan en producto, frente al 25,9% en las que están lideradas por mujeres emprendedoras, una diferencia que no se mantiene en las empresas consolidadas donde este porcentaje se invierte, siendo el doble las iniciativas lideradas por mujeres (Figura 4.4). Al igual que en el caso español, los emprendedores a cargo de iniciativas que innovan en producto suelen ser más frecuentes entre los más jóvenes, especialmente en el caso de las iniciativas recientes (TEA), y tienen un nivel educativo superior, con estudios de máster o doctorado.

La innovación en proceso también fue más frecuente entre las iniciativas recientes (TEA) (34%) que entre las empresas consolidadas (11,3%) en 2021 (Figura 4.5). La innovación fue de carácter local, especialmente entre las iniciativas recientes, en los sectores extractivos, de transformación, y de servicios a empresas, frente las innovaciones desarrolladas en el resto de España que se concentran en el sector transformador y de servicios a empresas. Las iniciativas capaces de innovar en proceso suelen ser de tamaño grande (20 y más empleados). Dentro de las iniciativas recientes de carácter familiar, el 45,2% son innovadoras en proceso, frente al 9,7% de las iniciativas consolidadas. Dado el carácter familiar de las empresas de Castilla y León no sorprende que el porcentaje sea 12 puntos superior al registrado en el resto de España.

Figura 4.5. Características de las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en proceso en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

■ Castilla y León ■ España



Innovación en proceso por sector de actividad

TEA

- 16,2% Servicios al consumidor
- 35,4% Servicios a empresas
- 42,8% Sector transformador
- 25,0% Extractivo

- 30,0% Servicios a empresas
- 37,0% Sector transformador

Empresas Consolidadas

- 12,5% Servicios al consumidor
- 12,1% Servicios a empresas
- 6,3% Sector transformador
- 11,8% Extractivo

- 13,0% Servicios al consumidor
- 14,0% Servicios a empresas
- 15,0% Sector transformador

Innovación en proceso por tamaño de la empresa

TEA

- 25,9% en las iniciativas sin empleados
- 17,6% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 100,0% en las iniciativas con +20 empleados

- 18,0% en las iniciativas sin empleados
- 24,0% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 45,0% en las iniciativas con 6-19 empleados

Empresas Consolidadas

- 8,8% en las iniciativas sin empleados
- 12,8% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 28,6% en las iniciativas con 6-19 empleados

- 8,0% en las iniciativas sin empleados
- 16,0% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 25,0% en las iniciativas con 6-19 empleados

En la empresa familiar

45,2% TEA
9,7% EMPRESAS CONSOLIDADAS

33,0% TEA
13,0% EMPRESAS CONSOLIDADAS

Innovación en proceso por género, edad y educación



TEA

- 43,8% entre los de 18-34
- 31,4% entre los de 35-44
- 25,8% entre los de 45-64
- 11,1% entre los de 18-34
- 25,0% entre los de 35-44
- 7,3% entre los de 45-64

28,0% entre los que tienen FP Superior
29,5% entre los que tienen Grado
47,1% entre los que tienen Máster

26,0% entre los que tienen FP Superior
44,0% entre los que tienen Máster
26,0% entre los que tienen Doctorado

Empresas consolidadas

- 36,0% entre los de 18-34
- 29,0% entre los de 35-44
- 0% entre los de 45-64
- 14,0% entre los de 18-34
- 16,0% entre los de 35-44
- 0% entre los de 45-64

19,1% entre los que tienen FP Superior
17,3% entre los que tienen Grado
25,0% entre los que tienen Máster

14,0% entre los que tienen FP Superior
15,0% entre los que tienen Máster
21,0% entre los que tienen Doctorado

■ Castilla y León ■ España

Dentro de las iniciativas recientes que innovan en proceso (TEA) lideradas por hombres, un 47,8% son innovadoras, frente al 22,7% en el caso de las lideradas por mujeres emprendedoras, una diferencia que se invierte nuevamente en el caso de las empresas consolidadas (14,9% de mujeres frente al 8,2% de hombres). Una diferencia que no se observa en el caso español donde los hombres lideran en ambos casos. También los emprendedores a cargo de iniciativas que innovan en proceso son más jóvenes, sobre todo en el caso de las iniciativas recientes (TEA), y tienen un nivel educativo superior, con estudios de Grado o Máster. Un aspecto que contrasta con la situación española donde el porcentaje de emprendedores innovadores en proceso con estudios de grado es 0.



Cascajares



Nombre de los emprendedores: Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila y Francisco Iglesias Valle.

Nombre del negocio: Cascajares (www.cascajares.com).

Ubicación del negocio: Dueñas (Palencia).

Año de lanzamiento del negocio: 1994.

Breve descripción del negocio: Cascajares nació en 1994 gracias al empeño de dos jóvenes soñadores que juntaron 160.000 pesetas para comenzar a criar y comercializar capones. Aquella locura de juventud es hoy en día un grupo empresarial que factura 15 millones de euros y da empleo directo a 75 personas a través de dos fábricas elaboradoras, una en Dueñas y otra en Canadá. Cascajares se dedica a la elaboración de productos gastronómicos y platos preparados de alta calidad dirigidos a la hostelería, particulares y *catering* aéreos, entre otras líneas de negocio.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Ser emprendedor significa desarrollar unos valores fundamentales para conseguir tus objetivos: "ILUSIÓN, INTUICIÓN, CRECERSE ANTE LAS ADVERSIDADES, TESÓN, TRABAJO, CONSTANCIA Y FORMACIÓN".

¿Cómo surgió la idea?

La familia de Alfonso Jiménez criaba capones de forma artesanal en una finca que tenía en Zamora y se los comían en momentos especiales. El capón había sido el protagonista de los mayores eventos gastronómicos de la historia, aunque en España se había reducido su consumo casi al mínimo. Alfonso decidió recuperar su cría y comercialización.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio:

Cada día nos enfrentamos a muchos problemas. El enfrentarse a un entorno complicado y afrontar los problemas está en el ADN de Cascajares. Alfonso recuerda cómo fue el comienzo de la compañía, hace tres décadas: "Cuando empezamos, durante el primer año, la empresa estuvo a punto de desaparecer porque los capones no dejaban de comer y no teníamos mercado para venderlos frescos. Se nos ocurrió venderlos cocinados en lata y fue el comienzo de la empresa que tenemos hoy en día".

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

"Nos hemos reinventado". Y es que el mundo ha evolucionado en este tiempo y Cascajares también. Con la hostelería cerrada, sin duda una parte muy importante de nuestro mercado, nos vimos obligados a redoblar esfuerzos, buscar nuevas formas de negocio y adaptarnos a la situación. Alfonso, junto a Paco Iglesias, no duda en admitir que "hemos tenido que innovar mucho y aplicar un gran esfuerzo para la venta a particulares". No obstante, todo el esfuerzo que ha desarrollado el equipo ha merecido la pena, ya que se cierran estos dos años sin destruir ningún empleo, "ni tampoco ha bajado en exceso nuestra facturación".

Algo que os gustaría añadir:

"A las personas que tienen pensado emprender yo les diría que lo hagan, que aquí me tienen para ayudarles y aconsejarles. Siempre me gusta hacer un símil con el mundo del campo. La empresa es como la siembra. Hay que plantar la semilla en invierno, cuando más frío hace y las condiciones son más duras. Si esa semilla arraiga con los inviernos del invierno seguro que será una planta fuerte y robusta cuando llegue el buen tiempo, que al final siempre llega...".

4.7. ORIENTACIÓN INTERNACIONAL

Figura 4.6. Exportan en algún grado en Castilla y León y en España

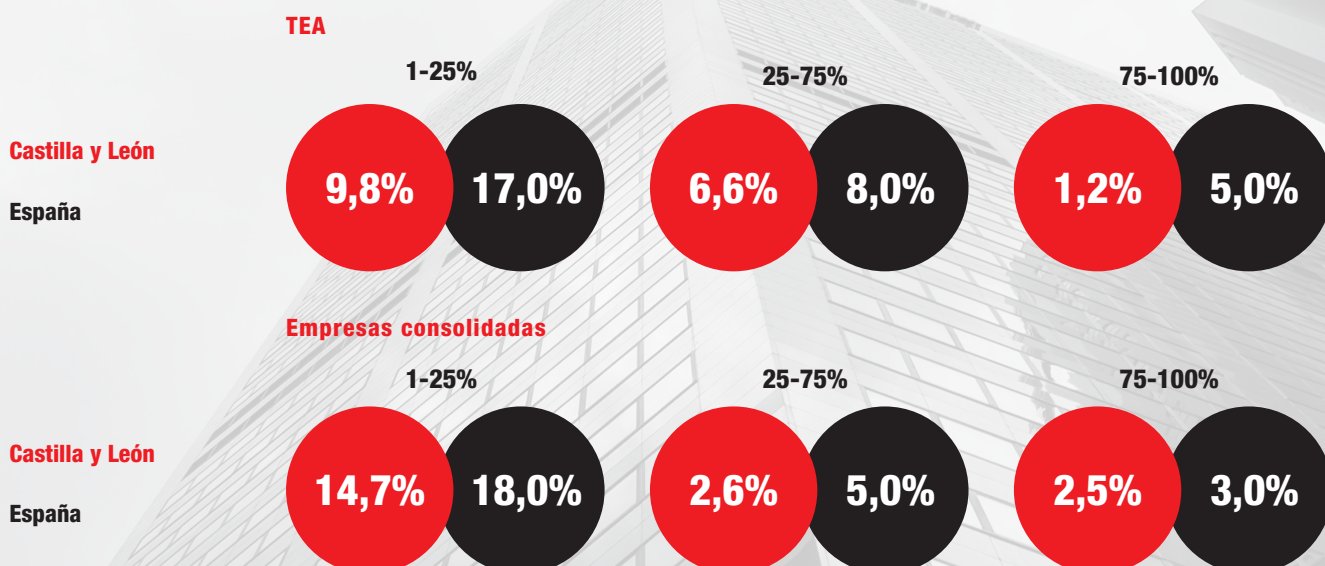
Fuente: GEM-España APS 2021



Poco a poco, las iniciativas emprendedoras van ganando orientación internacional. En 2021 el 17,6% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y el 19,8% de las empresas consolidadas vendieron a clientes internacionales (Figura 4.6). El porcentaje de iniciativas emprendedoras con orientación internacional (TEA y empresas consolidadas) en 2021 sigue siendo inferior al del resto de España en todas las categorías (Gráfico 4.12). No obstante, estas diferencias son más acusadas entre las empresas de reciente creación que entre las empresas consolidadas, nuevamente en todos los rangos de ingresos procedentes de ventas a clientes extranjeros.

Gráfico 4.12. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de su orientación internacional en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2020-2021



La mayoría de las iniciativas emprendedoras con orientación internacional se localizan en los sectores transformador y de servicios a empresas y consumidores, y son de tamaño grande (20 y más empleados). Se observa una tendencia creciente hacia la internacionalización de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) de carácter familiar, que en el 2021 fue de un 27%, frente al 22,5% de las empresas consolidadas.

Figura 4.7. Características de las iniciativas emprendedoras con orientación internacional en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021

Orientación internacional por sector de actividad

TEA

- 26,8% Servicios al consumidor
- 6,8% Servicios a empresas
- 25,0% Sector transformador

- 30,0% Servicios al consumidor
- 33,0% Servicios a empresas
- 27,0% Sector transformador

Empresas Consolidadas

- 22,9% Servicios al consumidor
- 23,5% Servicios a empresas
- 13,4% Sector transformador
- 11,8% Extractivo

- 27,0% Servicios al consumidor
- 29,0% Servicios a empresas
- 21,0% Sector transformador

Orientación internacional por tamaño de empresa

TEA

- 10,0% en las iniciativas sin empleados
- 33,3% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 100,0% en las iniciativas con +20 empleados

- 25,0% en las iniciativas sin empleados
- 30,0% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 44,0% en las iniciativas con 6-19 empleados

Empresas Consolidadas

- 17,9% en las iniciativas sin empleados
- 15,4% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 42,9% en las iniciativas con 6-19 empleados
- 50,0% en las iniciativas con +20 empleados

- 22,0% en las iniciativas sin empleados
- 25,0% en las iniciativas con 1-5 empleados
- 41,0% en las iniciativas con 6-19 empleados

EN LA EMPRESA FAMILIAR

27,0% TEA 31,0% TEA
22,5% EMPRESAS CONSOLIDADAS 24,0% EMPRESAS CONSOLIDADAS

■ Castilla y León ■ España

Orientación internacional por género, edad y educación



TEA

- 16,7% entre los de 18-34
- 22,8% entre los de 35-44
- 11,1% entre los de 45-64
- 11,1% entre los de 18-34
- 33,4% entre los de 35-44
- 17,1% entre los de 45-64

10,0% entre los que tienen FP Superior
18,9% entre los que tienen Grado
23,5% entre los que tienen Máster

32,0% entre los que tienen FP Superior
42,0% entre los que tienen Máster
41,0% entre los que tienen Doctorado

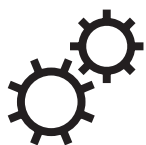
Empresas consolidadas

- 34,0% entre los de 18-34
- 30,0% entre los de 35-44
- 0% entre los de 45-64
- 38,0% entre los de 18-34
- 33,0% entre los de 35-44
- 0% entre los de 45-64

13,6% entre los que tienen FP Superior
26,0% entre los que tienen Grado
25,0% entre los que tienen Máster
25,0% entre los que tienen Doctorado

30,0% entre los que tienen FP Superior
42,0% entre los que tienen Máster
38,0% entre los que tienen Doctorado

■ Castilla y León ■ España



En las iniciativas recientes (TEA) lideradas por hombres, el 21,4% tienen orientación internacional, frente al 14,3% en el caso de las lideradas por mujeres emprendedoras. Sin embargo, esta relación cambia en el caso de las empresas consolidadas con orientación internacional, un 26,3% en las lideradas por mujeres frente al 23,3% en las lideradas por hombres. Una tendencia muy similar a la registrada en el resto de España (Figura 4.7). La internacionalización de las iniciativas aumenta a medida que lo hace el nivel educativo de emprendedor, siendo en torno al 24% entre aquellos emprendedoras y emprendedoras recientes que tienen estudios de máster. Este porcentaje se eleva hasta el 50% en el caso de las empresas consolidadas donde los emprendedores tienen estudios de máster y doctorado.

4.8. DIGITALIZACIÓN

4.8.1. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria

Las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) se han digitalizado como consecuencia de la pandemia en mayor medida que las empresas consolidadas (Gráfico 4.13). Sin embargo, un 43,4% de las nuevas empresas y un 30,2% de las empresas consolidadas de Castilla y León ya había planificado la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus. En 2021 el 32,7% de los emprendedores involucrados en empresas consolidadas aún considera que pueden funcionar sin tecnologías digitales, frente al 24,6% de los emprendedores involucrados en iniciativas recientes (TEA), un porcentaje ligeramente superior al registrado en el caso español.

Gráfico 4.13. Características de las iniciativas emprendedoras en función de su digitalización en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021

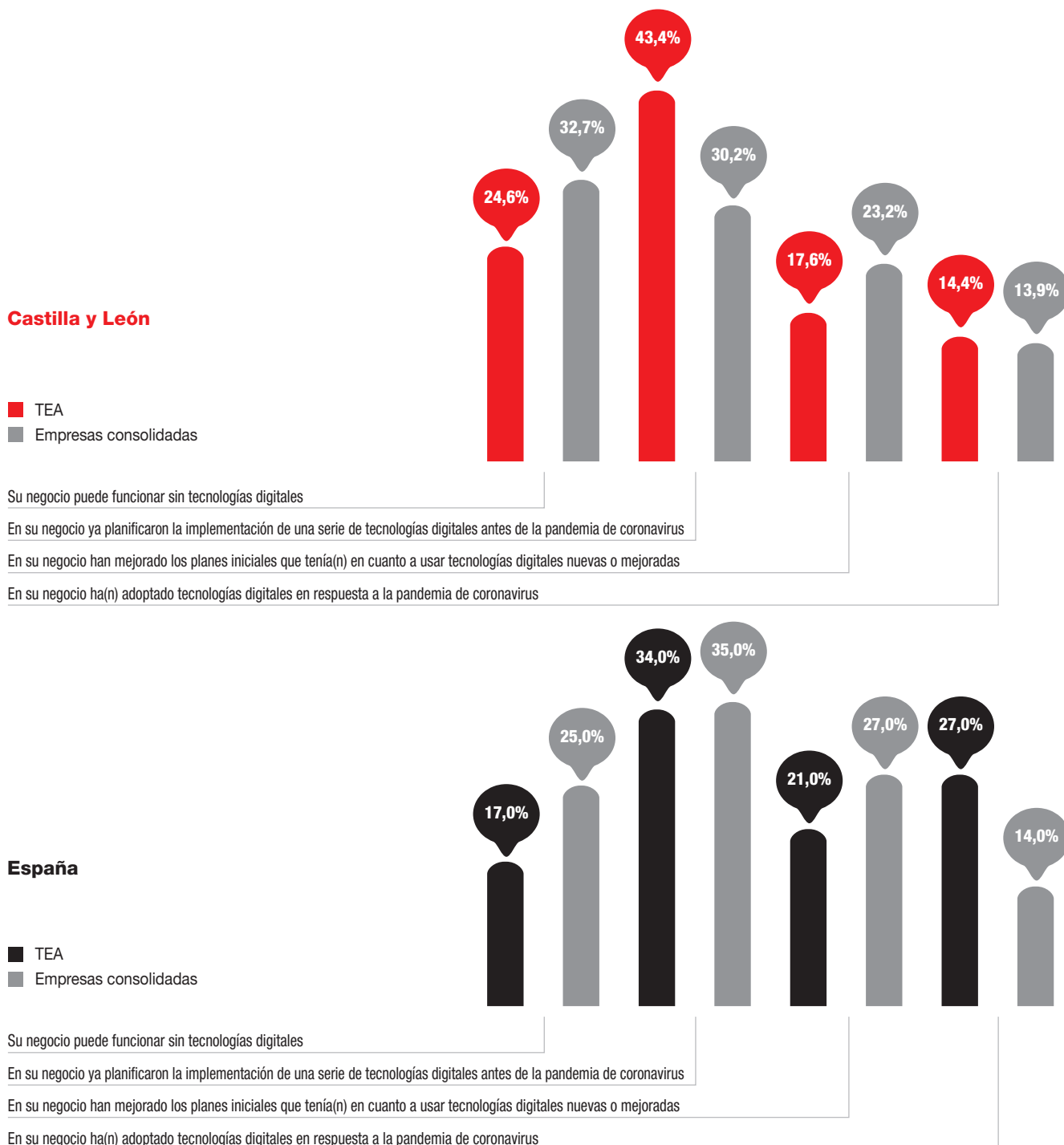
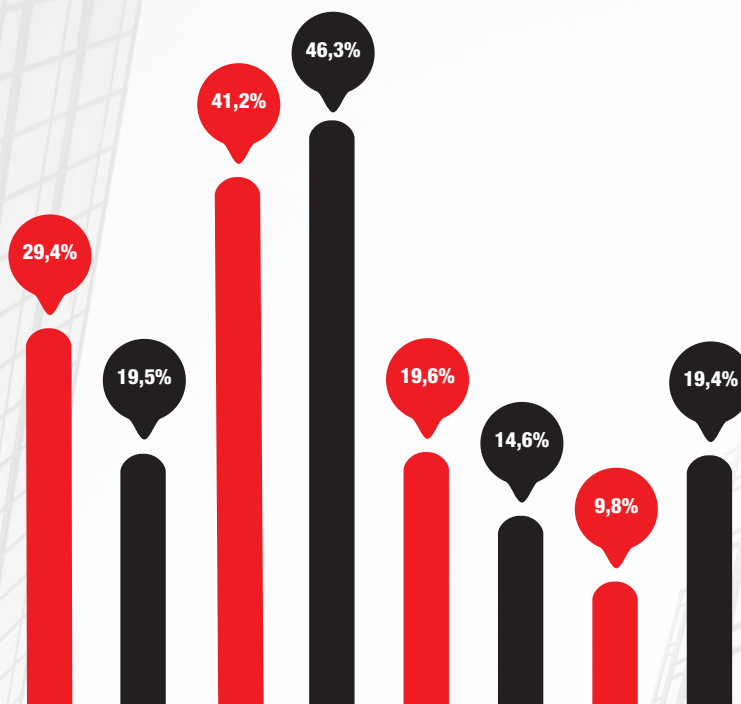


Gráfico 4.14. Digitalización, características en función del género

Fuente: GEM-España APS 2021

TEA

- Mujeres
- Hombres



Su negocio puede funcionar sin tecnologías digitales

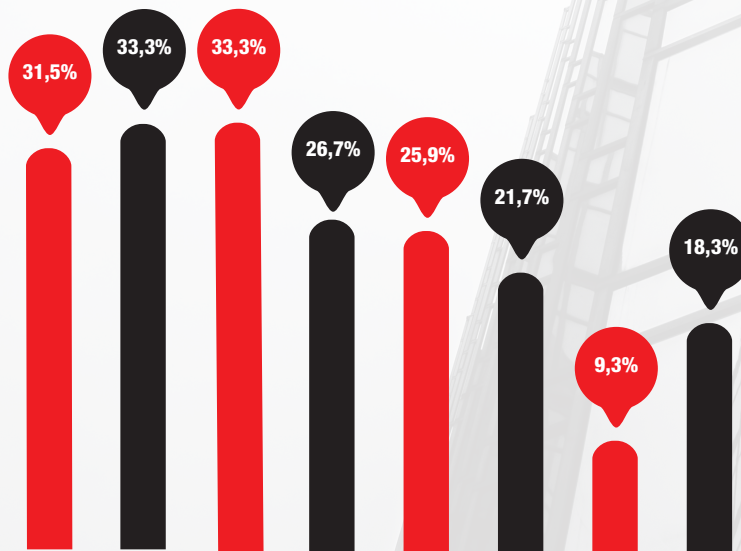
En su negocio ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus

En su negocio han mejorado los planes iniciales que tenía(n) en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas

En su negocio ha(n) adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus

Empresas consolidadas

- Mujeres
- Hombres



Su empresa o negocio puede funcionar sin tecnologías digitales

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

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

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



Figura 4.8. Digitalización, características en función del nivel educativo
Fuente: GEM-España APS 2020-2021

Su negocio puede funcionar sin tecnologías digitales

- **TEA** 28,6% en la educación primaria, 33,3% en la educación secundaria, 11,8% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 48,8% en la educación primaria, 42,1% en la educación secundaria, 2,9% en el nivel universitario



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

- **TEA** 35,7% en la educación primaria, 38,1% en la educación secundaria, 52,9% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 27,9% en la educación primaria, 21,1% en la educación secundaria, 42,9% en el nivel universitario



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

- **TEA** 28,6% en la educación primaria, 11,9% en la educación secundaria, 20,6% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 11,6% en la educación primaria, 18,4% en la educación secundaria, 42,9% en el nivel universitario



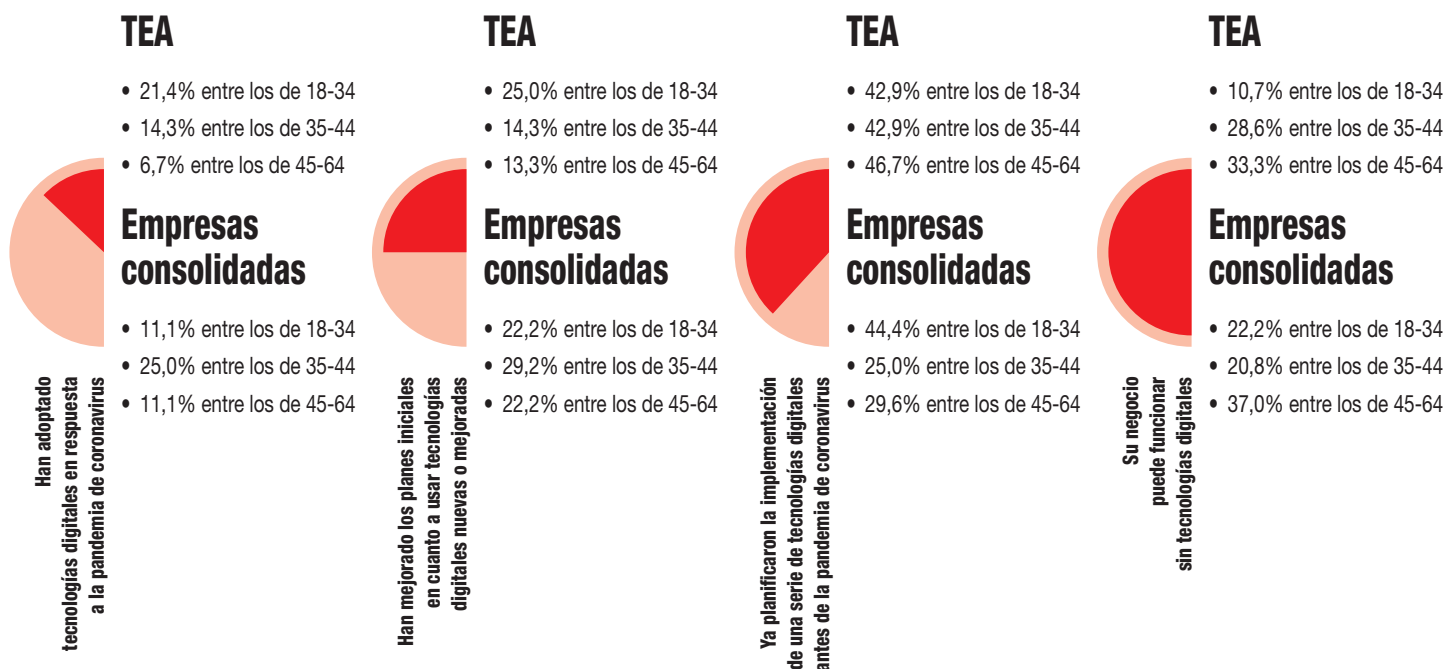
Han adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus

- **TEA** 7,1% en la educación primaria, 16,7% en la educación secundaria, 14,7% en el nivel universitario
- **Empresas consolidadas** 11,6% en la educación primaria, 18,4% en la educación secundaria, 11,4% en el nivel universitario



Figura 4.9. Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función de la edad

Fuente: GEM-España APS 2021



La planificación y adaptación de la digitalización previa a la pandemia ha sido más habitual entre los emprendedores recientes (TEA), de mayor nivel educativo y en el sector extractivo, con pocas diferencias por edad y entre mujeres y hombres (Gráfico 4.14 y Figura 4.8). La adopción de tecnologías digitales como consecuencia de la pandemia también ha sido ligeramente mayor entre las iniciativas recientes que en las consolidadas, en ambos casos los hombres se adaptaron en mayor medida que las mujeres, los emprendedores más mayores de edad (Figura 4.9) se vieron obligados a adaptar sus negocios en mayor medida, mientras que aquellos emprendedores con niveles más altos de educación se adaptaron en mayor medida. Con respecto al sector de actividad, fueron los nuevos negocios en el sector de servicios a empresas los que más se adaptaron, mientras que entre las consolidadas fue el sector transformador el que se adaptó en una mayor proporción (Tabla 4.5).

Tabla 4.5. Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2021

| | Extractivo | | Transformador | | Servicios a empresas | | Servicios al consumidor | |
|--|------------|-----------------------|---------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|
| | TEA | Empresas consolidadas | TEA | Empresas consolidadas | TEA | Empresas consolidadas | TEA | Empresas consolidadas |
| En su negocio ha(n) adoptado tecnologías digitales en respuesta a la pandemia de coronavirus | 14,3% | 5,9% | 7,7% | 25,0% | 18,5% | 18,2% | 14,3% | 8,3% |
| En su negocio han mejorado los planes iniciales que tenía(n) en cuanto a usar tecnologías digitales nuevas o mejoradas | 0,0% | 11,8% | 7,7% | 18,8% | 22,2% | 36,4% | 16,7% | 20,8% |
| En su negocio ya planificaron la implementación de una serie de tecnologías digitales antes de la pandemia de coronavirus. | 57,1% | 11,8% | 61,5% | 18,8% | 40,7% | 33,3% | 40,5% | 37,5% |
| Su negocio puede funcionar sin tecnologías digitales | 28,6% | 70,5% | 23,1% | 37,4% | 18,6% | 12,1% | 28,5% | 33,4% |

4.8.2. Expectativas de adopción de tecnologías digitales

En 2021 casi la mitad de las personas emprendedoras involucradas en iniciativas recientes (TEA) esperaba utilizar tecnologías digitales para vender sus productos en el futuro, lo que contrasta con el bajo porcentaje de las involucradas en empresas consolidadas (32,8%) con las mismas expectativas. Una tendencia y proporción muy similar a la registrada en el caso español (Gráfico 4.15).

Gráfico 4.15. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021

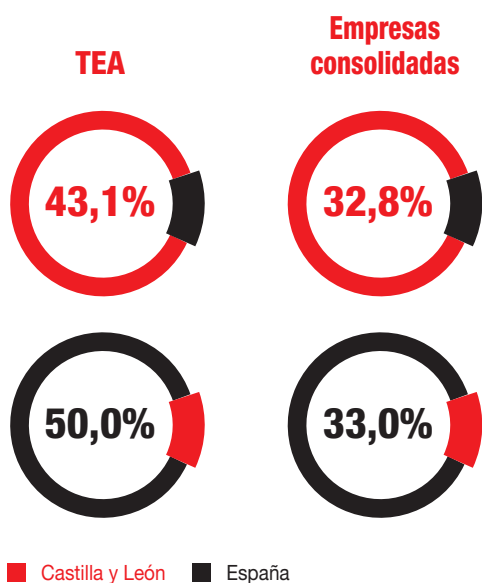
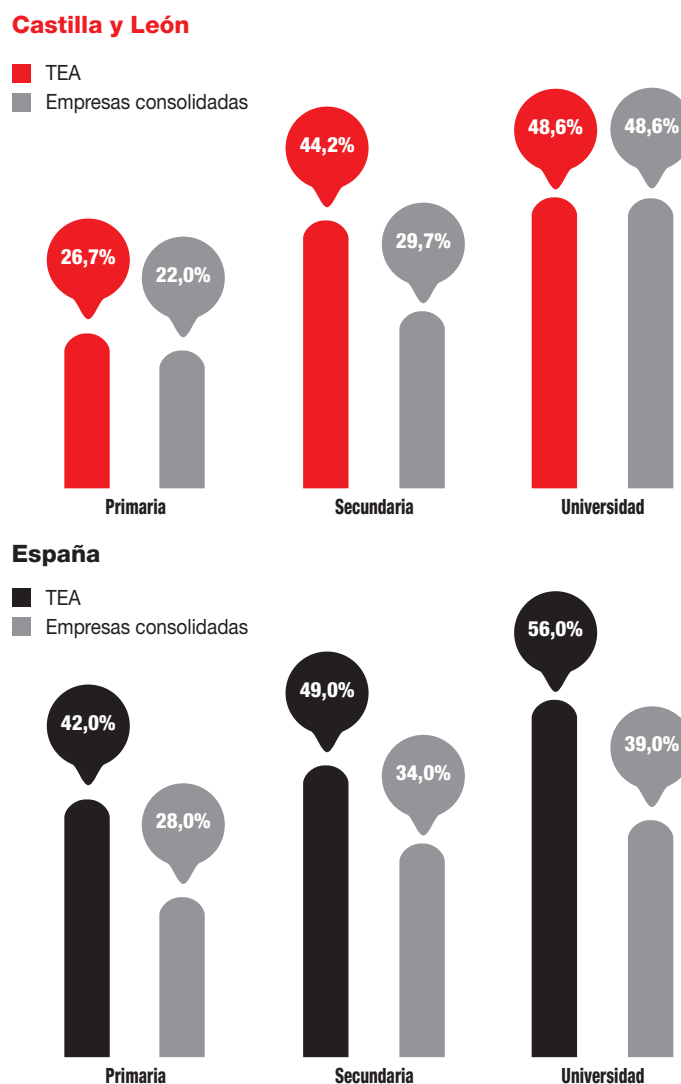


Gráfico 4.16. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021



Las expectativas de adoptar tecnologías digitales aumentan en función del nivel educativo de los emprendedores (Gráfico 4.16). Entre los emprendedores recientes (TEA), el porcentaje de los que esperan adoptar tecnologías digitales aumenta del 26,7% entre los que tienen estudios primarios al 48,6% entre los que cuentan con estudios universitarios. En el caso de los emprendedores con iniciativas consolidadas, la tendencia es similar, de un 22% entre los que tienen estudios primarios a un 48,6% entre los emprendedores que cuentan con estudios universitarios. Una tendencia similar a la observada en el resto de España. No obstante, en el caso de Castilla y León el nivel educativo de los emprendedores consolidados que adoptan de tecnologías digitales es 10 puntos porcentuales al registrado en el caso de España (48,6% frente al 39%).



Xperiencia Virtual



Nombre de los emprendedores: Iván Álvarez Moreno, Jesús García González y Marcelo Santamaría Piernavieja.

Nombre del negocio: Xperiencia Virtual, S.L. (www.xperienciavirtual.es).

Ubicación del negocio: Valladolid.

Año de lanzamiento del negocio: 2015.

Breve descripción del negocio: Xperiencia Virtual es una empresa especialista en el Metaverso y las tecnologías inmersivas de Realidad Virtual y aumentada. Desde sus inicios, hemos creado un *expertise* único, acercando la realidad virtual a más de 200.000 personas con la mejor experiencia de usuario posible, y somos capaces de construir cualquier contenido digital, ya sea 3D o video real, desde su concepto y guion, hasta el desarrollo de software al máximo nivel, modelado, animación 3D, etc.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Una forma de vida en la que disfrutar de tu faceta profesional, pudiendo conseguir todo lo que te propongas.

¿Cómo surgió la idea?

Fusionando nuestro espíritu emprendedor y la curiosidad por la innovación nos topamos con esta tecnología, fascinándonos justo en su nuevo nacimiento.

to. Al compartirla con todo nuestro entorno, comenzaron a surgir oportunidades, como un proyecto importante que consistía en la realización de 200 eventos el primer año. Aceptamos el reto, lo ejecutamos muy bien y comenzó nuestra andadura.

Algún obstáculo encontrado por el sector de actividad del negocio:

Al ser una tecnología innovadora, ha tenido y tiene dificultades para visualizar su aplicación al máximo nivel, tanto por los clientes como por la industria. Además, la falta de financiación nos ha limitado el aprovechamiento de oportunidades, y conseguir una mayor especialización y rapidez de crecimiento.

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

Nuestro negocio se basa en la realización de contenidos y en la demostración de la tecnología a través de los eventos. Con la pandemia, estos últimos se redujeron al 90%, y en menor medida la creación de contenidos, por lo que no pudimos continuar nuestro crecimiento anual, y nos vimos obligados a realizar un pequeño ERTE en la plantilla y muchos cambios de personal.

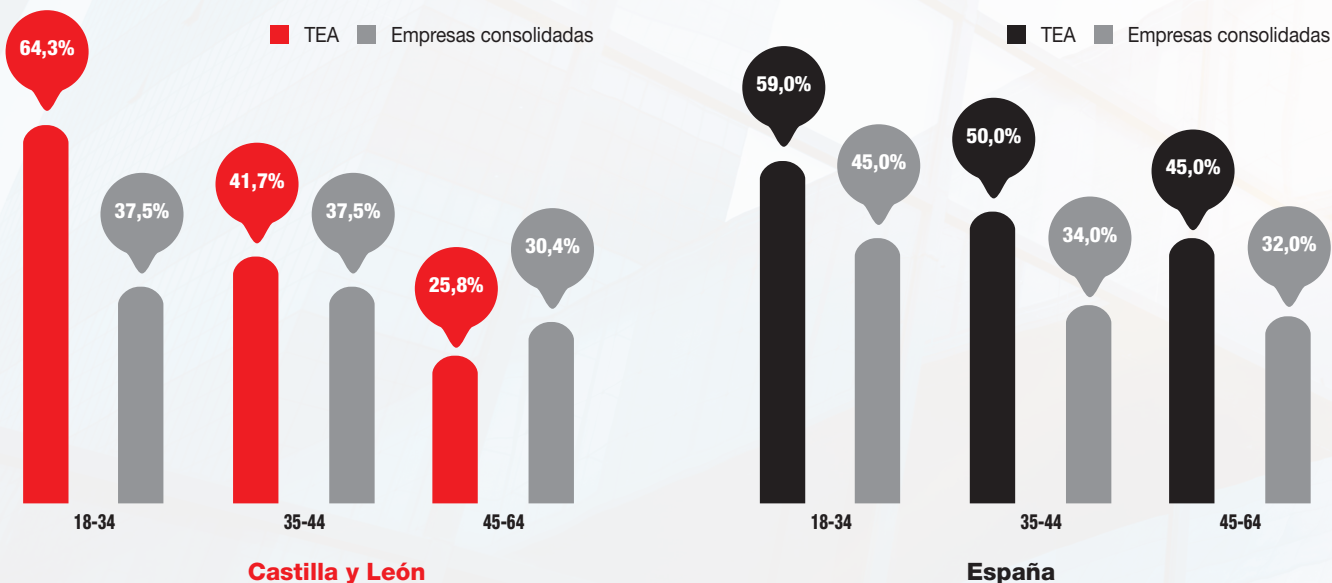
Algo que os gustaría añadir:

Emprender es una experiencia altamente emocionante y gratificante si consigues crear un proyecto sostenible. Tienes el control de tu dedicación laboral, que es una parte muy importante de nuestra vida, puedes llegar a ser capaz de dejar una huella imborrable y hasta un legado. Debes tener inteligencia, visión y un poquito de suerte para saber manejar la infinidad de detalles que conlleva la gestión. No tienes límites para crecer, pero tampoco límites de horario para estar seguro de que todo está a salvo. Para iniciar un proyecto debes meditarlo muy bien, porque si es precipitado puede hacerte perder un tiempo muy valioso. Todos tenemos ideas geniales, pero la mayoría de las veces el valor está en cómo llevarlas a cabo y llegar a su máximo nivel. También es un buen camino no emprender y ser empleado, porque se tienen menos preocupaciones, mayor desconexión y tiempo de calidad para cosas realmente importantes en la vida, como disfrutar de la familia y amigos. Guíate por tu intuición, porque escoger bien a la primera no es tan importante.

La necesidad de adoptar tecnologías digitales es más clara entre los emprendedores más jóvenes (Gráfico 4.17), especialmente entre los involucrados en iniciativas emprendedoras recientes (TEA). En el caso de los involucrados en empresas consolidadas, el porcentaje de aquellos con expectativas de digitalizar sus iniciativas en el futuro va bajando a medida que aumenta su edad. Una tendencia muy similar a la registrada en el caso español. El 64,3% de los emprendedores recientes (TEA) entre 18 y 34 años espera digitalizar sus empresas, y un 37,5% de los que cuentan con empresas consolidadas en el mismo rango de edad. En el caso español los emprendedores recientes en este rango de edad representan el 59%, mientras que entre las empresas consolidadas este porcentaje se reduce hasta el 45%.

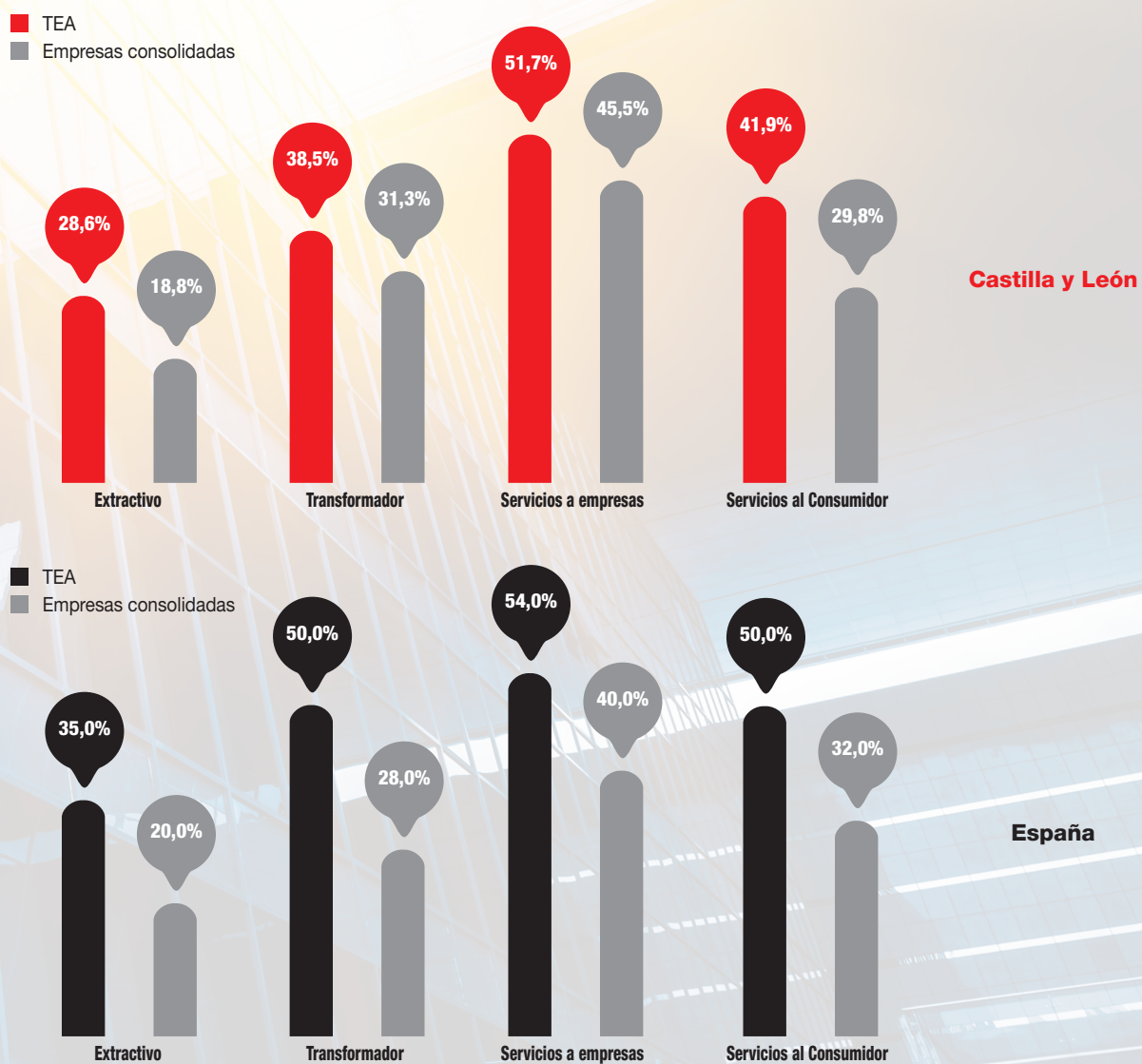
Gráfico 4.17. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



Las expectativas de adopción de tecnologías digitales son especialmente relevantes en las iniciativas emprendedoras del sector de servicios a empresas (Gráfico 4.18). El 51,7% de los emprendedores recientes (TEA) y el 45,5% de emprendedores a cargo de empresas consolidadas espera digitalizar su negocio localizado en este sector. En el caso de las iniciativas recientes (TEA), la digitalización también es una prioridad en el sector de servicios al consumidor y el sector transformador. Una tendencia muy similar a la registrada en el caso español, donde estos mismos sectores son los que han adoptado tecnologías digitales en mayor medida.

Gráfico 4.18. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021

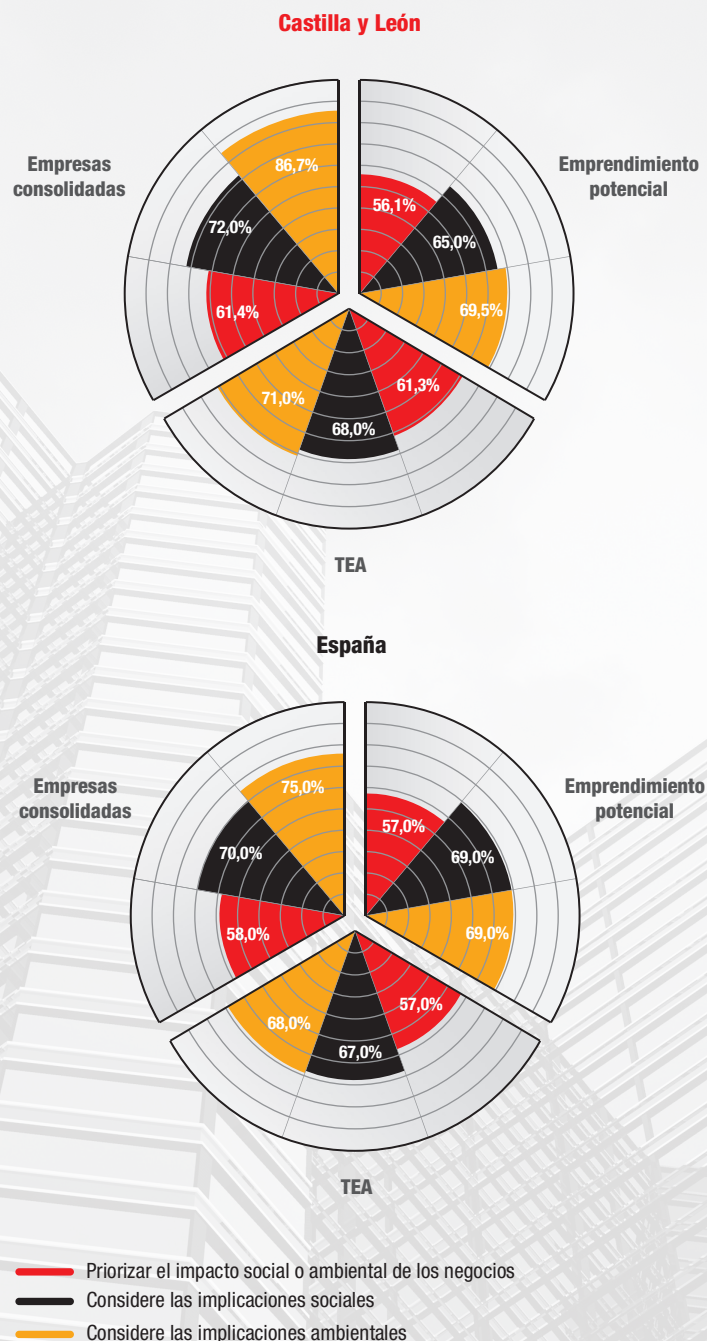


4.9. ORIENTACIÓN A LA SOSTENIBILIDAD

Más de la mitad de las personas emprendedoras consultadas manifiesta su preocupación por el impacto social y medioambiental de sus iniciativas, especialmente aquellos involucrados en empresas consolidadas (Gráfico 4.19). La orientación hacia la sostenibilidad de los emprendedores potenciales y recientes (TEA)

permite prever la creación y renovación de iniciativas emprendedoras socialmente responsables. Asimismo, si lo comparamos con la media española, cabe señalar que los emprendedores recientes y consolidados de Castilla y León prestan una atención mayor a las cuestiones sociales y medioambientales.

Gráfico 4.19. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España
Fuente: GEM-España APS 2021



Las mujeres emprendedoras son más proclives a priorizar el impacto social y medioambiental de sus iniciativas emprendedoras una vez que han logrado consolidar sus empresas (Gráfico 4.20). Por el contrario, los hombres prestan una mayor atención a las cuestiones sociales y medioambientales. Una situación diversa a la registrada en el resto de España donde las mujeres prestan siempre una mayor atención que los hombres a estas cuestiones. La orientación hacia la sostenibilidad de más de la mitad de los emprendedores potenciales consultados, mujeres y hombres, permite prever el mantenimiento de estas prioridades en el futuro. Además, cabe señalar que los emprendedores de Castilla y León prestan una mayor atención a las cuestiones sociales y medioambientales que los emprendedores del resto de España. No obstante, son las emprendedoras consolidadas de Castilla y León las que prestan una atención mucho mayor que el resto de las emprendedoras de España a estos aspectos.

Gráfico 4.20. Prioridad social y ambiental de las iniciativas emprendedoras en función del género en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

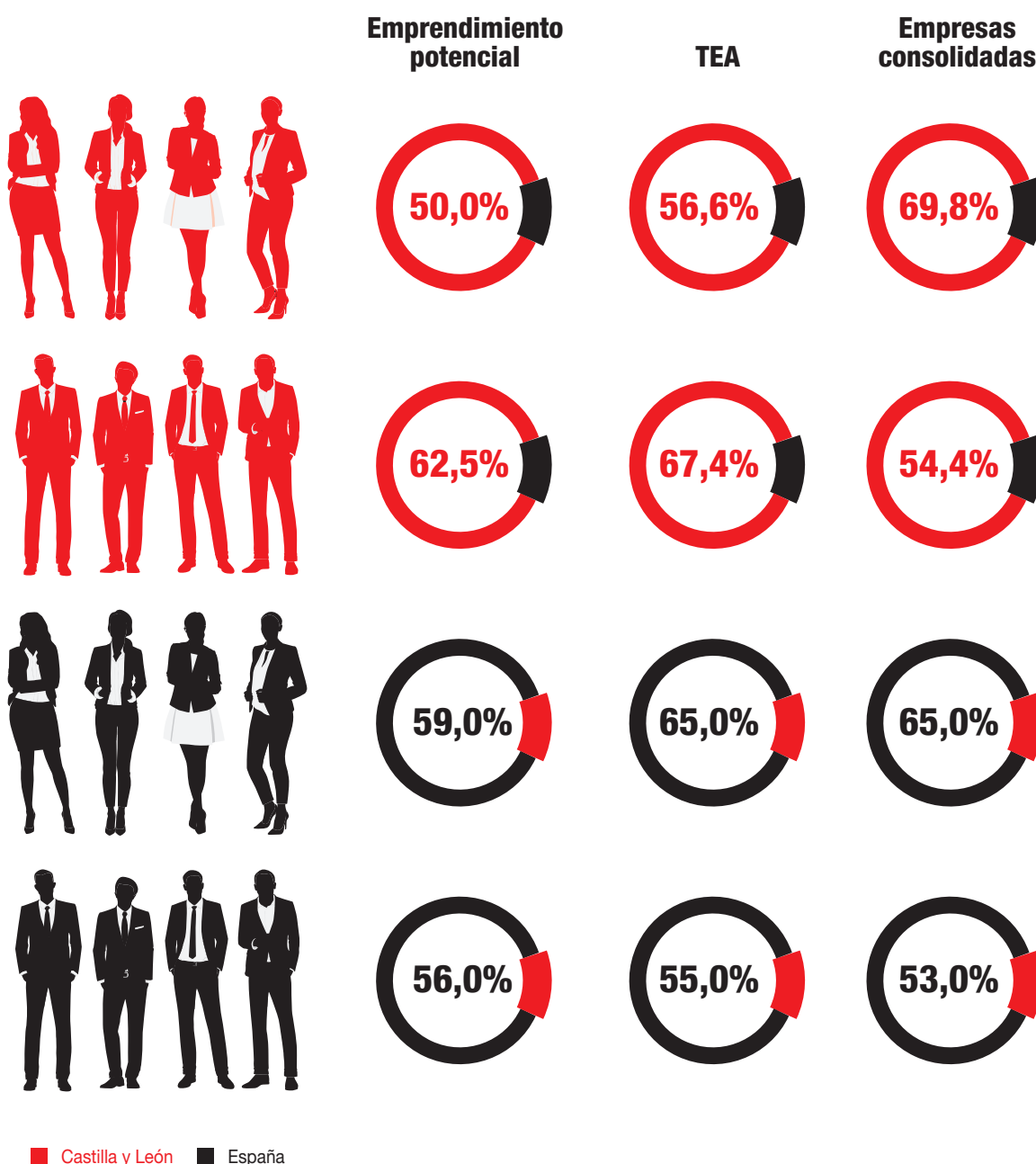


Gráfico 4.21. Distribución de las iniciativas emprendedoras que han actuado para minimizar el impacto medioambiental en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021

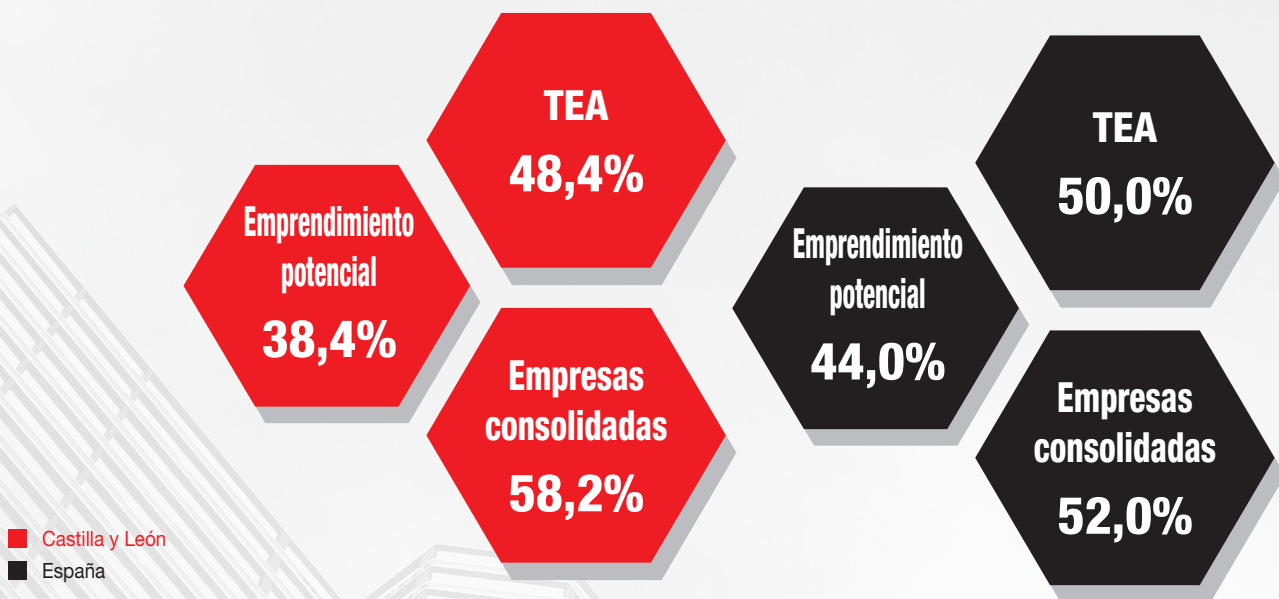
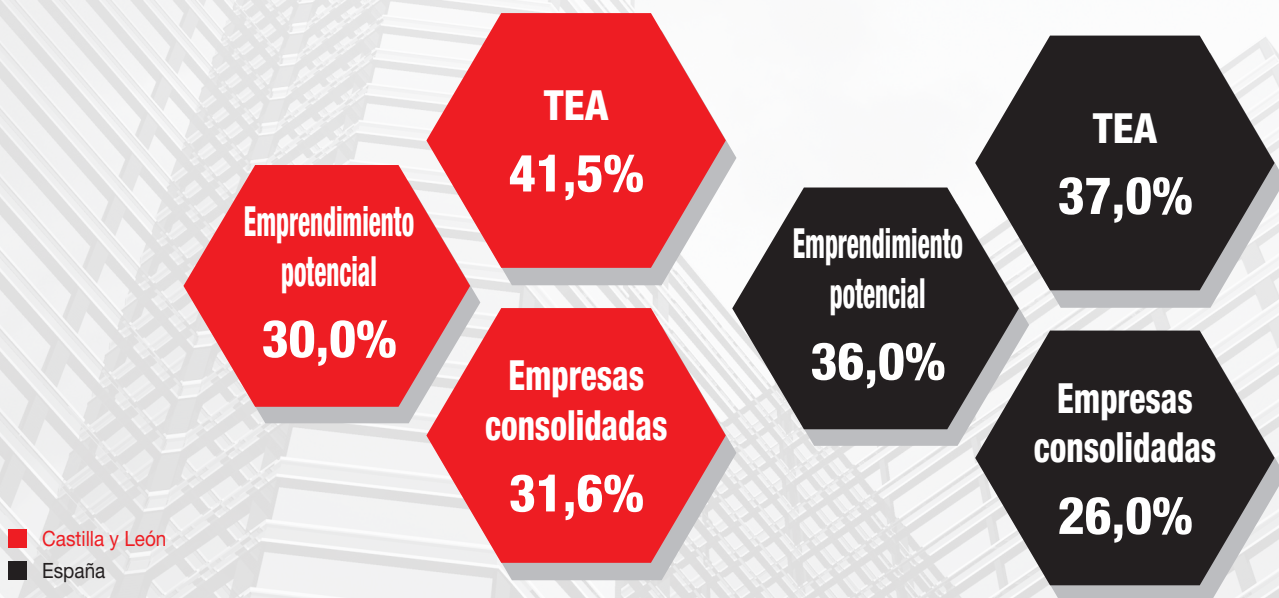


Gráfico 4.22. Distribución de las iniciativas emprendedoras que han actuado para maximizar el impacto social en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2021



Aunque más de la mitad de las personas emprendedoras de Castilla y León manifestaron una clara orientación a la sostenibilidad social y medioambiental, un porcentaje menor afirma estar actuando con medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental y maximizar el impacto social de sus negocios (Gráfico 4.21). Si lo comparamos con la tasa española, este porcentaje es ligeramente inferior en el caso de las iniciativas que han actuado para minimizar el impacto medioambiental, mientras que es superior en el caso

de las iniciativas que han actuado para maximizar el impacto social (Gráfico 4.22).

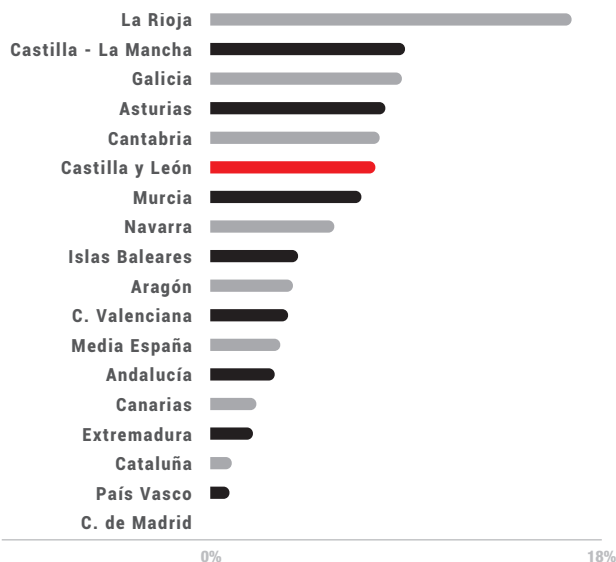
Son las empresas consolidadas de Castilla y León las que más se orientan en la práctica a reducir el impacto medioambiental de su actividad (58,2% frente al 52% del caso español), mientras que las iniciativas recientes (TEA) se orientan más a actuar para maximizar su impacto social (41,5% frente al 37% del caso español).

4.10. POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL Y POR CC.AA. DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

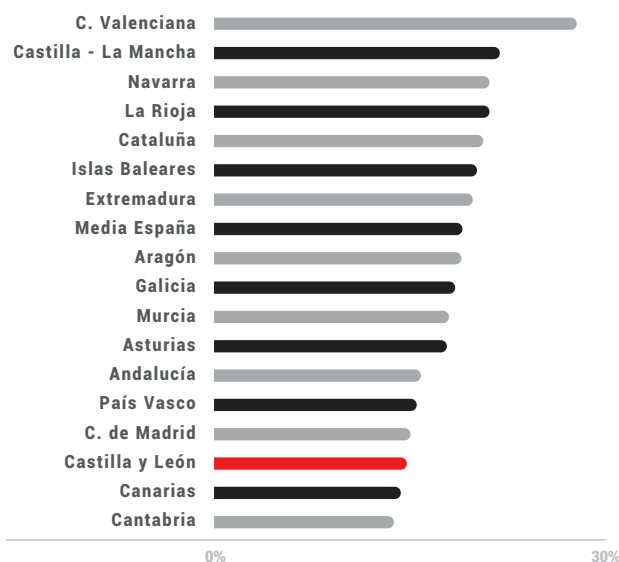
Gráfico 4.23. Posicionamiento por CC.AA. en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2021

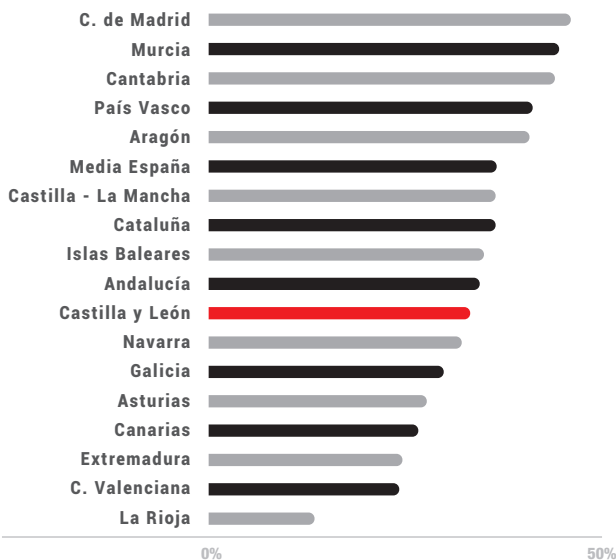
Extractivo



Transformación



Servicios a empresas



Servicios al consumidor

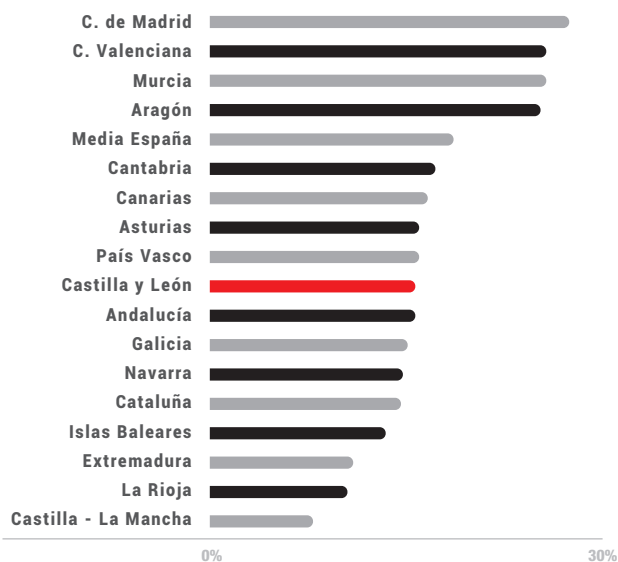


La distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras evidencia el mayor peso del sector servicios en la mayor parte de sus CC.AA. (Gráfico 4.23). No obstante, con una tasa del 8% en el sector extractivo Castilla y León se posiciona como la sexta CC.AA. más importante. Respecto al resto de sectores el 14% se localizan en el sector transformador, el 31% en el sector de servicios a empresas y un 44% en el sector de servicios al consumidor, un porcentaje inferior a la media española en el caso del sector transformador y muy similar a la media española en el sector servicios.

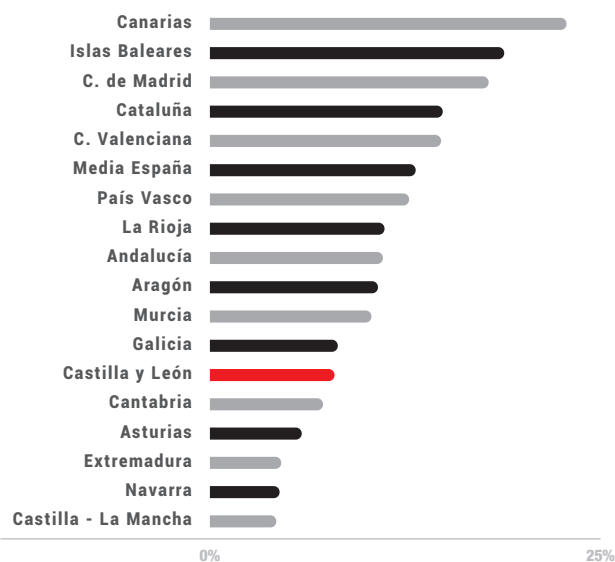
Gráfico 4.24. Posicionamiento por CC.AA. en función de las expectativas de crecimiento, orientación internacional y nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2021

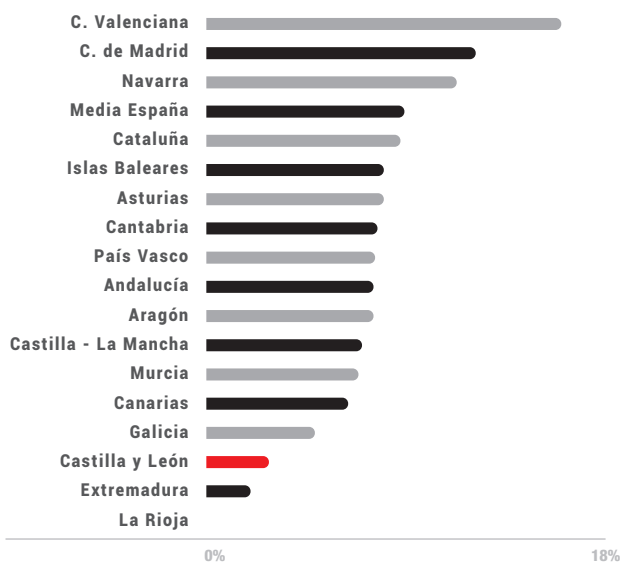
Expectativas de crecimiento



Orientación internacional



Nivel tecnológico medio-alto



Sin embargo, sí hay diferencias en las expectativas de crecimiento, orientación internacional y nivel tecnológico de las iniciativas (Gráfico 4.24). A pesar de que las expectativas de crecimiento en términos de empleados de las empresas de Castilla y León se sitúa justo en el medio del resto de CC.AA., el nivel tecnológico de las iniciativas de los emprendedores de Castilla y León es seis puntos porcentuales inferior respecto a la media española. Asimismo, los emprendedores de Castilla y León siguen siendo reacios a la internacionalización, en comparación con el resto de los emprendedores españoles. A pesar de lo expuesto, las distintas posiciones de las CC.AA. en relación con los factores implicados en las actitudes de los emprendedores evidencian la diversidad que existe en el territorio y no permite posicionar claramente a unas CC.AA. en mejor situación que a otras.

ANEXO

Glosario

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

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

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

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

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

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

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

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

NECI: conjunto de indicadores del contexto de emprendimiento nacional.

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

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

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



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

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

| Unidad | Institución | Miembros | Colaboradores |
|----------|--|--|--|
| Granada | Universidad de Granada | María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo | Universidad de Granada |
| Jaén | Universidad de Jaén | María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) Elia García Martí José García Vico Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona Julio Vena Oya María de la Paz Horno Bueno | Universidad de Jaén |
| Málaga | Universidad de Málaga | Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez | Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga |
| Sevilla | Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla | Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aída del Cubo Ana M ^a Domínguez Quintero José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Ana Pérez Luño Elena Sousa | Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla) |
| Aragón | Universidad de Zaragoza | Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón) Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña | Fundación Aragón Emprende Cátedra Emrender Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón |
| Asturias | Universidad de Oviedo | Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) Vanessa Solís Rodríguez Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López Matías Mayor Fernández | Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias |
| Baleares | Universidad de las Islas Baleares | Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell M. Vanessa Díaz Moriana | Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears |

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

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

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

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

Índice de tablas

| | | |
|-------------------|---|----|
| Tabla 3.1. | Motivaciones en función del género en Castilla y León y en España | 29 |
| Tabla 3.2. | Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios..... | 32 |
| Tabla 3.3. | Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios y del género | 34 |
| Tabla 3.4. | Nivel de formación específica para emprender en función del género..... | 34 |
| Tabla 4.1. | Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo | 39 |
| Tabla 4.2. | Distribución de los emprendedores TEA por sector de actividad en función del género en Castilla y León y en España..... | 40 |
| Tabla 4.3. | Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España | 42 |
| Tabla 4.4. | Tamaño de las iniciativas emprendedoras con empleados en función del género del emprendedor..... | 48 |
| Tabla 4.5. | Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función del sector..... | 65 |

Índice de figuras

| | | |
|--------------------|--|----|
| Figura A. | Marco teórico GEM revisado | 7 |
| Figura B. | Ficha de estudio de la encuesta APS en 2021 para Castilla y León..... | 8 |
| Figura 1.1. | Percepción de oportunidades para emprender en función del género en Castilla y León y en España | 16 |
| Figura 2.1. | Proceso emprendedor en Castilla y León y en España | 22 |
| Figura 2.2. | Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del género en Castilla y León y en España | 23 |
| Figura 2.3. | Abandono de la actividad empresarial en Castilla y León y en España en 2021..... | 24 |
| Figura 3.1. | Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del género en Castilla y León y en España | 31 |
| Figura 4.1. | Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes | 36 |
| Figura 4.2. | Capital semilla requerido entre hombres y mujeres | 36 |
| Figura 4.3. | Características de las iniciativas emprendedoras según su nivel tecnológico en Castilla y León y en España | 52 |
| Figura 4.4. | Características de las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en producto en Castilla y León y en España..... | 54 |
| Figura 4.5. | Características de las iniciativas emprendedoras según su orientación innovadora en proceso en Castilla y León y en España | 56 |
| Figura 4.6. | Exportan en algún grado en Castilla y León y en España | 59 |
| Figura 4.7. | Características de las iniciativas emprendedoras con orientación internacional en Castilla y León y en España | 60 |
| Figura 4.8. | Digitalización, características en función del nivel educativo..... | 64 |
| Figura 4.9. | Características digitales de las iniciativas emprendedoras en función de la edad | 65 |

Índice de gráficos

| | | |
|---------------------|---|----|
| Gráfico 1.1. | Percepciones sobre valores y actitudes en Castilla y León y en España | 14 |
| Gráfico 1.2. | Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. y la media española en percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender | 17 |
| Gráfico 1.3. | Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. y la media española en las percepciones de miedo al fracaso y modelos de referencia | 17 |
| Gráfico 1.4. | Comparativa de la valoración de las condiciones del entorno por parte de los expertos en Castilla y León y España..... | 18 |
| Gráfico 1.5. | Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en Castilla y León y en España..... | 19 |
| Gráfico 1.6. | Medidas que perjudican la actividad emprendedora en Castilla y León y en España | 20 |
| Gráfico 1.7. | Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. y la media española en el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2021..... | 21 |
| Gráfico 2.1. | Posicionamiento de Castilla y León en el proceso emprendedor a nivel regional..... | 25 |
| Gráfico 3.1. | Motivaciones de las personas emprendedoras en Castilla y León y en España | 28 |
| Gráfico 3.2. | Distribución de las personas emprendedoras por edad en Castilla y León y en España..... | 30 |
| Gráfico 3.3. | Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa..... | 32 |
| Gráfico 4.1. | Índice TEA en función del nivel de renta de los emprendedores en Castilla y León y en España | 35 |
| Gráfico 4.2. | Porcentaje medio según la fuente de origen del capital semilla en Castilla y León y en España | 37 |
| Gráfico 4.3. | Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor | 38 |
| Gráfico 4.4. | Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo..... | 39 |
| Gráfico 4.5. | Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad en Castilla y León y en España | 40 |
| Gráfico 4.6. | Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del género en Castilla y León y en España | 43 |
| Gráfico 4.7. | Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras en función del sector en Castilla y León y en España | 44 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| Gráfico 4.8. | Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados en Castilla y León y en España | 47 |
| Gráfico 4.9. | Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España que contrataron en los últimos 12 meses | 48 |
| Gráfico 4.10. | Expectativas de creación de empleo en 5 años en Castilla y León y en España | 50 |
| Gráfico 4.11. | Expectativas de creación de empleo en función del género en Castilla y León y en España | 50 |
| Gráfico 4.12. | Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de su orientación internacional en Castilla y León y en España | 59 |
| Gráfico 4.13. | Características de las iniciativas emprendedoras en función de su digitalización en Castilla y León y en España | 62 |
| Gráfico 4.14. | Digitalización, características en función del género..... | 63 |
| Gráfico 4.15. | Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en Castilla y León y en España | 66 |
| Gráfico 4.16. | Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor en Castilla y León y en España..... | 66 |
| Gráfico 4.17. | Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor en Castilla y León y en España | 68 |
| Gráfico 4.18. | Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector en Castilla y León y en España | 69 |
| Gráfico 4.19. | Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España | 70 |
| Gráfico 4.20. | Prioridad social y ambiental de las iniciativas emprendedoras en función del género en Castilla y León y en España | 71 |
| Gráfico 4.21. | Distribución de las iniciativas emprendedoras que han actuado para minimizar el impacto medioambiental en Castilla y León y en España | 72 |
| Gráfico 4.22. | Distribución de las iniciativas emprendedoras que han actuado para maximizar el impacto social en Castilla y León y en España | 72 |
| Gráfico 4.23. | Posicionamiento por CC.AA. en función del sector | 73 |
| Gráfico 4.24. | Posicionamiento por CC.AA. en función de las expectativas de crecimiento, orientación internacional y nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras..... | 74 |

EQUIPO GEM ESPAÑA 2021

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



GEM Córdoba



GEM Granada



GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



