



Global Entrepreneurship Monitor

INFORME GEM CASTILLA-LA MANCHA 2015

Juan J. Jiménez Moreno
Ángela González Moreno
Francisco J. Sáez Martínez
Rafael M. Suzuki
Adrián Rabadán Guerra



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Informe Ejecutivo 2015
Castilla-La Mancha

Depósito Legal: AB-456-2013

ISSN: 2340-9205

Número: 04

Fecha: Noviembre, 2016

© **Autores:** Juan J. Jiménez Moreno, Ángela González Moreno,
Francisco J. Sáez Martínez, Rafael M. Suzuki, Adrián Rabadán Guerra

Diseño de Portada: Fundación Globalcaja HXXII

Editor: Juan J. Jiménez

Lugar de publicación:

Universidad de Castilla-La Mancha
Ftad. de Económicas y Empresariales
Pza. de la Universidad, 1 - 02071 Albacete (España)

Páginas: 136

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

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



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo 2015. Castilla-La Mancha • España

**Juan J. Jiménez Moreno Ángela
González Moreno Francisco J.
Sáez Martínez Rafael M. Suzuki
Adrián Rabadán Guerra**



http://www.uclm.es/profesorado/juanjimenez/GEM-CLM/GEM-CLM_principal.htm



[gem.castillalamancha](https://www.facebook.com/gem.castillalamancha)



gemcastillalamancha@gmail.com

PRESENTACIÓN

Carta del Director

Éste es el informe ejecutivo *Global Entrepreneurship Monitor* de Castilla-La Mancha para 2015. Por cuarto año consecutivo realizamos el Informe GEM de la región. Lo cual ya nos permite tener una perspectiva de la evolución de los principales indicadores y observar una tendencia. El acceso a la información necesaria, la confección del informe y su difusión es posible nuevamente al apoyo de la Fundación Globalcaja HXXII y de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Esta edición mantiene, básicamente, el formato del informe ejecutivo del *Global Entrepreneurship Monitor* de Castilla-La Mancha del pasado año, y, como es preceptivo, incorpora novedades y mejoras que se recogen en el informe GEM España 2015, lo que hace que resulte más fácil su manejo por parte del lector y su comparación con otros informes GEM, anteriores, nacionales y regionales, mejorando así la percepción de la posición relativa de Castilla-La Mancha.

Como de costumbre, se presentan los indicadores básicos y la actividad emprendedora de la región, siguiendo los patrones y parámetros del modelo GEM. Para conocer el marco teórico de la investigación y la metodología empleada, puede verse el apartado correspondiente de este informe.

Como es sabido, estudio se sustenta en dos encuestas: una sobre los valores y actitudes emprendedoras de la población adulta (APS); otra encuesta que recoge la opinión de expertos sobre el contexto, las condiciones y los factores del entorno relativos a la actividad emprendedora y empresarial (NES). En esta ocasión hemos conseguido incrementar el número de expertos regionales que participan, lo cual nos ha permitido mejorar la calidad de su valoración.

El proyecto permite recoger datos sobre la persona emprendedora y el proceso emprendedor, pudiendo establecer comparaciones y pautas comunes de comportamiento, con el aval de un estudio de carácter internacional que se inicia en 1999 y se desarrolla actualmente en más de 100 países.

El resultado es un indicador definido como 'actividad emprendedora total' (TEA o 'tasa de actividad emprendedora'), desagradado en cuatro componentes: 'emprendimiento potencial', 'emprendimiento naciente', 'nuevo emprendimiento' y 'empresa consolidada'. La homogeneidad de las encuestas y los tratamientos estadísticos correspondientes permiten la comparación a nivel global, nacional y regional. En este caso, como se ha dicho, es posible conocer mejor la evolución de la tasa regional, al disponer de datos de años anteriores, dejamos a juicio del lector la interpretación de las diferentes tendencias.

Confiamos en que la información aquí contenida sea útil a las instituciones, entidades y agentes socio-económicos del ecosistema emprendedor de la región, para tomar decisiones que hagan que sea posible crear más riqueza y empleo, lograr una economía más competitiva y una sociedad más desarrollada.

Por último, es obligado reconocer y agradecer la ayuda, colaboración y participación de las entidades y personas que, de un modo u otro, han hecho posible este informe, en particular quiero mencionar: a las personas que, de manera anónima, han participado en la encuesta a la población adulta; a los expertos que nos han dado su opinión sobre la situación del entorno emprendedor; a los miembros del equipo de investigación, por su desinteresada y altruista contribución en horas de trabajo y dedicación; y al Rector de nuestra Universidad, Miguel Ángel Collado, por su apoyo.

Juan J. Jiménez Moreno
Catedrático de la Universidad de Castilla-La Mancha
Director del Proyecto GEM Castilla-La Mancha

Prólogo

Un año más, seguimos hablando de emprendimiento. La leve mejora de la economía, los estímulos gubernamentales y el trabajo de todos nos están haciendo llegar a mejores puertos en lo que se refiere al nacimiento de empresas.

La cultura del emprendimiento parece estar arraigando en nuestras tierras manchegas de forma tímida pero segura. Los motivos o la motivación intrínseca de cada empresario son muy distintos, pero sin duda, todos válidos.

La generación de riqueza y empleo no podría llevarse a cabo sin la colaboración y el esfuerzo conjunto de administraciones, empresas y universidades. Por ello, desde la Fundación Globalcaja Horizonte XXII y por cuarto año consecutivo, apoyamos la planificación estratégica de nuestro Gobierno aportando un mapa detallado de la actividad emprendedora en Castilla-La Mancha. Este mapa facilita una valiosa información, única y de gran calidad, que permite medir el impacto real de las medidas aplicadas año tras año. Lo ponemos en manos de los distintos agentes sociales relacionados con el ecosistema emprendedor regional para aportar una visión que resulta necesaria y beneficiosa a la hora de adoptar medidas útiles, tomadas con una perspectiva real, que fomenten el emprendimiento.

Convencidos de que el instinto creador forma parte del ser humano, desarrollamos iniciativas para generar y conducir esta cultura emprendedora, que debe educarse y entrenarse desde la infancia: inculcar la cultura del esfuerzo, la pasión por lo bien hecho. Trabajamos, parafraseando a nuestro Presidente, Rafael Torres Ugena, “en hacer de la ilusión y la perseverancia” nuestro buque insignia de la educación en España.

Una sociedad con espíritu de comunidad, personas y empresas que nacen con vocación de contribuir al bien común, marcarán, sin lugar a dudas, un camino de prosperidad que trace un futuro prometedor para nuestra región.

Castilla-La Mancha cuenta con hombres y mujeres innovadores, formados, con espíritu colaborativo y cooperativo, capaces de materializar sus ideas en proyectos reales que contribuyan a mejorar el mundo en que vivimos; esperamos encuentren los medios para llevar a cabo sus sueños.

No puedo terminar sin reconocer el buen hacer de las personas que han hecho posible este trabajo. Quisiera mostrar mi más sincero agradecimiento a los autores principales del informe, así como al Gobierno de Castilla-La Mancha, sin cuyo interés y empuje sería imposible materializar este Informe GEM.

Carla Avilés Rogel
Directora General
Fundación Globalcaja Horizonte XXII

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Marco teórico y objetivos	2
1.3. Metodología	3
1.4. Resultados y conclusiones.....	4
1.5. Resumen de indicadores de emprendimiento en Castilla-La Mancha	5
2. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS	7
2.1. Introducción	7
2.2. Percepción de oportunidades.....	7
2.3. Posesión de red social emprendedora como modelo de referencia.....	8
2.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	10
2.5. El temor al fracaso como obstáculo para emprender.....	11
2.6. Preferencia por una sociedad competitiva	12
2.7. Emprender como buena opción profesional.....	14
2.8. Emprendimiento de éxito y estatus social y económico	15
2.9. Los medios de comunicación en el emprendimiento.....	16
2.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento.....	17
2.11. Posicionamiento de la población de Castilla-La Mancha con respecto a la de España y a la de países de la Unión Europea.....	18
2.12. Opinión de los expertos GEM-Castilla-La Mancha acerca de las normas y actitudes emprendedoras de la población	20
2.13. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven.....	20
3. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL	23
3.1. Introducción	23
3.2. Emprendedores potenciales en Castilla-La Mancha	24
3.3. Índice de actividad emprendedora: naciente y nueva	25

3.4. Perspectiva comparada de la actividad emprendedora regional en España: naciente y nueva	27
3.5. Tasa de actividad empresarial consolidada	29
3.6. Proceso de abandono	29
4. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DE SU MOTIVACIÓN	33
4.1. Introducción	33
4.2. Motivaciones principales.....	33
4.3. Motivaciones secundarias	35
5. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR.....	37
5.1. Introducción	37
5.2. Género.....	37
5.3. Edad	38
5.4. Nivel de estudios	41
5.5. Posesión de formación específica para emprender.....	42
5.6. Nivel de renta	43
5.7. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor en Castilla-La Mancha.....	45
6. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR.....	47
6.1. Introducción	47
6.2. Registro empresarial	47
6.3. Sector de actividad de las iniciativas emprendedoras	48
6.4. Número de propietarios de las iniciativas	50
6.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y potencial de crecimiento	51
6.6. Intensidad de la competencia en el sector de las nuevas empresas	53
6.7. Innovación y tecnología	55
6.8. Grado de internacionalización	59
6.9. Expansión esperada en el mercado.....	60
6.10. Posición de Castilla-La Mancha y España en el contexto de la Eurozona GEM 2015 acerca de las características de la actividad emprendedora	62
6.11. Comparación regional de las características de la actividad emprendedora en Castilla-La Mancha.....	64
7. FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NACIENTE	71
7.1. Introducción	71

7.2. Capital semilla necesario	7171
7.3. El inversor informal y <i>business angels</i>	72
8. ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	77
8.1. Introducción	777
8.2. Valoración del entorno en general.....	77
8.3. Comparación de las valoraciones del entorno general en diferentes regiones españolas.....	79
8.4. Comparación de la valoración del entorno general de Castilla-La Mancha con otros países de Europa	86
8.5. Obstáculos, apoyos y recomendaciones de los expertos para el emprendimiento en Castilla-La Mancha.....	86
9. CONCLUSIONES	899
1. Valores y actitudes ante el emprendimiento	89
2. Proceso emprendedor y dinámica empresarial.....	92
3. Descripción de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	93
4. Entorno de emprendimiento	96
10. ANEXOS	99
REFERENCIAS	101
ÍNDICE DE FIGURAS.....	103
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	104
ÍNDICE DE TABLAS	109
FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN	110
EQUIPOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN RED GEM ESPAÑA 2015	111
PATROCINADORES 2015 DE LOS EQUIPOS DE LA ASOCIACIÓN RED GEM ESPAÑA.....	115

1.INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

Desde que hace algunas décadas se inició el estudio de la actividad emprendedora (*Entrepreneurship*), siempre han preocupado algunos tópicos relativos a la persona que decide crear una empresa, desde diferentes perspectivas. Los más comunes han sido el estudio del perfil socio-demográfico, el estudio de la motivación y el estudio del proceso seguido. El propósito ha sido conocer con mayor grado de detalle qué aspectos y qué factores explican dicha actividad, al objeto de poder extraer conclusiones que permitan a los poderes públicos mejorar la actividad emprendedora y ser más eficientes, focalizándose sobre determinadas acciones. En momentos como los actuales, en los que el sistema de economía de mercado muestra sus ineficiencias, sigue siendo indiscutible el papel activo y crítico del empresariado, entendido en sentido *schumpeteriano*, como instrumento de creación de riqueza y empleo y dinamizador del sistema. En este contexto, la disponibilidad de fuentes de información fiables sobre el estudio de la actividad emprendedora recobra particular interés, de manera que proyectos internacionales, como el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que recoge datos sobre la persona emprendedora y el proceso emprendedor, resulta particularmente importante en la medida en que permite establecer pautas comunes de comportamiento emprendedor, al contar con una amplia base de datos homogénea, comparable internacionalmente y de manera desagregada.

En concreto el proyecto GEM surge en 1997 como una investigación conjunta del Babson College (Estados Unidos) y la London Business School (Reino Unido), partiendo de una idea original de Michael Hay y contando con Paul Reynolds como investigador principal en su primera época. El propósito es tener una referencia que permita medir y caracterizar la actividad emprendedora y crear un observatorio internacional permanente sobre el fenómeno emprendedor. El

resultado es una serie de informes globales, nacionales, regionales y locales e informes sobre temas monográficos relacionados con emprendimiento (género, educación, crecimiento, financiación, social, etc.).

En este caso, presentamos los resultados obtenidos en el año 2015 para la región de Castilla-La Mancha, haciendo un análisis comparativo con los tres últimos años y confrontando los resultados con los obtenidos para la media de España y los de otras comunidades autónomas. Queremos anticipar y destacar en estas primeras páginas que la tasa de emprendimiento total de Castilla-La Mancha alcanza este año el valor de 7,3% lo que nos sitúa en la segunda posición del *ranking* de regiones de España (sólo es superada por las Islas Baleares).

1. 2. Marco teórico y objetivos

El modelo teórico utilizado es el propio del proyecto GEM, que, partiendo del modelo original y sus sucesivas mejoras, nos ha permitido aplicar los cuestionarios establecidos internacionalmente para el ejercicio 2015. Se sustenta fundamentalmente en dos encuestas: una sobre los valores y actitudes emprendedoras de la población adulta de un país, región, provincia o ciudad (*Adult Population Survey*: APS), considerando población adulta a la comprendida entre los 18 y 64 años; la segunda encuesta recoge la opinión de expertos sobre el contexto, las condiciones y los factores del entorno relativos a la actividad emprendedora y empresarial (*National Experts' Survey*: NES). La información obtenida del análisis de los datos se complementa con información proveniente de otras fuentes secundarias (sobre desarrollo económico, demografía, mercado laboral, innovación, competitividad, etc.), para relativizar las diferentes condiciones nacionales de los distintos países sobre los que se recoge información (por ejemplo, *Global Competitiveness Report*: GCR).

El resultado es un indicador definido como 'actividad emprendedora total' (*Total Entrepreneurial Activity*: TEA; en algunos documentos también aparece referida como 'tasa de actividad emprendedora'), desagregado en tres componentes, según el modelo del proceso emprendedor del proyecto GEM: 'emprendimiento potencial', 'emprendimiento naciente', 'nuevo emprendimiento' y 'empresa consolidada', que se corresponden, respectivamente, con personas que han expresado la intención de emprender

en los próximos tres años, iniciativas emprendedoras que se han puesto en marcha en los últimos tres meses, iniciativas empresariales recientemente creadas con una actividad de vida económica entre tres años y medio, y empresas creadas recientemente que llevan más de tres años y medio operando en el mercado. La homogeneidad de las encuestas y los tratamientos estadísticos correspondientes permiten la comparación a nivel global, nacional, regional, provincial y local de los resultados obtenidos.

El principal objetivo de este informe es conocer cuáles son las actitudes, valores y percepciones de la población de Castilla-La Mancha respecto a la actividad emprendedora, para obtener la TEA (total y por sexo, por motivación, por sector, por actividad, por etapa, etc.) y conocer cuál es la opinión de los expertos respecto a las condiciones para el emprendimiento en la región. Todo ello nos ha permitido comparar los resultados obtenidos con resultados nacionales y regionales para el año 2015 y determinar la posición relativa de la región para dichos indicadores.

1.3. Metodología

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

Para las encuestas a la población adulta (APS), el universo considerado es la población entre 18 y 64 años de la región de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. Sobre una población objetivo de 1.297.810 personas, se toma una muestra de 1.000 personas, con un margen de confianza de 95,0% y un error muestral de $\pm 3,1\%$ para el conjunto de la muestra, una varianza de máxima indeterminación ($p=q=50\%$). El periodo de realización de la encuesta fue de junio a julio de 2015, siendo realizado el trabajo de campo por el Instituto Opinometre, el cual procede a la grabación y creación de la base de datos.

Para la opinión de los expertos sobre el contexto y los factores del entorno para el emprendimiento utilizamos el cuestionario NES sobre una población de 52 expertos regionales en áreas diferentes: financiación, políticas

gubernamentales, programas públicos, educación, transferencias de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales.

1.4. Resultados y conclusiones

Un análisis preliminar de los datos nos indica que la TEA en Castilla-La Mancha aumenta respecto al año anterior, situándose notablemente por encima de la media para España. Este aumento es consecuencia fundamentalmente de un aumento en la actividad emprendedora al identificar una oportunidad de negocio en el mercado, observándose a su vez una reducción del emprendimiento causado por falta de alternativas de empleo. En el informe de este año, y comparando con los anteriores, destaca sin embargo la reducción de las iniciativas empresariales que pretenden contratar a 6 o más empleados. La mayoría de las iniciativas que se ponen en marcha en la región no son innovadoras, aunque como dato positivo sí parecen hacer un mayor uso de tecnologías más novedosas. Atendiendo a la valoración del entorno para el emprendimiento que hacen los expertos, y en línea con los resultados de España, en Castilla-La Mancha se percibe este año un empeoramiento en prácticamente todos los indicadores analizados.

El hecho de contar un año más con datos e información primaria sobre la población regional relativos a la actividad emprendedora y al contexto en el que ésta se produce, debe permitir a los poderes públicos orientar sus políticas activas de promoción de cultura emprendedora y creación de empresas de un modo más eficiente. La Ley 15/2011, de 15 de diciembre, de Emprendedores, Autónomos y Pymes de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, ofrece algunos instrumentos útiles para tal fin. Esta relación de complementariedad entre investigación y sociedad es el resultado de haber asumido la tercera función de la Universidad y contribuir al desarrollo socio-económico de su región.

1.5. Resumen de indicadores de emprendimiento en Castilla-La Mancha

Finalizamos esta introducción con la tabla resumen (tabla 1.1.) en la que se incluyen los indicadores principales descriptores de la actividad emprendedora en Castilla-La Mancha. El poder dar una continuidad a este informe y a las medidas incluidas en el mismo nos proporciona un cuadro de mando para poder detectar la variación de un período a otro y permitir evaluar medidas concretas implantadas por los agentes públicos en cada ámbito. No obstante, el horizonte temporal de cuatro períodos resulta insuficiente ya que el impacto de las políticas y programas de emprendimiento implantados en la región requieren para su verificación un plazo de tiempo superior.

A continuación, presentamos la estructura de este cuadro sintético mostrando los principales indicadores de manera integrada, para tener una visión de conjunto del estado del emprendimiento en Castilla-La Mancha durante los cuatro últimos años.

Tabla 1.1. Indicadores de emprendimiento

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2012	2013	2014	2015	Var.
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	30,1	32,6	34,1	36,6	Aumenta
Percibe buenas oportunidades para emprender	7,9	15,3	18,7	22,1	Aumenta
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	49,2	48,2	51,6	49,4	Disminuye
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	57,8	50,3	53,1	54,3	Aumenta
La población española posee espíritu competitivo	21,8	18,2	27,0	21,0	Disminuye
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	10,6	9,4	10,2	6,8	Disminuye
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	2,1	1,8	1,0	2,3	Aumenta
Ha actuado como inversor informal	3,6	2,7	2,3	2,7	Aumenta
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en España	2012	2013	2014	2015	Var.
TEA Total	5,6	4,9	5,3	7,3	Aumenta
TEA femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,4	4,6	4,0	6,1	Aumenta
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,8	5,2	6,6	8,4	Aumenta

Distribución del TEA, tomado como 100%	2012	2013	2014	2015	Var.
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	37,5	30,6	41,5	34,0	Disminuye
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	57,1	49,0	52,8	61,9	Aumenta
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,4	20,4	5,7	4,1	Disminuye
TEA del sector extractivo o primario	12,5	6,1	7,5	11,1	Aumenta
TEA del sector transformador	17,9	14,3	18,9	13,9	Disminuye
TEA del sector de servicios a empresas	12,5	20,4	22,6	19,4	Disminuye
TEA del sector orientado al consumo	57,1	59,2	50,9	55,6	Aumenta
TEA sin empleados	57,1	69,4	28,7	58,3	Aumenta
TEA de 1-5 empleados	37,5	30,6	51,6	38,0	Disminuye
TEA de 6-19 empleados	3,6	0,0	10,5	3,7	Disminuye
TEA de 20 y más empleados	1,8	0,0	9,2	0,0	Disminuye
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	8,9	16,3	18,9	4,1	Disminuye
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	7,1	8,2	9,4	5,5	Disminuye
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	10,7	8,2	3,8	9,7	Aumenta
TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media o alta	8,9	6,1	9,4	5,5	Disminuye
TEA iniciativas que exportan en algún grado	14,3	24,5	13,2	16,1	Aumenta
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	0,0	0,0	1,9	1,4	Disminuye
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno	2012	2013	2014	2015	Var.
Financiación para emprendedores	2,12	1,97	2,18	2,08	Disminuye
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	3,17	2,95	2,98	2,32	Disminuye
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,49	2,27	2,46	2,07	Disminuye
Programas gubernamentales	3,05	2,74	3,01	2,68	Disminuye
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,90	1,77	2,32	1,71	Disminuye
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,85	2,64	3,07	2,64	Disminuye
Transferencia de I + D	2,48	2,45	2,65	2,30	Disminuye
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,06	2,78	2,94	2,61	Disminuye
Dinámica del mercado interno	2,50	2,53	2,58	2,50	Disminuye
Barreras de acceso al mercado interno	2,50	2,33	2,53	2,17	Disminuye
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,72	3,64	3,75	3,81	Aumenta
Normas sociales y culturales	2,59	2,35	2,79	2,72	Disminuye

2. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS

2.1. Introducción

La actual situación económica con elevado desempleo pone de manifiesto la necesidad de crear empresas que puedan solventar el problema de la destrucción de empleo, por parte de las empresas establecidas y aquél provocado por el cierre y abandono de negocios. La consecución del objetivo de incrementar la tasa de emprendimiento depende en gran medida de valores culturales de cada zona geográfica y de las percepciones de la población acerca del emprendimiento. Este segundo capítulo engloba el análisis de los valores, las percepciones y las actitudes de la población adulta de Castilla-La Mancha: emprendedora o involucrada en la creación de empresas y la no involucrada.

2.2. Percepción de oportunidades

En el gráfico 2.1 se recoge el porcentaje de población que percibe en su entorno oportunidades para crear empresas en el corto plazo, en concreto en los próximos 6 meses. Podemos realizar una comparación con los datos desde 2012 para el caso de Castilla-La Mancha y así obtener conclusiones del análisis de un periodo de cuatro años. Además, podemos comparar los porcentajes de la población española que percibe oportunidades en su entorno con las que las perciben en la región. Los valores medios regionales se encuentran por debajo de los de España tanto en la población involucrada en la creación de empresas como en la no involucrada (tabla 2.1), estando más de 3 puntos porcentuales por debajo en el segmento de población involucrada y más de 10 puntos por debajo en el caso de población no involucrada.

Gráfico 2.1. Evolución de la percepción de la existencia de oportunidades para emprender en el corto plazo en Castilla-La Mancha

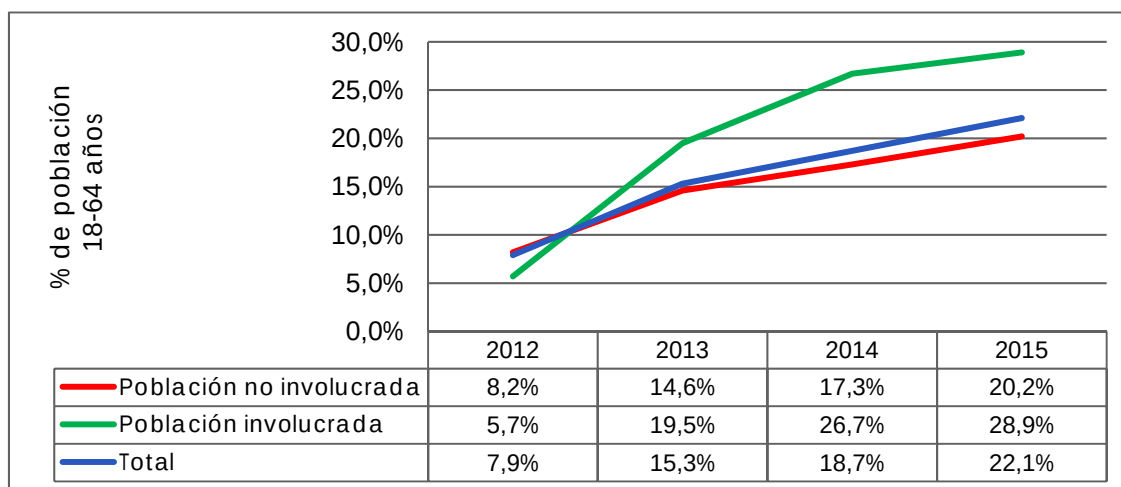


Tabla 2.1. Evolución de la Percepción de la existencia de oportunidades para emprender en el corto plazo en España y Castilla-La Mancha

	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	12,9	8,2	14,7	14,6	21,5	17,3	23,8	20,2
Involucrada	19,6	5,7	24,5	19,5	30,7	26,7	39,6	28,9
Total	13,9	7,9	13,9	15,3	22,6	18,7	26,0	22,1

2.3. Posesión de red social emprendedora como modelo de referencia

El poseer referentes en el ámbito empresarial supone un factor positivo para el emprendimiento. La red social emprendedora se refiere a si se tienen relaciones o se conocen personas que hayan creado su propia empresa, de forma que proporcionen ejemplos para poder seguir en el desarrollo del proceso de creación.

Los datos obtenidos en este sentido para la región de Castilla-La Mancha en 2015 ponen de manifiesto que la posesión de red social emprendedora que pueda servir como modelo de referencia ha alcanzado unos valores mayores para la población total que en el ejercicio 2014 (gráfico 2.2). Además, comparando los valores de 2015 entre los dos tipos de población analizados con los datos medios estatales, observamos que CLM tiene una puntuación

ligeramente superior a la media de España en el segmento de “población no involucrada”, encontrándose ésta por debajo en el segmento de “población involucrada”.

Al comparar los distintos segmentos de población considerados –no involucrados en la creación de empresas frente a la que sí lo están- se pone de manifiesto que sigue existiendo una diferencia importante en la valoración de las redes sociales emprendedoras, siendo más alta como cabría de esperar la de la población involucrada (15 puntos porcentuales mayor). En el gráfico 2.2 se recogen la evolución en CLM en los cuatro últimos años, mientras que los datos comparativos de España y CLM se muestran en la tabla 2.2.

Gráfico 2.2. Evolución en la percepción de posesión de red social emprendedora en población involucrada y no involucrada en la creación de empresas en Castilla-La Mancha

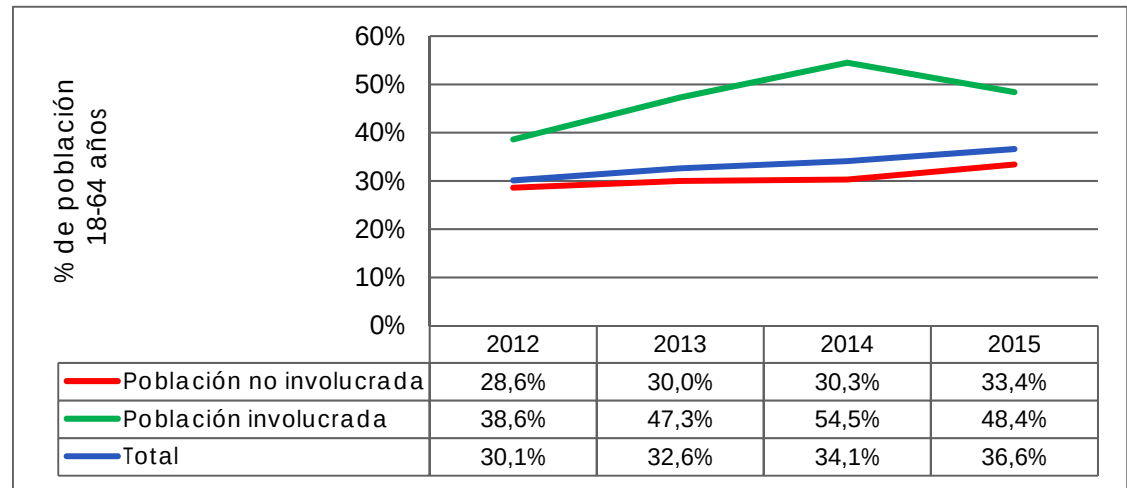


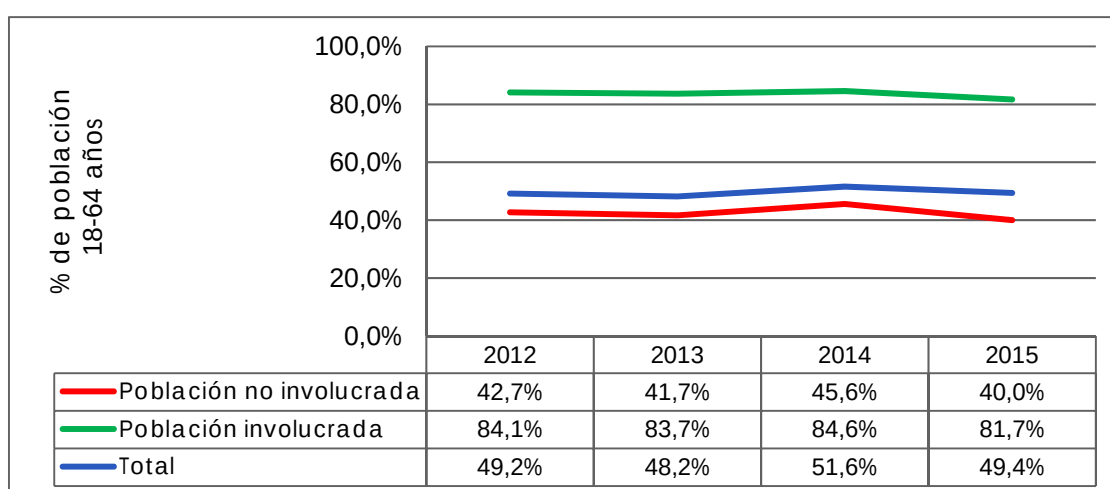
Tabla 2.2. Evolución de la percepción de modelos de referencia en España y en Castilla-La Mancha

	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	27,7	28,6	28,3	30	32,8	30,3	30,9	33,4
Involucrada	50,6	38,6	48,3	47,3	56,3	54,5	51,6	48,4
Total	30,8	30,1	31,1	32,6	35,7	34,1	33,7	36,6

2.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

La percepción que cada uno posee acerca de sus conocimientos, habilidades y experiencias determina lo que considera que es capaz de realizar. Por esta causa, para determinar el potencial de emprendimiento que encierra una población debemos conocer cómo valoran sus capacidades para la creación de empresas, es decir, si poseen conocimientos, habilidades o experiencias en materia de emprendimiento. En el gráfico 2.3 se presentan los resultados de esta variable y observamos cómo el porcentaje de población que considera que posee dichos recursos es mucho más alto entre los que han puesto en marcha una empresa o la están iniciando. Esta situación se manifiesta en el caso de Castilla-La Mancha en los cuatro periodos analizados, presentando datos ligeramente inferiores en 2015.

Gráfico 2.3. Evolución en la valoración acerca de la posesión de conocimientos habilidades y experiencia para emprender en Castilla-La Mancha



En la tabla 2.3. se comparan los datos de la población de CLM y España, no poniéndose de relieve diferencias significativas entre los dos ámbitos geográficos para toda la serie temporal analizada. Destaca la mayor percepción de poseer las capacidades de emprender de la población total de CLM para el año 2015, que se sitúa más de 4 puntos por encima de la media de España. Sin embargo, esta diferencia se debe a la percepción de la población no involucrada, ya que entre la población involucrada el porcentaje en CLM es notablemente inferior a la media estatal (4,8 puntos porcentuales menor).

Tabla 2.3. Evolución de la percepción de los conocimientos y experiencia para emprender en España y en CLM

	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	44,2	42,7	42,7	41,7	43,1	45,6	38,8	40,0
Involucrada	86,9	84,1	84,2	83,1	84,2	84,6	86,5	81,7
Total	50,4	49,2	48,4	48,2	48,1	51,6	45,3	49,4

2.5. El temor al fracaso como obstáculo para emprender

Uno de los mayores frenos al emprendimiento es el temor al fracaso. La aversión al riesgo y la incapacidad para controlarlo paraliza las iniciativas que, de otro modo, sí podrían llegar a materializarse. En la gráfica 2.4 se presentan los porcentajes de población, de España y de Castilla-La Mancha, que no consideran el temor al fracaso un obstáculo en el emprendimiento. En CLM el 31,8% de la población involucrada no considera que el temor al fracaso pueda frenar el inicio de su empresa, mientras que este porcentaje se sitúa en torno al 49,6% cuando nos referimos a la población no involucrada en la creación de empresas.

La evolución de este último año nos permite afirmar que entre la población de CLM involucrada se ha producido una reducción muy importante de la tolerancia al fracaso (24 puntos porcentuales menos). Menos del 32% de la población involucrada ve el fracaso como algo posible, pero no preocupante, cuando se emprende una actividad empresarial, siendo para el resto un obstáculo que puede limitar su iniciativa emprendedora.

En la tabla 2.4 se recogen los datos de CLM y de España en relación con la variable que nos ocupa. Los datos aquí mostrados nos indican que en 2015 la población en CLM considera que el miedo al fracaso no es un obstáculo en mayor porcentaje que la población española (2,6 puntos de diferencia), apreciándose esta diferencia tanto entre la población no involucrada como, especialmente, entre la población involucrada (6,8 puntos de diferencia).

Gráfico 2.4. Evolución de la percepción de temor al fracaso como obstáculo para emprender

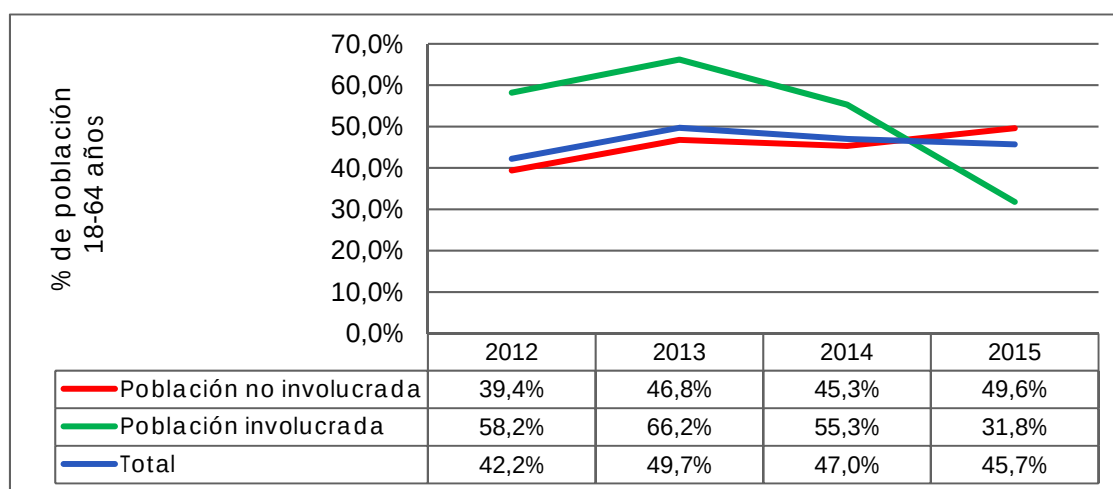


Tabla 2.4. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como obstáculo para emprender en Castilla-La Mancha y en España (porcentaje de personas que no lo consideran un obstáculo)

	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	45,1	39,4	49,6	46,8	48,1	45,3	45,9	49,6
Involucrada	58,7	58,2	35,1	66,2	35,2	55,8	25,0	31,8
Total	47,7	42,2	47,0	49,7	46,5	47,0	43,1	45,7

2.6. Preferencia por una sociedad competitiva

Los valores relacionados con la competitividad tienen un impacto positivo en los resultados. Entre los valores culturales de la población española no se encuentra el de ser competitivo, y se valora negativamente el hecho de que existan diferencias en el nivel de vida y/o renta. La preferencia por la distribución desigual de la renta evidencia un espíritu más competitivo, por ello se ha utilizado como aproximación a este valor.

En el gráfico 2.5 se presentan los porcentajes correspondientes a aquéllos que prefieren una distribución desigual de la renta en España y en Castilla-La Mancha. Los valores son similares independientemente del segmento de población que estemos describiendo, tanto en el caso de Castilla-La Mancha como en el de España.

Si comparamos los dos ámbitos geográficos –tabla 2.5- observamos cómo la población de Castilla-La Mancha presenta valores algo mayores a los de España en todos los segmentos de población considerados, evidenciando una menor preferencia por una sociedad competitiva.

Gráfico 2.5. Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida en Castilla-La Mancha

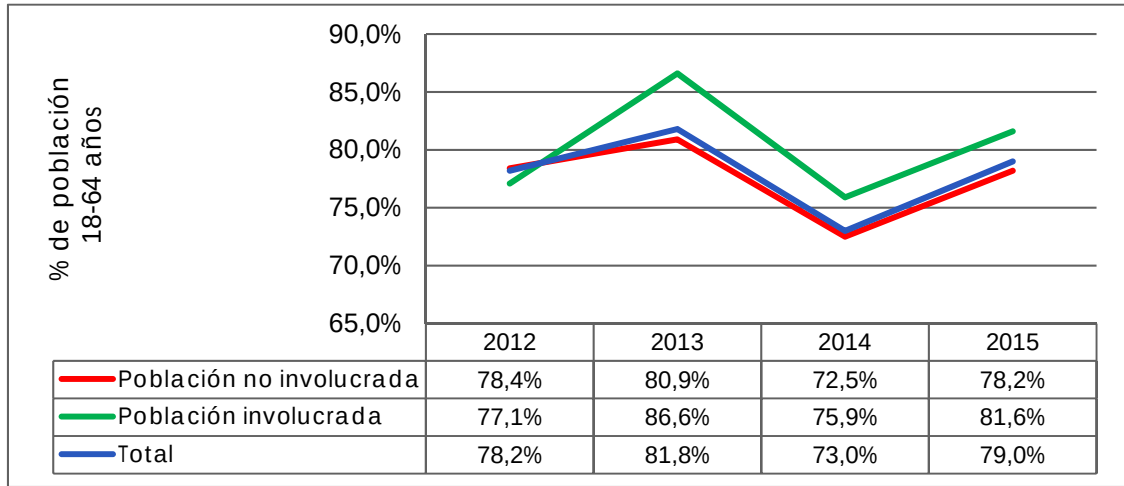


Tabla 2.5. Evolución de la preferencia por una sociedad menos competitiva en España y Castilla-La Mancha

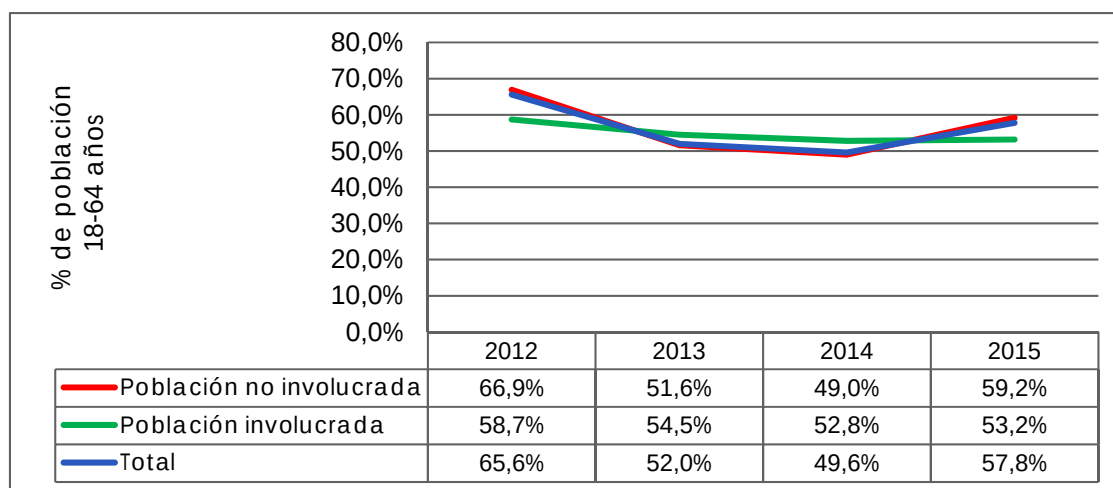
	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	72,2	78,4	74,1	80,9	72,0	72,5	71,9	78,2
Involucrada	69,8	77,1	72,7	86,6	71,6	75,9	73,9	81,6
Total	71,9	78,2	73,9	81,8	71,9	73,0	72,1	79,0

Al igual que en los años anteriores, en 2015 se percibe una amplia preferencia de los españoles por una sociedad con un nivel de vida similar (existe una tendencia hacia la búsqueda de una sociedad menos competitiva). En el caso de CLM la evolución de este último año refleja la vuelta a valores más similares a los observados en los años 2012 y 2013, aumentando de forma notable esa preferencia por un nivel de vida similar. El aumento es de casi 8 puntos porcentuales en la población involucrada, siendo menor en la población no involucrada (algo más de 5 puntos porcentuales). Al igual que en España, en CLM la preferencia por una sociedad con un nivel de vida similar es más elevada entre la población involucrada en el proceso emprendedor que entre la no involucrada.

2.7. Empezar como buena opción profesional

El porcentaje de personas de Castilla-La Mancha que considera que emprender es una buena opción profesional ha aumentado de forma notable respecto a los valores de 2015 (gráfico 2.6). Este dato pone fin a la tendencia a la baja que se venía observando durante los tres últimos años. El cambio se debe principalmente a la mejora de la opinión en la población no involucrada en la creación de una empresa (mejora de más de 10 puntos), mientras en la población involucrada el aumento es de apenas 0,4 puntos.

Gráfico 2.6. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Castilla-La Mancha



Cabe señalar, además, que en la región los porcentajes de aquéllos que piensan que emprender es una buena elección, se encuentra este último año ligeramente por encima de la media estatal. Destaca la valoración positiva de la población no involucrada en CLM, que se encuentra casi 7 puntos por encima de la media de España. En la tabla 2.6 se muestra la evolución en España y en CLM.

Tabla 2.6. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en España y en CLM

	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	63,7	66,9	54,2	51,6	53,7	49,0	52,4	59,2
Involucrada	63,0	58,7	54,7	54,5	55,8	52,8	54,6	53,2
Total	63,6	65,6	54,3	52,0	53,9	49,6	53,2	57,8

2.8. Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

La percepción que la población posee acerca de los impactos que el emprendimiento de éxito puede tener se analiza considerando si dicho emprendimiento repercute en el estatus social y económico o no. El porcentaje de personas que considera que existe una relación entre el éxito empresarial y la mejora del estatus social y económico es por primera vez este año mayor entre la población que se encuentra involucrada en el proceso de creación que en la que no se encuentra involucrada en la creación de empresas, cambiando la tendencia observada durante los tres últimos años (gráfico 2.7). Al comparar los resultados de España y de Castilla-La Mancha, se observa que los porcentajes son equivalentes en los dos segmentos analizados, siendo ligeramente superiores en los dos casos los valores observados en CLM (tabla 2.7).

Gráfico 2.7. Evolución de la opinión de que emprender proporciona éxito y estatus social y económico

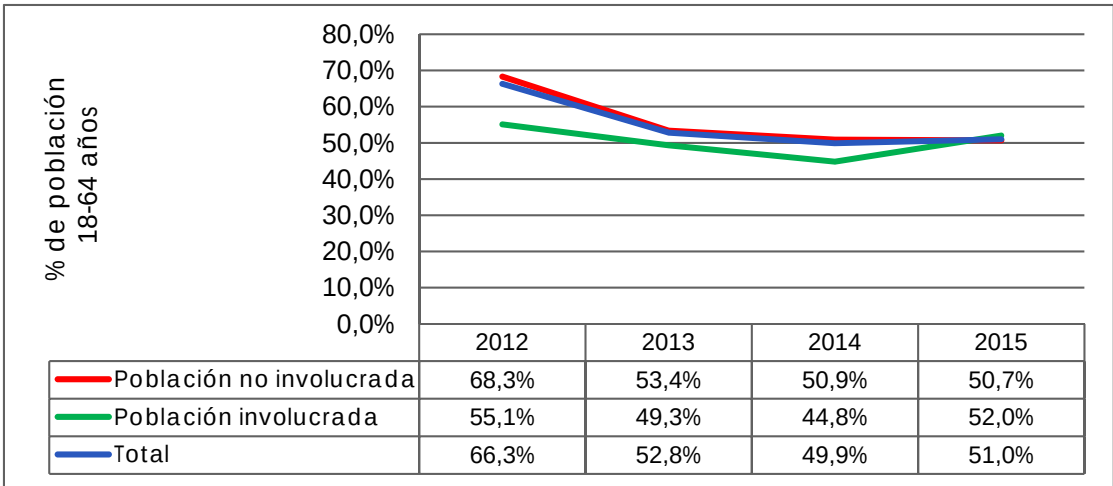


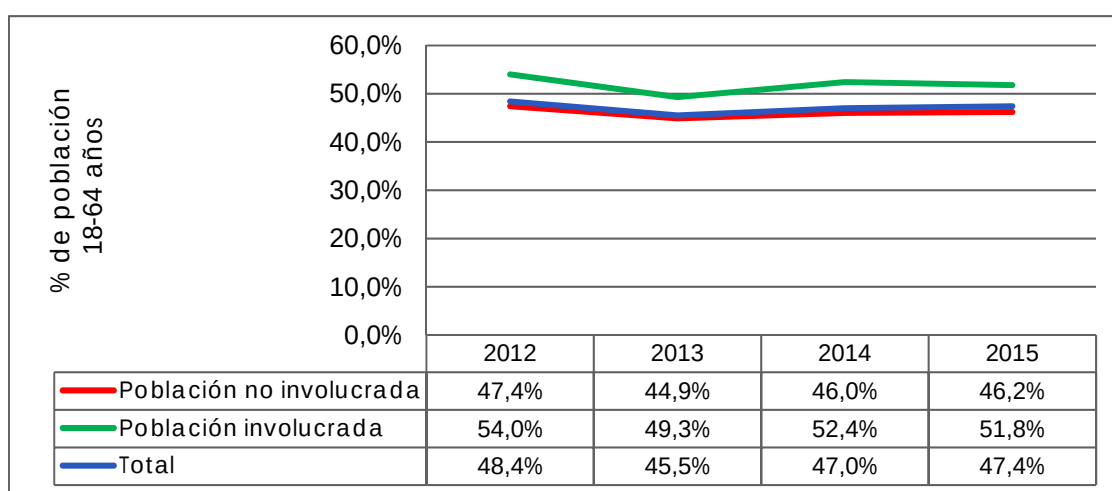
Tabla 2.7. Evolución de la opinión de que emprender proporciona estatus social y económico en España y Castilla-La Mancha

	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	64,5	68,3	52,8	53,4	49,0	50,9	48,0	50,7
Involucrada	59,0	55,1	49,5	49,3	49,0	44,8	50,6	52,0
Total	63,7	66,3	52,3	52,8	49,0	49,9	48,4	51,0

2.9. Los medios de comunicación en el emprendimiento

El poder que poseen los medios de comunicación para difundir y crear opinión no debe infravalorarse cuando se trata de potenciar, favorecer y mejorar la imagen de la figura del emprendedor. Como se puede observar en el gráfico 2.8, el porcentaje de población que considera que los medios de comunicación están contribuyendo a la difusión del concepto de emprendedor es mayor entre los involucrados que entre los no involucrados.

Gráfico 2.8. Evolución de la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación en CLM



En el gráfico 2.8 se observa que el porcentaje de personas que percibe que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito se ha mantenido con respecto a 2014 en la población total de Castilla-La Mancha, si bien habría descendido ligeramente entre la población involucrada.

Tabla 2.8. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación en España y en Castilla-La Mancha

	2012		2013		2014		2015	
Población	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
No involucrada	64,5	47,4	45,2	44,9	45,2	46,0	45,2	46,2
Involucrada	59,0	54,0	48,2	49,3	54,0	52,4	54,0	51,8
Total	63,7	48,4	45,6	45,5	46,3	47,0	46,3	47,4

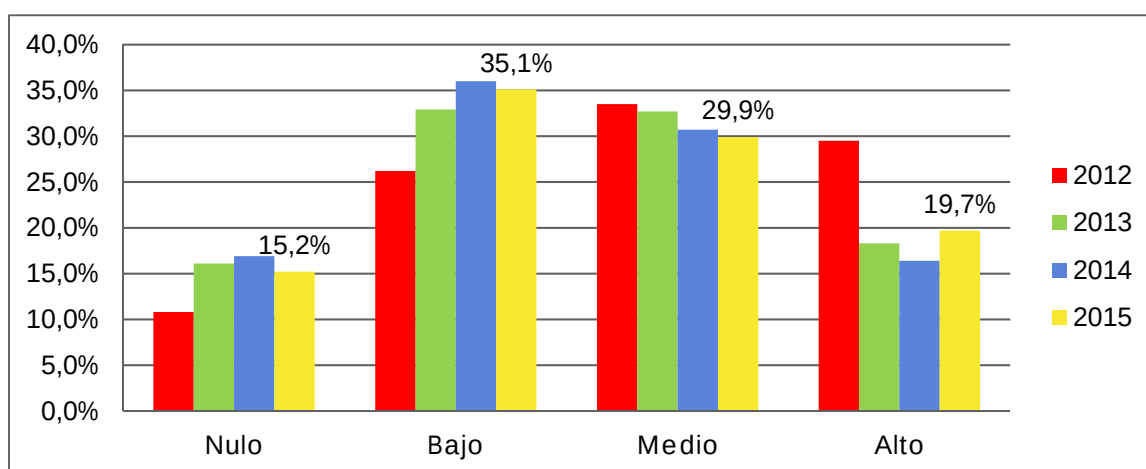
Si comparamos con España –tabla 2.8- observamos que la evolución en España y CLM ha sido paralela, disminuyendo en ambos entornos y en todos los grupos poblacionales. El porcentaje de población que considera una buena difusión

del emprendimiento es mayor en CLM que en España, aunque se presentan valores muy cercanos.

2.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

GEM confecciona un índice que trata de medir el trasfondo cultural que hay detrás del apoyo al emprendimiento en cada país. Éste se calcula a través de la medición de las tres variables anteriores, esto es: a) la consideración del emprendimiento como una buena opción profesional, b) la percepción de que el emprendimiento tiene un efecto positivo en el estatus social y económico y c) la percepción de que los medios de comunicación realizan una difusión de los emprendedores de éxito, tomando una muestra representativa de los que responden a la encuesta, con una composición de población con el mismo número de personas involucradas y no involucradas en el proceso emprendedor.

Gráfico 2.9. Grado de cultura al apoyo del emprendimiento



Como resultado, las observaciones que se incluyen en la formación del índice han podido presentar una percepción positiva para el emprendimiento en las tres variables, en dos, en una o en ninguna, lo que define los niveles del índice en alto, medio, bajo o nulo. La evolución de la población de Castilla-La Mancha en función del grado de cultura al apoyo al emprendimiento se recoge en el gráfico 2.9.

Se puede observar cómo en CLM ha aumentado la frecuencia en el nivel superior, mientras se han reducido los niveles inferiores. Esto significa una mejora

en la valoración de este índice de cultura de emprendimiento, aunque todavía más del 50% sigue considerando el grado de cultura de apoyo al emprendimiento nulo o bajo.

Esta tendencia contrasta con lo que ocurre en el caso de la población española tal y como puede verse en la tabla 2.9. Mientras en el último año en CLM el índice de cultura de emprendimiento ha mejorado, en España la tendencia ha sido ligeramente negativa.

Tabla 2.9. Evolución del índice de cultura de apoyo al emprendimiento en España y en Castilla-La Mancha

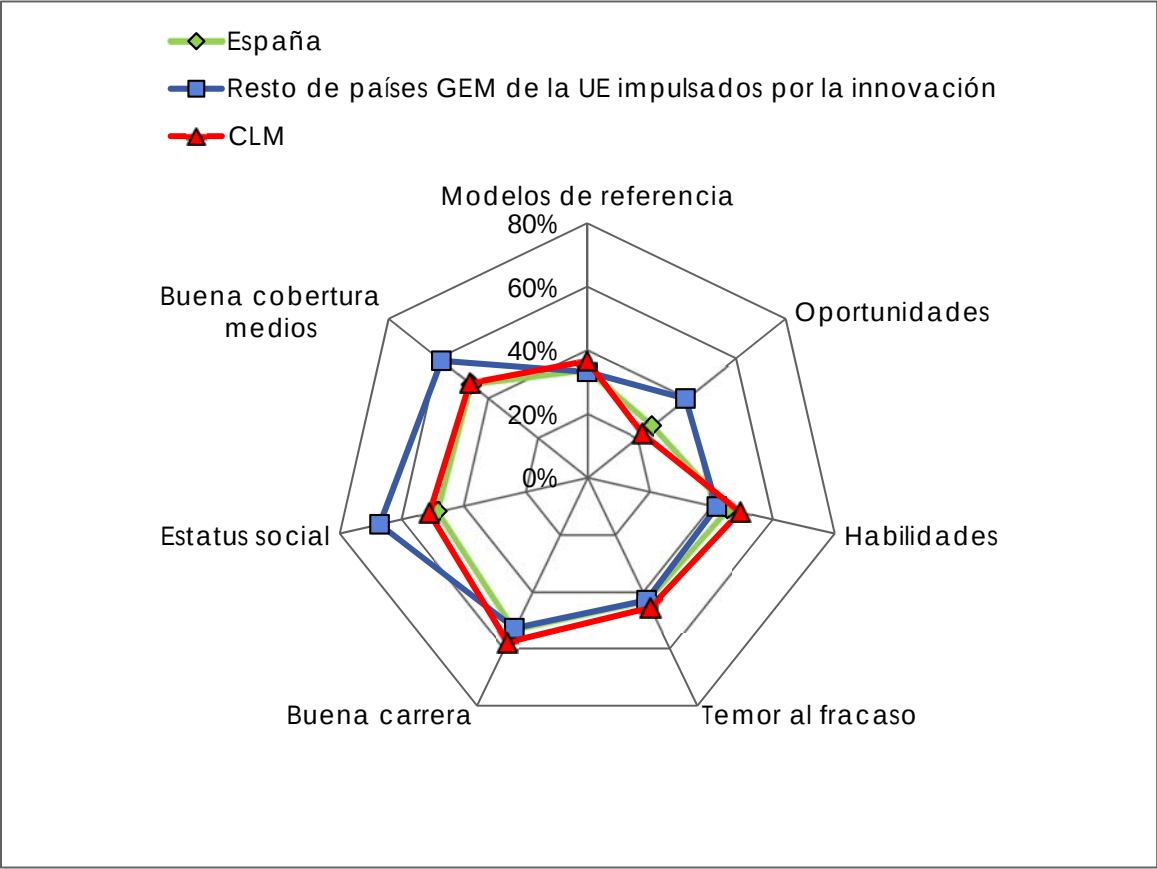
	2012		2013		2014		2015	
Valor del índice	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
Nulo	11,2	10,8	17,1	16,1	17,9	16,9	19,5	15,2
Bajo	27,9	26,2	31,4	32,9	33,0	36,0	31,8	35,1
Medio	35,7	33,5	32,9	32,7	31,8	30,7	31,0	29,9
Alta	25,3	29,5	18,6	18,3	17,3	16,4	17,7	19,7

2.11. Posicionamiento de la población de Castilla-La Mancha con respecto a la de España y a la de países de la Unión Europea

En el gráfico 2.10 se presenta la comparación de los valores entre los tres ámbitos geográficos: Castilla-La Mancha, España y los países de la Unión Europea ‘impulsados por la innovación’. Se observa que los valores alcanzados en la población de Castilla-La Mancha presentan un patrón similar a los de la población española, que, con respecto al resto de países con un nivel de desarrollo similar, tiene menos puntuación en la detección de oportunidades, estatus social y en la percepción de la cobertura que los medios de comunicación proporcionan a los emprendedores de éxito.

Por otro lado, podemos señalar que la población de Castilla-La Mancha presenta una menor percepción de oportunidades, pero también un nivel mayor en la autopercepción de poseer los conocimientos y habilidades para emprender que en los otros dos ámbitos geográficos.

Gráfico 2.10. Perfil de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras



2.12. Opinión de los expertos GEM-Castilla-La Mancha acerca de las normas y actitudes emprendedoras de la población

Además de llegar a una descripción de la situación en lo referido al emprendimiento a través de las percepciones de la población en general, el proyecto GEM incluye la opinión de los expertos acerca de la valoración de las normas sociales y culturales en la población. En la tabla 2.11 se recogen los valores medios alcanzados en el grupo de expertos de Castilla-La Mancha desde 2012 hasta 2015. En todos los indicadores analizados se aprecia este año un incremento claramente positivo respecto a los valores de 2014.

Tabla 2.10. Percepciones de los expertos GEM-Castilla-La Mancha acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población

Normas sociales y culturales	2012	2013	2014	2015	Var.
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,00	2,90	3,11	5,22	Mejora
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,60	2,58	2,84	4,87	Mejora
Las normas sociales y culturales estimulan la toma de riesgo empresarial.	2,27	2,08	2,49	3,87	Mejora
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,53	2,38	2,59	4,14	Mejora
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,53	2,64	2,97	4,52	Mejora

2.13. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven

Al igual que ocurre en el resto de España, los datos de desempleo en la población joven hacen que sea relevante el análisis de la comparación de las percepciones y valores emprendedores de los jóvenes (población de 18 a 34 años) frente a los adultos (población de 35 a 64 años). En el gráfico 2.11 presentamos las puntuaciones medias de los valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras de jóvenes y adultos de Castilla-La Mancha.

Para la mayoría de los indicadores no se identifican diferencias importantes entre la población joven y la adulta replicando los primeros las valoraciones

efectuadas por la población de más de 35 años. Sin embargo, existen diferencias importantes en la percepción de oportunidades para emprender y en la creencia de poseer las habilidades necesarias para hacerlo. La población joven de Castilla-La Mancha percibe más oportunidades para emprender que la población adulta -33,7% frente a 21,0%, respectivamente-, sin embargo, es la población adulta la que considera en mayor medida que posee las habilidades necesarias para emprender -54,1% frente al 34,3% en la población joven regional. Por tanto, los jóvenes que sí consideran que existen oportunidades para emprender no creerían contar con las habilidades necesarias para hacerlo, ocurriendo en la población adulta justo el caso contrario.

En el gráfico 2.11 se compara el patrón de valores emprendedores descrito en Castilla-La Mancha y en España. Podemos observar una coincidencia en casi todos los indicadores, a excepción de la percepción de oportunidades y la preferencia por una sociedad competitiva, que muestran valores inferiores a nivel regional.

Gráfico 2.11. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta en Castilla-La Mancha.

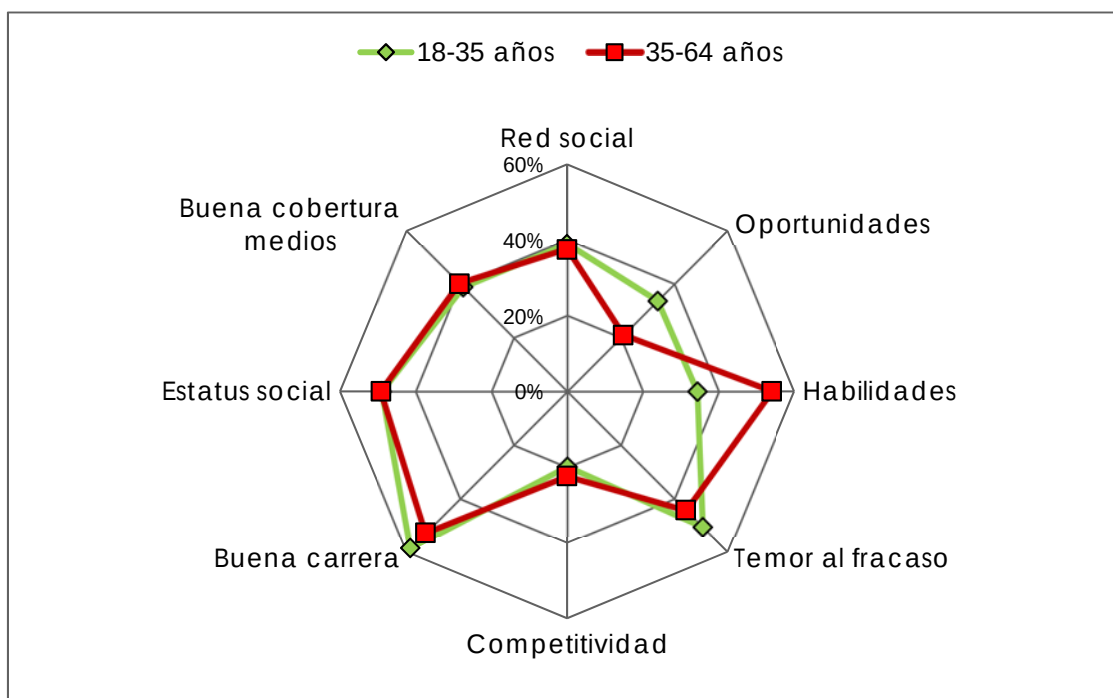
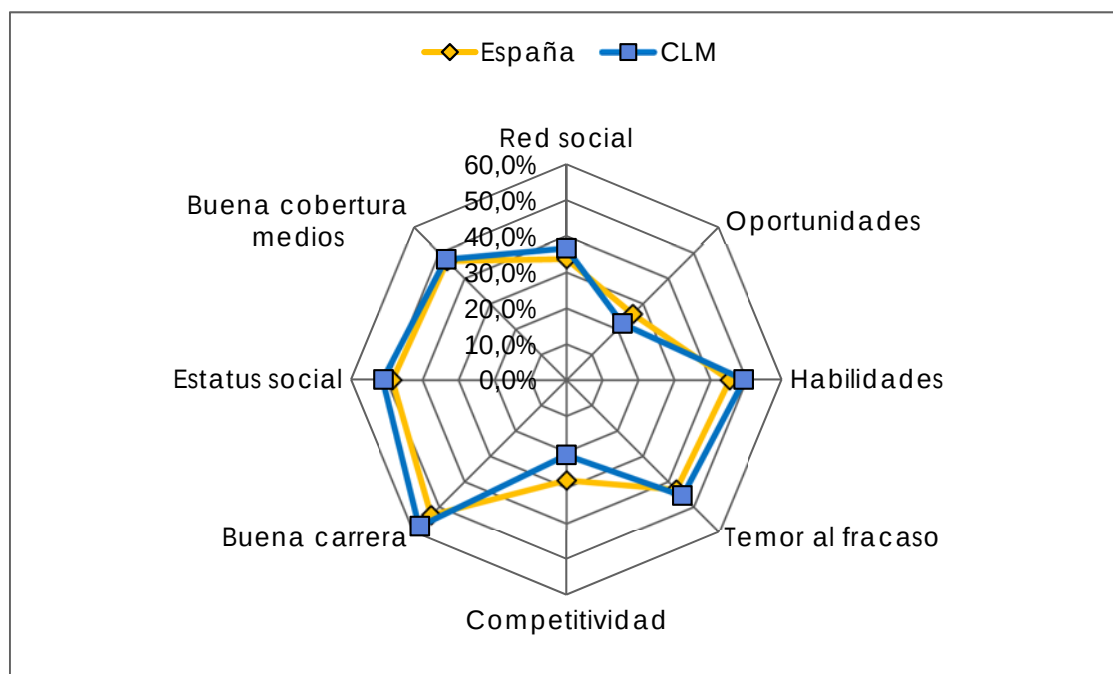


Gráfico 2.12. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población en Castilla-La Mancha y en España.



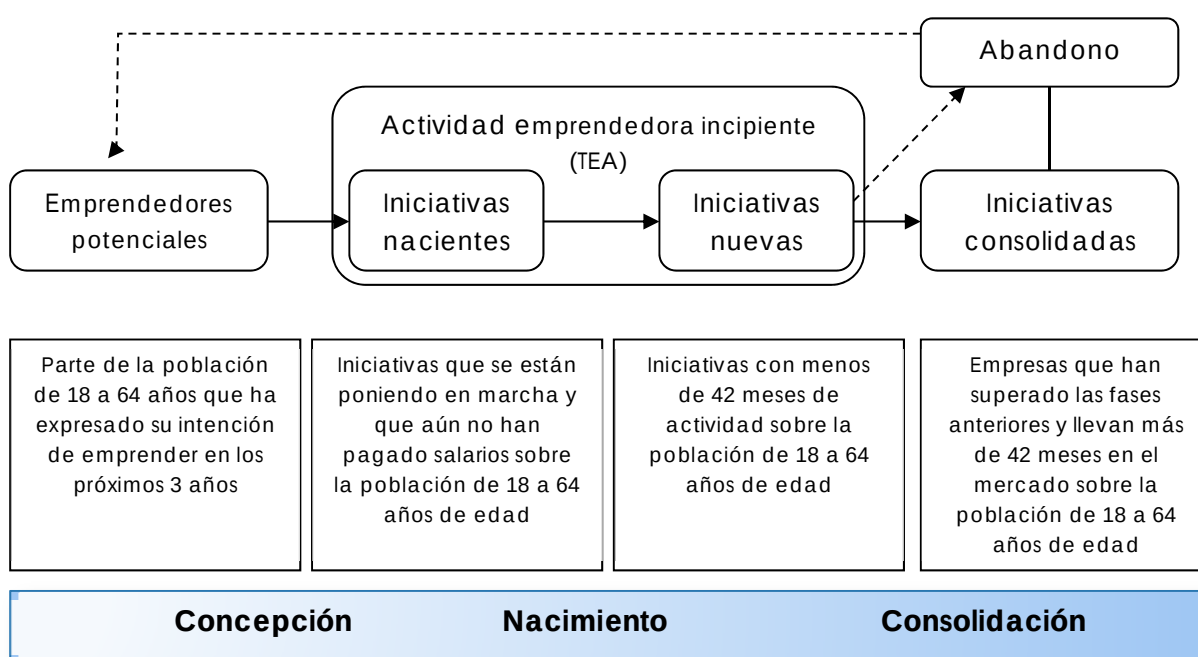
3. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

3.1. Introducción

Este capítulo engloba el análisis de los principales indicadores que cuantifican las iniciativas estudiadas en el proyecto GEM. Así, se presentan, siguiendo el proceso lógico y deseable en el proceso emprendedor –figura 3.1-, en primer lugar, los resultados relativos a los emprendedores potenciales, después las iniciativas incipientes, para, posteriormente, analizar la consolidación. Finalmente, para completar todo el proceso que configura la dinámica empresarial incluimos la descripción de los procesos de abandono.

Los resultados del proceso se presentan para el periodo entre 2011 y 2015. No disponemos de información de años anteriores para la región de Castilla-La Mancha, pero sí incluimos la comparación con otras regiones, con el dato agregado para España.

Figura 3.1. Proceso emprendedor según la metodología GEM



El proyecto GEM considera que son emprendedores activos todos los adultos entre 18 y 64 años que se encuentran inmersos en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual van a poseer parte o todo, y/o que son propietarios gerentes de un negocio o empresa joven. Esta definición incluye el autoempleo.

Etapas del proceso emprendedor:

Concepción: Primera etapa del proceso. Representa el paso de la intención emprendedora a la actividad emprendedora.

Nacimiento: Etapa intermedia entre empresas nacientes y empresas nuevas, distinguiéndose a emprendedores que todavía no han pagado salarios (nacientes) de los que ya se encuentran dentro del proceso emprendedor con menos de 42 meses de actividad (nuevos). Permite calcular el ratio más comúnmente utilizado en el proyecto GEM, el índice TEA.

Consolidación: Última etapa del proceso. Permite analizar la persistencia de las iniciativas, englobando aquéllas que tienen más de 42 meses de actividad. En esta fase se puede analizar el abandono de los negocios, por cese o traspaso, así como las causas del mismo.

3.2. Emprendedores potenciales en Castilla-La Mancha

GEM mide la prevalencia de la intención emprendedora con el porcentaje de población adulta que tiene intención de emprender un negocio o generar autoempleo en los próximos 3 años. Al no contar para Castilla-La Mancha con una serie temporal de datos lo suficientemente amplia, no podemos saber si la mayor promoción del emprendimiento por parte de las administraciones públicas, la formación específica en este campo y la mayor atención por parte de los medios de comunicación, ha contribuido a la mejora de la aceptación social y la imagen del emprendedor y, en última instancia, al incremento de este indicador de intención emprendedora, ya que las medidas implantadas tienen resultados en el medio plazo.

En el año 2015 el 6,8% de la población adulta de Castilla-La Mancha tiene intención de emprender en los próximos años. Comparando este valor con el del pasado año vemos un descenso notable, de 3,4 puntos porcentuales. Este descenso coincide con la reducción experimentada en el ámbito nacional, ya que se ha pasado del 8,0% de la población adulta de España considerada como emprendedor potencial, de acuerdo con la metodología seguida en el proyecto GEM, al 6,1% en este último año (tal y como se recoge en el Informe GEM España 2015). Así, a pesar del importante descenso que ha experimentado CLM este último año, el índice de emprendimiento potencial de la región se encuentra 0,7 puntos por encima de la media nacional.

3.3. Índice de actividad emprendedora: naciente y nueva

En la tabla 3.1 se recoge el índice TEA en los últimos cuatro años en Castilla-La Mancha y en España, es decir el número total de iniciativas emprendedoras –nacientes y nuevas-, considerando iniciativas emprendedoras todas aquellas iniciativas empresariales, incluidas las de autoempleo, que se ponen en marcha en cualquier sector y que tienen menos de 3 años y medio de vida. El valor alcanzado por este índice en Castilla-La Mancha es de 7,3% en 2015, lo que supone un crecimiento con respecto al año anterior (5,3%) de dos puntos.

Elevando esta tasa a la población de Castilla-La Mancha de 18 a 64 años reportada por el INE para el año 2015 (1.297.810 personas) se estima que el número de iniciativas empresariales y de autoempleo en fase inicial de creación y desarrollo es aproximadamente 94.740.

Del total de iniciativas emprendedoras, el reparto entre nacientes y nuevas nos indica que el 2,5% están todavía sin implantar totalmente –nacientes- y el 4,8% son iniciativas ya puestas en marcha y con menos de 42 meses de antigüedad –nuevas-.

Siguiendo el procedimiento de elevación de la tasa de nacientes y nuevas a la población adulta de Castilla-La Mancha, como el anteriormente realizado para el conjunto de todas las iniciativas, podemos estimar que las nacientes son aproximadamente 32.445 y las nuevas 62.295. En el caso de las iniciativas

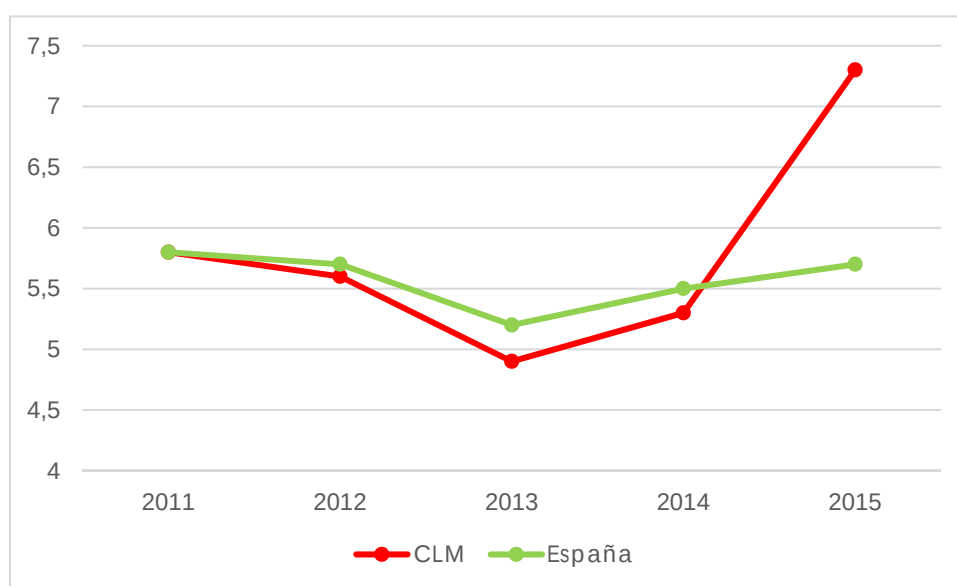
nacientes se observaría una reducción respecto a los datos de 2014, mientras en las nuevas se observaría un importante aumento.

Tabla 3.1. Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha y en España

	2011		2012		2013		2014		2015	
	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM	España	CLM
TEA	5,8	5,8	5,7	5,6	5,2	4,9	5,5	5,3	5,7	7,3
TEA naciente	3,3	3,2	3,3	2,6	3,1	2,7	3,3	3,2	2,1	2,5
TEA nueva	2,5	2,6	2,4	3,0	2,1	2,2	2,1	2,1	3,6	4,8

En el gráfico 3.1 se puede observar la ligera recuperación de la tasa de emprendimiento en España y el aumento destacable que se ha producido en Castilla-La Mancha en este último año.

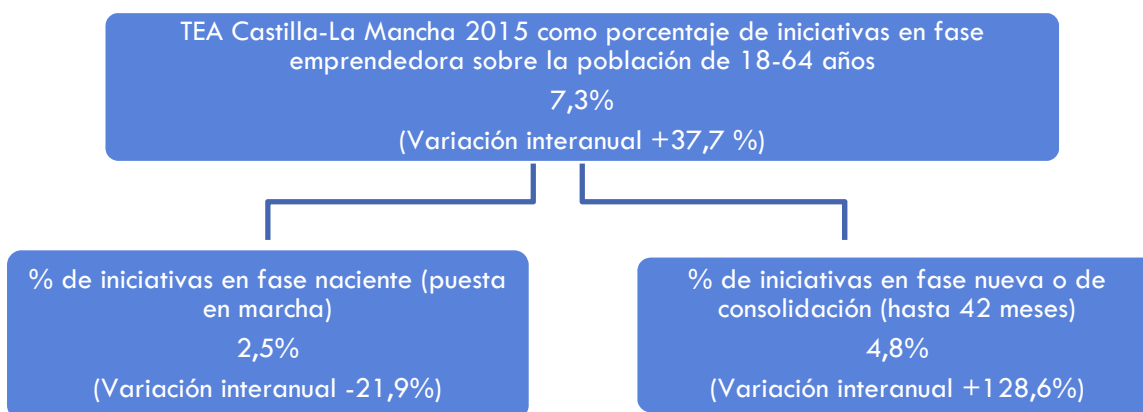
Gráfico 3.1. Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora en España y CLM



La variación en la tasa de emprendedores nacientes es negativa, esto es, ha descendido notablemente el número de iniciativas que han desarrollado en los últimos 12 meses alguna actividad concreta para crear una empresa (elaboración del plan de empresa, búsqueda de financiación, establecimiento

del equipo inicial u otra relacionada con la puesta en marcha de un negocio). La variación con respecto al año anterior muestra un descenso del 21,9%.

Figura 3.2. Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha: Nacientes y Nuevas



Compensando la variación en la tasa de emprendedores nacientes, la tasa de iniciativas nuevas, es decir de aquéllas que vienen realizando operaciones económicas desde hace menos de 3 años y medio ha aumentado un 128,6%. Este importante aumento con respecto a 2014 puede estar reflejando el mantenimiento de las iniciativas nacientes del ejercicio anterior o bien la consolidación de iniciativas.

3.4. Perspectiva comparada de la actividad emprendedora regional en España: naciente y nueva

Si comparamos la TEA de Castilla-La Mancha en 2015 con la del resto de regiones podemos observar que ocupa el segundo puesto detrás de Islas Baleares, encontrándose muy por encima de la media de España. En el gráfico 3.2 se puede observar los valores alcanzados en las diferentes regiones entre 2011 y 2015.

Para mostrar la desagregación de la TEA se han elaborado el gráfico 3.3 y 3.4 para las iniciativas emprendedoras nacientes y para aquéllas nuevas con menos de 3 años y medio de actividad, respectivamente.

Gráfico 3.2. Distribución regional de actividad emprendedora TEA

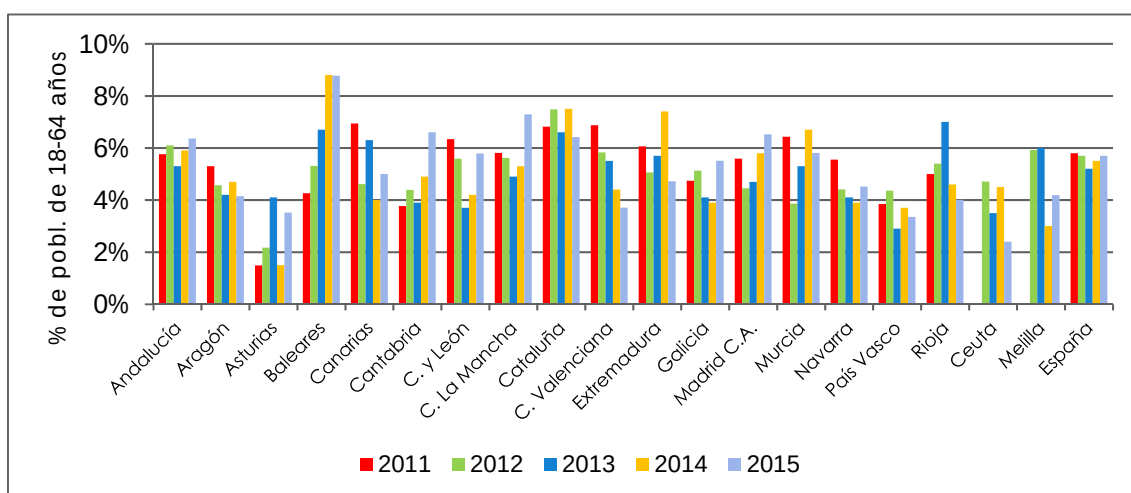


Gráfico 3.3. Distribución regional de la actividad emprendedora: Naciente

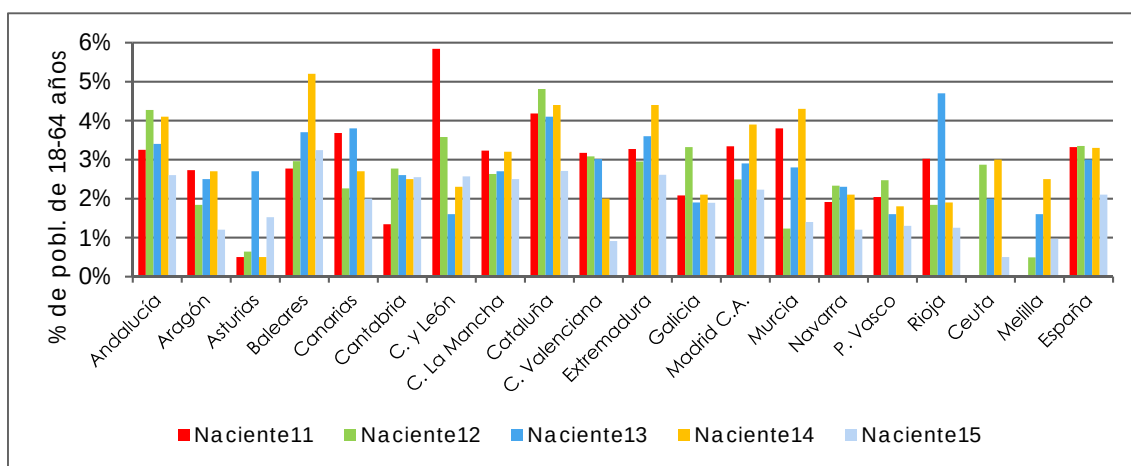
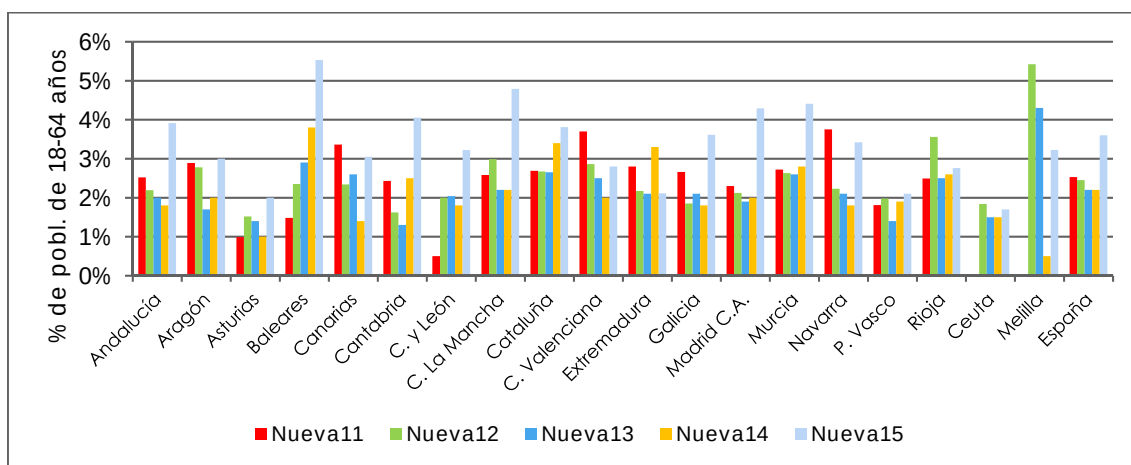


Gráfico 3.4. Distribución regional de la actividad emprendedora: Nueva



3.5. Tasa de actividad empresarial consolidada

La actividad consolidada en Castilla-La Mancha se ha incluido para tener una imagen completa de toda la dinámica empresarial. Según la metodología GEM, se estima la tasa de actividad consolidada sobre la población de Castilla-La Mancha de 18 a 64 años de edad, como el porcentaje de propietarios de negocio, incluyendo el autoempleo, cuya información indica que llevan más de 42 meses operando en el mercado.

Nuevamente debemos advertir que sólo contamos con los datos de cuatro años con lo que no podemos obtener conclusiones acerca de la evolución de dicho indicador en un horizonte temporal largo. En el año 2015 la tasa de actividad consolidada en Castilla-La Mancha es de 15,0%, valor muy superior al equivalente en España -7,7%-.

El porcentaje obtenido de las observaciones nos permite, elevándolo a la población, estimar que el número de emprendedores consolidados es de 194.671.

La evolución que se ha seguido en CLM del indicador pone de manifiesto un notable aumento en la actividad empresarial consolidada, en concreto el 4,6% con respecto a los datos del año pasado.

3.6. Proceso de abandono

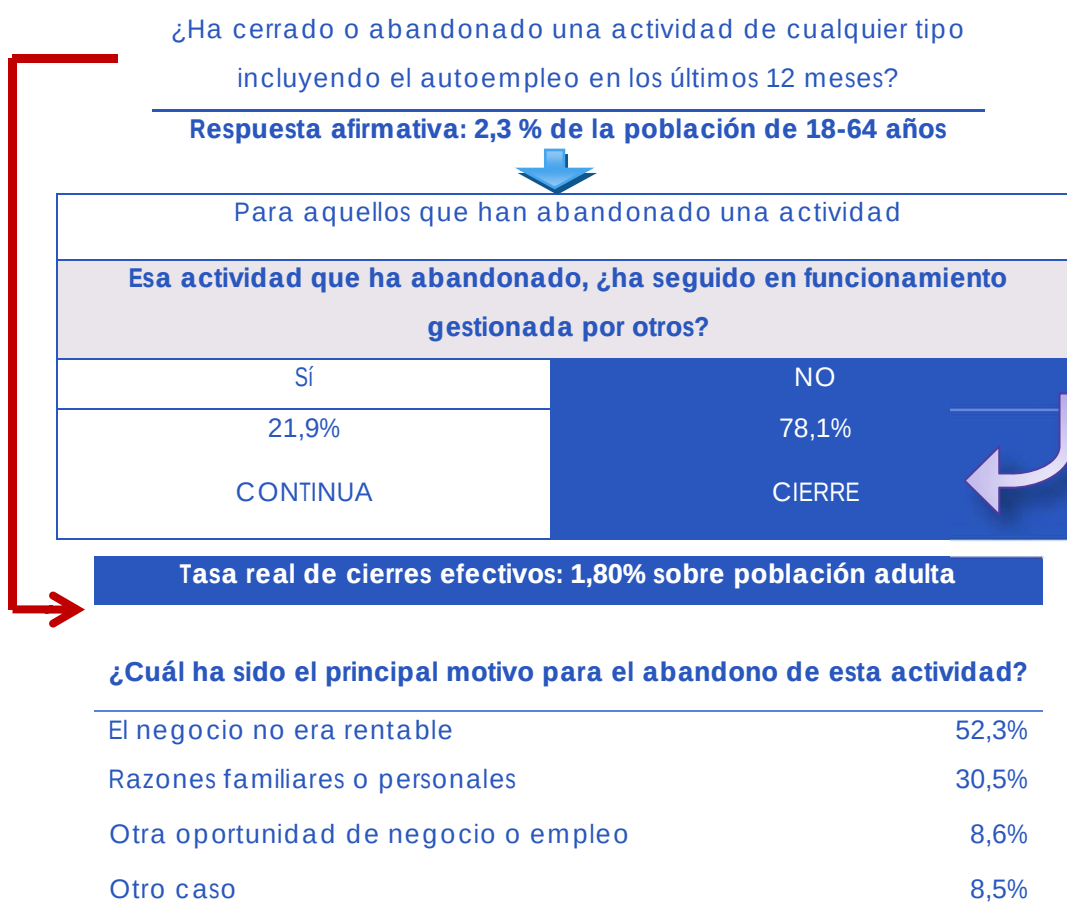
Para poder tener una visión integral de la dinámica emprendedora en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha debemos incluir en el análisis el abandono de las actividades empresariales iniciadas o consolidadas. Además, se debe tener en cuenta que en muchas ocasiones el abandono de la actividad empresarial por parte de una persona no tiene por qué suponer el cierre del negocio, sino que, las medidas incluidas en el proyecto GEM permiten contemplar los casos de traspaso de negocios o ventas.

Este tratamiento detallado de la información sobre el abandono nos permite obtener la tasa real de cierres efectivos. Así, tal y como se muestra en la figura 3.3, aunque el 2,3% de la población adulta ha abandonado o cerrado una

actividad empresarial, la tasa efectiva de cierre en Castilla-La Mancha es de 1,8% frente a la de 1,1% de España.

En cuanto a la motivación principal del abandono se encuentra la falta de rentabilidad del negocio, seguida de razones familiares y personales. Aunque, al igual que para el resto de España, la falta de rentabilidad se sitúa como el principal motivo -52,3%-, las razones familiares y personales tienen en CLM un impacto mucho mayor que en el resto de España -9,0%- donde tienen mayor peso los problemas para obtener financiación o la oportunidad de conseguir otro trabajo u otra oportunidad de negocio.

Figura 3.3. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población de 18-64 años



La tasa de abandono y de cierres efectivos en 2015 en Castilla-La Mancha ha aumentado con respecto a la tasa del año 2014, pasándose de 1,4 a 2,3 y de 1,04 a 1,80 para abandonos y cierres efectivos, respectivamente.

El análisis comparativo con los datos a nivel nacional nos permite ver cómo el porcentaje de población de Castilla-La Mancha que ha cerrado su actividad empresarial en los últimos 12 meses está por encima del de España. Además, observamos que el porcentaje de cierres efectivos está también en niveles superiores para el caso regional (la tasa de abandono en España es de 1,6 y la de cierre efectivos es del 1,1).

4. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DE SU MOTIVACIÓN

4.1. Introducción

El capítulo tercero he tenido el propósito fundamental de presentar la situación de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha en términos de la creación de empresas a través del cálculo de distintos indicadores de la actividad emprendedora, de acuerdo con la metodología del Observatorio GEM. Dicho capítulo ha permitido concluir que Castilla-La Mancha es la segunda región española en cuanto al TEA, verificándose un aumento en la tasa de emprendimiento que también se ha observado, de forma más leve, a nivel estatal.

El objetivo de este cuarto capítulo es avanzar en la comprensión de la actividad emprendedora a través del estudio de su origen. El proyecto GEM proporciona información acerca de las motivaciones que llevan a los emprendedores a iniciar su negocio y el objeto de este capítulo es precisamente ése: presentar los resultados del análisis de cuáles son las motivaciones más relevantes para los emprendedores a la hora de comenzar una actividad en el periodo de la realización del estudio (2015).

4.2. Motivaciones principales

Las razones para el emprendimiento son agrupadas en torno a tres categorías: oportunidad, necesidad, o situaciones mixtas. En otros términos, divide los motivos entre aquéllos que tienen que ver con el aprovechamiento de una oportunidad de negocio y los que hacen que la nueva empresa se cree por necesidad, probablemente derivada de la ausencia de otras alternativas (Figura 4.1).

Si entramos en el detalle de la fase del proceso de creación en la que se encuentra (tabla 4.1) observamos que el porcentaje de emprendedores que se han visto motivados por la existencia de una oportunidad es similar en las empresas nacientes y nuevas. En las empresas nacientes, el 37,6% señala que la decisión de emprender ha estado motivada por una oportunidad de negocio, frente al 41,5% que define que su motivación principal ha sido la necesidad. En cambio, en las iniciativas empresariales consideradas nuevas destaca la reducción de la puesta en marcha de iniciativas motivadas por la necesidad, que se ha reducido del 45,4% en 2014 al 32,2% este año. En las iniciativas emprendedoras consolidadas se observa también un ligero descenso de las iniciativas puestas en marcha por necesidad.

Figura 4.1. Distribución de la actividad emprendedora total 2015 en Castilla-La Mancha en función de la motivación principal y de los motivos secundarios.

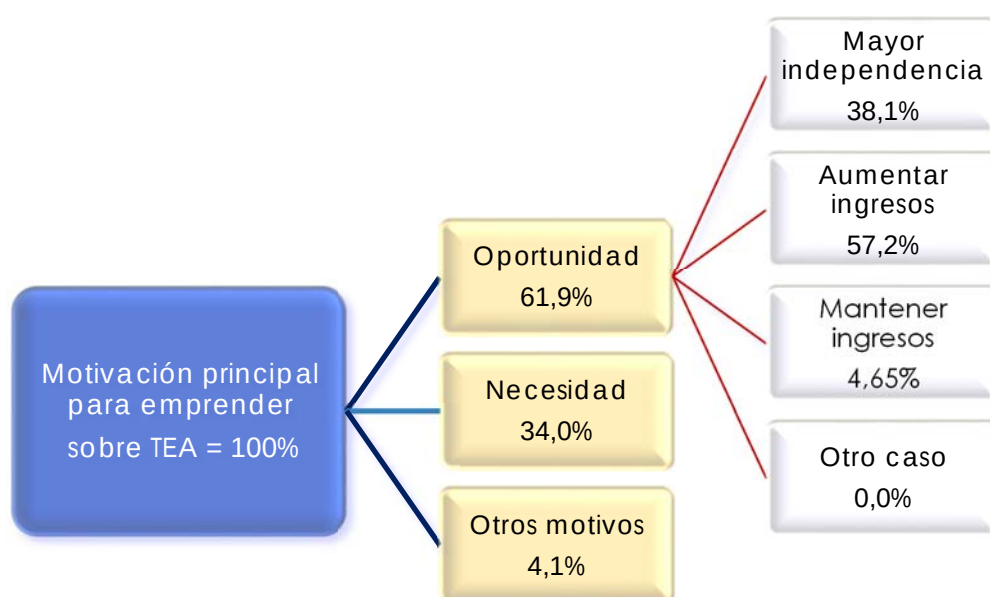
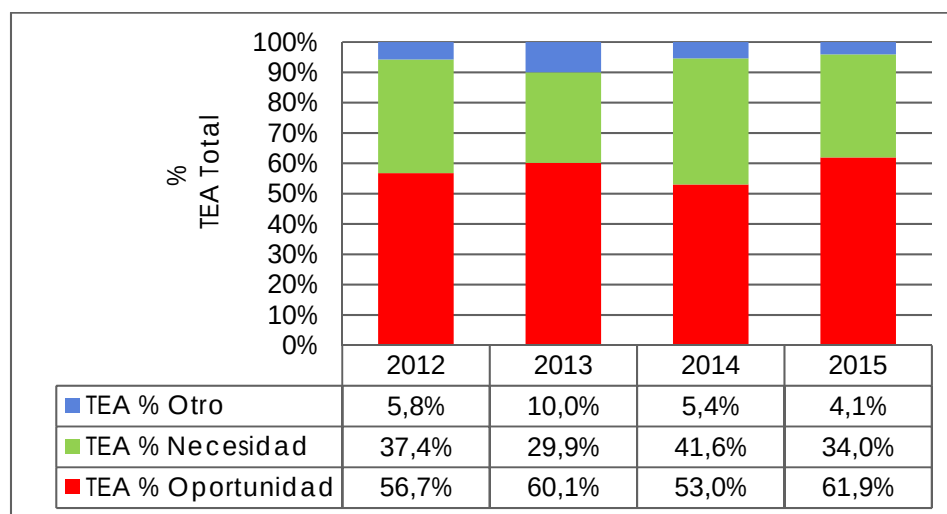


Tabla 4.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población castellano manchega de 18-64 años)

Motivación principal	Estado de la iniciativa emprendedora							
	Naciente		Nueva		TEA		Consolidadas	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Oportunidad pura	66,0%	37,6%	30,3%	37,1%	35,2%	37,3%	55,9%	52,4%
Mixtas	10,2%	20,8%	24,3%	30,6%	23,1%	27,2%	15,0%	22,0%
Necesidad	23,8%	41,5%	45,4%	32,2%	41,7%	35,5%	29,1%	25,6%
Total	2,5%		4,8%		7,3%		15,0%	

Gráfico 4.1. Evolución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación en Castilla-La Mancha

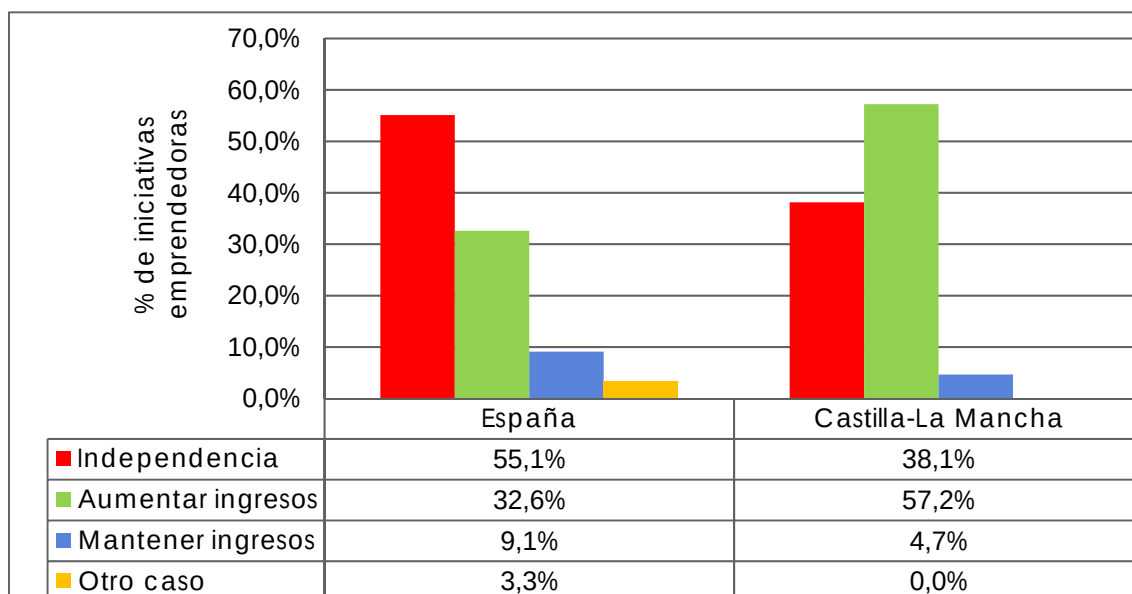


4.3. Motivaciones secundarias

Además de la motivación principal, la recogida de datos incluye cuestiones acerca de las motivaciones secundarias que complementan la principal. Intentando dar una imagen más clara de qué lleva a los emprendedores castellano-manchegos a iniciar una actividad empresarial más allá de la detección de una oportunidad, en el gráfico 4.2 se muestra cuáles han sido las motivaciones señaladas. Se incluyen los datos de España y observamos que la distribución de las motivaciones presenta un patrón diferente, comparando los datos regionales con los estatales.

En Castilla-La Mancha el primer motivo complementario al aprovechamiento de una oportunidad que se señala es el de “aumentar ingresos” (más de 19 puntos porcentuales por encima de la frecuencia del segundo motivo complementario más apuntado). Así en Castilla-La Mancha prima el objetivo de aumentar ingresos -57,2%, por encima del objetivo de mayor independencia - 38,1%-, al contrario que ocurre en España.

Gráfico 4.2. Distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender. Comparación España y Castilla-La Mancha



La población que se ha visto involucrada en el proceso de creación de empresas lo ha hecho principalmente por la detección de una oportunidad, aunque en un porcentaje muy por debajo de la media española (61,9% frente a 73,5%). Esto puede ser debido a que existen menos oportunidades en esta región que en otras para invertir en actividades empresariales; a que la población de Castilla-La Mancha tiene una menor capacidad para la percepción de las mismas o bien que la crisis económica ha afectado a la destrucción de empleo de una forma más dura en Castilla-La Mancha que en otras regiones de España y ha provocado que personas profesionales y cualificadas se vean 'obligadas' a crear su propio empleo. Además, cuando nos centramos en la valoración de las frecuencias de la motivación de crear empresas derivadas de una necesidad, observamos que la frecuencia es muy diferente en España y CLM en el año 2015 (34,0% en Castilla-La Mancha frente a 24,8% en España). Además, estas diferencias entre el emprendimiento a nivel regional y estatal no se han reducido si analizamos los datos de los últimos años.

5.PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

5.1. Introducción

En este capítulo presentamos el perfil medio de las personas involucradas en el proceso de creación de empresas que han contestado al cuestionario GEM en el año 2015.

A continuación, para precisar el perfil socio-demográfico del emprendedor castellano-manchego, se analizan las siguientes características: el género, el nivel de estudios, la posesión de formación específica para emprender, el nivel de renta, el tamaño medio del hogar, el estatus laboral y el origen del mismo, para terminar, presentando el perfil medio del emprendedor de Castilla-La Mancha.

5.2. Género

En el gráfico 5.1 se muestra la distribución de género de las iniciativas emprendedoras en las diferentes fases del proceso: emprendedor potencial, naciente, nueva, consolidada o abandonada.

Gráfico 5.1. Evolución de la distribución de género en las distintas fases del proceso emprendedor.

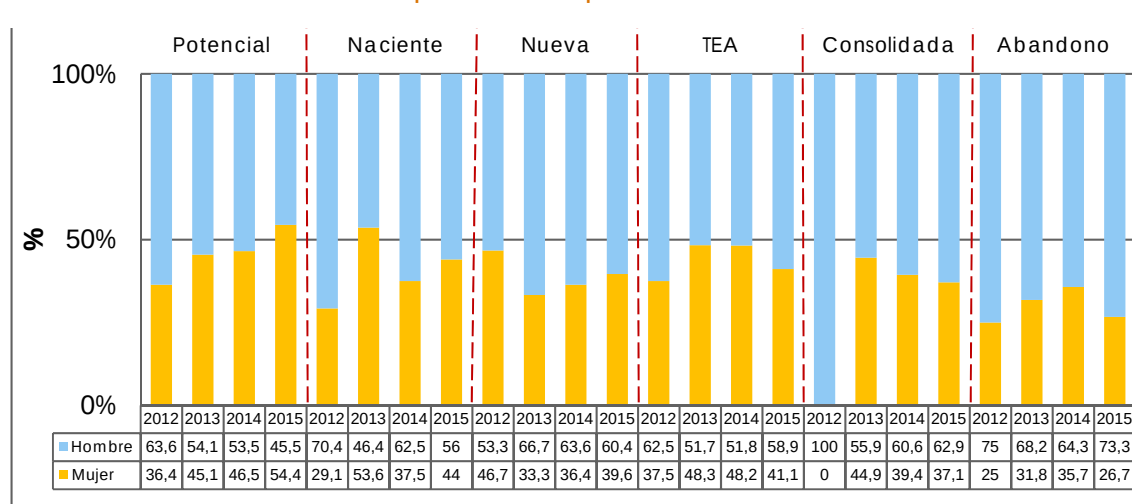
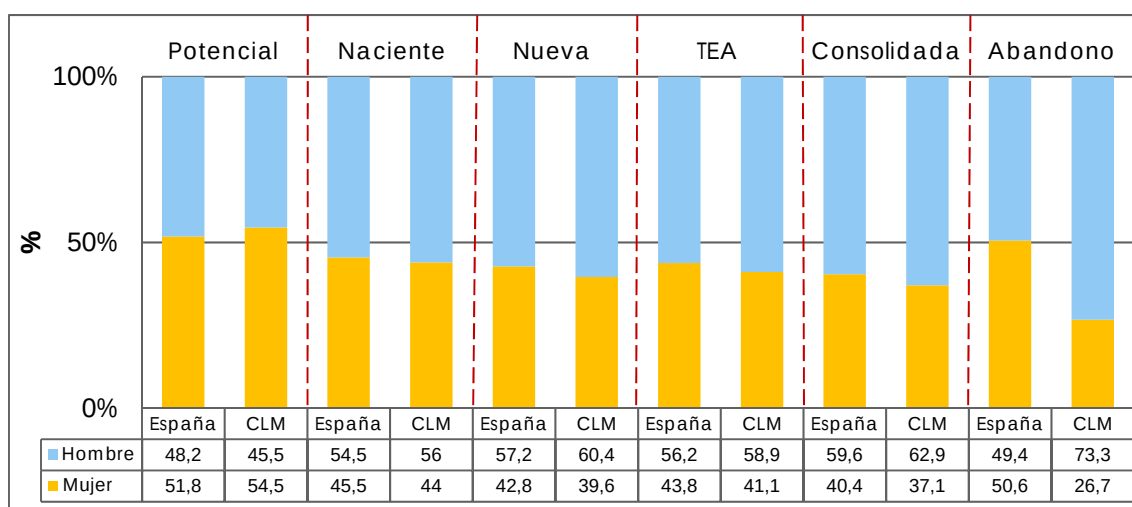


Gráfico 5.2. Distribución de género en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha



Los datos de género en Castilla-La Mancha para el año 2015 muestran que la participación de las personas involucradas en el proceso emprendedor no es paritaria, siendo mayoritariamente masculina en todas las etapas consideradas del proceso de creación, excepto en la fase potencial. Si comparamos la distribución de género entre España y CLM en las distintas fases del proceso emprendedor (gráfico 5.2) observamos una correlación bastante elevada.

5.3. Edad

En el gráfico 5.3 mostramos la distribución, por edades, de la población en las diferentes fases del proceso emprendedor en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha. De esta figura se puede extraer que los emprendedores potenciales se encuentran en mayor medida en los segmentos de edad de 35 a 54 años, siendo la participación más baja la de la población entre 25 y 34 años. En la fase de emprendedor naciente es también la población de entre 35 a 54 años la más implicada, presentando una menor frecuencia el segmento de población de mayor edad.

Los datos de las primeras fases del proceso –nacientes y nuevas- nos llevan a observar que la etapa de emprendimiento se produce en mayor medida entre los 35 y los 54 años, apareciendo también en este rango de edad las mayores frecuencias de consolidación empresarial y abandono de la actividad.

Gráfico 5.3. Distribución de la población emprendedora de Castilla-La Mancha por edades y fases del proceso emprendedor

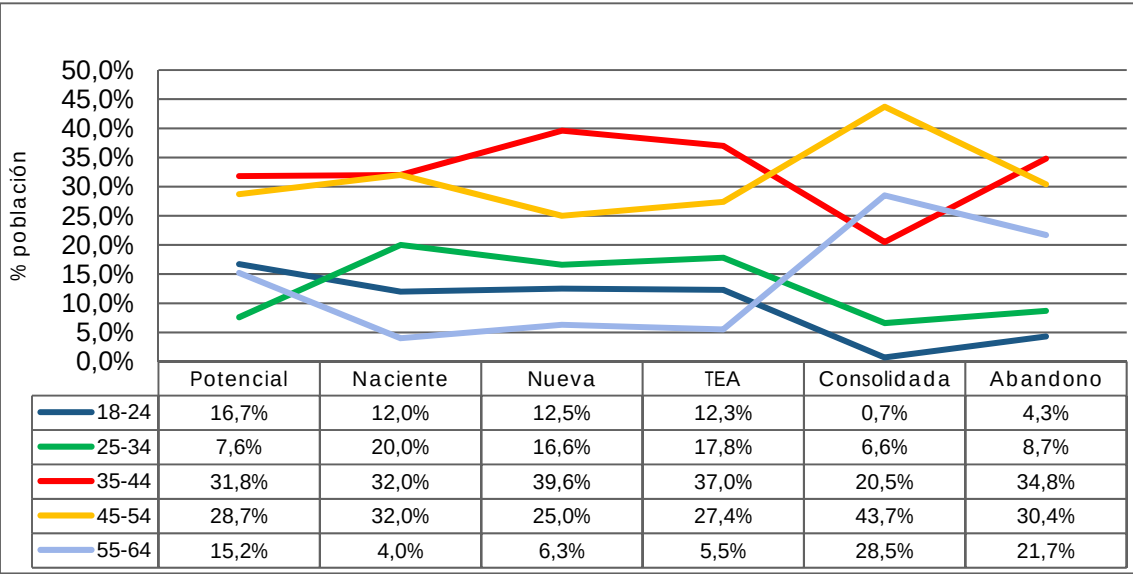
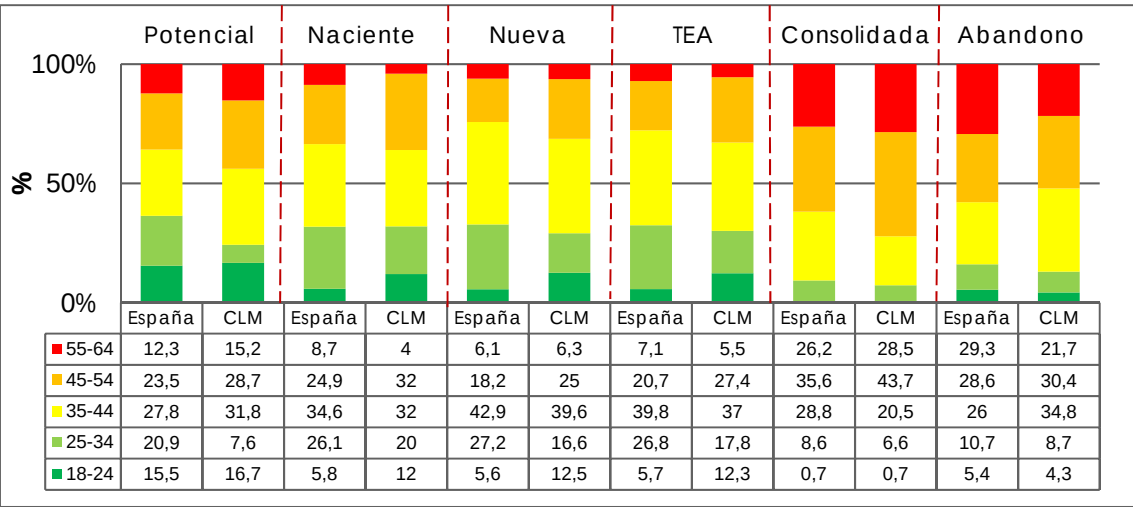


Gráfico 5.4. Distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha



La etapa del proceso de emprendimiento consolidado presenta una alta correlación con la edad, de forma que son los tramos de población con más edad (de 35 a 64 años) los que representan a los emprendedores consolidados de la muestra de Castilla-La Mancha. En general, en todas las fases del proceso de emprendimiento es mayoritaria la participación de población con más de 35 años.

En el gráfico 5.4 se presenta la distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor, comparando los datos de España y Castilla-La Mancha.

Gráfico 5.5. Evolución de la distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha

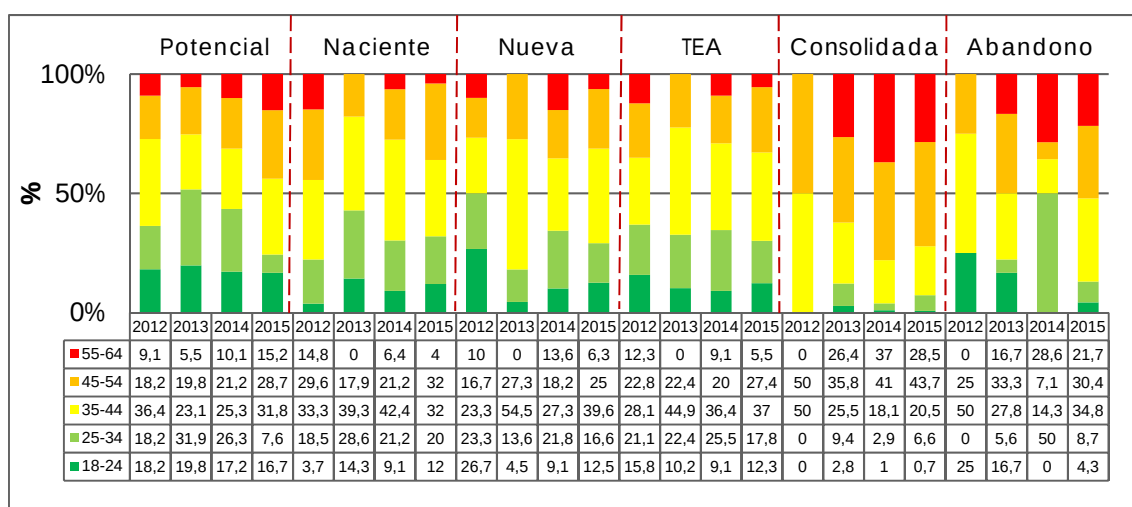
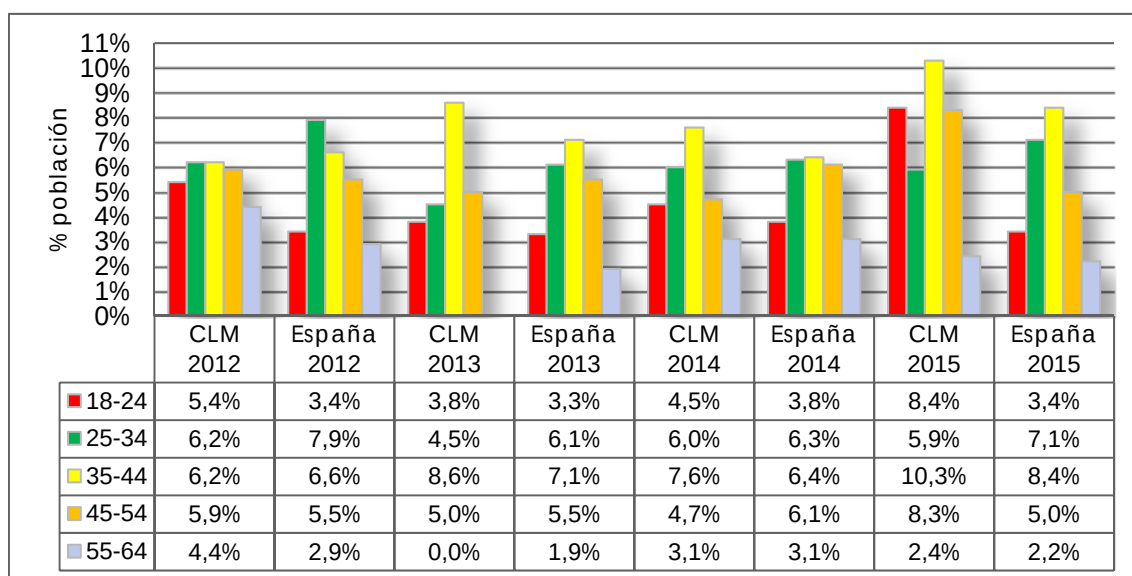


Gráfico 5.6. Tasa de Actividad Emprendedora de cada grupo de edad en España y en Castilla-La Mancha



Con la finalidad de detectar si existe un patrón de cambio en la participación de los diferentes segmentos de edad en la creación de empresas, presentamos el gráfico 5.5 con la evolución en los cuatro últimos años. Podemos observar cómo en las fases de emprendedor potencial el intervalo de edad ha envejecido con respecto al año 2014, con una reducción en la presencia de las franjas de 18 a 34. En los emprendedores nuevos los resultados se reparten de forma bastante homogénea. Destaca sobre el resto de valores la importante

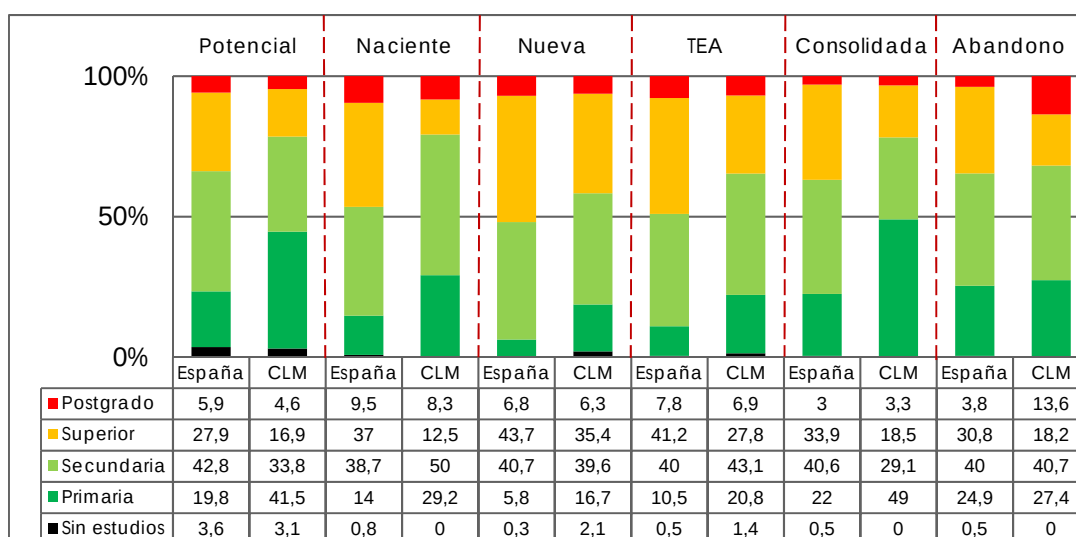
reducción del abandono de la actividad empresarial en la franja de los 25 a los 34 años, que vuelve a valores más próximos a los alcanzados en años anteriores.

En el gráfico 5.6 se presenta la tasa de actividad emprendedora de cada grupo de edad para España y para Castilla-La Mancha en los cuatro últimos años. La comparación de estos ámbitos geográficos pone de manifiesto tasas bastante equivalentes, con algunas diferencias que merece la pena señalar. La comparación por años nos permite deducir un aumento de la tasa de emprendimiento en el intervalo de edad de 35 a 44 años (10,3% en CLM y 8,4% en España). En Castilla-La Mancha ha aumentado la tasa de emprendimiento en todas las franjas de edad excepto en la franja de mayor edad, en la que ha disminuido de forma muy ligera (2,4% este año frente al 3,1% del año 2014). Las tasas de emprendimiento en CLM son superiores a la media estatal en todas las franjas de edad excepto en la de mayor edad (de 55 a 64 años). Destaca sobre el resto el importante aumento en la participación de la población más joven (entre 18 y 24 años) en CLM, que pasa del 4,5% al 8,4%, siendo 5 puntos superior a la media de España.

5.4. Nivel de estudios

En el gráfico 5.7 se presenta la distribución de la población según su nivel de estudios en las distintas fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha y en España. El nivel de formación que predomina en la población de Castilla-La Mancha en la fase potencial es la educación primaria, mientras a nivel estatal el nivel de secundaria es el más común en esta etapa. Atendiendo a los datos de Castilla-La Mancha destaca la mayor participación en el proceso emprendedor de la población que cuenta con educación secundaria, mientras en España el nivel de educación más común en la suma de las fases naciente y nuevas (TEA) es la educación superior. Para la mayoría de las fases, la formación media del emprendedor a nivel estatal se sitúa por encima de la formación media de los emprendedores regionales, especialmente si atendemos a la formación superior y de postgrado.

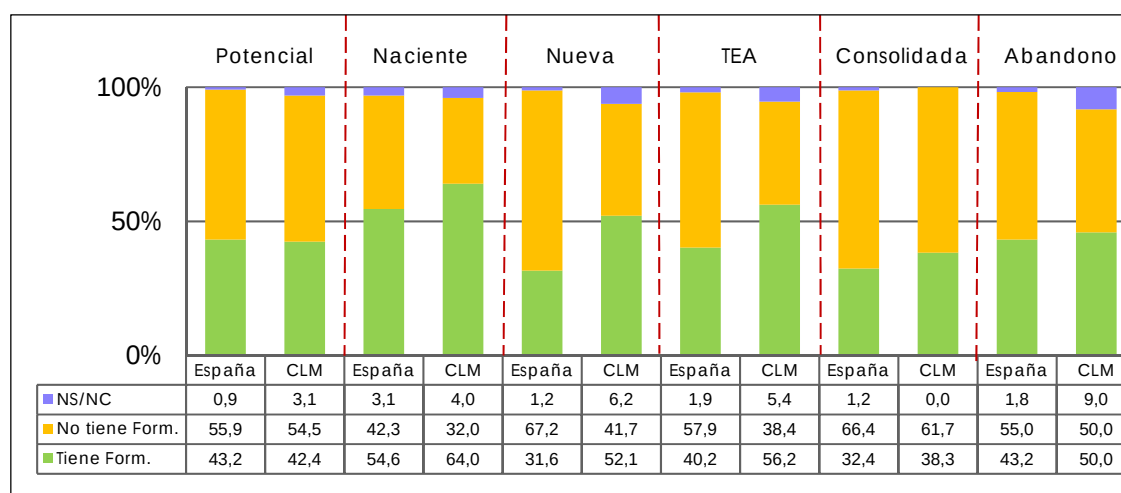
Gráfico 5.7. Distribución del nivel de estudios en las distintas etapas del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha y en España



5.5. Posesión de formación específica para emprender

En el gráfico 5.8 se presenta la distribución de la población de emprendedores de Castilla-La Mancha y España en relación a la posesión de formación específica para el emprendimiento.

Gráfico 5.8. Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los individuos involucrados en las distintas fases de emprendimiento. Comparación España y Castilla-La Mancha



En el caso de las personas involucradas en el emprendimiento en Castilla-La Mancha, el 56,2% tienen formación específica en este ámbito, estando por encima del 40,2% de la media en España. Además, aparecen diferencias entre las distintas fases, así manifiestan tener formación específica el 42,4% de los emprendedores potenciales, el 64% de los nacientes y el 52,1% los nuevos. Los empresarios consolidados con formación específica en emprendimiento son el 38,3%. Por último, los que han abandonado han recibido formación en emprendimiento el 50,0%.

5.6. Nivel de renta

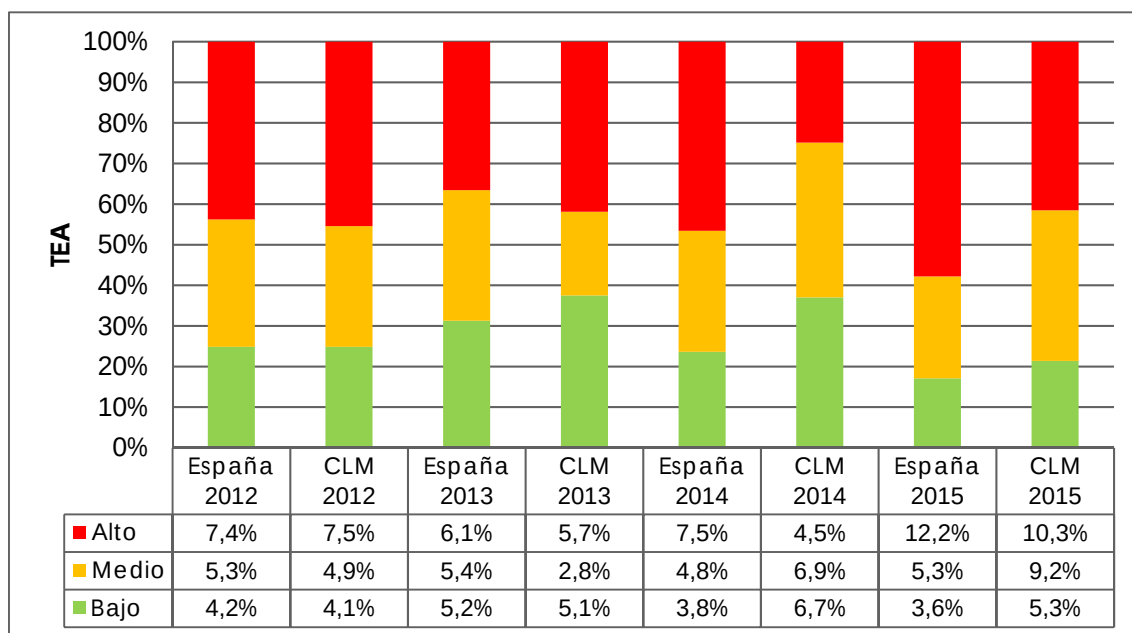
En la tabla 5.1 mostramos la distribución del nivel de renta de las personas involucradas en las distintas fases del proceso emprendedor.

Tabla 5.1. Nivel de renta en las diferentes fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha

Nivel de Renta		Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Tercio	Inferior	65,9	66,6	32,4	41,3	56,1	46,2
	Medio	22,0	0,0	38,2	28,3	20,7	41,2
	Superior	12,2	33,3	29,4	30,4	23,2	12,2

En la gráfica 5.9 se recoge la tasa de actividad emprendedora de España y de Castilla-La Mancha de cada nivel de renta en 2015, distinguiendo tres niveles: alto, medio y bajo.

Gráfico 5.9. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España y Castilla-La Mancha



Observamos una relación directa entre la tasa de actividad emprendedora y el nivel de renta a nivel de España, demostrándose que son los niveles superiores los que manifiestan una mayor actividad emprendedora. Con los datos de 2015 para la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha, esta tendencia también se cumple, aunque en el tercio más alto de renta la TEA regional es inferior a la media para España. Hay que destacar sin embargo el importante incremento de la tasa de actividad emprendedora en la población con la renta más alta que aumenta a más del doble alcanzando el 10,3%, frente al 4,5% del año anterior.

5.7. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor en Castilla-La Mancha

A partir de la información recogida en los apartados anteriores podemos obtener un perfil medio del emprendedor en Castilla-La Mancha. En la tabla 5.2 se presenta un resumen del resultado de los datos anteriores.

Tabla 5.2. Perfil medio del emprendedor de Castilla-La Mancha

Características	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Género	Mujer	Hombre				
Edad	41,74	38,39	38,82	38,82	48,85	45,50
Estudios	Primaria	Secundaria			Primaria	Secundaria
Formación emprender	No	Si	Si	Si	No	Si/No
Renta	Inferior	Inferior	Media	Inferior	Inferior	Inferior

6. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

6.1. Introducción

En este capítulo del informe recogemos la descripción de los negocios resultantes del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha. En concreto se incluyen las siguientes cuestiones: si los negocios nacientes y nuevos o consolidados están registrados, cuál es el sector de actividad en el que desarrollan su actividad principal, qué dimensión poseen según el número de empleados y cuál es el potencial de crecimiento, a qué grado de competencia se enfrentan las nuevas empresas, si son empresas innovadoras en producto o servicio, si usan las nuevas tecnologías, cuál es el grado tecnológico del sector en el que operan y cuál es el grado de internacionalización de las mismas.

6.2. Registro empresarial

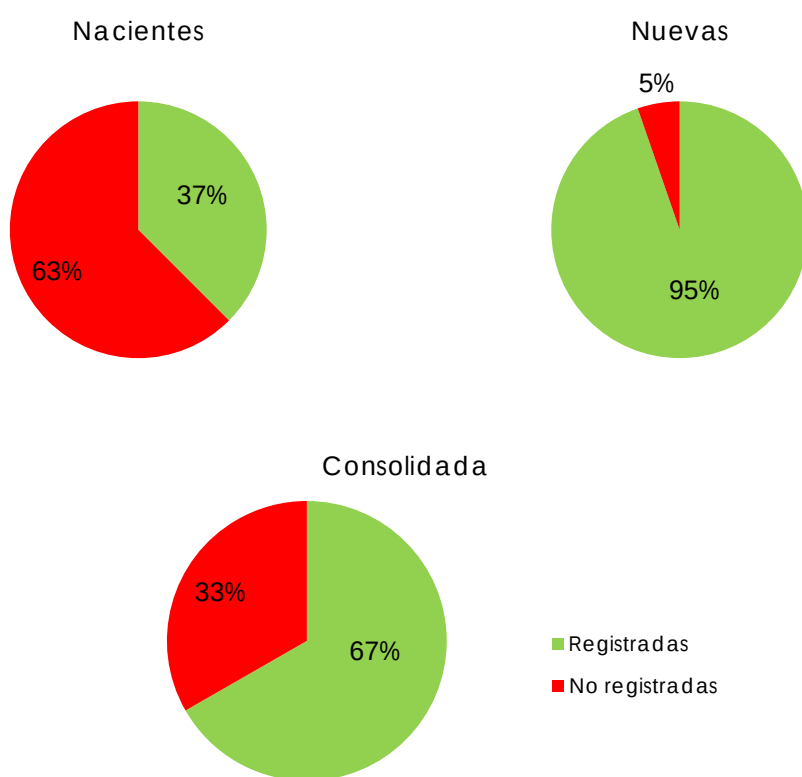
La primera característica que incluimos como descriptora de las actividades emprendedoras es si las iniciativas nacientes, nuevas o consolidadas se encuentran registradas en el Registro Mercantil. En el gráfico 6.1 se recoge el porcentaje de iniciativas registradas en Castilla-La Mancha en cada categoría considerada, entre las nacientes, nuevas y consolidadas.

El porcentaje de empresas registradas no se corresponde con la totalidad de las empresas, el 33% de las consolidadas y el 5% de las nuevas se encuentra sin registrar (sólo las sociedades mercantiles están obligadas a inscribirse en el registro, las iniciativas de autoempleo no tienen esa obligación). Este porcentaje crece considerablemente cuando nos centramos en empresas en fases tempranas de creación, estando únicamente el 37% de las empresas nacientes registradas, ya que se produce un retraso en la decisión de inscripción. Esto lleva a una situación en la que el registro no está representando los datos reales de la economía de Castilla-La Mancha y, en consecuencia, el recuento de

iniciativas emprendedoras basadas en el registro mercantil infravalora las actividades generadas en la región. Por otro lado, se pone de manifiesto la necesidad de regularizar las empresas que están iniciando su andadura.

La causa por la que en Castilla-La Mancha los emprendedores optan por la no inscripción, aunque sea en un reducido porcentaje, es una cuestión a analizar para poder corregirla.

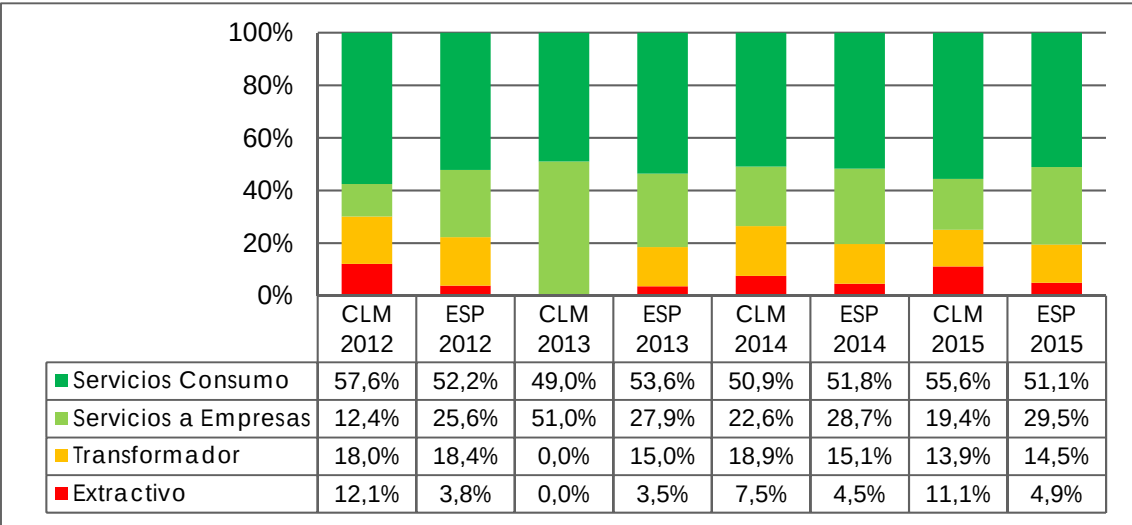
Gráfico 6.1. Registro de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha por estados de desarrollo de las iniciativas



6.3. Sector de actividad de las iniciativas emprendedoras

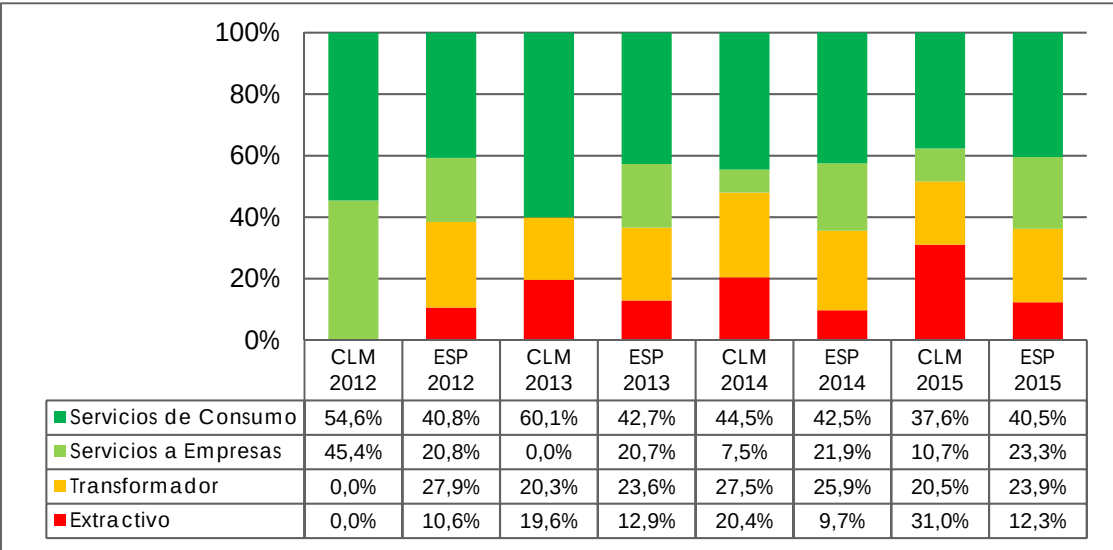
En el gráfico 6.2 se muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras según su actividad principal. En Castilla-La Mancha el 19,4% de las empresas nuevas se dedican a la prestación de servicios a empresas, y el 55,6% se dedican a la prestación de “servicios de consumo”. El peso de las empresas transformadoras ha descendido considerablemente en el último año, pasando de un 18,9% a un 13,9% del total de las iniciativas.

Gráfico 6.2. Evolución de la distribución las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha y en España según el sector de actividad



En el gráfico 6.2. se aprecia como las iniciativas emprendedoras por sectores se dividen de forma similar en España y en Castilla-La Mancha, observándose en los datos medios de España una proporción más destacada de iniciativas en el sector de los servicios a empresas -19,4% de CLM frente a 29,5% de España- que ya se había observado en 2014.

Gráfico 6.3. Evolución de la distribución de las iniciativas consolidadas en Castilla-La Mancha y en España según Sector de actividad



En el gráfico 6.3 se muestra la distribución de las empresas consolidadas según la actividad principal desarrollada en Castilla-La Mancha y en España.

Se observa que la distribución cambia cuando analizamos las empresas consolidadas. En Castilla-La Mancha obtiene el mayor peso el sector de prestación de servicios de consumo -a pesar de reducirse casi 7 puntos- seguido del extractivo y el transformador. El sector servicios a empresas supone un 10,7% sobre el total, aumentando ligeramente respecto al año anterior. Destaca sobre el resto el aumento del sector extractivo que alcanza el 31,0%. En España, por el contrario, se detecta una estructura equivalente a la del ejercicio anterior con un reparto por sectores: servicios de consumo (40,5%), servicios a empresas (23,3%), transformador (23,9%) y extractivo (12,3%).

6.4. Número de propietarios de las iniciativas

En la tabla 6.1 mostramos los estadísticos descriptivos de la variable “número de propietarios” en cada una de las fases consideradas en las iniciativas emprendedoras: nacientes, nuevas y consolidadas.

Tabla 6.1. Número de propietarios según estado de la iniciativa

Estadístico	Naciente	Nueva	Consolidada
Media	1,24	1,34	1,57
Mediana	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00
Desv. Típica	0,526	0,601	1,450
Mínimo	1	1	1
Máximo	3	3	10

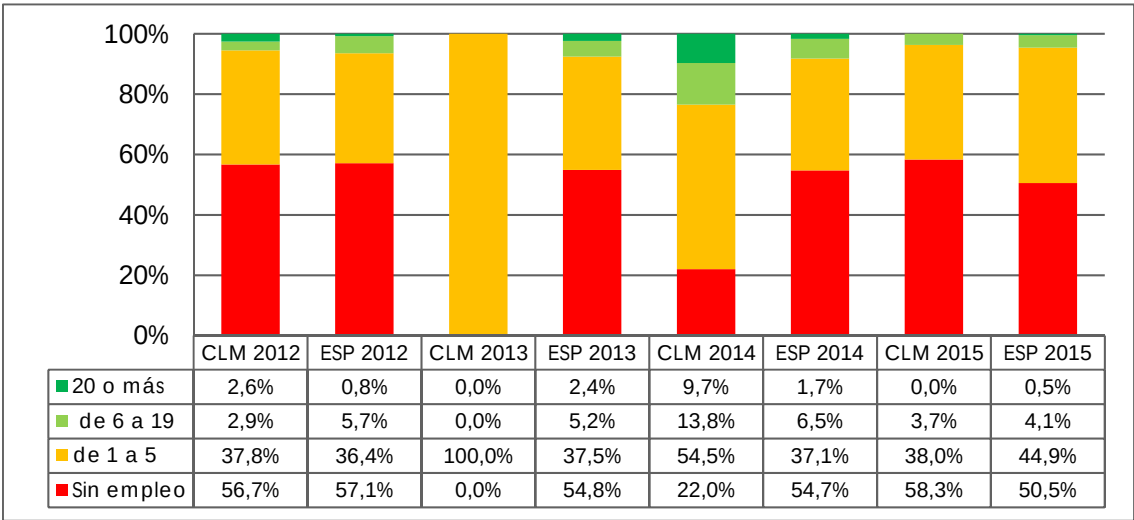
Los datos recogidos en la tabla anterior ponen de manifiesto que las iniciativas suelen ser con mayor frecuencia promovidas por una sola persona (la moda es 1), independientemente de la fase de creación en la que se encuentre la iniciativa. También se observa una ligera relación de crecimiento de socios conforme madura la empresa, ya que son las empresas consolidadas las que tienen un mayor tamaño (aunque siguen siendo mayoritariamente pequeñas).

6.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y potencial de crecimiento

En este apartado incluimos la información sobre el número de trabajadores de las iniciativas emprendedoras y también de las consolidadas. Además, hacemos referencia al potencial de crecimiento que presentan a futuro basándonos en la variable de empleo.

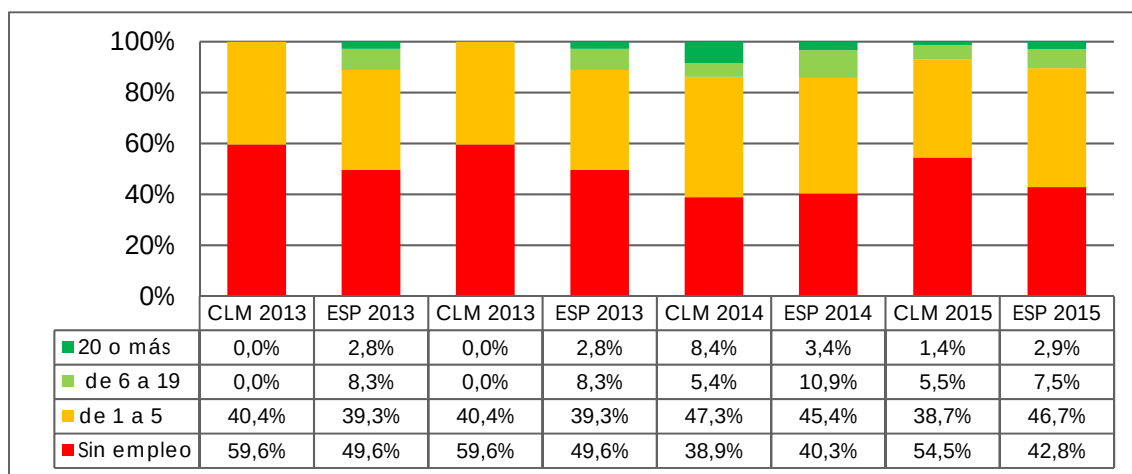
En el gráfico 6.4 se muestra la distribución de las empresas en fase emprendedora por segmentos de tamaño, definidos por el número de empleados: sin empleo, de 1 a 5 empleados, de 6 a 19 empleados y más de 20 empleados. Se incluye la información de España y de Castilla-La Mancha.

Gráfico 6.4. Evolución de la distribución de iniciativas en fase emprendedora según su dimensión en España y Castilla-La Mancha



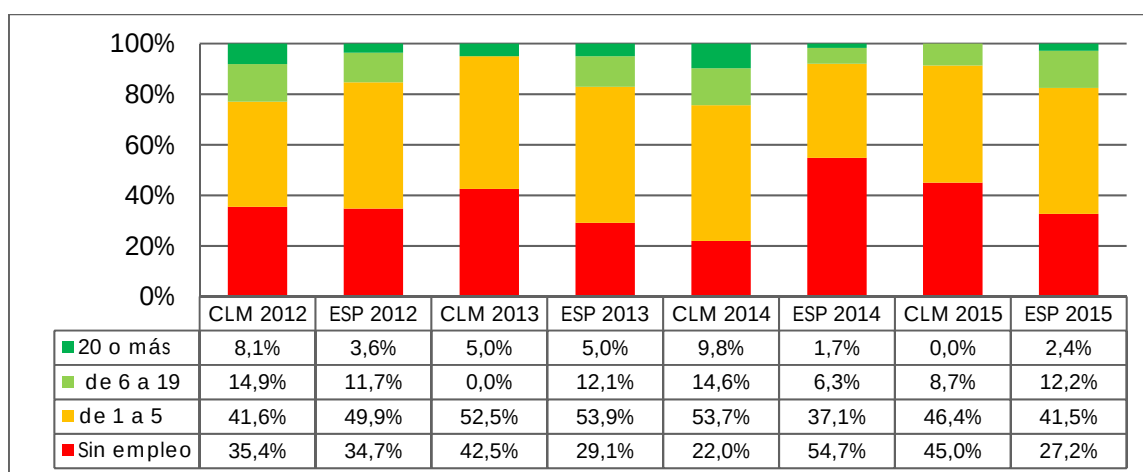
La mayor parte de las iniciativas emprendedoras no cuentan con empleados tanto en Castilla-La Mancha como en España. En el gráfico 6.4. se aprecia el cambio en la dimensión de las iniciativas emprendedoras en CLM, habiendo aumentado de forma drástica el número de empresas que no cuentan con algún empleado, pasando así el autoempleo del 22% en 2014 al 58,3% este año.

Gráfico 6.5. Evolución en la distribución de las empresas consolidadas según su dimensión en España y Castilla-La Mancha



El potencial de crecimiento de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas lo estimados a partir del número esperado de trabajadores en los próximos cinco años. En el gráfico 6.6 se presenta la distribución de estas expectativas para las iniciativas emprendedoras y en el 6.7 las de las empresas consolidadas.

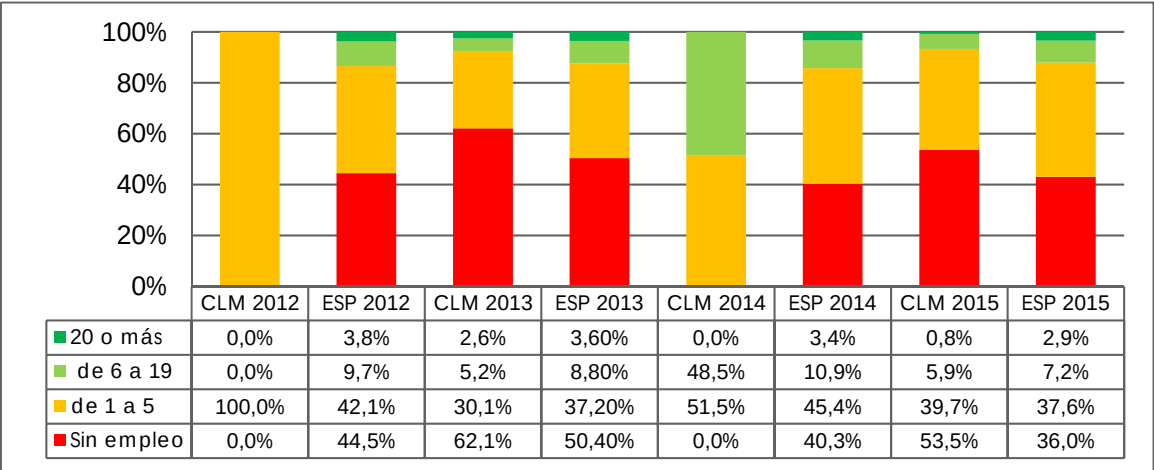
Gráfico 6.6. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha



En el gráfico 6.6. se observa que el 45,0% de las iniciativas emprendedoras de Castilla-La Mancha no tiene previsto generar empleo en los próximos cinco años, en España el porcentaje es marcadamente inferior (el 27,2%). El 46,4% de las empresas en fase emprendedora de CLM piensa incrementar los empleados

entre 1 y 5 en Castilla-La Mancha, siendo en España el porcentaje casi 5 puntos porcentuales menor. El 8,7% de las iniciativas emprendedoras de CLM tienen expectativas de crecimiento del empleo hasta situarse en el segmento de 6 a 19 empleados en cinco años, frente al 12,2% de la media estatal.

Gráfico 6.7. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según el tramo de empleo esperado en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha



En el caso de la población de empresas en fase consolidada vemos que en Castilla-La Mancha el 46,4% de las empresas tienen expectativas de crecimiento de empleo en los próximos 5 años, mientras en España ese porcentaje es muy superior, alcanzando el 64%.

6.6. Intensidad de la competencia en el sector de las nuevas empresas

Una descripción de los negocios en los que se encuentran las nuevas empresas requiere ofrecer al menos una imagen de la valoración de la rivalidad y del nivel de competencia en el sector. En este apartado se analiza esta característica del entorno para las iniciativas emprendedoras y para las consolidadas. A los emprendedores se les pidió que valoraran el número de competidores que ofrecen el mismo producto y los resultados se presentan en los gráficos 6.8 y 6.9 para las dos fases del emprendimiento consideradas.

La distribución de las valoraciones de la competencia presenta patrones similares en los dos ámbitos geográficos comparados para las empresas en fase

emprendedora (gráfico 6.8). Lo mismo ocurre en las iniciativas consolidadas (gráfico 6.9). Si comparamos los años de Castilla-La Mancha con los datos obtenidos en años anteriores, vemos que en 2015 existen menos iniciativas emprendedoras que consideran estar actuando en un mercado sin competencia, lo que puede ser el reflejo del escaso nivel de innovación de su actividad.

Gráfico 6.8. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia de su sector en España y en Castilla-La Mancha

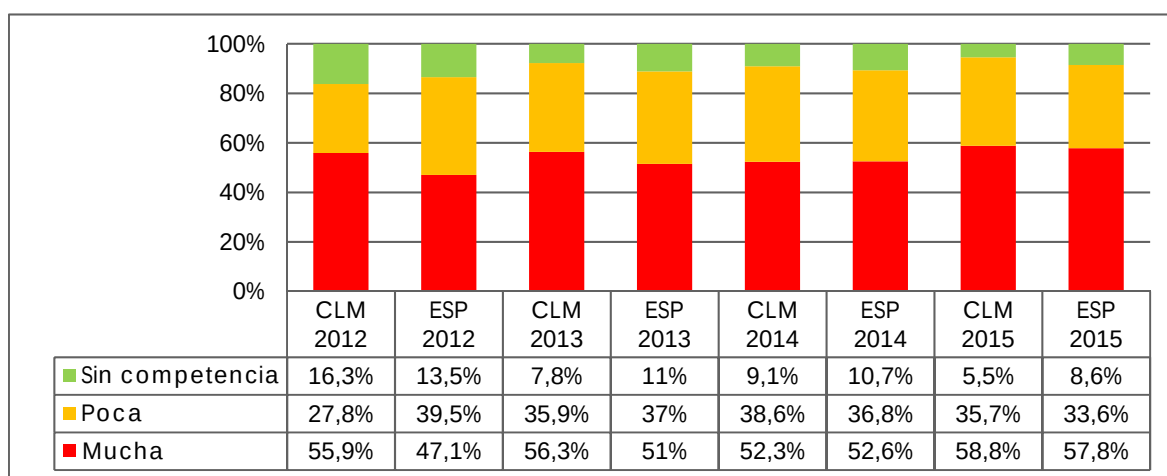
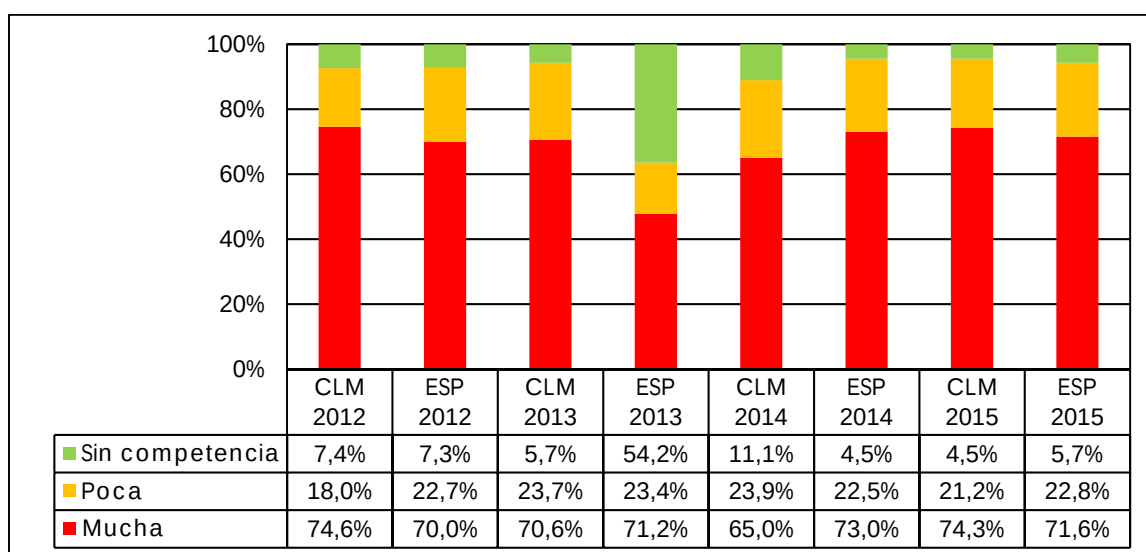


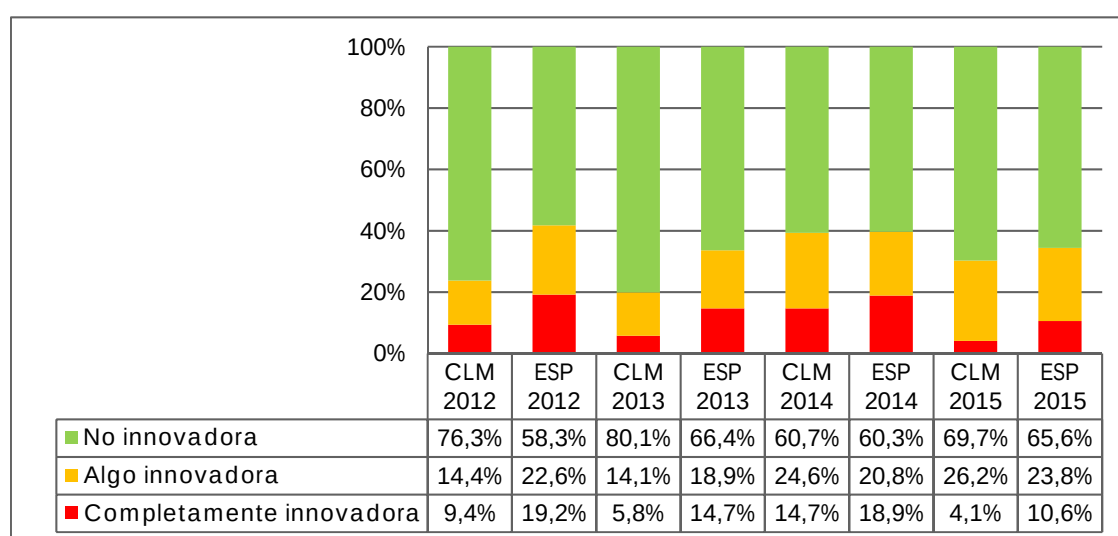
Gráfico 6.9. Evolución de la distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia de su sector en España y en Castilla-La Mancha



6.7. Innovación y tecnología

En este apartado se caracteriza el sector de actividad de las iniciativas emprendedoras según la innovación de producto incorporada con el propio negocio, el uso de tecnologías en la actividad realizada por las empresas y la intensidad tecnológica del sector.

Gráfico 6.10. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha



La comparación de la distribución según el comportamiento innovador entre España y Castilla-La Mancha señala el déficit de innovación que presentan las iniciativas emprendedoras de la región. Además, se aprecia un empeoramiento respecto a los datos del año pasado –pasando del 60,7% de empresas en fase de emprendimiento no innovadoras en 2014, al 69,7% en 2015- situándose con valores casi 4 puntos por encima a los de la media de España. Sólo el 4,1% de las iniciativas innovadoras de la región se valoran como completamente innovadoras, mientras el 26,2% se definen como algo innovadoras. En este último año el retroceso en la incorporación de la innovación en las empresas en fase emprendedora es por tanto notable, especialmente atendiendo al porcentaje de empresas totalmente innovadoras que desciende más de 10 puntos porcentuales.

Las empresas consolidadas de la región (gráfico 6.11) muestran unos patrones de distribución entre las tres categorías de innovación equivalentes a los de España. También se puede observar cómo las empresas de Castilla-La Mancha tienen una situación ligeramente peor que el año pasado, con un porcentaje de empresas no innovadoras que alcanza el 90,0% -frente al 85,6% de España-. Tanto a nivel estatal como a nivel regional los datos nos indican que existen déficits importantes en innovación.

Gráfico 6.11. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha

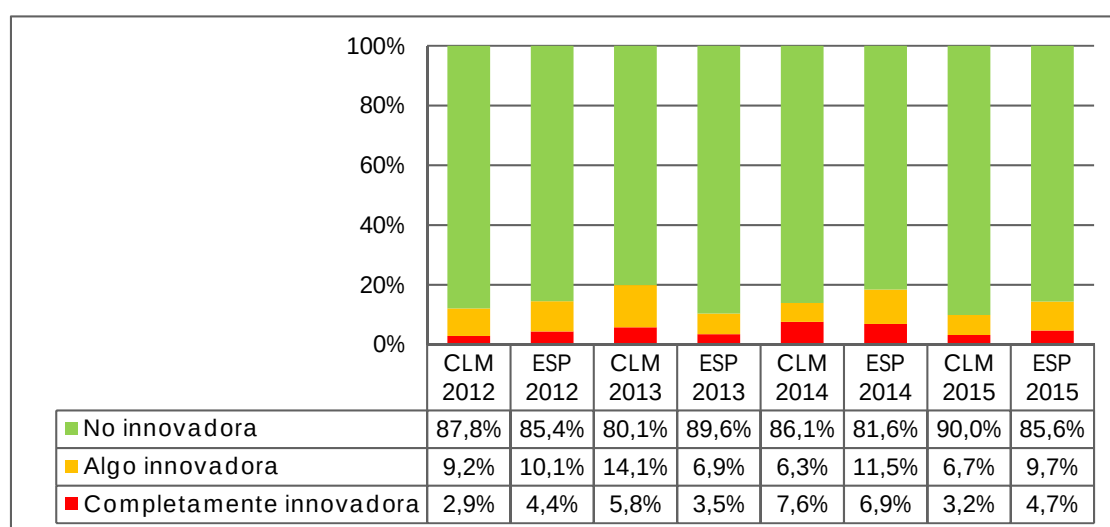
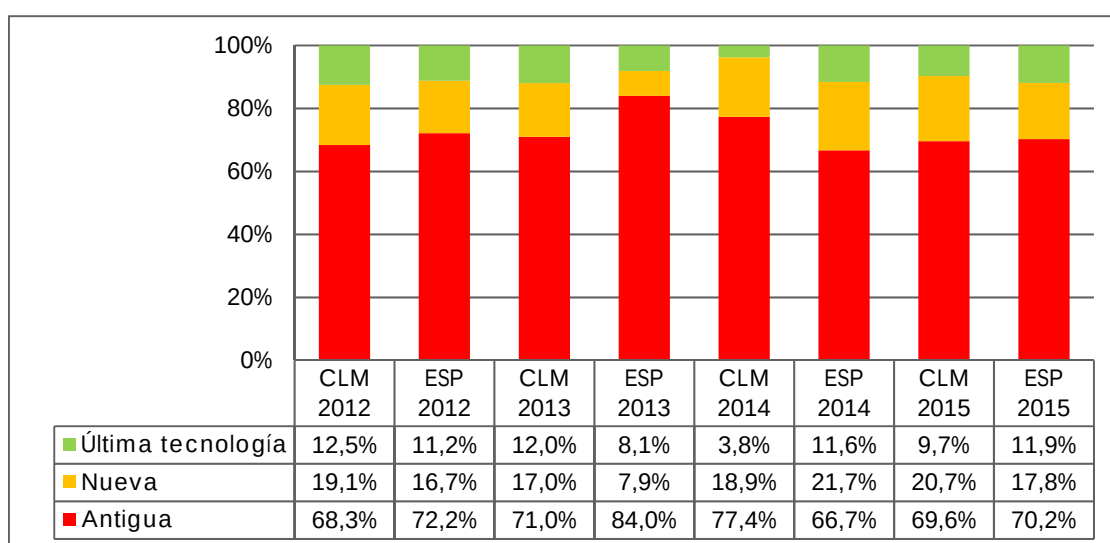


Gráfico 6.12. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha

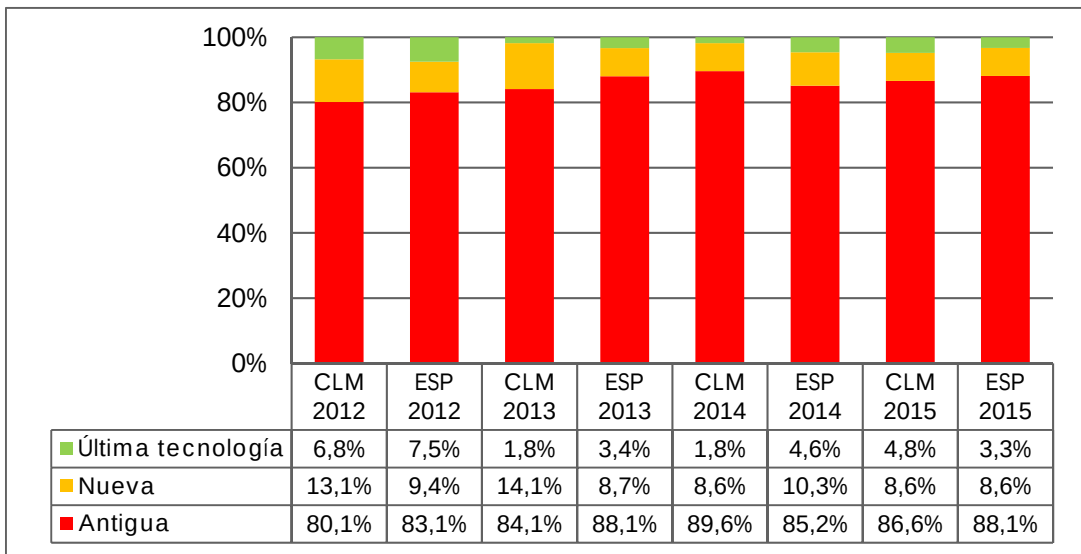


En cuanto al uso de las tecnologías actuales, las empresas en fase emprendedora y empresas consolidadas informaron sobre la antigüedad de las tecnologías utilizadas. En los gráficos 6.12 y 6.13 se recoge la distribución de las empresas según esta variable.

La variable diferencia tres niveles de antigüedad: tecnología de más de 5 años (antigua), tecnología de 1 a 5 años (nueva tecnología) y tecnología de menos de 1 año (última tecnología).

Las tecnologías utilizadas en las empresas consolidadas son “antiguas” en un porcentaje superior que para el caso de empresas en fase emprendedora, además, el porcentaje de empresas que hacen uso de tecnologías de última generación es mayor entre las que están en las fases más tempranas del proceso de creación, tanto en España como en Castilla-La Mancha.

Gráfico 6.13. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha



El nivel tecnológico del sector determina en parte el comportamiento que las empresas deben adoptar para poder competir con éxito en el mismo, así es importante conocer la valoración que las empresas realizan del nivel tecnológico de su sector. Esta variable incluye tres categorías: alta, media y baja intensidad tecnológica.

En los gráficos 6.14 y 6.15 se presenta la distribución de las iniciativas emprendedoras y consolidadas según esta característica. Las distribuciones que podemos observar son casi coincidentes en los dos ámbitos geográficos y en las dos fases consideradas. Tanto en Castilla-La Mancha como en España, más del 90% de las iniciativas nuevas, y también en las consolidadas, se encuentran realizando su actividad en sectores de baja y media intensidad tecnológica.

Gráfico 6.14. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad tecnológica del sector en España y Castilla-La Mancha

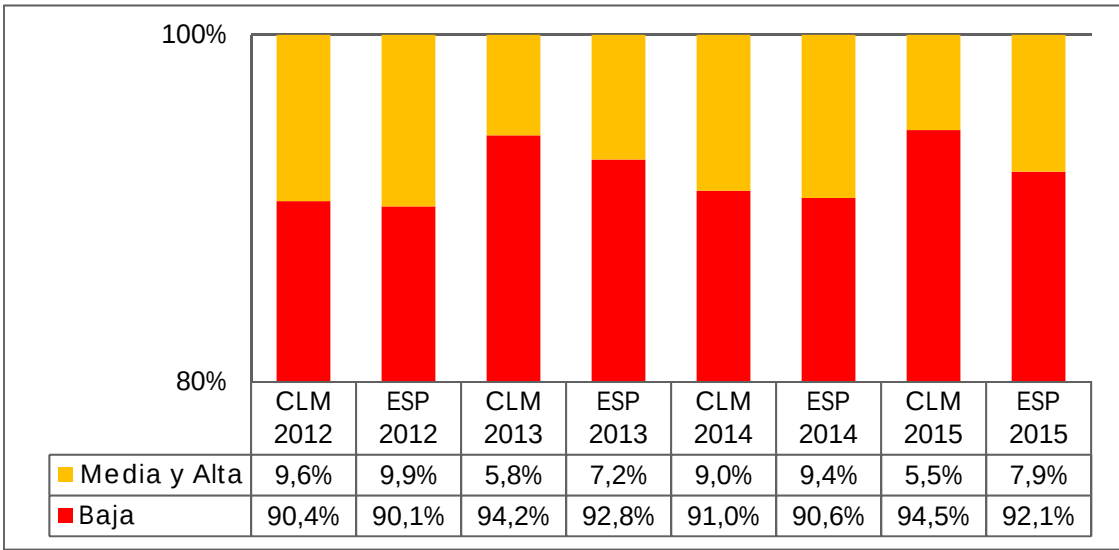
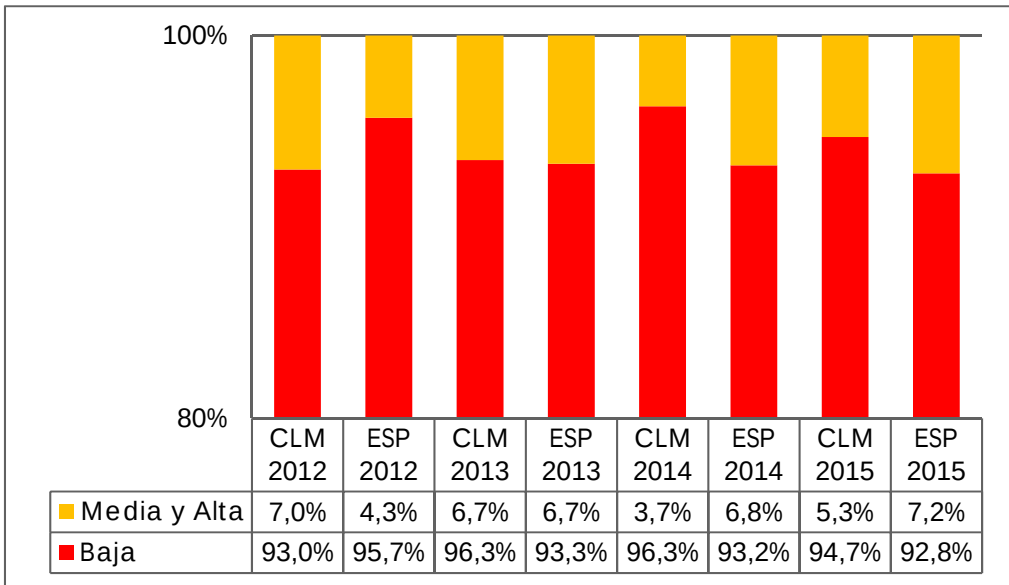


Gráfico 6.15. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la intensidad tecnológica del sector en España y en Castilla-La Mancha



6.8. Grado de internacionalización

Los negocios en proceso de creación, ya sean nuevos o consolidados, deben orientarse a los mercados globales para competir. La intensidad de las exportaciones puede considerarse un indicador del potencial de las empresas para crecer o bien hacer frente a la competencia, sobre todo cuando los mercados domésticos se encuentran en crisis. En el gráfico 6.16 se muestra la intensidad de la exportación de las iniciativas emprendedoras y en el 6.17 esta misma variable para las empresas consolidadas para la población de Castilla-La Mancha y la población de España. Se recogen, además, los datos de 2012, 2013, 2014 y 2015. Tanto en una población como en la otra el porcentaje de empresas sin exportaciones es demasiado alto para lo que la competencia exige hoy en día (83,9% y 79,1% en iniciativas nuevas, para las empresas castellano-manchegas y españolas, respectivamente). Debemos señalar, que si bien en CLM ha aumentado levemente el número de empresas que exportan, se ha reducido también el porcentaje de aquéllas que exportan más del 75% de su producción total, hasta situarse en el 1,5% -por debajo de la media nacional del 2,1%-. En España durante el último año la situación ha empeorado de media más que en CLM, tanto en las empresas en fase emprendedora como en las consolidadas.

Gráfico 6.16. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha

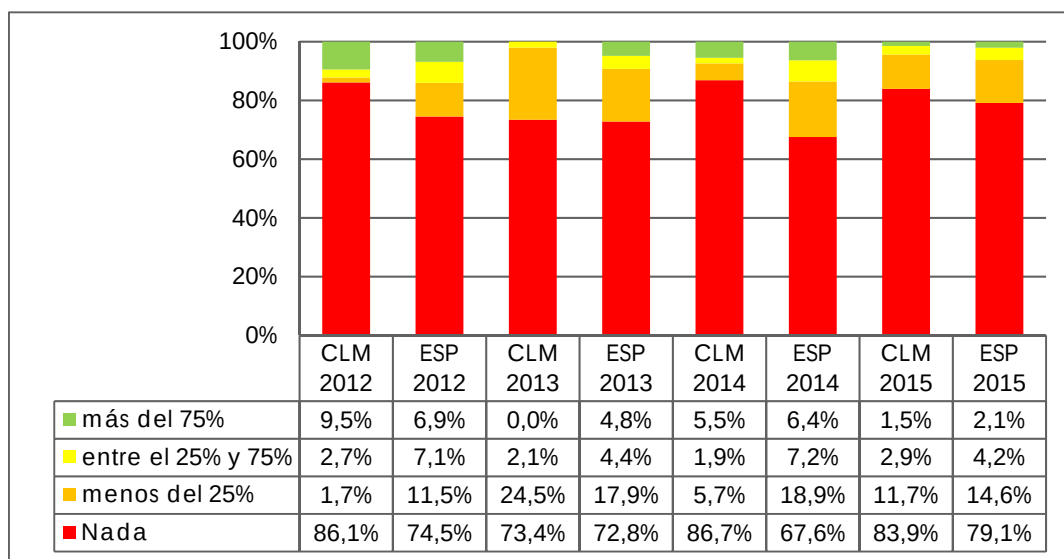
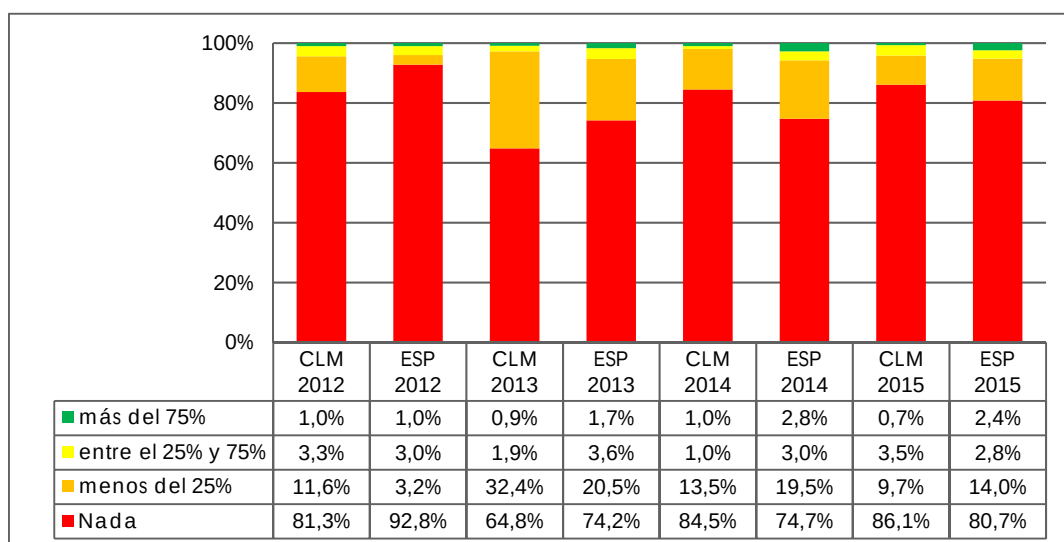


Gráfico 6.17. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha



6.9. Expansión esperada en el mercado

A partir de las características de las iniciativas emprendedoras se calcula un índice de potencial de expansión en el mercado combinando las expectativas que la empresa tiene acerca de crear empleo, de su exportación, el uso de

nuevas tecnologías o de si innova. En función de las combinaciones, se crea una variable con cuatro niveles: sin expansión en el mercado, algo de expansión en el mercado con tecnologías no nuevas, algo de expansión en el mercado con tecnologías nuevas, profunda expansión en el mercado. En el gráfico 6.18 mostramos la distribución para las iniciativas emprendedoras y en el 6.19 para las empresas consolidadas.

La situación en 2015 refleja que los agentes emprendedores a nivel nacional y regional tienen expectativas más negativas que las del año anterior. Así en el caso de las iniciativas nuevas el 73,8%, en Castilla-La Mancha, y el 64,0%, en España, no espera crecer en el mercado. La tendencia hacia una menor expansión observada durante los últimos cuatro años en CLM, parece incrementarse aún más este año.

Gráfico 6.18. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha

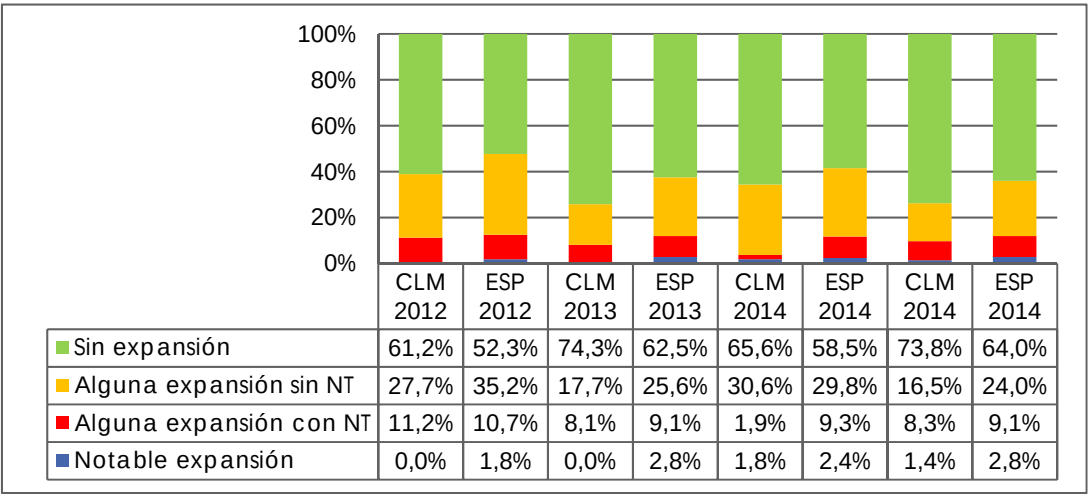
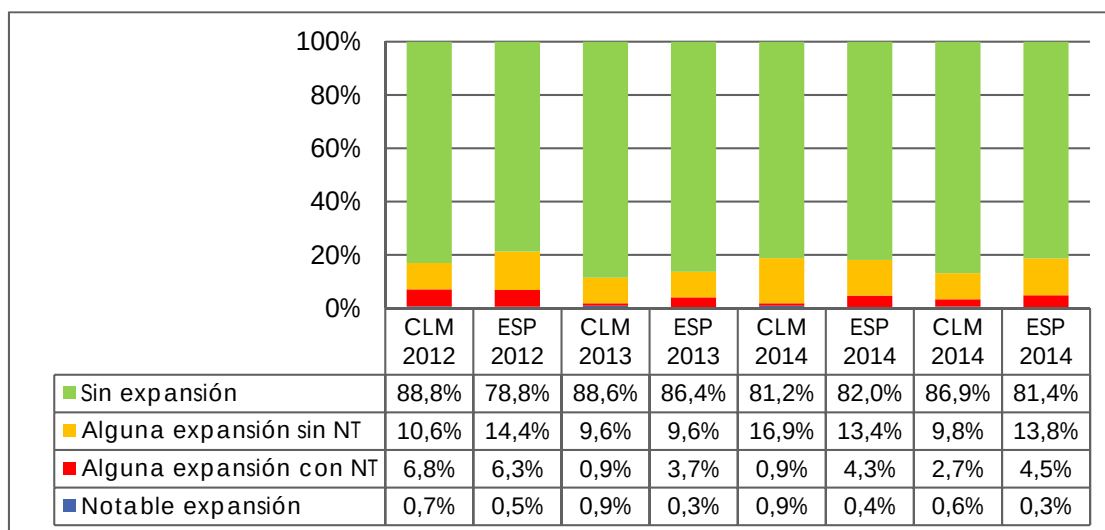


Gráfico 6.19. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha



Las expectativas de expansión son aún menores si se analizan las empresas consolidadas, observando en general pocas variaciones en los años analizados. Atendiendo a los datos del último año en España el porcentaje de empresas que no esperan realizar ningún tipo de expansión es del 81,4%, mientras en Castilla-La Mancha ese porcentaje asciende al 86,9%.

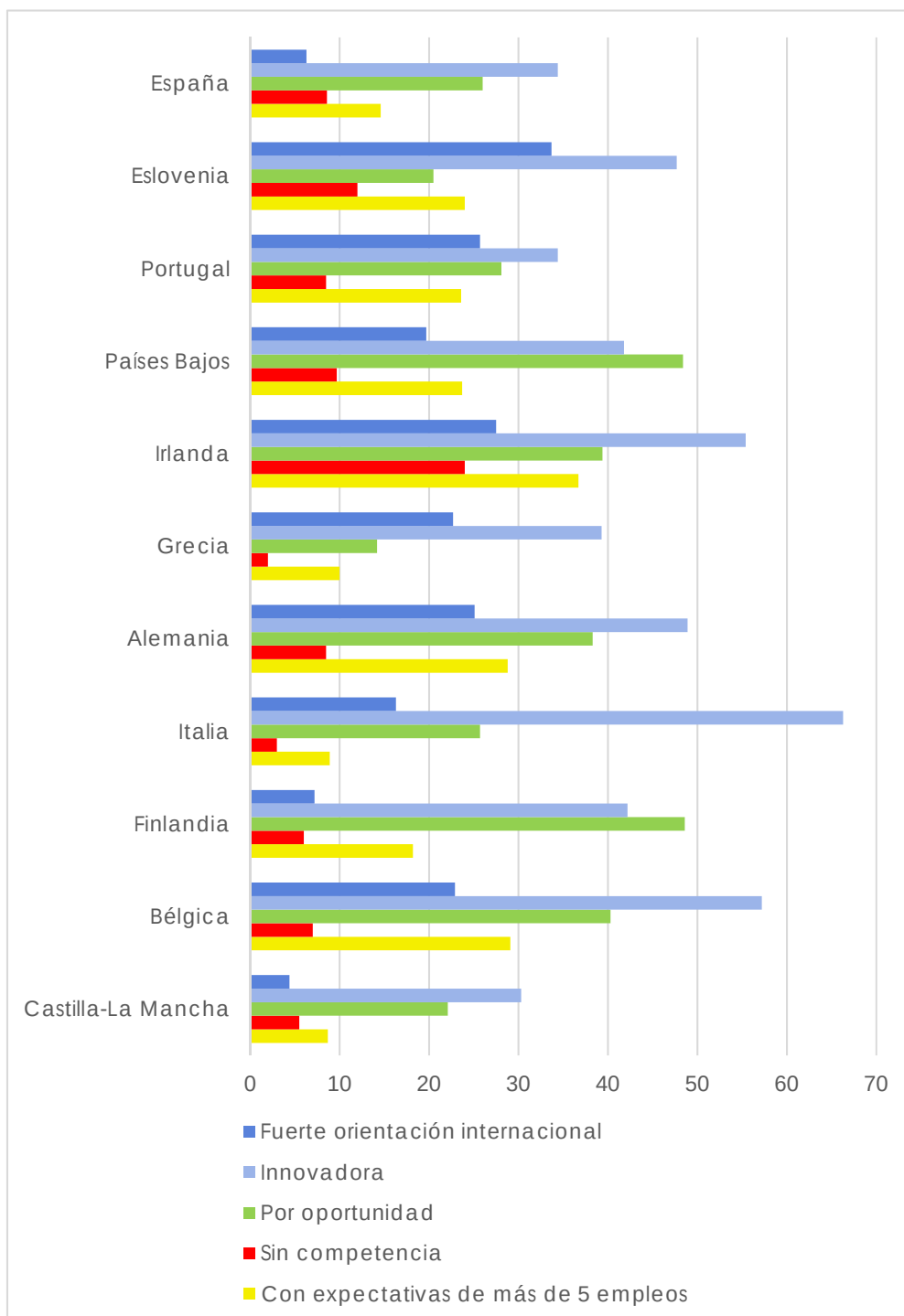
6.10. Posición de Castilla-La Mancha y España en el contexto de la Eurozona GEM 2015 acerca de las características de la actividad emprendedora

Hemos incluido en el siguiente gráfico una comparación de distintos indicadores de la actividad emprendedora entre países europeos incorporando además los datos referidos a Castilla-La Mancha. En concreto, para dar una imagen sintética de la situación de dicha actividad en cada uno de los ámbitos geográficos se ha analizado el porcentaje de las tasas de actividad emprendedora de cada país: por oportunidad, con expectativas de tener más de 5 empleados, con exportaciones superiores a 25%, con producto innovador y sin competencia.

Podemos observar cómo en Castilla-La Mancha casi todos los indicadores tienen valores inferiores al resto de países con los que la comparamos. El

porcentaje de empresas de la región con fuerte orientación internacional de las empresas de la región es muy bajo -4.4%- cuando en la mayoría de los países europeos ese indicador se encuentra por encima del 15%. Sin embargo, CLM supera en porcentaje empresas que no tienen competencia a algunos países como Grecia e Italia.

Gráfico 6.20. Posicionamiento relativo de los rasgos de la actividad emprendedora en diferentes países europeos



6.11. Comparación regional de las características de la actividad emprendedora en Castilla-La Mancha

A continuación, presentamos los resultados de los indicadores de las actividades emprendedoras en las diferentes comunidades autónomas, comparándolos con el valor alcanzado por las empresas de Castilla-La Mancha. En el gráfico 6.21 se muestran las cinco variables señaladas.

En el gráfico 6.22 y siguientes se muestra cada uno de los indicadores de manera individual: el porcentaje de tasa de emprendimiento por oportunidad, con expectativas de crecimiento de empleo, innovadoras, sin competencia y con fuerte orientación internacional, en comparación con las otras comunidades autónomas.

Gráfico 6.21. Posición relativa regional de las actividades emprendedoras de Castilla-La Mancha

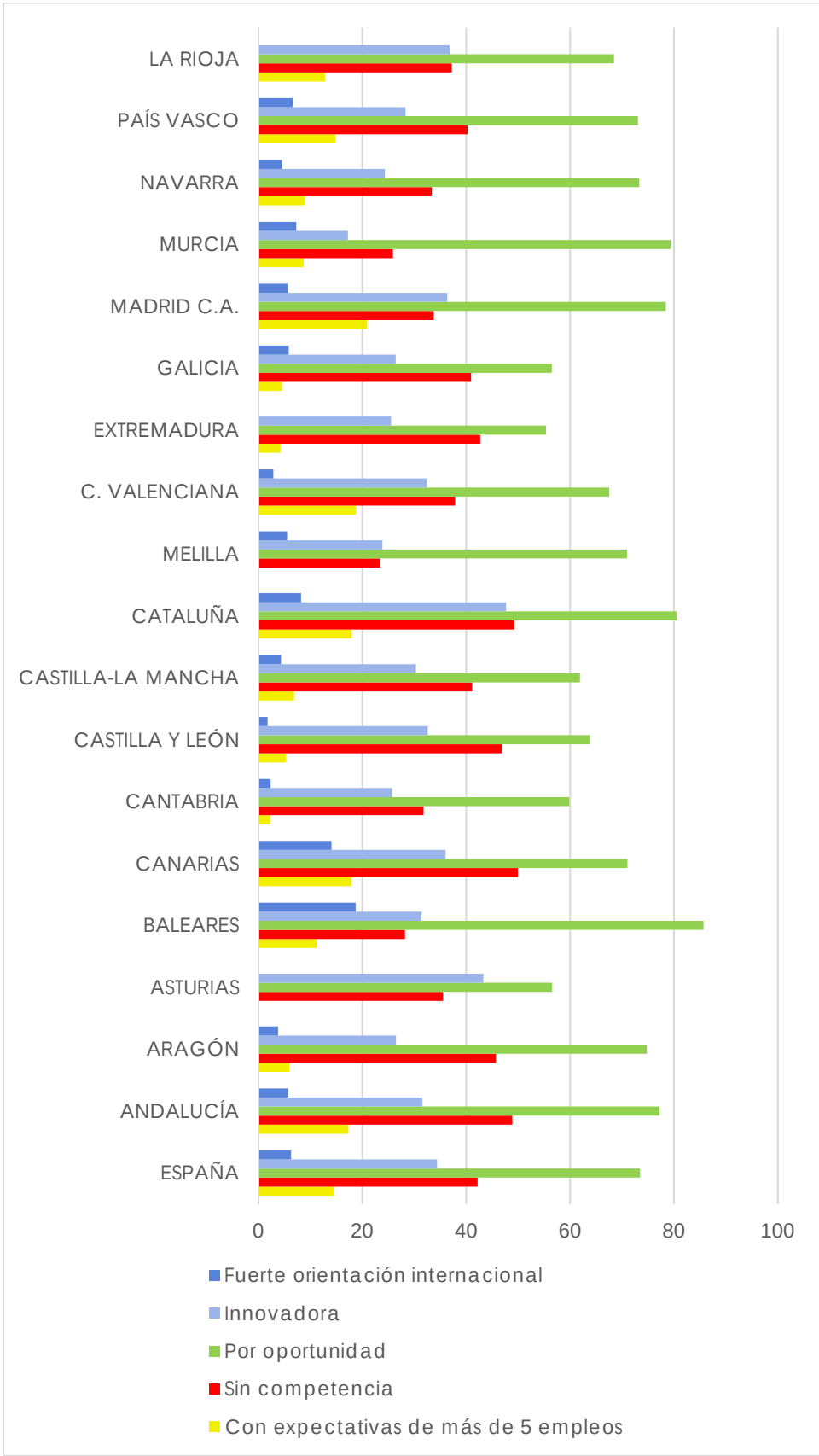
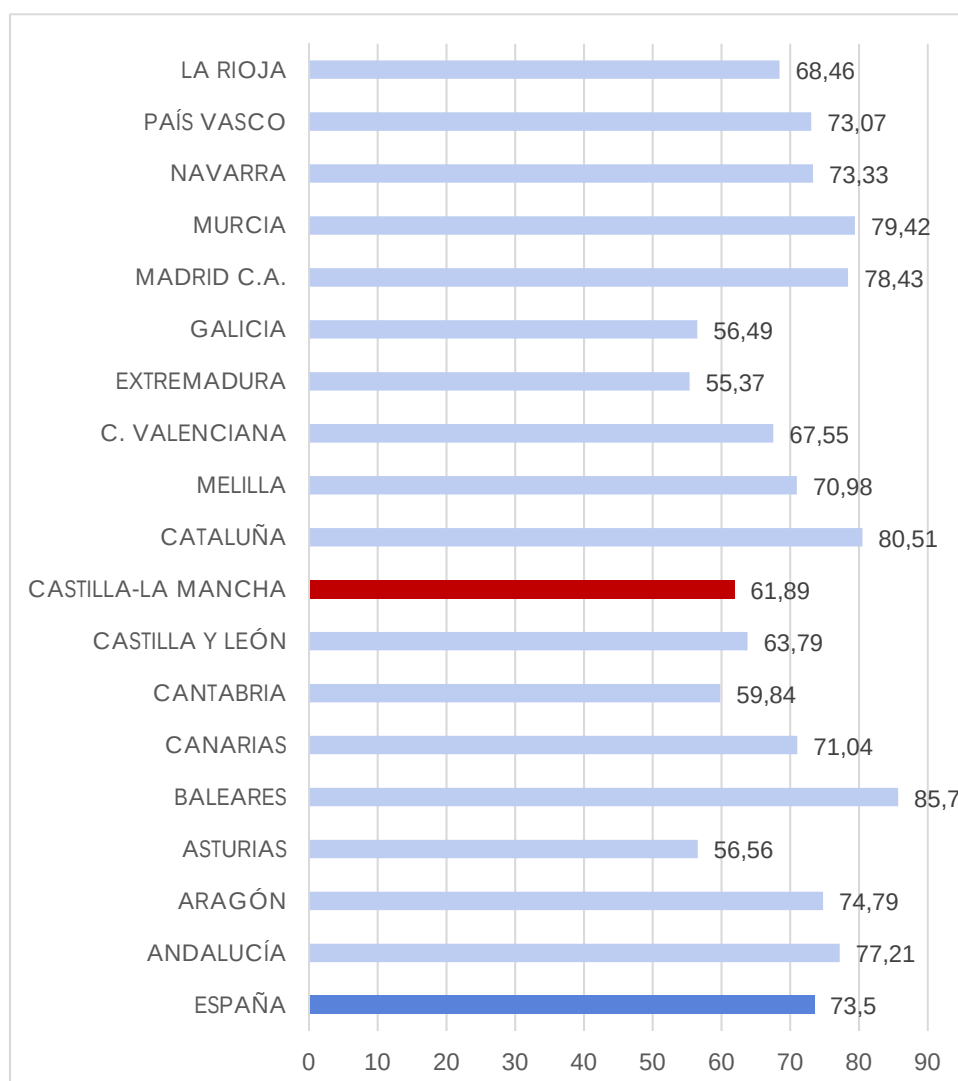
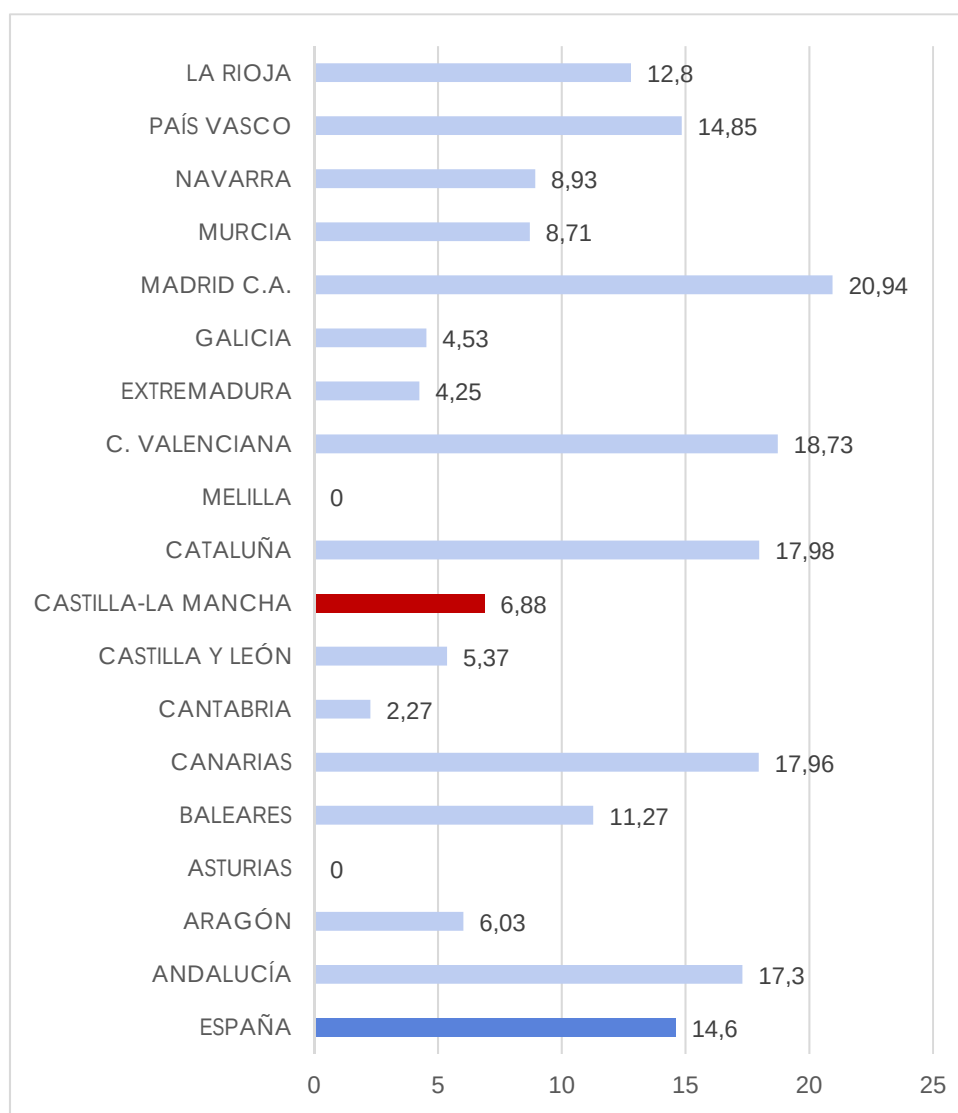


Gráfico 6.22. Emprendimientos por oportunidad en diferentes ámbitos geográficos



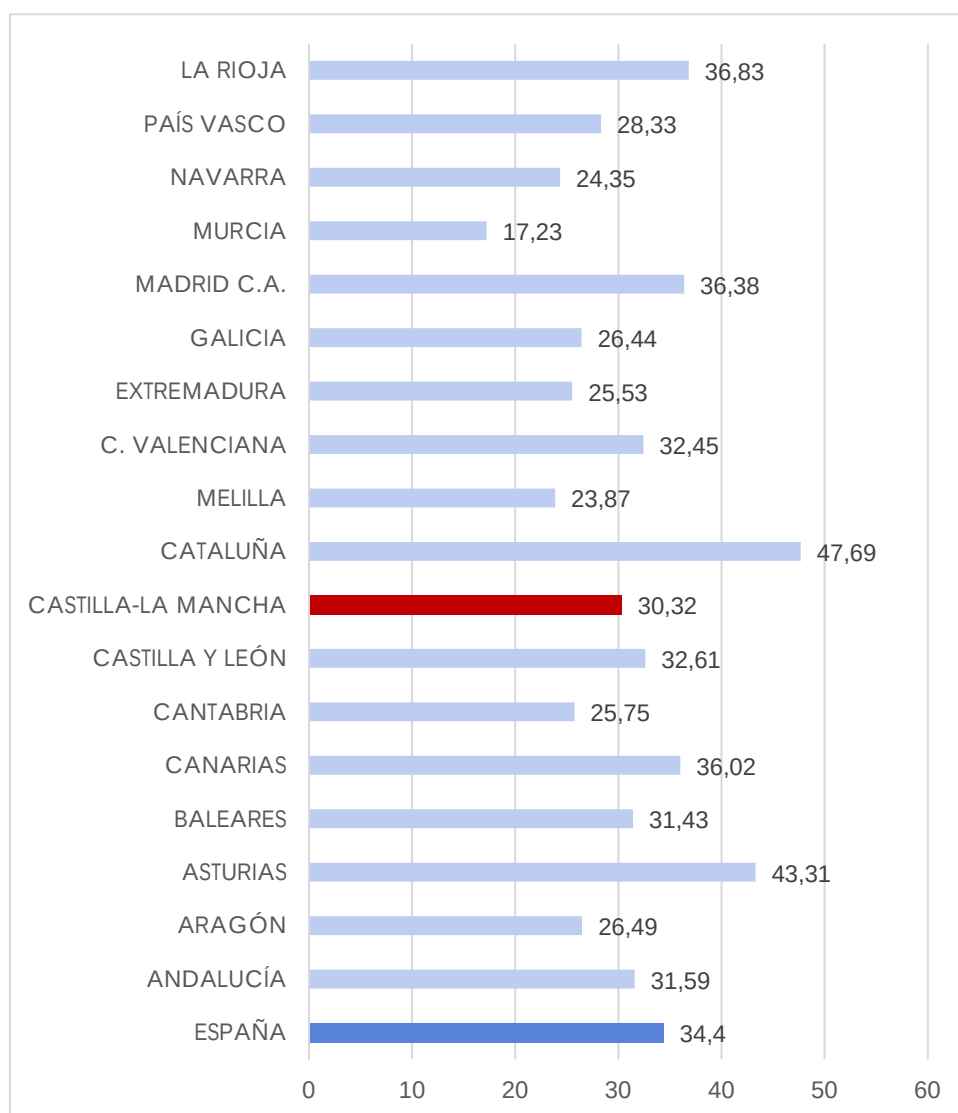
La media de Castilla-La Mancha es muy baja con respecto al resto, hasta situarse 11,6 puntos porcentuales por debajo de la media nacional. Solo Cantabria, Asturias, Extremadura y Galicia tienen valores inferiores a la media regional de Castilla-La Mancha.

Gráfico 6.23. Emprendimientos con expectativas de crear cinco empleos en los próximos 5 años en diferentes ámbitos geográficos



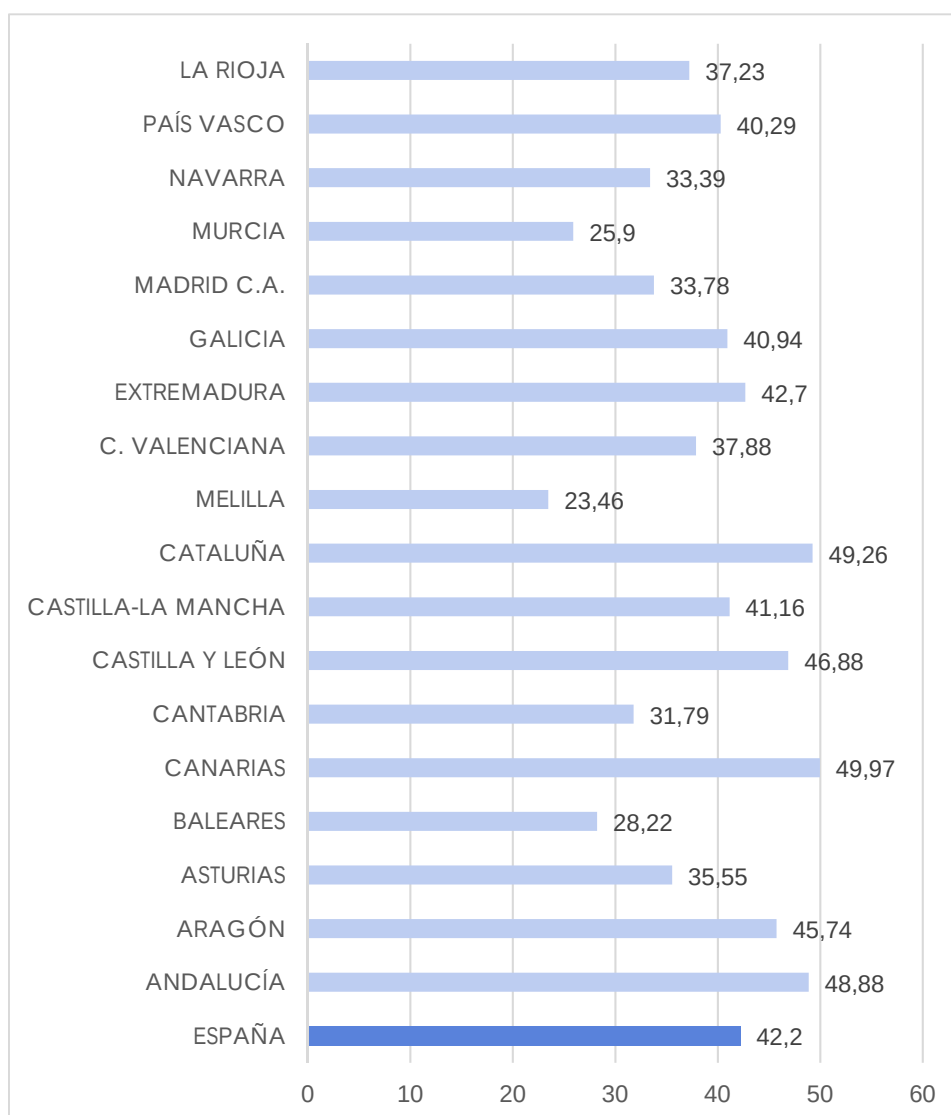
Las expectativas de creación de empleos en Castilla-La Mancha se encuentran 7,72 puntos porcentuales por debajo de la media estatal. Los datos de algunas comunidades, como la Comunidad de Madrid o la Comunidad Valenciana, prácticamente triplican las expectativas de crecimiento regional.

Gráfico 6.24. Emprendimientos con alta innovación en diferentes ámbitos geográficos



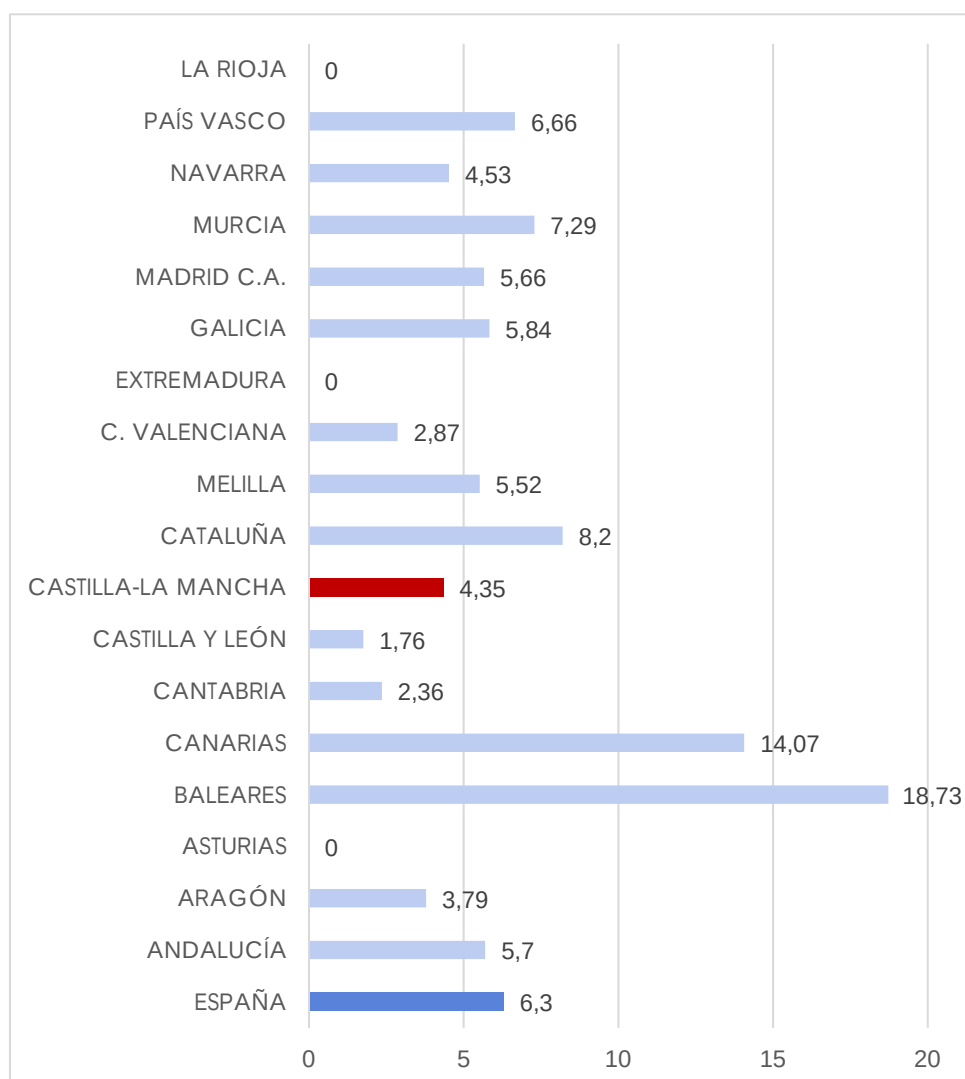
El indicador de innovación en las iniciativas creadas se ha apuntado tradicionalmente como una de las principales debilidades que presentan los emprendimientos en Castilla-La Mancha. Los datos de 2015 sin embargo apuntan a una mejora notable en este factor, situándose en valores más cercanos a la media estatal.

Gráfico 6.25. Emprendimiento sin competencia en el mercado en diferentes ámbitos geográficos



En el caso del nivel de competencia que presenta el negocio generado por el emprendedor, Castilla-La Mancha ocupa el séptimo a nivel nacional, desarrollándose el 41,16% de los emprendimientos en sectores en los que la competencia es muy baja (manifestando que no existen, o existen muy pocos, oferentes de productos o servicios similares en el mercado al que se dirigen). La media nacional se encuentra ligeramente por encima del valor regional.

Gráfico 6.26. Emprendimiento con fuerte orientación internacional en diferentes ámbitos geográficos



Una de las debilidades claras de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha es su escasa orientación internacional. Únicamente el 4,35% de las iniciativas emprendedoras exportan más del 25% de su producción. Estas cifras sitúan a Castilla-La Mancha como la séptima región con los valores más bajos, encontrándose a dos puntos porcentuales por debajo de la media de España.

7.FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NACIENTE

7.1. Introducción

En este capítulo presentamos los resultados relativos a uno de los factores que mayor impacto tiene en el inicio de las actividades empresariales, esto es, la financiación que proporciona el capital necesario para la puesta en marcha de un negocio. El empeoramiento en las condiciones de financiación que se ha ido produciendo en el entorno, ha repercutido en el tamaño de las inversiones iniciales realizado en las iniciativas emprendedoras, y en ocasiones, puede identificarse como la causa de que algunas iniciativas no lleguen a concretarse en empresas consolidadas.

En este capítulo se tratan en el ámbito geográfico de Castilla-La Mancha entre otras cuestiones: el capital medio necesario para poner en marcha una actividad, el papel del inversor informal y del *business angel* y el perfil de los inversores privados en negocios ajenos.

7.2. Capital semilla necesario

Según los datos del GEM para Castilla-La Mancha las iniciativas nacientes necesitaron una media de capital de 30.168 euros, media que se encuentra muy por debajo de la media para las iniciativas españolas. Sin embargo, dada la dispersión de la variable (desviación típica de 81.877), consideramos que es mejor indicador la mediana. En la región la consideración de la mediana como indicador más fiable reduce considerablemente el nivel de inversión inicial necesario llegando a 8.802 euros frente a los 17.810 de España. En la tabla 7.1 se muestran los estadísticos descriptivos de tres variables incluidas en el análisis:

- 1) Cuánto dinero se requiere en total para poner en marcha el negocio
- 2) Cuánto capital será aportado por el propio emprendedor

3) Cuánto capital estará financiado por inversores diferentes al emprendedor

Tabla 7.1. Características y distribución del capital semilla en iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha

Estadístico	Capital Semilla necesario				Capital semilla aportado por el emprendedor				Capital semilla aportado por el emprendedor como % sobre el total			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Media	185.036	51.000	48.081	30.168	26.423	22.054	43.675	29.792	14,3%	43,2%	90,8%	98,8%
Mediana	26.909	30.000	18.894	8.802	10.000	20.000	12.000	5.977	37,2%	66,7%	63,5%	67,9%
Moda	0	40.000	12.000	15.000	0	20.000	12.000	3.000	0,0%	50,0%	100,0%	20,0%
Desv.Típica	474.406	68.405	73.143	81.877	33.902	14.655	84.188	87.948	7,2%	21,4%	15,1%	7,4%
Mínimo	0	3.000	1.000	500	0	2.500	333	500	0,0%	83,3%	33,3%	100%
Máximo	200.000	250.000	300.00	400.000	100.000	50.000	300.000	400.000	50,0%	20,0%	100,0%	100%

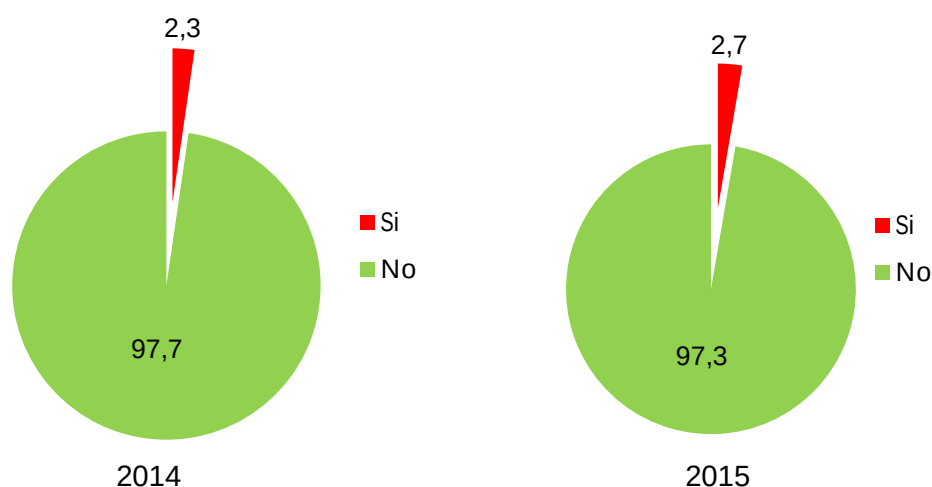
Aunque no contamos con una serie temporal larga para poder extraer conclusiones significativas acerca de la evolución de estas magnitudes, comparándolas con las de los tres años anteriores percibimos que las iniciativas que se ponen en marcha son menos ambiciosas en cuanto a la inversión inicial, apreciándose además un gran aumento del capital semilla aportado por el emprendedor, que ha crecido hasta situarse en el 98,8% del capital necesario. Este aumento sería previsiblemente el resultado de los problemas para acceder a financiación externa.

7.3. El inversor informal y *business angels*

Tal y como se ha presentado en la tabla anterior, por término medio el emprendedor está invirtiendo en su negocio gran parte del capital necesario, pero previsiblemente necesitaría contar con socios que aporten otra parte del dinero requerido para la puesta en marcha de la empresa, sobre todo cuando el sistema financiero no proporciona medios suficientes. Los inversores informales y los *business angel* vienen a suplir la falta de mecanismos formales para la obtención de la financiación necesaria.

La diferencia fundamental entre los inversores informales y los *business angels* es que éstos últimos realizan sus inversiones en proyectos de emprendedores con los que no tienen una relación establecida con anterioridad y están más profesionalizados.

Gráfico 7.1. ¿Ha proporcionado fondos a un negocio nuevo en los últimos tres años?

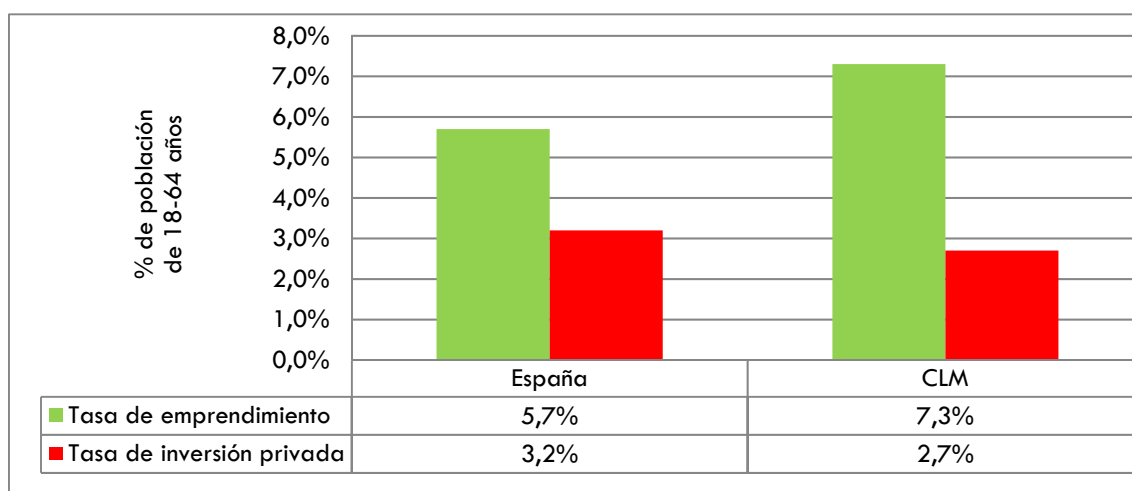


Con la finalidad de obtener información acerca de la propensión de la población de Castilla-La Mancha a invertir en nuevos negocios, se incluyó una variable relativa a si en los tres últimos años se proporcionaron fondos a algún nuevo negocio, excluyéndose la participación en fondos. La distribución de la población se recoge en el gráfico 7.1, mostrando que tan solo un 2,7% de la población actuó como inversor informal.

El porcentaje relativo a la población de Castilla-La Mancha ha aumentado con respecto al año 2014, pero sigue siendo inferior al de la población de España (3,2%). Si comparamos ambos ámbitos geográficos para dos indicadores relacionados como son la tasa de emprendimiento y la tasa de inversión privada observamos cómo la diferencia entre ambas en CLM es superior a la media estatal. En el gráfico 7.2 se muestran las dos tasas para cada zona.

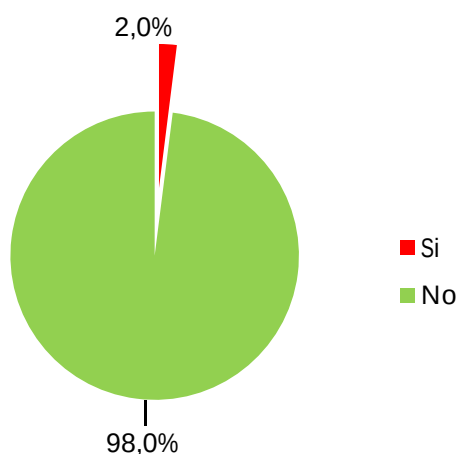
El capital medio aportado por los inversores informales es de 11.452 euros, como la dispersión es muy alta, consideramos que la mediana es mejor indicador, alcanzando la cifra de 6.130 euros.

Gráfico 7.2. Índices de actividad emprendedora y tasa de inversión en España y en Castilla-La Mancha



Los inversores privados en ocasiones no sólo aportan los fondos, sino que aportan valor a partir de sus conocimientos y experiencia en el mercado. En el gráfico 7.3 se muestra la distribución de los mismos.

Gráfico 7.3. ¿Ha proporcionado valor a un negocio nuevo en los últimos tres años?



Para analizar el perfil de los inversores privados estudiamos su género, su situación laboral, su nivel de renta, su formación general y en emprendimiento, su orientación emprendedora, su percepción de oportunidades, las relaciones con emprendedores, la posesión de habilidades especiales para emprender, el perfil psicológico de miedo al fracaso, si es un empresario consolidado y el ámbito de procedencia.

Así podemos decir que el inversor informal es un hombre (56,5%) de 47,8 años de edad, que trabaja (66,9%), con un nivel de renta bajo (49,4%), procedente del ámbito urbano (81,9%), con formación superior (37,4%) y sin formación relacionada con el emprendimiento (62,8%), aunque sí posee experiencia o habilidades requeridas por el mismo (78,0%), no obstante, no espera crear una empresa ni solo ni con socios (81,5%) porque no percibe oportunidades para iniciar un negocio (66,7%). A pesar de no detectar oportunidades sí conoce a emprendedores que han creado su propia empresa en los últimos dos años (59,0%). En cuanto a su actitud ante el fracaso, no presenta aversión al riesgo (62,1%).

La relación que posee con el emprendedor que financia es en la mayoría de los casos estrecha, bien es un familiar cercano (66,6%) o bien se trata de un amigo (22,5%). El capital medio aportado es de 11.452€.

8. ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

8.1. Introducción

Este último capítulo recoge una descripción del entorno en el que desarrollan su actividad los emprendedores de Castilla-La Mancha. La descripción se obtiene de los valores medios proporcionados por los expertos de esta región. Entre las cuestiones que se analizan se encuentran los factores que obstaculizan y apoyan la creación de empresas.

Los resultados de las percepciones de los mismos son referidos a los años 2012, 2013, 2014 y 2015, permitiéndonos así analizar la evolución del entorno emprendedor en la región de Castilla-La Mancha. Además, hemos analizado comparativamente la situación de dicho entorno con respecto a España.

8.2. Valoración del entorno en general

En el gráfico 8.1 se presentan las puntuaciones medias otorgadas por los expertos a diferentes variables que nos permiten obtener una imagen del entorno general en el que los emprendedores de Castilla-La Mancha desarrollan su actividad. Entre las variables analizadas se encuentran la existencia de apoyos financieros, las políticas del gobierno regional, los programas desarrollados por la administración regional, el entorno educativo y de formación, la transferencia de I+D, las infraestructuras comerciales y profesionales, la situación del mercado interior, el acceso a infraestructuras físicas y las normas sociales y culturales.

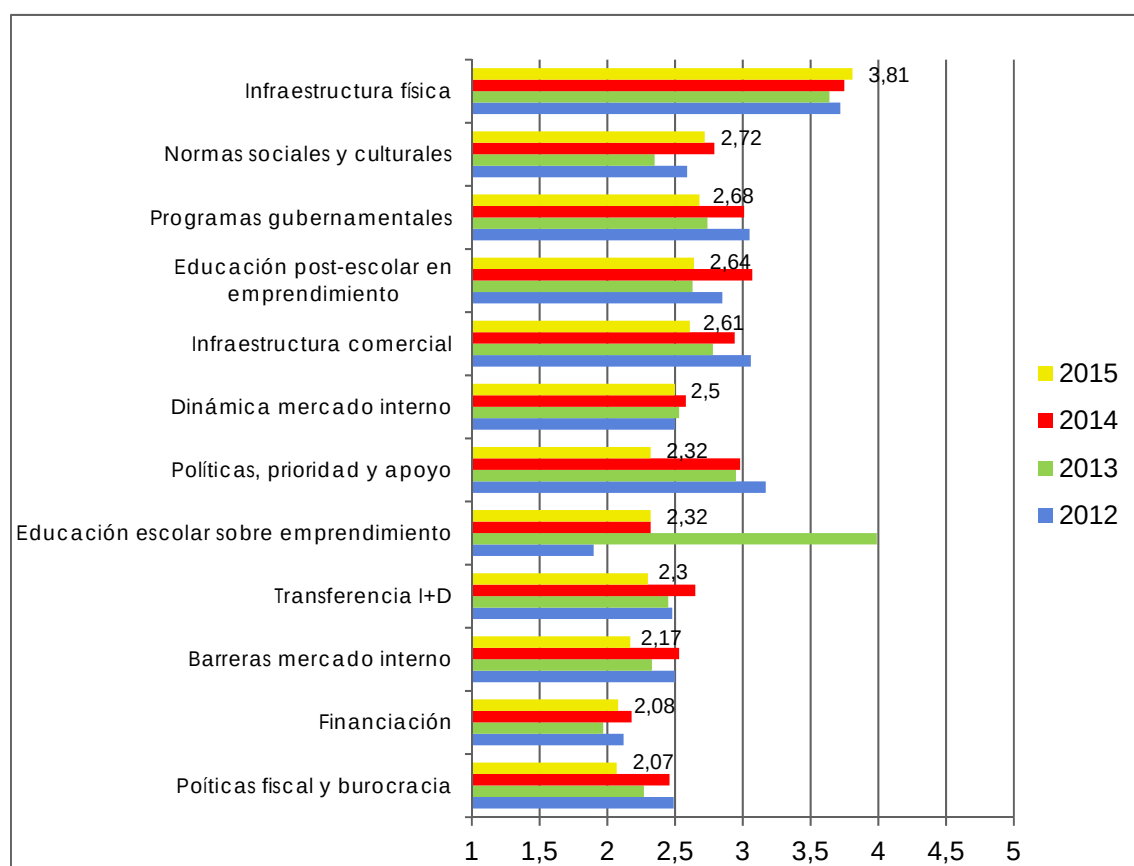
Se han presentado las valoraciones medias proporcionadas por los expertos de Castilla-La Mancha ordenadas según la puntuación obtenida por cada factor de menor a mayor, de forma que aquéllos que aparecen en la parte inferior de

la figura están suponiendo una debilidad del entorno que impide o dificulta el correcto desarrollo del emprendimiento.

Las variables incluidas en el cuestionario correspondiente a los expertos están valoradas en escala tipo Likert de 5 puntos, con lo que para una valoración por debajo de 3 se considera que el factor no alcanza las condiciones suficientes para desarrollar la actividad de emprendimiento. En Castilla-La Mancha la mayor parte de los factores no alcanza el valor central, poniendo de manifiesto la negativa valoración que los expertos realizan de los factores incluidos en el estudio.

La característica del entorno mejor valorada es el estado de las infraestructuras físicas, siendo éste el único indicador que se sitúa por encima de los 3 puntos de valoración. En cuanto al extremo inferior, esto es los peor valorados, aparece la política fiscal, la burocracia y la financiación.

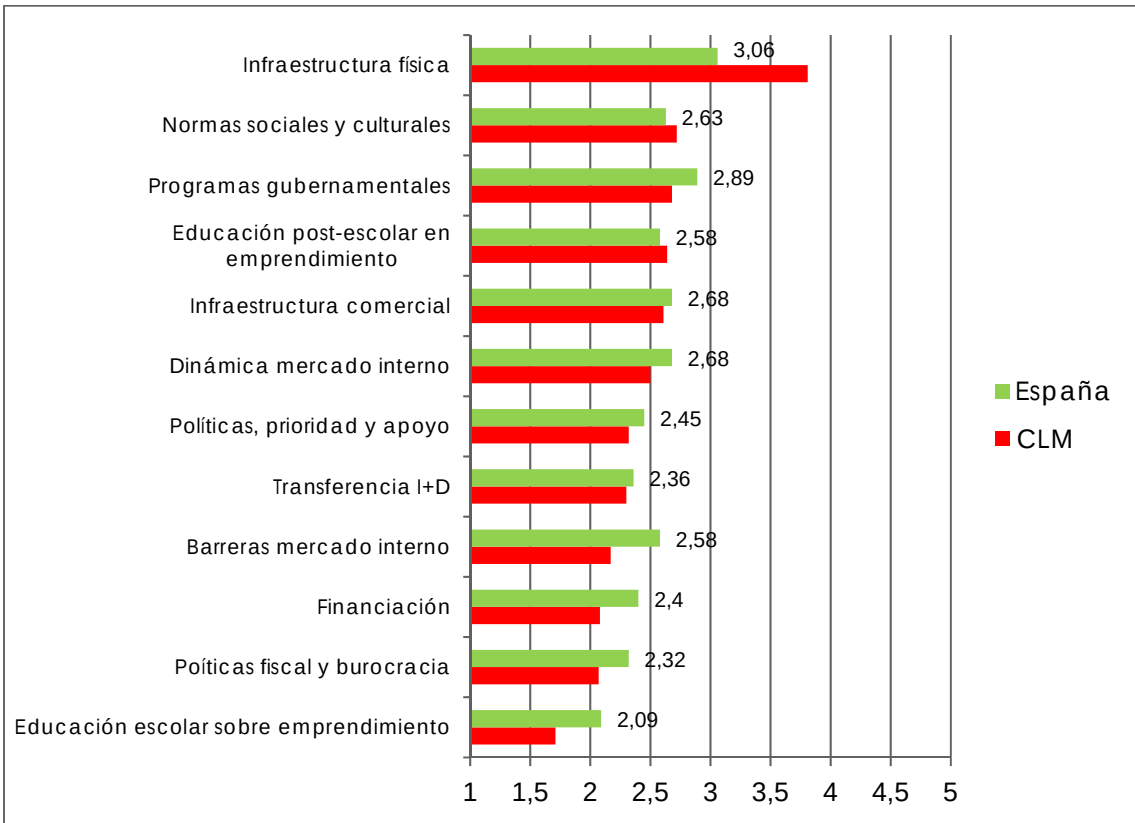
Gráfico 8.1. Condiciones de entorno para emprender. Valoración media en 2012, 2013, 2014 y 2015.



Al comparar las valoraciones de los factores del entorno en los tres años considerados podemos ver que la mayoría ha obtenido una puntuación notablemente inferior que el año pasado, sólo mejorando la infraestructura física. Empeoran en mayor medida las valoraciones que los expertos hacen de la política fiscal y burocracia, las políticas, prioridad y apoyo al emprendimiento y las barreras al mercado interno.

En el gráfico 8.2 se muestra la comparación con la valoración efectuada por los expertos del ámbito nacional.

Gráfico 8.2. Condiciones de entorno para emprender. Comparación de España y Castilla-La Mancha.



8.3. Comparación de las valoraciones del entorno general en diferentes regiones españolas

En el gráfico 8.3 y siguientes se ilustran las diferentes condiciones de los factores de la región comparadas con las valoraciones realizadas en otras comunidades

autónomas. Las variables presentadas en los gráficos fueron normalizadas utilizando las medias de cada aspecto y su respectiva desviación estándar. Los valores por encima de cero indican que la valoración dada a esa variable se encuentra por encima de la media que los expertos consultados consideran para España, mientras que valores por debajo de cero indican valoraciones inferiores a la media.

En los gráficos se nota que la percepción del entorno de emprendimiento que tienen los expertos que se han consultado a nivel estatal (756 en total) difiere en algunos casos de las percepciones que tienen los expertos consultados para cada una de las regiones (entre 36 y 52 expertos por región). Así, por ejemplo, el acceso a la infraestructura comercial y profesional o el acceso a la infraestructura física tienen una visión mucho más negativa cuando son analizadas por los expertos a nivel estatal que cuando son valoradas por los expertos regionales. Lo contrario ocurre en el caso de las valoraciones sobre la educación y formación en emprendimiento en etapa escolar o la dinámica del mercado interno.

Gráfico 8.3. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo financiero

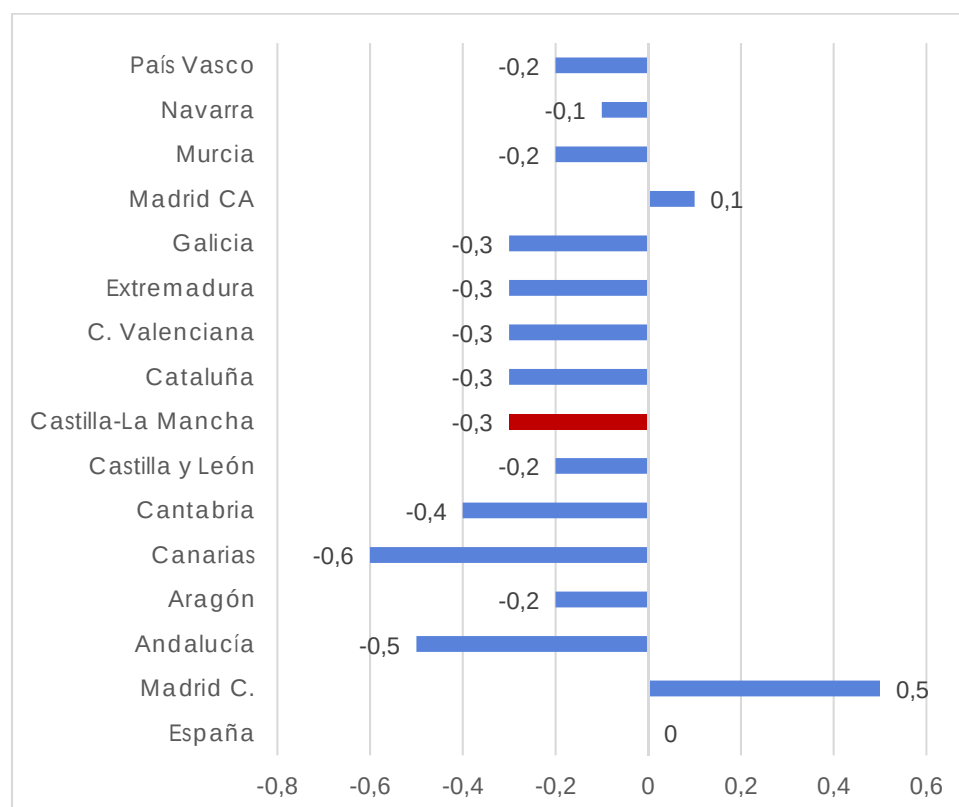


Gráfico 8.4. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Políticas gubernamentales de prioridad de apoyo al emprendimiento

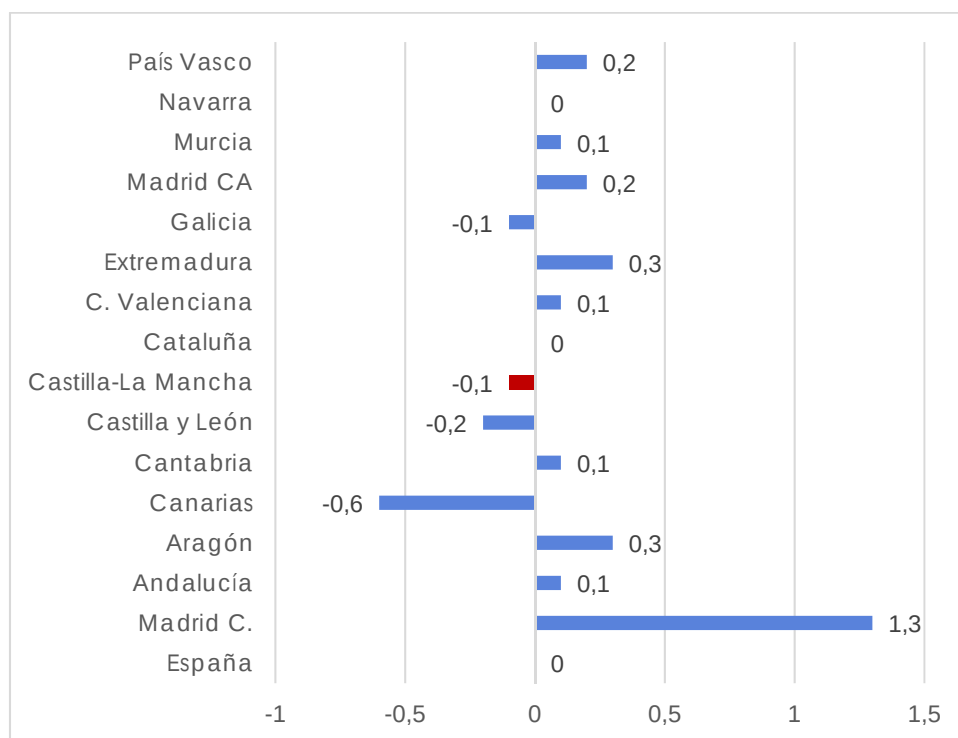


Gráfico 8.5. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Programas gubernamentales

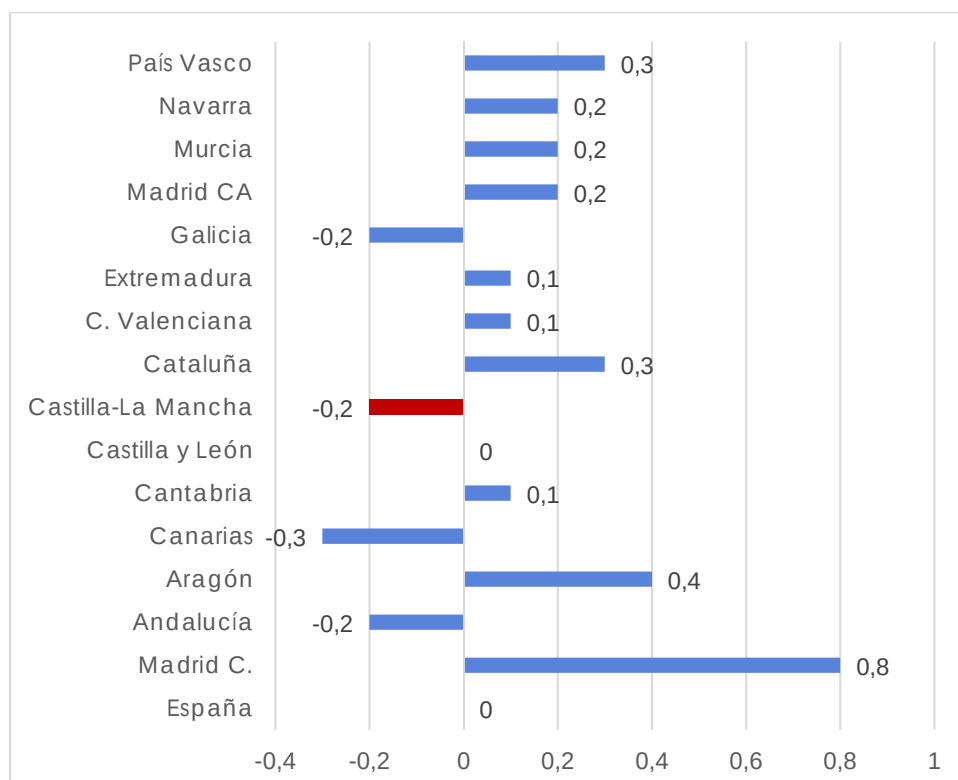


Gráfico 8.6. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Educación y formación en emprendimiento en etapa escolar

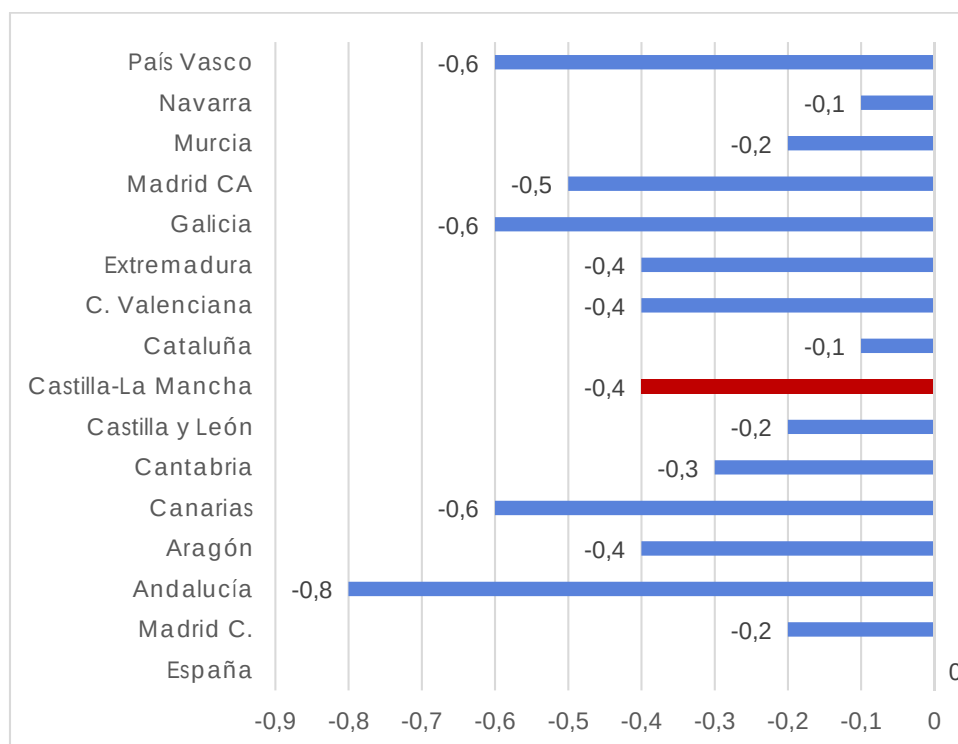


Gráfico 8.7. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Educación en emprendimiento en etapa post escolar

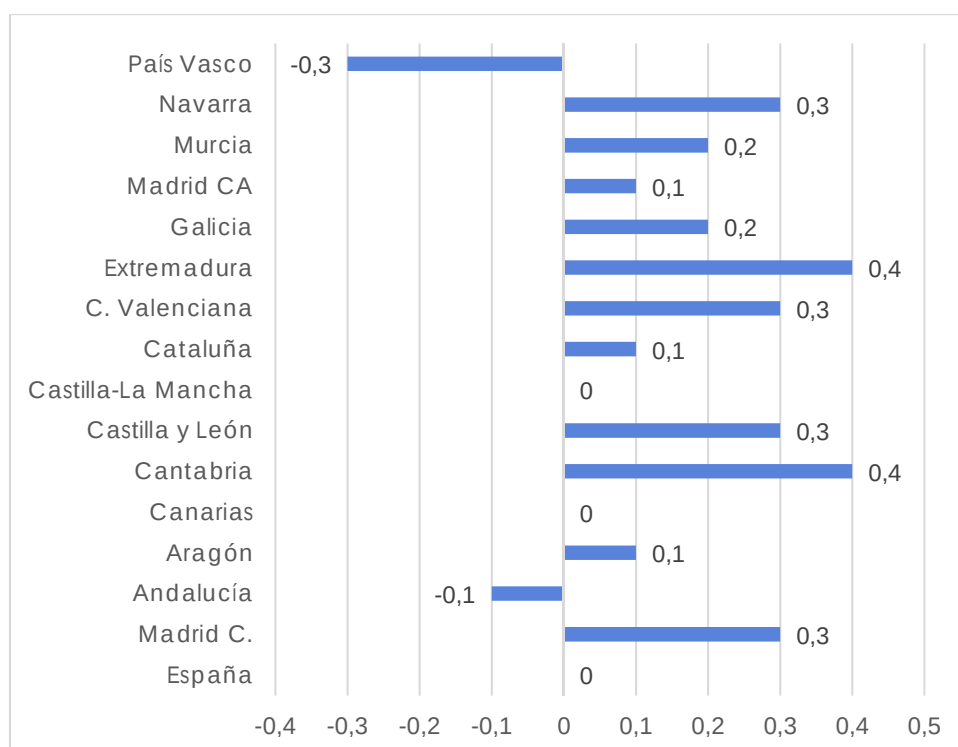


Gráfico 8.8. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Acceso a la Infraestructura comercial y profesional

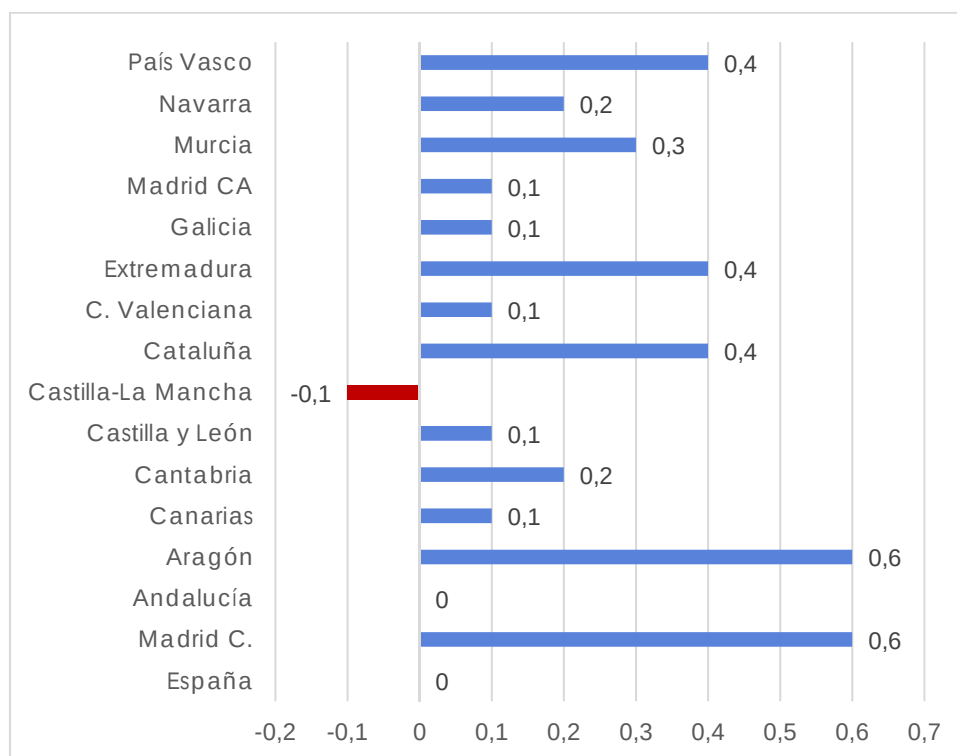


Gráfico 8.9. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Dinámica del mercado interno

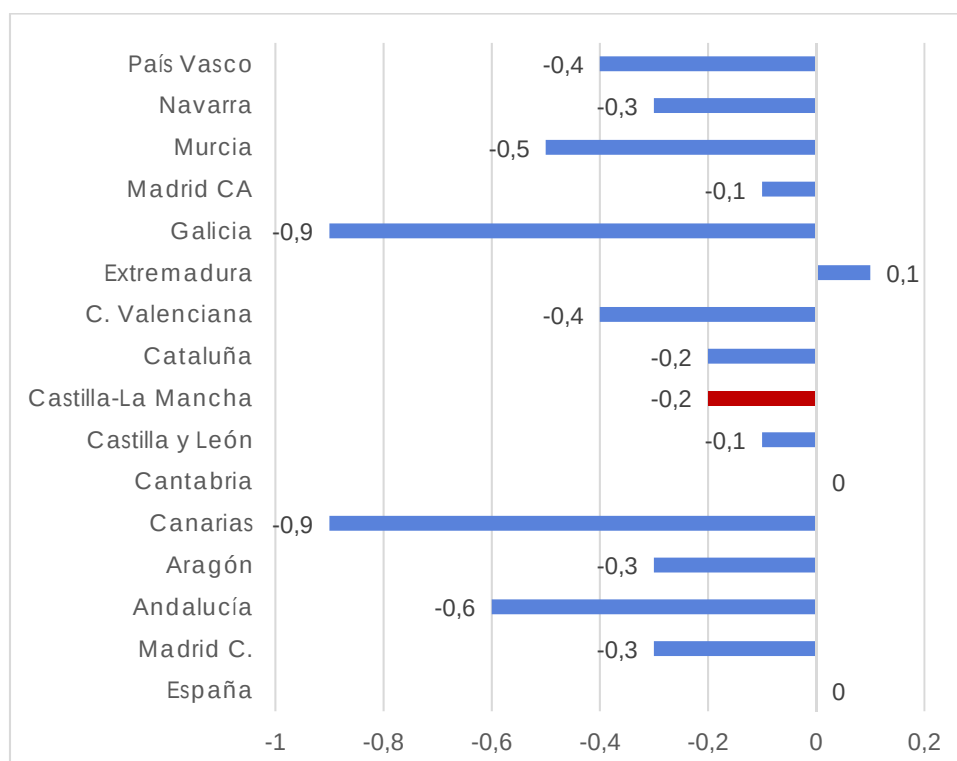


Gráfico 8.10. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA.: Acceso a infraestructura física

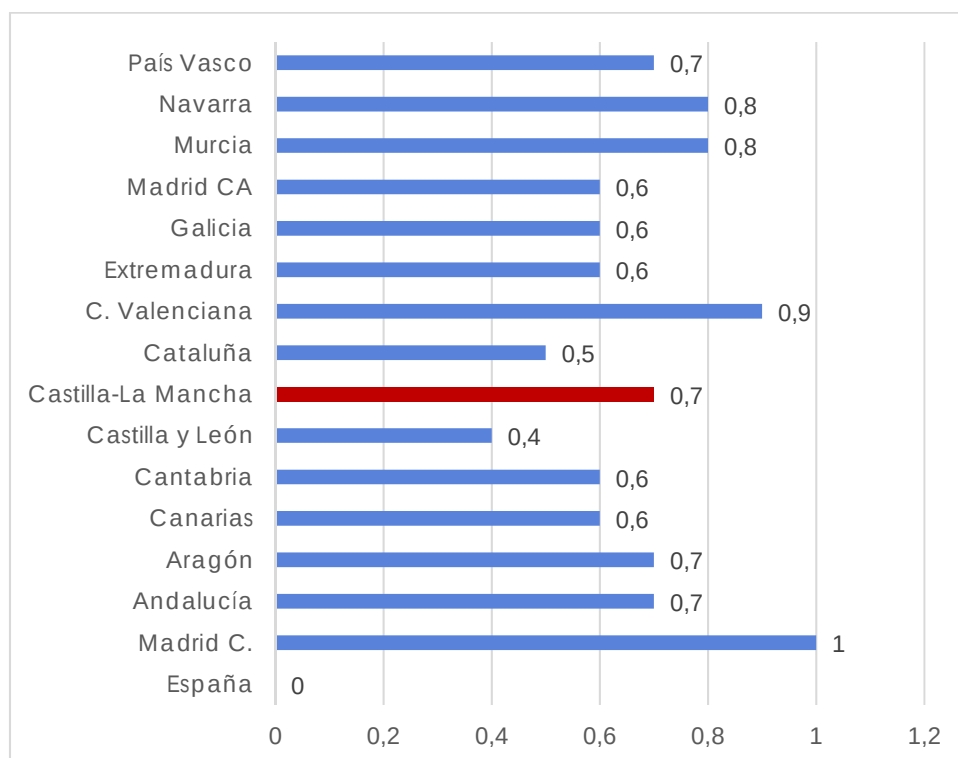


Gráfico 8.11. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA.: Normas sociales y culturales

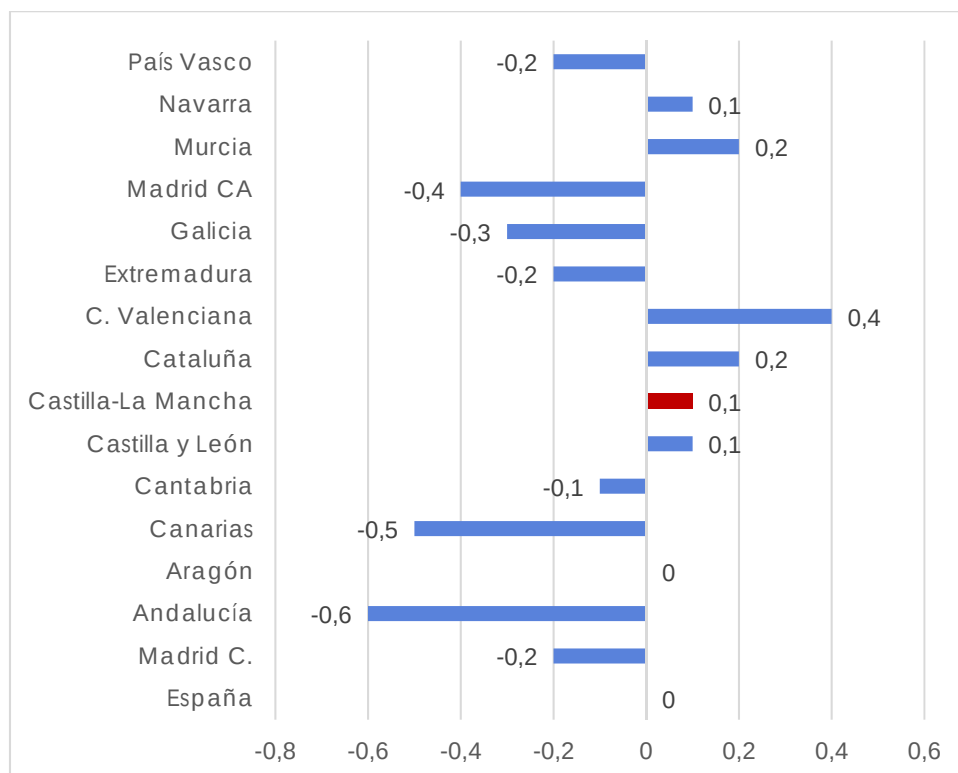
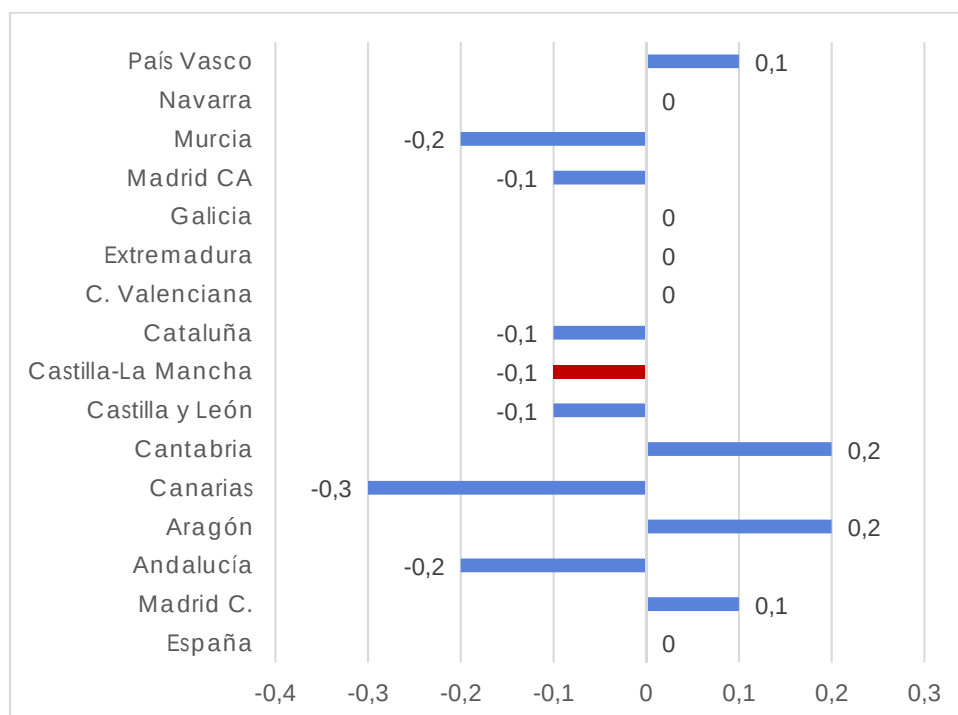


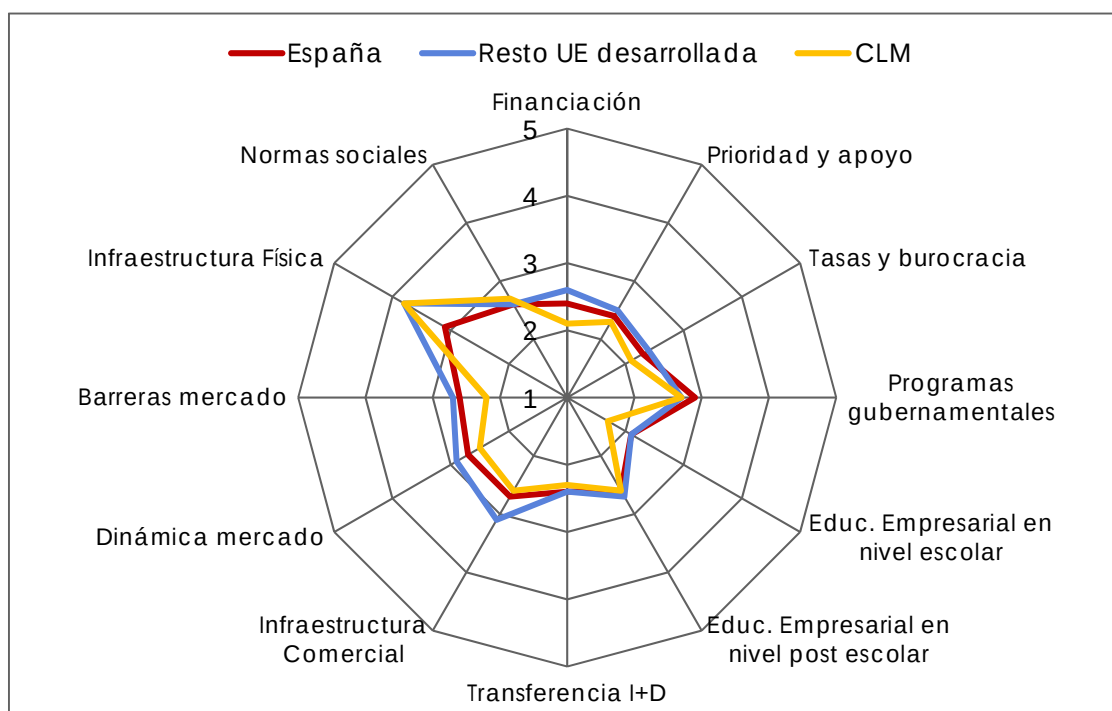
Gráfico 8.12. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA.: Transferencia de I + D



8.4. Comparación de la valoración del entorno general de Castilla-La Mancha con otros países de Europa

En el gráfico 8.13 se muestra la comparación de las valoraciones de los factores del entorno realizado por los expertos con la media de España y del resto de economías europeas.

Gráfico 8.13. Condiciones de entorno para emprender en Castilla-La Mancha, España y en el resto de economías europeas (media)

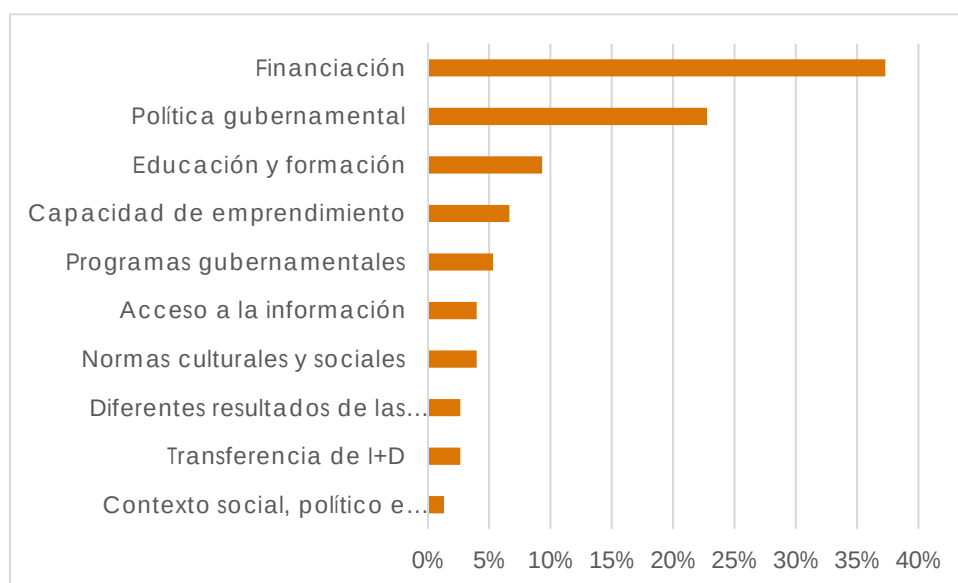


A la vista de los datos del gráfico 8.13, debemos señalar que la percepción de los expertos participantes en el estudio de Castilla-La Mancha es muy similar a la de los expertos de España y cercana a la media de los países europeos desarrollados incluidos en el proyecto GEM.

8.5. Obstáculos, apoyos y recomendaciones de los expertos para el emprendimiento en Castilla-La Mancha

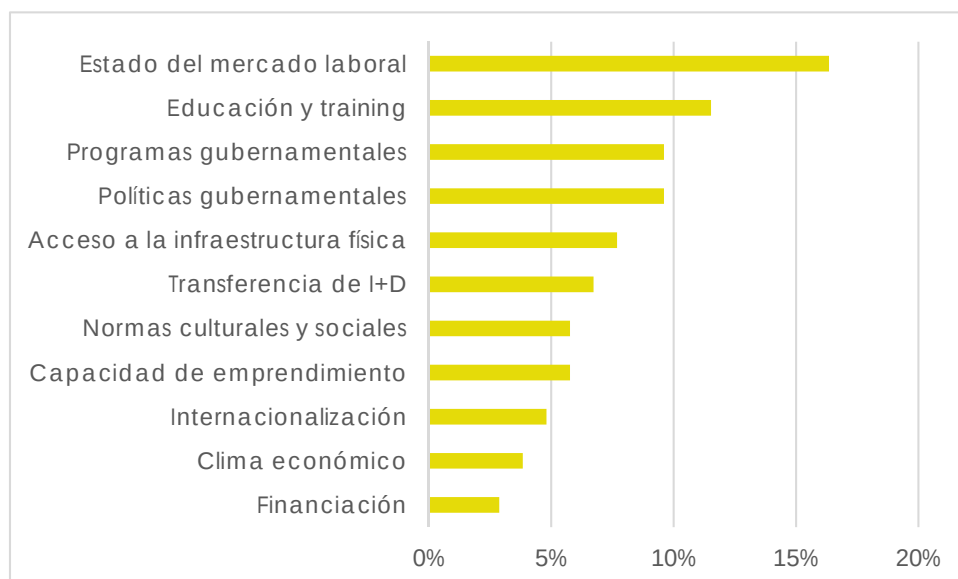
En el gráfico 8.14 recogemos la distribución de respuestas que los expertos han proporcionado acerca de los diferentes obstáculos que perciben en el contexto regional. Al ser cuestionados con una pregunta de respuesta abierta se ha procedido a agruparlas de acuerdo con la clasificación propuesta por el equipo GEM-NES Internacional que incluye 21 categorías. En el gráfico se recogen sólo aquellas que han recibido alguna respuesta.

Gráfico 8.14. Obstáculos al emprendimiento percibidos por los expertos en Castilla-La Mancha



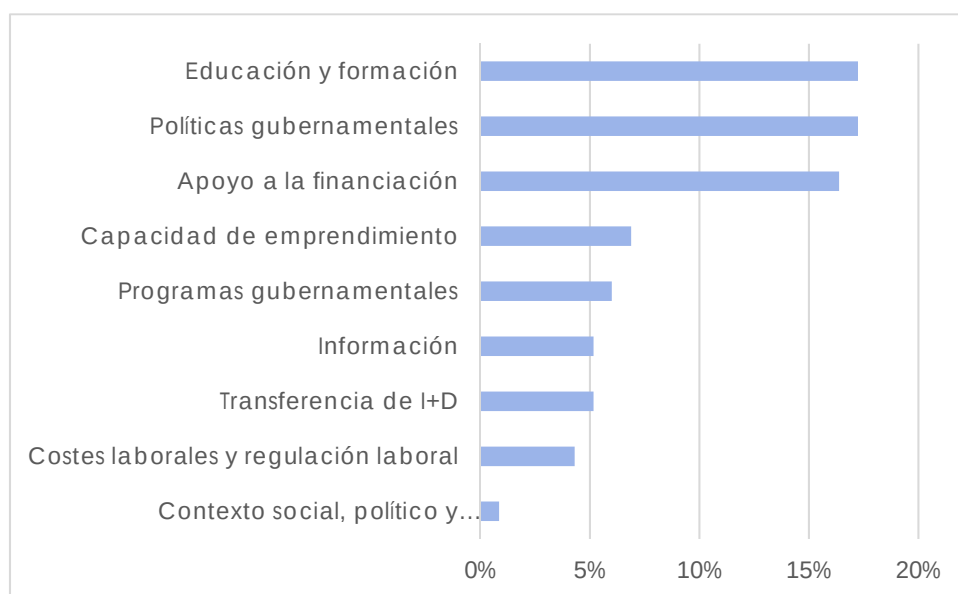
Los principales obstáculos apuntados por los expertos a nivel regional son la falta de adecuación de la financiación, la política gubernamental y la educación y formación.

Gráfico 8.15. Apoyos facilitadores del emprendimiento percibidos por los expertos en Castilla-La Mancha



En cuanto a las principales variables que fomentan la creación de empresas señaladas por los agentes encuestados, aparece el actual estado del mercado laboral y la educación y el *training*.

Gráfico 8.16. Recomendaciones realizadas por los expertos para la mejora del emprendimiento en Castilla-La Mancha



El 17% de los expertos encuestados señalan que es necesaria la mejora en la educación y en las políticas gubernamentales, la mejora en la financiación y de la capacidad de emprendimiento son señaladas por el 16% y 7% de los encuestados, respectivamente.

9. CONCLUSIONES

El presente informe se ha estructurado proporcionando información, en primer lugar, sobre valores y actitudes ante el emprendimiento de la población de Castilla-La Mancha, desagregando los resultados globales de la población en: población involucrada en el proceso de creación de empresas (emprendedores) y población no involucrada en la creación de empresas. Con la finalidad de poder obtener conclusiones que puedan orientar decisiones para diferentes tramos poblacionales, se ha desagregado también por edad, distinguiendo entre población adulta joven (de 18 a 34 años) y población adulta (de 35 a 64 años). En segundo lugar, se proporciona información sobre el proceso de creación y la dinámica empresarial, recogiendo datos sobre emprendedores potenciales, iniciativas nacientes, iniciativas nuevas, iniciativas consolidadas y abandonos. En tercer lugar, se incluye la información descriptiva sobre las iniciativas creadas: sobre las motivaciones para emprender, el perfil socioeconómico del emprendedor, descripción de los negocios creados, la financiación y por último, se intenta describir el entorno en el que se emprende en Castilla-La Mancha.

El análisis realizado de las variables anteriores incluye el estudio de la evolución desde el año 2012 al 2015 y la comparación con los valores obtenidos en la población española, de esta forma podemos relativizar los resultados de la población castellano-manchega y proporcionar conclusiones contextualizadas.

1. Valores y actitudes ante el emprendimiento

Los resultados obtenidos nos permiten observar que los valores relativos al emprendimiento de la población de Castilla-La Mancha son similares a los de la población media de España, no presentando diferencias significativas en casi ninguna de las variables contempladas. No obstante, a continuación,

presentamos las diferencias observadas que consideramos pueden poner de manifiesto una situación diferencial que conviene analizar para determinar si existe potencial de mejora de dichos valores con políticas concretas o bien si la situación diferencial, en caso de ser positiva puede ser el reflejo de decisiones y actuaciones realizadas con anterioridad. Además, incluimos la comparación de los cuatro últimos años de los valores de las actitudes ante el emprendimiento, lo que nos permite vislumbrar su evolución:

1. La población de Castilla-La Mancha percibe menos oportunidades para emprender a corto plazo que la media de la población de España (3,9% menos). Esta diferencia se amplía aún más si se analiza únicamente a la población que se encuentra involucrada en procesos de creación de empresas o en empresas de reciente creación. El diferencial existente entre los valores de los dos ámbitos geográficos se mantiene con respecto al pasado ejercicio. Debemos señalar, sin embargo, que en 2015 el porcentaje de población que percibe oportunidades para emprender se incrementa en 3,4 puntos, siguiendo la tendencia de aumento de los años anteriores.
2. EL 36,6% de la población posee una red social de emprendedores, esto supone que también se incrementan los emprendedores de Castilla-La Mancha que poseen una red social emprendedora (2,5% más que en 2014). El valor alcanzado está ligeramente por encima del de la media española.
3. La situación en cuanto a la valoración de sus propios conocimientos, habilidades y experiencias en emprendimiento de los emprendedores de Castilla-La Mancha se encuentra por encima de la media estatal (49,4% y 45,3%, respectivamente).
4. El porcentaje de emprendedores que no consideran el fracaso un obstáculo para emprender es inferior en España (43,1%) que en la región (45,7%). Este valor es reducido y no ha tenido variación en los últimos años. Esta escasa evolución se explicaría porque las variables culturales no pueden ser cambiadas en un corto plazo.
5. En 2014 se había observado en Castilla-La Mancha un cambio de tendencia con respecto a la valoración sobre las diferencias en el nivel de vida de la población, mejorando así la valoración de que

existieran estas diferencias (que nos permiten identificar la preferencia por sociedades más competitivas). Sin embargo, los valores de este año han vuelto a valores anteriores, presentando una región en la que el valor de ser competitivo se encuentra por debajo de la media nacional (6,9 puntos de diferencia).

6. La proporción de población de Castilla-La Mancha que considera que emprender es una buena opción profesional ha aumentado, pasando a tener un peso superior al de España (4,6% más), si bien es ligeramente inferior entre las personas involucradas en el proceso emprendedor.
7. El porcentaje de personas de Castilla-La Mancha que considera que el emprendimiento está relacionado con una mejora del status y el nivel de vida es similar a la media estatal.
8. En cuanto a la adecuada difusión del emprendimiento en los medios de comunicación, observamos que tanto en España como en Castilla-La Mancha se mantienen los porcentajes similares a los de los años anteriores. En torno al 46-47% de la población de los dos ámbitos geográficos considera que los medios de comunicación están contribuyendo a la difusión del emprendimiento.
9. El “índice de cultura emprendedora” de la población en Castilla-La Mancha, calculado a través de la valoración de los tres ítems - emprendimiento-buena opción profesional, emprendimiento-status social y emprendimiento en los medios de comunicación- presenta una valoración positiva en la misma proporción que dicho índice calculado para el caso de España. Además, su evolución ha mejorado al aumentar el porcentaje de población que se sitúa en el extremo superior con respecto a 2013 y 2014.
10. La comparación de los valores y percepciones de la población joven y de la población adulta nos permite apreciar como los jóvenes identifican en mayor medida oportunidades para emprender (12,7% más), mientras son los adultos los que poseen en mayor medida las habilidades necesarias para emprender (19,8% más).

2. Proceso emprendedor y dinámica empresarial

1. El 6,8% de la población adulta de Castilla-La Mancha tiene intención de emprender en los próximos años (3,4% menos que en el año 2014). A nivel estatal también se ha observado un empeoramiento de la situación alcanzándose un valor del 6,1% con una disminución del 1,9% respecto al año anterior.
2. El índice de actividad emprendedora considerando todas las iniciativas –nacientes y nuevas incluyendo además el autoempleo- es de 7,3% (2,0 puntos porcentuales más que el año anterior, lo que supone un aumento del 37,7%).
3. El 2,5% de las iniciativas anteriores son nacientes, es decir están todavía sin implantar. Este valor ha disminuido 0,7 puntos porcentuales con respecto a 2014.
4. El 4,8% son iniciativas con menos de tres años y medio que necesitan consolidarse. Este valor es superior a los valores medios para España y, comparado con el año anterior, ha aumentado 2,7 puntos porcentuales.
5. En cifras absolutas se puede estimar que existen 94.740 iniciativas empresariales y de autoempleo en fase inicial de creación, de las que 32.445 son nacientes y 62.295 son nuevas.
6. La tasa de actividad consolidada –empresas o iniciativas de autoempleo con más de 3 años y medio de actividad- es del 15,0%, este porcentaje se encuentra muy por encima de la media nacional (7,7%).
7. El número de emprendedores consolidados es 194.671, esto supone un aumento con respecto al año anterior de 57.641 emprendedores. Por tanto, en Castilla-La Mancha se ha producido un aumento importante de la actividad empresarial, con un incremento de la actividad consolidada del 4,6%.
8. El 2,3% de la población adulta ha abandonado o cerrado una actividad empresarial. La tasa real de cierres efectivos es de 1,8%, habiendo aumentado respecto a los datos de años anteriores. El valor de los cierres efectivos es mayor a la tasa de España (1,1%).

9. Las principales motivaciones para el abandono del negocio son la falta de rentabilidad y las razones familiares o personales.

3. Descripción de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

a. Motivaciones del emprendedor

1. El 61,9% de las iniciativas se crean para aprovechar una oportunidad en el mercado, mientras que el 34,0% de las empresas se crean por necesidad. Con respecto al año 2014 es mayor el porcentaje de emprendedores que aprovechan una oportunidad, disminuyendo el número de los que crean la empresa por necesidad.
2. En Castilla-La Mancha la principal motivación de los emprendedores para poner en marcha un negocio es el aumento de los ingresos, cambiando así la tendencia de los años anteriores en los que predominaba la búsqueda de mayor independencia (que sigue siendo la primera motivación a nivel estatal). Además, en Castilla-La Mancha se ha reducido la identificación del mantenimiento de los ingresos como motivación principal, ya que éste año sólo supone una motivación para el 4,6% de los emprendedores, frente al 29,8% del año 2014.

b. Perfil socio-económico del emprendedor

1. El perfil medio del emprendedor en Castilla-La Mancha nos indica que es de género masculino, en mayor proporción.
2. La edad del emprendedor medio oscila entre los 38 y los 49 años. Se observa una relación directa entre la edad del emprendedor y la de las empresas (como sería deseable: que las iniciativas potenciales pasaran a nacientes, de ahí a nuevas y, posteriormente, a consolidadas).
3. El nivel de formación del emprendedor medio es menor que el de España. En todas las fases de desarrollo de la empresa la formación

que presenta el emprendedor castellano manchego mayoritariamente es la de estudios de Primaria o Secundaria.

4. El emprendedor valora que tiene formación para emprender, tanto en la fase naciente como en la nueva, en general con porcentajes superiores al 50%. En las empresas consolidadas este porcentaje disminuye al 38,3%.
5. A diferencia de lo que se extraía de los datos de 2014, el emprendedor medio posee una renta inferior a la media en la mayoría de las etapas. Siendo media-baja en la fase de nueva empresa. Así, en cuanto al nivel de renta de los emprendedores, se aprecia un empeoramiento con respecto al año anterior, en el que predominaban las rentas medias.
6. El origen del emprendedor de la región es español, no recogándose ningún dato de emprendedores extranjeros inmigrantes.

c. Características de las actividades emprendedoras

1. Las actividades desarrolladas en Castilla-La Mancha están registradas en el Registro Mercantil en un porcentaje similar que en la población española, con diferencias según la fase de desarrollo de la empresa. En concreto, el 62,5% de las nacientes y el 4,5% de las nuevas no están registradas en Castilla-La Mancha, frente a 72,5% y 9,4% de nacientes y nuevas en España.
2. El sector de actividad mayoritario de las nuevas empresas es el sector de servicios orientados al consumo (55,6%) seguido del de servicios a empresas (19,4%), apareciendo también representados el sector transformador (13,9%) y el extractivo (11,1%).
3. Las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha presentan una mayor proporción de empresas sin empleados 58,3%. Entre las que tienen empleados, la mayoría de las empresas cuentan con un número de empleados de 1 a 5 (38,0%) y de 6 a 19 empleados (3,7%). Además, presentan unas expectativas de crecimiento del empleo menos positivas que en 2014.

4. El tamaño de las iniciativas consolidadas presenta una distribución similar a las iniciativas emprendedoras, siendo importante el porcentaje de empresas sin trabajadores –autoempleo-, suponiendo éstas el 54,5% del total. Las expectativas de crecimiento del empleo se concentran completamente en las empresas que tienen entre 1 y 5 trabajadores (39,7%) y en menor medida en aquéllas con un número de trabajadores entre 6 y 19 (5,9%).
5. El 58,8% de las empresas en fases iniciales han creado sus negocios en sectores con una gran competencia, frente al 5,5% que se sitúan en sectores en lo que no tienen competencia.
6. El 4,5% de las empresas en fase de consolidación están actuando en sectores sin competencia y el 74,3% en sectores con una alta intensidad competitiva.
7. El grado de innovación de las empresas nacientes y nuevas descende claramente con respecto a los datos del año pasado, pasando del 18,9% de empresas totalmente innovadoras al 4,1%, aumentando. Las empresas que se consideran algo innovadoras pasan del 20,8% al 26,2% del total.
8. El 30,4% de las empresas nacientes y nuevas utilizan tecnología nueva o de última generación, frente al 12,9% de las empresas consolidadas, aumentando el uso de tecnologías más modernas con respecto al 2014.
9. El 94,5% de las iniciativas emprendedoras se da en sectores de baja tecnología, alcanzando un porcentaje similar en iniciativas consolidadas (94,7%).
10. El 83,9% de las empresas nuevas presentan el nivel más bajo en intensidad exportadora, este porcentaje prácticamente se mantiene (86,1%) cuando nos referimos a las consolidadas. Estos datos son muy similares a los de 2014, mostrando una clara deficiencia en la presencia de empresas regionales en los mercados exteriores, que no tiende a corregirse.
11. Las expectativas de crecimiento en el mercado son escasas en las empresas nacientes y nuevas, entre las cuales sólo un 26,4% espera tener alguna expansión. En el caso de las empresas consolidadas, el

16,9% espera alguna expansión, el 86,9% no espera expansión alguna. Las expectativas de crecimiento son inferiores a las que tienen los emprendedores del ámbito nacional en las empresas nacientes y nuevas, y más similar en el caso de las consolidadas.

d. Financiación de las iniciativas emprendedoras

1. Las iniciativas nacientes necesitaron en Castilla-La Mancha una media de 30.168 euros de capital, por debajo de la media nacional.
2. El capital medio aportado por el emprendedor en las iniciativas emprendedoras fue de 29.792 euros.
3. El 2,7% de la población invirtió en nuevos negocios en los últimos tres años, porcentaje superior al del año 2014 (2,3%), pero inferior al de España en el presente año.
4. La relación entre el inversor que financia y el emprendedor, en la mayoría de los casos, es estrecha: familiar (66,7%) o amigo (22,5%).

4. Entorno de emprendimiento

1. En general las valoraciones otorgadas por los expertos sobre el entorno de emprendimiento son muy cercanas a la media nacional, lo que indica que la región no presenta factores diferenciadores importantes frente a otras regiones de España.
2. Los factores mejor valorados por parte de los expertos del entorno de emprendimiento son el estado de las infraestructuras físicas y las normas sociales y culturales.
3. Según la valoración otorgada por los expertos se detectan deficiencias, un año más, en el factor financiero, considerándolo como el principal obstáculo, junto con la política gubernamental y la educación y formación para el emprendimiento.

El informe GEM Castilla-La Mancha 2015 pone de manifiesto una mejora en las tasas de emprendimiento en la región. El aumento de la tasa de emprendimiento ha servido para situar a la región muy por encima de la media estatal, siendo sólo superada por las Islas Baleares. El incremento

en la tasa emprendedora se ha concentrado en el aumento del número de empresas nuevas y en la fase de consolidación, mientras en la fase naciente se ha producido una leve reducción. Sin embargo, las expectativas no son tan positivas si analizamos el dato sobre los proyectos para emprender en Castilla-La Mancha en los próximos tres años. Este indicador ha disminuido este año de forma notable, si bien aún se encuentra por encima de la media de España.

Uno de los obstáculos para el desarrollo del fenómeno emprendedor en la región parece ser el miedo al fracaso, presentándose éste como un limitante en la creación de empresas para la población de Castilla-La Mancha, al igual que lo hace a nivel estatal. El empeoramiento de indicadores como el desarrollo del espíritu competitivo sería otra de las limitaciones a señalar. Como factores positivos en la región aparecerían, sin embargo, el auto-reconocimiento de poseer los conocimientos y habilidades para emprender o la mejora en la opinión de que emprender es una buena opción profesional.

Al analizar factores que se consideran directamente relacionados con la competitividad, como son: la innovación, la competencia en el sector, el uso de tecnologías punteras o la exportación, observamos varias líneas en las que existe margen de mejora. Castilla-La Mancha se encuentra por debajo de la media nacional en la utilización de tecnologías de menos de un año, en la ubicación en mercados sin competencia y, especialmente, en sus niveles de exportación, siendo, por tanto, estos ámbitos en los que habría que focalizar los esfuerzos de mejora.

Las valoraciones de los expertos evidencian también aspectos a mejorar para fomentar el emprendimiento regional, con medidas que especialmente deberían estar dirigidas a mejorar la financiación a los emprendedores, a reformar las políticas gubernamentales sobre burocracia e impuestos y a mejorar la educación y formación para el emprendimiento.

10. ANEXOS

REFERENCIAS

Acs, Z.J. (2006). How Good is Entrepreneurship for Economic Growth? Innovations, Winter 2006.

Aleman, L; Marina, J.A.; Pérez Díaz-Pericles, J.M.; Pellicer, C; Álvarez, B. & Torrejón, J.L. (2013). Aprender a Emprender. Cómo Educar el Talento Emprendedor. Ed. Fundación Príncipe de Girona/Aula Planeta. Barcelona.

Amorós, J.E; Bosma, N. & Global Entrepreneurship Research Association (2014): Global Entrepreneurship Monitor. 2013 Global Report. Universidad del Desarrollo.

Hernández, R.; Coduras, A.; Vaillant, Y.; Batista, R.M^a; Sosa, S.; Mira, I. & Martínez, J. (2012). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2012. Cise y Fundación Xavier de Salas. Trujillo.

Comisión Europea (2012). Crecimiento y Empleo: próximos pasos. Presentación del Sr. D. J.M. Barroso, Presidente de la Comisión Europea, al Consejo Europeo informal de 30 de enero de 2012, Bruselas. http://ec.europa.eu/europe2020/documents/documents-and-reports/subject/employment-and-socialaffairs/index_es.htm

Global Entrepreneurship Monitor – Castilla-La Mancha (2012, 2013, 2014): http://www.uclm.es/profesorado/juanjimenez/GEM-CLM/GEM-CLM_principal.htm

Global Entrepreneurship Monitor – Consortium (2012, 2013, 2014, 2015): <http://www.gemconsortium.org/>

Global Entrepreneurship Monitor – España (2012, 2013, 2014, 2015): <http://www.gemespaña.es/>

- Kelley, D.J.; Singer S. & Herrington, M. (2012). Global Entrepreneurship Monitor. 2011 Global Report. Babson Park: Babson College; Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur: Universti Tun Abdul Razak.
- Krueger, N. F. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory & Practice*, Fall. pp 5 – 21.
- Ortega, I. (2013). Políticas Públicas para los Emprendedores. Euroeditions. Madrid.
- Peña, I; Guerrero. M.; González-Pernía, J.L. et al. (2014). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2013. Cise, Santander Universidades, Fundación Rafael del Pino.
- Peña, I; Guerrero. M.; González-Pernía, J.L. et al. (2015). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2014. Cise, Santander Universidades, Fundación Rafael del Pino.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-García, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Singer, S; Amorós, J.E.; Moska, D. & Global Entrepreneurship Research Association (2015): Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report. Tecnológico de Monterrey.
- Veciana, J.M. (1997). ¿Emprendedor o Empresario? Publicado en *Innovando. Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de Icesi*. Cali, Colombia.
- Xavier, S. R.; Kelley, D.J.; Kew, J.; Herrington, M.; Vorderwüllbecke, A. (2013): “Global Entrepreneurship Monitor. 2012 Global Report”. Babson Park: Babson College; Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur: Universti Tun Abdul Razak.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1. Proceso emprendedor según la metodología GEM	23
Figura 3.2. Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha: Nacientes y Nuevas.....	27
Figura 3.3. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población de 18-64 años	30
Figura 4.1. Distribución de la actividad emprendedora total 2015 en Castilla-La Mancha en función de la motivación principal y de los motivos secundarios. .	34

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1. Evolución de la percepción de la existencia de oportunidades para emprender en el corto plazo en Castilla-La Mancha.....	8
Gráfico 2.2. Evolución en la percepción de posesión de red social emprendedora en población involucrada y no involucrada en la creación de empresas en Castilla-La Mancha	9
Gráfico 2.3. Evolución en la valoración acerca de la posesión de conocimientos habilidades y experiencia para emprender en Castilla-La Mancha	10
Gráfico 2.4. Evolución de la percepción de temor al fracaso como obstáculo para emprender	12
Gráfico 2.5. Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida en Castilla-La Mancha.....	13
Gráfico 2.6. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Castilla-La Mancha.....	14
Gráfico 2.7. Evolución de la opinión de que emprender proporciona éxito y estatus social y económico	15
Gráfico 2.8. Evolución de la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación en CLM	16
Gráfico 2.9. Grado de cultura al apoyo del emprendimiento	17
Gráfico 2.10. Perfil de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras	19
Gráfico 2.11. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta en Castilla-La Mancha.	22
Gráfico 2.12. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población en Castilla-La Mancha y en España.	22
Gráfico 3.1. Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora en España y CLM	26
Gráfico 3.2. Distribución regional de actividad emprendedora TEA.....	28
Gráfico 3.3. Distribución regional de la actividad emprendedora: Naciente.....	28
Gráfico 3.4. Distribución regional de la actividad emprendedora: Nueva.....	28
Gráfico 4.1. Evolución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación en Castilla-La Mancha.....	35
Gráfico 4.2. Distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender. Comparación España y Castilla-La Mancha	36

Gráfico 5.1. Evolución de la distribución de género en las distintas fases del proceso emprendedor.	37
Gráfico 5.2. Distribución de género en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	38
Gráfico 5.3. Distribución de la población emprendedora de Castilla-La Mancha por edades y fases del proceso emprendedor.....	39
Gráfico 5.4. Distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	39
Gráfico 5.5. Evolución de la distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha	40
Gráfico 5.6. Tasa de Actividad Emprendedora de cada grupo de edad en España y en Castilla-La Mancha	40
Gráfico 5.7. Distribución del nivel de estudios en las distintas etapas del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha y en España	42
Gráfico 5.8. Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los individuos involucrados en las distintas fases de emprendimiento. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	42
Gráfico 5.9. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España y Castilla-La Mancha	44
Gráfico 6.1. Registro de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha por estados de desarrollo de las iniciativas.....	48
Gráfico 6.2. Evolución de la distribución las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha y en España según el sector de actividad	49
Gráfico 6.3. Evolución de la distribución de las iniciativas consolidadas en Castilla-La Mancha y en España según Sector de actividad	49
Gráfico 6.4. Evolución de la distribución de iniciativas en fase emprendedora según su dimensión en España y Castilla-La Mancha	51
Gráfico 6.5. Evolución en la distribución de las empresas consolidadas según su dimensión en España y Castilla-La Mancha.....	52
Gráfico 6.6. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha	52
Gráfico 6.7. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según el tramo de empleo esperado en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha	53
Gráfico 6.8. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia de su sector en España y en Castilla-La Mancha	54

Gráfico 6.9. Evolución de la distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia de su sector en España y en Castilla-La Mancha	54
Gráfico 6.10. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha	55
Gráfico 6.11. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha	56
Gráfico 6.12. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha	56
Gráfico 6.13. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha	57
Gráfico 6.14. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad tecnológica del sector en España y Castilla-La Mancha	58
Gráfico 6.15. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la intensidad tecnológica del sector en España y en Castilla-La Mancha	58
Gráfico 6.16. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha	60
Gráfico 6.17. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha	60
Gráfico 6.18. Evolución de la distribución de las empresas en fase emprendedora según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha	61
Gráfico 6.19. Evolución de la distribución de las empresas consolidadas según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha	62
Gráfico 6.20. Posicionamiento relativo de los rasgos de la actividad emprendedora en diferentes países europeos	63
Gráfico 6.21. Posición relativa regional de las actividades emprendedoras de Castilla-La Mancha	65
Gráfico 6.22. Emprendimientos por oportunidad en diferentes ámbitos geográficos.....	66
Gráfico 6.23. Emprendimientos con expectativas de crear cinco empleos en los próximos 5 años en diferentes ámbitos geográficos	67
Gráfico 6.24. Emprendimientos con alta innovación en diferentes ámbitos geográficos.....	68
Gráfico 6.25. Emprendimiento sin competencia en el mercado en diferentes ámbitos geográficos	69

Gráfico 6.26. Emprendimiento con fuerte orientación internacional en diferentes ámbitos geográficos	70
Gráfico 7.1. ¿Ha proporcionado fondos a un negocio nuevo en los últimos tres años?.....	73
Gráfico 7.2. Índices de actividad emprendedora y tasa de inversión en España y en Castilla-La Mancha.....	74
Gráfico 7.3. ¿Ha proporcionado valor a un negocio nuevo en los últimos tres años?.....	74
Gráfico 8.1. Condiciones de entorno para emprender. Valoración media en 2012, 2013, 2014 y 2015.	78
Gráfico 8.2. Condiciones de entorno para emprender. Comparación de España y Castilla-La Mancha.....	79
Gráfico 8.3. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo financiero.....	800
Gráfico 8.4. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Políticas gubernamentales de prioridad de apoyo al emprendimiento	81
Gráfico 8.5. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Programas gubernamentales	81
Gráfico 8.6. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Educación y formación en emprendimiento en etapa escolar.....	82
Gráfico 8.7. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Educación en emprendimiento en etapa post escolar.....	82
Gráfico 8.8. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Acceso a la Infraestructura comercial y profesional.....	83
Gráfico 8.9. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Dinámica del mercado interno	83
Gráfico 8.10. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Acceso a infraestructura física..	84
Gráfico 8.11. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Normas sociales y culturales	84
Gráfico 8.12. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Transferencia de I + D	85
Gráfico 8.13. Condiciones de entorno para emprender en Castilla-La Mancha, España y en el resto de economías europeas (media)	86
Gráfico 8.14. Obstáculos al emprendimiento percibidos por los expertos en Castilla-La Mancha	87

Gráfico 8.15. Apoyos facilitadores del emprendimiento percibidos por los expertos en Castilla-La Mancha87

Gráfico 8.16. Recomendaciones realizadas por los expertos para la mejora del emprendimiento en Castilla-La Mancha88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Indicadores de emprendimiento	5
Tabla 2.1. Evolución de la Percepción de la existencia de oportunidades para emprender en el corto plazo en España y Castilla-La Mancha	8
Tabla 2.2. Evolución de la percepción de modelos de referencia en España y en Castilla-La Mancha.....	9
Tabla 2.3. Evolución de la percepción de los conocimientos y experiencia para emprender en España y en CLM	11
Tabla 2.4. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como	12
Tabla 2.5. Evolución de la preferencia por una sociedad menos competitiva en España y Castilla-La Mancha	13
Tabla 2.6. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en España y en CLM	14
Tabla 2.7. Evolución de la opinión de que emprender proporciona estatus social y económico en España y Castilla-La Mancha	15
Tabla 2.8. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación en España y en Castilla-La Mancha.....	16
Tabla 2.9. Evolución del índice de cultura de apoyo al emprendimiento en España y en Castilla-La Mancha	18
Tabla 2.10. Percepciones de los expertos GEM-Castilla-La Mancha acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población	20
Tabla 3.1. Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha y en España	26
Tabla 4.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población castellano manchega de 18-64 años)	34
Tabla 5.1. Nivel de renta en las diferentes fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha	43
Tabla 5.2. Perfil medio del emprendedor de Castilla-La Mancha.....	45
Tabla 6.1. Número de propietarios según estado de la iniciativa	50
Tabla 7.1. Características y distribución del capital semilla en iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha	72

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN: Encuestas a la población adulta (APS)

Ítems	Detalle
Universo (1)	Población residente en la Comunidad Autónoma de 18 a 64 años
Población objetivo	1.297.810 individuos
Muestra	1.000 individuos
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios de las 5 provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios de población urbana y rural. En una segunda etapa se obtienen, aleatoriamente, números de teléfono correspondientes al municipio.
Metodología	Encuesta telefónica mediante el sistema CATI (<i>Computer Assistance Telephone Interview</i>)
Error muestral (+/-) (2)	±3,10% para el conjunto
Nivel de confianza	95,0%
Periodo de realización	Junio-Julio de 2015
Trabajo de campo	Instituto Opinómetro
Codificación y base de datos	Instituto Opinómetro
Análisis y tratamiento de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Programa estadístico	SPSS V.22.0

(1) Fuente: INE 2014

(2) El error muestral se ha calculado para poblaciones finitas, hipótesis P=Q=50% o de máxima indeterminación

La distribución de las 1.000 entrevistas de la muestra de Castilla-La Mancha por género, edad ámbito y provincia se han distribuido de la siguiente manera:

Provincia	Género		Edad					Ámbito		Total
	hombre	mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	rural	urbano	
Albacete	95	96	22	42	49	47	31	48	143	191
Ciudad Real	127	123	27	53	62	65	43	45	205	250
Cuenca	52	48	9	21	24	25	21	49	51	100
Guadalajara	64	59	13	25	37	30	18	41	82	123
Toledo	174	162	35	75	92	78	56	133	203	336

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN: Encuestas a Expertos (NES)

Ítem	Detalle
Muestra	52 expertos
Selección de la muestra	Muestra de conveniencia: entrevistas a expertos de la Comunidad relacionados con distintos aspectos de la actividad emprendedora.
Metodología	Correo electrónico con enlace
Periodo de realización	Junio-Julio 2015
Trabajo de campo	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Codificación y base de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Análisis y tratamiento de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Programa estadístico	SPSS V.22.0

Los datos utilizados en la realización de este informe han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación solamente es responsabilidad de los autores.

RELACIÓN DE EQUIPOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN RED GEM ESPAÑA 2015

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz UTE Fujitsu Magtel
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Gobierno de Aragón. Departamento de Economía, Industria y Empleo
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (coordinadora) Gemma Hernando Moliner Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Sánchez Ruiz	Banco Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Gualarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Figuls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Adrián Rabadán Guerra	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	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Fgulem
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School (Madrid)	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba Iñaki Ortega Cachón	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Avante Extremadura Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundecyt - Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Marta Amate López (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández José Manuel Maceira Blanco Rafael Serrano Hernández Guillermo Viña González Norberto Penedo Rey Enrique Gómez Fernández Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidad de Santiago de Compostela (USC)

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Madrid ciudad	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director Técnico) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Ayuntamiento de Madrid
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra King's College London (UK)	Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
País Vasco	Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco) Iñaki Peña José L. González-Pernía María Saiz Jon Hoyos Nerea González David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España

EQUIPO GEM ESPAÑA 2015

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Com. de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco





