



OBSERVATORIO DEL
EMPRENDIMIENTO
DE ESPAÑA
+25 años de datos

INFORME ^N GEM ESPAÑA

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR **24-25**



Colabora:

OBSERVATORIO **MAPFRE**
DE FINANZAS SOSTENIBLES





OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA

+25 años de datos

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe GEM España 2024/25

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



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

Anual

Otro título: GEM

Otro título: GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Informe España

En la port.: Observatorio del Emprendimiento de España.

Descripción basada en: 2014.

ISSN 1695-9302 = Global Entrepreneurship Monitor. España

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

347.72.02(460)

658.016.1(460)

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

Nota técnica: El hecho de que en algunos gráficos o tablas la suma de porcentajes sea 99%, 99.9%, 100.1% o 101% en lugar de 100%, se atribuye al redondeo de las variables utilizadas en los cálculos. Este redondeo puede generar pequeñas discrepancias en la suma total de porcentajes, sin que ello implique un error, permitiendo una mayor claridad en el análisis de la información.

Citar:

Calvo, N.; Fernández-Laviada, A.; Monje-Amor, A. & Atrio, Y. (2025). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2024-2025. Ed. Universidad de Cantabria. DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2025.012>

© Observatorio del Emprendimiento de España

© Los autores del informe: Nuria Calvo (Universidade da Coruña), Ana Fernández-Laviada (Universidad de Cantabria), Ariadna Monje-Amor (Universidade da Coruña) y Yago Atrio (Universidade de Santiago de Compostela)

© Editorial de la Universidad de Cantabria

www.editorial.unican.es

ISNI: 0000 0005 0686 0180

ISSN: 1695-9302

D.L.: SA 324-2025

DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2025.012>

Impreso en España – *Printed in Spain*

Imprime: DOSGRAPHIC, S. L.

Sumario

Presentaciones

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

Prólogo

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

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

¿Cómo obtenemos los datos?	15
---	-----------

Resumen ejecutivo	17
--------------------------------	-----------

Executive Summary	21
--------------------------------	-----------

Cuadro de indicadores	24
------------------------------------	-----------

Capítulo 1. Contexto emprendedor	27
---	-----------

1.1. ¿Qué percibe la población?	27
1.2. ¿Qué perciben los expertos?	29
1.3. Perspectiva internacional y por CC.AA.	36

Capítulo 2. El proceso emprendedor	41
---	-----------

2.1. Indicadores del proceso emprendedor	41
2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	44
2.3. Perspectiva internacional y por CC.AA.	46

Capítulo 3. Perfil de la persona emprendedora	49
--	-----------

3.1. Motivación	49
3.2. Edad	50
3.3. Sexo	51
3.4. Educación	53
3.5. Minorías	55
3.5.1. Extranjeros residentes en España	55
3.5.2. Personas con discapacidad	58
3.5.3. Rural	60



Capítulo 4. Perfil de las iniciativas emprendedoras	63
4.1. Fuentes de financiación	63
4.2. Sector de actividad	67
4.3. Tamaño	68
4.4. Expectativas de crecimiento	71
4.5. Forma jurídica	72
4.6. Nivel tecnológico	74
4.7. Innovación en producto y en proceso	77
4.8. Inteligencia artificial y digitalización	81
4.8.1. Importancia de la inteligencia artificial	81
4.8.2. Expectativas de digitalización	85
4.9. Orientación internacional	88
4.10. Orientación hacia la sostenibilidad	91
Anexo. Glosario	97
Benchmarking	98
Casos de emprendimiento	105
Relación equipos red GEM España 2024-2025	127
Índice de tablas	133
Índice de figuras	135





OBSERVATORIO DEL
EMPRESARIADO
DE ESPAÑA
+25 años de datos



Más de 25 años de datos: historia de un proyecto colaborativo ejemplar

Este año es, sin duda, muy especial. Celebramos los 25 años del proyecto GEM en España. Un cuarto de siglo observando, analizando y comprendiendo el fenómeno emprendedor. Como presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España, desde donde se coordina el proyecto, es un honor liderar esta red que reúne a 26 equipos y casi 200 investigadores comprometidos con un objetivo común: generar conocimiento riguroso, útil y compartido sobre el emprendimiento.

Desde hace más de una década asumo anualmente el reto de elaborar un informe de referencia, manteniendo los estándares de calidad científica que hacen del GEM un proyecto reconocido a nivel mundial. Pero este informe no sería posible sin el compromiso y la generosidad de todas las personas que lo hacen realidad. Detrás de cada dato, gráfico y reflexión hay equipos que, año tras año –algunos desde hace más de 20– buscan financiación, movilizan recursos y suman su voz al análisis nacional. A todas ellas, mi más sincero agradecimiento.

El informe de este año muestra luces y sombras. La actividad emprendedora reciente (TEA) sigue creciendo, pero la intención de emprender se estanca. Mejora la percepción del entorno, y la Inteligencia Artificial irrumpe con fuerza como un elemento clave para el futuro de las iniciativas. La ambición crece, aunque el ciclo de vida del emprendedor individual se acorta. La edad media de inicio sigue siendo más alta que en otros países de referencia. Persisten diferencias por sexo y emergen nuevas dinámicas: el colectivo extranjero impulsa el crecimiento y aumentan las iniciativas desde la diversidad y el ámbito rural.

Esta edición también nos recuerda la fragilidad del ecosistema que hemos construido. La continuidad del

proyecto en muchas regiones aún depende de apoyos que deben renovarse cada año, pese a la importancia estratégica de los datos que generamos para diseñar políticas públicas, programas de apoyo y estudios sobre cultura emprendedora. Nos preocupa que, siendo un referente internacional, en algunas comunidades tengamos que seguir justificando por qué invertir en este conocimiento.

Queremos agradecer especialmente el respaldo de **ENISA**, pilar institucional del proyecto desde 2014, así como el apoyo del **Observatorio MAPFRE de Finanzas Sostenibles** y la **Fundación Rafael del Pino**, que hacen posible la presentación de este informe. También a otras entidades que enriquecen nuestra labor con informes temáticos, como **Youth Business Spain**, **Fundación ONCE**, el **Instituto de las Mujeres**, o el **Observatorio Ageingnomics de MAPFRE**.

Gracias a todas estas alianzas, y a casi un centenar de sponsors a nivel regional, el Observatorio del Emprendimiento sigue creciendo. Pero, sobre todo, sigue vivo. Gracias al trabajo colectivo de una red que no solo es científica, sino también profundamente humana. Personas que hacen del GEM no solo un proyecto de investigación, sino una familia.

Y aunque no puedo ocultar el vértigo que produce sostener un proyecto de esta envergadura –con un coste que pocos imaginan y difícil de igualar–, también tengo esperanza. Porque si hemos llegado hasta aquí, ha sido gracias a todos. Y confío, de corazón, en que también llegaremos a nuestras bodas de oro.

Gracias por acompañarnos. Gracias por creer. Gracias por seguir construyendo GEM.

Ana Fernández Laviada

Presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

enisa

303 millones de razones para impulsar tu empresa

Enisa, nuevos tiempos

enisa.es





El emprendimiento, cuna de oportunidades

Hay un refrán que aplica a todo en la vida, pero en el emprendimiento, aún más. Es el dicho de que “lo que no se comienza, nunca se acaba”. Y es que comenzar, en un contexto geopolítico tan sensible y cambiante como el que nos envuelve, es un infinitivo urgente y necesario.

Esa urgencia no puede surgir de la nada o aplicarse cual paliativo sin un plan previo. Por eso, desde instituciones públicas como Enisa, trabajamos y cuidamos con ahínco, desde hace años, la que sabemos que es una actividad básica para la transformación social y económica de España.

Y lo es porque, cuando se emprende, todos los sectores evolucionan, impactando, además, en el territorio en el que están. La actividad llama a más actividad y se proyecta una imagen de marca país tanto en el talento que ya tenemos como en el que puede venir. Es decir, se generan oportunidades allá donde no las había o se multiplican donde ya estaban.

El modelo de país que queremos es el de un lugar lleno de opciones y, por eso, barómetros como el que el Global Entrepreneurship Monitor lleva a cabo desde 1999 –y que desde Enisa apoyamos– son tan importantes. Sus conclusiones nos ayudan a seguir mejorando e implantando estrategias para hacer de España un país más competitivo y relevante en Europa.

En este último *Informe GEM 2024-2025* se observa que, en 2024, mejora la percepción de las condiciones del entorno para emprender. Al mismo tiempo, indica que necesitamos reforzar acciones para que la cultura emprendedora crezca aún más.

No se trata de crear una burbuja emprendedora o de decir que cualquiera puede emprender, pero sí necesitamos dar aún más valor a quienes cada día se le-

vantan con el objetivo de trabajar por un proyecto en el que la innovación, la transformación digital y la sostenibilidad conforman los ejes para la construcción de una España moderna y de progreso.

Por eso, desde Enisa trabajamos para que la financiación sea cada vez más accesible, facilitando la creación y escalabilidad de las empresas. Seguimos muy de cerca las novedades de quienes están emprendiendo.

Tenemos “303 millones” de razones para impulsar el tejido empresarial español. Son nuevos tiempos para la Empresa Nacional de Innovación, con más financiación, disponibilidad permanente y procesos más ágiles.

Tal y como en esta edición el informe GEM nos muestra, ha subido tanto el número de personas extranjeras que se animan a emprender, gracias a la Ley de *Startups*, como el colectivo de las personas con discapacidad que, aun teniéndolo todo más difícil, se lanzan a hacerlo.

A esa doble ecuación hay que sumar el entorno rural en el que, gracias a las mujeres, se recupera la actividad emprendedora.

Teniendo las herramientas y la brújula que marca la dirección en la que ir, “solo” nos queda seguir sembrando la vocación de emprender y favorecer que las iniciativas emprendedoras sobrevivan a quienes las fundan. El futuro es ya presente y a instituciones como Enisa nos va a pillar siempre trabajando por él.

Cada proyecto emprendedor innovador que avalemos, cada iniciativa que se lleve a cabo refuerza nuestro ecosistema, haciéndolo más competitivo, más dinámico y global.

Borja Cabezón

Consejero delegado de ENISA

TÚ también eres parte del ecosistema emprendedor



Bilbao, 18 de febrero de 2025. Encuentro anual GEM Global 2024-2025.





Since its foundation in 1999 as a joint initiative between Babson College in the United States and London Business School in the United Kingdom, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) has evolved into the world's most authoritative research project on entrepreneurship, leaving an indelible mark on academic, policy, and business communities alike.

Having just celebrated GEM's 25th Silver Anniversary, let us recall that GEM began with an ambitious mission: to understand and measure entrepreneurship on a global scale. At a time when entrepreneurship was often overlooked as a driver of economic growth, GEM pioneered research that illuminated the essential role entrepreneurs play in creating jobs, driving innovation, and boosting local economies. GEM initially started with just 10 pioneering participating countries, including GEM Spain, but over its quarter century of existence, GEM has included more than 120 additional economies, spanning every continent on the planet.

Over the past 25 years, GEM has provided insights into the nuanced dynamics of entrepreneurship in both developed and developing economies. It has helped policymakers understand how economic conditions, regulatory frameworks, and cultural attitudes shape entrepreneurial outcomes. This has directly influenced national and regional policies that foster entrepreneurship. And nowhere is this truer than in Spain, where GEM Spain is conducting GEM's most ambitious example of nation-wide collaborative research involving multiple Spanish universities and research institutes, supported by numerous eminent entrepreneurship experts and researchers. As such, GEM Spain is truly exemplary and an inspiration for the entire GEM network of some 380 researchers as well as policymakers and other stakeholders around the world.

For this and many other reasons, it was an immense pleasure for the GEM Consortium to meet in February 2025 for its 2024/25 Global Report Launch and Annual General Meeting in Bilbao at the Universidad del País Vasco and Universidad de Deusto, hosted by GEM Spain. We again warmly thank Professors Ana Fernández Laviada (Universidad de Cantabria), María Saiz (Universidad del País Vasco) and Iñaki Peña (Universidad de Deusto) for this outstanding opportunity to launch our cutting edge 2024/25 GEM Global Report in one of Spain's most innovative and progressive regions from an entrepreneurship perspective.

The *2024/25 GEM Spain Report* presented here, is based on data collected during GEM's 25th anniversary year. The data is carefully compiled into analysis in this report, making it an invaluable tool for Spanish policymakers, educators, and investors seeking to support entrepreneurial ecosystems. GEM Spain's impact on Spanish entrepreneurship has been transformative, empowering countless individuals, communities and regions to recognize and harness the potential of entrepreneurial activity.

Looking to the future, GEM will remain more relevant than ever. In an era defined by rapid technological change, environmental and social challenges, and rapidly shifting global markets, entrepreneurship will continue to be a critical driver of innovation and growth. Entrepreneurship is and will increasingly be a key contribution to critically needed solutions for the challenges of the future. GEM Spain will undoubtedly continue to play a leading role in shaping how we understand and support this vital sector both in Spain and in the world.

Aileen Ionescu-Somers, Ph.D.

Executive Director, Global Entrepreneurship Monitor





Madrid, 29 de mayo de 2024. Auditorio Fundación Mapfre. Presentación *Informe GEM España 2023-2024*.

X Workshop Internacional de Investigación en Emprendimiento
GEM-ACEDE

*El emprendimiento como factor clave
para la resiliencia de los territorios*

LA PALMA — 18 - 20 SEP 2025

Universidad de La Laguna

OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA

ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA ACEDE

Más información en la web

<https://observatoriodelemprendimiento.es/workshop/>



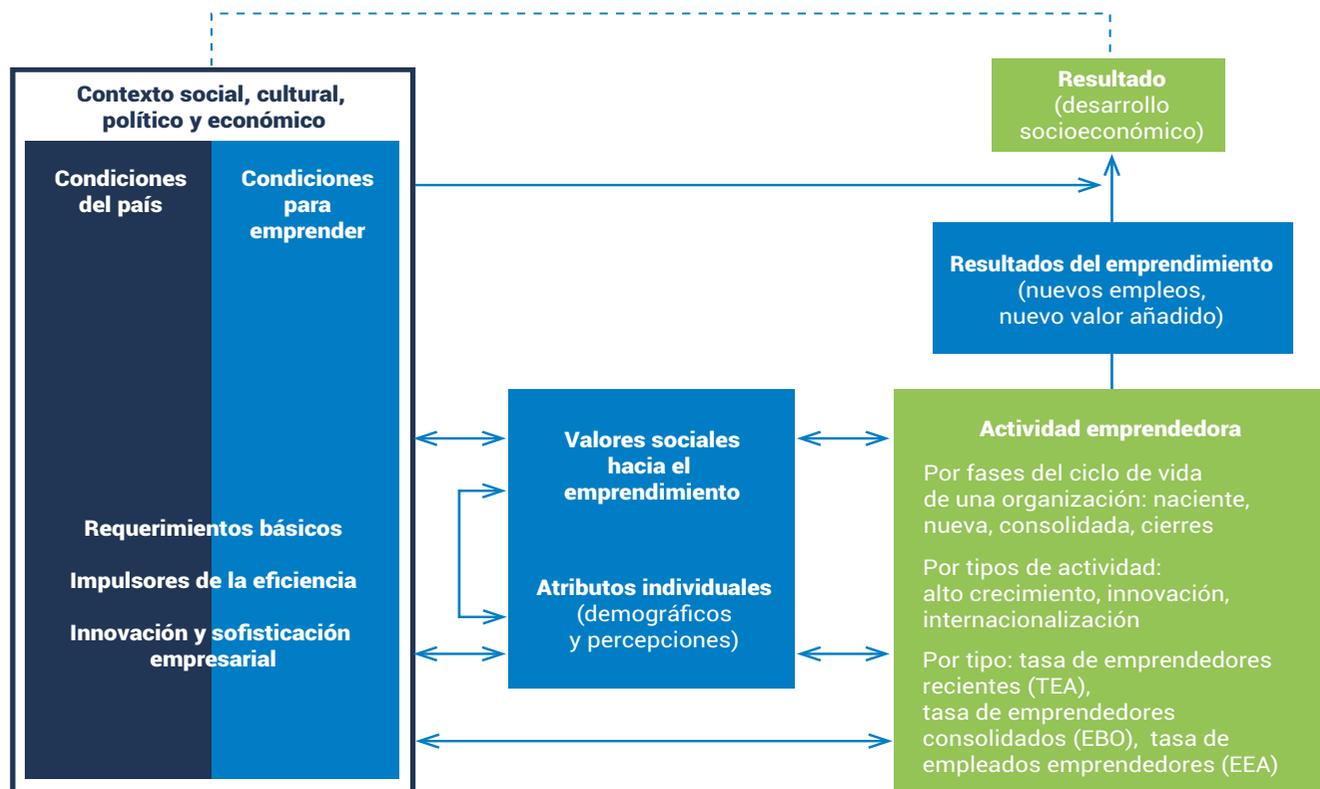
¿Qué es el GEM (Global Entrepreneurship Monitor)?

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

En la edición de 2024-2025 el informe GEM ofrece información sobre la actividad emprendedora analizada en 51 países participantes de los cinco continentes, en los que se ha encuestado a más de 150.000 personas, que representan al 63% de la población y el 78% del Producto Interior Bruto mundial. También se han evaluado las condiciones del entorno para emprender en 56 países, utilizando paneles de expertos nacionales y, en el caso de España, también regionales.

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

Figura 1. Marco teórico GEM revisado
Fuente: Informe GEM Global (2024)



¡Próximamente!



Más información en la web

<http://www.observatoriodeemprendimiento.es/>



**OBSERVATORIO DEL
EMPRENDIMIENTO
DE ESPAÑA**

+25 años de datos



¿Cómo obtenemos los datos?

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

Figura 2. Ficha de estudio de la encuesta APS en 2024



* Municipios de menos de 5.000 habitantes

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



Impulsamos la
TRANSFORMACIÓN DIGITAL
con los mejores programas



100% Gratuito

Resumen ejecutivo

La actividad emprendedora reciente (TEA) encadena cuatro años de crecimiento, pero la intención emprendedora se estanca en España

Durante el año 2024 el porcentaje de personas con intención de emprender se estanca en un 11,2% de la población con edades comprendidas entre los 18 y los 64 años, el mismo porcentaje que el del año anterior. A pesar de ello, aumenta ligeramente el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas recientes (de menos de tres años y medio de vida), que crece de un 6,8% en 2023 a un 7,2% en 2024, y el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas (de más de tres años y medio de vida), que pasa de un 6,7% a un 6,8%. La tasa de emprendedores que abandona sus iniciativas, ya sea por cierre o por traspaso del negocio, aumenta de un 3,2% a un 3,5%, aunque una de cada tres iniciativas que se abandonan no cierran, sino que continúan en manos de otros emprendedores.

Estos datos reflejan un proceso emprendedor más activo desde la pandemia, pero que corre el riesgo de ralentizarse en el futuro por el estancamiento de la intención emprendedora de la población. La Comunidad de Madrid y Cataluña se consolidan como los territorios con mayores tasas de emprendedores, aunque es necesario analizar cuáles son los factores que determinan un comportamiento emprendedor más volátil y conservador en otras comunidades autónomas.

Mejora la percepción de las condiciones del entorno para emprender y la IA irrumpe en los negocios

Las puntuaciones del panel nacional de expertos sobre la calidad general del entorno para emprender en España han variado mucho en los últimos tres años. El índice NECI (Índice Nacional del Contexto Emprendedor) alcanzó una valoración de 5,4 puntos sobre 10 en 2021, antes de caer a 4,0 en 2022 y a 3,8 puntos en

2023. La valoración de los expertos ha mejorado ligeramente en 2024, con una puntuación media de 4,3 puntos, lo que sitúa a España en el puesto 38 de los 56 países evaluados en el informe GEM Global. Esta mejora refleja una valoración más positiva, con respecto al año anterior, de todas las condiciones del entorno para emprender excepto una, la de la facilidad de entrada (mercado interno dinámico), que bajó de 4,2 a 3,9 puntos. Por el contrario, el acceso a infraestructuras físicas y de servicios ha sido lo más valorado, pasando de 4,8 a 5,8 puntos.

La cultura de la igualdad entre hombres y mujeres se valora más positivamente que el año anterior, y la Inteligencia Artificial (IA) se percibe como un factor decisivo para garantizar la viabilidad futura de las iniciativas emprendedoras, aunque su uso todavía está poco definido en la operativa de las empresas y las expectativas de los clientes.

En 2024 ya se pueden valorar algunos efectos de la implantación de la Ley de fomento del ecosistema de las empresas emergentes, más conocida como Ley de Startups (2022), que ha introducido un conjunto de medidas para apoyar a las iniciativas emprendedoras de carácter innovador y con capacidad de crecimiento. Utilizando este marco legal, desde 2023 la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA) ha certificado a más de 1.400 iniciativas emprendedoras como empresas emergentes innovadoras, permitiéndoles acceder a programas que combinan financiación, formación y certificación especialmente diseñados para ellas.

Con relación a los 51 países que formaron parte del estudio internacional sobre las percepciones y miedos relacionados con la actividad emprendedora, **España se posiciona como el territorio en el que la población adulta percibe menos oportunidades para emprender (51/51), aunque escala posiciones en relación al miedo al fracaso como factor limita-**



dor del emprendimiento (33/51) en comparación a años anteriores.

España está por detrás de la media de su grupo de países de referencia de ingresos altos (aquellos con un PIB per cápita >50.000 \$), pero también de la media de los países de la Unión Europea y de los países de ingresos medios (B) y de ingresos bajos (C) en todas las percepciones favorables al emprendimiento, y por encima en el porcentaje de la población que no emprendería por miedo al fracaso. A pesar de haber mejorado sus percepciones y, sobre todo, de haber reducido sus miedos, **la población adulta residente en España todavía tiene que cambiar su forma de ver el emprendimiento para acercarse a los valores que impregnan la cultura emprendedora de otros países.**

En esta edición del informe GEM hemos preguntado a los emprendedores por el papel que, en su opinión, jugará la inteligencia artificial (IA) en el futuro de las iniciativas emprendedoras. Uno de cada dos emprendedores recientes (TEA) afirma que la IA mejorará la productividad y eficiencia de sus procesos de negocio, y algo menos de la mitad valora sus posibilidades para personalizar productos y procesos, innovar, mejorar la gestión, ganar más dinero y crecer en el futuro. Sin embargo, solo un tercio de los emprendedores a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida opina lo mismo, lo que evidencia cierta resistencia a cambiar modelos de negocio ya diseñados sin esta herramienta. A los emprendedores les preocupa cómo velar por la seguridad y privacidad de los datos que utilizará la IA. También les preocupa cuánto les va a costar el desarrollo de las aplicaciones, qué consecuencias tendrá sobre el comportamiento de los clientes, los dilemas éticos que puede plantear su utilización en el negocio y, en menor medida, la resistencia que pueden tener los empleados a la hora de utilizarla. **Expertos y emprendedores coinciden en valorar la IA como decisiva en la actividad emprendedora más reciente, pero todavía tienen dudas sobre cómo utilizarla, cuánto invertir y cómo protegerse de ella.**

Aumenta la ambición emprendedora, pero se reduce el ciclo de vida del emprendedor individual

Durante el año 2024 la motivación de emprender para conseguir un empleo se reduce significativamente, y otras razones más ambiciosas cobran importancia entre los emprendedores a cargo de las iniciativas más recientes, como las de marcar una diferencia en el mundo y crear riqueza, razones que mencionan cuatro de cada diez emprendedores a cargo de iniciativas de menos de tres años y medio de vida.

En España emprendemos con más edad que en otros países y, lejos de cambiar, esta situación se agrava a medida que pasan los años. Empezar con más edad permite que los emprendedores se aprovechen de su experiencia previa, pero también reduce el ciclo de vida de la empresa cuando esta no sobrevive a sus fundadores. Teniendo en cuenta que el 59% de los emprendedores a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida siguen siendo autónomos, siete de cada diez emprendedores recientes (TEA) tienen más de 35 años, cuatro de cada diez tienen más de 45, y la intención emprendedora solo ha aumentado en el rango de edad comprendida entre los 35 y los 44 años, **o algo cambia o en los próximos años vamos a seguir teniendo un perfil emprendedor más envejecido y con un ciclo de vida más corto que en nuestros países de referencia.**

Emprender no es una cuestión de hombres o mujeres, pero las iniciativas emprendedoras sí lo son

En 2024 uno de cada trece hombres y una de cada quince mujeres están arrancando una iniciativa emprendedora. Después de la pandemia las mujeres igualaron la tasa de emprendimiento de los hombres, pero desde entonces, los hombres han superado ligeramente a las mujeres a la hora de iniciar nuevos proyectos empresariales. El perfil emprendedor de hombres y mujeres no se diferencia ni por edad ni por nivel educativo. En España más del 70% de los hombres y las mujeres emprenden por encima de los 35 años. De los emprendedores recientes, el 10% cuenta con un máster y el 11% con un doctorado, sean hombres o mujeres.

Sin embargo, **el tipo de negocios que arrancan hombres y mujeres es distinto.** España es un país de servicios y lo seguirá siendo. Una de cada dos iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida ofrece servicios al consumidor, y tres de cada diez venden servicios a empresas. Año tras año continúa bajando el peso del sector industrial (transformador) en nuestro país, tanto en el caso de proyectos nuevos como consolidados, mientras que aumenta ligeramente el peso del sector extractivo. En 2024 las mujeres dejan de ofrecer servicios a empresas y emprenden más en el sector de servicios al consumidor. Seis de cada diez emprendedoras recientes (TEA) ofrecen servicios para el consumidor final, mientras baja su participación en negocios de servicios a empresas en diez puntos porcentuales respecto al año anterior. Sin embargo, los hombres mantienen su actividad en el sector de servicios al consumidor (42%), y aumentan su participación en el sector de servicios a empresas de un 35% a un 37%.



Esta diferencia en el tipo de negocio condiciona otros aspectos tan relevantes como la capitalización de las iniciativas, su nivel tecnológico, su capacidad de innovación, el número de empleados y su orientación internacional. Más de la mitad de las iniciativas que arrancan los hombres cuentan con un capital inicial de menos de 20.000 euros, mientras que en el caso de las iniciativas lideradas por mujeres más de la mitad comienza con un capital de menos de 10.000 euros, y tres de cada cuatro iniciativas cuenta con un capital inicial de menos de 30.000 euros. En 2024 el 9% de las iniciativas recientes (TEA) lideradas por mujeres tiene un nivel tecnológico medio-alto, frente al 16% de las iniciativas lideradas por hombres. Sin embargo, por primera vez desde que tenemos registros, el porcentaje de mujeres que lideran iniciativas emprendedoras recientes (TEA) capaces de innovar en producto (49%) se asemeja al de los hombres (51%), al igual que el porcentaje de las que innovan en procesos de negocio, y suben sus expectativas de digitalización. Las mujeres esperan contratar menos empleados, son más desconfiadas a la hora de valorar los impactos positivos y negativos de la IA en sus negocios, y exportan menos que los hombres.

Nuevos colectivos son los responsables del crecimiento de la actividad emprendedora en España

En los últimos tres años los extranjeros residentes en España han emprendido el doble que los españoles, convirtiéndose en los causantes del aumento de la actividad emprendedora en este país. En 2024 uno de cada siete extranjeros está iniciando un proyecto empresarial en España, aunque esta proporción baja a uno de cada 13 en el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas de más de tres años y

medio de vida, y sube el porcentaje de abandonos. La intención emprendedora de los extranjeros triplica la de los españoles, y ha crecido de un 17,7% en 2021 a un 28,1% en 2024, lo que permite prever un crecimiento de su actividad emprendedora en los próximos años. Los extranjeros emprenden a edades más tempranas que los españoles, y, al igual que estos, lo hacen en mayor medida cuando son universitarios. Por otro lado, no debemos olvidar a otros colectivos y entornos minoritarios pero relevantes. El porcentaje de emprendedores con discapacidad que están iniciando proyectos empresariales también supera al de los emprendedores sin discapacidad reconocida, y el entorno rural recupera una actividad emprendedora incipiente liderada por mujeres.

Como conclusión, en 2024 España sigue siendo el país en el que la gente percibe menos oportunidades para emprender de los 51 países estudiados, a pesar de haber mejorado su valoración de las condiciones del entorno respecto a años anteriores. La mayoría de las empresas que se crean ofrecen servicios a los consumidores, y están dirigidas en su mayoría por hombres y mujeres universitarios y mayores de 35 años. Los emprendedores contratan cada vez menos empleados y exportan menos, pero saben que necesitan innovar, usar la inteligencia artificial e invertir en reducir su impacto medioambiental. Los extranjeros residentes en este país tienen más ganas y necesidad de emprender que los españoles, y se han convertido en los causantes del aumento de la actividad emprendedora. En los próximos años, la sociedad española tiene el reto de aumentar el atractivo del emprendimiento para la población, y favorecer que las iniciativas emprendedoras sobrevivan a sus fundadores.



Bilbao, 18 de febrero de 2025. Presentación *Informe GEM Global 2024-2025*.



La oportunidad
de acelerar
tu idea de negocio



Programa formativo
en formato MOOC

100% gratuito

Inscríbete



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Escuela de
organización
industrial

Executive Summary

Early-stage entrepreneurial activity (TEA) chains four years of growth, but entrepreneurial intention stagnates in Spain

In 2024, the percentage of people intending to start a business remains stagnant at 11.2% of the population aged 18 to 64, the same percentage as the previous year. Despite this, the percentage of entrepreneurs leading recent initiatives (less than three and a half years old) has slightly increased, rising from 6.8% in 2023 to 7.2% in 2024. Similarly, the percentage of entrepreneurs managing established businesses (more than three and a half years old) has grown from 6.7% to 6.8%.

Meanwhile, the rate of business exits — whether due to closure or business transfer— has increased from 3.2% to 3.5%. However, one in three businesses that are “abandoned” do not close but instead continue under new ownership. **These figures reflect a more dynamic entrepreneurial landscape since the pandemic, though the stagnation in entrepreneurial intent poses a risk of slowing future growth.**

Madrid and Catalonia remain the regions with the highest entrepreneurship rates, but further analysis is needed to understand the factors behind the more volatile and conservative entrepreneurial behaviour observed in other autonomous communities.

Perception of the entrepreneurial environment improves as AI disrupts business

The ratings from the national panel of experts on the overall quality of the entrepreneurial environment in Spain have fluctuated significantly over the past three years. The NECI Index (National Entrepreneurship Context Index) reached a score of 5.4 out of 10 in 2021, before falling to 4.0 in 2022 and 3.8 in 2023. However, expert assessments have improved slightly

in 2024, with an average score of 4.3, placing Spain 38th out of 56 countries evaluated in the GEM Global Report. This improvement reflects a more positive assessment of all entrepreneurial conditions compared to the previous year, except for one: ease of market entry (dynamic internal market), which declined from 4.2 to 3.9 points. Conversely, access to physical infrastructure and services received the highest rating, rising from 4.8 to 5.8 points.

The perception of gender equality in entrepreneurship has also improved, and Artificial Intelligence (AI) is increasingly considered a decisive factor in ensuring the future viability of entrepreneurial initiatives. However, its practical use in business operations and customer expectations remains somewhat undefined.

By 2024, some effects of the implementation of the Law for the Promotion of the Startup Ecosystem (commonly known as the Startup Law, passed in 2022) can already be observed. This legislation introduced a set of measures to support innovative and high-growth entrepreneurial initiatives. Under this legal framework, since 2023, the National Innovation Company (ENISA) has certified more than 1,400 entrepreneurial initiatives as innovative startups, granting them access to specially designed programmes that combine funding, training, and certification.

In the GEM international study assessing entrepreneurial perceptions and fears across 51 countries, Spain ranked last (51/51) in perceived entrepreneurial opportunities among the adult population. However, it has climbed positions in terms of fear of failure as a limiting factor for entrepreneurship (33/51) compared to previous years. Spain lags behind the average of high-income countries (those with a GDP per capita over \$50,000), as well as the EU average and even middle (B) and low-income countries (C), in all favourable per-



ceptions towards entrepreneurship. However, it ranks above average in terms of the percentage of people who refrain from starting a business due to fear of failure.

Despite some improvements in perception and a reduction in fears, the Spanish population still needs to shift its mindset towards entrepreneurship to align with the entrepreneurial culture found in other countries.

In this edition of the GEM Report, entrepreneurs were asked about the role AI will play in the future of entrepreneurship. One in two recent entrepreneurs (TEA) believes that AI will enhance productivity and efficiency in business processes. Additionally, just under half see its potential for personalising products and services, fostering innovation, improving management, increasing profitability, and driving business growth. However, only one-third of entrepreneurs managing businesses older than three and a half years share this optimism, highlighting a certain resistance to adapting established business models to incorporate AI. Entrepreneurs also express concerns about data security and privacy, the cost of developing AI applications, its impact on customer behaviour, the ethical dilemmas it may pose, and, to a lesser extent, employee resistance to its implementation.

Both experts and entrepreneurs agree that AI is becoming a key factor in modern entrepreneurship, yet uncertainty remains regarding how to use it effectively, how much to invest, and how to mitigate associated risks.

Entrepreneurial ambition rises, but the life-cycle of the solo entrepreneur shrinks

In 2024, entrepreneurial motivation driven by the need for employment has significantly declined, while more ambitious reasons have gained prominence among those leading the most recent initiatives. Four in ten entrepreneurs managing businesses less than three and a half years old now cite making a difference in the world and creating wealth as their primary motivations.

In Spain, people tend to start businesses later in life compared to other countries, and rather than improving, this trend has become more pronounced over the years. While starting a business at an older age allows entrepreneurs to leverage their prior experience, it also shortens the business lifecycle, particularly when enterprises do not outlast their founders. Given that 59% of entrepreneurs leading businesses older than three and a half years are still self-employed and that seven in ten recent entrepreneurs (TEA) are over 35,

with four in ten over 45, the ageing profile of Spanish entrepreneurs is clear. Moreover, entrepreneurial intent has only increased among those aged 35 to 44. **Unless something changes, Spain will continue to see an ageing entrepreneurial demographic with shorter business lifespans compared to its peer nations.**

Entrepreneurship is not a gender issue, but entrepreneurial ventures are

In 2024, one in thirteen men and one in fifteen women are launching a new venture. After the pandemic, women matched men in entrepreneurial activity, but since then, men have slightly outpaced women in starting new ventures. The entrepreneurial profile of men and women does not differ in terms of age or education level. In Spain, over 70% of both male and female entrepreneurs start their businesses after the age of 35. Among early-stage entrepreneurs, 10% hold a master's degree and 11% a doctorate, regardless of gender.

However, **the types of businesses men and women establish differ significantly.** Spain is and will continue to be a service-orientated economy. One in two businesses under three and a half years old provides consumer services, while three in ten offer business services. The industrial sector continues to decline year after year, both in new and established ventures, while the extractive sector has seen slight growth. In 2024, women are moving away from business services and focusing more on consumer services. Six in ten recent female entrepreneurs (TEA) now offer services to end consumers, while their participation in business services has dropped by ten percentage points compared to the previous year. Meanwhile, men have maintained their presence in consumer services (42%) but have increased their involvement in business services from 35% to 37%.

This sectoral divide influences key aspects such as capital investment, technology levels, innovation capacity, workforce size, and international reach. More than half of male-led businesses start with less than €20,000 in capital, whereas more than half of female-led businesses begin with less than €10,000, and three in four female-led businesses start with under €30,000. In 2024, only 9% of early-stage women-led businesses (TEA) operate in medium-to-high technology sectors, compared to 16% of male-led businesses. However, for the first time on record, women-led businesses are nearly as likely as those led by men to introduce product innovations (49% vs. 51%). The same trend applies to business process innovation,



and women's digitalisation expectations are rising. Nevertheless, women entrepreneurs anticipate hiring fewer employees, are more sceptical about the positive and negative impacts of AI on their businesses, and export less than men.

New groups are driving the growth of entrepreneurial activity in Spain

Over the past three years, foreign residents have undertaken twice as many entrepreneurial ventures as Spaniards, making them the main drivers of entrepreneurial growth in the country. In 2024, one in seven foreign residents is launching a business in Spain. However, this proportion drops to one in thirteen among those leading ventures older than three and a half years, and business closures have increased. The entrepreneurial intention of foreign residents is three times higher than that of Spaniards, having risen from 17.7% in 2021 to 28.1% in 2024. This suggests a continued increase in their entrepreneurial activity in the coming years. Foreign entrepreneurs also tend to start businesses at a younger age than Spaniards, and like their Spanish counterparts, they are more likely to do so if they have a university education.

Other minority but significant groups are also contributing to entrepreneurship. The percentage of entrepreneurs with disabilities starting businesses now surpasses that of entrepreneurs without recognised disabilities, and rural areas are experiencing a nascent entrepreneurial revival, largely driven by women.

As a conclusion, Spain continues to be the country where people perceive the fewest opportunities for entrepreneurship among the 51 nations studied, despite improving its assessment of the business environment compared to previous years. Most early-stage ventures provide consumer services and are led primarily by university-educated individuals over 35 years old. Entrepreneurs are hiring fewer employees and exporting less, yet they recognise the importance of innovation, artificial intelligence, and environmental impact reduction. Foreign residents have a greater motivation and necessity to start businesses than Spaniards, and they have become the main force behind the growth of entrepreneurial activity. In the coming years, Spanish society faces the challenge of making entrepreneurship more attractive to its population and ensuring that entrepreneurial ventures can outlast their founders.



Bilbao, 18 de febrero de 2025. Encuentro Anual GEM Global 2024-2025.



Cuadro de indicadores

Percepciones de la población adulta entrevistada sobre valores, actitudes, habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2023	2024
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en autoempleado en los 2 últimos años	48%	47%
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	31%	29%
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un nuevo negocio	53%	48%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	49%	52%
Percibe que en España es fácil iniciar un negocio	30%	27%

Emprendedores potenciales	2023	2024
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	11,2%	11,2%

TEA: Porcentaje de la población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	2023	2024
TEA Total	6,8%	7,2%
TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	6,1%	6,8%
TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	7,5%	7,7%

Empresas consolidadas: Porcentaje de la población adulta en iniciativas de más de 3,5 años	2023	2024
Empresas consolidadas Total	6,7%	6,8%
Empresas consolidadas Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	6,0%	5,3%
Empresas consolidadas Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	7,4%	8,2%

Abandono de iniciativas emprendedoras	2023	2024
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	3,2%	3,5%

Distribución del TEA	2023	2024
Motivación		
TEA – para marcar una diferencia en el mundo	38%	40%
TEA – para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	37%	39%
TEA – para continuar una tradición familiar	22%	18%
TEA – para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	57%	52%
Sector		
TEA del sector extractivo o primario	3%	4%
TEA del sector transformador	15%	15%
TEA del sector de servicios a empresas	34%	31%
TEA del sector orientado al consumo	48%	50%



Distribución del TEA	2023	2024
TEA rural	5%	6%
Tamaño		
TEA sin empleados	50%	51%
TEA de 1-5 empleados	40%	38%
TEA de 6-19 empleados	8%	7%
TEA de 20 y más empleados	2%	5%
Nivel tecnológico		
TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo	90%	89%
TEA iniciativas con nivel tecnológico medio	5%	4%
TEA iniciativas con nivel tecnológico alto	6%	7%
Internacionalización		
TEA iniciativas que exportan en algún grado	32%	30%
Innovación		
TEA innovación en producto	35%	50%
TEA innovación en proceso	34%	48%
Crecimiento		
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	18%	18%
Discapacidad		
TEA más del 33% de discapacidad	7,9%	8,2%
TEA extranjeros	13,1%	14,1%

Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert 1-10)	2023	2024
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios	6,3	6,7
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	4,8	5,8
Educación y formación emprendedora en la etapa post escolar	4,3	5,2
Programas gubernamentales adecuados para apoyar el emprendimiento	4,3	4,8
Mercado interno dinámico	4,2	3,9
Facilidad para acceder a la financiación para nuevas empresas	3,2	4,0
Financiación suficiente para emprendedores	3,6	3,8
Transferencia de I+D	3,5	3,7
Dinámica del mercado interno	4,2	3,9
Normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento	3,3	4,2
Políticas gubernamentales que reducen la burocracia y los impuestos a nuevas empresas	3,2	3,7
Políticas gubernamentales que priorizan el emprendimiento	3,3	3,3
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	2,1	2,6
Percepción de la responsabilidad social de empresas nuevas y en crecimiento	5,3	4,9
Percepción del rendimiento económico de las empresas nuevas y en crecimiento sostenibles	4,5	4,7
Percepción de la prioridad de prácticas de sostenibilidad medioambiental en empresas nuevas y en crecimiento	5,5	5,7
Percepción del respaldo cultural a las prácticas de sostenibilidad en empresas nuevas y en crecimiento	5,5	5,3
Percepción del grado de prioridad del gobierno nacional y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento	4,5	4,7
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)	3,8	4,3





Próximamente



Más información en la web

<http://www.observatoriodelemprendimiento.es/>



**OBSERVATORIO DEL
EMPREDIMIENTO
DE ESPAÑA**

+25 años de datos

Capítulo 1

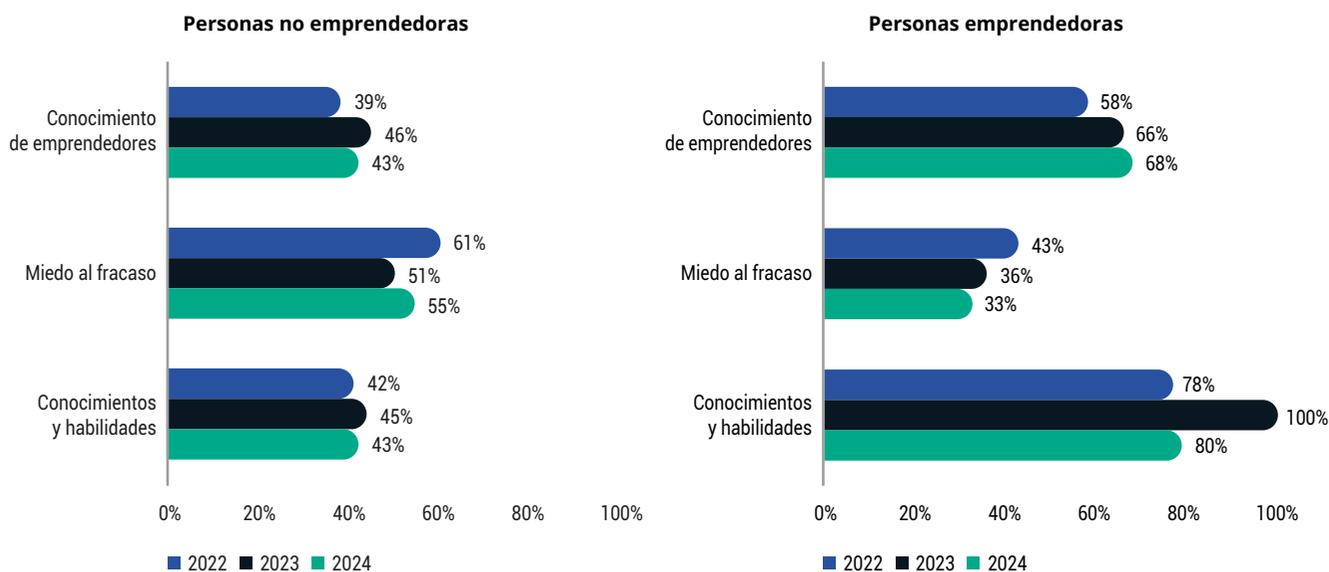
Contexto emprendedor

1.1. ¿Qué percibe la población?

A medida que pasan los años, cada vez hay más diferencias entre las personas que deciden emprender y las que no. Para explicarlo, es necesario analizar sus miedos y percepciones. La percepción es un filtro de la realidad que nos permite entender cómo, ante condiciones similares, las personas actúan de forma diferente. Cuando las percepciones no son optimistas, el miedo gana la partida al emprendimiento.

Figura 3. Percepción sobre valores y actitudes para emprender

Fuente: GEM-España APS 2022-2024



Durante el año 2024 ocho de cada diez emprendedores consultados afirmaron que tenían los conocimientos y habilidades para emprender, el doble de los que no emprenden. Casi siete de cada diez contaban con el capital social de conocer a otros emprendedores, y solo uno de cada tres consideró que el miedo a fracasar le impediría seguir adelante con el proyecto, el porcentaje más bajo desde que se tienen registros en España. Estas percepciones van acercándose poco a poco a las de los emprendedores de otros países, consolidando un perfil emprendedor más seguro de su valía y contactos.



Las oportunidades de negocio son el motor de la actividad emprendedora. En 2024 se mantiene el porcentaje de emprendedores que percibe oportunidades de negocio respecto al año anterior. Sin embargo, esa percepción disminuye entre la población no emprendedora. En 2024, tres de cada ocho emprendedores perciben oportunidades para emprender, mientras que entre la población no emprendedora solo dos de cada siete tienen esta percepción. Esta diferencia tiene su importancia, porque refleja una actitud más conservadora de los que podrían convertirse en potenciales emprendedores.

Figura 4. Percepción sobre oportunidades para emprender

Fuente: GEM-España APS 2022-2024

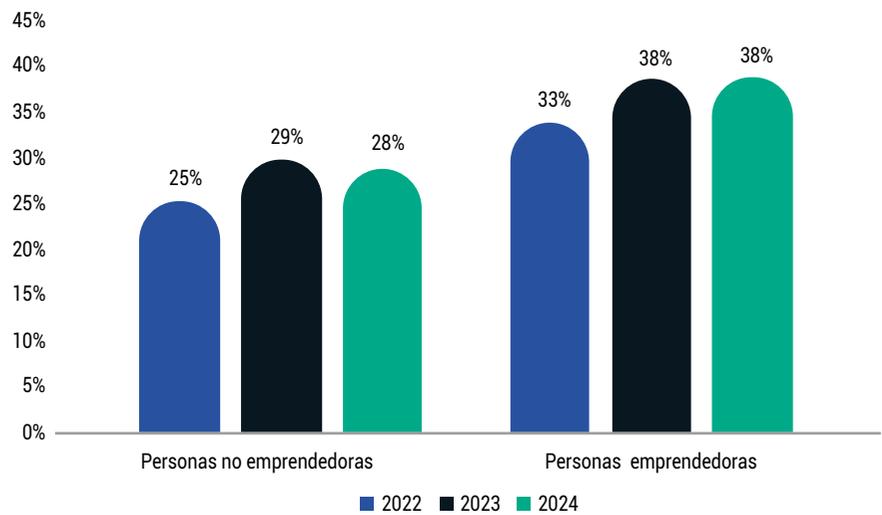
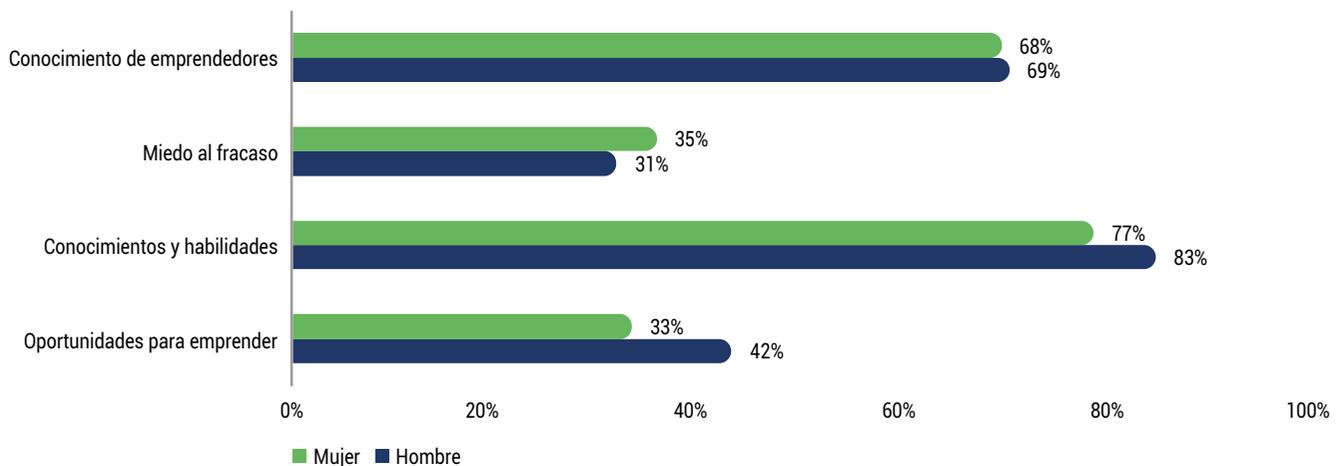


Figura 5. Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2023-2024



Hombres y mujeres siguen diferenciándose por sus percepciones y miedos. Siete de cada nueve mujeres emprendedoras consideran que tienen los conocimientos y habilidades para emprender, frente a cinco de cada seis hombres. Por otro lado, siete de cada diez emprendedores, hombres y mujeres, conocen a otros emprendedores, lo que les puede servir de referencia o de contacto. Sin embargo, aunque más del cuarenta por ciento de los hombres que emprenden perciben oportunidades de negocio para ello, solo un tercio de las emprendedoras tiene esa percepción. El miedo al fracaso se ha ido reduciendo en los últimos años, en los que los emprendedores temerosos de fracasar han pasado de ser un cincuenta por ciento a apenas un tercio, aunque este porcentaje sigue siendo algo mayor en el caso de las mujeres emprendedoras.

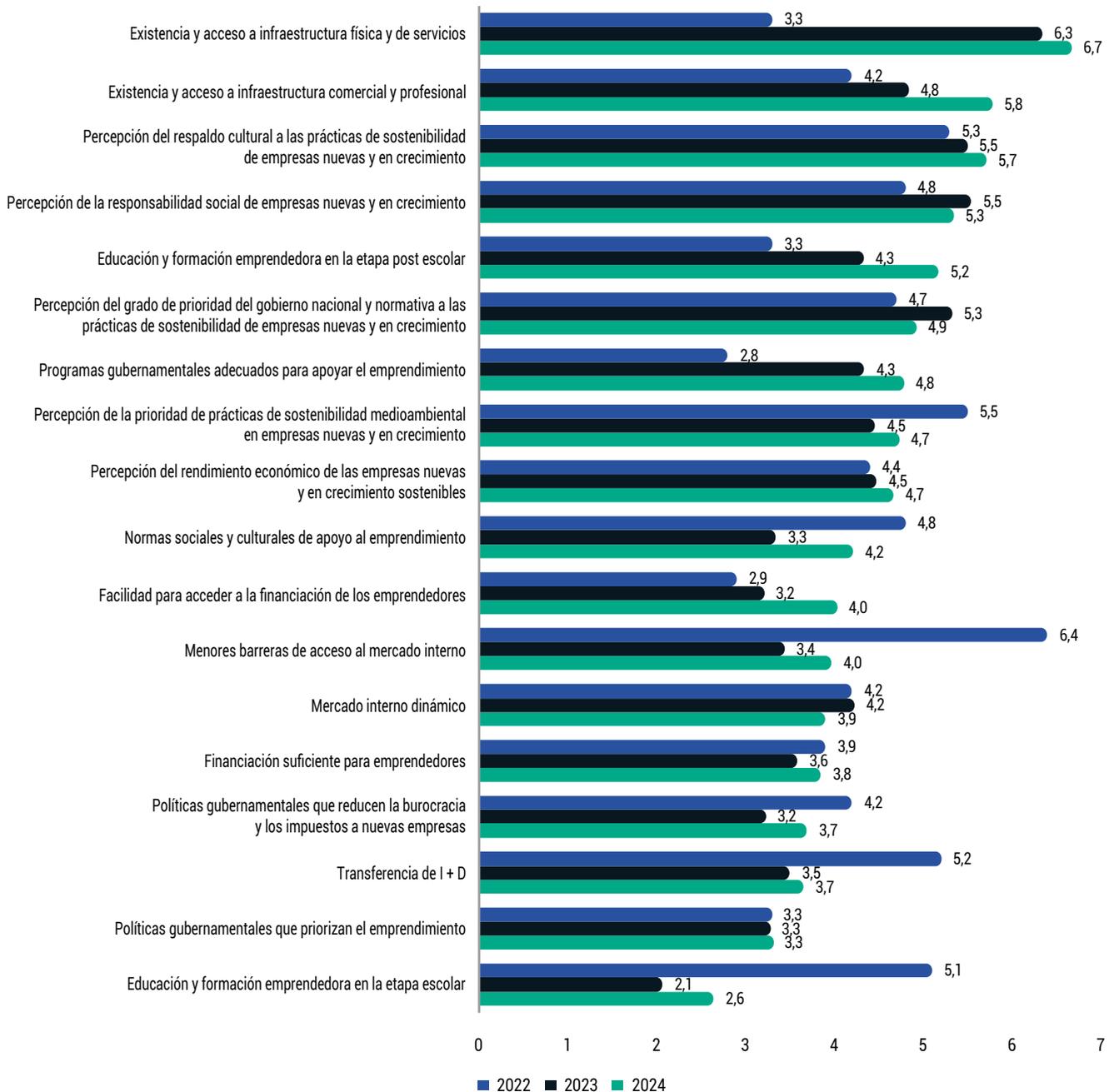


1.2. ¿Qué perciben los expertos?

En 2024 la valoración de los expertos sobre las condiciones del entorno nacional para emprender ha mejorado significativamente respecto al año anterior. Los expertos, procedentes del ámbito académico, profesional y gubernamental han mejorado la puntuación (de 0 a 10) de todas las condiciones consideradas como relevantes para emprender con respecto a 2023, salvo tres: la facilidad de entrada en el mercado interno (mercado interno dinámico), la percepción de la responsabilidad social de las empresas de nueva creación y la percepción de la prioridad del gobierno a las prácticas de sostenibilidad de las empresas. Por el contrario, el factor de entorno mejor valorado ha sido la existencia y acceso a infraestructura física y de servicio.

Figura 6. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender (escala 0-10)

Fuente: GEM-España NES 2022-2024

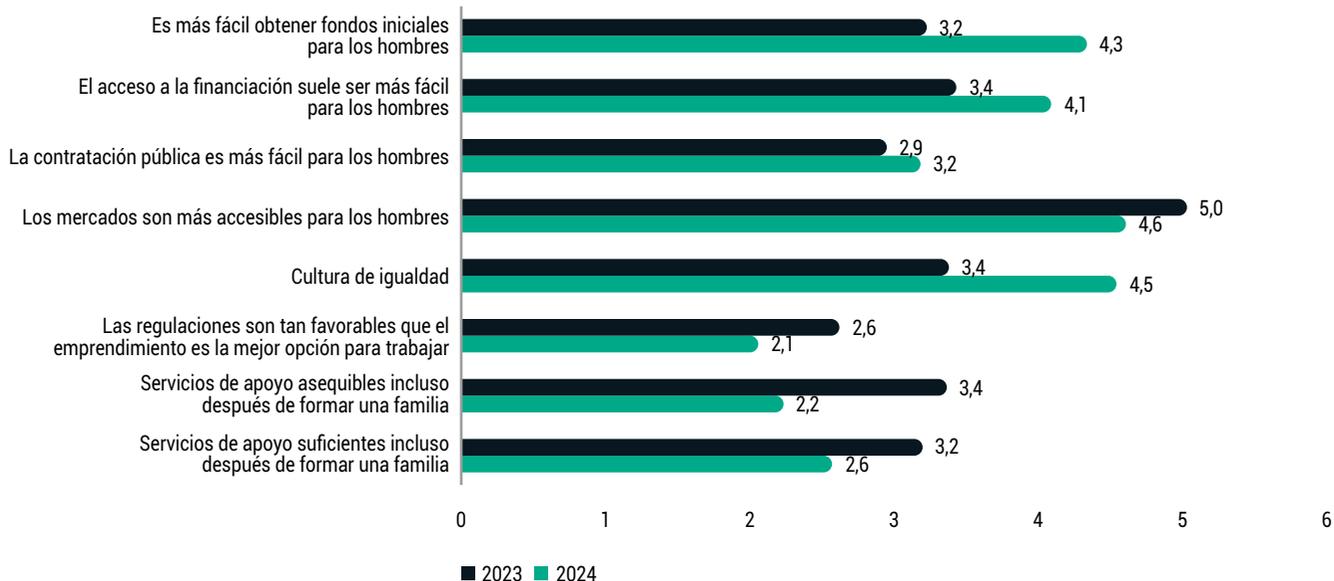


En 2024 ya se ven reflejados en las valoraciones los efectos de la implantación de la Ley de fomento del ecosistema de las empresas emergentes, más conocida como Ley de Startups (2022), que ha introducido un conjunto de medidas para apoyar a las iniciativas emprendedoras de carácter innovador y con capacidad de crecimiento. Utilizando este marco legal, desde 2023 la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA) ha certificado a más de 1.400 iniciativas emprendedoras como empresas emergentes innovadoras, permitiéndoles acceder tanto a beneficios fiscales como a programas que combinan financiación, formación y certificación, especialmente diseñados para ellas.

Como complemento a esta ley, el gobierno español ha creado el Foro Nacional de Empresas Emergentes, con el objetivo de desarrollar iniciativas emprendedoras en sectores de alto valor añadido. Todo ello está contribuyendo a mejorar la valoración de las condiciones del entorno para emprender respecto a años anteriores, un aspecto clave en la percepción de oportunidades de los emprendedores potenciales.

Figura 7. Valoración media de las condiciones del entorno para mujeres emprendedoras (escala 0-10)

Fuente: GEM-España NES 2023-2024



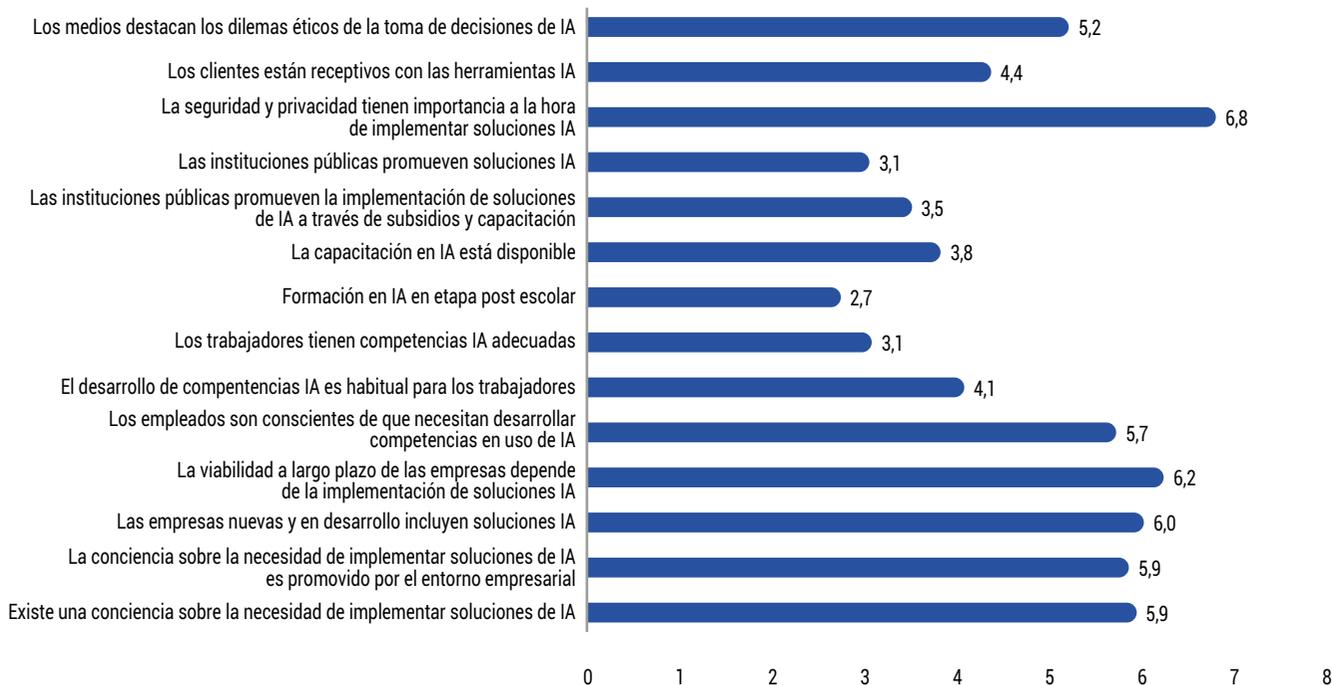
A Coruña, septiembre de 2024. Visita a Inditex durante 9º Workshop GEM-ACEDE.



En 2024 los expertos valoran mejor que el año anterior la existencia de una cultura de igualdad entre hombres y mujeres en España. Sin embargo, consideran que los servicios de apoyo para compaginar trabajo y familia son insuficientes y menos asequibles que el año anterior, y que los hombres lo tienen más fácil a la hora de acceder al mercado, conseguir los fondos iniciales para sus iniciativas emprendedoras, acceder a mejores condiciones de financiación o contratar con organismos públicos.

Figura 8. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender relacionadas con la IA (escala 0-10)

Fuente: GEM-España NES 2024



Las herramientas de inteligencia artificial (IA) han irrumpido con fuerza en todos los ámbitos de nuestra vida, incluida la actividad emprendedora. En 2024 hemos preguntado por primera vez a los expertos sobre el efecto de estas herramientas en el entorno emprendedor. Los resultados de esta valoración muestran la importancia que dan los expertos a la capacidad de las iniciativas emprendedoras para garantizar la seguridad y privacidad de los datos personales, la percepción de que la viabilidad de las nuevas empresas dependerá de su capacidad para implantar soluciones utilizando la IA y la conciencia de que las empresas nuevas y en desarrollo ya lo están haciendo. En menor medida consideran que exista una conciencia clara de la necesidad de desarrollar este tipo de soluciones y que se promuevan activamente en el entorno empresarial.

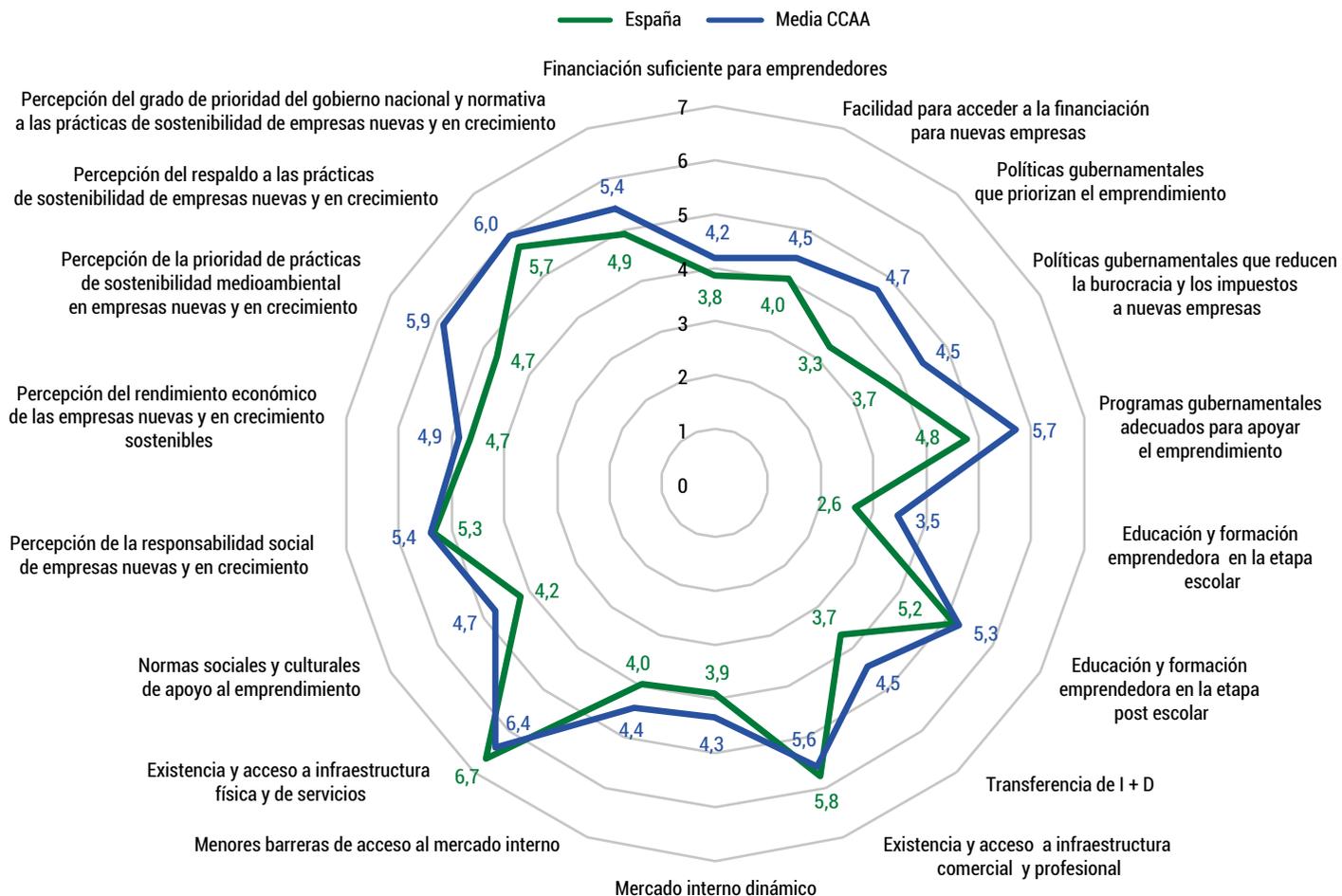
Los expertos valoran moderadamente el papel de los medios de comunicación a la hora de resaltar los dilemas éticos que entraña la IA, así como la receptividad de los clientes y la concienciación de los empleados de la necesidad de adquirir competencias para trabajar con esta herramienta. En cuanto a los sistemas de apoyo a la hora de trabajar con la IA, los expertos valoran todavía como poco favorable la existencia de mecanismos de capacitación y desarrollo de competencias para los empleados en estas herramientas, así como la disponibilidad de formación y sistemas de incentivos procedentes de las instituciones públicas.

En resumen, en 2024 la IA se percibe como un factor decisivo para la viabilidad futura de las iniciativas emprendedoras, pero todavía es algo poco definido en la operativa de las empresas y las expectativas de los clientes, aunque es ahora el momento de que las instituciones ofrezcan incentivos para desarrollar sistemas de capacitación para los empleados en este tipo de herramientas.



Figura 9. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España versus CC. AA.

Fuente: GEM-España NES 2024



En 2024 los expertos del panel nacional del GEM siguen valorando las condiciones del entorno para emprender peor que la media de los expertos que forman los 17 paneles de las comunidades autónomas (CC. AA.), salvo la existencia de infraestructuras físicas, comerciales y profesionales. El que las condiciones del entorno se gestionen en un ámbito más local sigue favoreciendo que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces a la hora de estimular el comportamiento emprendedor de cada CC. AA., así como el apoyo a las mujeres emprendedoras y el desarrollo de sistemas de apoyo a la IA. La educación emprendedora en la etapa escolar, la reducción de la burocracia y la transferencia de I+D siguen siendo las asignaturas pendientes, tanto a nivel nacional como autonómico.

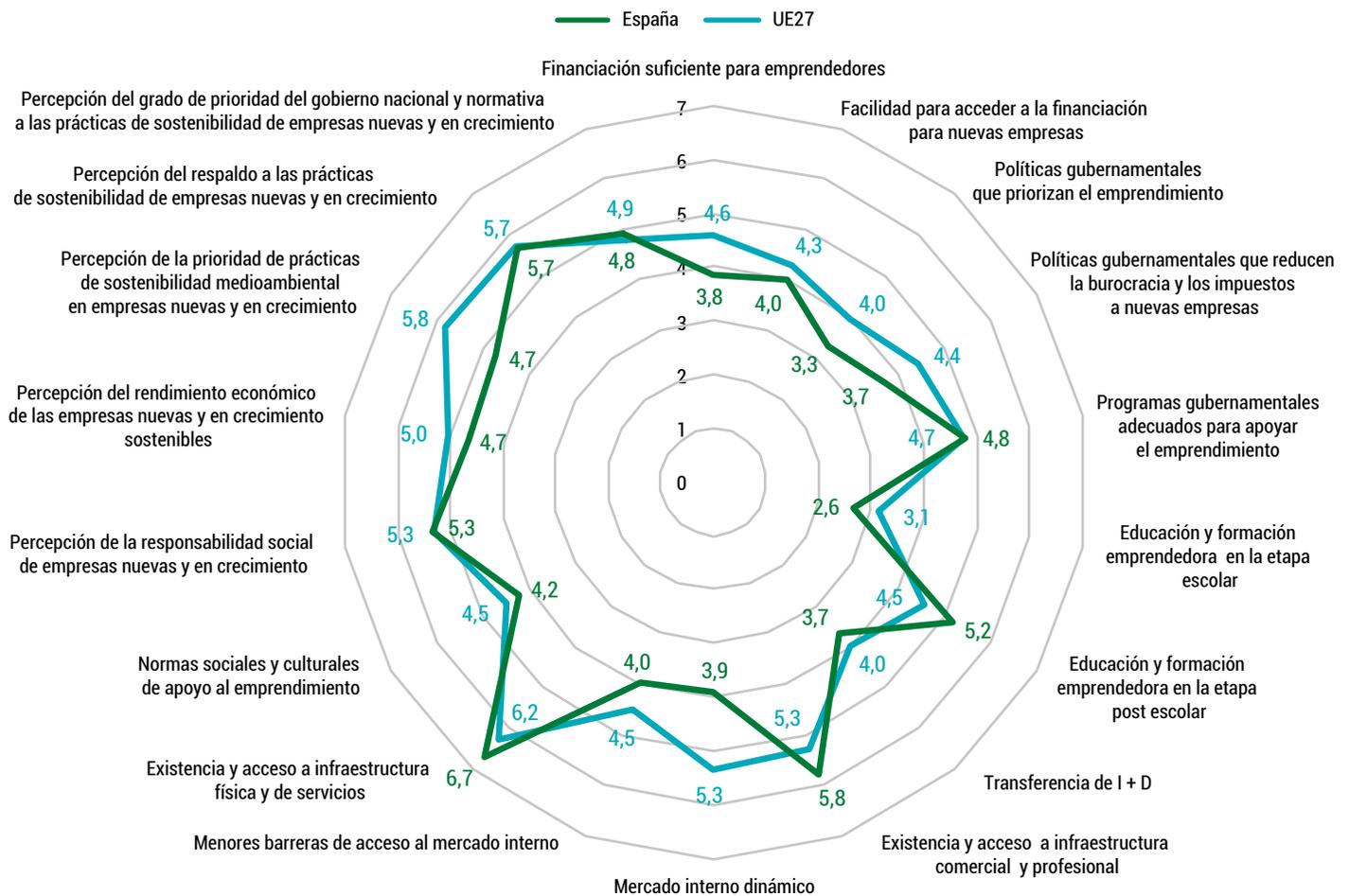


Donosti,
20 Aniversario
y Presentación
Informe GEM
País Vasco
2023-2024.



Figura 10. Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España *versus* UE27

Fuente: GEM-España NES 2024



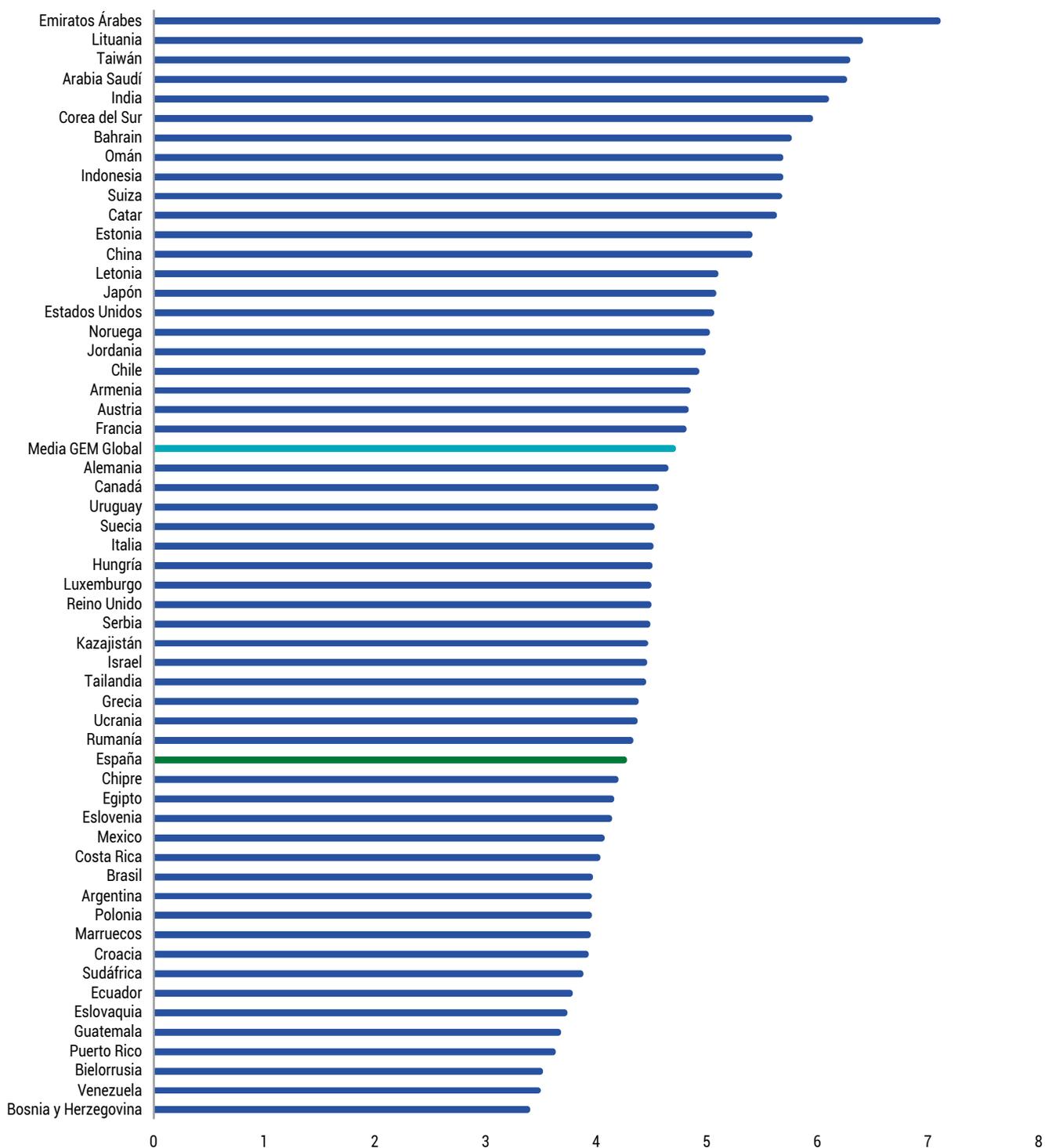
La comparación de los expertos del panel de España con la valoración media de los expertos de los países de la Unión Europea refleja una situación similar a la identificada en la comparación con los paneles de expertos de las CC. AA. Los expertos nacionales valoran algo mejor que sus homólogos europeos la educación emprendedora en la etapa postescolar y la existencia de infraestructuras físicas, comerciales y profesionales de apoyo al emprendimiento. Sin embargo, su valoración del resto de condiciones del entorno para emprender es igual o peor que la media de los expertos europeos, incluyendo los sistemas de apoyo a la mujer emprendedora y la capacitación en las herramientas de inteligencia artificial (IA).



Logroño,
Presentación
Informe GEM
La Rioja
2023-2024.

Figura 11. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) (escala 0-10)

Fuente: GEM-Global NES 2024



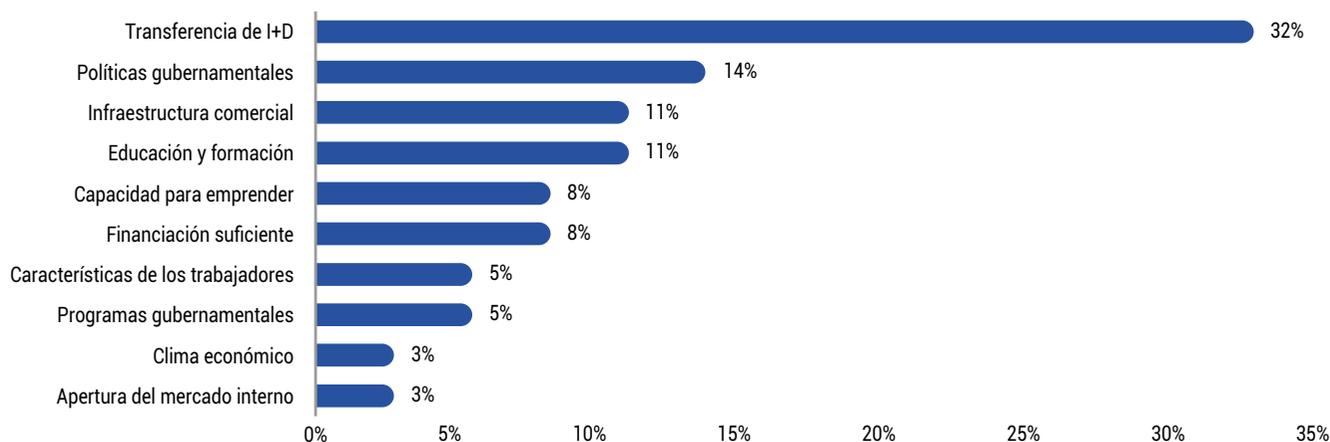
Las puntuaciones del panel nacional de expertos sobre la calidad general del entorno emprendedor en España han tenido una historia reciente turbulenta. El índice NECI (Índice Nacional del Contexto Emprendedor) alcanzó una valoración de 5,4 puntos sobre 10 en 2021, antes de caer a 4,0 en 2022 y a 3,8 puntos en 2023. La situación ha mejorado en 2024, con una valoración media de 4,3 puntos, lo que sitúa a España en el puesto 38 de los 56 países evaluados en el informe GEM Global.



Esta mejora en el índice NECI español se ha debido a una mejor valoración de todas las condiciones del entorno para emprender excepto una, la de la facilidad de entrada (mercado interno dinámico), que bajó de 4,2 a 3,9 puntos. De las demás puntuaciones, el mayor aumento de valoración fue para la existencia y acceso a infraestructuras comerciales y profesionales (de 4,8 a 5,8 puntos), normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento (de 3,3 a 4,2 puntos) y educación y formación emprendedora en la etapa postescolar (de 4,3 a 5,2 puntos). En 2024, España cuenta con tres condiciones calificadas como suficientes ($\geq 5,0$) o mejores, en comparación con una sola en 2023, lo que indica una clara mejoría respecto a años anteriores.

Figura 12. Factores impulsores del emprendimiento según los expertos

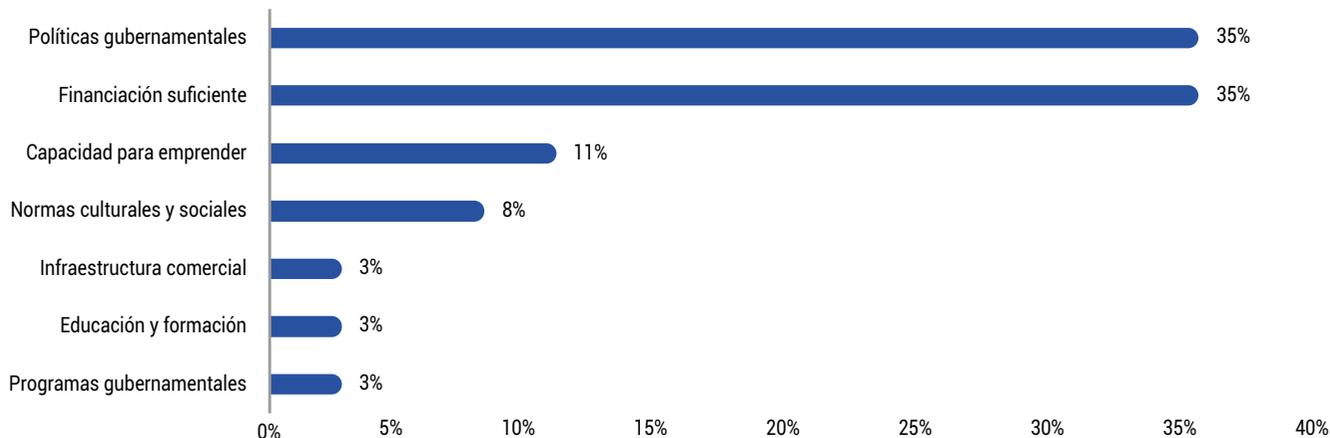
Fuente: GEM-España NES 2024



Un tercio de los expertos consultados en 2024 afirma que la transferencia de innovación y desarrollo es uno de los factores que permite impulsar el emprendimiento en España. Esto evidencia que, a pesar de no ser uno de los elementos mejor valorados en el entorno emprendedor, la transferencia de resultados de investigación de la universidad a la empresa es un elemento clave a la hora de crear un nuevo proyecto empresarial, por delante incluso de las políticas gubernamentales o de la financiación. Por el contrario, solo el 3% de los expertos entrevistados menciona el clima económico y la apertura del mercado interno como estímulos del emprendimiento en este país.

Figura 13. Recomendaciones de los expertos para mejorar las condiciones del entorno para emprender

Fuente: GEM-España NES 2024



En 2024 un tercio de los expertos consultados cree que hace falta mejorar las políticas gubernamentales y el sistema de financiación para incentivar la actividad emprendedora en este país. Por detrás quedan otras recomendaciones en ámbitos como la mejora de la capacitación de los emprendedores y la necesidad de una mayor aceptación social y cultural del emprendimiento. En este sentido, los expertos son claros a la hora de recomendar un papel más activo de los responsables políticos y un mayor compromiso de las instituciones financieras a la hora de respaldar la actividad de los emprendedores.



1.3. Perspectiva internacional y por CC. AA.

Nuestras percepciones y miedos son un filtro que ponemos a la realidad y que sin duda condiciona nuestro comportamiento. Los emprendedores cada vez se diferencian más de los que no lo son en sus percepciones del entorno, su capacidad para emprender y en el impacto cada vez menor de su miedo a fracasar. La existencia de indicadores de cultura emprendedora, como los modelos de referencia o la consideración social de la figura del emprendedor como una opción deseable y accesible, también condiciona la intención de emprender. Percepciones e indicadores culturales varían en función del territorio, y sirven para explicar las diferencias en la actividad emprendedora no solo entre comunidades autónomas, sino también entre países. En 2024 de nuevo se evidencia una gran variabilidad de percepciones entre individuos, pertenecientes tanto a países del grupo de referencia de España como entre las personas residentes en las diferentes regiones del territorio nacional. Esta situación no solo explica las distintas tasas de emprendimiento entre áreas geográficas próximas entre sí, sino que puede favorecer la movilidad de los emprendedores hacia zonas más competitivas tanto social como institucionalmente.

Figura 14. Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC. AA.

Fuente: GEM-España APS 2024

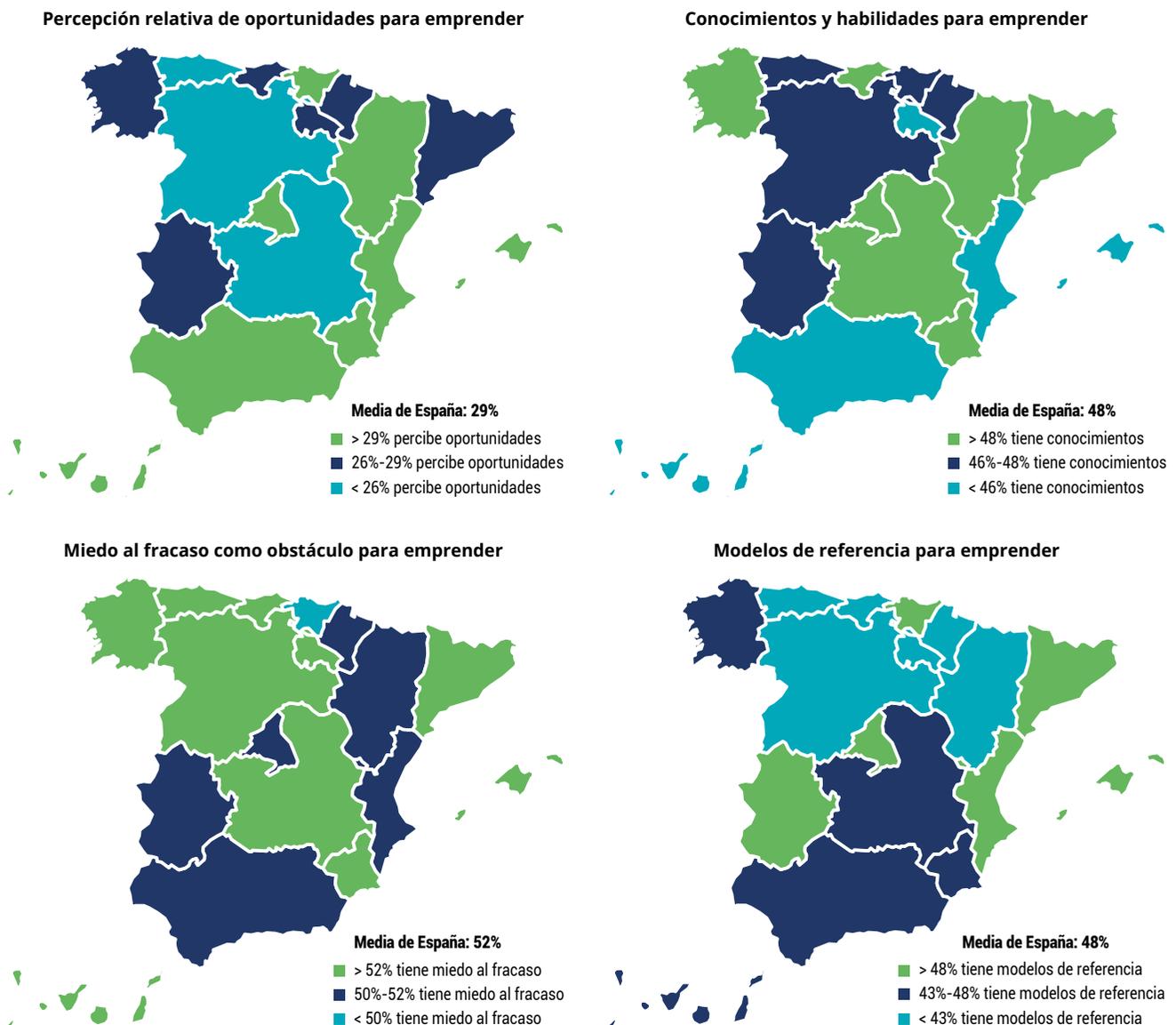
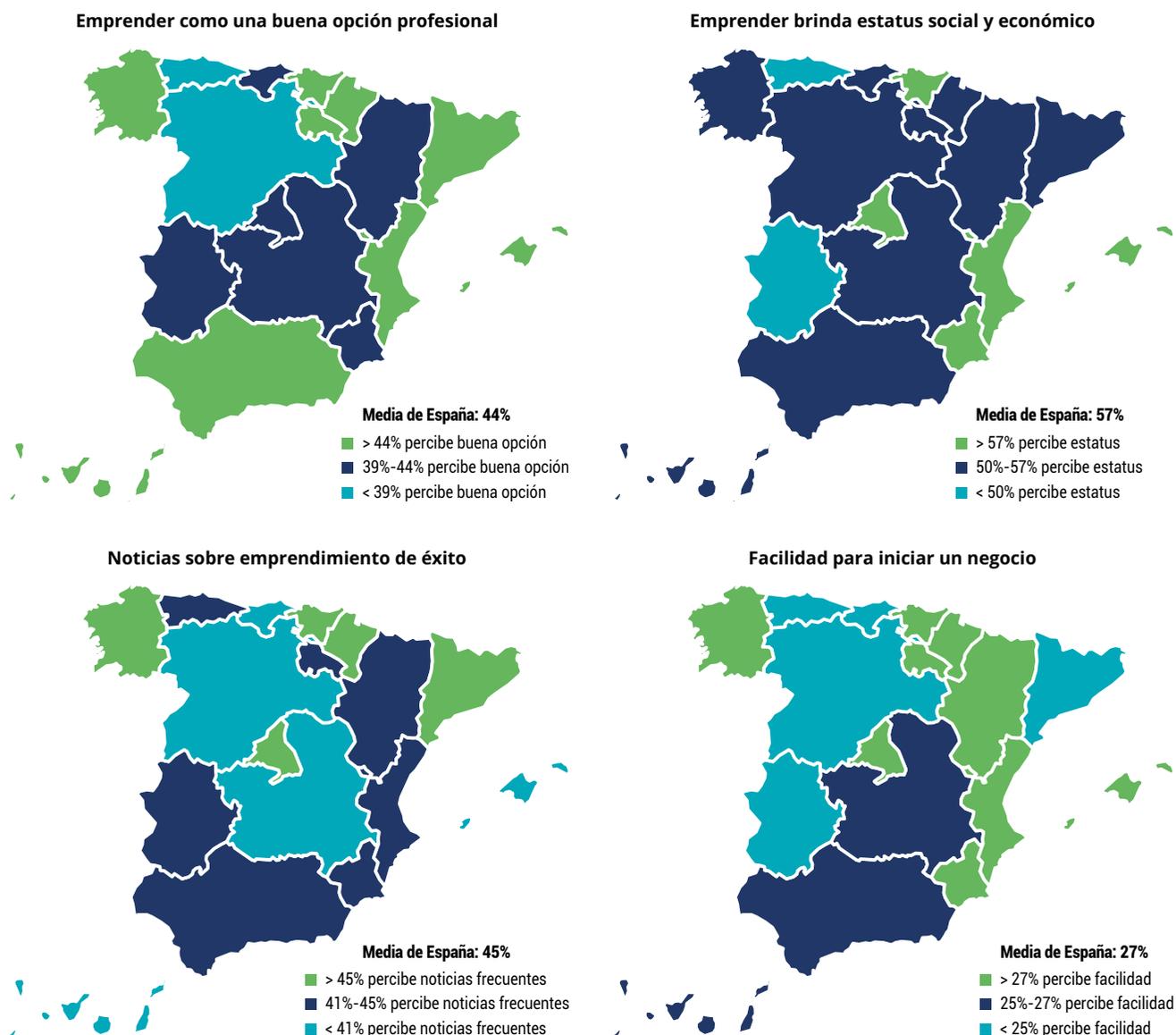


Figura 14. Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC. AA. (cont.)

Fuente: GEM-España APS 2024



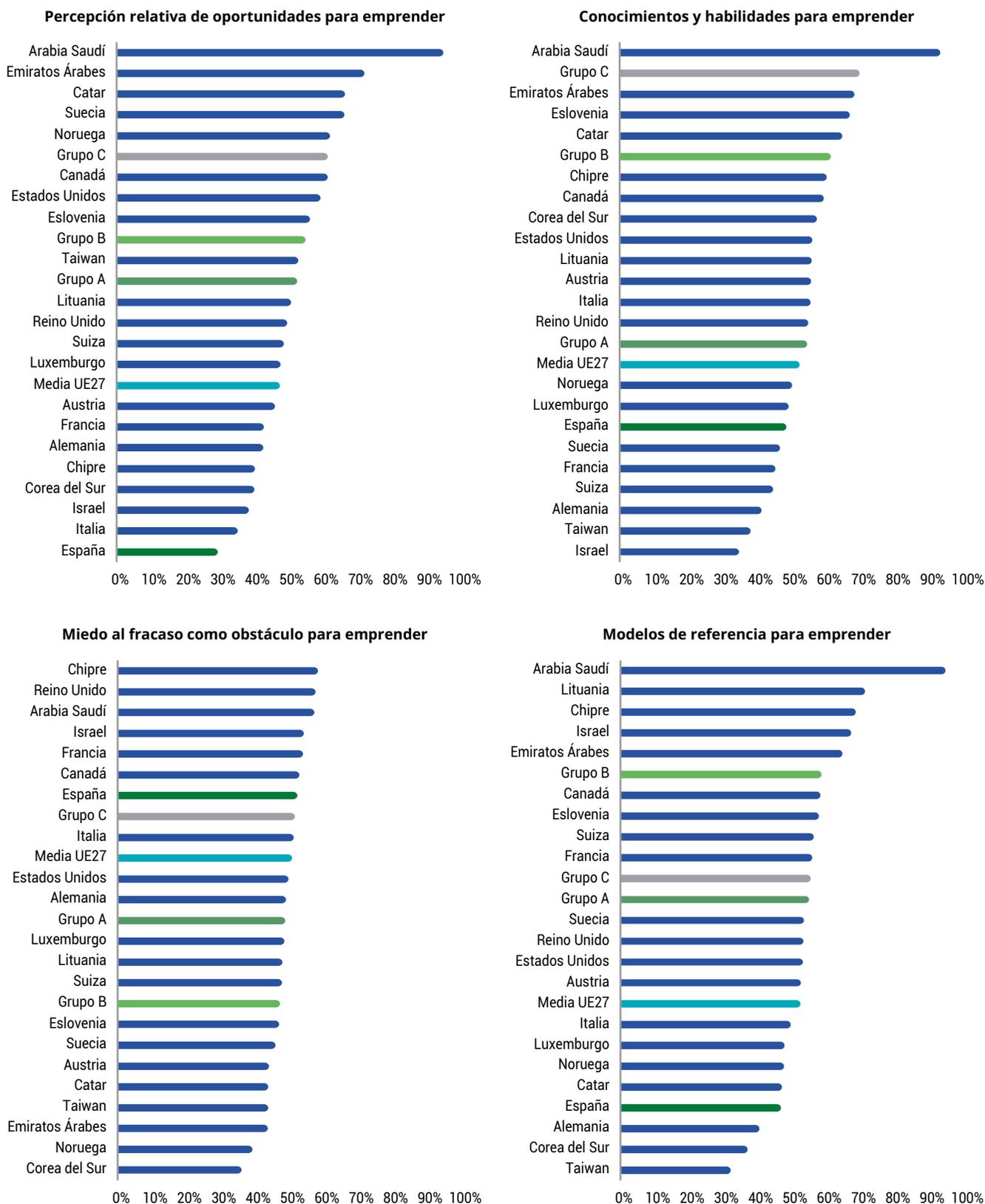
Durante el año 2024 siguen delimitándose los territorios en los que las percepciones, miedos y cultura emprendedora son más o menos proclives al emprendimiento. Las comunidades de Madrid y el País Vasco sobresalen como los territorios en los que un mayor porcentaje de la población percibe más oportunidades y facilidades para emprender, lo considera una buena opción profesional, se encuentra más capacitada para hacerlo, con menos miedo al fracaso y con el convencimiento de que emprender brinda estatus social y económico, respaldado por modelos de referencia que son difundidos habitualmente por los medios de comunicación.

En otros territorios la población parece dirimirse entre la percepción de oportunidades para emprender, el convencimiento de estar capacitados para ello y una cultura emprendedora menos proclive a asumir riesgos, como ocurre en el caso de Galicia, Cantabria o Murcia. En aquellas comunidades autónomas en las que solo uno de cada cuatro adultos percibe oportunidades y facilidades para emprender, más de la mitad tiene miedo a hacerlo, con independencia de percibir el emprendimiento como una buena opción profesional respaldada por su capacitación, la existencia de modelos de referencia difundidos en los medios o el percibir que ser emprendedor puede venir acompañado de cierto estatus social y económico. En este último grupo se encuentran Asturias y Castilla y León.



Figura 15. Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta

Fuente: GEM-Global APS 2024

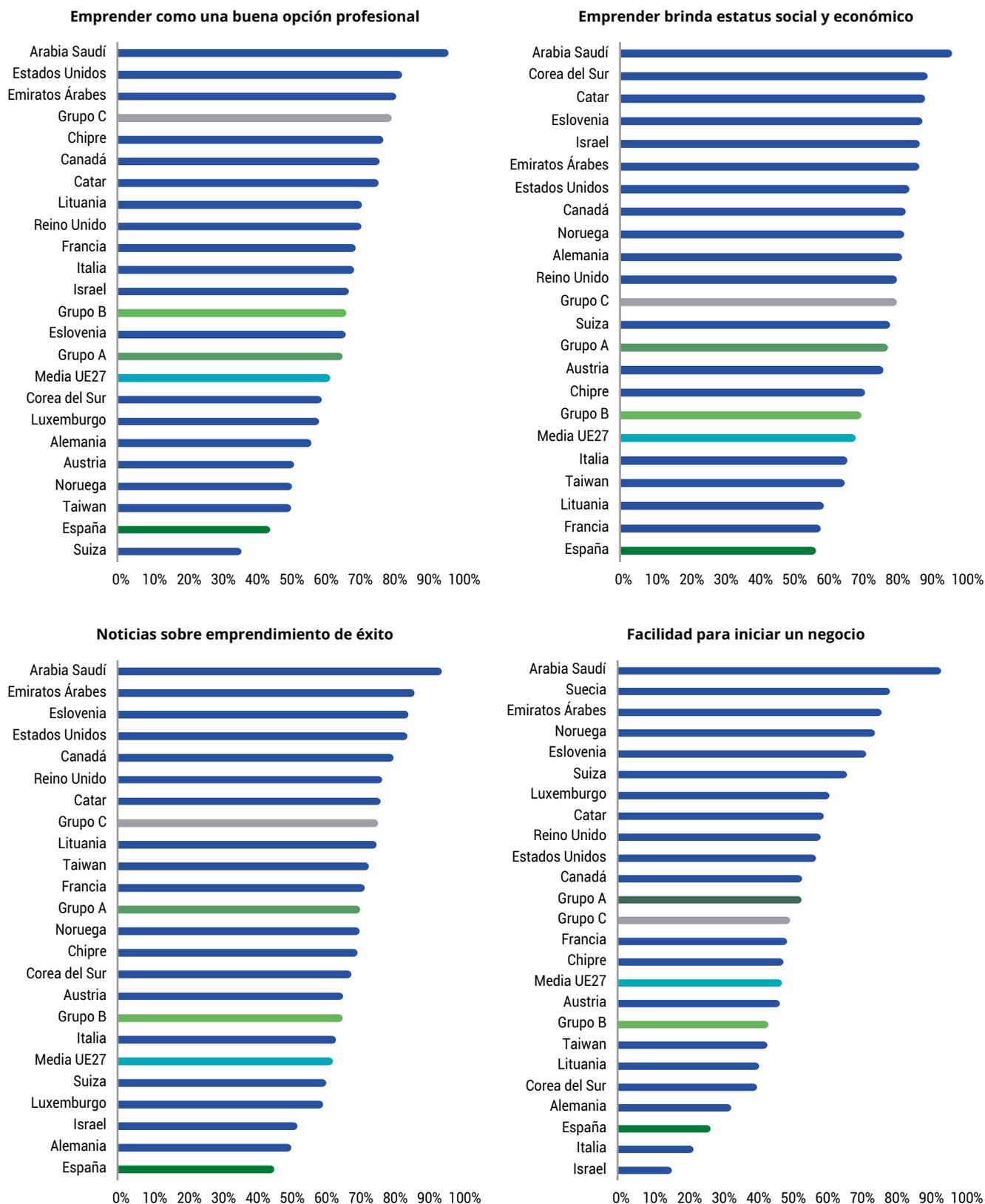


Grupo A (ingresos altos): países con un PIB per cápita > 50.000 \$. Los países que figuran en este gráfico pertenecen al Grupo A; Grupo B (ingresos medios): países con un PIB per cápita entre 25.000 \$ y 50.000 \$; Grupo C (ingresos bajos): países con un PIB per cápita <25.000 \$; Para más información consultar anexos.



Figura 15. Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta

Fuente: GEM-Global APS 2024



Grupo A (ingresos altos): países con un PIB per cápita > 50.000 \$. Los países que figuran en este gráfico pertenecen al Grupo A; Grupo B (ingresos medios): países con un PIB per cápita entre 25.000 \$ y 50.000 \$; Grupo C (ingresos bajos): países con un PIB per cápita <25.000 \$; Para más información consultar anexos.



Los informes regionales que elaboran los equipos GEM de cada CC. AA., que pueden consultarse en <https://observatoriodeemprendimiento.es/gem-spain/informes/>, profundizan en las características específicas que diferencian el perfil de la población y los emprendedores en cada territorio de un país cada vez más diverso.

Los datos recogidos en el proyecto GEM global sobre percepciones, miedos e indicadores de cultura emprendedora de 51 países nos permiten valorar la situación de España en el ámbito internacional. En el año 2024 España se posiciona como el territorio en el que la población adulta percibe menos oportunidades para emprender (51/51), aunque escala posiciones en relación con el miedo al fracaso como factor limitador del emprendimiento (33/51), en comparación con años anteriores.

Teniendo en cuenta solo sus países de referencia, agrupados en el grupo A (países con un PIB per cápita > 50.000 \$ según el criterio del Banco Mundial), España se sitúa en el último puesto de su grupo en los indicadores de porcentaje de la población que percibe oportunidades para emprender y lo considera una forma de conseguir estatus social y económico, así como entre los que perciben que los medios de comunicación suelen difundir noticias de emprendedores de éxito. También figura en los últimos puestos en cuanto al porcentaje de los que perciben facilidades para iniciar un negocio o la existencia de modelos de referencia para emprender. España está por detrás de la media de su grupo de referencia de ingresos altos, pero también de la media de los países de la Unión Europea y de los países de ingresos medios (B) e ingresos bajos (C) en todas las percepciones favorables al emprendimiento, y por encima en el porcentaje de población que no emprendería por miedo al fracaso. A pesar de haber mejorado sus percepciones y sobre todo de haber reducido sus miedos, a la población adulta residente en España le falta todavía cambiar muchas de sus actitudes para lograr una cultura emprendedora similar a la de sus países de referencia.



Bilbao, febrero de 2025. Encuentro Anual GEM Global 2024-2025.

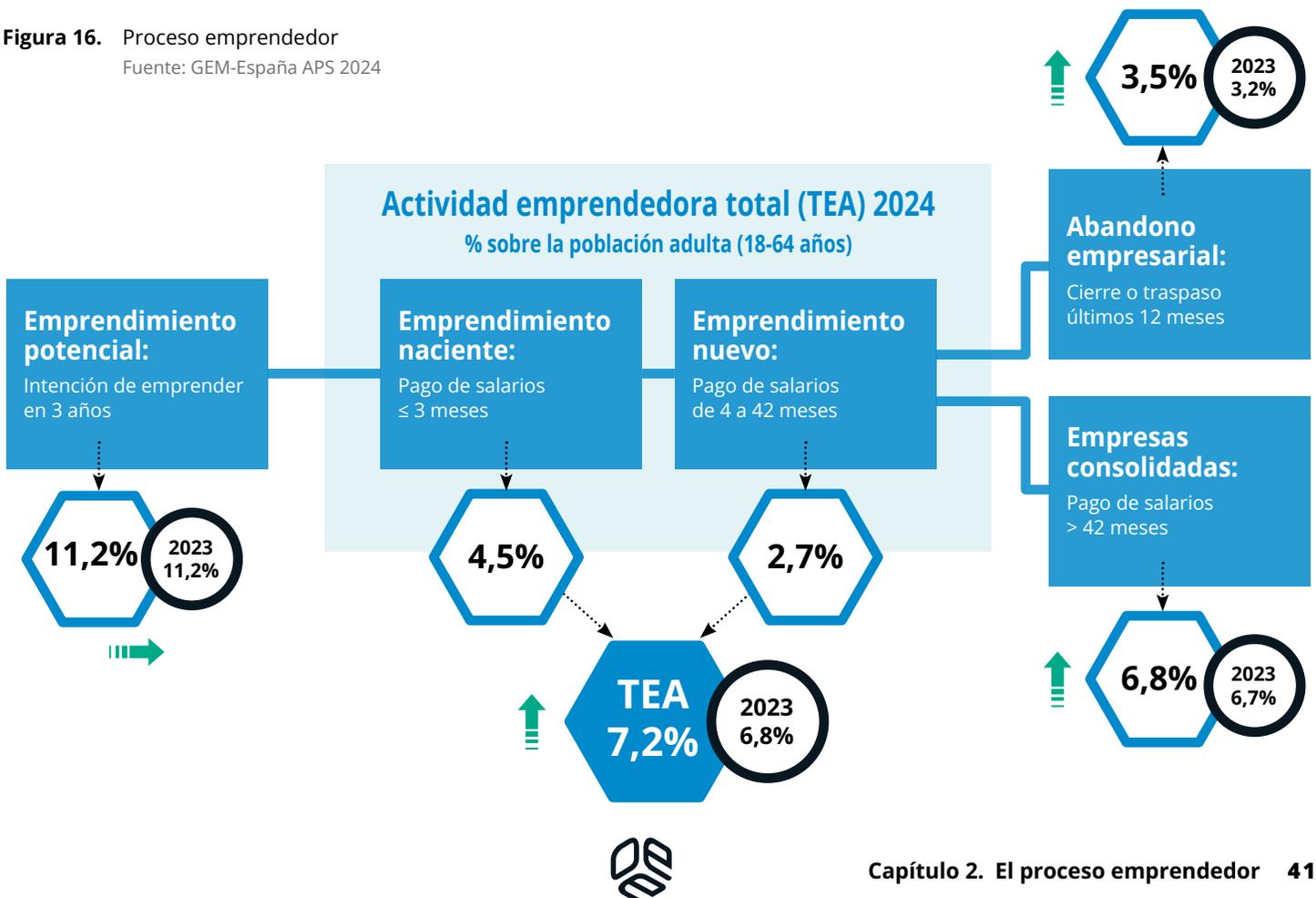
Capítulo 2

El proceso emprendedor

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

La tasa de emprendimiento de un país depende del número de personas que estén dispuestos a iniciar una actividad económica por cuenta propia. Esta afirmación, que parece obvia, requiere de algo importante: la intención emprendedora de la población adulta residente en España. Sin esa intención el proceso emprendedor no existiría. Por ello, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) calcula anualmente el porcentaje de la población adulta residente en España que tiene intención de emprender en los próximos tres años (emprendimiento potencial), el porcentaje de aquellos que están iniciando una actividad empresarial de menos de tres meses de vida (emprendimiento naciente), de los que tienen una iniciativa emprendedora de entre cuatro y cuarenta y dos meses (emprendimiento nuevo) y el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas de más de

Figura 16. Proceso emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2024





Bilbao, febrero de 2025. Encuentro Anual GEM Global 2024-2025

cuarenta y dos meses de vida (empresas consolidadas). La tasa de actividad emprendedora total, denominada *Total early-stage Entrepreneurial Activity* (TEA), principal indicador del proyecto GEM a nivel internacional, refleja el porcentaje de población adulta residente en España involucrada en la fase central del proceso emprendedor (emprendimiento naciente y nuevo), donde se localizan las iniciativas emprendedoras recientes. Por último, también se calcula cada año el porcentaje de adultos que han cerrado o traspasado su negocio en los últimos 12 meses, y que consideramos el indicador de abandono de la actividad emprendedora.

Tras el periodo de incertidumbre vivido en 2020, el proyecto GEM ha evidenciado un aumento de la intención emprendedora en España que no se producía desde 2012. Sin embargo, en 2024 el porcentaje de personas con intención de emprender en los próximos tres años se estanca, manteniendo el 11,2% del año anterior. A pesar de ello, se produce un aumento de cuatro décimas en el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas recientes (de menos de tres años y medio de vida), que pasa de un 6,8% en 2023 a un 7,2% de la población adulta residente en España en 2024, y un aumento de una décima en el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas (de más de tres años y medio de vida), que pasa de un 6,7% a un 6,8%. La tasa de emprendedores que abandona sus iniciativas, ya sea por cierre o por traspaso del negocio, aumenta de un 3,2% a un 3,5%. Estos datos reflejan un proceso emprendedor más activo desde la pandemia, pero que corre el riesgo de ralentizarse en el futuro por el estancamiento de la intención emprendedora de la población.

Tabla 1. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo
Fuente: GEM-España APS 2024

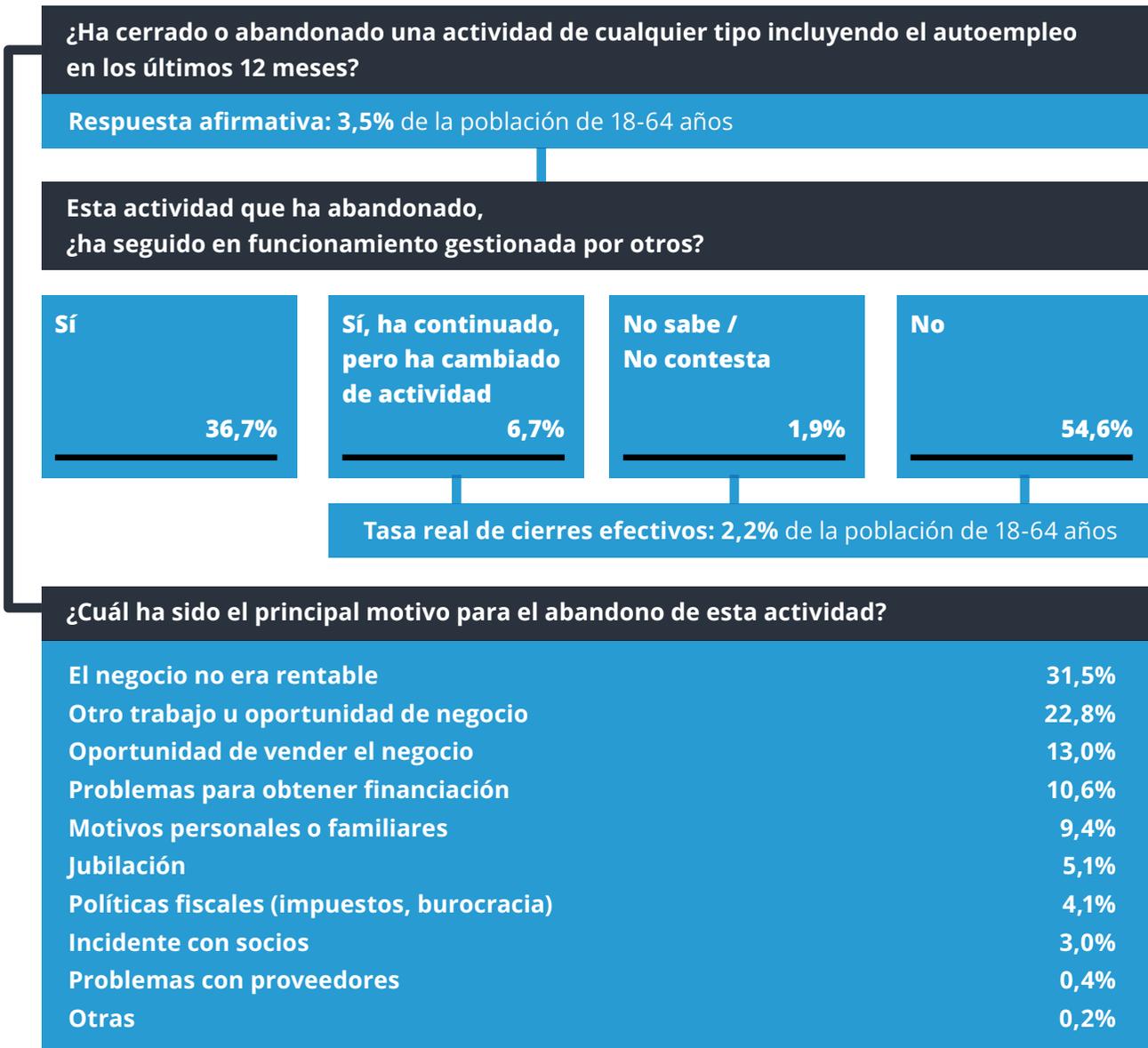
						
	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas	Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
2023	10,9%	6,1%	6,0%	11,5%	7,5%	7,4%
2024	11,4%	6,8%	5,3%	11,0%	7,7%	8,2%

Durante este año se evidencian diferencias significativas entre hombres y mujeres a lo largo del proceso emprendedor. Las mujeres aumentan su intención emprendedora, que pasa de un 10,9% en 2023 a un 11,4% en 2024 y su actividad emprendedora reciente, que pasa de un 6,1% a un 6,8%, pero reducen su implicación en empresas consolidadas de un 6,0% a un 5,3%. Por el contrario, los hombres disminuyen su intención emprendedora, que pasa de un 11,5% a un 11,0% y aumentan su actividad emprendedora reciente, que pasa de un 7,5% a un 7,7%, así como su presencia en iniciativas consolidadas, que aumenta de un 7,4% a un 8,2%.



Figura 17. Abandono de la actividad empresarial en España

Fuente: GEM APS 2024



Durante los últimos años se ha producido un aumento gradual del porcentaje de personas que han abandonado su iniciativa emprendedora, que ha pasado de un 2,5% en 2022, la más baja de sus países de referencia, a un 3,2% en 2023 y a un 3,5% en 2024. Sin embargo, hay que mirar estos datos con cautela, porque una de cada tres iniciativas que se abandona no cierran, sino que continúan en manos de otros emprendedores. Entre las razones que esgrimen las personas que abandonan el negocio, destacan la falta de rentabilidad (31,5%), la alternativa de conseguir otro trabajo o aprovechar otra oportunidad de negocio (22,8%), la oportunidad de vender el negocio (13,0%) y los problemas de financiación (10,6%). Estos datos reflejan que el abandono de la actividad emprendedora puede deberse bien a causas operativas del negocio (falta de rentabilidad o de financiación) o, por el contrario, a la aparición de nuevas oportunidades para el emprendedor derivadas de un nuevo trabajo o negocio, o de la venta del negocio actual. En este sentido, el 36% de los que abandonan se consideran emprendedores potenciales, lo que significa que siguen involucrados en el proceso emprendedor.



2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

La evolución temporal de los principales indicadores del proceso emprendedor en los últimos dieciocho años refleja cómo la tasa de la población que está pensando en emprender aumenta considerablemente en los periodos posteriores a las crisis de 2008 y de 2020, mientras que las tasas de emprendedores reales a cargo de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas evoluciona de forma diferente. Durante el año 2024 se percibe un estancamiento del porcentaje de emprendedores potenciales, que se había incrementado el año anterior hasta un nivel que no se alcanzaba desde 2012. Sin embargo, la tasa de emprendedores recientes (TEA) mantiene una tendencia creciente desde 2021, mientras que el porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas se ha ralentizado en el mismo periodo. En los últimos tres años parece que las condiciones socioeconómicas incentivan más la intención emprendedora y el arranque de nuevos proyectos, pero cada vez resulta más difícil mantener las iniciativas emprendedoras, a diferencia de años anteriores.

Figura 18. Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor

Fuente: GEM APS 2007-2024

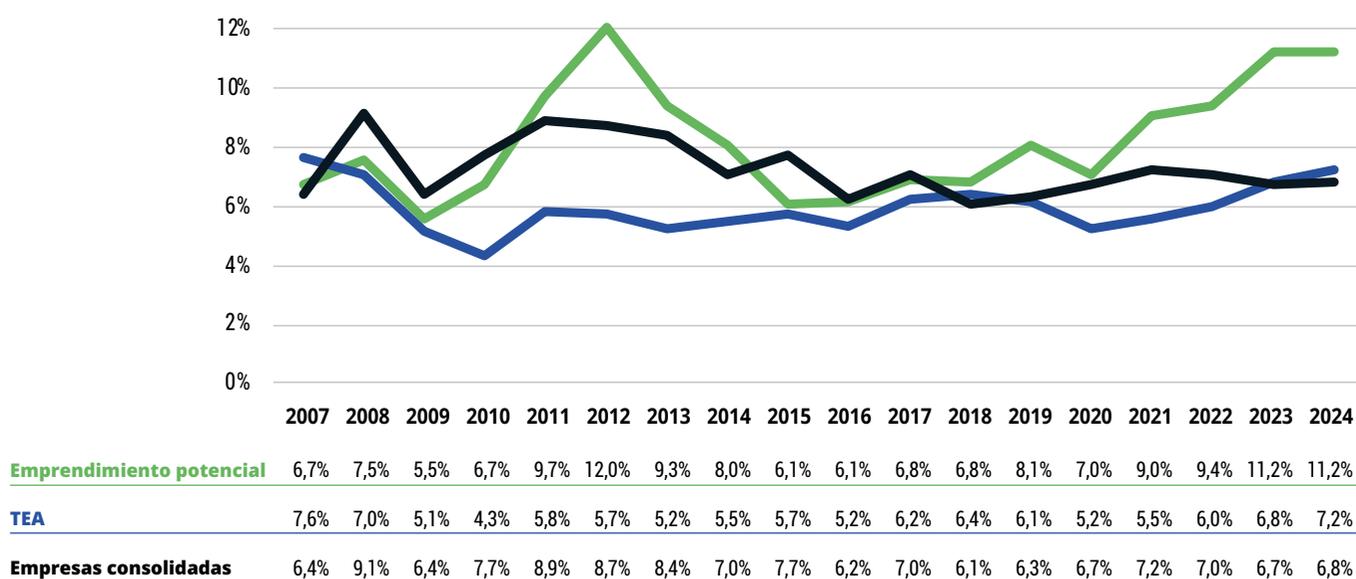
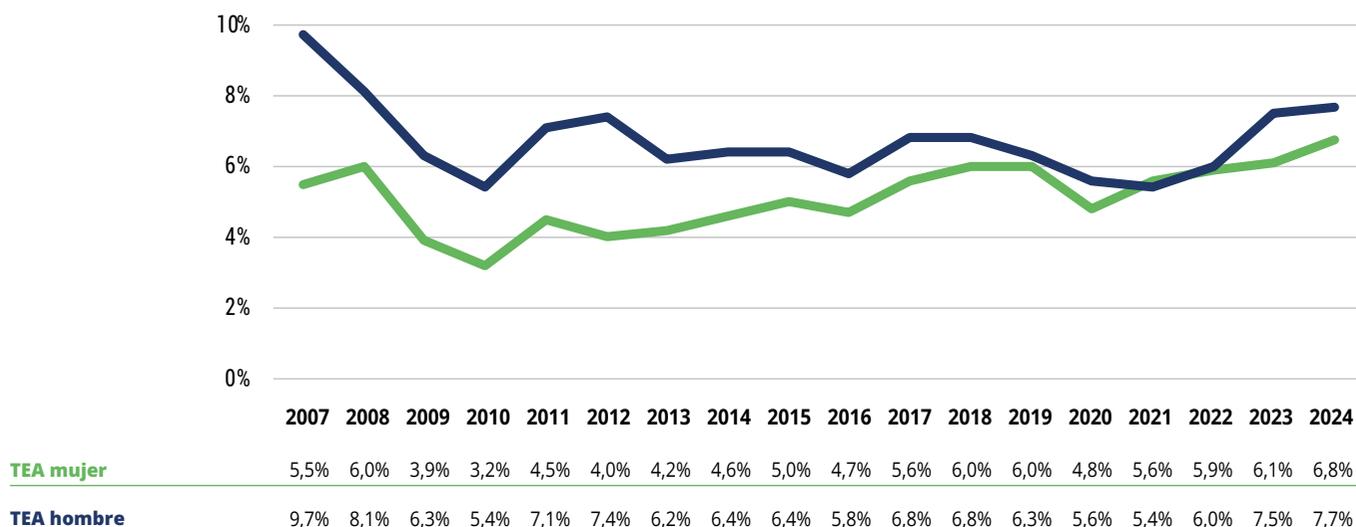


Figura 19. Evolución del índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2007-2024

Fuente: GEM APS 2007-2024



Tras el desplome experimentado durante la crisis financiera de 2008, desde el año 2012 se ha producido un crecimiento sostenido del porcentaje de mujeres a cargo de iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida (TEA), mientras que la tasa de emprendimiento de los hombres ha ido fluctuando sin una tendencia clara. Esto ha permitido igualar las tasas de emprendimiento de hombres y mujeres durante los años 2021 y 2022. Sin embargo, en 2023 el crecimiento de la actividad emprendedora de las mujeres no pudo igualar el repunte experimentado por el porcentaje de hombres a cargo de iniciativas recientes (TEA). En 2024 uno de cada trece hombres adultos residentes en España está inmerso en el arranque de un proyecto emprendedor, mientras que en el caso de las emprendedoras esta proporción baja a una de cada quince mujeres, a pesar de que el repunte de siete décimas respecto al año anterior ha sido mayor que el de los hombres.

Figura 20. Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas)

Fuente: GEM APS 2007-2024



La evolución de las iniciativas nacientes (aquellas con menos de tres meses de vida) e iniciativas nuevas (de cuatro meses a tres años y medio) en los últimos dieciocho años permite analizar el comportamiento de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) a lo largo del tiempo. En los años en los que ambas crecen se evidencia una mayor confianza de los emprendedores en la fase inicial del proceso, lo que permite consolidarlas en el tiempo. Durante el año 2024 se ha producido un incremento de un 1,3% en la tasa de iniciativas nacientes, mientras que las nuevas han bajado un 0,1%, lo que indica que el aumento de la tasa de actividad emprendedora reciente se debe al arranque de iniciativas nacientes que no se están manteniendo en el tiempo, bien por las condiciones adversas del entorno, bien por la propia motivación del emprendedor.



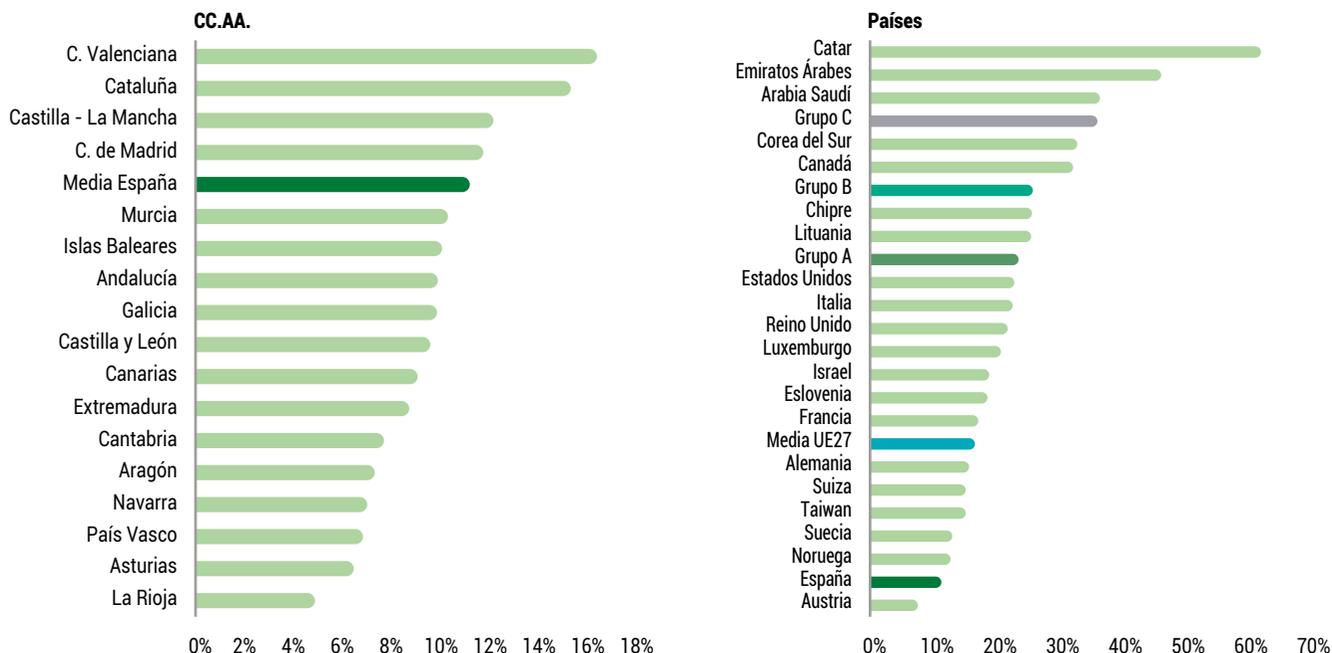
2.3. Perspectiva internacional y por CC. AA.

La Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha y la Comunidad de Madrid se perfilan como las CC. AA. con mayor porcentaje de emprendedores potenciales, superando la media española (11,2%), aunque en el caso de la Comunidad Valenciana estos datos, recogidos antes de las inundaciones, no reflejan la influencia de la

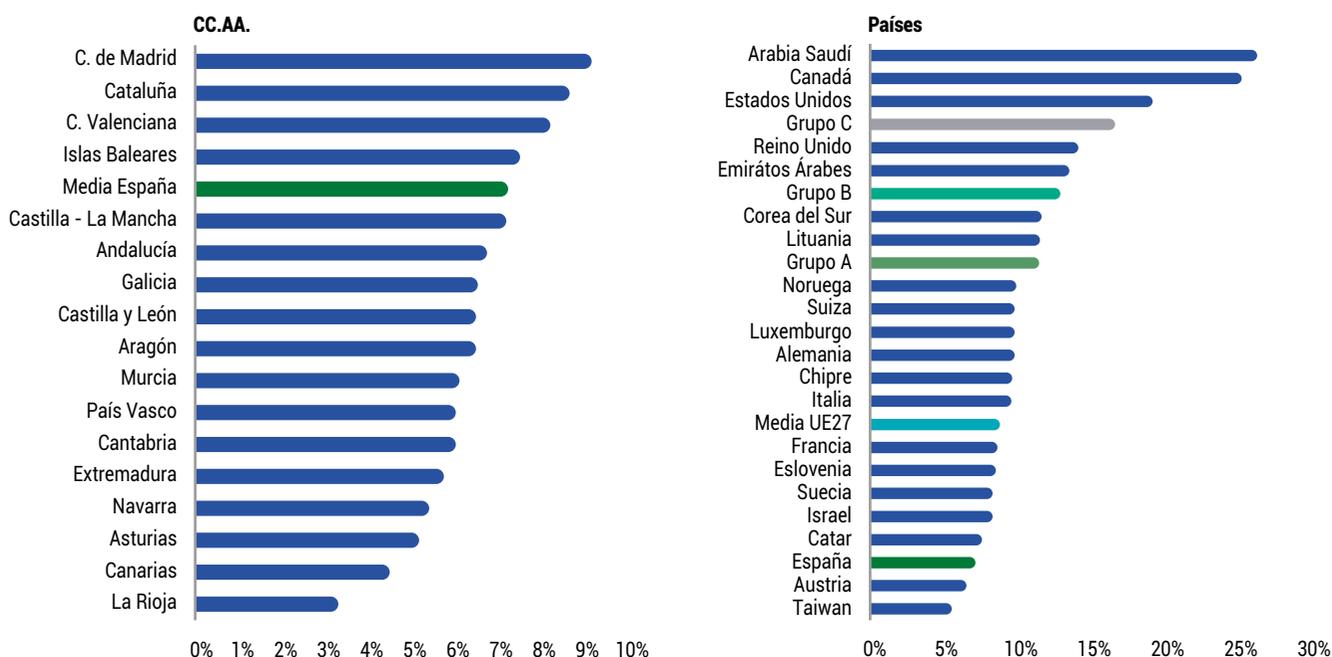
Figura 21. Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC. AA.

Fuente: GEM-España APS 2024

Emprendimiento potencial



TEA



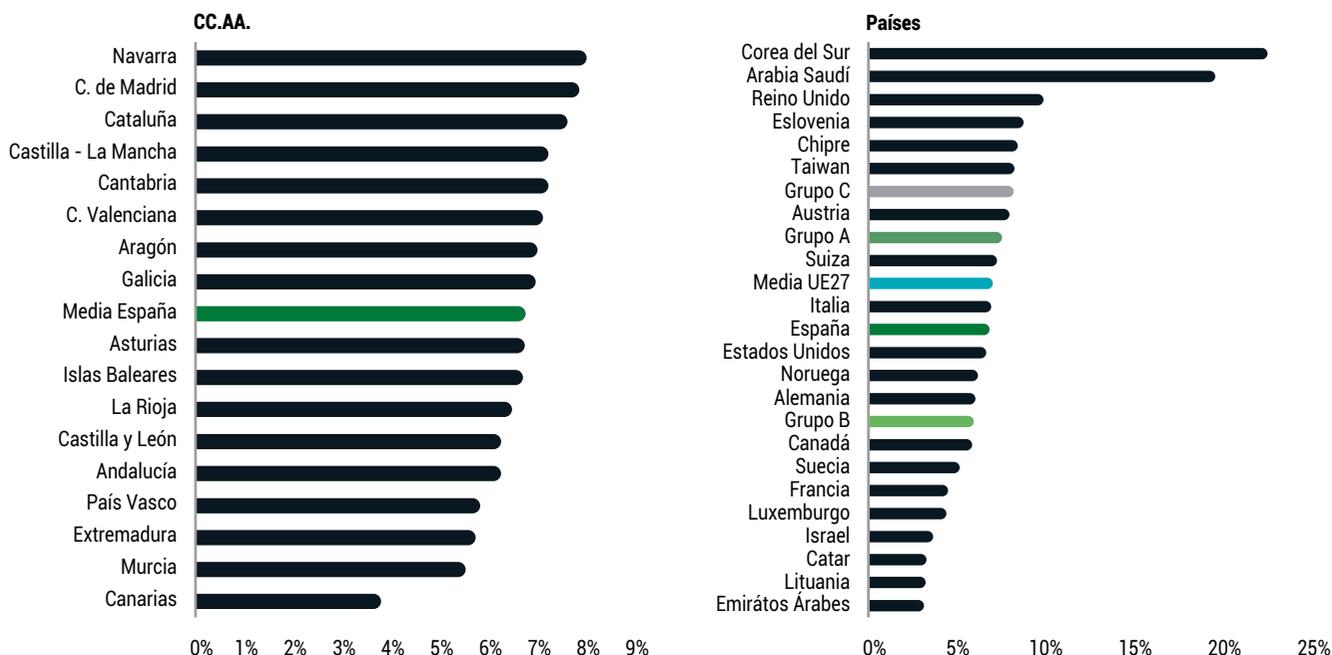
crisis originada por la dana en la población de las zonas afectadas. Por el contrario, La Rioja, Asturias y el País Vasco figuran como los territorios con menor intención emprendedora, por debajo del 7% de la población adulta residente en España.

Las tasas de actividad emprendedora reciente (TEA) y consolidada son mayores que la media de España en la Comunidad de Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana. En el caso de las Islas Baleares, la tasa de empen-

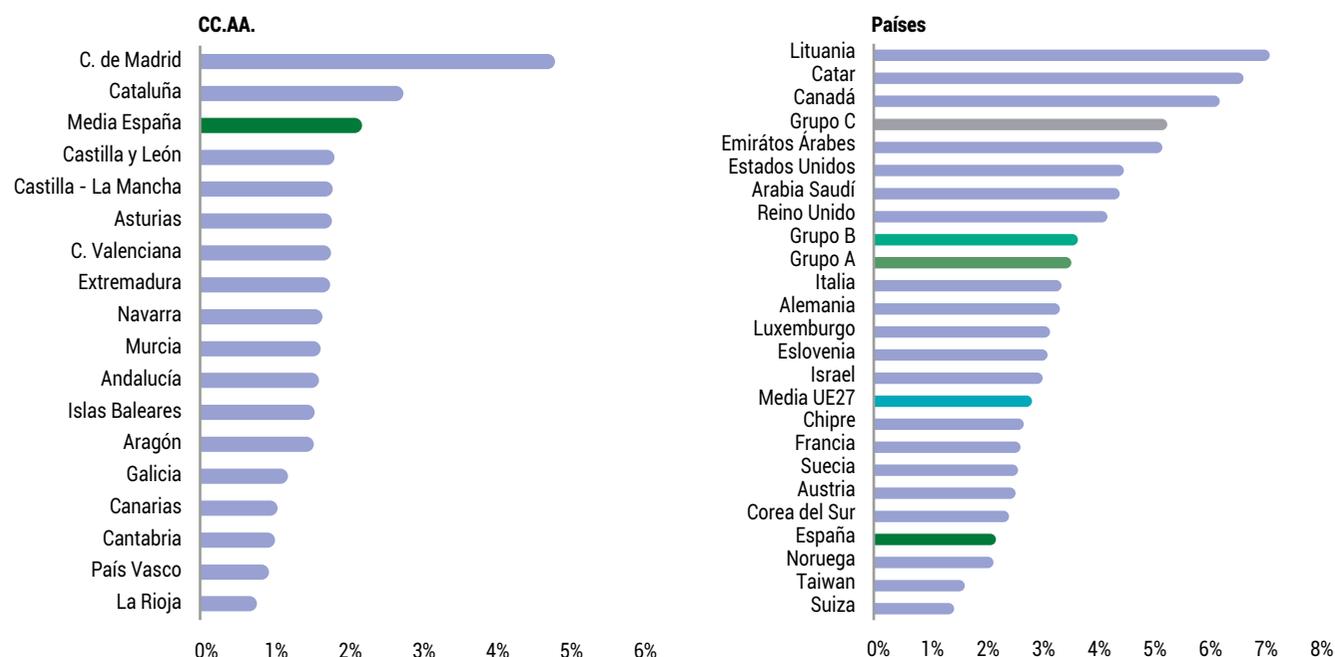
Figura 21. Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC. AA.

Fuente: GEM-España APS 2024

Empresas consolidadas



Cierres



dimiento reciente supera la media española, pero no así la tasa de emprendedores consolidados, mientras que Navarra, la primera en emprendedores consolidados, es de las últimas en porcentaje de emprendedores recientes. El mayor porcentaje de cierres se produce en la Comunidad de Madrid y Cataluña, y el menor en La Rioja y el País Vasco.

A pesar de la variabilidad de los datos entre comunidades autónomas, en 2024 podemos identificar algunos perfiles emprendedores similares por territorio. La Comunidad de Madrid y Cataluña, tractores del emprendimiento en España, tanto de iniciativas recientes (TEA) como de consolidación de proyectos, son territorios en los que la tasa de cierres supera, y en el caso de la Comunidad de Madrid duplica, la media española, pero en los que la mitad de los emprendedores que abandonan continúan inmersos en el proceso emprendedor con nuevos proyectos empresariales.

Por el contrario, otras CC. AA. como La Rioja o el País Vasco se caracterizan por un perfil emprendedor más conservador, en el que hay una menor proporción de personas dispuestas a emprender, pero que una vez emprenden no abandonan fácilmente. Y otras, como Navarra, que encabeza la lista en proporción de emprendedores consolidados, pero es la cuarta por la cola en intención emprendedora e iniciativas recientes (TEA).

El análisis del posicionamiento de España a nivel internacional sitúa el atractivo emprendedor de nuestro país en relación con otras economías. A pesar del crecimiento de las tasas de emprendimiento potencial y reciente (TEA), en 2024 España se sitúa en los últimos puestos de sus países de referencia, solo por delante de Austria en intención emprendedora, y por delante de Austria y Taiwán en actividad emprendedora reciente (TEA). Sin embargo, nuestro país se posiciona en la media en proporción de emprendedores consolidados, y es de los países con menores tasas de cierre de iniciativas emprendedoras. España tiene, por tanto, un perfil nacional emprendedor más conservador que sus vecinos de la Unión Europea y otros países con economías similares.

Como conclusión, en 2024 la actividad emprendedora reciente (TEA) crece hasta alcanzar el 7,2% de la población adulta residente en España, resultado del aumento sin precedentes de la intención emprendedora del año anterior, y con mayor participación de los hombres. Sin embargo, este crecimiento se ralentiza en el caso de las iniciativas consolidadas, que pasan de un 6,7% a un 6,8%, el abandono aumenta de un 3,2% a un 3,5% y la intención emprendedora se estanca en un 11,2%. La Comunidad de Madrid y Cataluña se consolidan como los territorios tractores del emprendimiento, pero es necesario analizar cuáles son los factores que determinan un comportamiento emprendedor más volátil y conservador en otras CC. AA., para poder revertirlo en el futuro.



Santander, marzo de 2024. Presentación *Informe GEM Cantabria 2023-2024*.

Capítulo 3

Perfil de la persona emprendedora

3.1. Motivación

En este capítulo analizaremos el perfil individual de los emprendedores en España, porque las motivaciones y la idiosincrasia de las personas diferencian su comportamiento a lo largo del proceso emprendedor. Las motivaciones, la edad, el sexo, el nivel educativo o el lugar de residencia a menudo condicionan la actividad emprendedora de los individuos. Además, en los últimos años España ha experimentado un cambio en la composición de su población, algo que también está afectando a las tasas de emprendimiento del país.

Las motivaciones de los emprendedores recientes (TEA) siguen siendo más ambiciosas que las de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas. Cuatro de cada diez personas que están arrancando un negocio de menos de tres años y medio de vida lo hacen para marcar una diferencia en el mundo y/o crear riqueza y ganar más dinero, un porcentaje que baja a menos de un tercio en el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas. La motivación más habitual entre los emprendedores, la de emprender para ganarse la vida porque el trabajo escasea, ha disminuido considerablemente. En 2023 la mencionaron el 70% de los emprendedores consolidados y el 57% de los emprendedores recientes, mientras que en 2024 solo lo hicieron seis de cada diez emprendedores consolidados y poco más de la mitad de los recientes.

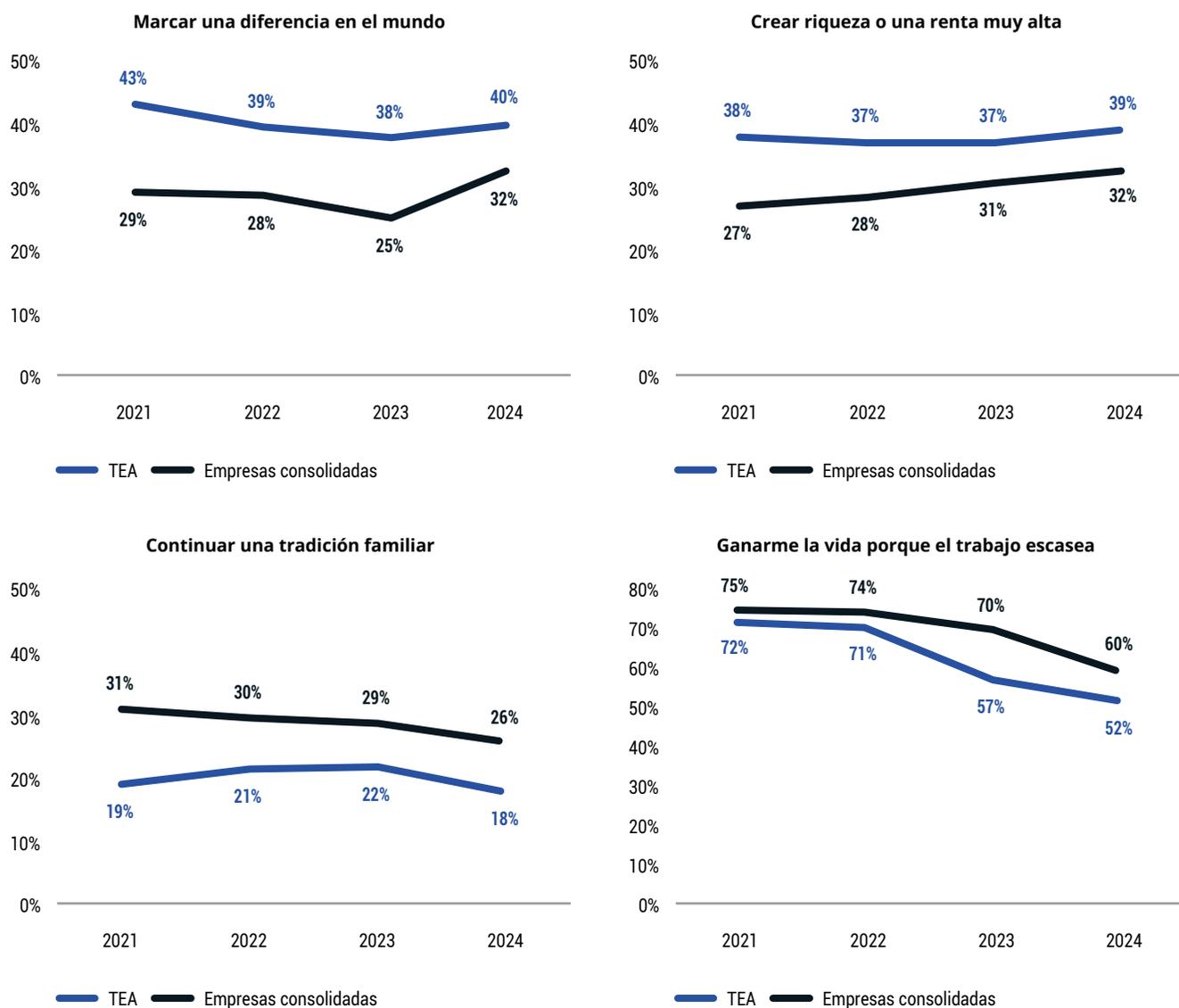
El efecto de la tradición familiar como motivador del emprendimiento cada vez lo menciona una menor proporción de emprendedores. Sigue siendo una razón para el 26% de los emprendedores consolidados, pero es algo que solo menciona el 18% de los emprendedores recientes.



A Coruña, septiembre de 2024. 9º Workshop Internacional de Investigación en Emprendimiento GEM-ACEDE.



Figura 22. Motivaciones emprendedoras
Fuente: GEM-España APS 2021-2024



3.2. Edad

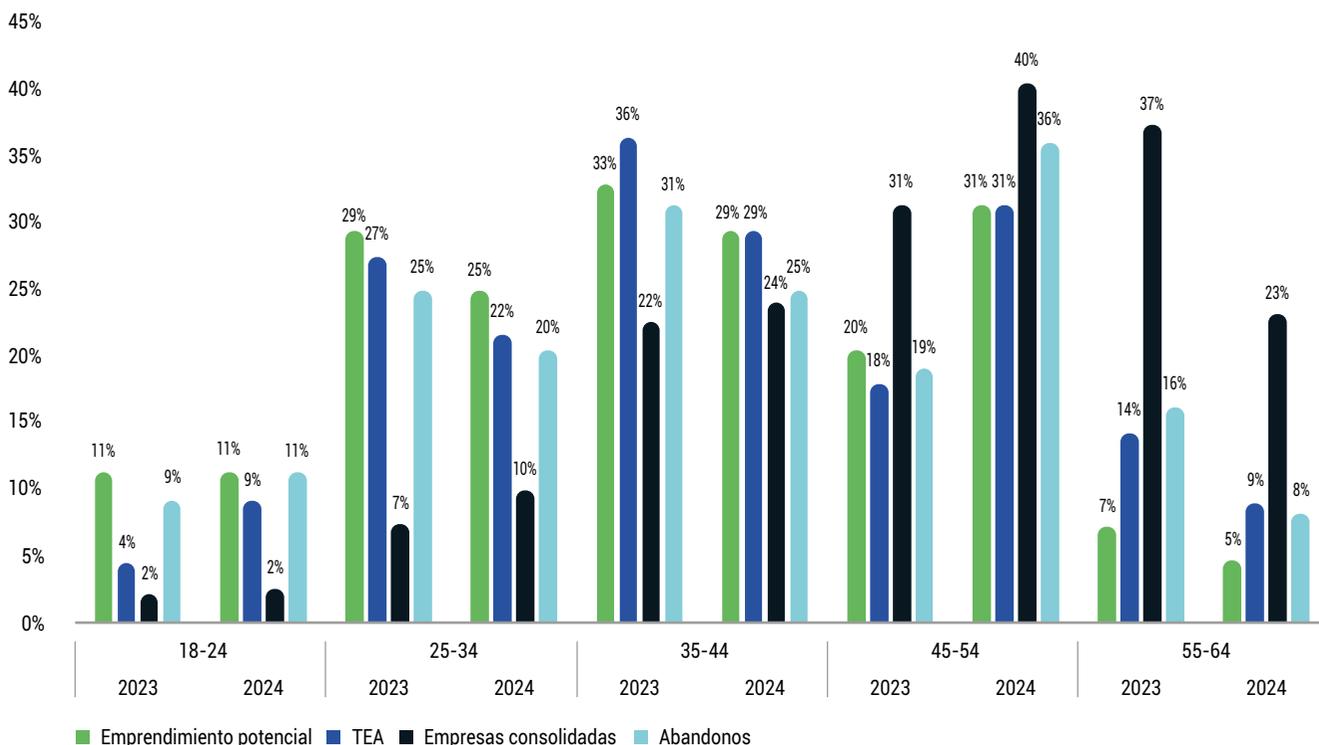
En España emprendemos con más edad que en otros países y, lejos de cambiar, esta situación se agrava a medida que pasan los años. Empezar con más edad permite que los emprendedores se aprovechen de su experiencia previa, pero también reduce el ciclo de vida de la empresa, cuando esta no sobrevive a sus fundadores. A pesar del repunte de cinco puntos (del 4% al 9%) experimentado entre los emprendedores más jóvenes (entre 18 y 24 años), en 2024 ocho de cada diez emprendedores recientes (TEA) tiene más de 35 años, y más de la mitad tiene más de 45. La intención emprendedora solo ha aumentado en el rango de edad comprendida entre los 45 y los 54 años, pasando de un 20% a un 31%, lo que asegura un perfil emprendedor más envejecido en España que en nuestros países de referencia en los próximos años, y el consecuente envejecimiento de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, la mayoría en edades comprendidas entre los 45 y los 64 años.



Un tercio de los abandonos de iniciativas emprendedoras se produce entre los 45 y los 54 años, un porcentaje que casi duplica el del año anterior, en un rango de edad en el que el encaje laboral se complica cada vez más. El porcentaje de abandonos disminuye, sin embargo, entre los emprendedores de edades comprendidas entre 25 y 44 años, y entre los que tienen entre 55 y 64 años.

Figura 23. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2023 y 2024

Fuente: GEM APS 2023-2024



3.3. Sexo

Aunque las tasas de emprendimiento se han ido igualando en los últimos años, hombres y mujeres emprenden por distintas razones. Sin embargo, a diferencia de lo que muchos piensan, el perfil de emprendedores potenciales y recientes (TEA) sigue sin diferenciarse por edad o nivel educativo.

La razón esgrimida por el mayor porcentaje de emprendedores, sean hombres o mujeres, a lo largo de todo el proceso emprendedor es la de ganarse la vida porque el trabajo escasea. En el caso de las iniciativas consolidadas, esta razón la esgrimen más de la mitad de los emprendedores. Sin embargo, un mayor porcentaje de hombres exponen más razones, aparte de esta, para conservar sus iniciativas. El 36% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas las mantiene para crear riqueza o una renta alta, frente al 25% de mujeres que manifiesta lo mismo. El 33% también afirma que lo hace para marcar una diferencia en el mundo, frente al 31% de las mujeres, y el 28% lo justifica para continuar una tradición familiar, una razón que solo esgrime el 25% de las mujeres a cargo de iniciativas consolidadas. En el caso de los emprendedores recientes (TEA), sin embargo, el perfil de motivaciones de las mujeres cambia. Siguen siendo más las que emprenden para ganarse la vida (el 57% frente al 49% de los hombres), pero igualan el porcentaje de los hombres en emprender por arraigo familiar (18%), y lo superan entre quienes afirman que emprenden para marcar una diferencia en el mundo (un 41% frente al 40% de los hombres). Sin embargo, la motivación económica de crear riqueza o una renta muy alta sigue siendo menos atractiva para las mujeres (la mencionan el 37% de las emprendedoras recientes) con relación a los hombres (41%).



Tabla 2. Motivaciones para emprender en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2021-2024

Marcar una diferencia en el mundo

				
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2021	44%	31%	42%	27%
2022	43%	29%	36%	28%
2023	38%	27%	37%	24%
2024	41%	31%	40%	33%

Crear riqueza o una renta muy alta

				
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2021	32%	24%	45%	30%
2022	36%	26%	42%	31%
2023	35%	28%	39%	33%
2024	37%	25%	41%	36%

Continuar una tradición familiar

				
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2021	18%	31%	21%	31%
2022	19%	29%	23%	30%
2023	23%	27%	21%	30%
2024	18%	25%	18%	28%

Ganarme la vida porque el trabajo escasea

				
	TEA	Empresas consolidadas	TEA	Empresas consolidadas
2021	73%	75%	71%	75%
2022	72%	74%	69%	75%
2023	62%	71%	53%	69%
2024	57%	61%	49%	59%

Tabla 3. Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo

Fuente: GEM APS 2023-2024

				
	2023	2024	2023	2024
18-24	11%	11%	12%	12%
25-34	17%	18%	18%	18%
35-44	23%	23%	23%	22%
45-54	26%	26%	26%	26%
55-64	23%	23%	21%	22%

Al igual que en años anteriores, y a diferencia de otros países, en España más del 70% de las personas que emprenden lo hacen por encima de los 35 años. Los porcentajes de hombres y mujeres a cargo de iniciativas recientes (TEA) apenas se diferencian entre rangos de edad. Sorprende especialmente el 23% de mujeres que están a cargo de iniciativas recientes con edades comprendidas entre los 35 y los 44 años, un porcentaje una décima superior al de los hombres (22%), en la edad en la que es mayor la tasa de embarazos de las mujeres residentes en España. Una legislación más favorable hacia el cuidado de menores y el reparto de tareas entre progenitores, así como las mejoras tecnológicas que permiten trabajar en cualquier lugar son razones que permiten explicar este comportamiento.



3.4. Educación

En 2024 uno de cada ocho universitarios está pensando en emprender en los próximos tres años, uno de cada doce lo está haciendo y uno de cada once está a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida. Estas tasas de emprendimiento superan a las de los emprendedores con menor nivel educativo, y a las tasas medias de actividad emprendedora de la población. Sin embargo, en términos generales no se ha producido un aumento de la intención emprendedora ni del emprendimiento reciente respecto a años anteriores, aunque sí ha aumentado ligeramente el porcentaje de universitarios a cargo de iniciativas consolidadas, que ha pasado de un 8% en 2023 a un 9% en 2024. Se ha demostrado que, si hay oportunidades para emprender, la educación emprendedora y la difusión de experiencias de éxito, así como la mayor cercanía de los emprendedores en los centros educativos son mecanismos que pueden estimular las vocaciones emprendedoras de los profesionales del futuro.

Tabla 4. Tasa de emprendimiento por nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2024

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

En términos generales, la distribución de emprendedores, hombres y mujeres, apenas se diferencia ni por edad ni por educación. Sin embargo, al igual que durante el año anterior, en 2024 aparecen algunas diferencias dentro de cada nivel educativo. El porcentaje de hombres con menores niveles educativos (primaria) que tiene expectativas de emprender en los próximos tres años es ligeramente superior al de las mujeres, y lo duplica en el caso del porcentaje de emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas.

Tabla 5. Distribución de las tasas de emprendimiento en función de la educación y el sexo de los emprendedores

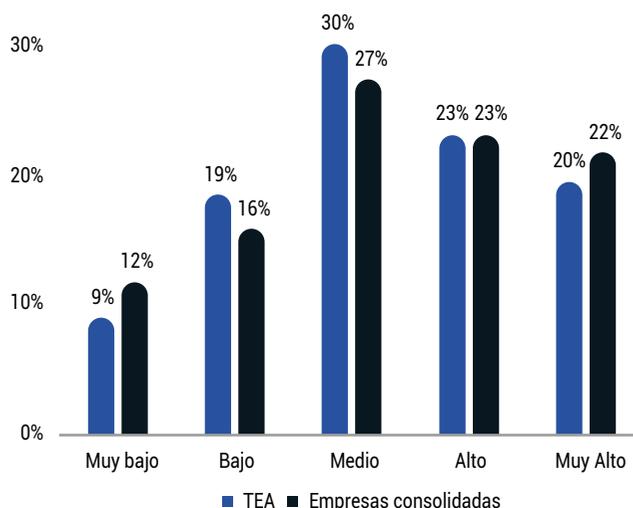
Fuente: GEM-España APS 2024

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



Figura 24. Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa

Fuente: GEM-España APS 2024



Por otro lado, el análisis de los emprendedores con un nivel universitario o superior también ofrece algunas diferencias. Aunque la tasa de emprendedores potenciales es la misma (13%), el porcentaje de hombres a cargo de iniciativas recientes (TEA) (9%) es superior al de las mujeres (8%), al igual que el porcentaje de hombres a cargo de iniciativas consolidadas (10%) en relación con el de las mujeres (7%). Además, en los niveles de máster y doctorado, la actividad emprendedora sigue siendo superior a la del resto de niveles educativos, y difiere entre hombres y mujeres. Dos de cada trece hombres con nivel de máster tienen expectativas de emprender en los próximos tres años, uno de cada diez está a cargo de una iniciativa de menos de tres años y medio de vida (TEA), y uno de cada once mantiene iniciativas consolidadas. En el caso de las mujeres, a pesar de ser menos las que tienen expectativas de emprender (14% con máster, 13% con un doctorado), tienen los mismos porcentajes de actividad emprendedora reciente (10% con máster, 11% con doctorado) que los hombres, aunque bajan las que están dispuestas a mantener iniciativas más de tres años y medio a un 8%.

A lo largo de los últimos años ha ido aumentando progresivamente la proporción de emprendedores que considera que tiene los conocimientos necesarios para emprender. En 2024 el 43% de los emprendedores recientes y el 45% de los que están a cargo de iniciativas consolidadas manifiesta tener un nivel alto o muy alto de formación específica para poner en marcha un negocio, y alrededor de un 30% lo hace con un nivel medio de formación. Esto es una señal de que, independientemente de su nivel educativo, emprenden los que consideran que saben hacerlo.



Barcelona, octubre de 2024. Presentación Informe GEM Cataluña 2023-2024.



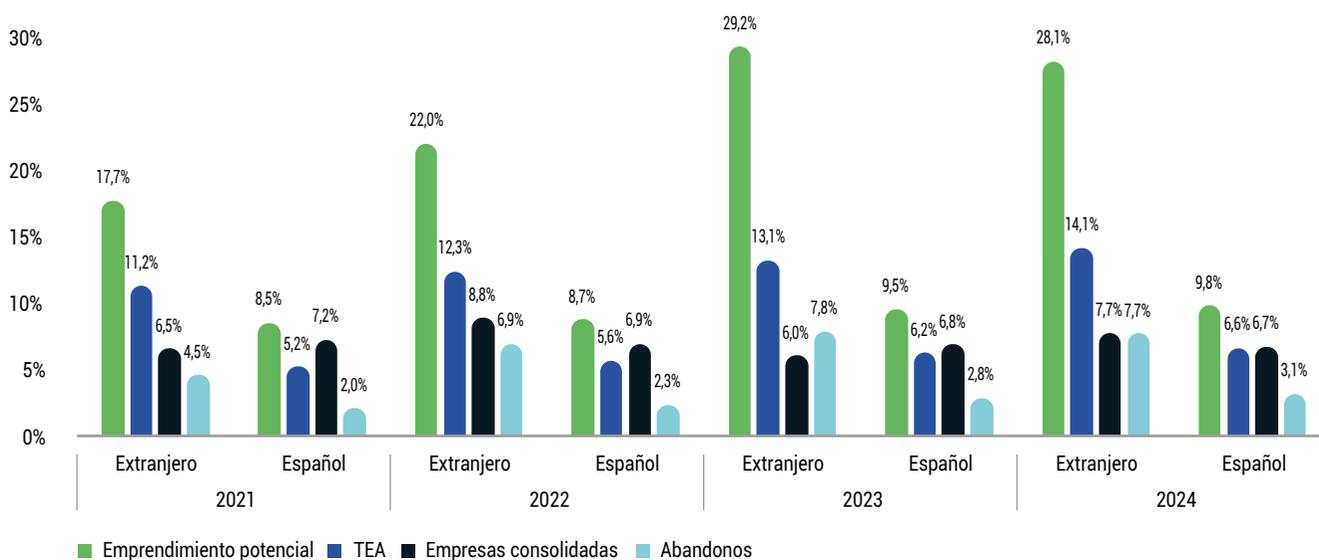
3.5. Minorías

3.5.1. Extranjeros residentes en España

A 1 de enero de 2024, y de acuerdo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2025), el crecimiento de la población residente en España se debe casi en exclusiva al incremento de personas nacidas en el extranjero. La tasa de extranjeros residentes en España asciende a un 18% de la población, por lo que estudiar el comportamiento emprendedor de este colectivo resulta muy relevante. En 2021, 2023 y 2024, el porcentaje de emprendimiento reciente (TEA) de la población adulta extranjera residente en España ha duplicado el de la población española, y se ha convertido en un tractor del emprendimiento de este país. En 2024 uno de cada siete extranjeros está iniciando un proyecto empresarial en España, aunque esta proporción baja a uno de cada 13 en el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida. Sin embargo, también abandonan sus iniciativas uno de cada 13 emprendedores extranjeros, más del doble que los españoles. La intención emprendedora de los extranjeros triplica la de los españoles, y ha crecido de un 17,7% en 2021 a un 28,1% en 2024, lo que permite prever un crecimiento de la actividad emprendedora liderada por emprendedores que han nacido fuera del país en los próximos años.

Figura 25. Distribución de la tasa de emprendimiento en función de la procedencia

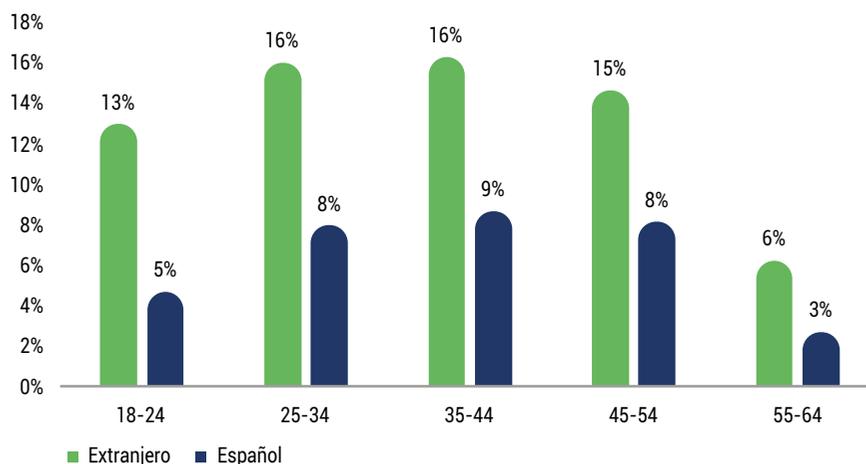
Fuente: GEM-España APS 2024



Albacete, 2025.
Equipo GEM
Castilla-La Mancha

Figura 26. Distribución de emprendedores por edad y procedencia

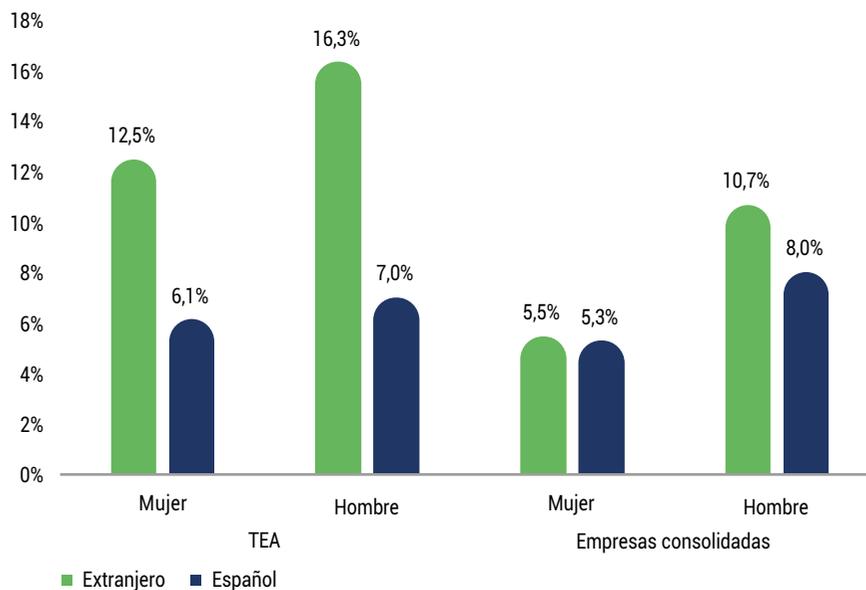
Fuente: GEM-España APS 2024



Los extranjeros emprenden a edades más tempranas que los españoles. Sus tasas de emprendimiento duplican a las de los españoles para casi todos los rangos de edad, aunque las tasas más elevadas se producen entre los que tienen entre 25-54 años, igual que en el caso de los españoles. La escasez de alternativas laborales puede ser una de las razones del mayor emprendimiento de los extranjeros, pero no podemos olvidar que la cultura emprendedora de los países de origen de los extranjeros que residen en nuestro país, que son principalmente latinoamericanos y marroquíes, es mucho más proclive al emprendimiento que la cultura española.

Figura 27. Distribución de emprendedores por sexo y procedencia

Fuente: GEM-España APS 2024

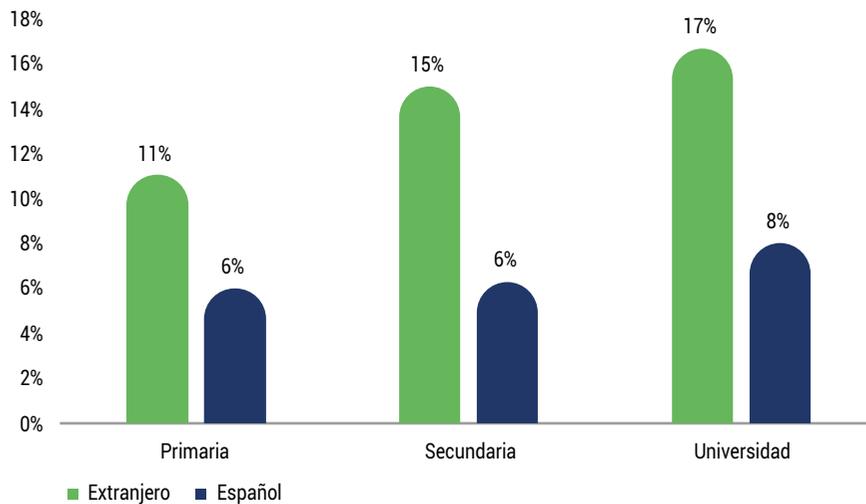


Los extranjeros residentes en nuestro país son los causantes del incremento de la tasa de emprendimiento en España. Uno de cada seis hombres y una de cada ocho mujeres que han emigrado a nuestro país está emprendiendo, una proporción que crece respecto al año anterior y duplica la española. Sin embargo, esta desproporción disminuye en el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida, por la elevada tasa de cierres de las iniciativas lideradas por extranjeros, que multiplica por dos y medio la tasa de cierres de los emprendedores españoles.



Figura 28. Distribución de emprendedores por nivel educativo y procedencia

Fuente: GEM-España APS 2024



Los extranjeros con educación universitaria son los que más emprenden. Lo hace el 17% de este colectivo, frente al 8% de los españoles. Las tasas de emprendedores extranjeros con estudios secundarios (15%) y primarios (11%) también son muy superiores a las de los españoles. Estos porcentajes son similares a los de sus países de origen, lo que refleja una transferencia de la cultura emprendedora de los individuos hacia nuestro país. Además, incentivos como los establecidos en la ley de Startups (BOE, 2022) a la hora de conseguir un visado de residencia para los emprendedores puede estar estimulando el comportamiento emprendedor de este colectivo.



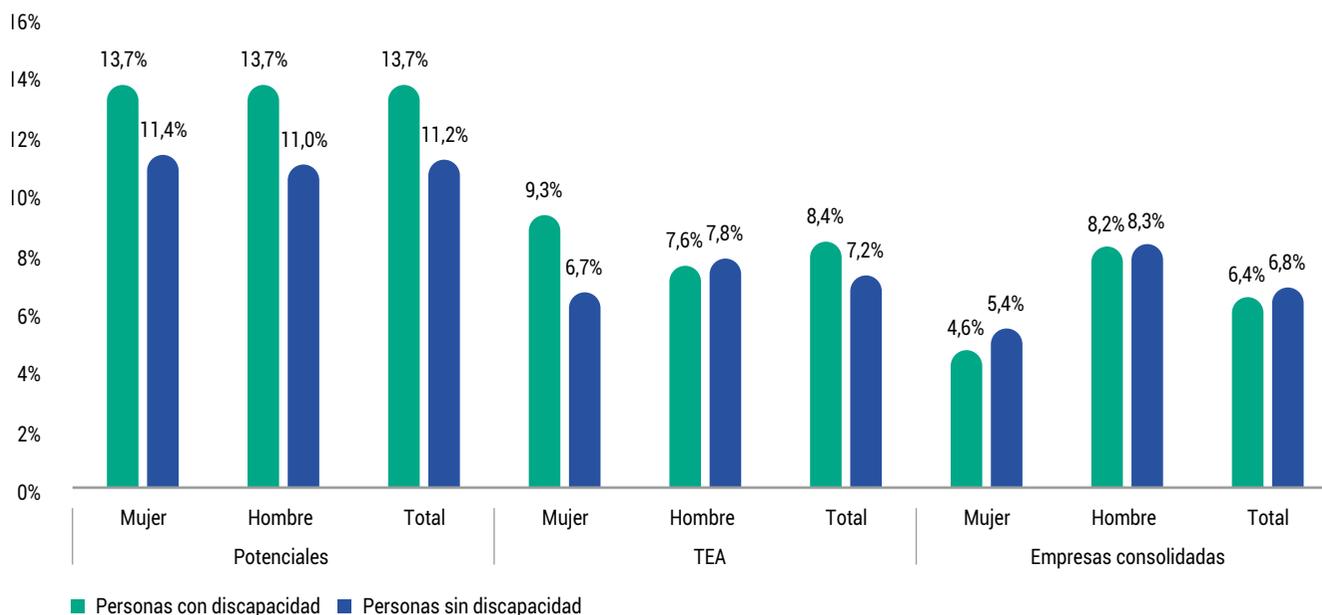
Madrid, octubre de 2024. Presentación *Informe GEM Madrid 2023-2024*

3.5.2. Personas con discapacidad

Las personas con discapacidad son capaces de emprender, y lo hacen. El porcentaje de personas con un grado de discapacidad reconocido (más del 33% o con incapacidad permanente) que están pensando en emprender en los próximos tres años (13,7%) supera con significatividad al de los que no tienen ninguna discapacidad reconocida (11,2%). La tasa de actividad emprendedora reciente (TEA) de las personas con discapacidad también sobrepasa en más de un punto porcentual (8,4%) a la de la población sin discapacidad (7,2%) con significatividad estadística, aunque esa diferencia no se mantiene en el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas (6,4% frente al 6,8%). Si bien no se aprecian diferencias en la intención emprendedora de hombres y mujeres con discapacidad, la actividad emprendedora reciente la lideran las mujeres. Un 9,3% de las mujeres con discapacidad reconocida estaban iniciando iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida en 2024, frente al 7,6% de los hombres con discapacidad, y al 6,7% de las mujeres sin discapacidad. Sin embargo, esta situación se invierte en la etapa de consolidación de iniciativas, que lideran los hombres con discapacidad (8,2%), con un porcentaje que duplica el porcentaje de mujeres con discapacidad a cargo de estas iniciativas (4,6%). Las mujeres con discapacidad emprenden más al principio del proceso emprendedor, pero desisten en fases posteriores, algo que debería estudiarse en profundidad.

Figura 29. Distribución de las tasas de emprendimiento de personas con y sin discapacidad

Fuente: GEM-España APS 2024



La Palma de Gran Canaria, diciembre de 2024. Presentación Informe GEM Canarias 2023-2024.



Las motivaciones para emprender de las personas con discapacidad difieren de las del resto de los emprendedores. Aunque la motivación de ganarse la vida porque el trabajo escasea la mencionan el 47% de los emprendedores recientes (TEA) con alguna discapacidad, este porcentaje es inferior al del resto de los emprendedores, a pesar de que son los primeros los que suelen tener más dificultades de encaje laboral, una diferencia que es estadísticamente significativa. Marcar una diferencia en el mundo es una razón que mencionan más los emprendedores con discapacidad (43%) que los que no la tienen (40%), mientras que la motivación económica de crear riqueza o una renta muy alta es una razón para el 38% de los emprendedores con discapacidad y para el 39% de los emprendedores sin ella. Sin embargo, emprender para continuar una tradición familiar es el motivo en el que más diferencias significativas se encuentran entre estos dos grupos de emprendedores. Dos de cada siete emprendedores con discapacidad la considera como razón para emprender, mientras que solo dos de cada catorce emprendedores sin discapacidad la menciona.

Figura 30. Motivaciones de emprendedores recientes (TEA) con y sin discapacidad

Fuente: GEM-España APS 2024

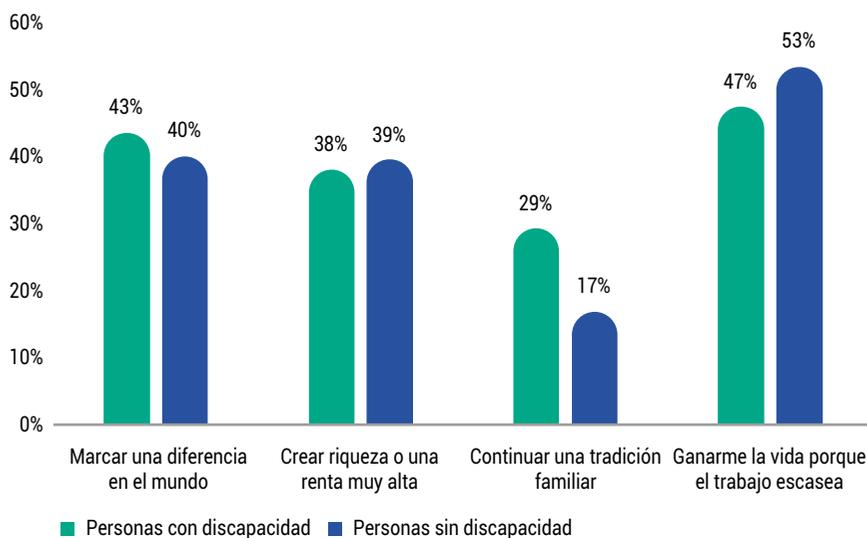
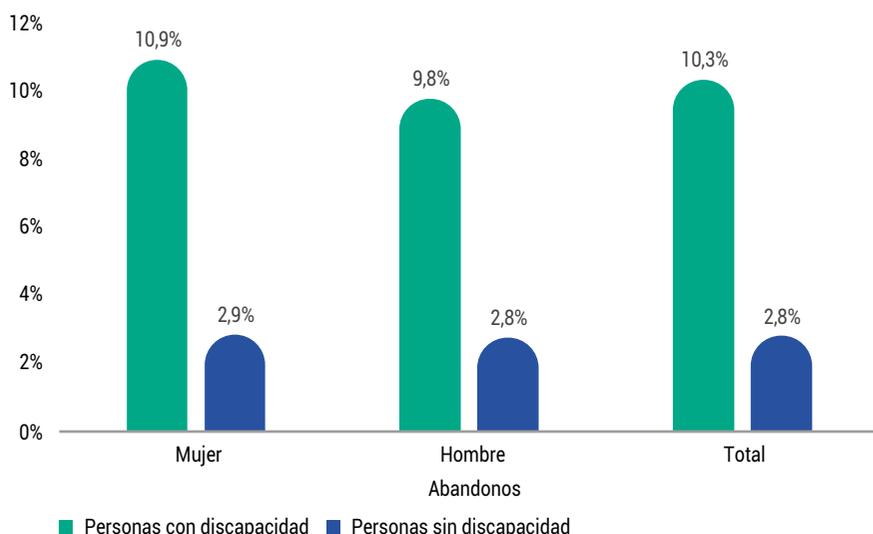


Figura 31. Distribución de las tasas de abandono de personas con y sin discapacidad

Fuente: GEM-España APS 2024



El porcentaje de abandonos de las personas con discapacidad triplica al de las personas sin discapacidad reconocida. Una de cada nueve mujeres con discapacidad abandonó su iniciativa emprendedora en 2024, frente a una de cada treinta y cuatro mujeres sin discapacidad. En el caso de los hombres, la diferencia es algo menor (un 9,8% de abandonos de hombres con discapacidad frente al 2,8% de abandonos de hombres sin discapacidad). Todas estas diferencias son estadísticamente significativas. Sin duda es necesario conocer cuáles son las causas que expulsan del proceso emprendedor a un colectivo con mayor intención emprendedora que el resto de la población.



3.5.3. Rural

En España hay 6.827 municipios que no superan los 5.000 habitantes y que concentran a 5,7 millones de personas, el 12% del total de la población. En los últimos años la actividad emprendedora en estos municipios ha ido decayendo, a pesar de los esfuerzos de las administraciones para evitarlo. Durante el año 2024, sin embargo, se recupera la actividad emprendedora reciente en el entorno rural, que pasa del 4,7% en 2023 al 5,8% en 2024, manteniéndose el porcentaje de iniciativas consolidadas (6,9%), superiores a las que se desarrollan y mantienen en municipios más poblados.

Las personas que emprenden en el entorno rural lo hacen en edades más tempranas que las que emprenden en el entorno urbano. Un 7% de las mujeres están arrancando negocios en el rural, un porcentaje que supera el 5% de los hombres que, sin embargo, mantienen más iniciativas consolidadas (8%) en estos municipios. En el entorno rural, a diferencia del urbano, no hay diferencias significativas en el porcentaje de emprendedores con distinto nivel educativo.

Figura 32. Distribución de la tasa de emprendimiento en función del emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2024

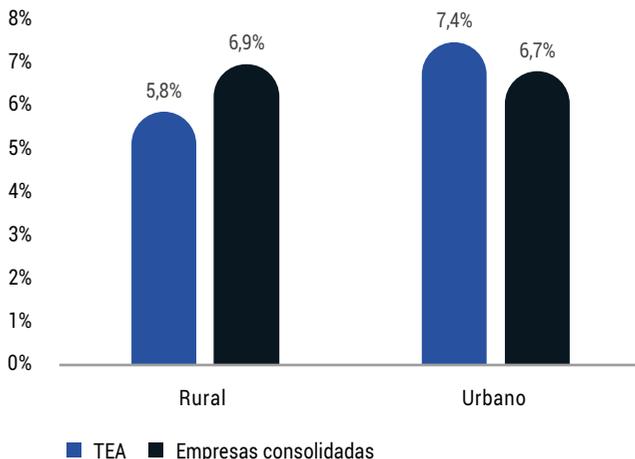


Figura 33. Distribución de las personas emprendedoras por edad y emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2024

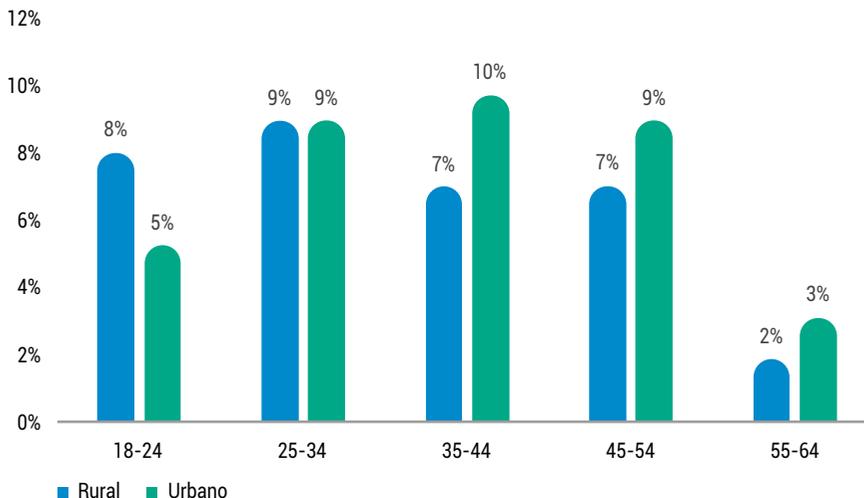


Figura 34. Distribución de las personas emprendedoras por sexo y emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2024

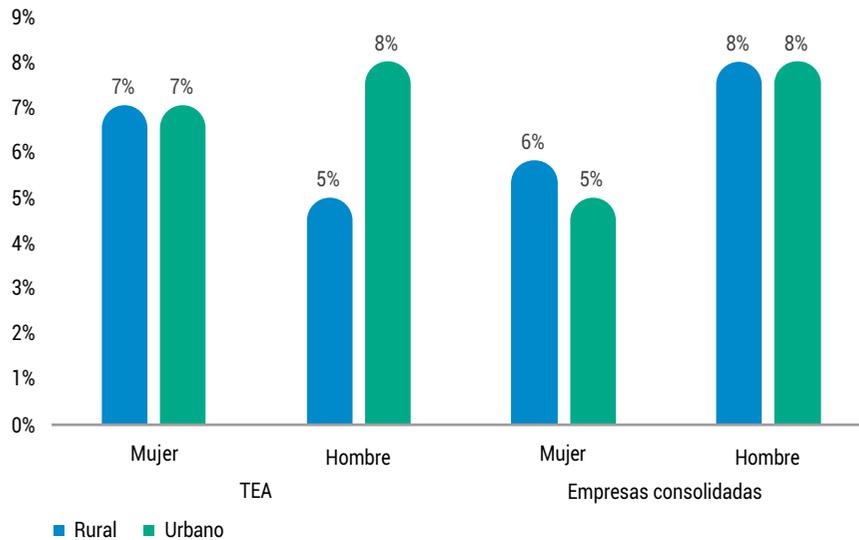
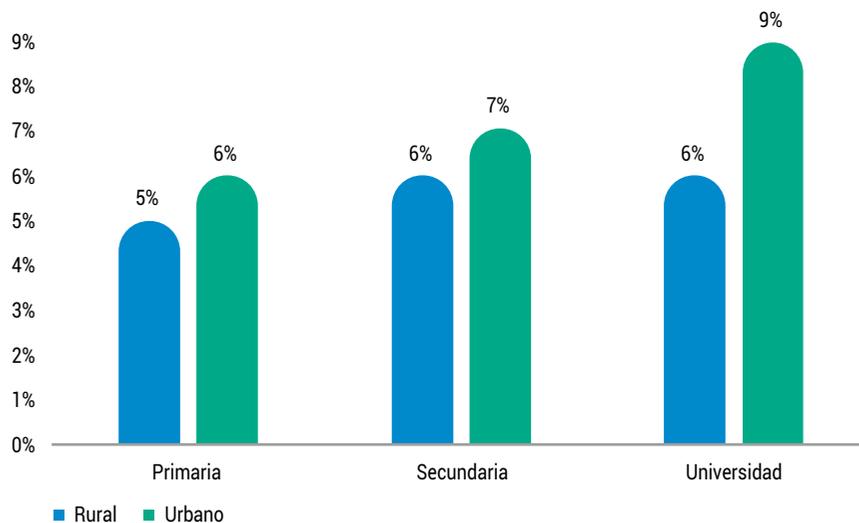


Figura 35. Nivel de formación en función del emprendimiento rural o urbano

Fuente: GEM-España APS 2024



Como conclusión, durante el año 2024 en España los hombres han emprendido más que las mujeres, pero esa diferencia no se debe ni a la edad ni a su cualificación. Las razones tenemos que buscarlas en sus motivaciones, más económicas que las de las mujeres, y que han reducido la motivación del autoempleo como razón principal para emprender, aunque no han sustituido esta motivación por otras razones más ambiciosas. Hombres y mujeres emprenden con más de 35 años, sin que se haya detectado ninguna diferencia en el rango de edad en el que las mujeres suelen quedarse embarazadas. La tasa de emprendimiento entre la población con un nivel educativo más alto es cada vez mayor, y el que haya un 13% de emprendedores potenciales, hombres y mujeres, de nivel universitario o superior, permite augurar tasas crecientes de emprendimiento cualificado en el futuro. La formación específica para emprender también aumenta respecto al año anterior, reflejo de una mayor orientación hacia la formación emprendedora de las instituciones educativas, y garantía de una gestión emprendedora más eficiente.

Los extranjeros son responsables del incremento de la actividad emprendedora en España. Uno de cada seis hombres y una de cada ocho mujeres que han emigrado a nuestro país están emprendiendo, una proporción que crece respecto al año anterior y duplica la de los españoles. Los extranjeros emprenden a edades más tempranas que los españoles, pero, al igual que estos, lo hacen en mayor medida con educación universitaria.

Por último, no debemos olvidar a colectivos y entornos minoritarios pero relevantes en cuanto a emprendimiento. El porcentaje de emprendedores con discapacidad que están arrancando iniciativas supera al de las personas sin discapacidad reconocida, y el entorno rural recupera una actividad emprendedora incipiente liderada por mujeres.



Madrid, mayo de 2024. Presentación *Informe GEM España 2023-2024*. En la imagen superior, Ángel Crespo (Mapfre) y Borja Cabezón (Enisa). En la imagen inferior, mesa debate sobre emprendimiento rural.



Capítulo 4

Perfil de las iniciativas emprendedoras

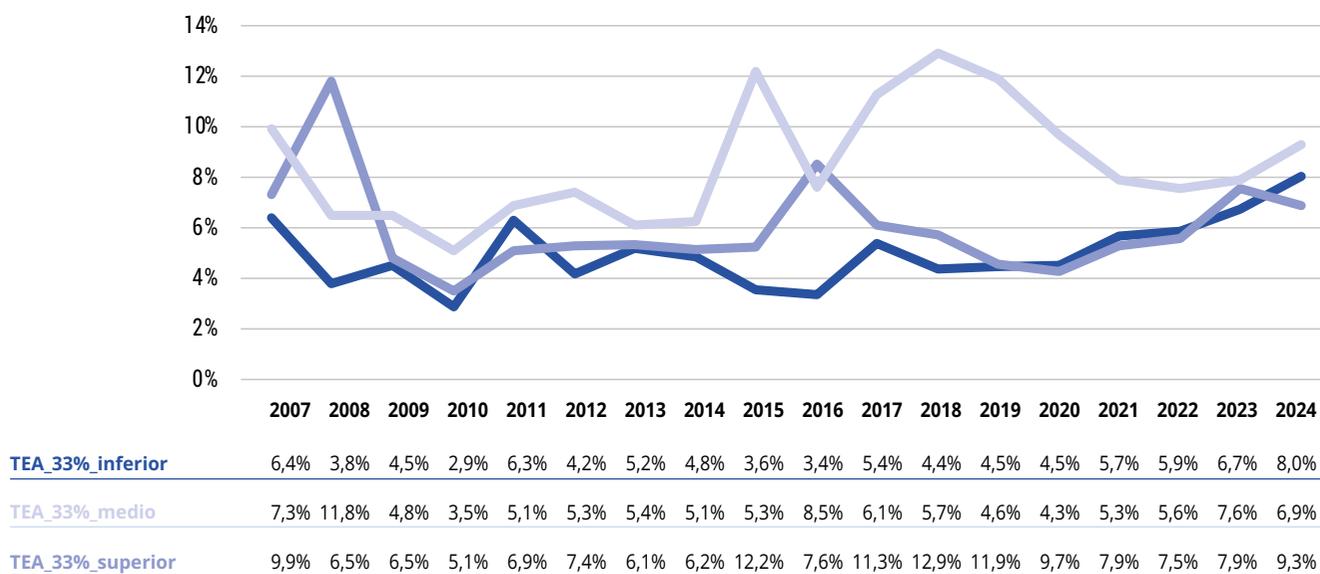
4.1. Fuentes de financiación

Nivel de renta de los emprendedores

Una de las principales fuentes de financiación de las iniciativas emprendedoras son los ahorros de sus fundadores. En los últimos dieciocho años, la distribución de los emprendedores por nivel de renta permite identificar tres perfiles diferentes. El porcentaje de emprendedores con un nivel de renta superior es mayor que los porcentajes de emprendedores con niveles de renta medio o inferior, salvo en los años de mayor incertidumbre financiera. Tras un descenso continuado desde 2018 hasta 2023, en 2024 uno de cada once emprendedores pertenece al perfil de los que tienen rentas más altas. Por otro lado, disminuyen a un 6,9% los emprendedores con niveles de renta medios, y aumentan a un 8% los que emprenden con menores niveles de renta.

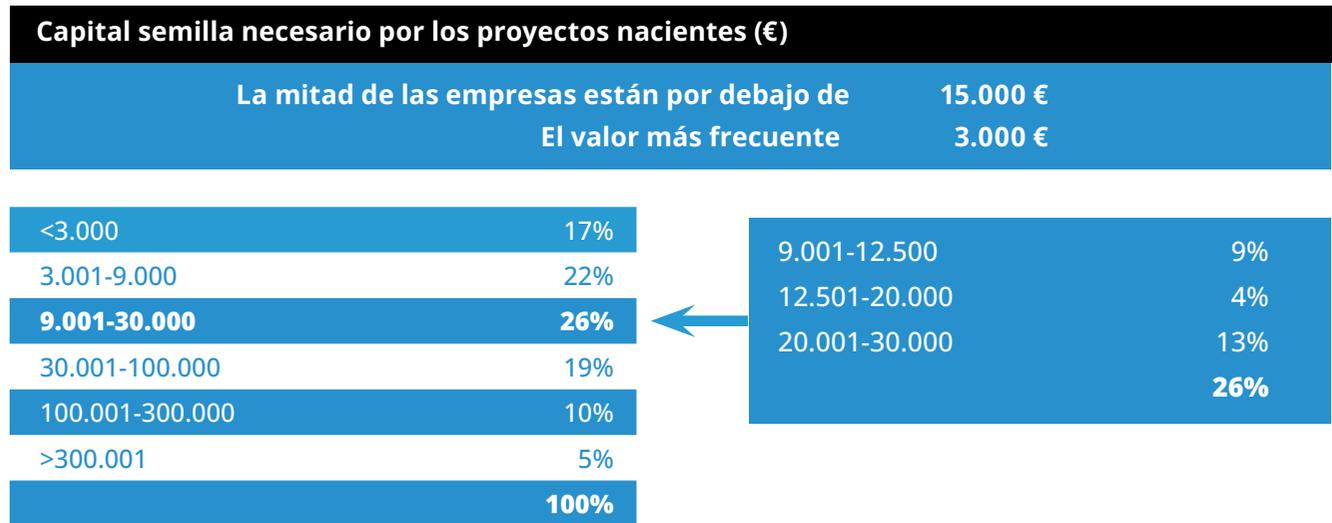
Figura 36. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2007-2024

Fuente: GEM-España APS 2007-2024



¿Cuánto capital precisan para comenzar?

Figura 37. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en España
Fuente: GEM-España APS 2024



En los últimos tres años, más de la mitad de las iniciativas emprendedoras arrancaron con menos de 15.000 euros. Durante el año 2024, cuatro de cada diez iniciativas lo hicieron con menos de 9.000 euros, cuatro de cada quince arrancaron con un capital de entre 9.001 y 30.000 euros, mientras que un tercio lo hizo con un capital de más de 30.000 euros. El porcentaje de las iniciativas más humildes, financieramente hablando, de menos de 3.000 euros, aumenta de un 11% en 2023 a un 17% en 2024 y son las más frecuentes, lo que evidencia, una vez más, la falta de capacidad de los emprendedores para conseguir inversores que respalden sus proyectos.



Madrid, mayo de 2024. Dirección Técnica GEM España con miembros del Equipo GEM Galicia.

Figura 38. Diferencias de capital semilla entre hombres y mujeres

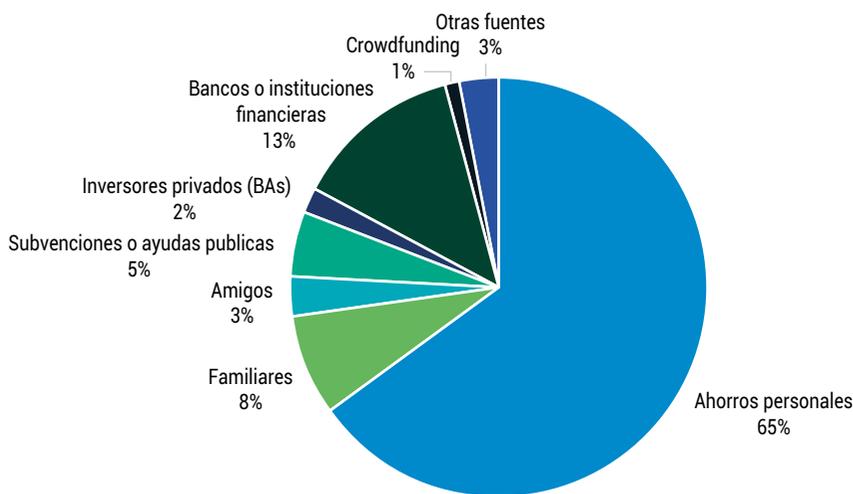
Fuente: GEM-España APS 2024



Las iniciativas emprendedoras de las mujeres siguen estando menos capitalizadas que las de los hombres. Tres de cada cuatro iniciativas lideradas por mujeres cuentan con un capital inicial de menos de 30.000 euros, mientras que este porcentaje baja a cuatro de cada siete en el caso de las iniciativas lideradas por hombres. El porcentaje de iniciativas con una capitalización de más de 100.000 euros lideradas por hombres (19%) casi duplica a las lideradas por mujeres (10%), lo que evidencia que el perfil de la iniciativa cambia en función del sexo del emprendedor, a pesar de que el capital más frecuente con el que arrancan las iniciativas emprendedoras es de 3.000 €, sean lideradas por hombres o por mujeres.

Figura 39. Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en España

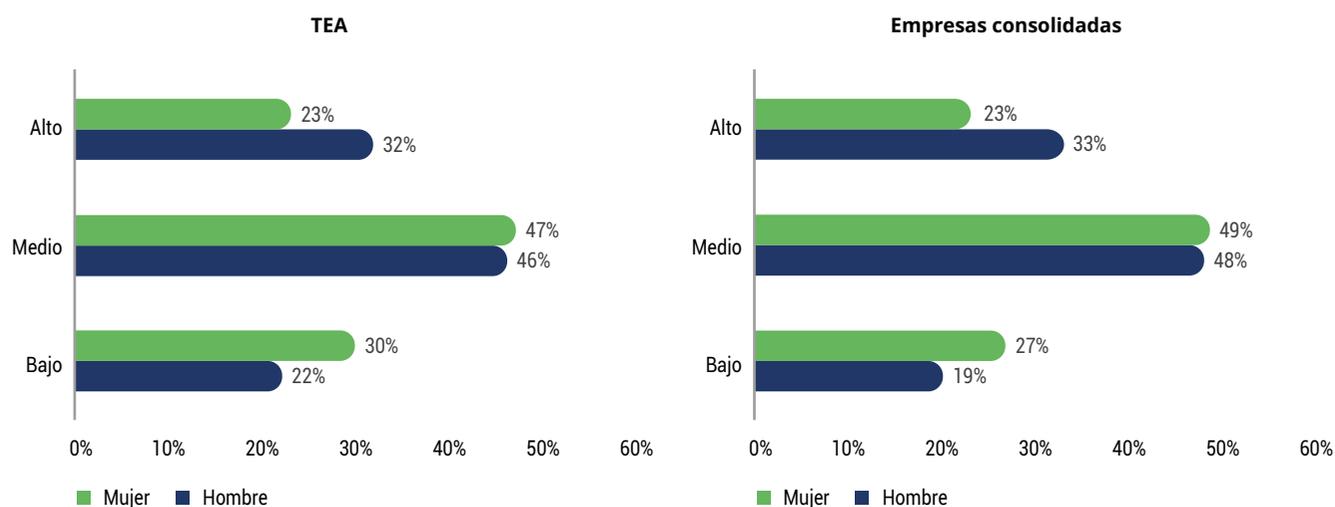
Fuente: GEM-España APS 2024



La estructura de capital de las iniciativas emprendedoras depende cada vez más de los ahorros personales del emprendedor. En 2024 más de la mitad del capital de arranque de los proyectos procede de los ahorros personales de los fundadores, mientras que las fuentes externas de financiación cada vez tienen menos peso como fuentes de capital semilla. Los préstamos concedidos por bancos e instituciones financieras han continuado bajando su proporción de un 17% en 2022 a un 14% en 2023 y a un 13% en 2024, mientras que las ayudas de familiares (8%), subvenciones (5%) y otras fuentes de financiación se mantienen como fuentes residuales. En España, ni los inversores privados (*business angels*, BAs) ni el *crowdfunding* (micromecenazgo o financiación colaborativa) se han afianzado todavía como fuentes de financiación habituales de los proyectos emprendedores.

Figura 40. Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024



Al igual que la formación específica para emprender, conocer cuáles pueden ser las fuentes de financiación más apropiadas y accesibles capacita a los emprendedores para tomar mejores decisiones que garanticen la supervivencia el crecimiento de sus iniciativas. En 2024, siete de cada diez emprendedores afirman tener un conocimiento medio-alto de las fuentes de financiación disponibles para financiar sus proyectos, tanto en la fase reciente (TEA) como en la fase consolidada del proceso emprendedor. Hombres y mujeres afirman tener un conocimiento similar de las fuentes de financiación más adecuadas para sus iniciativas, aunque este conocimiento no parece incrementarse con el tiempo ni con la consolidación de sus proyectos.

Tabla 6. Conocimiento financiero y nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2024

	TEA			Empresas consolidadas		
	Primaria	Secundaria	Terciaria	Primaria	Secundaria	Terciaria
Alto	22%	22%	37%	18%	28%	36%
Medio	44%	53%	42%	51%	51%	44%
Bajo	34%	24%	21%	30%	21%	20%

La educación es un factor que incrementa el conocimiento financiero de los emprendedores. Cuanto mayor es el nivel educativo, mayor es el porcentaje de emprendedores que afirman tener conocimientos de las fuentes de financiación más apropiadas para sus iniciativas emprendedoras, tanto en su etapa reciente como en la fase de consolidación. Sin embargo, resulta sorprendente que todavía un 20% de los emprendedores con formación universitaria afirmen tener un nivel bajo de conocimientos financieros para arrancar un proyecto de negocio, lo que evidencia ciertas lagunas de formación en algunas titulaciones universitarias que son nicho de emprendedores.

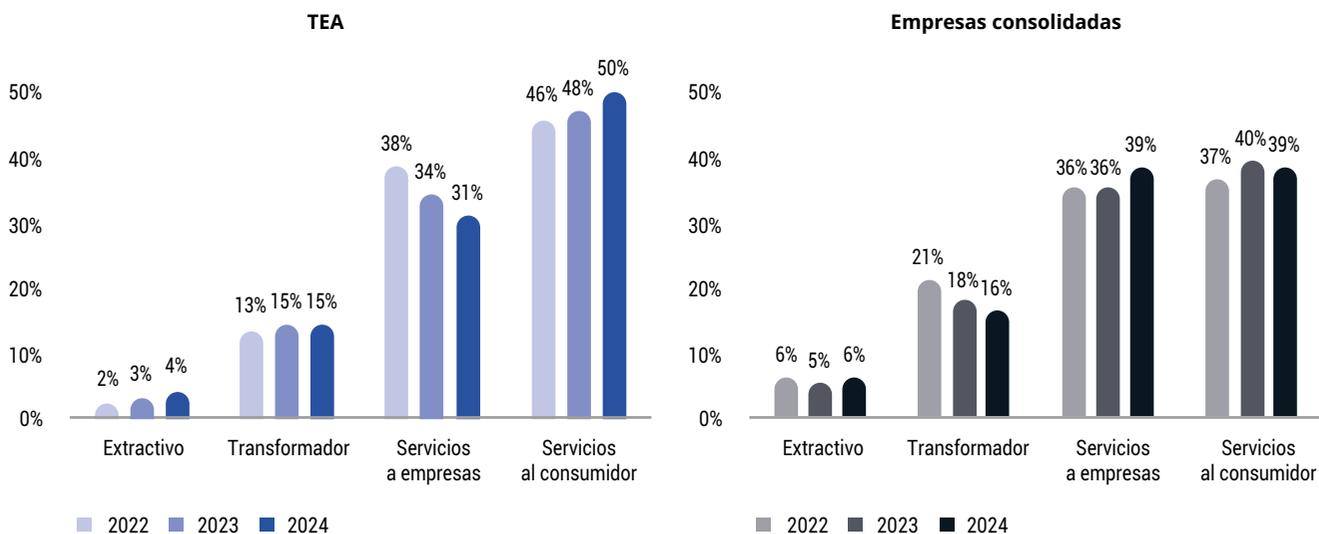


4.2. Sector de actividad

Durante el año 2024 se consolida la orientación de las iniciativas emprendedoras hacia el sector servicios. Una de cada dos iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida se localiza en el sector de servicios al consumidor, y tres de cada diez en el sector de servicios a empresas, un porcentaje inferior al del año anterior. Año tras año continúa bajando el peso del sector industrial (transformador) en nuestro país en las iniciativas consolidadas, mientras que aumenta ligeramente en el sector extractivo.

Figura 41. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad

Fuente: GEM-España APS 2022-2024



En 2024 las mujeres desplazan la orientación de sus iniciativas del sector de servicios a empresas al sector de servicios al consumidor. Seis de cada diez emprendedoras recientes (TEA) ofrecen servicios para el consumidor final, mientras baja su participación en negocios de servicios a empresas en diez puntos porcentuales respecto al año anterior. Sin embargo, los hombres mantienen su actividad en el sector de servicios al consumidor (42%), y aumentan su participación en el sector de servicios a empresas, de un 35% a un 37%. El peso de las iniciativas del sector transformador aumenta ligeramente en el caso de las mujeres, de un 10% a un 12%; disminuye en el caso de los hombres, de un 19% a un 17%; y se mantiene residual en el sector extractivo.

Tabla 7. Distribución de las iniciativas recientes (TEA) por sector de actividad en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM APS 2023-2024

	Mujeres		Hombres	
	2023	2024	2023	2024
Servicios al consumidor	53%	60%	43%	42%
Servicios a empresas	35%	25%	35%	37%
Transformador	10%	12%	19%	17%
Extractivo	2%	3%	3%	4%

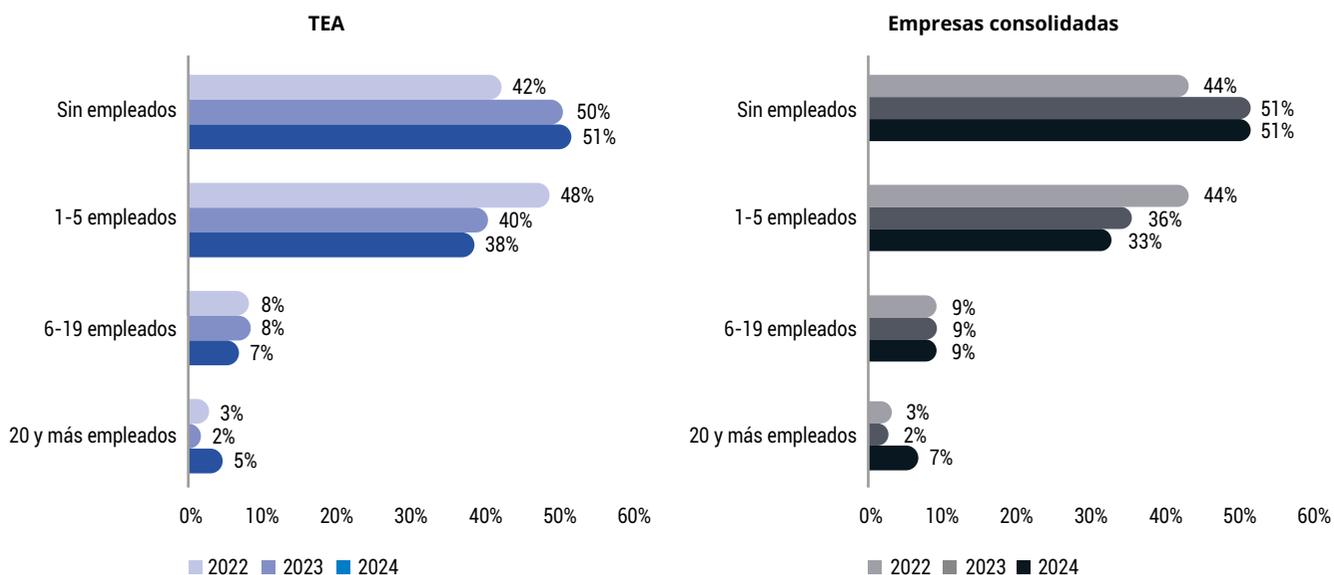


4.3. Tamaño

Más de la mitad de las iniciativas emprendedoras de nuestro país no están contribuyendo a crear nuevos puestos de trabajo, salvo los de los propios emprendedores. Desde el año 2023 se ha producido un estancamiento de la contratación de empleados, tanto en las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) como en las consolidadas. Uno de cada dos emprendedores nace y se consolida sin empleados. En 2024 baja a un tercio los que se consolidan con una plantilla de menos de 5 empleados, y se mantiene el porcentaje de los que lo hacen con una plantilla de entre 6 y 19 empleados. Sin embargo, sí se produce un repunte de las iniciativas que nacen y se consolidan con más de veinte empleados, que pasa de un 3% en 2023 a un 5% en 2024, en el caso de iniciativas recientes, y a un 7% en el caso de las iniciativas consolidadas.

Figura 42. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados

Fuente: GEM-España APS 2022-2024



Donosti, octubre de 2024. 20 Aniversario GEM País Vasco.



Aunque las mujeres continúan estando por detrás de los hombres a la hora de mantener plantillas de entre uno y diecinueve empleados, en 2024 se produce un repunte significativo del porcentaje de mujeres que contrata a más de veinte empleados en sus iniciativas de menos de tres años y medio de vida, que pasa de un 1% en 2023 a un 6% en 2024, un porcentaje que duplica al de los hombres.

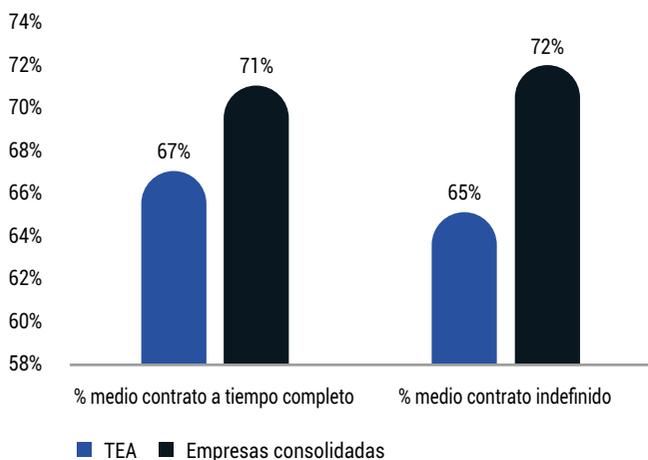
Tabla 8. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023-2024

	Mujeres		Hombres	
	2023	2024	2023	2024
Sin empleados	51%	51%	50%	51%
1-5 empleados	41%	37%	38%	39%
6-19 empleados	6%	6%	10%	8%
20 y más empleados	1%	6%	2%	3%

Figura 43. Características del empleo creado en los últimos 12 meses

Fuente: GEM-España APS 2024



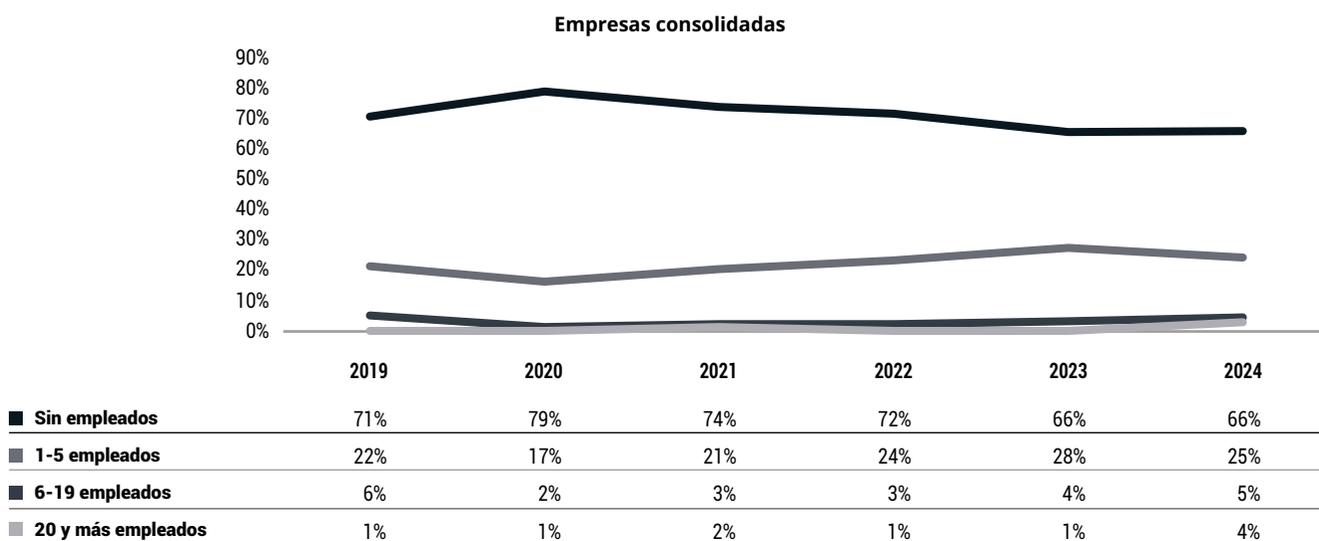
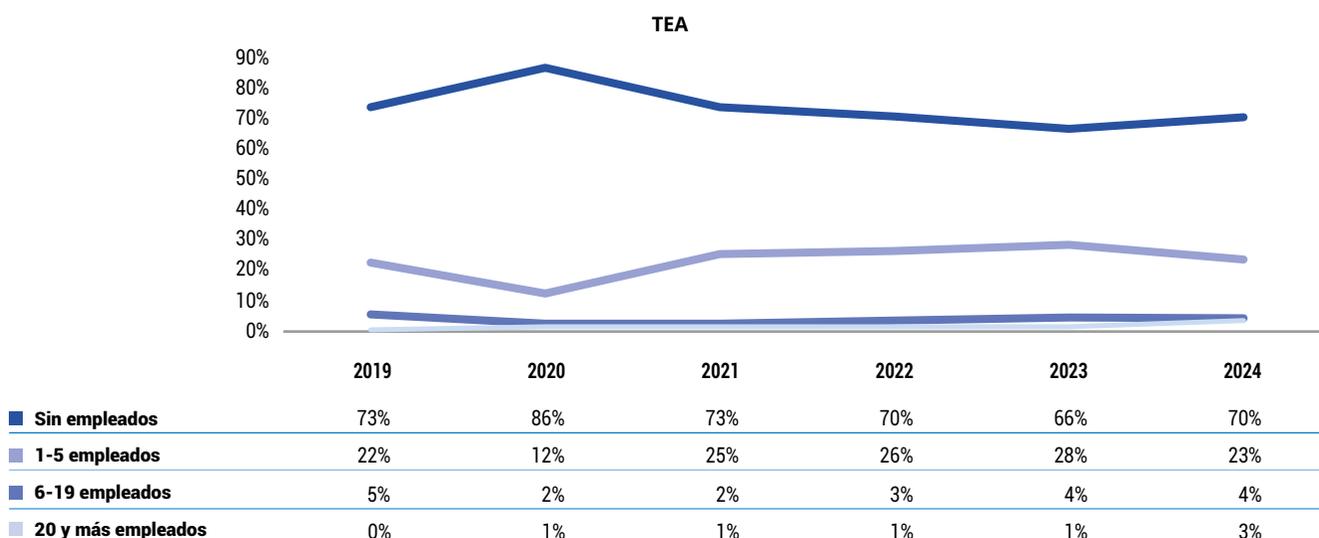
Pocos, pero a tiempo completo y estables. En términos generales, los emprendedores en España no se pueden permitir grandes plantillas, pero cinco de cada siete emprendedores, una vez que dan con las personas adecuadas, las mantienen a tiempo completo y con contrato indefinido. Comparado con el año anterior, sin embargo, durante el 2024 se percibe un descenso de las contrataciones a tiempo completo en las iniciativas de menos de tres años y medio de vida, que pasan de un 71% en 2023 a un 67% en 2024. La incertidumbre institucional, unida a posibles cambios legislativos en materia laboral, pueden explicar esta diferencia.

Murcia, diciembre de 2024.
Presentación Informe GEM Murcia 2023-2024



Figura 44. Evolución de las contrataciones laborales

Fuente: GEM-España APS 2019-2024



La única variación significativa que se ha producido en la evolución de las contrataciones se corresponde con la situación extraordinaria que se desencadenó durante la pandemia, y que llevó a un cambio en la regulación laboral al que se acogieron multitud de emprendedores. Desaparecido este efecto, no parece que las sucesivas reformas laborales hayan estimulado el crecimiento del empleo en las iniciativas emprendedoras.



Sevilla, octubre de 2024.
Presentación Informe GEM Andalucía 2023-2024.



4.4. Expectativas de crecimiento

Las expectativas de creación de empleo de los emprendedores, que habían crecido en 2022 y se estancaron en 2023, caen en 2024. El 43% de los emprendedores recientes (TEA) no espera contratar a nadie en los próximos cinco años, y bajan los porcentajes de los que sí prevén incrementar la plantilla, salvo en el caso de los emprendedores más ambiciosos, con un repunte de un 5% en 2023 a un 6% en 2024 de los que esperan contratar a más de veinte empleados en los próximos cinco años. Estas expectativas se replican en el caso de las iniciativas consolidadas, en las que se agrava la actitud conservadora de los emprendedores a la hora de pensar en contrataciones futuras, salvo en el pequeño porcentaje de iniciativas más ambiciosas, de más de 20 empleados, con un crecimiento de un 4% en 2023 a un 8% de los que aspiran a contratar a veinte o más empleados en 2024.

Figura 45. Expectativas de creación de empleo a 5 años vista

Fuente: GEM-España APS 2022-2024

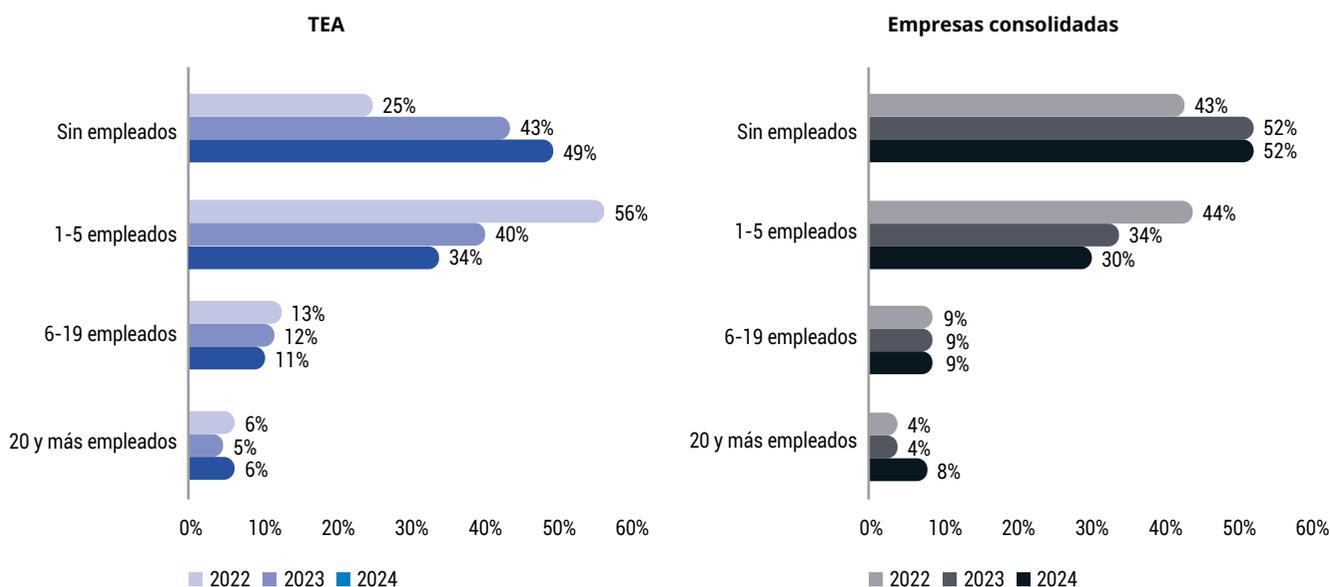
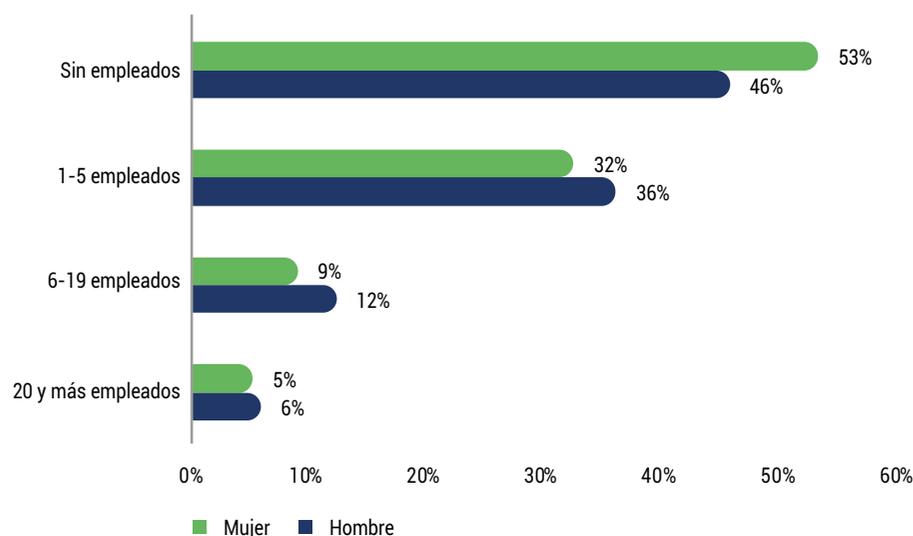


Figura 46. Expectativas de creación de empleo en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024



A diferencia del año anterior, las mujeres se manifiestan más conservadoras que los hombres a la hora de prever contrataciones futuras. Más de la mitad no se plantea contratar a nadie en los próximos cinco años, y menos de un tercio tiene previsto incrementar su plantilla entre uno y cinco empleados. Solo se produce un incremento en el porcentaje de mujeres dispuestas a aumentar su plantilla en más de veinte empleados, que pasa de un 3% en 2023 a un 5% en 2024, aunque sigue por detrás del porcentaje de hombres con expectativas similares.



4.5. Forma jurídica

A pesar de que el 45% de los emprendedores recientes (TEA) y el 59% de los que están a cargo de iniciativas consolidadas son autónomos, en 2024 se produce un repunte de iniciativas emprendedoras constituidas como sociedades de responsabilidad limitada, una forma jurídica que favorece la capitalización y el crecimiento de los proyectos empresariales.

Figura 47. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2024

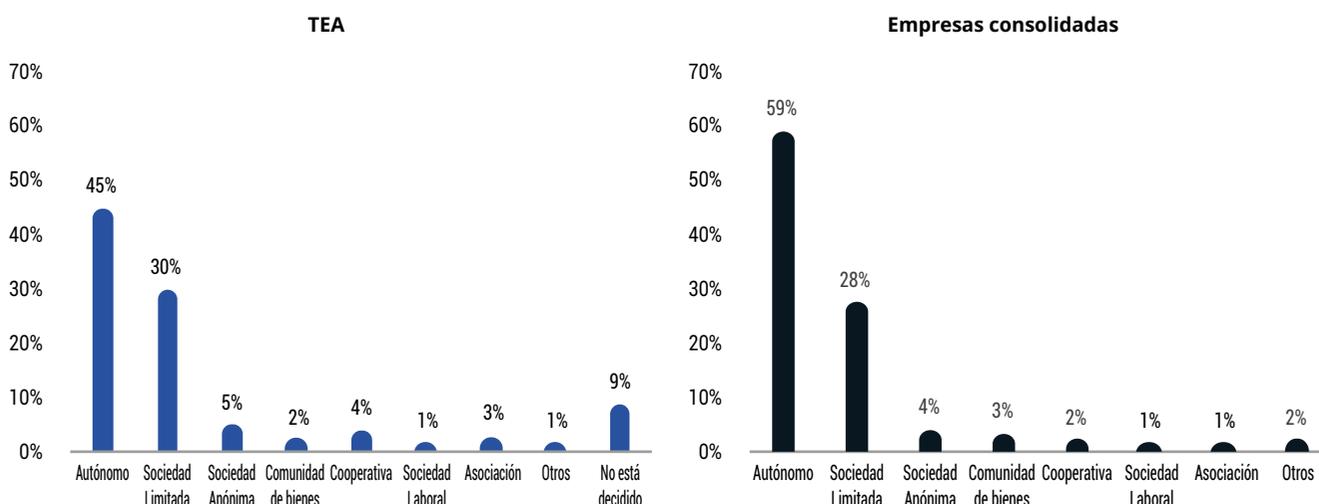
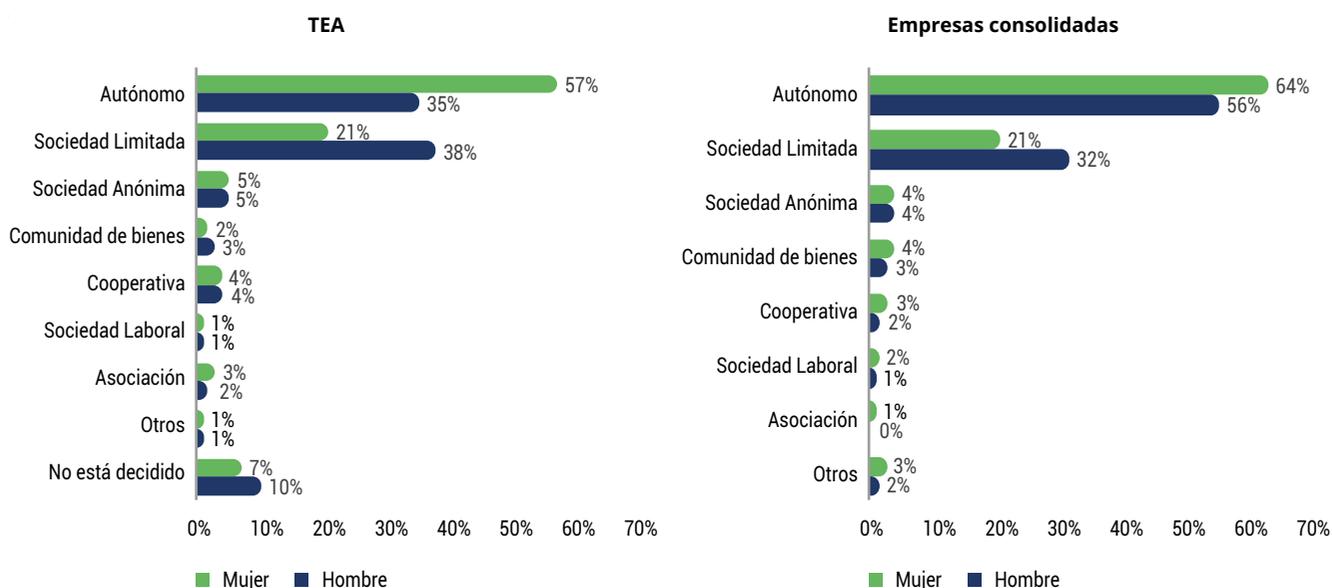


Figura 48. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024



Los hombres son los responsables del incremento en el porcentaje de iniciativas emprendedoras registradas como sociedades mercantiles. Por el contrario, las mujeres siguen apostando más por el emprendimiento individual. Cuatro de cada siete mujeres arrancan su negocio como autónomas, y siete de cada once se mantienen así en iniciativas de más de tres años y medio de vida. Sin embargo, mientras más de un tercio de los hombres constituye una sociedad de responsabilidad limitada, este porcentaje cae a un quinto en el caso de las mujeres.

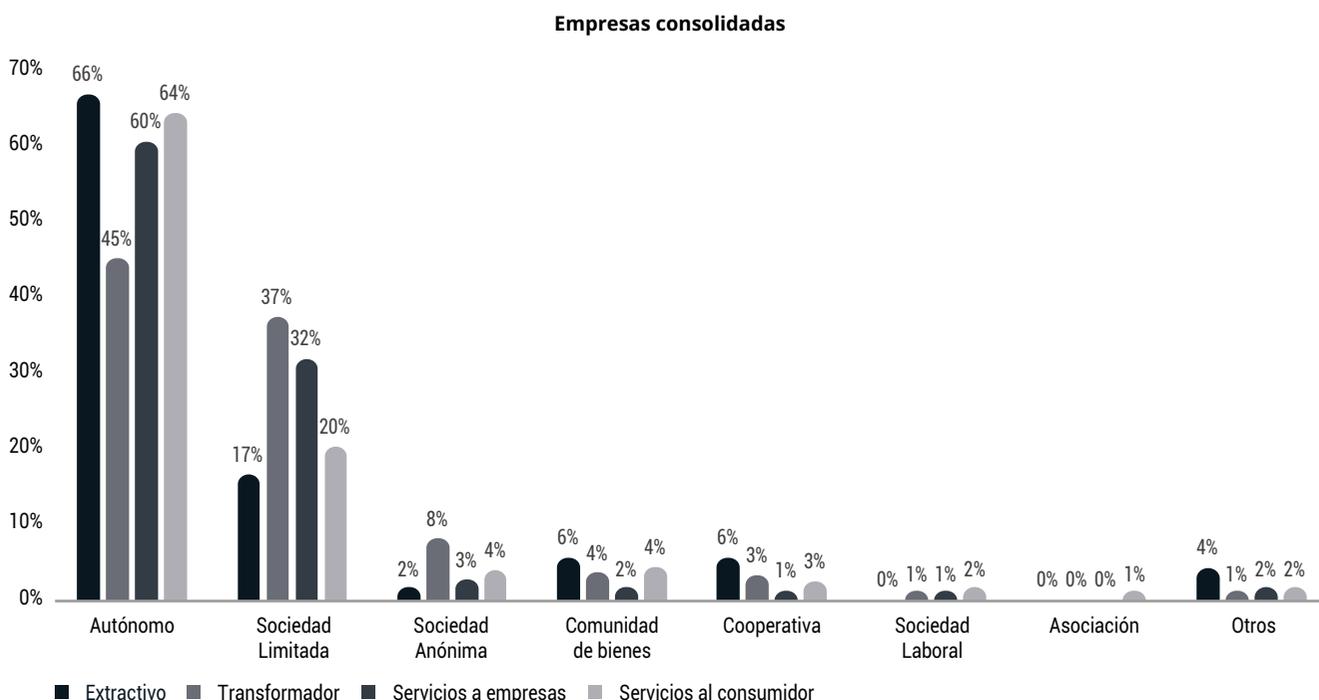
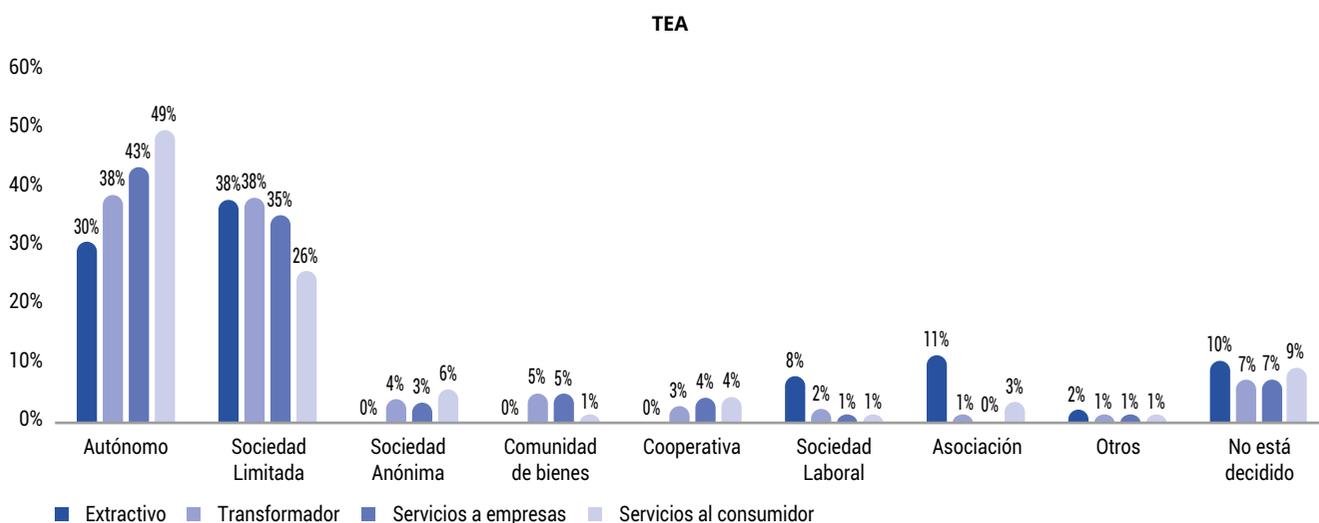


El resto de las formas jurídicas se mantiene como una decisión menos frecuente, aunque el 5% de las iniciativas recientes (TEA) que adoptan la forma de sociedad anónima se corresponde con el porcentaje de iniciativas con un mayor volumen de empleados.

Por término medio, la actividad emprendedora en el sector de servicios la desarrollan los emprendedores individuales. Casi la mitad de los emprendedores recientes (TEA) y más del 60% de los que lideran iniciativas consolidadas en este sector son autónomos, aunque en el caso de las iniciativas de servicios a empresas un tercio se constituye como sociedad de responsabilidad limitada. En el sector transformador el porcentaje de autónomos es menor que el del sector servicios, más de un tercio de los emprendedores decide constituir una sociedad limitada, y un 4% lo hace como sociedad anónima, un porcentaje que se duplica en el caso de las iniciativas consolidadas. Por último, es en el sector extractivo donde tienen más cabida formas sociales colaborativas como las asociaciones, comunidades de bienes, sociedades laborales o cooperativas, aunque el peso de los autónomos y las sociedades de responsabilidad limitada sigue siendo mayor.

Figura 49. Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2024



4.6. Nivel tecnológico

Aunque el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras de España todavía se mantiene por detrás del de sus países de referencia, en los últimos dos años se percibe una evolución positiva del perfil tecnológico de las iniciativas emprendedoras más recientes. En 2024 uno de cada nueve emprendedores califica su iniciativa como de nivel tecnológico medio o alto. Además, desde 2020 se aprecia un crecimiento sostenido del porcentaje de iniciativas recientes (TEA) y consolidadas de nivel tecnológico alto, un crecimiento que se ha visto incentivado por las medidas de estímulo de la Ley 28/2022 de fomento del ecosistema de las empresas emergentes, más conocida como ley de Startups.

Figura 50. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2022-2024

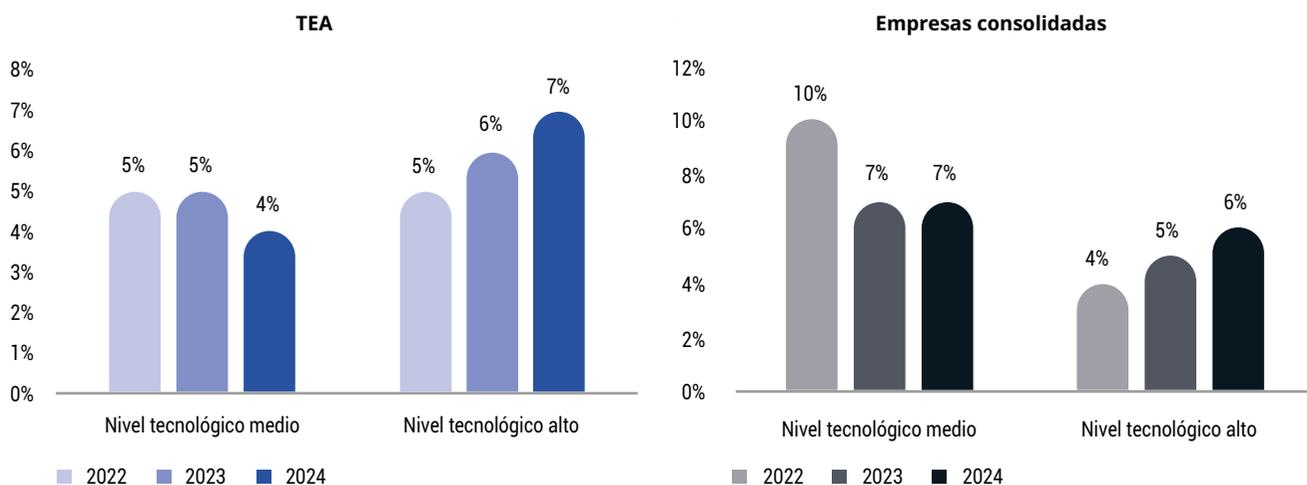
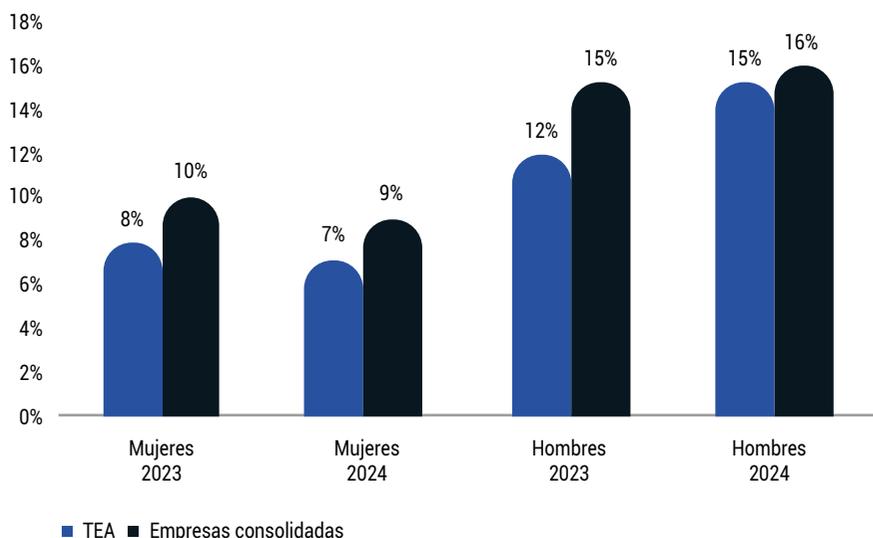


Figura 51. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2023-2024



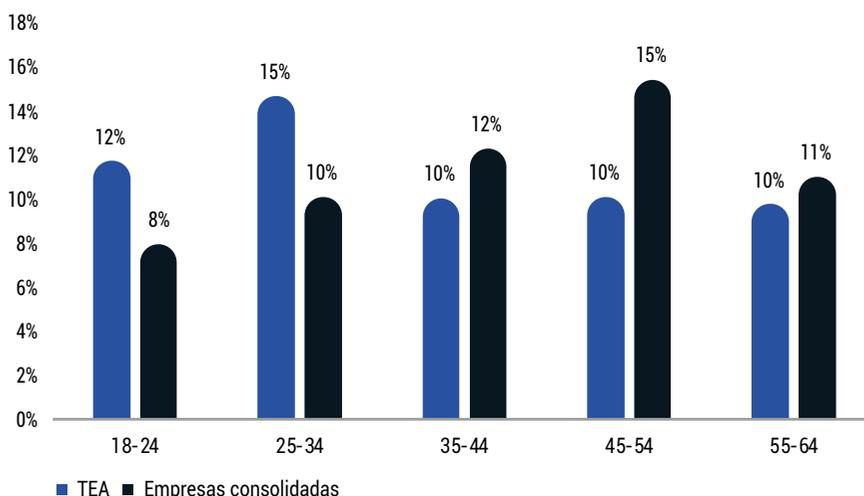
Disminuye el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres, y aumenta el de las iniciativas propiciadas por hombres. En 2024 solo una de cada catorce iniciativas recientes (TEA) y una de cada once iniciativas consolidadas que lideran emprendedoras tiene un nivel tecnológico medio-alto, mientras que este porcentaje se incrementa a dos de cada trece iniciativas recientes (TEA) y dos de cada doce iniciativas consolidadas lideradas por hombres. Esta tendencia diferencia cada vez más el tipo de emprendimiento entre hombres y mujeres.



Tras un rejuvenecimiento de los emprendedores dispuestos a liderar iniciativas tecnológicas en 2023, durante el año 2024 el mayor porcentaje de iniciativas recientes (TEA) de nivel tecnológico medio-alto (15%) lo lideran emprendedores con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años, mientras que, en el caso de las iniciativas consolidadas (15%), lo hacen emprendedores de entre 45 y 54 años. Será necesario estudiar más en profundidad si es el nivel educativo o la experiencia previa el factor que determina el enfoque tecnológico de los emprendedores de distintas edades.

Figura 52. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función de la edad del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024



Al igual que en años anteriores, el nivel educativo de los emprendedores condiciona la orientación tecnológica de sus iniciativas, especialmente en el caso de las iniciativas de más de tres años y medio de vida. Dos de cada diez emprendedores con un nivel educativo universitario (grado, máster, doctorado) califican sus iniciativas consolidadas como de nivel tecnológico medio-alto. Este porcentaje es algo menor (16%) en el caso de las iniciativas recientes (TEA), pero en ambos casos superan los porcentajes de emprendedores con menor nivel educativo.

Figura 53. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del nivel educativo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024

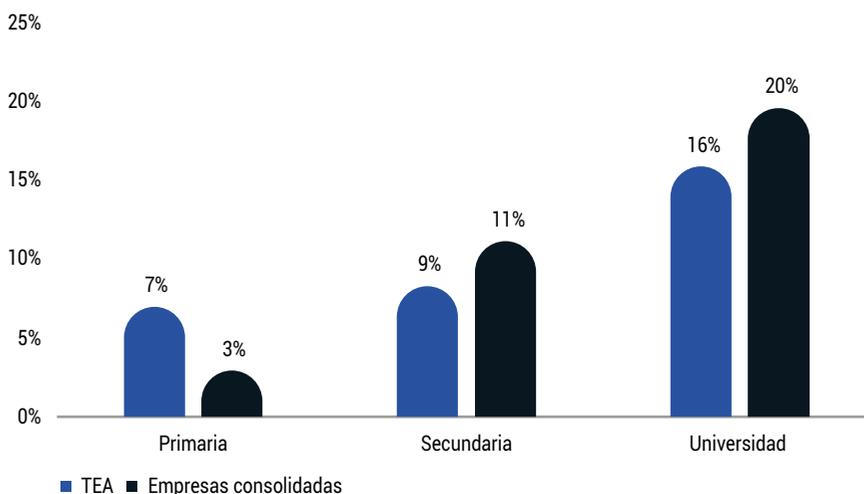
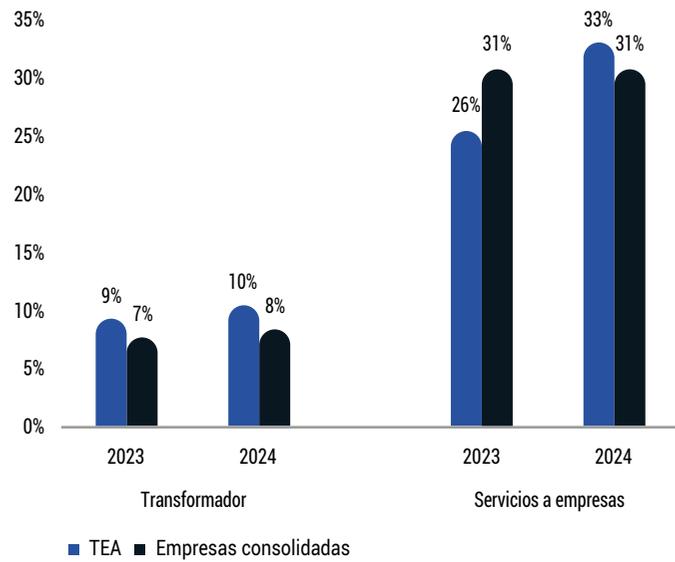


Figura 54. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2023-2024



Las iniciativas con orientación tecnológica se localizan principalmente en el sector de servicios a empresas, y en menor medida en el sector transformador. En 2024 un tercio de las iniciativas recientes (TEA) localizadas en el sector servicios lo hicieron con un nivel tecnológico medio-alto, un porcentaje siete puntos superior al del año anterior, y una de cada diez iniciativas del sector transformador también arrancó con una clara orientación tecnológica. Al igual que en 2023, continúa la ausencia de este tipo de iniciativas en los sectores extractivo y de servicios al consumidor.



Bilbao, febrero de 2025. Equipos regionales de España en Cena Gala del Guggenheim. Encuentro Anual GEM Global 2025.

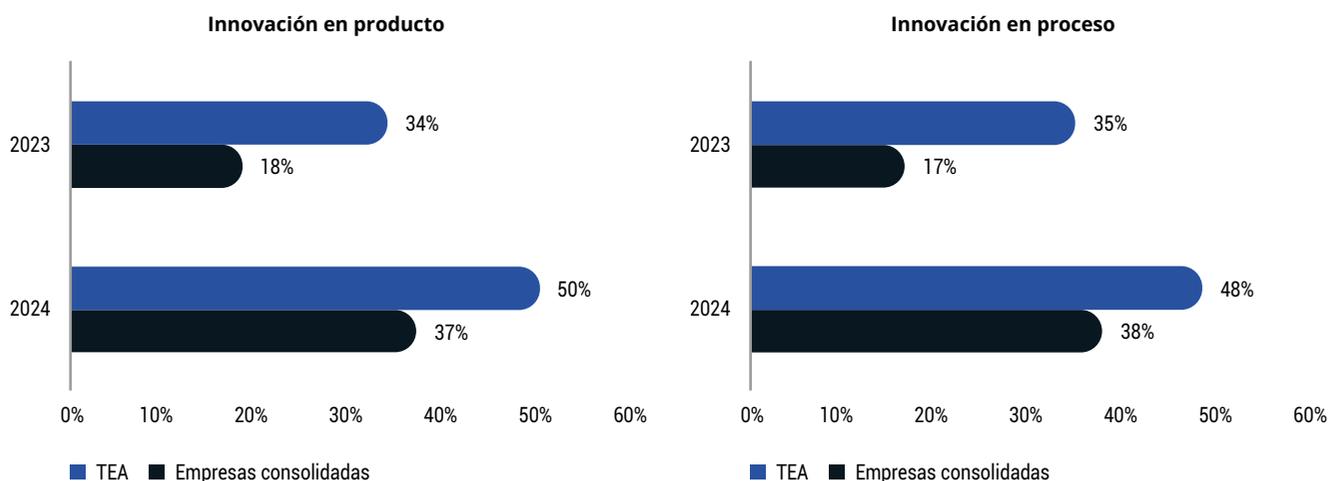


4.7. Innovación en producto y en proceso

Según el informe Draghi de innovación (2024), la diferencia de productividad por hora trabajada entre Estados Unidos y Europa reside en la brecha de innovación entre ambos territorios. En España, a pesar de partir de un tejido emprendedor menos tecnológico e innovador que nuestros países vecinos, se evidencia una aceleración del crecimiento de iniciativas emprendedoras recientes (TEA) innovadoras. Una de cada dos innova en producto y algo menos de la mitad (48%) innova en proceso. En ambos casos se produce un incremento de más de diez puntos porcentuales respecto al año anterior, consolidando el crecimiento de la orientación innovadora de las iniciativas emprendedoras iniciada tras la pandemia.

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

Fuente: GEM-España APS 2023-2024



Por primera vez desde que tenemos registros, el porcentaje de mujeres que lideran iniciativas emprendedoras recientes (TEA) capaces de innovar en producto (49%) se asemeja al de los hombres (51%), al igual que el porcentaje de las que innovan en procesos de negocio. En el caso de las iniciativas consolidadas la orientación innovadora es menor, y el porcentaje de hombres a cargo de estas iniciativas es superior al de las mujeres.

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

Fuente: GEM-España APS 2024

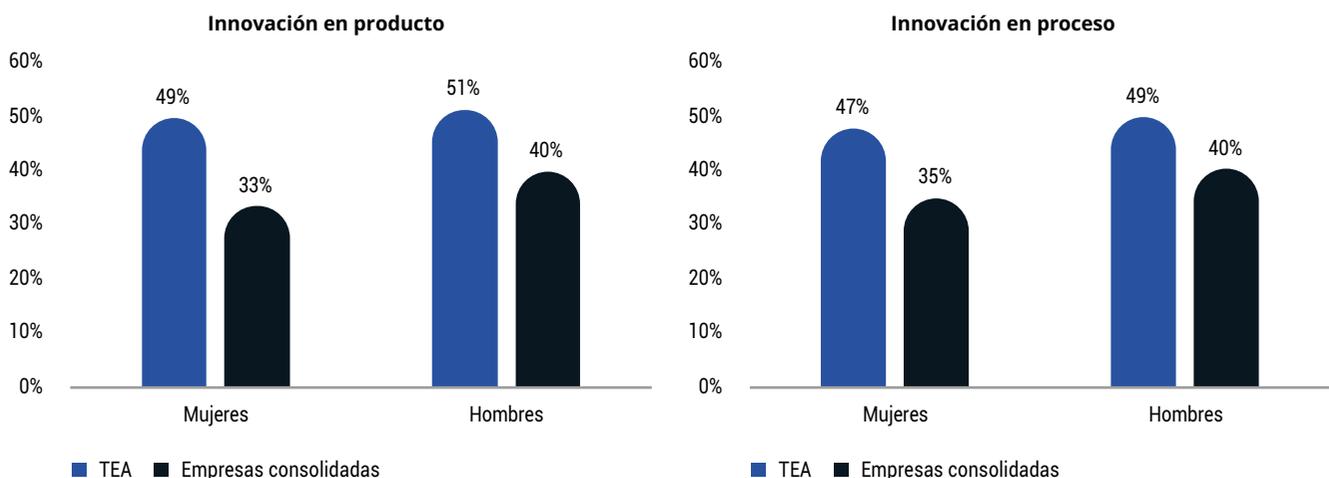
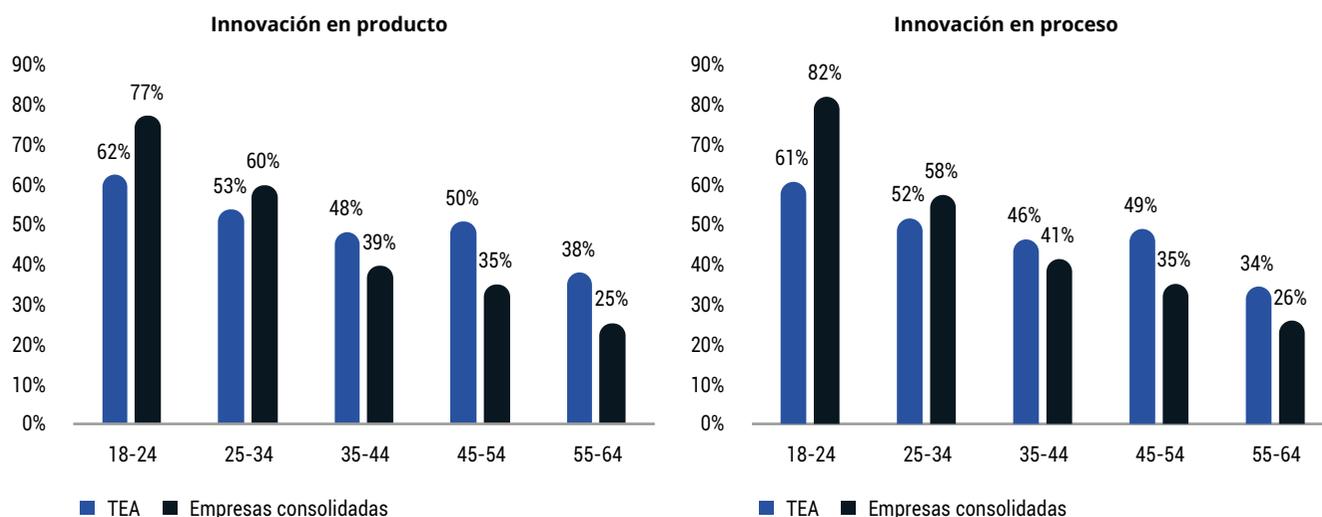


Figura 57. Innovación en producto y en proceso en función de la edad del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024



La orientación innovadora de las iniciativas emprendedoras la lideran los más jóvenes. En 2024 siete de cada nueve iniciativas recientes (TEA) lideradas por emprendedores jóvenes (entre 18 y 24 años) lanzaron nuevos productos al mercado, y ocho de cada diez innovaron en procesos de negocio. Este porcentaje, sensiblemente superior al de años anteriores, va disminuyendo a medida que aumenta la edad de los emprendedores y de las iniciativas.

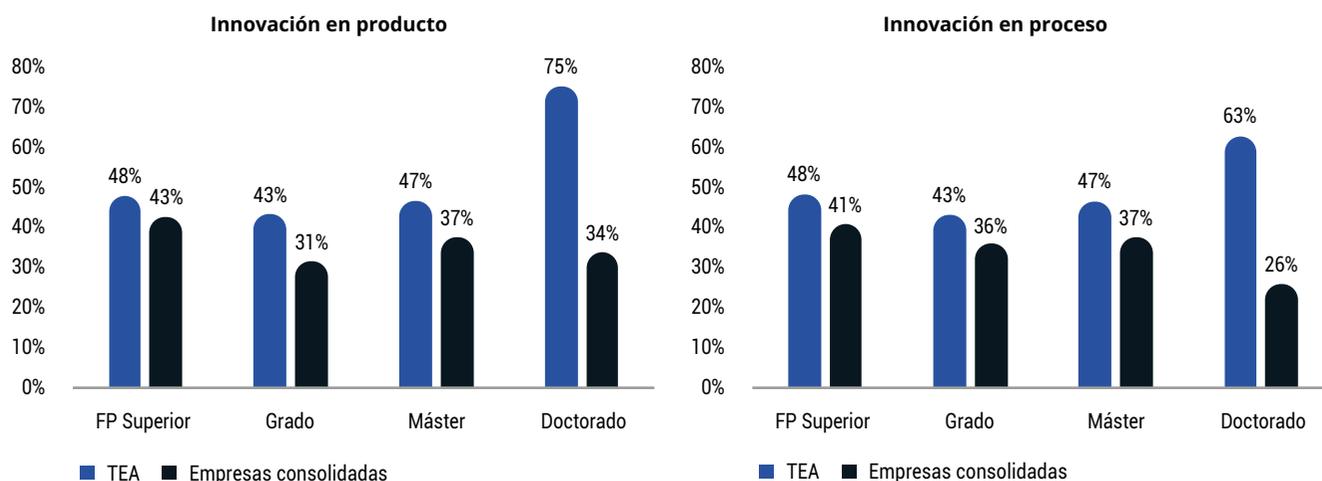


Bilbao, febrero de 2025. Comité de Dirección de la Global Entrepreneurship Research Association (GERA).



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

Fuente: GEM-España APS 2024



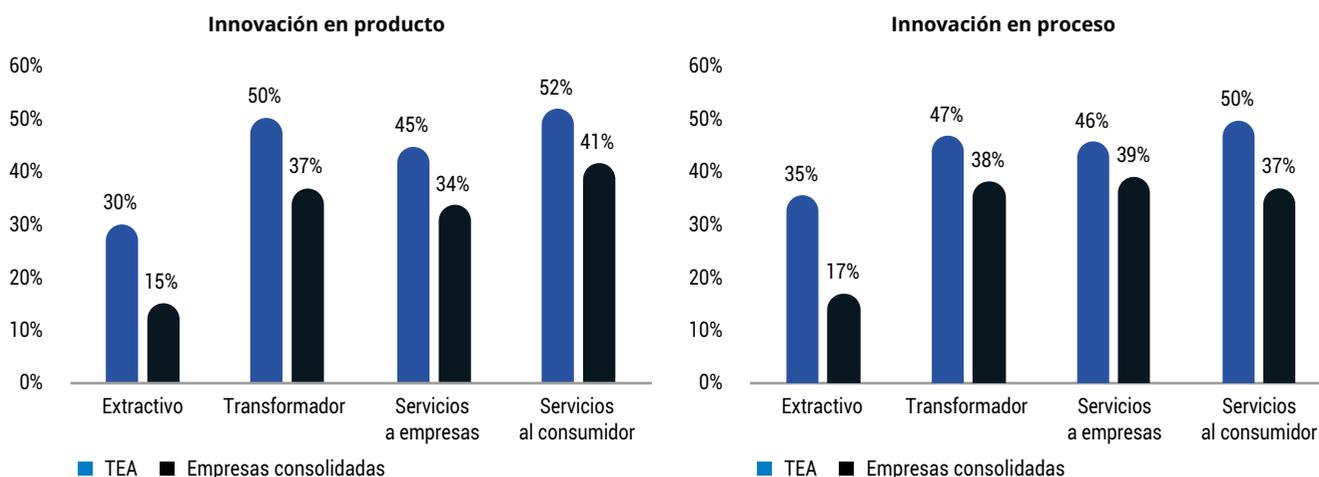
La orientación innovadora de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) es mayor si están lideradas por emprendedores que cuentan con un doctorado universitario. En 2024 tres de cada cuatro iniciativas de menos de tres años y medio de vida iniciadas por un emprendedor con título de doctor lanzaron nuevos productos al mercado, y siete de cada once innovaron en el diseño de sus procesos de negocio. La formación especializada y el proceso de reflexión y análisis inherente al desarrollo de una tesis doctoral está detrás de la capacidad innovadora de estos emprendedores.



Bilbao, febrero de 2025. Entrega Premios en Cena Gala del Guggenheim. Encuentro Anual GEM Global 2025.

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

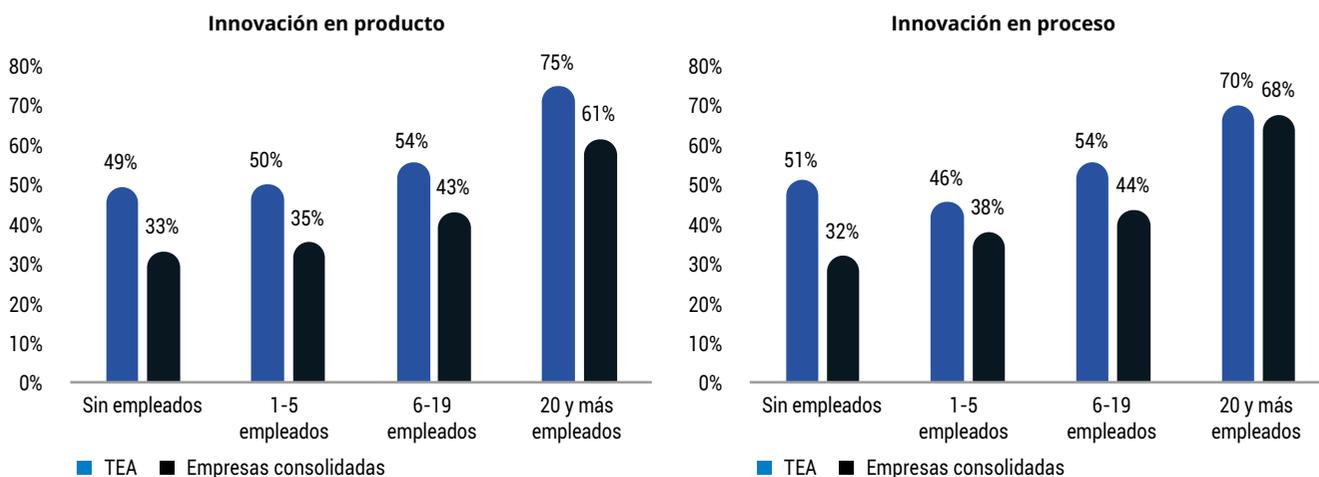
Fuente: GEM-España APS 2024



A diferencia de lo ocurrido en el análisis del nivel tecnológico, la orientación innovadora de las iniciativas emprendedoras crece en todos los sectores productivos, especialmente en el de servicios al consumidor y el transformador. El aumento de la competencia y el encarecimiento de los recursos productivos están obligando a los emprendedores a innovar para aumentar la eficiencia de los procesos y el valor diferencial de sus productos. En 2024 una de cada dos iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio de vida (TEA) ha innovado en producto y/o proceso en los sectores de transformación y de servicios al consumidor, cinco de cada once lo han hecho en el sector de servicios a empresas, y tres de cada diez en el sector extractivo, porcentajes todos ellos muy superiores a los de años anteriores, y también superiores a los de las iniciativas ya consolidadas.

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

Fuente: GEM-España APS 2024



Cada vez se acentúa más la capacidad innovadora de las iniciativas de mayor tamaño, en relación con las demás. Durante el año 2024 tres de cada cuatro iniciativas recientes (TEA) con una plantilla de más de veinte empleados lanzaron nuevos productos al mercado, y siete de cada diez innovaron en sus procesos de negocio. Esta capacidad de innovación se ha ido transmitiendo a lo largo del proceso emprendedor, aumentando el porcentaje de las iniciativas consolidadas innovadoras de mayor tamaño respecto a años anteriores.



4.8. Inteligencia artificial y digitalización

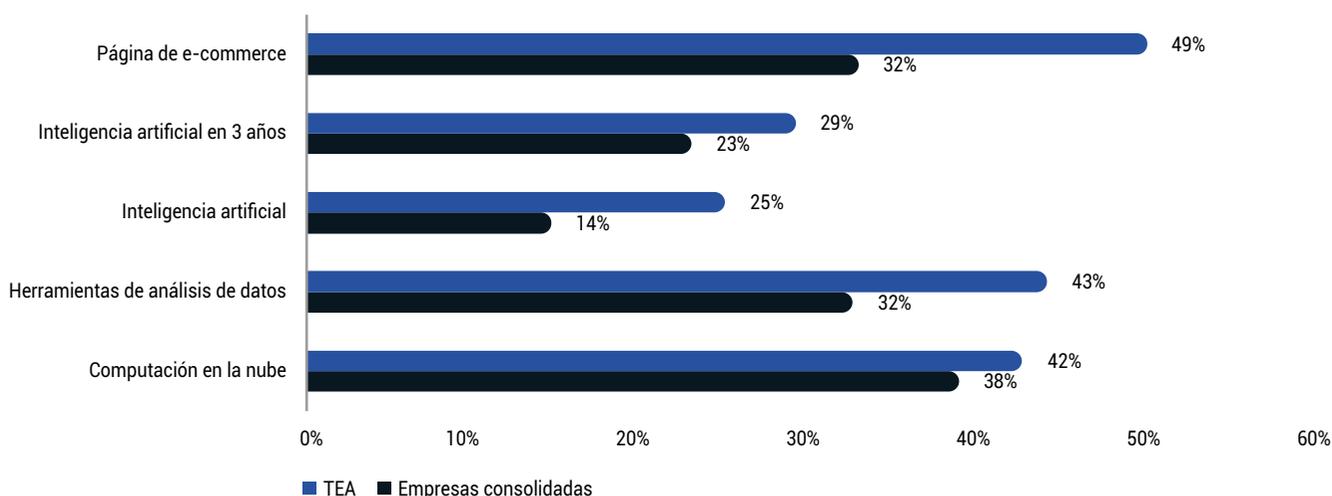
4.8.1. Importancia de la inteligencia artificial

En las últimas décadas se ha acelerado el proceso de adopción social de tecnologías. Lo que a las compañías telefónicas les costó cincuenta años conseguir, la inteligencia artificial (IA) lo ha logrado en dos años. España es el cuarto país de la UE en el uso de la IA, por detrás de Dinamarca, Alemania y Reino Unido, un puesto por delante de lo que le corresponde por nivel económico (IDC, 2024¹), y que supone una oportunidad clara para las iniciativas emprendedoras en nuestro país.

En 2024 son los emprendedores más recientes (TEA) los que tienen más clara la importancia de los recursos digitales para su estrategia de su negocio. Uno de cada dos ve imprescindible tener una plataforma de comercio electrónico (e-commerce), más del 40% prioriza las herramientas de análisis de datos y los desarrollos en la nube, y uno de cada cuatro afirma que la inteligencia artificial es muy importante, aunque un porcentaje mayor, cerca de un 30%, ve la IA como clave del negocio en los próximos tres años. Los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas opinan de forma similar, aunque los porcentajes son más bajos que en el caso de los emprendedores recientes, lo que evidencia que a los emprendedores les resulta más sencillo invertir en recursos digitales durante el diseño inicial de sus modelos de negocio que en etapas posteriores.

Figura 61. Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio

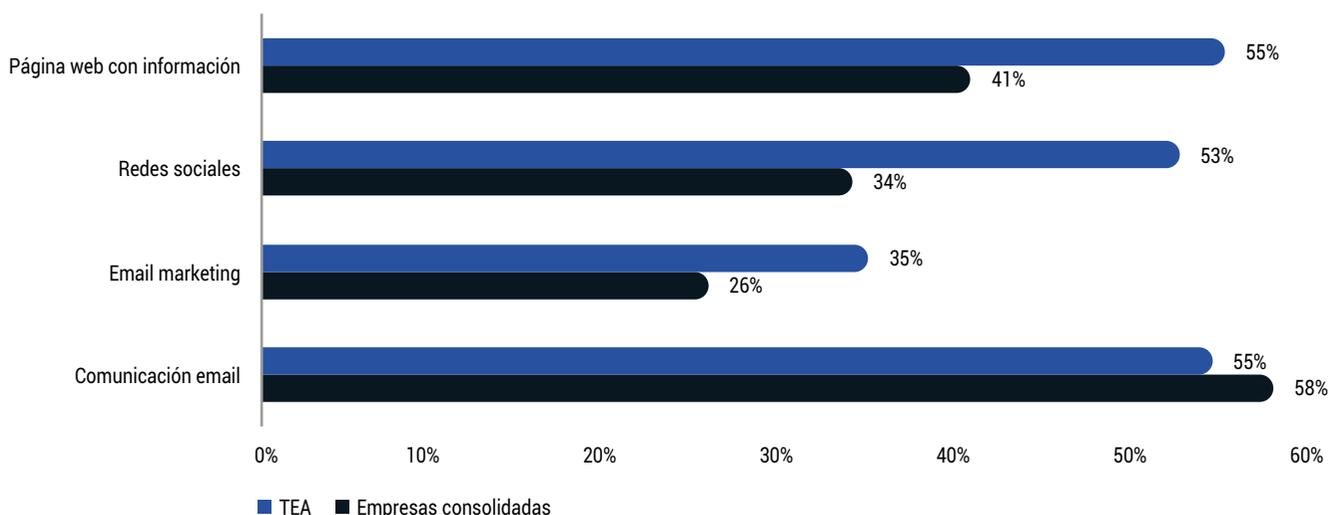
Fuente: GEM-España APS 2024



¹ International Data Corporation. (2024). *The Global Impact of Artificial Intelligence on the Economy and Jobs* (<https://www.idc.com>).

Figura 62. Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales

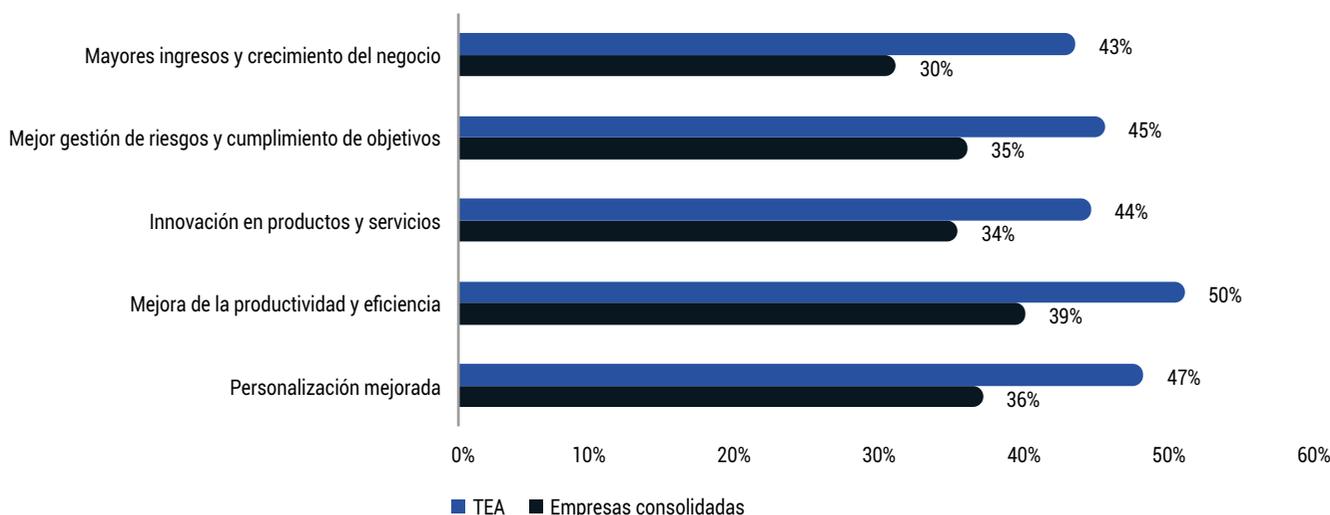
Fuente: GEM-España APS 2024



Al igual que en el caso de su orientación estratégica, son los emprendedores recientes (TEA) los que consideran más importantes las tecnologías de marketing más avanzadas (páginas web, redes sociales, marketing digital) para sus operaciones comerciales, mientras que el mayor porcentaje de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas (58%) sigue considerando la comunicación a través del email su principal recurso comercial.

Figura 63. Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa

Fuente: GEM-España APS 2024

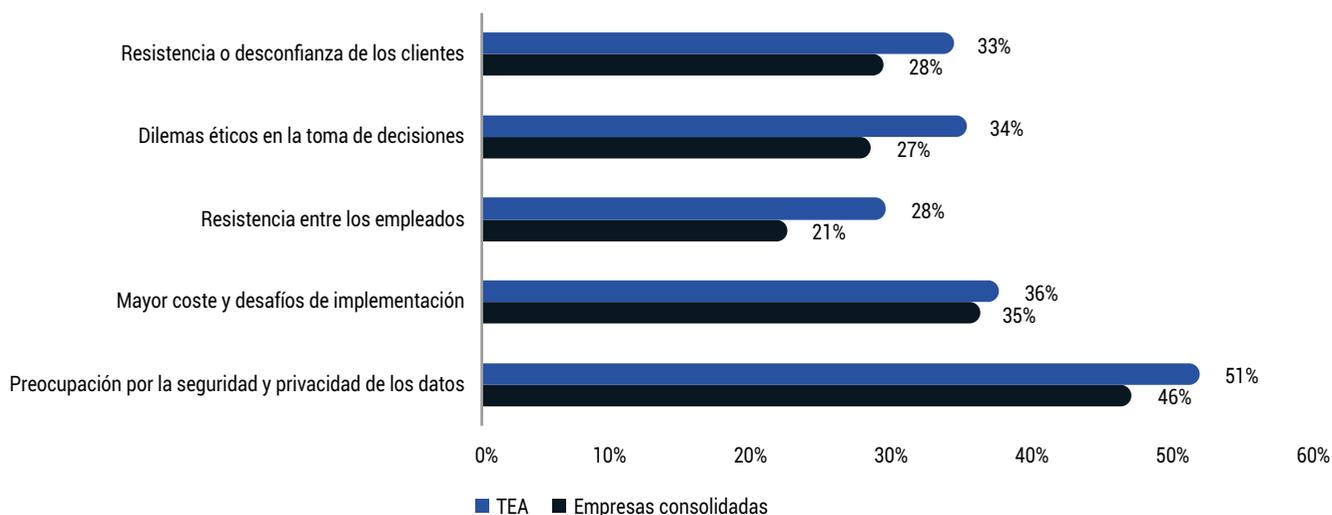


La valoración positiva de la IA en los negocios parece estar más clara para los emprendedores a cargo de iniciativas de menos de tres años y medio de vida que para los que llevan más tiempo en el proceso emprendedor. Uno de cada dos emprendedores recientes (TEA) afirma que la inteligencia artificial mejorará la productividad y eficiencia de sus procesos de negocio, y algo menos de la mitad valora sus posibilidades para personalizar productos y procesos, innovar, mejorar la gestión, ganar más dinero y crecer en el futuro. Sin embargo, solo alrededor de un tercio de los emprendedores consolidados opinan lo mismo.



Figura 64. Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa

Fuente: GEM-España APS 2024



La mayor preocupación de los emprendedores relacionada con la implementación de la IA en el negocio es cómo velar por la seguridad y privacidad de los datos utilizados. En segundo lugar, a cerca de un tercio de los emprendedores también les preocupa cuánto les va a costar el desarrollo de las aplicaciones, así como qué consecuencias tendrá sobre el comportamiento de los clientes, los dilemas éticos que puede plantear su utilización en el negocio y, en menor medida, la resistencia que pueden tener los empleados a la hora de utilizarla.



Bilbao, 2025. Comité de Dirección del Observatorio del Emprendimiento de España.

Figura 65. Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024

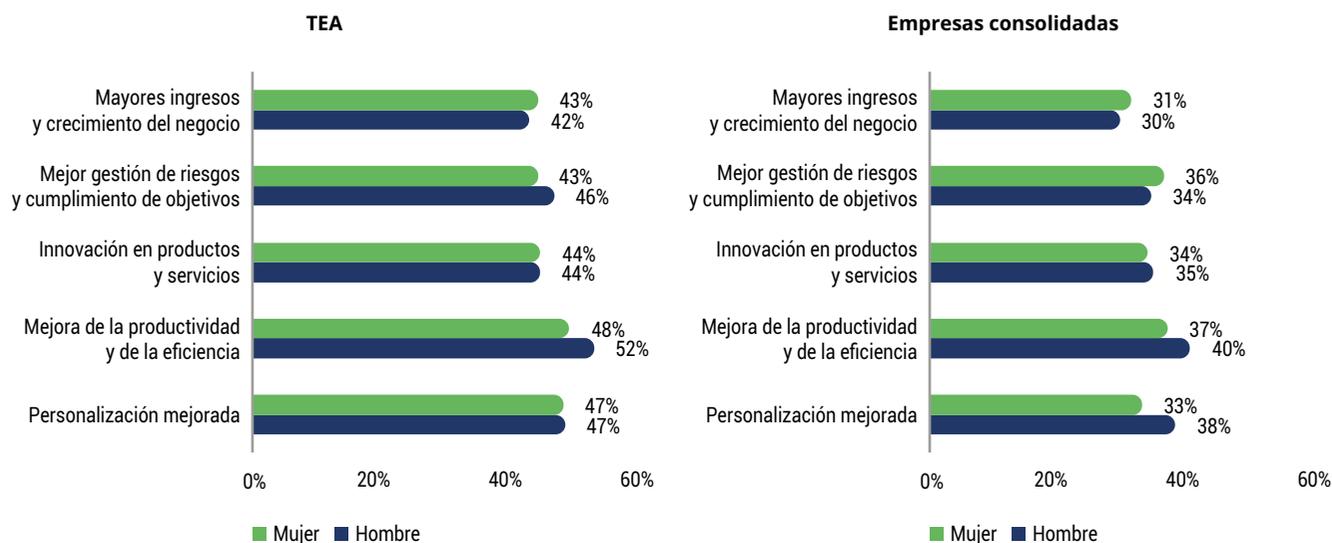
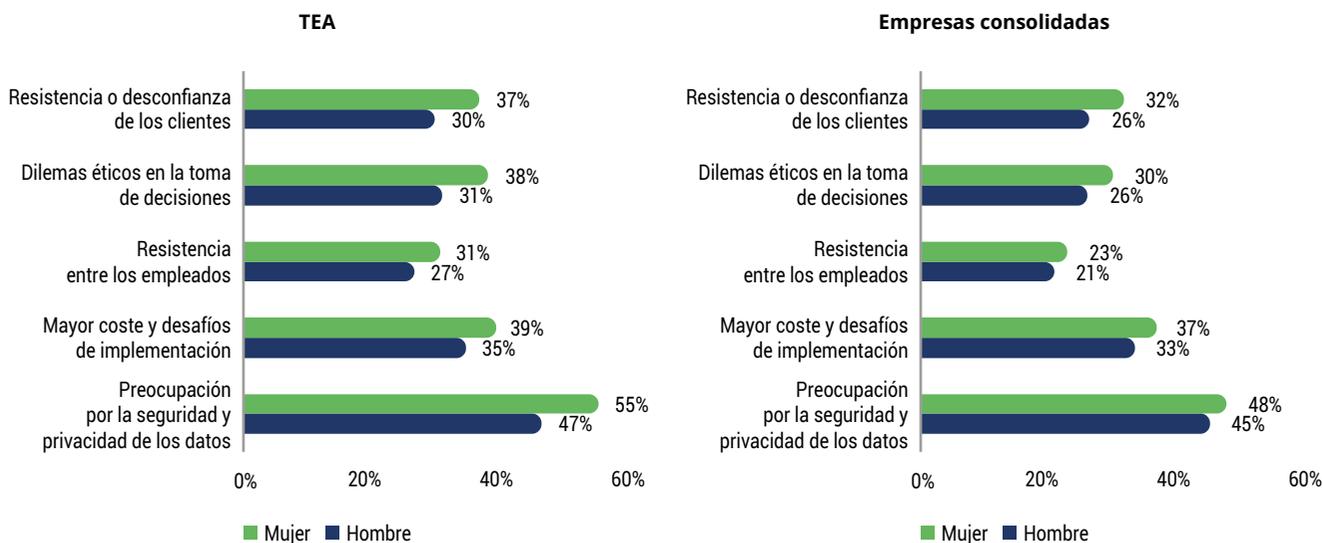


Figura 66. Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024



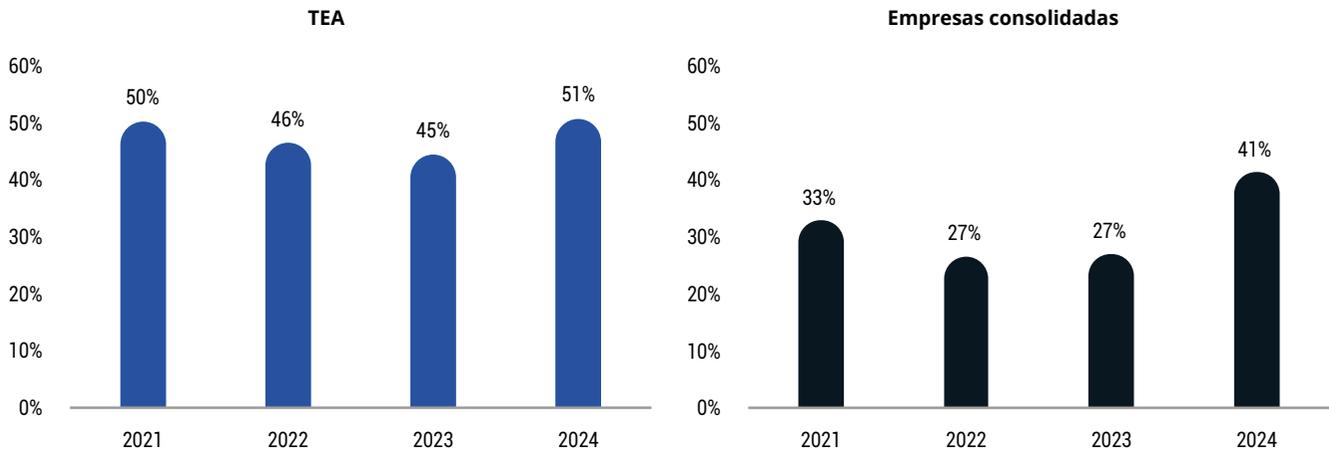
Las mujeres emprendedoras son más desconfiadas que los hombres a la hora de valorar los impactos positivos y negativos de la implementación de la IA en las iniciativas emprendedoras. Más de la mitad de los hombres a cargo de iniciativas recientes (TEA) y el 40% de los que están a cargo de iniciativas consolidadas consideran que las aplicaciones basadas en la inteligencia artificial mejorarán la productividad y eficiencia de sus negocios, un porcentaje superior al de las mujeres, mientras que estas manifiestan en mayor medida que los hombres su preocupación por la seguridad y privacidad de los datos, el coste, los dilemas éticos y la resistencia de clientes y empleados.



4.8.2. Expectativas de digitalización

Después de dos años en los que habían disminuido las expectativas de digitalización, en 2024 más de la mitad de los emprendedores recientes (TEA) y el 41% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas vuelven a afirmar que digitalizarán su empresa en los próximos seis meses. La irrupción de la inteligencia artificial en todos los ámbitos de nuestra vida está detrás de este aumento de expectativas.

Figura 67. Evolución de las expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2022-2024



El porcentaje de mujeres emprendedoras que espera digitalizar su negocio es superior al de los hombres, aunque este dato hay que relacionarlo con el mayor porcentaje de iniciativas ya digitalizadas en manos de los hombres.

Figura 68. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sexo del emprendedor
Fuente: GEM-España APS 2024

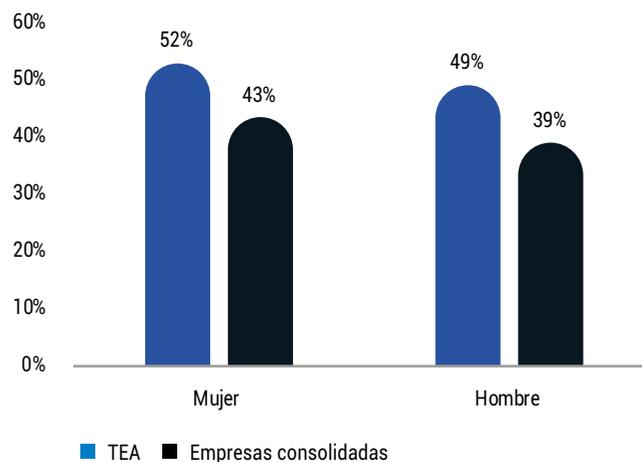
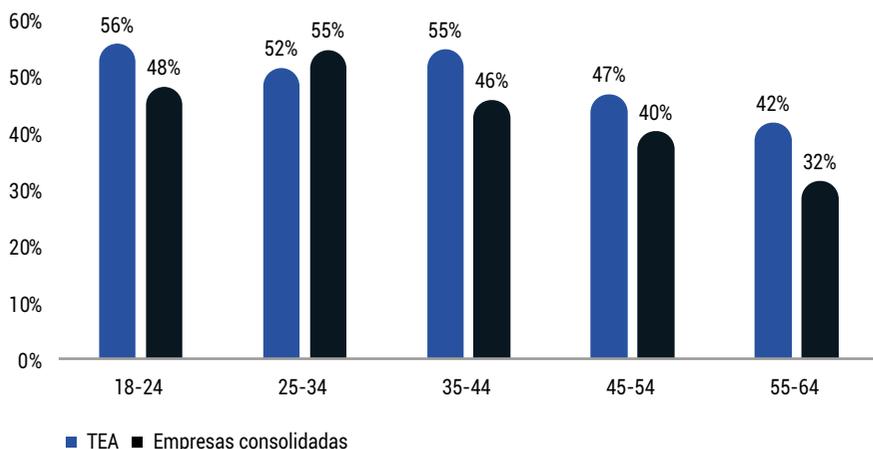


Figura 69. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor

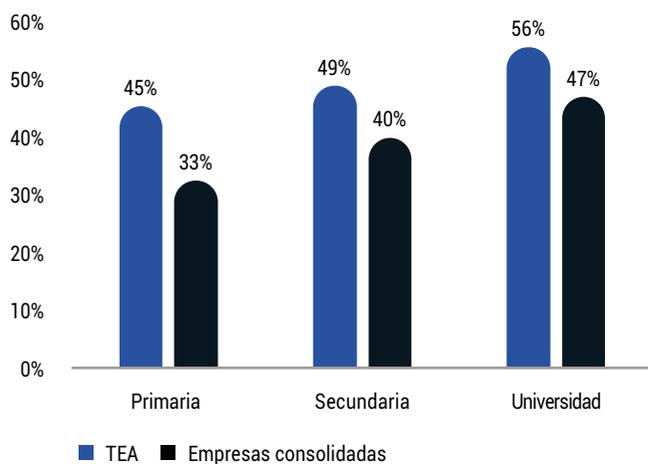
Fuente: GEM-España APS 2024



Las expectativas de digitalización bajan entre los emprendedores de más de 45 años, en comparación con los emprendedores más jóvenes, especialmente en el caso de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas.

Figura 70. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024



Las expectativas de adoptar tecnologías digitales también aumentan en función del nivel educativo de los emprendedores, especialmente entre los de nivel universitario, que son los que lideran un mayor porcentaje de iniciativas de nivel tecnológico medio-alto y con capacidad de innovación.

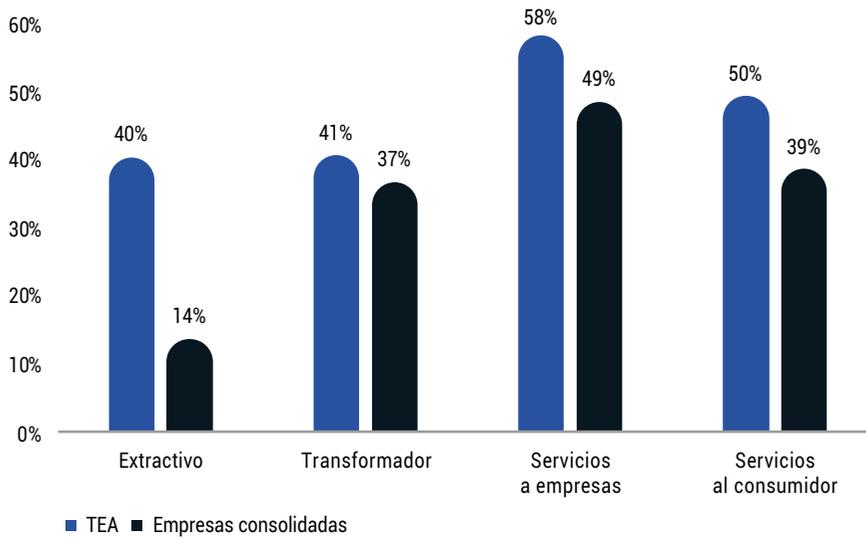


Santander, octubre de 2024. Presentación Informe *Jóvenes emprendedoras en el medio rural* con la colaboración de REALE Seguros.



Figura 71. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras

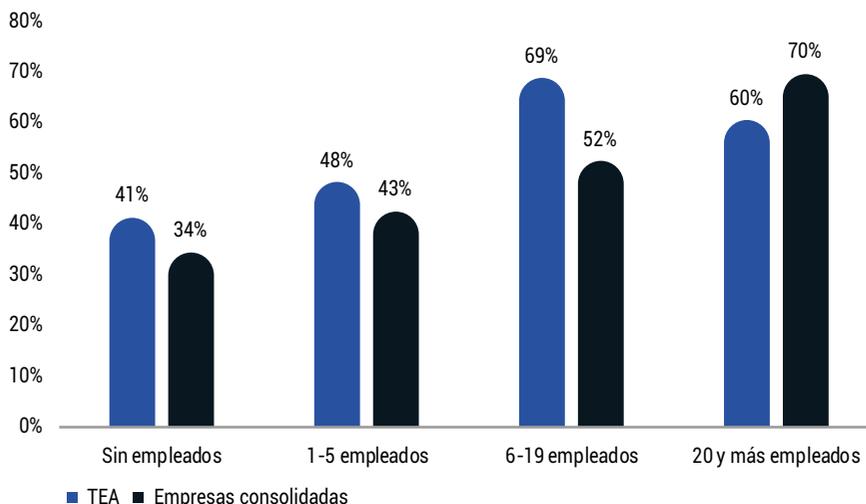
Fuente: GEM-España APS 2024



Al igual que el año anterior, en 2024 los emprendedores con iniciativas localizadas en el sector de los servicios son los más interesados en digitalizar sus negocios. Siete de cada doce emprendedores recientes (TEA) que ofrecen servicios a empresas, y uno de cada dos de los que ofrecen servicios al consumidor, esperan digitalizar los procesos de venta de sus productos en los próximos seis meses. Por el contrario, solo uno de cada siete emprendedores a cargo de iniciativas de más de tres años y medio de vida localizadas en el sector extractivo espera digitalizar su negocio, un porcentaje que contrasta con el 40% de emprendedores con iniciativas más recientes que ve necesario digitalizar en este mismo sector.

Figura 72. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del tamaño de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-España APS 2024



El tamaño de las iniciativas emprendedoras cada vez condiciona más la necesidad de digitalizar sus procesos de venta. El 69% de los emprendedores a cargo de iniciativas recientes (TEA) con plantillas de entre 6 y 19 empleados, y el 70% de los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas con 20 o más empleados esperan digitalizar la venta de sus productos en los próximos seis meses, una decisión clave que puede condicionar el proceso de crecimiento de estas iniciativas en el futuro.

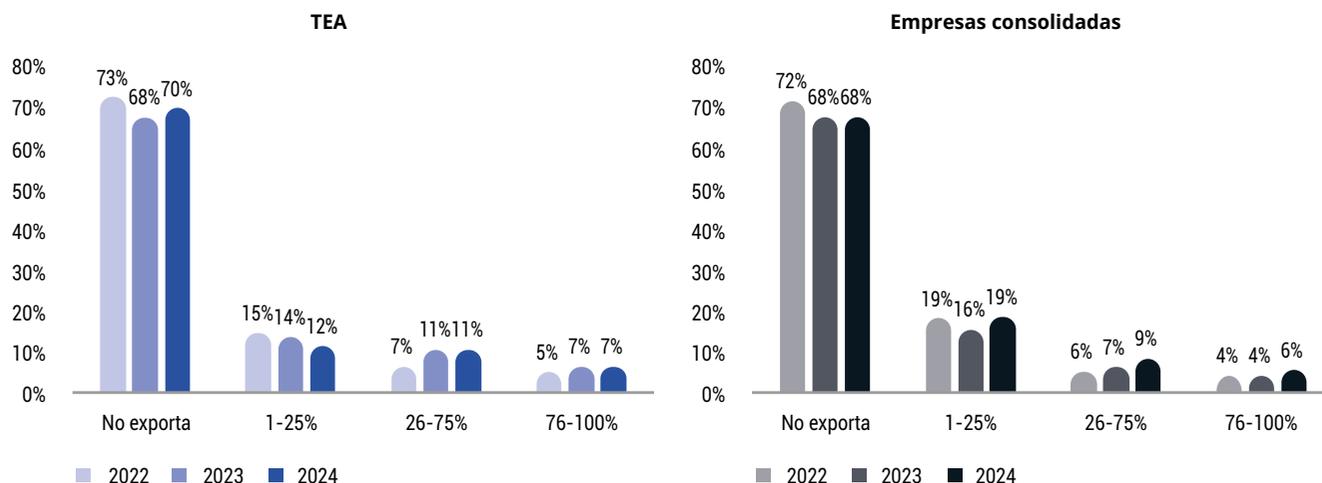


4.9. Orientación internacional

En 2024 crece ligeramente la internacionalización de las iniciativas emprendedoras consolidadas, pero se estanca la capacidad de exportación de las iniciativas de menos de tres años y medio de vida. Durante el año 2024 el 7% de las iniciativas recientes (TEA) puede calificarse de *born-global*, con un rango de exportaciones que supera el 75% de su volumen de negocio, un porcentaje similar al del año anterior, mientras que sube el porcentaje de las iniciativas consolidadas en todos los rangos de exportación respecto al año 2023.

Figura 73. Evolución de la orientación internacional

Fuente: GEM-España APS 2022-2024



En 2024, a diferencia del año anterior, sube el porcentaje de hombres que lideran iniciativas emprendedoras con orientación internacional, mientras que se reduce el porcentaje de mujeres a cargo de este tipo de iniciativas. Será necesario analizar qué factores están influyendo en este cambio de orientación de negocio entre emprendedores de distinto sexo.

Figura 74. Orientación internacional en función del sexo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024

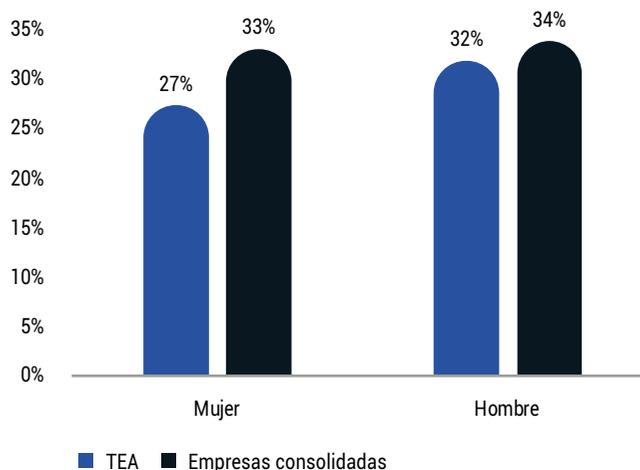


Figura 75. Orientación internacional en función de la edad del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024

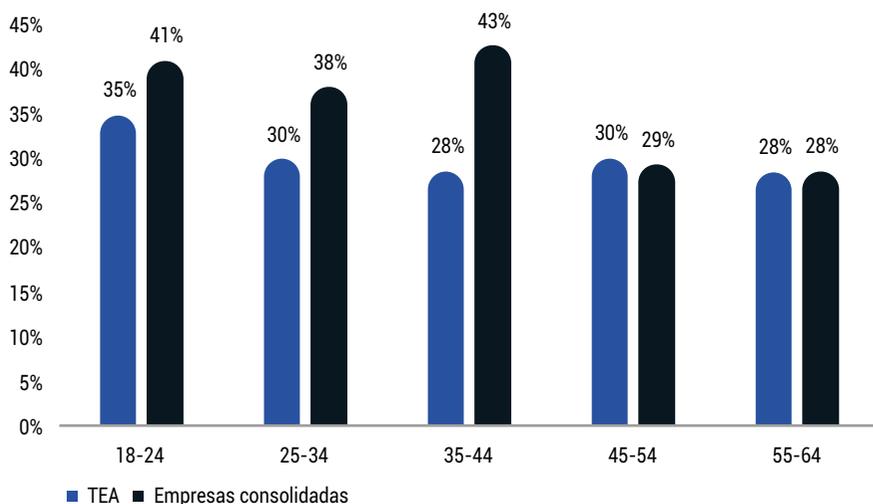
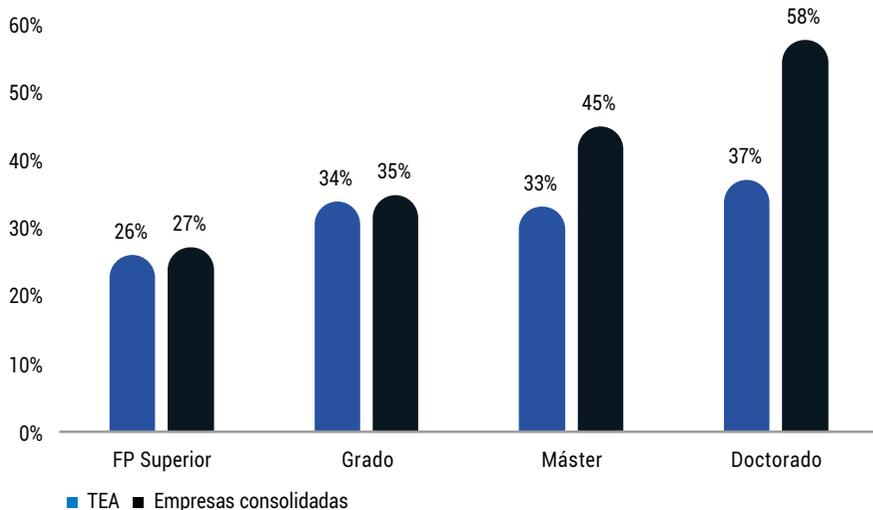
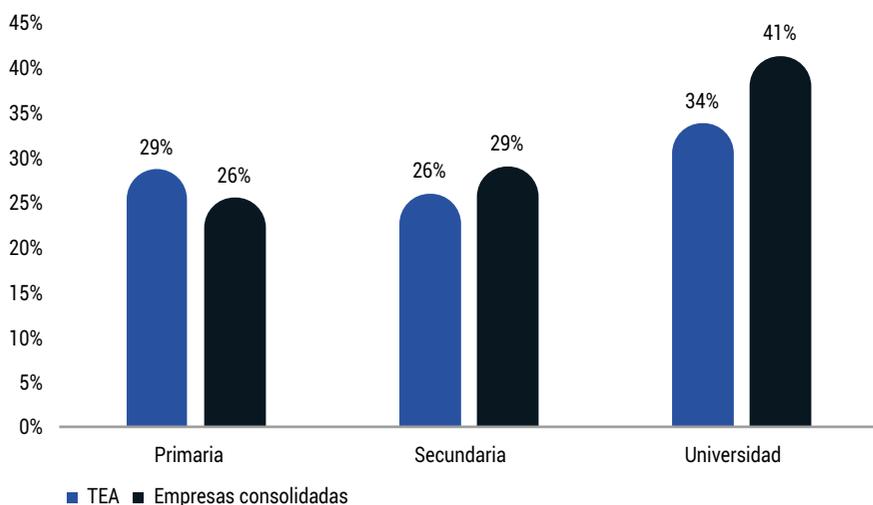


Figura 76. Orientación internacional en función del nivel educativo del emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024



En los últimos dos años han sido los emprendedores más jóvenes los que han liderado en mayor medida iniciativas con orientación internacional. En 2024 los mayores porcentajes de iniciativas con capacidad de exportación estuvieron liderados por emprendedores con edades comprendidas entre los 18 y los 44 años. Las iniciativas consolidadas, de más de tres años y medio de vida, son las que exportan en mayor medida, lo que indica que la capacidad de internacionalización necesita de un proceso de maduración directiva, capacidad de financiación y cierta experiencia, pero al mismo tiempo requiere habilidades que es más fácil encontrar en las generaciones más recientes de emprendedores, como la capacidad de hablar otras lenguas, tener contactos internacionales o conocer las nuevas tecnologías.

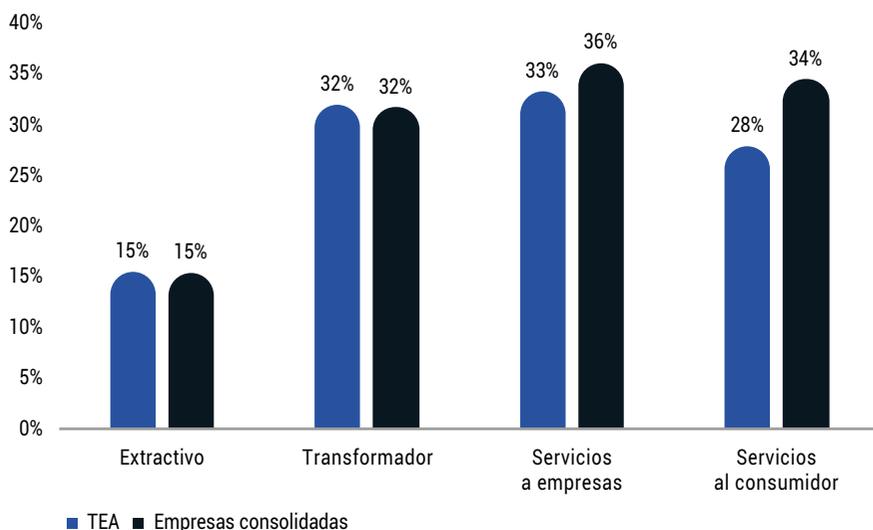
El nivel educativo es un factor clave que condiciona el perfil de las iniciativas emprendedoras. En 2024 aumenta del 34% al 41% el porcentaje de iniciativas emprendedoras consolidadas con orientación internacional lideradas por emprendedores con un título universitario, aunque disminuye de un 37% en 2023 a un 34% en 2024 el porcentaje de las iniciativas recientes (TEA) con esta orientación.

Siete de cada doce emprendedores con título de doctor y cinco de cada once con un título de máster lideran iniciativas consolidadas con orientación internacional, un porcentaje muy superior al resto, que se incrementa cada año. Estos datos consolidan el papel cada vez más relevante de los estudios de posgrado a la hora de consolidar el perfil internacional del tejido emprendedor.



Figura 77. Orientación internacional en función del sector

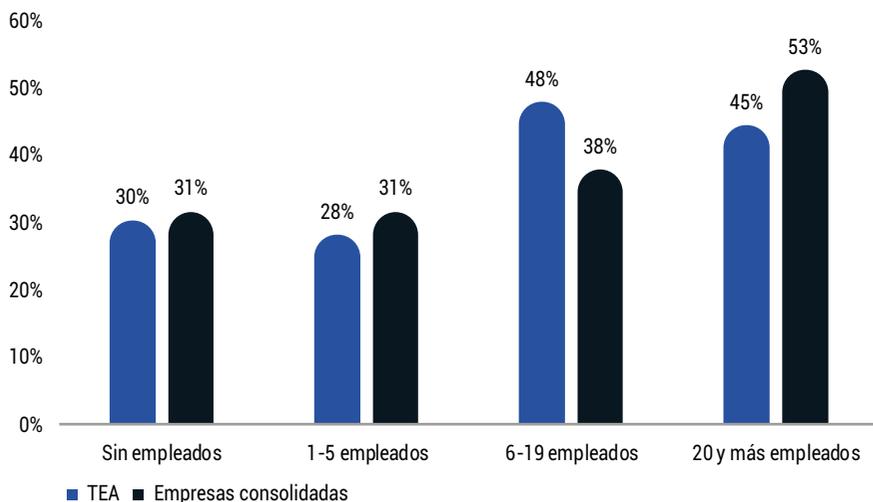
Fuente: GEM-España APS 2024



Alrededor de un tercio de las iniciativas emprendedoras de todos los sectores productivos, salvo el extractivo, tienen capacidad exportadora, aunque los porcentajes más elevados siguen siendo los de las iniciativas localizadas en el sector de los servicios.

Figura 78. Orientación internacional en función del tamaño

Fuente: GEM-España APS 2024



El tamaño de las iniciativas emprendedoras condiciona no solo su capacidad de innovación y digitalización, sino también su capacidad de internacionalización. En 2024 el 45% de las iniciativas recientes (TEA) y más de la mitad de las consolidadas con más de 20 empleados exportaron parte de su producción. Al igual que ocurre con la capacidad de innovación, la orientación internacional se reduce en el caso de las iniciativas de menor tamaño.



Cáceres, octubre de 2024. Presentación Informe GEM Extremadura 2023-2024.

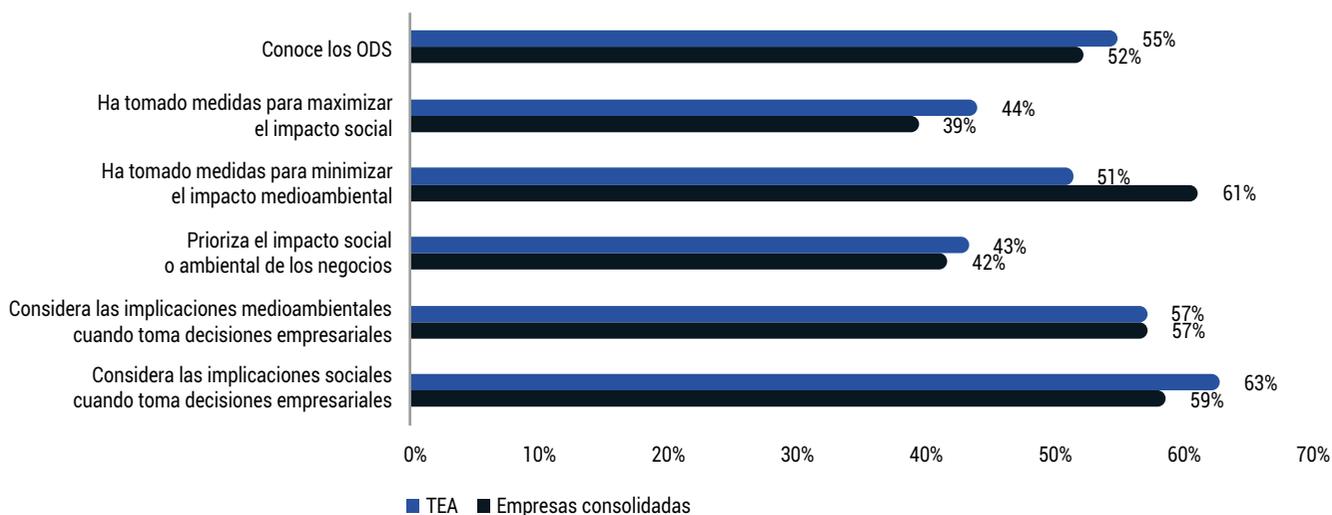


4.10. Orientación hacia la sostenibilidad

Los últimos informes de impacto empresarial afirman que seis de cada diez empresas españolas invierten para tener un impacto social y medioambiental más positivo. Los datos recogidos en la encuesta del GEM evidencian que uno de cada dos emprendedores conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y que están cada vez más concienciados de que incluir estas inversiones en el diseño estratégico y la gestión del negocio resultará relevante para posicionarse como una iniciativa empresarial legitimada en su territorio. Sin embargo, aunque el 63% de los emprendedores recientes (TEA) manifiestan que tienen en cuenta las implicaciones sociales cuando toman decisiones, son los emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas los que afirman en mayor medida (seis de cada diez) haber tomado medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental de sus negocios.

Figura 79. Orientación hacia la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras

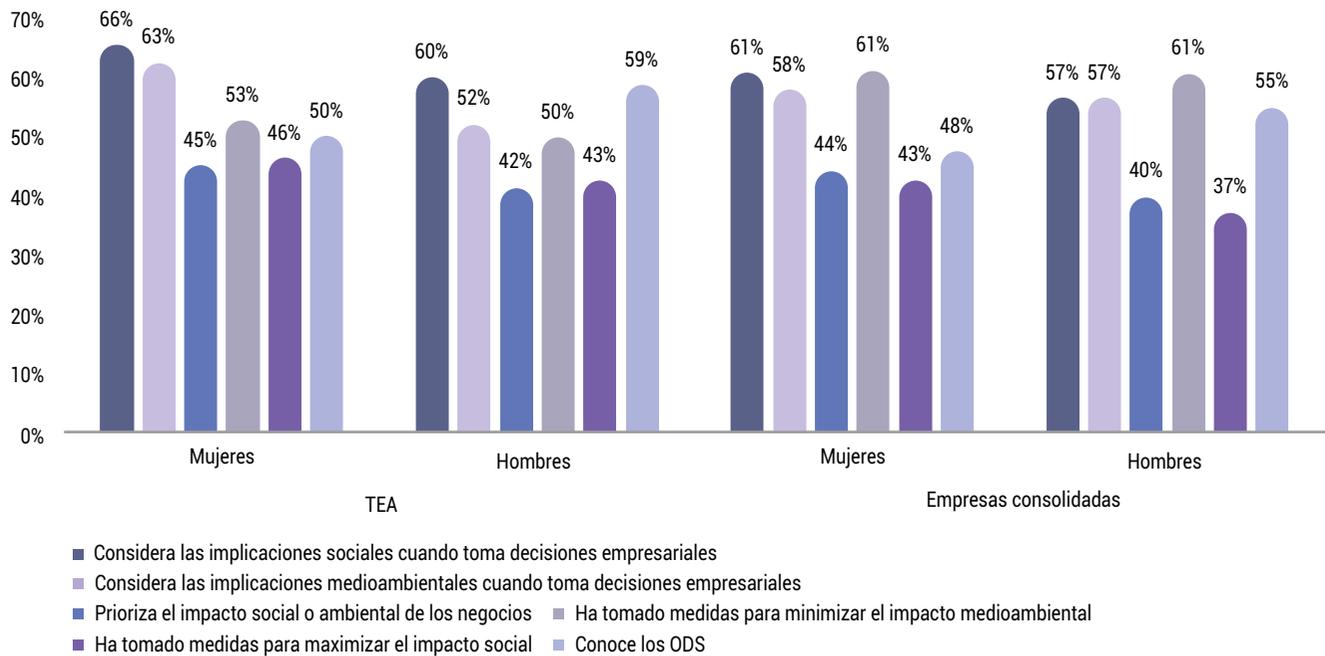
Fuente: GEM-España APS 2024



Sevilla, noviembre de 2024.
Presentación *Informe GEM Sevilla 2023-2024*.

Figura 80. Orientación hacia la sostenibilidad en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024



Si en 2023 aumentó la coherencia entre la orientación estratégica hacia la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras y su implantación efectiva a través de prácticas empresariales concretas, en 2024 aumentan las prácticas de protección medioambiental en las iniciativas consolidadas. Seis de cada diez emprendedores a cargo de iniciativas consolidadas, sean mujeres u hombres, han tomado medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental negativo de sus negocios. A diferencia de años anteriores, la orientación a favor de la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras no cambia si el emprendedor es hombre o mujer.

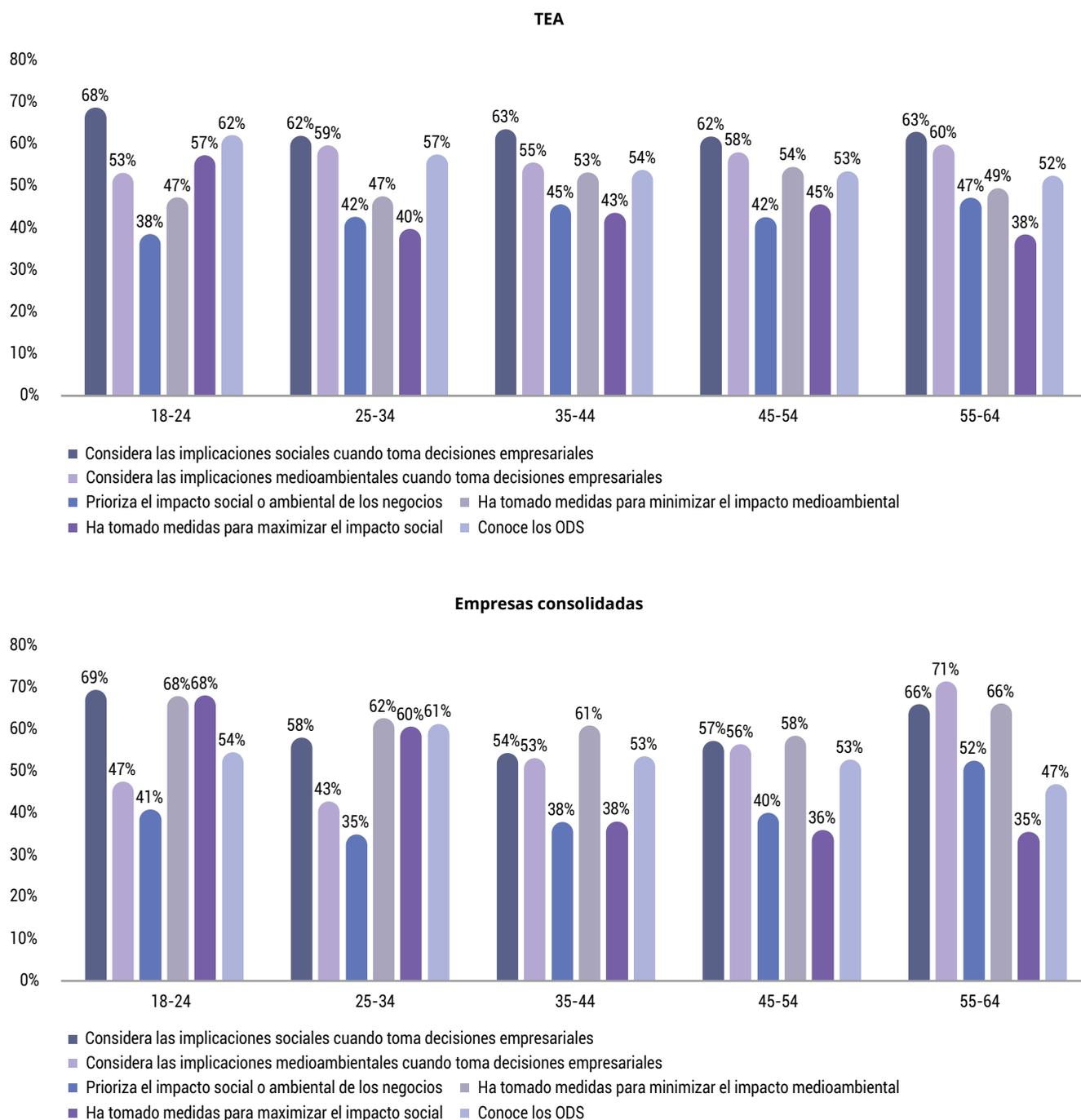


Bilbao, 18 de febrero de 2025. Encuentro Anual GEM Global 2025. Mesa debate Informe Especial sobre emprendimiento femenino.



Figura 81. Orientación hacia la sostenibilidad en función de la edad

Fuente: GEM-España APS 2024

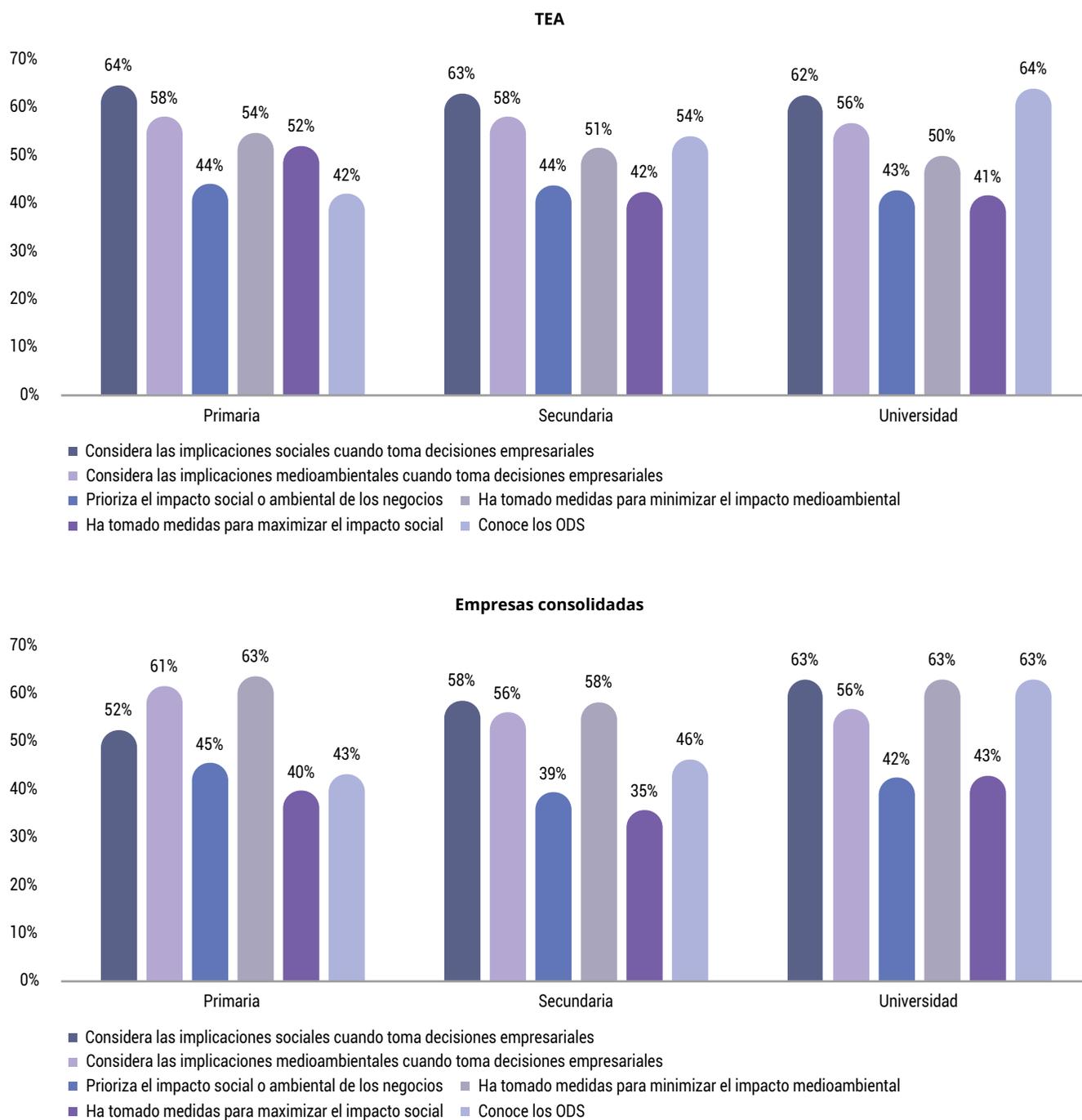


A pesar de que casi siete de cada diez emprendedores con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años consideran las implicaciones sociales de sus decisiones empresariales, son los emprendedores mayores, con edades comprendidas entre los 55 y los 64 años, los que mantienen un mayor porcentaje de iniciativas con más orientación hacia la sostenibilidad, tomando decisiones en las que tienen en cuenta las consideraciones sociales y medioambientales, y medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental y maximizar el impacto social de sus negocios.



Figura 82. Orientación a la sostenibilidad en función del nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2024

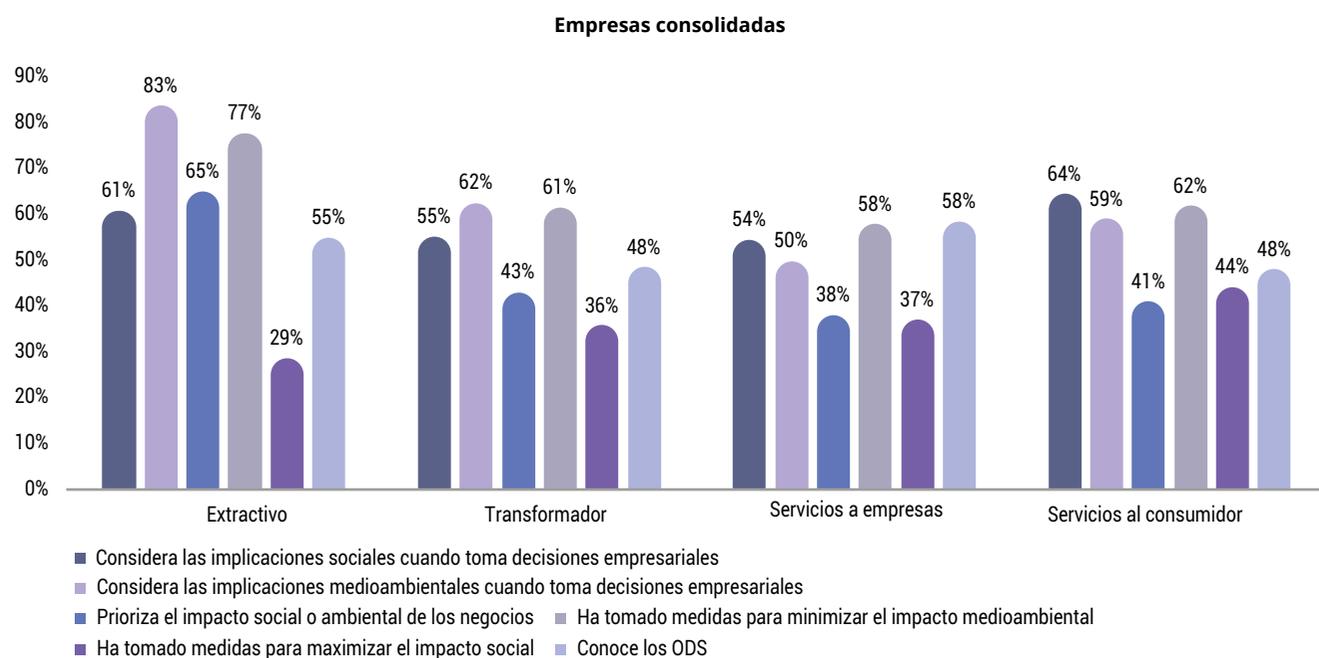
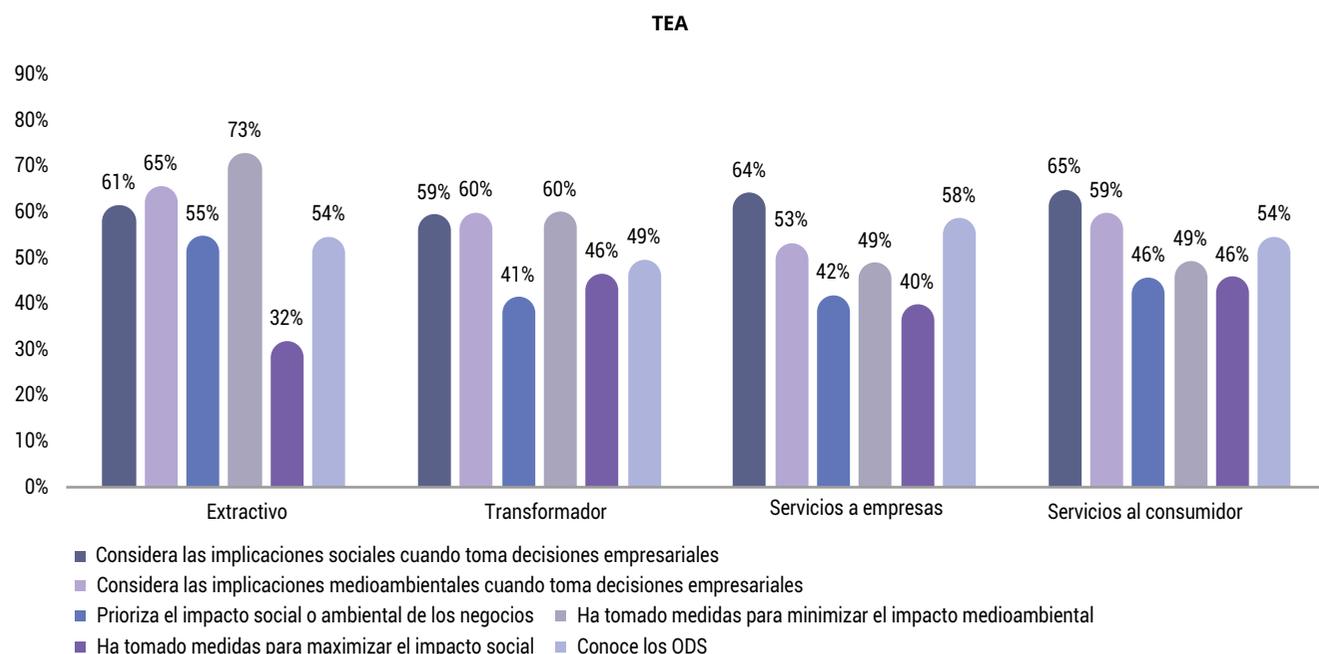


El nivel educativo de los emprendedores no parece ser un factor relevante que diferencie el comportamiento pro-ambiental y pro-social de sus iniciativas emprendedoras. En 2024 más de la mitad de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y más del 60% de las consolidadas tomaron medidas para minimizar el impacto medioambiental, aunque ese porcentaje se reduce a cerca del 40% en el caso de las iniciativas que tomaron medidas para maximizar su impacto social. Sería necesario analizar cuál puede ser el impacto de las empresas de reciente creación en el desarrollo social de su territorio para poder legitimar estas medidas.



Figura 83. Orientación hacia la sostenibilidad en función del sector

Fuente: GEM-España APS 2024

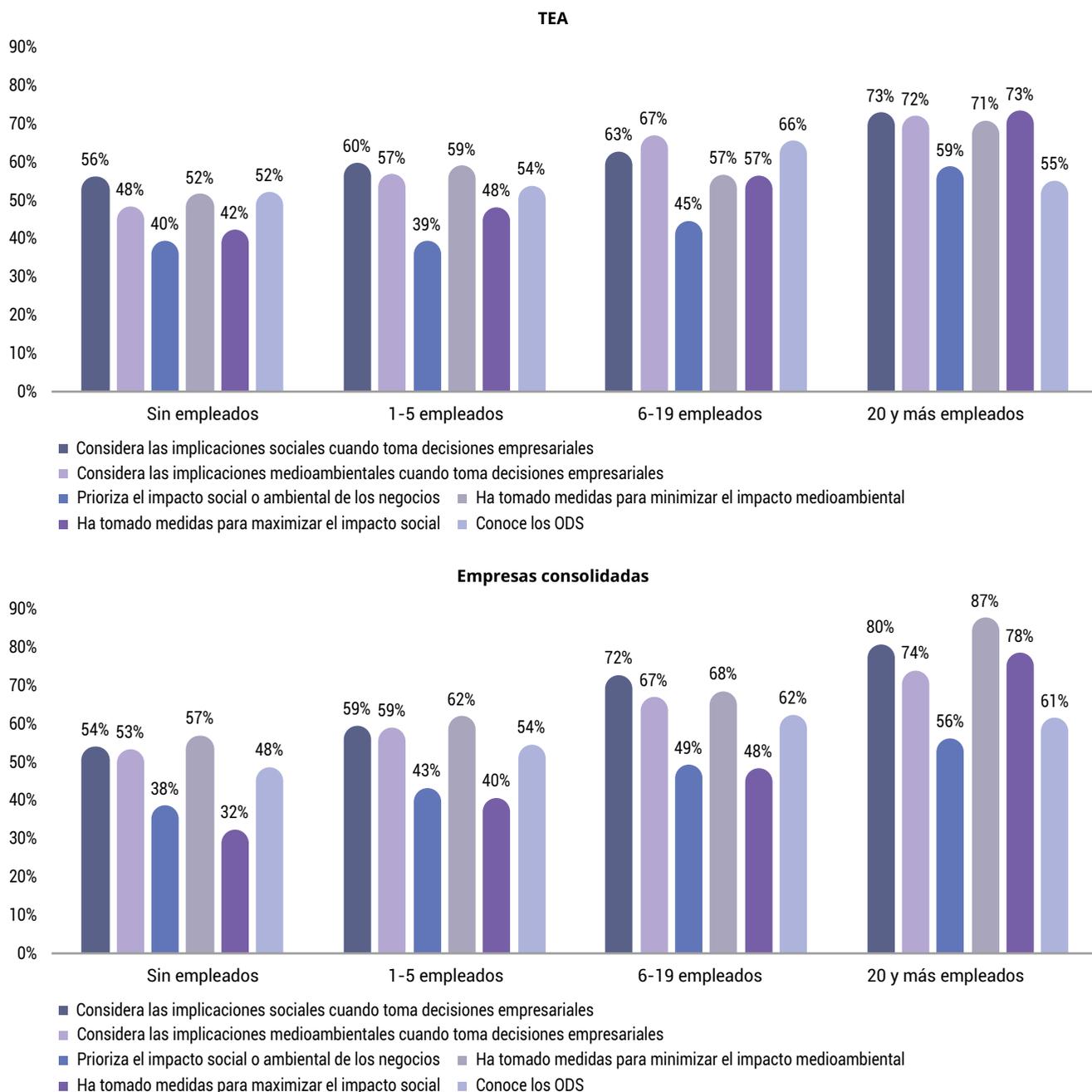


La orientación hacia la sostenibilidad medioambiental es mayor en el sector extractivo, especialmente entre las iniciativas emprendedoras de más de tres años y medio de vida. En 2024 el 83% de los emprendedores consolidados afirmaron tener en cuenta las implicaciones medioambientales a la hora de tomar decisiones, y el 77% manifestó haber tomado medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental de sus negocios. Porcentajes muy superiores a los de otros sectores, incluido el sector transformador, tradicionalmente más regulado en cuestiones de impacto medioambiental, que reflejan la importancia que tiene para los emprendedores del sector extractivo el conseguir legitimidad como agentes positivos de su entorno local.



Figura 84. Orientación a la sostenibilidad en función del tamaño

Fuente: GEM-España APS 2024



El tamaño de las iniciativas emprendedoras es un factor que condiciona especialmente su orientación hacia la sostenibilidad. Los emprendedores a cargo de iniciativas con más de veinte empleados son los que manifiestan una mayor orientación social y medioambiental. Más del 70% de los emprendedores a cargo de estas iniciativas afirma haber invertido en medidas concretas para minimizar el impacto medioambiental y maximizar el impacto social de sus negocios, medidas que vienen motivadas también por la mayor exigencia del marco legal hacia las organizaciones que cuentan con un mayor número de empleados.

Como conclusión, durante el año 2024 se ha acentuado la presencia de las iniciativas emprendedoras en el sector de los servicios, especialmente en la rama de servicios al consumidor. Las iniciativas emprendedoras han dejado de contratar empleados y cada vez exportan menos, pero a pesar de ello los emprendedores siguen siendo conscientes de la necesidad de innovar para poder competir, de que la inteligencia artificial va a jugar un papel clave en la supervivencia futura de sus negocios y de la importancia de dar legitimidad social y medioambiental a sus empresas para poder mantener la lealtad de sus clientes en su territorio.



ANEXO

Glosario

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

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

TEA (Total Early Stage Entrepreneurial Activity) o tasa de emprendedores con iniciativas en fase inicial (nacientes y nuevas) se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación que hayan persistido en el mercado por un periodo inferior a los 42 meses (3,5 años). Este indicador engloba los dos grupos anteriores, eliminando las duplicidades que puedan producirse cuando haya personas que estén implicadas al mismo tiempo en los dos grupos de iniciativas (naciente y nueva).

EEA (Employee Entrepreneurial Activity) o tasa de empleados emprendedores se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en

cada país/región/ciudad que trabaja por cuenta ajena para organizaciones existentes y que en los últimos tres años ha participado liderando activamente el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, la creación de nuevas empresas como empleados por cuenta ajena (*spin-offs / spin-outs*).

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

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

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

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

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



Benchmarking*

Tabla 9. Posicionamiento de España a nivel internacional en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender

Fuente: GEM Global APS 2024

Grupo	Países	Actitudes							
		Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Facilidad de iniciar un negocio	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
Grupo A	Alemania	43%	41%	49%	40%	33%	56%	82%	50%
	Arabia Saudí	95%	93%	57%	94%	93%	96%	96%	94%
	Austria	46%	55%	44%	52%	47%	51%	76%	65%
	Canadá	61%	59%	53%	58%	53%	76%	83%	80%
	Catar	66%	64%	44%	47%	59%	75%	88%	76%
	Chipre	40%	60%	58%	68%	48%	77%	71%	69%
	Corea del Sur	40%	57%	36%	37%	40%	59%	89%	68%
	Emiratos Árabes	72%	68%	44%	65%	76%	81%	87%	86%
	Eslovenia	56%	66%	47%	58%	72%	66%	88%	84%
	España	29%	48%	52%	47%	27%	44%	57%	45%
	Estados Unidos	59%	56%	49%	53%	57%	82%	84%	84%
	Francia	43%	45%	54%	56%	49%	69%	58%	72%
	Israel	38%	34%	54%	67%	16%	67%	87%	52%
	Italia	35%	55%	51%	49%	22%	69%	66%	63%
	Lituania	51%	56%	48%	71%	41%	71%	59%	75%
	Luxemburgo	48%	49%	48%	48%	61%	58%	n/a	60%
	Noruega	62%	50%	39%	48%	74%	50%	82%	70%
	Reino Unido	50%	54%	57%	53%	59%	70%	80%	77%
	Suecia	66%	46%	46%	53%	78%	n/a	n/a	n/a
	Suiza	49%	44%	48%	56%	66%	36%	78%	60%
Taiwán	53%	38%	44%	32%	43%	50%	65%	73%	
	Media Grupo A	52%	54%	49%	55%	53%	65%	78%	70%
	Media UE	47%	52%	51%	52%	47%	62%	68%	62%
Grupo B	Argentina	57%	75%	29%	55%	35%	n/a	n/a	n/a
	Bielorrusia	47%	52%	52%	n/a	48%	79%	78%	65%
	Bosnia y Herzegovina	55%	73%	55%	81%	32%	66%	76%	67%
	Chile	60%	70%	50%	70%	49%	71%	61%	71%
	Costa Rica	62%	75%	38%	72%	36%	67%	57%	81%
	Croacia	67%	74%	50%	74%	44%	66%	60%	71%

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



Grupo	Países	Actitudes							
		Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Facilidad de iniciar un negocio	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
Grupo B	Eslovaquia	39%	52%	41%	62%	33%	38%	57%	48%
	Estonia	46%	45%	54%	44%	73%	55%	70%	59%
	Grecia	39%	53%	60%	31%	30%	76%	70%	56%
	Hungría	32%	36%	42%	47%	43%	65%	65%	65%
	Kazajistán	64%	41%	45%	73%	42%	75%	83%	72%
	Letonia	40%	54%	45%	48%	34%	55%	60%	59%
	México	59%	67%	42%	58%	47%	61%	63%	64%
	Omán	74%	70%	35%	56%	51%	81%	86%	72%
	Polonia	74%	48%	55%	47%	83%	43%	63%	38%
	Puerto Rico	62%	76%	46%	77%	31%	n/a	n/a	n/a
	Rumanía	60%	53%	67%	47%	35%	87%	89%	79%
	Serbia	44%	63%	55%	65%	37%	74%	80%	77%
	Venezuela	60%	82%	32%	45%	44%	n/a	n/a	n/a
	Media Grupo B	55%	61%	47%	58%	44%	66%	70%	65%
Grupo C	Armenia	51%	60%	47%	49%	47%	88%	74%	76%
	Brasil	65%	67%	52%	74%	46%	n/a	n/a	n/a
	China	55%	48%	68%	46%	19%	64%	81%	75%
	Ecuador	54%	84%	40%	69%	42%	59%	55%	62%
	Egipto	61%	60%	48%	27%	65%	77%	82%	76%
	Guatemala	75%	79%	43%	72%	48%	94%	80%	61%
	India	84%	85%	65%	51%	85%	91%	93%	89%
	Jordania	53%	72%	50%	55%	40%	84%	90%	84%
	Marruecos	63%	75%	50%	78%	42%	78%	84%	82%
	Tailandia	78%	78%	51%	32%	72%	89%	92%	93%
	Ucrania	36%	53%	52%	55%	39%	70%	69%	56%
Media Grupo C	65%	73%	53%	53%	58%	83%	87%	83%	



Tabla 10. Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial. Comparación internacional

Fuente: GEM Global APS 2024

Grupo	Países	Emprendedor potencial	TEA	Empresas consolidadas	Cierres	Continua	Abandono empresarial
Grupo A	Alemania	15,6%	9,8%	6,0%	5,4%	3,4%	2,1%
	Arabia Saudí	36,5%	26,4%	19,4%	9,2%	4,4%	4,8%
	Austria	7,5%	6,6%	7,9%	4,1%	2,6%	1,6%
	Canadá	32,2%	25,4%	5,8%	10,4%	6,2%	4,2%
	Catar	62,1%	7,7%	3,3%	8,4%	6,7%	1,8%
	Chipre	25,8%	9,7%	8,4%	3,6%	2,7%	0,9%
	Corea del Sur	32,9%	11,7%	22,3%	2,9%	2,4%	0,5%
	Emiratos Árabes	46,2%	13,6%	3,1%	9,5%	5,2%	4,3%
	Eslovenia	18,6%	8,6%	8,7%	4,1%	3,1%	1,0%
	España	11,2%	7,2%	6,8%	3,5%	2,2%	1,3%
	Estados Unidos	23,0%	19,3%	6,6%	7,9%	4,5%	3,4%
	Francia	17,2%	8,7%	4,5%	4,3%	2,6%	1,7%
	Israel	18,9%	8,4%	3,6%	4,2%	3,0%	1,1%
	Italia	22,6%	9,6%	6,9%	5,1%	3,4%	1,7%
	Lituania	25,5%	11,6%	3,2%	10,3%	7,1%	3,2%
	Luxemburgo	20,8%	9,9%	4,4%	5,0%	3,2%	1,9%
	Noruega	12,7%	10,0%	6,1%	3,2%	2,2%	1,1%
	Reino Unido	21,9%	14,2%	9,8%	8,5%	4,2%	4,3%
	Suecia	13,0%	8,4%	5,1%	3,9%	2,6%	1,3%
	Suiza	15,2%	9,9%	7,2%	2,7%	1,4%	1,3%
Taiwán	15,2%	5,6%	8,2%	2,6%	1,6%	0,9%	
	Media Grupo A	23,5%	11,5%	7,5%	5,7%	3,6%	2,1%
	Media UE	16,6%	8,9%	7,0%	4,2%	2,8%	1,3%
Grupo B	Argentina	22,3%	23,4%	6,4%	6,7%	4,2%	2,5%
	Bielorrusia	38,7%	16,6%	5,2%	8,2%	5,4%	2,7%
	Bosnia y Herzegovina	39,0%	22,7%	5,9%	5,1%	2,4%	2,8%
	Chile	43,1%	27,2%	8,1%	10,0%	6,4%	3,7%
	Costa Rica	45,3%	5,2%	2,0%	6,7%	4,8%	1,9%
	Croacia	29,9%	13,1%	4,4%	3,7%	2,1%	1,6%
	Eslovaquia	16,3%	11,5%	5,0%	4,8%	3,1%	1,7%
	Estonia	18,6%	13,4%	6,5%	4,8%	3,8%	1,0%
	Grecia	8,4%	5,5%	14,8%	1,7%	1,1%	0,6%
	Hungría	9,9%	6,7%	6,9%	2,2%	1,7%	0,5%
	Kazajistán	18,5%	9,6%	2,6%	5,6%	4,2%	1,4%
	Letonia	26,1%	12,1%	8,9%	3,3%	2,6%	0,7%



Grupo	Países	Emprendedor potencial	TEA	Empresas consolidadas	Cierres	Continua	Abandono empresarial
Grupo B	México	27,7%	15,0%	3,3%	8,0%	5,5%	2,5%
	Omán	41,4%	9,2%	4,4%	10,5%	7,4%	3,1%
	Polonia	3,2%	2,5%	12,8%	3,3%	2,4%	0,9%
	Puerto Rico	46,5%	24,3%	4,6%	10,6%	5,7%	4,9%
	Rumanía	8,1%	5,0%	4,2%	1,7%	1,5%	0,1%
	Serbia	24,5%	11,7%	4,2%	4,3%	2,0%	2,3%
	Venezuela	21,8%	11,7%	1,8%	3,6%	3,3%	0,3%
	Media Grupo B	25,8%	13,0%	5,9%	5,5%	3,7%	1,9%
Grupo C	Armenia	42,2%	17,6%	10,8%	5,3%	4,0%	1,3%
	Brasil	50,9%	20,3%	13,2%	11,0%	7,4%	3,6%
	China	7,8%	5,4%	4,5%	2,7%	2,0%	0,7%
	Ecuador	37,7%	33,4%	13,3%	13,5%	9,5%	4,0%
	Egipto	41,3%	5,2%	3,3%	5,9%	5,1%	0,8%
	Guatemala	46,4%	23,7%	14,2%	7,3%	5,6%	1,7%
	India	29,6%	12,2%	6,0%	2,9%	2,0%	0,9%
	Jordania	56,8%	21,1%	4,8%	11,5%	9,1%	2,3%
	Marruecos	16,8%	12,5%	2,7%	5,3%	3,3%	1,9%
	Tailandia	36,4%	19,7%	11,8%	11,1%	4,6%	6,4%
	Ucrania	30,6%	12,8%	4,8%	8,7%	5,4%	3,3%
	Media Grupo C	36,0%	16,7%	8,1%	7,7%	5,3%	2,5%



Tabla 11. Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico. Comparación internacional

Fuente: GEM Global APS 2024

Grupo	Países	Distribución sectorial				Expectativas		Orientación innovadora
		Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	Más de 19 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto
Grupo A	Alemania	3%	16%	40%	41%	1%	26%	11%
	Arabia Saudí	0%	14%	6%	80%	7%	8%	2%
	Austria	2%	8%	31%	59%	0%	21%	7%
	Canadá	2%	19%	21%	58%	4%	22%	6%
	Catar	1%	18%	30%	51%	3%	21%	8%
	Chipre	3%	22%	32%	43%	1%	18%	8%
	Corea del Sur	0%	23%	12%	64%	0%	1%	7%
	Emiratos Árabes	0%	18%	19%	62%	8%	35%	6%
	Eslovenia	3%	22%	44%	31%	1%	22%	14%
	España	4%	15%	31%	50%	0%	18%	11%
	Estados Unidos	2%	19%	24%	55%	5%	17%	7%
	Francia	5%	20%	31%	44%	1%	14%	9%
	Israel	n/a	14%	38%	49%	0%	14%	7%
	Italia	6%	18%	26%	50%	1%	23%	6%
	Lituania	2%	26%	18%	54%	1%	8%	3%
	Luxemburgo	1%	15%	40%	44%	1%	40%	11%
	Noruega	7%	20%	38%	35%	2%	13%	9%
	Reino Unido	n/a	19%	25%	56%	2%	25%	10%
	Suecia	6%	15%	34%	44%	1%	20%	9%
	Suiza	2%	13%	28%	57%	1%	24%	13%
Taiwán	2%	18%	17%	64%	1%	9%	11%	
	Media Grupo A	3%	18%	28%	52%	2%	19%	8%
	Media UE	5%	20%	29%	45%	1%	19%	8%
Grupo B	Argentina	1%	24%	16%	59%	1%	6%	5%
	Bielorrusia	4%	35%	19%	42%	2%	24%	7%
	Bosnia y Herzegovina	10%	21%	22%	46%	2%	27%	7%
	Chile	3%	26%	24%	48%	3%	4%	10%
	Costa Rica	2%	14%	10%	74%	0%	3%	n/a
	Croacia	9%	23%	42%	26%	1%	22%	8%
	Eslovaquia	1%	16%	29%	54%	1%	11%	9%
	Estonia	5%	27%	30%	38%	1%	32%	16%
	Grecia	7%	26%	14%	53%	0%	24%	7%
	Hungría	13%	26%	24%	38%	1%	11%	5%
	Kazajistán	6%	19%	7%	69%	1%	10%	n/a



Grupo	Países	Distribución sectorial				Expectativas		Orientación innovadora	
		Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	Más de 19 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto	
Grupo B	Letonia	8%	28%	21%	43%	1%	28%	8%	
	México	0%	9%	7%	84%	1%	4%	2%	
	Omán	2%	15%	19%	64%	1%	12%	2%	
	Polonia	2%	23%	26%	49%	0%	4%	6%	
	Puerto Rico	1%	16%	20%	62%	2%	14%	5%	
	Rumanía	12%	21%	12%	55%	0%	9%	7%	
	Serbia	7%	25%	20%	49%	0%	11%	8%	
	Venezuela	3%	22%	4%	71%	0%	3%	1%	
	Media Grupo B	5%	22%	19%	54%	1%	13%	7%	
	Grupo C	Armenia	21%	26%	12%	41%	2%	23%	5%
		Brasil	4%	27%	17%	52%	2%	2%	6%
		China	1%	18%	10%	71%	1%	3%	6%
		Ecuador	1%	14%	4%	81%	1%	1%	1%
		Egipto	6%	22%	12%	60%	1%	11%	4%
Guatemala		5%	17%	7%	71%	2%	1%	2%	
India		20%	21%	4%	56%	0%	0%	2%	
Jordania		6%	23%	9%	61%	1%	8%	4%	
Marruecos		2%	15%	7%	76%	2%	8%	1%	
Tailandia		5%	13%	5%	78%	4%	14%	1%	
Ucrania		8%	23%	14%	54%	2%	18%	7%	
Media Grupo C		7%	20%	9%	64%	2%	8%	3%	





Próximamente



Informes elaborados en colaboración con YBS



Casos de emprendimiento

Tu Trámite Fácil

Nombre de los emprendedores: Pablo Ferrández y Francisco Mas.

Nombre del negocio: Tu Trámite Fácil (<https://tutramitefacil.es>).

Ubicación del negocio: Elche (Alicante).

Año de lanzamiento: 2023.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Tu Trámite Fácil es una plataforma digital que ayuda a las personas a identificar y solicitar las ayudas públicas y subvenciones a las que pueden acceder, de forma rápida y sencilla. Automatiza el proceso de búsqueda, comprobación de requisitos y tramitación, eliminando barreras burocráticas y haciendo que solicitar ayudas sea más fácil para todos.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Ser emprendedor es convertir la incertidumbre en ilusión, los problemas en oportunidades y los sueños en realidades que impactan la vida de quienes más lo necesitan. En Tu Trámite Fácil, emprendemos para transformar la burocracia en accesibilidad, y la frustración en esperanza. Creemos que mejorar el mundo es posible, y trabajamos cada día para acercar oportunidades a quienes más las necesitan.

¿Cómo surgió la idea?

La idea de Tu Trámite Fácil surgió al detectar una necesidad real: muchas personas pierden ayudas públicas simplemente porque no saben que existen o porque la burocracia les resulta una barrera insuperable. Nos dimos cuenta de que, con tecnología, podíamos simplificar ese proceso, automatizar la identificación de ayudas y hacer que cualquier ciudadano pudiera acceder fácilmente a las oportunidades que le corresponden, sin complicaciones ni miedos. Así nació Tu Trámite Fácil: para democratizar el acceso a las ayudas y hacer que nadie se quede atrás por culpa de la burocracia.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

En Tu Trámite Fácil, todo empezó entre dos amigos que se conocieron en la universidad. Lo que nació como un *hobby* se convirtió rápidamente en una misión real. Desde el primer día supimos que solos no llegaríamos lejos, pero juntos éramos imparables. Nos complementamos al 100%: donde uno flaquea, el otro brilla. Ese equilibrio ha sido clave para crecer rápido, adaptarnos y construir algo mucho más grande que nosotros mismos. Hoy somos más que cofundadores: somos un equipo decidido a transformar para siempre la forma en que los ciudadanos se comunican con la administración en España.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Poner en marcha Tu Trámite Fácil no ha sido un camino fácil. El primer gran obstáculo fue enfrentarnos a un sector tan complejo y rígido como la administración pública: entender sus procesos, su burocracia y traducirlo en una experiencia de usuario sencilla fue todo un reto.

También tuvimos que aprender a emprender: desde buscar financiación y construir un producto desde cero, hasta formar un equipo y generar confianza en nuestros primeros usuarios. Además, al tratarse de un servicio que afecta directamente a derechos económicos de las personas, teníamos una responsabilidad muy alta desde el primer momento: no podíamos permitirnos fallar.



A todo esto se suman los desafíos clásicos de cualquier *startup*: la incertidumbre constante, los recursos limitados y la necesidad de tomar decisiones rápidas que marcarían el futuro del proyecto. Pero precisamente superar estos obstáculos nos ha hecho más fuertes, más ágiles y más convencidos de que lo que hacemos realmente importa.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Para impulsar de verdad el emprendimiento, lo primero que necesitamos es menos burocracia y más agilidad. Muchas veces, los emprendedores pierden tiempo y energía enfrentándose a trámites lentos y procesos administrativos que frenan la innovación.

Además, es clave mejorar el acceso a financiación temprana, sobre todo en las fases iniciales donde el riesgo es mayor y el capital escasea. Programas de inversión pública-privada, subvenciones rápidas y fondos específicos para *startups* con alto potencial serían un gran impulso.

También sería fundamental apostar por la formación práctica: más programas de mentoría, aceleradoras reales y redes de apoyo que conecten a emprendedores con inversores, expertos y grandes empresas.

Por último, necesitamos una cultura que valore el emprendimiento, donde equivocarse no sea un estigma, sino parte natural del camino para innovar y crecer.

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

Cada vez es más evidente que cualquier empresa que quiera ser relevante a largo plazo tiene que tener en cuenta su impacto social y medioambiental. En Tu Trámite Fácil esto no es una moda, es parte de nuestra razón de ser: nacimos precisamente para democratizar el acceso a ayudas públicas y reducir las desigualdades, ayudando a personas que, de otro modo, no podrían acceder fácilmente a sus derechos.

Desde el primer día, nuestro foco ha sido maximizar el impacto social: hacer que más personas reciban el apoyo que necesitan en el momento en que lo necesitan.

Además, en el plano medioambiental, estamos comprometidos con un modelo 100% digital que reduce el uso de papel, minimiza desplazamientos innecesarios y optimiza recursos gracias a la automatización de trámites, contribuyendo a un modelo más sostenible.

Creemos firmemente que el éxito no solo se mide en términos económicos, sino también en cuánto conseguimos mejorar la vida de los demás y en cómo dejamos el mundo mejor de lo que lo encontramos.

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

La digitalización nos ofrece enormes oportunidades, pero también retos importantes. El primero es *mantenernos siempre actualizados* en un entorno tecnológico que cambia a gran velocidad. Innovar no es opcional: es esencial para seguir siendo competitivos y ofrecer una experiencia de usuario cada vez más ágil y personalizada.

Gracias a las tecnologías TIC, podemos *automatizar procesos* que antes eran manuales y lentos, *mejorar la toma de decisiones* basándonos en datos reales (*data-driven*) y *escalar nuestro servicio* para llegar a más personas sin perder calidad.

En nuestro caso, las áreas donde vemos más relevante el impulso de la digitalización son:

- *Atención al cliente*, a través de *chatbots* inteligentes que resuelven dudas frecuentes en tiempo real.
- *Marketing*, usando automatización y análisis de datos para segmentar mejor a nuestros usuarios y personalizar la comunicación.
- *Operaciones internas*, optimizando *workflows* para que nuestro equipo pueda centrarse en tareas de alto valor añadido.

En definitiva, la digitalización no solo nos ayuda a ser más eficientes, sino también a estar más cerca de nuestros usuarios, entender mejor sus necesidades y ofrecerles soluciones más rápidas, accesibles y humanas.

Algo que te gustaría añadir

Si algo hemos aprendido en este camino es que *emprender no va solo de construir una empresa, sino de construir un cambio*. Cada pequeño avance, cada usuario que consigue una ayuda gracias a nosotros, nos recuerda por qué empezamos.

Queremos seguir creciendo, pero siempre fieles a nuestra misión: *hacer que las oportunidades lleguen a quien más las necesita, sin barreras ni complicaciones*. Creemos en un futuro donde la tecnología sirva para acercar, no para alejar, y en donde nadie quede fuera por desconocimiento o burocracia.

Este es solo el principio, y lo mejor aún está por venir.

Porque cuando acercas oportunidades, transformas vidas.



ReTree

Nombre del emprendedor: Pedro Pérez de Ayala.

Nombre del negocio: ReTree (<https://rereetheplanet.com>).

Ubicación del negocio: Madrid.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Compensación de CO2 y monitorización tecnológica de carbono de los bosques.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Es una aventura y un modo de vida. Significa encontrar tu pasión en algo que es útil para la sociedad y fusionar tu vida profesional con tu vida personal. Cuando puedes dedicarte a algo que realmente te mueve, cuando estás poniendo en funcionamiento tu esencia, se acaban los horarios y la forma tradicional que entendemos de "trabajo". Ser emprendedor también es un sacrificio, hay muchas cosas que vas a tener que dejar de lado para lograr que tus aventuras lleguen a buen puerto.

¿Cómo surgió la idea?

La idea, como muchas otras, fue un conjunto de muchas casuísticas: amor por la naturaleza, preocupación por el cambio climático, pasión por la tecnología (especialmente por los satélites) y por los mapas. Este cóctel, unido a mis viajes por los entornos rurales de España me hicieron darme cuenta de varias cosas: España se está desertificando, aún hay esperanza en la España rural y la cantidad de carbono que podrían acumular los montes de la Península.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Emprendí en solitario, pero mi apoyo principal fue mi padre, quien a sus 50 años también estaba emprendiendo en solitario, prácticamente al mismo tiempo que yo.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Por un lado "abrir el camino". He tenido que crear procesos y documentación que no existía para poder avanzar en la creación de este tipo de proyectos.

A nivel personal encontré otro tipo de barreras. Por ejemplo, yo siempre he sido más del tipo de persona introvertida, sin embargo, para poder comercializar los servicios de ReTree tuve que vencer ese bloqueo.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

En mi opinión, si de verdad se quiere fomentar el emprendimiento real deberíamos dejarnos de postrear en eventos de *networking* (no hablo de eliminarlos todos) e invertir realmente en innovación. Apoyar una innovación, una ciencia, enfocada al mercado me parece vital.

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

Bueno, nuestro caso es bastante especial para responder a este punto, porque somos precisamente quienes ayudamos a las empresas a avanzar en este sentido. Hemos encontrado cambios de tendencia a lo largo de estos años. Antes se buscaban toneladas de carbono a bajo coste y se invertía poco en proyectos con poca trazabilidad. A día de hoy las empresas buscan algo más que buen precio, buscan toneladas de CO2 de calidad. Esto significa que persiguen un impacto paralelo: ambiental y social, de los proyectos en los que invierten. Por ejemplo, cada vez tenemos más demanda en proyectos en los que la creación de empleo rural, la protección de la biodiversidad y el mantenimiento son más altos. Otro aspecto fundamental por el que ha virado el mercado voluntario de carbono es el de la monitorización. Con la tecnología actual que ofrecemos las empresas invierten en auténticos proyectos de restauración ambiental, pues obtienen datos en tiempo real de su evolución y eso les permite: reportar a sus grupos de interés y plantear objetivos en su estrategia de sostenibilidad.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Por un lado, nosotros mismos somos desarrolladores de tecnologías punteras que nunca antes se habían visto en la monitorización de bosques. A través de análisis multispectral satelital, *machine learning* y otros datos, somos capaces de medir la actividad fotosintética de los árboles y por tanto su absorción de carbono.

Las TIC plantean una oportunidad enorme en nuestros proyectos, tanto a nivel de plantación como de mantenimiento como de detección de incendios por ejemplo. Nuestro departamento de innovación, liderado por Marie Drouard, está actualmente trabajando en varios de estos ejes para ofrecer una solución tanto a nosotros mismos como al resto de empresas del sector. Para financiar tanta innovación ha sido de gran importancia contar con el impulso de ENISA, quienes desde el primer momento nos animaron a participar en sus procesos y con quienes ya hemos cerrado dos procesos de inversión.



Alodis ear



Nombre de las emprendedoras: Ana Reche Pardo y Éricka Elizabeth Ordoñez Angamarca.

Nombre del negocio: Alodis ear (<https://centroalodis.es>).

Ubicación del negocio: Murcia.

Año de lanzamiento: 2023.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Somos una empresa que se dedica a ofrecer servicios de logopedia con especialidad en disfagia y motricidad orofacial, psicología con especialidad en perinatal y nutrición infantojuvenil y en maternidad. Ofrecemos servicios presenciales, a domicilio y online.

¿Qué significa para vosotras ser emprendedoras?

Al principio fue un reto para nosotras, ha significado tener la capacidad de asumir riesgos y crear algo propio con mucha pasión. Ha sido un constante aprendizaje para ambas, hemos tenido que ir adaptándonos a todos los cambios, retos y desafíos que implican ser emprendedoras. Siempre hemos buscado soluciones y hemos intentado aportar valor a la sociedad.

¿Cómo surgió la idea?

Ambas llevamos muchos años trabajando por cuenta ajena y quisimos llevar a cabo un proyecto propio, dando un servicio de calidad y centralizado en el paciente y su familia. Además, decidimos centrarnos en dos de los campos de la logopedia que no están desarrollados debidamente en nuestra región, que es el tratamiento de la disfagia y la motricidad orofacial. Vimos que un punto fuerte para nuestra futura empresa era ofrecer servicios a domicilio debido a que pocas empresas de la región ofrecen este modelo de rehabilitación en toda la Región de Murcia.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Hemos emprendido este proyecto juntas, pero hemos tenido muchos acompañantes en el camino, nuestros padres que nos han ayudado incondicionalmente y nuestras respectivas parejas.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

De inicio, uno de nuestros principales problemas fue crear la empresa en sí, ya que sabíamos cómo llevar un centro sanitario, pero no conocíamos la burocracia y procedimientos necesarios para empezar con nuestra idea de negocio. Otro de nuestros grandes obstáculos ha sido la parte logística, ya que teníamos que tener un local que cumpliera con las condiciones básicas necesarias para dar un servicio sanitario de calidad.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Sobre todo, las ayudas económicas iniciales como las referentes a los autónomos, ya que al inicio es complicado poner en marcha un negocio desde cero y poder hacer frente a todos los gastos que conlleva el inicio.

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

En nuestro caso, hemos tenido en cuenta el impacto social, ya que hemos tenido muchos pacientes con problemas a nivel económico y social. Hemos realizado descuentos específicos tanto para familias numerosas, en desempleo o becas entre otras, ya que nuestro mayor deseo es que ningún paciente se quede sin recibir tratamiento logopédico, psicológico o nutricional por problemas económicos.

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

Para nuestra empresa, la digitalización está siendo un aspecto muy importante ya que estamos promocionando nuestros servicios online. Esto implica un reto constante para nosotros ya que debemos adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes. También hemos implantado en nuestra empresa, una agenda electrónica con la que podemos hacer la facturación de una manera más eficiente. Otra de las cosas que hemos incluido es la mejora de la comercialización de nuestros productos, con la creación de un blog en nuestra web, así como unas redes sociales atractivas y que aportan contenidos de calidad.

Algo que te gustaría añadir

Estamos satisfechas por todo lo logrado en estos dos años de trabajo, en los que hemos conseguido aumentar la plantilla y añadir nuevos servicios a nuestra empresa. Así como agradecer a las diferentes entidades que nos han apoyado, en especial a Umuemprende y al Ayuntamiento de Murcia, sin ellos no podríamos haber conseguido el premio Empresa Joven en el concurso de la edición XXXII de proyectos empresariales del ayuntamiento de Murcia.



M2R Agrofarm

Nombre de los emprendedores: Miriam Borondo Hughes y Manuel Rodríguez Riobóo.

Nombre del negocio: M2R Agrofarm (<https://m2r-agrofarm.com>).

Ubicación del negocio: Hinojos (Huelva).

Año de lanzamiento: 2023.

Breve descripción de lo que hace la empresa: M2R Agrofarm es una empresa biotecnológica especializada en la producción y comercialización de proteína de alta calidad a través de los insectos.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Ser emprendedor es convertir una visión en una realidad con impacto. Es asumir riesgos con propósito, generar valor más allá de lo económico y liderar con autenticidad. En nuestro caso, emprender es algo inevitable, que surge de la curiosidad constante por lo que ocurre a nuestro alrededor, de cuestionarnos cómo mejorar procesos y aportar soluciones más eficientes. Es el resultado de no conformarse, de pensar diferente y actuar en consecuencia. No es una elección puntual, es algo que forma parte de nosotros, de nuestra forma de estar en el mundo.

¿Cómo surgió la idea?

La idea nació al detectar la necesidad de aumentar las fuentes de proteínas de forma más sostenible y eficiente para la alimentación. Durante nuestra etapa universitaria, adquirimos herramientas de análisis empresarial que nos permitieron identificar nuevas oportunidades de mercado. Investigando, descubrimos en los insectos –y en concreto en el *Tenebrio molitor*– una alternativa con un enorme potencial nutricional, medioambiental y económico. Analizamos el mercado, estudiamos el comportamiento biológico del insecto y decidimos desarrollar una planta piloto para validar el modelo. Además, estamos profundamente ligados al entorno rural, y tenemos la convicción de que el futuro está en proyectos que aporten valor a este medio desde la innovación y la sostenibilidad.

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

El compromiso con el impacto social y medioambiental no es una tendencia, sino una exigencia estructural para cualquier modelo empresarial con visión de futuro. En M2R Agrofarm, no solo lo entendemos como una necesidad, sino como el eje central de nuestra actividad. Desde el inicio, concebimos un modelo productivo alineado con los principios de sostenibilidad, economía circular y responsabilidad territorial.

Integramos subproductos agrícolas como alimento para nuestras larvas, cerrando ciclos y reduciendo residuos. Optimizamos el consumo de agua y energía en todos los procesos, transformamos el 100% del insecto para evitar desperdicios, fomentamos activamente el empleo y el emprendimiento rural. No solo producimos proteína: regeneramos entornos, activamos economías locales y apostamos por una industria que cuida del planeta y de las personas. Creemos firmemente que la sostenibilidad no es un añadido, sino la base sobre la que se construye un proyecto sólido, escalable y con verdadero impacto.

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

La digitalización es clave para la trazabilidad, eficiencia y escalabilidad de nuestro modelo. Uno de nuestros mayores retos es transformar datos complejos de producción en decisiones inteligentes. Gracias al apoyo de Telefónica y la Junta de Andalucía, estamos desarrollando un software propio que permitirá el control en tiempo real de cada fase productiva, la automatización de tareas, el seguimiento de lotes y la optimización de recursos. Las TIC son especialmente relevantes en producción, logística, control de calidad y toma de decisiones estratégicas.

Algo que os gustaría añadir

Queremos posicionar M2R Agrofarm como referente en producción de insectos en el sur de Europa, con un modelo tecnológico, circular y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Creemos que la alimentación del futuro se construye desde proyectos como el nuestro: innovadores, conscientes y con impacto positivo.



OneUP



Nombre del emprendedor: Saúl de León Arteta.

Nombre del negocio: OneUP (<https://oneupsaves.com>).

Ubicación del negocio: Gran Canaria.

Año de lanzamiento: 2018.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Diseño, fabricación, distribución y venta de productos de seguridad acuática.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor actualmente supone más que una acción de valentía un acto de fe. Supone una actualización constante y un nivel alto de resiliencia. En nuestro sector al menos que dependemos de los tiempos de la administración y de factores externos que no podemos controlar.

¿Cómo surgió la idea?

OneUP nace fruto de la casualidad, cuando Saúl de León Arteta, uno de sus CEOs detecta un problema mientras veía un documental sobre refugiados en el mediterráneo. Se percató que durante una entrevista que le hacían a dos chicos que trabajaban en Cruz Roja atendiendo a refugiados, estos comentaban sus experiencias. Comentaban que en muchas ocasiones los primeros en llegar a

la zona de un accidente (naufragio) eran ellos en moto de agua o el helicóptero. Cuando ellos llegaban a la zona afectada se encontraban 60 o 70 personas ahogándose a la vez y lo único que podían hacer era quedarse alejados a una distancia de seguridad con su moto acuática, ya que la gente al estar en estado de pánico podría agarrar la pequeña embarcación y hacerla volcar, poniendo en peligro la vida de los rescatadores. Estos últimos apenas contaban con material de rescate debido a las dimensiones de la embarcación. Lamentablemente lo único que podían hacer era esperar a que cada vez el número de personas fuese menor para intentar ayudar a una o dos. Entonces Saúl al presenciar esa escena quedó impactado. Tras varios días de análisis llegó a la conclusión que si estos profesionales contaran con un producto ligero, pequeño, compacto, que se pudiera transportar en gran cantidad sin ocupar un gran espacio y que se pudiera lanzar desde una distancia segura sin peligrar la vida del rescatador este problema podría verse resuelto. A medida que el producto se va desarrollando y la empresa creciendo, se da cuenta de que el ahogamiento es una causa más compleja de lo que pensaban, ya que no solo afecta a personas a bordo de embarcaciones sino que el gran problema reside en personas que hacen uso de entornos acuáticos y más concretamente costeros en el caso de Canarias. Concretamente es en esta comunidad donde muchos años las muertes por ahogamiento superan a las muertes por accidente de tráfico en más del doble de personas. Desde entonces, el proyecto ha evolucionado hasta convertirse en un referente en seguridad acuática, siendo adoptado en numerosas regiones para salvar vidas.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

En un primer momento, cuando surge la idea comienzo con el apoyo de mi pareja y familia. Al tener el primer prototipo de una forma muy natural me asocio con un amigo (Luis Borges) que tenía experiencia en fabricación. Ahí es cuando empezamos a trabajar en cómo hacer visible el producto y cómo escalarlo.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Al estar enfocados ahora mismo en administración pública, dependemos mucho de los ritmos de estos organismos, normalmente suelen ser muy lentos.

El transporte ha supuesto un dolor de cabeza ya que nuestros productos contienen una botella de CO2 y no puedes enviarlo por aéreo lo que retrasa mucho las entregas.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Dejar un tiempo prudencial fiscalmente hablando para que el emprendedor aprenda, crezca y se desarrolle hasta que sea capaz de ser sostenible.

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

El impacto social y medioambiental se ha convertido en una necesidad fundamental para cualquier negocio, especialmente en sectores relacionados con la seguridad acuática. Factores como la sostenibilidad de los materiales, la eficiencia en la producción y la responsabilidad social corporativa son cada vez más relevantes.

Exploramos alternativas para fabricar productos de seguridad acuática con menor impacto ambiental. Apostar por la sostenibilidad no solo es un compromiso ético, sino también una estrategia clave para el crecimiento del negocio a largo plazo.



Twenix

Nombre del emprendedor: Jorge Moreno Hernández.

Nombre del negocio: Twenix (<https://twenix.com/>).

Ubicación del negocio: Almería y Madrid.

Año de lanzamiento: 2017.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Plataforma de formación de idiomas corporativa.

Ayudamos a las personas a que pierdan el miedo a hablar inglés mediante conversaciones de 26' con profesores de todo el mundo.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí, ser emprendedor es sinónimo de ambición, incertidumbre, aprendizaje, confianza y libertad.

Ser emprendedor es como estar montado en una montaña rusa que nunca acaba. Puedes llegar a ver con antelación qué es lo que te viene encima y para llegar ahí, el camino tendrá muchas curvas. Diferentes maneras de solucionarlo pero siempre llegarás allí.

Ser emprendedor también es sinónimo de poseer una capacidad de resiliencia fuera de otro mundo. El 'no' se convertirá en tu palabra favorita donde tendrás que aprender a lidiar con ello y agudizar tu creatividad para llegar a tus objetivos de una manera u otra.

Pero sin duda, para mí ser emprendedor es compromiso y ejecución. Tener claro cuál es tu objetivo y saber qué tienes que sacrificar y cómo vas a querer llegar hasta allí. No vale con intentarlo seis meses.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surgió por una propia necesidad de los fundadores donde no sabíamos hablar inglés. Nos daba mucha vergüenza y era prácticamente imposible. A raíz de obsesionarme con este problema, decidí cambiar el chip e ir de academia en academia. Tras pasar por 4-5 academias, me di cuenta de que todas eran igual y donde no se enseñaba a hablar inglés sino a aprobar un examen. Tras innumerables exámenes realizados por Cambridge, llegué a un punto donde ya me sabía casi todos los 'trucos' para poder aprobarlo, por lo que teniendo un nivel C1, decidí empezar a ofrecer mis servicios entre los estudiantes de la UAL. El reclamo era: "te ayudo a aprobar el examen B1".

Llegó un punto donde la demanda fue tal que me encontré con 30 alumnos. Yo en esa fase tenía 21 años. Mi ratio de alumnos aprobados fue del 90%. Y por ello es por lo que viéndolo de primera mano, me di cuenta de que a todos le pasó lo mismo que a mí: el miedo a hablar inglés y clases aburridas y largas. Por ello es por lo que decidí crear Twenix (clases de conversación en períodos cortos de tiempo).

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Un buen amigo fue el que decidió emprender conmigo. Él se encargó de la parte de producto y yo de ventas. Si no hubiese sido por él, Twenix no hubiese sido posible.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Salidas de socios posteriores; Falta de financiación inicial; Falta de conocimiento emprendedor; Falta de ecosistema emprendedor en Almería; y, Mercado muy consolidado.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Fomento de HUBs de emprendimiento dirigidos por emprendedores (al menos que haya conseguido 1M € en facturación); Fomento de ecosistema donde grandes empresas puedan invertir en pequeñas *startups* que generen retorno a través de inversión & equity (no solo a través de *mentoring*); Mejora en la cuota de autónomos (eliminar la cuota fija y pagar en base al beneficio generado); y, Programas de emprendimiento digitales accesibles por etapas.

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

No lo estamos teniendo muy en cuenta debido al tamaño de empresa que tenemos actualmente (90 empleados). Hacemos acciones medioambientales y sociales por propia iniciativa emprendedora, pero no debido a la legislación.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Realmente las posibilidades son infinitas. Afortunadamente, hemos nacido en un entorno tecnológico y digital, por lo que nos hemos sabido adaptar fácilmente a este nuevo entorno, pudiendo ofrecer nuestros servicios de manera internacional sin grandes infraestructuras.

Vemos aún muchos retos en el área de cómo seguir digitalizando con IA la educación.



Albor Biotech s.l.



Nombre de los emprendedores: Rubén Nogueiras, Uxía Fernández y David Calvo.

Nombre del negocio: Albor Biotech s.l. (<https://alborbiotech.com>).

Ubicación del negocio: Santiago de Compostela.

Año de lanzamiento: 2025.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Servicios de investigación preclínica para el estudio y desarrollo de nuevos fármacos o compuestos nutracéuticos principalmente en las áreas de metabolismo, comportamiento y oncología.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

El hecho de emprender, tiene para nosotros cierta analogía con un arte como pueden ser la pintura o la escultura, en ambos casos se crea algo con resultados inciertos y dependiente, en parte, de la interpretación de terceros, llamémoslo público o clientes. Existe una motivación clara en el concepto de "crear" y también en el impacto de nuestra creación, "la empresa", sobre la sociedad. Nos permite poner en valor también, el retorno del conocimiento científico a la población que ha contribuido con sus impuestos a las instituciones públicas de formación e investigación. En nuestro caso conlleva, además, una gran responsabilidad en cuanto a la relevancia que del resultado de nuestros servicios se pueda esperar,

mejorando la salud y la calidad de vida de las personas que llegarán a consumir esas soluciones terapéuticas.

¿Cómo surgió la idea?

La idea de constituir una empresa surge desde el grupo de investigación debido a los numerosos pedidos de colaboración que venían desde distintas compañías farmacéuticas para ayudar en las fases experimentales de desarrollo. Se detectó ahí una oportunidad de negocio que el área de valorización de la USC ayudó a materializar.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

El proyecto lo ponen en marcha Rubén y Uxía, dos investigadores del grupo de investigación a los que se une un consultor especializado en *startups* que la universidad financió para acompañarlos en el estudio de viabilidad y puesta en marcha del proyecto. Posteriormente se unieron un grupo de inversores especializados para completar la ronda de la fase semilla. Así se consiguió completar las capacidades del proyecto desde las principales áreas, ciencia, gestión y finanzas.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Las limitaciones existentes en las compatibilidades de los socios dependientes de la administración pública y la coordinación con las instituciones para la firma del acuerdo de transferencia para alinear los intereses con inversores y promotores.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Poner a disposición de los científicos capacidades complementarias de negocio, finanzas y marketing para poder hacer un abordaje integral del proyecto y cubrir aquellas áreas más lejanas a los ámbitos de conocimiento de los que puede disponer una persona de ciencia. Además, consideramos clave implementar más medidas orientadas a dar visibilidad al emprendimiento científico, para que la gente conozca que esta salida profesional existe y pueda valorar su viabilidad. Esto también ayudaría a identificar oportunidades de mercado y conectar más fácilmente el conocimiento generado en los laboratorios con necesidades reales de la sociedad. Por último, sería recomendable fomentar acuerdos de transferencia más flexibles y vinculadas al éxito del proyecto, así como participación más limitada de la universidad en el capital de la compañía.

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

En Albor Biotech estamos percibiendo de forma clara que tener en cuenta el impacto social y medioambiental no solo es una tendencia creciente, sino una necesidad estratégica y ética que influye directamente en la viabilidad y sostenibilidad del negocio. Cada vez más, tanto inversores como clientes y colaboradores valoran empresas comprometidas con la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo que nos impulsa a integrar estos criterios en nuestra toma de decisiones. Actuaciones concretas:

- Diseño de productos con impacto positivo.
- Evaluación de sostenibilidad en la cadena de valor.
- Minimización del impacto ambiental.

En resumen, estamos convencidos de que integrar el impacto social y medioambiental en nuestro negocio no solo es una responsabilidad, sino también una oportunidad para generar valor a largo plazo.

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

En nuestro sector la validación en modelos "*in silico*" toma cada vez más peso y puede ayudar a acortar plazos de validación y estudio de compuestos, y dirigir la toma de decisiones para una experimentación más eficiente.



Offensive Skills

Nombre del emprendedor: Álvaro Navarro Martínez.

Nombre del negocio: Offensive Skills (<https://offs.es>).

Ubicación del negocio: Murcia.

Año de lanzamiento: 2023.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Ante la falta de profesionales en ciberseguridad y el aumento de los ciberataques, Offensive Skills forma profesionales y expertos en ciberseguridad, para conseguirles un puesto de trabajo en las empresas que tanto lo necesitan.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor significa atreverse a transformar ideas en realidades, desafiando lo convencional y aceptando el riesgo como parte esencial del proceso. Es una actitud de constante aprendizaje, resiliencia y pasión por el campo en el que trabajas. Es lo que busca todo el mundo en la vida, trabajar realmente en lo que te gusta.

¿Cómo surgió la idea?

Desde siempre he querido ser *hacker*, pero los métodos de aprendizaje disponibles no han facilitado ese camino. Desde 2022, dirijo el Club de Ciberseguridad de la Facultad de Informática, experiencia que ha fortalecido tanto mis habilidades técnicas como las conocidas como *soft skills*. La carencia de formación especializada en ciberseguridad me impulsó a unirme al Club de Ciberseguridad. Después de dos años como instructor de jóvenes universitarios, mi pasión por enseñar en este ámbito ha crecido aún más. Esta evolución me llevó a desarrollar la solución que yo mismo hubiera deseado encontrar en su momento.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Desde el inicio del proyecto, he tenido la suerte de contar con un socio ejemplar: Pablo López. Su espíritu emprendedor y su vocación por formar en ciberseguridad lo convierten en la persona ideal para afrontar este desafío. Juntos, hemos complementado nuestras habilidades y compartido una visión común que ha sido esencial para hacer realidad este proyecto.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Conciliar un trabajo convencional con el desarrollo de mi proyecto empresarial es uno de los mayores desafíos a los que nos enfrentamos, pues competimos por un recurso cada vez más escaso: el tiempo. No es fácil mantener la mente dividida entre dos roles tan exigentes, y mucho menos lograr una organización que permita desempeñarlos de manera óptima.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Para impulsar el emprendimiento, considero que es fundamental la formación en áreas poco conocidas para muchos, como la fiscalidad o la gestión burocrática. Es algo a lo que todo emprendedor se enfrenta, lo que resalta más su importancia.

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

Cada día es más evidente que considerar el impacto social y medioambiental no es solo una tendencia, sino una necesidad en el entorno empresarial actual. En nuestro negocio, hemos integrado prácticas sostenibles en nuestra operación, como la optimización del uso de recursos como servidores privados, lo cual nos permite minimizar nuestra huella ambiental. Un uso eficiente de los recursos que se nos proporcionan es vital para conectar con un público cada vez más consciente de la responsabilidad social y medioambiental.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

El reto principal es la competitividad. Cada vez es más fácil desarrollar soluciones tecnológicas muy buenas, lo que supone que es más fácil, por ende, emprender en un negocio con ciertas garantías; aumentando así la competitividad.

Mantenerse a la vanguardia y actualizados es el reto más importante que considero a día de hoy.

Sin embargo, también es una ventaja competitiva, porque gracias a las tecnologías actuales, áreas de conocimiento como gestión de recursos humanos, nóminas, libros de cuentas, etc. es más sencillo gestionarlo.

Por ello creo que son más relevantes en el área de negocio que los propietarios no controlen.



Valientes



Nombre del emprendedor: Javier Torre Saiz.

Nombre del negocio: Valientes (<https://www.somosvalientes.es>).

Ubicación del negocio: Santander (Cantabria).

Año de lanzamiento: 2019.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Valientes es la solución digital de prevención del acoso escolar en entornos educativos. Su propuesta de valor *Data-driven* consigue proporcionar a los centros educativos una información sumamente útil sobre la convivencia real de sus estudiantes en cada clase y curso. Gracias a la herramienta del *Test Valientes*, los equipos docentes pueden conocer cuáles son los principales factores que deterioran la convivencia escolar a partir de variables relacionadas con la autoestima del estudiante, su entorno social, familiar y relación con su grupo de iguales. Valientes protege al alumno con el anonimato y favorece la unidad entre los centros educativos y las familias, creando entornos cada vez más preventivos, sanos y donde se aspira a que el estudiante se desarrolle libremente en su vida escolar.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor para mí es vivir conectado con mi mejor versión, la más creativa y capaz, la que nunca se rinde y vence al desánimo y al miedo. Es demostrar-

me a mí mismo que soy capaz de afrontar la incertidumbre, es estar plenamente alineado con la innovación, el mercado y las necesidades humanas. También es lidiar con la búsqueda de la automejora continua y el perfeccionamiento en habilidades de liderazgo, ejecución, comunicación, creatividad y competencias tecnológicas. Es, en definitiva, la búsqueda de uno mismo en el camino de encontrar mi propósito en la vida y aportar mi granito de arena.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surgió en el contexto de la Universidad de Cantabria, cuando cursábamos el máster en Emprendimiento & Innovación del CISE (Centro Internacional Santander Emprendimiento). Siempre diré que fue la mejor formación que he cursado en mi vida, a pesar de que sume varios postgrados. Allí, en un contexto dinámico y multidisciplinar, con compañeros de todas las facultades y masterclass de alto impacto venidas de grandes profesionales del mundo empresarial, la innovación, el coaching, las metodologías ágiles... surgió la idea de lanzar al mercado una solución que permitiera poner remedio al gran reto del *bullying*. Posteriormente, tras elaborar un exhaustivo *Business Plan*, conseguimos ganar los Premios UCem de la Universidad en dos ocasiones. La primera, en 2018, como proyecto en fase de desarrollo y la segunda, en 2023, como proyecto consolidado. En todo este tiempo hemos perfeccionado la idea, muy distinta a la que concebimos en sus inicios. Hemos testeado la demanda real en el mercado, elaborado pilotajes, hemos descubierto qué necesitan los centros educativos y cómo dárselo y hemos optimizado nuestro modelo de negocio B2B - B2G. Hoy podemos decir que ya estamos dando servicio a más de 10.000 alumnos en Cantabria y otras Comunidades Autónomas y con grandes expectativas de crecer y de internacionalizarnos.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

En Valientes siempre hemos trabajado en equipo. Empezamos presentando la iniciativa en el CISE como TFM. Con el equipo inicial, del que hemos quedado solo dos cofundadores iniciales, Enrique Hierro y yo, fuimos capaces de presentar un gran trabajo. Mis compañeros entonces, a parte de mi actual socio, Valeria, Diego, Óscar y Vanesa, fueron los primeros en participar y consolidar la base de aquel incipiente *Business plan*. Posteriormente, seguimos adelante 3 socios y hoy en día volvemos a ser 6 personas las que trabajamos día a día en Valientes dando el máximo desde sus habilidades profesionales y personales. Cito a Alfonso, Carlos, Rocío, Enrique y Frédéric. Ahora estamos planteando la expansión del producto en muchas más regiones de España, incluso en el extranjero.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

El principal obstáculo es la falta de financiación. Habíamos salido del CISE con mucho conocimiento emprendedor y buenas ideas; sin embargo, el no poder contar con una inversión inicial que nos permitiera exponernos más, reclutar talento desde el inicio, o ejecutar inversiones en tecnología para hacer test de mercado más efectivos o automatizar tareas, nos ha ralentizado en determinados momentos y hemos tenidos que echar el resto para avanzar. Eso también nos ha hecho más fuertes y más conscientes de que solo podíamos apostar por una idea que nos vinculara profesional y emocionalmente con el objetivo principal.



¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Sin duda, el acceso al conocimiento y la formación a través del CISE y el apoyo de la Universidad de Cantabria desde el inicio. Posteriormente, a medida que avanzábamos, hemos buscado la forma de hacer crecer esa comunidad en torno a Valientes. Diferentes entidades público-privadas y *partners* tecnológicos hoy nos ayudan a crecer más fuertes y de forma sostenible. Cito a la CEOE-CEPYME de Cantabria y a numerosos profesionales de diferentes ámbitos que colaboran con nosotros desinteresadamente, tanto desde el punto de vista metodológico (Emilio Tresgallo), como tecnológico.

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

El proyecto en el que me veo involucrado como fundador está totalmente vinculado, por su misión, a generar un impacto social fuerte y dirigido principalmente a la comunidad educativa en su conjunto. El hecho de tener por objetivo la prevención del *bullying* y *ciberbullying* y la mejora de la convivencia en nuestros colegios e institutos, nos vincula directamente con este cometido en el que nos proponemos construir ambientes escolares sanos y liberados del acoso escolar, donde los estudiantes puedan desarrollarse personal y emocionalmente de una forma libre y siendo ellos mismos.

Exploramos alternativas para fabricar productos de seguridad acuática con menor impacto ambiental. Apostar por la sostenibilidad no solo es un compromiso ético, sino también una estrategia clave para el crecimiento del negocio a largo plazo.

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

La digitalización nos da muchas ventajas, desde permitirnos hacer crecer el modelo de negocio sin grandes costes estructurales hasta comunicarnos desde nuestras casas con clientes, equipos y proveedores tecnológicos. Una de las últimas mejoras digitales que hemos aplicado a nuestro modelo, dado el crecimiento de nuestros usuarios y clientes, es la adopción de un CRM que nos permite monitorear la actividad de una manera centralizada y rápida, eliminando desperdicios y permitiéndonos focalizarnos en crear valor en el cliente. Si hablamos de saltos tecnológicos más profundos, añado que estamos empezando a trabajar en un modelo de IA propio que nos permita llevar nuestra ayuda y servicio a otro nivel en los próximos años.

Algo que te gustaría añadir

Me gustaría compartir mi pasión por el mundo *startup*, una pasión que surge dentro de mí cuando realizo el máster en Emprendimiento e Innovación del CISE, hace años, en la Universidad de Cantabria. Me pongo a disposición del Ecosistema *Startup* español para aportar todo aquello que esté en mis manos desde este momento, tanto desde mi perspectiva de emprendedor, como profesional.



Begabung Altas Capacidades



Nombre de los emprendedores: Sergio Almendro (entrevistado), Liena Palacios, Cristina Márquez y Julio Gómez-Amat.

Nombre del negocio: Begabung Altas Capacidades (<https://begabung.es>).

Ubicación del negocio: Talavera de la Reina.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Begabung es una empresa especializada en el impulso del talento del alumnado con altas capacidades, ofreciendo una atención integral que va desde la identificación hasta la intervención de este alumnado.

Trabajamos mano a mano con las familias, ofreciéndoles orientación, formación, evaluación y, sobre todo, un espacio donde sus hijos e hijas puedan crecer siendo ellos mismos.

Apoyamos a los profesionales tanto educativos como sanitarios, ofreciendo herramientas, formación y asesoramiento para que puedan dar la mejor respuesta a este alumnado en el aula y en su día a día.

Nuestro servicio principal es el Programa de Enriquecimiento extra-

curricular que potencia las capacidades, intereses y habilidades del alumnado, abordando su desarrollo cognitivo, emocional y social.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Creo que emprender sin tener pasión por tu actividad es arriesgado, es como subir a una montaña rusa, vivir subidas agradables... creer que te vas a comer el mundo y al día siguiente toca una bajada sin frenos donde crees que nada saldrá bien... es divertido mantener el equilibrio y ser consciente de que vas a tener días buenos y malos.

¿Cómo surgió la idea?

Nos gusta decir que fue en el mejor lugar posible, en el patio de un colegio; tras años dedicados a la docencia, a la psicopedagogía y orientación escolar. Nos inundó la tremenda responsabilidad de ayudar y trabajar con alumnos de altas capacidades, que presentan también muchas necesidades, no académicas, y que el sistema educativo no está preparado para dar esta respuesta. Teníamos que dar una solución que estuviera a la altura de un alumnado tan potente.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Nos lanzamos a esta aventura los cuatro juntos, somos compañeros de trabajo de un centro educativo, más que compañeros somos amigos y esto es algo muy positivo y a la vez delicado.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Creemos que en el propio día a día surgen obstáculos, aun así, creo uno de los más complejos es romper los mitos, sesgos y creencias erróneas que hay sobre los alumnos de alta capacidad, el talento necesita ser cuidado, guiado y comprendido. El ejemplo lo tenemos en el deporte.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Requiere medidas estructurales y culturales. A nivel práctico necesitamos apoyo real en la fase inicial, especialmente sectores sociales y educativos donde la rentabilidad es a largo plazo, pero necesitamos cambiar la mirada hacia el emprendedor, reconocerlo como alguien que crea soluciones, empleo y transformación.

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

En nuestro caso, el impacto social no es un añadido, es el corazón de nuestro proyecto. Trabajamos con un colectivo que ha estado invisibilizado, y eso nos exige una profunda responsabilidad. Cada decisión que tomamos, desde la metodología hasta la comunicación, parte de una premisa clave: ¿cómo mejora esto en la vida de los niños y sus padres?

El valor de un negocio está en lo que transformas, no en lo que facturas.

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

La digitalización nos plantea el reto de mantener la cercanía y la calidad de un entorno virtual, especialmente trabajando con personas con alta capacidad que necesitan conexión emocional, no solo contenidos. Aun así, la tecnología nos abre puertas: podemos llegar a más familias, ofrecer formación online personalizada y crear espacios interactivos donde los alumnos se desarrollen a su ritmo. El reto no es digitalizar por digitalizar, sino hacerlo con sentido pedagógico y humano.



Atrévete a Saber

Nombre de los emprendedores: Álvaro Castro Montoya (presidente), Ángela Suárez Fernández (vicepresidenta) y Carina Tripijana Gardía (secretaria).

Nombre del negocio: Atrévete a Saber Sociedad Cooperativa Andaluza (<https://www.facebook.com/atreveteasaber.cooperativa/>).

Ubicación del negocio: Fondón, Tabernas y Tahal (Almería).

Año de lanzamiento: 2023.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Somos una empresa de gestión cultural que se encarga de la dinamización del patrimonio histórico y centros de interpretación, en los pueblos menores de 5.000 habitantes, desde el emprendimiento humanista. Consolidamos la educación patrimonial a partir de rutas interpretadas bidireccionales donde la investigación, la transferencia de conocimiento y la adaptabilidad del relato son protagonistas.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

En el contexto de búsqueda de salidas profesionales el equipo se atreve a través de la puesta en común de las herramientas obtenidas en la formación académica, la representación estudiantil y Sapere Aude para interpretar las huellas del pasado con la capacidad de imaginar el futuro.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surge de una asociación de historia de la Universidad de Almería, *Sapere Aude*, fundada en 2013. El objetivo de esta era sacar la Historia de las cuatro paredes del aula hasta hoy. Por la sensibilidad de nuestros compañeros por hacer actividades en las zonas rurales, en 2020, la asociación firma un convenio con el Ayuntamiento de Fondón, para hacer proyectos culturales en el municipio. Paralelamente, a nuestro compañero Álvaro Castro, se le concede unas prácticas extracurriculares con el programa Campus Rural a partir de cursar el Máster de Estudios Avanzados en Historia que le da acceso al doctorado. Estas prácticas las desarrolla en Fondón con el objetivo de dinamizar los espacios culturales y realizar un proyecto de revitalización del patrimonio histórico del municipio. Una vez finalizadas las prácticas y con la oportunidad de continuar el proyecto una vez analizadas las fortalezas y las necesidades, desde el emprendimiento, nace Atrévete a Saber.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Compañeras del Grado en Historia.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Adquirir herramientas de las Ciencias Económicas y Empresariales a corto plazo para poder desarrollar nuestro proyecto. Entender las necesidades reales de nuestro público objetivo.

Detectar qué objetivos a corto plazo te pueden ayudar a superar los objetivos marcados a medio y largo plazo.

Adaptarnos a nuevos servicios que surgen que debemos realizar que no estaban contemplados en nuestro plan de empresa en los inicios y que por la inercia de nuestra actividad han ido surgiendo.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

En cuanto a ayudas, ha sido fundamental las ayudas presupuestarias desde las instituciones públicas como: los ayuntamientos de las entidades menores de cinco mil habitantes, la Universidad de Almería, los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial, la Junta de Andalucía, etc.

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

La innovación debe ser un ejercicio permanente como gestores culturales que viven en democracia. En nuestro contexto donde el cambio climático se está convirtiendo en un factor para el impacto social, tomamos algunas medidas para contribuir a dar soluciones: organizar autocares lanzaderas para que nuestros visitantes no vengán en sus propios coches, somos Punto de Información del Parque Natural y Nacional de Sierra Nevada, nos hemos adherido como empresa turística a la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) en el espacio natural de Sierra Nevada.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

El reto de la adaptabilidad. Ya no hay excusa para democratizar el acceso a la información y al conocimiento. Gracias a las TIC desde cualquier parte del mundo se puede dar a conocer los entornos rurales que se encuentran en el reto demográfico. Además, con una buena conexión, como la que hay ya en casi la totalidad de España, se puede fomentar el teletrabajo. En cuanto a las áreas, como pequeña empresa que somos, las TIC pueden ayudar a la conformación de un gabinete de comunicación que pueda generar contenido en la mayoría de medios comunicación y redes sociales.



Noro Estudio de Arquitectura



Nombre de los emprendedores: Sergio Alonso Alonso y Ariadna Gutiérrez Quiñones.

Nombre del negocio: Noro Estudio de Arquitectura (<https://www.noroestudio.com>).

Ubicación del negocio: Valladolid y Cardedeu (Barcelona).

Año de lanzamiento: 2017.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Redacción y Dirección de Obra de proyectos de edificación y urbanización, de obra nueva y rehabilitación de vivienda unifamiliar, plurifamiliar, equipamientos públicos y comerciales. La actividad edificatoria la combinamos con divulgación cultural arquitectónica. Coordinación de festivales, comisariado de exposiciones...

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Es la oportunidad de desarrollar nuestra profesión y formación con un estilo propio, tanto en el diseño (por ser el ámbito de nuestra dedicación) como en el trato con el cliente.

Es la opción de llevarlo a cabo a nuestro modo, de poder elegir el tipo de proyecto y de usuario que nos interesa, en el lugar en que nosotros elijamos, con los horarios que creamos más convenientes. En el fondo, es una decisión personal de modo de vida para disfrutar al 100% de nuestra profesión.

¿Cómo surgió la idea?

De modo natural. Estudiamos Arquitectura para hacer nuestros propios proyectos. A los pocos meses de finalizar nuestros estudios surgió la oportunidad de diseñar una primera reforma y no lo dudamos. Pese a que nos encontrábamos trabajando en otras empresas como asalariados. Situación que utilizamos temporalmente como formación en el mundo laboral dentro de nuestro sector.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Somos pareja.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Burocracia. Sentimos que no tenemos formación suficiente para enfrentarnos a la creación de una empresa y gestionarla. Desconocemos muchos detalles a nivel legal y fiscal –que no tenemos por qué saber, nuestra formación es de técnicos–. La Administración no facilita ni ayuda en estos trámites. Por otro lado, la presión sobre las PYMES es desproporcionada. No solo a nivel fiscal, sino en el tiempo que necesitas invertir en presentar documentación, justificar facturas...

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Reducir costes en el inicio y en los primeros meses (o años) de la actividad, como por ejemplo: bonificaciones de los costes asociados a la creación de una empresa, reducción de cuotas de autónomos y/o de la tributación en base a la facturación, ayudas al alquiler y ayudas a la contratación.

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

Precisamente la Arquitectura es uno de los sectores con mayor responsabilidad en este ámbito. No solo lo tenemos en cuenta, sino que estamos obligados a cumplir normativas para la reducción de consumos energéticos y de emisiones de CO2 al ambiente. No con nuestra actividad propiamente, pero sí con las decisiones que tomamos fruto de nuestro trabajo. En cuanto al nivel de impacto social, nuestras decisiones afectan inevitablemente a toda la sociedad a diversas escalas. Al promotor –porque de nuestras decisiones depende cómo vivirá–; a su entorno próximo –pues las construcciones nos rodean continuamente y forman parte del paisaje urbano–; a la sociedad –pues de nuestro pensamiento depende, en parte, la forma de vida (urbanismo, tipologías de viviendas, etc.) y a los mercados– pues controlamos el proceso constructivo en cuanto a materiales, sistemas, mano de obra... Por lo tanto, la concienciación es máxima. Es importante que los profesionales cualificados tengan buenas condiciones de trabajo para poder dedicar tiempo y esfuerzo en pensar en el futuro de la sociedad y del medio ambiente.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Por un lado es una gran herramienta que permite profesionalización, precisión y un mayor control de todos los aspectos de una empresa. Sin embargo obliga a una continua actualización y de nuevo a una gran inversión de tiempo para su implementación. En el caso de nuestra empresa son muy útiles para publicidad y búsqueda de nuevos clientes.



(Smart)Makings

Nombre de los emprendedores: Javier Tejero Infantes (CEO), Miguel González Cuétara (Presidente ejecutivo) y Agustín Sánchez López (COO, entrevistado).

Nombre del negocio: (Smart)Makings (<https://smartmakings.com>).

Ubicación del negocio: Badajoz.

Año de lanzamiento: 2024.

Breve descripción de lo que hace la empresa: (Smart)Makings es una iniciativa educativa innovadora que prepara a los jóvenes para el mundo laboral mediante un enfoque práctico y dinámico. Nuestra metodología combina aprendizaje basado en retos y aprendizaje experiencial, asegurando que los estudiantes desarrollen habilidades clave de forma natural y efectiva. Cada sesión comienza con una historia interactiva que plantea un reto realista, similar a los que enfrentarán en su vida profesional o personal. A través de esta experiencia, los estudiantes toman decisiones y resuelven problemas de manera práctica. En la segunda parte de la sesión, aplicamos la metodología del caso, utilizada en las mejores escuelas de negocios. Los estudiantes participan en un debate estructurado, donde analizan sus decisiones, argumentan sus puntos de vista y aprenden de las experiencias de sus compañeros. Este enfoque genera un aprendizaje exponencial, ya que no solo aprenden de su propia experiencia, sino también del intercambio con sus compañeros. Al compartir las decisiones que han tomado, los problemas que han enfrentado y las consecuencias de sus elecciones, amplían enormemente su capacidad de análisis y comprensión de diferentes situaciones, preparándose mejor para el mundo real.



¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Ser emprendedor es tener un propósito. Es ver el mundo no como es, sino como podría ser... y luego dedicar tu tiempo a construirlo. No es solo negocios, es pasión y ser un inconformista. También es rodearte de personas igual que tú para hacerla realidad. Vas a fallar, vas a caer... pero si realmente estás convencido de lo que haces, es un estilo de vida que merece la pena.

¿Cómo surgió la idea?

La idea de (Smart)Makings nació al observar la creciente desconexión entre la formación académica y las competencias requeridas en el entorno laboral. Nos dimos cuenta de que, aunque los jóvenes están más formados que nunca, enfrentan dificultades para encontrar empleo debido a la falta de habilidades prácticas. Esta paradoja del talento nos motivó a crear una solución que integrara a las empresas en el proceso educativo, asegurando una formación más pertinente y aplicada.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

El proyecto comenzó inicialmente con Miguel González y Javier Tejero, quienes hoy en día son más que socios, son compañeros de viaje. Se encontraban pivotando a un nuevo modelo de negocio cuando me uní al equipo. Juntos redefinimos la visión y misión de lo que hoy es (Smart)Makings.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Uno de los principales desafíos ha sido establecer colaboraciones efectivas entre los centros educativos y las empresas, alineando intereses y objetivos comunes. Además, adaptar nuestra metodología educativa innovadora a los diferentes contextos y necesidades de cada institución ha requerido flexibilidad y un enfoque personalizado.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Es fundamental fomentar políticas que faciliten la colaboración entre el sector educativo y el empresarial, promoviendo iniciativas que integren la formación académica con experiencias prácticas. Además, se necesitan incentivos para que las empresas inviertan en programas educativos y apoyen a *startups* que buscan innovar en este ámbito.

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

El impacto social es el núcleo de nuestra misión en (Smart)Makings. Al cerrar la brecha entre la educación y el mundo real, no solo mejoramos la empleabilidad de los jóvenes, sino que también contribuimos al desarrollo de una sociedad más preparada y resiliente. Actualmente, trabajamos la conciencia medioambiental entre los estudiantes desde un módulo del itinerario formativo. Además, tenemos líneas abiertas para trabajar con el tercer sector para llevar junto a los organismos pertinente (Smart)Makings donde sea necesario.

Algo que os gustaría añadir

En (Smart)Makings, creemos que la colaboración entre el sector educativo y el empresarial es clave para preparar a las nuevas generaciones para los desafíos del futuro. Invitamos a más instituciones y empresas a unirse a nuestra misión de transformar la educación y cerrar la brecha entre el aprendizaje académico y las necesidades del mundo laboral.



ZEPREN Solutions



Nombre del emprendedor: Asier Villafranca Velasco.

Nombre del negocio: ZEPREN Solutions (www.zepren.com).

Ubicación del negocio: Zaragoza.

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: ZEPREN tiene dos facetas complementarias. Por una parte, somos una ingeniería especializada en desarrollo de productos tecnológicos basados sobre todo en tecnologías optoelectrónicas y de radiofrecuencia, ayudando a múltiples industrias (renovables, aeronáutica, manufactura, biomédica...) con desarrollos de sensórica y equipamiento a medida. Por otra parte, varios de estos desarrollos acaban en productos que también comercializamos, directamente o a través de spin-offs. Actualmente tenemos en esta fase instrumentos para testeo de chips fotónicos, radares de control de avifauna para parques eólicos y equipos para la monitorización de rendimiento de plantas termosolares.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí ser emprendedor es tomar las riendas de tu vida profesional. Dejar de esperar a que alguien te diga lo que tienes que hacer y buscar tú mismo hacer realidad tu visión asumiendo la responsabilidad y el riesgo que eso supone. No considero que haga falta haber montado una empresa para considerarse emprendedor, yo fui lo que ahora se llama “intraemprendedor” muchos años antes de dar el paso a ser empresario.

¿Cómo surgió la idea?

Pues ha sido un proceso de maduración muy largo. Es el resultado de 15 años en la industria tecnológica, participando y liderando varios desarrollos de producto y su introducción a mercado. Poco a poco fui encontrando ciertos patrones y configurando una metodología de trabajo que funciona. En este camino también pude ver de cerca muchos fracasos en el proceso de llevar la tecnología desde el laboratorio a la industria y vi la necesidad de un rol que ni las ingenierías ni los centros tecnológicos estaban cubriendo del todo. Hacía falta ZEPREN, y alguien tenía que crearlo.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Me ayudaron a arrancar el proyecto varios investigadores de la Universidad de Zaragoza con los que llevaba años colaborando y luego se han unido varios excompañeros que compartían mi visión de empresa. También he tenido la suerte de contar con apoyo incondicional de mi entorno más cercano, a pesar de decidir dar el paso en el que para muchos pueda parecer el peor momento vital para hacerlo, con dos hijos de 4 y 2 años que demandan atención y estabilidad.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Pensaba empezar poco a poco, pero el primer proyecto que pasó por la puerta era el más ambicioso que había tenido nunca y bastante lejos de mi zona de *comfort* tecnológica. Después de dirigir una empresa en la que ya iba todo rodado, con un equipo muy trabajado, empezar de cero no fue fácil, con recursos muy limitados solo podía contar con personal muy junior. Pero la inexperiencia se suplió con creces con ilusión y compromiso y los resultados fueron llegando. La verdad es que es espectacular asistir cada día al crecimiento profesional y personal de mi equipo.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Hoy oía a una gran emprendedora que las subvenciones a *startups* muchas veces hacen que se desarrollen productos que no tienen salida, creando un “museo de productos”, y que sería más efectivo subvencionar la demanda, reduciendo el riesgo de los clientes, pero logrando que elijan lo que realmente tiene sentido para el mercado.

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

La reducción del impacto medioambiental está detrás de varios de nuestros desarrollos: evitar la mortalidad de aves en parques eólicos, o el desperdicio de agua en el mantenimiento de plantas termosolares. Creemos que la tecnología bien enfocada puede ser clave para reducir estos impactos y permitir que la transición energética se complete sin comprometer el medio ambiente, y evitando el rechazo social.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

A veces las empresas tecnológicas somos muy “de papel y boli” en nuestros procesos, ya que la estandarización requiere unos volúmenes para ser efectiva. Creo que la IA puede permitir un mejor equilibrio para tener la información digitalizada y tener un buen acceso sin necesidad de una procedimentación muy pesada, aportando fiabilidad sin reducir la flexibilidad necesaria en una *startup*.



Aritium Technologies s.l.

Nombre de la emprendedora: Sandra González Ambres.

Nombre del negocio: Aritium Technologies s.l. (<https://aritim.com>).

Ubicación del negocio: Grado (Asturias).

Año de lanzamiento: 2021.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Somos una empresa que nos dedicamos a desarrollar soluciones para optimizar diferentes procesos en el ámbito de los hospitales y las organizaciones sanitarias en general. Para ello, nos apoyamos en dos habilitadores tecnológicos, el Internet de las Cosas (IoT) y la Inteligencia Artificial (IA), los cuales combinamos en nuestra plataforma (Aritium Platform), que es la base de nuestro negocio.

Para hacer esto, lo primero que hacemos, es desplegar una red IoT privada en los centros sanitarios y a partir de ahí podemos desplegar soluciones para cubrir diferentes casos de uso.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Lo que más me gusta de emprender es ver que con tu trabajo tienes un impacto directo positivo en la zona en la que vives.

¿Cómo surgió la idea?

Si analizamos el funcionamiento de nuestros centros sanitarios, se pueden encontrar datos tan sorprendentes como que los profesionales de enfermería dedican menos de un tercio de su tiempo a tareas que implican contacto directo con los pacientes. Existe una multitud de procesos y tareas manuales, principalmente de recogida de datos, que les quitan mucho tiempo. Además, nos encontramos en un contexto actual donde la demanda asistencial crece (población envejecida) y los recursos disponibles escasean.

En paralelo, hemos visto que el desarrollo de la tecnología del IoT y el de la Inteligencia Artificial, han llegado a un punto de madurez que hace que sea posible desarrollar y desplegar soluciones de alto impacto sin la necesidad de abordar grandes inversiones.

Y, por último, la percepción de los gestores sanitarios hacia el impacto de la tecnología ha cambiado y es más positiva.

Al final, teníamos una combinación de cosas que facilitaban la creación de una empresa como Aritium que ayudara a las organizaciones sanitarias a aumentar la eficiencia para poder dar asistencia a un mayor número de personas con un menor número de recursos.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Aritium fue fundada por tres personas, Ángel Colao, Andrés Esteban y yo misma. Ángel y yo estamos casados, siempre nos gustó lo de emprender y después de trabajar varios años en Madrid en diferentes empresas, decidimos volver a Asturias y crear nuestro propio negocio. Andrés era un compañero de trabajo de Ángel y se complementaban muy bien, por lo que cuando le contamos la idea se animó sin dudar.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

El mundo de la salud es complicado porque la mayoría de los centros pertenecen al sector público lo que hace que los procesos de contratación de soluciones innovadoras sean lentos y tengan mucha burocracia.

Por otro lado, respecto a los dispositivos que se utilizan en el sector sanitario, está todo muy regulado, ya que además de cumplir con el mercado de producto electrónico tienes que cumplir con el mercado del producto sanitario.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Bajo mi punto de vista, lo que más ayudaría sería que hubiese menos burocracia y que las cosas fuesen más sencillas.

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

Nosotros estamos trabajando mucho con los hospitales en soluciones para conseguir ahorros energéticos, está claro que esto está a la orden del día y que se ha convertido en una prioridad para nuestros clientes.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Como empresa tecnológica utilizamos las tecnologías digitales en nuestro día a día, siempre intentamos mantenernos a la última y aprovechar todos los beneficios que estas tecnologías nos ofrecen.



Legit.Health



Nombre de la emprendedora: Andy Aguilar.

Nombre del negocio: Legit.Health (<https://legit.health>).

Ubicación del negocio: Bilbao.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Legit.Health es una startup de salud digital que ha desarrollado un dispositivo médico basado en inteligencia artificial para revolucionar la atención médica en dermatología, permitiendo evaluar, medir la gravedad y monitorizar más de 300 patologías de la piel; entre ellas, enfermedades malignas como el cáncer de piel y enfermedades crónicas como la psoriasis, dermatitis atópica, hidradenitis supurativa, entre otras. Todo esto a partir de imágenes capturadas desde el teléfono móvil, y proporcionando soporte al diagnóstico que ayuda a los profesionales a tomar decisiones más precisas y eficientes. Su propuesta de valor reside en optimizar el flujo clínico mediante la detección temprana, el triage, el seguimiento continuo y la integración segura en los sistemas de información, fomentando la colaboración entre especialistas y no especialistas y mejorando el acceso y la calidad de la atención dermatológica.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para mí, ser emprendedora significó transformar una experiencia personal en una oportunidad para generar un impacto real. Ha sido un camino de valentía, pero también de mucho esfuerzo, dedicación y creatividad para convertir una idea en algo que realmente ayude a las personas.

Emprender también ha sido un reto constante, desde sortear entornos complejos hasta enfrentar prejuicios. Pero en cada obstáculo he encontrado una oportunidad para aprender y crecer. Para mí, significa liderar con propósito, rodearme de un equipo que comparte la misma visión y demostrar con hechos que la innovación puede marcar una diferencia en la vida de muchas personas.

Al final, emprender es comprometerse con una causa que va más allá de uno mismo y trabajar cada día para que esa visión cobre vida.

¿Cómo surgió la idea?

La idea de Legit.Health nació de una experiencia personal. Como paciente crónica de enfermedades dermatológicas, viví de cerca las dificultades para acceder a especialistas y el seguimiento poco objetivo. Quise transformar esa experiencia en algo positivo, combinando mi conocimiento empresarial con tecnología para crear una solución que realmente marque la diferencia.

A esta visión se unieron otros emprendedores y expertos en tecnología que también habían vivido de cerca el impacto de las enfermedades de la piel, ya fuera personalmente o a través de seres queridos. Y desde el principio tuvimos claro que no podíamos construir esta solución solo desde la tecnología: necesitábamos la visión médica y la voz de los pacientes. Por eso empezamos a colaborar con asociaciones de pacientes, con dermatólogos referentes y con profesionales de distintas áreas para que Legit.Health respondiera a una necesidad real, desde todos los ángulos.

Hoy, esa idea se ha convertido en una solución que está mejorando la vida de miles de personas, y seguimos trabajando cada día para que llegue a muchas más.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

Legit.Health fue fundado en colaboración con un equipo multidisciplinario compuesto por expertos en tecnología y desarrollo de negocio, y desde el inicio se sumaron médicos referentes que hoy son también socios de la empresa. Actualmente somos cinco fundadores: Antonio Martorell, un destacado dermatólogo que ejerce como Director Médico; Gerardo Fernández, programador full-stack y CTO; Taig Mac Carthy, un emprendedor experimentado y estratega operativo que lidera nuestras operaciones como COO; Alfonso Medela, nuestro experto en inteligencia artificial; y en mi caso, Andy Aguilar, con amplia experiencia en gestión, dirección de empresa y desarrollo de negocio.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

En el camino para poner en marcha nuestro negocio, los principales obstáculos han sido superar un entorno regulatorio exigente, ganar la confianza de médicos y pacientes para adoptar una nueva tecnología y educar al mercado sobre cómo nuestra solución complementa, pero no reemplaza, la experiencia médica. Estos desafíos nos han impulsado a innovar y a desarrollar estrategias sólidas que faciliten la integración segura y eficiente de nuestra tecnología en el entorno clínico, contribuyendo a mejorar la calidad y el acceso a la atención dermatológica.



¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Para impulsar el emprendimiento de forma real y sostenible, necesitamos mucho más que inspiración: hace falta apoyo estructural. Lo primero es facilitar el acceso a financiación en etapas tempranas, especialmente para proyectos de impacto que aún no generan ingresos pero tienen un gran potencial transformador. Muchas buenas ideas se quedan en el camino por falta de recursos para dar el primer paso.

También son clave las ayudas a la contratación de talento, la simplificación de los trámites administrativos y fiscales, y una mayor agilidad en la relación con la administración. Emprender ya es suficientemente complejo como para que la burocracia se convierta en otro obstáculo.

En sectores como el de la salud, además, se necesitan mecanismos que faciliten la colaboración con el sistema sanitario, tanto en la validación como en la adopción de tecnología. Muchas startups innovadoras no llegan al paciente simplemente porque el camino para llegar a hospitales o profesionales está lleno de barreras.

Y no menos importante: hacen falta referentes diversos y programas de acompañamiento que apoyen especialmente a jóvenes o personas que emprenden desde fuera de los grandes núcleos urbanos. El talento está en todas partes, pero las oportunidades no siempre.

Impulsar el emprendimiento es apostar por el futuro, y para eso necesitamos un ecosistema que combine inversión, confianza y visión a largo plazo.

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

En Legit.Health, integrar el impacto social y medioambiental es esencial para nuestro negocio. Por un lado, nuestra solución mejora la atención preventiva y el seguimiento de patologías dermatológicas, generando un impacto social positivo al mejorar la calidad de vida de los pacientes. Por otro lado, nuestra tecnología permite la atención médica en remoto, reduciendo los desplazamientos innecesarios, y a nivel empresa adoptamos prácticas sostenibles, como el trabajo remoto y el uso intensivo de tecnologías digitales.

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

La digitalización en salud es un reto enorme, pero también una oportunidad transformadora. En nuestro caso, el mayor desafío ha sido adaptar la innovación tecnológica a un sector muy regulado y con una fuerte inercia a los cambios. La interoperabilidad con sistemas existentes, la seguridad de los datos o la validación clínica rigurosa son barreras que requieren tiempo, recursos y mucha colaboración.

Sin embargo, gracias a las tecnologías TIC hemos podido construir una solución que mejora no solo la eficiencia médica, sino también la equidad del sistema. Nos permite automatizar tareas repetitivas, generar datos estructurados que antes no existían y ofrecer herramientas que empoderan tanto a pacientes como a profesionales.

Estas tecnologías son especialmente relevantes en áreas como la atención al paciente, la toma de decisiones clínicas, la trazabilidad de procesos y la medición de resultados en salud. Pero también nos ayudan a ser más eficientes internamente: desde la gestión del equipo remoto hasta el análisis de impacto y crecimiento.

En definitiva, la digitalización no es solo una herramienta para escalar, es la base que nos permite cumplir nuestra misión.



NeuronUP



Nombre del emprendedor: Íñigo Fernández de Piérola Santo Tomás.

Nombre del negocio: NeuronUP (<https://neuronup.com>).

Ubicación del negocio: Logroño.

Año de lanzamiento: 2012.

Breve descripción de lo que hace la empresa: NeuronUP es una empresa tecnología dentro del sector de la salud que ha desarrollado internamente y comercializa una plataforma de software que proporciona una herramienta para los profesionales de la neurorrehabilitación y estimulación cognitiva que facilita la evaluación e intervención a sus pacientes. Esto nos permite ser a día de hoy los líderes del sector tanto en los soportes científico y tecnológico, número de clientes de pacientes tratados. Podemos personalizar las sesiones y actividades en función de la patología del paciente pudiendo tratar Alzheimer, ELA, Down...

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Es una forma de entender la vida ya que te hace ser perseverante, resiliente, con una idea de crecimiento constante.

¿Cómo surgió la idea?

Nace de una necesidad interna que teníamos en nuestro despacho de psicólogos que tenemos en Logroño llamado Psico360. Invertíamos mucho tiempo desarrollando o buscando materiales para rehabilitar. Así que decidimos crear una herramienta tecnológica que apoyada en lo que veníamos haciendo nos permitiera poder mejorar la atención a nuestros pacientes. A partir de ahí comenzamos a comercializar la herramienta que habíamos desarrollado a un precio accesible para todos aquellos despachos de profesionales, asociaciones, centros de día, hospitales, residencias de ancianos, centros de investigación, etc. que tenían las mismas necesidades.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

He emprendido con mi madre Concha Santo Tomás, que es psicóloga y es con quien he emprendido hasta ahora tanto en el despacho de psicología, la empresa de consultoría en RRHH y en NeuronUP.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

En las primeras etapas el más importante fue el acceso a la financiación, ya que al principio nadie cree en lo que haces. Después, lo más complicado fue identificar cómo llegar al mercado y escalar la empresa. Ahora en la fase en la que estamos, la principal dificultad se centra en la búsqueda y contratación del personal especializado.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Las ayudas tienen que ir dirigidas a crear empresas rentables y escalables que a la larga son las que generan más empleo, y sacar a la gente la idea del autoempleo.

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

NeuronUP de base tiene un alto impacto social, ya nuestros clientes con el uso y aplicación de nuestra tecnología mejoran de forma directa la calidad de vida de las personas (adultos y niños) que necesitan tratar sus capacidades cognitivas. Impacto social positivo sí que es percibido y valorado por los trabajadores actuales y por los candidatos en nuestros procesos de selección; lo que contribuye a tener un equipo altamente comprometido y motivado.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC?

¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

NeuronUP es software, y entendemos la digitalización desde la base de nuestra empresa. Los cambios más importantes están llegando de la mano de la IA, donde esta va a ser muy disruptiva en el entorno de la salud.

Algo que te gustaría añadir

En estos años tenemos que agradecer el apoyo recibido por organismos como ENISA, CDTI o la Agencia de Desarrollo de La Rioja. Sin embargo, recientemente NeuronUP ha recibido el respaldo MOIRA Capital Partners que se ha convertido en nuestro socio y nos ha proporcionado los recursos para poder realizar lo que yo como emprendedor tenía en mi cabeza como es el desarrollo de nuevos productos, así como abordar un plan de internacionalización. La financiación y el apoyo de MOIRA ha supuesto un importante punto de inflexión para los objetivos de NeuronUP.

GIVIT-GESTCOOP

Nombre de los emprendedores: Maica Motos Martínez-Esparza, David Robles Llanes y Pablo José Mohedano Cabezas.

Nombre del negocio: Givit-Gestcoop (<https://www.givit.pro> / <https://www.gestcoop.es>).

Ubicación del negocio: Andalucía, Madrid, Valencia, Extremadura, Ceuta y Melilla.

Año de lanzamiento: 2020.

Breve descripción de lo que hace la empresa: Cooperativas especializadas en reparto de última milla, orientadas a mejorar las condiciones laborales de los repartidores. Contamos con una plataforma propia que permite optimizar gastos de gestión y maximizar la retribución al repartidor (75-80% de ingresos).

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Emprender ha sido una forma de reintegrarse al mundo laboral, recuperar autonomía y construir un futuro más justo y sostenible desde modelos cooperativos.

¿Cómo surgió la idea?

La precariedad laboral de los *riders* y el crecimiento exponencial del comercio electrónico motivaron la creación de un modelo alternativo de plataforma. GIVIT-GESTCOOP propone un reparto optimizado por zonas con vehículos de bajas emisiones, abordando problemas laborales y medioambientales.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

El equipo está formado por personas con experiencia previa en proyectos conjuntos, aportando perfiles complementarios.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

- Confianza inicial de clientes, socios cooperativistas (debido a malas experiencias previas), entidades financieras y proveedores.
- Dificultades particulares debido al desconocimiento general sobre el modelo cooperativo.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

- Simplificación burocrática y acompañamiento técnico accesible.
- Acceso a financiación sin garantías desproporcionadas (microcréditos, avales públicos).
- Formación integral y apoyo continuo para escalar proyectos.
- Políticas que fomenten modelos económicos justos y sostenibles.

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

El impacto social y medioambiental es central en GIVIT-GESTCOOP, ya que las cooperativas transforman el entorno y la vida de las personas socias. Estamos alineados con los siguientes ODS (8, 9, 10 y 11). Nuestras actuaciones son:

- Inclusión laboral con diversidad de perfiles (menores de 30 años, mayores de 45 años, más de 19 nacionalidades).
- Gobernanza democrática y conciliación laboral-personal.
- Formación continua y planes de carrera personalizados.
- Actuaciones en poblaciones pequeñas para generar cohesión comunitaria.
- Uso de vehículos eléctricos y estrategias "cero papel".

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

La digitalización ha permitido mejorar la gestión cooperativa, reducir tiempos administrativos y aumentar rentabilidad sin perder esencia ni transparencia, y seguimos de forma continua adaptando las herramientas a las necesidades de un mercado en constante cambio. Las TIC son fundamentales en logística, comunicación, formación y participación equitativa entre socios/as.



Relación equipos red GEM España 2024-2025

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



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



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



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



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



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



Índice de tablas

Tabla 1.	Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo.....	42
Tabla 2.	Motivaciones para emprender en función del sexo del emprendedor.....	52
Tabla 3.	Distribución por edad de los emprendedores en etapa inicial (TEA) en función del sexo	52
Tabla 4.	Tasa de emprendimiento por nivel educativo.....	53
Tabla 5.	Distribución de las tasas de emprendimiento en función de la educación y el sexo de los emprendedores	53
Tabla 6.	Conocimiento financiero y nivel educativo.....	66
Tabla 7.	Distribución de las iniciativas recientes (TEA) por sector de actividad en función del sexo del emprendedor	67
Tabla 8.	Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor.....	69
Tabla 9.	Posicionamiento de España a nivel internacional en función de la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender	98
Tabla 10.	Porcentaje de emprendedores potenciales, recientes (TEA), empresas consolidadas, abandonos, cierres y continuación de la actividad empresarial. Comparación internacional	100
Tabla 11.	Porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en función del sector, tamaño y nivel tecnológico. Comparación internacional.....	102



Emprender con Discapacidad en España

Diagnóstico de
la situación actual
con datos GEM 2023



Disponible en

<http://www.observatoriodeemprendimiento.es/>



OBSERVATORIO DEL
EMPREDIMIENTO
DE ESPAÑA

+25 años de datos



Índice de figuras

Figura 1.	Marco teórico GEM revisado.....	13
Figura 2.	Ficha de estudio de la encuesta APS en 2024.....	15
Figura 3.	Percepción sobre valores y actitudes para emprender.....	27
Figura 4.	Percepción sobre oportunidades para emprender.....	28
Figura 5.	Percepción sobre valores y actitudes para emprender en función del sexo.....	28
Figura 6.	Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender (escala 0-10).....	29
Figura 7.	Valoración media de las condiciones del entorno para mujeres emprendedoras (escala 0-10).....	30
Figura 8.	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender relacionadas con la IA (escala 0-10)	31
Figura 9.	Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España <i>versus</i> CC. AA.	32
Figura 10.	Comparación de percepciones de las condiciones para emprender. España <i>versus</i> UE27	33
Figura 11.	Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) (escala 0-10).....	34
Figura 12.	Factores impulsores del emprendimiento según los expertos.....	35
Figura 13.	Recomendaciones de los expertos para mejorar las condiciones del entorno para emprender.....	35
Figura 14.	Posicionamiento de las actitudes y valores para emprender de la población adulta por CC. AA.	36
Figura 15.	Posicionamiento internacional de las actitudes y valores para emprender de la población adulta	38
Figura 16.	Proceso emprendedor.....	41
Figura 17.	Abandono de la actividad empresarial en España	43
Figura 18.	Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor.....	44
Figura 19.	Evolución del índice TEA de hombres y mujeres durante el periodo 2007-2024	44



Figura 20.	Tasas de crecimiento y decrecimiento del índice TEA (nacientes y nuevas).....	45
Figura 21.	Posicionamiento de España a nivel internacional y en relación a las CC. AA.	46
Figura 22.	Motivaciones emprendedoras	50
Figura 23.	Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2023 y 2024.....	51
Figura 24.	Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa.....	54
Figura 25.	Distribución de la tasa de emprendimiento en función de la procedencia	55
Figura 26.	Distribución de emprendedores por edad y procedencia	56
Figura 27.	Distribución de emprendedores por sexo y procedencia.....	56
Figura 28.	Distribución de emprendedores por nivel educativo y procedencia.....	57
Figura 29.	Distribución de las tasas de emprendimiento de personas con y sin discapacidad	58
Figura 30.	Motivaciones de emprendedores recientes (TEA) con y sin discapacidad.....	59
Figura 31.	Distribución de las tasas de abandono de personas con y sin discapacidad	59
Figura 32.	Distribución de la tasa de emprendimiento en función del emprendimiento rural o urbano	60
Figura 33.	Distribución de las personas emprendedoras por edad y emprendimiento rural o urbano	60
Figura 34.	Distribución de las personas emprendedoras por sexo y emprendimiento rural o urbano.....	61
Figura 35.	Nivel de formación en función del emprendimiento rural o urbano	61
Figura 36.	Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2007-2024.....	63
Figura 37.	Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes en España.....	64
Figura 38.	Diferencias de capital semilla entre hombres y mujeres	65
Figura 39.	Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en España.....	65
Figura 40.	Nivel de conocimiento financiero a lo largo del proceso emprendedor.....	66
Figura 41.	Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad	67
Figura 42.	Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados	68
Figura 43.	Características del empleo creado en los últimos 12 meses	69
Figura 44.	Evolución de las contrataciones laborales.....	70
Figura 45.	Expectativas de creación de empleo a 5 años vista	71
Figura 46.	Expectativas de creación de empleo en función del sexo.....	71



Figura 47.	Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras	72
Figura 48.	Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor	72
Figura 49.	Forma jurídica de las iniciativas emprendedoras en función del sector	73
Figura 50.	Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras	74
Figura 51.	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sexo del emprendedor	74
Figura 52.	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función de la edad del emprendedor	75
Figura 53.	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del nivel educativo del emprendedor	75
Figura 54.	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sector	76
Figura 55.	Evolución de la innovación en producto y en proceso	77
Figura 56.	Innovación en producto y en proceso en función del sexo del emprendedor	77
Figura 57.	Innovación en producto y en proceso en función de la edad del emprendedor	78
Figura 58.	Innovación en producto y en proceso en función del nivel educativo del emprendedor	79
Figura 59.	Innovación en producto y en proceso en función del sector de actividad	80
Figura 60.	Innovación en producto y en proceso en función del tamaño	80
Figura 61.	Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio	81
Figura 62.	Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales	82
Figura 63.	Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa	82
Figura 64.	Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa	83
Figura 65.	Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa en función del sexo	84
Figura 66.	Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa en función del sexo	84
Figura 67.	Evolución de las expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor	85
Figura 68.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sexo del emprendedor	85
Figura 69.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función de la edad del emprendedor	86
Figura 70.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor	86
Figura 71.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector de las iniciativas emprendedoras	87



Figura 72.	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del tamaño de las iniciativas emprendedoras	87
Figura 73.	Evolución de la orientación internacional	88
Figura 74.	Orientación internacional en función del sexo del emprendedor	88
Figura 75.	Orientación internacional en función de la edad del emprendedor	89
Figura 76.	Orientación internacional en función del nivel educativo del emprendedor	89
Figura 77.	Orientación internacional en función del sector	90
Figura 78.	Orientación internacional en función del tamaño.....	90
Figura 79.	Orientación hacia la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras.....	91
Figura 80.	Orientación hacia la sostenibilidad en función del sexo	92
Figura 81.	Orientación hacia la sostenibilidad en función de la edad	93
Figura 82.	Orientación a la sostenibilidad en función del nivel educativo.....	94
Figura 83.	Orientación hacia la sostenibilidad en función del sector	95
Figura 84.	Orientación a la sostenibilidad en función del tamaño.....	96





Junio, 2025

EQUIPO GEM ESPAÑA 2024

GEM España



GEM Andalucía

GEM Almería



GEM Cádiz

GEM Córdoba

GEM Granada



GRANADA EMPRESAS



GEM Huelva

GEM Jaén



GEM Málaga

GEM Sevilla



GEM Aragón



Consejería de Ciencia, Empresas, Innovación y Empleo

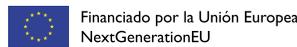
GEM Asturias

GEM Baleares



GEM Canarias

GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León

GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco





**OBSERVATORIO DEL
EMPRENDIMIENTO
DE ESPAÑA**

+25 años de datos

INFORME GEM ESPAÑA 2024 - 2025

<https://observatoriodeemprendimiento.es>

info@observatoriodeemprendimiento.es



OEE - Observatorio del Emprendimiento de España

#OEE #informeGEM



Ediciones
Universidad
Cantabria