



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2024-2025

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

Jose M^a. Gómez - Ignacio Mira - Jesús Martínez - Marina Estrada



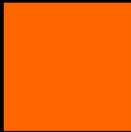
OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA
+25 años de datos



GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Innovación,
Industria, Comercio y Turismo



UNIVERSITAT
Miguel Hernández



Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM Comunidad Valenciana 2024-2025

Autores:

José María Gómez Gras (Dir. GEM Comunidad Valenciana)
Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica)
Jesús Martínez Mateo
Marina Estrada de la Cruz

Investigadores colaboradores:

M^o José Alarcón García
Lirios Alos Simó
Antonio J. Verdú Jover
Domingo Galiana Lopera
M^a Isabel Borreguero Guerra

ISSN:

1988-4885

Fecha de edición:

16/09/2025

Editorial:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Planificación Tecnológica (SIPT) UMH

Nota de la editorial:

Los textos de esta publicación y su revisión ortográfica
son responsabilidad de los/as autores/as



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA
+25 años de datos



GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Innovación,
Industria, Comercio y Turismo



UNIVERSITAT
Miguel Hernández

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<i>RELACIÓN DE EQUIPOS DE LA RED GEM ESPAÑA 2024-2025</i>	5
<i>PRÓLOGO</i>	13
<i>PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES</i>	15
<i>EL PROYECTO GEM</i>	17
<i>BALANCED SCORECARD</i>	23
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	25
<i>CAPITULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN</i>	31
1.1 Introducción	31
1.2 Percepción de oportunidades.....	32
1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	33
1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender	35
1.5 Disponibilidad de red social emprendedora	36
1.6 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español .	38
<i>CAPITULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL</i>	18
2.1 Introducción	43
2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor.....	44
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	46
2.4 Evolución de la actividad emprendedora incipiente	48
2.5 Evolución de la actividad consolidada.....	50
2.6 Evolución de abandonos y cierres	52
2.7 Motivación de las personas emprendedoras.....	54
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	57
<i>CAPITULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR</i>	63
3.1. Introducción	63
3.2. Sexo.....	63

3.3.	Edad.....	67
3.4.	Formación.....	70
3.5.	Personas extranjeras residentes en Comunidad Valenciana	75
3.6.	Perfil medio.....	76
<i>CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES.....</i>		<i>79</i>
4.1.	Introducción	79
4.2.	Sectores generales de actividad	79
4.3.	Número de personas socias.....	81
4.4.	Dimensión y empleo.....	82
4.5.	Financiación de las iniciativas	87
4.6.	Orientación innovadora.....	91
4.7.	Orientación exportadora.....	95
4.8.	Inteligencia artificial y digitalización.....	96
4.9.	Orientación a la sostenibilidad	104
<i>CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER.....</i>		<i>107</i>
5.1.	Introducción	107
5.2.	Valoración global de las condiciones de entorno para emprender.....	109
5.3.	Posicionamiento Comunidad Valenciana en el contexto regional español.....	119
5.4.	Factores impulso a la actividad y recomendaciones del panel experto.....	121
5.5.	Percepciones del grupo experto en relación al progreso en las prácticas de sostenibilidad.....	130
<i>CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES.....</i>		<i>133</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS.....</i>		<i>137</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS.....</i>		<i>141</i>
<i>FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.....</i>		<i>143</i>

RELACIÓN DE EQUIPOS DE LA RED GEM

ESPAÑA 2024-2025

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.)	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) 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 del Emprendimiento de España (OEE) ENISA 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 (Coordinador) Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz Diputación de Cádiz

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	Emilio Morales Fernández (Coordinador) Joaquín García-Tapial Arregui Raquel Puente Castro	Universidad Loyola Andalucía
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 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 Alcalde (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aída del Cubo Molina José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Juan A. Martínez Román Ana Perez Luño Elena Sousa Ginel	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla E&I (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucío 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 Emrende Cátedra Emrender Departamento de Presidencia, Economía y Justicia del Gobierno de Aragón

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) Vanessa 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
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella César Llorente López	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Ana Isabel Lemes Hernández Lidia E. Santana 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 Técnico 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

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Codirector GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Codirectora GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico GEM-Castilla-La Mancha) Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra M ^o . Cristina Díaz García M ^o . Laura Avellaneda Rivera Marcos Carchano Alcaraz Inés Rueda Sampedro	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León INEA, Universidad Pontificia de Comillas	Daniel Alonso Martínez (Director GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos (Director Técnico GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez José Luis de Godos Díez Ana Patricia Fanjul Alemany Ángel Morán Muñoz Luis Gregorio Holguín Galarón Alberto Matellán Pinilla Félix Revilla Grande Carlos Ballesteros García Laura Sierra Moral	Universidad de León Universidad Pontificia de Comillas
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) María José González López (Directora Técnica GEM-Ceuta) José Aguado Romero Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Francisco Javier Blanco Encomienda	Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma 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) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^o José Alarcón García Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^o Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo Fundación LAB Mediterráneo Aligrupo Seur

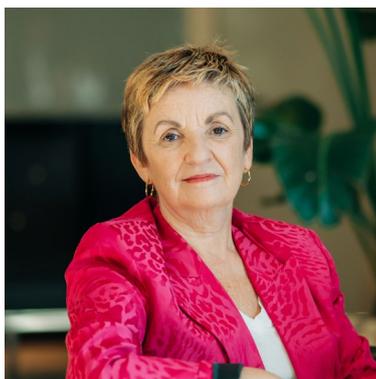
UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Antonio Fernández Portillo (Director Ejecutivo) Ricardo Hernández Mogollón (Asesor Senior) Adelaida Ramos Mariño (Equipo Dirección Técnica) Nuria Ramos Vecino (Equipo Dirección Técnica) María Calzado Barbero (Equipo Dirección Técnica) Jessica Paule Vianez María Victoria Postigo Jiménez Alejandro Hernández Renner Manuel Almodóvar González Ángel Díaz Aunió	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 Campón & Martínez-Pereda CC. NN. Almaraz Trillo Grupo ROS Multimedia
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) ¹ Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) ¹ Emilio Ruza Sanmartín ¹ Sara Fernández López ¹ Marta Portela Maseda ¹ Jacobó 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 Ilie Vasilica Cristina 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 Emprende 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 Bojica Francisco Javier Melero Rus Sufia Mohand Amar	Universidad de Granada

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Murcia	Universidad de Murcia	<p>Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia)</p> <p>Nuría Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica GEM-Murcia)</p> <p>Catalina Nicolás Martínez</p> <p>Gabriel Lozano Reina</p> <p>Gregorio Sánchez Marín</p> <p>José Andrés López Yepes</p> <p>Juan Samuel Baixauli Soler</p> <p>María Belda Ruiz</p> <p>María Feliz Madrid Garre</p> <p>Mercedes Palacios Manzano</p> <p>Antonio Paños Álvarez</p> <p>María Pemartín González-Adalid</p>	<p>Consejería de Empresa, Empleo y Economía Social</p> <p>Instituto de Fomento de la Región de Murcia</p> <p>Caixabank</p> <p>Fundación CajaMurcia</p> <p>Fondo Europeo de Desarrollo Regional</p> <p>Centro Iniciativas Municipales de Murcia</p> <p>Cátedra de Emprendedores</p> <p>Universidad de Murcia</p>
Navarra	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p> <p>CEIN</p> <p>Universidad de La Rioja</p> <p>University of Southern Denmark (SDU)</p>	<p>Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra)</p> <p>Martin Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra)</p> <p>Cristina Bayona Saez</p> <p>Lucía Garcés Galdeano</p> <p>Paula Anzola Román</p> <p>María Blanca Palacios Navarro</p> <p>Lucía Nieto Sádaba</p> <p>Uxue Itoiz Mariñelarena</p> <p>Raquel Orcos Sánchez</p> <p>Víctor Martín Sánchez</p>	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p> <p>Gobierno de Navarra - CEIN</p>

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento Universidad del País Vasco UPV/EHU	María Saiz-Santos (Directora GEM- País Vasco) Jon Hoyos Iruarrizaga (Codirector Técnico GEM-País Vasco) Zaira Vicente Adame	Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba FESIDE
	Deusto Business School	José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Iñaki Peña Legazkue Alaitz Zabala Zarauz Valery Chistov	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González Eguía Aimar Basañez Zulueta David Urbano Pulido	
	Universitat Autònoma de Barcelona Universitat Rovira i Virgili	Rebeca Martín Díez	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España

PRÓLOGO



Marián Cano
Consellera de Innovación, Industria,
Comercio y Turismo

En un mundo en constante transformación, el emprendimiento se ha consolidado como uno de los pilares fundamentales para impulsar el crecimiento económico, la innovación y la creación de empleo. Una vía, sin duda, de seguir creando un futuro lleno de oportunidades.

Para mí, como consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, es un honor participar en el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un observatorio que representa el mayor esfuerzo mundial por conocer, analizar y entender el fenómeno emprendedor en todas sus dimensiones. Con 26 años de trayectoria, más de 120 economías estudiadas y más de 4 millones de personas entrevistadas, el GEM se ha convertido en un referente internacional y en una herramienta indispensable para los responsables públicos, agentes del ecosistema y personas emprendedoras.

En la Comunitat Valenciana, el emprendimiento desempeña un papel clave en la transformación de nuestro modelo productivo. Nos encontramos ante un ecosistema dinámico, con una notable capacidad de adaptación, en el que empresas, universidades, entidades públicas y privadas, y sobre todo, personas con talento y compromiso, están empujando hacia un futuro más competitivo y sostenible. La Comunitat se ha consolidado como uno de los territorios con mayor vitalidad emprendedora del país, y ello es fruto tanto del espíritu innovador de nuestra sociedad como de un trabajo colectivo y continuado.

Desde la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, hemos asumido el reto de reforzar y consolidar este ecosistema. En 2025, hemos destinado 4,5

millones de euros a impulsar el emprendimiento, a través de ayudas que abarcan desde el apoyo a personas emprendedoras y pymes en sus primeros años de actividad, hasta programas de acompañamiento, formación, mentorización e impulso de entidades que dinamizan el ecosistema. Se trata de un modelo más inclusivo, participativo y transparente, que permite que todos los protagonistas del emprendimiento accedan en igualdad de condiciones a los recursos públicos.

Nuestra apuesta por sectores estratégicos —como la ciberseguridad, las energías renovables, la economía circular o la movilidad sostenible— responde a una visión clara: necesitamos proyectos que no solo sean viables, sino también transformadores. Y para que puedan consolidarse, debemos acompañarlos desde sus primeras etapas, facilitando el acceso a financiación, y apoyar su consolidación entre una extensa red de entidades y agentes.

En este contexto, el informe GEM Comunitat Valenciana adquiere un gran valor. Año tras año, este estudio nos ofrece una radiografía precisa de la realidad emprendedora en nuestra región: quién emprende, por qué lo hace, con qué recursos, en qué sectores y con qué expectativas. Esa información nos permite afinar políticas, detectar necesidades emergentes y, sobre todo, diseñar estrategias públicas basadas en la evidencia.

Quiero expresar, de manera especial, mi agradecimiento al equipo de investigación de la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH), que, con rigor, dedicación y una profunda comprensión del ecosistema, lleva años desarrollando los informes GEM en nuestra Comunitat. Su trabajo, además de valioso desde el punto de vista académico, es una contribución directa a la mejora de las políticas públicas y a la construcción de un entorno más favorable para el emprendimiento.

Este informe no es solo un compendio de datos. Es una invitación a reflexionar, a compartir responsabilidades y a seguir construyendo un futuro mejor. Porque apoyar el emprendimiento es apostar por la innovación, por el talento y por una economía más abierta, inclusiva y competitiva.

Desde la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, y a través de un instrumento imprescindible como la Dirección General de Emprendimiento e Internacionalización, renovamos nuestro compromiso con este propósito y con todas las personas que lo hacen posible.

Marián Cano
Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo

PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES

Con este nuevo informe GEM Comunidad Valenciana 2024-2025 alcanzamos ya la 21ª edición consecutiva de análisis sistemático del fenómeno emprendedor en nuestra región. Más de dos décadas de trabajo continuo, observando cómo evolucionan las ideas, las personas, las actividades y los entornos en los que se emprende. Pero, sobre todo, dos décadas acompañando -con rigor y compromiso- a quienes, con mayor o menor experiencia, se lanzan a emprender.

Durante estos años hemos asistido a múltiples ciclos económicos, a crisis inesperadas, transformaciones tecnológicas, retos sociales y climáticos, ... y, a pesar de todo, el emprendimiento ha seguido adelante. A veces con fuerza, otras con cautela, pero siempre presente. El equipo GEM Comunidad Valenciana ha funcionado durante todo este tiempo como un observatorio constante de esa evolución, tomando el pulso a los cambios del entorno y a las respuestas del ecosistema emprendedor. En este informe, como en los anteriores, tratamos de ofrecer una mirada amplia, conectando datos, percepciones y tendencias para entender mejor cómo se construye ese impulso emprendedor en la Comunidad Valenciana.

La estructura del informe sigue fiel a nuestra metodología: comienza analizando los valores, actitudes y percepciones de la población, continúa profundizando en la actividad emprendedora y sus perfiles, y se completa con el estudio de las condiciones de entorno, evaluadas por un panel de personas expertas.

Este año, sin querer adelantar demasiado en esta presentación, podemos decir que se perciben algunas señales especialmente esperanzadoras, como el récord histórico en la intención emprendedora, o la progresiva incorporación de criterios de sostenibilidad, digitalización e innovación en las nuevas iniciativas. Pero también emergen retos preocupantes, como el descenso en la autoconfianza emprendedora o el estancamiento de ciertos factores estructurales del entorno.

El objetivo de este informe, como siempre, no es solo medir, sino ayudar a comprender. A comprender qué está ocurriendo en el emprendimiento valenciano, por qué ocurre y qué implicaciones tiene. Y, por supuesto, aportar

conocimiento útil para todas aquellas personas, instituciones y entidades que trabajan para mejorar el ecosistema emprendedor.

Queremos agradecer muy especialmente la implicación de la Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo y de la Fundación LAB Mediterráneo, por su apoyo decidido y continuado al proyecto. También agradecemos el compromiso de los miles de personas que han participado a lo largo de los años en las encuestas de población adulta, así como el de los distintos paneles de personas expertas que han compartido su visión y conocimiento en cada edición. A todas ellas, nuestro reconocimiento más sincero por hacer posible este trabajo colectivo y continuado, y en particular a quienes han participado en esta edición, aportando una vez más su tiempo y su experiencia.

No queremos cerrar esta presentación sin recordar que este informe se elaboró con datos recogidos antes de los graves efectos que la DANA provocó en varias comarcas de la Comunidad Valenciana a finales de 2024. Además de las importantes pérdidas materiales y económicas, la tragedia dejó su huella más profunda en la pérdida de vidas humanas, ante la cual no podemos más que mostrar nuestro afecto y solidaridad.

Desde el equipo GEM hemos estado trabajando en un estudio complementario que permita recoger algunas impresiones sobre el impacto de este episodio, especialmente en relación con el emprendimiento local en zonas afectadas. Aun así, será en el próximo informe GEM 2025-2026, con el seguimiento habitual de métricas e indicadores, donde realmente podamos observar cómo la DANA ha influido, directa o indirectamente, en el ecosistema emprendedor valenciano.

Te invitamos, lectora o lector, a sumergirte en estas páginas con curiosidad y espíritu crítico. Porque el emprendimiento no es solo economía: es también cultura, es desarrollo, es territorio, y, sobre todo, es construir comunidad y futuro.

Seguimos observando, aprendiendo y acompañando.

Equipo GEM Comunidad Valenciana
Universidad Miguel Hernández de Elche

EL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) se constituye desde sus inicios como un observatorio investigador del fenómeno emprendedor con vocación internacional. Fue promovido originalmente en 1997 por Babson College y la London Business School, al objeto de plasmar la actividad emprendedora, así como diversos factores del entorno que condicionan el emprendimiento.

Desde 1999 se vienen desarrollando anualmente sus informes de ámbito global, nacional, regional y local, y el número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando progresivamente. En números, GEM cuenta con 26 años de andadura, lo que significa 26 años de datos en los que, de forma acumulada, se han analizado más de 120 economías alrededor del mundo y se ha entrevistado a más de cuatro millones de personas.

Esta red cuenta con más de 370 especialistas de investigación en emprendimiento, la implicación de más de 150 instituciones académicas y de investigación, y el soporte y apoyo de más de 150 instituciones colaboradoras. Todo ello hace de GEM el más extenso estudio en torno al emprendimiento en el mundo.

La actual edición 2024-2025 cuenta con la participación de 51 países de los cinco continentes, en los que se ha recogido información sobre la actividad emprendedora, entrevistando a más de 150.000 personas, que representan al 63% de la población mundial, y además se han evaluado las condiciones de entorno para emprender en 56 países, empleando paneles expertos nacionales y regionales.

En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano. GEM España en números supone en conjunto, la participación de más de 30 universidades, más de 180 investigadores e investigadoras en el fenómeno emprendedor, más de 30.000 encuestas APS realizadas, más de 900

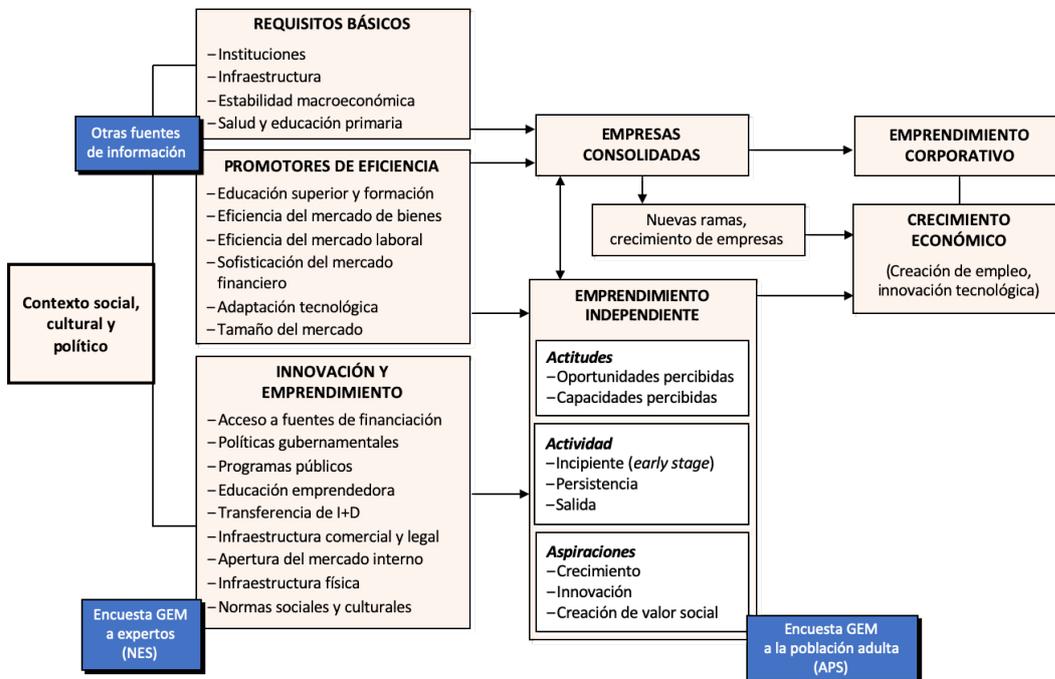
personas integrando los paneles expertos NES, y más de 100 instituciones colaboradoras.

En concreto, el equipo GEM formado por el grupo de investigación de la Universidad Miguel Hernández, lleva 21 años desarrollando el informe anual de la Comunidad Valenciana, que proporciona una perspectiva de evolución sobre:

1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población.
2. Actividad emprendedora y sus características.
3. Contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

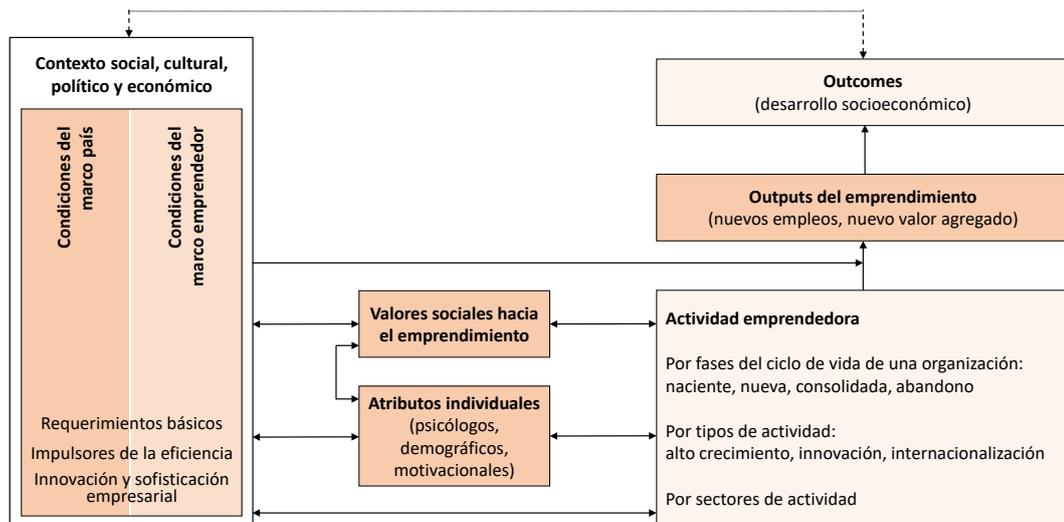
Así, los informes generados a través de GEM se configuran como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, asentada sobre la base de un sólido modelo teórico, que se ha ido perfeccionando en el seno del consorcio investigador con el transcurso del tiempo, y que se nutre empíricamente de diversas fuentes de información, tanto primarias (encuestas APS y NES, detalladas más adelante), como complementarias. La figura 1 describe la estructura del actual marco teórico.

Figura 1. Marco teórico GEM.



Este marco teórico se complementa con un marco conceptual que establece un modelo de relaciones entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella (figura 2), y que considera que el proceso emprendedor participa en un círculo endógeno de desarrollo económico y social.

Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.

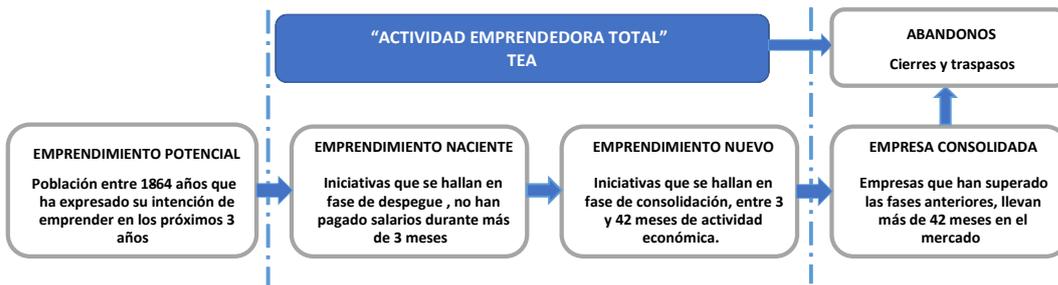


Con todo, el marco de desarrollo de GEM asume la actividad emprendedora como resultado de la interacción entre la percepción de un individuo sobre una oportunidad, su capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre ésta, y las distintas condiciones del entorno en el que se encuentra, siendo por tanto el resultado de la confluencia individuo-entorno.

Dentro de este marco, el consorcio investigador GEM considera la creación o puesta en marcha de una iniciativa empresarial, como un proceso secuencial compuesto por una serie de etapas, iniciadas con la generación de una idea, seguida de las acciones de su puesta en marcha, el lanzamiento al mercado, el comienzo de las operaciones y el inicio de una fase de consolidación, que culmina con la empresa consolidada cuando ésta alcanza suficiente madurez (supervivencia de al menos tres años y medio), o bien con la posibilidad del abandono de los promotores, ya sea por cierre o por traspaso de la iniciativa.

Así entendido en el seno del consorcio GEM, la figura 3 recoge este proceso emprendedor en las citadas etapas, que abarcan desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender (emprendimiento potencial) hasta la puesta en marcha (emprendimiento naciente), desarrollo (emprendimiento nuevo) y consolidación de la actividad emprendedora (empresa consolidada).

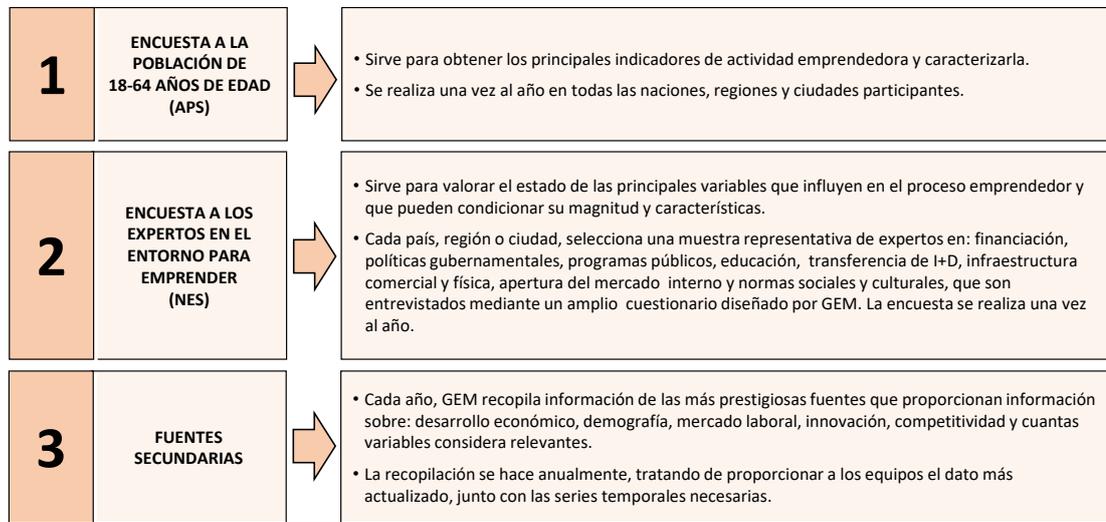
Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.



Las fuentes de información principales empleadas por GEM son (figura 4) la encuesta que se realiza a la población de 18-64 años, denominada APS (Adult Population Survey) y la encuesta a expertos colaboradores, denominada NES (National Expert Survey).

Ambas series de datos nutren diversas partes del modelo y se complementan con las aportaciones de otras fuentes de información secundaria. Particularmente, la encuesta a la población proporciona los datos para obtener los indicadores que describen y caracterizan la actividad emprendedora y el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, mientras que la encuesta a expertos permite valorar el estado de las principales variables de entorno que influyen en el proceso emprendedor.

Figura 4. Fuentes de información GEM.



BALANCED SCORECARD

En este apartado, se recoge un conjunto de indicadores destacados del Informe GEM Comunidad Valenciana, presentados en forma de cuadro de mando o Balanced Scorecard. Estos indicadores nos permiten obtener una visión general del estado del emprendimiento en la región durante el tercer trimestre de 2024 y compararlo con los resultados de los dos años anteriores, lo que ofrece una síntesis de aspectos relevantes de la evolución reciente del emprendimiento en la Comunidad Valenciana.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2022	2023	2024
Percibe buenas oportunidades para emprender	27,1%	32,3%	29,6%
Se auto-reconoce habilidades y conocimientos para emprender	48,9%	52,5%	40,5%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	55,9%	45,5%	50,6%
Dispone de red social emprendedora	42,5%	49,3%	49,4%
Involucración en el proceso emprendedor (% población 18-64 años)	2022	2023	2024
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	8,3%	14,5%	16,4%
Actividad emprendedora incipiente hasta 42 meses (TEA)	6,8%	8,0%	8,2%
Actividad consolidada (más de 42 meses)	5,9%	6,9%	7,1%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	2,5%	2,6%	2,8%
Ha proporcionado inversión informal	2,6%	2,8%	3,6%

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 0 a 10)	2022	2023	2024
Acceso a infraestructura física	6,5	6,6	6,9
Programas públicos de apoyo	5,6	6,0	5,7
Acceso a infraestructura comercial y profesional	5,8	6,0	5,6
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	5,5	5,4	5,2
Normas sociales y culturales	4,9	4,6	4,6
Dinámica del mercado interno	3,8	4,2	4,3
Barreras de acceso al mercado interno	4,6	4,6	4,1
Transferencia de I + D	4,5	4,2	4,0
Políticas fiscales y burocracia administrativa	4,0	4,1	4,0
Financiación, facilidad para conseguirla	4,6	4,4	3,9
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,4	4,1	3,7
Financiación, suficiente para emprender	4,1	4,2	3,6
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	3,2	3,1	3,1
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)	4,7	4,7	4,5

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

El desarrollo de conductas emprendedoras, así como la decisión que conlleva la puesta en marcha de iniciativas de negocio, están condicionados por múltiples variables, entre las que destacan, más allá de elementos objetivos, algunas características de carácter subjetivo, principalmente valores, percepciones y actitudes emprendedoras. En general, estas percepciones han sufrido leves reducciones, tras sus positivas evoluciones de los últimos años y por la pandemia, que en todo caso apuntan a algo más de prudencia en la observación de las mismas por parte de la población no involucrada en general, mientras que en el caso de la población emprendedora se han mantenido o incluso han vuelto a incrementarse. En cualquier caso, siguen mostrando unos niveles satisfactorios.

Los datos GEM de 2024 revelan que, en el tercer trimestre del año, un 29,6% de la población de la Comunidad Valenciana percibe buenas oportunidades para emprender a seis meses vista. Este porcentaje representa una reducción de 2,7 puntos porcentuales en comparación con la tendencia de crecimiento sostenido que se venía observando desde 2021, y que siguió al pronunciado descenso de 2020 (17,3%) provocado por la pandemia. A pesar de esta fluctuación, el registro actual se mantiene como uno de los más elevados en la serie histórica.

En cuanto al auto-reconocimiento de habilidades para emprender, los datos de 2024 reflejan un descenso más acusado que en el caso de la percepción de oportunidades. Así, 4 de cada 10 personas (40,5%) consideran poseer los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un proyecto empresarial. Esta marcada disminución deberá ser objeto de verificación en futuros informes, ya que, por el momento, constituye un dato atípico y puntual en su evolución.

El porcentaje de población que identifica el miedo al fracaso como un impedimento para emprender, pudiendo llegar a inhibir la acción emprendedora, alcanza a la mitad de la población (50,6%); y si bien asciende unos 5 puntos respecto a 2023, cabe recordar que entonces

descendió 10 puntos respecto a 2021, no obstante, en cualquier caso, se mantiene por debajo de los registros observados en el período 2019-2022.

Respecto a la disposición de una red social de apoyo, un 49,4% de la población afirma contar con la presencia de personas emprendedoras en su círculo social cercano. Este dato, que supone prácticamente mantener el registro de 2023, acumulando ya 14 puntos de crecimiento desde 2020.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En el tercer trimestre de 2024, el porcentaje de personas que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista asciende al 16,4%. Este dato constituye, de nuevo, el registro más alto de la serie histórica, marcando una diferencia de 1,9 puntos sobre el 14,5% de 2023 (5,2%, el valor más bajo de la serie de datos GEM).

Dentro de este contexto, la motivación más frecuentemente citada para emprender, tradicionalmente la ausencia de otras alternativas laborales, ahora pasa a ocupar el segundo lugar, aunque por un estrecho margen respecto a la opción de marcar una diferencia en la sociedad (45,5% frente a 45,9% entre las personas involucradas en actividades emprendedoras). Se ha detectado un descenso progresivo de este tipo de motivación en los últimos años; 3,3 puntos respecto a 2023 y 26,9 puntos respecto a 2022 (cuando ascendía a un 72,4%).

Por otra parte, un 7,1% de la población adulta en la Comunidad Valenciana fue identificada como perteneciente al empresariado consolidado (más de 3,5 años en el mercado). Esto significa un incremento de 0,2 puntos respecto al registro 2023, año en que ya había superado en un punto al de 2022, manteniendo así valores no registrados desde antes de 2014.

Finalmente, el porcentaje de población que, en 2024, afirma haber abandonado una actividad se mantiene en un 2,8%, apenas 0,2 puntos más que en 2023. De estos negocios, unos 4 de cada 10 han continuado bajo nueva dirección, lo que sitúa la tasa real de cierres en un 1,6%.

Perfil socio-económico de las personas emprendedoras

Los datos de 2024 revelan que el perfil promedio entre las personas involucradas en actividades empresariales, con menos de 42 meses en el mercado (TEA), corresponde a un hombre en el 52,4% de los casos, con una edad promedio 42,4 años. Asimismo, en el 40,3% de los casos cuenta con estudios de educación secundaria, mientras que un 32,9% posee formación superior. Destaca también que un 87,7% dispone de alguna variedad de formación específica para emprender.

Características de las actividades emprendedoras

Analizando la actividad emprendedora incipiente (iniciativas con menos de 42 meses de operatividad), el 83,5% se concentra en el sector servicios, desglosado en un 52,5% en servicios al consumo y un 31% en servicios a empresas, lo que subraya la terciarización del emprendimiento en la Comunidad Valenciana.

En relación a la estructura de propiedad, en 2024, un 79,4% de los emprendimientos incipientes cuentan con una única persona como propietaria del negocio, es decir, se trata de iniciativas emprendidas en solitario. Este dato representa un incremento de casi 20 puntos respecto a 2023, y constituye el porcentaje más elevado registrado en la serie histórica.

En cuanto a la dimensión del empleo generado por las iniciativas con hasta 42 meses de operativa en 2024, en la Comunidad Valenciana sigue predominando la presencia de proyectos que generan hasta un máximo de cinco empleos, representando un 93% del total. Además, este dato incluye un 50,9% de iniciativas que no generan empleo adicional más allá del de la persona propietaria, lo que supone un aumento de 1,8 puntos sobre 2023, y 8,9 puntos más que en 2022.

La orientación exportadora de las actividades emprendedoras en fase incipiente en 2024 indica que un 16,9% de las iniciativas con menos de 42 meses en el mercado están exportando más del 25% de sus ventas, y en particular, el 8,5% exporta más del 75%. Por otro lado, un 72,5% de estas iniciativas declara no realizar exportaciones.

Respecto a la orientación innovadora de las iniciativas, un 8,5% se identifica dentro de sectores de media o alta tecnología. Adicionalmente, un 53,1%

afirma haber implementado innovaciones en producto o servicio en el último año, y un 53,8% ha realizado mejoras en procesos o tecnologías.

En el ámbito de la adopción de tecnologías digitales, las iniciativas con hasta 42 meses en el mercado demuestran una clara conciencia sobre la importancia de los recursos digitales para su estrategia y como elemento de marketing. Por ejemplo, un 50,8% disponen de una página para el comercio electrónico, y aproximadamente una de cada cuatro reconoce como muy relevante el papel de la inteligencia artificial, tanto en el momento actual como también en un horizonte a tres años vista. Destaca también que casi dos terceras partes (63,3%) contemplan la expectativa de ampliar la intensidad de uso de tecnologías digitales en el futuro.

En cuanto a la sostenibilidad de las iniciativas incipientes, un 31,5% afirma priorizar en sus estrategias, el impacto social y/o medioambiental que la actividad de sus negocios pueda generar. A nivel operativo, un 50% reconoce haber desarrollado acciones específicas para minimizar o reducir el impacto medioambiental de sus iniciativas, un 47,1% implementa acciones relacionadas con el impacto social, y un 56,6%, lleva a cabo actividades vinculadas con la reducción del impacto medioambiental.

Sobre las necesidades financieras, específicamente de las iniciativas nacientes en 2024 (aquellas en sus primeros 3 meses de actividad), la dispersión de las respuestas recabadas impide concluir con total seguridad sobre la evolución desde la situación detectada en 2023. No obstante, sí se puede afirmar que la mitad de los emprendimientos nacientes declaran unas necesidades de capital semilla de hasta 14.000 €, una cifra superior a los 11.400 € de 2022 y los 10.000 € de 2021.

Estas necesidades de capital semilla para la puesta en marcha son cubiertas en gran medida (74,4%) por los ahorros personales de los emprendedores, mientras que un 7,6% proviene de aportaciones de familiares y amistades. El recurso a bancos e instituciones financieras continúa la tendencia de reducción de años anteriores, representando ahora un 10,5% del total de la financiación. Además, los conocidos como business angels suponen el 3,2%, el 2,1% procede de subvenciones o ayudas públicas, y el crowdfunding se reduce a un 1%.

En relación a la figura del inversor informal, se identifica su presencia en un 3,6% de la población, siendo las aportaciones más frecuentes distribuidas de forma variada, aunque sin alcanzar valore de 10.000 € que eran habituales en años anteriores.

Condiciones de entorno

Complementando la información obtenida a través de la encuesta a la población adulta, un panel experto, compuesto por personas emprendedoras y agentes de diversos ámbitos del ecosistema, evalúa anualmente el contexto general en el que se desarrolla la actividad emprendedora. En 2024, el juicio emitido sobre las condiciones de entorno revela una estructura que, en gran medida, se alinea con la de años previos, si bien se aprecian descensos moderados en algunas de las valoraciones.

Así, al analizar los distintos factores, el grupo experto percibe como positivas (con una valoración superior a 5 en una escala de 10), y de forma consistente con la edición de 2023, las condiciones relativas al acceso a la infraestructura física, la existencia de programas públicos de apoyo, la disponibilidad de infraestructura comercial y profesional, y la orientación emprendedora en la educación superior. Además, la valoración del emprendimiento desde las normas socio-culturales de la región se juzga como muy próxima a la adecuación, con una puntuación de 4,6.

En el rango entre 4,5 y 4, se identifican como condiciones que requieren mejora la dinámica y apertura de los mercados, los aspectos fiscales y burocráticos de las políticas públicas, y el estado de la transferencia de I+D.

Por debajo de estas valoraciones, y por tanto con una percepción más crítica, se sitúan las condiciones asociadas a la financiación, tanto en lo relativo a la facilidad para obtenerla como, de manera especial, en su suficiencia, así como la orientación de las políticas de apoyo hacia el emprendimiento.

Finalmente, y de forma reiterada en informes anteriores, se considera la condición más desfavorable con una diferencia notable, aquella referida a la orientación al emprendimiento en la educación primaria y secundaria en la Comunidad Valenciana, lo que exige una actuación prioritaria.

Después de dos años consecutivos (2019 y 2020) en los que el grupo experto incrementó sus valoraciones medias sobre las condiciones del entorno, y otros tres años (2021 hasta 2023) en los que la valoración se mantuvo similar a la de 2020, en 2024 se observa que, en conjunto, el panel de expertos ha manifestado un cierto conservadurismo o prudencia en su valoración global sobre el entorno específico para emprender. Esto ha conllevado un ligero empeoramiento en algunas de las condiciones, lo que se refleja también en el Índice del Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI). Este índice, que representa el promedio de los trece indicadores valorados por el grupo

experto, y que se había mantenido en 4,7 sobre 10 en 2022 y 2023, pasa a ser de 4,5 en 2024. A pesar de este ajuste, la Comunidad Valenciana continúa en mejor posición que la media de España (4,3).

CAPITULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN

1.1 Introducción

El desarrollo del espíritu emprendedor en un territorio está influido por una amplia variedad de factores que afectan tanto a las personas como al lanzamiento de nuevas empresas. Junto a elementos más tangibles como la experiencia profesional, la situación laboral o el nivel de formación, intervienen también otros aspectos de carácter más subjetivo como los valores personales, las percepciones y las actitudes hacia el emprendimiento.

Estos factores, aunque no siempre visibles, condicionan el comportamiento emprendedor de forma notable. Su influencia puede resultar decisiva, ya que facilitan o dificultan tanto la intención como la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales. Desde el punto de vista del análisis social y económico del emprendimiento, resulta clave su observación y seguimiento en el tiempo.

En este capítulo se analizan dichos valores, percepciones y actitudes de la población adulta de la Comunidad Valenciana. Se presentan resultados tanto para la población general como para los colectivos involucrados en actividades emprendedoras. Las variables consideradas son: la percepción de buenas oportunidades para emprender en el corto plazo, la autopercepción de contar con habilidades y conocimientos suficientes, la disponibilidad de referentes emprendedores en el entorno cercano, y el miedo al fracaso como posible freno a la acción emprendedora.

1.2 Percepción de oportunidades

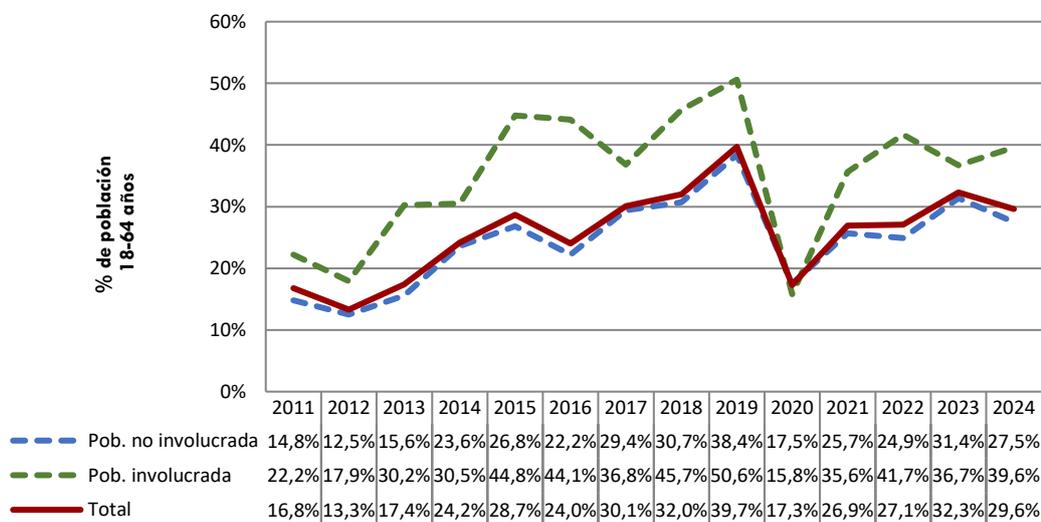
La identificación de una oportunidad de negocio, ya sea encontrada de forma reactiva ante una situación complicada o detectada proactivamente, es uno de los elementos centrales del proceso emprendedor, y junto a la motivación personal, que será abordada en otro apartado, forma parte importante en la activación del comportamiento emprendedor.

Según los datos de la encuesta APS del proyecto GEM, en el tercer trimestre del año 2024, casi una tercera parte (29,6%) de la población adulta de la Comunidad Valenciana considera que existen buenas oportunidades para emprender en los seis meses siguientes. Este dato supone un ligero retroceso respecto al año anterior, y sitúa el indicador aún por debajo del máximo alcanzado en 2019 (39,7%). Aun así, y con todo, se puede decir que mantiene la línea de recuperación iniciada tras la caída producida en 2020 (17,3%) por el impacto de la pandemia.

Al desagregar los datos según la implicación en el proceso emprendedor, se observan diferencias relevantes entre la población en función de su involucración o no en el proceso emprendedor. Entre el colectivo emprendedor, la percepción de oportunidades alcanza el 39,6%, lo que supone casi tres puntos de incremento respecto al año anterior, mientras que es en la población no involucrada, con un 27,5%, donde se produce una caída de casi cuatro puntos tras los incrementos de los últimos años, que afecta al dato global en su retroceso. Esta diferencia entre colectivos en función de su implicación emprendedora o no, se viene dando a lo largo del tiempo (con la excepción del dato 2020) y refleja que quienes ya están emprendiendo tienden a ver el entorno con mayor apertura u optimismo.

Por tanto, aunque la percepción de oportunidad ha retrocedido levemente en términos generales, su persistencia por encima del 25% en la población no implicada y cercana al 40% entre quienes sí lo están, sugiere que sigue existiendo un suelo de confianza emprendedora relevante en la región. Además, teniendo en cuenta que el dato es el tercero mejor de todo el período analizado, en un contexto de incertidumbre económica y geopolítica nacional e internacional como es el de los últimos tiempos, este dato puede interpretarse como un indicador de resiliencia del ecosistema emprendedor valenciano y de confianza emprendedora por parte de las personas protagonistas y agentes del proceso emprendedor.

Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).



1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

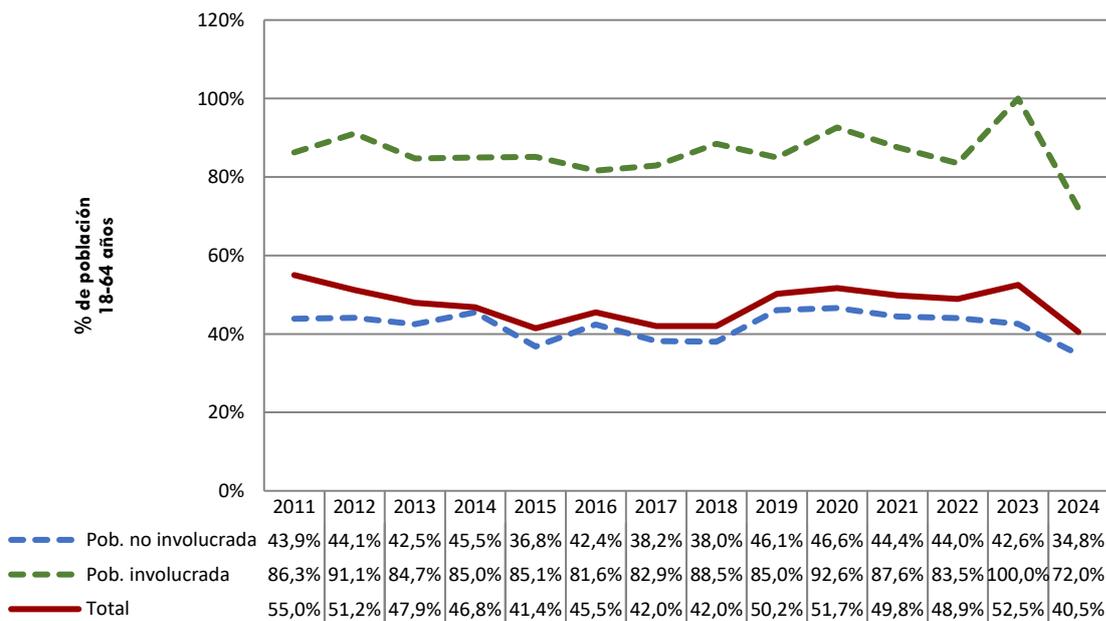
Más allá de identificar oportunidades de negocio, un factor crucial en el proceso emprendedor es la convicción personal de poder materializar la idea. Esta percepción, comúnmente denominada "autoeficacia percibida", alude a la creencia subjetiva de poseer las destrezas, el saber y la experiencia indispensable para lanzar un proyecto empresarial.

Se trata de un componente intrínseco a cada individuo, que trasciende el nivel educativo o la formación especializada. Es la propia valoración y confianza en las capacidades y conocimientos, y ejerce una influencia determinante en el despliegue de actitudes emprendedoras. Esta percepción se entrelaza directamente con la sensación de que es factible y viable concretar la creación de una empresa.

La estrecha relación entre la autoeficacia percibida y el comportamiento emprendedor se evidencia de manera consistente a lo largo de todo el período de análisis (figura 6). Al comparar esta percepción con otras examinadas en este capítulo, resalta como la que exhibe la mayor disparidad entre el grupo emprendedor y el no emprendedor. Generalmente, los

porcentajes para el primer grupo casi duplican a los del segundo, manteniendo una notable estabilidad, sin importar las fluctuaciones del entorno económico o el contexto emprendedor.

Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).



Sin embargo, los datos recopilados en 2024 muestran un descenso. En este año, el porcentaje global de quienes creen contar con los conocimientos y habilidades necesarios para afrontar la creación de un proyecto empresarial se sitúa en un 40,5%. Esto representa una disminución de 12 puntos respecto al dato anterior, ubicándose incluso por debajo de los mínimos registrados en 2017 y 2018.

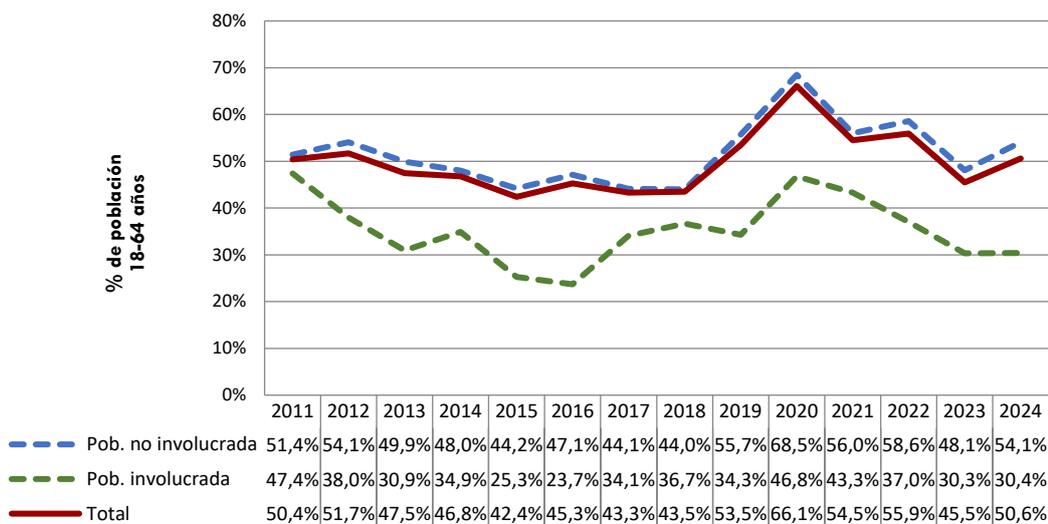
Al analizar los datos por segmentos de población, específicamente, la población involucrada en el proceso emprendedor experimenta un descenso de 28 puntos, situándose en un 72% las personas que sienten contar con una autoeficacia positiva. Esto contrasta con el repunte observado en 2023, donde los datos APS (Actividad Emprendedora Temprana) indicaron un 100% tanto en la Comunidad Valenciana como en España. Por otro lado, entre la población no involucrada, el descenso es de casi ocho puntos, siendo un 34,8% quienes cuentan con esta percepción. De este modo, la presencia de

autoeficacia en la población sigue siendo de algo más del doble entre personas emprendedoras que entre quienes no se implican en el proceso.

1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

Todo proyecto emprendedor conlleva un grado inherente de incertidumbre, lo que inevitablemente genera riesgos. En el contexto del emprendimiento, la aversión al riesgo de la población, que puede actuar como una barrera, se conceptualiza en el GEM como temor al fracaso.

Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).



Analizando la evolución reciente de este indicador, tras el notable aumento en 2020 a causa de la pandemia (cuando dos tercios de la población general manifestaban miedo al fracaso), los datos de 2021 y 2022 (alrededor del 55% en ambos años) mostraron un retorno a niveles de percepción similares a los de 2019. Esto ocurrió a pesar de un entorno económico marcado por incrementos de costes y precios, y niveles de incertidumbre que complicaban las previsiones, incluso a corto plazo. En esta misma línea, el registro de 2023 supuso una mejora de más de 10 puntos, con el miedo al fracaso

descendiendo a un 45,5%. Este dato rememoró una situación ya observada en la fase de recuperación de otra crisis, la de 2008-2013, lo que sugiere una cierta euforia a corto plazo cuando se supera de forma definitiva una situación especialmente grave. De este modo, aunque el dato de 2024 (50,6%) implica un aumento en el peso del miedo al fracaso como barrera emprendedora, parece más bien un retorno a percepciones más realistas y acordes con el histórico. En cualquier caso, se mantiene por debajo de los niveles registrados en el período 2019-2022. Así, este valor, aunque elevado, se sitúa dentro de los márgenes observados en años anteriores, y su evolución sugiere una cierta normalización de este miedo como parte intrínseca del contexto cultural ligado al emprendimiento.

Las diferencias entre los grupos de personas implicadas y no implicadas en el emprendimiento son, una vez más, muy pronunciadas. Mientras que un 30,4% de las personas que están emprendiendo reconocen sentir este miedo, el porcentaje asciende hasta un 54,1% entre la población no involucrada. Esto significa que la población implicada ha mantenido prácticamente el dato de 2023, mientras que es en el grupo ajeno al proceso donde el miedo al fracaso ha aumentado su papel como barrera en seis puntos, afectando al dato global. Esta distancia ampliada reafirma la idea de que la exposición real al emprendimiento no solo fortalece la autoconfianza, sino que también atenúa la percepción del fracaso como impedimento.

Por tanto, la gestión emocional del riesgo emerge como un componente clave para impulsar el emprendimiento. Disminuir la influencia del miedo al fracaso a través de la formación, el acompañamiento o la visibilización de casos de éxito reales puede contribuir significativamente a reducir esta barrera subjetiva y fomentar una cultura emprendedora más dinámica.

1.5 Disponibilidad de red social emprendedora

Contar con ejemplos cercanos de emprendimiento reciente es un factor que incide positivamente en la disposición a emprender. La red social emprendedora no solo actúa como referente, sino que facilita la transmisión informal de conocimientos, experiencias y actitudes que refuerzan la confianza personal y el aprendizaje vicario o a través de la observación.

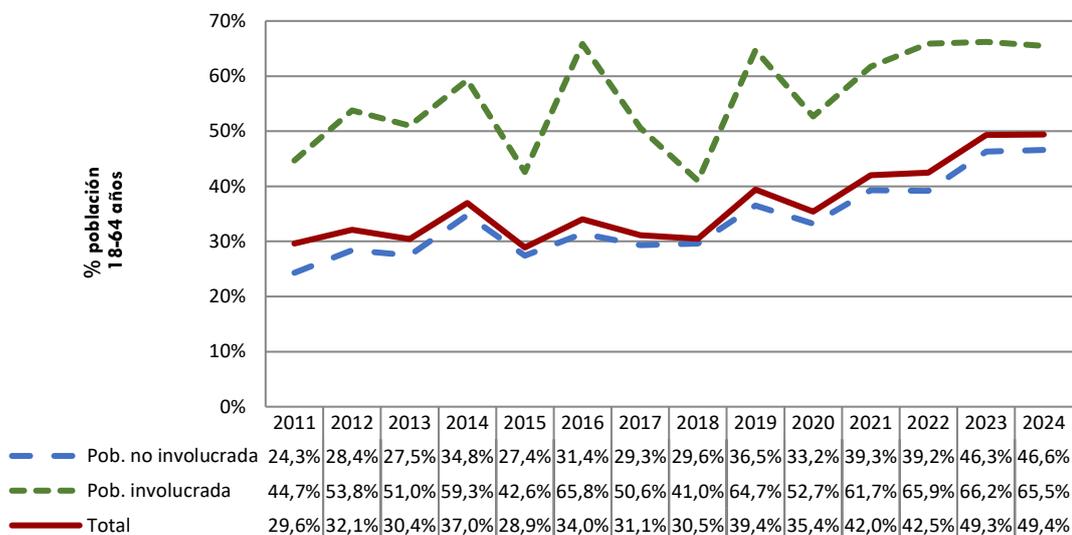
Así, además de factores como la identificación de oportunidades, la confianza en las propias capacidades o el grado de aversión al riesgo, el

capital social con el que se cuenta puede convertirse en un elemento clave para involucrarse en comportamientos emprendedores.

La información recopilada para 2024 en la Comunidad Valenciana confirma la tendencia observada en los últimos tres informes. Tras el descenso de 2020, asociado a la irrupción de la crisis sanitaria, y la posterior recuperación en 2021, su afianzamiento en 2022 y su incremento en 2023, los datos de 2024 (figura 8) se mantienen prácticamente estables respecto al año anterior.

A nivel agregado, un 49,4% de la población afirma tener personas emprendedoras en su círculo social cercano, lo que representa un ligero incremento de 0,1 puntos sobre los datos de 2023 y acumula ya 14 puntos de crecimiento desde 2020. Este indicador consolida la recuperación iniciada tras la pandemia y sitúa el capital social emprendedor en valores similares a los observados en años de mayor dinamismo.

Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).



El dato varía significativamente según el colectivo, de manera similar a como se ha manifestado este hecho en las percepciones analizadas hasta ahora. Así, mientras que entre las personas involucradas en el proceso emprendedor se observa un ligero descenso de 0,7 puntos, entre las personas ajenas al proceso, el dato crece en 0,3 puntos. En cualquier caso, la población

involucrada muestra una diferencia de 18,9 puntos sobre la que no lo está (65,5% frente a 46,6%), lo que subraya un mayor contacto, red y exposición a experiencias emprendedoras asociado a la decisión de emprender. Esta diferencia muestra la lógica de cómo el contacto directo con otros emprendedores es más habitual entre quienes ya forman parte del ecosistema, pero también evidencia que la exposición a referentes emprendedores está creciendo en la población general.

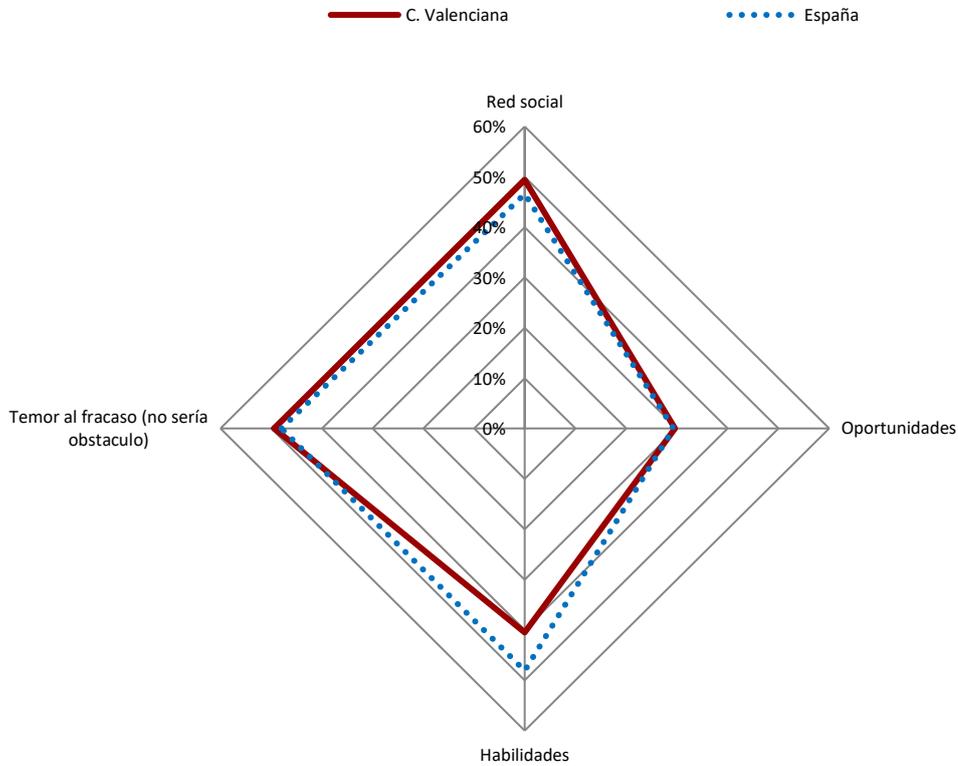
Por tanto, el refuerzo del capital social se presenta como un elemento estratégico para las políticas públicas. Facilitar entornos donde se promueva el contacto, el intercambio de experiencias y la visibilidad de casos reales de emprendimiento puede estimular comportamientos emprendedores en amplios sectores de la sociedad, disminuyendo barreras y fomentando una cultura más activa.

1.6 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

Para concluir este capítulo, la figura 9 presenta una comparativa de los valores, percepciones y actitudes de la población adulta en la Comunidad Valenciana, contrastándolos con los promedios de España.

En términos generales, aunque se observa una clara similitud, la Comunidad Valenciana muestra valores ligeramente superiores en todas las variables analizadas, con la excepción de la percepción de contar con las habilidades, conocimientos y experiencia o reconocimiento de autoeficacia.

Figura 9. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.



Así mismo, las figuras 10 a 13 recogen el posicionamiento de la Comunidad Valenciana frente al resto de comunidades autónomas en los ítems analizados¹.

¹ Los datos precisos de cada comunidad autónoma pueden consultarse en los informes regionales que elaboran los equipos GEM en <https://www.observatoriodelemprendimiento.es>

CAPITULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

En GEM se considera que el proceso de puesta en marcha y desarrollo de una actividad emprendedora conlleva el paso por una serie de etapas o fases, que vienen recogidas de forma esquemática en la figura 14.

Estas etapas se definen operativamente del siguiente modo:

- (1) actividad emprendedora o TEA (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas² cuya operatividad, medida por el pago de salarios de cualquier tipo, no supera los 42 meses³); y desglosada a su vez, en actividad naciente (hasta 3 meses) y nueva (entre 3 y 42 meses);
- (2) actividad empresarial consolidada (cuando la actividad supera los 42 meses);
- (3) cierres y ceses, producidos en el período de los doce meses anteriores a la realización de la encuesta, relativos tanto a la fase de TEA como a la consolidada, y
- (4) emprendimiento potencial (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, medido como porcentaje sobre la población adulta).

² Se entiende por implicados en iniciativas, tanto a los individuos involucrados en el proceso de creación y desarrollo de empresas que poseen parte del capital, como al autoempleo.

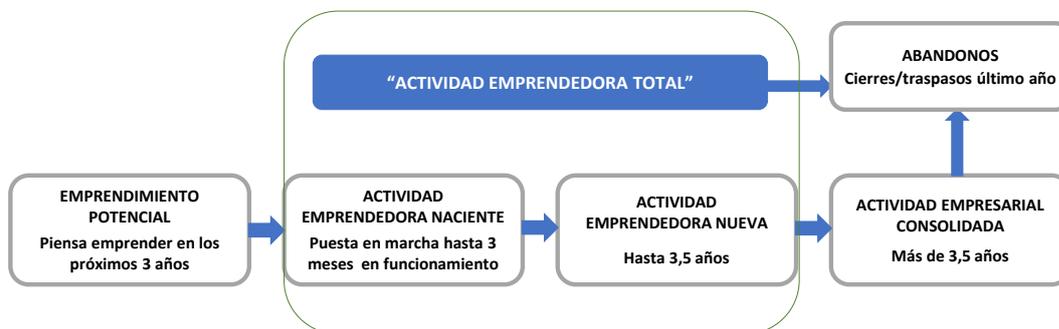
³ A efectos operativos, en todos los casos y etapas se miden los meses durante los cuales se llevan pagando salarios.

2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor

Conforme al proceso antes indicado de puesta en marcha y desarrollo de una iniciativa de negocio, las etapas del proceso emprendedor comienzan con la “intención emprendedora”, medida en GEM a través de las personas consideradas como “emprendedoras potenciales”. A continuación, se avanza a una fase de actividad emprendedora inicial o temprana, vinculada con la puesta en marcha, y que se denomina “actividad naciente”. Posteriormente, el proceso transita por la etapa de “actividad nueva”, y culminaría finalmente se llegaría en la etapa de “actividad consolidada”. GEM combina específicamente las fases de “actividad naciente” y “actividad nueva” para construir el indicador TEA (Total Early-stage Entrepreneurial Activity), que es la métrica utilizada para evaluar o medir la actividad emprendedora de una región.

La figura 14 muestra una perspectiva general de las etapas del proceso emprendedor consideradas.

Figura 14. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.

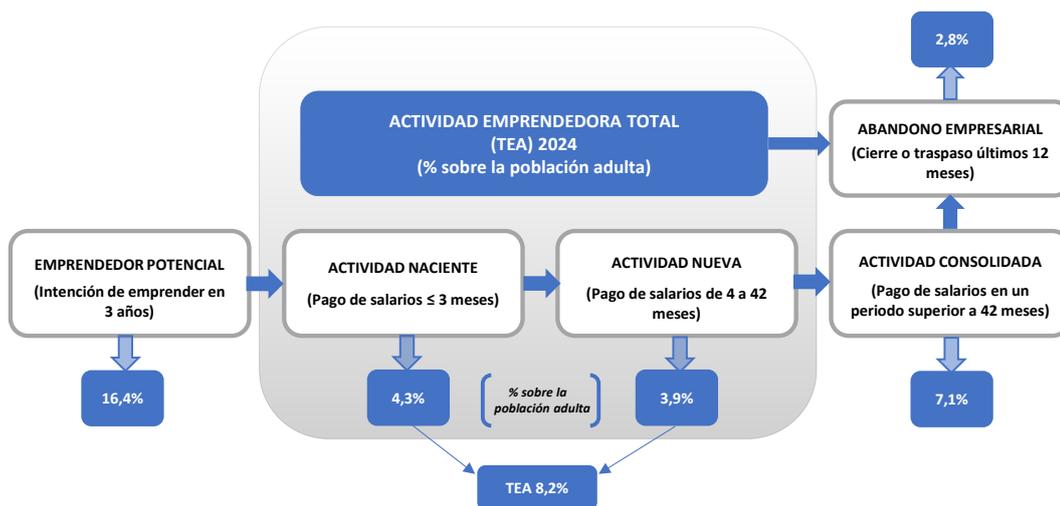


GEM recopila datos sobre los componentes de este proceso emprendedor en un momento específico del tiempo, mediante el cálculo de los porcentajes de población adulta que se encuentran participando en cada etapa de dicho proceso.

La figura 15 presenta los resultados de los indicadores del proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana durante 2024, detallando los porcentajes de la población que se encuentra en cada una de sus fases. La

evolución en los porcentajes de personas involucradas en cada etapa, respecto a 2023, será abordada en secciones posteriores de este capítulo.

Figura 15. Tasas de involucración 2024 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



La Tasa de Actividad Emprendedora Total TEA (tasa de emprendimiento reciente o incipiente), es tradicionalmente considerada como el indicador principal en la metodología GEM. De acuerdo con los datos de 2024, esta tasa se situó en un 8,2%. Esto significa que, entre mayo y julio de 2024, algo más de ocho de cada 100 personas en la Comunidad Valenciana, en el rango de edad de 18 a 64 años, estaban activamente involucradas en la fase central del proceso emprendedor, es decir, en iniciativas empresariales con hasta 42 meses de funcionamiento.

Como se ha señalado previamente, la composición de este índice permite diferenciar dos grupos de personas según su nivel de avance en el proceso emprendedor. De esta TEA del 8,2%, más de la mitad de las personas -específicamente un 4,3% de la población adulta- se encontraba desarrollando una "actividad naciente". Esto implica que estaban en las etapas iniciales de puesta en marcha de su iniciativa, dentro de los primeros tres meses de actividad. El resto, un 3,9%, se hallaba involucrada en una "actividad nueva", lo que significa que ya habían superado la fase naciente y llevaban entre 3 y 42 meses de operatividad, buscando posicionarse en el mercado.

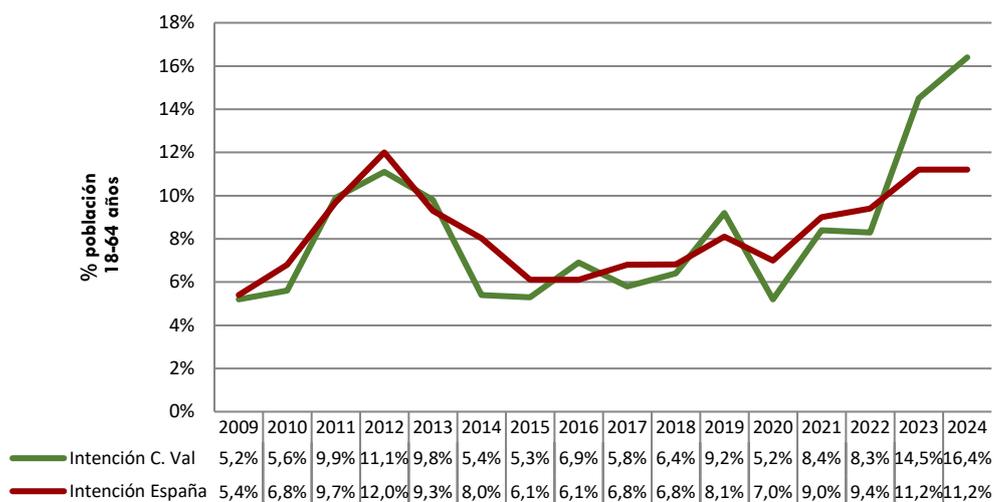
Además de este indicador central, GEM nos permite analizar las etapas que anteceden y suceden a la fase TEA. La encuesta GEM de 2024 identifica que un 16,4% de la población adulta en la Comunidad Valenciana se encuentra en la fase previa, denominada emprendimiento potencial. Aquí se agrupan las personas en una etapa embrionaria, donde desarrollan la intención de poner en marcha un negocio. Por otro lado, en el extremo opuesto del proceso, se sitúa el colectivo de quienes han logrado consolidar sus iniciativas, es decir, aquellas con más de 42 meses de operatividad. Este grupo alcanza un 7,1% de la población adulta.

La figura 15 también muestra el porcentaje de quienes han abandonado una actividad empresarial, que se sitúa en un 2,8%. Es relevante mencionar que una fracción de este porcentaje no representa cierres definitivos, un aspecto que se abordará con mayor detalle posteriormente.

2.3 Evolución de la intención emprendedora

La intención emprendedora, en tanto que supone una declaración de propósito a medio plazo, es una conducta especialmente afectada en períodos de alta incertidumbre y volatilidad, como viene manifestándose tradicionalmente en el correspondiente indicador elaborado al respecto.

Figura 16. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).



Históricamente, la trayectoria de este indicador ha sido moldeada por la volatilidad y la incertidumbre generadas tanto por la crisis económica de 2008 y los altos niveles de desempleo que la acompañaron, como por su posterior recuperación. De igual modo, la crisis ligada a la COVID-19 y sus consecuencias impactaron este indicador, tanto en su inicio en 2020 como en la aparente mejoría observada en 2021.

Como se ilustra en la figura 16, la tasa de intencionalidad emprendedora experimentó un incremento con el inicio y la profundización de la crisis económica, siendo especialmente notable entre los años 2011 y 2012. Este aumento puede vincularse directamente con la situación laboral y económica de la Comunidad Valenciana, registrándose precisamente en 2012 la tasa más alta del histórico de datos. En este sentido, y con las lógicas diferencias regionales, la evolución general fue muy similar a la observada en el conjunto de España.

A partir de 2012, la tasa experimentó una reducción, alcanzando en 2015 valores equivalentes a los de 2009, y con altibajos posteriores. En 2019, sin embargo, se registró un nuevo y fuerte incremento de casi tres puntos, elevando el porcentaje hasta un 9,2%.

Posteriormente, el dato de 2020 reflejó la alta afección a la volatilidad e incertidumbre que caracteriza a este indicador en periodos de crisis, cayendo abruptamente hasta un 5,2%. No obstante, mostró una recuperación en 2021, ascendiendo a un 8,4%. En 2022, el porcentaje de personas que manifestaron su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista se mantuvo prácticamente estable en un 8,3%. Así, a pesar del cambio sustancial en las condiciones económicas, el inicio de la guerra de Ucrania y la incertidumbre internacional, la intencionalidad emprendedora en la Comunidad Valenciana se mantuvo por encima del 8%.

Ya en 2023, el registro de intenciones emprendedoras experimentó un notable incremento, alcanzando un 14,5% de la población adulta. Esto supuso un aumento de 6,2 puntos porcentuales sobre el dato de 2022, convirtiéndose en el valor más elevado desde que existen registros en la Comunidad Valenciana y superando, además, el dato promedio de España.

Si bien hablábamos entonces de prudencia en cuanto a su interpretación, lo cierto es que los datos 2024 han afianzado el registro, de modo que un incremento registrado de 1,9 puntos, llevan la intencionalidad emprendedora en la Comunidad Valenciana a un 16,4% de la población adulta manifestando su intención de emprender a tres años vista, lo que lo convierte

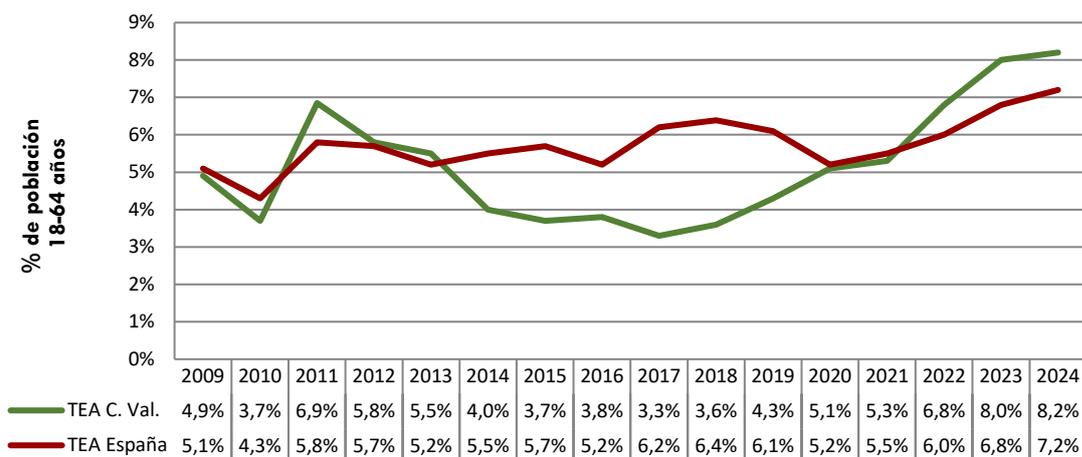
en el dato más elevado de la serie histórica. Y si bien la mera lectura de este valor resulta llamativa, debemos insistir en la cautela a la hora de su interpretación, en el sentido de no poder asegurar con total certeza que se pueda estar produciendo una transformación de la valoración del emprendimiento como opción de carrera a futuro. Por otro lado, respecto al dato conjunto de España, se repite el porcentaje recogido en el anterior informe, de modo que la brecha entre los indicadores valenciano y español se amplía a 5,2 puntos.

2.4 Evolución de la actividad emprendedora incipiente

El indicador TEA, asociado a la actividad emprendedora incipiente, situada en la etapa central del proceso emprendedor de la figura 15, recoge el porcentaje de población entre 18 y 64 años involucrada en actividades de hasta 42 meses de operatividad. En 2024, este dato ha ascendido a un 8,2%, marcando el valor más elevado desde que se tienen registros en la Comunidad Valenciana. Este incremento de 0,2 puntos sobre el dato anterior refuerza su posición.

La trayectoria de esta tasa a lo largo del tiempo se detalla en la figura 17, la cual presenta la serie histórica de datos de esta ratio desde el año 2009.

Figura 17. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).



Se observa que, tras alcanzar un mínimo en 2010 y experimentar un fuerte repunte en 2011, esta magnitud registró datos en descenso hasta 2018. A partir de entonces, inició un ligero incremento de 0,3 puntos, seguido en 2019 por una nueva variación positiva de otros 0,7 puntos, tendencia que se mantuvo incluso en el contexto de la crisis inducida por la pandemia sanitaria, elevándose en 2020 hasta el 5,1% de la población.

Así, si bien los datos relativos al desarrollo de intenciones emprendedoras se vieron afectados por los efectos de la pandemia, como se analizó en el apartado anterior, este indicador de actividad emprendedora incipiente mostró un incremento. Esto no resulta sorprendente, dado que se trataba de iniciativas que ya estaban en marcha o que se habían puesto en funcionamiento en paralelo al inicio de la crisis sanitaria.

Posteriormente, el dato de 2021 (5,3%) supuso una continuación de esta tendencia al alza, que en 2022 se incrementó hasta el 6,8%, para elevarse a un 8% en 2023, y alcanzar el 8,2% en 2024. Esto consolida siete años consecutivos de tendencia positiva, periodo durante el cual el registro de población adulta involucrada en la puesta en marcha de nuevas iniciativas de negocio se ha incrementado sustancialmente en la Comunidad Valenciana.

No obstante, es crucial considerar la motivación detrás de estas iniciativas. Como viene sucediendo desde 2020, una gran parte de estos proyectos mantienen la necesidad de desarrollo profesional como factor principal de su origen y evolución (ver sección 2.7).

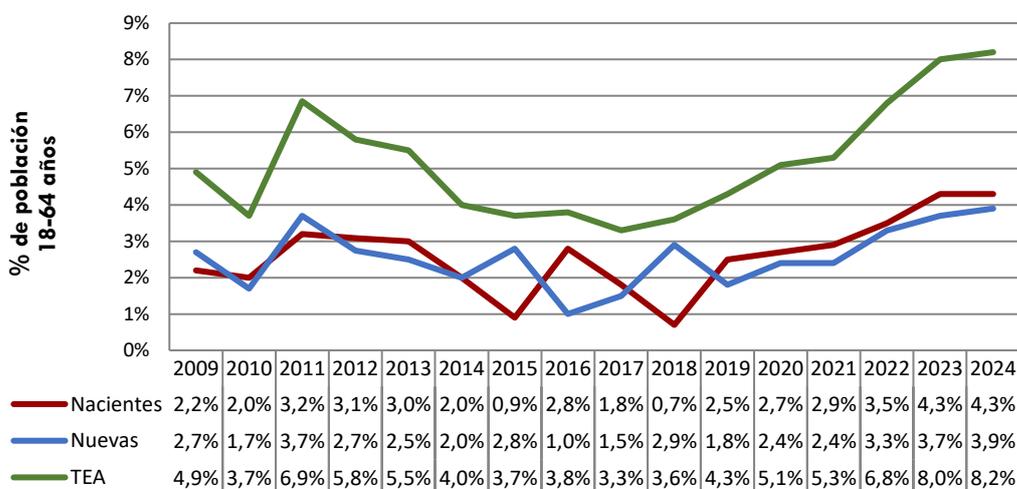
Respecto a la evolución comparativa con el conjunto de España, la figura 17 muestra que, durante el periodo analizado, se mantuvo un cierto paralelismo hasta 2014. A partir de entonces, comenzó a abrirse un diferencial entre ambos datos, que se fue incrementando progresivamente, llegando a una diferencia de 3 puntos en 2017, para luego cerrarse nuevamente en los siguientes tres años, hasta prácticamente igualarse en 2020.

A partir de 2022 la situación diverge. Si bien tanto España como la Comunidad Valenciana han visto incrementados sus registros de población involucrada en la actividad emprendedora, en la Comunidad Valenciana este aumento ha sido más pronunciado. En 2024, la diferencia sobre el dato promedio de España es de 1 punto.

Por su parte, la figura 18 ofrece una evolución desagregada de esta actividad emprendedora incipiente (TEA) en: (1) “actividades nacientes”, con hasta tres meses de operatividad; y (2) “actividades nuevas”, con entre 3 y

42 meses de operativa. Se observa que el leve ascenso registrado en 2024 proviene de las actividades nuevas, mientras que las nacientes mantienen su registro. Esto consolida la tendencia de los últimos seis años, que indica un mayor peso de las actividades nacientes frente a las nuevas dentro de la actividad emprendedora incipiente o TEA.

Figura 18. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).



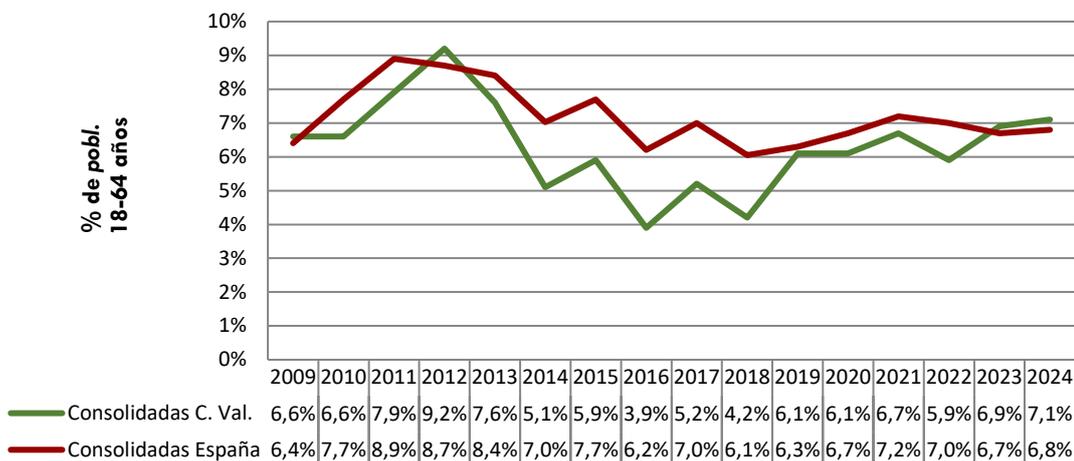
2.5 Evolución de la actividad consolidada

En la metodología GEM, la actividad consolidada hace referencia a aquellas iniciativas que logran superar las fases de actividad naciente y nueva, perdurando más de 42 meses en el mercado. Los datos de 2024 para la Comunidad Valenciana revelan que algo más de siete de cada 100 personas de su población adulta fueron identificadas como parte del emprendimiento consolidado. Esto representa un incremento de 0,2 puntos respecto al registro de 2023, un año que ya había mostrado un aumento de un punto sobre 2022.

En los informes de años recientes, veníamos señalando la necesidad de observar estos datos con prudencia. La situación derivada de la crisis sanitaria y la cantidad de negocios que recurrieron a diversas ayudas, como los sistemas de ERTes, sumado al esfuerzo propio de muchas empresas por reinventarse —reorientando no solo productos y servicios, procesos y

tecnologías, sino también sus modelos de negocio—, contribuyeron a que los datos de consolidación se mantuvieran estables durante 2020 y 2021. Posteriormente, la irrupción de la crisis provocada por la invasión de Ucrania, con sus efectos económicos, de costes e incertidumbre, junto a la retirada parcial de las ayudas de la pandemia, podrían haber influido en la reducción de esta tasa de empresas consolidadas en 2022. El dato de 2023, por otro lado, supuso un incremento en el recuento de iniciativas consolidadas, lo que pudo derivarse en cierta medida de los buenos datos de emprendimiento incipiente (menos de 36 meses de operativa) de años previos, iniciativas nacidas en el entorno de los últimos años de crecimiento de la TEA.

Figura 19. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).



En este sentido, el registro obtenido en 2024, que supera al de 2023 y representa el dato más alto desde 2013, parece indicar que la evolución positiva de la TEA en los últimos siete años está teniendo un efecto directo en los porcentajes de implicación en iniciativas consolidadas. Este hecho, sumado a los datos de intencionalidad emprendedora y actividad incipiente, sugiere proyecciones de futuro positivas, o al menos de estabilidad, en el ámbito de las actividades emprendedoras.

En cuanto a la comparativa territorial de estos datos, la tasa de consolidación ha mostrado una cierta similitud en sus caídas y repuntes respecto al dato nacional desde 2009. Sin embargo, a partir de 2013 (de forma análoga a lo ocurrido con la actividad TEA), el dato de la Comunidad Valenciana se situó por debajo del promedio nacional y la brecha se fue ampliando

progresivamente hasta alcanzar aproximadamente dos puntos, manteniéndose así hasta 2019. Posteriormente, a partir de la pandemia sanitaria, la diferencia se volvió a ampliar, para en 2023 situar a la Comunidad Valenciana 0,2 puntos por encima de la media nacional, una brecha que en 2024 asciende a 0,3 puntos.

2.6 Evolución de abandonos y cierres

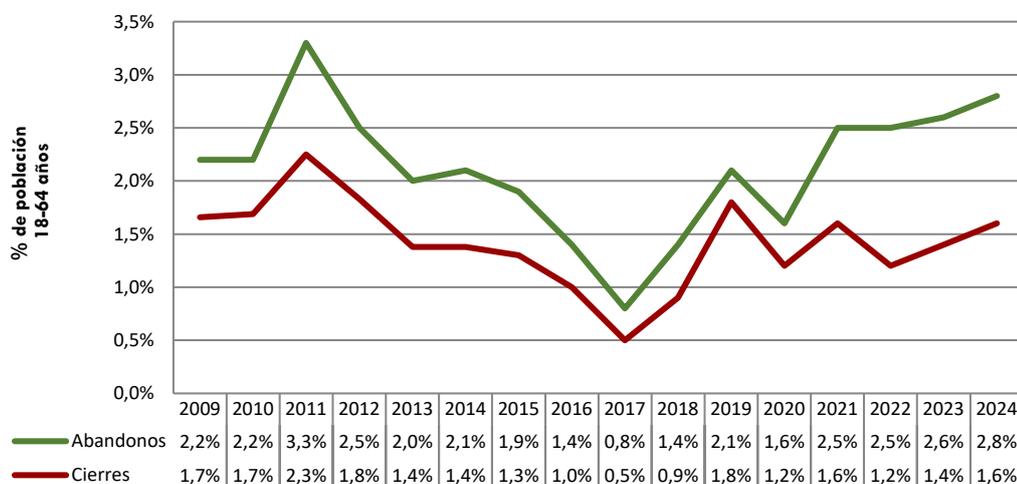
El estudio GEM investiga también el porcentaje de abandonos de actividad empresarial ocurridos durante los doce meses previos al momento de la encuesta. Esta cifra incluye tanto los cierres definitivos de negocios como las iniciativas que han sido traspasadas, y también explora las motivaciones detrás de estas decisiones.

En 2024, la encuesta realizada a la población adulta de la Comunidad Valenciana ha revelado que el 2,8% de las personas encuestadas afirma haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores (véase tabla 2). De este total, un 42,4% reconoce haber traspasado su negocio, lo que sitúa la tasa real de cierres definitivos en un 1,6%.

La evolución que se aprecia en la figura 20 ilustra, una vez más, la marcada influencia de los ciclos económicos y la incertidumbre asociada sobre la actividad emprendedora. Tanto la tasa de abandonos como la de cierres experimentaron un incremento notable como consecuencia de la crisis de 2008, alcanzando su punto álgido en 2011. A partir de ese año, descendieron paulatinamente hasta 2018, cuando se registró un repunte que continuó en 2019, seguido de un descenso en el dato de 2020 (siempre referido a abandonos y cierres acontecidos en los 12 meses anteriores a mayo-julio de dicho año).

Los efectos derivados de la pandemia se reflejaron en el dato de 2021, que ascendió a un 2,5% de las personas encuestadas que afirmaron haber cesado en su actividad, lo que constituyó el valor más alto del periodo analizado desde 2012. En 2022, el porcentaje se mantuvo en ese 2,5%, con un leve incremento de apenas 0,1 puntos porcentuales en 2023, y otros 0,2 puntos adicionales en 2024, para alcanzar el 2,8% actual registrado.

Figura 20. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).



Las motivaciones que conducen al cese de la actividad empresarial han experimentado variaciones notables, con una especial configuración en el presente año.

Al analizar los principales motivos de abandono para 2024, tal como se deduce en los datos, destaca que la falta de rentabilidad del negocio vuelve a posicionarse como la razón más significativa, afectando a un 22,5% de los casos. Este porcentaje, si bien es inferior a los picos observados en 2021 y 2022 (cuando rondaba el 40-44%), marca un repunte significativo en comparación con el 18,2% registrado en 2023. En segundo lugar, los problemas de financiación emergen con una relevancia creciente, siendo el motivo para el 16,2% de los abandonos, lo que subraya un desafío persistente para las iniciativas empresariales.

La aparición de una oportunidad de venta del negocio (13,7%) y la existencia de otro trabajo u oportunidad (13,6%) siguen siendo factores relevantes, aunque su peso ha disminuido respecto a 2023, cuando el "otro trabajo u oportunidad" fue la principal motivación (27,2%). Esto podría indicar un ligero reequilibrio en las dinámicas del mercado, donde las "salidas" por oportunidad conviven con las presiones económicas.

Otras causas significativas en 2024 incluyen los conflictos societarios, que explican un 13,0% de los abandonos. La carga de impuestos y burocracia se mantiene como un factor con un 7,1% de incidencia. Finalmente, motivos familiares o personales (3,8%) y la jubilación (3,4%) cierran el espectro de

las razones más comunes, mientras que un 6,7% de las personas no especifica el motivo.

La evolución general de estas motivaciones entre 2023 y 2024, y en perspectiva con años anteriores, sugiere un contexto donde las condiciones de mercado (rentabilidad, financiación) recuperan protagonismo como impulsores del abandono, en contraste con el periodo de 2023 donde las oportunidades externas tenían un peso mayor.

Tabla 2. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.

¿Ha abandonado una actividad de cualquier tipo incluyendo el autoempleo en los últimos 12 meses?	
Respuesta afirmativa: 2,8% de la población de 18 a 64 años	
Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otras personas?	
SI	NO (cierres efectivos)
42,4 %	57,6%
Tasa real de cierres efectivos: 1,6% de la población de 18 a 64 años	
<i>¿Cuál ha sido el principal motivo de abandono de la actividad?</i>	
El negocio no era rentable	22,5%
Problemas de financiación	16,2%
Oportunidad de venta	13,7%
Otro trabajo u oportunidad	13,6%
Conflicto societario	13,0%
Impuestos y burocracia	7,1%
Motivos familiares o personales	3,8%
Jubilación	3,4%
No sabe o no contesta	6,7%

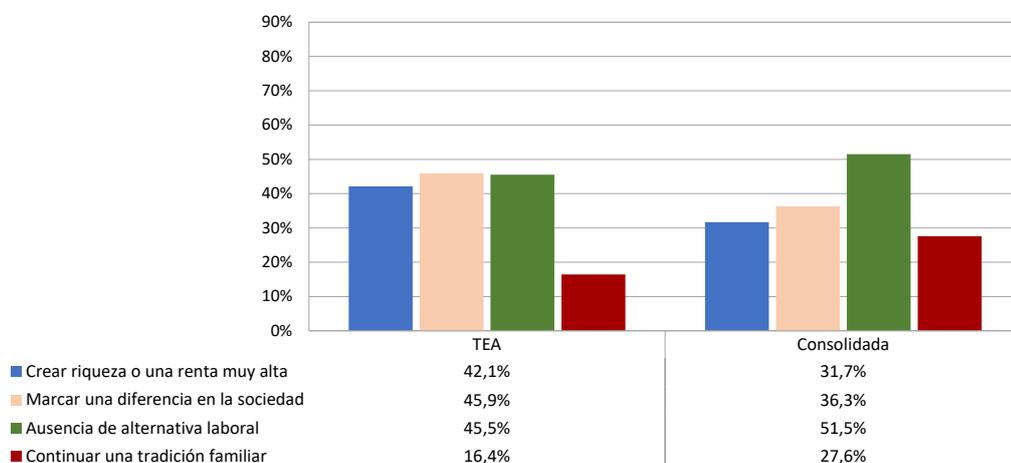
2.7 Motivación de las personas emprendedoras

Con el objetivo de comprender qué impulsa las iniciativas de negocio entre la población emprendedora, la encuesta GEM indaga sobre las motivaciones clave. Para ello, solicita a las personas involucradas en el proceso que valoren,

en una escala Likert del 1 (totalmente en desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo), en qué medida la creación de su negocio responde a las siguientes razones: (a) marcar una diferencia en la sociedad; (b) crear riqueza o una renta muy alta; (c) continuar una tradición familiar; y (d) la ausencia de otras alternativas laborales.

La figura 21, que presenta las respuestas obtenidas, muestra el porcentaje de quienes se han manifestado de acuerdo o totalmente de acuerdo con las motivaciones propuestas (puntuaciones de 4 y 5 en la escala).

Figura 21. Motivación emprendedora.



Al analizar la información para la **actividad emprendedora incipiente (TEA)** en 2024, los datos revelan un panorama de motivaciones que, si bien comparten similitudes con años anteriores, presentan algunas singularidades clave:

- **Marcar una diferencia en la sociedad:** esta motivación emerge como la más destacada, siendo respaldada por un 45,9% de las personas emprendedoras incipientes. Este porcentaje es significativamente superior al 26,8% registrado en 2023, y se acerca a los niveles de 2022 (43%) y 2021 (54,8%), señalando un resurgimiento del propósito social.
- **Ausencia de alternativa laboral:** tradicionalmente la más frecuente, esta motivación se sitúa en un segundo plano con un 45,5% en 2024. Aunque sigue siendo muy relevante, su porcentaje es inferior al 48,8% de 2023,

y notablemente menor que el 72,4% de 2022 y el 81% de 2021. La disminución del peso de la "motivación por necesidad" es un cambio sustancial y positivo, más si lo ponemos en conexión a la evolución al alza de la propia actividad emprendedora TEA.

- Crear riqueza o una renta muy alta: esta razón es compartida por un 42,1% de la población en TEA. Representa un incremento considerable respecto al 32,9% de 2023, y supera los valores de 2022 (38,9%) y 2021 (41,4%), lo que indica un renovado interés en la ambición económica.
- Continuar una tradición familiar: con un 16,4%, esta motivación mantiene una posición similar a la de 2023 (17,1%), y se mantiene dentro de los rangos históricos (17,3% en 2022 y 26,3% en 2021).

De este modo, la prelación de motivaciones en 2024 muestra un cambio relevante: "marcar una diferencia" y "ausencia de alternativa laboral" compiten por la primera posición, mientras que "crear riqueza" asciende significativamente. Esto sugiere que las personas emprendedoras en sus fases iniciales están impulsadas tanto por un propósito de impacto social como por la necesidad, pero también por una ambición de crecimiento económico más marcada que en el año anterior.

Por otro lado, entre quienes han superado la fase temprana y se encuentran en la **etapa de consolidación** (con más de 42 meses de actividad), las motivaciones en 2024 también presentan un perfil específico:

- Ausencia de alternativa laboral: a diferencia de la situación mostrada en la fase TEA, ésta sigue siendo la principal motivación entre las empresas consolidadas, alcanzando un 51,5%; si bien hay que decir que es menor que el 74,8% de 2023, el 70% de 2022 y el 66,1% de 2021, lo que sugiere que en la muestra recogida en 2024 ya se van incorporando empresas consolidadas cuyo germen de nacimiento en su momento fue más allá de la necesidad.
- Marcar una diferencia en la sociedad: esta motivación ocupa el segundo lugar destacado con un 36,3%, superando el 19,1% de 2023.
- Crear riqueza o una renta muy alta: Con un 31,7%, este motivo se mantiene relevante, aunque por debajo del "marcar una diferencia".

- Continuar una tradición familiar: esta razón es citada por un 27,6% de las empresas consolidadas, lo que indica su importancia en la sostenibilidad de negocios a largo plazo.

El análisis de las motivaciones en 2024 ofrece valiosa información para el diseño de políticas públicas. El repunte en "marcar una diferencia" y "crear riqueza" en la TEA sugiere que éstas deberían enfocarse no solo en la subsistencia, sino también en el fomento de un emprendimiento ambicioso y con impacto social.

Pese a ello, en todo caso, la persistencia de la "ausencia de alternativa laboral" como un motor significativo, especialmente en la actividad consolidada, indica la necesidad de seguir apoyando a las personas que emprenden por necesidad, asegurando que cuenten con herramientas para la supervivencia y el crecimiento a largo plazo.

Así, promover la profesionalización y la diversificación de motivaciones desde las fases iniciales podría ser clave para fortalecer el ecosistema emprendedor.

2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español

Para finalizar esta sección, las figuras 22 a 25 recogen el posicionamiento de la Comunidad Valencia frente al resto de comunidades autónomas en cada una de las fases del proceso emprendedor⁴.

⁴ Los datos precisos de cada comunidad autónoma pueden consultarse en los informes regionales que elaboran los equipos GEM en <https://www.observatoriodelemprendimiento.es>

Figura 22. Posicionamiento del emprendimiento potencial por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).

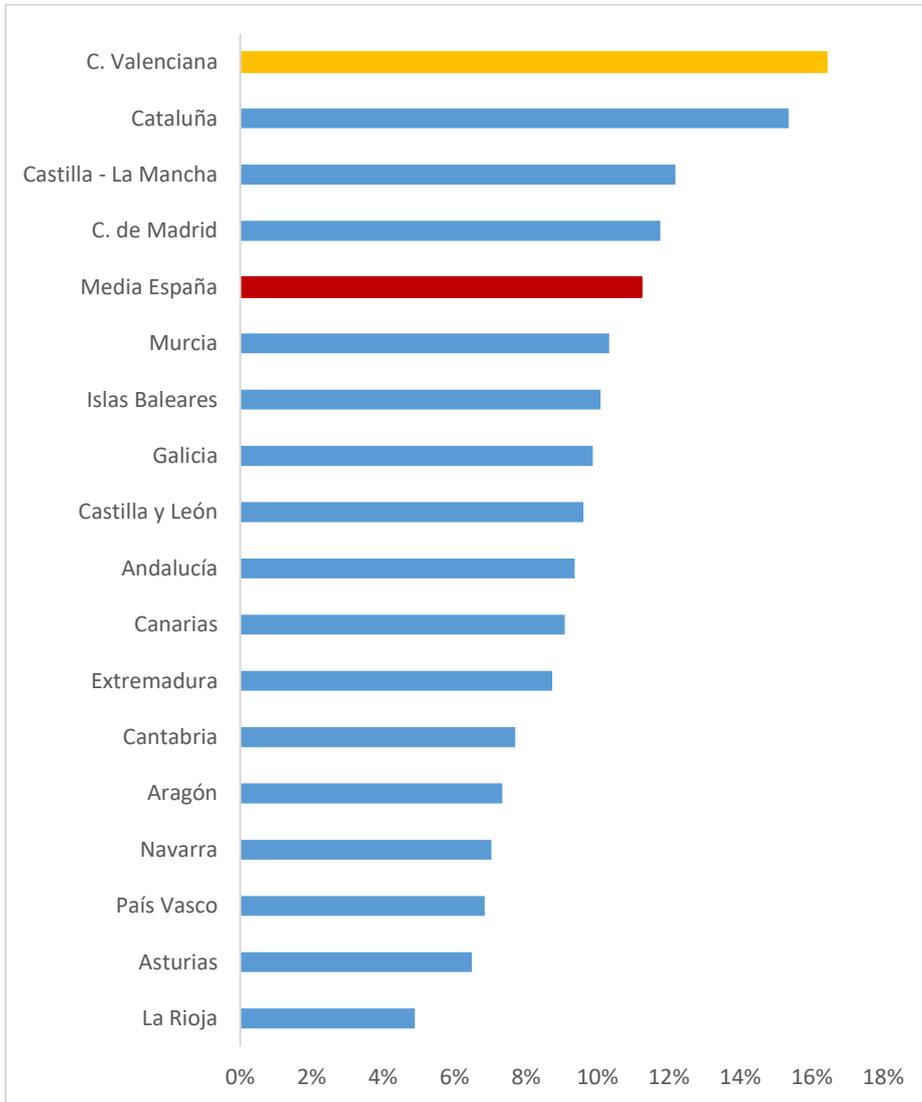


Figura 23. Posicionamiento del emprendimiento TEA por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).

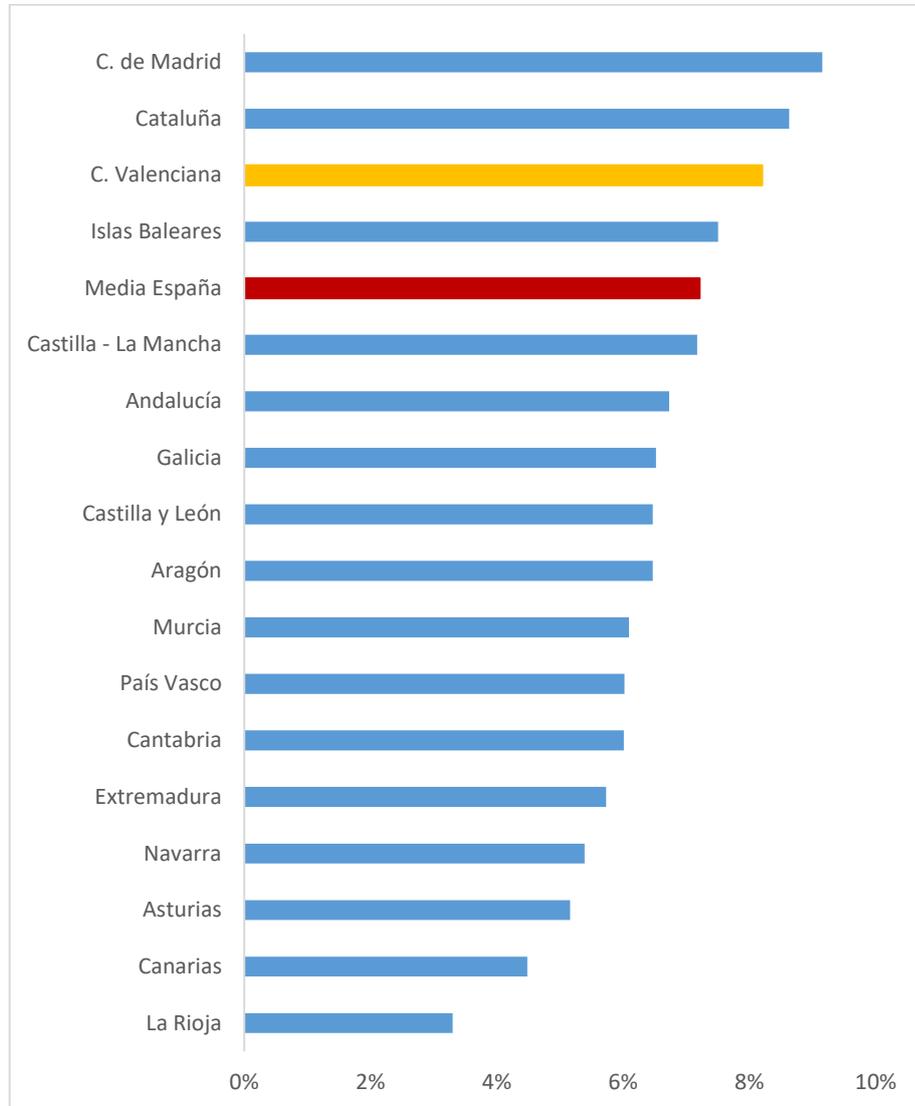


Figura 24. Posicionamiento del emprendimiento consolidado por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).

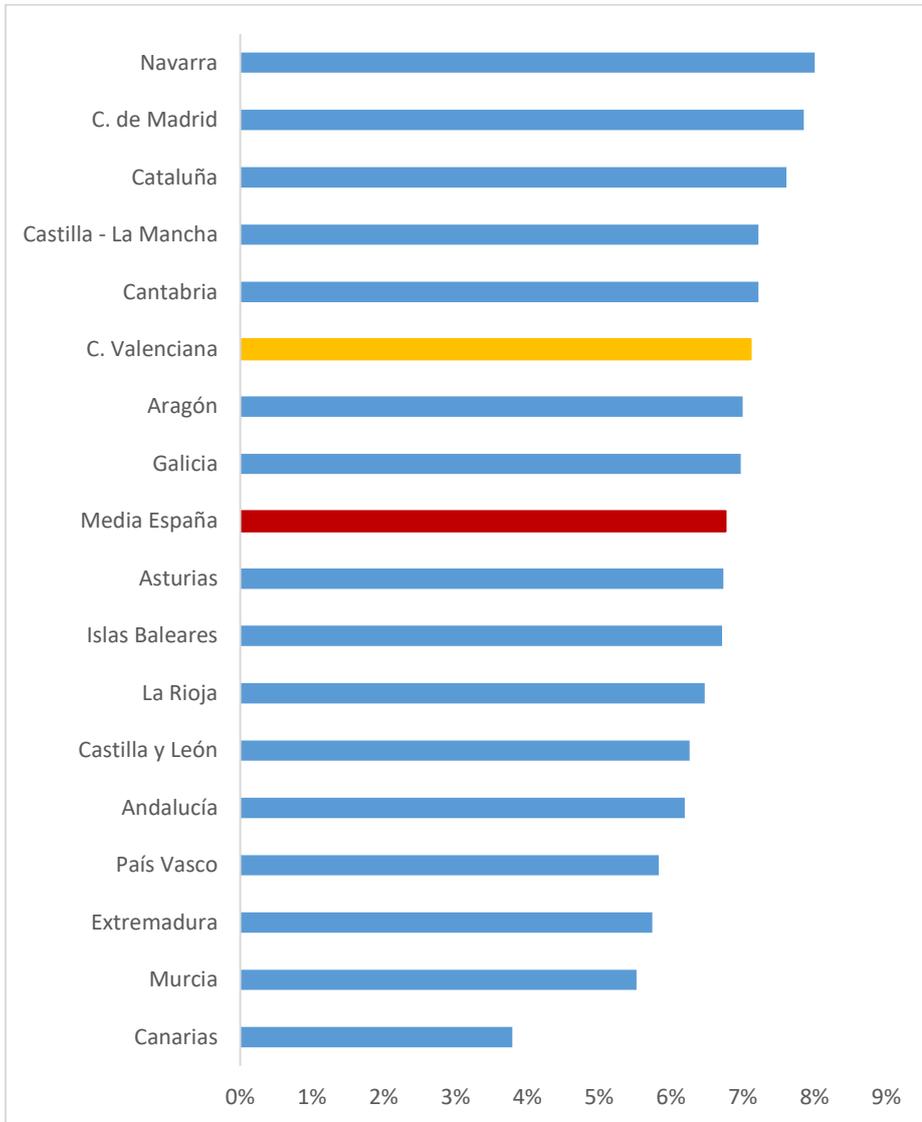
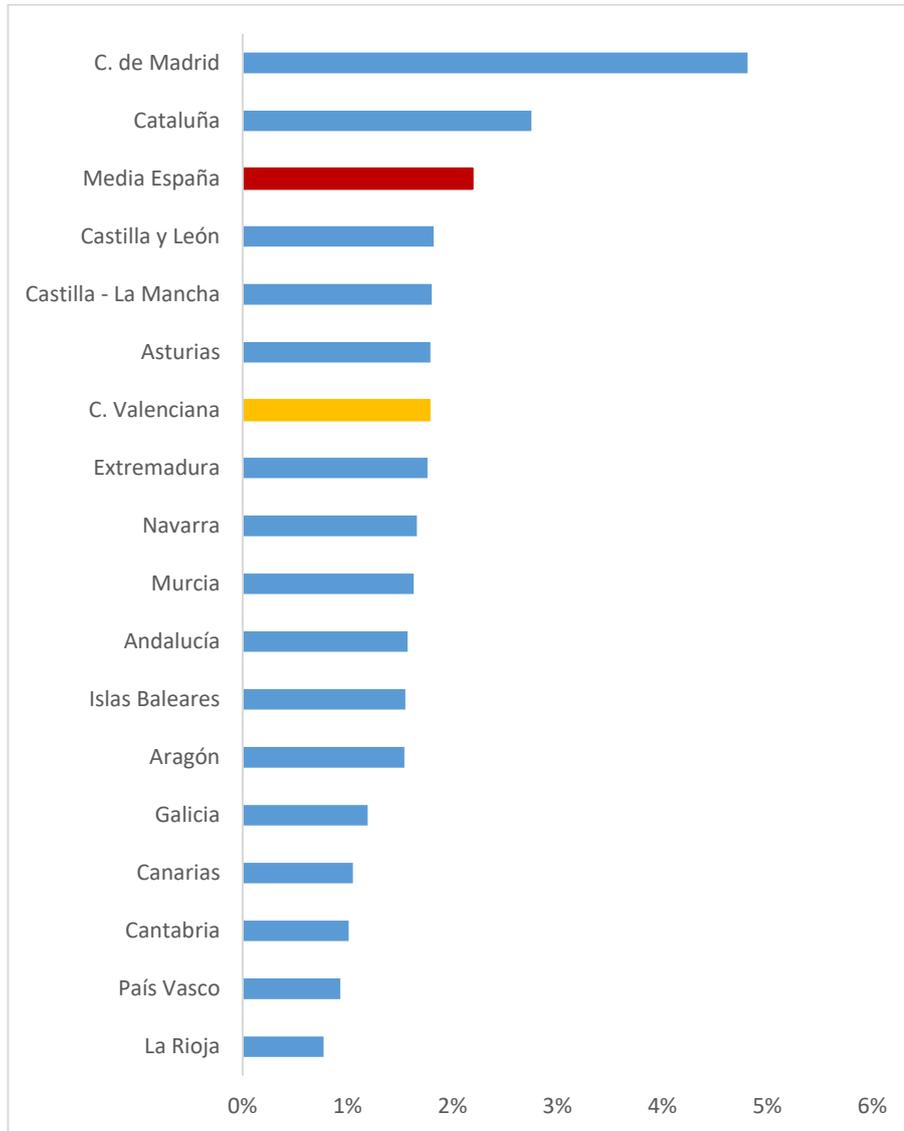


Figura 25. Posicionamiento de la tasa de cierres por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).



CAPITULO 3. PERFIL SOCIO- ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

3.1. Introducción

El presente capítulo se dedica a la caracterización de quienes participan en el proceso emprendedor, buscando aproximar el perfil de estas personas a partir de la información recabada. Los datos provienen de la población adulta residente en la Comunidad Valenciana que, entre mayo y julio de 2023, se encontraba involucrada en alguna de las fases del proceso emprendedor. Esta información nos permite desglosar algunos aspectos clave del perfil emprendedor, abarcando tanto dimensiones demográficas (género y edad) como de capital humano (nivel de estudios oficiales y formación específica en emprendimiento).

3.2. Sexo

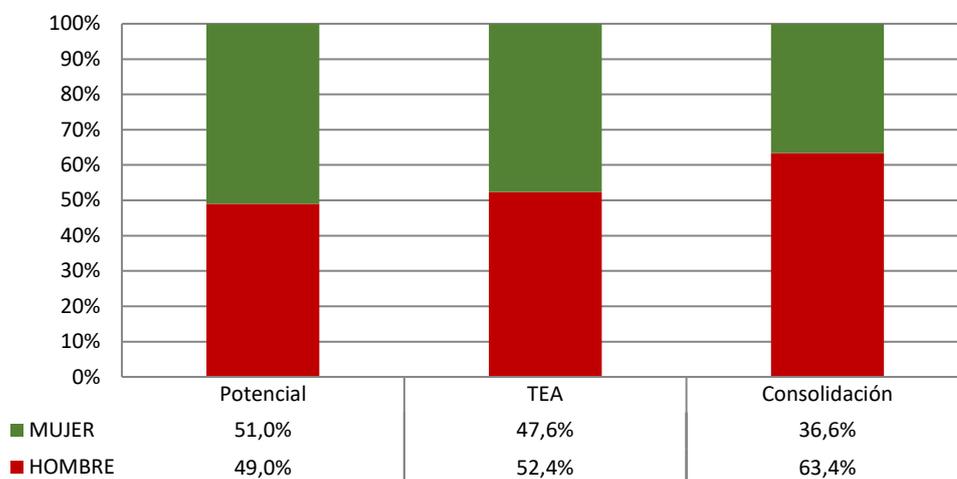
La figura 26 nos ofrece una visión de la distribución por sexo en las distintas etapas del proceso emprendedor en 2024. Los datos revelan una participación diferenciada entre hombres y mujeres, dependiendo de la fase de emprendimiento que se analice.

Al observar la población con intención emprendedora (actividad potencial), se constata una presencia ligeramente superior de mujeres, con un 51%, frente a un 49% de hombres. Esta distribución muestra un equilibrio notable en la fase previa al inicio de la actividad.

No obstante, en la fase de actividad emprendedora incipiente (TEA), el reparto por sexo cambia. Aquí la participación masculina es mayor, con un 52,4% de hombres frente a un 47,6% de mujeres. Este dato indica una brecha que se abre una vez que el proyecto comienza a tomar forma, con un menor porcentaje de mujeres en las etapas activas tempranas.

Finalmente, al analizar la etapa de consolidación de la actividad emprendedora, la disparidad por sexo se acentúa aún más. En esta fase, la presencia de hombres alcanza un 63,4%, mientras que la de mujeres desciende al 36,6%. Este dato podría estar sugiriendo un desafío aún mayor para las mujeres en la sostenibilidad a largo plazo de sus iniciativas empresariales, destacando la necesidad de examinar las barreras que podrían estar afectando la permanencia femenina en el emprendimiento consolidado.

Figura 26. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.



La tabla 3 nos ofrece una perspectiva adicional al mostrar las tasas de involucración en cada etapa del proceso, pero esta vez, calculadas sobre el

total de la población de cada sexo. Esto complementa la distribución proporcional por sexo dentro de cada fase que examinamos previamente.

Al observar la fase de emprendimiento potencial, que refleja la intención de iniciar un negocio, se revela una mayor tasa de involucración entre las mujeres (17,0%) en comparación con los hombres (15,9%). Este dato es significativo, en tanto que indica una propensión levemente superior de las mujeres a manifestar una intención emprendedora en la población general, lo cual sienta una base importante para el futuro.

Sin embargo, a medida que el proceso avanza hacia la actividad emprendedora incipiente (TEA), la dinámica parece cambiar. En esta fase central, en 2024, la tasa de involucración de los hombres (8,6%) supera a la de las mujeres (7,8%). Esta diferencia, aunque no abrumadora, sugiere que la transición de la intención a la acción formal se materializa a un ritmo ligeramente superior en la población masculina, si bien los datos de cada año habría que conectarlos a las intencionalidades manifestadas en los años anteriores.

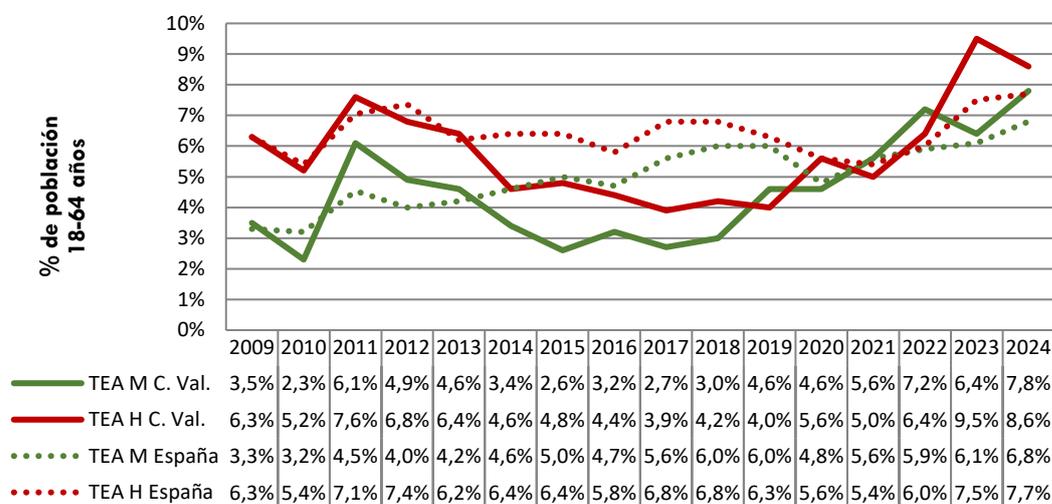
La disparidad se hace más pronunciada en la etapa de actividad consolidada, que mide la permanencia y madurez de las iniciativas. Aquí, los hombres muestran una tasa de involucración del 8,9%, mientras que la cifra para las mujeres desciende notablemente hasta el 5,2%. Esta diferencia subraya un desafío persistente en la dificultad de las mujeres para mantener sus proyectos a largo plazo en comparación con los hombres, lo que invita a una reflexión profunda sobre las barreras específicas que podrían enfrentar en las fases de crecimiento y consolidación.

Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por sexo.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Hombres	15,9%	8,6%	8,9%
Mujeres	17,0%	7,8%	5,2%

La figura 27, que focaliza la atención en la etapa central del proceso emprendedor, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), nos permite observar la evolución diferenciada de esta magnitud por sexo, así como su comparación con el conjunto de España.

Figura 27. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo (% de población entre 18-64 años).



Analizando la serie histórica, se aprecia que, si bien inicialmente existía cierto paralelismo general, desde 2014 los datos de la Comunidad Valenciana comenzaron a distanciarse de los del ámbito nacional. No obstante, las diferencias entre los índices TEA de hombres y mujeres, tanto en la Comunidad Valenciana como en España, se han venido estrechando en los años recientes, hasta el punto de que en 2019 las brechas fueron mínimas en el caso de España y, por primera vez, se recogieron índices favorables a las mujeres en la Comunidad Valenciana. Sin embargo, en 2020, en pleno impacto de la pandemia sanitaria, las diferencias relativas volvieron a favorecer al colectivo masculino, dado que la tasa emprendedora entre las mujeres se mantuvo estable mientras que la de los hombres experimentó un fuerte incremento.

Esta situación se invirtió nuevamente en 2021, mostrando una cierta continuidad con la tendencia de 2019, de modo que, una vez más, la TEA femenina registrada fue superior a la masculina, una situación que se mantuvo en 2022.

Ya en 2023, los registros obtenidos manifestaron un notable impulso de la actividad emprendedora del colectivo masculino, tanto a nivel de España como, de forma especial, en la Comunidad Valenciana, con un incremento de 3,1 puntos porcentuales respecto a 2022. Por su parte, la actividad emprendedora desarrollada por mujeres, que venía acumulando cinco años consecutivos de incrementos, experimentó un ligero retroceso al descender al

6,4% (frente al 7,2% de 2022), si bien este valor representó el segundo registro más alto de su histórico tras el dato del año anterior. Además, en ambos casos, los datos de la Comunidad Valenciana continuaron siendo superiores a los del promedio de España.

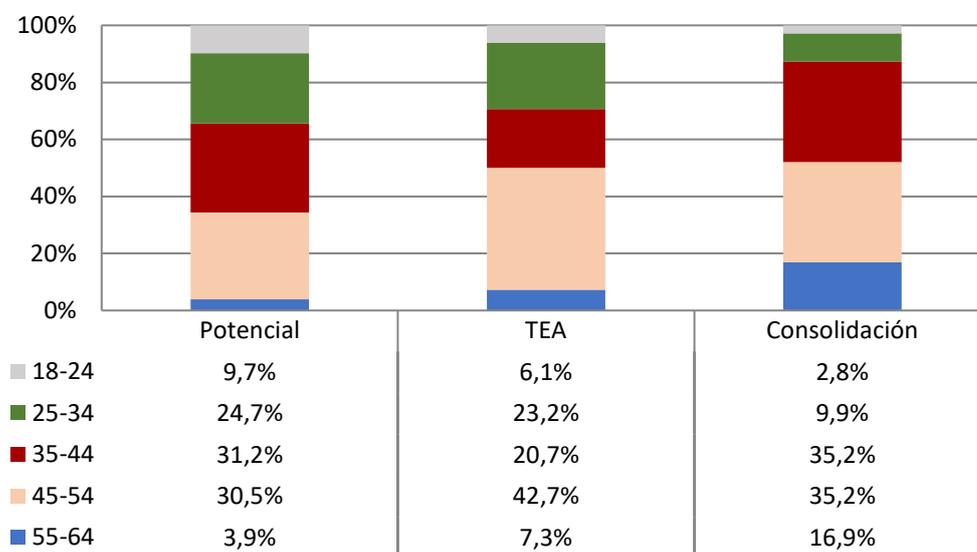
Avanzando a 2024, la figura 27 nos muestra una fuerte recuperación de la TEA de las mujeres, alcanzando un 7,8%, superando así el "bache" de 2023. Para este mismo año, la TEA de los hombres en la Comunidad Valenciana se sitúa en un 8,6%. Esta configuración actual consolida la tendencia de crecimiento en la participación masculina, llevando su tasa por encima de la femenina en la región, a pesar del significativo repunte de las mujeres. Es relevante destacar que, tanto la TEA masculina como la femenina en la Comunidad Valenciana, siguen mostrando valores superiores a los promedios correspondientes del conjunto de España en 2024, lo que subraya un mayor dinamismo emprendedor en la región en ambos sexos.

3.3. Edad

En 2024, la distribución por edades de las personas involucradas en las distintas etapas del proceso emprendedor revela, como viene siendo habitual, correlación entre las edades promedio observadas y la etapa del proceso, de modo que dicha edad promedio tiende a incrementarse a medida que se avanza en la maduración de la iniciativa. Así, la fase de emprendimiento potencial se asocia con un colectivo más joven, con una edad media de aproximadamente 39,1 años. Este promedio asciende a unos 42,4 años en la etapa de actividad emprendedora (TEA), culminando en la fase consolidada con una media de unos 45,5 años.

Observando la composición por rangos de edad en las diferentes etapas del proceso emprendedor en 2024 (figura 28), se percibe claramente cómo el protagonismo etario se desplaza. En la fase de intención emprendedora (potencial), el impulso inicial proviene mayormente de los segmentos de edad media, con una participación significativa de los grupos de 35-44 años (31,2%) y 45-54 años (30,5%), seguidos de cerca por los de 25-34 años (24,7%). Los más jóvenes, de 18-24 años (9,7%), así como los mayores de 55-64 años (3,9%), tienen una presencia menor en esta etapa seminal.

Figura 28. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).



A medida que las iniciativas avanzan hacia la actividad emprendedora temprana (TEA), la distribución etaria se ajusta. El rango de 45-54 años se posiciona como el más activo, concentrando un 42,7% de los emprendedores en esta fase. Los grupos de 25-34 años (23,2%) y 35-44 años (20,7%) continúan siendo relevantes, si bien el peso relativo de estos últimos se reduce ligeramente en comparación con la etapa potencial. Los segmentos de mayor edad (55-64 años, con 7,3%) también muestran un incremento en su participación en esta fase de inicio formal.

Finalmente, en la etapa de actividad consolidada, la experiencia y la madurez cobran aún más peso. Aquí, los rangos de 35-44 años y 45-54 años se erigen como los pilares del emprendimiento duradero, representando ambos un 35,2% de las iniciativas consolidadas. Es especialmente notable la consolidación de la presencia del grupo de 55-64 años, que alcanza un significativo 16,9%, reflejando la solidez de los proyectos que perduran en el tiempo. Por el contrario, las personas emprendedoras más jóvenes (18-24 años con 2,8% y 25-34 años con 9,9%) ven reducida su proporción en esta fase de estabilidad.

Este análisis de la composición por edad ilustra cómo el viaje emprendedor en la Comunidad Valenciana se asocia progresivamente con perfiles más experimentados a medida que las ideas se transforman en negocios estables y de larga duración.

La tabla 4 complementa el análisis previo, ofreciendo una visión detallada de las tasas de participación en las distintas fases del proceso emprendedor según rangos de edad. Esta perspectiva permite identificar con mayor precisión en qué grupos etarios de la población adulta existe una mayor propensión a emprender.

Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por segmentos de edad.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
55-64	2,9%	2,7%	5,4%
45-54	19,0%	13,4%	9,6%
35-44	22,7%	7,5%	11,1%
25-34	23,5%	11,0%	4,0%
18-24	14,0%	4,3%	1,7%

Como se ha señalado anteriormente, la población de los intervalos más jóvenes muestra una mayor intención de involucrarse en la creación de negocios a futuro. En la fase de **emprendimiento potencial**, los registros de 2024 confirman esta tendencia, destacando el grupo de 25 a 34 años con un 23,5% de su población involucrada, seguido de cerca por el segmento de 35 a 44 años con un 22,7%. También es notable la participación del colectivo de 45 a 54 años, que alcanza un 19,0%, y de los más jóvenes, 18 a 24 años, con un 14,0%. Incluso la cohorte de 55 a 64 años muestra una tasa de 2,9% en esta etapa de intención.

Al examinar la etapa de **actividad emprendedora temprana (TEA)**, que comprende iniciativas con hasta 42 meses de funcionamiento, se observa una reconfiguración de la propensión. Aquí, en comparación con el resto de los grupos, el colectivo de 45 a 54 años registra la mayor tasa, alcanzando un 13,4%. Le siguen los emprendedores de 25 a 34 años con un 11,0% y los de 35 a 44 años con un 7,5%. Los grupos más jóvenes (18-24 años) y los mayores (55-64 años) presentan tasas del 4,3% y 2,7% respectivamente en esta fase activa.

Finalmente, en la fase de **actividad consolidada**, que abarca iniciativas con más de 42 meses en el mercado, se observa un cambio notable en la distribución de la propensión emprendedora. En esta etapa de mayor madurez, el grupo de 35 a 44 años destaca con una tasa del 11,1%,

superando ligeramente al de 45 a 54 años con un 9,6%. Es especialmente relevante la tasa del colectivo de mayor edad, 55 a 64 años, que alcanza un 5,4%, lo que subraya la resiliencia y permanencia de sus proyectos. Por contraste, los segmentos más jóvenes de 25 a 34 años (4,0%) y 18 a 24 años (1,7%) muestran las tasas de involucración más bajas en esta etapa consolidada.

3.4. Formación

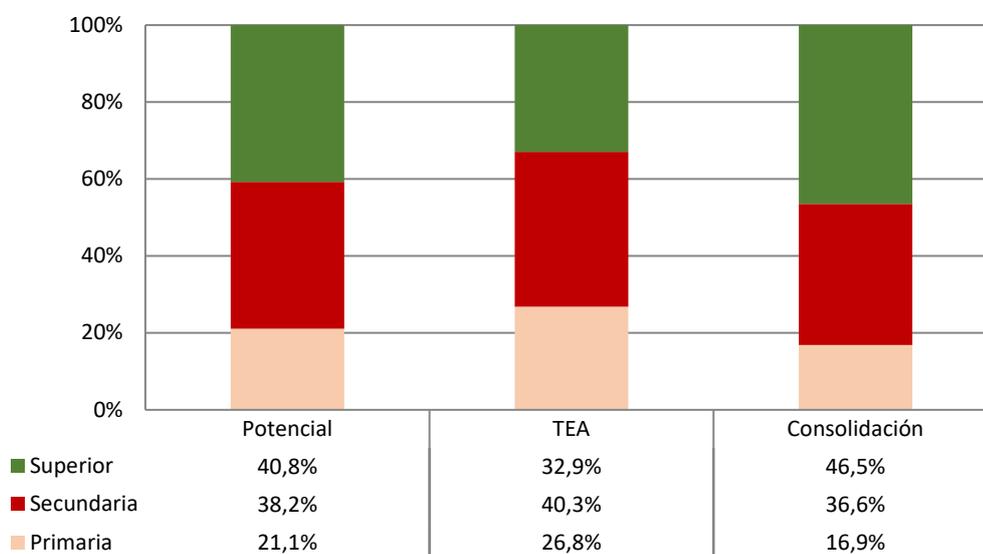
La formación es un atributo con influencia en la predisposición a participar en actividades emprendedoras. Si bien en un capítulo anterior se ha mencionado desde el punto de vista del autorreconocimiento de habilidades para emprender, aquella ocasión se centró en una percepción subjetiva de autoeficacia. En esta sección, el análisis adopta una perspectiva objetiva, considerando tanto el nivel educativo reglado (ilustrado en las figuras 29 y 30) como la formación específica para emprender (presentada en la figura 31).

Al analizar la primera de las etapas, la de emprendimiento potencial, se observa que la presencia de personas con educación superior (40,8%) y de educación secundaria (38,2%) destaca de forma casi equitativa. Por su parte, la presencia de personas que poseen únicamente educación primaria se sitúa en un 21,1% en esta fase inicial.

En el grupo de quienes están involucrados en la actividad emprendedora incipiente (TEA), la composición educativa muestra un patrón distinto. Aquí, destaca el nivel de educación secundaria, que abarca un 40,3% de los emprendedores. Le sigue de cerca la educación superior, presente en un 32,9% de los casos. Aquellos con estudios de primaria representan un 26,8% de este colectivo, un porcentaje superior al observado en la etapa potencial.

Finalmente, en la fase de emprendimiento consolidado, el perfil educativo predominante vuelve a cambiar. En esta etapa de mayor madurez, el mayor peso lo ostentan las personas con estudios de educación superior, que ascienden a un notable 46,5%. La educación secundaria se mantiene relevante, con un 36,6% de participación. Por otro lado, la proporción de quienes cuentan con estudios de primaria desciende significativamente en esta fase, situándose en un 16,9%.

Figura 29. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



La tabla 5 profundiza en la información, ofreciendo el detalle de la propensión a involucrarse en cada una de las etapas del proceso emprendedor, segmentado por nivel educativo, ofreciendo una visión alternativa de cómo la formación se relaciona con el trayecto empresarial.

Tabla 5. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por nivel de estudios.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Superior	13,9%	8,9%	4,8%
Secundaria	15,8%	8,4%	6,6%
Primaria	18,7%	7,6%	9,3%

Comenzando por la fase de emprendimiento potencial, se observa una tendencia que podría parecer contraintuitiva a priori para la intención inicial de emprender. Las personas con educación primaria registran la tasa más alta, con un 18,7% de su colectivo. Les siguen quienes cuentan con estudios de secundaria (15,8%) y, en tercer lugar, la educación superior (13,9%). Esta distribución sugiere que la aspiración a iniciar un negocio está más extendida entre aquellos con menos formación reglada, lo que podría deberse a la

búsqueda de alternativas laborales o a una fuerte motivación por la autonomía.

Sin embargo, al pasar a la actividad emprendedora temprana (TEA), la situación se invierte, evidenciando un cambio en la materialización de estas intenciones. Aquí, la mayor tasa de involucración corresponde a las personas con educación superior, con un 8,9%. Le siguen de cerca los estudios de secundaria (8,4%) y, en último lugar, la formación primaria (7,6%). Este patrón indica que, aunque la intención puede ser más generalizada, la capacidad para convertir esa idea en una iniciativa empresarial activa y funcional es más efectiva en los perfiles con mayor nivel educativo, posiblemente debido a una mejor preparación y acceso a recursos o redes.

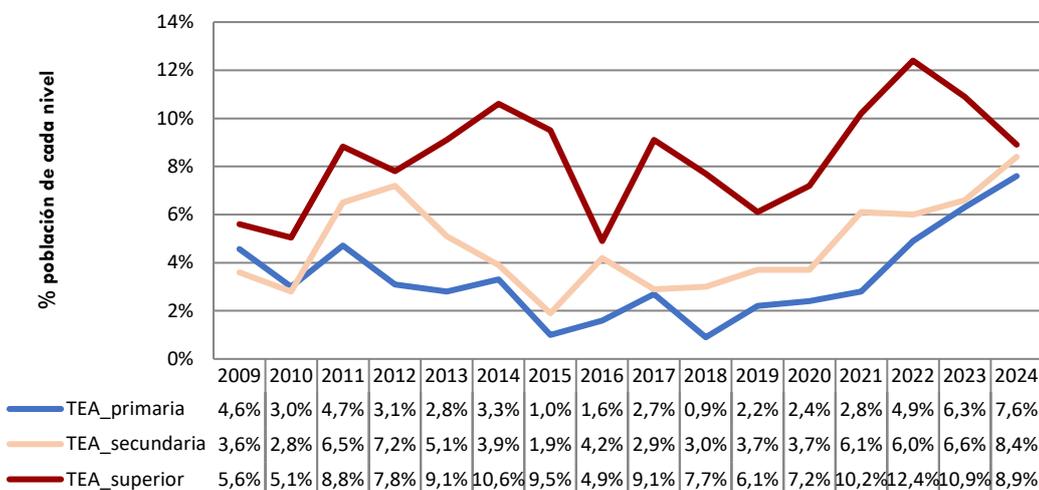
La etapa de actividad consolidada presenta una dinámica diferente. Las personas con educación primaria vuelven a liderar en términos de propensión a la consolidación, con un 9,3%. Les siguen quienes disponen de estudios de secundaria (6,6%) y, en menor medida, de educación superior (4,8%). Lo más relevante es que la tasa de involucración del colectivo con educación primaria aumenta desde la fase TEA (7,6%) hasta la consolidación (9,3%), un comportamiento único en el conjunto de los niveles educativos. Esto sugiere una considerable resiliencia y capacidad de adaptación en los negocios liderados por emprendedores con formación básica, o bien que los modelos de negocio adoptados por este grupo tienen una mayor vocación de permanencia una vez superados los desafíos iniciales.

En síntesis, los datos de 2024 ilustran un ciclo donde la intención emprendedora nace con fuerza en los niveles educativos básicos, la activación de los negocios se inclina hacia la educación superior, pero la capacidad de mantener y consolidar esas iniciativas a largo plazo parece tener una notable fortaleza entre las personas con formación primaria.

La figura 30 ilustra la evolución temporal de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) desglosada por niveles educativos, ofreciendo una perspectiva sobre cómo ha variado la involucración de cada segmento a lo largo del tiempo hasta 2024.

A lo largo del período analizado, se observa que la mayor prevalencia de la involucración emprendedora ha tendido a situarse entre los niveles educativos superiores, frente al resto de los grupos. Sin embargo, en los años más recientes, las dinámicas han mostrado una notable convergencia entre los distintos niveles.

Figura 30. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).

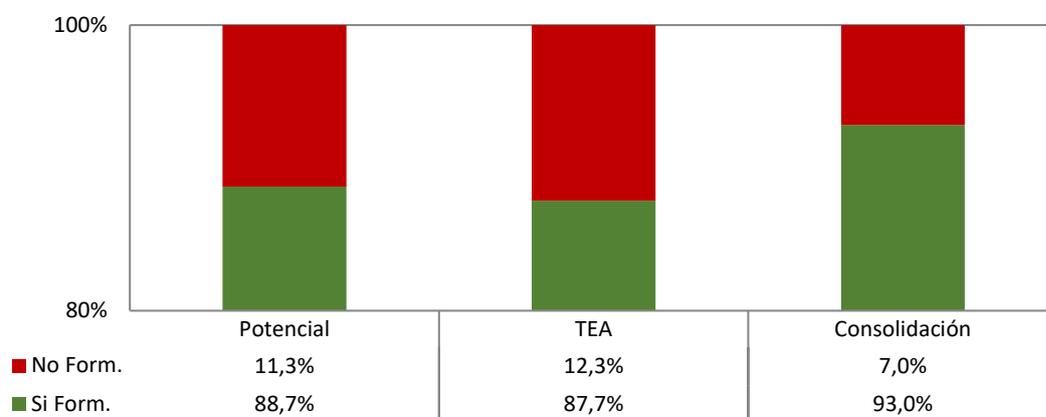


Al aproximarnos a 2024, la situación actual, reflejada también en la tabla 5, indica que las tasas de TEA se han vuelto más cercanas entre los diferentes niveles educativos. Para este año, la TEA en las personas con educación Superior se sitúa en un 8,9%. Aquellas con educación secundaria alcanzan un 8,4%, mientras que la TEA de quienes cuentan con educación primaria es del 7,6%. Si bien el nivel superior mantiene una ligera ventaja, las diferencias entre los tres grupos se han reducido considerablemente en comparación con años anteriores.

De hecho, la figura 30 sugiere que, hacia 2024, los incrementos en la TEA se han concentrado principalmente en los casos con niveles educativos correspondientes a primaria y secundaria, cuyas tasas muestran una tendencia al alza o se mantienen estables en los últimos segmentos del gráfico. Por el contrario, la involucración en actividades emprendedoras incipientes de las personas con educación superior parece haber experimentado un ligero descenso en los últimos años de la serie, reduciéndose así la brecha que históricamente las diferenciaba de los otros dos grupos.

Adicionalmente a la información sobre la educación reglada, GEM indaga también acerca de si las personas involucradas en sus diferentes etapas han recibido formación específica para emprender, es decir, aquella relacionada con la puesta en marcha y gestión del negocio (figura 31).

Figura 31. Formación específica para emprender por fases del proceso.



El análisis de los datos revela una presencia mayoritaria de este tipo de preparación en todas las etapas del proceso emprendedor en 2024. De hecho, esta formación, directamente vinculada a la puesta en marcha y gestión de negocios, es notablemente elevada en todos los casos.

Entre las personas que aún no se encuentran en la fase activa, pero declaran su intención de emprender (emprendimiento potencial), el porcentaje de quienes han recibido formación específica es muy alto, alcanzando un 88,7%. En el caso de las personas recién entradas en la fase activa del proceso y que están implicadas en la etapa TEA, la cifra se mantiene muy similar, llegando a un 87,7%. Sin embargo, el aspecto más destacado en 2024 es la fase de emprendimiento consolidado, donde la proporción de quienes consideran haber recibido formación específica ligada a la puesta en marcha y/o gestión de un negocio asciende a un 93%. Esto indica que, lejos de disminuir a medida que se avanza en el proceso, la presencia de formación específica es de hecho la más elevada en las iniciativas ya consolidadas.

Esta alta presencia de formación específica, particularmente en las etapas activas del proceso, subraya el reconocimiento de su impacto en la viabilidad y el éxito a largo plazo de los proyectos, y sugiere que la preparación dirigida a la gestión y desarrollo de negocios es una herramienta clave que acompaña y fortalece a las personas emprendedoras a lo largo de su trayectoria, contribuyendo a la solidez de la cantera de iniciativas.

Respecto a años anteriores, los datos 2024 han vuelto a registrar un incremento, en general de menor intensidad que en años anteriores, pero debido a que los niveles alcanzados son ya muy elevados. Así, por ejemplo,

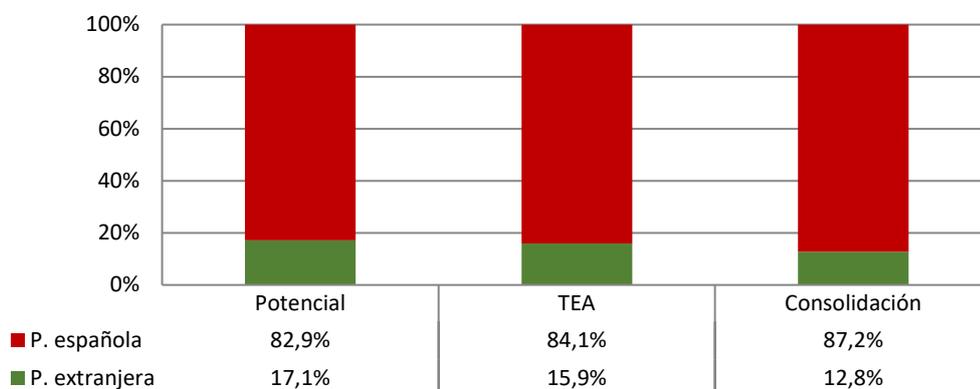
respecto a las fases más tempranas del proceso emprendedor, en el caso de la actividad TEA, el incremento es de 3,7 puntos respecto a 2023 (cuando veníamos de incrementos de algo más de 5 respecto a los datos 2022 y 2021). Especialmente relevante es el caso en la etapa de intencionalidad: en 2024 el incremento ha sido de 0,9 puntos, pero se provenía de un 2023 con incremento de unos 15 puntos sobre 2022, y 44 respecto a 2021. Todo ello no hace sino, como decíamos en el pasado informe, abundar en la idea de una cantera de personas dispuestas a emprender, en crecimiento en años recientes, y además con una mayor preparación específica que la de años precedentes. Caso aparte es el de las personas en la etapa de consolidación, en la que la encuesta APS 2024 ha vuelto a captar un fuerte incremento en la formación específica en esta ocasión, de 16,2 puntos sobre el dato 2023.

3.5. Personas extranjeras residentes en Comunidad Valenciana

En esta edición, y por primera vez en el informe GEM de la Comunidad Valenciana, el estudio pulsa la proporción de personas extranjeras, nacidas en otros países, pero residentes en la región, y su relación con las diferentes etapas del proceso emprendedor.

La figura 32 ofrece en primer lugar la distribución de personas extranjeras y nacidas en España en las diferentes etapas.

Figura 32. Distribución por nacimiento en las fases del proceso emprendedor.



Al respecto se aprecia entre las personas nacidas fuera de España que su presencia entre el conjunto de implicadas en cada una de las etapas es mayor en los emprendimientos más recientes respecto a los más consolidados, y mayor todavía en el colectivo de las personas con intención respecto a las presentes en el emprendimiento naciente. Estos datos implican una mayor prevalencia emprendedora entre la población extranjera respecto a la española.

Esto se pone además de manifiesto cuando se analizan los diferentes índices de involucración de cada una de las etapas (tabla 6).

Tabla 6. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por país de nacimiento.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Personas extranjeras	17,1%	13,0%	7,0%
Personas españolas	15,1%	7,7%	7,2%

En este sentido, mientras que las tasas de consolidación son muy similares entre ambos colectivos, con una leve diferencia a favor del español, los datos indican la mayor intencionalidad emprendedora de las personas extranjeras residentes en la Comunidad Valenciana, y especialmente su mayor tasa de involucración en negocios incipientes con hasta 42 meses de operatividad.

3.6. Perfil medio

La tabla 7 sintetiza el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor en función de la información mostrada a lo largo de este capítulo.

Tabla 7. Perfil medio 2024 de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.

PERFIL MEDIO	Emprendimiento potencial	Actividad TEA	Actividad consolidada
% Sexo masculino/femenino	51,0/49,0	47,6/52,4	36,6/63,4
% Extranjero/español	17,1 / 82,9	15,9 / 84,1	9,9 / 90,1
Edad	39,1	42,4	45,5
Formación	Sup./Sec.	Secundaria	Superior
Formación emprendedora	88,7%	87,7%	93,0%

CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

Tras analizar la actividad registrada en las diversas fases del proceso emprendedor, así como el perfil socioeconómico de las personas que se involucran en las mismas, el presente capítulo se dedica a caracterizar las iniciativas de carácter incipiente (TEA). Esta caracterización ofrece una visión general y comparada en el tiempo de aspectos clave como su sector de pertenencia, su dimensión según el número de personas socias y el empleo generado, así como una evaluación de su financiación en esta etapa naciente.

Esta caracterización se enriquece, además, con información para el año 2024 relativa a la visión que las personas comprometidas en actividades incipientes (nacientes y nuevas) y consolidadas poseen. Se presta especial atención a la orientación innovadora y exportadora de sus proyectos, a la adopción de tecnologías digitales, y a su compromiso con la sostenibilidad.

4.2. Sectores generales de actividad

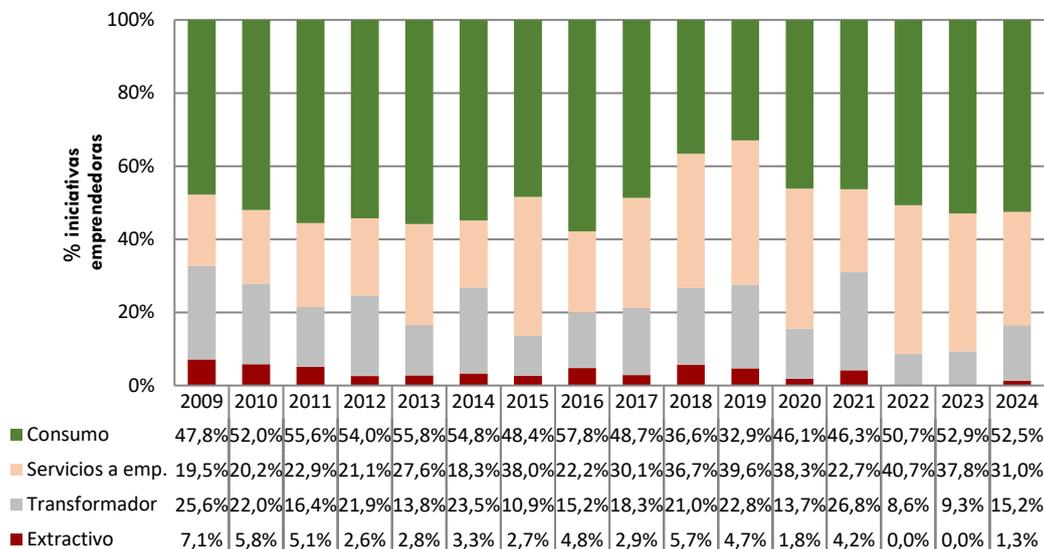
El observatorio emprendedor GEM utiliza una clasificación sintética de sectores de actividad, agrupándolos en cuatro grandes bloques: extractivo, transformador, servicios a empresas y actividades orientadas al consumidor final.

En base a dicha clasificación, la figura 33 muestra la distribución de actividades en fase emprendedora TEA en la Comunidad Valenciana, abarcando el período desde 2009 hasta 2024.

Como es habitual en los informes precedentes, los datos continúan reflejando la marcada terciarización del emprendimiento en la economía en la Comunidad Valenciana. De este modo, en 2024, las iniciativas en fase emprendedora corresponden predominantemente al sector servicios, sumando un 83,5% de los casos (52,5% de consumo y 31,0% de servicios a empresas).

Observando los movimientos recogidos por los datos de la encuesta APS respecto a 2023, se aprecian algunas variaciones, si bien el predominio de los servicios se mantiene. Así, las actividades de consumo conservan su preponderancia, experimentando un ligero descenso desde el 52,9% hasta el 52,5%. Por su parte, las iniciativas de servicios a empresas reducen su participación, pasando de un 37,8% en 2023 a un 31,0% en 2024. En contraste, el sector transformador registra un incremento en su presencia, ascendiendo del 9,3% al 15,2%; y el sector extractivo, que en 2022 y 2023 no registró presencia, vuelve a mostrar una cuota del 1,3% en 2024. Estos leves cambios, aunque presentes, no alteran la característica fundamental de una economía emprendedora mayoritariamente orientada al sector servicios.

Figura 33. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).



4.3. Número de personas socias

Este apartado se centra en el estudio de la dimensión de las iniciativas emprendedoras (TEA) en base a su propiedad y a la distribución del número de personas socias de dichas iniciativas.

En la Comunidad Valenciana, la mayoría de las iniciativas empresariales se llevan a cabo en solitario, según muestra la figura 34, que expone la distribución y la evolución del número de personas propietarias desde 2009.

Así, en 2024, el porcentaje de personas emprendedoras que declaran no compartir la propiedad de la empresa ha experimentado un incremento muy significativo. Si bien la figura de la persona única propietaria ha sido tradicionalmente mayoritaria año tras año, en 2024 el dato APS recoge un notable 79,4% de los emprendimientos incipientes. Este valor representa un marcado ascenso desde el 60,0% registrado en 2023, así como desde cualquiera de los datos de años previos. Consecuentemente, la presencia de iniciativas con dos personas socias se sitúa en un 12,7% en 2024, una reducción respecto al 23,6% de 2023. De igual modo, los emprendimientos con tres personas representan un 4,5% y aquellos con más de tres personas un 3,4% en 2024, ambos porcentajes inferiores a los de 2023. Este notable repunte de las iniciativas unipersonales en el último año supone un cambio significativo en la dimensión de los nuevos negocios.

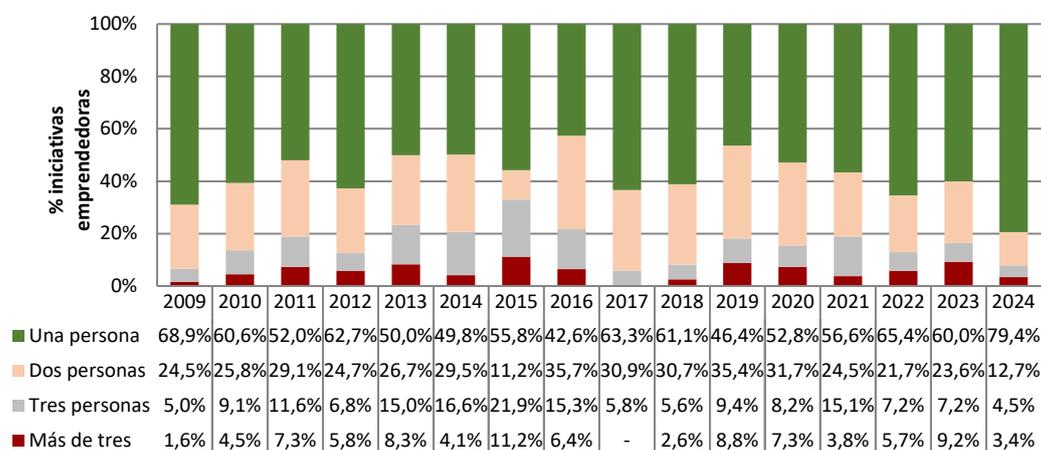
Llegado este punto, hemos de señalar que este marcado incremento en la proporción de iniciativas unipersonales en 2024 puede tener tras de sí varias dinámicas. Así, considerando el notable incremento general que la intencionalidad emprendedora y la actividad TEA han venido experimentado en los últimos años, una parte significativa de este crecimiento general parecería estar viniendo impulsada por un mayor número de personas que eligen emprender en solitario, lo que se acaba por manifestar en el dato recogido en este apartado.

Ello además, podría reflejar una creciente tendencia hacia modelos de negocio más ágiles y especializados, donde el conocimiento o la habilidad individual se convierten en el principal activo, lo cual no deja de ser coherente con la naturaleza mayoritariamente terciarizada de la economía emprendedora, donde muchas actividades de servicios pueden ser gestionadas por una única persona. Del mismo modo, este auge de las iniciativas unipersonales también podría vincularse al incremento generalizado de la formación específica para emprender, que hemos registrado en un capítulo anterior, y que dota a las personas de las

herramientas necesarias para lanzar y gestionar proyectos de forma autónoma y con confianza. Finalmente, este cambio hacia estructuras más autónomas podría estar relacionado con una búsqueda de mayor flexibilidad y control por parte de las personas emprendedoras, o bien con una adaptación a un entorno que favorece el autoempleo.

Se trata en cualquier caso de diversas posibilidades con cabida, a la luz de los diferentes datos que se están recogiendo en este informe, y que constituyen aspectos que deberán ser confirmados en informes posteriores.

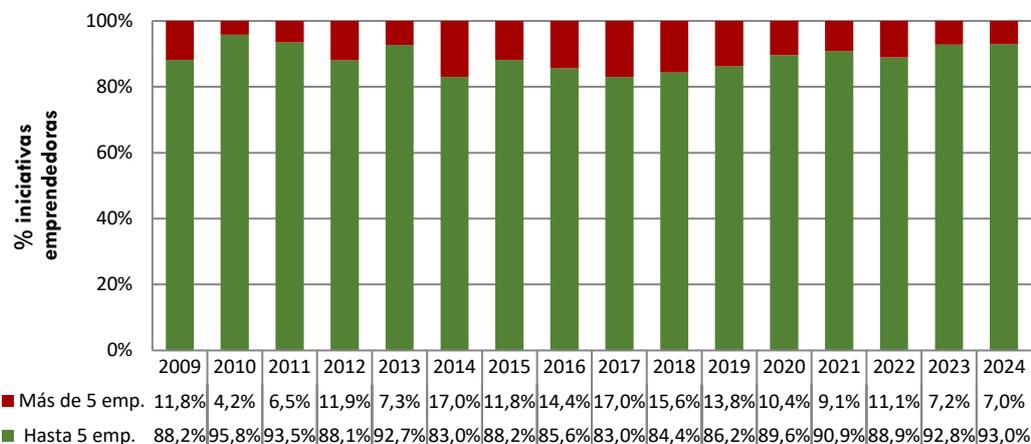
Figura 34. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.



4.4. Dimensión y empleo

La dimensión empresarial de las iniciativas de negocio en fase incipiente (TEA) y su evolución, se muestra en la figura 35 en base a la perspectiva del número de empleos generados.

Figura 35. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado y evolución temporal.

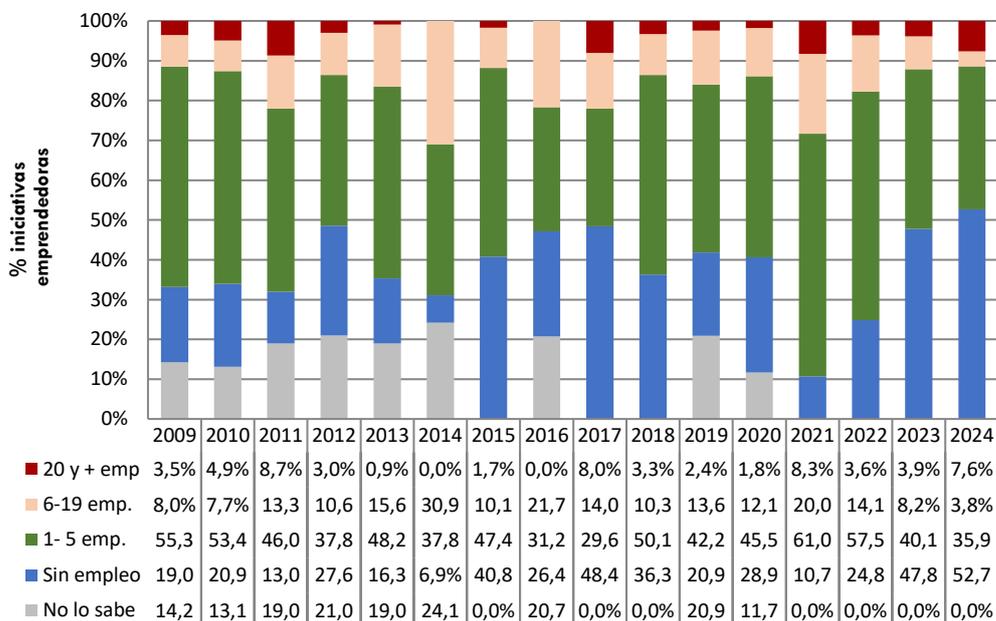


En la Comunidad Valenciana, en 2024, la presencia de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad y hasta un máximo de cinco empleos asciende al 93,0% del total. Este porcentaje refleja una continuidad respecto a 2023, (92,8% en 2023) y subraya la predominancia de los microemprendimientos en la fase inicial de actividad.

Adicionalmente y aunque no se refleja directamente en la figura 35, datos complementarios indican que el porcentaje de iniciativas que no generan más empleo que el de la propia persona propietaria sigue en ascenso en los últimos años, alcanzando un 50,9% en 2024. Esto supone un incremento de 1,8 puntos sobre 2023, 8,9 puntos más que en 2022, y un notable aumento de 15,9 puntos en comparación con 2021. Como información adicional, cabe destacar que el 100% de las iniciativas incluidas en la fase TEA fueron creadas inicialmente con menos de 6 empleos.

La figura 36 complementa el análisis anterior ofreciendo información clave sobre las expectativas de creación de empleo asociadas a las iniciativas TEA. En concreto, presenta la distribución de respuestas en función del número de puestos de trabajo que se prevé generar en un horizonte de cinco años, lo que permite esbozar una proyección del potencial de crecimiento de estas actividades.

Figura 36. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).



Los datos correspondientes a 2024 indican que más de la mitad de las personas emprendedoras (52,7%) no esperan generar empleo adicional más allá de su propia ocupación. Este valor supone un repunte significativo respecto al 47,8% recogido en 2023 y, de hecho, representa más del doble del porcentaje registrado en 2022 y casi 5 veces el de 2021, lo que apunta, en los últimos años, a una actitud más contenida en términos de expansión futura del equipo.

El segundo grupo más representado corresponde a quienes prevén crear entre uno y cinco empleos, que suponen un 35,9% del total en 2024. Este dato, que implica una caída de 4,2 puntos porcentuales respecto a 2023, sumado al incremento de la categoría “sin empleo” antes mencionado, parece estar reforzando una tendencia hacia expectativas de crecimiento más modestas.

En tercer lugar, el 3,8% de las personas emprendedoras estima que su proyecto llegará a emplear entre seis y diecinueve personas, lo que representa una reducción significativa con respecto al 8,2% de 2023, dato que también venía en caída desde 2021.

En contraste a todo ello, en el otro extremo, un 7,6% proyecta alcanzar o superar los veinte empleos, cifra que ha experimentado un notable aumento desde el 3,9% de 2023.

En suma, al conectar con lo analizado en apartados anteriores de este informe, las expectativas de empleo a medio plazo en la Comunidad Valenciana en 2024 revelan una transformación en la caracterización de los emprendimientos incipientes. El notable incremento de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en los últimos años se manifiesta ahora en una clara polarización de expectativas: por un lado, una masa creciente de iniciativas unipersonales que, apoyadas por una mayor formación específica y en línea con la predominante terciarización de la economía (con la variabilidad en sus subsectores y el crecimiento del transformador), en su mayoría (un 52,7%), no buscan generar empleo adicional más allá del propio. Por otro lado, un segmento, aunque menor, demuestra ambiciones de alto crecimiento en la creación de puestos de trabajo, destacando el 7,6% que proyecta alcanzar o superar los veinte empleos. Este patrón sugiere que la vitalidad emprendedora se canaliza hacia modelos más ágiles y especializados, coexistiendo con proyectos de mayor envergadura, lo que redefine la dinámica de crecimiento y el impacto en el mercado laboral de la región.

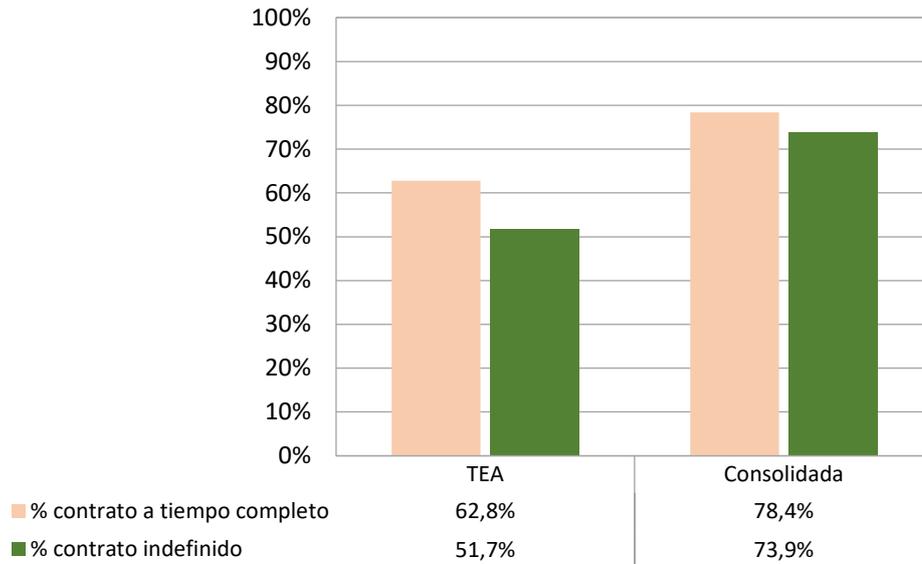
Por último, la figura 37 ofrece una perspectiva sobre la tipología de contratación generada en los últimos doce meses, tanto por las iniciativas en fase incipiente (TEA) como por las empresas ya consolidadas. Este análisis se centra en dos indicadores: el porcentaje de empleos con contrato a tiempo completo y el de aquellos con carácter indefinido, proporcionando una visión sobre la calidad del empleo creado.

Los datos revelan diferencias entre ambas fases empresariales. En el caso de las iniciativas de negocio incipientes (TEA), la estructura contractual muestra que un 62,8% de las nuevas contrataciones se realizaron a tiempo completo. En cuanto a la estabilidad, el 51,7% de estos contratos fueron de carácter indefinido, indicando que, si bien más de la mitad de los empleos creados buscan la continuidad, un porcentaje significativo aún se formaliza bajo otras modalidades.

Por su parte, las empresas en fase de consolidación exhiben una mayor proporción de contratos con condiciones más estables. Aquí, los contratos a tiempo completo representan un 78,4% del total, y la contratación de carácter indefinido asciende a un 73,9%. Estos porcentajes, que superan significativamente a los observados en las iniciativas TEA, sugieren una mayor

capacidad o preferencia de las empresas establecidas para ofrecer condiciones laborales de mayor duración y dedicación.

Figura 37. Características del empleo creado en los últimos 12 meses (en iniciativas emprendedoras y en empresas consolidadas).



En síntesis, se subraya una diferencia en la madurez y la estabilidad de las estructuras laborales entre las iniciativas emprendedoras y las empresas consolidadas. Mientras que las iniciativas TEA, dada su naturaleza incipiente y su mayor orientación hacia el autoempleo o equipos reducidos, muestran porcentajes considerables de contratos estables, son las empresas consolidadas las que consistentemente ofrecen una mayor proporción de contratos a tiempo completo e indefinidos. Esto pone de manifiesto que, a medida que un proyecto emprendedor madura, tiende a generar un empleo de mayor calidad y estabilidad, contribuyendo de forma más robusta al mercado laboral.

4.5. Financiación de las iniciativas

La financiación de las iniciativas emprendedoras resulta sin duda un pilar fundamental, no solo en el recorrido de las mismas, sino especialmente en sus etapas iniciales, e incluso con carácter previo a la propia constitución formal de la empresa. Para pulsar esta cuestión, se sondea a las personas involucradas en la puesta en marcha de iniciativas de negocio y que se encuentran, por tanto, en la etapa denominada “naciente” en GEM, acerca de las necesidades de capital estimadas para el arranque de sus proyectos.

El análisis de estos datos nos permite aproximar de algún modo la envergadura de las iniciativas de negocio que se estaban gestando entre mayo y julio de 2024 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión inicial requerida, y posibilita su comparación con años anteriores.

Una primera cuestión que se plantea a la población emprendedora detectada en fase naciente, es si la puesta en marcha y desarrollo de su negocio ha requerido inversión hasta la fecha. Así, en 2024 un 57,2% de las personas encuestadas afirman haber necesitado invertir dinero para ello, lo que representa una disminución de 17,4 puntos porcentuales respecto a 2023. El 42,8% restante manifestó no haber requerido tal inversión.

Para aquellas iniciativas que sí reconocen haber requerido una inversión, la tabla 8 ofrece una síntesis aproximada de las necesidades financieras estimadas, detallando los valores más representativos y su distribución por cuartiles a lo largo de los años.

Las necesidades financieras declaradas en 2024 con más frecuencia por las iniciativas nacientes ascienden a 20.000 €, un valor superior a los registrados en 2023 (15.000 €) y 2021 (10.000 €). No obstante, este valor 'moda' en términos estadísticos, solo fue señalado por el 16,7% de los casos, lo que revela una notable dispersión en las respuestas. Esta diversidad se confirma al observar el segundo valor más frecuentemente declarado, que se sitúa en unos 3.000 € (similar a 2023, y superior a 2022), con una frecuencia del 12,1%.

Como suele ocurrir habitualmente, por todo ello, seguimos insistiendo en que estos datos han de interpretarse con cautela. Tratándose de una cuestión ciertamente sensible, la tasa de no-respuesta es bastante elevada, lo que junto con la inherente dispersión de los datos (incluyendo algunos valores atípicos y no representativos con cuantiosas necesidades de capital), puede

afectar la representatividad de los valores medios y, en esta ocasión, también de los modales.

Así, considerando lo advertido, y en base únicamente a estas respuestas más frecuentes, no es posible apuntar en la dirección de un incremento o una disminución de la dimensión financiera de las nuevas iniciativas respecto a 2023. La volatilidad observada en los datos históricos dificulta trazar una tendencia lineal y concluyente sobre un incremento o disminución uniforme de la dimensión financiera global de las nuevas iniciativas. Si bien el valor más frecuente en 2024 ha repuntado a 20.000€, los cambios bruscos en las modas de años anteriores (como el incremento del 50% de 2022 a 2023 en la primera moda, o la gran diferencia de la segunda entre 2022 y 2021) subrayan la falta de una progresión lineal y la necesidad de interpretar estos indicadores con gran prudencia.

Tabla 8. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.

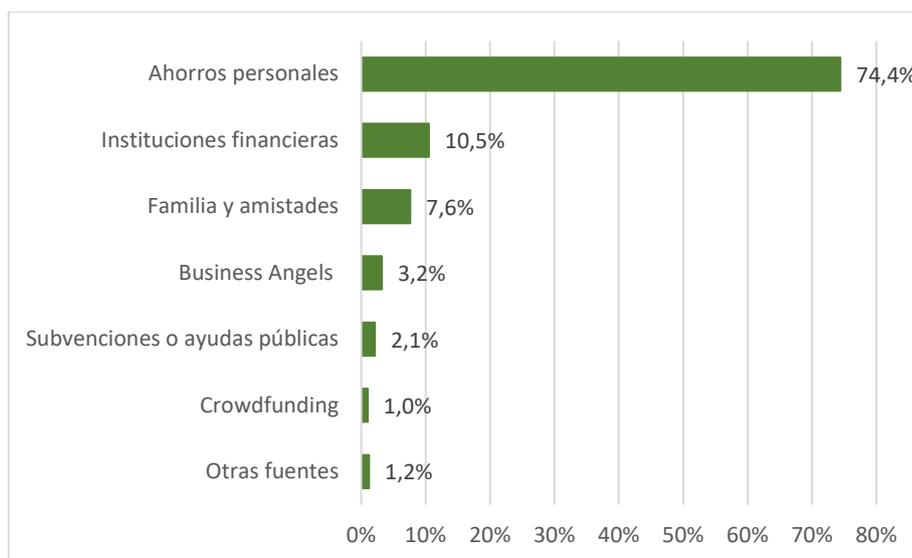
VALOR REPRESENTATIVO	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Moda (Valor más frecuente)	15.000 € (22,00%)	30.000 € (10,6%)	6.000 € (7,4%)	10.000 € (25,0%)	10.000 € (16,6%)	15.000 € (11,0%)	20.000 € (16,7%)
Segundo valor más frecuente	35.000 € (21,10%)	6.000 € (9,9%)	20.000 € (7,2%)	20.000 € (12,7%)	2.000 € (10,7%)	3.000 € (11,0%)	3.000 € (12,1%)
NECESIDADES POR CUARTILES	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Del 1% al 25% de emprend. nacientes	Hasta 1.773 €	Hasta 8.000 €	Hasta 3.000 €	Hasta 7.230 €	Hasta 3.450 €	Hasta 3.000 €	Hasta 3.000 €
Del 26% al 50% de emprend. nacientes	1.773 € - 15.000 €	8.000 € - 30.000 €	3.000 € - 6.000 €	7.230 € - 10.000 €	3.450 € - 10.000 €	3.000 € - 11.400 €	3.000 € - 14.000 €
Del 51% al 75% de emprend. nacientes	15.000 € - 41.493 €	30.000 € - 70.000 €	6.000 € - 24.000 €	10.000 € - 30.000 €	10.000 € - 61.712 €	11.400 € - 56.900 €	14.000 € - 46.500 €
Del 76% al 100% de emprend. nacientes	Más de 41.493 €	Más de 70.000 €	Más de 24.000 €	Más de 30.000 €	Más de 61.712 €	Más de 56.900 €	Más de 46.500 €

En cuanto a la ordenación por cuartiles de las necesidades de capital, el primer 25% de las respuestas (las que menos requerimientos han manifestado), llegan hasta unas necesidades de unos 3.000 €, como en 2023 y por debajo de los 3.450 € de 2022; el segundo grupo en cuanto a dimensión de las necesidades declaradas (segundo cuartil, del 26% al 50%

de las iniciativas) se encuentra entre 3.000 € y 14.000 €, intervalo más amplio y algo más elevado en su extremo superior respecto a 2023, que ya se había ampliado respecto a los dos años anteriores. Sin embargo, el tercer y cuarto grupos están en rangos inferiores respecto a 2023, que a su vez también había descendido respecto a 2022, lo que no permite concluir claramente dadas las variaciones respecto al sentido de la evolución de los datos del año precedente.

De otro lado, y en relación a la financiación del capital semilla requerido para abordar la puesta en marcha de las nuevas iniciativas de negocio, la figura 38 revela una clara dependencia de las fuentes de autofinanciación y del entorno personal cercano.

Figura 38. Fuente de origen del capital semilla para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2024 (% de origen de los fondos)



En promedio, los ahorros personales constituyen la principal fuente de capital, cubriendo un significativo 74,4% del capital inicial requerido. En segunda posición, aunque a considerable distancia, se sitúan las instituciones financieras, aportando un 10,5%. El recurso a la familia y a las amistades representa la tercera fuente más relevante, con un 7,6% del capital semilla. Otras fuentes de financiación como los Business Angels (3,2%), las subvenciones o ayudas públicas (2,1%), el crowdfunding (1,0%) y otras categorías residuales (1,2%) tienen una presencia mucho menor en el capital inicial de estas iniciativas nacientes.

En relación a la situación captada en 2023, la dependencia de los ahorros personales como fuente principal de capital semilla se ha acentuado notablemente, pasando de un 51,6% en 2023 a un 74,4% en 2024. Simultáneamente, el recurso a la familia y amistades ha experimentado una reducción del 11,3% al 7,6%. En cuanto a las instituciones financieras, su aportación se mantiene en un nivel similar, representando poco más de un 10% en ambos años. Esta tendencia sugiere una creciente autofinanciación del emprendimiento naciente, lo cual puede también señalar barreras para acceder a fuentes de financiación más estructuradas o de mayor volumen en la Comunidad Valenciana, y en cualquier caso conecta con la estructura de emprendimientos que estamos señalando hasta el momento, donde su incremento sostenido de los últimos años, su tendencia hacia el emprendimiento en solitario o sus menores expectativas de crecimiento pueden ir de la mano de esta mayor tendencia hacia la autofinanciación o el recurso a personas cercanas.

Adicionalmente, en GEM también es analizada la figura de la financiación informal, cuyos descriptores para la Comunidad Valenciana en 2024 se detallan en la tabla 9.

En 2024, un 3,6% de la población afirma estar financiando, o haber financiado en los últimos años, la puesta en marcha de negocios de terceras personas mediante aportaciones propias (excluyendo la financiación a cambio de participación empresarial). En cuanto a la aportación más habitual, se sitúa en 1.000 €, un importe más limitado que en 2023, aunque también destacan aportaciones de 5.000 € y 10.000 €.

En síntesis, el perfil de las personas que llevan a cabo esta inversión informal se corresponde mayoritariamente con un hombre (65%) de 43 años de edad media, con actividad laboral en la mayoría de los casos (86,9%). A estos inversores les unen principalmente lazos familiares (58,5%) con la persona beneficiaria, seguido por la amistad (11,7%).

Además, este colectivo muestra una mayor implicación en las diferentes fases del proceso emprendedor que la población general. Esto se evidencia en una mayor intencionalidad de emprender (20,9%), una participación activa en iniciativas TEA (15,9%) y una tasa de emprendimiento consolidado del 8,5%. Asimismo, su percepción de oportunidades para emprender a corto plazo en el entorno es superior (48,2%), disponen de una mayor red social emprendedora (78,6%), reconocen en mayor medida su autoeficacia o habilidades emprendedoras (62,7%), y otorgan al miedo a fracasar menor

importancia como potencial inhibidor de una conducta emprendedora (35,2% lo consideran una barrera).

Tabla 9. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana 2024.

Descriptor	2024
% Población inversión informal	3,6%
Aportación más habitual	1.000 €
Relación con persona beneficiaria (%)	Familia 58,5% Amistad 11,7%
Sexo (%)	Hombre 65%
Edad media (años)	43
Situación laboral	Trabaja 86,9%
Intención de emprender (%)	20,9%
Involucración en TEA (%)	15,9%
Emprendimiento consolidado	8,5%
Oportunidades a 6 meses (%)	48,2%
Red social emprendedora	78,6%
Posee habilidades emprendedoras	62,7%
Miedo a fracasar como barrera	35,2%
Facilidad para iniciar un negocio	23,2%

4.6. Orientación innovadora

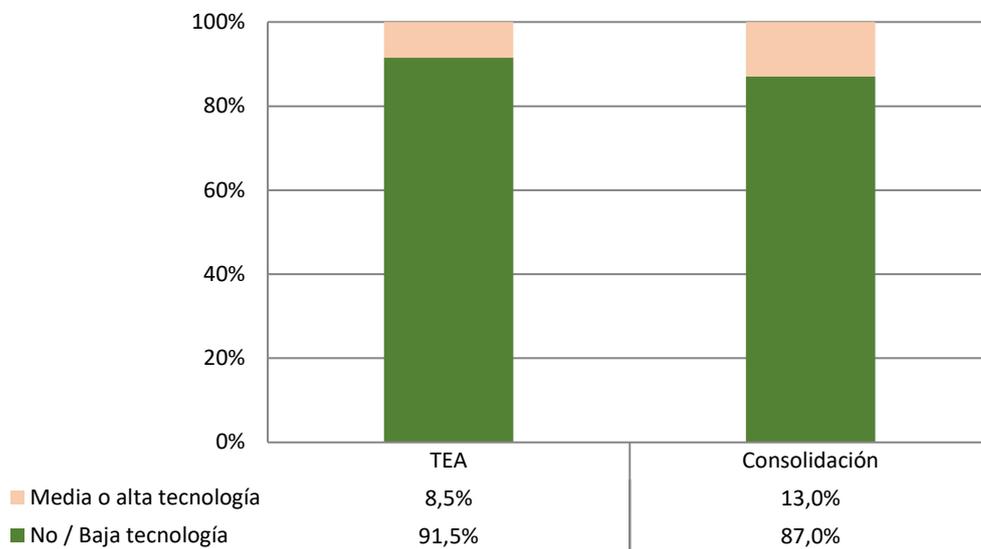
Este apartado centra la atención en la orientación innovadora del negocio desarrollado. Para medirla, en GEM se indaga sobre el nivel tecnológico del sector al que pertenece (figura 39), siendo el resultado una predominancia de las empresas de la Comunidad Valenciana en sectores de baja tecnología.

Así, de acuerdo a los datos, en primer lugar, entre las iniciativas incipientes con un recorrido no superior a 42 meses, captadas en la Comunidad Valenciana en 2024, un 91,5% afirma pertenecer a sectores de bajo o nulo

nivel tecnológico, mientras que únicamente el 8,5% consideran competir en sectores de media o alta tecnología.

Por su parte, para las empresas consolidadas se recoge una casuística en la que, si bien también son minoritarias las respuestas de las personas encuestadas que consideran competir en sectores de medio o alto nivel tecnológico, el porcentaje, es de un 13%, que, si bien también resulta de alcance limitado, es en cualquier caso superior al recogido para las iniciativas en fase TEA.

Figura 39. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).



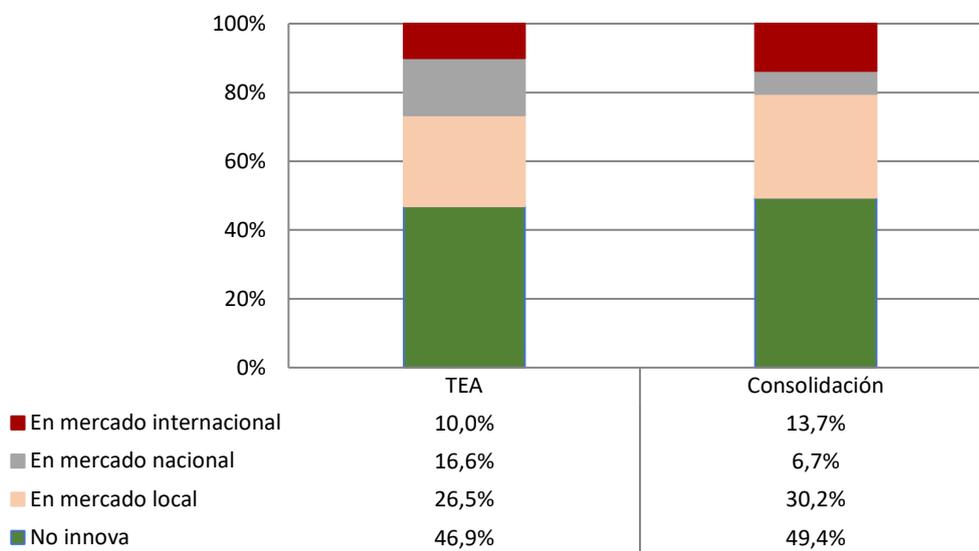
Más allá de la información acerca del nivel tecnológico del sector, GEM sondea también las innovaciones en producto y/o servicio, y en procesos, desarrolladas por las empresas en el último año, información que se sintetiza en las figuras 40 y 41.

Los datos de 2024 muestran una notable mejora en la actividad innovadora de las iniciativas emprendedoras en productos o servicios respecto al año anterior. Así, la figura 40 revela que más de la mitad de estas iniciativas sí reportan haber llevado a cabo innovaciones. En particular, un 53,1% de las

actividades incipientes (TEA) ha innovado en producto o servicio. Por su parte, en el caso de las actividades consolidadas, este porcentaje es del 50,6%.

Además, se observa que en su mayor parte se trata de innovaciones dirigidas al mercado doméstico. Para las iniciativas TEA, el 26,5% innova para el mercado local, el 16,6% para el mercado nacional y el 10,0% para el internacional. En el caso de las empresas consolidadas, el 30,2% innova para el mercado local, el 6,7% para el nacional y el 13,7% para el internacional. Estos datos sugieren una fuerte orientación hacia el entorno más cercano para la aplicación de las novedades.

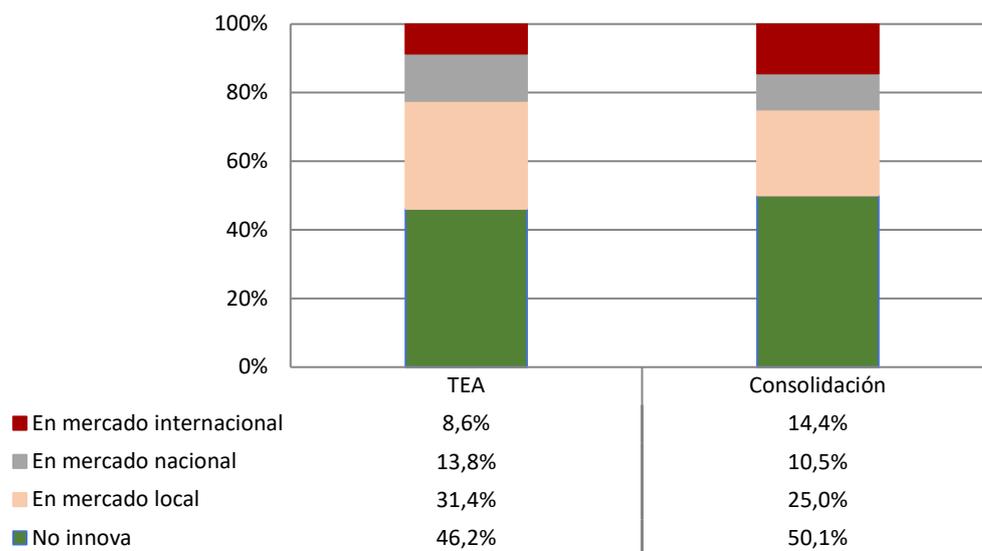
Figura 40. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2024 (% de iniciativas emprendedoras).



En segundo lugar, en relación a la innovación en procesos o en tecnologías empleadas en 2024 (figura 41), se observa un comportamiento positivo similar al de la innovación en producto/servicio. Un 53,8% de las actividades en fase TEA han llevado a cabo innovaciones en procesos o tecnologías, mientras que, en el caso de las iniciativas consolidadas, este porcentaje es del 49,9%. Las innovaciones que se producen en procesos o tecnologías para las iniciativas TEA se dirigen mayoritariamente al mercado local (31,4%), seguido del nacional (13,8%) y el internacional (8,6%). Para las iniciativas consolidadas, la distribución es del 25,0% para el mercado local, 10,5%

para el nacional y 14,4% para el internacional. Esta situación representa también una mejora significativa en la innovación de procesos y tecnologías respecto al año anterior.

Figura 41. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2024 (% de iniciativas emprendedoras).

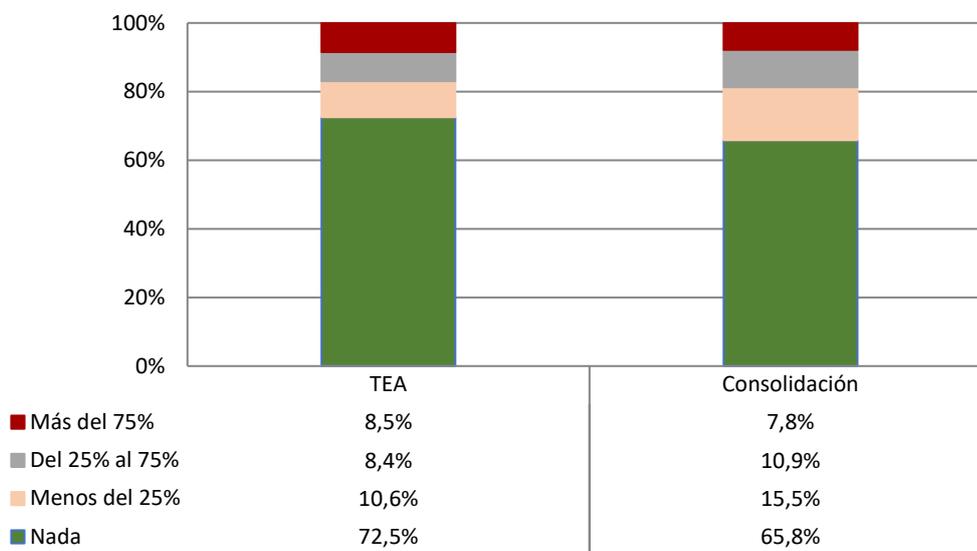


De manera similar a las respuestas recogidas en los informes de años anteriores, el componente innovador en producto/servicio, así como el correspondiente a procesos/tecnologías, es mayor entre los modelos de negocio más recientes (iniciativas TEA) que entre los más veteranos (empresas consolidadas). Si bien quizá ello pueda tener que ver con el hecho de que, en el caso de las consolidadas, su propio modelo de negocio disponga de un producto o servicio más afianzado o se encuentre en mercados con reglas del juego y agentes participantes más establecidos, frente a las iniciativas más incipientes, que en cierta medida, pueden estar todavía buscando, validando o pivotando en torno a su modelo de negocio.

4.7. Orientación exportadora

En GEM se evalúa la orientación o vocación exportadora de las iniciativas emprendedoras a través de la proporción de sus ingresos derivada de ventas internacionales, información detallada en la figura 42.

Figura 42. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).



Los datos indican que, en 2024, en la Comunidad Valenciana, un 16,9% de las iniciativas en fase temprana (TEA), con menos de 42 meses de actividad, obtienen más de una cuarta parte de su facturación de exportaciones, destacando que el 8,5% supera incluso el 75% de sus ventas en el ámbito internacional.

En el caso de las iniciativas ya consolidadas, el porcentaje de las no exportadoras es inferior al caso de las iniciativas TEA, alcanzando a un 65,8%, mientras que suponen un 7,8% las que afirman exportar más de un 75% de sus ventas.

En términos evolutivos, la orientación exportadora de las iniciativas entre 2023 y 2024 ha supuesto una evolución diferente. Así, en el caso de las iniciativas TEA, el conjunto de las que no exportan se ha incrementado de un

63,3% a un 72,5%; lo que puede venir en consonancia con la ya comentada mayor presencia de iniciativas en solitario y de menor tamaño que han acompañado al fuerte crecimiento de la TEA en estos últimos años. Por su parte, entre las iniciativas más veteranas ya consolidadas, se ha reducido el porcentaje de las que declaran no llevar a cabo actividad foránea, desde el 85,5% marcado en 2023 al presente 65,8% registrado en 2024, y que las hace regresar a datos más próximos a años anteriores.

4.8. Inteligencia artificial y digitalización

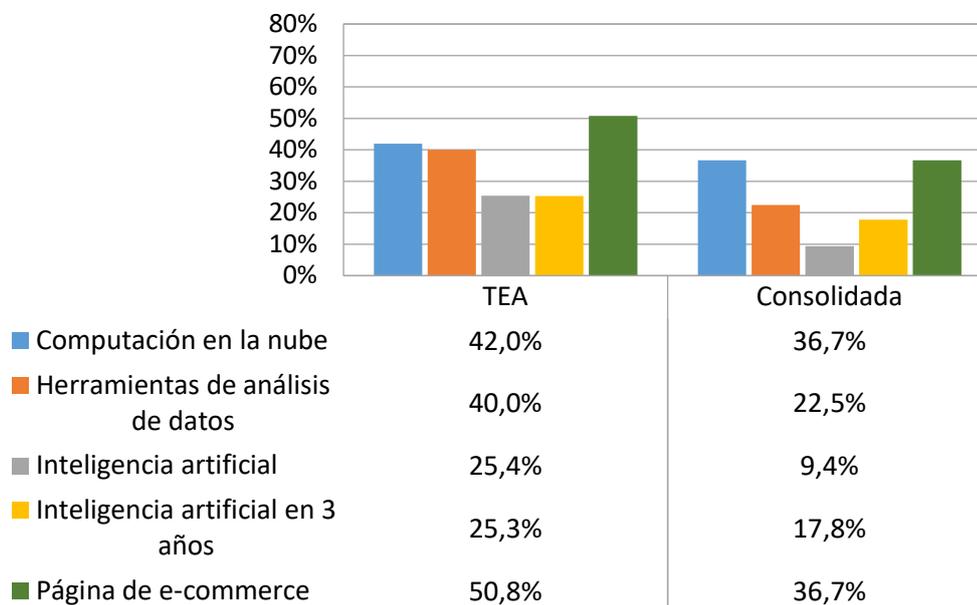
En esta edición del informe GEM se han modificado los contenidos relacionados con digitalización, actualizándolos e incorporando cuestiones en relación con la adopción de diversas tecnologías digitales, así como con la importancia, riesgos y beneficios de la inteligencia artificial (IA) aplicada a los negocios. A continuación, desglosamos los resultados obtenidos en relación a cada uno de los diversos aspectos o perspectivas en los que se ha puesto el foco.

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

La irrupción y consolidación de las tecnologías digitales han redefinido el panorama empresarial, convirtiendo la adopción de herramientas avanzadas en un factor crítico para la estrategia y el modelo de negocio de cualquier iniciativa emprendedora. La figura 43 nos ofrece una visión de cómo se percibe y utiliza esta realidad en la Comunidad Valenciana, diferenciando entre las iniciativas en fase de actividad temprana (TEA) y las ya consolidadas.

En 2024, las personas emprendedoras más recientes (TEA) muestran una clara conciencia sobre la importancia de los recursos digitales para su estrategia. Una de cada dos iniciativas TEA considera imprescindible el comercio electrónico (e-commerce) (50,8%). Alrededor de 4 de cada 10 prioriza también las herramientas de análisis de datos (40%) y la computación en la nube (42%), lo que indica el uso de infraestructuras flexibles de información y la capacidad para interpretarla desde las primeras etapas. La inteligencia artificial (IA) es percibida como muy relevante por una de cada cuatro iniciativas, tanto en la actualidad (25,4%), como en la consideración de su potencial a tres años vista (25,3%).

Figura 43. Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio (% de iniciativas emprendedoras).



Las iniciativas consolidadas también valoran estos recursos, aunque con porcentajes de importancia generalmente más moderados que las iniciativas TEA. El comercio electrónico y la computación en la nube mantienen su relevancia estratégica (ambas con un 36,7%). Las herramientas de análisis de datos (22,5%) también son valoradas. La inteligencia artificial se sitúa en un 9,4% de importancia actual, pero este valor se eleva significativamente al 17,8% al proyectarse a tres años vista, lo que puede indicar una cierta intención de integración futura.

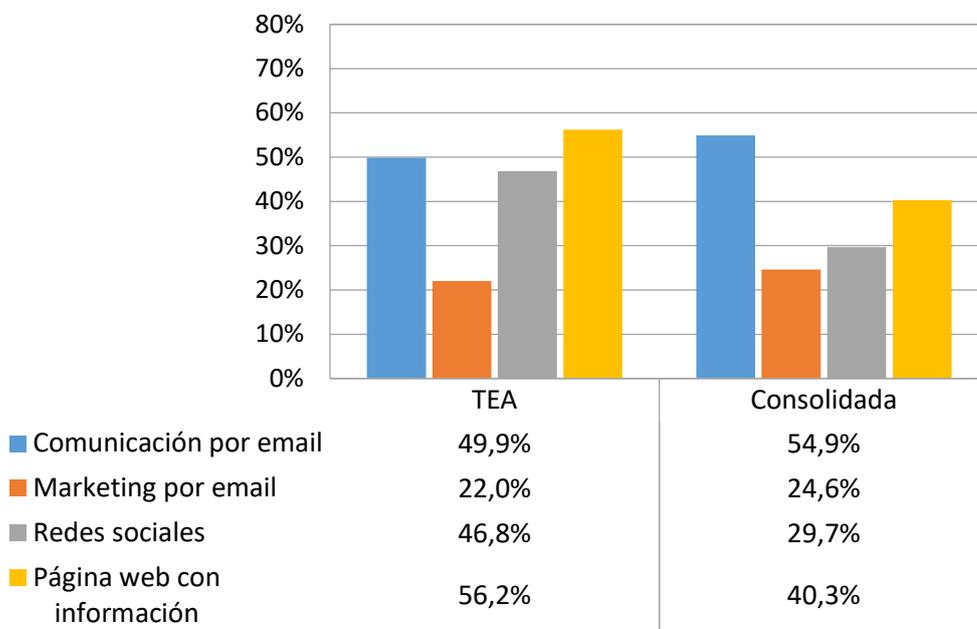
Esta diferencia en la adopción y valoración entre ambas etapas sugiere que la integración de recursos digitales tiende a ser más fluida en las fases iniciales. Esto se debe, en parte, a que las iniciativas TEA suelen incorporar estas herramientas de forma más inherente desde su concepción, habiendo nacido en un contexto con estos desarrollos ya disponibles. Por el contrario, las empresas consolidadas, con procesos ya establecidos y posiblemente sin haber contado con estos avances en sus inicios, pueden encontrar una implementación más gradual. No obstante, estas últimas muestran una clara intención de "puesta al día" tecnológica en el futuro cercano.

En síntesis, podríamos decir que el ecosistema emprendedor valenciano presenta una sólida base digital, con el e-commerce, la nube y el análisis de datos como pilares esenciales para la estrategia y el modelo de negocio en todas sus fases. La inteligencia artificial, aunque ya es relevante para el emprendimiento naciente, se perfila como un área de considerable crecimiento y proyección para las empresas consolidadas, que vislumbran su potencial transformador a corto plazo.

Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales

Al igual que en el caso de su orientación estratégica, son las personas emprendedoras a cargo de iniciativas recientes (TEA) quienes consideran más importantes las tecnologías de marketing más avanzadas (páginas web, redes sociales, marketing digital) para sus operaciones comerciales, mientras que las iniciativas consolidadas valoran en mayor porcentaje la comunicación a través del email como su principal recurso comercial. La figura 44 nos ilustra la relevancia de diferentes herramientas de comunicación y presencia digital para las iniciativas en fase TEA y las consolidadas en la Comunidad Valenciana, ofreciendo datos específicos de esta realidad regional.

Figura 44. Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales (% de iniciativas emprendedoras).



Para las personas emprendedoras en fase TEA, la página web con información se posiciona como el recurso más importante (56,2%), funcionando a menudo como su principal escaparate digital. La comunicación por email es también muy relevante (49,9%), reflejando su utilidad para la interacción directa y el seguimiento. Las redes sociales alcanzan un 46,8% de importancia, indicando su papel clave en la visibilidad y la interacción con el cliente. Por otro lado, el marketing por email tiene una valoración inferior (22%).

En el caso de las iniciativas consolidadas, la comunicación por email es el recurso digital más valorado, alcanzando un 54,9%. La página web con información sigue siendo esencial (40,3%). El marketing por email también experimenta un ligero aumento en su importancia (24,6%) respecto a las iniciativas TEA. Las redes sociales, por su parte, muestran una menor relevancia para las consolidadas (29,7%) en comparación con las iniciativas más recientes.

Esta comparativa sugiere una adaptación en el uso de los recursos digitales a medida que la iniciativa consolidada. Mientras las TEA priorizan la construcción de una presencia informativa y la visibilidad general, las iniciativas consolidadas tienden a enfocarse más en la comunicación directa y el mantenimiento de relaciones, donde el email gana terreno.

En síntesis, tanto las iniciativas nacientes como las consolidadas reconocen el valor de los recursos digitales para sus operaciones comerciales, aunque las prioridades se encuentran ajustadas en función de su etapa de desarrollo en el momento de la encuesta. La página web y la comunicación por email se mantienen como pilares.

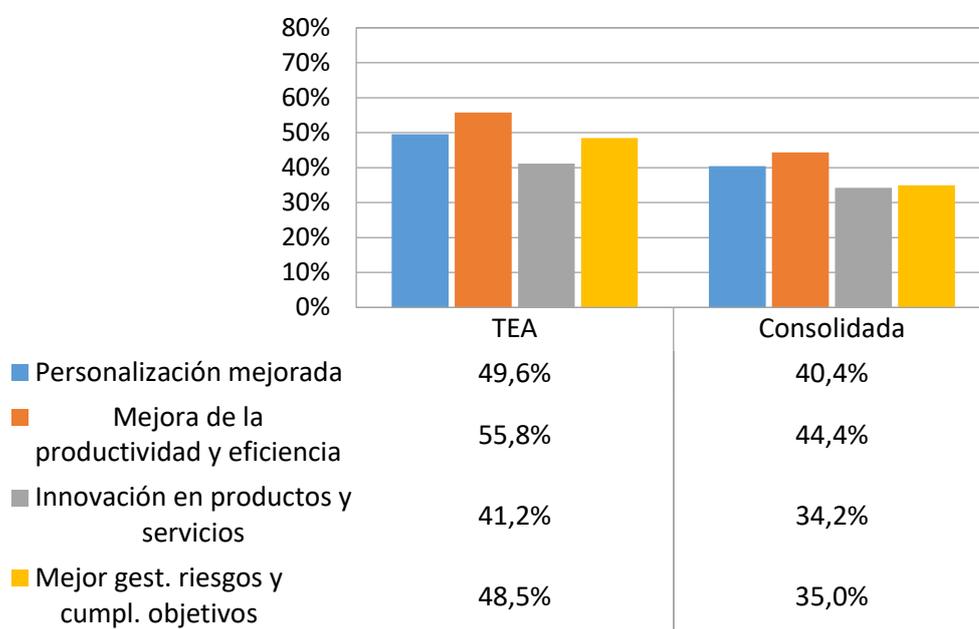
Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa

La valoración positiva de la IA en los negocios parece estar más clara para las personas emprendedoras a cargo de iniciativas de menos de tres años y medio de vida que para quienes llevan más tiempo en el proceso emprendedor. La figura 45 ilustra los impactos positivos percibidos al implementar IA en una empresa, diferenciando entre iniciativas en fase TEA y consolidadas en la Comunidad Valenciana.

Para las personas emprendedoras en fase TEA, más de la mitad (55,8%) valoran que la inteligencia artificial mejorará la productividad y eficiencia de sus procesos de negocio. Asimismo, prácticamente una de cada dos valora

sus posibilidades para personalizar productos y procesos, innovar, mejorar la gestión, ganar más dinero y crecer en el futuro. (49,6%), así como considera que tendrá un impacto en la mejor gestión de riesgos y cumplimiento de objetivos (48,5%). Por último, 4 de cada 10 indican que repercutirá positivamente en la innovación en productos y servicios (41,2%). Todo ello sugiere un amplio reconocimiento de la IA como catalizador de mejoras operativas y estratégicas.

Figura 45. Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa (% de iniciativas emprendedoras).



En el caso de las iniciativas consolidadas, la percepción es más moderada en cuanto a la valoración general de los impactos positivos de la IA. La mejora de la productividad y eficiencia es el impacto más valorado (44,4%). Algo más de 4 de cada 10 ven valor en la personalización mejorada (40,4%), y alrededor de un tercio valora la mejor gestión de riesgos y cumplimiento de objetivos (35,0%) y la innovación en productos y servicios (34,2%).

Esta comparativa resalta que, si bien ambos tipos de iniciativas valoran la capacidad de la IA para impulsar la productividad y eficiencia, las personas emprendedoras más recientes (TEA) muestran expectativas más elevadas sobre el alcance de sus beneficios. Esto podría deberse a su mayor agilidad

para integrar nuevas tecnologías desde cero y a una visión más intrínseca de la IA como parte de su propuesta de valor desde el inicio.

En síntesis, la inteligencia artificial se percibe como una herramienta clave para la mejora operativa y la eficiencia en el ecosistema emprendedor valenciano en general. Aunque las iniciativas TEA muestran un mayor optimismo sobre el alcance de sus impactos positivos, ambos segmentos reconocen su potencial para transformar aspectos fundamentales del negocio, desde la productividad hasta la gestión de riesgos y la innovación, aunque esta última en menor medida.

Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa

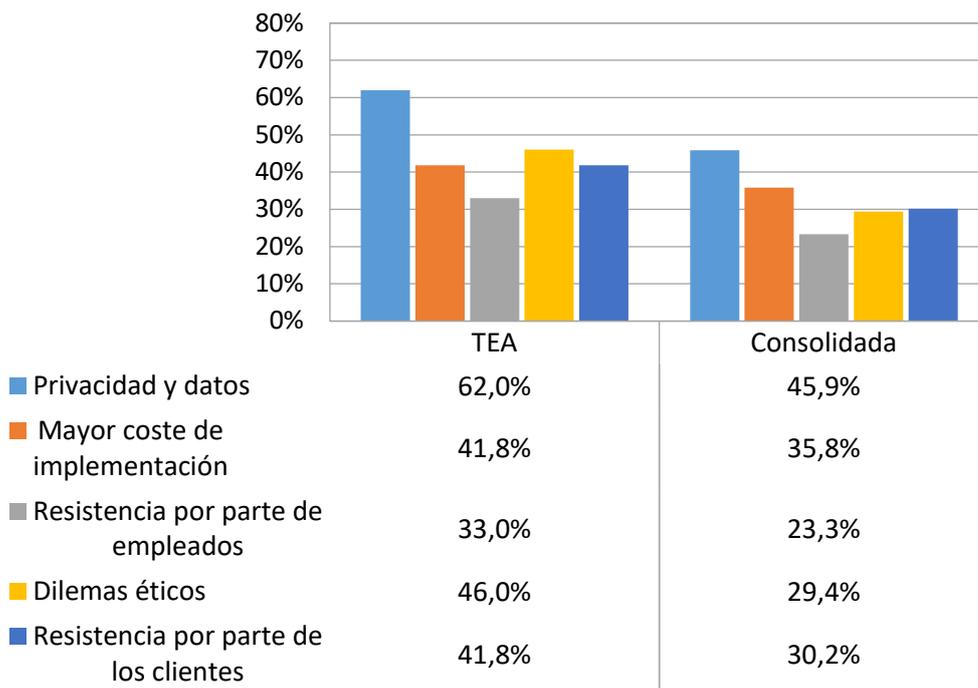
La implementación de la inteligencia artificial (IA), si bien promete beneficios, también puede generar una serie de inquietudes y preocupaciones sobre su posible impacto negativo en el ámbito empresarial. La rapidez de su aparición, desarrollo y expansión, y el cambio continuo en las reglas del juego en un ciclo de vida acelerado, sin visos de estabilización a corto o medio plazo, ha contribuido a que surjan inquietudes entre las personas emprendedoras. Parte de éstas orbitan en torno a cómo velar por la seguridad y privacidad de los datos utilizados. La figura 46 ilustra cómo se perciben estos impactos en las personas a cargo de iniciativas emprendedoras en la Comunidad Valenciana, diferenciando entre iniciativas en fase TEA y consolidadas.

Se observa que las personas en las iniciativas en fase TEA tienden a manifestar una mayor preocupación por los posibles impactos negativos de la IA en todos los ámbitos analizados, en comparación con las que están a cargo de empresas ya consolidadas. Así, para las personas emprendedoras más recientes, la privacidad y los datos son la principal preocupación, con un 62% que lo valora como un impacto negativo. Los dilemas éticos (46%) también representan una inquietud considerable. El mayor coste de implementación y la resistencia por parte de los clientes comparten nivel de preocupación (41,8%), mientras que la resistencia por parte de empleados supone el impacto negativo menos percibido (33%).

En el caso de las iniciativas consolidadas, las percepciones de impactos negativos son generalmente más moderadas. La privacidad y los datos sigue siendo la principal preocupación (45,9%). Algo más de un tercio se muestra preocupado por el mayor coste de implementación (35,8%), y aproximadamente 3 de cada 10 valoran el impacto negativo de la posible

resistencia por parte de los clientes (30,2%) y los dilemas éticos que pueda plantear la integración de la IA (29,4%). Por último, la resistencia por parte de empleados es el impacto negativo menos valorado (23,3%).

Figura 46. Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa (% de iniciativas emprendedoras).



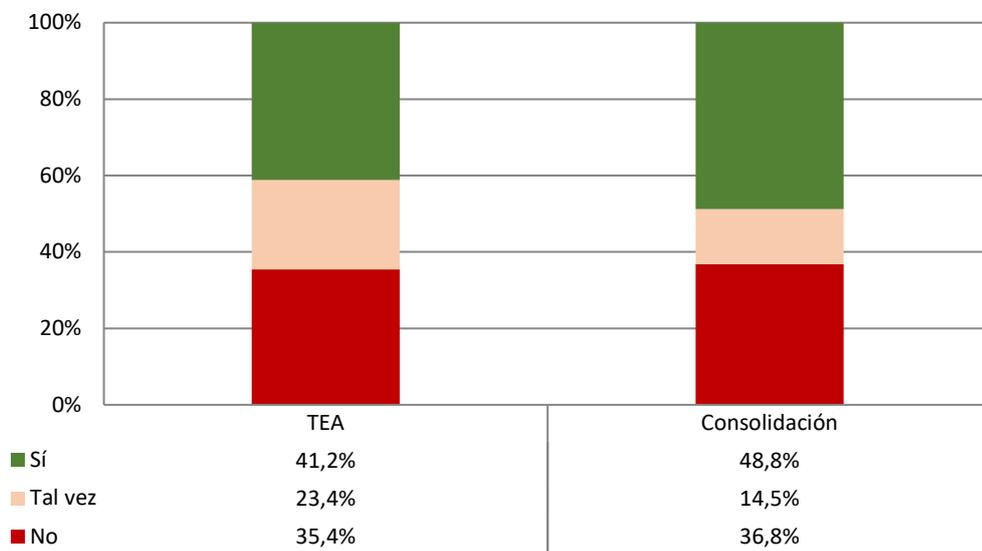
Esta comparativa sugiere que, si bien las preocupaciones existen en ambos colectivos, las personas emprendedoras en fase TEA son considerablemente más sensibles a los riesgos asociados a la IA. Esto podría deberse a una mayor exposición a los debates éticos y de privacidad en su fase de conceptualización, o a una menor experiencia directa en la mitigación de estos riesgos en un entorno operativo ya consolidado.

En síntesis, la preocupación por la privacidad y el manejo de datos es el principal impacto negativo percibido en el ecosistema emprendedor valenciano ante la IA. Las iniciativas más jóvenes muestran una mayor cautela y sensibilidad hacia los potenciales riesgos, lo que contrasta con la percepción más atenuada de las empresas consolidadas.

Expectativas de adopción de tecnologías digitales

En relación a la adopción de tecnologías digitales, se ha planteado a las personas emprendedoras si, en sus negocios, tienen la expectativa de incrementar el grado de uso de tecnologías digitales para la venta o prestación de productos y/o servicios a seis meses vista. La respuesta a esta cuestión viene recogida en la figura 47.

Figura 47. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).



En este sentido, los datos indican que el conjunto de las iniciativas muestra una disposición considerable hacia la integración de tecnologías digitales.

Así, el 64,6% de las iniciativas en fase incipiente (TEA) contemplan a futuro la expectativa de ampliar su intensidad de uso de estas tecnologías. En concreto, un 41,2% de estas iniciativas planea adoptar nuevas tecnologías digitales, mientras que un 23,4% se lo está planteando.

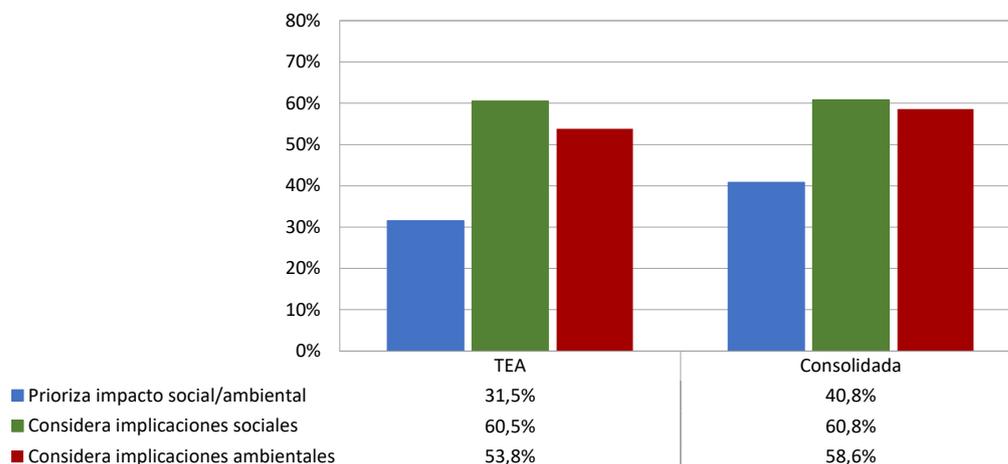
En el caso de las empresas consolidadas, la expectativa de adopción sigue la misma línea. El 63,3% contempla a futuro esta opción; en particular, un 48,8% afirman que sí adoptarán nuevas tecnologías digitales, mientras que el 14,5% lo está considerando.

Si nos centramos en el conjunto de las respuestas exclusivamente afirmativas, los datos sugieren que las empresas consolidadas muestran una mayor certeza en la adopción de tecnologías digitales en comparación con las iniciativas TEA, aunque en ambos grupos existe una parte significativa que no contempla esta adopción o aún está indecisa. En cualquier caso, la suma de las categorías "Sí" y "Tal vez" indica que la mayoría de las iniciativas emprendedoras en la Comunidad Valenciana, tanto en fases iniciales como consolidadas, mantienen una actitud abierta o proactiva hacia la transformación digital.

4.9. Orientación a la sostenibilidad

El presente análisis explora la dimensión de la orientación a la sostenibilidad, examinando en qué medida, las personas emprendedoras integran la preocupación por el impacto social y medioambiental en sus actividades, más allá de la mera viabilidad económica. Al respecto, la figura 48 presenta los hallazgos relacionados con ciertas prioridades y consideraciones en este sentido.

Figura 48. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).



Una de las primeras áreas exploradas es si las personas emprendedoras priorizan en sus estrategias el impacto social y/o medioambiental de su

actividad. Al respecto, un 31,5% de las iniciativas incipientes (TEA) afirma estar de acuerdo con esta priorización. Este compromiso es más elevado en el ámbito de las empresas ya consolidadas, donde el porcentaje asciende a un 40,8%.

Complementariamente, el estudio investiga cómo las decisiones operativas de estas iniciativas incorporan las repercusiones o implicaciones sociales y ambientales. Los resultados evidencian un notable grado de implicación con la sostenibilidad en ambos tipos de emprendimientos, tanto en lo social como en lo ambiental, con una mayoría significativa de respuestas afirmativas en todos los casos.

En concreto, entre las iniciativas emprendedoras nacientes (TEA), se observa que un 60,5% reconoce considerar las implicaciones sociales en sus decisiones operativas. Asimismo, la consideración de las repercusiones ambientales es tomada en cuenta por un 53,8% de estas iniciativas.

Por otro lado, las empresas ya consolidadas reflejan porcentajes ligeramente superiores en su consideración de la sostenibilidad operativa. Un 60,8% afirma tener en cuenta las implicaciones sociales, y un 58,6% considera las repercusiones medioambientales de sus decisiones.

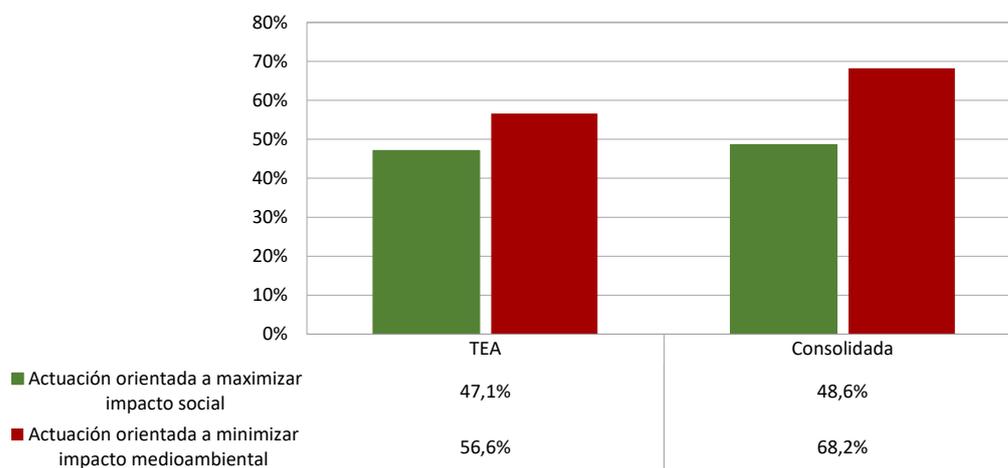
Más allá de la mera preocupación por la sostenibilidad, la encuesta GEM indaga sobre las acciones específicas implementadas por las personas emprendedoras para maximizar su impacto social y minimizar su huella medioambiental durante el último año, cuyos hallazgos se detallan en la figura 49.

Al examinar los datos, se observa que un 56,6% de las iniciativas en fase temprana (TEA) ha dado pasos concretos para reducir su impacto medioambiental, cifra que asciende a un 68,2% entre las empresas ya consolidadas. Por otro lado, las acciones prácticas orientadas al impacto social son menos frecuentes: un 47,1% en iniciativas TEA y un 48,6% en las consolidadas.

Los resultados obtenidos revelan un interesante contraste entre la orientación estratégica y la concreción de acciones. Si bien la preocupación por la sostenibilidad es notoria -como se ha explorado previamente a través de las prioridades y consideraciones-, la ejecución de medidas específicas, particularmente aquellas dirigidas al impacto social, muestra porcentajes de involucración comparativamente menores. En cambio, las actuaciones

enfocadas en minimizar el impacto medioambiental se alinean de forma más consecuente con la sensibilidad previamente expresada.

Figura 49. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).



En síntesis, estos hallazgos sugieren que, aunque tanto las iniciativas TEA como las consolidadas demuestran un compromiso activo con la sostenibilidad, las empresas más establecidas evidencian una mayor propensión a implementar medidas para mitigar su impacto medioambiental. La maximización del impacto social, por su parte, se mantiene en niveles consistentes en ambas fases del emprendimiento, revelando una preocupación social inherente en el ecosistema de iniciativas emprendedoras de la Comunidad Valenciana.

CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

Este capítulo analiza el ecosistema en el que se desenvuelve la actividad emprendedora. Para ello se evalúa el estado de diversos factores clave que pueden influir significativamente en las oportunidades de negocio, el potencial emprendedor de la población y el propio proceso de nacimiento y evolución de iniciativas empresariales. Este análisis se centra, por consiguiente, en el contexto específico para emprender, y no en el contexto socio-económico general o de competitividad de un país o región.

Desde su concepción, el observatorio GEM ha estructurado este análisis contextual a través de nueve factores ambientales o condiciones de entorno, intrínsecamente ligadas a la actividad emprendedora (tabla 10). La evaluación de estas condiciones se realiza anualmente por parte de personas expertas procedentes de distintos ámbitos relacionados con el emprendimiento. Esta metodología aporta una perspectiva adicional y complementaria a la de la población general, enriqueciendo la comprensión del contexto en el que las personas deciden participar o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

En el caso particular de la Comunidad Valenciana, un grupo de expertos y expertas, integrado por 36 personas, del ámbito empresarial y profesional, fue establecido en 2004, hace ya más de dos décadas, con ocasión de la elaboración del primer informe GEM de la región. Este equipo evalúa anualmente el estado de los factores ambientales de entorno emprendedor, manteniendo al menos un 75% de sus miembros de año a año, al objeto de garantizar una cierta continuidad y consistencia en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas.

Al igual que en las ediciones anteriores, también en ésta se ha contado con la colaboración de personas relacionadas con todas las condiciones de entorno analizadas, provenientes del mundo empresarial (empresarios y empresarias, representantes de asociaciones empresariales, etc.), y del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y programas específicos para el emprendimiento).

Las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto se detallan en la tabla 10. Adicionalmente, la procedencia y esfera de influencia de las 36 personas integrantes del grupo se documentan en las tablas 11 y 12.

Tabla 10. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.

Condición	Descripción
APOYO FINANCIERO	Disponibilidad de recursos financieros para creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluye subvenciones y ayudas.
POLÍTICAS PÚBLICAS	Apoyo de las políticas de las administraciones públicas a empresas nuevas o en crecimiento, principalmente impuestos o regulaciones.
PROGRAMAS PÚBLICOS	Existencia de iniciativas o programas de apoyo directo para asistir a empresas nuevas y en crecimiento.
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN	Presencia en los sistemas educativos y demás formación no reglada, de programas y herramientas que potencien habilidades y conocimientos necesarios para la creación y dirección de empresas.
TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	Contribución de los sistemas de investigación y desarrollo a la creación de nuevas oportunidades de negocio relacionadas con I+D.
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	Disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, y otros que facilitan servicios para creación o desarrollo de negocios.
APERTURA DEL MERCADO INTERNO	Facilidad de las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y competir.
ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	Facilidad de acceso a los recursos físicos existentes a un coste que no discrimine a las empresas nuevas o en crecimiento.
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	Medida en la que las normas culturales y sociales del territorio, favorecen o inhiben la puesta en marcha de nuevas empresas.

Tabla 11. Ámbito de influencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2024.

Ámbito de influencia	Número de personas
Apoyo financiero	4
Políticas gubernamentales	4
Programas gubernamentales	4
Educación y formación	4
Transferencia de I+D	4
Infraestructura comercial y profesional	4
Apertura de mercado	4
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
Total	36

Tabla 12. Ámbito de procedencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2024

Ámbito de procedencia	Número de personas
Empresarios/as	19
Profesionales:	17
• de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	3
• de entidades regionales de apoyo	3
• de entidades locales de apoyo	3
• de innovación y desarrollo empresarial	4
• de financiación de las iniciativas emprendedoras	4

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

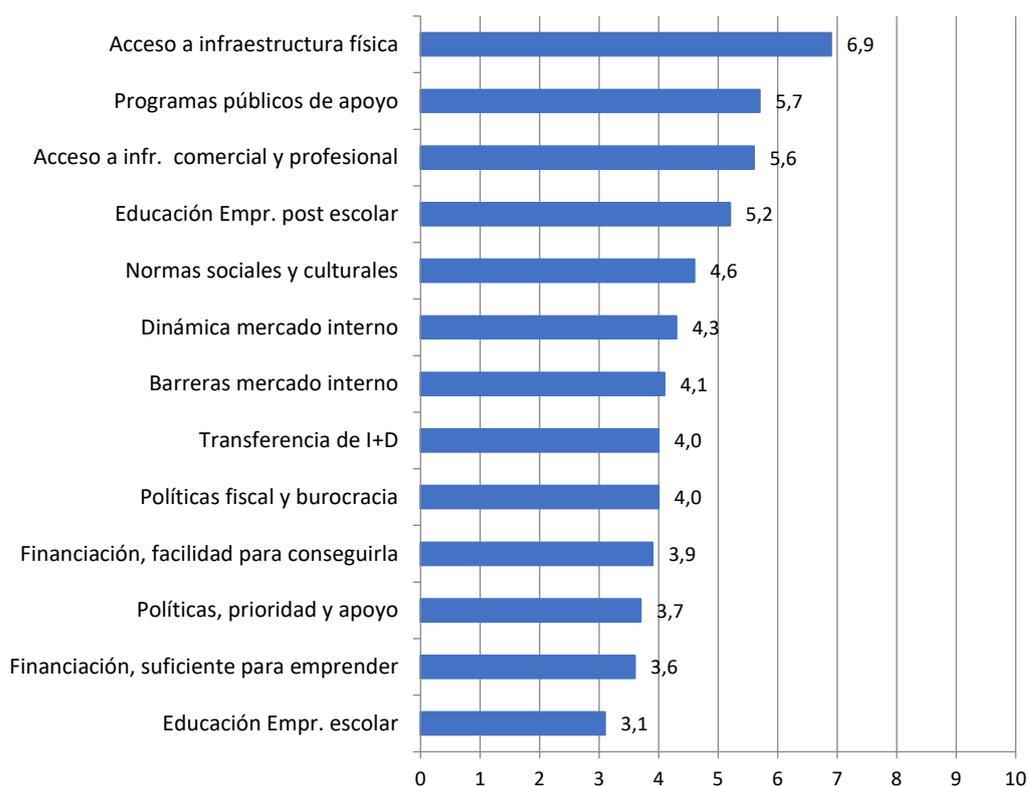
Esta sección ofrece una evaluación exhaustiva del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana para el año 2024⁵, según la perspectiva del grupo experto.

La figura 50 ilustra la valoración promedio de las nueve condiciones de entorno antes mencionadas, las cuales se desglosan en trece ítems específicos,

⁵ El grupo experto realiza estas valoraciones entre los meses de mayo y junio.

dado que políticas de apoyo, así como educación, apertura de mercado, y financiación, se desagregan a su vez en otras dos, como se aprecia en la figura.

Figura 50. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2024 en la Comunidad Valenciana.



Las valoraciones presentadas sintetizan el consenso alcanzado por las personas integrantes del grupo experto respecto a una extensa batería de cuestiones específicas, representativas de las condiciones agregadas del entorno emprendedor, de modo que las puntuaciones que se muestran constituyen el resumen global para cada una de dichas condiciones⁶.

Cabe destacar que, en los informes GEM, las puntuaciones en la escala utilizada raramente superan el valor de 7. Este patrón es común y esperado,

⁶ Las valoraciones globales que superan la media de 5 puntos se pueden considerar favorables.

ya que una calificación cercana a 10 implicaría una percepción de perfección o idealidad absoluta por parte de la totalidad del grupo, considerando que son valoraciones medias derivadas de la combinación de diversas cuestiones y las respuestas conjuntas del grupo.

Así, la figura 50 refleja la valoración global de las condiciones del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana para 2024. En términos generales, el panel experto considera la situación como aceptable, si bien reconoce la existencia de un considerable margen para la mejora. Esta evaluación de 2024 consolida, a grandes rasgos, la tendencia de las valoraciones realizadas por el panel experto en años previos en cuanto a la ordenación de las condiciones, si bien muchas de las valoraciones recogen descensos de distinta magnitud, aunque en general leves.

En una aproximación inicial a los datos, observamos que, en conjunto, cuatro de las condiciones que definen el entorno para emprender superan el “aprobado” (5 o más puntos), a juicio del grupo experto.

En concreto, estas condiciones con las valoraciones más destacadas incluyen: el acceso a infraestructura física (6,9), que lidera el ranking; los programas públicos de apoyo (5,7); y el acceso a infraestructura comercial y profesional (5,6). Asimismo, la valoración de la educación emprendedora en niveles superiores y de formación (5,2) también se sitúa por encima del aprobado.

Con valoraciones algo más bajas, pero todavía en un rango intermedio, por encima de 4, se encuentran: el juicio sobre las normas sociales y culturales (4,6); y las relativas al mercado interno en cuanto a su dinámica (4,3), y la presencia de barreras (4,1). Por su parte, las condiciones relativas a la transferencia de I+D y la percepción sobre las políticas fiscales y la burocracia comparten la misma puntuación (4,0).

Ya con puntuaciones por debajo de 4, se sitúan: la financiación, en cuanto a la facilidad para conseguirla (3,9), así como su suficiencia (3,6), y la valoración de las políticas en cuanto a su grado de prioridad y apoyo relacionado con el emprendimiento (3,7)

Finalmente, repitiendo la última posición, se encuentra la condición relativa a la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles escolares (3,1), dato éste que subraya una necesidad persistente de mejora en este ámbito formativo más básico.

A continuación, la tabla 13 presenta la evolución de las valoraciones del panel experto sobre las condiciones del entorno para emprender en la Comunidad Valenciana, cubriendo el período desde 2019 hasta 2024. Este análisis temporal permite observar tendencias y cambios en la percepción de los factores clave que influyen en la actividad emprendedora.

Tabla 13. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana.

Valoración global	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Acceso a infraestructura física	6,9	6,9	6,8	6,5	6,6	6,9
Programas públicos de apoyo	5,5	6,0	5,8	5,6	6,0	5,7
Acceso a infraestructura comer. y profesional	5,4	6,1	6,0	5,8	6,0	5,6
Educación y formación post-secundaria	4,9	5,3	5,2	5,5	5,4	5,2
Normas sociales y culturales	4,8	4,9	5,1	4,9	4,6	4,6
Mercado interno: velocidad de los cambios	4,3	4,4	3,5	3,8	4,2	4,3
Mercado interno: apertura	4,4	4,5	4,8	4,6	4,6	4,1
Transferencia de tecnología	4,1	4,6	4,5	4,5	4,2	4,0
Políticas púb.: facilidad y rapidez de trámites	3,8	4,3	4,4	4,0	4,1	4,0
Financiación emprendedora	4,1	4,2	-	-	-	-
Facilidad de acceso a financiación	-	-	4,5	4,6	4,4	3,9
Políticas públicas: políticas de apoyo	4,5	4,8	4,5	4,4	4,1	3,7
Financiación suficiente	-	-	4,4	4,1	4,2	3,6
Educación primaria y secundaria	2,9	3,6	3,2	3,2	3,1	3,1

En conjunto, y a pesar de que la jerarquía fundamental de los factores ha mantenido una línea estable en los últimos años, se aprecian fluctuaciones en la valoración de algunas condiciones, especialmente entre 2023 y 2024. Si bien se había observado una mejora en la mayoría de las condiciones hasta 2020, y un cierto continuismo en años posteriores hasta 2023, los datos de 2024 revelan cambios más pronunciados en la consideración agregada de algunos factores clave.

En el ámbito de las infraestructuras, el acceso a infraestructura física (6,9), que lidera el ranking, se mantiene como un punto fuerte consolidado, recuperando en 2024 su máxima puntuación (igualando 2019). Asimismo, el acceso a infraestructura comercial y profesional (5,6), aunque muestra un ligero descenso en 2024 respecto a años anteriores (6,0 en 2020 y 2023), sigue recibiendo una valoración favorable. En cuanto a los programas públicos de apoyo, a pesar de un descenso en 2024 (5,7) desde el 6,0 registrado en 2020 y 2023, continúan siendo valorados positivamente. En el sector educativo, la educación y formación post-secundaria mantiene una estabilidad relativa, situándose en 5,2 en 2024.

No obstante, varios indicadores muestran un deterioro en el período más reciente. Las normas sociales y culturales han experimentado un descenso gradual, pasando de un 5,1 en 2021 a un 4,6 en 2024. La apertura del mercado interno (4,1 en 2024) ha disminuido de manera considerable, especialmente si se compara con el 4,8 de 2021. En cuanto a la velocidad de los cambios en el mercado interno, se sitúa en 4,3 en 2024, tras un periodo de fluctuaciones. La transferencia de tecnología también refleja una ligera tendencia negativa, descendiendo de un 4,6 en 2020 a un 4,0 en 2024.

Particularmente preocupante es la evolución de las valoraciones de la financiación emprendedora y de las políticas públicas. La facilidad de acceso a financiación ha sufrido una caída notable en 2024 (3,9) en comparación con años anteriores (4,4 en 2023 y 4,6 en 2022). De igual forma, la opinión respecto a la suficiencia de la oferta de financiación (3,6 en 2024) también ha retrocedido desde sus valores de 2023 (4,2) y anteriores. En lo relativo a la valoración de las políticas de apoyo general (3,7 en 2024) ha descendido desde un 4,8 en 2020, y la percepción sobre la facilidad y rapidez de trámites (4,0 en 2024) se mantiene en un nivel moderado tras algunas fluctuaciones.

Finalmente, la orientación al emprendimiento en la educación primaria y secundaria sigue siendo el aspecto peor valorado de manera consistente a lo

largo de todo el periodo, manteniéndose en un 3,1 en 2024, lo que subraya una necesidad estructural de mejora en las etapas formativas iniciales.

En resumen, si bien la Comunidad Valenciana mantiene fortalezas en el ámbito de las infraestructuras para emprender, los datos 2024, señalan una disminución en la percepción de apoyo público, la facilidad de acceso y suficiencia de financiación, y la apertura del mercado interno, aspectos cruciales para el desarrollo dinámico del ecosistema emprendedor.

En todo caso, a pesar de los desafíos y las áreas de mejora identificadas, es fundamental destacar las fortalezas que el ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana sigue manteniendo. El acceso a infraestructura física continúa siendo una de las mayores virtudes, con una valoración constante y elevada (6,9) que se sitúa como referente. Asimismo, tanto los programas públicos de apoyo (5,7) como el acceso a infraestructura comercial y profesional (5,6) siguen recibiendo puntuaciones favorables, lo que sugiere una base sólida en el soporte institucional y de recursos especializados. La valoración sostenida de la educación y formación post-secundaria (5,2) refuerza esta perspectiva, indicando que el talento y la preparación a nivel superior son percibidos como adecuados para el impulso emprendedor en la región.

Con todo, las valoraciones de las condiciones de entorno constituyen un resumen global agregado, extraído a partir del grado de acuerdo o desacuerdo expresado por las personas integrantes del grupo experto, en relación a una batería de cuestiones más detalladas, y que son distintivas de cada una de dichas condiciones. Al respecto, **a continuación, se detallan las valoraciones más representativas de dichas baterías de cuestiones.**

En primer lugar, los aspectos vinculados al acceso a **infraestructura física** suelen recibir consistentemente altas valoraciones en los estudios GEM, tanto a nivel global como en todas las ediciones de la Comunidad Valenciana. Esta tendencia se mantiene en 2024, donde todas las cuestiones ligadas a esta condición de entorno obtienen una evaluación favorable (6,9 en promedio global). Sobresalen notablemente, con puntuaciones cercanas al 8, la disponibilidad, rapidez y coste de los sistemas de comunicación (telefonía, Internet), así como el estado de las infraestructuras de transporte y otras comunicaciones. Con una valoración algo inferior, pero igualmente positiva, se sitúan la agilidad y el coste asociados al acceso a servicios básicos como gas, agua y electricidad para empresas nuevas o en crecimiento. Sin embargo, la cuestión que revela una mayor necesidad de mejora, aunque se acerca al 5, es la disponibilidad de espacios en alquiler para el desarrollo

de actividades, un aspecto que resulta especialmente acuciante para las actividades productivas y de transformación, mientras que en el sector servicios la situación es más favorable, si bien aún demanda atención.

Los **programas públicos de apoyo** se posicionan nuevamente en segundo lugar, alcanzando una valoración de 5,7. Una vez más, el grupo experto otorga su aprobación, aunque con una ligera reducción respecto a ediciones anteriores. Destaca sobremanera el reconocimiento al soporte que ofrecen las incubadoras de negocios y los parques científicos, rozando de nuevo una valoración de 7. A continuación, se valora positivamente la competencia y eficiencia de las personas que trabajan en los distintos organismos de apoyo, así como la suficiencia y adecuación de los programas orientados a empresas nuevas y en crecimiento (puntuaciones cercanas a 6). La eficacia de los programas y la facilidad para que quienes necesitan ayuda la encuentren, también reciben valoraciones superiores al 5. Dentro de este grupo, el único aspecto por debajo de esta cifra, y de manera dispar con un 4, es la posibilidad de obtener asesoramiento completo contactando con un único organismo, un punto que, además, entronca con la necesidad de mejora de la burocracia que también se atribuye a las políticas públicas.

La valoración de la **infraestructura comercial y profesional** (5,6) experimenta una reducción de 0,4 puntos respecto al año anterior, lo que la relega a la tercera posición. No obstante, en sintonía con lo observado en países de nuestro entorno, el panel experto tiende a considerar correcta la situación en lo que respecta a las oportunidades para que empresas nuevas y en crecimiento accedan a una oferta amplia y adecuada de servicios esenciales. En este bloque, se valoran muy positivamente las posibilidades de acceso a empresas proveedoras, subcontratistas y servicios de consultoría y asesoramiento. Del mismo modo, se perciben favorablemente las opciones de acceso a servicios de computación en la nube y su coste. A pesar de ello, persiste una percepción de dificultad, coherente con años anteriores, en cuanto a la capacidad de afrontar los costes de algunos de estos servicios, especialmente los vinculados a la subcontratación, la provisión y la consultoría.

Las valoraciones relacionadas con la **educación** se desagregan en dos vertientes: los niveles de primaria y secundaria, y los sistemas de formación profesional y educación superior. Como ya se ha observado en informes precedentes, existe una marcada diferencia interna en función del nivel educativo analizado.

Así, las cuestiones vinculadas a la educación en sus **niveles inferiores** (primaria y secundaria) vuelven a recibir las valoraciones más desfavorables.

Con un 3,1, esta condición se sitúa una vez más como la peor del entorno evaluado, lo que subraya una clara e insistente necesidad de reformas para abordar una situación que, a juicio continuado de los paneles expertos, reviste un carácter estructural. Se percibe que la enseñanza no fomenta suficientemente la creatividad, la autoeficacia ni la iniciativa personal. Además, la formación en principios de economía de mercado se considera deficiente, siendo el aspecto más críticamente valorado, con apenas un 2,8, la formación específica en materia empresarial y emprendedora. A este respecto, si bien se ha implementado un nuevo currículo de bachillerato en el curso 2022-2023 con reformas en la formación de empresa y emprendimiento, es aún prematuro evaluar su impacto, que, en cualquier caso, se manifestará a largo plazo. Indudablemente, este es un ámbito que exige una atención prioritaria y sostenida.

En contraste, la educación en **niveles superiores** se posiciona en esta edición, al igual que en años anteriores, como la cuarta condición de entorno mejor valorada (5,2). Esto es particularmente cierto en lo que concierne a la adecuación para el emprendimiento de la preparación práctica y la formación en gestión empresarial, con una puntuación destacada de 6,4. Asimismo, la formación impartida por los centros de formación profesional y educación continua también es valorada correctamente (4,8). No obstante, se detecta un mayor margen de mejora en la preparación para la iniciativa personal y el liderazgo empresarial recibida en las universidades (4,3).

La condición relativa a las **normas sociales y culturales** y su relación con valores vinculados al emprendimiento mantiene en 2024 su valoración de 4,6, tras las reducciones de las dos ediciones anteriores. En este sentido, las afirmaciones individuales evaluadas reflejan un acuerdo positivo básico del grupo experto en que la cultura valenciana reconoce la responsabilidad individual en la gestión de la propia vida y apoya el éxito personal alcanzado mediante el esfuerzo, en línea con la edición previa. Con una puntuación muy cercana a 5, también se reconoce que las normas socioculturales de la región enfatizan la autoeficacia, la autonomía y la iniciativa personal. Sin embargo, la percepción cultural se resiente en su capacidad para fomentar la innovación y la creatividad, y, sobre todo, la asunción de riesgos empresariales. Esta valoración más negativa probablemente se ha visto afectada por la alta incertidumbre acumulada en los entornos recientes, lo que lleva al panel experto a percibir una aversión al riesgo en la cultura de la Comunidad Valenciana, un fenómeno compartido con otros territorios participantes en GEM. Esta jerarquía en las valoraciones particulares de las cuestiones subraya la prioridad de actuación en esta materia.

La evaluación de la condición de entorno relativa al **mercado interno** de la Comunidad Valenciana se basa en dos perspectivas: la dinámica de sus cambios y su grado de apertura. En lo que respecta a la **dinámica de los cambios** en el mercado interno (4,3), tanto en los mercados B2C como B2B, la calificación ha mejorado con respecto a 2023, siguiendo la senda de recuperación iniciada tras la clara reducción de la valoración en 2021 a raíz de la pandemia. Como resultado, la percepción actual ha logrado retornar al nivel de valoración previo a la pandemia en 2019.

De otro lado, el **grado de apertura** de los mercados y las oportunidades que conlleva ha experimentado una drástica reducción en su valoración, cayendo a 4,1. Esto se traduce en una mayor percepción de dificultad por parte del panel experto para que las empresas nuevas y en crecimiento accedan al mercado. Los elementos analizados sugieren desafíos para establecerse fácilmente en nuevos mercados y para afrontar los costes de entrada. Si bien la posibilidad de acceder sin obstrucciones por parte de la competencia se acerca a la neutralidad, se considera que estos aspectos requieren una atención continua.

La **transferencia de I+D** en la Comunidad Valenciana obtiene una valoración global de 4, habiendo descendido 0,2 puntos. En este año, ninguna de las cuestiones que componen este bloque alcanza una valoración "neutra" de 5 por parte del grupo experto. El aspecto más destacado, aunque aún por debajo del aprobado, es la percepción de que la base científica y tecnológica apoya eficientemente la creación de nuevos emprendimientos de base tecnológica competitivos y de clase mundial (4,8). El resto de los aspectos evaluados en este bloque reciben una valoración negativa, incluyendo la eficiencia en la transferencia de I+D desde universidades y centros públicos de investigación a nuevas empresas, la capacidad de estas para acceder a investigación y tecnología en igualdad de condiciones con empresas consolidadas, o el simple acceso a los últimos desarrollos tecnológicos. La existencia de subvenciones específicas y la disponibilidad de soporte para comercializar ideas investigadoras mediante empresas siguen siendo elementos que demandan una atención particular.

En relación a las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, estas se analizan bajo dos enfoques: la agilidad y simplicidad de los procedimientos administrativos necesarios (4,0), y su orientación y prioridad para el emprendimiento (3,7).

En particular, el conjunto de **tasas, impuestos, regulaciones y trámites** burocráticos ligados al proceso de inicio y crecimiento empresarial ve una

leve reducción en 2024 respecto a 2023, volviendo al nivel de 2022 y situándose por debajo de los dos años anteriores, lo que indica un considerable margen de mejora. En este ámbito, solo se valora positivamente la posibilidad de registrar nuevas iniciativas a un coste razonable. Sin embargo, aspectos como la legislación, la regulación, los impuestos, los plazos ágiles para obtener permisos y licencias, una regulación impositiva comprensible y una burocracia sencilla, vuelven a reflejar el desacuerdo del panel experto.

Por otro lado, la consideración sobre la **orientación y prioridad** de las políticas para el emprendimiento ha experimentado un claro descenso respecto a años anteriores, marcando un nuevo decremento por cuarto año consecutivo. El panel experto manifiesta su desacuerdo con la idea de que el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento sea una alta prioridad para las políticas a nivel local, regional y nacional. Por el contrario, muestran su acuerdo con la necesidad de mejorar estas políticas para favorecer en mayor medida a estas empresas, incluyendo áreas como las contrataciones públicas, la legislación, la regulación, las licencias y los impuestos.

Las **condiciones financieras** para empresas emergentes y en desarrollo, tradicionalmente entre los factores más críticos, se evalúan desde dos perspectivas: la disponibilidad de fuentes financieras y la facilidad de acceso a esas fuentes. En conjunto, todos estos aspectos financieros relacionados con el emprendimiento recogen una baja valoración en la Comunidad Valenciana en 2024, una situación que se replica en otros territorios y en el conjunto de España.

En primer lugar, la valoración global del apoyo financiero, en términos de **facilidad de acceso**, es de 3,9, una cifra significativamente por debajo de lo que se consideraría adecuado. Dentro de sus componentes, el aspecto mejor valorado es el que hace referencia a los costes asociados a la obtención de un soporte financiero apropiado para las empresas nuevas y en crecimiento (4,3). A continuación, pero por debajo de la valoración 4 en todos los casos, se sitúa la facilidad para obtener financiación de bancos y entidades de crédito, así como para atraer agentes inversores y financiadores para acometer el crecimiento de las empresas una vez superada la fase de start-up. La peor valoración se asigna a la posibilidad de conseguir suficiente capital semilla para cubrir las etapas de start-up y crecimiento inicial.

En relación con la **suficiencia de fuentes** de financiación, la calificación del panel experto es aún más negativa, con un 3,6. En este bloque, ninguno de los componentes alcanza el 5. De hecho, el elemento más valorado, con un 4,

es la financiación informal procedente de familia y amistades. El resto de las modalidades de financiación en cuanto a su suficiencia, como la presencia de business angels, capital riesgo, financiación bancaria, microfinanciación o autofinanciación, son juzgadas por el panel de expertos como totalmente insuficientes.

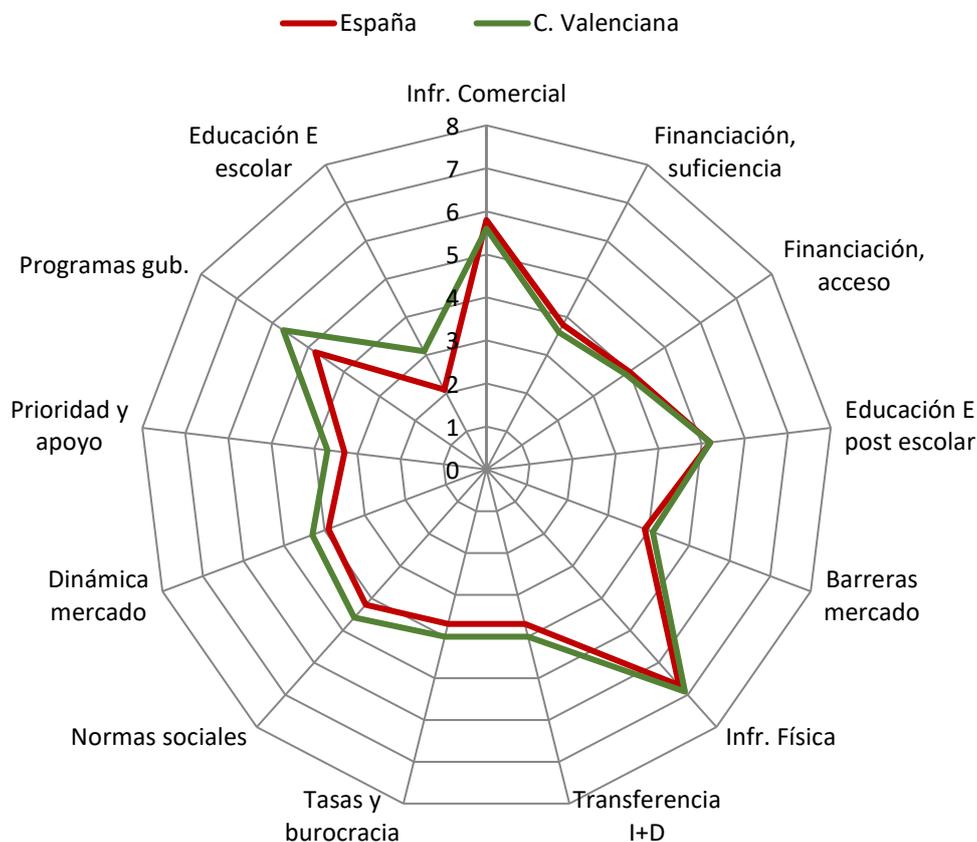
De este modo, se subraya una vez más la imperiosa necesidad de políticas y programas que faciliten el acceso a una financiación adecuada y que promuevan la confianza y la colaboración entre el sector empresarial y las instituciones financieras. Además, el grupo experto enfatiza la importancia de que las personas emprendedoras adquieran habilidades financieras sólidas y cuenten con asesoramiento especializado.

5.3. Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

Este apartado sitúa las valoraciones de las condiciones de entorno emprendedor en un contexto comparativo respecto al conjunto de España y al resto de regiones.

En primer lugar, la figura 51 recoge las condiciones de entorno evaluadas en secciones anteriores, en comparación con el conjunto de España. Éstas resultan superiores en el caso de la Comunidad Valenciana en 9 de las 13 condiciones valoradas, con diferencias relevantes en algunas de ellas, idénticas en una de ellas, e inferiores en solo tres de las condiciones, y con diferencias menores, de modo que en conjunto se podría hablar de una valoración global conjunta algo más favorable por parte del panel experto de la Comunidad Valenciana, con la excepción de la financiación y la infraestructura comercial y profesional.

Figura 51. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2024 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



En particular, los aspectos con mayor puntuación diferencial recibida, otorgando una ventaja relativa al entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana (con independencia de si la condición en cuestión ha sido valorada por encima o por debajo de 5), son los relativos a las percepciones de los paneles expertos sobre la evaluación del estado de la educación en sus niveles inferiores en cuanto a su orientación al emprendimiento, los programas orientados, la evaluación de las políticas, en cuanto a su prioridad y apoyo, la dinámica de los mercados internos, las normas sociales y culturales, el estado de la transferencia de I+D, la dotación y adecuación de infraestructura física, o el grado de apertura de los mercados internos.

Es importante, no obstante, considerar que cada panel regional o territorial es diferente, y mientras que el formado para la Comunidad Valenciana

valora exclusivamente su propio entorno, el formado para el conjunto de España valora de manera agregada la totalidad de los territorios que integran el Estado.

Por su parte, el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) representa el promedio de los trece indicadores que valoran los grupos expertos entrevistados y proporciona una aproximación a la valoración global del ecosistema emprendedor.

En 2024, el NECI del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana supone una valoración promedio de 4,5, próxima al “aprobado”. Este dato supone una ligera disminución sobre valoración recogida en 2023 y continua por encima del indicador para España (4,3).

En todo caso, el índice proporciona una valoración cuantitativa y con ánimo sintético, que debería ser interpretada a la luz del resto de datos e indicadores relacionados con la actividad emprendedora y la calidad de ésta, siendo importante visualizarlo en el marco más amplio del conjunto de la información disponible para obtener una comprensión completa del panorama de entorno emprendedor.

5.4. Factores de impulso a la actividad emprendedora y recomendaciones del panel experto

Con carácter adicional a la evaluación del entorno específico en el que se desarrolla la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana y de la idoneidad de las condiciones que lo configuran, el grupo experto también expresa su parecer sobre el papel que ciertas condiciones pueden estar jugando como catalizadoras del emprendimiento.

En este contexto, cada integrante del grupo ha indicado un factor o área fundamental que, según su criterio, puede estar actuando como impulsor, favoreciendo la actividad emprendedora en la región; y además, ha proporcionado una recomendación o medida para mejorar el contexto en el que se desarrolla esta actividad. La síntesis de estas respuestas, clasificadas según los ámbitos de la metodología GEM, se presenta en las tablas 14 y 15, cuyos resultados se detallarán a continuación.

Tabla 14. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2024).

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Nuevas oportunidades de negocio en general	16,3%
Programas públicos de apoyo	14,3%
Capacidad emprendedora y normas socio-culturales de la región	12,3%
Clima económico y estado del contexto político, institucional y social	12,2%
Acceso a infraestructura física	8,2%
Educación y formación	8,2%
Infraestructura comercial y profesional	6,1%
Transferencia de I+D	6,1%
Transformación digital	6,1%
Políticas públicas	4,1%
Sostenibilidad y responsabilidad social	4,1%
Soporte financiero	2,0%

En lo que respecta a las condiciones de entorno que han actuado como **fuerzas impulsoras de la actividad emprendedora** en la Comunidad Valenciana (tabla 13), se observa un cambio significativo en los pesos y la relevancia de algunos de los factores más destacados. Así, en contraste con otros ejercicios en los que el panel experto ha destacado u otorgado un peso muy destacado a algunos de los factores (tradicionalmente los programas de apoyo), en esta ocasión hay una mayor dispersión en la respuesta recogida.

En cualquier caso, como veremos a continuación, el análisis derivado de las respuestas directas, revela un panorama donde las nuevas oportunidades de negocio en general y los programas públicos de apoyo se posicionan como los principales motores, seguidos de cerca por la capacidad emprendedora y las normas socio-culturales de la región, y el clima económico y estado del contexto político, institucional y social. A continuación, se detallan las respuestas recogidas. Hay que destacar que, en ocasiones una misma respuesta puede asignarse a más de una condición de entorno.

1. Nuevas oportunidades de negocio en general

Este ámbito subraya el dinamismo del mercado y la aparición de nichos de crecimiento. Se destaca el auge del ecosistema tecnológico y la necesidad del emprendimiento de base tecnológica y emprendimiento social. La economía circular es percibida como una fuente clave de nuevas oportunidades. Además, las respuestas señalan directamente la reactivación de algunos sectores, en especial el turismo y la construcción, así como la vitalidad del sector salud, y el sector servicios y turismo como catalizadores de nuevas iniciativas empresariales. También se menciona de forma general la existencia de oportunidades de negocio.

2. Programas públicos de apoyo

Este factor destaca la importancia de las iniciativas promovidas para el fomento del emprendimiento por parte de entidades públicas. Las respuestas citan explícitamente la relevancia de las ayudas a los emprendedores y los premios y ayudas que proporcionan soporte financiero y reconocimiento. Se valora el rol de entidades gubernamentales como las Agencias de Desarrollo Local y se menciona directamente a los CEEI como estructuras clave, reconociendo su papel en el apoyo efectivo que proporcionan los programas públicos. También se reconoce el impacto de los programas de sensibilización, formación en competencias emprendedoras y apoyo a la creación de empresas. La presencia de universidades, centros de investigación, parques tecnológicos y programas de apoyo gubernamentales refuerza la idea de una red de respaldo integral, donde los parques tecnológicos, en su rol de soporte, se consideran parte de estos programas.

3. Capacidad emprendedora y normas socio-culturales de la región

Este factor se posiciona como un impulsor clave, subrayando la madurez y dinamismo del entorno cultural y social. Se refleja en menciones recurrentes a la existencia de un "ecosistema emprendedor" y un "ecosistema potente". Se destaca que "hay más cultura emprendedora y más ecosistema, y que se retroalimentan", lo que indica un ambiente social que acepta el riesgo y promueve la innovación. La promoción de la persona emprendedora mediante acciones de networking también contribuye a fortalecer esta capacidad y visibilidad, fomentando el apoyo cultural y social del esfuerzo y el reconocimiento del éxito individual y la iniciativa.

4. Clima económico y estado del contexto político, institucional y social

En este ámbito se mencionan, en primer lugar, aspectos como el "buen momento económico actual" y la "estimulación de la economía" como factores positivos. El "impulso de la Administración pública y de la empresa privada" es valorado, al igual que la reactivación de sectores clave y el desarrollo de las PYMES, lo que contribuye a un clima de confianza general. Además, la existencia de gran número de organizaciones públicas y privadas que están respaldando la actividad emprendedora se percibe como un elemento clave de este clima de soporte.

5. Otros factores impulsores relevantes

Más allá de los factores principales identificados en las respuestas anteriores, existen otros elementos significativos que contribuyen al impulso del emprendimiento en la Comunidad Valenciana:

Acceso a infraestructura física. La disponibilidad de espacios físicos y servicios básicos es vital. Se cita directamente algunos ejemplos de infraestructura, como "La Harinera-Las Naves" o los centros de emprendimiento y parques científicos de las universidades, subrayando su rol para el establecimiento de empresas y el acceso a comunicaciones y servicios básicos. También se menciona de forma general la presencia de centros de investigación, parques tecnológicos y programas de apoyo gubernamentales como parte de esta infraestructura física.

Educación y formación. La capacitación de las personas emprendedoras es fundamental. Se hace hincapié en el componente "mentorización" de los programas de formación, la generación de talento y conocimiento, y los programas de sensibilización, formación en competencias emprendedoras y apoyo a la creación de empresas. Las universidades son un pilar en este sentido, proporcionando una preparación adecuada para el inicio y crecimiento de nuevas empresas.

Infraestructura comercial y profesional. Este factor, aunque con una menor frecuencia de menciones directa en este análisis, sigue siendo relevante por la red de servicios que facilita la actividad emprendedora. Se destaca el acompañamiento en las fases iniciales y las mentorías recibidas de centros como el CEEI - SEIMED, considerándolas servicios profesionales directos de esta infraestructura. Asimismo, la capacitación e interrelación de los agentes del ecosistema emprendedor, a través de eventos y actividades, y la

promoción de la persona emprendedora mediante acciones de *networking* son vistas como vías para acceder a consultores y otros servicios profesionales.

Transferencia de I+D. La conexión entre el conocimiento y la aplicación empresarial es relevante. Las respuestas mencionan la generación de talento y conocimiento y la importancia de los centros de investigación y parques científicos de las universidades, que facilitan la traslación de la innovación al mercado y el apoyo para la comercialización de ideas.

Transformación digital. La evolución tecnológica es un claro motor. Se destaca la "digitalización" en general, el "auge del ecosistema tecnológico" y el "emprendimiento de base tecnológica" como impulsores de nuevas formas de negocio.

Políticas públicas. El marco gubernamental de apoyo es fundamental. Se subraya el "impulso de la Administración pública" y la "seguridad jurídica y el apoyo al emprendimiento contenido en las medidas del Gobierno autonómico", que crean un entorno facilitador y predecible para las nuevas empresas.

Sostenibilidad y responsabilidad social. La dimensión social y ambiental gana peso. Se hace referencia al "emprendimiento social" y la "economía circular" como áreas de crecimiento y oportunidad.

Soporte financiero. Aunque con menor frecuencia en las respuestas específicas de este análisis, los "premios y ayudas" son reconocidos como un componente directo de apoyo económico para los emprendedores. Sin embargo, no se recoge ninguna otra mención que reconozca la presencia actual de un soporte financiero suficiente o efectivo como catalizador del emprendimiento.

Pasando ahora a las principales **recomendaciones para la mejora del ecosistema emprendedor** de la Comunidad Valenciana propuestas por el grupo experto (tabla 15), éstas no solo reiteran temáticas de años anteriores, sino que revelan una concentración significativa en la acción directa y el marco institucional.

Así, **las políticas públicas y los programas públicos** de apoyo (ambas con un 19,3% de las menciones) emergen como las áreas de mayor preocupación y oportunidad, reflejando que la intervención estatal y regional es percibida

como motor para dinamizar el emprendimiento. A continuación, **el soporte financiero y el contexto político, institucional y social** (ambas con un 13,6%) se posicionan como pilares fundamentales, el primero como un habilitador crítico y el segundo como el marco estructural que define la seguridad y la confianza del ecosistema. Les siguen **la infraestructura comercial y profesional** (10,2%), esencial para articular el ecosistema, y **el clima económico** (8,0%), que influye directamente en la viabilidad de los proyectos. **La educación y formación** (6,8%) se mantiene como una inversión estratégica a largo plazo, mientras que áreas como **la capacidad emprendedora y normas socio-culturales** (3,4%) y **la transferencia de I+D** (3,4%) completan el panorama de las recomendaciones más citadas. La no aparición de algunas categorías (antes mencionadas en los factores impulsores) como podrían ser el acceso a infraestructura física, la sostenibilidad y responsabilidad social, o la transformación digital, podría indicar una percepción de mayor estabilidad en estos ámbitos o que sus aspectos críticos se abordan a través de las categorías priorizadas.

Tabla 15. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2024).

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Políticas de apoyo	19,3%
Programas públicos de apoyo	19,3%
Apoyo financiero	13,6%
Contexto político, institucional y social	13,6%
Infraestructura comercial y profesional	10,2%
Clima económico	8,0%
Educación y formación	6,8%
Capacidad para emprender y normas socio-culturales	3,4%
Transferencia de I+D	3,4%
Nuevas oportunidades de negocio	2,4%

A continuación, se detallan estas recomendaciones clave, ofreciendo el detalle de la respuesta proporcionada por las personas integrantes del panel experto.

Políticas públicas

Este ámbito se consolida como un eje central de las recomendaciones. La atención se centra en la necesidad de simplificar los trámites administrativos, burocráticos y fiscales, lo que incluye la reducción de impuestos y cargas sociales. Se demanda la implementación de incentivos fiscales directos, como la "cuota cero" para autónomos y ventajas específicas para emprendedores y nómadas digitales. Se propone, además, la creación de incentivos para la contratación de los primeros empleados, reconociendo el impacto de los costes laborales. Asimismo, la agilización en la gestión y el cobro de subvenciones públicas es percibida como una necesidad crítica, subrayando el papel del marco normativo y fiscal en la competitividad y viabilidad del ecosistema emprendedor.

Programas públicos de apoyo

Con un peso igualmente significativo, este ámbito emerge como un dinamizador esencial para la activación del ecosistema. Las recomendaciones enfatizan la mejora y el incremento de programas de emprendimiento, que deben incluir formación, asesoramiento y premios. Un aspecto crucial es la demanda de un mayor alineamiento y coordinación entre todas las organizaciones y agentes del ecosistema, así como la unificación de los esfuerzos institucionales para fomentar una red de apoyo más cohesionada y eficiente. La mejora de la información sobre el ecosistema emprendedor territorial y el impulso de programas de mentoría especializados también son puntos clave.

Soporte financiero

El acceso a una financiación adecuada se mantiene como un habilitador crítico para el nacimiento y crecimiento de las iniciativas emprendedoras. Las recomendaciones se enfocan en un mayor apoyo económico en las fases iniciales y la mejora del acceso a financiación pública, incluyendo el capital semilla y las subvenciones. La vital importancia de la financiación privada para proyectos innovadores y para los agentes del ecosistema es también un elemento recurrente.

Contexto político, institucional y social

Este ámbito aborda el marco macro que proporciona la estabilidad y la confianza necesarias para emprender. Las recomendaciones se orientan a fortalecer la seguridad jurídica y a fomentar la competencia, promoviendo un ambiente social e institucional que valore el esfuerzo, la innovación y la protección empresarial. También se plantea un esfuerzo por parte de la administración regional para propiciar un clima que facilite la iniciativa privada y la coordinación entre los diversos agentes.

Infraestructura comercial y profesional

Este ámbito se refiere a los recursos y plataformas que facilitan la interacción y el desarrollo de los negocios. Las recomendaciones apuntan a la relevancia de contar con redes de apoyo robustas y espacios para la conexión directa entre los actores del ecosistema (empresarios, directivos y emprendedores), esenciales para el networking y el intercambio de experiencias.

Educación y formación

Este ámbito es fundamental para el cultivo del talento emprendedor a largo plazo. Las recomendaciones ponen de manifiesto la necesidad de mejorar la información y los currículos en el entorno educativo, buscando una mayor adaptación de los planes universitarios a las demandas del sector privado. Asimismo, se insiste en impulsar el fomento del espíritu emprendedor en la sociedad desde edades tempranas, sentando las bases para una cultura empresarial proactiva.

Capacidad emprendedora y normas socio-culturales de la región

Este componente se centra en el pilar humano y cultural del emprendimiento. Las recomendaciones destacan la importancia de fomentar un correcto análisis de las oportunidades de negocio y una visión estratégica por parte de los emprendedores, así como el impulso de una cultura empresarial innovadora que valore el riesgo y la iniciativa.

Transferencia de I+D

Este ámbito subraya la importancia de vincular la investigación con el sector productivo. Las recomendaciones buscan potenciar el conocimiento generado en centros de educación superior y asegurar financiación en fases iniciales para proyectos innovadores, facilitando así que la investigación se traduzca en emprendimiento y nuevas oportunidades.

Nuevas oportunidades de negocio en general

Las recomendaciones en este ámbito enfatizan la importancia de fomentar la diferenciación del emprendimiento, especialmente aquel orientado a la innovación y nuevas modalidades como los nómadas digitales. También se considera clave la atracción de talento emprendedor para potenciar estas áreas.

Recomendaciones de ediciones anteriores con vigencia y continuidad

Las recomendaciones de la presente edición, aunque ajustan su énfasis, se asientan sobre una base sólida de sugerencias reiteradas en informes previos. Esta continuidad subraya la naturaleza persistente de ciertos desafíos y la necesidad de acciones sostenidas en el tiempo. Las áreas clave que recurrentemente han sido objeto de mención, y que mantienen su plena vigencia, son las políticas de apoyo, los programas públicos de apoyo y el acceso a la financiación.

En el ámbito de las políticas de apoyo, se ha insistido constantemente en la simplificación burocrática y fiscal, la reducción de cargas impositivas y sociales, y la agilización en la gestión de ayudas e incentivos. Esto incluye la demanda de una fiscalidad más favorable y una mayor rapidez en la tramitación de subvenciones.

Respecto a los programas públicos de apoyo, las sugerencias previas han enfatizado la necesidad de incrementar la conciencia sobre los programas existentes, fomentar la interconexión y el aprendizaje entre los diversos agentes del ecosistema, y descentralizar el apoyo al emprendedor. Se ha buscado también mejorar la formación de los agentes del ecosistema, facilitar la asistencia en fases iniciales y estimular el desarrollo de mentorías y networking.

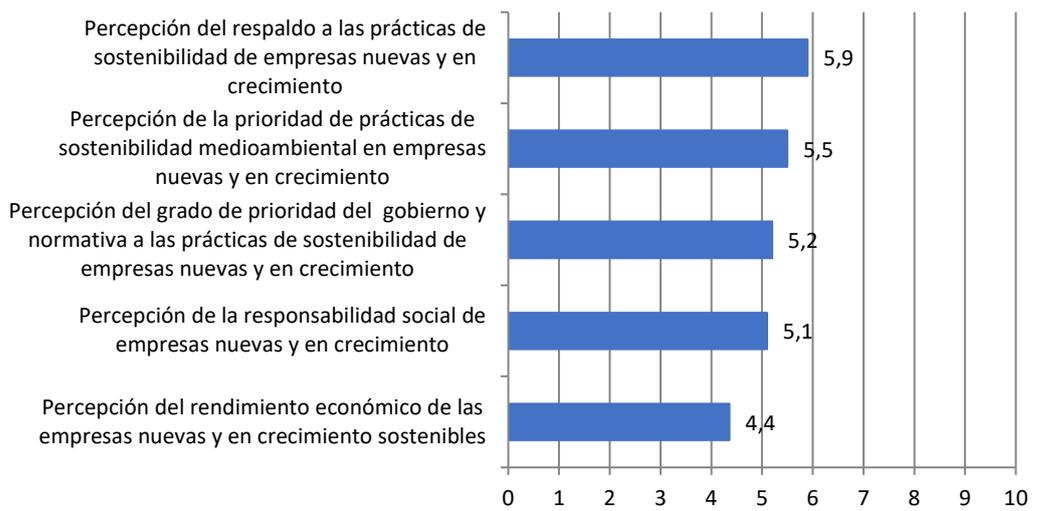
Finalmente, la educación y formación también ha sido un área recurrente, destacando la mejora de currículos formativos en emprendimiento desde edades tempranas y el fomento de habilidades blandas cruciales.

5.5. Percepciones del grupo experto en relación al progreso en las prácticas de sostenibilidad

Esta edición 2024-2025 del Informe GEM, como el año anterior, incluye en el cuestionario dirigido al panel experto, una serie de ítems adicionales a los tradicionales relacionados con las condiciones de entorno. Se trata de una batería de cuestiones que exploran el compromiso de las empresas nuevas y en crecimiento con las prácticas de sostenibilidad social y medioambiental, así como la consideración de éstas como una prioridad.

Esta sección analiza, aplicando la metodología estándar empleada para evaluar las condiciones generales de entorno emprendedor, los resultados obtenidos para el caso del panel propio de la Comunidad Valenciana (figura 52).

Figura 52 Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la orientación a la sostenibilidad en 2024 en la Comunidad Valenciana.



Los aspectos que concitan un mayor consenso giran en torno a las **prácticas de sostenibilidad de las empresas nuevas y en crecimiento**. La percepción del respaldo a estas prácticas recibe una valoración de 5,9, lo que representa un descenso respecto al 6,5 del año anterior. No obstante, el panel sigue considerando que estas prácticas poseen una notable importancia dentro del entramado social y cultural de la Comunidad Valenciana. Asimismo, se reconoce la existencia de ejemplos destacados en el tejido empresarial de actividades directamente vinculadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En segundo lugar, sobresale la percepción de que las **prácticas medioambientales** son una prioridad para las propias empresas emergentes y en crecimiento. Este ámbito alcanza un 5,5, ligeramente inferior al 5,8 de 2023. En este sentido, el panel expresa su acuerdo en que numerosas empresas identifican los desafíos ambientales como oportunidades de negocio potenciales y, en consecuencia, priorizan la eficiencia energética en sus operaciones e implementan activamente prácticas de producción respetuosas con el medioambiente.

La percepción del panel sobre la prioridad que los **gobiernos conceden al fomento de la sostenibilidad** en las empresas de reciente creación se sitúa en un 5,2, lo que supone una reducción desde el 5,7 de 2023. A pesar de este descenso, el grupo experto valora que tanto la existencia de regulaciones específicas para promover la sostenibilidad en startups como la presencia de subvenciones, derechos especiales y/o reducciones impositivas vinculadas a la sostenibilidad, desempeñan un papel con un impacto relativamente positivo.

En cuanto a la **responsabilidad social de las empresas** nuevas y en crecimiento, la puntuación obtenida es de 5,1, disminuyendo desde el 5,5 de 2023. Entre los diferentes matices evaluados, el principal grado de acuerdo del panel se refiere a la creciente priorización de la contribución social por parte de las empresas, superando la mera búsqueda de beneficios y riqueza. También hay acuerdo en que los agentes inversores muestran un interés particular en financiar nuevas empresas con enfoque en la responsabilidad social. Sin embargo, la puntuación es algo más modesta en lo relativo a la efectiva integración de principios de responsabilidad social en las operaciones comerciales y/o productivas de estas empresas.

Finalmente, y como ya se observaba en la edición anterior, la percepción del **rendimiento económico** de las empresas nuevas y en crecimiento sostenibles es el único aspecto que registra el desacuerdo del panel, con una calificación

de 4,4. Si bien se reconoce hasta cierto punto que los agentes de inversión y las partes interesadas están satisfechos con el desempeño económico de las empresas en las que han invertido y se percibe que las empresas fundadas por miembros de grupos minoritarios no gozan de las mismas oportunidades económicas.

CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES

Los resultados que se recogen en esta edición 2024-2025 del Informe GEM Comunidad Valenciana permiten concluir que nos encontramos en un momento particularmente dinámico para el emprendimiento en nuestra región. Si bien no estamos exentos de incertidumbre -económica, geopolítica y climática- los indicadores apuntan a una realidad emprendedora sólida, que ha demostrado una notable capacidad de adaptación y continuidad.

Desde una perspectiva estructural, destaca el hecho de que la tasa de actividad emprendedora incipiente (TEA) alcanza en 2024 su valor más alto desde que existen registros, situándose en un 8,2% de la población adulta. Esta cifra no es casual, sino que viene acompañada de otro dato también revelador: el porcentaje de personas que manifiestan su intención de emprender a tres años vista escala hasta el 16,4%, otro máximo histórico. La combinación de ambas métricas -acción y deseo- refleja un entorno social más propenso a la iniciativa emprendedora, posiblemente fruto tanto de un cambio cultural como de una mayor percepción de necesidad y oportunidad.

Este dinamismo, sin embargo, convive con señales más complejas. Por ejemplo, la autoeficacia percibida —la convicción de poseer conocimientos y habilidades para emprender— desciende hasta el 40,5%. Se trata de un dato llamativo que contrasta con el aumento de las intenciones emprendedoras, y que podría estar reflejando una percepción creciente de dificultad técnica o económica para emprender.

Ese desfase entre la motivación para emprender y la percepción de preparación adecuada merece ser observado con atención, ya que puede señalar una brecha que dificulte la transición del deseo a la acción. Aunque su naturaleza pueda responder a factores coyunturales, y deberá analizarse con mayor perspectiva en futuros ejercicios, conviene no perderlo de vista, porque la confianza en las propias capacidades sigue siendo un factor clave para activar y sostener cualquier iniciativa emprendedora.

En paralelo, el miedo al fracaso, que venía disminuyendo en los últimos años, vuelve a incrementarse y afecta a la mitad de la población. Aun así, entre quienes están ya involucrados en actividades emprendedoras, el miedo sigue siendo menor, lo cual reafirma una constante detectada a lo largo de los años: la experiencia emprendedora reduce barreras subjetivas.

El informe también confirma el papel clave del capital social emprendedor: casi un 50% de la población cuenta con personas emprendedoras en su entorno cercano, cifra que se eleva al 65% entre quienes están implicados en iniciativas. Esto refuerza una conclusión ya conocida: las redes de contactos (y ejemplos de referencia) son uno de los factores que más influyen en la activación de comportamientos emprendedores. Promover espacios de conexión y visibilidad entre personas emprendedoras y potenciales emprendedores debería ser, por tanto, una prioridad.

Sin embargo, estos buenos datos conviven con ciertas limitaciones en el entorno institucional y sistémico para emprender. En 2024, el juicio emitido por el panel experto sobre las condiciones del contexto emprendedor muestra un ligero empeoramiento en relación con años anteriores. El Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) baja a 4,5 (desde 4,7), reflejando un retroceso en aspectos clave como: la facilidad y suficiencia de la financiación, especialmente en fases iniciales; la carga burocrática y administrativa o la escasa presencia del emprendimiento en la educación primaria y secundaria, el aspecto peor valorado desde hace años.

No obstante, el panel experto también ha identificado fortalezas claras, que conviven con estos aspectos, como la robustez de las infraestructuras físicas, el apoyo de los programas públicos, y la funcionalidad de la infraestructura comercial y profesional.

Con todo, en este escenario, la Comunidad Valenciana mantiene posiciones intermedias en el conjunto nacional, lo que sugiere una estabilidad relativa dentro de un contexto general marcado por la prudencia y la contención en las valoraciones emitidas por el panel experto. Pero los datos no deben llevarnos a la complacencia: las condiciones de entorno deben mejorar para estar a la altura del empuje que muestra el conjunto de la población.

En ese sentido, desde el panel experto se han formulado recomendaciones orientadas, precisamente, a reducir esa brecha entre la motivación emprendedora -en niveles récord- y un contexto aún imperfecto. Entre ellas, destacan:

- Reforzar la educación emprendedora en etapas tempranas.
- Reducir la burocracia y simplificar los trámites.
- Fomentar fuentes alternativas de financiación, especialmente informal y digital.
- Promover la visibilidad del emprendimiento como opción profesional, con foco en jóvenes y mujeres.
- Impulsar un emprendimiento más orientado a la sostenibilidad, la digitalización y la innovación.

Y es en esta línea donde se observa un progreso esperanzador: más del 50% de las iniciativas emprendedoras recientes ha desarrollado acciones de innovación, digitalización o sostenibilidad, lo que indica un cambio positivo en la forma de emprender en la Comunidad Valenciana, con perfiles cada vez más preparados, más conectados y en algunos casos, con mayor proyección internacional.

Este conjunto de indicadores invita al optimismo, pero también a la responsabilidad. No basta con emprender más, hay que emprender mejor, en condiciones que permitan escalar, consolidar y generar impacto. Para ello, el entorno debe acompañar con políticas públicas focalizadas, infraestructuras funcionales, financiación adecuada y formación de calidad.

Y todo ello, sin perder de vista que los datos recogidos en este informe corresponden a un contexto previo a ciertos acontecimientos extraordinarios. En concreto, la DANA que afectó a la Comunidad Valenciana a finales de 2024 tuvo un impacto considerable en diversas comarcas y sectores, alterando gravemente -y en no pocos casos destruyendo- la actividad de muchas personas emprendedoras y empresas, especialmente en áreas y zonas más expuestas. Adicionalmente a la siempre trágica pérdida de vidas humanas, los daños materiales y las consecuencias sobre infraestructuras y actividades económicas han sido notables, poniendo a prueba la capacidad de respuesta colectiva y la implicación emocional de la ciudadanía y del tejido emprendedor valenciano.

Aunque el presente informe no incorpora sus efectos, el equipo GEM Comunidad Valenciana está trabajando en un análisis específico, aplicando una adaptación de la metodología GEM, para analizar de forma puntual

cómo se ha visto afectado el emprendimiento en los territorios más impactados.

No obstante, será en el próximo informe GEM 2025-2026 -que ya estamos preparando e iniciando con las primeras encuestas- donde se podrá observar con mayor claridad, a través de las métricas habituales, cómo esta tragedia ha influido en el ecosistema emprendedor de nuestra región, en sus condiciones y en sus indicadores clave.

Sin duda, la capacidad de resistencia y recuperación mostrada por la población valenciana y su tejido emprendedor ante esta adversidad vuelve a poner en valor un rasgo que se ha consolidado a lo largo de estos años: la resiliencia. No como una simple capacidad de aguantar, sino como una competencia activa de adaptación, reinención y superación. Lo vimos durante la pandemia, lo confirmamos en la post-crisis y lo volvemos a observar ahora.

Cerramos este informe con una mirada optimista pero prudente. Hay más personas dispuestas a emprender, más ideas en marcha y más conciencia sobre los desafíos del entorno. Pero para sostener ese impulso, necesitamos seguir fortaleciendo el ecosistema: desde la educación a la financiación, desde la administración hasta la sociedad civil.

El emprendimiento no es solo una opción económica, es también una forma de construir comunidad, transformar el entorno y proyectar futuro compartido. Por eso, desde GEM Comunidad Valenciana, seguimos comprometidos con aportar conocimiento riguroso, continuado y útil para que esa transformación sea cada vez más posible, más sólida y más compartida.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marco teórico GEM.....	18
Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.....	19
Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.	20
Figura 4. Fuentes de información GEM.	21
Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).....	34
Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).....	35
Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).....	37
Figura 9. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.....	39
Figura 10. Posicionamiento de la percepción relativa de oportunidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).	40
Figura 11. Posicionamiento de la percepción relativa de conocimientos y habilidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).	40
Figura 12. Posicionamiento del miedo al fracaso como obstáculo para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).....	41
Figura 13. Posicionamiento de la disponibilidad de red social emprendedora por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2023-2024).	41
Figura 14. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.....	44
Figura 15. Tasas de involucración 2024 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.	45
Figura 16. Evolución tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años)...	46
Figura 17. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años). .	48
Figura 18. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).....	50
Figura 19. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).....	51

Figura 20. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).....	53
Figura 21. Motivación emprendedora.....	55
Figura 22. Posicionamiento del emprendimiento potencial por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).....	58
Figura 23. Posicionamiento del emprendimiento TEA por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).....	59
Figura 24. Posicionamiento del emprendimiento consolidado por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).....	60
Figura 25. Posicionamiento de la tasa de cierres por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2024-2025).....	61
Figura 26. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.....	64
Figura 27. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo (% de población entre 18-64 años).....	66
Figura 28. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).....	68
Figura 29. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.....	71
Figura 30. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).....	73
Figura 31. Formación específica para emprender por fases del proceso.....	74
Figura 32. Distribución por nacimiento en las fases del proceso emprendedor.....	75
Figura 33. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).....	80
Figura 34. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.....	82
Figura 35. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado y evolución temporal.....	83
Figura 36. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).....	84
Figura 37. Características del empleo creado en los últimos 12 meses (en iniciativas emprendedoras y en empresas consolidadas).....	86
Figura 38. Fuente de origen del capital semilla para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2024 (% de origen de los fondos).....	89
Figura 39. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).....	92

Figura 40. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2024 (% de iniciativas emprendedoras).....	93
Figura 41. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2024 (% de iniciativas emprendedoras).....	94
Figura 42. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).	95
Figura 43. Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio (% de iniciativas emprendedoras).....	97
Figura 44. Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales (% de iniciativas emprendedoras).....	98
Figura 45. Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa (% de iniciativas emprendedoras).....	100
Figura 46. Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa (% de iniciativas emprendedoras).....	102
Figura 47. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).	103
Figura 48. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).	104
Figura 49. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).	106
Figura 50. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2024 en la Comunidad Valenciana.....	110
Figura 51. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2024 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.	120
Figura 52 Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a cuestiones relacionadas con la orientación a la sostenibilidad en 2024 en la Comunidad Valenciana.	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.....	25
Tabla 2. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.....	54
Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por sexo.....	65
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por segmentos de edad.....	69
Tabla 5. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por nivel de estudios.....	71
Tabla 6. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por país de nacimiento.....	76
Tabla 7. Perfil medio 2024 de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.....	77
Tabla 8. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.....	88
Tabla 9. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana 2024.....	91
Tabla 10. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.....	108
Tabla 11. Ámbito de influencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2024.....	109
Tabla 12. Ámbito de procedencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2024.....	109
Tabla 13. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana.....	112
Tabla 14. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2024).....	122
Tabla 15. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2024).....	126

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Universo: Población de 18 a 64 años residente en la Comunidad Valenciana.

Población objetivo: 3.279.479 individuos (fuente INE)

Muestra: 1.000 individuos.

Margen de confianza: 95,0%.

Error muestral $\pm 3,10\%$ para el conjunto de la muestra para un intervalo de confianza del 95,0% (2 sigmas), y bajo el supuesto de máxima indeterminación (P=Q=50%).

Diseño muestral: distribución proporcional a la población objetivo según ámbito y cruce de sexo por edad agrupada.

Período realización de encuestas: junio a septiembre de 2024.

Metodología: encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI) y online (CAWI).

Trabajo de campo: Instituto Opinometre.

Base de datos*: Instituto Opinometre.

*Grabación, depuración, validación, codificación, traducción y ponderación.

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2024, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudí, Argentina, Armenia, Austria, Bahrein, Bielorusia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Canadá, Catar, Chile, China, Chipre, Corea del Sur, Croacia, Costa Rica, Ecuador, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Francia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Israel, Italia, Japón, Jordania, Kazajistán, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Marruecos, México, Noruega, Omán, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Qatar, Reino Unido, Rumanía, Serbia, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Ucrania, Uruguay, y Venezuela.

Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en la introducción de este Informe. Asimismo, existe el Informe Global Entrepreneurship Monitor y los Informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: www.gemconsortium.org.

EQUIPO GEM ESPAÑA 2024-2025

GEM España



OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA
+25 años de datos



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

enisa



Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía



FUNDACIÓN FULGENCIO MESEGUER

GEM Andalucía

GEM Almería



COORDINACIÓN Y DESARROLLO ESTRATÉGICO, PRODUCTIVO Y SOCIAL



GEM Cádiz

GEM Córdoba

GEM Granada



GRANADA EMPRESAS



CÁTEDRA DE LA PROVINCIA



Universidad de Huelva

GEM Huelva

GEM Jaén



GEM Málaga

GEM Sevilla



PROCTUR

GEM Aragón



GOBIERNO DE ARAGON
Departamento de Industria, Economía y Justicia



Fundación Caja Rural de Asturias



Universidad de Oviedo
Universidad d'Uviéu
University of Oviedo



Principado de Asturias

Consejería de Ciencia, Empresas, Participación y Empleo

GEM Asturias

GEM Baleares



Gobierno de Canarias
Consejería de Turismo y Empleo



Gobierno de Canarias
Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos



ULPGC
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria



Universidad de La Laguna

GEM Canarias

GEM Cantabria



Universidad de Cantabria

Cátedra PYME



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia



AÑO JUBILAR LEBANIEGO
2023-2024



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



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León

GEM Catalunya



Diputació Barcelona

Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç



Institut Metropolí

catalunya emprèn



Generalitat de Catalunya

GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



