



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2025-2026



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 Indústria, Turisme,
Innovació i Comerç



UNIVERSITAT
Miguel Hernández



Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM Comunidad Valenciana 2025-2026

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

ISSN:

1988-4885

Fecha de edición:

8/10/2026

El estudio de población emprendedora es una acción subvencionada por el programa de ayudas de la Consellería de Industria, Turismo, Innovación y Comercio, destinado a actividades no económicas, desarrolladas por entidades del ecosistema de emprendimiento de la Comunitat Valenciana, que fomenten, impulsen y promuevan la cultura emprendedora (EMENTI/2026/19, importe total concedido a todas las actividades desarrolladas por la Universidad Miguel Hernández: 80.000 euros).



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA
+25 años de datos



GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Indústria, Turisme,
Innovació i Comerç



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Índice de contenidos

Prólogo	5
Presentación de los autores	9
El proyecto GEM	13
Cuadro de indicadores	19
Resumen ejecutivo	21
Capítulo 1 Valores, percepciones y actitudes de la población.....	27
1.1 Introducción	27
1.2 Percepción de oportunidades.....	28
1.3 Conocimientos, habilidades y experiencia para emprender.....	29
1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender.....	31
1.5 Disponibilidad de red social emprendedora.....	33
1.6 Posicionamiento C. Valenciana en el contexto regional español.....	34
Capítulo 2 El proceso emprendedor	39
2.1 Introducción	39
2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor	40
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	42
2.4 Evolución de la actividad emprendedora reciente.....	44
2.5 Evolución de la actividad consolidada.....	46
2.6 Evolución de abandonos y cierres.....	48
2.7 Motivación de las personas emprendedoras.....	50
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	53
Capítulo 3 Perfil personas involucradas en el proceso emprendedor	59
3.1. Introducción	59
3.2. Sexo.....	59
3.3. Edad.....	62

3.4. Educación y formación.....	66
3.5. Migrantes.....	71
3.6. Perfil medio	74
Capítulo 4 Características de las actividades.....	75
4.1. Introducción.....	75
4.2. Sectores generales de actividad.....	75
4.3. Número de personas socias.....	77
4.4. Dimensión y empleo	78
4.5. Financiación de las iniciativas	82
4.6. Orientación innovadora	88
4.7. Orientación exportadora	92
4.8. Inteligencia artificial y digitalización	94
4.9. Orientación a la sostenibilidad	101
Capítulo 5. Condiciones de entorno para emprender	105
5.1. Introducción.....	105
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender.....	107
5.3. Posicionamiento C. Valenciana en el contexto regional español.....	120
5.4. Factores de impulso y recomendaciones.....	122
5.5. Percepciones del grupo experto prácticas de sostenibilidad.....	130
Capítulo 6. Reflexiones finales	133
Índice de figuras	139
Índice de tablas.....	143
Ficha técnica del estudio.....	145
Relación equipos de Red GEM España 2025-2026	147

Prólogo



Marián Cano
**Conselleria de Industria, Turismo,
Innovación y Comercio**

El emprendimiento, la innovación y la internacionalización constituyen hoy tres pilares fundamentales para el desarrollo económico de la Comunitat Valenciana. Tres ámbitos estrechamente interrelacionados que definen la capacidad de nuestro territorio para generar oportunidades, atraer inversión, competir en un entorno global y construir un modelo productivo más sólido, sostenible y orientado al futuro.

El informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Comunitat Valenciana 2025–2026 ofrece, un año más, una radiografía rigurosa y basada en evidencia del estado del ecosistema emprendedor. Con más de dos décadas de trayectoria en nuestra comunidad, este proyecto se ha consolidado como una herramienta esencial para comprender no solo la evolución de la actividad emprendedora, sino también las percepciones sociales y las condiciones del entorno que la hacen posible.

Los resultados de esta edición reflejan un avance significativo en los fundamentos del emprendimiento. Destaca especialmente la mejora en las percepciones de la población: el 42% identifica buenas oportunidades para emprender —el valor más elevado de la serie histórica—, el 49,9% considera que dispone de las capacidades necesarias para iniciar un negocio y el 56,4% cuenta con referentes emprendedores en su entorno cercano. Este contexto más favorable contribuye a reforzar el dinamismo del ecosistema y a consolidar una base social más proclive a la actividad empresarial.

En línea con estas percepciones, la actividad emprendedora muestra también una evolución positiva. La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) alcanza el 9,1% de la población adulta, situándose nuevamente en máximos históricos, mientras que el empresariado consolidado se eleva hasta el 8%, reflejando una mayor estabilidad del tejido empresarial. Al mismo tiempo, la tasa efectiva de cierre se mantiene contenida, lo que evidencia una cierta resiliencia del ecosistema.

No obstante, el informe también pone de manifiesto desafíos que deben ser abordados. El miedo al fracaso continúa afectando a más de la mitad de la población, y las expectativas de crecimiento de muchas iniciativas siguen siendo moderadas. Del mismo modo, la concentración de la actividad en sectores de servicios y el predominio del emprendimiento individual plantean la necesidad de seguir impulsando proyectos con mayor dimensión, capacidad de escalabilidad y orientación hacia actividades de mayor valor añadido.

En este contexto, resulta especialmente relevante la evolución observada en ámbitos estratégicos. Se aprecia una mejora en la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras, una mayor incorporación de innovaciones en producto y proceso, y un avance significativo en la adopción de tecnologías digitales. Igualmente, la creciente integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial refleja una mayor conciencia sobre el papel de las empresas en la generación de valor económico, social y medioambiental.

Estos resultados se enmarcan en una acción pública que sitúa el emprendimiento, la innovación y la internacionalización en el centro de la estrategia económica. El objetivo es claro: construir una economía más dinámica, más competitiva y más abierta al exterior, en la que emprender sea más fácil, más accesible y cuente con mayor respaldo institucional.

En materia de emprendimiento, el impulso de un modelo basado en la competencia competitiva, la transparencia y la evaluación objetiva de los proyectos ha permitido orientar los recursos hacia iniciativas con mayor impacto real. Las distintas líneas de apoyo han contribuido a fortalecer el ecosistema, facilitar la puesta en marcha de nuevos proyectos y acompañar a las empresas en sus procesos de consolidación y crecimiento.

La internacionalización, por su parte, continúa configurándose como una palanca estratégica para el desarrollo empresarial. En un entorno global cada vez más exigente, internacionalizar significa no solo acceder a nuevos mercados, sino también innovar, ganar dimensión y mejorar la competitividad. Las políticas de apoyo han permitido a las empresas valencianas reforzar su presencia en el exterior, adaptarse a los nuevos desafíos y aprovechar oportunidades en mercados internacionales.

Junto a ello, la innovación se consolida como un elemento central de la transformación económica. La apuesta por nuevas líneas de apoyo alineadas con las prioridades tecnológicas europeas, el refuerzo de la colaboración con institutos tecnológicos y centros de investigación, y el impulso a la digitalización de las pymes están contribuyendo a modernizar el tejido productivo y a situar a la Comunitat Valenciana en una posición más competitiva en sectores emergentes. Porque innovar ya no es una opción, sino una condición imprescindible para crecer, generar empleo de calidad y afrontar con éxito los retos del futuro.

Asimismo, la capacidad de respuesta ante situaciones extraordinarias, como la derivada de la DANA, ha puesto de manifiesto la importancia de contar con políticas ágiles y adaptativas, capaces no solo de atender emergencias, sino también de impulsar la recuperación y generar nuevas oportunidades empresariales en los territorios afectados.

En definitiva, el informe GEM 2025–2026 refleja un ecosistema emprendedor en evolución positiva, con bases cada vez más sólidas y una creciente integración de factores clave como la innovación, la digitalización y la internacionalización. Al mismo tiempo, identifica los retos que deben abordarse para avanzar hacia un modelo más competitivo, inclusivo y sostenible.

Este informe constituye, por tanto, una herramienta fundamental para orientar la toma de decisiones y seguir construyendo un entorno que favorezca no solo la creación de empresas, sino también su consolidación, crecimiento y proyección global. Un entorno en el que emprender en la Comunitat Valenciana sea sinónimo de oportunidad, desarrollo y futuro.

Marián Cano
Conselleria de Industria, Turismo, Innovación y Comercio

Presentación de los autores

Con la publicación de este informe GEM Comunidad Valenciana 2025-2026 alcanzamos ya veintidós años consecutivos de análisis sistemático del fenómeno emprendedor en nuestra región. Más de dos décadas observando cómo evolucionan las ideas, las personas, las iniciativas y las condiciones en las que se emprende. Pero, sobre todo, más de veinte años tomando el pulso a un ecosistema que ha cambiado profundamente y que, pese a contextos económicos y sociales muy distintos, ha mantenido una notable capacidad de adaptación.

Durante este tiempo hemos asistido a ciclos de expansión, crisis inesperadas, transformaciones tecnológicas, tensiones geopolíticas, cambios en los mercados y nuevas formas de entender la empresa y la creación de valor. En todos estos escenarios, el Observatorio GEM Comunidad Valenciana ha tratado de ofrecer una mirada rigurosa, continuada y útil sobre la realidad emprendedora del territorio, conectando datos, percepciones y condiciones de entorno, para comprender mejor cómo se configura el impulso emprendedor en nuestra región.

La estructura del presente informe sigue fiel a la metodología GEM: comienza analizando los valores, actitudes y percepciones de la población; continúa con el estudio de la actividad emprendedora y sus distintas fases; profundiza en el perfil de las personas que emprenden y en las características de las iniciativas desarrolladas; y se completa con la valoración de las condiciones del entorno realizada por un panel de personas expertas vinculadas al ecosistema empresarial, institucional y académico.

Los resultados de esta edición muestran una Comunidad Valenciana emprendedora, activa y en transformación. La intención emprendedora desciende ligeramente respecto al máximo histórico alcanzado en 2024, pero continúa situada en niveles muy elevados dentro de la serie. La TEA, el principal indicador que mide la actividad emprendedora, alcanza el 9,1% de la población adulta, superando el dato del año anterior y marcando nuevamente el valor más elevado de la serie histórica regional. También la actividad

consolidada avanza hasta el 8%, prolongando la evolución positiva de los últimos ejercicios.

Junto a estos indicadores de actividad, el informe refleja una mejora relevante en algunas percepciones de la población, especialmente en la identificación de oportunidades, el autorreconocimiento de capacidades y la disponibilidad de red social emprendedora. Al mismo tiempo, el miedo al fracaso vuelve a aumentar ligeramente y continúa actuando como una barrera importante para una parte significativa de la población.

Esta edición permite observar también cómo las iniciativas emprendedoras incorporan, con distinta intensidad, nuevas dimensiones ligadas a la digitalización, la inteligencia artificial, la innovación, la orientación exportadora y la sostenibilidad. No se trata de procesos homogéneos ni plenamente consolidados en todos los casos, pero sí de señales que muestran un ecosistema cada vez más expuesto a nuevas herramientas, mercados y formas de competir.

Por otra parte, el análisis de las condiciones de entorno apunta a una cierta recuperación respecto al retroceso general observado en 2024. Mejoran varias dimensiones valoradas por el panel experto, aunque persisten debilidades recurrentes en financiación, políticas públicas de apoyo, transferencia de conocimiento y educación emprendedora en etapas escolares. Esta combinación de avances y carencias dibuja un ecosistema con fortalezas reconocibles, pero todavía desigual en algunos de sus apoyos fundamentales.

El objetivo de este informe, como siempre, no es solo medir, sino ayudar a comprender. A comprender qué está ocurriendo en el emprendimiento regional, cómo evolucionan sus protagonistas, qué rasgos presentan sus iniciativas y qué condiciones facilitan o dificultan su desarrollo. Y, por supuesto, aportar conocimiento útil para todas aquellas personas, instituciones y entidades que trabajan para fortalecer el ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana.

Queremos agradecer muy especialmente la implicación de la Conselleria de Industria, Turismo, Innovación y Comercio y de la Fundación LAB Mediterráneo, cuyo apoyo continuado hace posible este proyecto. También agradecemos la colaboración de todas las personas que han participado en las encuestas de población adulta y en el panel de personas expertas, aportando una vez más su tiempo, su experiencia y su conocimiento.

No queremos cerrar esta presentación sin reconocer también el trabajo del equipo investigador y colaborador que participa en la elaboración del informe. La continuidad de GEM Comunidad Valenciana durante veintidós años ha sido posible gracias al esfuerzo compartido de muchas personas e instituciones

comprometidas con el análisis, la transferencia de conocimiento y el fortalecimiento del ecosistema emprendedor.

Confiamos en que esta nueva edición contribuya a enriquecer el conocimiento sobre la realidad emprendedora de la Comunidad Valenciana y resulte útil tanto para el tejido empresarial, como para las entidades de apoyo al emprendimiento y las administraciones públicas.

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, con el propósito de analizar la actividad emprendedora y los factores del entorno que condicionan su desarrollo.

Desde 1999 se vienen elaborando anualmente informes de ámbito global, nacional, regional y local, con una participación progresivamente creciente de países y equipos investigadores. En números, GEM cuenta ya con 27 años de trayectoria, acumulando información sobre más de 120 economías y entrevistas a más de cuatro millones de personas.

Esta red internacional reúne a más de 370 especialistas en investigación sobre emprendimiento procedentes de instituciones académicas y de investigación, y el apoyo de más de 150 entidades colaboradoras. Así como la participación de más de 160.000 personas respondiendo a las encuestas a la población adulta y la participación de más de 2.000 participantes en los paneles expertos. Todo ello convierte a GEM en el estudio más amplio y continuado sobre emprendimiento a escala mundial.

La edición global 2025-2026 cuenta con la participación de 48 países de los cinco continentes, que representan el 43% de la población y el 57% del Producto Interior Bruto mundial. También se han evaluado las condiciones del entorno para emprender en 53 países, utilizando paneles de expertos nacionales y, en el caso de España, también regionales.

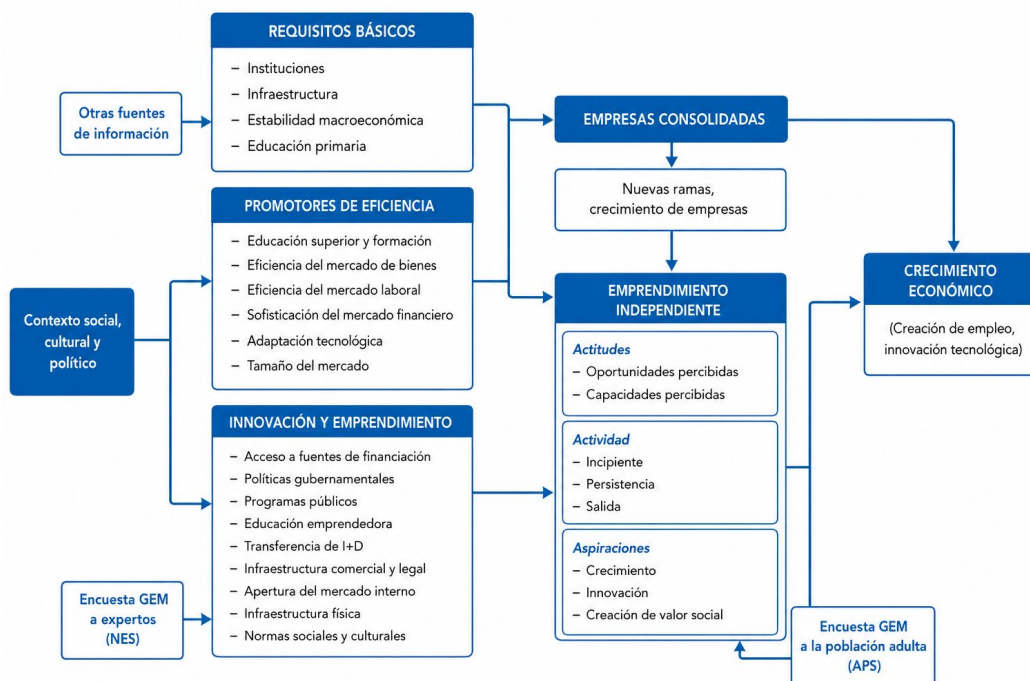
En España, el Proyecto se articula a través de una Red de Regiones, integrada por grupos de investigación que elaboran informes específicos sobre la actividad emprendedora en sus respectivos territorios. GEM España supone, en conjunto, la participación de más de 30 universidades, más de 180 investigadores e investigadoras, más de 30.000 encuestas APS, más de 900 personas integradas en los paneles expertos NES y más de 100 instituciones colaboradoras.

En concreto, el equipo GEM de la Universidad Miguel Hernández de Elche alcanza ya 22 años de elaboración continuada del informe anual de la Comunidad Valenciana, proporcionando una perspectiva longitudinal 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.

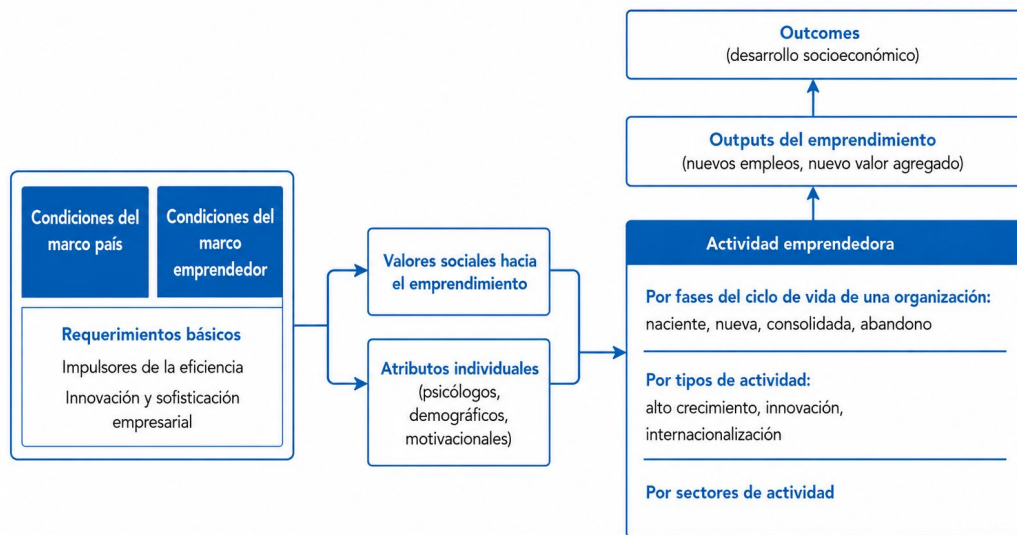
Figura 1. Marco teórico GEM.



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.



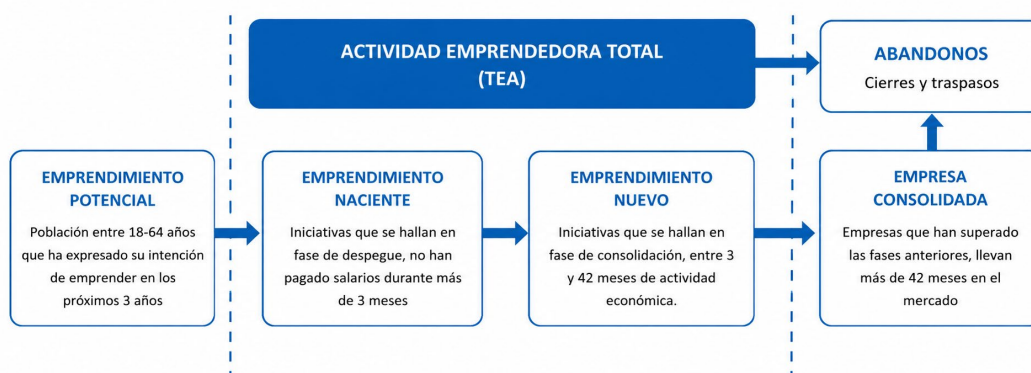
Con todo, el marco de desarrollo de GEM asume la actividad emprendedora como resultado de la interacción entre la percepción de un individuo sobre una oportunidad, su capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre ésta, y las distintas condiciones del entorno en el que se encuentra, siendo por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

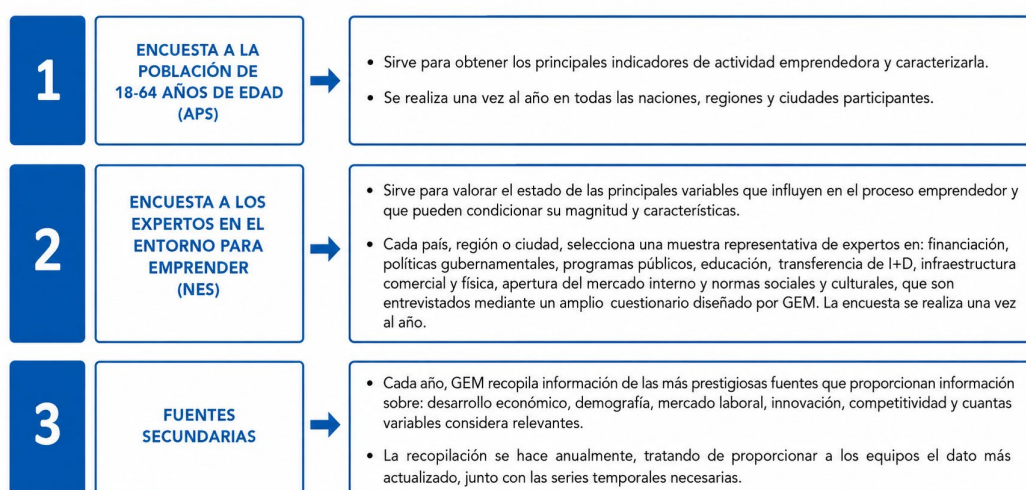
marcha (emprendimiento naciente), desarrollo (emprendimiento nuevo) y consolidación de la actividad emprendedora (empresa consolidada).

Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.



Las fuentes de información GEM principales 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).

Figura 4. Fuentes de información GEM.



Ambas series de datos nutren el 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, mientras que la encuesta a expertos permite valorar el estado de las principales variables de entorno que influyen en el proceso emprendedor.

Cuadro de indicadores

En este apartado se recogen, a modo de síntesis, indicadores destacados del Informe GEM Comunidad Valenciana, los cuales nos permiten obtener una visión general del estado del emprendimiento en la región durante el tercer trimestre de 2025 y su comparativa con los dos años anteriores.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2023	2024	2025
Percibe buenas oportunidades para emprender	32,3%	29,6%	42,0%
Cree tener habilidades y conocimientos para emprender	52,5%	40,5%	49,9%
Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	45,5%	50,6%	52,8%
Dispone de red social emprendedora	49,3%	49,4%	56,4%

Involucración en el proceso emprendedor (% población 18-64 años)	2023	2024	2025
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	14,5%	16,4%	15,4%
Actividad emprendedora TEA hasta 42 meses	8,0%	8,2%	9,1%
Actividad consolidada (más de 42 meses)	6,9%	7,1%	8,0%
Abandono de actividad (cierre, traspaso o jubilación)	2,6%	2,8%	3,7%
Ha proporcionado inversión informal	2,8%	3,6%	2,4%

Condiciones de entorno valoración media de expertos (escala 0 a 10)	2023	2024	2025
Acceso a infraestructura física	6,6	6,9	7,0
Programas públicos de apoyo	6,0	5,7	5,9
Acceso a infraestructura comercial y profesional	6,0	5,6	5,9
Educación y formación emprendedora post secundaria	5,4	5,2	5,3
Normas sociales y culturales	4,6	4,6	5,1
Barreras de acceso al mercado interno	4,6	4,1	4,6
Políticas: fiscalidad y burocracia administrativa	4,1	4,0	4,5
Financiación: facilidad para conseguirla	4,4	3,9	4,2
Transferencia de I + D	4,2	4,0	4,1
Dinámica del mercado interno	4,2	4,3	4,0
Políticas: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,1	3,7	3,9
Financiación: suficiente para emprender	4,2	3,6	3,9
Educación emprendedora en primaria y secundaria	3,1	3,1	3,1
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)	4,7	4,5	4,7

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, los datos de 2025 muestran una mejora relevante en varias de estas percepciones, especialmente en la identificación de oportunidades, el autorreconocimiento de capacidades y la disponibilidad de red social emprendedora.

Los datos GEM de 2025 revelan que un 42% de la población adulta de la Comunidad Valenciana percibe buenas oportunidades para emprender a seis meses vista. Este porcentaje supone un incremento muy significativo respecto al 29,6% registrado en 2024, y representa el valor más elevado de toda la serie analizada.

En cuanto al auto-reconocimiento de habilidades para emprender, el 49,9% de la población adulta considera poseer los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para poner en marcha un proyecto empresarial. Este dato supone una clara recuperación respecto al 40,5% registrado en 2024, ejercicio en el que se había producido un descenso especialmente acusado.

El porcentaje de población que identifica el miedo al fracaso como impedimento para emprender alcanza el 52,8%. Aunque este indicador aumenta ligeramente respecto al 50,6% de 2024, se mantiene por debajo de los niveles de 2021 y 2022, cuando se situaba en torno al 55%.

Respecto a la disposición de una red social emprendedora, un 56,4% de la población afirma conocer a personas emprendedoras en su entorno cercano. Este dato supone un incremento de 7 puntos respecto al 49,4% registrado en 2024 y constituye también el valor más elevado de la serie histórica.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En 2025, el porcentaje de personas que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista se sitúa en el 15,4% de la población adulta. Aunque este dato supone un ligero descenso respecto al máximo histórico del 16,4% registrado en 2024, continúa claramente por encima de los valores observados antes de 2023.

La Tasa de Actividad Emprendedora Total -TEA- alcanza en 2025 el 9,1% de la población adulta de la Comunidad Valenciana, superando el 8,2% de 2024 y marcando nuevamente el valor más elevado de toda la serie histórica. Dentro de esta TEA, un 6% corresponde a actividades nacientes (menos de 3 meses en el mercado) y un 3,1% a actividades nuevas (entre 3 y 42 meses).

Por otra parte, un 8% de la población adulta fue identificada como perteneciente al empresariado consolidado, es decir, al frente de iniciativas con más de 42 meses de actividad. Este dato supone un nuevo incremento respecto al 7,1% registrado en 2024 y sitúa la actividad consolidada en su valor más elevado desde 2013.

Finalmente, el porcentaje de población que afirma haber abandonado una actividad empresarial durante los últimos doce meses asciende al 3,7%. No obstante, el 60,2% de estas actividades continuó funcionando bajo la gestión de otras personas, por lo que la tasa real de cierres efectivos se sitúa en torno al 1,5% de la población adulta.

En cuanto a las motivaciones, entre las personas involucradas en TEA destacan especialmente marcar una diferencia en la sociedad, con un 65,4%, y la ausencia de alternativa laboral, con un 64,1%. También tienen un peso relevante la creación de riqueza o renta elevada, con un 46,7%, y la continuidad de una tradición familiar, con un 24,4%.

Perfil socio-económico de las personas emprendedoras

Los datos de 2025 muestran que el perfil de la actividad emprendedora reciente presenta una distribución prácticamente equilibrada por sexo: el 50,6% de las personas en TEA son hombres y el 49,4% mujeres. La edad media se sitúa en 38,9 años.

En cuanto al nivel educativo, entre las personas involucradas en TEA predominan los estudios secundarios, con un 43,4%, seguidos por los estudios superiores, con

un 35,5%. Destaca también que el 85% de las personas en TEA declara haber recibido formación específica para emprender.

El informe incorpora además el análisis de personas nacidas en el extranjero o con al menos un progenitor nacido fuera de España. Este colectivo representa el 19% de las personas con intención emprendedora, el 11,3% de quienes se encuentran en TEA y el 6,8% de quienes participan en actividades consolidadas. En términos de tasas de involucración, la intención emprendedora alcanza el 38,7% entre este colectivo, frente al 13,7% de la población española.

Características de las actividades emprendedoras

Analizando la actividad emprendedora reciente, el 78% de las iniciativas TEA se concentra en el sector servicios, desglosado en un 45,8% de actividades orientadas al consumo y un 32,2% de servicios a empresas. El sector transformador alcanza el 19,7%, mientras que el extractivo representa el 2,3%.

En relación con la estructura de propiedad, en 2025 un 61% de las iniciativas TEA cuenta con una única persona propietaria. Este dato supone un descenso importante respecto al 79,4% registrado en 2024, aunque mantiene al emprendimiento individual como fórmula mayoritaria. Las iniciativas con dos personas socias representan el 21,9%.

En cuanto a la dimensión del empleo, el 86,5% de las iniciativas TEA genera hasta cinco empleos, y respecto a las expectativas a cinco años, un 45% no espera generar empleo adicional mientras que un 38% prevé crear entre uno y cinco empleos, y solo un 4,8% veinte o más.

La orientación exportadora de las actividades TEA muestra una mejora respecto al año anterior. En 2025, el 57% declara no realizar ventas internacionales, frente al 72,5% registrado en 2024.

Respecto a la orientación innovadora, el 12,3% de las iniciativas TEA se identifica dentro de sectores de media o alta tecnología. Además, un 60,6% afirma haber implementado innovaciones en producto o servicio durante el último año, y un 48,2% ha introducido innovaciones en procesos o tecnologías.

En el ámbito de la digitalización, las iniciativas TEA muestran una presencia relevante de recursos digitales. Un 37,3% considera importante las herramientas de análisis de datos para su estrategia y modelo de negocio, un 33,4% la computación en la nube y un 27% la inteligencia artificial. Además, el 46,1%

afirma que espera incrementar el uso de tecnologías digitales en los próximos seis meses para llevar a cabo sus operaciones comerciales.

En cuanto a la sostenibilidad, un 45% de las iniciativas TEA afirma priorizar en su estrategia el impacto social o medioambiental. En términos de actuaciones concretas, el 53,3% afirma haber desarrollado acciones para minimizar su impacto medioambiental, y el 41,1% para maximizar su impacto social.

Sobre las necesidades financieras de las iniciativas nacientes, el valor más frecuente se sitúa en 5.000 euros, aunque la dispersión de respuestas continúa siendo elevada. Estas necesidades de capital semilla son cubiertas principalmente mediante ahorros personales, que representan el 66,9% del capital inicial. La financiación procedente de familiares y amistades supone el 12,5%, las instituciones financieras el 7,9% y las subvenciones y ayudas públicas el 4,9%.

En relación con la llamada inversión informal, procedente de familiares y amistades fundamentalmente, supone que un 2,4% de la población adulta afirma estar financiando o haber financiado recientemente negocios de terceras personas mediante aportaciones propias.

Condiciones de entorno

Complementando la información obtenida a través de la encuesta a la población adulta, el panel experto GEM evalúa anualmente las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. En 2025, el juicio emitido muestra una cierta recuperación respecto al retroceso general observado en 2024, aunque persisten diferencias relevantes entre las distintas condiciones analizadas.

Las condiciones mejor valoradas por el grupo experto son el acceso a infraestructura física, con una puntuación de 7; los programas públicos de apoyo, con 5,9; y el acceso a infraestructura comercial y profesional, también con 5,9. Se sitúan por encima del aprobado la educación emprendedora en niveles post-escolares (5,3) y las normas sociales y culturales (5,1).

En un rango intermedio se encuentran la apertura del mercado interno (4,6); las políticas fiscales y la burocracia (4,5); la facilidad para conseguir financiación (4,2); la transferencia de I+D (4,1); y la dinámica del mercado interno (4).

Las valoraciones más bajas corresponden a las políticas públicas en cuanto a prioridad y apoyo al emprendimiento (3,9) y a la suficiencia de la financiación

disponible para emprender (3,9). La educación emprendedora en primaria y secundaria vuelve a ser la condición peor valorada, con 3,1, confirmando una debilidad estructural ya señalada de forma recurrente en informes anteriores.

En cuanto a los factores de impulso, el panel experto identifica en primer lugar los programas públicos de apoyo, citados por el 36,1% de sus componentes. A continuación, aparecen la transformación digital, con un 13,9%; la transferencia de I+D y el clima económico, ambos con un 11,1%; y el acceso a infraestructura física y la apertura del mercado, ambos con un 8,3%.

Respecto a las recomendaciones, las propuestas del panel se concentran especialmente en las políticas públicas de apoyo, con un 30,6% de las menciones; los programas públicos de apoyo, con un 22,2%; y el apoyo financiero, con un 19,4%. Las respuestas insisten en reducir burocracia, mejorar fiscalidad, reforzar la financiación, coordinar mejor los agentes del ecosistema, facilitar el escalado empresarial y conectar más eficazmente universidad, empresa, startups, administración e inversión.

En conjunto, los datos de 2025 muestran un ecosistema emprendedor activo, con fortalezas reconocibles y señales de mejora respecto al año anterior en las condiciones de entorno. No obstante, persisten retos estructurales relacionados con la financiación, la burocracia, la coordinación institucional, la transferencia de conocimiento y la educación emprendedora en etapas tempranas.

Capítulo 1

Valores, percepciones y actitudes de la población

1.1 Introducción

La actividad emprendedora de un territorio no depende únicamente de variables económicas o de la disponibilidad de recursos. Existen también factores vinculados a la percepción social del emprendimiento y a las actitudes individuales que influyen en la decisión de emprender. Aspectos como la confianza en las propias capacidades, la identificación de oportunidades o el temor al fracaso forman parte del conjunto de elementos que condicionan el comportamiento emprendedor de la población.

Estos componentes de carácter perceptivo y actitudinal resultan especialmente relevantes porque actúan en fases muy tempranas del proceso emprendedor, influyendo tanto en la intención de crear una empresa como en la disposición real a iniciar acciones orientadas a ello. Su análisis permite comprender mejor cómo evoluciona la cultura emprendedora de un territorio y cómo responde la población ante distintos contextos económicos y sociales.

En este capítulo se examinan los principales valores, percepciones y actitudes relacionadas con el emprendimiento en la Comunidad Valenciana. El análisis incorpora tanto la visión de la población en general como la de las personas involucradas en distintas fases de actividad emprendedora. Entre las variables analizadas se encuentran la percepción de oportunidades para emprender, la autoconfianza en conocimientos y habilidades emprendedoras, la existencia de referentes cercanos y el miedo al fracaso como posible limitación para iniciar una actividad empresarial.

1.2 Percepción de oportunidades

La identificación de oportunidades de negocio constituye uno de los elementos centrales del proceso emprendedor. La capacidad para detectar posibilidades de creación de valor, ya sea como respuesta a una necesidad concreta o mediante la exploración activa de nuevas iniciativas, influye de manera directa en la activación del comportamiento emprendedor y en la predisposición de la población a iniciar proyectos empresariales.

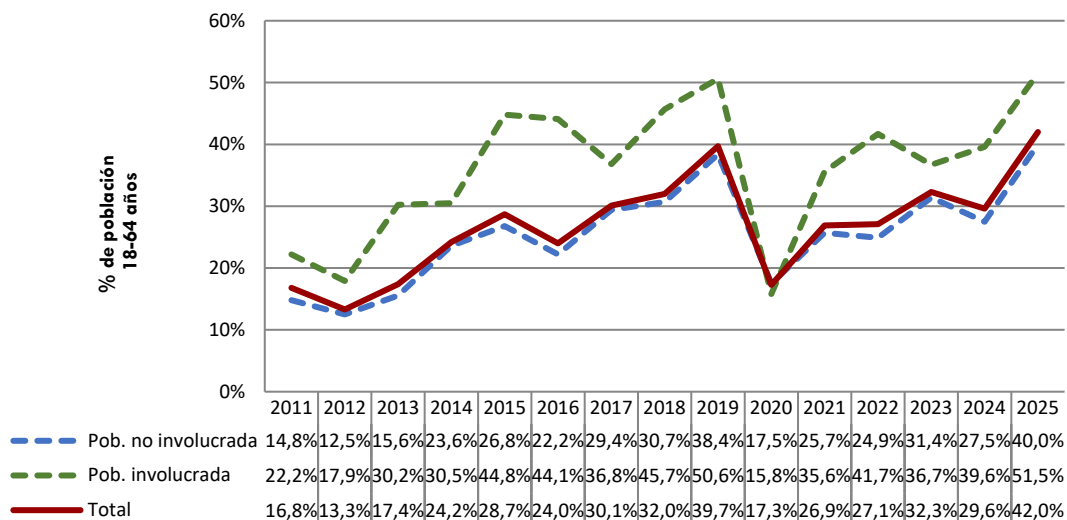
Según los datos de la encuesta APS del proyecto GEM, en 2025 el 42,0% de la población adulta de la Comunidad Valenciana considera que existen buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses. Este resultado supone un incremento muy significativo respecto al año anterior, cuando el indicador se situaba en el 29,6%, y representa además el valor más elevado de toda la serie analizada, superando incluso el máximo alcanzado en 2019 (39,7%).

Al analizar los datos según la implicación en el proceso emprendedor, se mantienen diferencias relevantes entre colectivos. Entre las personas involucradas en actividades emprendedoras, la percepción de oportunidades alcanza el 51,5%, consolidándose como el valor más alto de la serie histórica. Por su parte, entre la población no involucrada en el proceso emprendedor, el indicador asciende hasta el 40,0%, registrando también un fuerte incremento respecto al ejercicio anterior y alcanzando igualmente su nivel más elevado desde el inicio del análisis.

La evolución observada resulta especialmente relevante porque el aumento de la percepción de oportunidades no se limita únicamente al colectivo emprendedor, sino que se extiende también al conjunto de la población. Esto sugiere una mejora generalizada en la percepción del entorno para emprender y una mayor apertura hacia la identificación de posibilidades de iniciativa empresarial.

En términos agregados, los resultados reflejan un cambio claramente positivo respecto a la moderación observada en 2024. El fuerte avance del indicador sitúa a la Comunidad Valenciana en un escenario de percepción de oportunidades especialmente favorable dentro de la serie histórica GEM, reforzando la idea de un ecosistema emprendedor que mantiene capacidad de dinamismo y expectativas positivas respecto al desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

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



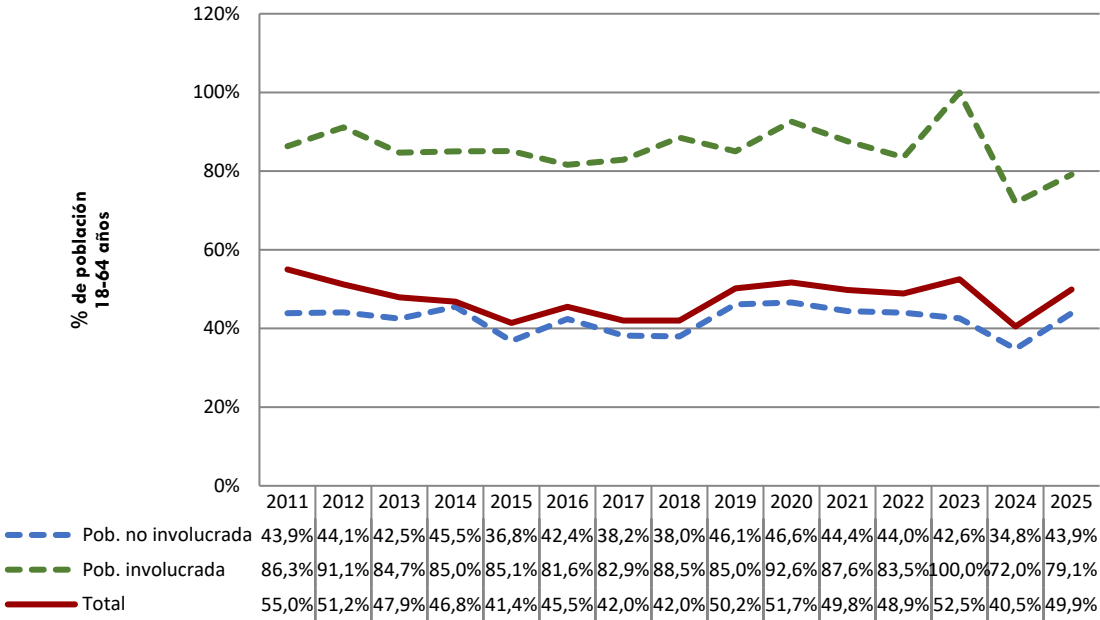
1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

Más allá de identificar oportunidades de negocio, un factor central en el proceso emprendedor es la convicción personal de ser capaz de llevar una idea a la práctica. Esta percepción, habitualmente denominada autoeficacia percibida, hace referencia a la creencia subjetiva de contar con los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para poner en marcha un proyecto empresarial.

No se trata únicamente del nivel educativo formal ni de la formación especializada recibida. Tiene que ver también con la valoración que cada persona realiza sobre su propia capacidad para afrontar decisiones, asumir incertidumbre, organizar recursos y avanzar en las primeras etapas de creación de una empresa. Por ello, la evolución de esta percepción resulta especialmente relevante para interpretar la disposición real de la población a emprender.

La relación entre esa autoeficacia percibida y el comportamiento emprendedor, se observa de forma consistente a lo largo de toda la serie analizada (figura 6).

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



En términos agregados, una de cada dos personas de la población adulta de la Comunidad Valenciana se reconoce con capacidades para emprender. En concreto, esta percepción alcanza el 49,9%, frente al 40,5% registrado en 2024. Este incremento permite recuperar parte del terreno perdido en el periodo anterior, en el que se había producido una caída especialmente intensa del indicador, tanto en la población general como, de manera más visible, entre quienes ya estaban emprendiendo.

Desagregando por colectivos, entre las personas involucradas en actividades emprendedoras, el porcentaje de quienes consideran disponer de conocimientos y habilidades suficientes se sitúa en el 79,1%, tras el descenso registrado en 2024, cuando el indicador se redujo hasta el 72%. Entre la población no involucrada, el dato se sitúa en el 43,9%, también por encima del 34,8% del año anterior.

Con todo, la diferencia entre colectivos sigue siendo amplia. La población involucrada en el proceso emprendedor mantiene una autoconfianza claramente superior a la de quienes no participan en él, lo que confirma una pauta habitual en los informes GEM: la experiencia o cercanía al emprendimiento suele ir lógicamente acompañada de una percepción más elevada de las propias capacidades.

Con todo, el dato de 2025 supone, por tanto, una mejora significativa de la autoeficacia percibida, aunque conviene seguir observando su evolución en próximas ediciones para comprobar si esta recuperación se consolida.

1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

Todo proyecto emprendedor incorpora un cierto grado de incertidumbre y, por tanto, la posibilidad de que los resultados no sean los esperados.

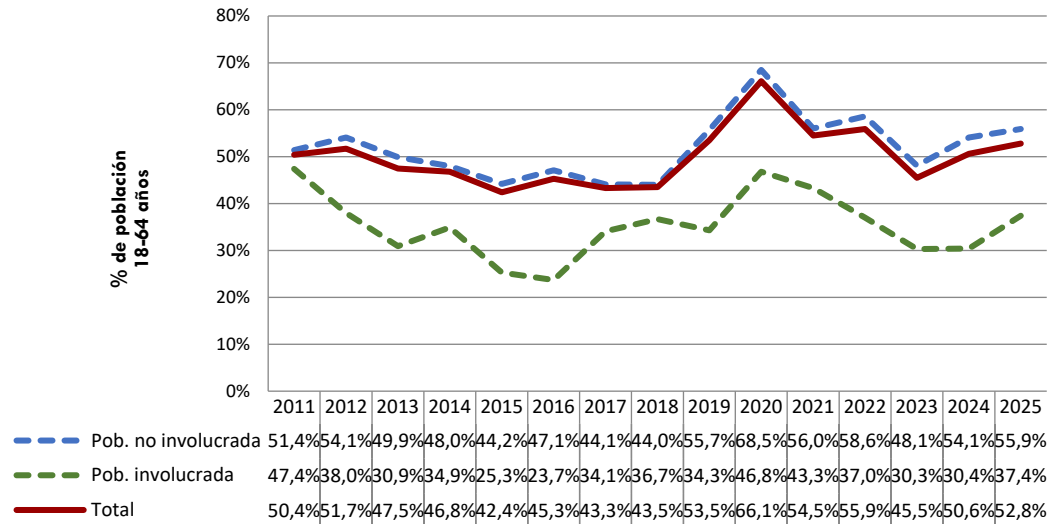
En el marco GEM, esta aversión al riesgo se analiza a través del temor al fracaso como posible obstáculo para emprender, una percepción que puede inhibir la puesta en marcha de nuevas iniciativas incluso cuando existen oportunidades y capacidades percibidas.

La evolución reciente de este indicador muestra una trayectoria especialmente sensible al contexto económico y social. Tras el fuerte incremento registrado en 2020, cuando cerca de dos tercios de la población adulta manifestaban miedo al fracaso, los datos de 2021 y 2022 se situaron en torno al 55%, mostrando un retorno a niveles 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 hasta el 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 más definitiva una situación especialmente grave. Sin embargo, en 2024 el indicador volvió a aumentar hasta el 50,6%, apuntando ya a un retorno hacia valores más próximos a la pauta histórica.

En 2025, el temor al fracaso como obstáculo para emprender se sitúa en el 52,8% de la población adulta de la Comunidad Valenciana. El dato supone un nuevo incremento respecto al año anterior, aunque todavía se mantiene por debajo de los niveles registrados en 2021 y 2022. En este sentido, la evolución reciente parece reflejar una cierta estabilización del indicador en valores algo superiores a la mitad de la población.

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



Desagregando por colectivos, las diferencias siguen siendo claras. Entre las personas involucradas en actividades emprendedoras, el porcentaje que identifica el miedo al fracaso como obstáculo alcanza el 37,4%, frente al 30,4% registrado en 2024. Entre la población no involucrada, el dato se sitúa en el 55,9%, también por encima del 54,1% del año anterior.

Esta distancia confirma una pauta habitual en la serie GEM: quienes están más cerca de emprender o ya lo están haciendo, tienden a percibir el fracaso como una barrera menos intensa que quienes permanecen fuera del proceso. No obstante, el aumento observado entre las personas involucradas muestra que la experiencia emprendedora reduce la percepción del fracaso como impedimento, pero no la elimina.

En conjunto, el dato de 2025 mantiene el miedo al fracaso como una importante barrera subjetiva para emprender en la Comunidad Valenciana. Su evolución, con descensos y repuntes en los últimos años, aconseja seguir prestando atención a la gestión del riesgo percibido, tanto desde la formación y el acompañamiento como desde la generación de entornos donde el error y la incertidumbre se comprendan como parte habitual del proceso emprendedor.

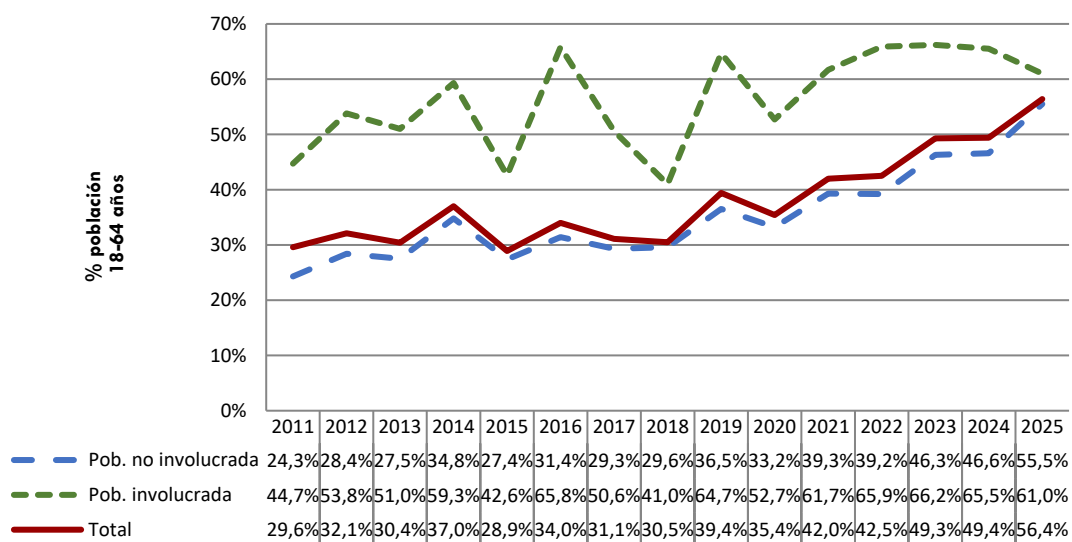
1.5 Disponibilidad de red social emprendedora

Contar con ejemplos cercanos de emprendimiento reciente es un factor que incide positivamente en la disposición a emprender. Esta 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, 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.

De este modo, la presencia de personas emprendedoras en el entorno cercano puede contribuir a normalizar el emprendimiento como opción profesional y a reducir parte de la distancia que, en ocasiones, separa a la población general de la creación de nuevas iniciativas.

La evolución reciente de este indicador mantiene la tendencia positiva observada tras la pandemia (figura 8). Tras el retroceso registrado en 2020 y de la recuperación iniciada a partir de 2021, los datos de los últimos ejercicios reflejan un incremento progresivo de la presencia de referentes emprendedores en el entorno social de la población valenciana.

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



En 2025, el 56,4% de la población adulta de la Comunidad Valenciana afirma conocer a alguien que ha emprendido recientemente. El dato supone un incremento de 7 puntos respecto al 49,4% registrado en 2024 y representa el valor más elevado de toda la serie analizada. De este modo, el indicador consolida la recuperación iniciada tras la crisis sanitaria y confirma el fortalecimiento del capital social emprendedor en la región.

Las diferencias entre colectivos se reducen de manera notable en esta edición. Entre las personas involucradas en el proceso emprendedor, el porcentaje se sitúa en el 61%, frente al 65,5% observado en el año anterior. En cambio, entre la población no involucrada, el indicador aumenta con claridad desde el 46,6% registrado en 2024 hasta el 55,5% actual.

Este comportamiento resulta especialmente relevante, ya que el crecimiento agregado del indicador se explica fundamentalmente por la mayor presencia de referentes emprendedores entre la población no involucrada. Al mismo tiempo, el descenso entre quienes ya participan en el proceso emprendedor reduce la distancia entre ambos colectivos, más estrecha que en años anteriores.

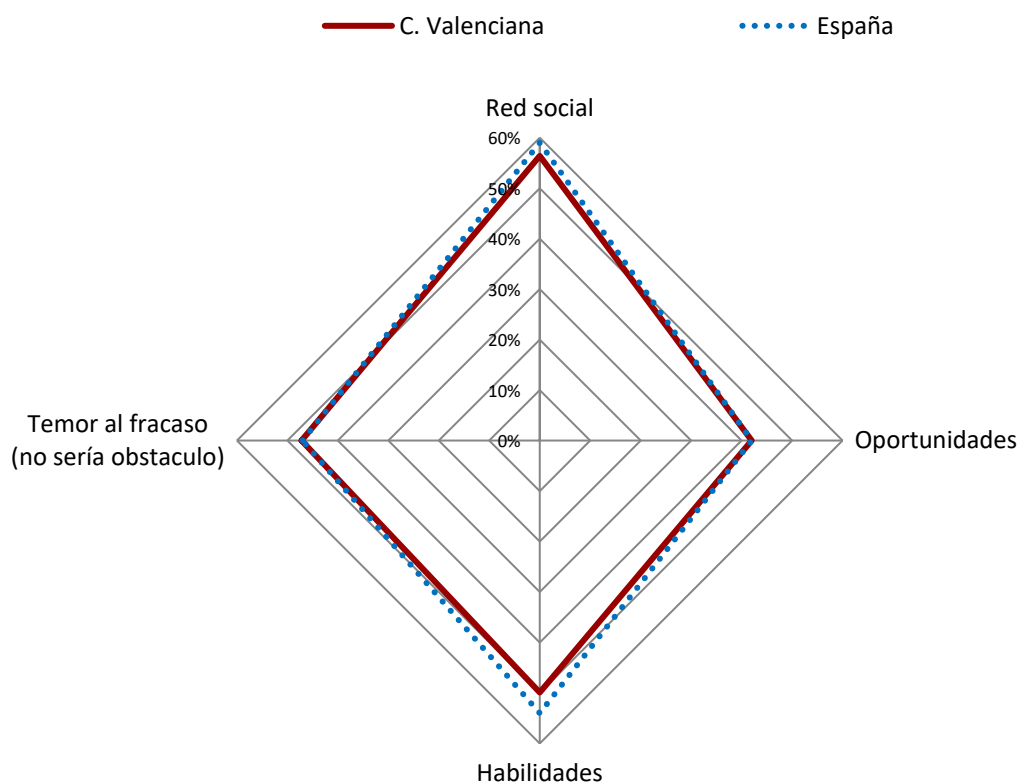
En conjunto, los resultados sugieren que la figura de la persona emprendedora continúa ganando visibilidad social en la Comunidad Valenciana, no solo dentro del propio ecosistema, sino también entre la población que no participa directamente en actividades emprendedoras. Esta mayor exposición a referentes cercanos puede facilitar procesos de aprendizaje informal y contribuir a que el emprendimiento sea percibido como una opción más próxima y alcanzable.

En este contexto, las iniciativas orientadas a generar conexiones, difundir experiencias emprendedoras reales o acercar el emprendimiento a distintos entornos sociales y educativos pueden desempeñar un papel relevante. La consolidación de redes, espacios de intercambio y referentes visibles continúa siendo un elemento que puede favorecer una cultura emprendedora más extendida y participativa.

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.

Figura 9. Posicionamiento de 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 Para un análisis detallado de las diferencias territoriales, pueden consultarse los informes regionales que elaboran los equipos GEM de cada comunidad autónoma. Disponibles en <https://observatoriodelemprendimiento.es/gem-spain/informes/>

Figura 10. Posicionamiento de la percepción relativa de oportunidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).

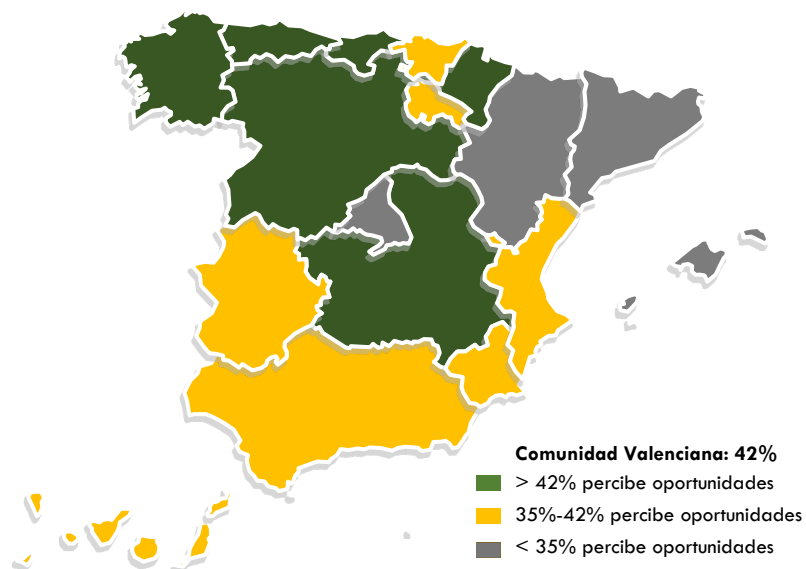


Figura 11. Posicionamiento de la percepción relativa de conocimientos y habilidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).

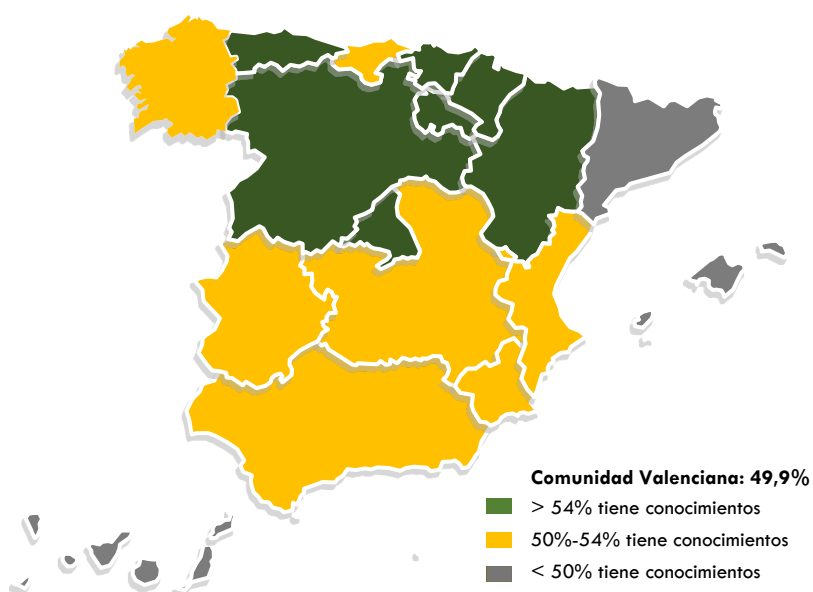


Figura 12. Posicionamiento del miedo al fracaso como obstáculo para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).

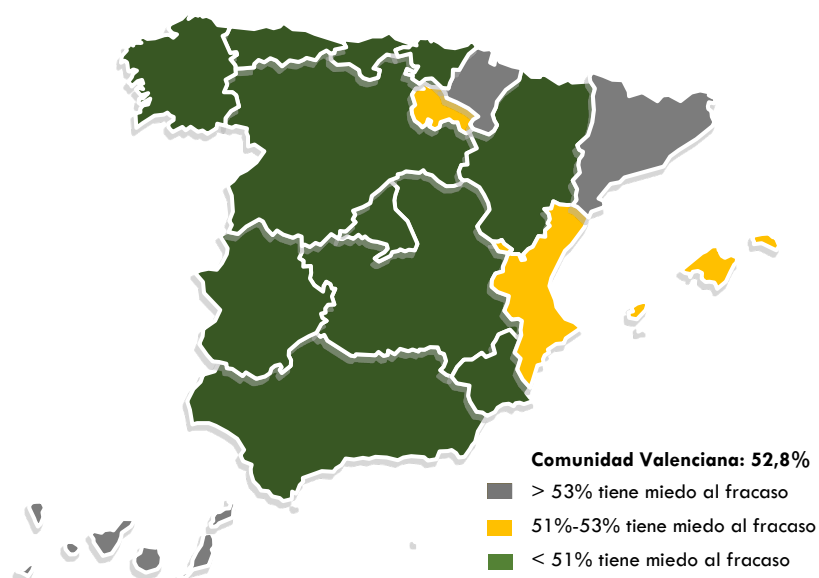
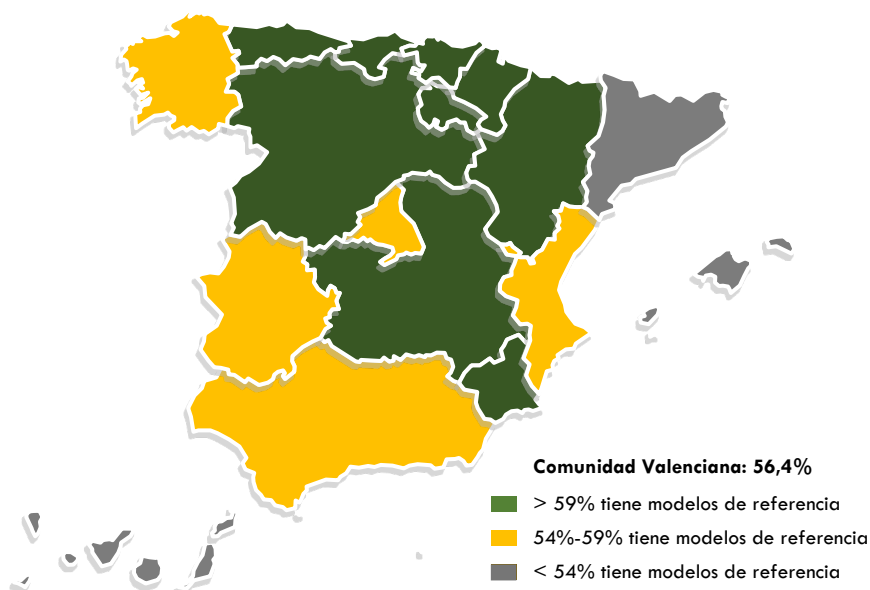


Figura 13. Posicionamiento de la disponibilidad de red social emprendedora por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).



Capítulo 2

El proceso emprendedor

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.

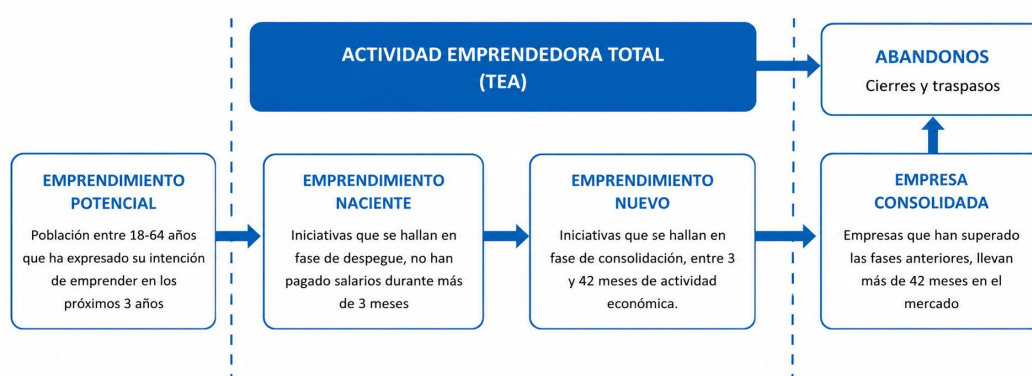
³ A efectos operativos, en todos los casos y etapas se miden los meses durante los cuales se llevan pagando salarios.

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 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.

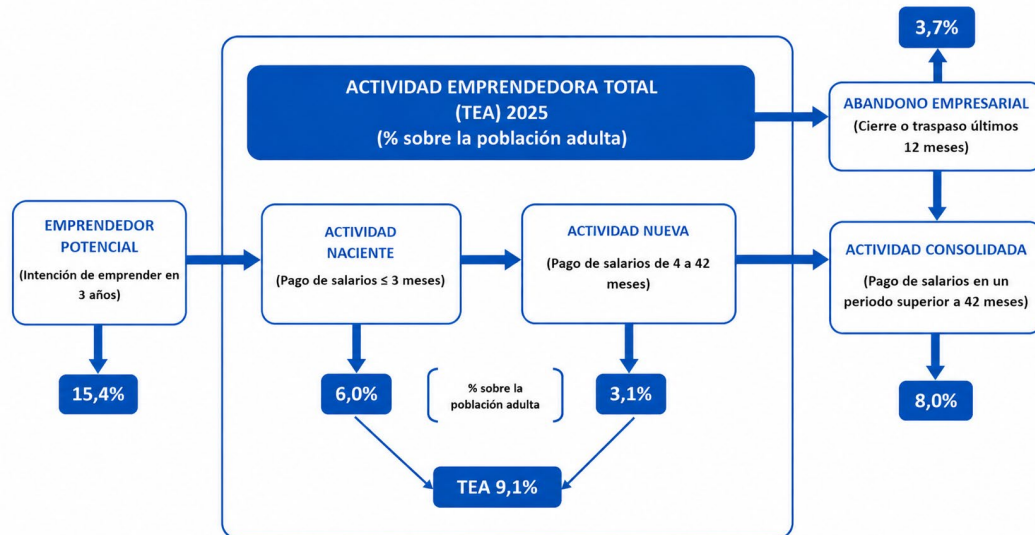


GEM recopila datos sobre los componentes de este proceso emprendedor en un momento específico del tiempo, mediante el cálculo de los porcentajes de población adulta que se encuentran participando en cada etapa de dicho proceso.

La figura 15 presenta los resultados de los indicadores del proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana durante 2025, detallando los porcentajes de la población en cada una de sus fases. La evolución de estos

indicadores respecto a ejercicios anteriores será analizada con mayor detalle en los siguientes apartados del capítulo.

Figura 15. Tasas de involucración 2025 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



La Tasa de Actividad Emprendedora Total TEA (emprendimiento reciente o incipiente), es tradicionalmente considerada como el indicador principal en la metodología GEM. De acuerdo con los datos de 2025, esta tasa se situó en un 9,1%. Esto significa que, entre mayo y julio de 2025, algo más de 9 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 niveles de profundización dentro del emprendimiento reciente, dos grupos de personas según su nivel de avance en el proceso emprendedor. De este modo, de esta TEA del 9,1%, dos terceras partes -específicamente un 6% 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 3,1%, 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.

Más allá de la TEA -indicador central-, GEM nos permite analizar las etapas que anteceden y suceden a la fase TEA. En este sentido, el emprendimiento potencial alcanza en 2025 al 15,4% de la población adulta de la Comunidad Valenciana, reflejando el peso de aquellas personas que manifiestan intención de poner en marcha un negocio dentro los siguientes tres años. En el extremo opuesto del proceso se sitúan las iniciativas consolidadas, entendidas como aquellas que han superado los 42 meses de actividad. En 2025, este colectivo representa el 8% de la población adulta.

Finalmente, el porcentaje de población que declara haber abandonado una actividad empresarial durante los últimos doce meses asciende al 3,7%. Como se analizará más adelante, este indicador incluye realidades diferentes, ya que no todos los abandonos implican necesariamente cierres definitivos de la actividad empresarial.

2.3 Evolución de la intención emprendedora

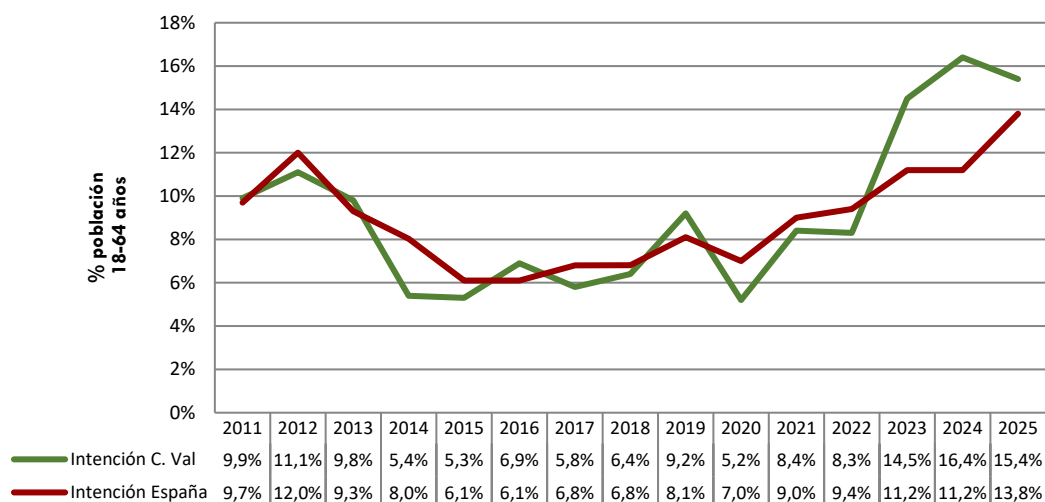
La intención emprendedora, al reflejar una declaración de propósito a medio plazo, constituye uno de los indicadores más sensibles a los cambios de contexto económico y social. Su evolución suele verse especialmente afectada por escenarios de incertidumbre, volatilidad o transformación de las expectativas económicas, tal como viene mostrando históricamente la serie GEM.

La trayectoria de este indicador en la Comunidad Valenciana ha estado marcada, en buena medida, por los distintos ciclos económicos de las últimas décadas. Durante la crisis económica iniciada en 2008 y el fuerte incremento del desempleo asociado a ella, la intención emprendedora experimentó un crecimiento importante, alcanzando en 2012 el valor más elevado de toda la serie hasta ese momento. Posteriormente, conforme avanzó la recuperación económica, el indicador fue reduciéndose progresivamente hasta situarse en niveles similares a los de 2009.

En 2019 se produjo un nuevo repunte significativo, elevándose la tasa hasta el 9,2%. Sin embargo, la irrupción de la pandemia en 2020 volvió a evidenciar la sensibilidad del indicador ante situaciones de elevada incertidumbre, provocando una caída abrupta hasta el 5,2%.

A partir de ahí, la intención emprendedora mostró una recuperación progresiva, situándose en el 8,4% en 2021 y manteniéndose prácticamente estable en 2022, pese al contexto internacional marcado por tensiones económicas, inflación e incertidumbre.

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



El cambio más destacado se produjo en 2023, cuando la tasa de intención emprendedora aumentó hasta el 14,5% de la población adulta, lo que supuso un incremento de más de seis puntos respecto al ejercicio anterior y el valor más elevado registrado hasta entonces en la Comunidad Valenciana. En 2024, además, el indicador volvió a incrementarse hasta el 16,4%, consolidando esa tendencia alcista y ampliando la distancia respecto al promedio nacional.

En 2025, la intención emprendedora se sitúa en el 15,4% de la población adulta valenciana. Aunque el dato supone un ligero descenso de un punto respecto al máximo alcanzado en 2024, continúa situándose en niveles históricamente muy elevados y claramente por encima de los registrados antes de 2023.

En este sentido, más que interpretar el dato como un cambio de tendencia, parece razonable entenderlo como una cierta estabilización tras el crecimiento de los dos años anteriores. Además, el hecho de que la intención emprendedora permanezca claramente por encima de los valores históricos de la serie sugiere que el emprendimiento continúa manteniendo una presencia relevante como opción de futuro entre una parte importante de la población valenciana.

Con todo, conviene seguir interpretando este indicador con prudencia. La intención de emprender no implica necesariamente la puesta en marcha efectiva de iniciativas empresariales, especialmente en contextos donde persisten factores de incertidumbre económica o barreras percibidas relacionadas con capacidades, financiación o riesgo.

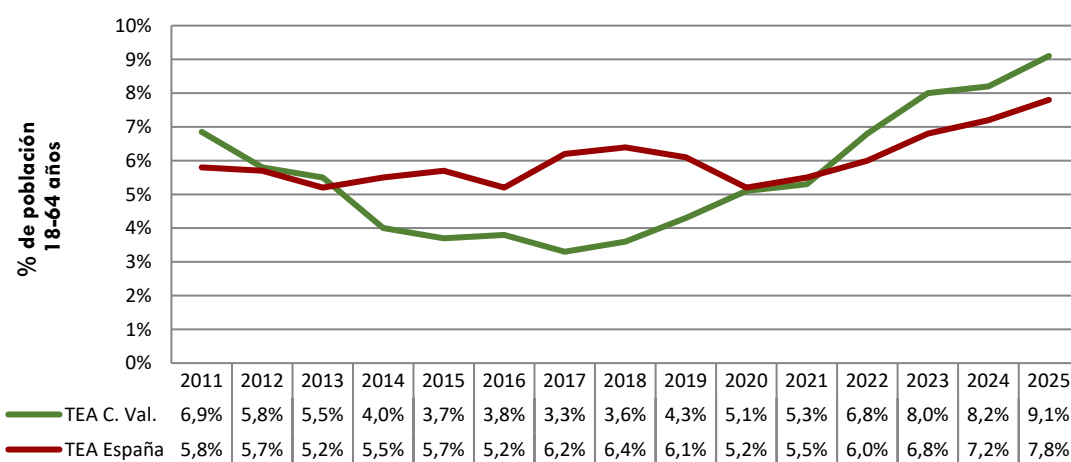
2.4 Evolución de la actividad emprendedora reciente

El indicador TEA recoge el porcentaje de población entre 18 y 64 años involucrada en iniciativas con hasta 42 meses de operatividad.

En 2025, este indicador alcanza el 9,1%, superando el 8,2% registrado en 2024 y marcando, nuevamente, el valor más elevado de toda la serie histórica disponible para la Comunidad Valenciana.

La trayectoria de esta tasa a lo largo del tiempo se recoge en la figura 17, donde puede observarse una evolución marcada por distintas fases y contextos económicos.

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



En el periodo analizado, la actividad emprendedora muestra una evolución relativamente estable durante varios años, aunque con oscilaciones y una cierta tendencia descendente hasta 2018. A partir de entonces comenzó una recuperación progresiva, inicialmente moderada y posteriormente más intensa. De hecho, incluso en el contexto de la crisis sanitaria de 2020, la TEA no experimentó un retroceso, sino que continuó creciendo hasta situarse en el 5,1%.

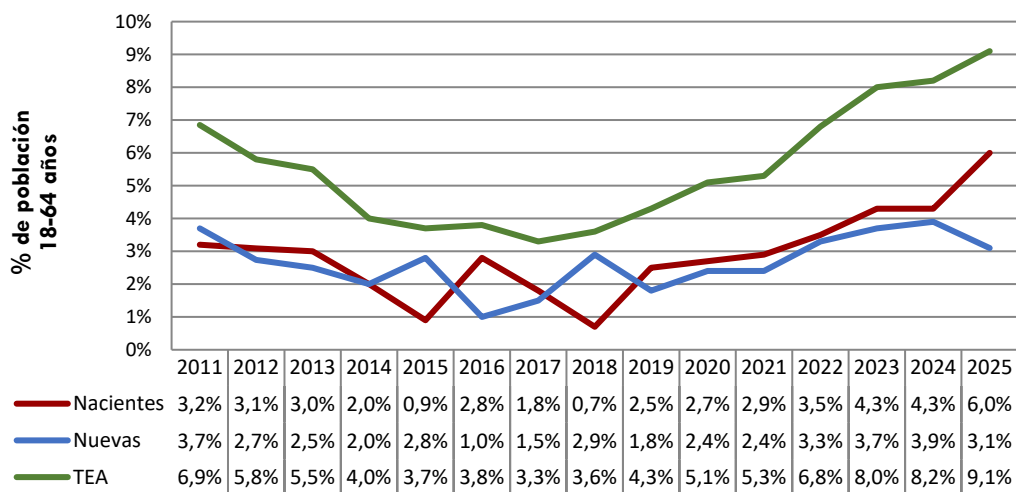
Este comportamiento resulta coherente con el propio significado del indicador, ya que recoge iniciativas que ya se encontraban en marcha o que comenzaron a desarrollarse durante los primeros momentos de la pandemia.

Posteriormente, el dato de 2021 (5,3%) mantuvo la senda ascendente, que se intensificó en 2022 con un incremento hasta el 6,8%. La evolución continuó en 2023, cuando la TEA alcanzó el 8%, y volvió a incrementarse en 2024 hasta el 8,2%. El registro de 2025 consolida claramente esta trayectoria, situando el indicador por encima del 9% y acumula ocho años consecutivos de crecimiento.

En conjunto, la evolución observada refleja un incremento sostenido del porcentaje de población adulta involucrada en la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales en la Comunidad Valenciana. No obstante, como se analizará más adelante, resulta importante considerar también las motivaciones que impulsan estas iniciativas, ya que una parte significativa continúa vinculada a necesidades de desarrollo profesional y generación de ingresos.

Respecto a la comparación con el conjunto de España, la figura 17 muestra una evolución relativamente paralela hasta 2014. A partir de ese momento comenzó a abrirse una cierta diferencia entre ambos ámbitos territoriales, que posteriormente volvió a reducirse hasta prácticamente converger en 2020. Sin embargo, desde 2022 la evolución ha sido claramente más intensa que la del conjunto nacional. Aunque tanto España como la Comunidad Valenciana han incrementado sus niveles de actividad emprendedora reciente, el crecimiento valenciano ha sido más pronunciado, ampliándose nuevamente la distancia entre ambos indicadores en los últimos ejercicios.

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



Por su parte, la figura 18 presenta la evolución desagregada de la TEA entre actividades nacientes -hasta tres meses de operatividad- y actividades nuevas -entre 3 y 42 meses de actividad-.

Los datos de 2025 muestran que el incremento del emprendimiento reciente vuelve a estar impulsado principalmente por las actividades nacientes, que alcanzan el 6% de la población adulta. Por su parte, las actividades nuevas se sitúan en el 3,1%, con un ligero descenso respecto al ejercicio anterior.

De este modo, se mantiene la tendencia observada durante los últimos años, caracterizada por un mayor peso de las iniciativas en sus fases más tempranas dentro del conjunto de la actividad emprendedora reciente. Esto sugiere que buena parte del dinamismo emprendedor actual continúa concentrándose en procesos de puesta en marcha y lanzamiento de iniciativas.

Al mismo tiempo, el menor peso relativo de las actividades nuevas refleja que no todas las iniciativas nacientes logran avanzar hacia fases posteriores del proceso emprendedor, aspecto que seguirá siendo relevante observar en futuras ediciones del informe.

2.5 Evolución de la actividad consolidada

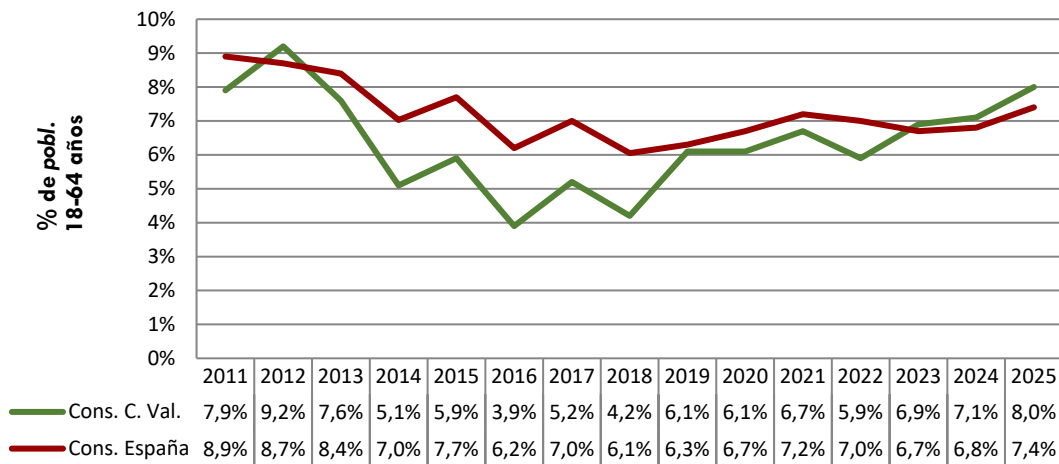
En la metodología GEM, la actividad consolidada hace referencia a aquellas iniciativas que han superado las fases de actividad naciente y nueva, permaneciendo operativas durante más de 42 meses.

En 2025, la tasa de actividad consolidada en la Comunidad Valenciana se sitúa en el 8% de la población adulta, lo que supone un nuevo incremento respecto al 7,1% registrado en 2024, en que ya había crecido 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, se ha venido señalando la necesidad de interpretar estos datos con cierta prudencia. La crisis sanitaria, el recurso a instrumentos de apoyo como los ERTes y los esfuerzos de adaptación realizados por muchas empresas contribuyeron a sostener la actividad durante 2020 y 2021. Posteriormente, los efectos económicos derivados de la guerra de Ucrania, el aumento de costes y la retirada parcial de algunas ayudas pudieron influir en el descenso observado en 2022.

A partir de 2023, sin embargo, la tasa de actividad consolidada volvió a crecer, alcanzando el 6,9%, y continuó aumentando en 2024 hasta el 7,1%. El registro de 2025 prolonga esta evolución positiva y sitúa el indicador en su valor más elevado desde 2013.

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



Este comportamiento puede estar relacionado, al menos en parte, con la evolución favorable de la TEA en los años anteriores. El incremento sostenido de la actividad emprendedora reciente parece empezar a trasladarse progresivamente a las fases más maduras del proceso, aunque conviene evitar una lectura automática de esta relación, ya que la consolidación depende también de otros factores vinculados al mercado, la financiación, la dimensión de los proyectos y la capacidad de adaptación de las empresas.

En perspectiva comparada, la tasa de consolidación de la Comunidad Valenciana ha seguido una evolución relativamente próxima a la del conjunto de España, aunque con diferencias cambiantes a lo largo del periodo analizado. Tras varios años en los que el dato valenciano se situó por debajo del promedio nacional, la brecha se fue reduciendo hasta situarse ligeramente por encima en 2023 y 2024. En 2025, la Comunidad Valenciana mantiene esa posición favorable, reforzada por el nuevo incremento del indicador regional.

2.6 Evolución de abandonos y cierres

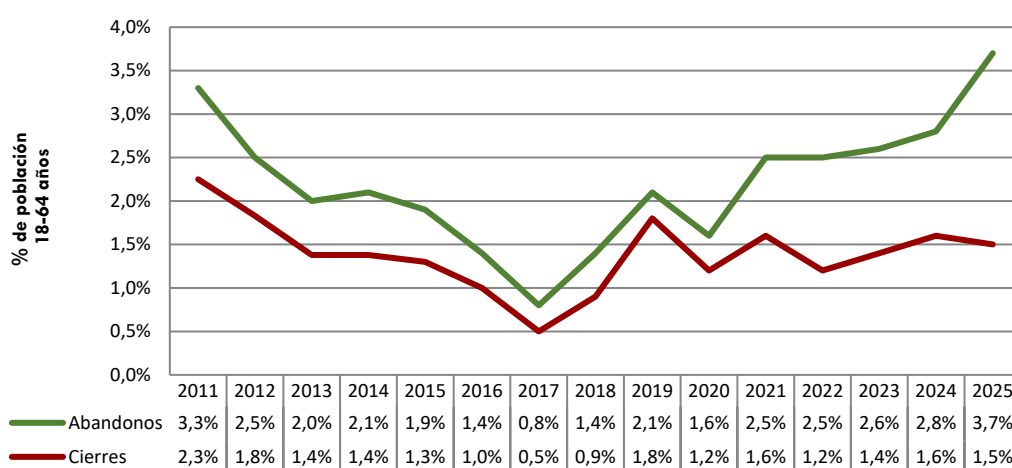
El estudio GEM analiza el porcentaje de población que ha abandonado una actividad empresarial durante los doce meses previos a la realización de la encuesta. Este indicador incluye tanto los cierres definitivos de negocios como aquellas iniciativas que continúan operativas tras un traspaso o cambio de propiedad. Además, el proyecto explora las principales motivaciones que se encuentran detrás de estas decisiones.

En 2025, el 3,7% de la población adulta de la Comunidad Valenciana afirma haber abandonado una actividad empresarial en los doce meses anteriores, lo que supone un incremento relevante respecto al 2,8% registrado en 2024. No obstante, una parte importante de estos abandonos no implica el cierre definitivo de la actividad.

En concreto, el 60,2% de las personas que abandonaron su negocio señala que este continuó funcionando bajo la gestión de otras personas, de modo que la tasa real de cierres efectivos se sitúa en torno al 1,5% de la población adulta.

La evolución recogida en la figura 20 refleja la sensibilidad de este indicador a los distintos ciclos económicos y contextos de incertidumbre.

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



Se observa que tanto la tasa de abandonos como la de cierres aumentaron de forma significativa tras la crisis de 2008, alcanzando sus niveles máximos en torno a 2011. Posteriormente, ambos indicadores descendieron progresivamente hasta 2018, registrándose después un nuevo repunte en 2019.

El impacto de la pandemia volvió a reflejarse en los datos posteriores. En 2021, la tasa de abandonos ascendió hasta el 2,5%, manteniéndose prácticamente estable en 2022 y aumentando ligeramente en 2023 y 2024. El nuevo incremento registrado en 2025 sitúa el indicador de abandonos en su valor más elevado desde 2011. Sin embargo, la tasa de cierres efectivos no aumenta en la misma proporción, sino que se mantiene en el 1,5%, debido al mayor peso de los traspasos o continuidades bajo nueva gestión dentro del total de abandonos.

Las motivaciones que explican estos abandonos presentan una configuración algo distinta a la observada en el año anterior. La falta de rentabilidad continúa siendo el principal motivo declarado, con un 22,1% de los casos, en un nivel muy similar al 22,5% registrado en 2024. A continuación, aparece la existencia de otro trabajo u oportunidad, con un 21,6%, recuperando peso respecto al año anterior y situándose prácticamente al mismo nivel que la falta de rentabilidad.

También gana relevancia la oportunidad de venta del negocio, que alcanza el 18,2% de los abandonos, frente al 13,7% registrado en 2024. Este dato resulta coherente con el aumento de los traspasos y sugiere que una parte relevante de las salidas del proceso emprendedor no responde necesariamente a situaciones de fracaso empresarial, sino a decisiones de cambio, relevo o aprovechamiento de oportunidades.

Por el contrario, los problemas de financiación reducen su peso hasta el 9,8%, tras haber representado el 16,2% en 2024. Los impuestos y la burocracia, los motivos familiares o personales y la jubilación se sitúan con valores cercanos al 6%. Como novedad, aparece la categoría vinculada a delitos -hurtos, conflictos internos, ciber-incidentes u otras situaciones similares-, con un 3,1% de las respuestas.

En conjunto, los datos de 2025 muestran un aumento de los abandonos, pero no de los cierres efectivos. Esta diferencia resulta importante, ya que indica que una parte sustancial de las actividades abandonadas continúa en funcionamiento. Por tanto, aunque el incremento del indicador debe ser seguido con atención, su lectura debe matizarse por el mayor peso de las salidas mediante traspaso y por una distribución de motivos donde conviven razones económicas, oportunidades laborales o de venta, y circunstancias personales.

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

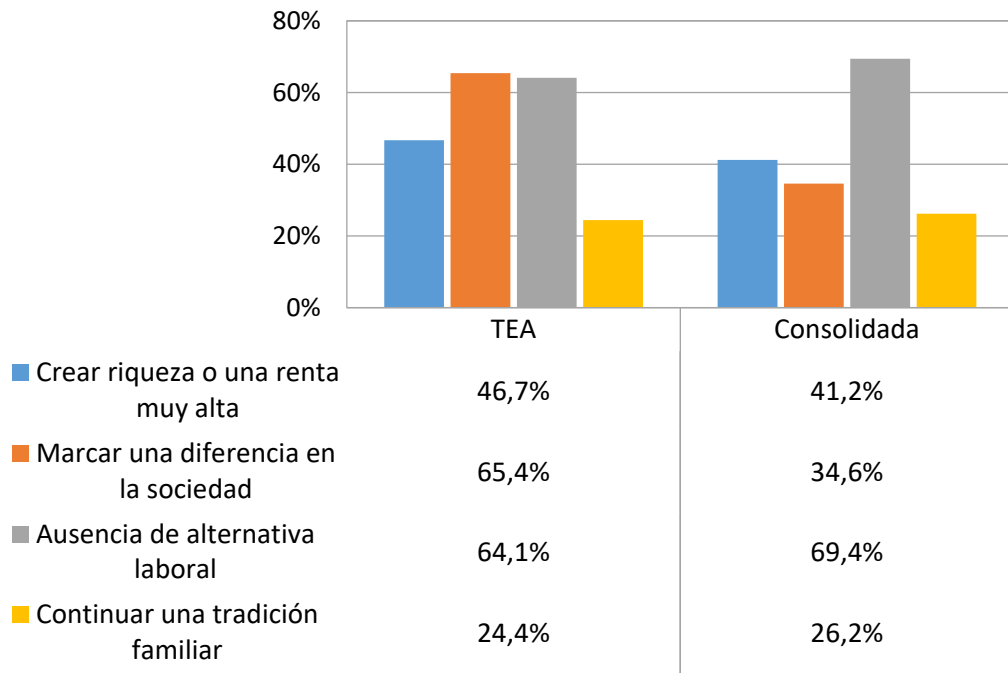
<i>¿Ha abandonado una actividad emprendedora de cualquier tipo incluyendo el autoempleo en los últimos 12 meses?</i>	
Respuesta afirmativa: 3,7% de la población de 18 a 64 años	
Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otras personas?	
SI 60,2 %	NO (cierres efectivos) 39,8%
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	22,1%
Otro trabajo u oportunidad	21,6%
Oportunidad de venta	18,2%
Problemas de financiación	9,8%
Impuestos y burocracia	6,3%
Motivos familiares o personales	6,3%
Jubilación	6,3%
Delitos (hurtos, internos, ciber, ...)	3,1%
No sabe o no contesta	6,3%

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 sus principales motivaciones. Para ello, solicita a las personas involucradas en el proceso que valoren, en una escala Likert de 1 -totalmente en desacuerdo- a 5 -totalmente de acuerdo-, en qué medida la creación de su negocio responde a cuatro razones: marcar una diferencia en la sociedad, crear riqueza o una renta muy alta, continuar una tradición familiar y la ausencia de otras alternativas laborales.

La figura 21 recoge el porcentaje de personas que se muestran de acuerdo o totalmente de acuerdo con cada una de estas motivaciones, es decir, quienes otorgan puntuaciones de 4 o 5 en la escala utilizada.

Figura 21. Motivación emprendedora.



Al analizar la información para la **actividad emprendedora incipiente (TEA)** en 2025, los datos reflejan un perfil motivacional donde conviven de forma muy cercana razones vinculadas tanto al propósito como a la necesidad:

- **Marcar una diferencia en la sociedad:** esta motivación vuelve a situarse entre las más relevantes, siendo respaldada por un 65,4% de las personas emprendedoras incipientes. El dato supone un incremento notable respecto al 45,9% registrado en 2024, y supera claramente los niveles observados en años anteriores, incluidos los registrados en 2021 (54,8%) y 2022 (43%). Todo ello parece apuntar a un reforzamiento del componente social y de impacto dentro de las motivaciones emprendedoras.
- **Ausencia de alternativa laboral:** con un 64,1%, esta motivación prácticamente iguala a la anterior y recupera un peso significativo dentro

de la actividad emprendedora reciente. El dato aumenta de forma importante respecto al 45,5% de 2024, acercándose de nuevo a los registros observados en 2021 (81%) y 2022 (72,4%). Esto sugiere que, junto al componente vocacional o de impacto, continúa existiendo una presencia muy relevante del emprendimiento motivado por necesidad.

- Crear riqueza o una renta muy alta: esta razón es compartida por un 46,7% de la población en TEA. El dato mejora el 42,1% registrado en 2024 y se sitúa por encima de los valores observados en 2022 (38,9%) y 2023 (32,9%), consolidando el peso de las motivaciones económicas y de crecimiento dentro de las iniciativas emprendedoras recientes.
- Continuar una tradición familiar: con un 24,4%, esta motivación también aumenta respecto al 16,4% registrado en 2024 y se sitúa en niveles próximos a los observados en 2021 (26,3%), tras varios ejercicios en porcentajes más moderados.

De este modo, la configuración de motivaciones en la TEA durante 2025 presenta un perfil especialmente interesante, donde las motivaciones sociales y las asociadas a la necesidad laboral aparecen prácticamente al mismo nivel y claramente destacadas sobre el resto.

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 2025 presentan también algunos cambios relevantes respecto a los años anteriores:

- Ausencia de alternativa laboral: continúa siendo la principal motivación entre las empresas consolidadas, alcanzando un 69,4%. El dato supone un incremento importante respecto al 51,5% registrado en 2024 y vuelve a situarse en niveles próximos a los observados en 2021 (66,1%) y 2022 (70%). Esto parece indicar que una parte significativa de las iniciativas que logran consolidarse sigue teniendo su origen en motivaciones vinculadas a la necesidad o a la continuidad profesional.
- Crear riqueza o una renta muy alta: esta motivación ocupa la segunda posición entre las empresas consolidadas, con un 41,2%, claramente por encima del 31,7% observado en 2024. El dato refleja una recuperación del peso de las aspiraciones económicas y de generación de ingresos entre quienes mantienen sus iniciativas en el tiempo.

- Marcar una diferencia en la sociedad: con un 34,6%, esta motivación pierde ligeramente peso respecto al 36,3% registrado en 2024, aunque continúa manteniendo una presencia relevante dentro del colectivo de consolidadas.
- Continuar una tradición familiar: esta razón alcanza el 26,2%, manteniéndose en niveles muy similares a los observados el año anterior (27,6%), lo que confirma la estabilidad de este componente dentro de las motivaciones asociadas a actividades empresariales más maduras.

En conjunto, las motivaciones de las empresas consolidadas muestran un perfil algo distinto al observado en la actividad emprendedora incipiente. Mientras que en la TEA existe una mayor convivencia entre propósito social y necesidad laboral, entre las iniciativas consolidadas vuelve a adquirir un peso claramente dominante la ausencia de alternativas laborales, acompañada además de un repunte de las motivaciones económicas. Todo ello sugiere que una parte importante de las iniciativas que logran mantenerse en el tiempo continúan estando muy vinculadas a objetivos de estabilidad profesional y generación de ingresos.

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 Para un análisis detallado de las diferencias territoriales, pueden consultarse los informes regionales que elaboran los equipos GEM de cada comunidad autónoma. Disponibles en <https://observatoriodelemprendimiento.es/gem-spain/informes/>

Figura 22. Posicionamiento del emprendimiento potencial por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).

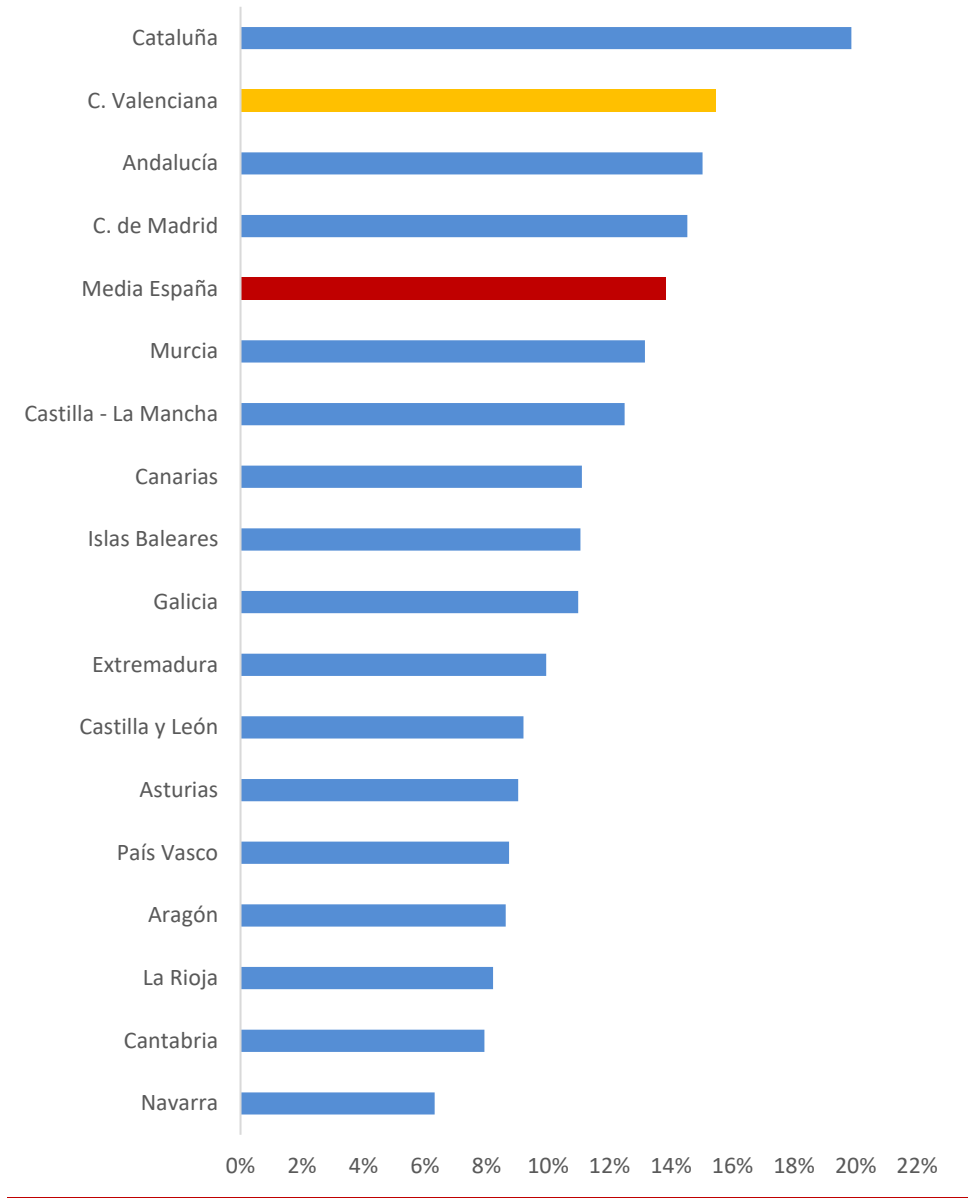


Figura 23. Posicionamiento del emprendimiento TEA por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).

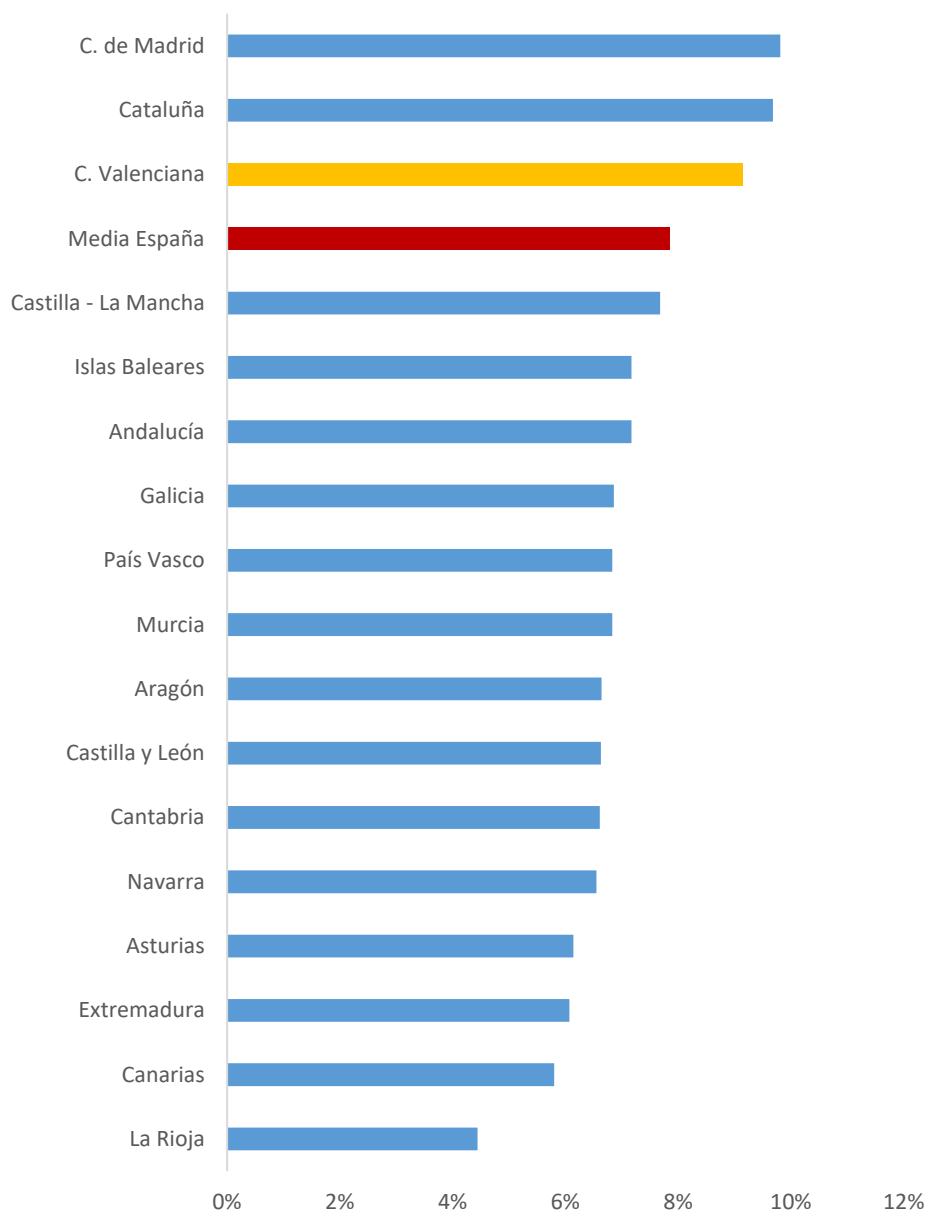


Figura 24. Posicionamiento del emprendimiento consolidado por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).

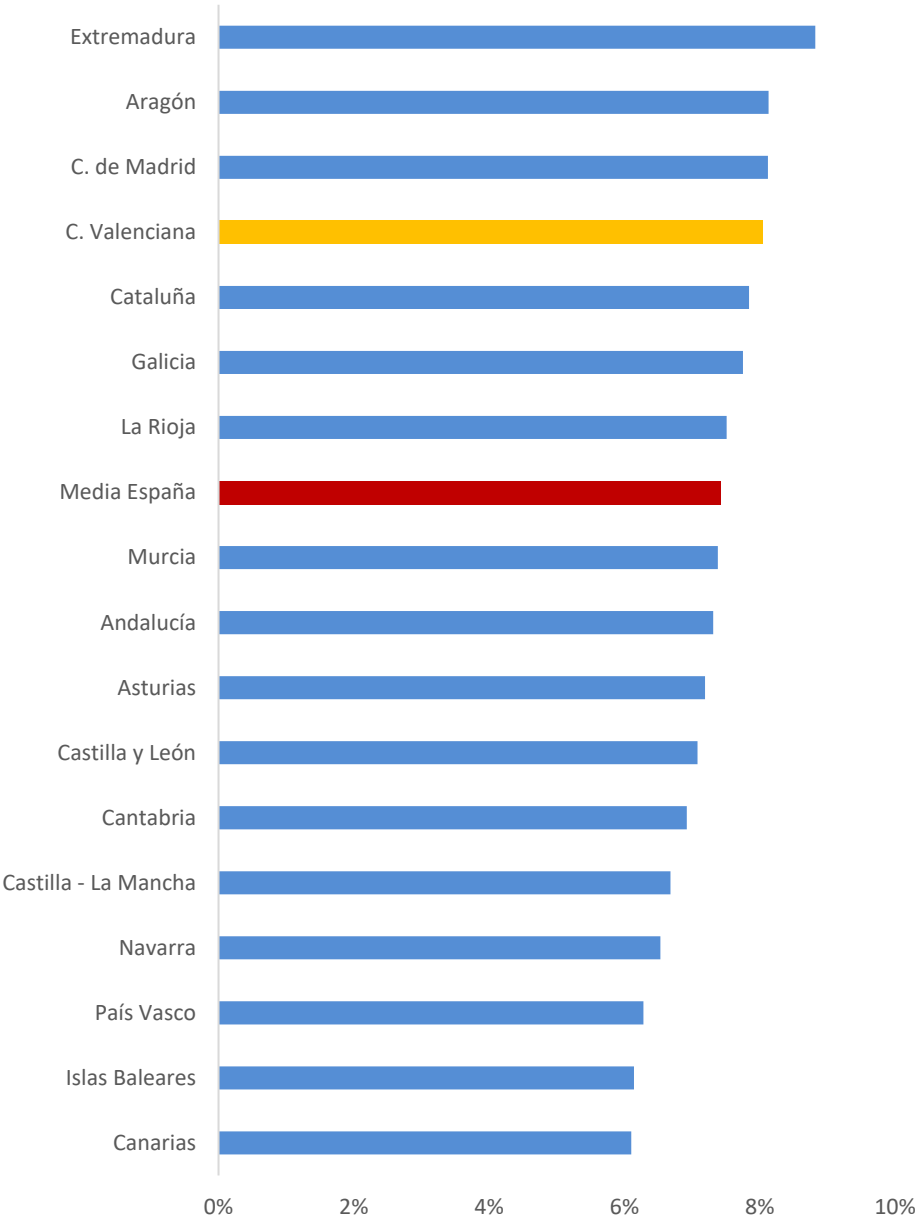
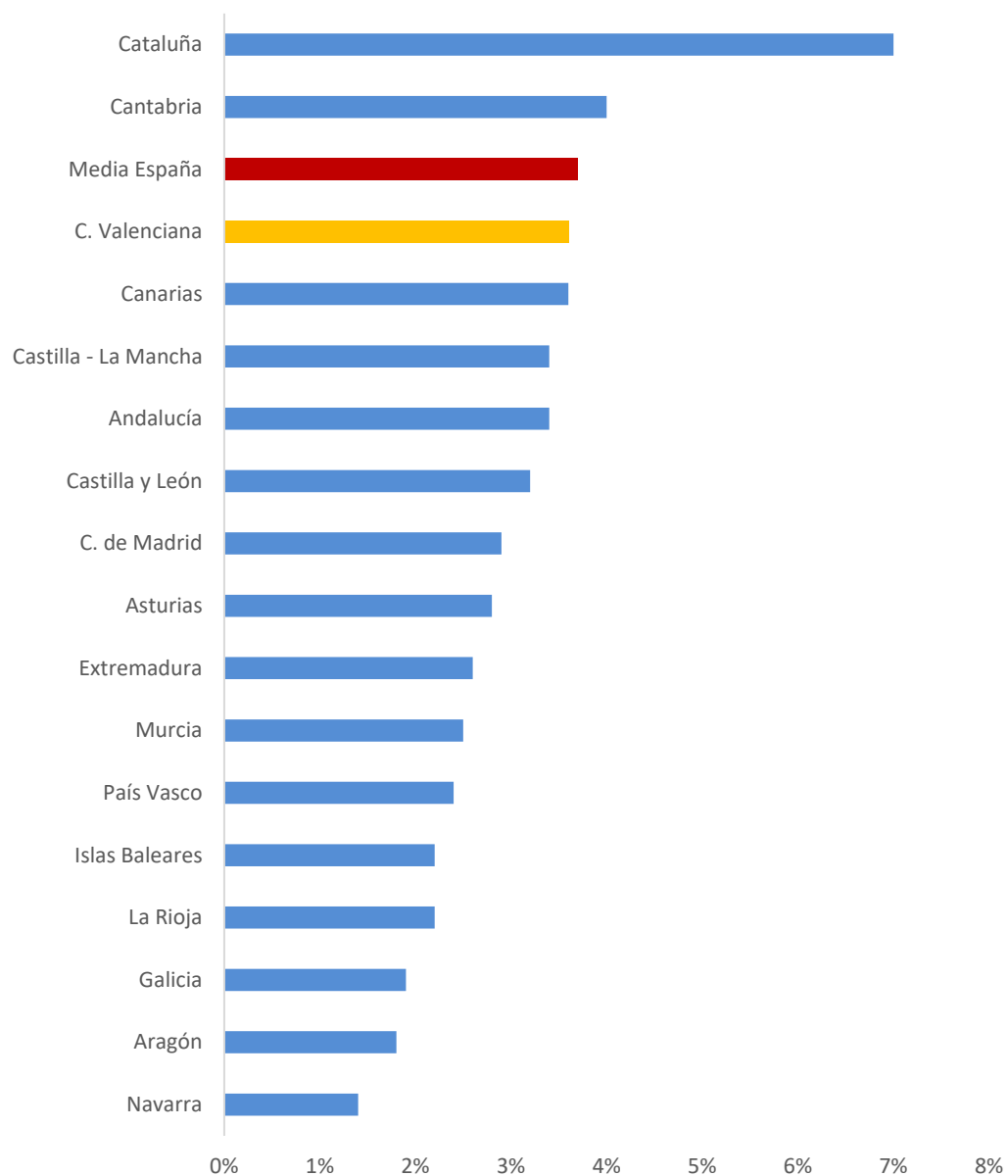


Figura 25. Posicionamiento de la tasa de cierres por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).



Capítulo 3

Perfil 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 2025, se encontraba involucrada en alguna de las fases del proceso.

Esta información nos permite desglosar algunos aspectos clave del perfil, 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 muestra la distribución por sexo en las distintas etapas del proceso emprendedor en 2025. Los datos reflejan diferencias según la fase analizada, aunque con una presencia femenina relativamente elevada en las etapas iniciales del proceso emprendedor.

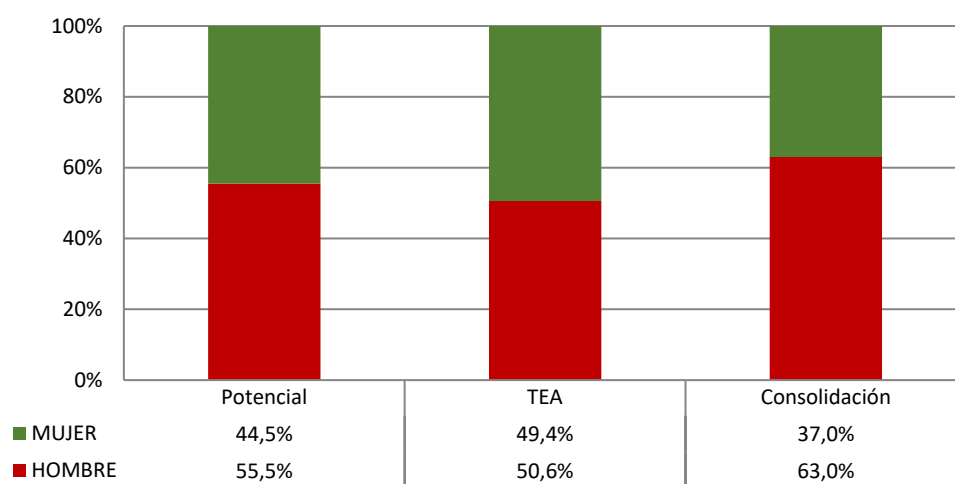
En la fase de emprendimiento potencial, vinculada a la intención de poner en marcha un negocio en los próximos tres años, se observa una distribución

prácticamente equilibrada, con una ligera mayoría masculina. En concreto, los hombres representan el 52,1% del colectivo potencial emprendedor, frente al 47,9% de mujeres. A diferencia de lo observado en 2024, cuando la intención emprendedora femenina superaba ligeramente a la masculina, en esta edición se aprecia un cierto reequilibrio entre ambos colectivos.

En la actividad emprendedora incipiente o TEA, el reparto continúa siendo muy similar. Así, el 50,6% de las personas involucradas en iniciativas recientes son hombres, mientras que el 49,4% son mujeres. La diferencia entre ambos colectivos resulta, por tanto, reducida, manteniéndose la tendencia de los últimos años hacia un estrechamiento progresivo de la brecha de género en las fases tempranas del emprendimiento.

Es en la etapa de consolidación donde las diferencias vuelven a ampliarse de forma más visible. Entre las iniciativas con más de 42 meses de actividad, la presencia masculina alcanza el 62,8%, mientras que las mujeres representan el 37,2% del total. Este comportamiento mantiene la pauta ya observada en años anteriores, donde las mujeres mostraban una presencia relativamente elevada en las etapas iniciales, pero encontraba mayores dificultades relativas en las fases de consolidación y permanencia empresarial.

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



La tabla 3 ofrece una perspectiva complementaria al mostrar las tasas de involucración en cada etapa del proceso emprendedor calculadas sobre el total de población masculina y femenina.

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

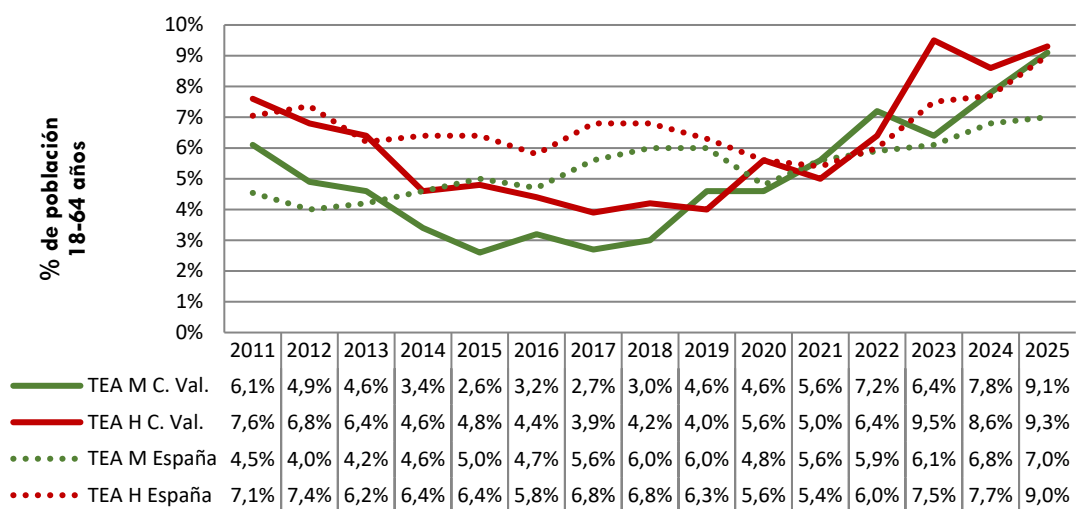
Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Hombres	16,9%	9,3%	10,1%
Mujeres	13,9%	9,1%	6,0%

En la fase de emprendimiento potencial, la tasa de involucración de los hombres se sitúa en el 16,9%, frente al 13,9% registrado entre las mujeres. La diferencia se reduce considerablemente en la actividad emprendedora reciente, donde las tasas TEA alcanzan el 9,3% para los hombres y el 9,1% para las mujeres, mostrando prácticamente una situación de equilibrio. Este dato resulta especialmente relevante si se compara con buena parte de la serie histórica, donde las diferencias entre ambos colectivos solían ser más pronunciadas.

Sin embargo, en la actividad consolidada las diferencias vuelven a intensificarse. Mientras que el 10,1% de los hombres participa en iniciativas consolidadas, entre las mujeres el porcentaje desciende hasta el 6%. Esta situación sugiere mayores dificultades relativas para la consolidación de las iniciativas empresariales lideradas por mujeres, una pauta recurrente en los informes GEM.

La figura 27, centrada específicamente en la evolución de la TEA por sexo, permite observar la evolución diferenciada de hombres y mujeres.

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 un cierto paralelismo general, a partir de 2014 los datos de la Comunidad Valenciana comenzaron a distanciarse progresivamente de los registros nacionales. No obstante, las diferencias entre hombres y mujeres tendieron a estrecharse en los años posteriores, hasta el punto de que entre 2019 y 2022 se registraron varios años en los que la TEA femenina llegó incluso a situarse por encima de la masculina en la Comunidad Valenciana.

La situación cambió parcialmente en 2023, cuando la actividad emprendedora masculina experimentó un fuerte impulso, mientras que la femenina registró un ligero retroceso tras varios años consecutivos de crecimiento. En 2024 se produjo una recuperación de la TEA femenina, reduciendo nuevamente la distancia entre ambos colectivos.

Los datos de 2025 consolidan prácticamente una situación de equilibrio entre hombres y mujeres en la actividad emprendedora reciente de la Comunidad Valenciana. La TEA masculina alcanza el 9,3%, mientras que la femenina se sitúa en el 9,1%, reduciéndose la diferencia a apenas dos décimas. Además, ambas tasas continúan situándose por encima de los registros medios correspondientes para el conjunto de España, lo que vuelve a reflejar un mayor dinamismo emprendedor relativo en la Comunidad Valenciana para ambos sexos.

En conjunto, los resultados muestran un acercamiento progresivo entre hombres y mujeres en las fases iniciales del proceso emprendedor. Sin embargo, las diferencias continúan siendo relevantes en las actividades consolidadas, lo que sugiere que persisten determinados condicionantes estructurales, laborales o de conciliación que pueden afectar en mayor medida a la continuidad y consolidación de las iniciativas lideradas por mujeres.

3.3. *Edad*

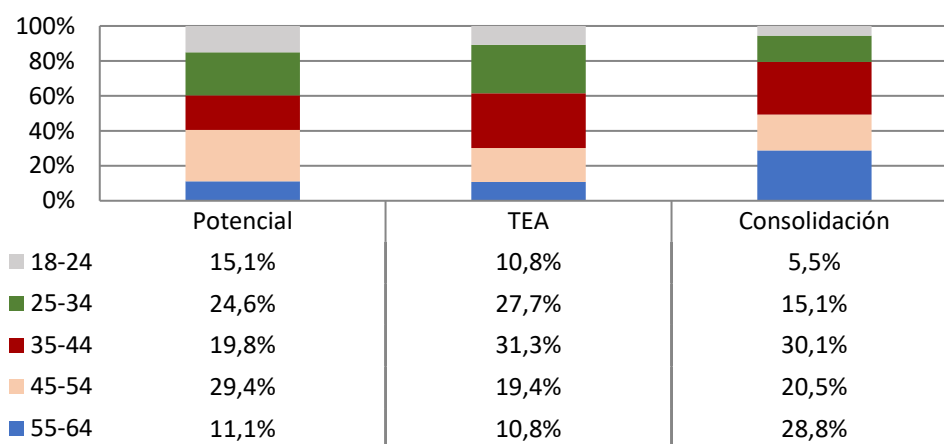
La distribución por edades de las personas involucradas en las distintas etapas del proceso emprendedor suele mostrar habitualmente correlación entre las edades promedio observadas y la etapa del proceso, de modo que dicha edad promedio tiende a incrementarse a medida que se avanza en la maduración de la iniciativa. En 2025, este hecho vuelve a observarse especialmente en el caso de la etapa de consolidación de actividades respecto a las anteriores, si bien las edades medias de las fases de emprendimiento potencial y actividad emprendedora reciente son muy similares entre sí.

La fase de emprendimiento potencial, habitualmente asociada a colectivos relativamente más jóvenes, registra en esta ocasión una edad media aproximada de 39,6 años. Este promedio resulta muy próximo a los 38,9 años recogidos entre las personas situadas en la etapa de actividad emprendedora reciente (TEA), mientras que la actividad consolidada alcanza una media significativamente superior, situada en torno a los 45,3 años.

Observando la composición por rangos de edad en las diferentes etapas del proceso emprendedor en 2025 (figura 28), se aprecia cómo el protagonismo de los distintos segmentos de edad se va desplazando conforme avanza el proceso emprendedor.

En la fase de intención emprendedora o emprendimiento potencial, el mayor peso relativo corresponde al grupo de 45 a 54 años, que representa el 29,4% de las personas que manifiestan intención de emprender. A continuación, se sitúan los grupos de 25 a 34 años (24,6%) y de 35 a 44 años (19,8%). Los segmentos de 18 a 24 años (15,1%) y de 55 a 64 años (11,1%) muestran una participación menor, aunque igualmente relevante dentro de esta etapa inicial.

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 de segmentos de edad se ajusta. En esta fase, el grupo de 35 a 44 años pasa a ser el más representado, concentrando un 31,3% de las personas involucradas en emprendimientos recientes. Le sigue el tramo de 25 a 34 años, con un 27,7%, consolidando ambos segmentos el núcleo principal

de la actividad emprendedora incipiente en la Comunidad Valenciana. Por detrás aparecen las personas de 45 a 54 años (19,4%), mientras que los grupos de 18 a 24 años y de 55 a 64 años presentan ambos un peso del 10,8%.

Finalmente, en la etapa de actividad consolidada, la experiencia y la madurez adquieren un protagonismo aún mayor. El grupo de 35 a 44 años mantiene el mayor peso relativo, representando el 30,1% de las iniciativas consolidadas. No obstante, resulta especialmente destacable la presencia del colectivo de 55 a 64 años, que alcanza un 28,8%, reflejando el peso creciente de perfiles con una trayectoria profesional más extensa dentro del emprendimiento consolidado. A continuación, se sitúan las personas de 45 a 54 años (20,5%), mientras que los grupos de 25 a 34 años (15,1%) y, especialmente, el de 18 a 24 años (5,5%) reducen notablemente su presencia en esta fase de estabilidad y permanencia empresarial.

Este análisis de la composición por edad ilustra cómo el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana se va asociando progresivamente con perfiles de mayor experiencia a medida que las iniciativas evolucionan desde la intención inicial hacia proyectos más consolidados y duraderos.

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 de edad de la población adulta existe una mayor propensión relativa a emprender.

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

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
55-64	7,7%	4,4%	10,3%
45-54	17,3%	6,8%	6,3%
35-44	14,5%	13,1%	11,1%
25-34	21,1%	14,6%	7,0%
18-24	19,2%	8,3%	3,7%

En la fase de emprendimiento potencial, los registros de 2025 vuelven a mostrar una mayor inclinación hacia el emprendimiento entre los grupos más jóvenes. Destaca especialmente el segmento de 25 a 34 años, con un 21,1% de su

población involucrada en esta etapa, seguido por el colectivo de 18 a 24 años, con un 19,2%. También resulta relevante la tasa observada entre las personas de 45 a 54 años, que alcanza el 17,3%, mientras que los grupos de 35 a 44 años y de 55 a 64 años registran tasas del 14,5% y del 7,7%, respectivamente.

Al examinar la etapa de actividad emprendedora temprana (TEA), que comprende iniciativas con hasta 42 meses de funcionamiento, se observa una cierta reconfiguración de la propensión emprendedora. El grupo de 25 a 34 años presenta la tasa más elevada, alcanzando un 14,6%, seguido muy de cerca por el colectivo de 35 a 44 años, con un 13,1%. Los grupos de 18 a 24 años y de 45 a 54 años registran tasas del 8,3% y del 6,8%, respectivamente, mientras que el segmento de 55 a 64 años presenta un 4,4%.

Finalmente, en la fase de actividad consolidada, que agrupa las iniciativas con más de 42 meses de operatividad, vuelve a apreciarse un desplazamiento hacia edades más maduras. El grupo de 35 a 44 años presenta la tasa más elevada, con un 11,1%, seguido muy de cerca por el colectivo de 55 a 64 años, que alcanza un 10,3%. A continuación, se sitúan las personas de 25 a 34 años (7%) y de 45 a 54 años (6,3%), mientras que el segmento de 18 a 24 años registra la menor tasa de involucración, con un 3,7%.

En conjunto, los datos de 2025 muestran que el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana presenta comportamientos diferenciados según la edad y la fase analizada. Las etapas vinculadas a la intención emprendedora y a la actividad reciente mantienen un peso importante de los grupos jóvenes y de edad intermedia, mientras que la consolidación empresarial continúa asociándose en mayor medida a perfiles de más experiencia y trayectoria profesional acumulada. Al mismo tiempo, la creciente presencia de colectivos de mayor edad, especialmente entre las iniciativas consolidadas, parece reflejar una progresiva ampliación del ciclo vital emprendedor, en un contexto donde factores como la experiencia previa, la estabilidad profesional o la acumulación de recursos adquieren un papel relevante en la continuidad de las iniciativas empresariales.

En este contexto, también conviene señalar que el alargamiento de la esperanza de vida y la mejora general de las condiciones de salud están ampliando progresivamente el ciclo vital durante el cual las personas pueden desarrollar iniciativas emprendedoras. Por ello, en la edición de 2025 se ha incorporado por primera vez a la encuesta población con edades comprendidas entre los 65 y los 70 años.

Los resultados indican que un 3,1% de las personas que manifiestan intencionalidad emprendedora pertenece a este rango de edad, así como un 3,5% de quienes desarrollan emprendimientos recientes (TEA) y un 10,9% de

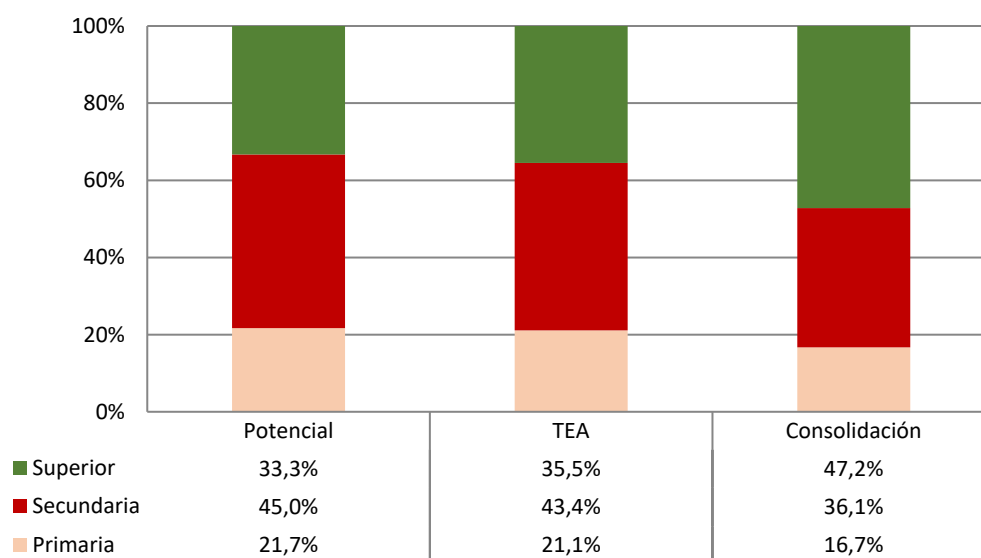
quienes se encuentran al frente de iniciativas consolidadas. Los datos son, en los tres casos, superiores a los recogidos para el conjunto de España (3%, 3% y 9%, respectivamente).

En futuras ediciones será posible valorar con mayor perspectiva la evolución de los principales indicadores del proceso emprendedor en un colectivo, el de las personas de mayor edad, cada vez más numeroso y con una presencia creciente dentro del ecosistema emprendedor.

3.4. Educación y formación

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

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



Al analizar la distribución del nivel educativo en las distintas fases del proceso emprendedor, se aprecia que la educación secundaria tiene un peso destacado en las etapas iniciales. En la fase de emprendimiento potencial, las personas con estudios secundarios representan el 45% del total, seguidas por quienes cuentan con estudios superiores, con un 33,3%, y por las personas con formación primaria, con un 21,7%.

En la actividad emprendedora reciente (TEA), la composición educativa mantiene una estructura similar. La educación secundaria continúa siendo el nivel más representado, con un 43,4% de las personas involucradas en iniciativas recientes. A continuación, se sitúan los estudios superiores, con un 35,5%, mientras que la formación primaria representa el 21,1%.

Finalmente, en la actividad consolidada se observa un cambio más claro hacia perfiles con mayor nivel educativo. En esta etapa, las personas con estudios superiores representan el 47,2% de las iniciativas consolidadas, frente al 36,1% correspondiente a estudios secundarios y al 16,7% asociado a formación primaria. Este patrón sugiere que, aunque el emprendimiento aparece presente en todos los niveles educativos, la consolidación empresarial mantiene una relación más intensa con los perfiles de mayor formación reglada.

La tabla 5 complementa este análisis al mostrar las tasas de involucración en cada etapa del proceso emprendedor según el nivel educativo. Esta perspectiva permite observar no solo la composición interna de cada fase, sino también la propensión relativa de cada colectivo formativo a participar en ellas.

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

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Superior	16,2%	9,7%	12,2%
Secundaria	16,0%	8,9%	7,0%
Primaria	12,8%	7,1%	5,3%

En la fase de emprendimiento potencial, las tasas de involucración son muy próximas entre quienes poseen estudios superiores y secundarios. Las personas con educación superior registran una tasa del 16,2%, prácticamente equivalente al 16% observado entre quienes cuentan con estudios secundarios. Por su parte, el colectivo con estudios primarios alcanza el 12,8%.

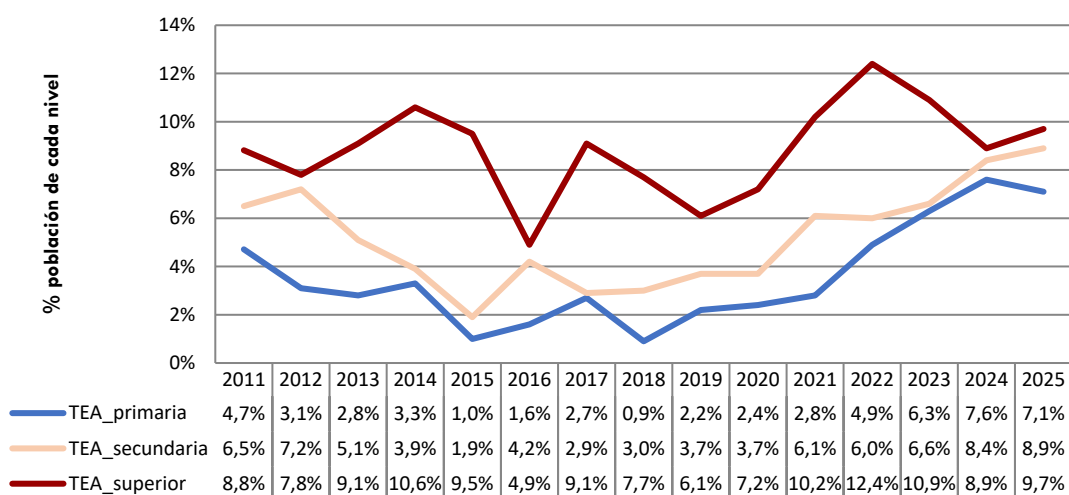
Al pasar a la actividad emprendedora temprana (TEA), se mantiene una cierta cercanía entre niveles formativos, aunque con una ligera ventaja para las personas con estudios superiores. En concreto, la TEA alcanza el 9,7% entre quienes poseen educación superior, frente al 8,9% de las personas con estudios secundarios y el 7,1% correspondiente al colectivo con formación primaria.

La etapa de actividad consolidada muestra diferencias más marcadas. Las personas con educación superior registran una tasa de involucración del 12,2%, claramente por encima del 7% observado entre quienes poseen estudios secundarios y del 5,3% correspondiente a formación primaria. Así, mientras que las fases iniciales del proceso emprendedor presentan una cierta convergencia entre niveles educativos, la consolidación empresarial continúa asociándose en mayor medida a perfiles con mayor formación reglada.

En conjunto, los datos de 2025 reflejan una presencia del emprendimiento relativamente transversal desde el punto de vista educativo, especialmente en las fases iniciales. Sin embargo, a medida que se avanza hacia la consolidación, el nivel formativo superior adquiere un peso diferencial, tanto en la composición de las iniciativas como en la tasa de involucración del colectivo.

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.

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



A lo largo de buena parte del período analizado, la mayor prevalencia de actividad emprendedora reciente se ha situado entre las personas con estudios superiores, mostrando además diferencias relativamente amplias respecto al resto de niveles educativos.

En los últimos años, se observa una progresiva convergencia entre niveles educativos. El crecimiento de la actividad emprendedora entre las personas con estudios primarios y secundarios ha reducido notablemente las diferencias históricas existentes. En 2025, la TEA del colectivo con educación superior se sitúa en el 9,7%, mientras que las personas con estudios secundarios alcanzan el 8,9% y quienes cuentan con formación primaria registran el 7,1%.

Aunque el nivel superior continúa presentando la tasa más elevada, la distancia respecto a los otros grupos es considerablemente menor que la observada en buena parte de la serie histórica. De hecho, desde 2020 la TEA ha pasado del 2,4% al 7,1% entre las personas con formación primaria, y del 3,7% al 8,9% entre quienes poseen estudios secundarios. Por su parte, el colectivo con educación superior mantiene valores elevados, aunque con una evolución más moderada tras los máximos alcanzados en 2021 y 2022.

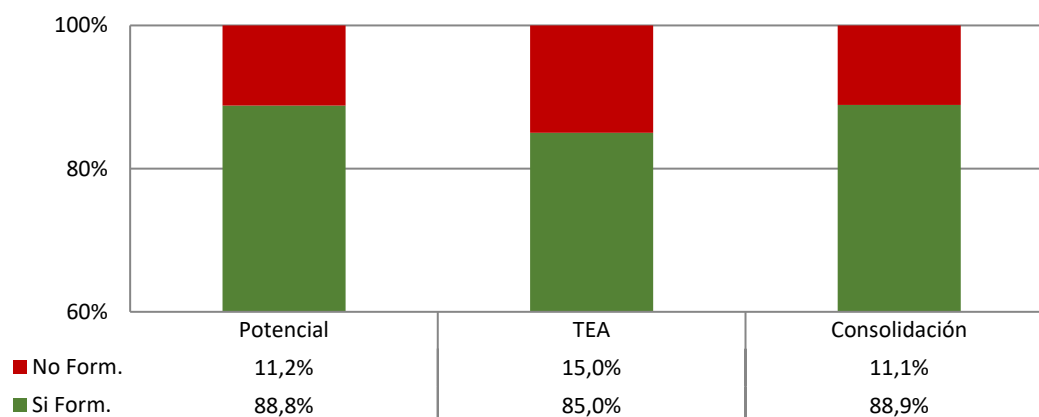
Esta progresiva aproximación entre tasas puede interpretarse como una ampliación del perfil educativo asociado al emprendimiento reciente. La extensión de herramientas digitales, recursos formativos accesibles, plataformas de venta y canales de comunicación de bajo coste ha reducido algunas barreras de entrada a la actividad empresarial. Esto no elimina las diferencias derivadas del nivel educativo, pero sí puede estar facilitando que personas con trayectorias formativas más diversas participen en iniciativas emprendedoras.

En conjunto, esta evolución sugiere una actividad emprendedora reciente más repartida entre distintos niveles formativos que en etapas anteriores de la serie. La formación superior mantiene una ventaja relativa, pero el emprendimiento reciente aparece cada vez menos circunscrito a un único perfil educativo.

Además de la educación reglada, GEM analiza también si las personas involucradas en las diferentes fases del proceso han recibido formación específica para emprender, entendida como aquella relacionada directamente con la creación, puesta en marcha y gestión de negocios (figura 31).

Los datos de 2025 muestran una presencia muy elevada de este tipo de formación en todas las etapas del proceso emprendedor. Entre las personas que manifiestan intención emprendedora, el 88,8% afirma haber recibido formación específica relacionada con el emprendimiento, frente a un 11,2% que declara no haberla recibido.

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



En el caso de la actividad emprendedora reciente (TEA), el porcentaje continúa siendo también muy elevado, alcanzando el 85%. Aunque este valor es algo inferior al registrado en las otras etapas del proceso, sigue reflejando una amplia presencia de preparación vinculada a la gestión y puesta en marcha de negocios entre quienes emprenden.

Por su parte, en la actividad consolidada el porcentaje vuelve a situarse en niveles muy altos, alcanzando el 88,9%. De este modo, la formación orientada al emprendimiento mantiene una presencia prácticamente generalizada entre las personas involucradas en actividades empresariales consolidadas.

Respecto a años anteriores, los datos de 2025 mantienen los niveles elevados de formación específica que ya venían observándose en las últimas ediciones del informe. Aunque los incrementos recientes son menos intensos que los registrados tras la pandemia, los porcentajes actuales siguen reforzando la idea de una cantera emprendedora con una preparación específica notablemente superior a la observada en etapas anteriores de la serie.

En este sentido, la elevada presencia de formación específica en todas las fases del proceso emprendedor parece alinearse con una percepción cada vez más extendida del emprendimiento como una actividad que requiere preparación técnica y conocimientos concretos de gestión. Emprender no depende solo de identificar una oportunidad, sino también de interpretar mercados, organizar recursos, tomar decisiones financieras, gestionar personas, comunicar una propuesta de valor y adaptarse a cambios tecnológicos o regulatorios.

En conjunto, los resultados sugieren que la formación -tanto reglada como específica- continúa desempeñando un papel relevante dentro del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana.

Al mismo tiempo, los datos muestran que la actividad emprendedora reciente se encuentra hoy más repartida entre perfiles educativos diversos que en etapas anteriores de la serie, lo que podría estar reflejando una ampliación progresiva de las vías de acceso al emprendimiento y una mayor heterogeneidad del tejido emprendedor regional.

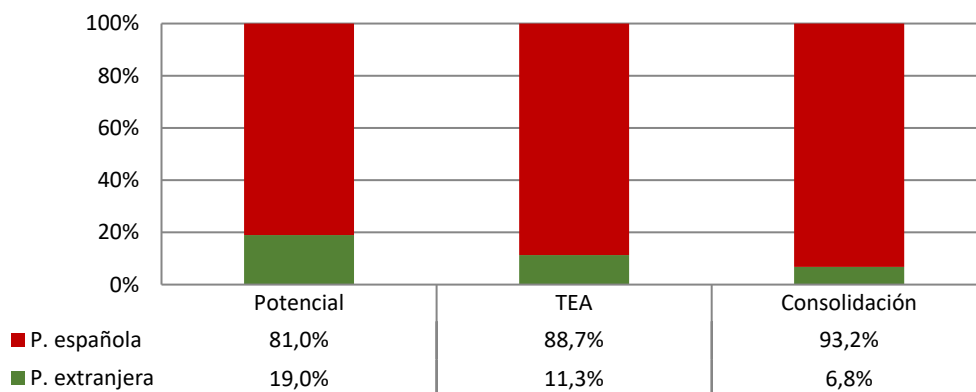
3.5. Migrantes

En esta edición, el informe GEM Comunidad Valenciana incorpora de nuevo el análisis de la presencia de personas residentes en la Comunidad Valenciana, nacidas en el extranjero o bien con al menos un progenitor nacido en el extranjero, y su relación con las diferentes etapas del proceso emprendedor.

Esta aproximación permite observar hasta qué punto este colectivo participa en la intención emprendedora, en la actividad emprendedora reciente y en la consolidación de iniciativas empresariales.

La figura 32 ofrece, en primer lugar, la distribución de este colectivo y de la población española en las distintas fases del proceso emprendedor.

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



Los datos muestran que la presencia de personas de origen migrante, o con al menos un progenitor nacido fuera de España, es relevante en las fases iniciales del proceso. En concreto, representan el 19% de las personas con intención emprendedora, frente al 81% de población de procedencia española. En la actividad emprendedora reciente (TEA), su peso se sitúa en el 11,3%, mientras que en la actividad consolidada desciende hasta el 6,8%.

Esta distribución sugiere que la participación de este colectivo es mayor en la fase de intención que en las etapas posteriores. Dicho de otro modo, su presencia relativa se reduce conforme el proceso avanza desde la intención hacia la consolidación. No obstante, conviene interpretar este resultado con prudencia. Esta situación podría estar relacionada tanto con posibles dificultades o barreras en la consolidación de los proyectos, como con un incremento relativamente reciente de la intención emprendedora dentro de este colectivo, de modo que una parte importante de las iniciativas todavía se encontraría en fases tempranas del proceso.

La tabla 6 permite completar esta lectura a partir de las tasas de involucración en cada etapa.

Tabla 6. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por procedencia.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Migrante	38,7%	11,4%	6,3%
Española	13,7%	8,7%	8,4%

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 de origen migrante residentes en la Comunidad Valenciana, y especialmente su mayor tasa de involucración en negocios incipientes con hasta 42 meses de operatividad.

Las diferencias son especialmente claras en el emprendimiento potencial. Entre las personas de origen migrante, o con al menos un progenitor nacido fuera de España, la tasa de intención emprendedora alcanza el 38,7%, frente al 13,7% registrado entre la población de origen español. También en la actividad emprendedora reciente se observa una tasa superior para este colectivo, con un 11,4% frente al 8,7% de la población española.

Sin embargo, la situación se invierte en la fase de consolidación. La tasa de actividad consolidada entre las personas de origen migrante o con ascendencia extranjera se sitúa en el 6,3%, mientras que entre la población española alcanza el 8,4%. Esta diferencia resulta relevante, ya que apunta a una mayor presencia relativa de este colectivo en las etapas de intención y arranque, pero no en la consolidación de las iniciativas.

Esta lectura encaja con algunas tendencias observadas en el conjunto de España y de la OCDE, donde la población migrante tiene un peso creciente dentro del trabajo autónomo y del emprendimiento, aunque suele enfrentarse también a mayores obstáculos administrativos, financieros, de redes o de acceso a recursos. La OCDE señalaba en 2024 que los emprendedores migrantes representaban ya el 17% del trabajo autónomo en el conjunto de países de la organización, frente al 11% en 2006. En España, distintas fuentes recientes apuntan igualmente a un aumento del trabajo autónomo migrante y a su creciente contribución al mercado laboral⁵.

En el caso de la Comunidad Valenciana, los datos GEM de 2025 parecen reflejar una elevada predisposición emprendedora entre este colectivo, especialmente en la etapa potencial.

No obstante, la menor tasa de consolidación aconseja una interpretación prudente: la voluntad de emprender no siempre se traduce en proyectos sostenidos en el tiempo. Por ello, resulta especialmente importante observar en próximas ediciones si esta mayor intencionalidad acaba trasladándose a mayores tasas de actividad reciente y, sobre todo, de consolidación empresarial.

En cualquier caso, los datos reflejan una elevada predisposición emprendedora entre las personas nacidas en el extranjero, o con ascendencia extranjera, especialmente en las fases iniciales del proceso.

La evolución futura de este colectivo dentro de las etapas de actividad reciente y consolidada permitirá valorar con mayor perspectiva el papel que puede desempeñar dentro de la dinámica emprendedora de la Comunidad Valenciana.

⁵https://www.oecd.org/en/publications/2024/11/international-migration-outlook-2024_c6f3e803/full-report/migrant-entrepreneurship-in-oecd-countries_72f44494.html

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 2025 de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.

PERFIL MEDIO	Emprendimiento potencial	Actividad TEA	Actividad consolidada
% Sexo masculino/femenino	55,5/44,5	50,6/49,4	63,0/37,0
% Origen migrante/español	19,0/81,0	11,3/88,7	6,8/93,2
Edad	39,6	38,9	45,3
Formación	Sup./Sec.	Superior	Superior
Formación emprendedora	88,8%	85,0%	88,9%

Capítulo 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 participan en ellas, el presente capítulo se dedica a caracterizar las iniciativas en fase emprendedora reciente -TEA-. Esta caracterización permite aproximarse a algunos rasgos básicos de los proyectos que se encuentran en sus primeras etapas de desarrollo, atendiendo a aspectos como el sector de actividad, la dimensión de la iniciativa, el número de personas socias, el empleo generado y sus necesidades de financiación.

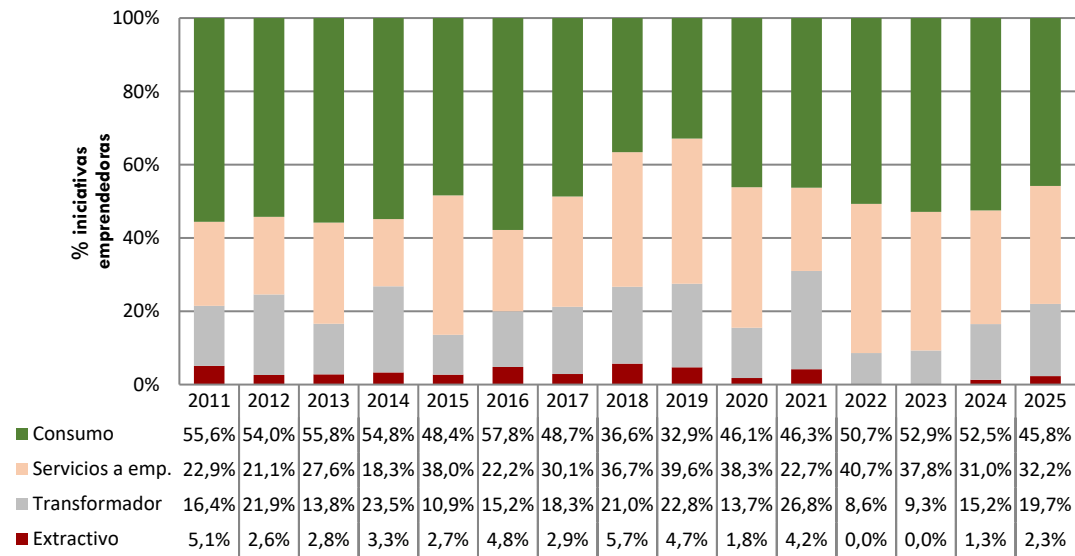
El análisis se completa, además, con información relativa a la orientación de las iniciativas en dimensiones especialmente relevantes para interpretar su potencial de desarrollo. En concreto, se consideran aspectos vinculados a la innovación, la orientación exportadora, la adopción de tecnologías digitales y la incorporación de criterios de sostenibilidad.

4.2. Sectores generales de actividad

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

A partir de esta clasificación, la figura 33 muestra la distribución de las actividades en fase emprendedora TEA en la Comunidad Valenciana, abarcando el período comprendido entre 2011 y 2025.

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



Como viene siendo habitual en los informes precedentes, los datos reflejan la marcada orientación terciaria de la actividad emprendedora valenciana. En 2025, las iniciativas vinculadas al sector servicios representan conjuntamente el 78% de los casos, resultado de sumar el 45,8% correspondiente a actividades orientadas al consumidor final y el 32,2% de servicios a empresas.

Respecto a 2024, se observa una reducción del peso de las actividades de consumo, que pasan del 52,5% al 45,8%, aunque continúan siendo el bloque más numeroso dentro de la TEA. Por su parte, los servicios a empresas registran un ligero incremento, desde el 31% hasta el 32,2%, manteniéndose como el segundo gran ámbito de actividad emprendedora reciente.

El sector transformador también aumenta su presencia, pasando del 15,2% en 2024 al 19,7% en 2025. Este incremento resulta relevante porque introduce un matiz respecto al predominio tradicional de las actividades de servicios. Por último, el sector extractivo, aunque sigue teniendo un peso reducido, alcanza el 2,3%, frente al 1,3% del año anterior.

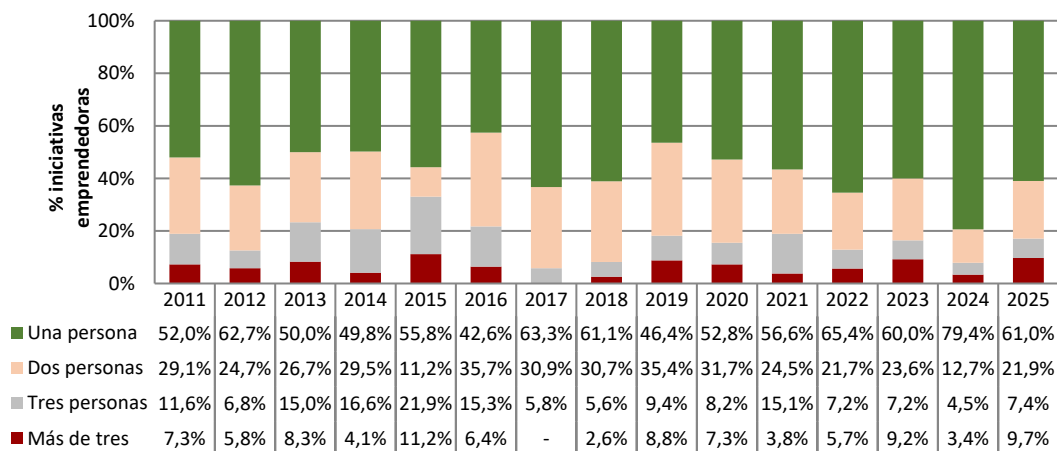
En conjunto, los datos de 2025 muestran una actividad emprendedora claramente orientada hacia los servicios, pero con una composición algo menos concentrada en el consumo final que en los dos ejercicios anteriores.

El incremento del peso del sector transformador y, en menor medida, de los servicios a empresas, apunta a una estructura sectorial algo más equilibrada, aunque condicionada por la terciarización propia de la economía valenciana.

4.3. Número de personas socias

Este apartado se centra en la dimensión de las iniciativas emprendedoras recientes -TEA- a partir de su estructura de propiedad y, en concreto, de la distribución del número de personas socias en dichas iniciativas.

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



En la Comunidad Valenciana, la mayoría de las iniciativas empresariales en fase emprendedora continúan desarrollándose en solitario, tal como muestra la figura 34, que recoge la distribución y evolución del número de personas propietarias en los últimos años.

En 2025, el 61% de las personas emprendedoras declara no compartir la propiedad. Se trata de un porcentaje claramente inferior al registrado en 2024, cuando las iniciativas unipersonales alcanzaron un máximo del 79,4%, pero todavía mantiene a esta categoría como forma predominante del emprendimiento reciente. De hecho, la propiedad individual ha sido mayoritaria a lo largo de prácticamente toda la serie, aunque con intensidades diferentes.

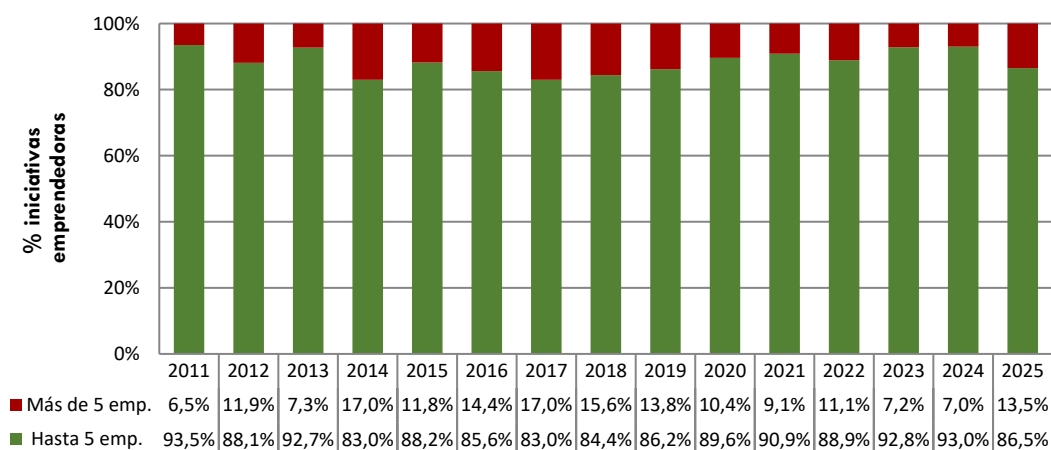
La reducción del peso de las iniciativas unipersonales en 2025 viene acompañada de un incremento relativo de fórmulas con varias personas socias. Las iniciativas con dos propietarios pasan del 12,7% en 2024 al 21,9% en 2025, mientras que las formadas por tres personas pasan del 4,5% al 7,4%. También crecen los proyectos con más de tres socios, que pasan del 3,4% al 9,7% actual.

Con todo, el emprendimiento individual continúa siendo predominante en la Comunidad Valenciana. Los datos de 2025 parecen reflejar una cierta normalización tras el registro especialmente elevado de iniciativas unipersonales de 2024. Será necesario observar la evolución a futuro para valorar si esta distribución se estabiliza o vuelve a experimentar variaciones significativas.

4.4. Dimensión y empleo

La dimensión empresarial de las iniciativas de negocio en fase emprendedora (TEA) y su evolución se recoge en la figura 35 a partir de los empleos generados.

Figura 35. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado.



En la Comunidad Valenciana, en 2025, las iniciativas con menos de 42 meses de operatividad y hasta un máximo de cinco empleos representan el 86,5% del total. Aunque este porcentaje continúa reflejando el claro predominio de los microemprendimientos en las fases iniciales de actividad, el dato supone una reducción respecto al 93% registrado en 2024 y al 92,8% de 2023.

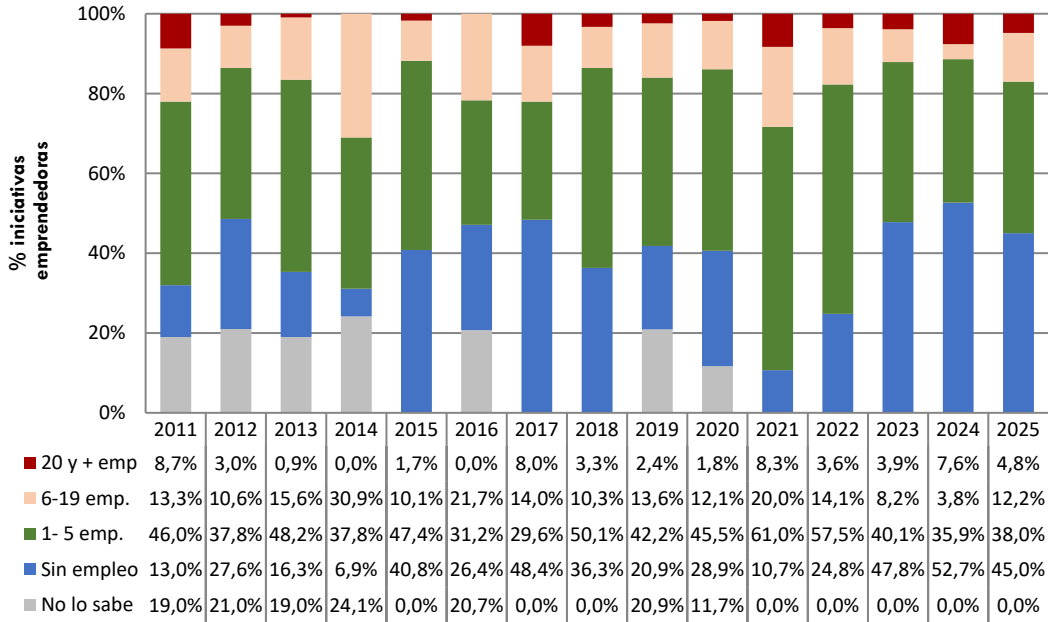
En paralelo, las iniciativas que superan los cinco empleos alcanzan el 13,5% en 2025, prácticamente duplicando el 7% registrado el año anterior. Este incremento resulta relevante, ya que rompe parcialmente la tendencia observada en los últimos ejercicios hacia estructuras empresariales muy reducidas y un fuerte peso del emprendimiento de pequeña dimensión.

Adicionalmente y aunque no se refleja directamente en la figura 35, los datos complementarios continúan mostrando una presencia elevada de iniciativas que no generan empleo más allá del de la propia persona promotora. No obstante, tras el fuerte incremento observado en los últimos años, los registros de 2025 parecen apuntar a una cierta moderación de esa dinámica, en línea con el aumento observado en iniciativas con estructuras algo más amplias.

En cualquier caso, la imagen general continúa siendo la de un ecosistema emprendedor compuesto mayoritariamente por proyectos de pequeña dimensión. Este patrón resulta coherente con el peso predominante del sector servicios dentro de la actividad TEA valenciana, especialmente en ámbitos vinculados a actividades profesionales, servicios personales, comercio o iniciativas intensivas en autoempleo.

La figura 36 complementa el análisis anterior ofreciendo información sobre las expectativas de creación de empleo asociadas a las iniciativas TEA. En concreto, presenta la distribución de respuestas según el número de puestos de trabajo que las personas emprendedoras prevén generar en un horizonte de cinco años.

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



Los datos correspondientes a 2025 muestran que el 45% de las personas emprendedoras no espera generar empleo adicional más allá de su propia ocupación. Aunque este grupo continúa siendo el más numeroso, el porcentaje desciende respecto al 52,7% registrado en 2024, rompiendo parcialmente la tendencia de fuerte incremento observada en los últimos años.

El segundo grupo más representado corresponde a quienes prevén crear entre uno y cinco empleos, que alcanzan el 38% del total en 2025, ligeramente por encima del 35,9% observado el año anterior.

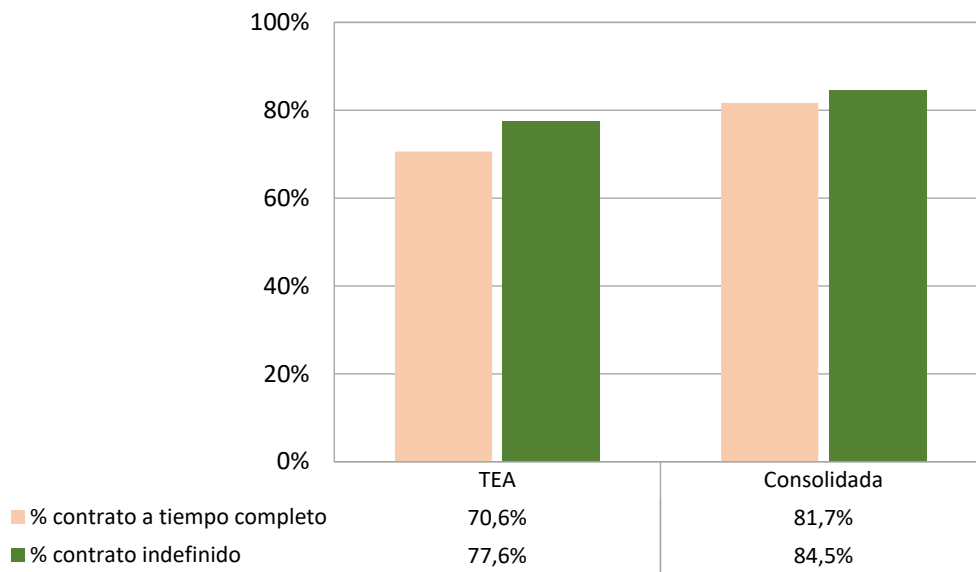
Por su parte, las expectativas de crecimiento intermedio muestran un incremento significativo. El porcentaje de iniciativas que prevé generar entre seis y diecinueve empleos pasa del 3,8% en 2024 al 12,2% en 2025, recuperando niveles más próximos a los observados en otros momentos de la serie histórica.

En el extremo superior, el porcentaje de proyectos que estima alcanzar o superar los veinte empleos se sitúa en el 4,8%, por debajo del 7,6% registrado en 2024, aunque todavía por encima de buena parte de los valores observados antes de 2021.

En conjunto, los datos de 2025 parecen dibujar unas expectativas de crecimiento menos polarizadas que las observadas el año anterior. Esta evolución podría estar reflejando una cierta normalización de las expectativas empresariales tras las oscilaciones registradas en los últimos años. En cualquier caso, el predominio de iniciativas de pequeña dimensión y de previsiones moderadas de contratación continúa siendo una de las características estructurales de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.

La figura 37 permite aproximarse no solo a la cantidad de empleo generado, sino también a algunas características relacionadas con su estabilidad y dedicación. En concreto, el análisis diferencia entre contratación a tiempo completo y contratación indefinida, tanto en las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) como en las empresas consolidadas.

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



En el caso de las iniciativas TEA, los datos de 2025 muestran una mejora significativa respecto al año anterior. El 70,6% de las nuevas contrataciones realizadas corresponde a empleos a tiempo completo, frente al 62,8% registrado en 2024. Más destacado aún resulta el incremento de la contratación indefinida, que pasa del 51,7% al 77,6%.

Aunque las iniciativas emprendedoras recientes continúan caracterizándose por estructuras empresariales reducidas y una elevada presencia de microemprendimientos, los datos de este año sugieren una mayor orientación hacia fórmulas de contratación más estables que las observadas en ejercicios previos. Esto podría estar relacionado, al menos parcialmente, con la recuperación de iniciativas con una dimensión algo mayor y con expectativas de empleo menos concentradas exclusivamente en el autoempleo.

Por su parte, las empresas consolidadas mantienen registros superiores en ambos indicadores, algo coherente con su mayor madurez organizativa y estabilidad operativa. En 2025, el 81,7% de las contrataciones realizadas por este tipo de empresas corresponde a empleo a tiempo completo, mientras que el 84,5% posee carácter indefinido. Ambos porcentajes mejoran también respecto a 2024.

En términos generales, la comparación entre iniciativas TEA y empresas consolidadas continúa mostrando diferencias en la calidad y estabilidad del empleo generado, aunque dichas diferencias parecen reducirse en 2025. Las empresas consolidadas siguen presentando estructuras laborales más estables, pero los datos de este año reflejan también una mejora significativa en las condiciones de contratación asociadas a iniciativas emprendedoras recientes.

En cualquier caso, el reducido tamaño medio de muchas iniciativas emprendedoras hace que pequeñas variaciones en el volumen de contratación puedan traducirse en cambios porcentuales relevantes de un año a otro.

En conjunto, los datos siguen reflejando diferencias en la estabilidad y dimensión de las estructuras laborales entre las iniciativas emprendedoras recientes y las empresas ya consolidadas. Aunque las actividades TEA muestran en 2025 una mejora significativa en los indicadores de contratación estable, las empresas consolidadas continúan presentando una mayor proporción de empleo a tiempo completo e indefinido. Todo ello resulta coherente con la propia evolución de los proyectos empresariales, donde la maduración de la actividad suele venir acompañada de estructuras organizativas y laborales más estables.

4.5. Financiación de las iniciativas

La financiación constituye un elemento clave en la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales, especialmente en sus primeras etapas. En el marco GEM, esta cuestión se analiza a partir de las personas que se encuentran en la fase denominada “naciente”, es decir, aquellas que están iniciando una actividad y todavía no han superado los tres meses de operatividad.

El análisis de sus necesidades de capital permite aproximarse, aunque sea de forma parcial, a la dimensión económica de los proyectos que se estaban gestando en la Comunidad Valenciana en el momento de realización de la encuesta, entre mayo y julio de 2025. También permite comparar estos requerimientos con los observados en ejercicios anteriores.

Una primera cuestión planteada a las personas emprendedoras nacientes es si la puesta en marcha y desarrollo de su negocio ha requerido inversión hasta la fecha. En 2025, el 56,7% afirma haber necesitado invertir dinero, lo que supone una leve disminución respecto al 57,2% registrado en 2024. Este descenso es muy moderado si se compara con el fuerte retroceso observado el año anterior, cuando el indicador cayó 17,4 puntos respecto a 2023. Por su parte, el 43,3% restante declara no haber requerido inversión inicial.

Para las iniciativas que reconocen haber necesitado inversión, la tabla 8 aproxima a las necesidades financieras estimadas, recogiendo los valores más representativos y su distribución por cuartiles a lo largo de los últimos años.

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

VALOR REPRESENT.	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Moda (Valor más frecuente)	6.000 € (7,4%)	10.000 € (25,0%)	10.000 € (16,6%)	15.000 € (11,0%)	20.000 € (16,7%)	5.000 € (15,5%)
Segundo valor más frecuente	20.000 € (7,2%)	20.000 € (12,7%)	2.000 € (10,7%)	3.000 € (11,0%)	3.000 € (12,1%)	1.500 € (10,2%)
NECESIDADES POR CUARTILES (% emprend. nacientes)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Del 1% al 25%	Hasta 3.000 €	Hasta 7.230 €	Hasta 3.450 €	Hasta 3.000 €	Hasta 3.000 €	Hasta 2.400 €
Del 26% al 50%	3.000 € - 6.000 €	7.230 € - 10.000 €	3.450 € - 10.000 €	3.000 € - 11.400 €	3.000 € - 14.000 €	2.400 € - 11.200 €
Del 51% al 75%	6.000 € - 24.000 €	10.000 € - 30.000 €	10.000 € - 61.712 €	11.400 € - 56.900 €	14.000 € - 46.500 €	11.200 € - 45.500 €
Del 76% al 100%	Más de 24.000 €	Más de 30.000 €	Más de 61.712 €	Más de 56.900 €	Más de 46.500 €	Más de 45.500 €

En 2025, la cantidad declarada con mayor frecuencia por las iniciativas nacientes se sitúa en 5.000 euros, por debajo de los valores modales registrados en los últimos años. No obstante, este valor fue señalado únicamente por el 15,5% de los casos, lo que muestra una elevada dispersión en las respuestas.

Precisamente esta dispersión aconseja leer los resultados con cierto cuidado. La financiación inicial es una variable especialmente sensible, tanto por la posible falta de respuesta como por la presencia de valores muy alejados entre sí. Además, la existencia de algunos proyectos con necesidades de capital muy elevadas puede distorsionar los valores medios, mientras que las modas, aunque útiles para identificar importes frecuentes, tampoco recogen por sí solas la diversidad real de situaciones.

Por ello, a partir de estos valores más frecuentes no parece adecuado concluir de forma directa que se haya producido una reducción generalizada de la dimensión financiera de las iniciativas nacientes. El dato de 2025 apunta a importes modales más bajos, pero la propia serie histórica muestra oscilaciones importantes de un año a otro. Más que una tendencia lineal, los resultados parecen reflejar la coexistencia de proyectos con necesidades iniciales muy distintas, desde iniciativas de baja inversión -frecuentes en actividades de servicios, autoempleo o modelos digitales ligeros- hasta proyectos que requieren mayor capital inicial.

En este sentido, la lectura financiera debe conectarse con otros rasgos observados en el capítulo: el peso de las actividades de servicios, la elevada presencia de iniciativas de pequeña dimensión y la importancia del emprendimiento individual o de equipos reducidos. Todo ello puede contribuir a explicar que una parte significativa de los proyectos nazca con requerimientos de capital relativamente contenidos, sin que ello impida la existencia de iniciativas con necesidades financieras mucho mayores.

La dificultad para extraer una interpretación clara se aprecia todavía mejor al observar la distribución por cuartiles de las necesidades de capital. Aunque el valor modal de 2025 se reduce hasta los 5.000 euros, muy por debajo de los 20.000 euros registrados en 2024, la lectura conjunta de la tabla muestra una realidad más matizada.

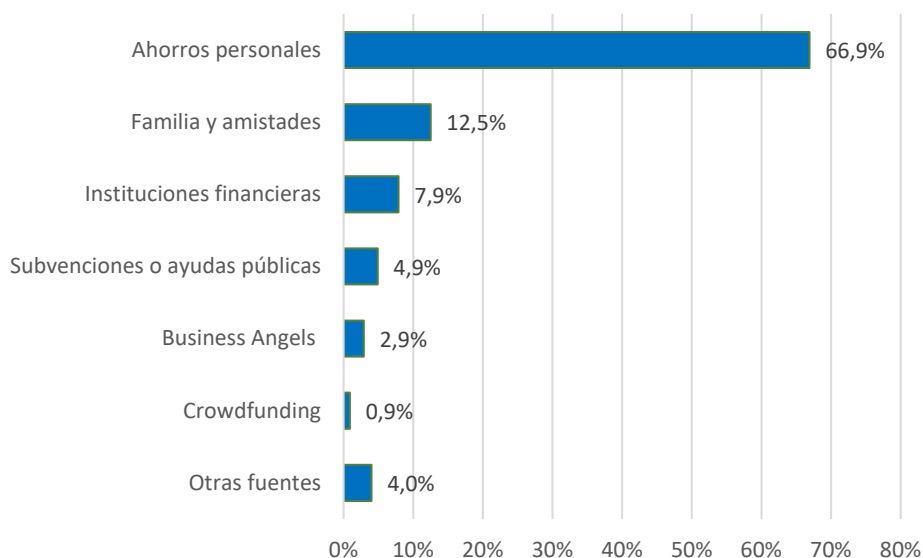
Así, el primer 25% de las iniciativas -aquellas con menores requerimientos financieros- declara necesidades de capital de hasta 2.400 euros, por debajo de los 3.000 euros registrados en 2024 y en 2023, y también de los 3.450 euros de 2022. El segundo cuartil, correspondiente al tramo comprendido entre el 26% y el 50% de las iniciativas, se sitúa entre 2.400 y 11.200 euros, un intervalo también inferior al observado en 2024, cuando alcanzaba hasta 14.000 euros.

Por su parte, los tramos correspondientes al tercer y cuarto cuartil mantienen importes relativamente próximos a los de 2024. El tercer cuartil se sitúa entre 11.200 y 45.500 euros, frente al intervalo de 14.000 a 46.500 euros del año anterior. El último tramo queda por encima de 45.500 euros, apenas por debajo del umbral de 46.500 euros registrado en 2024. Por tanto, la reducción parece concentrarse sobre todo en los importes bajos y medios, mientras que las iniciativas con mayores necesidades financieras mantienen niveles bastante similares a los del ejercicio anterior.

En conjunto, los datos de 2025 apuntan a una cierta moderación en las necesidades de financiación inicial de una parte de las iniciativas nacientes, especialmente en los tramos inferiores de inversión. Sin embargo, la elevada dispersión de respuestas y la presencia de proyectos con requerimientos muy distintos siguen aconsejando una lectura prudente de los datos. Más que una reducción homogénea de las necesidades financieras, los resultados parecen mostrar una combinación de proyectos de baja inversión inicial con otros que siguen requiriendo volúmenes de capital más elevados.

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

Figura 38. Fuente del capital semilla para el inicio de negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2025 (% de origen de los fondos)



En promedio, los ahorros personales constituyen la principal fuente de financiación de las iniciativas nacientes, cubriendo el 66,9% del capital inicial requerido. Aunque este porcentaje desciende respecto al 74,4% registrado en 2024, continúa situándose muy por encima del resto de fuentes de financiación disponibles.

El recurso a familiares y amistades representa la segunda fuente más relevante, aportando el 12,5% del capital semilla. Este porcentaje aumenta respecto al 7,6% registrado en 2024, reforzando el peso del entorno cercano como mecanismo complementario de financiación en las primeras fases de los proyectos.

Por su parte, las instituciones financieras aportan el 7,9% del capital inicial, reduciendo ligeramente su participación respecto a los dos ejercicios anteriores, en los que superaban el 10%. Otras fuentes, como las subvenciones y ayudas públicas (4,9%), los Business Angels (2,9%) o el crowdfunding (0,9%), mantienen una presencia reducida dentro de la estructura de financiación de las iniciativas nacientes.

En conjunto, los datos continúan reflejando una fuerte dependencia de recursos propios y de proximidad personal para la puesta en marcha de nuevos negocios. Esta situación resulta coherente con algunas de las características observadas previamente en el informe, como el predominio de iniciativas de pequeña dimensión, el elevado peso del emprendimiento individual o la presencia mayoritaria de actividades vinculadas al sector servicios. En muchos de estos casos, las necesidades financieras relativamente contenidas pueden facilitar modelos de financiación basados principalmente en ahorro personal o apoyo cercano.

Al mismo tiempo, la limitada participación de instrumentos financieros más estructurados sigue mostrando la escasa penetración relativa de vías de financiación externa alternativas a las tradicionales, en las fases iniciales del emprendimiento. Esta cuestión ha sido señalada recurrentemente tanto en informes GEM como en distintos estudios sobre financiación emprendedora, especialmente en proyectos de pequeña escala o con menores expectativas iniciales de crecimiento.

Adicionalmente, GEM analiza también la denominada financiación informal, entendida como las aportaciones económicas realizadas por particulares para apoyar la puesta en marcha de negocios de terceras personas, excluyendo aquellas efectuadas a cambio de participación empresarial.

Los datos de 2025, recogidos en la tabla 9, muestran que un 2,4% de la población adulta de la Comunidad Valenciana afirma estar financiando, o haber financiado recientemente, iniciativas empresariales de otras personas mediante aportaciones propias.

La aportación más habitual se sitúa en 10.000 euros, aunque nuevamente la dispersión de respuestas es elevada y los importes inferiores son frecuentes en una parte importante de los casos.

El perfil predominante de quienes realizan este tipo de inversión informal corresponde mayoritariamente al de hombres (80,3%), con una edad media de 44,8 años y en situación laboral activa en el 89,5% de los casos. En cuanto a la relación con la persona beneficiaria, predominan claramente los vínculos familiares (40,4%), seguidos de las relaciones laborales (20,4%) y de amistad (19,4%).

Tabla 9. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana 2025.

Descriptor	2025
% Población inversión informal	2,4%
Aportación más habitual	10.000 €
Relación con persona beneficiaria (%)	Familia 40,4% Trabajo 20,4%
Sexo (%)	Hombre 80,3%
Edad media (años)	44,8
Situación laboral	Trabaja 89,5%
Intención de emprender (%)	56,3%
Involucración en TEA (%)	10,5%
Emprendimiento consolidado	10,5%
Oportunidades a 6 meses (%)	44,4%
Red social emprendedora	78,9%
Posee habilidades emprendedoras	87,6%
Miedo a fracasar como barrera	10,5%
Facilidad para iniciar un negocio	44,4%

Más allá de las características sociodemográficas, resulta especialmente relevante la fuerte vinculación de este colectivo con el propio ecosistema emprendedor. Las personas que participan en financiación informal muestran niveles elevados de intención emprendedora (56,3%), así como una implicación significativa en actividades TEA y consolidadas. Además, presentan mayores niveles de percepción de oportunidades, red social emprendedora y autoconfianza en habilidades para emprender que la población general.

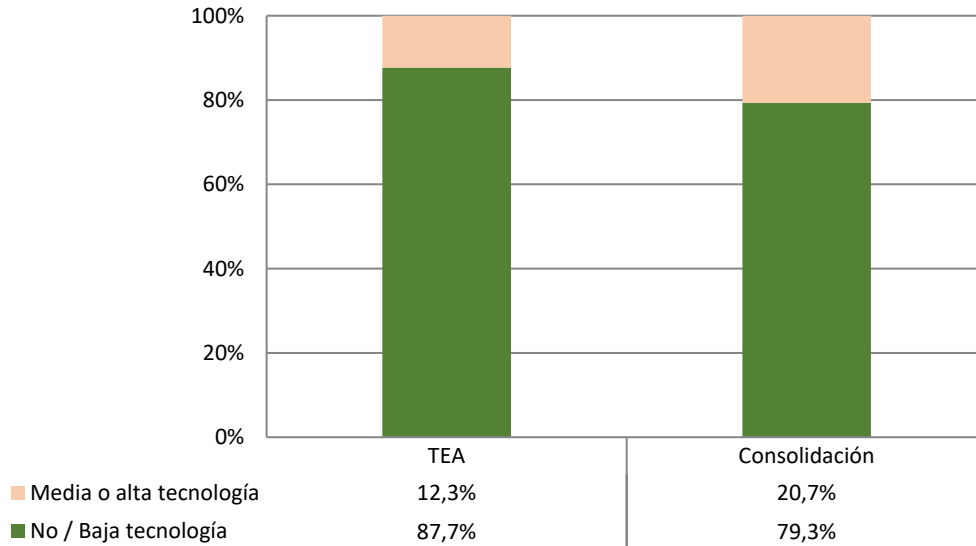
En concreto, el 78,9% afirma disponer de una red social emprendedora próxima, el 87,6% considera poseer habilidades para emprender y solo un 10,5% identifica el miedo al fracaso como una barrera relevante. Asimismo, el 44,4% percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses y considera relativamente fácil iniciar un negocio.

Todo ello parece reforzar la idea, ampliamente observada en la literatura sobre emprendimiento, de que la participación en actividades empresariales tiende a desarrollarse dentro de entornos relacionales donde experiencia, contactos, financiación informal y cultura emprendedora aparecen estrechamente conectados.

4.6. Orientación innovadora

Este apartado centra la atención en la orientación innovadora de las iniciativas analizadas. En primer lugar, GEM aproxima esta cuestión a través del nivel tecnológico del sector al que pertenece la actividad (figura 39), diferenciando entre sectores de baja o nula tecnología y sectores de media o alta tecnología.

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

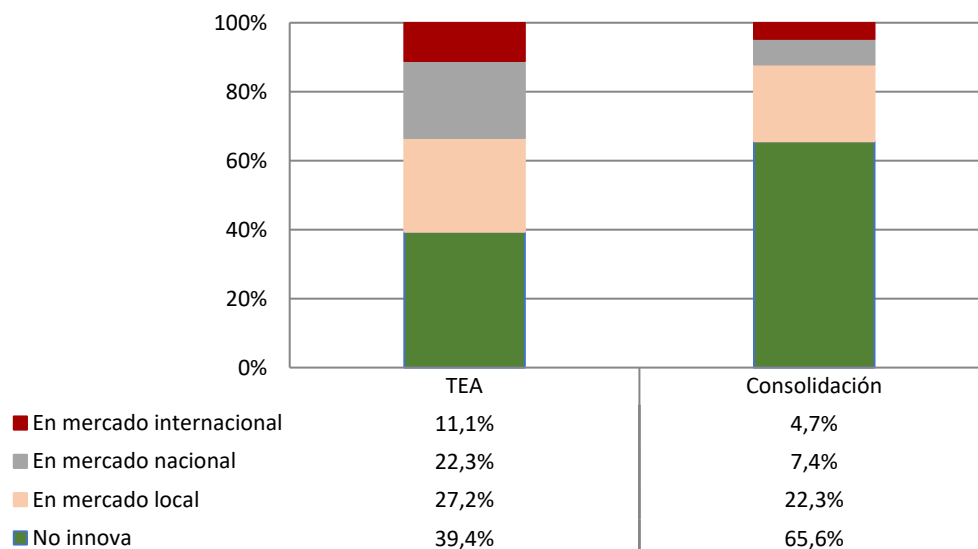


De acuerdo con los datos de 2025, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras recientes de la Comunidad Valenciana continúa desarrollándose en sectores de baja o nula tecnología. En concreto, el 87,7% de las actividades TEA se ubica en este tipo de sectores, mientras que el 12,3% declara competir en sectores de media o alta tecnología.

Entre las empresas consolidadas se mantiene también el predominio de los sectores de baja o nula tecnología, aunque con menor intensidad. En este caso, el 79,3% se sitúa en sectores de menor contenido tecnológico, mientras que el 20,7% corresponde a sectores de media o alta tecnología. Esta diferencia sugiere que, aunque el emprendimiento reciente sigue muy vinculado a actividades de bajo contenido tecnológico, entre las iniciativas consolidadas existe una presencia algo mayor de actividades ubicadas en sectores tecnológicamente más exigentes.

Más allá del nivel tecnológico del sector, GEM analiza también la innovación introducida en productos o servicios y en procesos o tecnologías empleadas durante el último año. Esta información se recoge en las figuras 40 y 41.

Figura 40. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2025 (% de iniciativas emprendedoras).



En relación con la innovación en productos o servicios, los datos de 2025 muestran un comportamiento claramente más activo entre las iniciativas emprendedoras recientes que entre las empresas consolidadas.

En el caso de las actividades TEA, el 60,6% declara haber introducido algún tipo de innovación en producto o servicio, frente al 39,4% que no lo ha hecho. La mayor parte de estas innovaciones se orienta al mercado local (27,2%), aunque también resulta relevante el peso de las innovaciones dirigidas al mercado nacional (22,3%) y, en menor medida, al internacional (11,1%).

En cambio, entre las empresas consolidadas, el porcentaje de iniciativas que no declara innovación en producto o servicio asciende al 65,6%. Las innovaciones introducidas se concentran principalmente en el mercado local (22,3%), mientras que la orientación nacional (7,4%) e internacional (4,7%) presenta un peso más reducido.

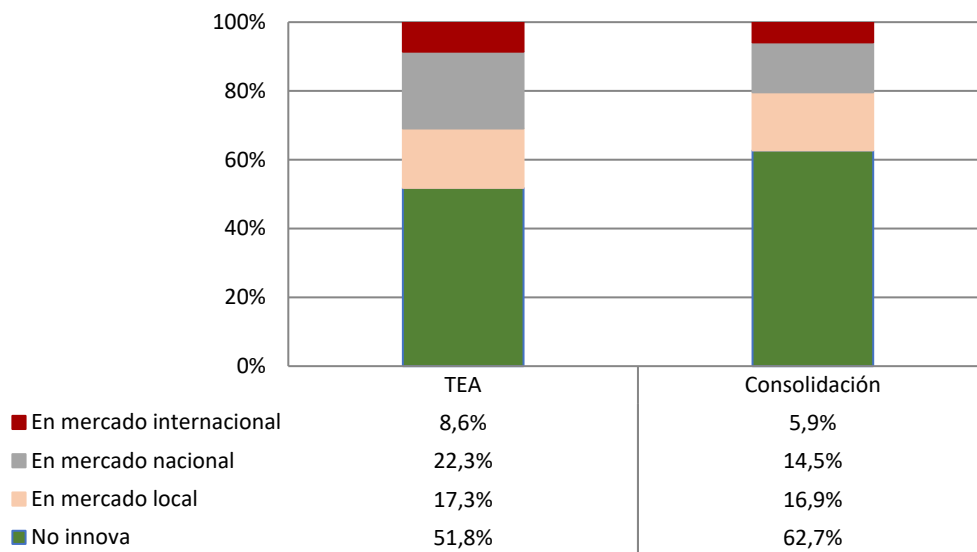
Este contraste entre iniciativas TEA y consolidadas resulta coherente con la propia naturaleza de cada fase. Las actividades más recientes suelen encontrarse todavía en procesos de ajuste, validación o búsqueda de encaje en el mercado, lo que puede favorecer una mayor introducción de novedades en productos o servicios. Las empresas consolidadas, por su parte, suelen operar sobre modelos más estabilizados, con carteras de productos, clientes y procesos más asentados, lo que puede reducir la intensidad de los cambios.

En segundo lugar, la figura 41 recoge la innovación en procesos o tecnologías empleadas.

En este caso, la intensidad innovadora es más moderada que en producto o servicio, aunque vuelve a observarse una mayor actividad entre las iniciativas TEA. El 48,2% de las actividades emprendedoras recientes declara haber introducido innovaciones en procesos o tecnologías. Las innovaciones se distribuyen principalmente entre el mercado nacional (22,3%) y el local (17,3%), quedando el mercado internacional en un 8,6%.

Entre las empresas consolidadas, únicamente el 37,3% declara haber innovado en procesos o tecnologías. En este grupo, las innovaciones se orientan al mercado local en un 16,9%, al nacional en un 14,5% y al internacional en un 5,9%.

Figura 41. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2025 (% de iniciativas emprendedoras).



En conjunto, los datos muestran una diferencia relevante entre el nivel tecnológico del sector y la innovación efectivamente introducida por las empresas. Aunque la mayoría de iniciativas se ubica en sectores de baja o nula tecnología, una parte significativa declara haber innovado en productos, servicios, procesos o tecnologías. Esto resulta importante porque la innovación no depende únicamente de operar en sectores tecnológicamente avanzados. También puede producirse en actividades tradicionales, mediante cambios en la propuesta de valor, en la

forma de prestar el servicio, en la relación con clientes, en los canales de comercialización o en la organización interna.

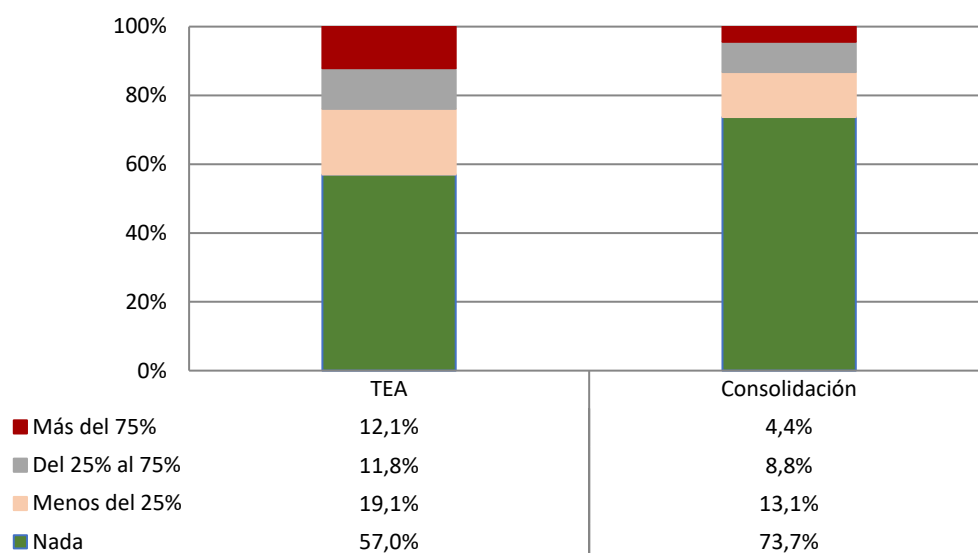
La lectura conjunta de las figuras apunta, por tanto, a un emprendimiento mayoritariamente situado en sectores de baja intensidad tecnológica, pero no necesariamente ajeno a dinámicas de innovación.

Las iniciativas TEA muestran una mayor orientación innovadora que las consolidadas, especialmente en producto o servicio, mientras que la innovación en procesos y tecnologías aparece más contenida. Este patrón encaja con un tejido emprendedor donde muchas iniciativas recientes necesitan diferenciarse y ajustar su oferta en las primeras etapas, aunque no siempre lo hagan desde sectores intensivos en tecnología.

4.7. Orientación exportadora

En GEM se evalúa la orientación o vocación exportadora de las iniciativas emprendedoras a partir de la proporción de ingresos procedente de ventas internacionales. Esta información se recoge en la figura 42, diferenciando entre iniciativas emprendedoras recientes -TEA- y empresas consolidadas.

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



Los datos de 2025 muestran que el 43% de las iniciativas TEA de la Comunidad Valenciana obtiene ingresos procedentes de ventas internacionales, aunque con intensidades diferentes. En concreto, el 19,1% obtiene menos del 25% de su facturación en mercados exteriores, el 11,8% se sitúa entre el 25% y el 75%, y un 12,1% declara que más del 75% de sus ventas procede del ámbito internacional.

Respecto a 2024, se observa una mejoría clara en la orientación exterior de las iniciativas recientes. El porcentaje de TEA que exporta aumenta desde el 27,5% hasta el 43%. Especialmente relevante resulta el incremento del grupo con mayor intensidad exportadora, que pasa del 8,5% en 2024 al 12,1% en 2025.

En el caso de las empresas consolidadas, la orientación exportadora resulta más limitada en esta edición. Únicamente el 26,3% realiza ventas internacionales. Dentro de este grupo, el 13,1% obtiene menos del 25% de sus ingresos en mercados exteriores, el 8,8% se sitúa entre el 25% y el 75%, y el 4,4% supera el 75% de ventas internacionales.

La comparación entre TEA y consolidadas muestra, por tanto, una mayor orientación internacional entre las iniciativas emprendedoras recientes. Este resultado contrasta con lo observado en 2024, cuando las empresas consolidadas mostraban una mayor proporción de iniciativas exportadoras que las TEA.

Esta evolución puede estar relacionada con varios elementos ya observados en el capítulo. Por un lado, el peso de actividades innovadoras en producto o servicio entre las TEA podría favorecer una mayor búsqueda de mercados más amplios desde el inicio de la actividad. Por otro, la digitalización de canales comerciales, la prestación de servicios a distancia y la existencia de modelos de negocio menos dependientes de la proximidad física pueden facilitar cierta apertura internacional, incluso en iniciativas jóvenes y de pequeño tamaño.

Aun así, la orientación exportadora sigue siendo limitada para una parte importante del tejido emprendedor valenciano, especialmente entre las empresas consolidadas. La mayor parte de las iniciativas continúa desarrollando su actividad en mercados nacionales o locales, lo que resulta coherente con la estructura sectorial observada, muy vinculada a servicios, consumo y actividades de menor intensidad tecnológica.

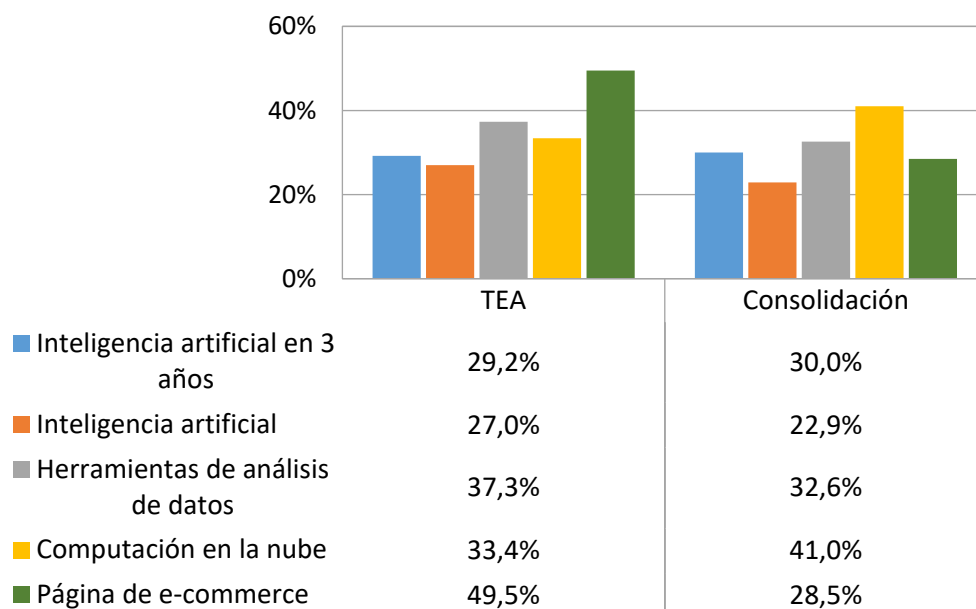
4.8. Inteligencia artificial y digitalización

En la edición anterior del informe GEM se actualizaron los contenidos relacionados con la digitalización, incorporando cuestiones sobre la adopción de tecnologías digitales y sobre la percepción de la inteligencia artificial aplicada a los negocios. En esta edición se mantiene esa línea de análisis, diferenciando entre iniciativas emprendedoras recientes -TEA- y empresas consolidadas, lo que permite observar cómo varía la valoración estratégica, comercial y operativa de estas herramientas según la fase de desarrollo de la actividad.

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

La progresiva consolidación de las tecnologías digitales continúa transformando la manera en que las iniciativas emprendedoras diseñan su estrategia y configuran sus modelos de negocio. En este contexto, la figura 43 permite observar la importancia atribuida a distintos recursos digitales por parte de las iniciativas en fase temprana (TEA) y de las empresas consolidadas de la Comunidad Valenciana.

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



En el caso de las iniciativas TEA, la web de e-commerce continúa siendo el recurso más relevante, señalado por el 49,5% de las personas emprendedoras. También destacan las herramientas de análisis de datos (37,3%) y la computación en la nube (33,4%), reflejando la importancia creciente de la gestión de la información y de las infraestructuras digitales flexibles desde las fases iniciales del negocio.

La inteligencia artificial mantiene igualmente una presencia relevante. Un 27% de las iniciativas recientes considera ya importante esta tecnología en el momento actual, mientras que el 29,2% entiende que su relevancia será más significativa a tres años vista. La cercanía entre ambos porcentajes sugiere que, para una parte de estas iniciativas, la IA no se percibe únicamente como una posibilidad futura, sino como un recurso que empieza a formar parte del horizonte estratégico presente.

En las empresas consolidadas, la valoración de los recursos digitales presenta algunos matices diferentes. La computación en la nube alcanza el porcentaje más elevado, con un 41%, por encima de las herramientas de análisis de datos (32,6%) y de la página de comercio electrónico (28,5%). Por su parte, la inteligencia artificial es considerada relevante actualmente por el 22,9% de las empresas consolidadas, pero su importancia esperada a tres años asciende hasta el 30%.

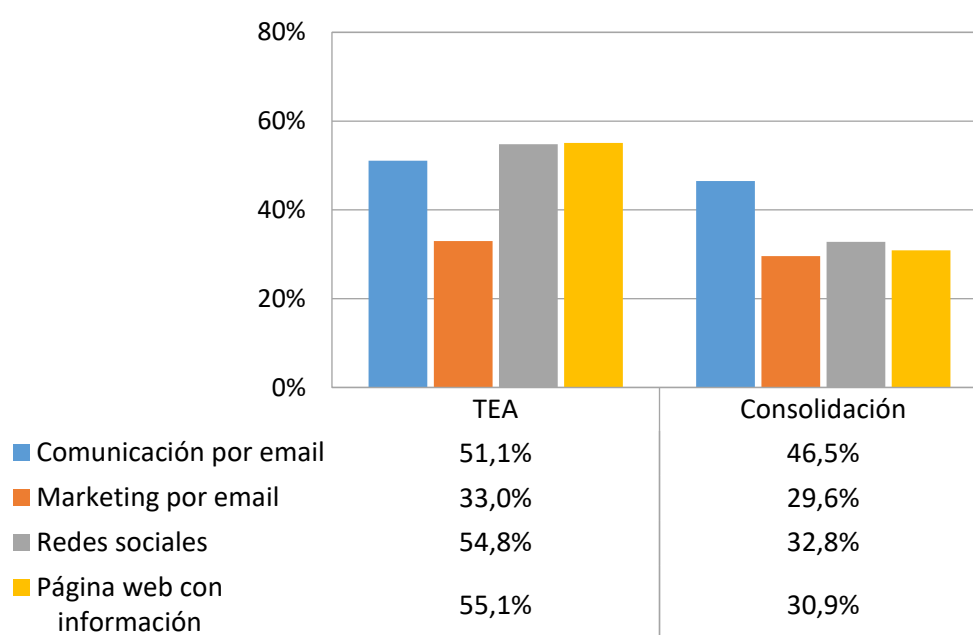
Esta diferencia entre iniciativas recientes y consolidadas apunta a una digitalización con prioridades distintas según la fase empresarial. Las iniciativas TEA parecen apoyarse con mayor intensidad en herramientas orientadas a la comercialización y al acceso al mercado, como el comercio electrónico. En cambio, las empresas consolidadas otorgan mayor peso relativo a recursos asociados a infraestructura, gestión y soporte operativo, como la nube. La inteligencia artificial, por su parte, se sitúa como un ámbito de creciente interés en ambos grupos, aunque todavía por detrás de herramientas digitales más asentadas en la práctica empresarial cotidiana.

Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales

Al igual que en el caso de su orientación estratégica, los recursos digitales vinculados a las operaciones comerciales presentan un papel relevante en las iniciativas emprendedoras de la Comunidad Valenciana. La figura 44 ilustra la importancia otorgada a diferentes herramientas de comunicación, presencia digital y relación con el mercado, diferenciando entre iniciativas en fase TEA y empresas consolidadas.

Para las personas emprendedoras en fase TEA, la página web con información se sitúa como el recurso más valorado, con un 55,1%, funcionando en muchos casos como escaparate básico de la iniciativa y punto de referencia para clientes potenciales. Muy cerca aparecen las redes sociales, con un 54,8%, y la comunicación por email, con un 51,1%, lo que muestra una combinación de herramientas orientadas tanto a la visibilidad como a la relación directa con el cliente. El marketing por email, aunque con menor peso, alcanza también un 33%.

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



En el caso de las iniciativas consolidadas, la comunicación por email aparece como el recurso más importante, con un 46,5%. Las redes sociales se sitúan en el 32,8%, la página web con información en el 30,9% y el marketing por email en el 29,6%. Esta distribución parece apuntar a un uso más asentado de los recursos digitales, donde la comunicación directa mantiene un papel central, mientras que las herramientas de visibilidad pública tienen un peso algo menor que entre las iniciativas más recientes.

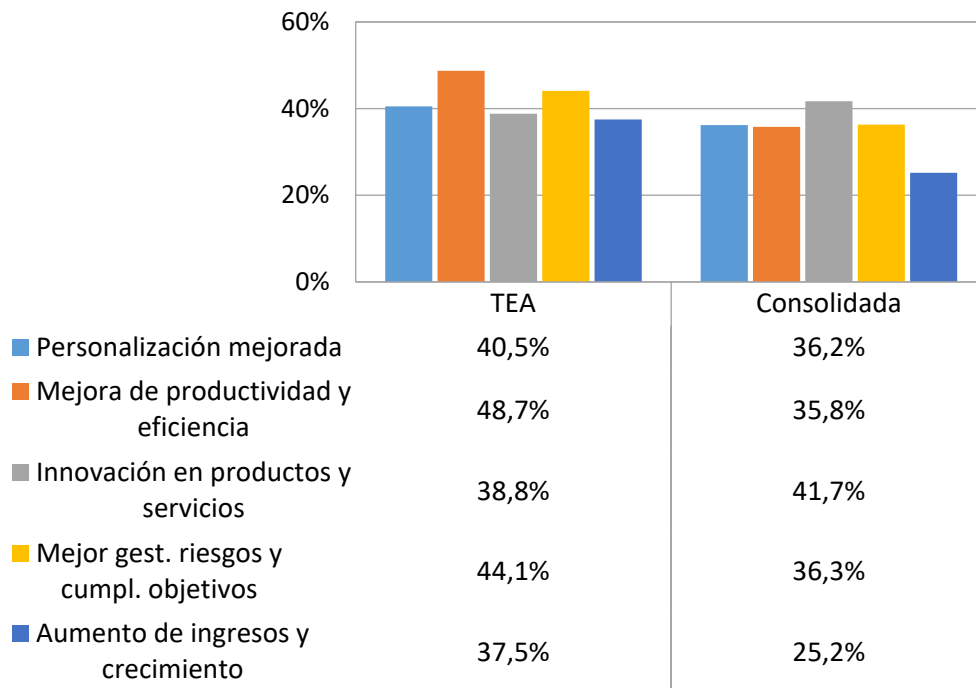
En síntesis, tanto las iniciativas TEA como las consolidadas reconocen la relevancia de los recursos digitales en sus operaciones comerciales, aunque con prioridades distintas. Las primeras otorgan mayor importancia a los canales que ayudan a

construir presencia, captar atención y ganar visibilidad en el mercado; las segundas parecen apoyarse en mayor medida en herramientas de comunicación continuada con clientes, proveedores y contactos comerciales.

Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa

La figura 45 recoge la valoración de los posibles impactos positivos derivados de implementar inteligencia artificial en una empresa. Los resultados muestran que la IA es percibida como una herramienta con capacidad para incidir en distintos ámbitos del negocio, aunque la intensidad de esa valoración varía entre las iniciativas en fase TEA y las empresas consolidadas.

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



Para las personas emprendedoras en fase TEA, el impacto positivo más destacado es la mejora de la productividad y la eficiencia de los procesos de negocio, señalado por un 48,7%.

También reciben una valoración elevada la mejora en la gestión de riesgos y el cumplimiento de objetivos (44,1%), la personalización de productos, servicios o

procesos (40,5%), la innovación en productos y servicios (38,8%) y el aumento de ingresos y crecimiento (37,5%). Todo ello sugiere una percepción relativamente amplia de la IA como herramienta de apoyo operativo y estratégico.

En el caso de las iniciativas consolidadas, la valoración de los impactos positivos es algo más moderada, aunque no homogénea. La innovación en productos y servicios aparece como el impacto más señalado, con un 41,7%, por encima de la gestión de riesgos y cumplimiento de objetivos (36,3%), la personalización mejorada (36,2%) y la mejora de productividad y eficiencia (35,8%). El aumento de ingresos y crecimiento se sitúa en el 25,2%.

Esta comparativa permite matizar la lectura de la inteligencia artificial como tecnología orientada únicamente a la automatización. Entre las iniciativas TEA, la mejora de la eficiencia parece tener un peso central, probablemente por su utilidad en estructuras pequeñas y con recursos limitados. En las empresas consolidadas, en cambio, destaca relativamente más su posible contribución a la innovación en productos y servicios, lo que encaja con organizaciones que ya cuentan con una actividad más establecida y pueden ver en la IA una vía para renovar, adaptar o diferenciar su oferta.

En conjunto, los resultados sugieren que la percepción de utilidad de la inteligencia artificial comienza a ajustarse también a las necesidades y prioridades propias de cada etapa empresarial.

Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa

La implementación de inteligencia artificial, aunque asociada a múltiples beneficios potenciales, también genera inquietudes entre las personas emprendedoras. La rapidez de su desarrollo, la incertidumbre sobre sus usos empresariales y los debates en torno a privacidad, ética, costes o aceptación por parte de clientes y empleados hacen que su adopción no pueda interpretarse únicamente en clave de oportunidad.

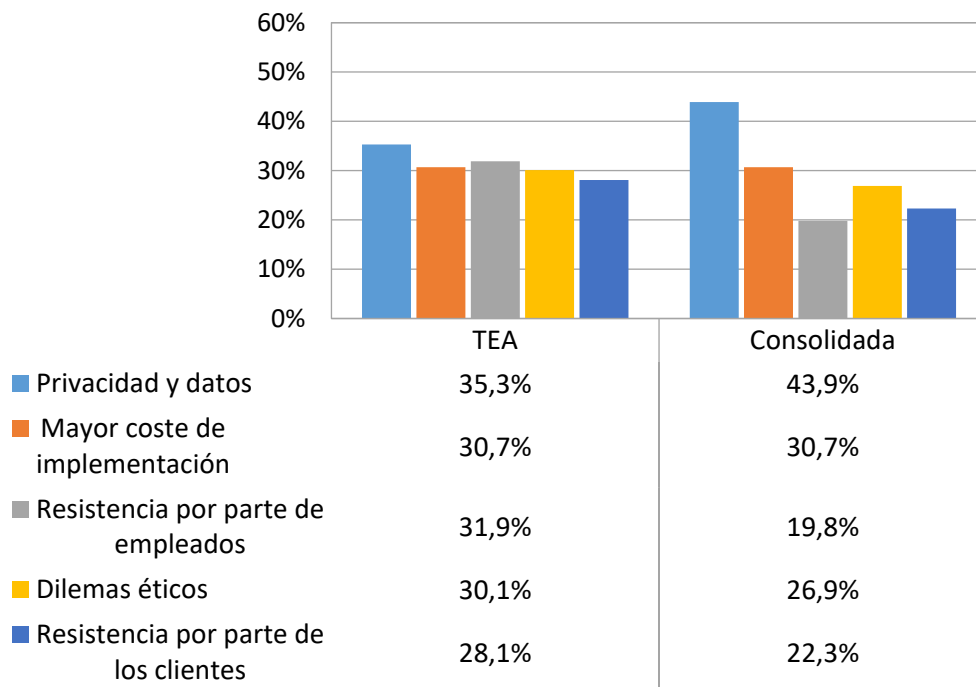
La figura 46 recoge la percepción de estos posibles impactos negativos, diferenciando entre iniciativas en fase TEA y empresas consolidadas.

Entre las iniciativas TEA, las preocupaciones aparecen repartidas entre distintos ámbitos. La privacidad y la gestión de datos constituyen el principal impacto negativo percibido, con un 35,3%. Le siguen la posible resistencia por parte de empleados (31,9%), el mayor coste de implementación (30,7%), los dilemas éticos (30,1%) y la resistencia por parte de los clientes (28,1%). Esta distribución

muestra que no existe una única preocupación dominante, sino una percepción relativamente amplia de los posibles riesgos asociados a la adopción de IA.

En el caso de las empresas consolidadas, la preocupación se concentra de forma más clara en la privacidad y los datos, con un 43,9%. A continuación, se sitúa el mayor coste de implementación, con un 30,7%, seguido de los dilemas éticos (26,9%), la resistencia de clientes (22,3%) y la resistencia de empleados (19,8%).

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



En síntesis, la privacidad y el manejo de datos aparecen como el principal foco de preocupación en torno a la IA, especialmente entre las empresas consolidadas. En cambio, entre las iniciativas TEA, los riesgos se distribuyen de forma más equilibrada entre privacidad, costes, resistencia interna, dilemas éticos y aceptación del mercado.

Esta diferencia puede responder a la distinta posición de ambos colectivos: las empresas consolidadas suelen contar con procesos, clientes y datos más

asentados, mientras que las iniciativas recientes todavía se encuentran en una fase de definición y ajuste de sus modelos de negocio. Todo ello refleja que la percepción de riesgos asociados a la inteligencia artificial continúa siendo relevante en el ecosistema emprendedor valenciano, aunque con matices distintos según la fase de desarrollo de la actividad.

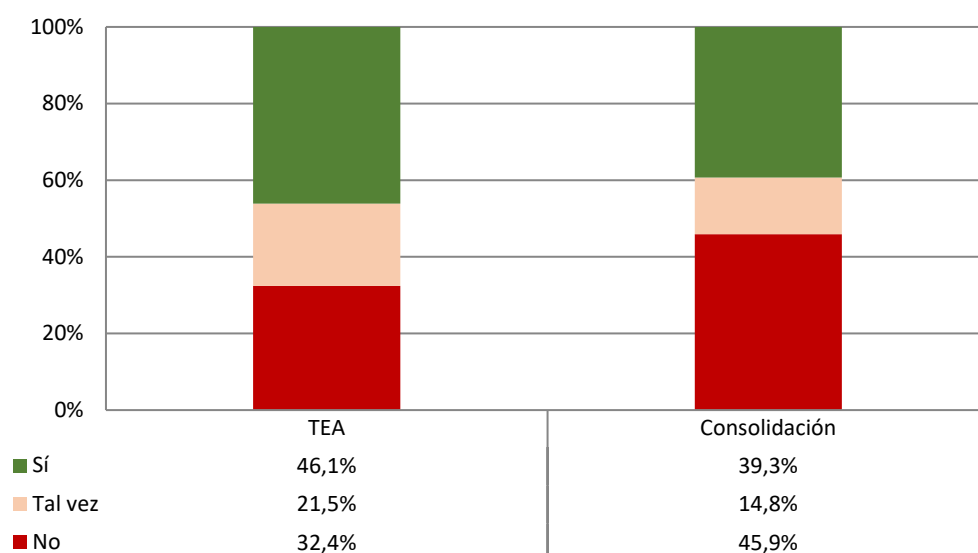
Expectativas de adopción de tecnologías digitales

Finalmente, la figura 47 analiza las expectativas de adopción de tecnologías digitales para la venta de productos y servicios a seis meses vista. Los datos muestran una disposición favorable hacia la intensificación del uso de éstas, aunque con diferencias entre iniciativas recientes y consolidadas.

Entre las iniciativas TEA, el 46,1% afirma que espera incrementar el uso de tecnologías digitales, mientras que un 21,5% señala que tal vez lo haga. En conjunto, un 67,6% mantiene una posición abierta hacia esta adopción.

En el caso de las empresas consolidadas, el porcentaje de respuestas afirmativas se sitúa en el 39,3%, al que se suma un 14,8% que lo considera posible. De este modo, el 54,1% muestra algún grado de disposición hacia una mayor adopción digital.

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



La diferencia entre ambos grupos muestra una mayor apertura digital entre las iniciativas recientes, en línea con la importancia que conceden a los recursos digitales comerciales y con la necesidad de desarrollar mercado, y eficiencia operativa desde fases tempranas.

En las empresas consolidadas, la proporción de respuestas negativas es más elevada, lo que puede responder a situaciones distintas: negocios que ya han incorporado las herramientas que consideran necesarias, actividades donde la digitalización adicional no se percibe como prioritaria, o empresas con mayores costes de adaptación respecto a procesos ya establecidos.

En conjunto, los resultados de este apartado muestran un ecosistema emprendedor en el que la digitalización forma ya parte del funcionamiento de muchas iniciativas. El comercio electrónico, la presencia web, las redes sociales, el análisis de datos y la nube aparecen como recursos relevantes para la estrategia, la comercialización y la gestión. La inteligencia artificial, por su parte, gana presencia como tecnología de interés, aunque acompañada todavía de dudas razonables sobre privacidad, costes y ética.

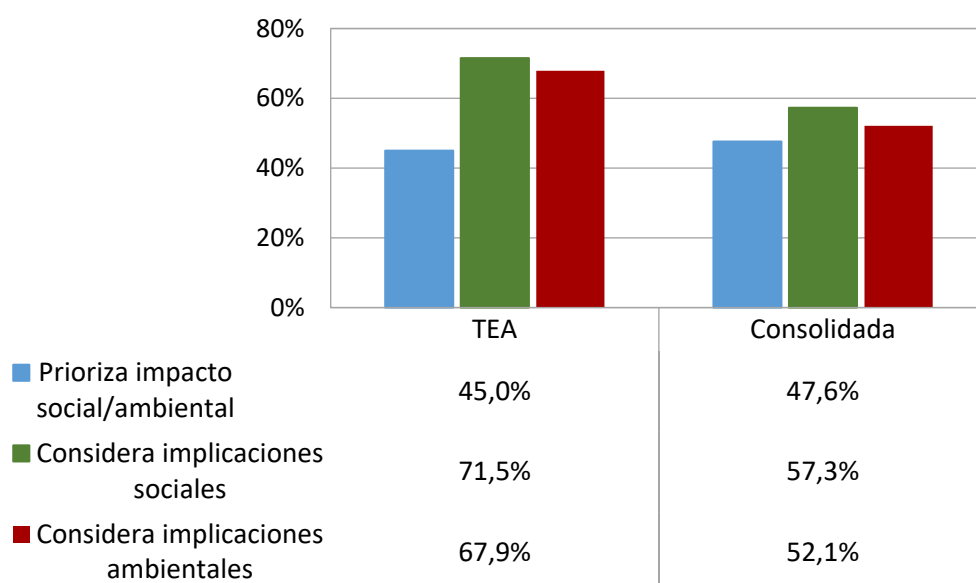
4.9. Orientación a la sostenibilidad

Este apartado explora la orientación hacia la sostenibilidad, examinando en qué medida las personas emprendedoras integran la preocupación por el impacto social y medioambiental dentro de sus actividades (figura 48).

Una primera cuestión abordada es si las personas emprendedoras priorizan en su estrategia el impacto social y/o medioambiental de la actividad. Los resultados muestran porcentajes significativos tanto en las iniciativas TEA como en las empresas consolidadas. En concreto, un 45% de las iniciativas emprendedoras recientes afirma priorizar este tipo de impacto, porcentaje que asciende ligeramente hasta el 47,6% entre las empresas consolidadas.

Más allá de esta orientación estratégica general, la figura recoge también hasta qué punto las decisiones operativas incorporan consideraciones sociales y medioambientales. En este ámbito, los porcentajes resultan incluso más elevados, especialmente entre las iniciativas TEA.

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

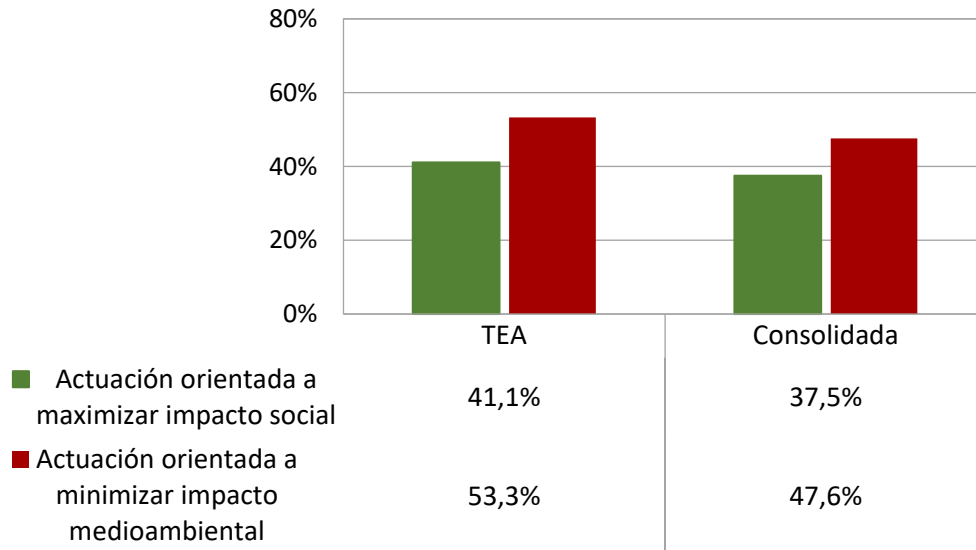


Así, el 71,5% de las iniciativas emprendedoras recientes declara tener en cuenta las implicaciones sociales de sus decisiones, mientras que el 67,9% afirma considerar también las repercusiones medioambientales. En las empresas consolidadas, estos porcentajes se sitúan en el 57,3% y el 52,1%, respectivamente.

Los resultados reflejan, por tanto, una presencia significativa de consideraciones vinculadas a la sostenibilidad dentro de la actividad emprendedora. Resulta especialmente llamativo que las iniciativas TEA presenten porcentajes superiores a las empresas consolidadas tanto en la consideración de implicaciones sociales como ambientales. Esto podría estar reflejando una mayor incorporación inicial de estos valores en parte de los nuevos proyectos empresariales, en línea con tendencias observadas en los últimos años en ámbitos como el consumo responsable, la sensibilidad ambiental o el emprendimiento con propósito social.

Más allá de la orientación general hacia la sostenibilidad, GEM analiza también la puesta en práctica de acciones concretas dirigidas a maximizar el impacto social o minimizar la huella medioambiental durante el último año. Los resultados se presentan en la figura 49.

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



En el caso de las iniciativas TEA, un 53,3% afirma haber desarrollado actuaciones orientadas a minimizar su impacto medioambiental, mientras que el 41,1% declara haber llevado a cabo medidas destinadas a maximizar su impacto social. Entre las empresas consolidadas, estos porcentajes se sitúan en el 47,6% y el 37,5%, respectivamente.

De nuevo, las iniciativas recientes presentan porcentajes superiores a los observados entre las empresas consolidadas. Además, tanto en TEA como en consolidadas, las actuaciones orientadas a reducir el impacto medioambiental aparecen con mayor frecuencia que aquellas dirigidas específicamente a maximizar el impacto social.

La comparación entre las figuras 48 y 49 permite apreciar también una diferencia entre la consideración general de la sostenibilidad y la materialización de acciones concretas. Aunque los porcentajes de personas emprendedoras que afirman tener en cuenta implicaciones sociales y medioambientales son elevados, la proporción de iniciativas que traduce esa preocupación en actuaciones específicas resulta algo menor. Esta distancia entre sensibilidad y ejecución práctica aparece de forma relativamente habitual en este tipo de indicadores, especialmente en iniciativas de menor tamaño o en fases tempranas, donde las limitaciones de recursos, tiempo o capacidad operativa pueden condicionar el desarrollo de medidas más estructuradas.

Capítulo 5.

Condiciones de entorno para emprender

5.1. Introducción

Este capítulo analiza el ecosistema en el que se desenvuelve la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana. Para ello, se evalúa el estado de diversos factores con influencia en la generación de oportunidades de negocio, en el potencial emprendedor de la población y en el propio proceso de creación y desarrollo de iniciativas empresariales. El análisis se centra, por tanto, en las condiciones específicas del entorno para emprender y no en el contexto socioeconómico general o en la competitividad global del territorio.

Desde sus primeras ediciones, GEM ha estructurado este análisis contextual a partir de nueve grandes condiciones de entorno directamente vinculadas a la actividad emprendedora (tabla 10). La evaluación de dichas condiciones se realiza anualmente por parte de personas expertas procedentes de distintos ámbitos relacionados con el emprendimiento, aportando así una perspectiva complementaria a la ofrecida por la población general y enriqueciendo la comprensión del contexto en el que las personas deciden involucrarse -o no- en actividades emprendedoras.

En el caso de la Comunidad Valenciana, el panel experto GEM quedó constituido en 2004, coincidiendo con la elaboración del primer informe regional, y cuenta ya con más de dos décadas de trayectoria. Dicho panel está integrado por 36 personas procedentes tanto del ámbito empresarial como profesional. Con el objetivo de mantener una cierta continuidad y consistencia en los criterios de valoración, el grupo conserva cada año al menos un 75% de sus integrantes respecto a la edición anterior.

Al igual que en años previos, el panel ha contado con personas vinculadas a todas las condiciones de entorno analizadas, incluyendo representantes del tejido empresarial, asociaciones empresariales, entidades de apoyo al emprendimiento y distintos organismos de la Administración pública regional y local relacionados con el impulso de la actividad emprendedora.

Las condiciones de entorno consideradas por el grupo experto se recogen en la tabla 10. Por su parte, las tablas 11 y 12 muestran respectivamente la distribución de las personas participantes según el ámbito de influencia evaluado y según su ámbito de procedencia profesional.

Tabla 10. 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 2025.

Ámbito de influencia	Número de personas
Apoyo financiero	4
Políticas públicas	4
Programas de apoyo	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 2025

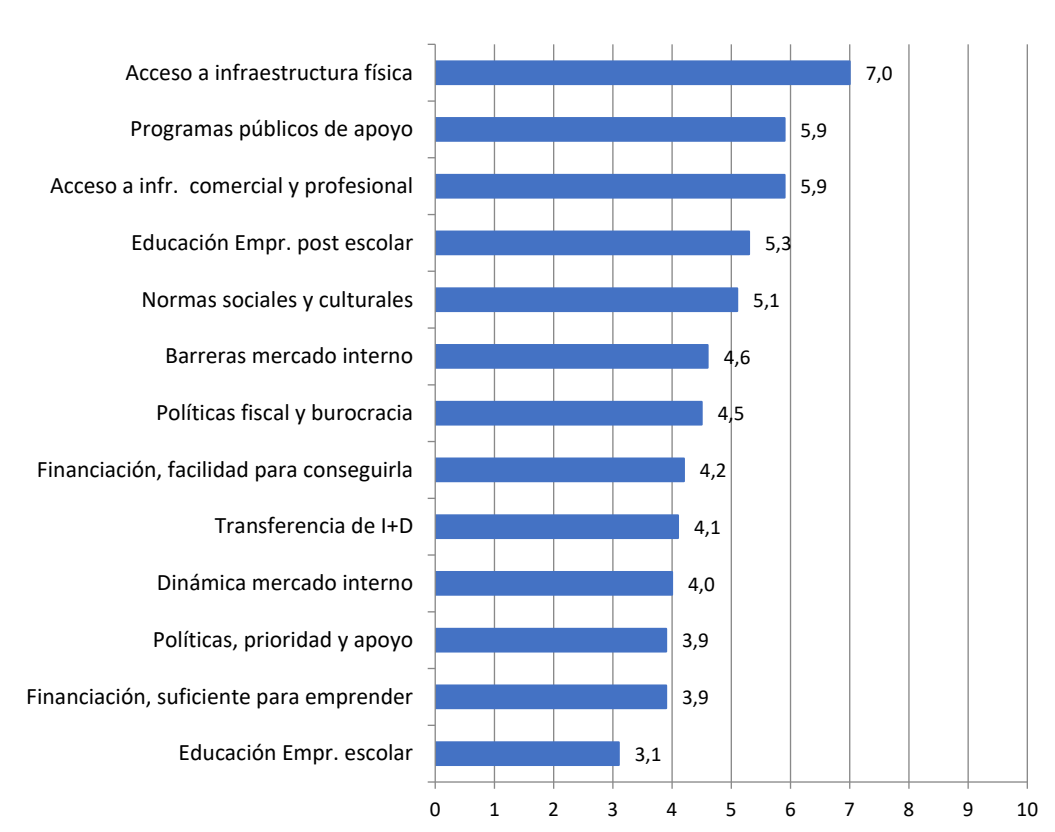
Ámbito de procedencia	Número de personas
Empresarios/as	19
Profesionales:	17
• <i>de asociaciones empresariales</i>	3
• <i>de entidades regionales de apoyo</i>	3
• <i>de entidades locales de apoyo</i>	3
• <i>de innovación y desarrollo empresarial</i>	5
• <i>de financiación</i>	3

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

Esta sección ofrece una evaluación del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2025, según la perspectiva del grupo experto.

La figura 50 ilustra la valoración promedio de las condiciones de entorno antes mencionadas, desglosadas en trece ítems específicos, en tanto que políticas de apoyo, educación, apertura de mercado y financiación se subdividen a su vez en dos dimensiones.

Figura 50. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2025 en la Comunidad Valenciana.



Las valoraciones presentadas sintetizan el consenso alcanzado por las personas integrantes del grupo experto respecto a una amplia batería de cuestiones específicas, representativas de las condiciones agregadas del entorno emprendedor. Por tanto, las puntuaciones mostradas constituyen una valoración global para cada una de dichas condiciones⁶.

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

Cabe recordar que, en los informes GEM, las puntuaciones rara vez se aproximan a valores extremos de la escala. Ello responde a la propia naturaleza de estas valoraciones, construidas a partir del juicio medio de un panel experto sobre múltiples dimensiones del entorno emprendedor, por lo que puntuaciones cercanas a 10 implicarían una percepción prácticamente ideal y con escaso margen de mejora.

En términos generales, el panel experto continúa valorando el entorno emprendedor valenciano como razonablemente favorable, aunque con diferencias apreciables entre las distintas condiciones analizadas. En este contexto, cinco de las dimensiones evaluadas se sitúan por encima del umbral del “aprobado” (5 o más puntos).

La condición mejor valorada vuelve a ser, un año más, el acceso a infraestructura física, que alcanza una puntuación de 7,0. También reciben valoraciones claramente positivas los programas públicos de apoyo y el acceso a infraestructura comercial y profesional, ambas con un 5,9. Por encima del aprobado se sitúan asimismo la educación emprendedora en niveles post-escolares, con un 5,3, y las normas sociales y culturales, con una valoración de 5,1.

En un rango intermedio, cercano al aprobado, aparecen las barreras del mercado interno, con 4,6; las políticas fiscales y la burocracia, con 4,5; la facilidad para conseguir financiación, con 4,2; la transferencia de I+D, con 4,1; y la dinámica del mercado interno, con 4,0.

Las valoraciones más bajas corresponden a aspectos relativos a las políticas públicas en cuanto a prioridad y apoyo al emprendimiento, así como a la suficiencia de la financiación disponible para emprender, ambas con una puntuación de 3,9. Cierra nuevamente la clasificación la educación emprendedora en etapas escolares, con un 3,1, aspecto que continúa poniendo de manifiesto una debilidad estructural ya señalada de forma recurrente en ediciones anteriores.

La distribución de las valoraciones mantiene, en líneas generales, una pauta similar a la observada en informes previos. Las mejores puntuaciones continúan concentrándose en aspectos relacionados con infraestructuras y programas de apoyo, mientras que las principales debilidades percibidas siguen vinculadas al acceso efectivo a financiación, al marco institucional de apoyo y, especialmente, a la incorporación de la educación emprendedora en las etapas formativas más tempranas.

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, en el período comprendido entre 2020 y 2025. Este análisis temporal permite observar tendencias y cambios en la percepción de los factores clave que influyen en la actividad emprendedora regional.

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

Valoración global	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Acceso a infraestructura física	6,9	6,8	6,5	6,6	6,9	7,0
Acceso a infraestructura comer. y profesional	6,1	6,0	5,8	6,0	5,6	5,9
Programas de apoyo	6,0	5,8	5,6	6,0	5,7	5,9
Educación y formación post-secundaria	5,3	5,2	5,5	5,4	5,2	5,3
Normas sociales y culturales	4,9	5,1	4,9	4,6	4,6	5,1
Mercado interno: apertura	4,5	4,8	4,6	4,6	4,1	4,6
Políticas públicas: Facilidad y rapidez de trámites	4,3	4,4	4,0	4,1	4,0	4,5
Facilidad de acceso a financiación	-	4,5	4,6	4,4	3,9	4,2
Transferencia de tecnología	4,6	4,5	4,5	4,2	4,0	4,1
Mercado interno: velocidad de los cambios	4,4	3,5	3,8	4,2	4,3	4,0
Financiación emprendedora	4,2	-	-	-	-	-
Políticas públicas: políticas de apoyo	4,8	4,5	4,4	4,1	3,7	3,9
Financiación suficiente	-	4,4	4,1	4,2	3,6	3,9
Educación primaria y secundaria	3,6	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1

En conjunto, aunque la jerarquía fundamental de las condiciones de entorno mantiene una línea bastante estable en los últimos años, los datos de 2025 permiten apreciar una cierta recuperación tras el retroceso general observado en 2024. No se trata de una alteración profunda en la configuración del ecosistema emprendedor valenciano, pero sí de una mejora bastante extendida en varias de las dimensiones evaluadas por el panel experto.

En el ámbito de las infraestructuras, el acceso a infraestructura física vuelve a situarse como la principal fortaleza del entorno emprendedor, alcanzando una valoración de 7,0, la más elevada de la serie reciente. También mejoran el acceso a infraestructura comercial y profesional, que pasa de 5,6 a 5,9, y los programas públicos de apoyo, que ascienden de 5,7 a 5,9. La educación y formación post-secundaria mantiene igualmente una valoración favorable, con 5,3, confirmando su posición entre las condiciones mejor valoradas.

Entre las dimensiones intermedias, destaca la recuperación de las normas sociales y culturales, que pasan de 4,6 en 2024 a 5,1 en 2025, volviendo a situarse por encima del aprobado. También mejora la apertura del mercado interno, que asciende de 4,1 a 4,6, así como la valoración de las políticas fiscales y la burocracia, que aumenta de 4,0 a 4,5. La transferencia de tecnología apenas varía, situándose en 4,1, mientras que la dinámica del mercado interno retrocede ligeramente desde 4,3 hasta 4,0.

En relación con la financiación y las políticas públicas de apoyo, los datos de 2025 muestran una mejora respecto al dato registrado el año anterior, aunque sus valoraciones siguen siendo moderadas. La facilidad de acceso a financiación aumenta de 3,9 a 4,2, y la suficiencia de la financiación disponible pasa de 3,6 a 3,9.

Del mismo modo, la valoración de las políticas públicas de apoyo al emprendimiento mejora ligeramente, situándose también en 3,9. Estos avances son positivos, pero no cambian el diagnóstico de fondo: financiación y apoyo público continúan entre los ámbitos más necesitados de mejora en el entorno emprendedor regional.

Finalmente, la orientación al emprendimiento en la educación primaria y secundaria permanece como la condición peor valorada, con una puntuación de 3,1, idéntica a la registrada en 2023 y 2024. Este resultado confirma la persistencia de una debilidad estructural en las etapas formativas iniciales, señalada de forma recurrente en los informes GEM de la Comunidad Valenciana. En síntesis, los datos de 2025 muestran una recuperación parcial del entorno emprendedor valenciano tras el retroceso de 2024. Las fortalezas tradicionales -infraestructura física, programas públicos, servicios profesionales y formación post-secundaria- se mantienen e incluso mejoran ligeramente. A la vez, algunas

dimensiones que habían perdido valoración recuperan parte del terreno. Sin embargo, las condiciones situadas en la parte baja de la clasificación siguen mostrando carencias, especialmente en financiación suficiente, políticas públicas de apoyo y educación emprendedora escolar.

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 de forma consistente valoraciones elevadas en los estudios GEM, tanto a nivel global como en las distintas ediciones de la Comunidad Valenciana. Esta tendencia se mantiene en 2025, donde esta condición se sitúa nuevamente como la mejor evaluada del entorno emprendedor regional.

Dentro de este bloque, destacan especialmente los elementos relacionados con las comunicaciones. El panel experto valora de forma muy favorable tanto el coste de acceso a servicios de comunicación -telefonía, Internet y similares-, con una puntuación de 8,1, como la rapidez con la que una empresa nueva o en crecimiento puede disponer de dichos servicios, también por encima de 8. Asimismo, reciben valoraciones claramente positivas el coste y la disponibilidad de servicios básicos como gas, agua, electricidad o saneamiento, con puntuaciones superiores a 7.

El estado general de la infraestructura física -carreteras, suministros, comunicaciones o gestión de residuos- también obtiene una valoración favorable, con un 6,6. En cambio, los aspectos relacionados con la disponibilidad de espacios asequibles en alquiler presentan una situación algo más desigual. La oferta de oficinas en alquiler recibe una valoración positiva, cercana al 5,8, mientras que la disponibilidad de espacios productivos asequibles se sitúa por debajo del aprobado, con un 4,7. Este último aspecto continúa señalando un margen de mejora relevante, especialmente para actividades productivas, industriales o de transformación, que suelen requerir instalaciones más específicas que muchas iniciativas del sector servicios.

Los **programas públicos de apoyo al emprendimiento** situados entre las condiciones de entorno mejor valoradas por el panel experto en la Comunidad Valenciana, recuperan en 2025 parte del terreno perdido en la edición anterior.

Dentro de este bloque, destaca especialmente la valoración otorgada a las incubadoras de empresas, que alcanzan un 6,8, así como a los parques científicos

y tecnológicos, con un 6,3. También reciben puntuaciones claramente favorables la competencia y eficacia de las personas que trabajan en organismos públicos de apoyo al emprendimiento (6,5), y la percepción sobre la existencia de un número adecuado de programas orientados a empresas nuevas y en crecimiento (6,1).

Asimismo, la eficacia general de los programas públicos de apoyo obtiene una valoración positiva (5,3), mientras que la posibilidad de encontrar ayuda adecuada dentro de estos programas alcanza un 5,1. La cuestión relativamente menos valorada dentro de este bloque continúa siendo la posibilidad de acceder a una amplia gama de ayudas y servicios a través de un único organismo, aunque en 2025 este aspecto supera ligeramente el aprobado, con una puntuación de 5,0.

En conjunto, los resultados reflejan una percepción favorable respecto a la existencia y funcionamiento de las estructuras públicas de apoyo al emprendimiento en la Comunidad Valenciana. No obstante, persiste cierto margen de mejora en términos de coordinación, simplificación y centralización del acceso a dichos recursos, aspecto que enlaza también con las valoraciones realizadas sobre burocracia y procedimientos administrativos.

La valoración de la **infraestructura comercial y profesional** mejora en 2025, recuperando parte del descenso registrado el año anterior y manteniéndose entre las condiciones de entorno mejor valoradas por el grupo experto.

Los distintos componentes de este bloque muestran, en general, valoraciones favorables. Destacan especialmente las posibilidades de acceso a empresas proveedoras, subcontratistas y servicios de consultoría y asesoramiento, con una puntuación de 6,6. También reciben valoraciones elevadas la facilidad para acceder a buenos servicios bancarios (6,4), la disponibilidad de servicios profesionales jurídicos y contables (6,0), así como el acceso asequible a servicios de computación en la nube, que alcanza un 6,6.

Igualmente, el panel experto considera relativamente sencillo para las empresas nuevas y en crecimiento acceder a proveedores, subcontratistas y consultores adecuados, aspecto que obtiene una valoración de 5,6.

Sin embargo, al igual que en años anteriores, persiste una percepción menos favorable respecto a la capacidad de las nuevas empresas para asumir económicamente algunos de estos servicios. En concreto, el coste asociado al uso de subcontratistas, proveedores y consultoría obtiene una valoración de 4,2, situándose claramente por debajo del resto de componentes del bloque.

En términos generales, el panel experto continúa percibiendo que la Comunidad Valenciana dispone de una oferta amplia y adecuada de servicios profesionales y comerciales de apoyo a la actividad emprendedora. No obstante, el coste de acceso a parte de estos recursos sigue representando una dificultad relativa para determinadas iniciativas, especialmente en fases tempranas o de menor dimensión.

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.

Las cuestiones vinculadas a la **educación emprendedora en niveles de primaria y secundaria** continúan recibiendo las valoraciones más desfavorables del conjunto de condiciones analizadas. Con una puntuación global de 3,1, esta dimensión vuelve a situarse como la peor valorada del entorno emprendedor valenciano, confirmando el carácter estructural de esta debilidad ya señalado reiteradamente en informes anteriores.

En particular, el aspecto peor valorado continúa siendo la atención específica a la creación de empresas y al emprendimiento dentro de la enseñanza primaria y secundaria, con una puntuación de 2,8. También reciben valoraciones claramente insuficientes la formación en principios de economía de mercado (2,9) y el grado en que la enseñanza fomenta la creatividad, la iniciativa personal y la autosuficiencia (3,7).

Estos resultados reflejan que, desde la perspectiva del panel experto, las etapas formativas iniciales siguen mostrando importantes carencias en el desarrollo de competencias vinculadas al emprendimiento. A pesar de las distintas reformas y adaptaciones curriculares introducidas en los últimos años, la percepción general continúa siendo que la educación emprendedora en niveles escolares mantiene un amplio margen de mejora.

Se trata, además, de una cuestión especialmente relevante desde una perspectiva de largo plazo, dado que muchos de los valores asociados al emprendimiento -iniciativa, creatividad, autonomía o tolerancia al riesgo- comienzan a configurarse precisamente en estas etapas educativas tempranas.

Frente a las valoraciones observadas en los niveles educativos iniciales, la **educación emprendedora en etapas post-escolares** continúa situándose entre las condiciones mejor valoradas por el panel experto, alcanzando en 2025 una puntuación global de 5,3.

El aspecto más destacado dentro de este bloque es la calidad de la formación práctica en gestión empresarial y administración de empresas para la puesta en marcha y crecimiento de nuevos negocios, que obtiene una valoración de 6,5. También recibe una valoración positiva la formación proporcionada por los sistemas de formación profesional, educación continua y enseñanza especializada, con un 5,1.

Por el contrario, la preparación ofrecida por universidades y centros de educación superior específicamente orientada a la creación y crecimiento de nuevas empresas presenta una valoración más moderada, situándose en 4,4.

En conjunto, los resultados reflejan una percepción relativamente favorable sobre la capacidad del sistema formativo post-escolar para proporcionar conocimientos y competencias útiles para emprender, especialmente en el ámbito práctico y profesional. No obstante, continúa apreciándose cierto margen de mejora en la conexión entre la formación universitaria y el desarrollo directo de capacidades orientadas a la iniciativa empresarial y emprendedora.

La condición relativa a las **normas sociales y culturales** experimenta en 2025 una recuperación significativa, alcanzando una valoración global de 5,1 tras los descensos registrados en las dos ediciones anteriores.

En términos generales, el panel experto percibe que la cultura valenciana mantiene una valoración positiva hacia el esfuerzo individual y el logro personal. Así, las cuestiones relacionadas con el reconocimiento social del éxito alcanzado mediante el esfuerzo obtienen una puntuación de 5,6. Del mismo modo, la consideración de la responsabilidad individual en la gestión de la propia vida alcanza un 5,3 y la percepción de que la cultura enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal se sitúa en 5,4.

No obstante, las valoraciones son más moderadas cuando se analizan aspectos vinculados específicamente al comportamiento emprendedor. La percepción de que la cultura fomenta la creatividad y la innovación alcanza un 4,8, mientras que el estímulo a la asunción de riesgos empresariales continúa siendo el componente peor valorado dentro de este bloque (4,3).

En conjunto, los resultados sugieren que el entorno sociocultural valenciano muestra una actitud razonablemente favorable hacia valores asociados a la iniciativa individual y al emprendimiento. Sin embargo, persisten ciertas reticencias culturales vinculadas a la innovación y, especialmente, a la aceptación del riesgo empresarial, aspecto que continúa apareciendo como uno de los elementos más sensibles dentro de esta condición de entorno.

La evaluación de la condición de entorno relativa al **mercado interno** se articula, como es habitual en GEM, a través de dos dimensiones diferenciadas: la dinámica de los cambios en los mercados y el grado de apertura existente para la entrada de nuevas empresas.

En relación con la **dinámica del mercado interno**, la valoración global se sitúa en 4,0. Tanto los mercados dirigidos al consumidor final como los mercados entre empresas reciben exactamente la misma puntuación, reflejando una percepción moderada respecto al ritmo de transformación y cambio de los mercados en la Comunidad Valenciana.

Por otro lado, la **apertura del mercado interno** mejora respecto a la edición anterior, alcanzando una valoración global de 4,6. Dentro de esta dimensión, el aspecto mejor valorado es la percepción de que las empresas nuevas y en crecimiento pueden acceder a mercados sin ser bloqueadas injustamente por empresas ya establecidas, cuestión que obtiene una puntuación de 5,1. También recibe una valoración relativamente positiva la efectividad de la legislación de defensa de la competencia, con un 5,4.

En cambio, el panel experto continúa percibiendo mayores dificultades en relación con la capacidad económica de las nuevas empresas para afrontar los costes de entrada a nuevos mercados, aspecto que obtiene un 3,9. La facilidad general para acceder a nuevos mercados recibe una valoración algo más moderada, situándose en 4,4.

En conjunto, los resultados reflejan un entorno competitivo donde, aunque no se perciben grandes barreras formales asociadas a la competencia establecida, sí continúan existiendo dificultades prácticas y económicas para que las nuevas iniciativas accedan y se consoliden en determinados mercados.

La **transferencia de I+D y tecnología** alcanza en 2025 una valoración global de 4,1, manteniéndose en niveles moderados y relativamente similares a los observados en las últimas ediciones del informe.

Dentro de este bloque, el aspecto mejor valorado es la percepción de que la base científica y tecnológica existente permite apoyar la creación de nuevas iniciativas tecnológicas competitivas, que alcanza una puntuación de 5,1. También obtiene una valoración relativamente próxima al aprobado la eficiencia de la transferencia de conocimiento desde universidades y centros públicos de investigación hacia nuevas empresas, con un 4,3.

Sin embargo, el resto de cuestiones analizadas continúan mostrando valoraciones más discretas. La posibilidad de que las empresas nuevas y en crecimiento accedan a investigación y tecnología en igualdad de condiciones respecto a

empresas consolidadas obtiene un 4,0. También se sitúa en torno a ese nivel la disponibilidad de ayudas públicas para acceder a nuevas tecnologías.

El aspecto claramente peor valorado continúa siendo la capacidad de las nuevas empresas para asumir el coste de las tecnologías más avanzadas, cuestión que apenas alcanza un 3,1. Asimismo, el soporte disponible para que personal investigador, científico o técnico pueda comercializar sus ideas a través de nuevas empresas obtiene una valoración moderada, cercana al 3,9.

En términos generales, el panel experto sigue percibiendo un margen de mejora relevante en la conexión efectiva entre generación de conocimiento, transferencia tecnológica y emprendimiento. Aunque la existencia de capacidades científicas y tecnológicas es reconocida positivamente, persisten dificultades relacionadas con el acceso, el coste y la aplicación práctica de estos recursos por parte de nuevas iniciativas empresariales.

Las **políticas públicas vinculadas al emprendimiento** continúan recibiendo en 2025 valoraciones moderadas por parte del panel experto, aunque con una ligera mejora respecto al año anterior. Como es habitual en GEM, esta condición de entorno se analiza desde dos perspectivas diferenciadas: la orientación y prioridad de las políticas públicas hacia el emprendimiento, y la facilidad y rapidez de los procedimientos administrativos asociados a la actividad empresarial.

En relación con la **facilidad y agilidad de los trámites administrativos**, la valoración global alcanza un 4,5, recuperando parte del descenso registrado en 2024. El aspecto mejor valorado dentro de este bloque continúa siendo la posibilidad de registrar nuevas iniciativas empresariales a un coste razonable, con una puntuación de 5,6. También obtiene una valoración relativamente favorable la percepción de que la regulación y la aplicación de impuestos se realizan de manera razonablemente consistente y predecible, aspecto que alcanza un 4,6.

Por el contrario, continúan mostrando valoraciones más discretas cuestiones relacionadas con la complejidad burocrática y administrativa. La facilidad para afrontar los requisitos regulatorios, licencias y trámites administrativos obtiene una puntuación de 3,8, mientras que la posibilidad de obtener permisos y licencias en plazos ágiles apenas supera ligeramente el 4. Del mismo modo, el peso de los impuestos y cargas administrativas sobre empresas nuevas y en crecimiento sigue siendo percibido como relativamente elevado.

En cuanto a la **orientación y prioridad de las políticas públicas hacia el emprendimiento**, la valoración global mejora ligeramente hasta el 3,9. El panel experto mantiene una percepción limitada respecto a la prioridad efectiva que

las distintas administraciones conceden a las empresas nuevas y en crecimiento, especialmente en el ámbito nacional, cuya valoración se sitúa en 3,8.

La valoración más favorable dentro de este bloque corresponde al apoyo percibido desde el ámbito local y regional, que alcanza un 4,6, aunque todavía por debajo de niveles claramente positivos. Por otro lado, la percepción de que las políticas públicas favorecen de forma consistente a las nuevas empresas mediante legislación, contratación pública, regulación o fiscalidad obtiene una puntuación de 3,3, constituyendo el aspecto peor valorado de esta condición.

En conjunto, los resultados reflejan una cierta mejora respecto a la edición anterior, especialmente en materia administrativa y burocrática. Sin embargo, el panel experto continúa señalando un margen de mejora importante en la simplificación de procedimientos, la carga regulatoria y la prioridad efectiva que las políticas públicas otorgan al emprendimiento y a las empresas en fases iniciales de desarrollo.

Las **condiciones de financiación** continúan situándose entre los ámbitos más sensibles del entorno emprendedor valenciano. Al igual que en ediciones anteriores, GEM analiza esta condición desde una doble perspectiva: la facilidad de acceso a financiación y la suficiencia de las distintas fuentes financieras disponibles para empresas nuevas y en crecimiento.

En relación con la **facilidad de acceso a financiación**, la valoración global mejora ligeramente en 2025 hasta alcanzar un 4,2, recuperando parcialmente el deterioro observado en la edición anterior, aunque manteniéndose todavía por debajo de niveles claramente favorables.

Dentro de este bloque, los aspectos relativamente mejor valorados son la facilidad para atraer financiación e inversión una vez superada la fase inicial de puesta en marcha, con una puntuación de 4,4, y la posibilidad de acceder a servicios de apoyo financiero a un coste razonable, también con valores próximos a 4,4. Del mismo modo, la facilidad para acceder a financiación bancaria obtiene una valoración ligeramente superior al 4.

Sin embargo, persisten dificultades relevantes en las etapas más tempranas del proceso emprendedor. La posibilidad de conseguir suficiente capital semilla para cubrir gastos de puesta en marcha y primeras fases de crecimiento obtiene una puntuación de 3,9, situándose entre los aspectos peor valorados de este bloque.

Por otro lado, la valoración relativa a la **suficiencia de las distintas fuentes de financiación** disponibles continúa siendo claramente moderada, con una puntuación global de 3,9. Dentro de este apartado, la financiación informal procedente de familiares, amistades o personas cercanas continúa siendo la

fuelle mejor valorada, alcanzando un 4,7. También reciben valoraciones relativamente más favorables las subvenciones públicas (4,5) y la financiación procedente de business angels (4,3).

En cambio, la percepción sobre la suficiencia de otras fuentes financieras continúa siendo más limitada. La financiación bancaria obtiene una valoración de 4,0, similar a la del capital riesgo. La microfinanciación y el crowdfunding se sitúan en 3,7, mientras que la financiación mediante recursos propios apenas alcanza un 3,2. La peor valoración corresponde nuevamente a la financiación vía salida a bolsa, con un 2,6.

En conjunto, el panel experto continúa percibiendo que el acceso a financiación representa uno de los principales condicionantes del ecosistema emprendedor valenciano, especialmente en las fases iniciales de creación y consolidación empresarial. Aunque en 2025 se aprecia una cierta mejora respecto al deterioro registrado en 2024, persisten dificultades relevantes tanto en el acceso al capital semilla como en la disponibilidad suficiente de determinadas fuentes de financiación especializadas.

Con todo, el análisis detallado de las cuestiones que integran cada condición de entorno confirma la lectura ya apuntada por las valoraciones agregadas.

La Comunidad Valenciana mantiene fortalezas claras en infraestructuras físicas, servicios profesionales, programas públicos de apoyo y formación post-secundaria, ámbitos en los que el panel experto reconoce una base relativamente sólida para el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

Al mismo tiempo, persisten debilidades en dimensiones que afectan de manera más directa al tránsito desde la intención emprendedora hacia proyectos viables y escalables, especialmente en financiación, simplificación administrativa, transferencia de conocimiento y educación emprendedora en etapas escolares.

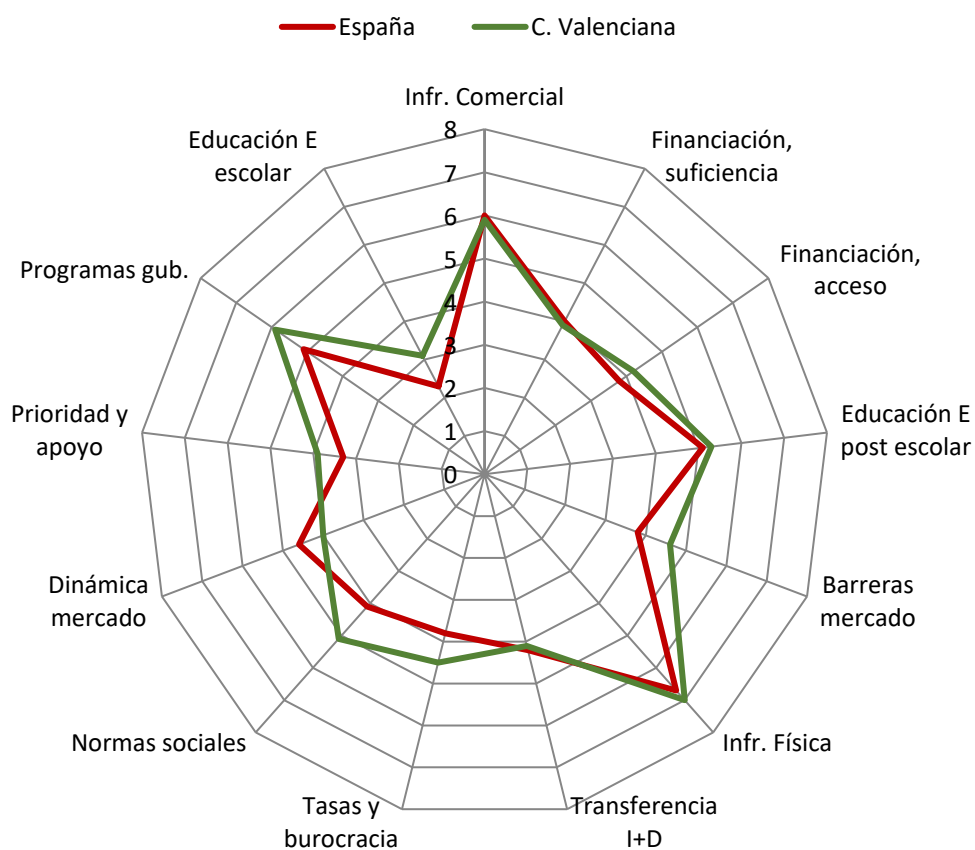
Esta combinación de fortalezas consolidadas y carencias persistentes dibuja un entorno emprendedor con una base razonablemente favorable, pero todavía desigual. La mejora observada en 2025 respecto al retroceso del año anterior resulta positiva, aunque no modifica por completo los ámbitos que vienen apareciendo de forma recurrente como principales espacios de mejora en el ecosistema emprendedor valenciano.

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, comparando los resultados obtenidos en la Comunidad Valenciana con los del conjunto de España.

Figura 51. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2025 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



En términos generales, las valoraciones del panel experto valenciano resultan superiores a las nacionales en la mayoría de dimensiones analizadas. En concreto, la Comunidad Valenciana obtiene una puntuación superior en 9 de las 13 condiciones evaluadas, mientras que en otras tres las diferencias son muy reducidas y prácticamente equivalentes.

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 normas sociales y culturales vinculadas al emprendimiento, la valoración de los programas públicos de apoyo, la educación emprendedora en etapas escolares, las barreras de acceso al mercado interno, las políticas fiscales y burocráticas, la prioridad y apoyo de las políticas públicas al emprendimiento y la dotación y adecuación de infraestructura física. También presentan una valoración relativamente más favorable la educación emprendedora post-escolar y la facilidad de acceso a financiación.

Por el contrario, las valoraciones de la Comunidad Valenciana solo se sitúan claramente por debajo del conjunto de España en lo relativo a la dinámica del mercado interno (4 frente a 4,6).

En otros ámbitos, como la infraestructura comercial y profesional (5,9 frente a 6), la transferencia de I+D (4,1 frente a 4,2) o la suficiencia de la financiación disponible para emprender (3,9 frente a 4), las diferencias son muy reducidas y pueden considerarse prácticamente equivalentes.

En todo caso, conviene interpretar estas diferencias con cautela, ya que cada panel regional o territorial valora exclusivamente su propio entorno, mientras que el panel correspondiente al conjunto de España realiza una valoración agregada de la totalidad del territorio nacional. Por tanto, la comparación resulta útil como referencia contextual, pero no debe entenderse como una medición estrictamente homogénea entre realidades territoriales idénticas.

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

En 2025, el NECI del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana alcanza una valoración promedio de 4,7, mejorando respecto al 4,5 registrado en 2024 y situándose nuevamente en el entorno cercano al

aprobado. Este dato se sitúa por encima del valor correspondiente al conjunto de España (4,4) y refleja una valoración global algo más favorable del entorno emprendedor valenciano por parte de su panel experto.

En cualquier caso, el NECI debe interpretarse como un indicador sintético y complementario. Su utilidad reside en ofrecer una aproximación agregada al estado del entorno emprendedor, pero su lectura debe realizarse junto al resto de indicadores del informe, especialmente aquellos relacionados con la actividad emprendedora, la calidad de las iniciativas, su financiación, capacidad de crecimiento, innovación y consolidación.

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

Junto a la valoración de las condiciones específicas del entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana y del grado de adecuación de los distintos factores que lo configuran, el panel experto GEM también aporta su visión sobre aquellos ámbitos que, en la práctica, pueden estar actuando como impulsores o facilitadores de la actividad emprendedora regional.

Para ello, cada integrante del grupo experto ha identificado un factor o área que, según su criterio, está contribuyendo de manera especialmente relevante al desarrollo de iniciativas emprendedoras en la Comunidad Valenciana. Del mismo modo, el panel ha formulado diferentes recomendaciones y propuestas de mejora orientadas a reforzar el ecosistema emprendedor regional.

La síntesis de estas respuestas, clasificadas conforme a los ámbitos habituales de la metodología GEM, se recoge en las tablas 14 y 15.

Tabla 14. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2025).

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Programas públicos de apoyo	36,1%
Transformación digital	13,9%
Transferencia de I+D	11,1%
Clima económico	11,1%
Acceso a infraestructura física	8,3%
Apertura del mercado	8,3%
Educación y formación	5,6%
Capacidad emprendedora	2,8%
Infraestructura comercial y profesional	2,8%

Los resultados de 2025 vuelven a situar a los **programas públicos de apoyo** como principal factor impulsor de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana. Este ámbito es señalado por el 36,1% del panel experto, concentrando una proporción de respuestas superior al resto de categorías. Las respuestas abiertas permiten ver que esta percepción no se limita a la existencia de ayudas puntuales, sino que remite a una red más amplia de estructuras, programas y agentes de apoyo. Se mencionan programas públicos de emprendimiento, ayudas, premios, convocatorias específicas, CEEs, agencias de desarrollo local, así como IVACE. También aparecen referencias expresas a incubadoras, aceleradoras especializadas, Lanzadera, Marina de Empresas y otros hubs de referencia.

A continuación, aparece la **transformación digital**, citada por el 13,9% del panel. En este bloque se agrupan respuestas vinculadas al comercio electrónico, la digitalización, la implementación de nuevas tecnologías, la inteligencia artificial, las redes sociales, el acceso a información mediante herramientas digitales, la electrónica y, de forma más general, la tecnología como fuente de nuevas oportunidades. En este caso, las respuestas sugieren que la digitalización no se percibe solo como una herramienta interna de gestión, sino también como un espacio desde el que están surgiendo nuevas formas de negocio, canales de comercialización y posibilidades de acceso al mercado.

La **transferencia de I+D**, mencionada por el 11,1% de las personas expertas, aparece asociada a universidades, parques científicos, centros de innovación,

asociaciones tecnológicas y ecosistemas de emprendimiento innovador. También se alude al fortalecimiento de los mecanismos de colaboración entre universidades, parques científicos y tecnológicos, centros de innovación y empresas consolidadas. Esta lectura resulta especialmente relevante porque muestra que una parte del panel identifica capacidades reales en el sistema de conocimiento e innovación, aunque su traslado efectivo hacia nuevas empresas siga siendo uno de los ámbitos con recorrido de mejora.

El **clima económico**, también citado por el 11,1%, se concreta en referencias al crecimiento del PIB, la estabilidad económica, la percepción de bonanza económica, el momento económico y los bajos tipos de interés. Estas menciones apuntan a que una parte del panel percibe un contexto de actividad relativamente favorable, capaz de acompañar o facilitar la aparición de nuevas iniciativas. No obstante, se trata de una valoración centrada en el papel del entorno económico como soporte, no necesariamente como explicación única de la actividad emprendedora.

El **acceso a infraestructura física** y la **apertura del mercado** son señalados por el 8,3% del panel en ambos casos. En el primer caso, las respuestas se relacionan con la existencia de espacios, hubs, parques científicos, centros universitarios y entornos físicos de apoyo a la actividad emprendedora. En el segundo, aparecen referencias a nuevas oportunidades de negocio, turismo, turismo rural, movilidad urbana, atracción de empresas extranjeras y concentración de proyectos en entornos como la Marina de Valencia y otros. Estas respuestas apuntan a la percepción de ciertos ámbitos sectoriales y territoriales donde se están concentrando oportunidades de desarrollo empresarial.

Con menor frecuencia aparecen la **educación y formación** (5,6%), la **capacidad emprendedora** (2,8%) y la **infraestructura comercial y profesional** (2,8%). En las respuestas abiertas, estos ámbitos se concretan en referencias a escuelas de negocio, universidades, promoción del espíritu emprendedor en universidades privadas, formación en competencias emprendedoras, mentorización, generación de talento y acompañamiento en fases iniciales. También se mencionan elementos de cultura emprendedora, como el espíritu emprendedor de la Comunidad Valenciana, la existencia de un ecosistema emprendedor activo y variado, y el papel de redes, asociaciones tecnológicas y espacios de encuentro entre agentes.

En conjunto, las respuestas del panel muestran una imagen bastante reconocible del ecosistema emprendedor valenciano: un papel destacado de los programas y estructuras de apoyo, una presencia creciente de la digitalización y la inteligencia artificial como fuentes de nuevas oportunidades, y un peso relevante de universidades, parques científicos, aceleradoras, asociaciones tecnológicas y

entidades territoriales de apoyo. Al mismo tiempo, resulta significativo que la financiación apenas aparezca como factor de impulso, salvo en forma de ayudas, premios o programas concretos, lo que mantiene la coherencia con la valoración más débil que este ámbito recibe dentro de las condiciones de entorno.

Pasando ahora a las **principales recomendaciones para la mejora del ecosistema emprendedor** de la Comunidad Valenciana propuestas por el grupo experto, los resultados de 2025 muestran una concentración clara en **tres ámbitos**: las **políticas públicas** de apoyo, los **programas públicos** y la **financiación**. En conjunto, estas tres categorías reúnen más de siete de cada diez menciones, lo que indica que, para el panel, buena parte del margen de mejora sigue estando en facilitar el arranque, reducir cargas, ordenar mejor los apoyos y mejorar el acceso a recursos financieros.

Tabla 15. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2025).

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	30,6%
Programas públicos de apoyo	22,2%
Apoyo financiero	19,4%
Acceso a infraestructura física	8,3%
Transferencia de I+D	5,6%
Infraestructura comercial y profesional	2,8%
Transformación digital	2,8%
Educación y formación	2,8%
Capacidad para emprender	2,8%
Apertura del mercado	2,8%

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

Políticas públicas de apoyo

Las políticas de apoyo aparecen como el principal ámbito de recomendación, con un 30,6% de las menciones.

Las respuestas insisten especialmente en reducir burocracia, acortar plazos y simplificar los trámites necesarios para poner en marcha una actividad. En este sentido, aparecen propuestas muy directas como “reducción de burocracia y plazos”, “facilitar los trámites para emprender” o “facilitar los comienzos de las empresas, a nivel burocrático y económico”.

También se repiten las referencias a la fiscalidad. El panel plantea la necesidad de dar más facilidades o incentivos fiscales a las personas emprendedoras, mejorar las condiciones fiscales e impuestos, revisar la presión fiscal sobre autónomos y startups, o incluso aplicar exenciones parciales de impuestos durante los primeros ejercicios, con incrementos progresivos posteriores. Todo ello apunta a una preocupación bastante clara: que el marco administrativo y fiscal no añada una carga excesiva precisamente en las fases más frágiles del proyecto.

A ello se suman recomendaciones relacionadas con licencias, desbloqueo de espacios y acceso a financiación en fases iniciales. Algunas respuestas piden mayor facilidad por parte de la administración para conceder licencias, desbloquear espacios y facilitar recursos en fases seed y pre-seed.

En conjunto, más que una demanda genérica de “más apoyo público”, lo que aparece es una petición concreta de mayor agilidad, menor fricción administrativa y un marco fiscal más adaptado a empresas jóvenes.

Programas públicos de apoyo

Los programas públicos de apoyo concentran el 22,2% de las recomendaciones.

En este caso, las propuestas se orientan tanto a reforzar los programas existentes como a mejorar su coordinación y utilidad práctica. Una de las recomendaciones más concretas se refiere a la calendarización de las convocatorias de ayudas, de modo que las empresas y personas emprendedoras puedan incorporarlas con mayor previsión a su planificación financiera.

También aparecen propuestas para fomentar la colaboración público-privada, financiar y escalar startups locales, impulsar programas de aceleración y mejorar la coordinación entre los diferentes actores del ecosistema. Varias respuestas insisten precisamente en esa idea: mejorar la conexión entre agentes,

evitar duplicidades y facilitar que quienes necesitan asesoramiento especializado sepan a quién acudir y en qué momento.

Dentro de este bloque se incluyen además propuestas más específicas, como la creación de un “programa scale-up”, planteado como un vehículo de coinversión público-privada para startups. Sin entrar a valorar la viabilidad concreta de la propuesta, sí resulta representativa de una demanda más amplia: no limitar el apoyo público a la fase de creación, sino avanzar hacia instrumentos que ayuden también al escalado y crecimiento de las iniciativas.

Soporte financiero

El apoyo financiero aparece como el tercer gran bloque de recomendaciones, con un 19,4% de las menciones. Aquí las respuestas son especialmente claras: se pide más financiación, más fondos, más ayudas y subvenciones, mejores vías de financiación y mejor acceso a instrumentos financieros para pymes y startups.

Una de las expresiones más significativas es la referencia al “valle de la muerte”, es decir, la fase en la que un proyecto ya ha superado la fase inicial, pero todavía no genera ingresos suficientes ni tiene tamaño o garantías para acceder fácilmente a financiación convencional. En este sentido, el panel reclama inversión capaz de asumir riesgo para acelerar proyectos que ya han sido creados, pero que necesitan recursos para crecer y consolidarse.

También se menciona la necesidad de mejorar el ecosistema de financiación privada y de fomentar la colaboración público-privada para financiar y escalar startups locales. Esta recomendación encaja con una debilidad que ya venía apareciendo en el análisis de las condiciones de entorno: la financiación sigue sin ser percibida como un factor suficientemente sólido del ecosistema, especialmente en las fases iniciales o de crecimiento temprano.

Infraestructura física y digital

El acceso a infraestructura física representa el 8,3% de las recomendaciones. En esta categoría aparecen propuestas relacionadas con espacios, licencias, transporte y conectividad territorial. Algunas respuestas reclaman desbloquear espacios para nuevas actividades, facilitar licencias y mejorar condiciones materiales para el desarrollo de empresas.

También aparece una recomendación especialmente relevante en clave territorial: reforzar el acceso a infraestructuras digitales de calidad en todo el territorio, especialmente en zonas rurales y de interior. Esta cuestión conecta con

la importancia creciente de la digitalización, pero también con la necesidad de evitar que las oportunidades vinculadas a nuevas tecnologías se concentren únicamente en los grandes núcleos urbanos. En la misma línea, aparecen menciones al transporte, que puede entenderse como parte de las condiciones básicas que facilitan o limitan la actividad empresarial.

Transferencia de I+D, innovación y conexión con el ecosistema

La transferencia de I+D concentra el 5,6% de las recomendaciones. Las respuestas apuntan sobre todo a mejorar la conexión entre universidades, empresas, startups y corporaciones. Se menciona expresamente la necesidad de una mayor cercanía de las universidades públicas con el ecosistema emprendedor y de mejorar la conexión startup-corporación.

También aparecen recomendaciones vinculadas al impulso de la innovación mediante programas de aceleración y al desarrollo de ámbitos tecnológicos concretos. En este caso, el detalle es importante porque no se trata solo de pedir “más innovación” en abstracto, sino de reforzar mecanismos que permitan conectar conocimiento, tecnología, empresa consolidada y nuevas iniciativas.

Esta línea mantiene continuidad con recomendaciones de ediciones anteriores, donde ya se señalaba la necesidad de mejorar la conexión entre conocimiento y mercado, pero en 2025 aparece formulada con mayor énfasis en el escalado, la colaboración entre agentes y la conexión con ecosistemas más amplios.

Transformación digital, apertura de mercado y nuevas oportunidades

Aunque la transformación digital aparece con un peso menor en la tabla de recomendaciones -2,8%-, algunas respuestas concretas apuntan a su relevancia futura. Se menciona la introducción de tecnología IA y la necesidad de reforzar infraestructuras digitales de calidad, especialmente fuera de los grandes núcleos urbanos.

También aparece la recomendación de conectar con grandes hubs internacionales de emprendimiento. Esta propuesta no debe entenderse solo como una cuestión de visibilidad, sino como una vía para abrir redes, atraer talento, facilitar inversión y conectar proyectos valencianos con mercados y ecosistemas de mayor escala.

Educación, formación y cultura emprendedora

La educación y formación aparece con un 2,8% de las menciones, pero las respuestas son relevantes por su continuidad con informes anteriores. Se plantea la necesidad de más formación emprendedora en todos los niveles educativos y de fomentar el espíritu emprendedor y los valores asociados al mismo.

Esta recomendación enlaza con una debilidad persistente del entorno analizado en este capítulo: la baja valoración de la educación emprendedora en primaria y secundaria. Aunque aquí la frecuencia sea menor, el contenido de las respuestas mantiene una línea clara: la mejora del ecosistema no depende únicamente de ayudas, financiación o trámites, sino también de una cultura emprendedora más sólida desde etapas formativas tempranas.

Infraestructura comercial y profesional y coordinación del ecosistema

La infraestructura comercial y profesional también aparece con un 2,8%, pero muchas recomendaciones formuladas en otras categorías tienen relación directa con este ámbito. El panel insiste en mejorar la coordinación entre agentes del ecosistema, reforzar la conexión entre quienes ofrecen apoyo y quienes necesitan asesoramiento, y facilitar una relación más clara entre emprendedores, universidades, empresas consolidadas, inversores y entidades especializadas.

En este sentido, varias respuestas apuntan a un problema no tanto de ausencia de agentes, sino de coordinación entre ellos. Esta idea ya estaba presente en ediciones anteriores y vuelve a aparecer en 2025: el ecosistema dispone de recursos, programas y entidades, pero necesita funcionar de forma más conectada, comprensible y eficaz para las personas emprendedoras.

Recomendaciones de continuidad respecto a ediciones anteriores

Muchas de las recomendaciones de 2025 dan continuidad a demandas ya presentes en informes previos: reducción de burocracia, mejora fiscal, acceso a financiación, coordinación entre agentes, formación emprendedora, conexión universidad-empresa y mayor agilidad de los programas públicos. La diferencia es que en esta edición estas demandas aparecen acompañadas de un mayor énfasis en el escalado, la colaboración público-privada, la conexión con hubs internacionales, la digitalización y la incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial.

En conjunto, las recomendaciones del panel experto muestran un diagnóstico bastante claro. La Comunidad Valenciana cuenta con programas, agentes,

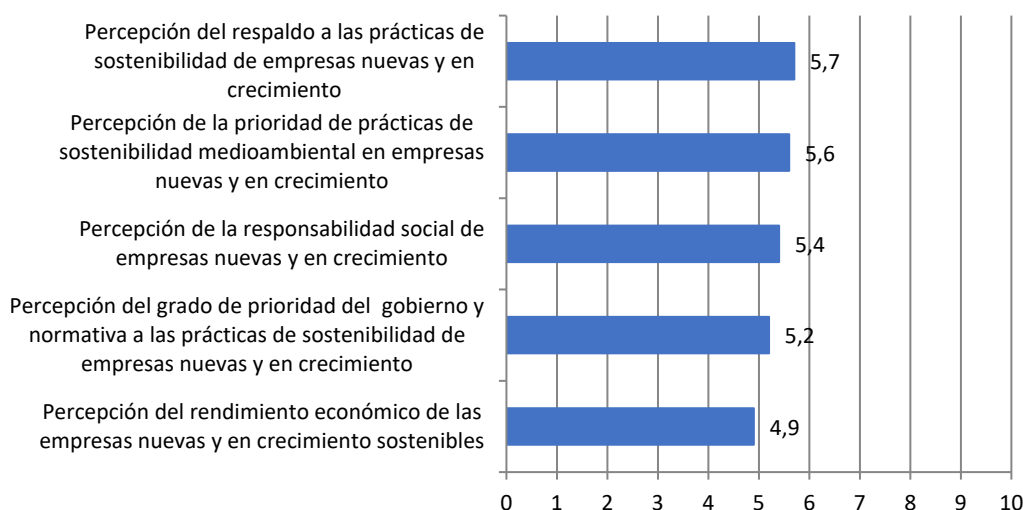
infraestructuras y espacios de apoyo reconocidos por el propio panel. Sin embargo, la mejora del ecosistema pasa por hacerlo más ágil, mejor coordinado y más capaz de acompañar a las iniciativas no solo en su nacimiento, sino también en sus fases de crecimiento, financiación, escalado y consolidación.

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

Esta edición del Informe GEM, como ya sucedía en la pasada, incluye en el cuestionario dirigido al panel experto una serie de ítems adicionales a los tradicionales de 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 su consideración como una prioridad dentro del ecosistema emprendedor.

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

Figura 52 Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a las prácticas de sostenibilidad en 2025 en la Comunidad Valenciana.



Los aspectos que concitan un mayor consenso siguen girando en torno al respaldo a las **prácticas de sostenibilidad de las empresas nuevas y en crecimiento**. Esta dimensión alcanza en 2025 una valoración de 5,7, situándose como el bloque mejor valorado dentro de esta batería adicional. No obstante, mantiene una evolución descendente respecto a los dos años anteriores, tras el 6,5 registrado en 2023 y el 5,9 de 2024. A pesar de ello, el panel sigue mostrando un acuerdo moderadamente positivo sobre la presencia y reconocimiento de estas prácticas dentro del ecosistema emprendedor regional.

En segundo lugar, se sitúa la percepción de que las **prácticas de sostenibilidad medioambiental** constituyen una prioridad para las empresas nuevas y en crecimiento, con una puntuación de 5,6. En este caso, el dato mejora ligeramente respecto al 5,5 recogido en 2024, aunque continúa por debajo del 5,8 de 2023. La valoración sugiere que el panel experto sigue apreciando una cierta incorporación de criterios ambientales en las empresas emergentes, especialmente en relación con la eficiencia energética, la reducción de impactos o la identificación de oportunidades asociadas a retos medioambientales.

La **percepción de la responsabilidad social** de las empresas nuevas y en crecimiento alcanza una puntuación de 5,4, también por encima del aprobado y superior al 5,1 registrado en 2024, aunque todavía por debajo del 5,5 de 2023. Esta evolución apunta a una cierta recuperación en la valoración del compromiso social de las iniciativas, si bien dentro de niveles moderados. Entre los distintos matices evaluados, el panel sigue percibiendo avances en la consideración de la contribución social de las empresas más allá de la mera obtención de beneficios económicos.

Por su parte, la **percepción del grado de prioridad otorgado por el gobierno y la normativa a las prácticas de sostenibilidad** en empresas nuevas y en crecimiento se mantiene en 5,2, el mismo valor que en 2024 y por debajo del 5,7 registrado en 2023. Este resultado refleja una valoración moderadamente favorable del marco institucional asociado a la sostenibilidad, aunque sin señales claras de mejora respecto al año anterior.

Finalmente, la **percepción del rendimiento económico de las empresas nuevas y en crecimiento sostenibles** obtiene la valoración más baja del bloque, con un 4,9. Este dato mejora respecto al 4,4 de 2024, pero continúa siendo el único ámbito que no alcanza el umbral de 5. La lectura es, por tanto, algo más favorable que la del año anterior, aunque el panel experto sigue sin percibir de forma plenamente asentada la conexión entre sostenibilidad y resultados económicos en las empresas nuevas y en crecimiento.

En conjunto, los datos de 2025 muestran una situación algo más matizada que la observada el año anterior. Por un lado, la sostenibilidad sigue ocupando un

espacio reconocido dentro del ecosistema emprendedor valenciano, con valoraciones positivas en respaldo general, prioridad medioambiental, responsabilidad social y marco institucional. Por otro, las puntuaciones no recuperan todavía los niveles más altos de 2023, y el rendimiento económico de las iniciativas sostenibles continúa siendo el punto más débil. Todo ello sugiere que la sostenibilidad se mantiene como una dimensión relevante del entorno emprendedor, aunque su traducción en resultados empresariales visibles sigue siendo un terreno con recorrido.

Capítulo 6.

Reflexiones finales

Los resultados recogidos en esta edición 2025-2026 del Informe GEM Comunidad Valenciana permiten concluir que el ecosistema emprendedor regional mantiene un nivel elevado de actividad y una notable capacidad de adaptación. Todo ello se produce, además, en un contexto internacional todavía complejo, marcado por tensiones geopolíticas, incertidumbre económica, volatilidad energética y cautela en buena parte de los mercados. A pesar de este escenario, los principales indicadores muestran una realidad emprendedora activa, con una base social amplia y con señales relevantes de continuidad respecto a las tendencias observadas en los últimos años.

Desde la perspectiva de la actividad emprendedora, la TEA se sitúa en el 9,1% de la población adulta, superando el 8,2% registrado en 2024 y alcanzando nuevamente el valor más elevado de toda la serie histórica disponible para la Comunidad Valenciana. El desglose de la TEA muestra que las iniciativas nacientes representan un 6%, mientras que las iniciativas nuevas alcanzan el 3,1%. Esta composición confirma el peso importante de los proyectos en fases muy iniciales, lo que refleja una actividad emprendedora que sigue mostrando dinamismo, pero que todavía debe recorrer el tránsito hacia la consolidación.

En paralelo, la intención emprendedora se sitúa en el 15,4% de la población adulta. Aunque supone un ligero descenso respecto al máximo histórico del 16,4% registrado en 2024, continúa en niveles muy elevados y claramente por encima de los observados antes de 2023. Del mismo modo, la actividad consolidada alcanza el 8%, prolongando la evolución positiva de los últimos ejercicios y situándose en su valor más elevado desde 2013. Todo ello sugiere que el emprendimiento en la Comunidad Valenciana no responde únicamente a fenómenos coyunturales o episódicos, sino que mantiene también una base relativamente estable de iniciativas con recorrido y permanencia.

También debe tenerse en cuenta la evolución de los abandonos. En 2025, el 3,7% de la población adulta declara haber abandonado una actividad

empresarial durante los últimos doce meses, por encima del 2,8% registrado en 2024. Sin embargo, una parte importante de estas actividades continúa funcionando bajo la gestión de otras personas, de modo que la tasa real de cierres efectivos se sitúa en torno al 1,5%. Este matiz resulta relevante, ya que no todos los abandonos implican desaparición de actividad empresarial.

Por otro lado, el informe vuelve a mostrar la relevancia de las percepciones sociales vinculadas al emprendimiento. Más de la mitad de la población adulta declara contar con personas emprendedoras en su entorno cercano, lo que continúa reforzando una conclusión recurrente en los estudios GEM: la proximidad a experiencias emprendedoras reales favorece la normalización del emprendimiento como opción profesional y facilita la aparición de nuevas iniciativas.

En esta misma línea, tanto la percepción de oportunidades como la percepción de poseer conocimientos y habilidades suficientes para emprender mantienen niveles relativamente positivos. Sin embargo, el miedo al fracaso continúa afectando a una parte importante de la población adulta, mostrando que el emprendimiento sigue percibiéndose también como una actividad asociada a incertidumbre y riesgo.

En cuanto a las características de las iniciativas, el emprendimiento valenciano mantiene una fuerte presencia de proyectos de pequeña dimensión. La mayoría de las iniciativas TEA son impulsadas por una sola persona, y un 86,5% genera hasta cinco empleos. Las expectativas de empleo a cinco años también continúan siendo moderadas en una parte importante de los casos. Esta realidad no debe interpretarse necesariamente como una debilidad, pero sí obliga a distinguir entre creación de actividad y capacidad de crecimiento. El reto no está solo en que nazcan nuevas iniciativas, sino en que una parte de ellas pueda ganar dimensión, estabilidad y recorrido.

Del mismo modo, la elevada formación específica detectada entre personas emprendedoras potenciales, recientes y consolidadas sugiere una base emprendedora cada vez más familiarizada con contenidos y competencias relacionadas con el emprendimiento. Aunque ello no elimina barreras como la financiación, la burocracia o las dificultades de crecimiento, sí refleja una mayor exposición del ecosistema emprendedor valenciano a conocimientos, herramientas y experiencias vinculadas a la actividad emprendedora.

La estructura sectorial sigue mostrando una clara orientación hacia los servicios, especialmente hacia actividades de consumo y servicios a empresas, aunque en 2025 aumenta también el peso relativo del sector transformador. Esta composición se relaciona también con otros rasgos observados en el informe, como la elevada presencia de proyectos de menor tamaño, la dependencia de

la autofinanciación o la importancia de recursos digitales de comercialización, visibilidad y relación con clientes.

La financiación continúa siendo uno de los aspectos más sensibles. Los ahorros personales siguen constituyendo la principal fuente de capital semilla, con un 66,9% del total, acompañados por el apoyo del entorno familiar y cercano, que representa el 12,5%. Frente a ello, las instituciones financieras aportan el 7,9%, mientras que otras fuentes como subvenciones, business angels o crowdfunding mantienen una presencia más reducida. Esta cuestión aparece de forma consistente tanto en los datos de las iniciativas nacientes como en las valoraciones y recomendaciones del panel experto. La financiación sigue apareciendo no solo como una dificultad de arranque, sino también de crecimiento, escalado y consolidación.

Al mismo tiempo, el informe refleja una presencia cada vez más visible de la digitalización, la inteligencia artificial y la innovación. El comercio electrónico, las redes sociales, la computación en la nube, el análisis de datos y la IA aparecen como recursos relevantes para la estrategia, la comercialización y la gestión. También las respuestas del panel experto sitúan la transformación digital entre los principales factores de impulso. La digitalización aparece ya integrada en la forma en que muchas iniciativas nacen, operan, se relacionan con el mercado y buscan diferenciarse.

La innovación y la orientación internacional muestran igualmente señales de interés. Las iniciativas recientes presentan una mayor orientación innovadora que las consolidadas en productos, servicios, procesos y tecnologías. Además, en 2025 las iniciativas TEA muestran una presencia relativa superior en mercados exteriores respecto a las empresas consolidadas. Aunque la actividad internacional continúa siendo limitada para una parte importante del tejido emprendedor, este dato podría apuntar a que determinadas iniciativas nacen ya con una mirada más amplia que la estrictamente local.

La sostenibilidad y la responsabilidad social también mantienen presencia en el informe. Las personas emprendedoras declaran tener en cuenta implicaciones sociales y ambientales en sus decisiones, y el panel experto sigue valorando positivamente el respaldo general a las prácticas sostenibles, la prioridad medioambiental y la responsabilidad social. Con todo, la relación entre sostenibilidad y rendimiento económico sigue siendo el aspecto más débil dentro de este ámbito, lo que muestra que la sostenibilidad está presente en el discurso y en parte de la práctica, pero aún debe consolidarse plenamente como palanca de competitividad y generación de valor.

En relación con el entorno para emprender, el panel experto ofrece una lectura algo más favorable que la recogida el año anterior. Tras el retroceso general

observado en 2024, los datos de 2025 muestran una recuperación parcial en buena parte de las condiciones evaluadas. Las fortalezas tradicionales se mantienen: el acceso a infraestructura física vuelve a ser el ámbito mejor valorado, con una puntuación de 7; los programas públicos de apoyo y la infraestructura comercial y profesional alcanzan ambos el 5,9; y la formación post-escolar continúa situada entre las condiciones con valoración positiva, con un 5,3.

Esta mejora no oculta, sin embargo, la persistencia de debilidades conocidas. La financiación suficiente, las políticas públicas de apoyo y, especialmente, la educación emprendedora en primaria y secundaria siguen situándose en la parte baja de la clasificación. La educación emprendedora escolar continúa siendo la condición peor valorada, con un 3,1, lo que confirma una carencia estructural que viene apareciendo de forma reiterada en los informes GEM de la Comunidad Valenciana.

Las respuestas abiertas del panel experto ayudan a completar esta lectura. Como factores de impulso, las personas expertas señalan especialmente los programas públicos de apoyo, junto con la transformación digital, la transferencia de I+D, el clima económico, las infraestructuras y la apertura del mercado. Aparecen referencias concretas a CEEIs, universidades, parques científicos, Lanzadera-Marina de Empresas, Distrito Digital o Startup Valencia, que muestran la existencia de un ecosistema amplio, activo y reconocible.

Sin embargo, cuando el panel formula recomendaciones, el foco vuelve a situarse en las mismas cuestiones de fondo: reducir burocracia, mejorar fiscalidad, reforzar la financiación, coordinar mejor los agentes del ecosistema, facilitar el escalado y conectar más eficazmente universidad, empresa, startups, administración e inversión. Esta coincidencia entre diagnóstico y recomendación es relevante: la Comunidad Valenciana cuenta con apoyos, agentes e infraestructuras, pero necesita que el ecosistema funcione de forma más ágil, más coordinada y más accesible para quienes emprenden.

En conjunto, los resultados reflejan un ecosistema emprendedor valenciano activo, con fortalezas claras y con señales de mejora respecto al año anterior en las condiciones de entorno. Pero también muestran que el crecimiento de la actividad emprendedora debe ir acompañado de mejores condiciones para consolidar, financiar, escalar y profesionalizar los proyectos. No basta con que haya más intención o más iniciativas en marcha; es necesario que una parte creciente de ellas pueda transformarse en empresas sostenibles, innovadoras, generadoras de empleo y con capacidad de permanencia.

Finalizamos estas reflexiones con una sensación razonablemente positiva, pero no por ello complaciente. La Comunidad Valenciana dispone de una base

empresadora sólida, una red de apoyo reconocida y un ecosistema cada vez más conectado. El desafío está en seguir fortaleciendo aquello que ya funciona y actuar con mayor decisión sobre las debilidades persistentes: financiación, burocracia, coordinación institucional, transferencia de conocimiento y educación empresadora temprana.

Desde GEM Comunidad Valenciana seguimos comprometidos con aportar conocimiento riguroso, continuado y útil sobre esta realidad, con el propósito de contribuir a que el emprendimiento regional sea cada vez más sólido, innovador, sostenible y útil para el desarrollo económico y social de la Comunidad Valenciana.

Índice de figuras

Figura 1. Marco teórico GEM.....	14
Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.	15
Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.	16
Figura 4. Fuentes de información GEM.....	16
Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).....	29
Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).	30
Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).....	32
Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).....	33
Figura 9. Posicionamiento de percepciones y actitudes emprendedoras en la población.....	35
Figura 10. Posicionamiento de la percepción relativa de oportunidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).	36
Figura 11. Posicionamiento de la percepción relativa de conocimientos y habilidades para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).....	36
Figura 12. Posicionamiento del miedo al fracaso como obstáculo para emprender por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).	37

Figura 13. Posicionamiento de la disponibilidad de red social emprendedora por CC.AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).....	37
Figura 14. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.....	40
Figura 15. Tasas de involucración 2025 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.....	41
Figura 16. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).....	43
Figura 17. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).	44
Figura 18. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).	45
Figura 19. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).	47
Figura 20. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).....	48
Figura 21. Motivación emprendedora.	51
Figura 22. Posicionamiento del emprendimiento potencial por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).....	54
Figura 23. Posicionamiento del emprendimiento TEA por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).	55
Figura 24. Posicionamiento del emprendimiento consolidado por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).....	56
Figura 25. Posicionamiento de la tasa de cierres por CC. AA. (Fuente: Informe GEM para España 2025-2026).....	57
Figura 26. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.....	60
Figura 27. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo (% de población entre 18-64 años).....	61

Figura 28. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).....	63
Figura 29. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.	66
Figura 30. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).	68
Figura 31. Formación específica para emprender por fases del proceso.....	70
Figura 32. Distribución por procedencia en las fases del proceso emprendedor.	71
Figura 33. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).....	76
Figura 34. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.	77
Figura 35. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado.	78
Figura 36. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).	80
Figura 37. Características del empleo creado en los últimos 12 meses (en iniciativas emprendedoras y en empresas consolidadas).....	81
Figura 38. Fuente del capital semilla para el inicio de negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2025 (% de origen de los fondos).....	85
Figura 39. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).	89
Figura 40. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2025 (% de iniciativas emprendedoras).	90
Figura 41. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2025 (% de iniciativas emprendedoras).....	91
Figura 42. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).	92
Figura 43. Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio (% de iniciativas emprendedoras).....	94

Figura 44. Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales (% de iniciativas emprendedoras).	96
Figura 45. Impactos positivos de implementar inteligencia artificial en una empresa (% de iniciativas emprendedoras).	97
Figura 46. Impactos negativos de implementar inteligencia artificial en una empresa (% de iniciativas emprendedoras).	99
Figura 47. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).	100
Figura 48. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).	102
Figura 49. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).	103
Figura 50. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2025 en la Comunidad Valenciana.	108
Figura 51. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2025 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.	120
Figura 52 Valoración media de las percepciones del grupo experto respecto a las prácticas de sostenibilidad en 2025 en la Comunidad Valenciana.	130

Índice de tablas

Tabla 1. Cuadro de indicadores.....	21
Tabla 2. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.....	50
Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por sexo.....	61
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor y edad.....	64
Tabla 5. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor y estudios.....	67
Tabla 6. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor y procedencia...	72
Tabla 7. Perfil medio 2025 de personas involucradas en el proceso emprendedor.	74
Tabla 8. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.....	83
Tabla 9. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana 2025.	87
Tabla 10. Condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.	106
Tabla 11. Ámbito de influencia del grupo experto GEM C. Valenciana 2025.....	107
Tabla 12. Ámbito de procedencia del grupo experto GEM C. Valenciana 2025	107
Tabla 13. Evolución de valoración media de condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana.	110
Tabla 14. Fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2025).	123
Tabla 15. Ambitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2025).	125

Ficha técnica del estudio

Universo: Población de 18 a 70 años residente en la Comunidad Valenciana.

Población objetivo: 3.705.312 individuos (fuente INE 2024)

Muestra: 1.000 individuos.

Margen de confianza: 95,0%.

Error muestral $\pm 3,10\%$ en 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: mayo a julio de 2025.

Metodología: 70% encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI) y 30% online (CAWI).

Trabajo de campo y 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 2025, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Arabia Saudí, Argelia, Argentina, Austria, Baréin, Brasil, Canadá, Catar, Chile, Chipre, Corea del Sur, Costa Rica, Croacia, Ecuador, Egipto, El Salvador, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Finlandia, Francia, Guatemala, Hungría, India, Israel, Italia, Japón, Jordania, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Marruecos, México, Noruega, Omán, Países Bajos, Perú, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, República Eslovaca, Rumanía, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Uruguay y Venezuela.

© Global Entrepreneurship Research Association

Global Entrepreneurship Monitor

<http://www.gem-spain.com/>

ISSN: 1988-4885

Relación equipos de Red GEM España 2025-2026

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.)	Ana Fernández-Laviada (Presidenta Ejecutiva del OEE) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica) Paula San Martín Espina (Secretaria del OEE) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica) María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves, Rosa Batista Cano y María Saiz Santos (Comité de Dirección del OEE) Sebastián Pérez Vides (Responsable de redes sociales del OEE) Javier Melero Rus (Responsable web del OEE) Andrés Valdés López (Responsable de medios del OEE)	Observatorio del Emprendimiento de España (OEE) ENISA Coca Cola
Andalucía	Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía	María del Mar Fuentes Fuentes (presidenta) Rafael Ventura Fernández (vicepresidente) Alfonso M. Márquez García (secretario) Francisco Liñán (director técnico) José Ruiz Navarro Carmen Cabello Medina Carmen Camelo Ordaz Carlos J. Cano Guillén Emilio J. Morales Fernández José Manuel Sánchez Vázquez Nuria Toledano Garrido	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

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía Universidad de Córdoba	Emilio J. Morales Fernández (Coord.) Joaquín García-Tapial Arregui Raquel Puente Castro William Stive Fajardo Moreno Rocío Muñoz Benito (Coordinadora) Virginia Navajas Romero Sandra Sánchez Cañizares Luis Javier Cabezas Ramírez	Universidad Loyola Andalucía Universidad de Córdoba
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 (Coord.) Francisco Liñán Alcalde (Coord.) 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	Domingo Fernández Uclés (Coord.) Raquel Barreda Tarazona Lucas Antonio Cañas Lozano Elia García Martí José García Vico María de la Paz Horno Bueno Alfonso M. Márquez García Ana Belén Mudarra Fernández Manuel Carlos Vallejo Martos Julio Vena Oya Juan Alberto Hueso Arrabal	Universidad de Jaén Diputación Provincial de Jaén Cátedra Universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coord.) Sofía Louise Martínez Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coord.) Francisco Liñán (Coord.) Antonio Carmona Lavado Aída del Cubo Molina José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Juan A. Martínez Román Ana Pérez Luño Elena Sousa Ginel	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla E&I (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director) Consuelo González Gil (Co-Directora) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Minerva González Velasco Javier Montero Villacampa	Fundación Aragón Emprende Cátedra Emrender Departamento de Presidencia, Economía y Justicia del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director) Vanesa Solís Rodríguez (Directora Técnica) 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) María Sard Bauzá (Directora Técnica) Bartolomé Deyá Tortella César Llorente López	Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoría i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora) Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica) 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) Paula San Martín Espina (Directora Técnica) Carlos López Gutiérrez Andrea Pérez Ruiz David Robles Elorza Sergio Sanfilippo Azofra Francisco Manuel Somohano Rodríguez	Fundación UCEIF Fundación Caja Rural de Asturias SODERCAN-TEC FAB LAB
Cataluña	Institut Metròpoli Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte Nuez(Director) Enric Genescà Garrigosa Joan Lluís Capelleras Segura Marc Figuls Sierra Teresa Obis Artal	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball Institut Metròpoli
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Co-Director) Ángela González Moreno (Co-Directora) Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico) Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra M.ª Cristina Díaz García M.ª Laura Avellaneda Rivera Marcos Carchano Alcaraz Inés Rueda Sampedro	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Daniel Alonso Martínez (Director) Constantino García Ramos (Director Técnico GEM) Nuria González Álvarez José Luis de Godos Díez Ana Patricia Fanjul Alemany Ángel Morán Muñoz	Universidad de León
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director) María José González López (Directora Técnica) 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) Yolanda Bueno Hernández (Co-Directora) Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Rubén Mora Ruano Lorena Martínez González Carlos Merino Moreno Hermógenes del Real Álvarez Isidro de Pablo López	Ayuntamiento de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Fundación LAB Mediterráneo Aligrupe Seur Consellería de Industria, Comercio, Innovación y Comercio

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 (Dirección Técnica) Nuria Ramos Vecino María Calzado Barbero Jessica Paule Vianez María Victoria Postigo Jiménez Manuel Almodóvar González Jaime Flores Luján Blanca Jiménez Cerro Ángel Manuel Díaz Aunión	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Junta de Extremadura. Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital Diputación de Badajoz Diputación de Cáceres Philip Morris Spain, S.L. CC. NN. Almaraz-Trillo Grupo Ros Multimedia
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández) ¹ Isabel Neira Gómez (Directora Técnica) ¹ Emilio Ruza Sanmartín ¹ Sara Fernández López ¹ Marta Portela Maseda ¹ Jacobo Feás Vázquez ¹ Lucía Rey Ares ¹ Pilar Piñeiro García ¹ María Bastida Domínguez ¹ Yago Atrio Lema ¹ Nuria Calvo Babío ² Ariadna Monje Amor ² Esther Barros Campello ² Carmen Gago Cortés ² Alberto Vaquero García ³ Ernesto López-Valeiras Sampedro ³ Vasilica Cristina Ilie ³ Xavier Martínez Cobas ³ Roberto Graña Álvarez ³ Guillermo Andrés Zapata Huamani 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)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director) Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico) Isabel Díez Vial (Directora Académica) José Eduardo Rodríguez Oses Dolores Alicia Queiruga Dios Ana Milena Silva Valencia Aida Galiano Martínez Sergio Rodríguez-Garnica	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) UNIR- La Universidad en Internet CaixaBank-Day ONE- Premios Emprande 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) Jenny María Ruiz Jiménez Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín Sufia Mohand Amar Matilde Ruiz Arroyo Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus	Universidad de Granada
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora) Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Empresa, Empleo y Economía Social Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE CEIN Universidad de La Rioja University of Southern Denmark (SDU)	Lucía Garcés Galdeano (Directora) Ignacio Contin Pilart Martín Larraza Kintana Cristina Bayona Saez Paula Anzola Román María Blanca Palacios Navarro Uxue Itoiz Mariñelarena Lucía Nieto Sádaba Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra - CEIN
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona Universitat Rovira i Virgili	María Saiz-Santos (Directora) Jon Hoyos Iruarizaga (Codirector Técnico) Zaira Vicente Adame José L. González-Pernía (Director Técnico) Iñaki Peña Legazkue Alaitz Zabala Zarauz Valery Chistov Nerea González Eguia Aimar Basañez Zulueta David Urbano Pulido Rebeca Martín Díez	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
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó Santacreu (CEO Instituto Opinòmetre) Meritxell Perramon Colet (Directora y Jefa de campo) Joaquín Vallés Lorente (Coordinación técnica) Daniel Polo López (Analista de datos e innovación) Albert Lamarca Zapater (Supervisión y validación de datos)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España

EQUIPOS GEM ESPAÑA 2025

GEM España



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
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 Almería



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA



DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA



UCA | Universidad
de Cádiz



Diputación
de Cádiz

COORDINACIÓN
Y DESARROLLO ESTRATÉGICO,
PRODUCTIVO Y SOCIAL

GEM Córdoba



Universidad
LOYOLA



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA

GEM Granada



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



Diputación
de Granada

GRANADA EMPRESAS



CÁTEDRA
DE LA PROVINCIA



Universidad
de Huelva

GEM Jaén



UNIVERSIDAD
DE JAÉN



DIPUTACIÓN
DE JAÉN



CÁTEDRA
UNIVERSITARIA DE
EMPENDIMIENTO
FULGENCIO MESEGUER



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Ayuntamiento
de Málaga



PROMALAGA



Cátedra de
Emprendimiento
Sostenible

GEM Sevilla



UNIVERSIDAD
PABLO DE OLAVIDE
SEVILLA



INN
LAB
INNOVACIÓN,
EMPENDIMIENTO
Y EMPRESA FAMILIAR



UNIVERSIDAD
DE SEVILLA



Progetur



Diputación
Sevilla
PROGETUR

GEM Aragón



FUNDACIÓN
ARAGÓN
EMPRENDE



Cátedra
EMPRENDER
Universidad Zaragoza



GOBIERNO
DE ARAGON
Departamento de Presidencia,
Economía y Justicia



Fundación
Caja Rural
de Asturias



Universidad de Oviedo
Universidad d'Oviedo
University of Oviedo



Principado de
Asturias
Consejería de Ciencia,
Industria y Empleo

GEM Baleares



Conselleria d'Empresa,
Autònoms i Energia
Direcció General d'Empresa,
Autònoms i Comerç



Gobierno de Canarias



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



ULPGC
Universidad de
Las Palmas de
Gran Canaria



Universidad
de La Laguna

GEM Cantabria



Fundación
UCEIF



UC



YSB
Centro Yunus
Cantabria
YUNUS SOCIAL BUSINESS CENTRE



CAJA RURAL
DE ASTURIAS



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA,
COMERCIO Y TURISMO



GOBIERNO
DE
CANTABRIA
CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, EMPLEO,
INNOVACIÓN Y COMERCIO



SODERCAN
SOCIEDAD PARA EL DESARROLLO
REGIONAL DE CANTABRIA
40 años



TECH
FAB
LAB

GEM Castilla-La Mancha



UCLM



Castilla-La Mancha



FUNDACIÓN
Globalcaja



universidad
de León



ic3cyl
competitividad
empresarial



Junta de
Castilla y León

GEM Catalunya



UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona



Diputació
de Barcelona



Àrea de Desenvolupament
Econòmic, Turisme i Comerç



Institut
Metropolità



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



