



Emprendimiento Joven en España

Análisis de situación con datos GEM 2024-25



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA

+25 años de datos

Con la colaboración de:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
SEGUNDA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Emprendimiento Joven en España

Análisis de situación con datos GEM 2024-25



Dirección:

Rosa M. Batista Canino (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria).

Ana Fernández Laviada (Universidad de Cantabria).

Autores/as (por orden alfabético):

Rosa M. Batista Canino (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria),

Ana Fernández Laviada (Universidad de Cantabria), **Desiderio Gutiérrez**

Taño (Universidad de La Laguna), **Sofía Martínez Martínez** (Universidad de Málaga), **Jesús Martínez Mateo** (Universidad Miguel Hernández de Elche), **Adriana Pérez Encinas** (Universidad Autónoma de Madrid), **Silvia**

Sosa Cabrera (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria).

Dirección técnica:

Jesús Martínez Mateo (Universidad Miguel Hernández de Elche).

Colaboración en la difusión: ENISA.

Trabajo de campo: Opinòmetre.

Edición: Observatorio del Emprendimiento de España.

Maquetación: Daniel García Corrales (surgencia.net).

ISBN: 978-84-09-79431-7



**OBSERVATORIO DEL
EMPRENDIMIENTO
DE ESPAÑA**

+25 años de datos

Con la colaboración de:



Índice

1	Presentación YBS	4
2	Introducción	6
3	El proyecto GEM	11
4	Metodología y planteamiento del estudio	13
5	Principales indicadores de situación	16
6	Perspectiva del emprendimiento en la población joven	18
6.0	Nota metodológica y guía de lectura y consulta	19
6.1	Percepción de oportunidades para emprender.	20
6.2	Disposición de conocimientos y habilidades para emprender	24
6.3	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	28
6.4	Facilidad percibida para emprender un negocio	32
7	Involucración de jóvenes en el proceso emprendedor	36
7.0	Nota metodológica y guía de lectura y consulta	37
7.1	Perspectiva global del proceso emprendedor joven	38
7.2	Intencionalidad emprendedora	39
7.3	Involucración en la actividad emprendedora nueva	42
7.4	Involucración en la actividad emprendedora consolidada	45
7.5	Motivación para emprender	48
7.6	Abandonos de actividad	50
7.7	Perfil sociodemográfico de los jóvenes que emprenden	51

8	Características de la actividad emprendedora nueva desarrollada por jóvenes	63
8.0	Nota metodológica y guía de lectura y consulta	64
8.1	Especialización productiva por sectores	65
8.2	Necesidades y fuentes de capital para emprender	66
8.3	Número de personas socias	68
8.4	Número de personas trabajadoras	69
8.5	Nivel tecnológico del sector en el que operan	70
8.6	Grado de innovación en producto y en proceso	71
8.7	Orientación internacional	72
8.8	Expectativas de incremento del uso de tecnologías digitales	73
8.9	Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio	74
8.10	Percepción de los impactos de la implementación de IA	75
8.11	Sostenibilidad de la actividad	77
8.12	Evolución de las características de la actividad emprendedora (2023-24 vs 2024-25)	79
9	Reflexiones finales	80
10	Conclusiones	86
11	Casos de emprendimiento joven	89

1

Presentación YBS



En Youth Business Spain (YBS) llevamos más de una década trabajando para que el emprendimiento juvenil deje de ser una aspiración minoritaria, y se convierta en una oportunidad real, accesible y transformadora para miles de jóvenes en nuestro país. Somos el miembro en España de Youth Business International (YBI), una red global presente en más de 65 países y con más de 25 años de experiencia apoyando a jóvenes emprendedores en contextos económicos, sociales y políticos muy diversos.

Nuestro origen responde a una convicción clara: el desempleo juvenil no se resuelve únicamente con políticas de formación e inserción laboral, sino también impulsando la capacidad de los jóvenes para generar su propio empleo y, con ello, dinamizar la economía, la comunidad y la sociedad en su conjunto. Nacimos como una alianza multiactor que conecta Administración Pública, empresas privadas y entidades sociales con un propósito común: fortalecer el ecosistema de apoyo al emprendimiento juvenil en España. Hoy, operamos como una comunidad de conocimiento y de acción, un verdadero *think tank* del emprendimiento juvenil con vocación de *do tank*, que diseña metodologías innovadoras, impulsa alianzas estratégicas, genera impacto basado en la evidencia, y promueve soluciones estructurales para que cualquier joven, con independencia de su origen social, nivel de renta o territorio, pueda emprender con garantías.

Este informe forma parte de ese compromiso. No se trata solo de medir datos, sino de comprender qué está ocurriendo con el emprendimiento joven en un momento decisivo para el país y para el mundo. España enfrenta simultáneamente varios desafíos estructurales: una demografía envejecida, una creciente brecha territorial entre zonas urbanas y rurales, la fuga de talento joven, la transición ecológica o la necesidad de garantizar el relevo generacional en miles de empresas y puestos de trabajo. En este contexto, el emprendimiento juvenil no es únicamente una opción profesional, sino una palanca estratégica de país.

El reto no es únicamente que más jóvenes quieran emprender. El reto es comprender con rigor qué condiciones favorecen que esa intención se transforme en proyectos sostenibles y qué barreras están limitando su consolidación. Solo a partir de un análisis basado en datos es posible identificar en qué estamos avanzando, dónde persisten las brechas y qué palancas deben activarse para fortalecer el ecosistema emprendedor juvenil.

Es un orgullo y una responsabilidad presentar, con el apoyo del Ministerio de Trabajo y Economía Social, este Análisis de situación del emprendimiento joven en España 2025, basado en los datos del Informe GEM. Los datos nos siguen mostrando una realidad paradójica: mientras crece el interés y la vocación emprendedora

entre los jóvenes, impulsada por causas aspiracionales como la justicia social y la lucha contra el cambio climático, la puesta en marcha efectiva de proyectos y la consolidación sigue siendo baja en comparación con otros países y con generaciones anteriores. Esa brecha, especialmente acusada en el contexto europeo, nos interpela directamente.

Por eso, este informe no es un punto de llegada, sino una herramienta viva para la acción. Con él, queremos invitar a todo el ecosistema —público, privado y social— a sumarse a esta reflexión y, sobre todo, a la acción colectiva. En Youth Business Spain seguiremos trabajando, desde lo global a lo local, para convertir la energía y las ideas de los jóvenes en proyectos reales que construyan el futuro de todos.



2

Introducción





Si espero perderé la energía de la juventud

– A. Magno –



La situación del emprendimiento joven en España se desarrolla en un contexto caracterizado por altos niveles de vulnerabilidad laboral y una presencia aún reducida del autoempleo entre las personas jóvenes. Esta realidad contrasta con las aspiraciones de una parte significativa de la juventud: más de la mitad considera el emprendimiento como una opción profesional viable y deseable para su futuro¹. Según el informe *Inserción Laboral Juvenil: Aspiraciones, Preocupaciones y Desafíos*², el 55,6% de las personas jóvenes ha contemplado la posibilidad de iniciar un negocio propio, aunque sin llegar aún a materializarlo.

Esta brecha entre aspiraciones y resultados pone de manifiesto una dualidad estructural relevante. Pese a la existencia de programas específicos de apoyo al emprendimiento juvenil y a ciertos indicadores de crecimiento del autoempleo en esta cohorte de edad, la capacidad real de los jóvenes para desarrollar proyectos empresariales estables se ve condicionada por la precariedad laboral persistente, la dificultad para acumular capital y la incertidumbre vital³. La narrativa de muchos jóvenes recogida en el reciente *Mapa Sistémico*

co del *Emprendimiento Juvenil* refleja con claridad esta tensión: “[...] si encontrara apoyo y supiera por dónde empezar, me plantearía seriamente montar algo propio”, lo que evidencia que el déficit no es tanto motivacional, sino informativo y estructural⁴.

Así, las trayectorias socioeconómicas de la juventud española están fuertemente condicionadas por un entorno de inestabilidad e incertidumbre que se ha visto afectado por la sucesión de crisis experimentadas en las dos últimas décadas: la Gran Recesión, la pandemia de la COVID-19 y la posterior crisis inflacionista. La *maldición de la eterna juventud*⁵ sostiene que las personas jóvenes han crecido con las peores perspectivas económicas de los últimos 60 años y que, además, se benefician en menor medida de los períodos de recuperación económica.

Esta situación se refleja con claridad en los indicadores de pobreza y exclusión social. En 2024, el 26,8% de las personas entre 18 y 24 años se encontraba en riesgo de pobreza y/o exclusión social, porcentaje ligeramente superior al de los grupos de 30 a 44 años y de 45 a 64 años (25,9% y 25,6%, respectivamente). Este valor

desciende al 22,3% en el tramo de 25 a 29 años⁶. Estos datos revelan una fragilidad que condiciona de forma significativa los proyectos de autonomía económica en esta etapa vital, incluido el emprendimiento.

Sin embargo, en los últimos años el autoempleo juvenil ha mostrado una evolución positiva. La vía del autoempleo ha ganado cierta tracción, aunque insuficiente para alterar el patrón dominante. En septiembre de 2025, la afiliación de jóvenes entre 16 y 29 años al Régimen Especial de Autónomos (RETA) alcanzó las 242.318 personas⁷, con un crecimiento interanual del 4,4%. No obstante, la tasa de autoempleo juvenil (7,7%) sigue siendo claramente inferior a la del conjunto de la población trabajadora (16%). De hecho, el 89,2% de la población joven ocupada está afiliada al Régimen General de la Seguridad Social, lo que confirma que el emprendimiento formal sigue siendo, por el momento, una ruta minoritaria (SEPE, 2025)⁷. Esta situación resulta especialmente relevante si se considera que el emprendimiento es la cuarta opción laboral más deseada por los jóvenes (18,2%), solo por detrás de la vocación, la estabilidad y la conciliación².

¹ Fundación Santa María La Real (2024). *Emprendimiento juvenil en España: situación actual y perspectiva de crecimiento*. <https://areaempleofsmr.es/estudios-publicaciones/>

² Zaragoza Marquina, E., Moliner Cros, A. y Sabín Galán, F. (2025). *Inserción laboral juvenil: aspiraciones, preocupaciones y desafíos*. Centro Reina Sofía de Investigación en Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17047595>

³ Consejo de la Juventud de España & Oxfam Intermón. (2022). *La maldición de la eterna juventud*. <https://www.cje.org/investigacion/>

⁴ Youth Business Spain y Hexagonal (2025). *Mapa Sistémico del Emprendimiento Juvenil*. <https://kumu.io/hexagonal/mapa-sistemico-del-emprendimiento-juvenil>

⁵ EAPN España. (2025). *El Estado de la Pobreza 2025: Seguimiento de los indicadores de la Agenda UE 2030*. <https://www.eapn.es/>

⁶ Ministerio de Trabajo y Economía Social (2025). *Jóvenes y mercado de trabajo*. https://www.mites.gob.es/es/sec_trabajo/analisis-mercado-trabajo/jovenes/index.htm

⁷ Servicio Público de Empleo Estatal (2025). *Informe del Mercado de Trabajo de los Jóvenes menores de 30 años. Estatal 2025 (Datos 2024)*. <https://www.sepe.es/dam/jcr:d1151522-49f4-4643-bb02-479c1af2fce3/>

Ahora bien, el análisis del emprendimiento joven no puede desligarse de las condiciones del mercado laboral. Pese a la mejora de algunos indicadores macroeconómicos, la tasa de paro juvenil (16 a 24 años) se situó en el 24,9% en 2024, más del doble que la tasa de desempleo del conjunto de la población en esa misma anualidad (10,7% para 16–64 años)⁶. En el contexto europeo, España figura entre los países con mayores tasas de desempleo juvenil, superando en más de diez puntos la media de la eurozona en el grupo etario de 15 a 24 años, según los datos de Eurostat referidos al 2024. Este escenario se ve reforzado por la elevada incidencia de la temporalidad involuntaria⁸ (40,4% para jóvenes de 15–24 años en 2024) y del empleo a tiempo parcial no deseado (43,5% para 15–29 años), con valores ampliamente superiores a los registrados en el conjunto de la Eurozona (14,3% y 18,4%, respectivamente). Además, y aunque los salarios de los jóvenes han aumentado un 8,38% entre 2020 y 2023, este incremento se ha visto ampliamente neutralizado por el aumento del IPC (16,7%), reduciendo aún más el poder adquisitivo y la capacidad de ahorro necesaria para emprender.

Por su parte, la educación superior sigue actuando como una palanca de inserción laboral. El *Informe Juventud en España 2024*⁹ pone de relieve la brecha en el segmento joven en función del nivel de estudios finalizados: a más estudios, más empleo. En el cuarto trimestre de 2024, el 48,5% de las personas jóvenes ocupadas de 16 a 29 años contaba con niveles edu-

cativos altos, frente al 21,4% con bajo nivel formativo⁶. No obstante, los jóvenes más cualificados se están enfrentando ya a un mercado laboral cambiante, fruto de la adopción de la IA que mecaniza un gran volumen de trabajo especializado¹⁰.

Sin embargo, persiste una paradoja relevante: la sobrecualificación. Aunque los graduados presentan una elevada tasa de afiliación a la Seguridad Social a los cuatro años tras el egreso de sus estudios (75,9%)¹¹, una parte significativa percibe que su empleo está poco o nada relacionado con su formación (26% entre graduados y el 16% entre titulados de máster y doctorado). Este desajuste entre formación y empleo puede actuar como un factor de frustración, pero también como detonante del emprendimiento, especialmente en proyectos alineados con el conocimiento y el capital humano acumulados.

La combinación de salarios insuficientes y trayectorias laborales inestables, junto con las dificultades de acceso a la vivienda, ha desplazado la edad media de emancipación juvenil hasta los 30,4 años, muy por encima del promedio europeo (26,3 años). En 2021, solo el 32,5% de los jóvenes independientes disponían de vivienda en propiedad, frente al 54% en 2008, mientras que el alquiler a precio de mercado se ha incrementado de forma notable (32,5 puntos de 2008 a 2021)³. La vivienda se erige, así, en un factor crítico que absorbe recursos económicos potencialmente destinados a la

inversión, limitando la capacidad de las personas jóvenes para iniciar proyectos empresariales propios.

En este contexto, el emprendimiento joven aparece con frecuencia vinculado a la búsqueda de alternativas ante la falta de empleo digno, más que a trayectorias basadas en una acumulación previa de capital y de aprovechamiento de las oportunidades. Iniciativas como el *Plan de Garantía Juvenil Plus 2021–2027* buscan mejorar la cualificación, facilitar la inserción laboral y promover el emprendimiento juvenil. Según la evaluación intermedia de dicho plan¹², el 68% de las personas participantes accedió a alguna oportunidad de empleo y emprendimiento. No obstante, aunque el ecosistema de apoyo se ha movilizado, las condiciones de partida limitan significativamente el salto hacia la independencia económica a través de la creación de negocios.

Sin embargo, lejos de la apatía, la juventud española se define como un colectivo activo, crítico y resiliente⁸. Su compromiso con la igualdad, la justicia climática, la salud mental, la diversidad cultural y las causas sociales, así como su elevada valoración de la educación y del capital cultural, constituyen un activo fundamental para el emprendimiento. Este perfil favorece el desarrollo de iniciativas empresariales de mayor valor añadido, con un fuerte componente social y ético, alineando sus valores colectivos con sus proyectos económicos. El reto, por tanto, no reside en la falta de motivación o talento, sino en la necesidad de transformar las condi-

⁸ Tasa de temporalidad involuntaria, 15–24 años (%): asalariados temporales que no encuentran trabajo indefinido sobre total de asalariados temporales; Tasa de parcialidad involuntaria, 15–29 años (%): ocupados que no encuentran trabajo a tiempo completo sobre total de ocupados a tiempo parcial.

⁹ Feixa, C. (Dir.). (2025). *Informe Juventud en España 2024: Entre la emergencia y la resiliencia*. Instituto de la Juventud. <https://www.injuve.es/>

¹⁰ Organización Internacional del Trabajo (2026). *Tendencias sociales y del empleo 2026*. <https://www.ilo.org/es/publications/flagship-reports/tendencias-sociales-y-del-empleo-2026>

¹¹ Fundación CYD (2025). *La empleabilidad de los jóvenes en España 2025. ¿Cómo es la inserción de los graduados universitarios?* <https://www.fundacioncyd.org/publicaciones-cyd/>

¹² OECD (2025). *Mid-Term Evaluation of Spain's Youth Guarantee Plus Plan 2021–2027*. <https://doi.org/10.1787/1197d87d-en>

ciones estructurales que mantienen a esta generación en una prolongada espera.

Así, el emprendimiento juvenil en España no es una cuestión de actitud, sino de contexto. Una generación preparada, comprometida y con aspiraciones claras se enfrenta a un entorno que dificulta sistemáticamente la autonomía económica. Convertir ese potencial latente en proyectos empresariales sostenibles exige integrar las políticas de fomento del emprendimiento con intervenciones que aborden de forma decidida las raíces de la precariedad que condicionan el presente y el futuro de la juventud. Y para ello, la cita que abre este informe remite a una idea central que se refleja en todo el análisis: el tiempo constituye un factor crítico para la activación del potencial emprendedor juvenil. Todo indica, pues, la urgente necesidad de influir positivamente en el entorno para favorecer el potencial emprendedor de nuestros jóvenes.

Entretanto, dar cuenta de los logros emprendedores de este segmento de la población es objeto del presente informe. En él se profundiza en el análisis de la actividad emprendedora entre la población de 18 a 34 años en España. Esta nueva edición incorpora, especialmente en el capítulo 7, una perspectiva evolutiva de los principales indicadores examinados previamente, tomando el informe del ciclo 2022-2023 como base del estudio. De esta forma, se evalúa, durante el último trienio, la trayectoria del emprendimiento entre los jóvenes que, a la luz de los argumentos expuestos, resulta una actividad estratégica para el país. Se refuerza así el compromiso con el estudio del emprendimiento joven mediante un análisis detallado de sus dimensiones clave en contraste con las desarrolladas por emprendedores de más de 34 años. Tal aproximación

es posible gracias a la labor investigadora continuada del Observatorio del Emprendimiento de España, que aplica, desde hace veinticinco años, una metodología ampliamente consolidada y homologada a nivel internacional, en coordinación con el Consorcio internacional del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor*. El presente informe se une al conjunto de monográficos que el Observatorio produce anualmente para distintas instituciones con el fin de dar a conocer de forma más detallada el fenómeno emprendedor en España. El lector interesado puede acceder a los mismos en <https://bit.ly/InformesEspeciales>.

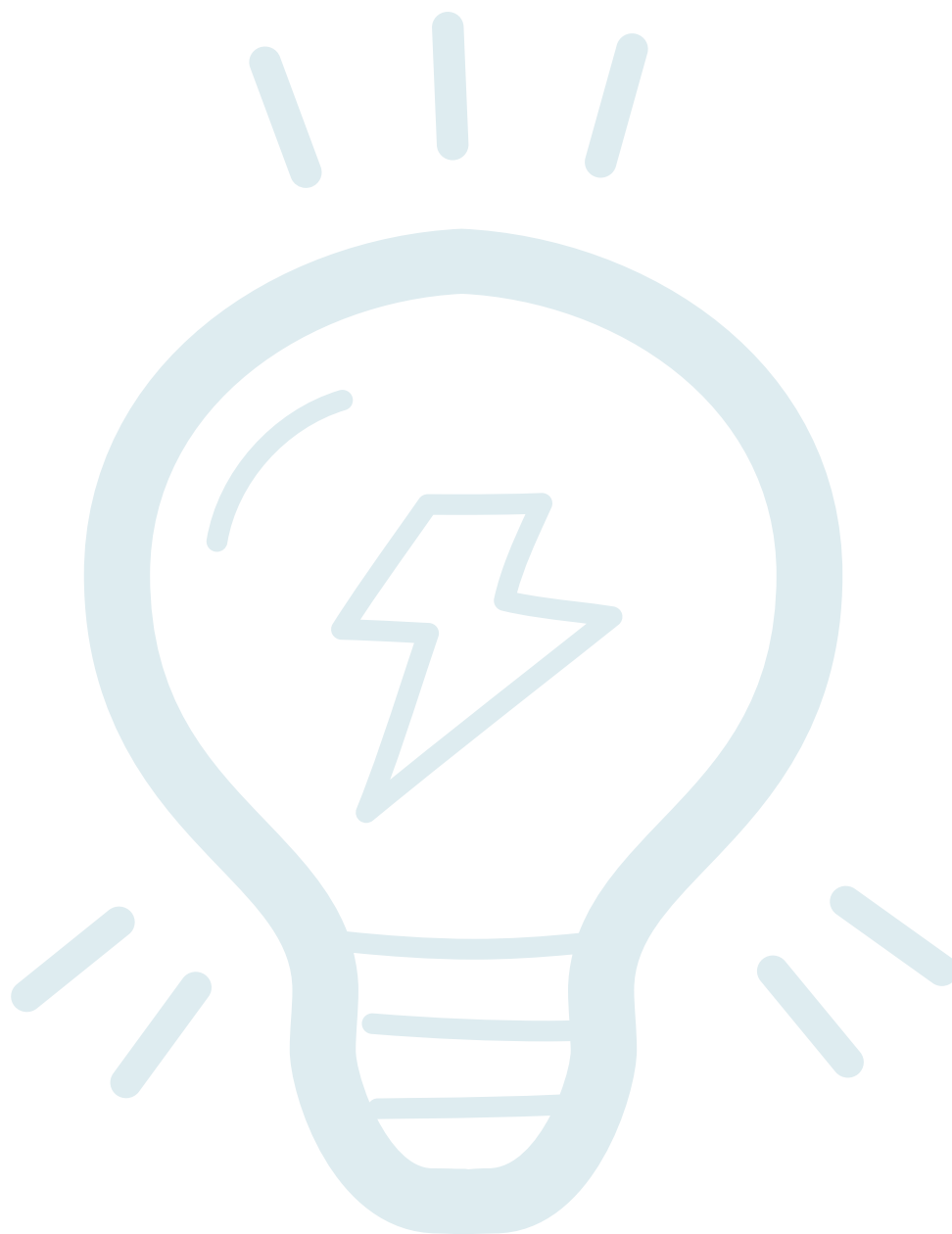
De esta manera, el monográfico recoge, a lo largo de sus distintas secciones, un conjunto de resultados relevantes vinculados a cuestiones clave como las expectativas en torno al emprendimiento juvenil, el nivel de participación de la población joven en las distintas etapas del proceso emprendedor, su perfil sociodemográfico y las principales características de las nuevas iniciativas empresariales que ponen en marcha. La evidencia analizada pone de manifiesto un escenario ambivalente para el emprendimiento joven, en el que conviven señales de dinamismo con indicadores que apuntan a un progresivo debilitamiento del entorno percibido. Por un lado, una parte significativa de la población joven identifica oportunidades y declara disponer de las competencias necesarias para emprender, especialmente entre quienes ya participan en el proceso emprendedor; sin embargo, estas percepciones muestran una tendencia descendente y se ven acompañadas por un incremento generalizado del miedo al fracaso y por una valoración cada vez más negativa de la facilidad para iniciar un negocio. Estas dinámicas afectan de forma desigual a los distintos colectivos, manteniéndose brechas relevantes por

género y territorio, con una posición sistemáticamente menos favorable para las mujeres jóvenes y con diferencias regionales aún significativas.

Estas percepciones se reflejan en los patrones de involucración efectiva en el emprendimiento. Aunque cerca de una cuarta parte de la población joven se encuentra en alguna de las etapas del proceso emprendedor, la intención de emprender alcanza su nivel más bajo en las ediciones realizadas hasta ahora de este informe; el emprendimiento nuevo permanece estable y el consolidado muestra un ligero avance, particularmente entre jóvenes de mayor edad dentro del grupo considerado. El perfil del emprendimiento juvenil continúa estrechamente vinculado a la formación universitaria, si bien gana peso la participación de jóvenes con nivel educativo no universitario, observándose, además, una mejora en la autopercepción de competencias financieras y para el emprendimiento. Las iniciativas desarrolladas se concentran mayoritariamente en sectores orientados al consumo y a los servicios empresariales, con una elevada dependencia de los ahorros personales y del entorno cercano, escasas expectativas de crecimiento en el empleo que proporcionan sus iniciativas, y una creciente tendencia al emprendimiento en solitario. No obstante, el emprendimiento en este grupo de edad se distingue positivamente por una mayor orientación internacional y una apuesta creciente por la innovación, la digitalización y la sostenibilidad, adentrándose en proyectos con alcance global, así como con una progresiva, aunque todavía limitada y desigual por género, incursión en sectores de mayor contenido tecnológico.

Finalmente, subrayar que el presente informe se incorpora a una serie de documentos producidos por *Youth Business Spain* (YBS), organización orientada a pro-

mover y respaldar el emprendimiento joven en España mediante la articulación de una red de entidades comprometidas con el apoyo a los jóvenes en las fases de creación y consolidación de sus proyectos empresariales. A través de esta labor, YBS desempeña un papel relevante en el impulso y fortalecimiento de la cultura emprendedora entre la población juvenil, contribuyendo de manera directa a afrontar algunos de los desafíos señalados al inicio de esta introducción. En este marco, YBS ha presentado recientemente el *Mapa Sistémico del Emprendimiento Juvenil*, una representación interactiva que ofrece una visión integrada del ecosistema que acompaña a las personas jóvenes a emprender en España, y cuya consulta permite contextualizar y complementar los resultados aquí presentados. Además, el esfuerzo sostenido de las personas mentoras vinculadas a YBS, junto con la participación de jóvenes emprendedores cuyos testimonios se recogen en estas páginas, constituye una aportación de gran valor a este objetivo común, que merece un expreso reconocimiento y agradecimiento de la sociedad española.





OBSERVATORIO DEL
EMPREDIMIENTO
DE ESPAÑA
+25 años de datos

El proyecto GEM

3



El **Observatorio del Emprendimiento de España**, entidad especializada en la medición del fenómeno emprendedor, lidera el desarrollo del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en nuestro país. Este proyecto se constituye como un observatorio internacional que, desde 1999, analiza anualmente el fenómeno emprendedor a escala mundial.

El Observatorio del Emprendimiento aplica el conocimiento experto y una metodología contrastada a los datos que recaba anualmente para analizar la situación del emprendimiento en nuestro país. El trabajo es desarrollado por una red integrada por más de 200 investigadores, académicos y profesionales, con dilatada experiencia en el análisis del proceso emprendedor y de los ecosistemas emprendedores en España.

GEM cuenta con 25 años de andadura internacional, lo que conlleva 25 años de datos recopilados anualmente con los que se han podido analizar más de 120 economías alrededor del mundo. Este hito ha requerido

entrevistar a más de cuatro millones de personas con la misma metodología y modelo conceptual, dotando al proyecto de la solidez necesaria para valorar la actividad emprendedora y la dinámica empresarial en los diferentes territorios participantes.

De esta forma, el proyecto utiliza fuentes primarias de información basadas en encuestas que lleva a cabo anualmente, tanto a la población adulta en edad laboral como a personas expertas de diferentes ámbitos relevantes para la actividad emprendedora. Así, los equipos nacionales, regionales y provinciales del Observatorio del Emprendimiento elaboran sus Informes GEM¹³ que ponen a disposición del público en general y sirven de referencia a cualquier persona interesada en el fenómeno emprendedor.

Sus estudios permiten conocer:

- » Los **valores, percepciones y aptitudes emprendedoras** de la población adulta.

- » La **actividad emprendedora** y sus características.
- » El **contexto** en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

A efectos de este estudio, se entiende el emprendimiento como un proceso compuesto por tres etapas: la etapa de emprendimiento potencial, en que el individuo muestra intención emprendedora, la fase de emprendimiento nuevo, es decir, que no ha operado más de tres años y medio, y la fase de emprendimiento consolidado, cuando rebasa los tres años y medio de actividad.

De este modo, se considera la creación o puesta en marcha de una iniciativa empresarial como un proceso secuencial que se inicia con la generación de una idea, seguida de las acciones para su puesta en marcha, el lanzamiento al mercado del proyecto emprendedor, el comienzo de las operaciones y la continuación de una fase de asentamiento, que culmina con la empresa consolidada cuando esta alcanza suficiente madurez.

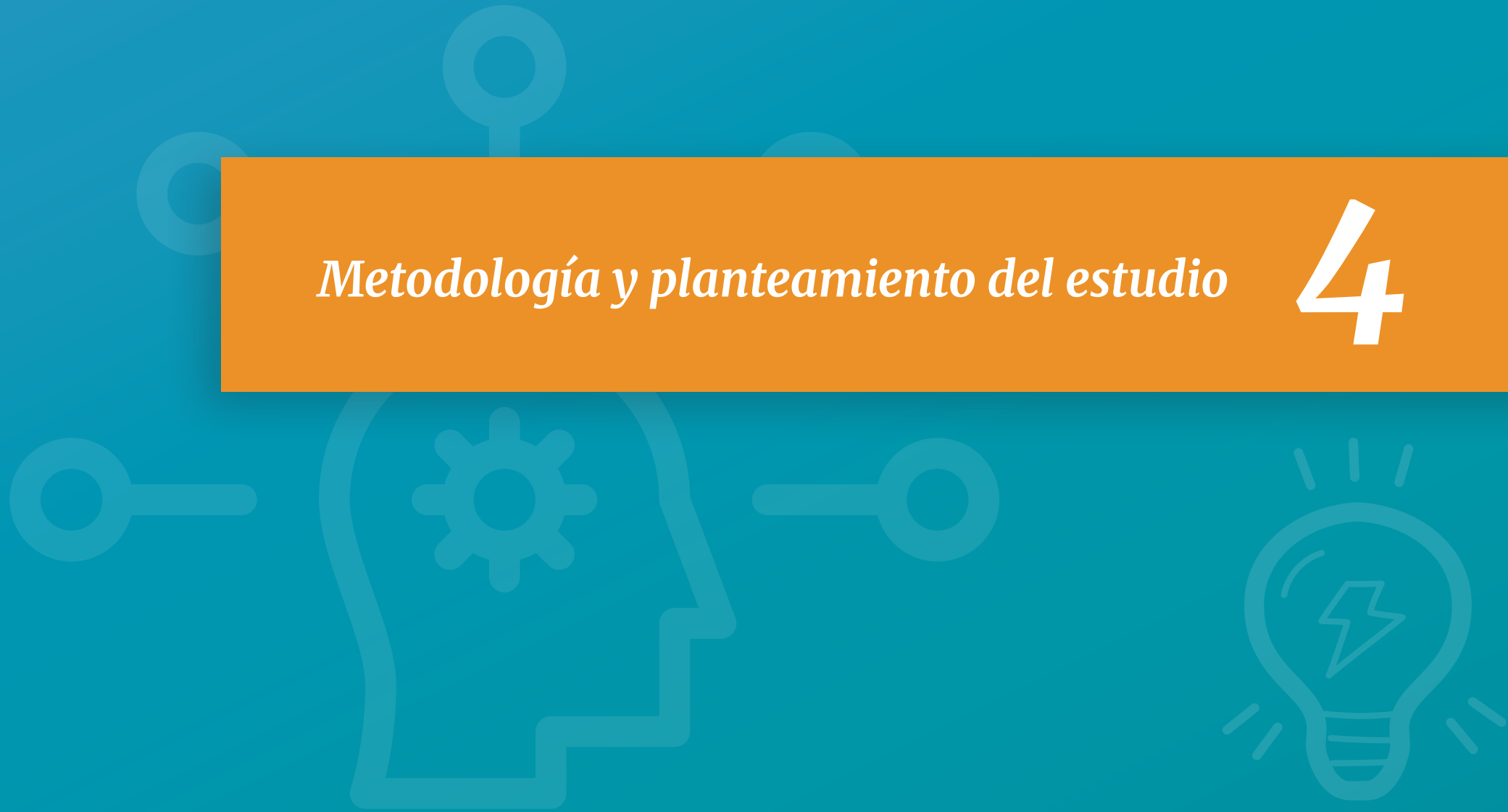


*En terminología GEM esta fase es conocida como Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA) y se descompone a su vez en *nascent entrepreneur* y *owner-manager of a new business*.

¹³ Informes disponibles en www.gem-spain.com y www.gemconsortium.org

Metodología y planteamiento del estudio

4



GEM es el **único proyecto que utiliza fuentes de información primarias**, obtenidas a través de dos encuestas propias con las que se analiza el fenómeno emprendedor:

- » **Adult Population Survey (APS)**. Encuesta realizada a la población de entre 18–64 años, de la que se obtienen los principales indicadores de actividad emprendedora y sus características.
- » **National Expert Survey (NES)**. Encuesta realizada a un panel de agentes expertos del ecosistema, con la que se aporta una valoración del estado de las principales variables del ecosistema nacional o regional analizado y que influyen en el proceso emprendedor, pudiendo condicionar su magnitud y sus características.

Con estas fuentes de datos, el Observatorio del Emprendimiento de España y sus equipos regionales de la Red GEM España, realizan anualmente sus respectivos informes (nacional y por comunidades autónomas) sobre la situación de la actividad emprendedora, facilitando el seguimiento de la evolución temporal de los principales indicadores relacionados con el emprendimiento en España y sus particularidades en cada territorio.

El Observatorio del Emprendimiento de España, en colaboración con *Youth Business Spain*, ha considerado oportuno, por tercer año consecutivo, complementar los informes anuales de actividad emprendedora nacional, con el análisis particular de la **situación del emprendimiento joven en España**, que constituye el **objeto del presente Informe**.

Para ello, se hace uso de la encuesta a la población de 18 a 64 años (APS) del ciclo GEM 2024–25, y se comparan los datos de los ciclos GEM 2022–23 y 2023–24, a efectos de valorar la evolución del último trienio. La información obtenida se ha complementado, a modo de ilustración, con una serie de casos de emprendimientos recientes llevados a cabo por personas jóvenes en España y con los que YBS ha colaborado activamente.

En este estudio se ha analizado la información de **32.927 entrevistas** del ciclo GEM 2024–25, realizadas telefónicamente en el conjunto de España, mediante el sistema CATI¹⁴, garantizando la representatividad de la muestra en todo el territorio nacional.

La tabla recoge la distribución de las personas entrevistadas por sexo y rangos de edad, de acuerdo con los parámetros y criterios de segmentación asociados al concepto “joven” en el presente estudio.

El término “joven” se suele utilizar para una categoría de personas que abarca desde la adolescencia hasta alrededor de los treinta años, si bien la literatura no llega a un acuerdo sobre el grupo de edad que integra esta cualidad. A los efectos de este Informe, y para permitir el uso de los datos recabados por GEM, se define como una persona entre 18 y 34 años, diferenciado así de un segundo grupo de mayor edad, entre 35 y 64 años. Además, en la categoría de jóvenes, este Informe distingue en sus análisis entre dos subgrupos: de 18–24 años y de 25–34 años.

	18-24 años	25-34 años	≥ 35 años	Total
Mujeres	1.852	2.880	11.695	16.427
Hombres	1.971	2.951	11.578	16.500
Total	3.823	5.831	23.273	32.927
	Muestra objeto del estudio		Grupo de contraste	

¹⁴ La metodología CATI consiste en la realización de las entrevistas telefónicamente asistidas por ordenador

El lector interesado encontrará que los resultados del presente estudio se organizan en **tres capítulos** principales. A continuación, se sintetiza su **estructura**, así como los **grupos considerados para el análisis** en cada uno de ellos. Por el hito que supone el desarrollo de este tercer informe, en todos los casos se considera el ciclo 2022–23 como base del estudio.

Capítulo 6

En el **capítulo 6** se aborda la perspectiva de la población joven española de entre 18 y 34 años, sobre el emprendimiento a través de sus percepciones respecto a esta ocupación. En concreto, su percepción de oportunidades a corto plazo para emprender; su autoeficacia, medida como la percepción de su propia disposición de conocimientos y habilidades para emprender; su aversión al riesgo, considerando su percepción del miedo al fracaso y el grado en que este puede llegar a ser un obstáculo para emprender; y, por último, su percepción sobre la facilidad que percibe para iniciar un negocio. El capítulo centra el análisis en el grupo de jóvenes en el tramo de edad indicado, diferenciando entre involucrados y no involucrados en el proceso emprendedor. Se segmenta este mismo grupo, además, en función del sexo, y se comparan todos los resultados por grupos de edad: de 18 a 24 años, de 25 a 34, y mayores de 34. El estudio añade, además, una comparativa territorial y temporal.

Capítulo 7

El **capítulo 7** centra la atención en el proceso emprendedor desarrollado por la población joven. Analiza el grado de involucración en las diferentes etapas del proceso (potencial, nuevo y consolidado), estudia la motivación tras la involucración emprendedora, considera los abandonos y culmina con la aproximación de un perfil sociodemográfico por edad, sexo, educación reglada y formación específica para emprender en las diferentes etapas. En las secciones que abordan la involucración en las distintas fases del proceso, se establece la comparación entre el grupo joven (de 18 a 34 años) y el de mayor edad (35 años o más), y se establecen comparaciones por sexo dentro del grupo de jóvenes. En este capítulo también se ofrece una comparación territorial y temporal. Por otro lado, en la sección dedicada al perfil de la población joven que emprende se diferencia entre los subgrupos de 18 a 24 años y de 25 a 34 años, llevando a cabo comparativas por características y etapas.

Capítulo 8

El **capítulo 8** presenta las características de la actividad emprendedora desarrollada por jóvenes, es decir, aproxima el perfil de las iniciativas resultado de la actividad emprendedora. En este sentido, se establece una comparación de las iniciativas desarrolladas por las personas emprendedoras jóvenes (18 a 34 años) frente a las del grupo de mayor edad (35 años o más), añadiendo una diferenciación por sexo, exclusivamente dentro del grupo joven. Además, en este capítulo se tratan las iniciativas nuevas, con menos de 3,5 años de actividad, centrándose en analizar las características de los emprendimientos recientes. Por otro lado, la perspectiva evolutiva es tratada solo en determinados aspectos durante el desarrollo del capítulo, si bien se añaden las claves de evolución al finalizar el mismo.

5

Principales indicadores de situación



5 Principales indicadores de situación

Los datos siguientes muestran, a modo de cuadro de mando, una aproximación de la evolución de algunas magnitudes relevantes representativas del estado del emprendimiento joven en España en las tres cohortes analizadas en los informes desarrollados hasta el momento. Esta síntesis de indicadores ofrece una perspectiva de conjunto sobre los datos y la información que se analiza a lo largo del presente Informe.

Indicadores de emprendimiento joven en España	2022-23	2023-24	2024-25	Tendencia
Población joven				
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	29,3%	32,5%	27,6%	
Dispone de conocimientos y habilidades para emprender	40,1%	48,9%	40,4%	
El miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender	59,6%	47,7%	52,5%	
Facilidad para iniciar un negocio	31,5%	29,5%	25,7%	
Actividad emprendedora de jóvenes				
Emprendimiento potencial (intención)	15,5%	15,7%	14,0%	
Emprendimiento nuevo (hasta 3,5 años en el mercado)	6,0%	7,5%	7,5%	
Emprendimiento consolidado (más de 3,5 años en el mercado)	2,2%	2,1%	2,8%	
Motivación de jóvenes para emprender				
Ganarse la vida porque el trabajo escasea	70,3%	58,50%	52,3%	
Crear riqueza y obtener rentas altas	43,0%	47,90%	43,4%	
Continuar con el negocio familiar	25,2%	25,0%	21,6%	
Marcar una diferencia en el entorno	45,9%	44,8%	41,9%	
Sectores de actividad del emprendimiento joven				
Consumidor final	52,6%	53,6%	54,9%	
Servicios profesionales y a empresas	35,3%	31,8%	30,8%	
Transformación	10,3%	12,6%	11,2%	
Primario	1,8%	2,0%	3,1%	

6

Perspectiva del emprendimiento en la población joven

- 6.0 Nota metodológica y guía de lectura y consulta.
- 6.1 Percepción de oportunidades para emprender.
- 6.2 Disposición de conocimientos y habilidades para emprender.

- 6.3 Miedo al fracaso como obstáculo para emprender.
- 6.4 Facilidad percibida para emprender un negocio.



Lo que podrá encontrar en este capítulo

Este **capítulo 6** presenta los resultados relativos a la visión de la población joven en España sobre el emprendimiento, a partir del análisis de distintas percepciones clave asociadas a la creación empresarial. En particular, se examinan: la percepción de oportunidades para emprender en el corto plazo; la autoeficacia emprendedora, entendida como la percepción individual sobre la disponibilidad de los conocimientos y las habilidades necesarios para emprender; la actitud frente al riesgo, analizada específicamente a través del miedo al fracaso y su posible papel como barrera para la iniciativa emprendedora; y, finalmente, la facilidad que se percibe para poner en marcha un nuevo negocio.

El análisis se centra en el colectivo de jóvenes de entre 18 y 34 años, distinguiendo entre quienes se encuentran involucrados y no involucrados en el proceso emprendedor. Asimismo, se incorporan segmentaciones adicionales por sexo, y se comparan los resultados entre distintos tramos de edad (18–24 años, 25–34 años y población mayor de 34 años), con el fin de captar posibles diferencias relevantes entre grupos.

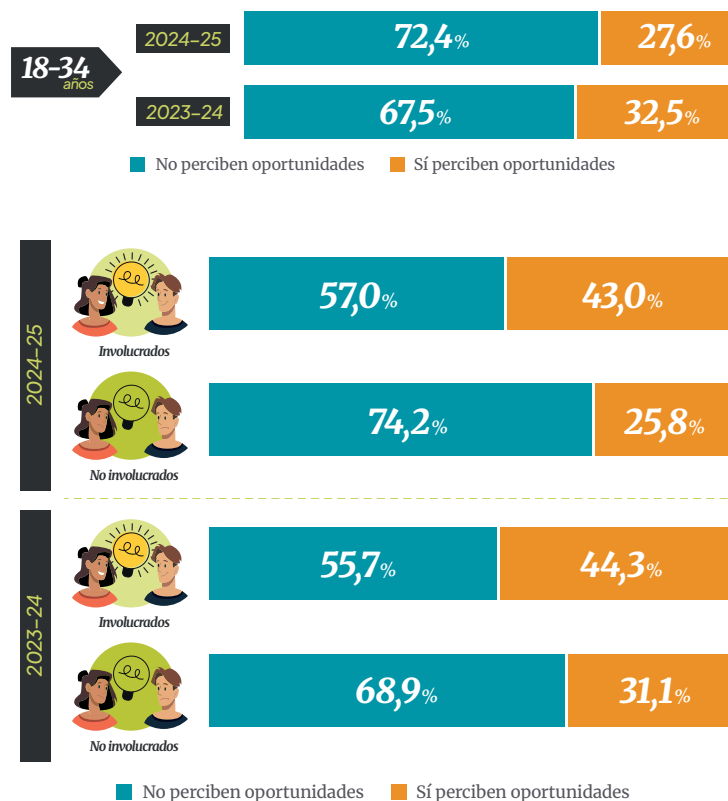
Para cada una de las variables consideradas se ofrece, además, un marco de comparación territorial, que incluye tanto el desglose por comunidades autónomas, como la comparación con los países de la Unión Europea participantes en GEM en el ciclo 2024–25, la media de la UE y un conjunto seleccionado de economías de referencia internacional.

Por último, dado que esta constituye la tercera edición del informe, el capítulo incorpora una dimensión temporal comparativa, presentando para cada indicador los resultados correspondientes tanto al presente ciclo (2024–25) como al ciclo inmediatamente anterior (2023–24), pero también haciendo referencia en el texto al ciclo base de la serie (2022–23). Se completa así una visión del trienio completo desde que el informe viera la luz por primera vez.

6.1 Percepción de oportunidades para emprender

Casi el doble de los involucrados en procesos emprendedores percibe oportunidades para emprender, frente a menos de 3 de cada 10 que observan estas oportunidades no estando involucrados en procesos emprendedores

Percepción de oportunidades en 6 meses en jóvenes 18-34 años



La percepción de oportunidades constituye un elemento central para entender el potencial emprendedor de la población joven, ya que condiciona tanto la intención como el desarrollo de proyectos empresariales en el corto plazo.

Los resultados muestran que el 27,6% de los jóvenes consideran que existen oportunidades para emprender a corto plazo, frente al 72,4% que no las percibe, lo que se traduce en una diferencia de 44,8 puntos porcentuales entre ambos colectivos. Este resultado muestra una reducción respecto al ciclo anterior (2023-24) en que la percepción ascendía al 32,5% de la población joven, acercándose más al resultado obtenido en el primer informe de la serie (2022-23) en que un 29,3% de los jóvenes mostraba esta percepción favorable.

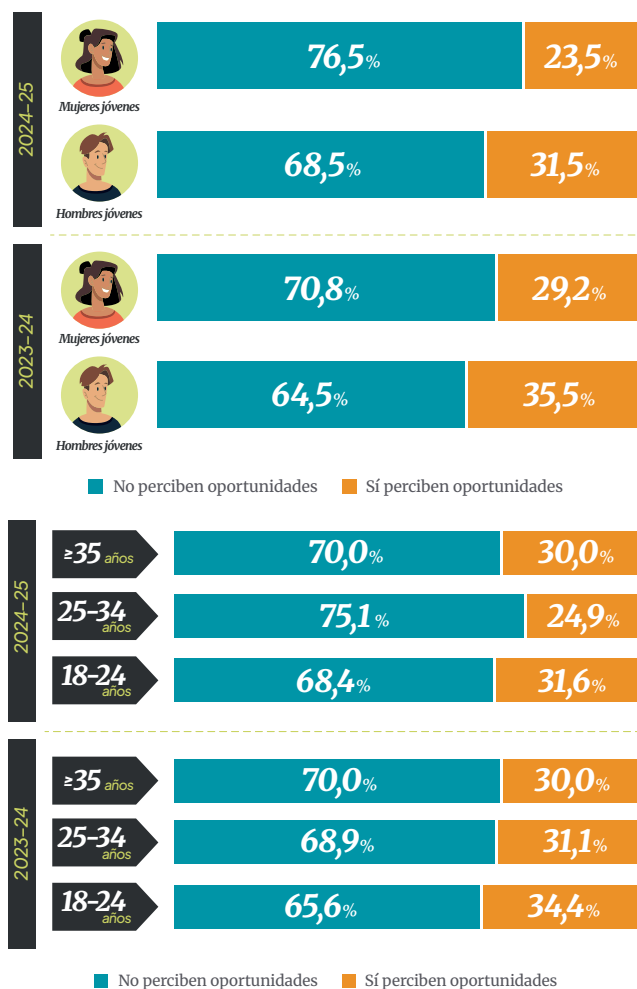
Al distinguir entre personas jóvenes involucradas y no involucradas en procesos de emprendimiento, se aprecian variaciones relevantes en la percepción de oportunidades a corto plazo. En concreto, el 43,0% de los jóvenes involucrados considera que existen oportunidades para emprender, frente al 25,8% de los no involucrados, lo que supone una diferencia de 17,2 puntos porcentuales entre ambos grupos, muy superior a la observada en el ciclo precedente. Estas cifras ponen de manifiesto cómo la experiencia emprendedora o la proximidad al emprendimiento sensibiliza para la identificación de oportunidades en el entorno.

6.1 Percepción de oportunidades para emprender

Los hombres jóvenes perciben más oportunidades para emprender. Por grupos de edad, los más jóvenes (18-24 años), son los más optimistas en relación con las oportunidades para emprender en el corto plazo

Percepción de oportunidades en 6 meses.

Diferencias por sexo y grupos de edad



Al analizar la percepción de oportunidades para emprender en función del sexo, se observan diferencias entre hombres y mujeres jóvenes. En concreto, el 31,5% de ellos considera que existen oportunidades para emprender a corto plazo, frente al 23,5% de ellas, lo que supone una diferencia de 8 puntos porcentuales entre ambos sexos. Esta brecha crece del orden de un 27% respecto al año anterior, ampliando la diferencia encontrada en el primer ciclo, que alcanzaba tan solo 1,8 puntos porcentuales.

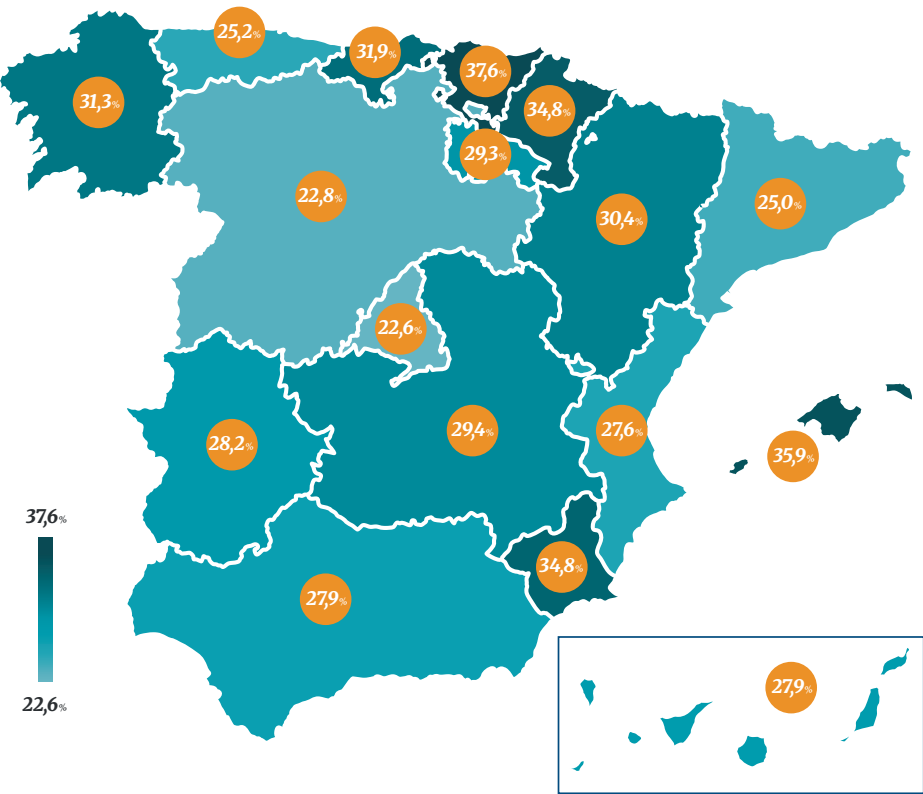
En función de la edad, se observan diferencias entre los distintos grupos etarios, siendo el grupo de entre 18 y 24 años el más receptivo a las oportunidades para emprender (31,6%). La variación más pronunciada se manifiesta en el grupo de 25 a 34 años, que registra un 24,9% frente al 31,1% del año precedente. Esto supone una diferencia de 6,7 puntos porcentuales con respecto a los jóvenes de 18 a 24 años, y un descenso de 6,2 puntos con respecto al año anterior, alcanzándose el peor dato de este colectivo en el trienio (26,4% en 2022-23; 31,1% en 2023-24 y 24,9% en 2024-25).

Por su parte, el 30,0% de las personas de más de 34 años manifiesta percibir oportunidades, situándose en niveles similares a los del grupo más joven. Este último grupo de edad se mantiene en el mismo nivel porcentual que el año anterior, y a 5,2 puntos de diferencia, por encima, del dato registrado en 2022-23.

6.1 Percepción de oportunidades para emprender

Persisten las diferencias territoriales sobre la percepción de oportunidades de la población joven, oscilando en una horquilla de 15 puntos porcentuales entre la región más optimista y la más pesimista

Percepción de oportunidades en 6 meses. Diferencias regionales



En el contexto nacional, se observan diferencias en la proporción de jóvenes que perciben oportunidades para emprender a corto plazo, si se observa por comunidades autónomas. Los valores oscilan entre el 22,6% y el 37,6%, lo que supone una horquilla de 15,0 puntos porcentuales, ligeramente inferior a la del año anterior (diferencia: 15,6 puntos porcentuales).

Cantabria, Murcia, Navarra y Baleares, registran los mayores niveles de percepción de oportunidades, con valores entre el 31,9% y el 35,9%. No obstante, destaca especialmente el País Vasco, que alcanza el valor máximo del indicador (37,6%). Con respecto al año anterior, las Islas Baleares conservan su posición destacada, mientras que Cantabria y Navarra registran un gran avance, sobre todo esta última, que aumenta el porcentaje de jóvenes que perciben oportunidades en más de 10 puntos, pasando así del primer al cuarto cuartil en solo un año.

En el bloque intermedio se encuentran La Rioja, Castilla-La Mancha, Aragón y Galicia, con valores que oscilan entre el 29,3% y el 31,3%, así como la Comunidad Valenciana, Andalucía, Canarias y Extremadura, con cifras comprendidas entre el 27,6% y el 28,2%.

En relación con la edición anterior, caen de forma considerable las comunidades de Madrid y Cataluña, que pasan del cuarto y tercer cuartil, respectivamente, al primero, permaneciendo Castilla y León y Asturias en ese primer cuartil.

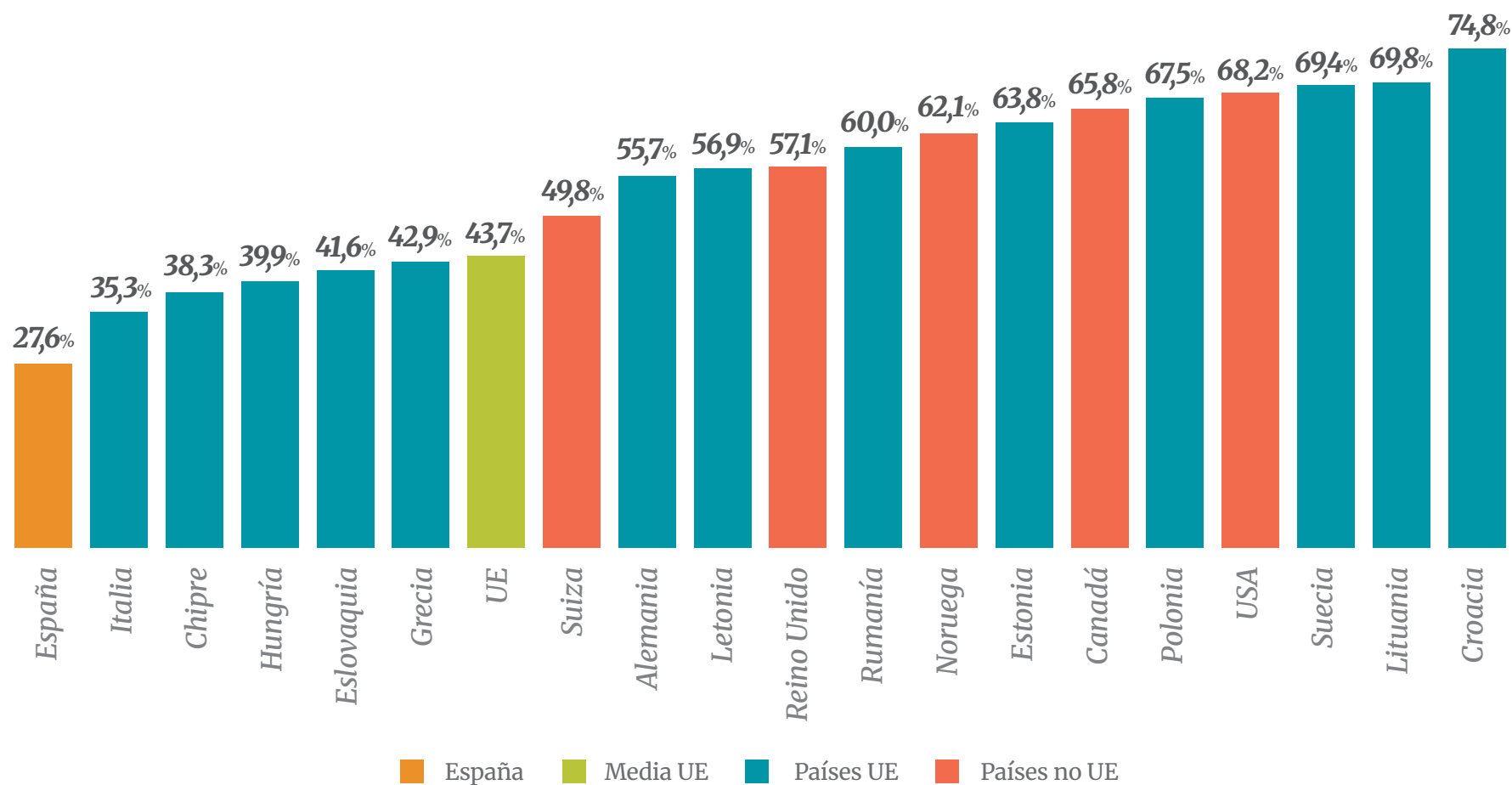
Comunidad de Madrid	Castilla y León	Cataluña	Principado Asturias	Comunidad Valenciana	Andalucía	Islas Canarias	Extremadura	La Rioja	Castilla-La Mancha	Aragón	Galicia	Cantabria	Región de Murcia	Comunidad Foral Navarra	Islas Baleares	País Vasco
22,6%	22,8%	25,0%	25,2%	27,6%	27,9%	27,9%	28,2%	29,3%	29,4%	30,4%	31,3%	31,9%	34,8%	34,8%	35,9%	37,6%
Q1				Q2				Q3				Q4				

* Q se refiere a los cuartiles, valores que dividen la muestra de datos en cuatro partes iguales (percentil 25, 50, 75 y 100) lo que facilita agrupar a las comunidades autónomas por categorías de datos similares

6.1 Percepción de oportunidades para emprender

A nivel internacional, la percepción de la juventud española sobre las oportunidades para emprender se sitúa como la peor entre los países comparados, lo que supone un descenso de un puesto respecto a la edición anterior.

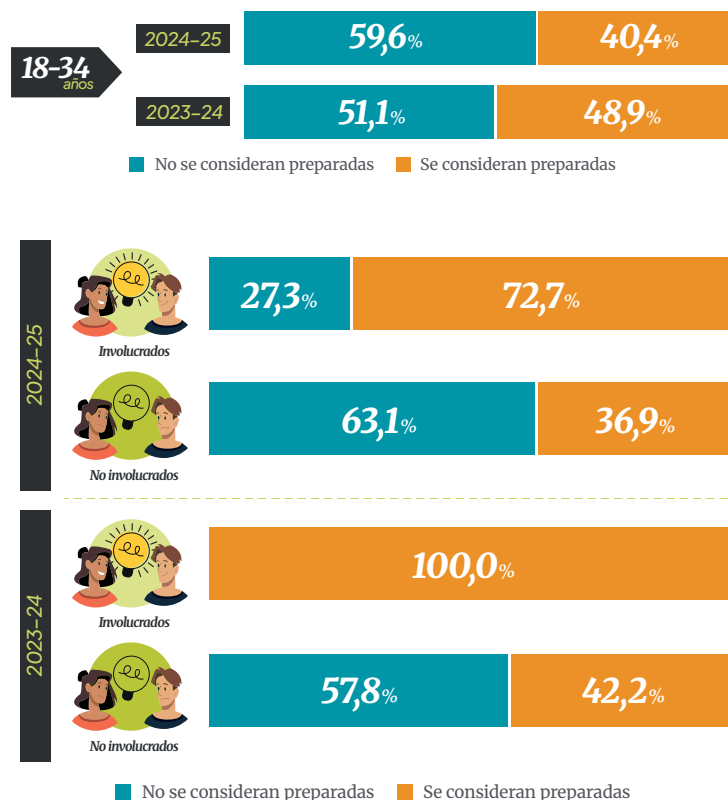
Percepción de oportunidades en 6 meses. Diferencias internacionales



6.2 Disposición de conocimientos y habilidades para emprender

Se reduce la percepción de los jóvenes españoles sobre sus conocimientos y habilidades para emprender, si bien en los jóvenes involucrados en procesos emprendedores se mantiene esta percepción superior a la de los no involucrados

Conocimientos y habilidades para emprender en jóvenes 18-34 años



La percepción de conocimientos y habilidades constituye una autovaloración de los jóvenes sobre su preparación para iniciar un negocio. Se ha constatado que esta percepción influye en la activación del emprendimiento. En 2024-25 el 40,4% de los jóvenes consideran poseer los conocimientos y habilidades necesarios para emprender. Esto supone un descenso de 8,5 puntos con respecto al año anterior, aunque el dato se mantiene cercano al registrado en el periodo que da origen a la serie en 2022-23, con un 40,1% de jóvenes que manifestaban una positiva percepción.

Es relevante diferenciar entre las personas involucradas y no involucradas en procesos emprendedores y, en este caso, se observan diferencias notorias en la auto-percepción de los conocimientos y las habilidades para emprender. En concreto, 7 de cada 10 jóvenes involucrados (72,7%) se consideran preparados para iniciar un emprendimiento, frente a algo más de 3 de cada 10 jóvenes no involucrados (36,9%), lo que supone una diferencia de 35,8 puntos porcentuales entre ambos grupos. En comparación con el ciclo precedente, esta brecha se reduce en más de 20 puntos.

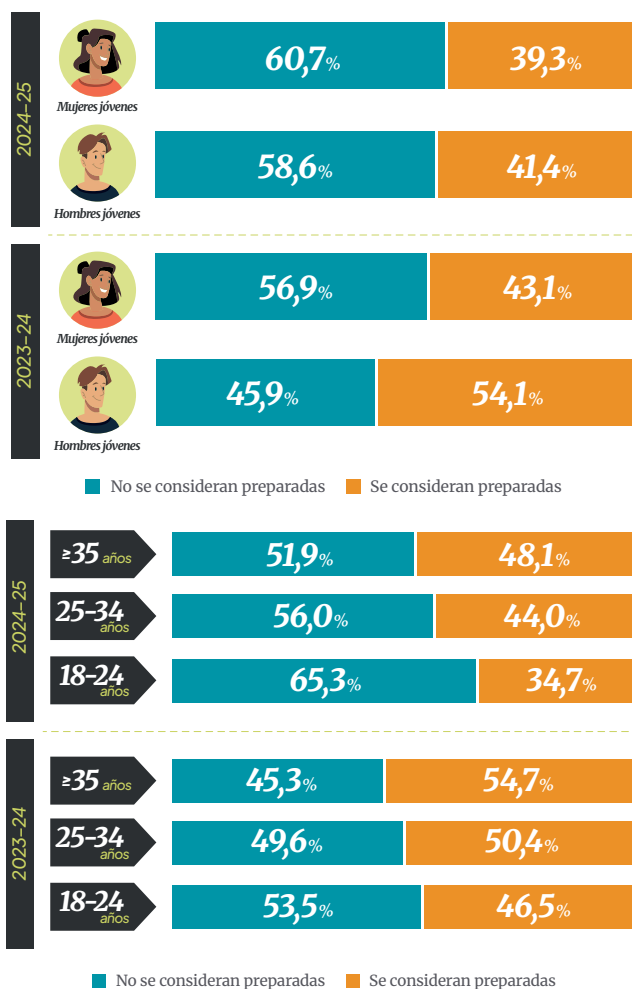
Tomando como referencia el primer ciclo del trienio, se observa que el porcentaje de jóvenes involucrados que se consideran preparados para emprender ha descendido en algo más de 5 puntos porcentuales, siendo el más bajo de los tres años con que cuenta esta serie de informes.

6.2 Disposición de conocimientos y habilidades para emprender

Los hombres jóvenes presentan una autopercepción de sus conocimientos y habilidades para el emprendimiento levemente superior al de las mujeres. Por su parte, conforme se incrementa la edad, crece la percepción favorable sobre la preparación para el emprendimiento

Conocimientos y habilidades para emprender.

Diferencias por sexo y grupos de edad



Al analizar la autopercepción de conocimientos y habilidades para emprender en función del sexo, se observan diferencias moderadas entre hombres y mujeres jóvenes. En concreto, algo más de 4 de cada 10 hombres jóvenes (41,4%) consideran que disponen de los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, frente al 39,3% de las mujeres jóvenes. Esta diferencia representa una brecha de 2,1 puntos porcentuales, notoriamente inferior a la del año anterior (11 puntos) y más cercana a la registrada en 2022-23 (3,4 puntos).

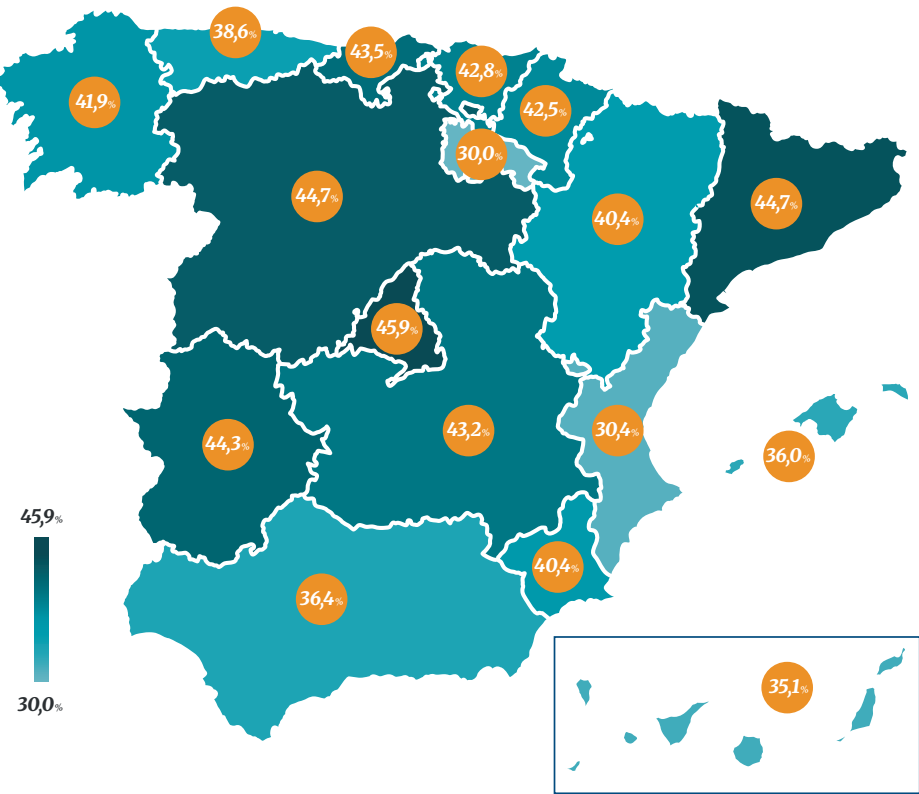
De manera general, se observa un descenso de la autopercepción con respecto a los datos del ciclo precedente, tanto en mujeres (-3,8) como en hombres (-12,7), aunque esta diferencia es más acusada en ellos.

El análisis por edad evidencia un incremento progresivo en la autopercepción de conocimientos y habilidades conforme aumenta la edad de la persona. Así, el 34,7% de los jóvenes entre 18 y 24 años se considera preparado para emprender, porcentaje que aumenta hasta el 44,0% en el grupo de edad de 25 a 34 años, lo que supone una diferencia de 9,3 puntos porcentuales. Estos valores se ven superados por los registrados para las personas de más de 34 años (48,1%). Con respecto al ciclo anterior, se produce un descenso generalizado en todos los grupos etarios, siendo más notorio entre los más jóvenes (11,8 puntos porcentuales).

6.2 Disposición de conocimientos y habilidades para emprender

A excepción de la Comunidad Foral de Navarra, Madrid y Galicia, la práctica totalidad de las comunidades autónomas retroceden en la percepción de sus jóvenes sobre su disposición de conocimientos y habilidades para emprender

Conocimientos y habilidades para emprender. Diferencias regionales



La proporción de personas que valoran positivamente su preparación para el emprendimiento presenta una distribución territorial desigual entre la población joven, con una horquilla de 15,9 puntos entre la región más optimista y la más pesimista en esta percepción.

En la parte alta de la distribución, con valores entre el 43,5% y el 45,9%, se encuentran Cantabria, Extremadura, Castilla y León, Cataluña y la Comunidad de Madrid. Esta última ha destacado especialmente por el crecimiento interanual de su cifra, ya que ha pasado de registrar el peor valor en 2023-24 (40,8%) a una posición de liderazgo en el periodo actual (45,9%). Extremadura es la única comunidad que se mantiene en este grupo de cabecera con respecto al ciclo precedente.

Un segundo bloque de comunidades se concentra en valores intermedios. Por un lado, Galicia, Navarra, País Vasco y Castilla-La Mancha (41,9% - 43,2%) y, por otro, Andalucía, Asturias, Aragón y Murcia (36,4% - 40,4%).

En el tramo inferior se sitúan La Rioja, Comunidad Valenciana, Canarias y Baleares, con proporciones comprendidas entre el 30,0% y el 36,0%.

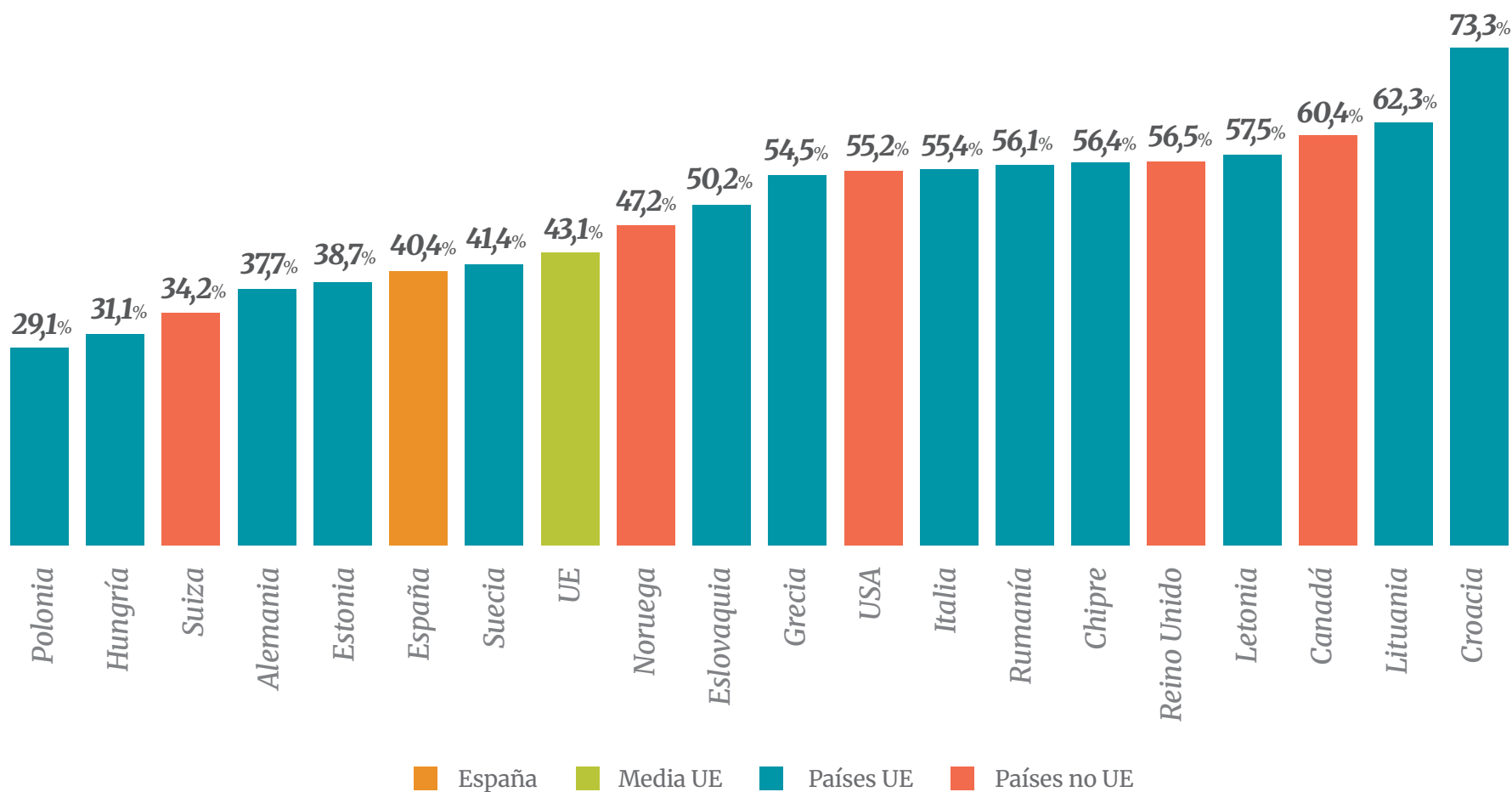
La Rioja	Comunidad Valenciana	Islas Canarias	Islas Baleares	Andalucía	Principado Asturias	Aragón	Región de Murcia	Galicia	Comunidad Foral Navarra	País Vasco	Castilla-La Mancha	Cantabria	Extremadura	Castilla y León	Cataluña	Comunidad de Madrid
30,0%	30,4%	35,1%	36,0%	36,4%	38,6%	40,4%	40,4%	41,9%	42,5%	42,8%	43,2%	43,5%	44,3%	44,7%	44,7%	45,9%
Q1				Q2				Q3				Q4				

* Q se refiere a los cuartiles, valores que dividen la muestra de datos en cuatro partes iguales (percentil 25, 50, 75 y 100) lo que facilita agrupar a las comunidades autónomas por categorías de datos similares

6.2 Disposición de conocimientos y habilidades para emprender

La percepción de disposición de conocimientos y habilidades para emprender de la juventud española se encuentra en niveles medios-bajos en el contexto internacional, y próxima al promedio de la Unión Europea, empeorando levemente en términos comparativos respecto a la edición anterior.

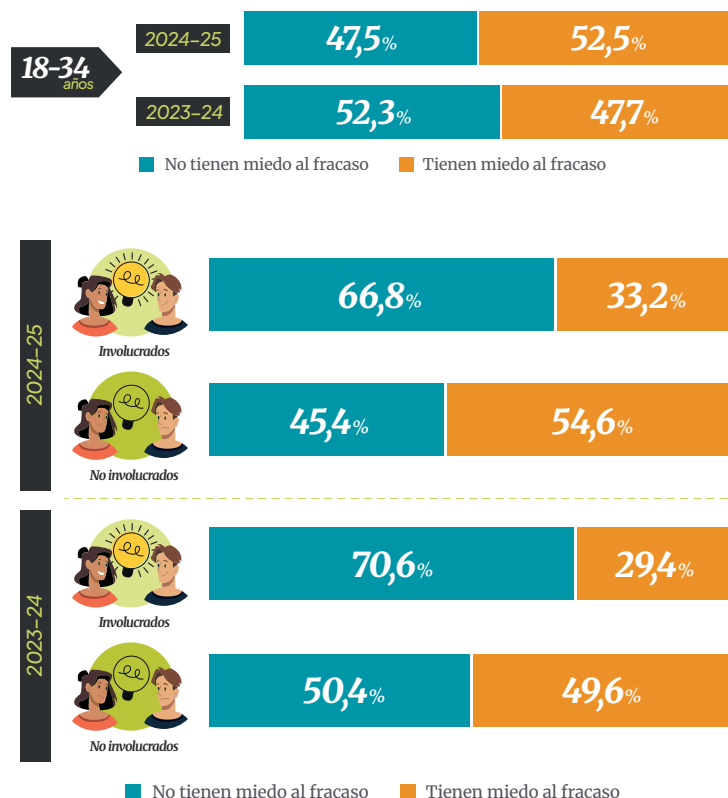
Conocimientos y habilidades para emprender. Diferencias internacionales



6.3 El miedo al fracaso como obstáculo para emprender

5 de cada 10 jóvenes perciben el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, revirtiendo los datos del ciclo anterior

Miedo al fracaso en jóvenes 18-34 años



En el presente ciclo, algo más de la mitad de la población joven considera que el miedo a fracasar constituye un obstáculo para emprender (52,5%). El 47,5% no lo percibe así, lo que supone una diferencia de 5,0 puntos porcentuales entre ambos colectivos. Esta percepción ha aumentado ligeramente con respecto a la edición precedente en que el 47,7% manifestaba este mismo temor. No obstante, en ambos periodos se han registrado cifras inferiores a las encontradas en el primer ciclo de la serie, en que 6 de cada 10 jóvenes manifestaban miedo al fracaso.

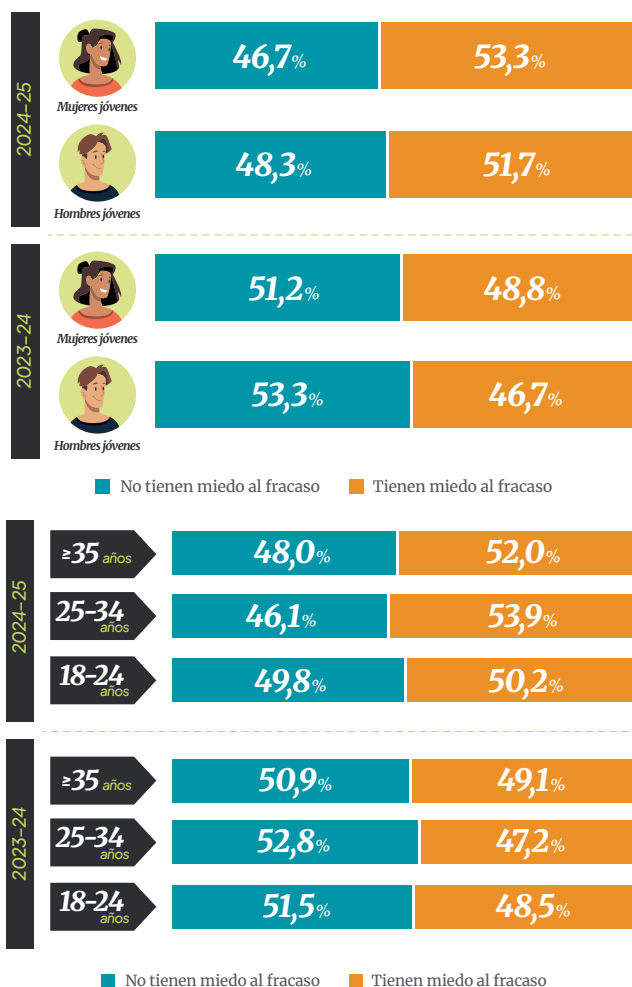
Al diferenciar considerando la involucración o no en procesos de emprendimiento, los contrastes resultan especialmente acusados. Mientras que solo 3 de cada 10 jóvenes involucrados declaran tener miedo al fracaso (33,2%), este porcentaje se eleva hasta el 54,6% entre los no involucrados. La diferencia entre ambos grupos alcanza los 21,4 puntos porcentuales, siendo de 20,2 puntos en 2023-24 y de 18,3 puntos en 2022-23. La diferencia tiende a acusarse, acreditando una cada vez más evidente asociación entre la experiencia emprendedora y una menor percepción del miedo al fracaso como barrera para emprender.

Si bien en el último ciclo ha aumentado el porcentaje de jóvenes que consideran el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender, independientemente de su involucración o no en este proceso, este aumento es más acusado entre los no implicados (+5 puntos porcentuales frente al 3,8 de los implicados).

6.3 El miedo al fracaso como obstáculo para emprender

La percepción del miedo al fracaso se mantiene bastante homogénea entre hombres y mujeres, así como entre los diferentes grupos de edad. No obstante, las mujeres y los jóvenes entre 25 y 34 años perciben ligeramente más este temor

Miedo al fracaso. Diferencias por sexo y grupos de edad



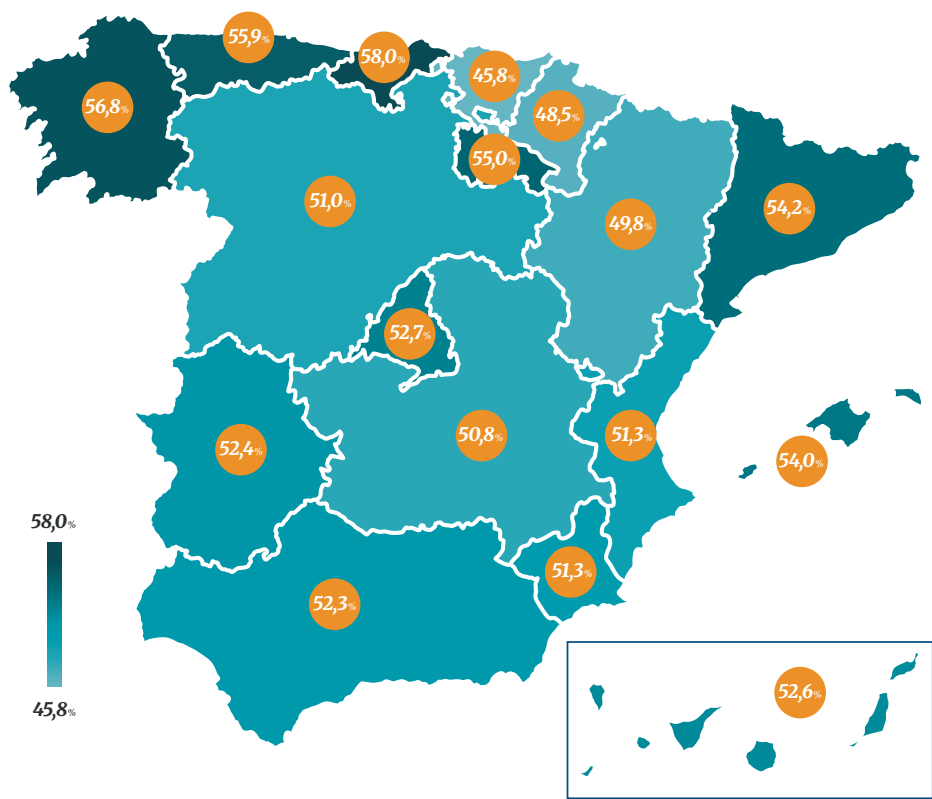
El análisis del miedo al fracaso en función del sexo muestra nuevamente diferencias reducidas entre hombres y mujeres jóvenes, en esta edición. El 53,3% de ellas declara tener miedo a fracasar, frente al 51,7% de ellos, lo que supone una diferencia de 1,6 puntos porcentuales. Estas cifras son mayores en relación con las registradas en el periodo anterior (2023-24: 48,8% y 46,7%), pero inferiores a las de 2022-23 (60,7% y 58,6%). En este sentido, desde el primer año de registro, la proporción de mujeres jóvenes que manifiesta tener miedo al fracaso se ha reducido en 7,4 puntos, y la proporción de hombres ha disminuido en 6,9 puntos.

Al segmentar por grupos de edad, los resultados reflejan un comportamiento relativamente homogéneo en la percepción del miedo al fracaso. El 50,2% de los jóvenes entre 18 y 24 años manifiesta miedo a fracasar, porcentaje que aumenta hasta el 53,9% en el grupo de 25 a 34 años, y se sitúa en el 52,0% entre las personas adultas de 35 o más años. En comparación con el ciclo anterior, todos los grupos registran un aumento apreciable del miedo al fracaso, sin que se observe un patrón claramente creciente o decreciente con la edad. El aumento más notorio desde el periodo anterior se ha producido en el rango intermedio de edad (de 25-34 años: +6,7).

6.3 El miedo al fracaso como obstáculo para emprender

Se mantienen diferencias regionales en la percepción del miedo al fracaso entre los jóvenes españoles, con una horquilla de 12,2 puntos porcentuales, diferencia más estrecha que la encontrada en el ciclo precedente

Miedo al fracaso. Diferencias regionales



El peso del miedo al fracaso como obstáculo para emprender no es homogéneo entre la población joven en España, apreciándose diferencias entre comunidades autónomas.

Cataluña, La Rioja, Asturias, Galicia y Cantabria concentran las mayores proporciones de jóvenes que identifican el miedo al fracaso como una barrera para emprender, con valores que oscilan entre el 54,2% y el 58,0% (valor máximo). Con respecto al ciclo anterior, no se observan grandes variaciones en este bloque, ya que los jóvenes asturianos, gallegos y cántabros siguen siendo los más temerosos.

El bloque intermedio incluye a Castilla y León, la Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía, con porcentajes en torno a 51% – 52,3%, así como a Extremadura, Canarias, Madrid y Baleares, cuyos valores se extienden hasta el 54%. Mientras que los niveles más bajos de percepción del miedo al fracaso se registran en el País Vasco, Aragón y, al igual que el año anterior, en Navarra y Castilla-La Mancha.

El valor mínimo ha crecido en el último año en +5,6 puntos porcentuales, mientras que el máximo se mantiene en el 58% (57,9% en el ciclo precedente), indicando en cualquier caso un ligero aumento del miedo al fracaso en el conjunto de la geografía española.

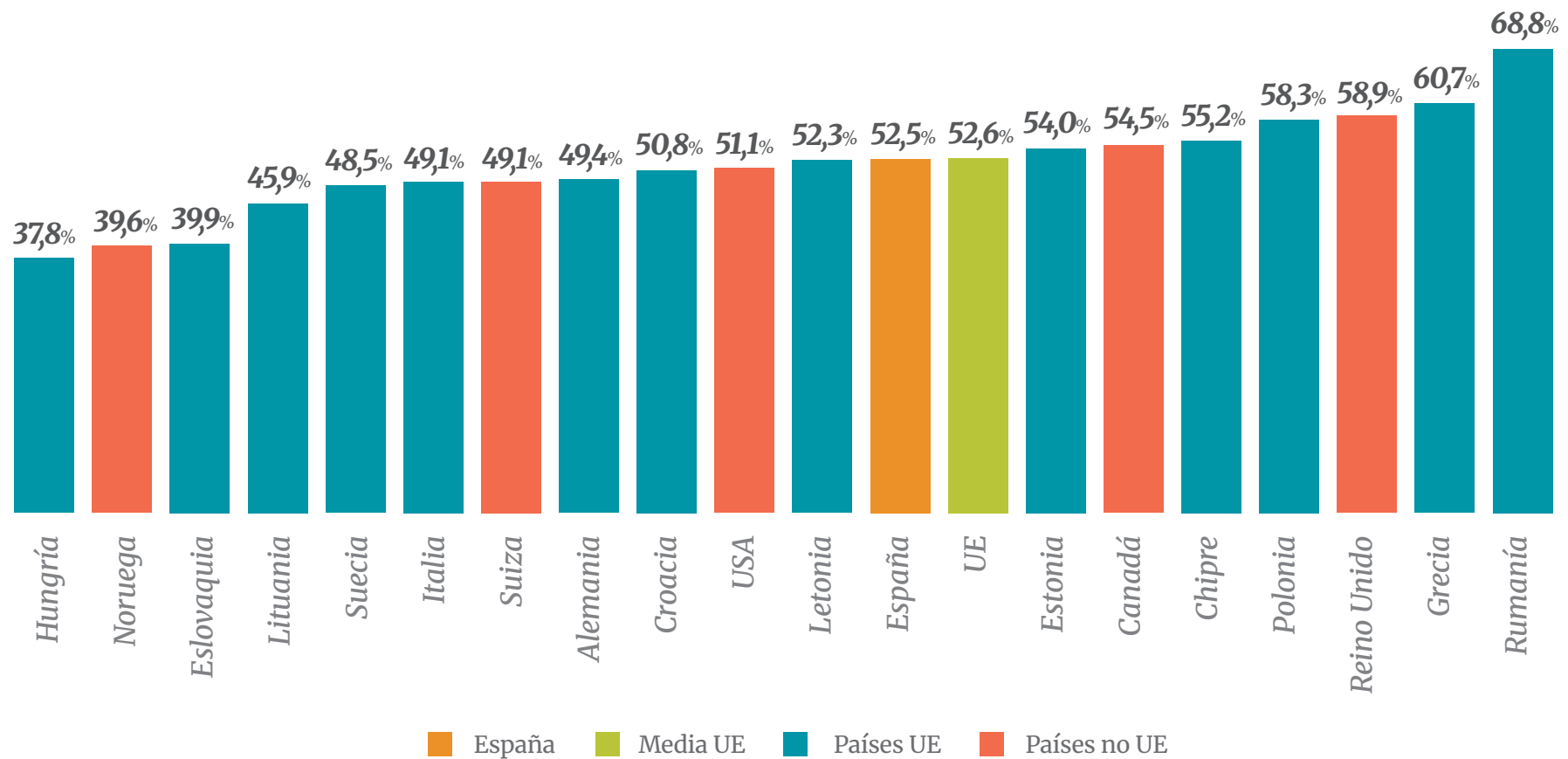
País Vasco	Comunidad Foral Navarra	Aragón	Castilla-La Mancha	Castilla y León	Comunidad Valenciana	Región de Murcia	Andalucía	Extremadura	Islas Canarias	Comunidad de Madrid	Islas Baleares	Cataluña	La Rioja	Principado de Asturias	Galicia	Cantabria
45,8%	48,5%	49,8%	50,8%	51,0%	51,3%	51,3%	52,3%	52,4%	52,6%	52,7%	54,0%	54,2%	55,0%	55,9%	56,8%	58,0%
Q1				Q2				Q3				Q4				

* Q se refiere a los cuartiles, valores que dividen la muestra de datos en cuatro partes iguales (percentil 25, 50, 75 y 100) lo que facilita agrupar a las comunidades autónomas por categorías de datos similares

6.3 El miedo al fracaso como obstáculo para emprender

En relación con el marco internacional analizado, el miedo al fracaso como obstáculo para emprender en las personas jóvenes españolas se sitúa en niveles medios y prácticamente a la par del dato promedio de la Unión Europea, aunque ha empeorado en términos comparativos respecto al año anterior.

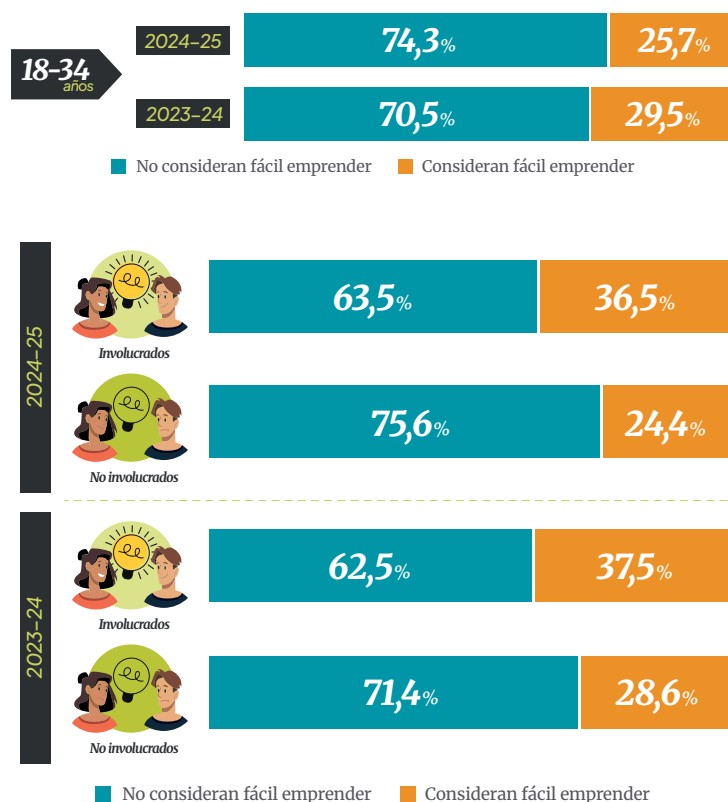
Miedo al fracaso. Diferencias internacionales



6.4 Facilidad percibida para emprender un negocio

Algo más de 2 de cada 10 jóvenes perciben facilidad para emprender, cifra que aumenta entre los involucrados en el proceso emprendedor

Facilidad para emprender en jóvenes 18-34 años

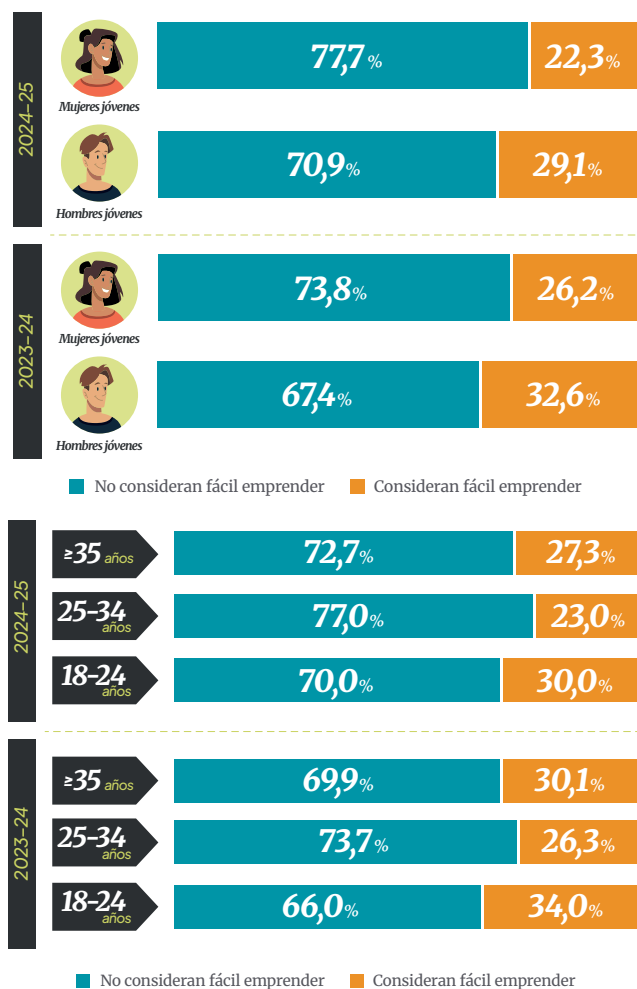


La percepción de facilidad para emprender continúa siendo limitada entre la población joven. En el presente ciclo, algo más de 2 de cada 10 jóvenes consideran que es relativamente fácil emprender (25,7%), frente a un 74,3% que no comparte esta percepción, lo que supone una diferencia de 48,6 puntos porcentuales entre ambos colectivos. En el ciclo anterior, consideraban fácil emprender el 29,5% de los jóvenes entrevistados, lo que supone una disminución de 3,8 puntos y un aumento del diferencial en 7,6 puntos. Si se toma en consideración el ciclo base del estudio, el presente dato es el más bajo del trienio.

Al diferenciar por involucrados y no involucrados en procesos de emprendimiento, se observan contrastes relevantes. Mientras que el 36,5% de jóvenes involucrados considera que emprender es relativamente fácil, este porcentaje se sitúa en el 24,4% cuando se analizan los no involucrados. La diferencia entre ambos grupos alcanza los 12,1 puntos porcentuales, ampliándose también respecto a los dos ciclos anteriores (2023-24: 8,9 puntos y 2022-23: 9,6 puntos). Estos resultados sugieren una asociación entre la experiencia o proximidad al emprendimiento y una mejor percepción sobre la facilidad para iniciar una actividad empresarial, de manera similar a lo que mostraban las cifras en el análisis sobre la detección de oportunidades y la capacidad emprendedora de los jóvenes. Es decir, que la experiencia cualifica favorablemente la opinión.

Los hombres jóvenes y el grupo de 18 a 24 años muestran una mayor percepción de facilidad para emprender

Facilidad para emprender. Diferencias por sexo y grupos de edad



Al introducir la variable sexo en el análisis que nos ocupa, se observan diferencias entre hombres y mujeres jóvenes. Mientras que 3 de cada 10 hombres consideran fácil emprender, comparten esta misma consideración 2 de cada 10 mujeres. En puntos porcentuales, la diferencia es de 6,8 puntos, ligeramente superior a la del ciclo precedente: 6,4 puntos. En el ciclo que sirve de base del estudio (2022-23) esta diferencia alcanzaba tan solo 4 puntos.

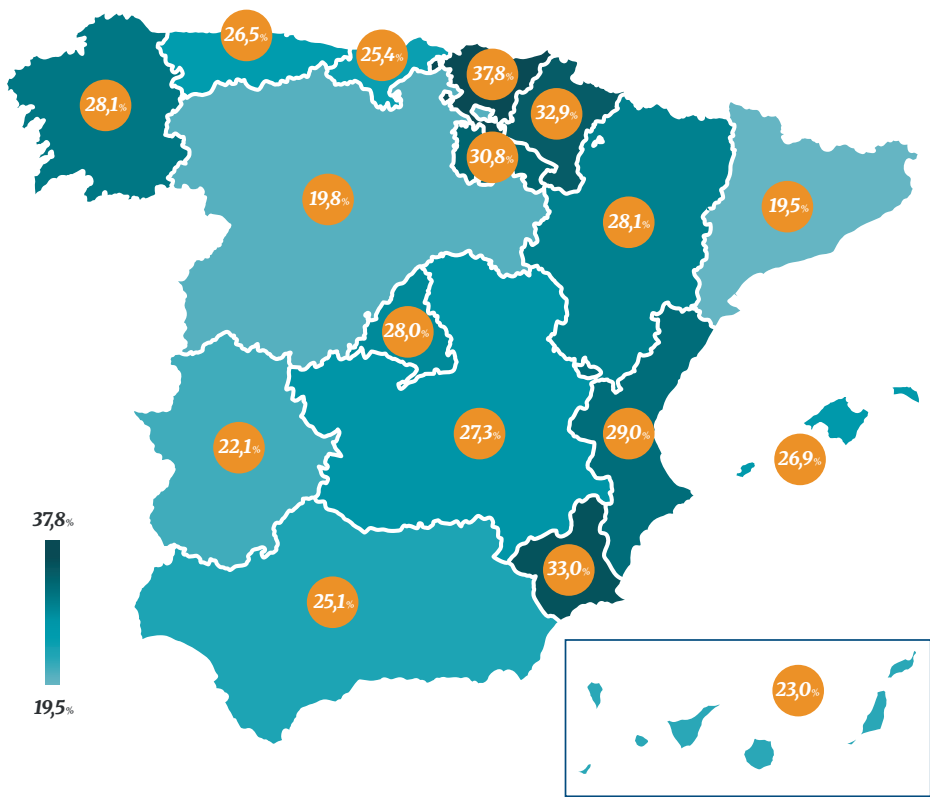
Si se lleva a cabo un análisis de la evolución temporal sobre esta percepción se observa una tendencia decreciente entre ellas (de 29,4% en el ciclo 2022-23 a 22,3% en el actual, diferencia en puntos porcentuales: -7,1), con un descenso más moderado en ellos (de 33,4% a 29,1%, diferencia en puntos porcentuales: -4,3) durante el trienio analizado.

Por grupos de edad, los resultados muestran niveles moderados y relativamente próximos en la percepción sobre la facilidad para emprender. El 30,0% de las personas jóvenes entre 18 y 24 años considera que emprender es relativamente fácil, porcentaje que desciende hasta el 23,0% en el grupo de 25 a 34 años, y se sitúa en el 27,3% entre las personas adultas de 35 o más años. En todos los casos se observa una disminución de las valoraciones en comparación con el ciclo anterior, consolidando la tendencia detectada desde el ciclo base de este estudio (2022-23), en el que se registraron los datos más elevados para esta percepción.

6.4 Facilidad percibida para emprender un negocio

La percepción sobre la facilidad para emprender es heterogénea en la población joven en España, observándose diferencias regionales que distancian en más de 18 puntos la región más optimista de la más pesimista

Facilidad para emprender. Diferencias regionales



Existen diferencias regionales en la percepción de la facilidad para emprender, con variaciones de hasta 18,3 puntos porcentuales entre comunidades autónomas, siendo el País Vasco la región más optimista y Cataluña la más pesimista. Esta horquilla diferencial ha aumentado con respecto al ciclo precedente en algo más de 3 puntos.

La Comunidad Valenciana, La Rioja, Navarra, Murcia y el País Vasco concentran las proporciones más elevadas de jóvenes que perciben facilidad para emprender, con valores que oscilan entre el 29,0% y el 37,8% (valor máximo). Con respecto al ciclo anterior, la juventud vasca, murciana y valenciana se mantiene en el grupo con mejores expectativas.

En niveles intermedios se agrupan Andalucía, Cantabria, Asturias y Baleares (25,1% - 26,9%), seguidos de Castilla-La Mancha, la Comunidad de Madrid, Aragón y Galicia (27,3% - 28,1%). El tramo inferior lo ocupan Cataluña, Castilla y León, Extremadura y Canarias, registrando las menores proporciones de jóvenes que consideran que emprender es relativamente fácil (19,5% - 23,0%).

Con respecto al periodo precedente, los jóvenes extremeños y castellano-leoneses se mantienen entre los que perciben mayores dificultades.

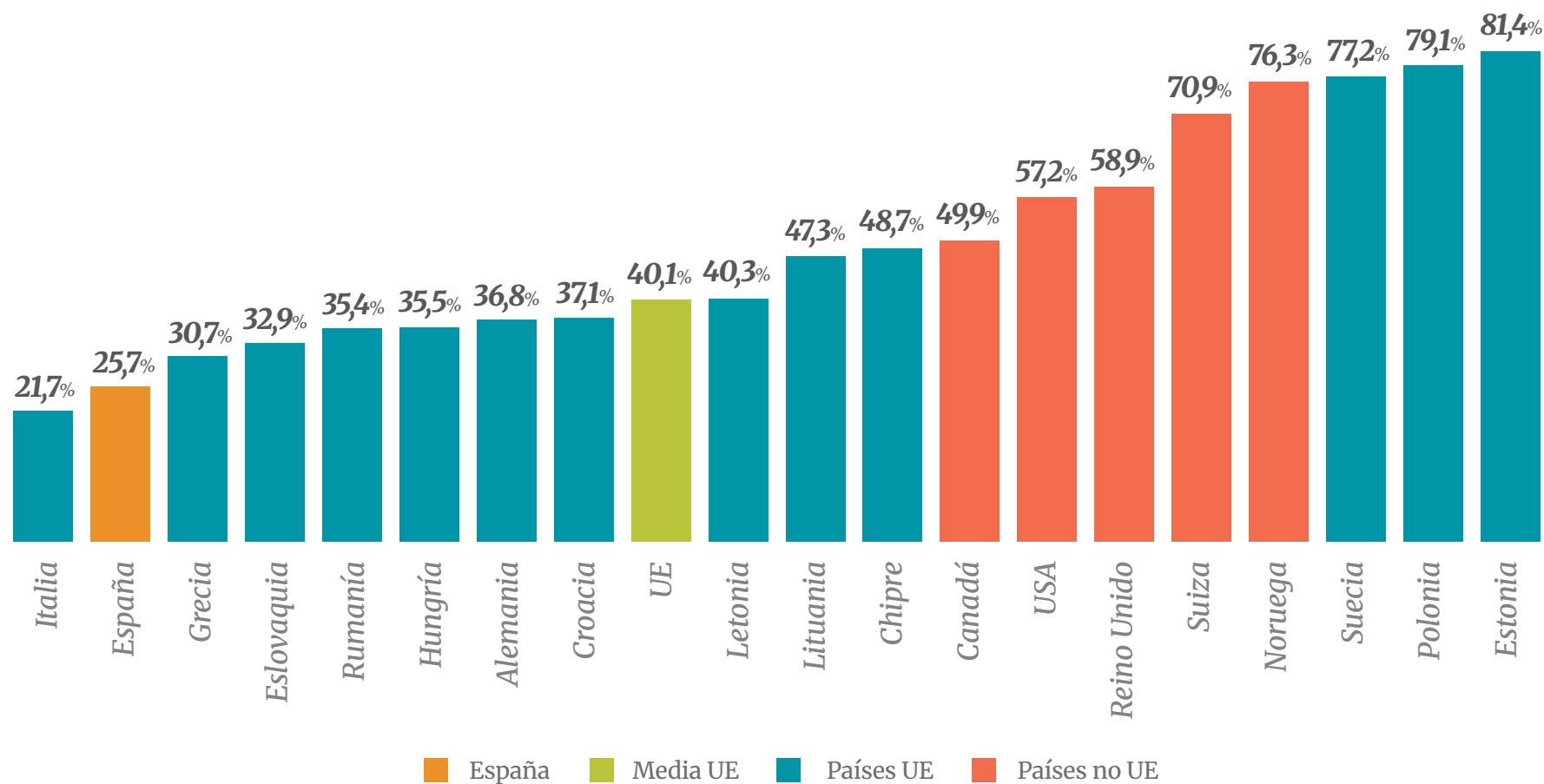
Cataluña	Castilla y León	Extremadura	Islas Canarias	Andalucía	Cantabria	Principado de Asturias	Islas Baleares	Castilla-La Mancha	Comunidad de Madrid	Aragón	Galicia	Comunidad Valenciana	La Rioja	Comunidad Foral Navarra	Región de Murcia	País Vasco
19,5%	19,8%	22,1%	23,0%	25,1%	25,4%	26,5%	26,9%	27,3%	28,0%	28,1%	28,1%	29,0%	30,8%	32,9%	33,0%	37,8%
Q1				Q2				Q3				Q4				

* Q se refiere a los cuartiles, valores que dividen la muestra de datos en cuatro partes iguales (percentil 25, 50, 75 y 100) lo que facilita agrupar a las comunidades autónomas por categorías de datos similares

6.4 Facilidad percibida para emprender un negocio

En España, las personas jóvenes perciben que emprender es más difícil que en casi la totalidad de los países analizados, con la excepción de Italia. España se mantiene por debajo del promedio de la Unión Europea y ha empeorado en el contexto comparativo internacional respecto a la edición anterior.

Facilidad para emprender. Diferencias internacionales



7

Involucración de jóvenes en el proceso emprendedor

- 7.0** Nota metodológica y guía de lectura y consulta.
- 7.1** Perspectiva global del proceso emprendedor joven.
- 7.2** Intencionalidad emprendedora.
- 7.3** Involucración en la actividad emprendedora nueva.

- 7.4** Involucración en la actividad emprendedora consolidada.
- 7.5** Motivación para emprender.
- 7.6** Abandonos de actividad.
- 7.7** Perfil sociodemográfico de los jóvenes que emprenden.



Lo que podrá encontrar en este capítulo

El **capítulo 7** aborda el emprendimiento entre la población joven, examinando su nivel de participación en las distintas fases del proceso emprendedor (potencial, nuevo y consolidado), así como los casos de abandono. Asimismo, se analizan las diversas motivaciones que impulsan la implicación en actividades emprendedoras. Finalmente, el capítulo presenta una aproximación al perfil sociodemográfico de las personas jóvenes según edad, sexo, educación reglada y formación específica en emprendimiento, diferenciando cada una de las etapas del proceso.

En los apartados que analizan la participación en las diferentes etapas del proceso emprendedor, se comparan los resultados entre la población joven (de 18 a 34 años) y la de mayor edad (35 años o más), así como las diferencias por sexo dentro del colectivo joven. Además, en la sección centrada en el perfil de las personas jóvenes emprendedoras, se distinguen los grupos de 18 a 24 años y de 25 a 34 años, realizando comparaciones detalladas según características y fases del proceso.

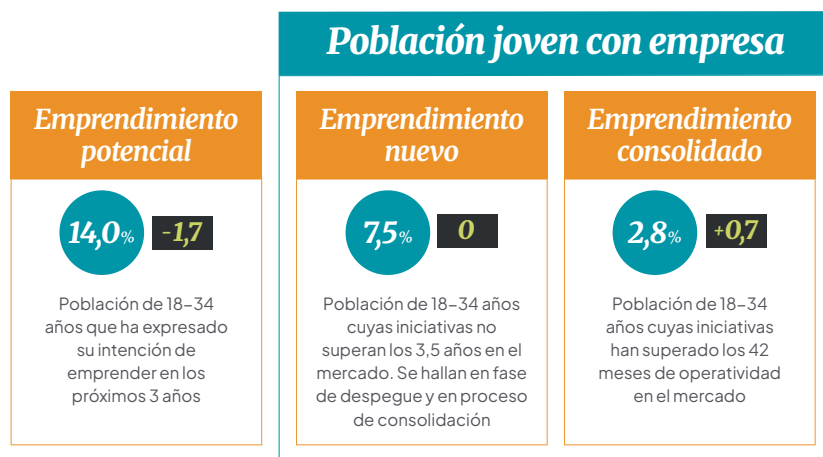
En este contexto, se analiza el nivel de participación emprendedora de los jóvenes de 18 a 34 años en cada etapa del proceso (emprendimiento potencial, nuevo y consolidado) desde una perspectiva territorial, comparando los datos entre las distintas comunidades autónomas.

Al igual que en el capítulo precedente, se presenta un enfoque de comparación temporal que contrasta los datos del ciclo 2024–25 con los del informe previo 2023–24, incorporando representaciones gráficas de estas comparaciones para los principales indicadores.

7.1 Perspectiva global del proceso emprendedor joven

El 10,3% de los jóvenes de 18 a 34 años participa actualmente en actividades emprendedoras, mientras que un 14,0% manifiesta intención de emprender en los próximos tres años. En conjunto, aproximadamente una cuarta parte de la población joven se encuentra en alguna de las fases del proceso emprendedor

Proceso emprendedor joven 2024-25



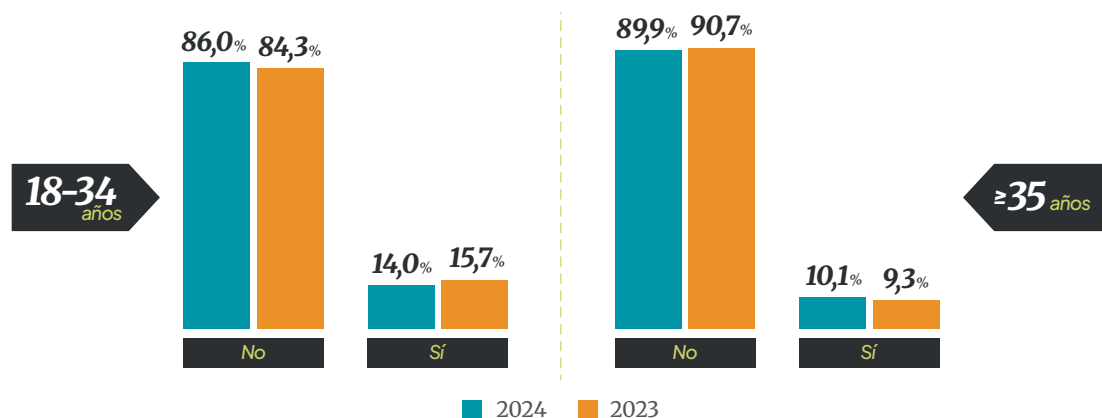
Los resultados de la encuesta a la población en el ciclo 2024-25 indican que, en conjunto, un 24,3% de los jóvenes españoles encuestados participan en una u otra fase del proceso emprendedor, lo que supone un descenso de un punto porcentual respecto al año anterior, pero un incremento de 6 décimas respecto al ciclo base del estudio (2022-23).

Específicamente, un 10,3% de la población joven participa en alguna de las fases activas del proceso emprendedor, bien a través de iniciativas recientes con menos de 3,5 años de presencia en el mercado (7,5 % de los jóvenes, cifra similar a la observada en el ciclo precedente), o mediante proyectos ya consolidados que superan ese umbral temporal (2,8 % de la población joven, lo que representa un incremento de 0,7 puntos respecto a la edición 2023-24).

Destaca, en esta edición, que un 14% de la población joven afirma tener intención de emprender durante los próximos tres años, lo que supone un decremento de 1,7 puntos sobre la información del ciclo precedente.

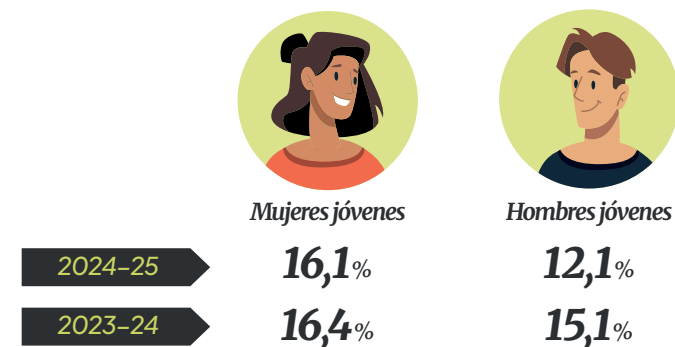
La intención de emprender entre los jóvenes de 18 a 34 años supera a la de los grupos de mayor edad, siendo además notablemente más alta en mujeres que en hombres

Intencionalidad emprendedora por grupos de edad



La encuesta realizada a la población muestra que el 14% de los jóvenes entre 18 y 34 años manifiesta intención de emprender en los próximos tres años, en comparación con el 10,1 % registrado en la población de mayor edad. Esto implica una leve reducción de la brecha de intenciones en comparación con el ciclo precedente, debido tanto a la disminución en la intención emprendedora de la población más joven (-1,7 puntos porcentuales) como al incremento de 0,8 puntos entre la población de más edad.

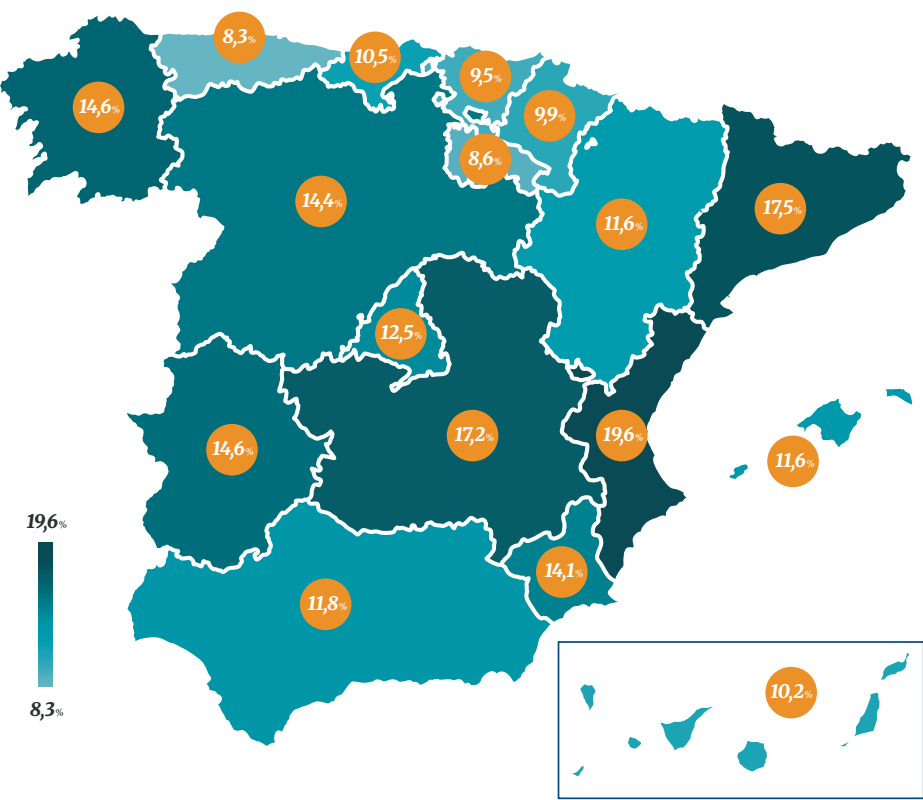
Intencionalidad emprendedora joven por sexo



Entre los jóvenes de 18 a 34 años, se observa una diferencia notable, de 4 puntos porcentuales en la intención de emprender, siendo mayor en las mujeres (16,1%) que en los hombres (12,1%). En comparación con el ciclo anterior, la intención emprendedora masculina disminuyó 3 puntos porcentuales, mientras que la femenina apenas se redujo 0,3 puntos.

Se identifican disparidades regionales en la intención emprendedora de la población joven, con una variación de hasta 11,3 puntos porcentuales, disminuyendo la brecha regional en 7,5 puntos respecto al informe precedente

Intencionalidad emprendedora. Diferencias regionales



La intencionalidad emprendedora en jóvenes recoge diferencias regionales en una horquilla de 11,3 puntos porcentuales, lo que supone una disminución de la brecha regional de 7,5 puntos con respecto al ciclo 2023-24.

Los mayores registros de intencionalidad entre la población joven son los recogidos en la Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha y Galicia, con valores entre el 19,6% y el 14,6% (valor mínimo de este bloque). Otras nueve comunidades se sitúan en valores intermedios: Extremadura, Castilla y León, Región de Murcia, Comunidad de Madrid, Andalucía, Islas Baleares, Aragón, Cantabria y Canarias, con proporciones entre el 14,6% y el 10,2%.

Finalmente, Navarra, País Vasco, La Rioja y Asturias son las regiones que presentan menores porcentajes, con valores entre el 9,9% y el 8,3% (valor mínimo).

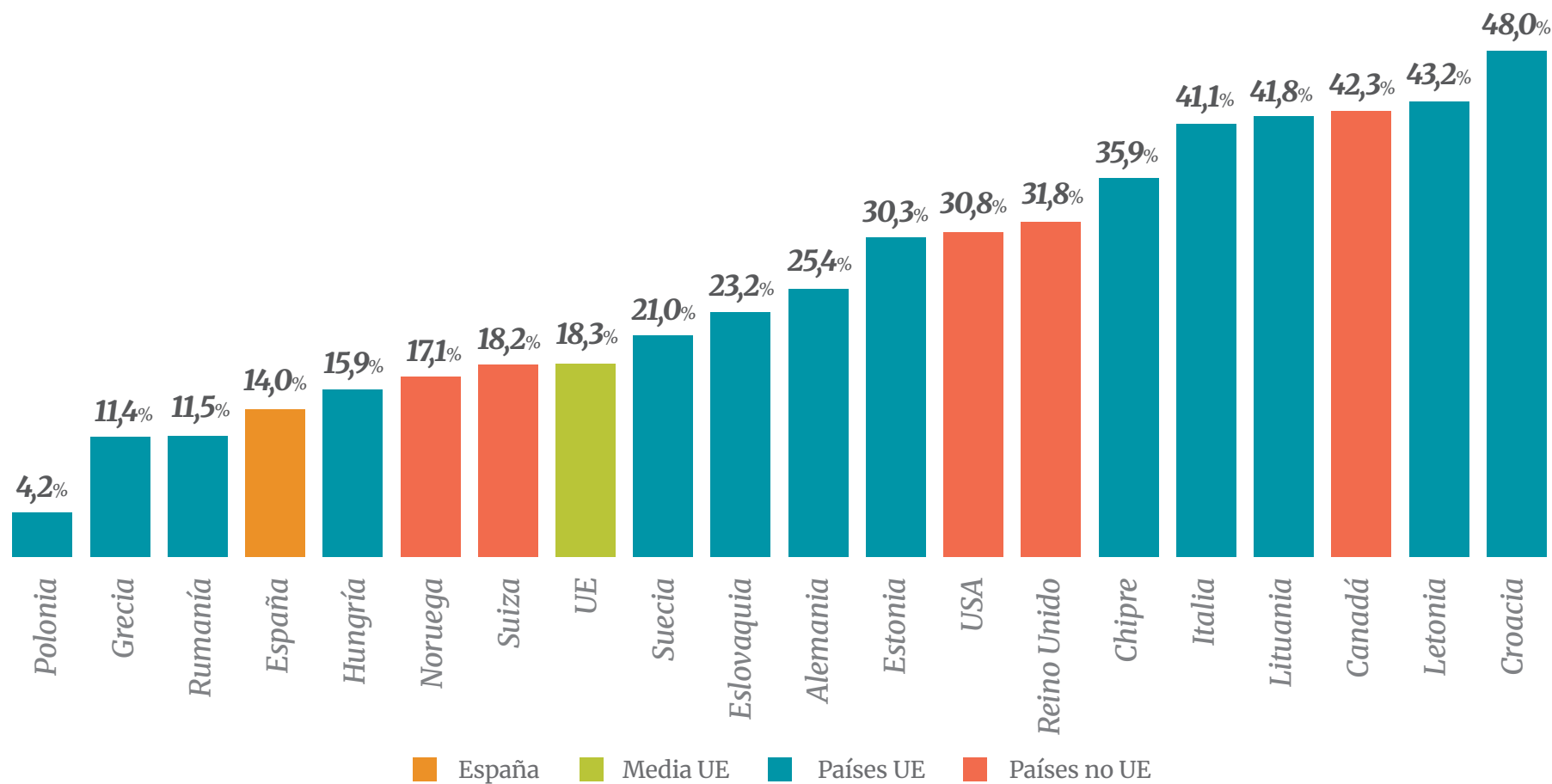
Cabe destacar estas cuatro regiones españolas que han experimentado variaciones interanuales significativas: Comunidad Valenciana (-2,9), Castilla-La Mancha (+3,6), Andalucía (-4,2) y Canarias (-4,2).

Principado de Asturias	La Rioja	País Vasco	Comunidad Foral Navarra	Islas Canarias	Cantabria	Aragón	Islas Baleares	Andalucía	Comunidad de Madrid	Región de Murcia	Castilla y León	Extremadura	Galicia	Castilla La Mancha	Cataluña	Comunidad Valenciana
8,3%	8,6%	9,5%	9,9%	10,2%	10,5%	11,6%	11,6%	11,8%	12,5%	14,1%	14,4%	14,6%	14,6%	17,2%	17,5%	19,6%
Q1				Q2				Q3				Q4				

* Q se refiere a los cuartiles, valores que dividen la muestra de datos en cuatro partes iguales (percentil 25, 50, 75 y 100) lo que facilita agrupar a las comunidades autónomas por categorías de datos similares

La intencionalidad de las personas jóvenes en España se encuentra entre las menores en un amplio rango comparativo internacional, y más de cuatro puntos por debajo del promedio de la Unión Europea, habiendo empeorado en términos relativos respecto al año anterior.

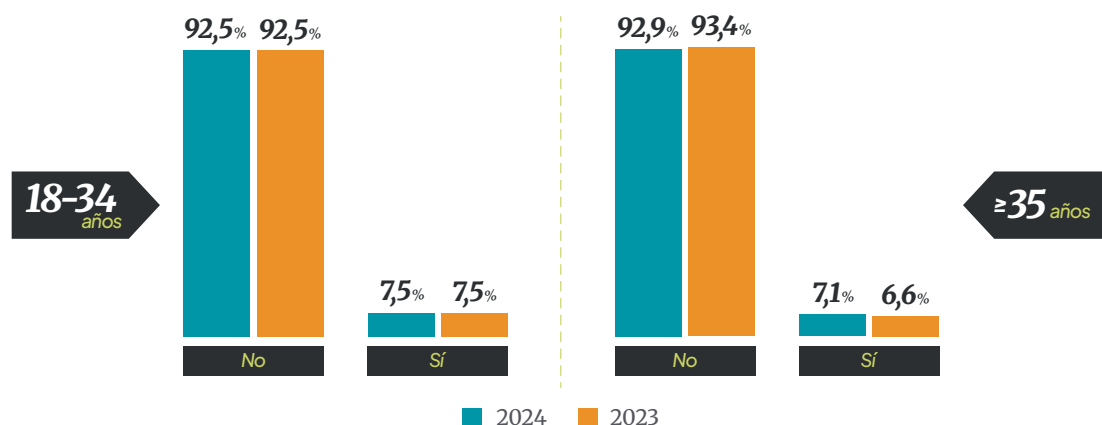
Intencionalidad emprendedora. Diferencias internacionales



7.3 Involucración en la actividad emprendedora nueva

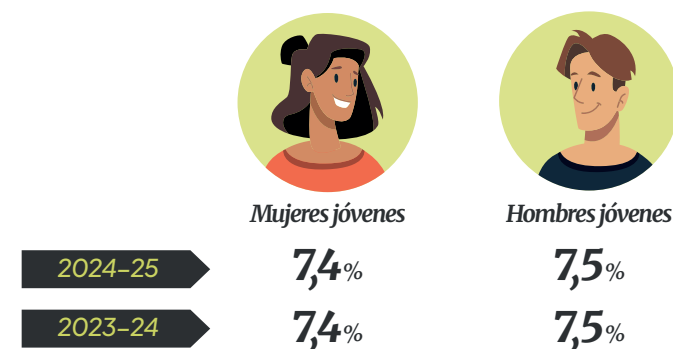
Los jóvenes participan en emprendimientos nuevos con mayor frecuencia que los de mayor edad, y entre ellos apenas existen diferencias entre mujeres y hombres, manteniéndose estos datos muy similares a los del ciclo anterior

Emprendimiento nuevo por grupos de edad



Los porcentajes de participación en emprendimientos nuevos muestran una leve diferencia entre los jóvenes (7,5%) y los de mayor edad (7,1%), con 0,4 puntos porcentuales a favor del grupo etario más joven. Comparando con el ciclo precedente, la cifra para los jóvenes se mantiene estable (7,5%), mientras que en el grupo de mayor edad se observa un aumento de 0,5 puntos en la presente edición.

Emprendimiento nuevo de jóvenes por sexo

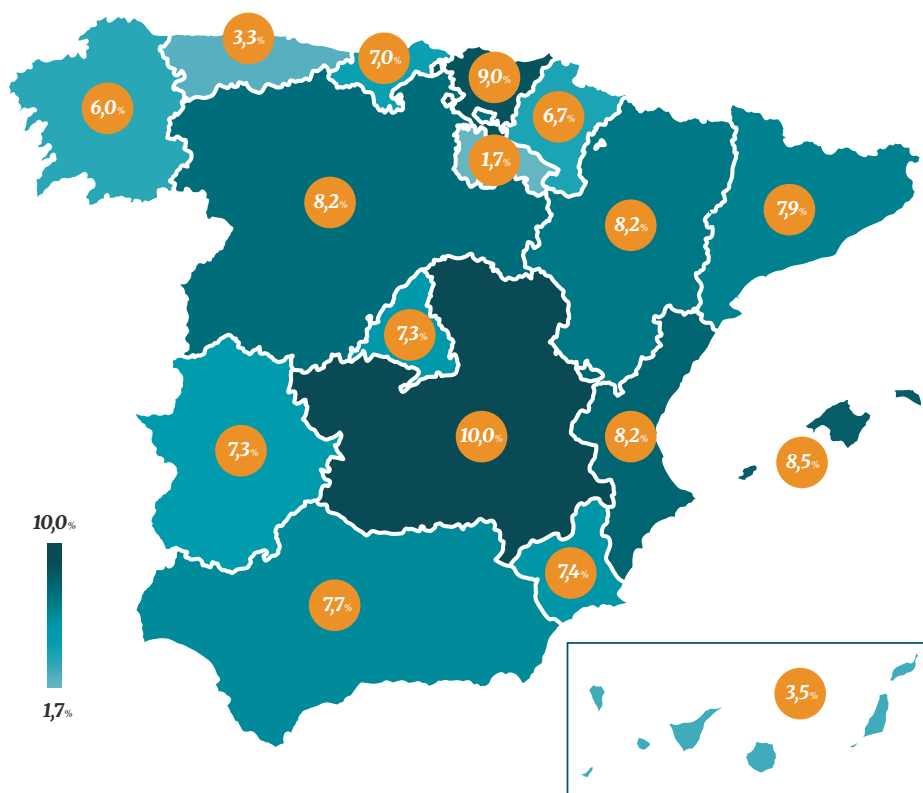


En el análisis del emprendimiento nuevo entre la población joven de 18 a 34 años según sexo, no se aprecian diferencias destacables entre mujeres y hombres en cuanto a la participación en iniciativas emprendedoras recientes (7,4% de ellas frente al 7,5% de ellos), ni tampoco variaciones relevantes al contrastar estos resultados con los del período anterior.

7.3 Involucración en la actividad emprendedora nueva

Se observan diferencias territoriales en el emprendimiento nuevo entre personas jóvenes que varían en una horquilla de 8,3 puntos, con una ligera mejora en relación con el ciclo precedente dada la positiva evolución del conjunto de las regiones

Emprendimiento nuevo. Diferencias regionales



La actividad emprendedora en personas jóvenes recoge diferencias regionales en una horquilla de 8,3 puntos, que mejora con respecto a la edición anterior en 8,8 puntos.

Los mayores valores de emprendimiento nuevo registrado en jóvenes se encuentran en Castilla-La Mancha, País Vasco, Baleares y Comunidad Valenciana, situados entre el 10,0% y el 8,2%.

En posiciones intermedias se sitúan nueve comunidades: Castilla y León, Aragón, Cataluña, Andalucía, Murcia, Comunidad de Madrid, Extremadura, Cantabria y Navarra, cuyos valores oscilan entre el 8,2% y el 6,7%.

Las regiones con menores porcentajes de emprendimiento nuevo de personas jóvenes son Galicia, Canarias, Asturias y La Rioja, con valores entre el 6,0% y el 1,7% (valor mínimo).

Con todo, las regiones que han experimentado mayores variaciones interanuales en la tasa analizada son País Vasco (+4,3), Islas Baleares (+3,6), Comunidad Valenciana (-4,2) y Aragón (+2,6).

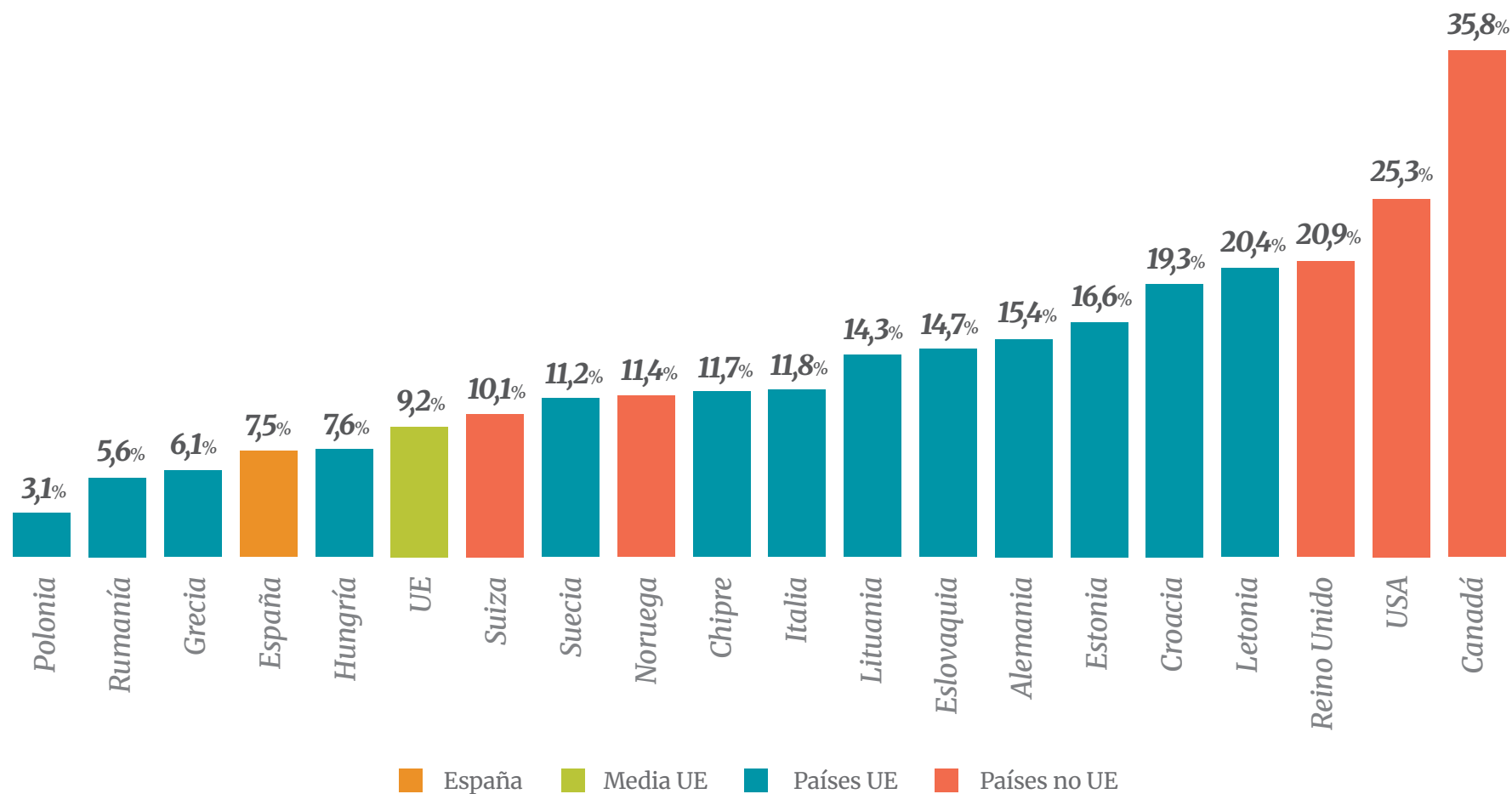
La Rioja	Principado de Asturias	Islas Canarias	Galicia	Comunidad Foral Navarra	Cantabria	Extremadura	Comunidad de Madrid	Región de Murcia	Andalucía	Cataluña	Aragón	Castilla y León	Comunidad Valenciana	Islas Baleares	País Vasco	Castilla La Mancha
1,7%	3,3%	3,5%	6,0%	6,7%	7,0%	7,3%	7,3%	7,4%	7,7%	7,9%	8,2%	8,2%	8,2%	8,5%	9,0%	10,0%
Q1				Q2				Q3				Q4				

* Q se refiere a los cuartiles, valores que dividen la muestra de datos en cuatro partes iguales (percentil 25, 50, 75 y 100) lo que facilita agrupar a las comunidades autónomas por categorías de datos similares

7.3 Involucración en la actividad emprendedora nueva

La involucración de las personas jóvenes españolas en actividades emprendedoras nuevas sigue siendo de las menores de la comparativa internacional, situándose 1,7 puntos por debajo del promedio de la Unión Europea, una brecha que se ha reducido al mantenerse el dato para España y reducirse el de la UE.

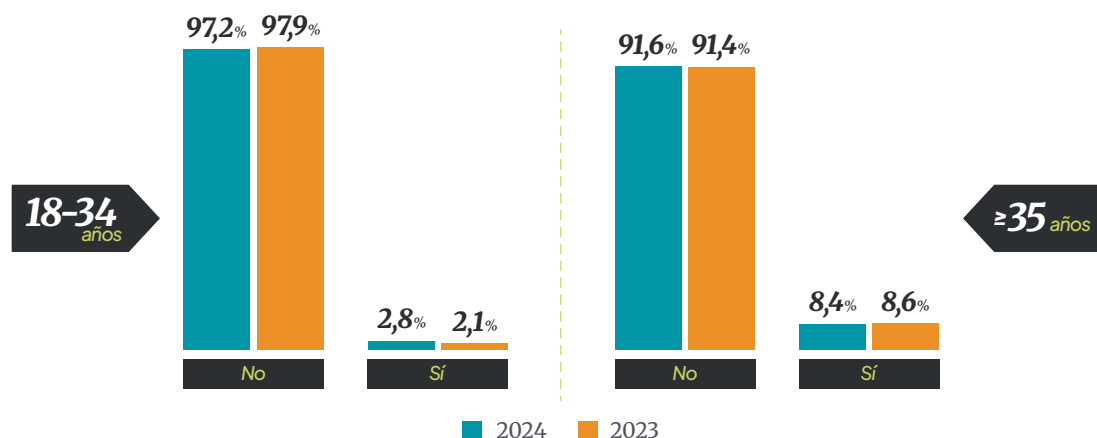
Emprendimiento nuevo. Diferencias internacionales



7.4 Involucración de la actividad emprendedora consolidada

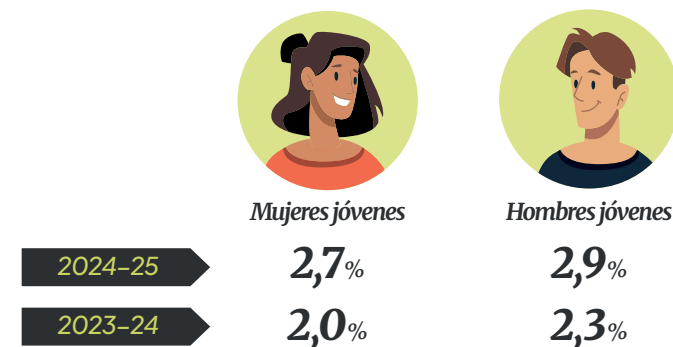
Una tercera parte de los jóvenes participa en emprendimientos consolidados, en comparación con los mayores de 35 años, siendo la participación algo menor entre las mujeres

Emprendimiento consolidado por grupos de edad



Los porcentajes de participación en actividades ya consolidadas, según los distintos grupos de edad, muestran una diferencia más marcada que en las demás etapas del proceso. Los datos apuntan a una clara mayor disposición al emprendimiento consolidado en la etapa de edad superior a los 34 años (8,4%, 0,2 puntos porcentuales menos que en el ciclo anterior). La diferencia entre ambos grupos de edad es considerable en esta etapa del proceso emprendedor, con una cifra de 2,8% en las personas más jóvenes en comparación con el 8,4% en las personas de mayor edad.

Emprendimiento consolidado de jóvenes por sexo



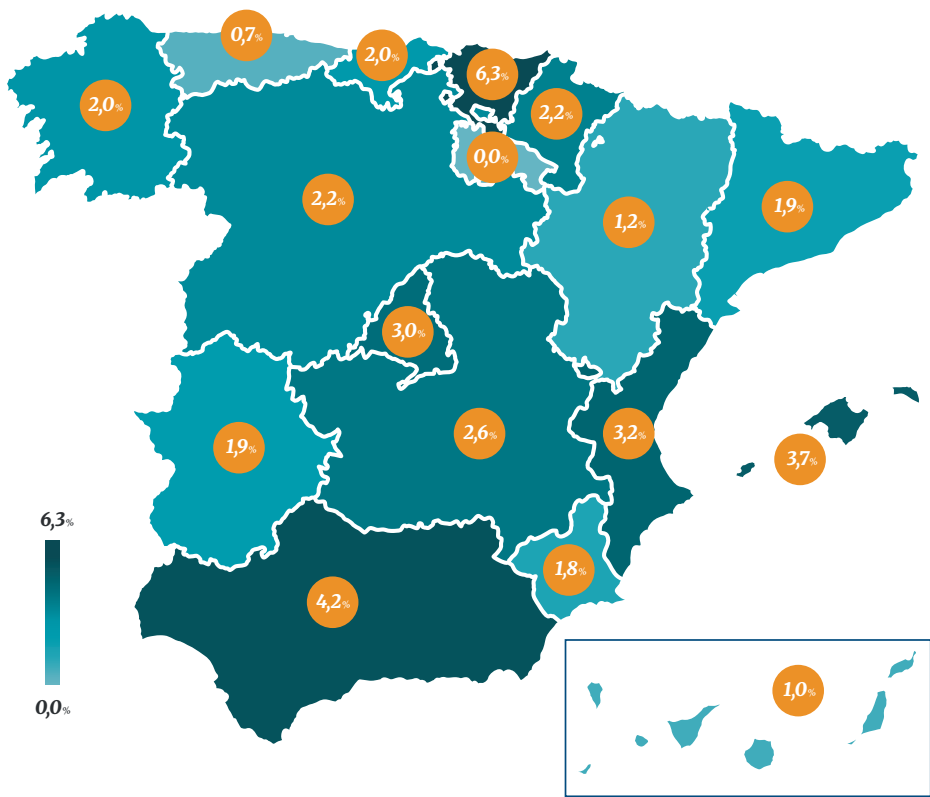
El análisis por sexo de los jóvenes involucrados en emprendimientos consolidados muestra una ligera predominancia de hombres (2,9%) que de mujeres (2,7%), lo reflejando una reducción de la brecha registrada en la edición anterior.

Respecto al informe precedente, ambos grupos muestran una evolución similar, con un aumento de la participación de 0,7 puntos porcentuales en mujeres y de 0,6 puntos en hombres.

7.4 Involucración de la actividad emprendedora consolidada

Las diferencias regionales en el emprendimiento consolidado entre jóvenes alcanzan una horquilla de 6,3 puntos porcentuales, superando la del ciclo anterior como resultado de trayectorias regionales diferenciadas

Emprendimiento consolidado. Diferencias regionales



La actividad emprendedora consolidada en personas jóvenes recoge amplias diferencias regionales en una horquilla de 6,3 puntos, mayor que la encontrada en la pasada edición.

Las regiones con mayores registros son País Vasco, Andalucía, Baleares y Comunidad Valenciana, que presentan valores entre el 6,3% y el 3,2%.

En valores intermedios, entre el 1,8% y el 3,0%, se encuentran Murcia, Cataluña, Extremadura, Cantabria, Galicia, Castilla y León, Navarra, Castilla-La Mancha y Comunidad de Madrid.

El segmento de menor porcentaje de emprendimiento consolidado en la población joven incluye a La Rioja, Asturias, Canarias y Aragón, con valores entre el 0,0% que muestra La Rioja (valor mínimo) y el 1,2% de Aragón.

En comparación con el año anterior, las comunidades en las que se detecta una mayor variación interanual de la tasa de consolidación en el colectivo joven son País Vasco (+4,4), Comunidad Valenciana (+2,2), Canarias (-1,7) y Andalucía (+1,7).

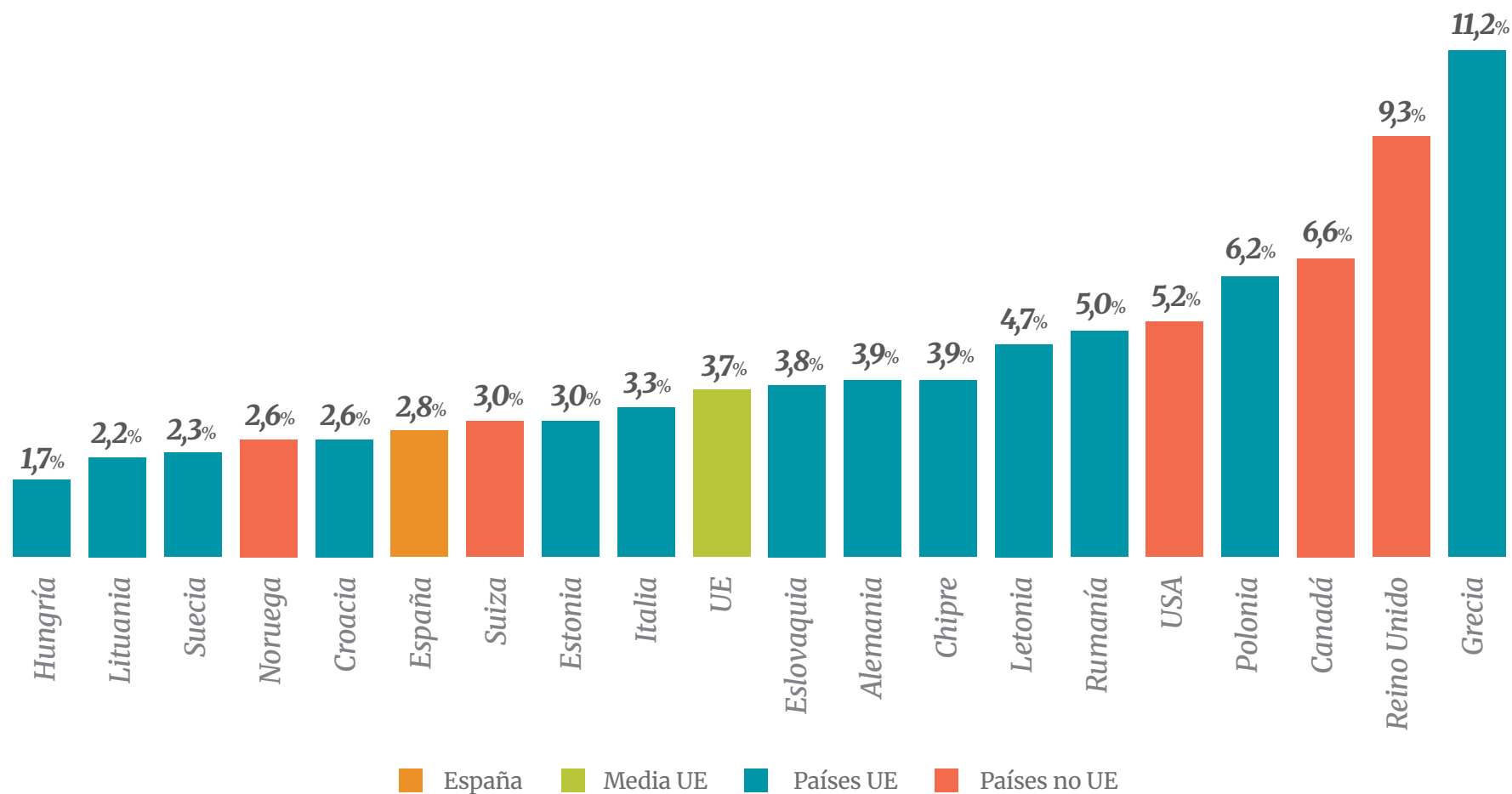
La Rioja	Principado de Asturias	Islas Canarias	Aragón	Región de Murcia	Cataluña	Extremadura	Cantabria	Galicia	Castilla y León	Comunidad Foral Navarra	Castilla La Mancha	Comunidad de Madrid	Comunidad Valenciana	Islas Baleares	Andalucía	País Vasco
0,0%	0,7%	1,0%	1,0%	1,8%	1,9%	1,9%	2,0%	2,0%	2,2%	2,2%	2,6%	3,0%	3,2%	3,7%	4,2%	6,3%
Q1				Q2				Q3				Q4				

* Q se refiere a los cuartiles, valores que dividen la muestra de datos en cuatro partes iguales (percentil 25, 50, 75 y 100) lo que facilita agrupar a las comunidades autónomas por categorías de datos similares

7.4 Involucración de la actividad emprendedora consolidada

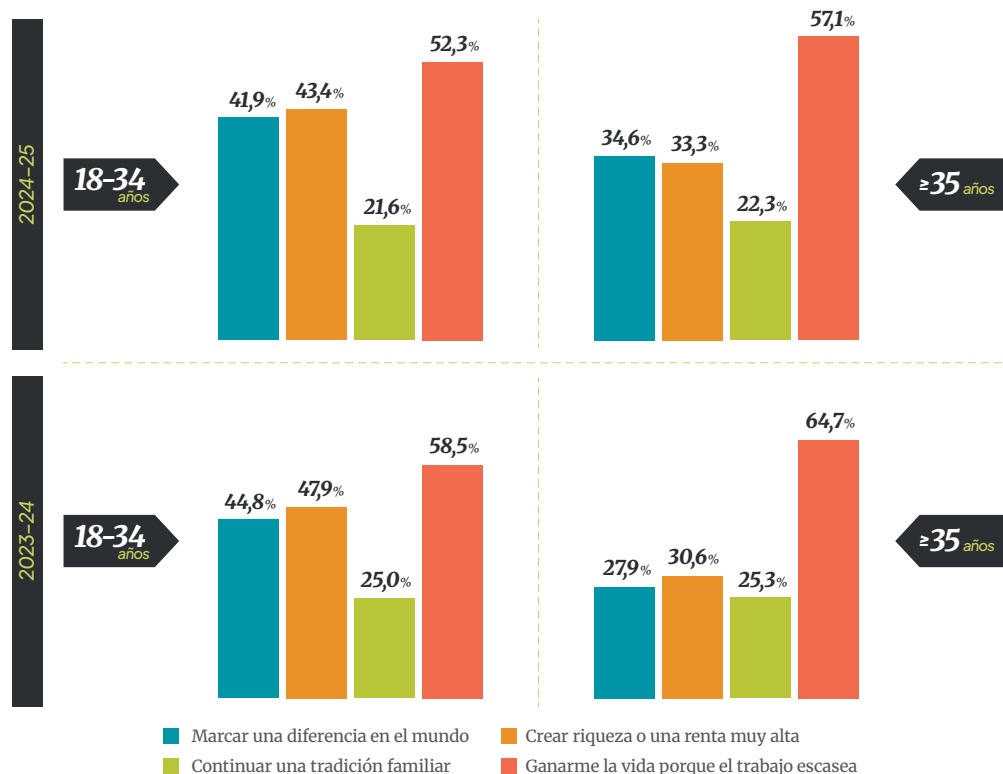
La presencia de las personas jóvenes españolas en la actividad consolidada es de las más reducidas en comparación con el conjunto internacional analizado, situándose casi un punto por debajo del promedio de la Unión Europea.

Emprendimiento consolidado. Diferencias internacionales



La principal motivación para emprender entre los jóvenes continúa siendo la relacionada con la necesidad, aunque se menciona en menor medida que el año anterior, seguida de motivos como “generar riqueza o ingresos elevados” y “marcar una diferencia en el mundo”

Motivaciones en el emprendimiento nuevo y consolidado por grupos de edad



Independientemente de la edad, las motivaciones para emprender muestran patrones similares entre los emprendedores. Tanto los jóvenes como las personas mayores de 34 años consideran la necesidad laboral “ganarse la vida debido a la escasez de empleo” como su principal razón, destacando más en el grupo de mayor edad (57,1% frente a 52,3% de los más jóvenes). Además, en ambos grupos se ha registrado un descenso respecto al año anterior, con caídas de 6,2 puntos entre los jóvenes y 7,6 puntos entre los mayores.

En esta edición existen diferencias entre la segunda motivación para emprender en relación con ambos colectivos. Si bien los jóvenes apuestan por la motivación “crear riqueza o una renta muy alta” (43,4%), el 34,6% de la población adulta apunta a la motivación “marcar una diferencia en el mundo”. No obstante, en este último colectivo existe una diferencia poco significativa con la motivación “crear riqueza en el mundo o una renta muy alta”, situada en tercer lugar y señalada por un 33,3%.

En relación con la motivación ligada a “continuar una tradición familiar”, las diferencias entre los dos grupos son menores y a favor del colectivo de mayor edad (en este caso 22,3% vs. 21,6%), datos similares al ciclo precedente, aunque algo inferiores.

Tanto hombres como mujeres emprenden en proporciones semejantes motivados por su contribución social; sin embargo, las mujeres suelen señalar principalmente necesidades laborales, mientras que los hombres destacan más las razones económicas

Motivaciones en el emprendimiento nuevo y consolidado por sexo



Al examinar las motivaciones para emprender según el sexo, se observa que tanto los hombres como las mujeres jóvenes citan como principal motivo la necesidad de “ganarse la vida debido a la escasez de empleo”, aunque esta razón es más frecuente entre las mujeres (56,7% frente a 47,0% de ellos). En comparación con el ciclo precedente, esta motivación ha disminuido más entre las mujeres que entre los hombres, con una caída de 8,9 y 5,2 puntos porcentuales, respectivamente.

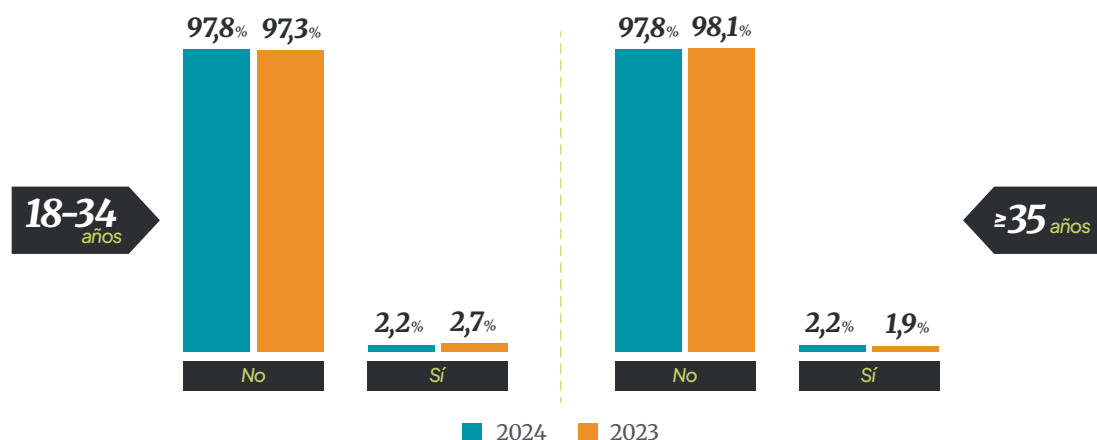
La motivación relacionada con “generar riqueza o una renta elevada” es más destacada entre los hombres que entre las mujeres, siendo la segunda opción para ellos (46,8%) y la tercera para ellas (40,6%). En comparación con el 2023-24, esta motivación ha disminuido en ambos grupos, con un descenso leve de un punto entre los hombres y una caída más significativa, de 7,5 puntos, entre las mujeres.

En último lugar, “marcar una diferencia en el mundo”, en esta edición, cobra una relevancia similar entre ambos grupos (41,0% en mujeres y 42,9% en hombres).

7.6 Abandonos de actividad

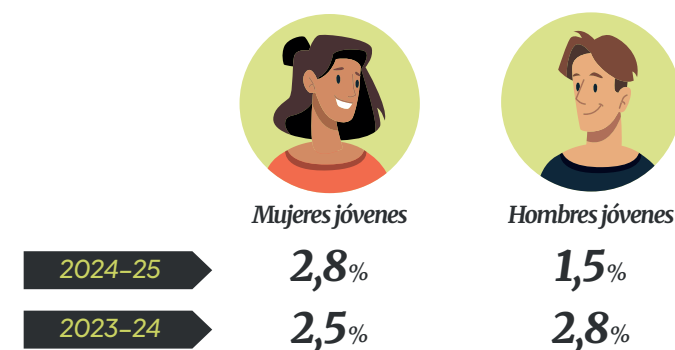
El abandono de la actividad emprendedora se da en igual medida tanto entre la población joven como entre la de mayor edad

Abandono de la actividad por grupos de edad



El abandono de la actividad emprendedora presenta la misma proporción en ambos grupos (2,2% en cada caso), aunque en la población de 35 años o más se registra un aumento de 0,3 puntos porcentuales en comparación con el ciclo precedente. Así, y con independencia de la edad de la persona involucrada, la proporción de abandono de la actividad empresarial parece consustancial a esta ocupación.

Abandono de la actividad entre jóvenes por sexo



El análisis del grupo de jóvenes según sexo muestra una mayor tasa de abandono de la actividad emprendedora entre las mujeres que entre los hombres (2,8% frente a 1,5%). Los datos muestran un incremento en el grupo de mujeres respecto al informe precedente, mientras que en los hombres se registra una disminución de 1,3 puntos porcentuales.

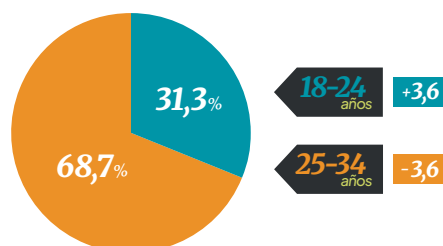
Emprendimiento potencial

Casi tres de cada cuatro jóvenes que planean emprender tienen entre 25 y 34 años

El porcentaje de mujeres jóvenes con intención de emprender supera al de los hombres

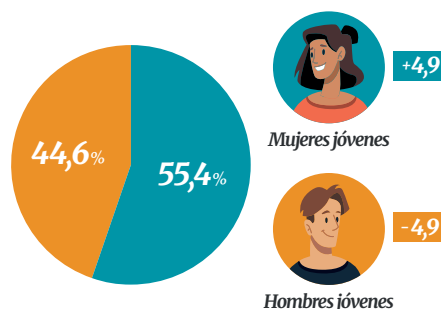
La proporción de jóvenes con intención de emprender que posee estudios universitarios supera el 50%

Distribución por edad



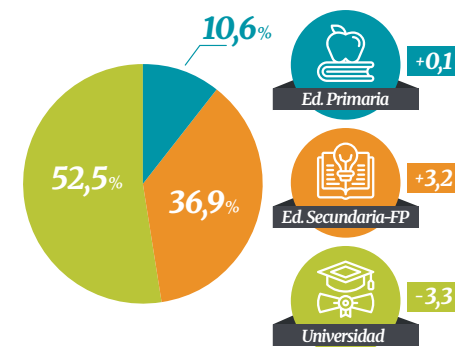
El análisis por subgrupos de edad (18-24 y 25-34 años) indica que casi 7 de cada 10 jóvenes con intención de emprender pertenecen al grupo de mayor edad (68,7%), cifra que representa 3,6 puntos porcentuales menos que el ciclo anterior (72,3%). La mediana para la edad es de 28 años, inferior en 1 punto respecto al informe precedente.

Distribución por sexo



Considerando el sexo de los jóvenes, se destaca un aumento de 4,9 puntos porcentuales en la participación de mujeres en el emprendimiento potencial respecto a 2023-24.

Distribución por nivel educativo



Entre los jóvenes que han manifestado su intención de emprender a tres años, más de la mitad cuentan con estudios universitarios (52,5%), lo que supone 3,3 puntos porcentuales menos que en el ciclo anterior. Les siguen quienes poseen Educación Secundaria o Formación Profesional (36,9%), mientras que un 10,6% tiene únicamente Educación Primaria.

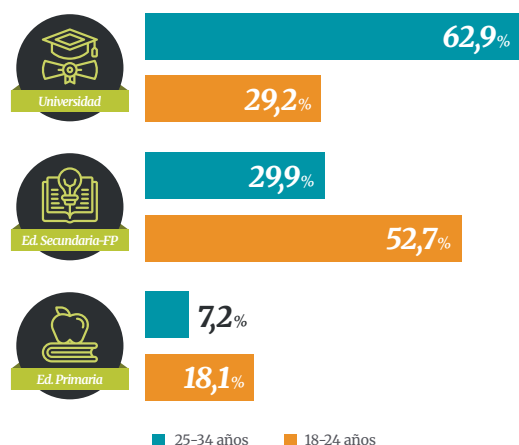
7.7 Perfil sociodemográfico de los jóvenes que emprenden

Emprendimiento potencial

En el rango de 25 a 34 años despunta la posesión de estudios universitarios con 20,4 puntos más que el ciclo anterior

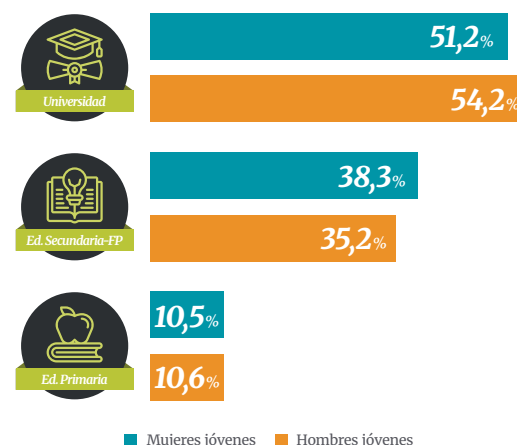
Entre los jóvenes con intención de emprender, alrededor de 5 de cada 10 mujeres y algo más de 4 de cada 10 hombres cuentan con estudios universitarios

Jóvenes con intención de emprender por grupo de edad y nivel educativo



Entre los jóvenes de 25 a 34 años con intención de emprender predominan quienes cuentan con estudios universitarios (62,9 %), con 0,5 puntos por encima del registro anterior (62,4 %). En el grupo más joven (18 a 24 años), el 52,7% posee estudios de Educación Secundaria y Formación Profesional, mostrando un incremento de 5,3 puntos con el ciclo precedente. Por su parte, los estudios primarios se sitúan en tercer lugar dentro de este tipo de emprendimiento en esta franja de edad.

Jóvenes con intención de emprender por sexo y nivel educativo



En el grupo de jóvenes con intención emprendedora, la disposición de estudios universitarios se da en mayor medida entre los hombres que entre las mujeres (54,2% vs. 51,2%), habiendo disminuido notablemente en el grupo de las mujeres en comparación con los datos de la pasada edición (-8,3 puntos). En esta entrega se observa una diferencia entre mujeres y hombres en cuanto a la Educación Secundaria y la Formación Profesional, con una mayor proporción de mujeres que cuentan con este nivel formativo (38,3 % frente a 35,2 % de ellos). En cambio, en el nivel de estudios primarios apenas se aprecian diferencias por sexo.

Emprendimiento potencial

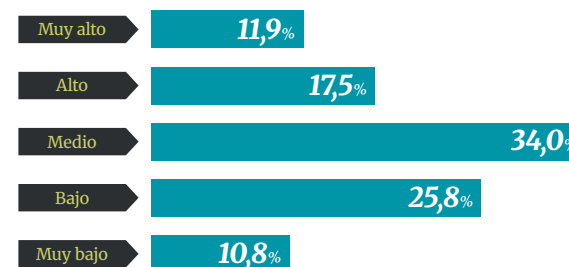
Cerca de cuatro de cada diez jóvenes con intención de emprender señalan que la formación emprendedora que han recibido es “básica” o “ninguna”

El 29,4% de las personas jóvenes con intención emprendedora afirman poseer un nivel “alto” o “muy alto” de formación para emprender, mientras que un 36,6% señala no haber contado con esta formación o haber accedido a una formación muy básica.

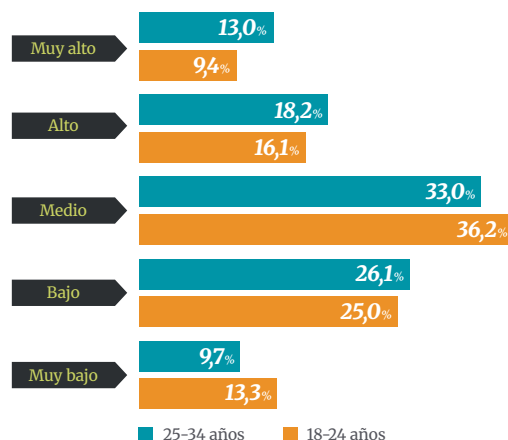
Segmentando por edad, el 31,2% de los jóvenes de 25 a 34 años se considera con un nivel de formación “alto” o “muy alto”, frente al 25,5% registrado entre las personas emprendedoras de 18 a 24 años.

Al separar por sexo, el 26,7% de las mujeres y el 32,6% de los hombres se consideran con un nivel de formación “alto” o “muy alto” para emprender, cifras inferiores a las del ciclo precedente.

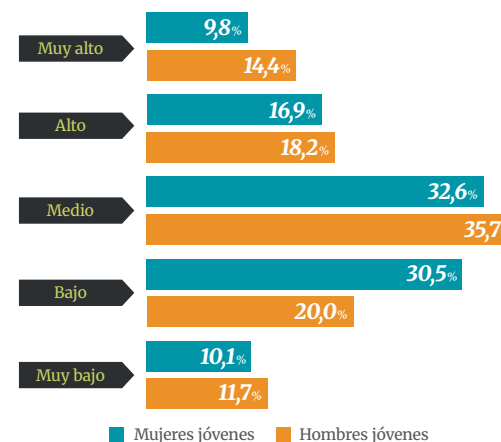
Nivel de formación en emprendimiento entre jóvenes con intención emprendedora



Nivel de formación en emprendimiento por grupo de edad



Nivel de formación en emprendimiento por sexo



Emprendimiento potencial

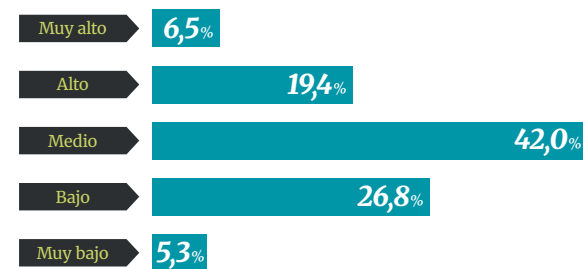
Alrededor de un tercio de los jóvenes con intención de emprender considera que su formación financiera es “baja” o “muy baja”, siendo esta percepción más común entre las mujeres

Entre los jóvenes con intención de emprender, el 32,1% considera que su formación financiera es “baja” o “muy baja” (0,6 puntos menos que en la edición anterior), siendo lo más común reportar un nivel medio (42,0%).

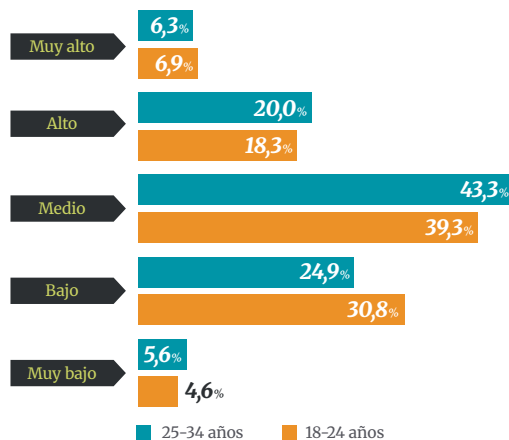
Al analizar por rangos de edad, los más jóvenes son quienes más frecuentemente señalan niveles “bajos” o “muy bajos” (35,4%, frente a 30,5% de los de mayor edad), mientras que ambos grupos presentan porcentajes similares en niveles “altos” o “muy altos” de formación financiera.

Por otro lado, al diferenciar por sexo, se observa que las mujeres jóvenes tienden a reportar un nivel de formación financiera “bajo” o “muy bajo” con mayor frecuencia que los hombres (35,7% frente a 27,6%).

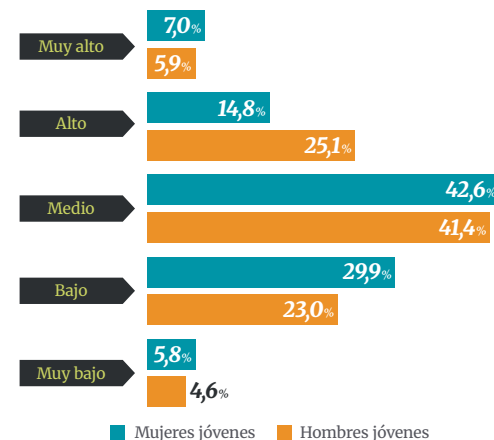
Nivel de formación financiera entre jóvenes con intención emprendedora



Nivel de formación financiera por grupo de edad



Nivel de formación financiera por sexo



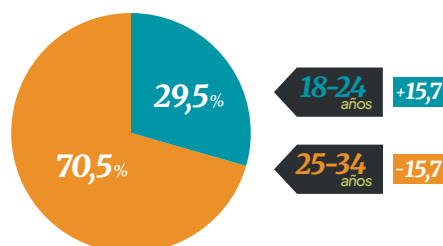
Emprendimiento nuevo

La mayoría de los jóvenes involucrados en un emprendimiento nuevo pertenece al grupo de 25 a 34 años

Se registra una mayor participación de mujeres jóvenes en la etapa de emprendimiento nuevo

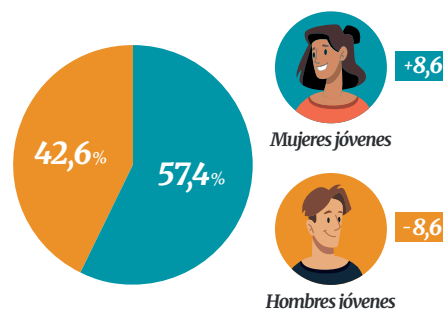
La formación universitaria predomina entre los jóvenes que desarrollan nuevos emprendimientos

Distribución por edad



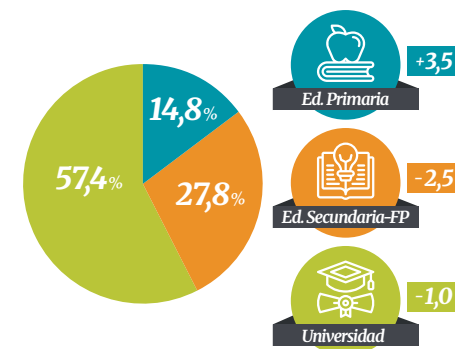
Al segmentar a los jóvenes en dos grupos de edad (18-24 y 25-34 años), se observa que el 70,5% de los emprendimientos nuevos son llevados a cabo por los de mayor edad (25-34 años), pero con una disminución de 15,7 puntos porcentuales con respecto a la anterior edición. La mediana de la edad para esta fase es 29 años, un año menos que en la edición precedente.

Distribución por sexo



El análisis por sexo muestra que las mujeres jóvenes representan un mayor porcentaje en emprendimientos nuevos que los hombres (57,4% frente a 42,6%), registrándose un aumento de 8,6 puntos porcentuales en su participación respecto al ciclo 2023-24.

Distribución por nivel educativo



Entre quienes participan en un emprendimiento nuevo, predominan las personas con estudios universitarios (57,4%), aunque su proporción disminuye en un punto porcentual respecto a la edición anterior, mientras que aumenta la de quienes tienen Educación Primaria (+3,5).

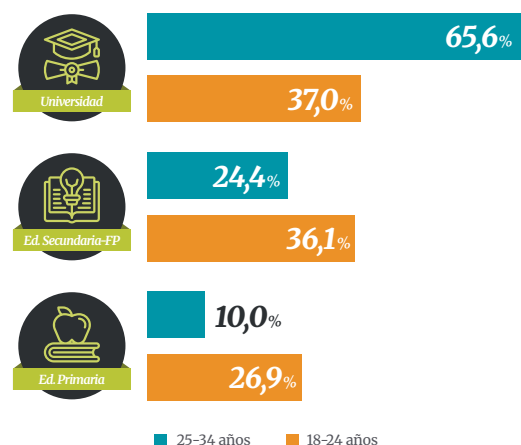
7.7 Perfil sociodemográfico de los jóvenes que emprenden

Emprendimiento nuevo

En los emprendimientos nuevos, los estudios universitarios predominan en el grupo de 25 a 34 años, mientras que la Educación Secundaria y la Formación Profesional son más frecuentes en el grupo de 18 a 24 años

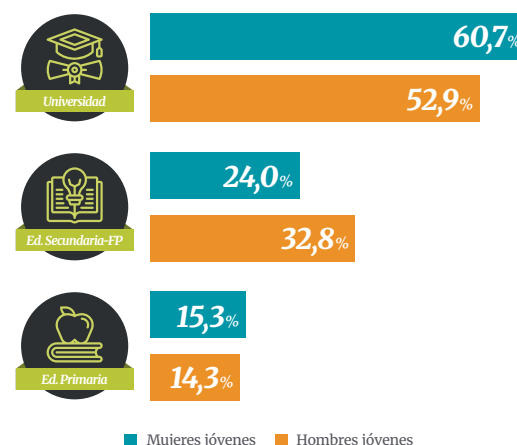
Entre los jóvenes con nuevos emprendimientos son los universitarios los que lideran en ambos sexos, predominando los hombres entre los que presentan estudios de Educación Secundaria y Formación Profesional

Jóvenes con emprendimiento nuevo por edad y nivel educativo



Entre los jóvenes involucrados en un emprendimiento nuevo, la mayoría de los de 25 y 34 años dispone de estudios universitarios (65,6%), lo que supone una ligera subida de 3,1 puntos respecto al informe precedente. Por otro lado, entre los emprendedores de 18 a 24 años es mayor la presencia de Educación Secundaria y FP (36,1%) y de Educación Primaria (26,9%).

Jóvenes con emprendimiento nuevo por sexo y nivel educativo



El análisis por sexo muestra que entre las mujeres jóvenes predomina la formación universitaria (60,7 %). En el caso de los hombres, el 52,9% cuenta con estudios universitarios, manteniéndose valores similares a los de la edición anterior. Por el contrario, la proporción masculina es mayor en los niveles de Educación Secundaria y Formación Profesional (32,8 % frente al 24,0 %). En ambos grupos no se observan diferencias relevantes por sexo en lo que respecta a la Educación Primaria.

Emprendimiento nuevo

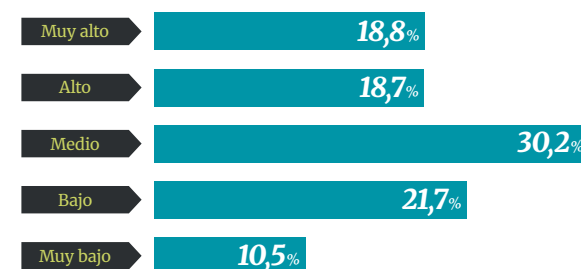
Casi 4 de cada 10 jóvenes al frente de un emprendimiento nuevo afirma que su nivel de formación para emprender es “alto” o “muy alto”

El nivel de formación para emprender considerado “alto” o “muy alto” alcanza al 37,5% de los jóvenes involucrados en un emprendimiento nuevo, lo que representa una caída de 5,6 puntos porcentuales respecto a la edición precedente.

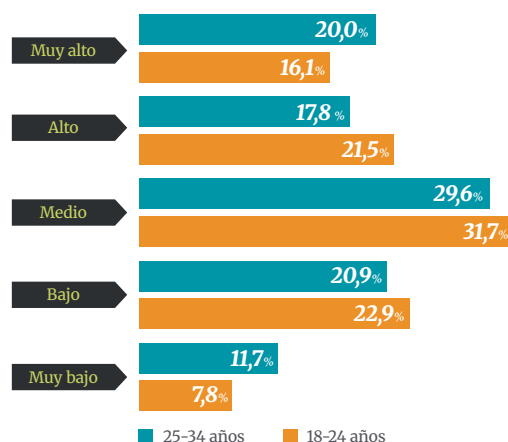
Dentro del rango de edad de 18 a 24 años, solo el 37,6% se percibe en este nivel, muy por debajo del 52,3% encontrado en el ciclo anterior, mientras que en el grupo de 25 a 34 años la proporción es de 37,8%.

En cuanto al sexo, se registran diferencias: un 35,3% de las mujeres jóvenes se considera con formación “alta” o “muy alta”, frente al 40,7% de los hombres que se sitúan en esta misma posición.

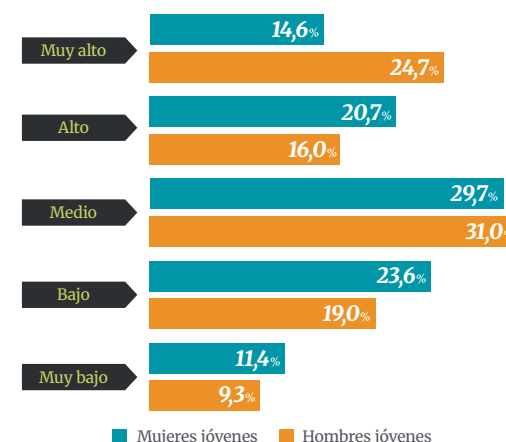
Nivel de formación en emprendimiento de los jóvenes con emprendimiento nuevo



Nivel de formación en emprendimiento por grupo de edad



Nivel de formación en emprendimiento por sexo



Emprendimiento nuevo

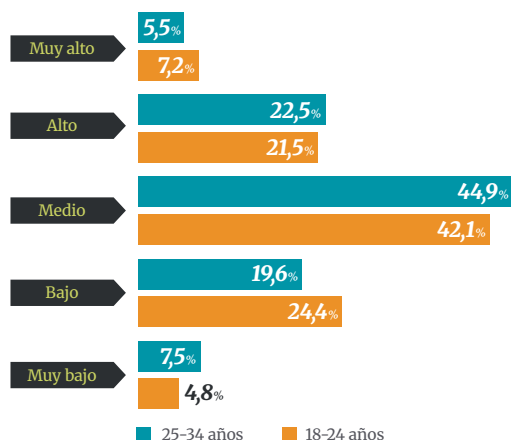
Un 44,1% de los jóvenes que están desarrollando una actividad emprendedora nueva califica su formación financiera como “media”

Los datos muestran que entre los jóvenes que están desarrollando una actividad emprendedora nueva, solo algo más de la cuarta parte (28,2%) señala que su nivel de formación financiera es “alto” o “muy alto”, lo que representa un aumento mínimo de 0,1 puntos respecto a la edición anterior.

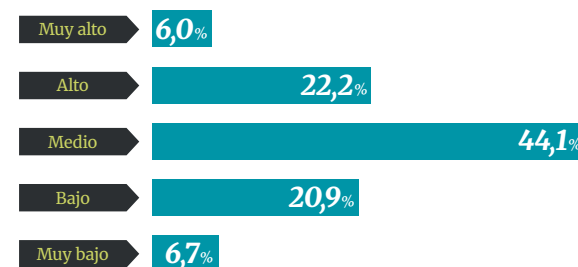
Cabe destacar que, tanto en el grupo de 18–24 años como en el de 25–34 años, un porcentaje similar señala su formación financiera como “alta” o “muy alta” (28,7% y 28%, respectivamente), registrándose una diferencia de 11,7 puntos en el grupo más joven respecto a la edición anterior.

Al analizar por sexo, las mujeres jóvenes reportan con mayor frecuencia que los hombres haber recibido un nivel de formación financiera “bajo” o “muy bajo”, registrándose una diferencia de 9,5 puntos porcentuales entre ambos grupos (31,7% frente a 22,2%).

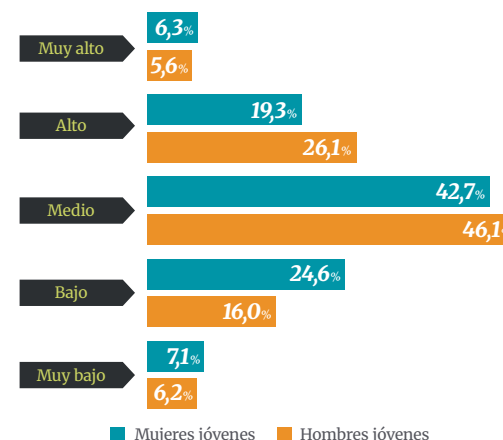
Nivel de formación financiera por grupo de edad



Nivel de formación financiera entre jóvenes con intención emprendedora



Nivel de formación financiera por sexo



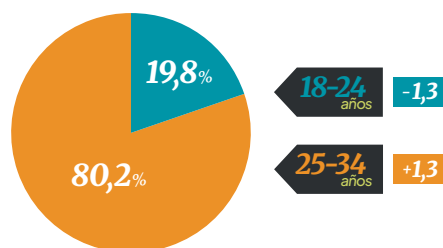
Emprendimiento consolidado

El 80% de los jóvenes con emprendimientos consolidados se encuentra en el rango de 25 a 34 años

La participación de mujeres jóvenes en emprendimientos consolidados es inferior a la de los hombres

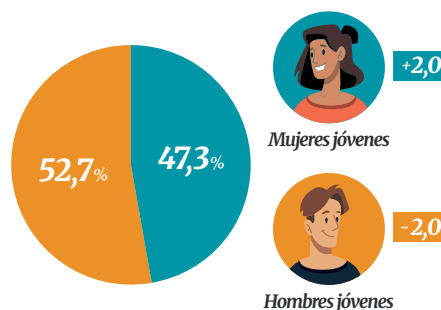
Seis de cada diez personas jóvenes, con actividad emprendedora consolidada, dispone de estudios universitarios

Distribución por edad



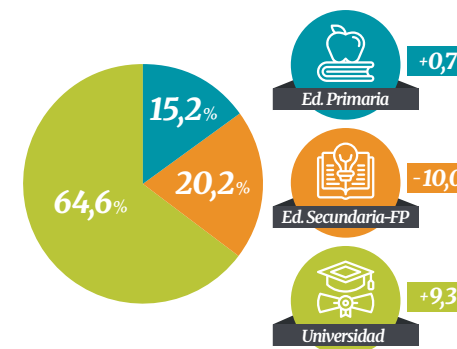
Tal como era previsible según la edad de los emprendedores y la definición de emprendimiento consolidado (más de 3,5 años de actividad), la mayoría de los emprendimientos consolidados (80,2%) pertenece al grupo de 25 a 34 años, con una mediana de edad de 30 años.

Distribución por sexo



En la etapa de emprendimiento consolidado, la distribución por sexo muestra un 47,3% de mujeres jóvenes (2 puntos más que en la edición precedente) frente a un 52,7% de hombres jóvenes.

Distribución por nivel educativo



Seis de cada diez jóvenes con un emprendimiento consolidado dispone de estudios universitarios (64,6%), registrándose un incremento en 9,3 puntos porcentuales respecto a los datos del informe anterior. Sin embargo, disminuye notoriamente, en 10 puntos porcentuales, la presencia de jóvenes con Educación Secundaria o FP (20,2% frente al 30,2% de la pasada edición).

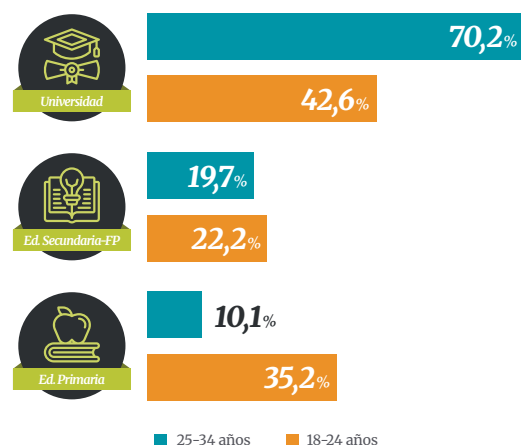
7.7 Perfil sociodemográfico de los jóvenes que emprenden

Emprendimiento consolidado

En el grupo de jóvenes con emprendimientos consolidados, los estudios universitarios predominan, especialmente en el rango de 25 a 34 años

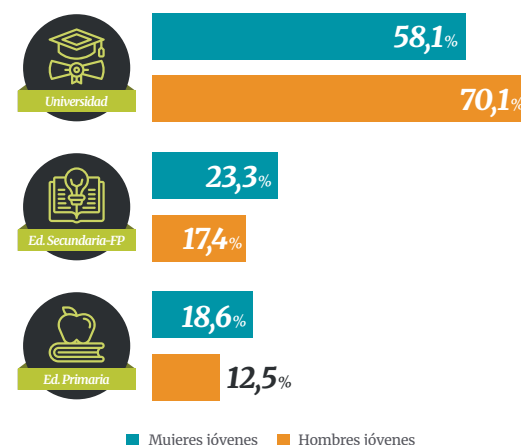
Entre quienes participan en un emprendimiento consolidado, los hombres presentan una mayor proporción de estudios universitarios que las mujeres, siendo estos mayoritarios en ambos grupos

Jóvenes con emprendimiento consolidado por grupo de edad y nivel educativo



Los datos de este año muestran una subida significativa en el porcentaje de jóvenes entre 25 y 34 años con estudios universitarios que desarrollan una actividad emprendedora consolidada (70,2% vs. 58,6% del anterior ciclo). En esta edición destaca una mayor presencia de jóvenes con estudios primarios entre el grupo de edad de 18 a 24 años, con un 35,2% frente a 23,7% del informe precedente.

Jóvenes con emprendimiento consolidado por sexo y nivel educativo



La mayoría de los jóvenes con emprendimiento consolidado son hombres, quienes también presentan mayor proporción de estudios universitarios (70,1% frente a 58,1% de mujeres), aunque esta diferencia se ha incrementado considerablemente respecto al estudio anterior (52,5% hombres y 59,0% mujeres). Por otro lado, las mujeres destacan en mayor medida por su Educación Secundaria y Formación Profesional (23,3% frente a 17,4%), predominando también en la Educación Primaria (18,6% frente a 12,5%).

Emprendimiento consolidado

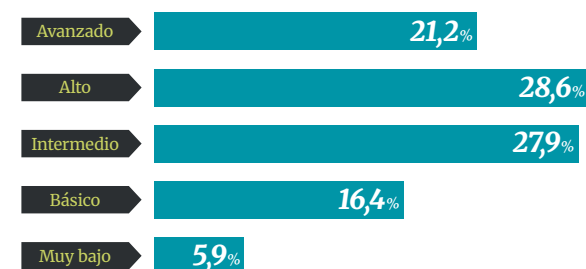
La mitad de los jóvenes involucrados en un emprendimiento consolidado percibe su formación emprendedora como “alta” o “muy alta”

El 49,8% de los jóvenes con emprendimientos consolidados indica que posee un nivel de formación para emprender “alto” o “muy alto”, cifra muy similar a la registrada en la pasada edición.

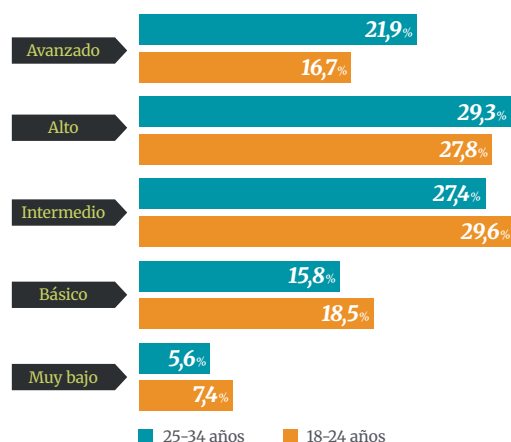
Por edades, el dato asciende al 51,2% en el subgrupo de 25–34 años, mientras que cae a un 44,5% entre los jóvenes de 18 a 24 años.

Analizando por sexo, un 49,6% señala haber recibido una formación por encima del nivel “medio”, frente al 50,4% de los hombres, ligeramente superior.

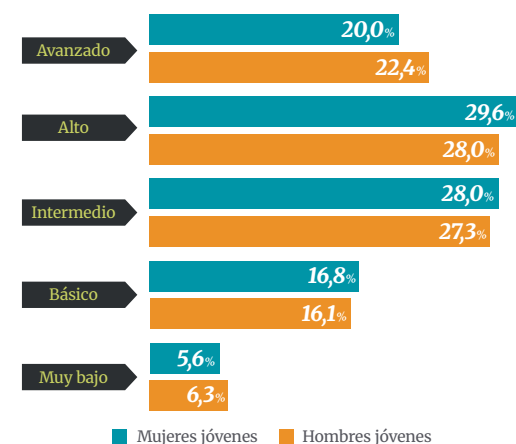
Nivel de formación en emprendimiento de jóvenes con emprendimiento consolidado



Nivel de formación en emprendimiento por grupo de edad



Nivel de formación en emprendimiento por sexo



Emprendimiento consolidado

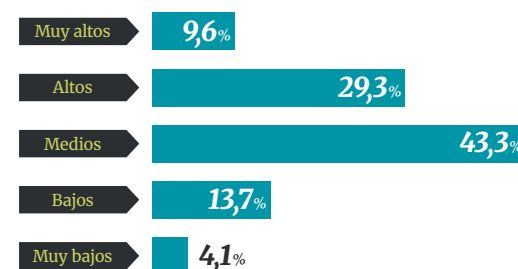
Cerca del 40% de los jóvenes con emprendimientos consolidados se perciben con un nivel adecuado de formación financiera. Sin embargo, las mujeres jóvenes en esta fase tienden a reportar un nivel de formación financiera inferior a la de los hombres

El 38,9% de las personas con actividad emprendedora consolidada señala tener un nivel de formación financiera “alto” o “muy alto”, lo que representa un aumento de 5,4 puntos porcentuales respecto al año anterior.

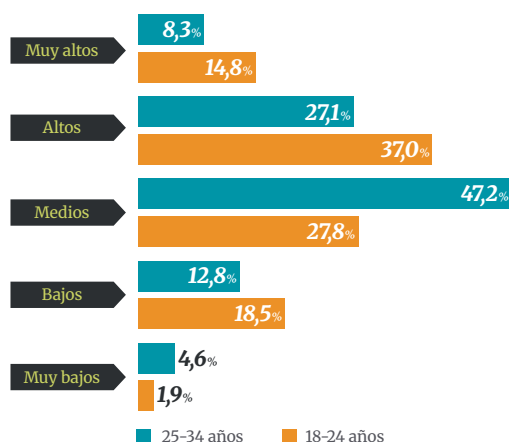
Por edades, se observan diferencias. Así, el 35,4% de las personas entre 25–34 años afirma poseer ese nivel “alto” o “muy alto” de formación, mientras que un 47,2% reporta un nivel “medio”. Por su parte, en el grupo de 18–24 años, un 51,8% indica un nivel “alto–muy alto”, en este tipo de formación, mientras que la mayor parte se ubica en el nivel “medio” (27,8%).

Analizando por sexo, un 31,0% de las mujeres indica poseer un nivel de formación financiera “alto” o “muy alto”, frente al 45,8% de los hombres.

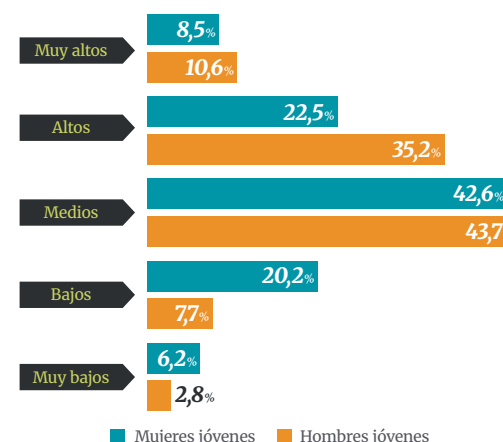
Nivel de formación financiera entre jóvenes con emprendimiento consolidado



Nivel de formación financiera por grupo de edad



Nivel de formación financiera por sexo



Características de la actividad emprendedora nueva desarrollada por jóvenes

8

- 8.0 Nota metodológica y guía de lectura y consulta.
- 8.1 Especialización productiva por sectores.
- 8.2 Necesidades y fuentes de capital para emprender.
- 8.3 Número de personas socias.
- 8.4 Número de personas trabajadoras.
- 8.5 Nivel tecnológico del sector en el que operan.
- 8.6 Grado de innovación en producto y en proceso.
- 8.7 Orientación internacional.
- 8.8 Expectativas de incremento del uso de tecnologías digitales.
- 8.9 Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio.
- 8.10 Percepción de los impactos de la implementación de IA.
- 8.11 Sostenibilidad de la actividad.
- 8.12 Evolución de las características de la actividad emprendedora (2023–24 vs 2024–25).



Lo que podrá encontrar en este capítulo

Este **capítulo 8** aborda la actividad emprendedora desarrollada por jóvenes. Más concretamente, se analizan las características de las propias iniciativas emprendedoras: qué tipo de negocios son, en qué sectores operan o qué recursos utilizan, entre otros factores. En este sentido, se establece una comparación entre las iniciativas desarrolladas por personas emprendedoras jóvenes (18 a 34 años) y las del grupo de mayor edad (35 años o más), añadiendo una diferenciación por sexo exclusivamente dentro del grupo joven. El capítulo se centra únicamente en las iniciativas nuevas, poniendo el foco en las características de los emprendimientos más recientes, es decir, con menos de 3,5 años de actividad.

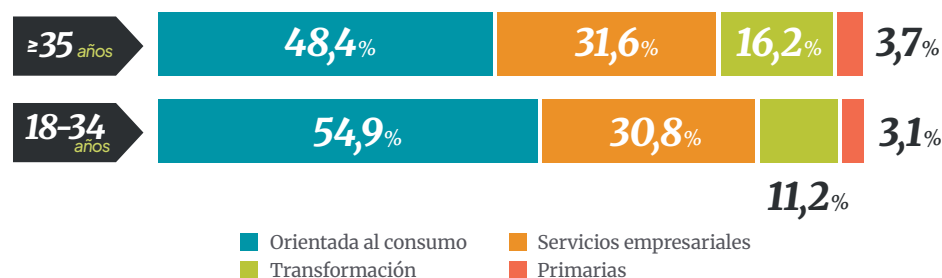
A lo largo del capítulo se examinan diversos aspectos que permiten caracterizar las iniciativas emprendedoras nuevas, tales como la especialización productiva por sectores, la necesidad y las fuentes de capital para emprender, el número de personas socias y trabajadoras, el nivel tecnológico del sector en el que opera la iniciativa, el grado de innovación en productos y en procesos, la orientación internacional de las

iniciativas, el grado de adopción de tecnologías digitales para el funcionamiento de la empresa, el impacto de la inteligencia artificial (IA), así como la sostenibilidad de la actividad en cuanto a impacto social y medioambiental, incluyendo la consideración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030.

Dado el planteamiento y el tipo de contenidos tratados, este capítulo no incluye una comparativa territorial. La perspectiva evolutiva se aborda de manera integrada al final del capítulo, donde se recogen las principales claves sobre las que se ha desarrollado el emprendimiento, especialmente en referencia al periodo anterior, permitiendo una visión global de los cambios más significativos que se han producido en las características de la actividad emprendedora desarrollada por jóvenes.

Las iniciativas emprendedoras orientadas al consumo predominan entre los jóvenes, especialmente entre las mujeres, mientras que los hombres jóvenes presentan mayor diversificación sectorial

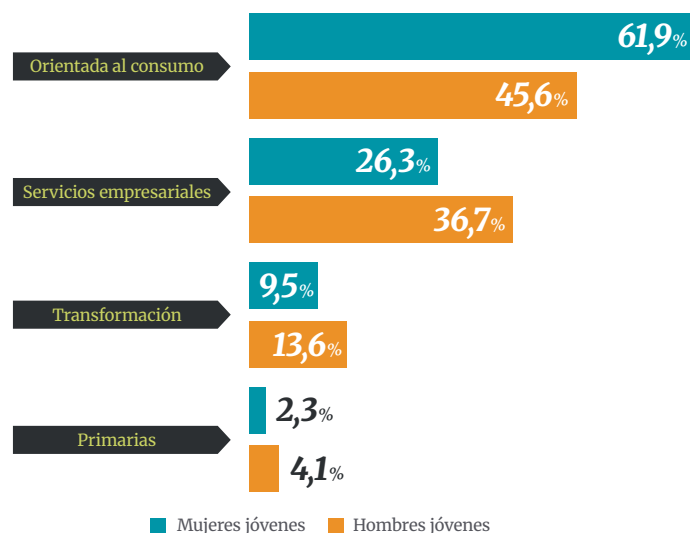
Especialización productiva de las iniciativas emprendedoras por edad



Las actividades orientadas al consumo constituyen el sector predominante en las nuevas iniciativas emprendedoras, con mayor incidencia entre las lideradas por jóvenes (18–34 años): 54,9% frente al 48,4% en el grupo de 35 años o más. Esta mayor orientación del emprendimiento joven hacia el consumo puede estar relacionada con servicios cotidianos, comercio minorista o productos de uso frecuente.

Los servicios empresariales presentan un peso relevante y equilibrado en ambos grupos: 30,8% en jóvenes y 31,6% en personas de mayor edad. Esta distribución similar sugiere que este tipo de servicios constituye una opción emprendedora transversal independientemente de la edad de quien emprende. Los sectores de transformación y primario registran niveles más modestos en ambos grupos: el sector de transformación alcanza el 11,2% en las iniciativas de jóvenes y el 16,2% en las de mayor edad, mientras que el sector primario se sitúa en el 3,1% y 3,7% respectivamente.

Especialización productiva de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes por sexo



La comparación por sexo en el grupo joven revela diferencias notables en las preferencias sectoriales. Las iniciativas lideradas por mujeres jóvenes muestran una orientación marcadamente mayoritaria hacia las actividades de consumo (61,9%), seguidas de servicios empresariales (26,3%). Las iniciativas emprendidas por hombres jóvenes presentan una distribución más equilibrada: 45,6% consumo, 36,7% servicios empresariales, 13,6% transformación y 4,1% sector primario, reflejando mayor diversificación sectorial.

8.2 Necesidades y fuentes de capital para emprender

Las iniciativas emprendedoras muestran necesidades de capital similares entre grupos de edad cuando se analiza la mediana, aunque en el grupo joven los hombres lideran proyectos que requieren capitales iniciales superiores

Necesidades de capital de las iniciativas emprendedoras por edad

	Media	Mediana
18-24 años	281.110 €	10.000 €
≥35 años	302.685 €	12.000 €

Las necesidades de capital de las iniciativas emprendedoras presentan valores medios elevados, tanto en las lideradas por jóvenes (18–34 años) como en las impulsadas por personas de 35 años o más: 281.110 € y 302.685 €, respectivamente. Sin embargo, la mediana sitúa las necesidades en 10.000 € para las iniciativas de jóvenes y 12.000 € para las de mayor edad. Esta diferencia sustancial entre media y mediana indica que, en ambos grupos, existen proyectos con requerimientos excepcionales de capital que elevan considerablemente el promedio, mientras que la mayoría de las iniciativas nuevas opera con capitales iniciales relativamente contenidos.

Necesidades de capital de las iniciativas emprendedoras por sexo

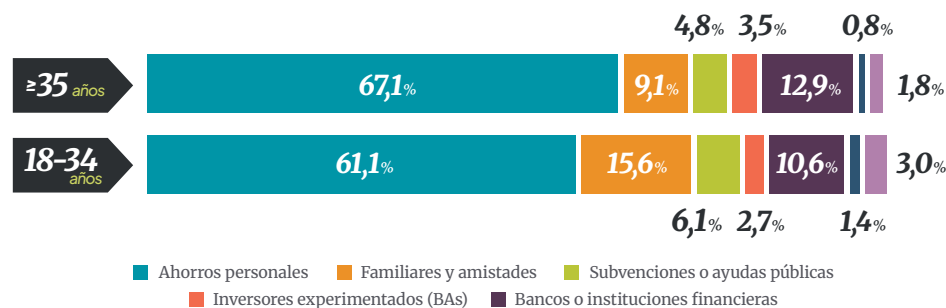
	Media	Mediana
	161.652 €	10.000 €
	397.463 €	18.122 €

El análisis por sexo en el grupo joven revela diferencias significativas. Las iniciativas desarrolladas por hombres requieren una mediana de 18.122 €, mientras que las lideradas por mujeres presentan una mediana de 10.000 €. Esta diferencia sugiere que los proyectos masculinos demandan capitales iniciales superiores de manera habitual, lo que puede estar relacionado con una mayor presencia en sectores de transformación o servicios empresariales, y proyectos de mayor envergadura. Las mujeres jóvenes tienden a desarrollar iniciativas con estructuras de costes iniciales más ajustados, coherente con su mayor especialización en actividades orientadas al consumo. La considerable distancia entre medias y medianas en ambos casos confirma la existencia de una notable heterogeneidad en las necesidades de capital dentro de cada grupo.

8.2 Necesidades y fuentes de capital para emprender

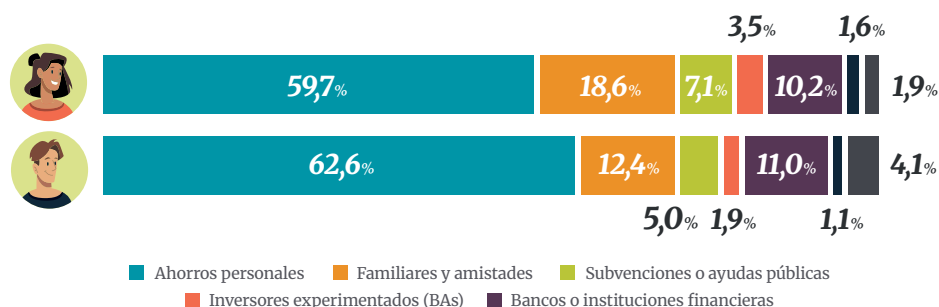
Los ahorros personales constituyen la principal fuente de financiación, aunque las personas de mayor edad recurren más a esta fuente; dentro del grupo joven, las mujeres utilizan más el apoyo de familiares y de amigos que los hombres

Origen de los fondos del emprendimiento por edad



Los ahorros personales representan la fuente de financiación predominante en las iniciativas emprendedoras, con mayor intensidad en las lideradas por personas de 35 años o más (67,1%) que en las desarrolladas por jóvenes (61,1%). La financiación bancaria constituye la segunda fuente más relevante: 12,9% en las iniciativas de personas de mayor edad y 10,6% en las de jóvenes. El apoyo de familiares y amistades presenta un patrón inverso, siendo significativamente más frecuente en las iniciativas emprendedoras de jóvenes (15,6%) que en las de mayor edad (9,1%), lo que sugiere que las redes de proximidad desempeñan un papel más importante en las primeras etapas de la trayectoria emprendedora. Las subvenciones públicas mantienen una presencia similar en ambos grupos (6,1% en jóvenes y 4,8% en mayores), mientras que otras fuentes presentan pesos residuales.

Origen de los fondos del emprendimiento de los jóvenes por sexo

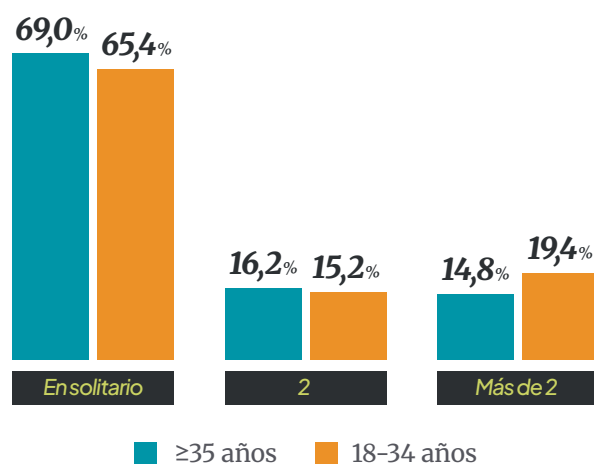


La distinción por sexo en el grupo joven muestra que las mujeres recurren significativamente más a familiares y amistades (18,6%) que los hombres (12,4%). Ellos muestran mayor dependencia de los ahorros personales (62,6% frente a 59,7% en mujeres), mientras que la financiación bancaria y las subvenciones públicas presentan valores similares en ambos colectivos. Esto indica que el emprendimiento joven se apoya fundamentalmente en recursos propios y de proximidad, con diferencias en las estrategias de acceso al capital según el sexo.

8.3 Número de personas socias

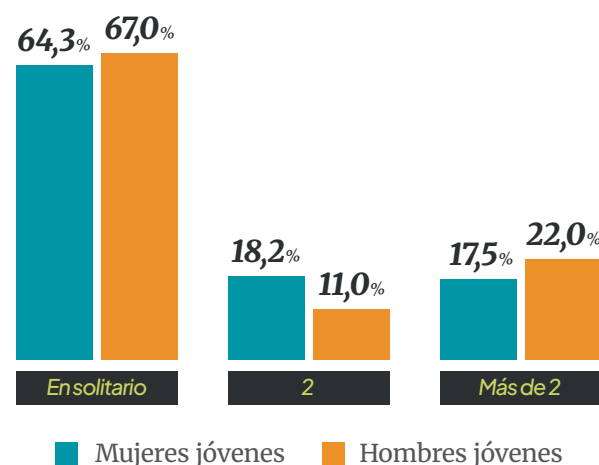
El emprendimiento en solitario predomina, con mayor incidencia entre las personas de mayor edad; dentro del grupo joven, los hombres emprenden más en solitario que las mujeres

Número de personas socias de las iniciativas emprendedoras por edad



El emprendimiento en solitario constituye la modalidad predominante en las iniciativas emprendedoras, independientemente de la edad de quien las lidera. Las iniciativas desarrolladas por personas de 35 años o más presentan una mayor incidencia de emprendimiento individual (69,0%) en comparación con las lideradas por jóvenes (65,4%). En cuanto a los equipos de dos personas socias, ambos grupos muestran valores similares: 15,2% en jóvenes y 16,2% en personas de mayor edad. Los equipos con más de dos personas socias son más frecuentes en las iniciativas de jóvenes (19,4%), lo que sugiere una mayor propensión del emprendimiento joven hacia fórmulas colaborativas con equipos más amplios.

Número de personas socias de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes por sexo

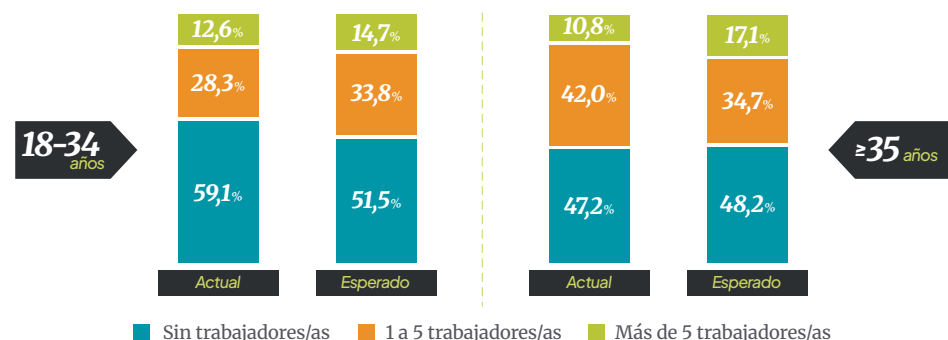


En cuanto a la composición de los equipos según el sexo, en el grupo joven el emprendimiento en solitario es la opción mayoritaria, aunque con mayor incidencia en los hombres (67,0%) que en las mujeres (64,3%). Las iniciativas con dos personas socias presentan una diferencia notable: son más frecuentes entre las mujeres (18,2%) que entre los hombres (11,0%). Los equipos con más de dos personas socias son más habituales en las iniciativas lideradas por hombres (22,0%) que en las de mujeres (17,5%), reflejando diferentes preferencias en las fórmulas de colaboración empresarial según el sexo.

8.4 Número de personas trabajadoras

Las iniciativas emprendedoras de jóvenes operan mayoritariamente sin personas empleadas, aunque con expectativas de crecimiento; los hombres lideran proyectos con mayores aspiraciones de escalabilidad

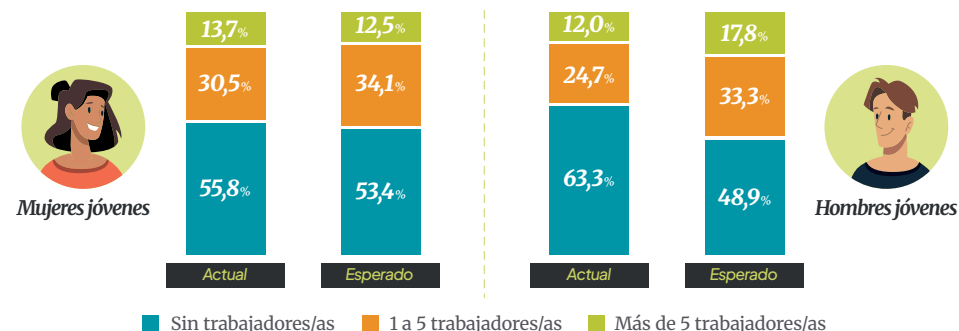
Número de personas trabajadoras de las iniciativas emprendedoras por grupos de edad



Las iniciativas emprendedoras lideradas por jóvenes (18-34 años) presentan actualmente una mayor proporción sin personas trabajadoras (59,1%) en comparación con las desarrolladas por personas de 35 años o más (47,2%). Esta diferencia se invierte en los equipos de 1 a 5 trabajadores, donde las iniciativas de personas de mayor edad muestran mayor presencia (42,0% frente al 28,3% en jóvenes). Las iniciativas con más de 5 trabajadores presentan valores similares en ambos grupos.

Las expectativas de crecimiento a cinco años revelan patrones diferenciados. Las iniciativas de jóvenes esperan reducir la proporción sin personas empleadas (del 59,1% al 51,5%) e incrementar los equipos de 1 a 5 trabajadores (del 28,3% al 33,8%), mientras que las de personas de mayor edad mantienen estable la proporción sin personas empleadas. Los equipos con más de 5 trabajadores muestran mayores expectativas de crecimiento en las iniciativas de personas de mayor edad (del 10,8% al 17,1%), sugiriendo proyectos con mayor ambición de escalabilidad en plantillas amplias.

Número de personas trabajadoras de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes por sexo

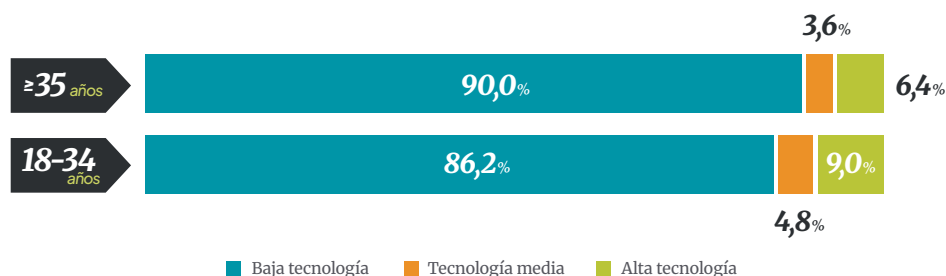


Si se observan las diferencias por sexo en el grupo joven, los hombres lideran actualmente más iniciativas sin personas empleadas (63,3%) que las mujeres (55,8%), mientras que las mujeres presentan mayor proporción en equipos de 1 a 5 trabajadores (30,5% frente al 24,7%). Por su parte, las expectativas a cinco años reflejan diferencias en las aspiraciones: los hombres proyectan un crecimiento significativo en equipos de más de 5 trabajadores (del 12,0% al 17,8%), mientras que las mujeres mantienen estable esta categoría, lo que sugiere mayores aspiraciones de escalabilidad en las iniciativas lideradas por hombres.

8.5 Nivel tecnológico del sector en el que operan

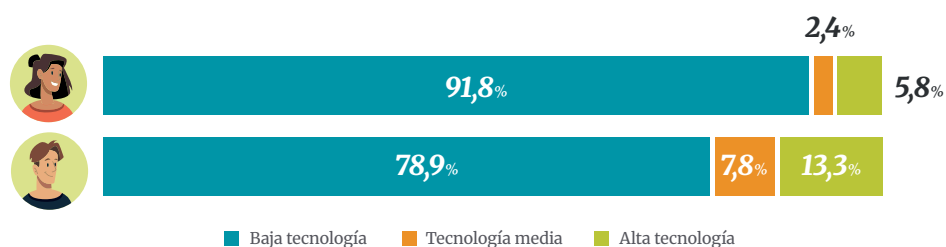
La mayoría de las iniciativas emprendedoras se desarrollan en sectores de baja o nula tecnología, situación especialmente acusada en las lideradas por mujeres jóvenes

Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras según edad



Las iniciativas emprendedoras se concentran mayoritariamente en sectores de baja o nula tecnología, tanto en las lideradas por jóvenes (18-34 años), como en las desarrolladas por personas de 35 años o más: 86,2% y 90,0% respectivamente. Los sectores de tecnología media presentan una presencia residual en ambos grupos (4,8% en jóvenes y 3,6% en personas de mayor edad). Las iniciativas en sectores de alta tecnología muestran una presencia algo superior en las lideradas por jóvenes (9,0%) en comparación con las de personas de mayor edad (6,4%), aunque en términos absolutos esta diferencia es limitada. En conjunto, estos datos reflejan una escasa incursión del emprendimiento nuevo en sectores tecnológicos avanzados, independientemente de la edad de quien lidera la iniciativa.

Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes según sexo

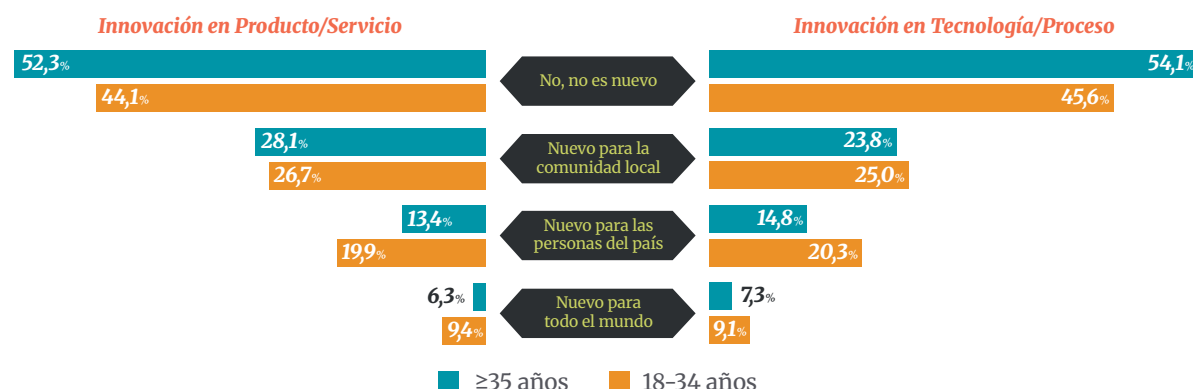


La segmentación por sexo en el grupo joven revela diferencias significativas. Las iniciativas lideradas por mujeres presentan una concentración notablemente mayor en sectores de baja o nula tecnología (91,8%) en comparación con las desarrolladas por hombres (78,9%). Esta diferencia se traduce en una mayor presencia masculina en sectores de tecnología media y alta: los hombres operan en sectores de intensidad tecnológica media o alta en un 21,1% de los casos (7,8% en tecnología media y 13,3% en alta tecnología), mientras que las mujeres alcanzan únicamente el 8,2% (2,4% en tecnología media y 5,8% en alta tecnología). Esta brecha refleja patrones diferenciados en la adopción de tecnologías avanzadas según el sexo, coherente con las diferencias observadas en otros ámbitos como las titulaciones STEM.

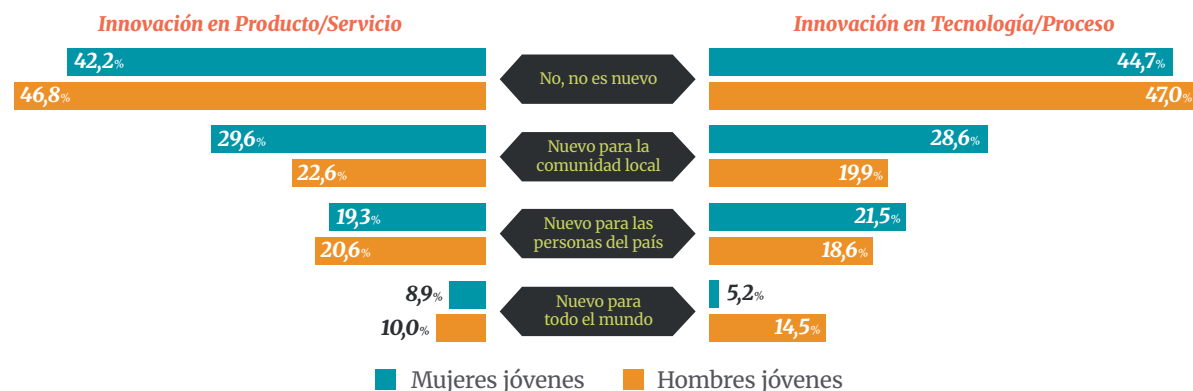
8.6 Grado de innovación en producto y en proceso

Las iniciativas emprendedoras lideradas por jóvenes presentan mayor grado de innovación, especialmente a nivel país; las jóvenes destacan por innovaciones en el ámbito local

Grado de innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras según edad



Grado de innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes según sexo

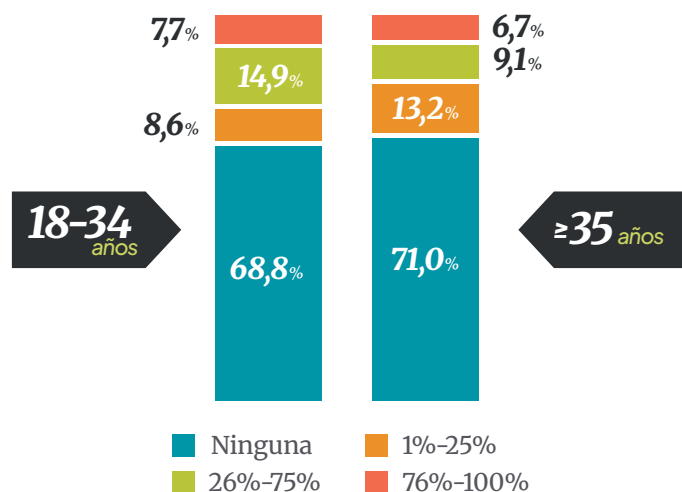


Las iniciativas emprendedoras lideradas por jóvenes (18–34 años) presentan mayor grado de innovación que las desarrolladas por personas de 35 años o más. En innovación de producto o servicio, el 44,1% de las iniciativas de jóvenes declara no incorporar novedades, frente al 52,3% en las de personas de mayor edad. Esta diferencia se refleja especialmente en las innovaciones a nivel nacional, donde el 19,9% de las iniciativas de jóvenes declara ofrecer productos o servicios nuevos para el país, frente al 13,4% en las de mayor edad. En innovación tecnológica o de proceso, el patrón es similar: el 45,6% de las iniciativas de jóvenes no incorpora innovaciones frente al 54,1% en mayores, con mayor presencia de innovaciones nacionales en jóvenes (20,3% frente al 14,8%). Aunque más de la mitad de las iniciativas no incorpora innovaciones sustanciales en ningún grupo, las lideradas por jóvenes muestran una mayor orientación innovadora.

La diferenciación por sexo en el grupo joven muestra variaciones en los ámbitos de innovación. En producto o servicio, las mujeres presentan menor proporción sin novedades (42,2%) que los hombres (46,8%), destacando especialmente en innovaciones de ámbito local (29,6% frente al 22,6% en hombres). En innovación tecnológica o de proceso, las mujeres también sobresalen en el ámbito local (29,6% frente al 19,9% en hombres); mientras que los hombres presentan mayor incidencia en innovaciones de alcance mundial (14,5% frente al 5,2% en mujeres). Estos datos sugieren que las mujeres jóvenes orientan sus innovaciones hacia el entorno local, mientras que los hombres muestran mayor presencia en innovaciones tecnológicas globales.

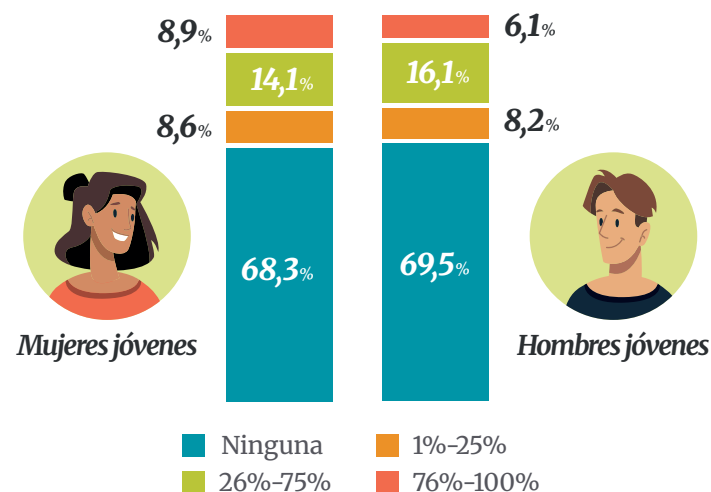
La mayoría de las iniciativas emprendedoras no desarrolla actividad internacional, aunque las lideradas por jóvenes presentan una mayor orientación exportadora en rangos de intensidad media-alta

Intensidad exportadora de las iniciativas emprendedoras según edad



La mayoría de las iniciativas emprendedoras no desarrolla actividad internacional: el 68,8% de las iniciativas de jóvenes (18-34 años) y el 71,0% de las de personas de 35 años o más no exportan. Entre las que sí exportan, las iniciativas de jóvenes presentan mayor presencia en rangos de intensidad media-alta (26%-75% de las ventas), con un 14,9% frente al 9,1% en las de personas de mayor edad. Por el contrario, las iniciativas de personas de mayor edad muestran mayor incidencia en rangos de baja intensidad (1%-25%), con un 13,2% frente al 8,6% en jóvenes. En los rangos de máxima intensidad exportadora (76%-100%), ambos colectivos presentan valores similares.

Intensidad exportadora de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes según sexo

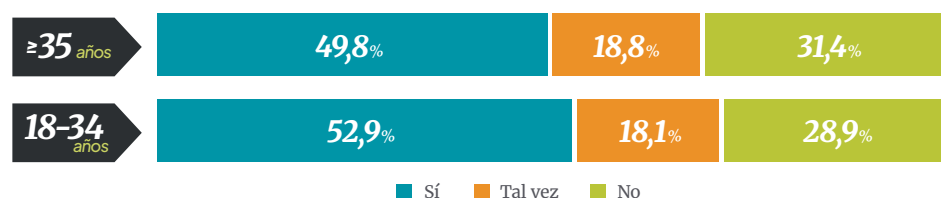


En el grupo joven, hombres y mujeres presentan proporciones similares sin actividad exportadora (70% y 68% respectivamente). Entre las iniciativas que exportan, las mujeres presentan mayor presencia en rangos de máxima intensidad (76%-100%), con un 8,9% frente al 6,1% en hombres, mientras que los hombres muestran ligeramente mayor incidencia en rangos de intensidad media (26%-75%), con un 16,1% frente al 14,1% en mujeres.

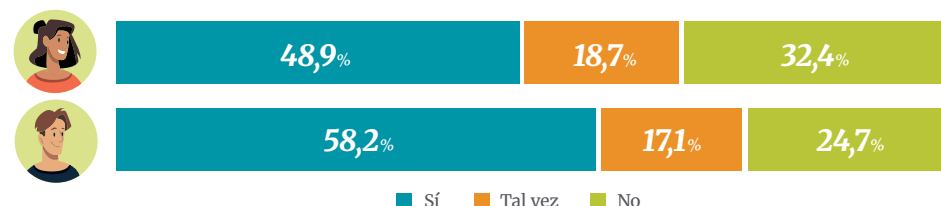
8.8 Expectativas de incremento del uso de tecnologías digitales

Más de la mitad de las iniciativas emprendedoras de jóvenes espera incrementar el uso de tecnologías digitales en los próximos meses; dentro del grupo joven, los hombres muestran mayor disposición que las mujeres hacia esta transformación digital

Expectativas de incrementar el uso de las tecnologías digitales en los próximos 6 meses de las iniciativas emprendedoras según edad



Expectativas de incrementar el uso de las tecnologías digitales en los próximos 6 meses de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes según sexo



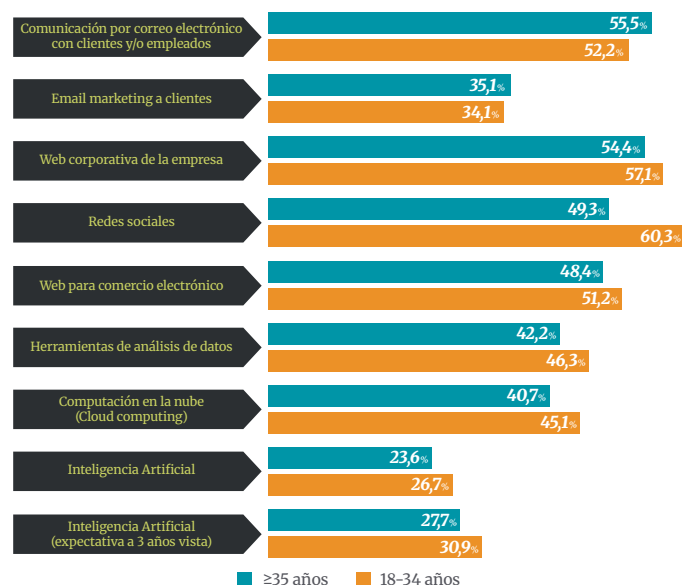
Las expectativas de incrementar el uso de tecnologías digitales para comercializar productos o servicios en los próximos seis meses son similares entre las iniciativas emprendedoras lideradas por jóvenes (18-34 años) y las desarrolladas por personas de 35 años o más: el 52,9% de las iniciativas de jóvenes responde afirmativamente frente al 49,8% en las de personas de mayor edad. La respuesta "tal vez" y la negativa presentan también valores similares en ambos grupos (18,1%-18,8% y 28,9%-31,4%, respectivamente), sugiriendo que las expectativas de transformación digital son transversales. La respuesta negativa puede deberse a barreras para la adopción tecnológica, satisfacción con el nivel actual del uso digital o características del negocio que no requieren intensificar estas tecnologías.

Al analizar las expectativas dentro del grupo joven según el sexo, emergen diferencias significativas. Los hombres responden afirmativamente en un 58,2% de los casos, frente al 48,9% de las mujeres. Esta diferencia se refleja también en las respuestas negativas: el 32,4% de las mujeres declara que no incrementará el uso de tecnologías digitales, frente al 24,7% en los hombres. Estos datos reflejan que, aunque más de la mitad de las iniciativas de jóvenes prevé incrementar su transformación digital, existe un espacio importante para fomentar el uso de estas tecnologías, especialmente entre las mujeres emprendedoras.

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

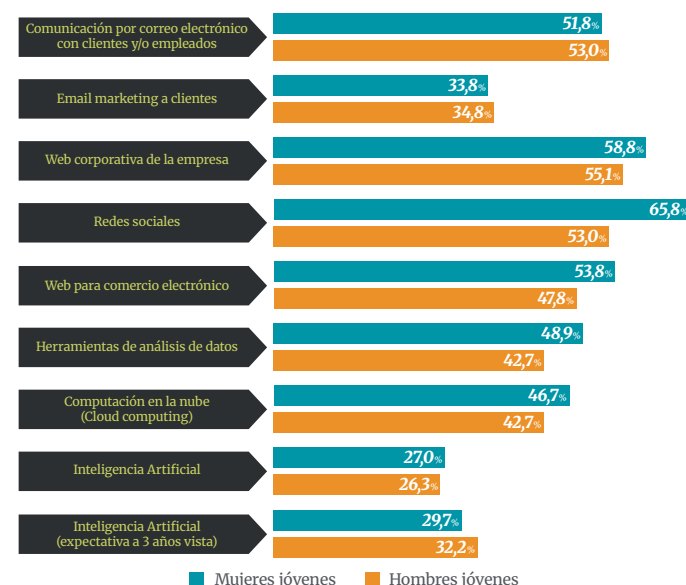
Las redes sociales constituyen el recurso digital más valorado por las iniciativas emprendedoras de jóvenes; dentro del grupo joven, las mujeres otorgan mayor importancia a este recurso que los hombres

Importancia que le concede a estas tecnologías digitales para el desarrollo de su iniciativa emprendedora por edad



Las iniciativas emprendedoras lideradas por jóvenes (18-34 años) otorgan mayor importancia a las redes sociales (60,3%) en comparación con las desarrolladas por personas de 35 años o más (49,3%), constituyendo esta la diferencia más significativa entre grupos. La web corporativa es el segundo recurso digital más valorado por las iniciativas de jóvenes (57,1%), seguido de la comunicación por correo electrónico (52,2%) y el comercio electrónico (51,2%). Las herramientas de análisis de datos y la computación en la nube presentan niveles moderados de importancia (46,3% y 45,1%, respectivamente), ligeramente superiores a las iniciativas de las personas de mayor edad. La inteligencia artificial muestra una valoración más limitada en la actualidad (26,7% en jóvenes y 23,6% en mayores), aunque las expectativas, a tres años vista, se incrementan moderadamente en ambos grupos.

Importancia que le conceden los jóvenes a estas tecnologías digitales para el desarrollo de su iniciativa emprendedora por sexo



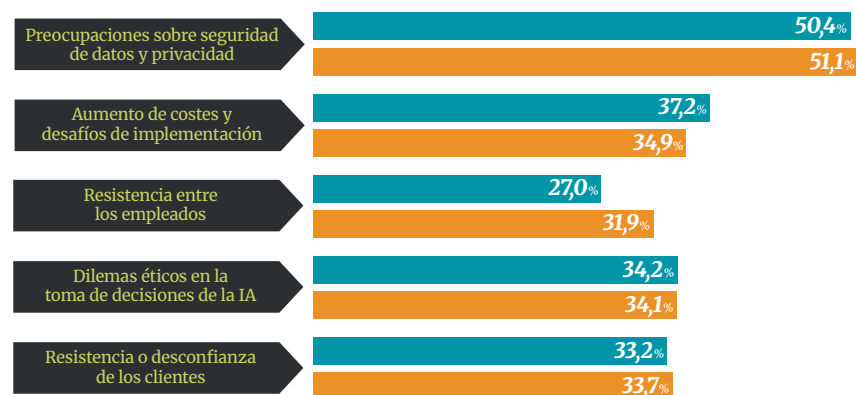
En términos de diferencias por sexo en el grupo joven, las redes sociales emergen como el ámbito con mayor diferenciación: las mujeres las valoran en un 65,8% de los casos, frente al 53,0% en los hombres. Esta mayor valoración femenina puede estar relacionada con su especialización en sectores orientados al consumo, donde estas plataformas desempeñan un papel más relevante. La web corporativa, el comercio electrónico y las herramientas de análisis de datos también presentan una valoración ligeramente superior entre las mujeres, mientras que el resto de recursos digitales muestran niveles similares entre hombres y mujeres.

8.10 Percepción de los impactos de la implementación de IA

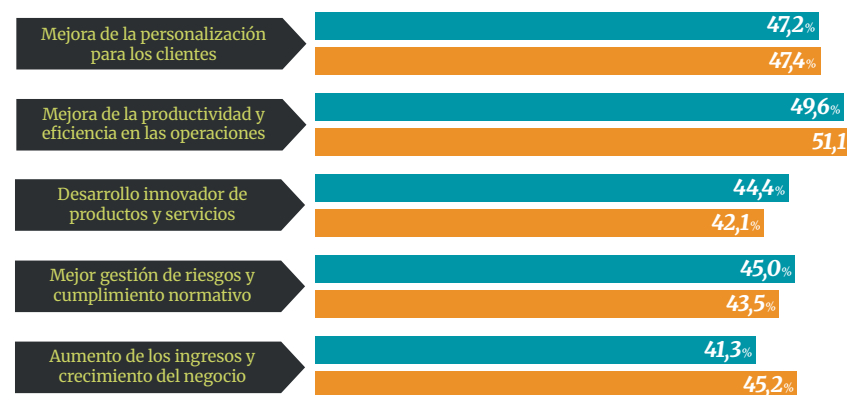
Las percepciones sobre los impactos de la inteligencia artificial son similares entre grupos de edad, aunque dentro del grupo joven las mujeres identifican en mayor medida riesgos asociados a esta tecnología

Percepción de los impactos de la implementación de IA por edad

Impactos negativos



Impactos positivos



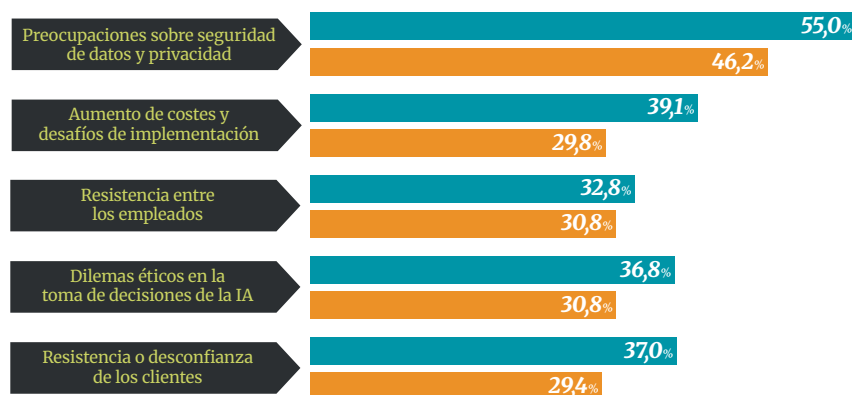
■ ≥35 años ■ 18-34 años

Las iniciativas emprendedoras lideradas por jóvenes (18–34 años) y por personas de 35 años o más presentan percepciones similares sobre los impactos de la inteligencia artificial. Entre los impactos negativos, la principal preocupación se centra en la seguridad de datos y privacidad (51,1% en jóvenes y 50,4% en mayores), seguida del aumento de costes y desafíos de implementación (34,9% y 37,2%, respectivamente). En cuanto a los impactos positivos, la mejora de la productividad y eficiencia constituye la principal oportunidad identificada (51,1% y 49,6%, respectivamente), seguida de la mejora en la personalización para clientes (47% en ambos grupos) y el aumento de ingresos (45,2% en jóvenes y 41,3% en mayores).

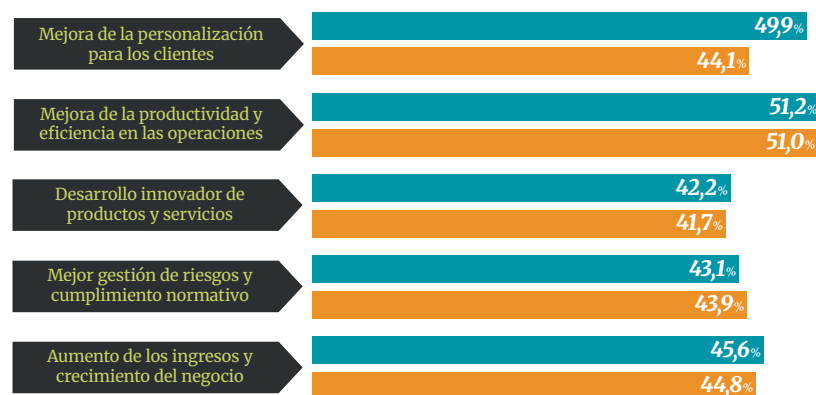
8.10 Percepción de los impactos de la implementación de IA

Percepción de los impactos de la implementación de IA entre jóvenes emprendedores por sexo

Impactos negativos



Impactos positivos



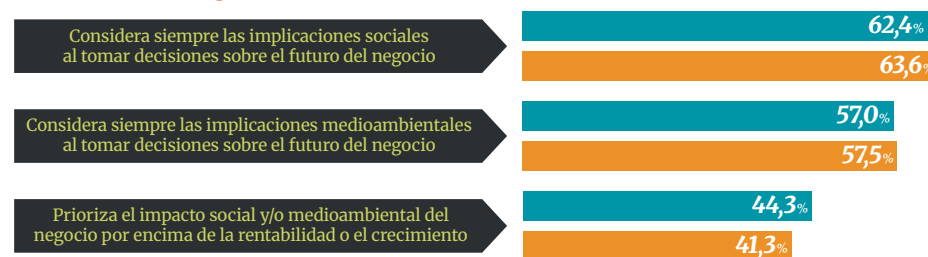
■ Mujeres jóvenes ■ Hombres jóvenes

Las diferencias por sexo en el grupo joven revelan patrones específicos en la identificación de impactos negativos. Las mujeres perciben en mayor medida las preocupaciones sobre seguridad de datos y privacidad (55,0% frente al 46,2% en hombres), el aumento de costes (39,1% frente al 29,8%) y la resistencia de los clientes (37,0% frente al 29,4%). En cuanto a los impactos positivos, las percepciones son homogéneas entre ambos grupos. Estos datos sugieren que las mujeres jóvenes mantienen una actitud más cautelosa respecto a los desafíos de la inteligencia artificial, aunque reconocen sus potenciales beneficios.

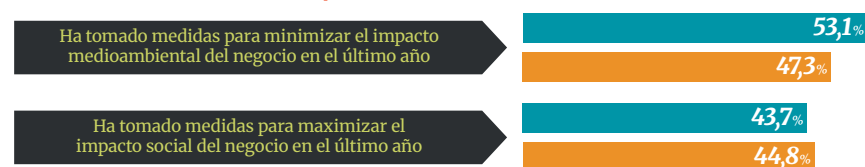
Las iniciativas emprendedoras muestran una orientación similar hacia la sostenibilidad independientemente de la edad de quien las lidera, con un conocimiento ligeramente superior de los ODS entre lo jóvenes

Orientación hacia la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras por edad

Orientación estratégica hacia la sostenibilidad



Acciones de sostenibilidad implementadas



Conocimiento y alineación con los ODS



■ ≥35 años ■ 18-34 años

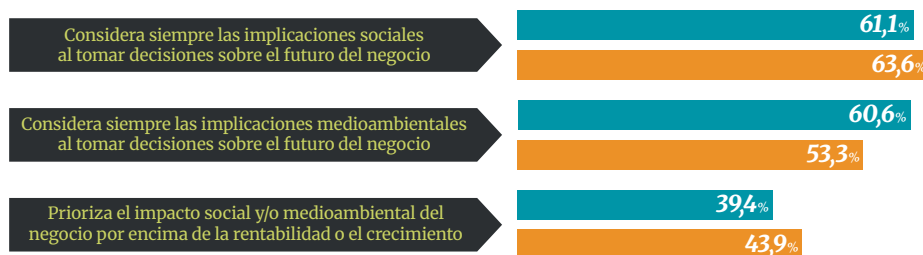
Las iniciativas emprendedoras presentan niveles similares de orientación estratégica hacia la sostenibilidad en ambos grupos de edad. La consideración de implicaciones sociales en las decisiones de futuro alcanza el 63,6% en las iniciativas de jóvenes (18-34 años) y el 62,4% en las de personas de 35 años o más, mientras que la consideración de implicaciones medioambientales se sitúa en el 57,5 y 57,0% respectivamente. La priorización del impacto social y medioambiental por encima de la rentabilidad presenta valores similares en ambos grupos (41,3% en jóvenes y 44,3% en mayores), evidenciando que una proporción significativa de las iniciativas integra objetivos de sostenibilidad como parte central de su estrategia.

En cuanto a las acciones de sostenibilidad implementadas, las iniciativas de personas de mayor edad han realizado gestiones para minimizar el impacto medioambiental en mayor medida (53,1%) que las de jóvenes (47,3%), mientras que las acciones para maximizar el impacto social presentan valores similares en ambos grupos (44,8% en jóvenes y 43,7% en mayores). El conocimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible es superior en las iniciativas de jóvenes (58,6%) frente a las de mayor edad (53,3%), y esta diferencia se mantiene en la identificación de ODS prioritarios y definición de objetivos claros (47,2% en jóvenes frente al 42,3% en mayores), lo que sugiere una mayor familiarización del emprendimiento joven con los marcos internacionales de sostenibilidad.

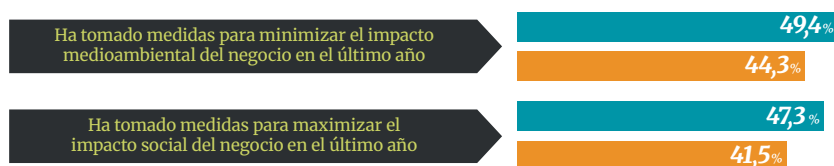
Las iniciativas emprendedoras de jóvenes muestran patrones diferenciados en la orientación hacia la sostenibilidad según el sexo, con las mujeres destacando en la implementación de acciones concretas y en la integración operativa de los ODS

Orientación hacia la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras de los jóvenes por sexo

Orientación estratégica hacia la sostenibilidad



Acciones de sostenibilidad implementadas



Conocimiento y alineación con los ODS



■ Mujeres jóvenes ■ Hombres jóvenes

La comparación por sexo en el grupo joven muestra diferencias específicas en la orientación hacia la sostenibilidad. Las mujeres consideran en mayor medida las implicaciones medioambientales en sus decisiones estratégicas (60,6% frente al 53,3% en hombres), mientras que la consideración de implicaciones sociales presenta valores similares en ambos grupos (61,1% en mujeres y 63,6% en hombres). La priorización del impacto social y medioambiental por encima de la rentabilidad también muestra valores próximos entre ambos grupos.

En cuanto a las acciones de sostenibilidad implementadas, las mujeres han tomado más medidas tanto para minimizar el impacto medioambiental (49,4% frente al 44,3% en hombres), como para maximizar el impacto social (47,3% frente al 41,5%). Respecto al conocimiento de los ODS, los hombres presentan mayor familiarización con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (63,9% frente al 54,6% en mujeres). Sin embargo, las mujeres destacan significativamente en la identificación de ODS prioritarios y la definición de objetivos claros, acciones e indicadores (54,0% frente al 40,2% en hombres). Este contraste sugiere que, aunque los hombres tienen mayor conocimiento formal de los ODS, las mujeres integran estos objetivos de manera más operativa en la estrategia de sus iniciativas emprendedoras.

8.12 Evolución de las características de la actividad emprendedora (2023-24 vs 2024-25)

Característica o concepto	18-34 años	≥35 años	Clave de evolución grupo 18-34 vs. grupo ≥35
Sectores de actividad: consumo	↑↑	↑↑	La orientación al consumo de las iniciativas emprendedoras de jóvenes se incrementa en ambos grupos, pasando de un 53,6% a un 54,9% en el grupo 18-34, y de un 45,2% a un 48,4 en el grupo ≥35.
Necesidades de capital: menor en jóvenes	↑↑	↑↑	Siendo las necesidades de capital de los emprendimientos jóvenes menores, aumentan en media de 30.196 € a 281.110 €, y en el ≥35 aumentan de 217.250 € a 302.685 €. La mediana de los jóvenes se mantiene en 10.000 € y baja a 12.000 € en el segmento ≥35.
Fuentes de capital: ahorros personales	=	↑↑	La principal fuente de financiación sigue siendo los ahorros personales. El grupo joven mantiene esta dependencia estable en un 61,1%. El grupo ≥35 aumenta esta dependencia subiendo a un 67,1%.
Número de personas socias: emprendimiento en solitario	↑↑	↑↑	El emprendimiento en solitario es mayoritario en ambos grupos. En el de 18-34 se incrementa del 59,4% al 65,4% y en el ≥35 aumenta del 59,8% al 69,0%.
Número de personas trabajadoras: sin personal	↑↑	↓	El caso más frecuente es el de las iniciativas sin personas empleadas, aumentando de 49,4% a 59,1% en el grupo de 18-34, y disminuyendo del 50,7% al 47,2%.
Nivel tecnológico del sector: baja o nula tecnología	↓	↓	La incursión en sectores tecnológicos de baja o nula es aún alta, avanzando tecnológicamente de forma leve en los más jóvenes que pasan de 87,8% al 86,2%, y reduciéndose también levemente en los ≥35, pasando del 90,4% al 90,0%.
Innovación en productos: a nivel local y país	↑↑	↑↑	Los datos mejoran en ambos grupos. En el grupo 18-34 dicen innovar en productos/servicios un 55,9% frente al 43,5% del ciclo anterior. En el grupo ≥35, se pasa de un 31,0% al 47,7%. Los porcentajes aumentan en todos los niveles territoriales.
Orientación internacional	↑↑	=	El grado de apertura internacional de los emprendimientos de jóvenes es en esta edición similar a los de personas de mayor edad. De un 60,3% pasa a un 68,8% en el grupo 18-34, manteniéndose en un 71,0% en el grupo ≥35.
Expectativas en el incremento del uso de tecnologías digitales	↑↑	↑↑	El aumento es significativo en ambas cohortes de edad. En los más jóvenes pasas del 38,9% al 52,9%, mientras que en el grupo ≥35 pasa del 30,4% al 49,8%.
Sostenibilidad: consideración del impacto social	↑↑	↑↑	La consideración del impacto social en la toma de decisiones mantiene unos altos porcentajes de acuerdo, aumentando en los más jóvenes de 62,0% a 63,6%, y algo más en el grupo ≥35 (62,4% frente al 58,1% año anterior).
Sostenibilidad: consideración del impacto ambiental	↑↑	↓	La consideración del impacto ambiental en la toma de decisiones aumenta en los más jóvenes (pasando del 50,5% al 57,5%), pero disminuye en el grupo ≥35 (del 60,6% al 57,0%).
Conocimiento de los ODS	↑↑	↑↑	Se observa un aumento significativo en ambas cohortes etarias, pasando de un 38% a un 58,6% en los más jóvenes, y del 34% al 53,3% en el grupo ≥35.
Integración operativa de los ODS	↑↑	↑↑	Este indicador sufre un aumento sustancial en el segmento de 18 a 34 años, pasando del 29% al 47,7%, y en los ≥35 aumenta también desde el 32% al 42,3%.

9

Reflexiones finales



El tercer informe consecutivo sobre la actividad emprendedora de la población joven en España proporciona un análisis exhaustivo de la evolución más reciente de la iniciativa emprendedora joven, a partir de la evidencia derivada del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor España* en el último trienio que comprende los ciclos 2022–23 a 2024–25. Seguidamente se sintetizan los principales hallazgos, considerando tanto el perfil de las personas jóvenes emprendedoras y las características de sus iniciativas, como el comportamiento de la población juvenil en España en relación con los valores, percepciones y aptitudes que se asocian de manera significativa a la iniciativa emprendedora.

Perspectiva del emprendimiento en la población joven

Percepción de oportunidades. Cerca del 28% de la población joven de entre 18 y 34 años declara percibir oportunidades para emprender en los próximos meses, proporción que se mantiene por encima del 40% entre quienes participan directamente en la actividad emprendedora. En este último colectivo, no obstante, se observa un retroceso en dicha percepción, con una tasa de reducción del 2,9% respecto al año anterior y del 5,5% en comparación con el ciclo base del estudio, situándose en el nivel más bajo del periodo analizado. Por tramos de edad dentro de la población joven, la percepción de oportunidades continúa siendo más elevada entre los menores de 25 años (31,6%). Asimismo, persiste y se intensifica la brecha de género, alcanzando en esta edición la mayor magnitud del trienio, con una menor percepción de oportunidades entre ellas. Desde una perspectiva territorial, las diferencias regionales se moderan ligeramente, aunque siguen

siendo relevantes, destacando el País Vasco y las Islas Baleares como las comunidades donde la población joven percibe mayores oportunidades para emprender en los próximos meses.

Percepción de las habilidades y conocimientos para emprender. Cuatro de cada diez jóvenes consideran que disponen de las competencias necesarias para emprender, proporción que se incrementa hasta siete de cada diez entre quienes se encuentran en alguna de las fases del proceso emprendedor. En el caso de la población joven emprendedora, estos valores son similares a los registrados en el período base del estudio (ciclo 2022–23), si bien suponen una disminución del 27,3% respecto a 2023–24. En esta edición, aunque los hombres continúan mostrando una mayor confianza en sus habilidades emprendedoras, la brecha de género se reduce de forma considerable, alcanzando el nivel más bajo del trienio analizado, con una diferencia de 2,1 puntos porcentuales. Asimismo, se observa que la confianza en los conocimientos y habilidades tiende a aumentar con la edad, pese a registrarse un ligero retroceso en comparación con 2023–24, más acusado entre los jóvenes de 18 a 24 años. En la comparativa nacional, la población joven de la Comunidad de Madrid y de Cataluña presenta los niveles más elevados de confianza en sus competencias emprendedoras, si bien la primera invierte su posición respecto al año anterior, actualmente ocupada por La Rioja.

Miedo al fracaso. De manera generalizada, e independientemente del colectivo analizado, el miedo al fracaso registra en esta edición un incremento significativo respecto al año anterior. El 33,2% de las personas jóvenes involucradas en el proceso emprendedor manifiesta temor al fracaso ante la posibilidad de poner en

marcha una empresa, proporción que se eleva al 54,6% entre quienes no participan en dicho proceso. Desde una perspectiva de género, las mujeres continúan mostrando una mayor cautela; no obstante, la brecha de género en este factor puede considerarse prácticamente inexistente. Por tramos de edad, los jóvenes de 18 a 24 años son quienes declaran un menor miedo al fracaso, si bien este alcanza al 50,2%. En comparación con el año anterior, se observa un cambio en el patrón de los jóvenes de 25 a 34 años, que pasan de ser el grupo menos temeroso a ser el que registra el mayor nivel (53,9%). En el ámbito territorial, se mantiene la tendencia a la reducción de las diferencias regionales en relación con el miedo al fracaso ante la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras. En este contexto, la cornisa cantábrica concentra los extremos: Cantabria, Galicia y Asturias se sitúan entre las comunidades con mayor temor declarado, mientras que Navarra y el País Vasco presentan los niveles más bajos.

Percepción de la facilidad para emprender un negocio. La percepción de la población joven sobre la facilidad para emprender un negocio mantiene la tendencia descendente iniciada el año anterior. Únicamente una cuarta parte de los jóvenes manifiesta una valoración positiva en este ámbito, proporción que se incrementa hasta algo más de un tercio entre quienes se encuentran implicados en la actividad emprendedora. Este deterioro resulta especialmente acusado entre las mujeres jóvenes, dado que solo el 22,3% declara percibir facilidades para emprender, lo que conlleva un aumento de la brecha de género en este factor. Atendiendo a la edad, los jóvenes de menor edad son quienes muestran una percepción relativamente más favorable en comparación con el resto de los grupos etarios, si bien únicamente el 30% considera que existen facilidades para emprender. Desde

una perspectiva territorial, las diferencias regionales se intensifican, situándose el País Vasco y Murcia en las posiciones más favorables, mientras que Cataluña ocupa el último lugar del ranking.

Involucración de jóvenes en el proceso emprendedor

Proceso emprendedor. Algo menos de la cuarta parte de la población joven española, concretamente el 24,3%, se encuentra inmersa en alguna de las fases del proceso emprendedor, incluyendo el emprendimiento potencial. Esta proporción supone un descenso de un punto porcentual respecto al ciclo anterior, si bien mantiene un saldo positivo de 0,6 puntos en comparación con el ciclo base del estudio.

Emprendimiento potencial. El crecimiento observado en el ciclo 2023–24 en relación con la intención de la población joven de poner en marcha un negocio en los próximos tres años no se consolida en esta edición, registrándose el menor valor del trienio (14,0%). En contraste, la intención emprendedora continúa aumentando entre la población mayor de 34 años, con un incremento de 0,8 puntos porcentuales respecto a 2023–24. Este descenso de la intención emprendedora juvenil resulta más acusado entre los hombres que entre las mujeres, configurando una brecha de género de cuatro puntos a favor de ellas. Asimismo, se reducen de forma notable las diferencias regionales en este indicador, si bien no se alcanzan los niveles de homogeneidad observados en el ciclo 2022–23, cuando se registró la menor brecha territorial del período analizado (8,5 puntos). La Comunidad Valenciana y Cataluña continúan liderando el ranking de regiones con mayor

intencionalidad emprendedora juvenil, mientras que Asturias presenta el menor interés por el emprendimiento en este colectivo.

Emprendimiento nuevo. La actividad emprendedora nueva entre la población joven se mantiene estancada en el 7,5%, sin diferencias por género, respecto a 2023–24, mientras que entre la población mayor de 34 años se observa un ligero crecimiento de medio punto porcentual. La brecha regional se reduce hasta los 8,3 puntos; sin embargo, Castilla-La Mancha, que encabeza el ranking en esta edición, registra una tasa de emprendimiento nuevo juvenil del 10%, valor que en 2023–24 habría correspondido al más elevado dentro del grupo de regiones con menores niveles de emprendimiento nuevo.

Emprendimiento consolidado. Crece en 0,7 puntos la proporción de población joven involucrada en empresas con más de tres años y medio de actividad, alcanzando el 2,8%, lo que permite reducir casi un punto el diferencial respecto al emprendimiento consolidado en la población de más edad (8,4%). Se mantiene el liderazgo masculino y el ligero gap de género ya observado en el ciclo precedente, si bien el emprendimiento consolidado entre mujeres ha experimentado un crecimiento relativamente mayor. Desde el punto de vista territorial, se amplían las diferencias entre regiones, destacando el País Vasco como la comunidad que registra la mayor variación interanual (+4,4), encabeza el ranking, con un 6,3% de su población joven implicada en la gestión de empresas consolidadas.

Motivación para emprender. El emprendimiento como alternativa laboral ante la escasez de empleo continúa siendo la motivación más señalada por la

población emprendedora española, con independencia de la edad y del sexo. No obstante, esta motivación pierde peso respecto a ediciones anteriores, con reducciones superiores al 20% en comparación con el ciclo 2022–23. Entre los emprendedores de 18 a 34 años, la creación de riqueza ostenta la segunda posición motivacional (43,4%), mientras que entre los mayores de 34 años adquiere mayor protagonismo el deseo de marcar una diferencia en el mundo (34,6%), especialmente entre los hombres (42,9%). Las diferencias de género en el emprendimiento por necesidad se reducen a 9,7 puntos, fundamentalmente debido a que las mujeres disminuyen esta motivación en casi nueve puntos respecto al año anterior. Por su parte, la continuidad de la tradición familiar mantiene la tendencia descendente iniciada en el ciclo anterior, si bien este retroceso es menos acusado entre las mujeres jóvenes que entre los hombres.

Abandono. La tasa de abandono de la actividad emprendedora no presenta diferencias por edad, situándose en el 2,2% tanto entre jóvenes como entre personas de mayor edad. No obstante, cabe destacar que entre la población joven se produce una reducción del 18,5% respecto a 2023–24, año en el que esta tasa había experimentado un notable incremento. Este descenso está explicado principalmente por la reducción de 1,3 puntos en la tasa de abandono masculina. Entre las mujeres se produce un aumento, hasta situarse en el 2,8%.

Perfil sociodemográfico de las personas jóvenes que emprenden

Emprendimiento potencial. La franja de edad entre los 25 y 34 años continúa concentrando la mayor parte de

las aspiraciones emprendedoras de la población joven, si bien con menor intensidad que en el ciclo precedente, al representar el 68,7% del total. De forma paralela, se observa un aumento del 13% en el grupo de jóvenes de 18 a 24 años, evidenciando un mayor dinamismo emprendedor en la cohorte más joven. En esta edición, el emprendimiento potencial rompe la paridad de género observada en años anteriores, destacando la mayor intención emprendedora de las mujeres jóvenes, que alcanza el 55,4%. En términos formativos, los estudios universitarios continúan actuando como un claro precursor de la intención emprendedora juvenil (52,5%), si bien gana peso esta opción entre quienes cuentan con estudios de formación profesional y educación secundaria (+3,2 puntos), especialmente entre los jóvenes de 18 a 24 años. Asimismo, se constata una mejora en la autopercepción formativa, con una reducción respecto al ciclo 2023-24 del porcentaje de jóvenes que declara poseer una baja formación emprendedora (-1,6 puntos) y una escasa formación financiera (-0,6 puntos), situándose ambos indicadores en los niveles más bajos del trienio (36,6% y 32,1%, respectivamente).

Emprendimiento nuevo. El emprendimiento femenino de las iniciativas de nueva creación recupera el terreno perdido en la edición anterior y alcanza su valor máximo del trienio, con un 57,4% de empresas nuevas lideradas por mujeres. Asimismo, las empresas nuevas gestionadas por jóvenes entre 18 y 24 años se duplican respecto al ciclo precedente, situándose en torno al 30% del total. El emprendimiento nuevo continúa estando mayoritariamente liderado por jóvenes con estudios universitarios (57,4%), si bien se observa un notable aumento del 31% en las iniciativas impulsadas por jóvenes con estudios primarios especialmente entre los menores de 25 años, que alcanzan el 26,9% en este ciclo frente al 9%

registrado en el precedente. Entre los jóvenes de 25 a 34 años con emprendimientos nuevos siguen predominando los universitarios (65,6%), siendo esta formación más frecuente en las iniciativas lideradas por mujeres (60,7%) que por hombres (52,9%). No obstante, resulta preocupante el incremento, en torno al 10%, de jóvenes con emprendimientos nuevos que manifiestan carencias en formación emprendedora y financiera.

Emprendimiento consolidado. El emprendimiento joven con más de 42 meses de operativa continúa concentrándose, y con mayor intensidad que en el ciclo 2023-24, en el grupo de mayor edad, de entre 25 y 34 años, que representa el 80,2% del total. Paralelamente, se registra una tasa de incremento del 4,4% en iniciativas consolidadas lideradas por mujeres, lo que permite reducir la brecha de género de 9,4 en el ciclo precedente a 5,4 puntos en el 2024-25, aunque sin llegar a recuperar la situación de liderazgo femenino observada en el año base del estudio. El emprendimiento consolidado mantiene un marcado perfil universitario (64,6%), recuperando parte del terreno perdido en la edición anterior. No obstante, entre los jóvenes de 18 a 24 años destaca un incremento del 48,5% en iniciativas consolidadas lideradas por jóvenes con estudios primarios en detrimento de los que poseen estudios secundarios y de formación profesional (-35,1%). Por su parte, en la cohorte de 25 a 34 años, estas empresas están mayoritariamente lideradas por universitarios (70,2%), siendo la formación universitaria más frecuente entre las empresas consolidadas lideradas por mujeres, en línea con la tendencia observada en 2022-23. Cabe señalar, asimismo, el notable aumento, superior al 80%, de las iniciativas consolidadas lideradas por hombres con estudios primarios. Finalmente, se registran reducciones en torno al 23% respecto al ciclo

precedente en el porcentaje de jóvenes que lideran empresas consolidadas y declaran niveles bajos tanto de formación emprendedora como de formación financiera, alcanzándose los valores más bajos del trienio (22,3% y 17,8%, respectivamente).

Características de la actividad emprendedora nueva desarrollada por jóvenes

Las iniciativas desarrolladas por los jóvenes se caracterizan fundamentalmente por:

Consolidación de la orientación al consumo como sector predominante, que concentra el 54,9% de las iniciativas, seguido de los servicios a empresas (30,8%), en línea con la especialización productiva de ediciones anteriores. Por género, las distribuciones sectoriales mantienen patrones similares a los años previos, con una mayor concentración de la actividad emprendedora femenina en sectores orientados al consumo y una mayor diversificación sectorial en el caso del emprendimiento masculino.

Presencia de proyectos excepcionales de gran escala, que requieren una elevada inversión inicial y contribuyen a reducir el diferencial de capital medio entre jóvenes y personas mayores de 34 años hasta situarlo en torno a los 20.000 euros. No obstante, el capital posicionado en la mediana se mantiene estable en 10.000 euros entre los más jóvenes. Este aumento excepcional del capital medio presenta un marcado sesgo de género: las iniciativas lideradas por mujeres requieren una inversión media de 161.652 euros, frente a valores próximos a los 400.000 euros en el caso de las comandadas por hombres. En cualquier caso, el capital

posicionado en la mediana, para las iniciativas masculinas aumenta un 81,2% respecto al ciclo 2022–23, situándose ligeramente por encima de los 18.000 euros, mientras que entre las mujeres no se observa variación alguna en el mismo período.

Relevancia del entorno cercano como fuente de financiación, situando a familiares y amigos como la segunda vía de financiación tras los ahorros personales. Estos últimos continúan siendo la principal fuente de financiación entre los más jóvenes (61,1%), si bien con menor peso que entre los emprendedores mayores de 34 años (67,1%). Se mantiene el incremento de iniciativas lideradas por mujeres que recurren a ahorros propios y que resultan atractivas para inversores experimentados y fórmulas de financiación cooperativas como el crowdfunding. Paralelamente, los jóvenes varones recurren en mayor medida que en el ciclo precedente a las instituciones financieras para la obtención de recursos.

Aumento del emprendimiento en solitario, que alcanza el 65,4% entre la población joven emprendedora, si bien este patrón es más acusado entre los mayores de 34 años, entre los que casi el 70% opta por emprender sin socios. El incremento resulta especialmente notable en las iniciativas lideradas por hombres, que aumenta un 23,2% respecto a la edición anterior; mientras que entre las mujeres se registra un incremento del 15,1% en aquellas que optan por emprender con más de dos socios.

Escasas expectativas de crecimiento en plantilla, dado que la mayoría de las iniciativas impulsadas por jóvenes no cuentan con trabajadores (59,1%). Se observa un retroceso significativo, de casi doce puntos porcentuales respecto al ciclo 2023–24, en las inicia-

tivas que emplean entre uno y cinco trabajadores. De forma paralela, aumenta en doce puntos el porcentaje de iniciativas que no prevén incorporar personal en el futuro, siendo este incremento más acusado entre las mujeres emprendedoras (+13,2 puntos respecto a la edición anterior).

Firme apuesta por sectores de alta tecnología, aunque todavía con presencia minoritaria. El 9% de las iniciativas lideradas por jóvenes se desarrolla en sectores de alto contenido tecnológico, duplicando los valores observados en la edición base de este estudio y consolidando una trayectoria de crecimiento más intensa que la registrada entre los emprendedores de mayor edad, que acumulan un incremento del 12,3% desde el inicio del trienio. La brecha de género se amplía, ya que las mujeres continúan concentrándose mayoritariamente en sectores de baja tecnología (91,8%). Aunque la presencia femenina en sectores intensivos en tecnología es creciente, no lo hace al mismo ritmo que en las iniciativas masculinas, que alcanzan el 13,3% del total.

Innovación en producto/servicio y en tecnologías/procesos como rasgo distintivo. Los jóvenes emprendedores apuestan cada vez más por incorporar innovaciones tanto en producto y servicios como en procesos y tecnologías, destacando que más del 9% de estas iniciativas introducen innovaciones a escala mundial, marcando una clara diferencia respecto a los emprendedores mayores de 34 años.

Apertura internacional de serie, en comparación con la población emprendedora de mayor edad. Las iniciativas con exportaciones superiores al 25% del volumen de ventas siguen superando el 20% entre los jóvenes emprendedores, frente a valores que oscilan en torno

al 15% en los mayores de 34 años, manteniendo la dinámica observada en ediciones anteriores.

Expectativas favorables a la digitalización, superiores a las de las personas mayores de 35 años y con mayor intensidad entre emprendedores (58,2%) que entre emprendedoras (48,9%), aunque estas han experimentado un crecimiento superior al 75% respecto al ciclo precedente. Las redes sociales se alzan como recurso digital diferenciador, con una valoración más elevada por parte de las mujeres, mientras que la inteligencia artificial mantiene aún una relevancia limitada; no obstante, se reconoce su potencial impacto futuro, especialmente entre los jóvenes varones, en un contexto marcado por preocupaciones compartidas sobre la seguridad de los datos y la privacidad.

Mayor familiarización con los ODS de los jóvenes emprendedores que de las personas emprendedoras mayores de 34 años, si bien se observan diferencias por sexos: las mujeres jóvenes destacan por una integración más operativa de la sostenibilidad, frente a un mayor conocimiento formal por parte de los hombres. La priorización del impacto social y/o ambiental sobre la rentabilidad está presente en algo más del 40% de las iniciativas, siendo más frecuente entre emprendedores mayores de 34 años y, en el grupo de los más jóvenes, entre los hombres en mayor medida que entre las mujeres. En conjunto, la orientación hacia la sostenibilidad es similar entre grupos de edad, con una incorporación comparable de los objetivos sociales y medioambientales en su estrategia, reforzada por los incrementos observados respecto al informe precedente en el impacto social entre los mayores de 34 años (7,4%) y el impacto medioambiental entre los jóvenes (13,9%).

Emprendimiento Joven en España

Análisis de situación con datos GEM 2024-25



10

Conclusiones



Los resultados ponen de manifiesto una evolución heterogénea del emprendimiento juvenil, caracterizada por una presencia significativa de jóvenes en las fases más tempranas del proceso emprendedor y por una menor vinculación de este colectivo con las etapas de consolidación empresarial, que continúan estando más asociadas a una edad más avanzada. Aunque se observa un mantenimiento de la actividad emprendedora en sus fases iniciales, la intención de emprender muestra signos de debilitamiento y la transición hacia iniciativas nuevas y consolidadas se produce de manera desigual. Esta dinámica sugiere la existencia de dificultades persistentes para transformar el interés emprendedor en proyectos sostenibles en el tiempo, lo que pone de manifiesto la necesidad de analizar no solo el volumen de iniciativas creadas, sino también su calidad y capacidad de permanencia. Esto refuerza la conveniencia de orientar políticas públicas no solo al fomento del emprendimiento, sino también al acompañamiento efectivo en las etapas críticas de maduración y consolidación empresarial. En este sentido, resulta prioritario avanzar hacia instrumentos de apoyo que faciliten la transición desde la intención emprendedora hacia proyectos viables, mediante programas de acompañamiento prolongado que integren asesoramiento técnico, seguimiento continuado y apoyo frente a los riesgos inherentes a las primeras fases de actividad.

Por su parte, el contexto en el que se desarrolla el emprendimiento joven parece marcado por una combinación de capacidades percibidas y crecientes barreras subjetivas y estructurales. Si bien una parte relevante de la población joven considera que dispone de los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, se constata un deterioro en la percepción de las oportunidades y de la facilidad para iniciar un negocio, acom-

pañado de un aumento del temor al fracaso. Estas percepciones no se distribuyen de manera homogénea, persistiendo brechas relevantes por género y territorio que sitúan a las mujeres jóvenes en una posición comparativamente menos favorable. En este escenario, resulta imprescindible avanzar hacia políticas públicas más sensibles a estas desigualdades, incorporando medidas específicas que reduzcan la incertidumbre, refuercen la confianza emprendedora y generen entornos más predecibles y accesibles para la iniciativa joven, incluyendo la simplificación de los procedimientos administrativos, la mejora de la información disponible para la iniciativa emprendedora y el diseño de instrumentos de apoyo adaptados a las características y necesidades del emprendimiento juvenil.

En cuanto al perfil y las motivaciones de quienes emprenden, se mantiene el predominio de trayectorias formativas de carácter universitario, aunque gana visibilidad la participación de jóvenes con niveles educativos diversos, lo que pone de relieve la necesidad de reforzar los mecanismos de capacitación emprendedora y financiera más allá del ámbito universitario. Las iniciativas impulsadas por jóvenes tienden a concentrarse en determinados sectores de actividad y a apoyarse de forma intensa en recursos propios y del entorno cercano, con patrones organizativos que favorecen el emprendimiento en solitario y expectativas limitadas de creación de empleo. No obstante, se identifican también elementos diferenciales de valor, como una mayor orientación internacional y una apuesta creciente por la innovación, incluso en ámbitos de mayor complejidad tecnológica, aunque todavía con una presencia desigual por género. En este contexto, el sistema educativo adquiere un papel central, siendo necesario consolidar una estrategia integral de edu-

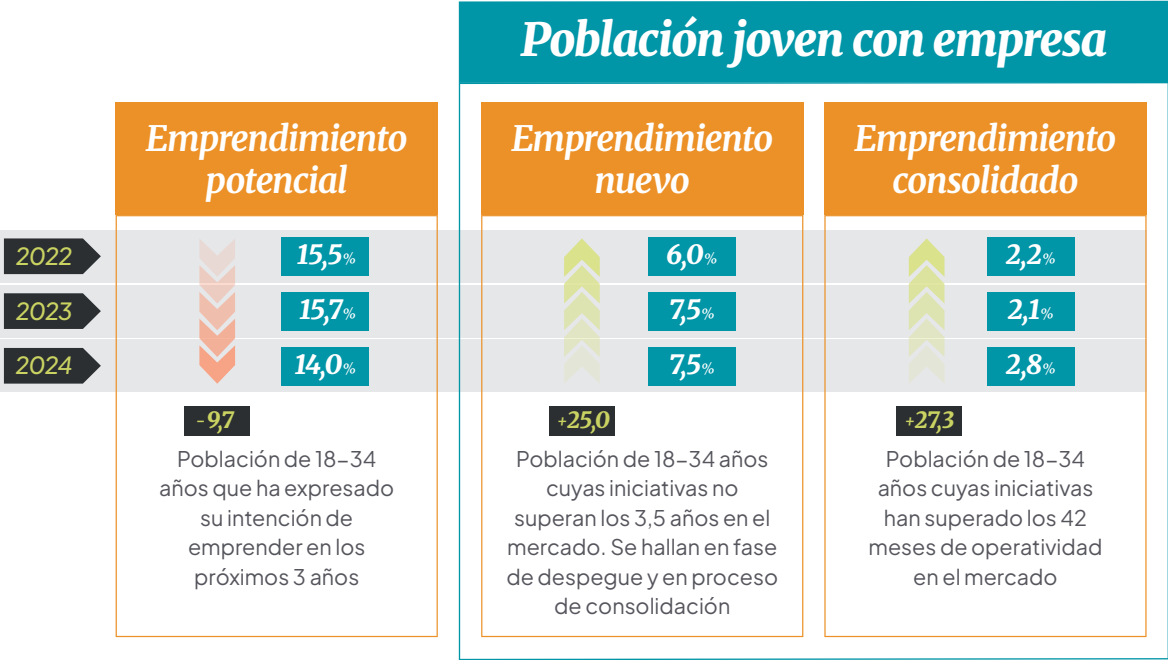
cación emprendedora que incorpore competencias empresariales y financieras desde etapas tempranas y que refuerce la conexión entre centros educativos, tejido empresarial y ecosistemas emprendedores locales mediante experiencias prácticas y metodologías de aprendizaje activo.

Así pues, el emprendimiento joven se configura como un espacio de oportunidad estratégica que requiere políticas y actuaciones específicas orientadas a reducir el abandono, facilitar la consolidación empresarial y acompañar la evolución de las iniciativas con mayor potencial de crecimiento. Reforzar la formación, especialmente en competencias financieras, ampliar el acceso a fuentes de financiación más diversificadas, y fortalecer los sistemas de mentoría intergeneracional aparecen como líneas de actuación clave para aprovechar el dinamismo emprendedor de las generaciones más jóvenes y contribuir a la construcción de un tejido empresarial más innovador, sostenible y competitivo a largo plazo. La articulación de redes estables de mentoría, que integren profesionales y empresarios con mayor experiencia, permitiría no solo transferir conocimiento, sino también reducir la incertidumbre, mejorar la toma de decisiones estratégicas y fortalecer la resiliencia de los jóvenes emprendedores. Asimismo, resulta fundamental acompañar estas actuaciones con mecanismos de evaluación continua que permitan valorar su impacto en términos de calidad, innovación y sostenibilidad de las iniciativas apoyadas.

A modo de cierre, los resultados de este informe refuerzan la idea de que el tiempo constituye un factor crítico en la activación del potencial emprendedor juvenil: si la acción se retrasa, se corre el riesgo de diluir

la energía, la creatividad y la capacidad transformadora propias de la juventud. Generar condiciones que acompañen y sostengan esa iniciativa constituye, por tanto, una prioridad estratégica para la renovación y competitividad del tejido empresarial del país.

Evolución del proceso emprendedor joven 2022-2024



Casos de emprendimiento joven

11





Ana B. Artes Escénicas

Ana Barroso López



Huelva (Andalucía)



2024



@anab.artesesescenicas

Ana B. Artes Escénicas es un proyecto profesional dedicado a la creación escénica y la educación artística. Desarrollo montajes teatrales, talleres formativos y proyectos culturales en colaboración con ayuntamientos, centros educativos y entidades sociales, acercando las artes escénicas a públicos diversos y entendiendo el teatro como una herramienta de transformación personal y colectiva.

¿Qué significa para ti emprender?

Ser emprendedora para mí significa ser valiente y apostar por mi verdadera vocación. Supone darme la oportunidad de hacer realidad el sueño de llevar el teatro a espacios donde puede generar un impacto real y construir un proyecto profesional coherente con mis valores: cultura, educación e inclusión.

¿Cómo surgió la idea?

Desde que comencé en el teatro siendo adolescente supe que quería dedicar mi vida a las artes escénicas. Con el paso de los años esa vocación se transformó en una necesidad más profunda: acercar el teatro a todas las personas, especialmente a aquellos contextos donde el acceso a la cultura resulta más limitado.

Creo firmemente en el poder transformador del arte y en sus beneficios a nivel emocional, social y educativo. Por eso decidí crear un proyecto que ofreciera a la gente la oportunidad de vivir el teatro desde dentro, más allá de los condicionantes de la industria ni las expectativas económicas que a menudo condicionan la profesión.

Mi objetivo es generar espacios donde cualquier persona pueda experimentar lo que significa ser actor o actriz: expresarse, descubrirse y formar parte de una experiencia colectiva, poniendo el foco en el crecimiento personal y humano más allá de lo puramente productivo.

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

Emprendí este proyecto de manera individual, aunque he contado con el apoyo de entidades que han confiado en mi trabajo desde el inicio y con mi entorno cercano, que ha sido fundamental en los momentos de mayor incertidumbre.

El acompañamiento de la Asociación Arrabal ha sido especialmente significativo en mi camino emprendedor. Las sesiones con M^a Carmen Fernández, técnica de emprendimiento, fueron fundamentales en los comienzos, ya que

Ana B. Artes Escénicas

Ana Barroso López

 Huelva (Andalucía)  2024  @anab.artesescenicas

me proporcionaron orientación, estructura y la seguridad necesaria para afrontar esta etapa sin sentirme sola.

Asimismo, las mentorías con Ana Lara han supuesto una pieza clave para avanzar y consolidar mi modelo de negocio, ayudándome a tomar decisiones estratégicas y a fortalecer la visión profesional del proyecto.

¿Cómo te ha apoyado Youth Business Spain en tu camino?

El acompañamiento de YBS me ha permitido fortalecer la visión estratégica de mi proyecto, mejorar mis competencias empresariales y sentirme respaldada en la toma de decisiones. Contar con orientación y recursos ha sido clave para consolidar mi actividad.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

Uno de los mayores retos ha sido la inestabilidad propia del sector cultural y del autoempleo, donde cada proyecto implica un nuevo proceso de gestión y búsqueda de oportunidades. Además, emprender siendo joven supone enfrentarse a cierta falta de credibilidad inicial, algo que solo se supera con constancia, profesionalidad y resultados.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

El acceso a financiación, los programas de mentoría y la formación específica en gestión empresarial son fundamentales. También es clave visibilizar el emprendimiento cultural como un motor económico y social, ya que a menudo queda fuera de las políticas de apoyo tradicionales.

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

El impacto social es un eje central de mi trabajo. Desarrollo proyectos inclusivos y trabajo con colectivos diversos, entendiendo el teatro como una herramienta para fomentar la empatía, el pensamiento crítico y la participación. En el ámbito medioambiental, procuro apostar por escenografías reutilizables, materiales sostenibles y modelos de producción responsables.

Ana B. Artes Escénicas

Ana Barroso López

 Huelva (Andalucía)  2024  @anab.artesescenicas

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

La digitalización supone una gran oportunidad para mejorar la visibilidad, optimizar la gestión y ampliar el alcance de los proyectos culturales. Las redes sociales, las herramientas de diseño y las plataformas educativas son para mí imprescindibles, me permiten comunicar mejor mi trabajo y generar nuevas líneas de actividad.

Algo que te gustaría añadir

Concibo las artes escénicas como una herramienta de transformación social capaz de generar comunidad, pensamiento crítico y crecimiento personal. Mi trayectoria no responde solo a una vocación artística, sino también a un compromiso firme con el acceso a la cultura y con la creación de espacios donde las personas puedan expresarse con libertad.

Mi proyecto nace desde la convicción de que el teatro no debe ser un privilegio, sino una experiencia cercana y accesible. Por ello, trabajo para llevar las artes escénicas allí donde pueden tener un impacto real, contribuyendo a construir una cultura más participativa, humana y conectada con la sociedad.

Aspiro a seguir creciendo, impulsando proyectos que integren creación, educación e inclusión, y a consolidar un modelo de trabajo que sitúe el arte en el centro de la vida colectiva.



Servicios profesionales de creación, diseño y desarrollo de experiencias gastronómicas creativas vinculadas a la marca personal Elena Rocha.

Elena Rocha. Chef privada y creativa gastronómica

Elena María Rocha Sánchez



Badajoz (Extremadura)



2025



<https://elenarocha.es> | @elenarocha_chefprivada

¿Qué significa para ti emprender?

Diseñar mi vida laboral, y en consecuencia personal, como deseo.

¿Cómo surgió la idea?

Bajo la necesidad de expresar mis dones sin encerrarlos a un solo escenario posible.

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

Fue en solitario pero mi principal apoyo es mi marido.

¿Cómo te ha apoyado la Fundación Maimona en tu camino?

Me ha dado un conocimiento amplísimo que me ha dotado de seguridad y confianza para seguir apostando por este proyecto, es decir, por mí.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

La falta de referentes para saber por dónde ir.

Elena Rocha. Chef privada y creativa gastronómica

Elena María Rocha Sánchez

 Badajoz (Extremadura)  2025  <https://elenarocha.es> | @elenarocha_chefprivada

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Formación sin lugar a dudas.

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

Mi proyecto está muy ligado al impacto social y medioambiental ya de por sí.

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

Sacar tiempo para ellas si es que las quieres manejar tú. Para mí son una fuente de visibilidad y venta importante.

Algo que te gustaría añadir

Estaré siempre agradecida a la Fundación Maimona.



Educación financiera tanto para empresas como para familias.

Elisa Fernández Ferreiro

Elisa Fernández Ferreiro



San Xoán de Río, Ourense (Galicia)



2025



<https://www.linkedin.com/in/elisa-fernandez-ferreiro/>

¿Qué significa para ti emprender?

Significa luchar para tus sueños, ser dueño de tu tiempo y de como ayudar a los demás.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surgió un poco de casualidad y de un momento de estar perdida, no saber por donde tirar, pero si tener claro que quería vivir en el rural y eso me cerraba muchas puertas y a la vez abría otras.

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

Lo hice sola. Mi principal apoyo a lo largo de todo el tiempo ha sido mi pareja.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

La mentalidad, los miedos, las dudas, la gestión de emociones. Nadie nos ha preparado ni enseñado un poquito, la gran diferencia sobre todo mental que es ser autónoma.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Creo que todo el apoyo es bienvenido. No creo que solo quedándonos con uno sería para nada beneficioso para los emprendedores. El apoyo financiero claro que es importante pero la mentorización y formación, también lo son. Al igual que saber que puede llamar a alguien para que te guíe cuando te sientes perdida.

Elisa Fernández Ferreiro

Elisa Fernández Ferreiro



San Xoán de Río, Ourense (Galicia)



2025



<https://www.linkedin.com/in/elisa-fernandez-ferreiro/>

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

En mi caso, no lo es. Pues me desplazo lo menos posible, aunque no sea todo lo que me gustaría y casi no utilizo papel, por lo que el impacto ha sido desde siempre pequeño.

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

La gran ventaja es que puedes llegar a todo el mundo desde tu casa. Los retos que ofrece es que todo el mundo se ha adaptado a tener una reunión online y no que te quiera conocer en persona primero, aunque creo que eso cada vez está cambiando más.



Eva H. Donoso

Eva Guadalupe Hernández Donoso



Virtual



2024



<https://evahdonoso.com>

Ayudo a españolas y latinoamericanas que viven y trabajan fuera de su país (especialmente en Reino Unido) a avanzar en su carrera, ganar visibilidad e influencia y sentirse más realizadas en su día a día.

¿Qué significa para ti emprender?

Trabajar en algo propio alineado con quién soy, mis valores y lo que puedo aportar al mundo, con esfuerzo y sacrificio, pero también con mucha gratificación.

¿Cómo surgió la idea?

Siempre me gustó el desarrollo personal, y llegó un momento en el que fui consciente de que lo que quería era trabajar directamente ayudando a personas. Trabajaba dirigiendo equipos cuando decidí empezar a formarme en coaching personal y empresarial, y ahí empezó todo. La idea de ayudar a profesionales que trabajan fuera de su país surgió al darme cuenta de que era el ámbito donde más podía aportar y con el que más empatizaba, al haber vivido en Londres muchos años y conocer de primera mano los retos de desarrollar tu carrera en un país extranjero.

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

He emprendido sola, pero con mucho apoyo por parte de mi pareja, que me ayuda con el diseño y desarrollo web y otras gestiones.

¿Cómo te ha apoyado la Fundación Maimona en tu camino?

Mi experiencia en la Fundación Maimona ha sido de mucha ayuda, he aprendido sobre diferentes áreas imprescindibles a la hora de plantear bien un negocio desde el principio. Además, el acompañamiento ha sido muy humano e inspirador.

Eva H. Donoso

Eva Guadalupe Hernández Donoso

 Virtual  2024  <https://evahdonoso.com>

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

Los mayores retos para mí han sido el marketing digital -tener una buena estrategia para darme a conocer y hacer llegar mis servicios a quienes lo necesiten - y la conciliación familiar.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Creo que es necesario contar con un poco de todo, ya que cuando uno emprende tiene que atender muchos palos al mismo tiempo, sobre todo al principio. Quizá se hable menos de la mentoría, y realmente puede marcar la diferencia contar con el apoyo y experiencia de alguien con recorrido.

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

Mi negocio surge de una necesidad social, en realidad. Nace de una realidad muy concreta: los desafíos de la movilidad internacional, los retos del liderazgo femenino y la dificultad de integrarse y desarrollarse profesionalmente cuando vives y trabajas fuera de tu país. Con mi proyecto pretendo ayudar a muchas mujeres a ganar claridad profesional y confianza para que puedan liderar un camino coherente con su propósito, creen impacto y aporten a la sociedad todo lo que valen.

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

Principalmente enfrente el reto de mantener un servicio personalizado y humano mientras incorporo herramientas tecnológicas que optimicen mi tiempo y mejoren la experiencia de mis clientas. Al tratarse de un negocio basado en la confianza y el acompañamiento, el desafío es integrar la tecnología sin deshumanizar el proceso.

Algo que te gustaría añadir

Gracias.



Cityflow

Gerard Flores Gallardo

📍 Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla, Madrid, Palma de Mallorca, Bilbao, Salamanca, Pamplona



2024



<https://cityflow.app>

e-Bikes inteligentes para hoteles, flotas para empresas y repartidores.

Pongo un ejemplo. Imagínate que vas un fin de semana a Barcelona, Sevilla, Málaga, etc. Te levantas en tu hotel, desayunas y luego vas a hacer actividades por la ciudad.

Al salir, en la recepción ves que tu hotel te ofrece bicicletas eléctricas sin coste para ti.

Apretando un botón en tu teléfono, se bloquean las ruedas y apretando otro botón se vuelven a abrir.

Te permite llegar y aparcar en la puerta de la Sagrada Familia, la Giralda, el Retiro sin metros llenos de gente, esperas de autobuses que no llegan ni taxis excesivamente caros.

¿Qué significa para ti emprender?

Cazar tus propias oportunidades en lugar de depender de otra persona.

¿Cómo surgió la idea?

En el programa *Llançadora*. Dónde expertos en cada área de negocio me han ayudado a desarrollar el negocio.

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

Mi socio actual lo encontré en una plataforma online para encontrar socios. Con prioridades iguales y habilidades complementarias. Anteriormente no siempre ha sido así.

¿Cómo te ha apoyado Autoocupació en tu camino?

Emprender se trata de autoconfianza. Pero cuidado, no hay nada más peligroso que un tonto motivado. Entonces debe ser autoconfianza acompañada de habilidades.

Autoocupació me ha ayudado a desarrollar mis habilidades empresariales a la vez que he tenido un mentor en el que apoyarme.

Emprender es un camino solitario y la buena compañía siempre va a ser bienvenida.

Cityflow

Gerard Flores Gallardo



Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla, Madrid, Palma de Mallorca,
Bilbao, Salamanca, Pamplona



2024



<https://cityflow.app>

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

El reto más grande para mí, ha sido encontrar un socio con prioridades similares.

En cuanto a los retos por ser joven, no me gusta ponerme excusas. Yo puedo ser joven, otra persona estar embarazada, otra persona mayor.

Es curioso cómo habitualmente nos fijamos en lo que no tenemos. Una persona mayor va a envidiar la energía de una persona joven y una persona joven va a envidiar la experiencia de una persona mayor.

Cómo dice Henry Ford, *"Whether you think you can, or you think you can't--you're right"*

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Valorar más la cultura del esfuerzo. Alguien que invierte su dinero y tiempo en generar valor para otras personas debe ser una persona muy admirada y en algunos contextos la palabra "Empresario" tiene una connotación negativa.

Entonces creo que impulsar más el emprendimiento es más una cuestión de voluntad.

Por ejemplo, yo he recibido tanto apoyo financiero, formación y mentorías. No las he recibido porque me he apuntado a un sorteo y haya ganado. Sino porque la persona que gestiona esos recursos ha creído que estarían bien invertidos en mí.

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

Proveemos de movilidad sostenible a nuestros clientes. En algunos casos, son multinacionales dónde la matriz ha dado la orden de incluir opciones sostenibles a cada una de las filiales. El hecho de que una multinacional tome este rumbo viene dado por la demanda creciente de estas opciones.

Cityflow

Gerard Flores Gallardo



Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla, Madrid, Palma de Mallorca,
Bilbao, Salamanca, Pamplona



2024



<https://cityflow.app>

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

Más que retos, es una de nuestras ventajas competitivas más grandes. Contamos con tecnología diferencial que modulamos según las necesidades de nuestros clientes.

Algo que te gustaría añadir

Si estás leyendo esto y no estás satisfecho, toma acción. Así de simple y así de difícil.



Decomind

Laura Rodríguez Jiménez



Madrid (Comunidad de Madrid)



2025



<https://decomind.es/> | @thedecomindlab

¿Qué significa para ti emprender?

Emprender significa tener la determinación de apostar por una idea y creer en su valor incluso cuando no existe la certeza de que pueda hacerse realidad, transformando esa incertidumbre inicial en el motor del proyecto. Es un camino que exige una gran responsabilidad y compromiso, especialmente en un entorno como el de Decomind, donde el sector tecnológico avanza a una velocidad vertiginosa. En este contexto, ser emprendedor implica mantener una disciplina constante para estar al tanto de cada nueva inteligencia artificial que se incorpora al mercado, con el objetivo de integrarla y potenciar el producto de manera estratégica. Al final, se trata de combinar la valentía de confiar en el propio instinto con la exigencia de mantenerse siempre a la vanguardia, asegurando que el proyecto no solo sobreviva, sino que evolucione y se fortalezca con cada avance tecnológico.

¿Cómo surgió la idea?

Uno de mis profesores siempre decía que las grandes ideas no avisan: pueden aparecer mientras paseas, haces ejercicio o ves una película. Su consejo era simple: "lleva siempre un cuaderno para anotarlas". Hace dos años, siguiendo esa premisa, surgió una chispa: ¿y si pudieras amueblar cualquier estancia a partir de una sola foto?

Lo que comenzó como una conversación con mi padre sobre el potencial de la Inteligencia Artificial, pronto se convirtió en un prototipo real. Empezamos desarrollando un GPT especializado y, tras un año de aprendizaje y evolución, logramos dar el salto definitivo: una plataforma web propia diseñada para que usuarios y empresas transformen sus espacios de forma inmediata.

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

He tenido la inmensa fortuna de emprender este camino junto a mi padre. Más que un apoyo, ha sido el motor técnico del proyecto: sin su dedicación absoluta, nuestro producto sencillamente no existiría. Él fue quien transformó un prototipo incierto en una realidad comercial, volcándose día y noche en el desarrollo sin dudar del potencial. Aporta

Decomind es una empresa pionera en IA con más de 10 años de experiencia diseñada para que veas lo que imaginas. Ayudamos a visualizar espacios y potenciar marcas, cuidando cada detalle para convertir lo que una casa es, en todo lo que puede llegar a ser. Fusionamos nuestro programa de diseño de interiores con marketing inmobiliario permitiendo ofrecer a nuestros clientes una experiencia 360 grados que va desde la generación del render hasta la venta del inmueble.

Decomind

Laura Rodríguez Jiménez

 Madrid (Comunidad de Madrid)  2025  <https://decomind.es/> | @thedecomindlab

un valor técnico incalculable: más de 25 años liderando proyectos y un conocimiento profundo de la Inteligencia Artificial desde sus orígenes. Formamos un equipo donde la experiencia técnica senior se fusiona con la conexión directa con el mercado, una sinergia que ha sido el verdadero motor del éxito de Decomind. Emprender en familia me ha dado una base de confianza inquebrantable que considero nuestra mayor ventaja competitiva.

¿Cómo te ha apoyado Nantik lum en tu camino emprendedor?

En mi camino como emprendedora, la Fundación Nantik Lum ha marcado un antes y un después. Llegué con ilusión, pero también con muchas dudas: qué priorizar, cómo estructurar el modelo, cómo validar y cómo sostener el proyecto en el tiempo. Su acompañamiento me ayudó a poner orden, a convertir ideas en un plan de acción y a trabajar con foco.

Gracias a su orientación he aprendido a analizar mejor mi propuesta de valor, a definir objetivos alcanzables y a tomar decisiones con más criterio (tanto estratégicas como operativas). También he ganado claridad a la hora de comunicar lo que hago, explicar por qué mi proyecto es relevante y defenderlo con argumentos sólidos.

Pero, sobre todo, valoro el factor humano: sentirme acompañada, escuchada y retada en el buen sentido. Nantik Lum no solo aporta herramientas; aporta impulso, estructura y confianza. Hoy avanzo con una visión más clara, más seguridad en mis pasos y la motivación de saber que no estoy sola en el proceso.

De hecho me he sentido tan acompañada que me impulsó a presentarme a su premio de Viabilidad Económica tras haber realizado su curso en Innovación, y Decomind ganó dicho premio.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

Considero que los obstáculos que voy a mencionar a continuación, son comunes dentro del mundo empresarial joven.

El hecho de ser joven y emprendedor en España conlleva enfrentarse a un entorno institucional y económico complejo. El principal obstáculo es la elevada carga administrativa y fiscal, donde el sistema de cotizaciones y obligaciones tributarias representa una barrera de entrada significativa para proyectos con ingresos aún inestables. Esta presión financiera se ve agravada por la dificultad de acceso a la financiación externa, ya que la falta de activos para aportar como garantía o de un historial crediticio consolidado limita severamente la obtención de préstamos bancarios.

Decomind

Laura Rodríguez Jiménez

 Madrid (Comunidad de Madrid)  2025  <https://decomind.es/> | @thedeconomindlab

A estas dificultades estructurales se suma el escepticismo del mercado. La juventud del emprendedor puede percibirse erróneamente como falta de solvencia, lo que dificulta la negociación con proveedores y la captación de grandes clientes. Asimismo, la carencia de una red de contactos consolidada y el estigma cultural hacia el fracaso empresarial en el entorno nacional generan un escenario de incertidumbre y aislamiento. En definitiva, el joven emprendedor debe gestionar una estructura de costes rígida mientras construye, desde cero, la credibilidad necesaria para competir en un mercado maduro.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

La medida más urgente es una reforma estructural de la fiscalidad inicial que sustituya el actual sistema de cuotas por una exención total de costes de Seguridad Social e impuestos durante el primer año, o hasta que el negocio alcance un umbral de facturación mínimo profesional. Esta “red de seguridad” permitiría que el escaso capital semilla se destine íntegramente a la inversión productiva y no al mantenimiento de la estructura burocrática del Estado. Más allá del dinero, el éxito a largo plazo requiere de un acompañamiento técnico especializado que combine la mentoría de empresarios consolidados con formación práctica en gestión financiera y resiliencia emocional. No se trata solo de enseñar a hacer un plan de negocio, sino de integrar al joven en ecosistemas de contactos ya establecidos para romper su aislamiento y acelerar su curva de aprendizaje, transformando una aventura individual en un proyecto con respaldo institucional y relacional sólido.

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

En un entorno donde la generación de imágenes y renders se está volviendo más accesible, la diferencia real no está solo en “hacer algo bonito”, sino en ayudar a tomar decisiones mejores: más duraderas, más eficientes y más responsables, y poder explicarlas de manera transparente. Por ese motivo, incorporamos también en la generación de estas imágenes, la colaboración con tiendas de mobiliario para dar a conocerlas y reducir el impacto medioambiental. Además, buscamos que las propuestas de rediseño no se limiten a cambiar el estilo, sino que orienten hacia soluciones con menor impacto, priorizando la reutilización de elementos existentes, siempre que sea posible, favoreciendo materiales y acabados más responsables.

En el plano social, también lo vemos como parte del impacto: acercamos el diseño y la visualización a personas y pequeñas empresas que no podrían acceder a un servicio tradicional completo, comunicamos de forma honesta las limitaciones de la herramienta para no crear expectativas irreales, y protegemos la privacidad de los usuarios tratando las imágenes de viviendas como contenido sensible, sin exposición pública.

Decomind

Laura Rodríguez Jiménez



Madrid (Comunidad de Madrid)



2025

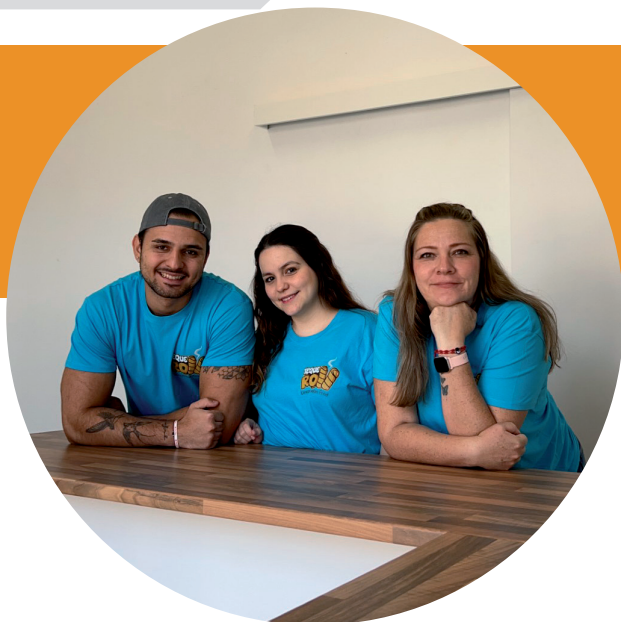


<https://decomind.es/> | @thedecomindlab

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

La digitalización plantea a Decomind el reto de crecer sin perder confianza: la gente quiere resultados rápidos, pero sobre todo consistentes y fáciles de entender. Además, al competir en un entorno donde aparecen alternativas nuevas constantemente, la diferencia no será solo “hacer diseños”, sino ofrecer una experiencia más clara, personalizada y cuidada, y transmitir seguridad con las fotos y datos que suben los usuarios.

Gracias a las tecnologías TIC, Decomind evoluciona constantemente permitiendo reducir tiempos automatizando tareas repetitivas y mejorar el seguimiento de lo que funciona y lo que no para ajustar el servicio. Esto es especialmente relevante en áreas como marketing y ventas (captar y convertir), atención al cliente (rapidez y claridad), operaciones (entregas y control de calidad) y gestión del negocio (tener una visión más precisa para decidir prioridades).



Venta de Comida Venezolana y Servicios de Catering.

Tequeroll

Manuel Rodolfo Rodriguez Roa

📍 Leganés (Comunidad de Madrid) 📅 2025 🔗 @tequeroll.es

¿Qué significa para ti emprender?

Significa luchar por tus sueños, creer en ti y en tu proyecto y sobre todo ayudar a otras personas con tu proyecto.

¿Cómo surgió la idea?

Mi idea surgió hace dos años, justamente en el 2024, cuando se me metió en la cabeza crear un restaurante de comida venezolana, observando el potencial migratorio del país.

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

Uno de los pilares fundamentales para desarrollar este proyecto ha sido mi madre y mi pareja, quien sin dudarlo han estado ahí en mis mejores y peores momentos.

¿Cómo te ha apoyado Youth Business Spain en tu camino?

Gracias a ustedes he recibido la formación necesaria para poder empezar en el camino del emprendimiento, y gracias a esa ayuda hemos llegado hasta donde estamos hoy en día.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

El obstáculo más difícil fue emprender desde cero, en mi caso buscar la financiación para mi proyecto fue todo un reto, al ser un chico joven con muchos proyectos, la edad sin duda fue un problema.

Tequeroll

Manuel Rodolfo Rodriguez Roa

 Leganés (Comunidad de Madrid)  2025  @tequeroll.es

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Creo que la parte más esencial es testear tu proyecto, que es algo que va de la mano con la mentoría, para mí lo más esencial es tener a alguien que ya haya pasado por lo mismo y te pueda asesorar en cuanto a muchas cosas que no las aprendes simplemente estudiando.

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

Tanto el impacto social como el medioambiental es super importante hoy en día, nosotros decidimos colaborar con la empresa Too Good To Go, que básicamente se dedican a salvar toda la merma de los restaurantes, y decidimos entrar para así ayudar al medioambiente y también a su vez que más personas conocieran nuestro producto.

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

La digitalización es el mayor reto hoy en día, para que tu proyecto no se quede en el siglo pasado, hay que tomar muchas medidas en cuanto esto. Claro está que es el futuro y es la mayor herramienta que tenemos hoy en día. Pienso que las empresas en las que serían más relevantes son las que se dedican a vender productos o servicios, ya que es el mayor potenciador que puede llegar a existir.

Algo que te gustaría añadir

Me gustaría que contarán conmigo para cualquier cosa que necesitéis, ya que estos últimos años he aprendido muchas cosas tanto de emprendimiento como de superación personal, y me gustaría quedar a vuestra disposición por si llegara a darse la oportunidad de poder apoyar a muchas mas personas como habéis hecho vosotros conmigo.



CERP

Martín César Canal Maragno

📍 Madrid (Comunidad de Madrid) 🚀 2025 🔗 <https://cerp.es> | @cerp.es

En CERP queremos cambiar y desafiar la industria de la construcción. Para eso desarrollamos un software de gestión diseñado exclusivamente para empresas constructoras. Conectamos en tiempo real la obra con la oficina, digitalizando tareas, costos y equipos para reducir hasta un 21% los costes de proyecto. Integramos inteligencia artificial y automatización documental para simplificar y optimizar la operación diaria de las constructoras.

¿Qué significa para ti emprender?

Ser emprendedor es animarse a resolver un problema real que duele, sabiendo que nadie más lo va a hacer por vos. Es crear desde cero, liderar con propósito y sostener la visión incluso cuando faltan los recursos. Para mí, es una forma de transformar la realidad con creatividad, compromiso y mucho trabajo.

¿Cómo surgió la idea?

Con mi hermano nacimos literalmente dentro de la obra: nuestra familia se dedica al sector de la construcción y vimos desde chicos cómo los márgenes se perdían por la falta de control. Años después, ya formados como ingenieros, decidimos crear una herramienta tecnológica que resolviera ese caos operativo. Así nació CERP.

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

Lo fundamos junto a mi hermano Marcos (ingeniero de caminos), Matías (ingeniero industrial), y Ezequiel (desarrollador fullstack). Como equipo compartimos la ciudad donde nacimos, valores, visión y muchas horas de trabajo. También contamos con el apoyo incondicional de nuestra familia.

¿Cómo te ha apoyado Youth Business Spain en tu camino?

Nos conectaron con mentores que realmente aportaron valor en temas legales, fiscales, estrategia y storytelling. También nos ayudaron a validar la importancia de nuestro impacto y entender cómo comunicarlo mejor a inversores e instituciones.

CERP

Martín César Canal Maragno

 Madrid (Comunidad de Madrid)  2025  @ cerp.es

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

Muchos nos subestimaron al comienzo por la edad, especialmente en un sector tan tradicional como la construcción. Costó generar credibilidad. Pero lo superamos con clientes reales y resultados concretos.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Formación práctica (menos teoría), mentoría de emprendedores reales, y acceso a financiación no-dilutiva para etapas tempranas. También simplificar trámites y crear espacios donde conectar con grandes empresas.

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

Cada vez más clientes e inversores valoran soluciones con impacto. En nuestro caso, ayudamos a las constructoras a mejorar sus procesos y a medir su huella de carbono desde la plataforma, muchas lo necesitan para sus clientes. Y en lo social, buscamos democratizar la tecnología en un sector que emplea a millones de personas.

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

El reto más grande es lograr que la tecnología sea adoptada por operarios de obra sin formación digital. Por eso apostamos por interfaces simples y canales como WhatsApp. Las TIC nos permiten escalar, automatizar procesos y brindar datos en tiempo real. Son claves en operaciones, ventas y atención al cliente.

Algo que te gustaría añadir

Emprender es una montaña rusa, pero cuando sabes que estás resolviendo un problema real, todo vale la pena. Queremos que CERP sea la herramienta que transforme la forma en que se construye en LATAM y Europa. Gracias por apoyar a quienes apostamos por crear desde cero.



Elaboración de tartas personalizadas, dulces tradicionales y estacionales y repostería innovadora. Montajes de catering e impartición de cursos de repostería.

La Galgueria

Rita Gómez Ramírez



Miguelturra, Ciudad Real (Castilla La Mancha)



2023



@lagalgueria_derita

¿Qué significa para ti emprender?

Poder elaborar todo lo que se me pasa por la cabeza, expresar cariño a través de la pastelería, ponerme a prueba cada día...

¿Cómo surgió la idea?

Es una pequeña idea que guardaba desde bien pequeña y que empezó a coger forma al terminar el grado superior de dirección de cocina.

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

Lo hice en solitario, pero no pude haberlo hecho sin el apoyo de todos los que me rodean (familia echando horas pintando y atornillando muebles, amigos viniendo a limpiar, pareja que me acompaña cada noche larga o día duro...).

¿Cómo te ha apoyado Youth Business Spain en tu camino?

Acudí a ellos porque no sabía por donde empezar. Ellos guiaron mi camino y supieron ponerme en el camino correcto, tanto en planificación como en gestión y especialmente en hacer mi obrador y mis productos más sostenibles.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

La burocracia, al estar yo sola tengo que ocuparme de muchas cosas de las que no entiendo.

La Galguería

Rita Gómez Ramírez



Miguelturra, Ciudad Real (Castilla La Mancha)



2023



@lagalgueria_derita

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

El principal: financiero. En mi caso no he tenido ninguna ayuda extra más allá de los cuatro ahorros en 4/5 años previos que trabajé. El avance del negocio es a paso de tortuga, pero firme.

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

En el ahorro. Al evitar al máximo el desperdicio economizas en muchos aspectos, tanto de materia prima como de material de trabajo.

Reciclaje, materiales no desechables, reutilización de envases, cambio de pegatinas por sellos...

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

En mi caso utilizo instagram como escaparate y whatsapp como medio de comunicación para encargos. Digitalizar más la empresa supone mucho tiempo y conocimientos de los que no dispongo y no me son 100% necesarios.

Algo que te gustaría añadir

Seguir apoyando el emprendimiento joven y en el medio rural.



Especializado en compra venta de coches. Comprar coches con alguna avería, arreglarlos y volverlos a poner en el mercado. También ofrezco asesoramiento en la compra de del coche a la persona que lo necesite ofreciendo una garantía y seguridad en la compra, además de ser un centro de mantenimiento y cuidado especializado del vehículo.

Encontramos su coche

Saúl González Rodríguez



Vilamartín de Valdeorras, Ourense (Galicia)



2023



@estiletemotorsport

¿Qué significa para ti emprender?

Tomar el control de mi vida, desarrollar habilidades valiosas y tener la oportunidad de crear algo desde cero. Logrando un crecimiento personal y profesional significativo. Ofreciendo un servicio a la comunidad a la hora de adquirir un vehículo, ya que no todos tienen el conocimiento necesario para evitar engaños y ahorrarse así posibles disgustos.

¿Cómo surgió la idea?

Tengo más de 10 años de experiencia en diferentes empresas de automoción. Considero que llegó el momento de llevar a cabo la idea de negocio que llevo tiempo madurando y con muchas ganas de que salga adelante.

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

En solitario. La persona que me apoya desde el principio es mi padre.

¿Cómo te ha apoyado Fundación Ronsel en tu camino?

A través de un programa de mentorías que me ha servido para poner en marcha el negocio. Las sesiones me ayudaron a estructurar el plan de negocio, superar retos iniciales y generar contactos profesionales relevantes.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

Hacer frente a todos los gastos y legalidades para que la empresa desarrolle su actividad de manera correcta.

Encontramos su coche

Saúl González Rodríguez



Vilamartín de Valdeorras, Ourense (Galicia)



2023



@estiletemotorsport

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Las medidas que se mencionan en el enunciado son necesarias para lograr un mayor impulso del proyecto. Dependiendo de la intensidad de cada una de ellas según la etapa en la que se encuentre el negocio. Siendo prioritarias desde un inicio el apoyo financiero y la formación.

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

Como joven emprendedor en el negocio de compraventa de automóviles, percibo que considerar el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad absoluta para mantener la competitividad y atraer a clientes conscientes que priorizan la sostenibilidad.

Priorizo, en la medida de lo posible, la venta de vehículos de segunda mano eficientes que prolongan la vida útil y reducen residuos, alineándonos con la economía circular.

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

Posibilidad real de ampliar el mercado (tanto de clientes como de proveedores), mayor acceso a formación y con ello mayores posibilidades de innovación.

Algo que te gustaría añadir

No busco únicamente la rentabilidad de la empresa. Mi objetivo es dar un buen servicio a la comunidad y tener la satisfacción de la confianza del pueblo.



ENREA – Taller creativo

Soraia Sousa

 Badajoz (Extremadura)  2025

ENREA es un proyecto de taller creativo de cerámica, actualmente en fase de preparación. El objetivo es abrir un espacio en Badajoz centrado en experiencias y formación: talleres para principiantes y nivel intermedio, sesiones temáticas, actividades para grupos y colaboraciones con otros proyectos locales. La idea es crear un lugar accesible donde la gente aprenda, cree piezas propias y se construya comunidad alrededor de la cerámica.

¿Qué significa para ti emprender?

Para mí es transformar una idea con sentido en algo real y sostenible. Es aprender cada día, tomar decisiones con responsabilidad y mantener el foco aunque haya incertidumbre. También es crear valor: un proyecto que aporte bienestar, creatividad y conexión con lo artesanal.

¿Cómo surgió la idea?

Surgió de mi recorrido en cerámica y de ver una oportunidad clara en Badajoz: un espacio donde la cerámica sea una experiencia accesible, cercana y bien cuidada. Con el tiempo la idea se fue definiendo mejor hacia un taller creativo centrado en formación, experiencias y colaboraciones locales. Ahora estoy trabajando en validar el modelo y preparar el lanzamiento.

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

Es un proyecto que estoy impulsando principalmente yo. He contado con apoyo puntual a nivel personal y con acompañamiento de profesionales del ecosistema emprendedor a través de formación, mentorías y feedback, que me han ayudado a estructurar el proyecto y avanzar con más claridad.

¿Cómo te ha apoyado Fundación Maimona en tu camino?

A través de formación y acompañamiento práctico: me ayudó a aterrizar la idea, definir propuesta de valor y público objetivo, trabajar la viabilidad, costes, estructura de ingresos y estrategia de lanzamiento. Sobre todo, me dio metodología y un marco para pasar de “idea” a “plan” con pasos concretos.

ENREA – Taller creativo

Soraia Sousa

 Badajoz (Extremadura)  2025

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

En esta fase, los mayores obstáculos están siendo el acceso a recursos y la parte administrativa: encontrar un local adecuado, negociar condiciones, planificar inversión inicial y ordenar trámites. También está el reto de validar demanda y ajustar el proyecto a la realidad del mercado antes de abrir. Más que la edad, pesa la burocracia y la necesidad de tener claridad financiera desde el inicio.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

Una combinación: mentoría práctica continuada, apoyo financiero adaptado al arranque (microfinanciación/ayudas ágiles), simplificación administrativa y orientación clara. También facilitar acceso a espacios asequibles y a redes de colaboración local.

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

Lo estoy incorporando desde el diseño del proyecto. En cerámica hay un consumo energético importante, por eso quiero planificar hornadas de forma eficiente y reducir desperdicio con una buena gestión de materiales. A nivel social, el objetivo es crear un espacio inclusivo, accesible y orientado al bienestar: un lugar donde las personas desconecten, aprendan y se sientan acompañadas en el proceso creativo.

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

El reto es usar lo digital para facilitar la gestión sin perder el carácter artesanal. Las TIC serán clave para reservas y calendario de talleres, comunicación y marketing, venta de bonos/experiencias, y control interno (costes, previsiones, finanzas). Me ayudará a automatizar tareas y dedicar más tiempo a la parte creativa y a la experiencia del cliente.

Algo que te gustaría añadir

Estoy en fase de preparación y mi objetivo es lanzar ENREA antes/durante el verano. Me interesa construir un proyecto sostenible desde el inicio: con una propuesta clara, colaboraciones locales y un espacio que aporte valor cultural y bienestar en Badajoz.



Venta no sedentaria en mercadillos y ferias

Antonio y Esther

Antonio Macías Moreno

 Alicante (Alicante)  2022

¿Qué significa para ti emprender?

Para mí es la libertad de tener autonomía para hacer las cosas a mi manera, asumiendo la responsabilidad. Tanto los aciertos como los errores me pertenecen, y eso me da la oportunidad de aprender, mejorar y seguir creciendo.

¿Cómo surgió la idea?

Mi familia se ha dedicado toda la vida al mercadillo, aunque de una forma muy tradicional. Hace unos años decidí dar un paso más y profesionalizar el negocio, aportando una visión más moderna y estratégica.

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

Emprendí solo, pero no lo habría conseguido sin el apoyo constante de mi mujer, que me acompaña cada día en esta labor y es un pilar fundamental en el proyecto.

¿Cómo te ha apoyado Fundación Secretariado Gitano en tu camino?

La Fundación Secretariado Gitano, a través del programa MERCAEMPRENDE en Alicante y en colaboración con Youth Business Spain, me ayudó a entender que la profesionalización marca la diferencia.

Gracias a su apoyo:

- » Creamos una marca propia.
- » Mejoramos la imagen del puesto con cartelería profesional.
- » Aprendimos a analizar mejor a los clientes y las situaciones del mercado.
- » Empecé a llevar un mejor control de ingresos y gastos.

Contar con un mentor fue clave. Cada semana me acompañó y me ayudó directamente en el mercadillo, por lo que no me sentí perdido al aplicar todo lo aprendido.

Antonio y Esther

Antonio Macías Moreno

 Alicante (Alicante)  2022

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio. ¿Alguno añadido por ser joven?

Uno de los principales obstáculos es que algunos ayuntamientos exigen demasiada experiencia para otorgar puestos en los mercadillos, lo que dificulta el acceso a las personas jóvenes que quieren empezar. Esta barrera limita las oportunidades de relevo generacional en el sector.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento? Apoyo financiero, formación, mentoría...

La financiación siempre es importante, pero en mi caso la formación ha sido aún más valiosa, porque me ha proporcionado herramientas que me sirven para toda la vida permitiéndome gestionar el negocio con mayor seguridad y profesionalidad.

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

Es un aspecto en el que podríamos seguir avanzando para mejorar. Actualmente utilizamos bolsas de reciclaje que proporcionan algunos ayuntamientos. Poco a poco deberíamos ir introduciendo más cambios.

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

Tener un negocio digital es uno de nuestros objetivos. Nos permitirá contar con un escaparate abierto 24 horas para que las personas puedan conocernos, seguirnos, comprarnos y venir a visitarnos al mercadillo.



Emprendimiento Joven en España

Análisis de situación con datos GEM 2024-25



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA

+25 años de datos

Con la colaboración de:

