



OBSERVATORIO DEL  
EMPRENDIMIENTO  
DE ESPAÑA

+25 años de datos

# INFORME GEM CASTILLA Y LEÓN

## 2024-2025



ic3cyl  
compatibilidad  
empresarial



CÁTEDRA  
DE IMPACTO  
SOCIAL



ESCUELA UNIVERSITARIA  
DE INGENIERÍA AGRÍCOLA

OBSERVATORIO **MAPFRE**  
DE FINANZAS SOSTENIBLES



# Informe GEM Castilla y León 2024-2025



**Dirección ejecutiva:** Daniel Alonso Martínez

**Autores del informe:** Nuria González Álvarez, Constantino García Ramos,  
José Luis de Godos Díez, Ana Patricia Fanjul Alemany y Ángel Morán Muñoz



universidad  
de león

ic3cyl  
competitividad  
empresarial

Junta de  
Castilla y León

OBSERVATORIO **MAPFRE**  
DE FINANZAS SOSTENIBLES

CÁTEDRA  
DE IMPACTO  
SOCIAL



ESCUELA UNIVERSITARIA  
DE INGENIERIA AGRICOLA

Esta edición es propiedad del Equipo GEM Castilla y León; cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Citar:

Alonso Martínez, D.; González Álvarez, N.; García Ramos, C.; de Godos Díez, J.L.; Fanjul Alemany, A.P.; Morán Muñoz, Á. (2025): Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM Castilla y León 2024-2025. León: España.

Agradecimientos por su colaboración a: Luis Gregorio Holguín Galarón (Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles, Universidad Pontificia Comillas), Alberto Matellán Pinilla (Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles, Universidad Pontificia Comillas), Félix Revilla Grande (INEA, Universidad Pontificia Comillas), Carlos Ballesteros García (Cátedra Impacto Social, Universidad Pontificia Comillas) y Laura Sierra Moral (INEA, Universidad Pontificia Comillas).

© Equipo GEM Castilla y León.

© Los autores del informe: Daniel Alonso Martínez (Universidad de León), Nuria González Álvarez (Universidad de León), Constantino García Ramos (Universidad de León), José Luis de Godos Díez (Universidad de León), Ana Patricia Fanjul Alemany (Universidad de León) y Ángel Morán Muñoz (Universidad de León).

Agradecimiento al Vicerrectorado de Empleabilidad, Emprendimiento y Formación Permanente de la Universidad de León por su colaboración en la elaboración de este Informe.

ISBN: 978-84-09-79631-1

Impreso en España – *Printed in Spain*  
Maquetación y diseño: Dosgraphic, S. L.

# Sumario

<b>¿Qué es el GEM (Global Entrepreneurship Monitor)?</b> .....	<b>9</b>
<b>¿Cómo obtenemos los datos?</b> .....	<b>10</b>
<b>Resumen ejecutivo</b> .....	<b>11</b>
<b>Cuadro de indicadores</b> .....	<b>16</b>
<b>Capítulo 1. Contexto emprendedor</b> .....	<b>18</b>
1.1. ¿Sabemos emprender? .....	18
1.2. ¿Hay diferencias entre CC.AA. en las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento? .....	19
1.3. ¿Qué perciben los expertos? .....	21
<b>Capítulo 2. El proceso emprendedor</b> .....	<b>25</b>
2.1. Indicadores del proceso emprendedor .....	25
2.2. Perspectiva regional de los indicadores del proceso emprendedor .....	28
<b>Capítulo 3. Perfil de la persona que emprende</b> .....	<b>30</b>
3.1. Motivación .....	30
3.2. Edad .....	31
3.3. Educación .....	33
<b>Capítulo 4. Características de las iniciativas emprendedoras</b> .....	<b>35</b>
4.1. Nivel de renta de los emprendedores y fuentes de financiación .....	35
4.2. Sector de actividad y forma jurídica .....	38
4.3. Tamaño y expectativas de crecimiento .....	41
4.4. Orientación innovadora .....	43
4.5. Inteligencia artificial y Digitalización .....	50
4.5.1. Importancia de la inteligencia artificial .....	50
4.5.2. Expectativas de digitalización .....	53

4.6. Orientación internacional .....	57
4.7. Orientación a la sostenibilidad .....	61
4.8. Posicionamiento regional de las iniciativas emprendedoras .....	65
<b>Anexo. Glosario .....</b>	<b>68</b>
<b>Casos de emprendimiento .....</b>	<b>69</b>
<b>Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2024-2025 .....</b>	<b>81</b>
<b>Índice de figuras .....</b>	<b>87</b>
<b>Índice de gráficos .....</b>	<b>88</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>91</b>



En la Junta de Castilla y León estamos convencidos que la innovación, el emprendimiento y la digitalización son variables fundamentales en la fórmula que impulsa la competitividad empresarial, el desarrollo económico y la cohesión territorial.

A la vista de los últimos datos económicos nuestra Comunidad está en la vía correcta para garantizar el crecimiento económico: segunda con mejor porcentaje de ejecución del gasto público; quinta posición en esfuerzo tecnológico (gasto en I + D sobre PIB); comunidad que más subió el Índice de Producción Industrial en términos interanuales; internacionalización de sus empresas con una balanza comercial positiva liderando el crecimiento de las exportaciones en los primeros meses de 2025, y en el ámbito fiscal, se sitúa entre las comunidades con el tipo mínimo más bajo en el IRPF y la tarifa autonómica de las más bajas.

A ello se suma que los últimos informes publicados prevén un crecimiento del 2,9% para 2025, frente al 2,2% estimado inicialmente, a pesar de las tensiones y conflictos internacionales, y la ralentización en el crecimiento de nuestros principales socios comerciales, lo que conlleva un alto grado de incertidumbre.

Estos resultados son parte del compromiso adquirido por el Gobierno Regional al inicio de esta legislatura, para posicionar a nivel nacional a Castilla y León como región emprendedora e innovadora. Para cumplir ese compromiso, se presentó en 2023 la Estrategia de Emprendimiento e Innovación 2027 de Castilla y León, cuya ejecución ha atravesado su ecuador con resultados satisfactorios.

Una Estrategia que se ha visto desarrollada a lo largo de 2025 con la presentación del Plan DigitalICE en el ámbito de la digitalización, y del Plan de Sostenibilidad para PYMES, en el de la sostenibilidad, ejes fundamentales en el actual contexto socioeconómico.

En el ámbito del emprendimiento, la estrategia “Castilla y León Comunidad de Emprendedores” ofrece un apoyo integral al emprendedor, proporcionándole un conjunto de servicios con metodologías y recursos compartidos, con independencia del lugar en el que desee instalar su proyecto, a través de una serie de políticas y acciones en tres niveles:

Reforzar WOLARIA como marca premium del emprendimiento tecnológico (startups) en nuestra comunidad, con una mayor proyección nacional e internacional.

La especialización a través de un mapa de aceleradoras verticales de Castilla y León, enfocados en los sectores estratégicos de nuestra comunidad y que estará totalmente desplegado en 2026.

Colaborar con los agentes del ecosistema emprendedor de nuestra comunidad, promoviendo su adhesión al sello “Castilla y León Comunidad de Emprendedores” como garantía de calidad en los servicios de apoyo al emprendedor, sin olvidar las medidas que garantizan que el emprendimiento en el ámbito rural pueda llevarse a cabo en idénticas condiciones al medio urbano.

Estos servicios deben ofrecer no sólo asesoramiento a los emprendedores, sino que deben incluir formación,

ubicación en condiciones favorables, ayudas ágiles y con procedimientos sencillos, y financiación adaptada a sus necesidades.

El éxito de esta estrategia será el éxito de una generación que se caracteriza por su talento, su motivación

y su compromiso con el territorio, y por ende, el éxito de Castilla y León.

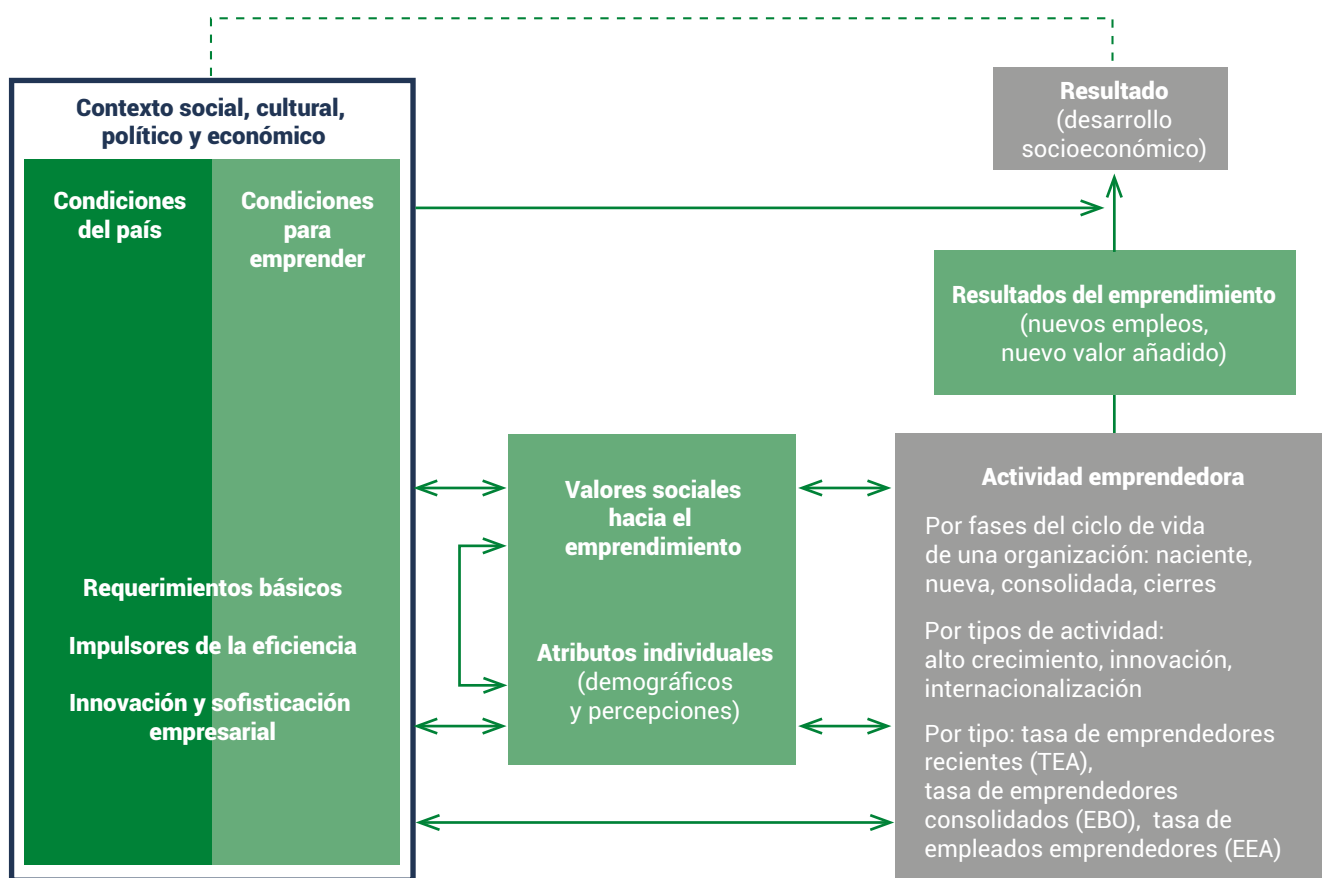
**Carlos Javier Fernández Carriedo**  
*Consejero de Economía y Hacienda  
de la Junta de Castilla y León*

# ¿Qué es el GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)?

Es un observatorio internacional que analiza el fenómeno emprendedor. Su actividad comienza en el año 1999 gracias a la iniciativa conjunta de London Business School y Babson College. Desde entonces, se han publicado informes anuales sobre el fenómeno emprendedor de ámbito internacional, nacional, regional y provincial. Asimismo, los miembros investigadores del GEM elaboran anualmente informes sobre temas monográficos de interés para agentes económicos y sociales. En la presente edición 2024-2025, el informe GEM aporta información sobre la actividad emprendedora observada en 52 países participantes.

Los informes que se elaboran desde el Observatorio del Emprendimiento de España (Red GEM España) se sustentan sobre un marco teórico de análisis del fenómeno emprendedor que se ha venido perfeccionando en los años recientes en el seno del Consorcio GEM (Figura A).

Figura A. Marco teórico GEM revisado



Fuente: Informe GEM-Global 2024-2025

# ¿Cómo obtenemos los datos?

A partir de tres fuentes de información: Una encuesta a la población de 18-64 años, denominada APS (*Adult Population Survey*) (Figura B), una encuesta a expertos en emprendimiento, denominada NES (*National Experts Survey*), y un conjunto de fuentes secundarias de información (artículos científicos, informes sectoriales, análisis internacionales) que permiten profundizar en la interpretación de los datos obtenidos. Las encuestas APS y NES, basadas en el marco conceptual del Proyecto GEM, son sometidas a rigurosos controles de calidad, en cuanto a su traducción y trabajo de campo, para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes sean comparables.

**Figura B.** Ficha de estudio de la encuesta APS en 2024 para Castilla y León

Fuente: GEM-España APS 2024



**Universo:** Población residente en Castilla y León de 18 a 64 años



**Muestra:** 2.000 individuos



**Población objetivo:** 1.418.228 individuos (fuente: INE)



**Fecha recogida:** mayo-julio 2025



\* Municipios de hasta 5.000 habitantes

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

# Resumen ejecutivo

La actividad emprendedora reciente (TEA) en Castilla y León en el año 2024 alcanza el 6,5% de la población, ligeramente por debajo de la media nacional (7,2%), aunque superior a la obtenida en 2023 (5,3%) y 2022 (5,2%). Esta misma situación se puede observar en la comparativa entre Castilla y León y España en lo que se refiere a la población con intención de emprender en los próximos tres años (9,6% frente al 11,2%, respectivamente), en el dato de empresas consolidadas (6,3% en Castilla y León y 6,8% en el conjunto de España) y en el caso del abandono empresarial (3,1% a nivel regional y 3,5% a nivel nacional). En cuanto a la comparativa con otras regiones, es preciso destacar que Castilla y León se ubica en una posición intermedia respecto al resto de Comunidades Autónomas. En este sentido, la Comunidad de Madrid (9,2%), Cataluña (8,6%) y la Comunidad Valenciana (8,2%) se posicionan como las regiones con mayor emprendimiento reciente (TEA), frente a La Rioja (3,3%), Canarias (4,5%) y Asturias (5,2%), que figuran en el extremo opuesto. En lo que respecta al emprendimiento potencial, y atendiendo a la comparativa nacional, se puede señalar que Castilla y León (9,6%) presenta una iniciativa emprendedora superior a la registrada en regiones económicamente dinámicas, como País Vasco (6,8%) o Navarra (7%).

Respecto a las diferencias entre sexos, las mujeres en Castilla y León presentan una tasa de emprendimiento reciente más alta que los hombres, a diferencia de lo que ocurre a nivel nacional. Así, mientras que un 6,3% de los hombres castellanos y leoneses se declara emprendedor reciente, un 6,7% de las mujeres forma parte de esta misma categoría en la Comunidad. En comparación con las cifras espa-

ñolas, es posible apuntar que la participación femenina en las primeras fases del emprendimiento es menor en el caso de Castilla y León (9,9% regional frente a un 11,4% nacional en el emprendimiento potencial), si bien esta brecha se va reduciendo a medida que avanza el proceso emprendedor (con una tasa de emprendimiento reciente femenino del 6,7% en Castilla y León y del 6,8% en el conjunto de España) y llega a revertirse en el dato de las propietarias de empresas consolidadas, donde Castilla y León pasa a tomar el liderazgo (6,3% en el caso regional frente al 5,3% nacional). Por el contrario, para el caso del emprendimiento masculino en la Comunidad de Castilla y León, las cifras registradas son sistemáticamente más bajas que la media española (9,3% frente a un 11%, en el emprendimiento reciente (TEA), 6,3% frente a 7,7% en el emprendimiento potencial, y 6,2% frente a un 8,2% en empresas consolidadas). Estos datos ponen de manifiesto la importancia que tiene el emprendimiento femenino en las provincias castellanas y leonesas.

En 2024, el principal motivo para emprender en Castilla y León, tanto para los emprendedores recientes (TEA) como para los que lideran empresas consolidadas, ha sido ganarse la vida debido a la escasez de trabajo. Seguidamente, en el ámbito regional, se puede observar una cierta diferencia entre los emprendedores recientes (TEA), que dan más importancia a la creación de una riqueza o renta muy alta, y los involucrados en empresas consolidadas, que le otorgan más relevancia a continuar con la tradición familiar. Estas tendencias pueden observarse tanto para hombres como para mujeres. Las cifras para el conjunto de España y para Castilla y León son muy similares en la mayoría

de las categorías, si bien las mujeres en Castilla y León otorgan más importancia a mantener un negocio familiar tanto en las empresas nacientes como en las ya consolidadas, si se comparan con los hombres de la Comunidad y con ambos sexos en el conjunto de España. Además, en los dos contextos, nacional y regional, el porcentaje de mujeres que pone en marcha empresas para crear riqueza o conseguir una renta muy alta es inferior al de los hombres, especialmente en el caso de las empresas consolidadas.

En cuanto a la edad para emprender, el 16,5% de los castellanos y leoneses que se reconocen como emprendedores potenciales tiene entre 18 y 24 años. Al igual que sucede entre los emprendedores recientes con esa edad (9,4% a nivel regional), son cifras superiores a las registradas en la media nacional (11% y 9%, respectivamente), lo que podría indicar una futura mejora del emprendimiento en Castilla y León. Por su parte, entre los emprendedores recientes (TEA), tanto en Castilla y León como en España, cerca del 80% se concentra entre los 25 y los 54 años. En el caso de las personas que lideran empresas consolidadas, también se observan cifras muy similares al comparar los datos de Castilla y León y España, con cerca de un 65% concentradas en edades entre 35 y 54 años.

Respecto al nivel educativo, se aprecia una diferencia entre los emprendedores recientes y los consolidados, siendo las cifras de enseñanza universitaria superiores para los primeros. Además, en términos generales, las tasas de emprendimiento potencial y reciente de los que cuentan con mayor formación supera a los que tienen un menor nivel educativo, favoreciendo el crecimiento de vocaciones emprendedoras en la población con más cualificación educativa.

En cuanto al capital necesario para emprender, un 50% de los proyectos de negocio iniciados en 2024 en Castilla y León ha necesitado un capital semilla menor de 17.000 euros, lo que podría indicar la escasa envergadura de las ini-

ciativas, pero al mismo tiempo mayor facilidad para su financiación. No obstante, es preciso destacar que un 16,1% de dichos proyectos de negocio necesitó un capital superior a 100.000 euros, lo que podría resultar en empresas con mayor tamaño en el futuro. En cuanto a las diferencias por cuestión de sexo, la mitad de las empresas creadas por hombres castellanos y leoneses necesitó menos de 20.000 euros, cifra que se reduce a menos de 9.000 euros en las creadas por mujeres. Sobre la procedencia del capital semilla en Castilla y León, se puede señalar que un 64,3% de las iniciativas se financia con los ahorros personales de los emprendedores, cifra muy similar a la obtenida en el caso de España (65%). Aunque en menor medida, los emprendedores en Castilla y León también solicitan los fondos necesarios para poner en marcha su actividad a las instituciones financieras (12,3%, similar al 13% de la media nacional) y a sus familiares (10,2%, superior al 8% del resto de España). Un aspecto a destacar en Castilla y León es que los inversores privados (*Business Angels*, BAs) en 2022 no constituían una fuente de financiación para los emprendedores. Sin embargo, en 2024 alcanzan el 0,6% del importe total financiado a las empresas, cifra muy cercana a la recogida en el caso de España (2%).

En cuanto a la forma jurídica de las iniciativas emprendedoras recientes y consolidadas, la predominante es la del autónomo, tanto en Castilla y León como en España, seguida a gran distancia por la Sociedad de Responsabilidad Limitada, sobre todo en el caso de las empresas consolidadas. Además, la Sociedad Cooperativa alcanza en Castilla y León el 8,6% de las iniciativas emprendedoras recientes, más del doble que la media nacional. Esta circunstancia, dadas las características de implicación y compromiso a largo plazo con el territorio de esta forma jurídica, puede ser indicativa de la existencia de proyectos empresariales con vocación de consolidarse en el ámbito de la Comunidad Autónoma. Este patrón se repite

para el caso de España y para ambos sexos, si bien las mujeres castellanas y leonesas optan en mayor medida por la Sociedad Cooperativa (13,8%, frente al 4,4% en el caso de los hombres de la región) y en menor medida por la Sociedad de Responsabilidad Limitada (26,5%, frente al 36,5% en el caso de los hombres castellanos y leoneses).

Respecto al sector de actividad, el sector extractivo sigue representando en Castilla y León un porcentaje muy significativo, alcanzando un 7,9% de las iniciativas emprendedoras recientes y un 15,1% de las consolidadas, frente al 4% y 6% en España, respectivamente. No obstante, son las empresas orientadas al consumidor las que representan el grueso de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y consolidadas (50,7% y 39,2%, respectivamente), siendo cifras similares a las registradas en España (50% y 39%, respectivamente). En cuanto al sexo, tanto en Castilla y León como en España, seis de cada diez mujeres emprendedoras recientes se registran en empresas de servicios orientados al consumidor, mientras la participación sectorial de los hombres está más diversificada.

En lo que respecta al tamaño, la mayoría de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España son microempresas, tanto en la etapa inicial como en la fase de consolidación. Las tendencias son similares para hombres y mujeres, y solo se observa una ligera diferencia en los proyectos de gran tamaño (20 o más empleados), que han estado liderados en exclusividad por hombres. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de fomentar la creación de empresas con mayor potencial de contratación por parte de las mujeres de Castilla y León.

Por lo que se refiere a la creación efectiva de empleo en los últimos 12 meses, los emprendedores recientes de Castilla y León están por encima de la media nacional en la tasa de contrataciones laborales indefinidas (69,8% frente a 65%, respectivamente). En lo que respecta a

las expectativas de creación de empleo a medio plazo, las tendencias son similares en Castilla y León y en el conjunto de España, si bien a nivel regional los empresarios consolidados son más optimistas que los recientes acerca de las posibilidades de contratación de un mayor número de empleados en el futuro.

Respecto al carácter innovador de las iniciativas emprendedoras de Castilla y León, aquellas innovaciones tanto en producto como en proceso son más frecuentes entre las iniciativas recientes (TEA) (45% y 43,3%, respectivamente) que entre las empresas consolidadas, donde un 32,1% innovaron en producto y un 31,9% lo hicieron en proceso. Cabe señalar que los emprendedores castellanos y leoneses recientes con una titulación universitaria más allá del grado (máster y doctorado) lideran en mayor medida empresas que han innovado en producto y/o en proceso. Por el contrario, entre los empresarios consolidados, las iniciativas lideradas por emprendedores con formación profesional han sido las más innovadoras, tanto en producto como en proceso.

En cuanto a la internacionalización, el 25% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y el 23,9% de las empresas consolidadas vendieron a clientes internacionales en 2024 en Castilla y León, cifras ligeramente inferiores a las registradas en España, donde se dan unos porcentajes del 30% y del 32% para el emprendimiento reciente (TEA) y para las empresas consolidadas, respectivamente. Además, han sido las mujeres emprendedoras en Castilla y León las que presentan cifras de exportación más altas (en el caso del emprendimiento reciente (TEA), 26,8% frente al 23,1% de los hombres en la Comunidad, y en lo que respecta a empresas consolidadas, 26% frente a 21,7%, respectivamente). Asimismo, la mayor parte de las exportaciones llevadas a cabo por los emprendedores recientes de Castilla y León pertenecen al sector de servicios al consumidor, con cifras de internacionalización superiores a la

media española (29,9% frente al 28% registrado en España).

En cuanto a la adopción de tecnologías digitales en Castilla y León, los emprendedores recientes (TEA) están más dispuestos a apostar por la digitalización de sus negocios que los empresarios consolidados (36% frente al 30%, respectivamente). Considerando el sexo de los emprendedores, en Castilla y León se observa una expectativa de utilización de dichas tecnologías ligeramente superior por parte de las mujeres. Las tendencias son similares en el caso de España, si bien presentan cifras de adopción de tecnologías digitales superiores a las del contexto regional. Tanto en el ámbito nacional como en el regional, las iniciativas emprendedoras de mayor tamaño y aquellas pertenecientes al sector servicios lideran esta apuesta por la digitalización. Entre las herramientas digitales más populares actualmente para las empresas castellanas y leonesas, destacan sobre todo las de análisis de datos (adoptadas por un 34,3% de las iniciativas recientes (TEA) y por un 20,7% de las empresas consolidadas), la disponibilidad de una plataforma de comercio electrónico (*e-commerce*) (adoptada por el 32,9% de los emprendedores recientes y por el 23,1% de los empresarios consolidados) y los desarrollos en la nube (con cifras de adopción del 31% en las iniciativas recientes (TEA) y del 26,7% en las consolidadas). Además, en Castilla y León, destaca el uso que hacen de las redes sociales los emprendedores recientes para gestionar sus operaciones comerciales (41,2%), muy por delante de los empresarios consolidados (25,1%), que aún utilizan mayoritariamente canales de marketing tradicionales como el correo electrónico.

Como novedad en la elaboración del Informe GEM Castilla y León 2024-2025, se ha preguntado a los emprendedores encuestados su opinión sobre la Inteligencia Artificial (IA), que está transformando el mundo de los negocios en los últimos años. En general, la IA tiene

unas cifras de adopción modestas en las iniciativas emprendedoras de la Comunidad (18,9% de las iniciativas recientes (TEA) y 10,3% de las consolidadas), si bien se espera que su uso se incremente en los próximos tres años (hasta el 21,2% y 17,2%, respectivamente), en línea con la tendencia general detectada a nivel español. La valoración positiva de la IA en los negocios parece estar más clara para los emprendedores recientes (TEA), tanto en Castilla y León como a nivel nacional. Específicamente, el potencial para mejorar la productividad y la eficiencia de los procesos de negocio, personalizar la experiencia del cliente y fomentar la innovación en productos son los aspectos más valorados. Por otra parte, y de nuevo con la misma tendencia en la Comunidad Autónoma y en España, la mayor preocupación de los emprendedores en relación con la implementación de la IA en sus negocios radica en cómo velar por la seguridad y privacidad de los datos utilizados. Respecto a las diferencias entre hombres y mujeres, las emprendedoras son más prudentes que los hombres al considerar los posibles efectos negativos de la implementación de la IA en las iniciativas emprendedoras, y valoran con más cautela sus impactos positivos, demostrando ser más moderadas que los hombres en sus reacciones a los nuevos desafíos tecnológicos.

Por otra parte, un 48,6% de los emprendedores recientes (TEA) castellanos y leoneses y un 50,2% de los empresarios consolidados considera las implicaciones sociales cuando toma decisiones empresariales, cifras que se elevan a un 53,5% y un 52,1%, respectivamente, cuando se les pregunta sobre las implicaciones medioambientales. Además, la mayor parte de las personas emprendedoras de Castilla y León consultadas está familiarizada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de Naciones Unidas (51,3% de los emprendedores recientes y 57,7% de los empresarios consolidados), situación similar a la reflejada en España (51% y 61%, respectivamente). Esta orientación hacia la sostenibilidad de los em-

prendedores de la Comunidad permite prever la creación y renovación de proyectos socialmente responsables. Las mujeres emprendedoras en Castilla y León tienden a considerar en mayor medida las implicaciones sociales y medioambientales en la toma de decisiones empresariales, y son más proclives a priorizar el impacto social y medioambiental de sus negocios, sobre todo en las empresas consolidadas. En lo que respecta al sector de actividad, las iniciativas de carácter social están lideradas por el sector de servicios al consumidor, mientras que las de tipo medioambiental son asumidas sobre todo por el sector extractivo. Además, cabe destacar que las iniciativas empresariales más grandes son las que están asumiendo en mayor medida esta orientación hacia la sostenibilidad social y medioambiental en sus prácticas empresariales.

Finalmente, en relación con la opinión de los expertos castellanos y leoneses, la valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Castilla y León en 2024 es muy similar a la referida por los expertos a nivel nacional. Los factores mejor puntuados han sido la existencia y acceso a infraestructura (tanto física y de servicios como comercial y profesional) y la relevancia otorgada a las prácticas de sostenibilidad y a la responsabilidad social de las iniciativas recientes (TEA) y las empresas consolidadas de la Comunidad. Este aspecto en concreto ha sido valorado por los expertos de Castilla y León significativamente por encima de la media nacional. Destacan también la relevancia que ha adquirido la educación emprendedora en etapas posteriores a la escolar. En el extremo opuesto, los aspectos menos valorados del entorno son, también por este orden, la educación y formación emprendedora en la etapa escolar, las políticas públicas relacionadas con el apoyo al emprendimiento, la investigación y desarrollo, y la burocracia e impuestos.

En lo que respecta a la valoración de las diferencias entre hombres y mujeres, los expertos

de Castilla y León señalan, frente a la situación del conjunto nacional, menos desigualdades al obtener financiación inicial y una vez comenzado el proyecto emprendedor. También destacan mejores condiciones para compatibilizar el trabajo y la familia, si bien siguen siendo claramente insuficientes y su valoración alcanza únicamente un tercio de la puntuación máxima.

En 2024, los expertos de Castilla y León también han respondido por primera vez sobre el efecto de las herramientas de IA en el entorno emprendedor. En conjunto, si bien destacan su importancia para mantener la viabilidad de las empresas en el largo plazo, reconocen también mucho margen de mejora para integrarla en la actividad emprendedora, revelando carencias en la formación de los trabajadores y en la educación superior sobre este tema. No obstante, los expertos castellanos y leoneses tienen una percepción más favorable que la media nacional en lo que respecta a la promoción de la IA por parte de las instituciones públicas y a su enseñanza en la etapa postescolar. Estas dos variables podrían tener una gran importancia de cara a la integración de estas tecnologías en años venideros y a la mejora de su implementación en el entorno emprendedor.

Por último, entre los principales factores impulsores del emprendimiento detectados por los expertos castellanos y leoneses se encuentran el contexto político, institucional y social, seguido de los programas públicos, el apoyo financiero, el clima económico y la capacidad emprendedora. En relación con las recomendaciones recibidas para mejorar el contexto emprendedor en la Comunidad Autónoma, los expertos han identificado claramente un factor principal: el apoyo financiero. En este sentido, inciden en que sería recomendable revisar y replantear las políticas y programas públicos para que potencien en mayor medida la actividad emprendedora. Asimismo, recomiendan seguir trabajando la educación y formación en materia de emprendimiento.

# Cuadro de indicadores

## Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras

	Castilla y León	España
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en autoempleado en los 2 últimos años	42,5%	47,0%
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	18,5%	29,0%
Posee el conocimiento, habilidades y experiencia requeridos para poner en marcha o iniciar un nuevo negocio	47,1%	48,0%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	53,3%	52,0%
Percibe que en España es fácil iniciar un negocio		27,0%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	9,6%	11,2%

## TEA: Porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años

	Castilla y León	España
TEA total	6,5%	7,2%
TEA femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,7%	6,8%
TEA masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,3%	7,7%
<b>Otras características</b>		
TEA extranjeros	10,6%	14,1%
TEA rural	4,2%	6,0%
TEA más del 33% de discapacidad	9,9%	8,2%

## Empresas consolidadas: Porcentaje de población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de más de 3,5 años

	Castilla y León	España
Empresas consolidadas total	6,3%	6,8%
Empresas consolidadas femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,3%	5,3%
Empresas consolidadas masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,2%	8,2%

## Abandono de iniciativas emprendedoras

	Castilla y León	España
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	3,1%	3,5%

## Distribución del TEA, tomado como 100%

	Castilla y León	España
<b>Motivación (un mismo emprendedor puede escoger una o varias opciones)</b>		
Para marcar una diferencia en el mundo	28,4%	40,0%
Para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	38,7%	39,0%
Para continuar una tradición familiar	20,1%	18,0%
Para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	58,9%	52,0%
<b>Sector</b>		
TEA del sector extractivo o primario	7,9%	4,0%
TEA del sector transformador	14,5%	15,0%
TEA del sector de servicios a empresas	26,9%	31,0%
TEA del sector orientado al consumo	50,7%	50,0%

Distribución del TEA, tomado como 100%		Castilla y León	España
<b>Tamaño</b>			
TEA sin empleados		53,3%	51,0%
TEA de 1-5 empleados		40,8%	38,0%
TEA de 6-19 empleados		4,7%	7,0%
TEA de 20 y más empleados		1,2%	5,0%
<b>Nivel tecnológico</b>			
TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo		90,0%	89,0%
TEA iniciativas con nivel tecnológico medio-alto		10,0%	11,0%
<b>Innovación</b>			
TEA innovación en producto		45,0%	50,0%
TEA innovación en proceso		43,3%	48,0%
<b>Internacionalización</b>			
TEA iniciativas que exportan en algún grado		25,0%	30,0%

Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert 1-10)		Castilla y León	España
Financiación para emprendedores		3,8	3,8
Facilidad para acceder a la financiación para nuevas empresas		4,0	4,0
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo		3,3	3,3
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos		3,7	3,7
Programas gubernamentales adecuados para apoyar al emprendimiento		4,8	4,8
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar		2,6	2,6
Educación y formación emprendedora en la etapa post-escolar		5,2	5,2
Transferencia de I+D		3,7	3,7
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional		5,8	5,8
Dinámica del mercado interno		3,9	3,9
Barreras de acceso al mercado interno		4,0	4,0
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios		6,7	6,7
Normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento		4,2	4,2
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)		4,5	4,3

## CAPÍTULO 1

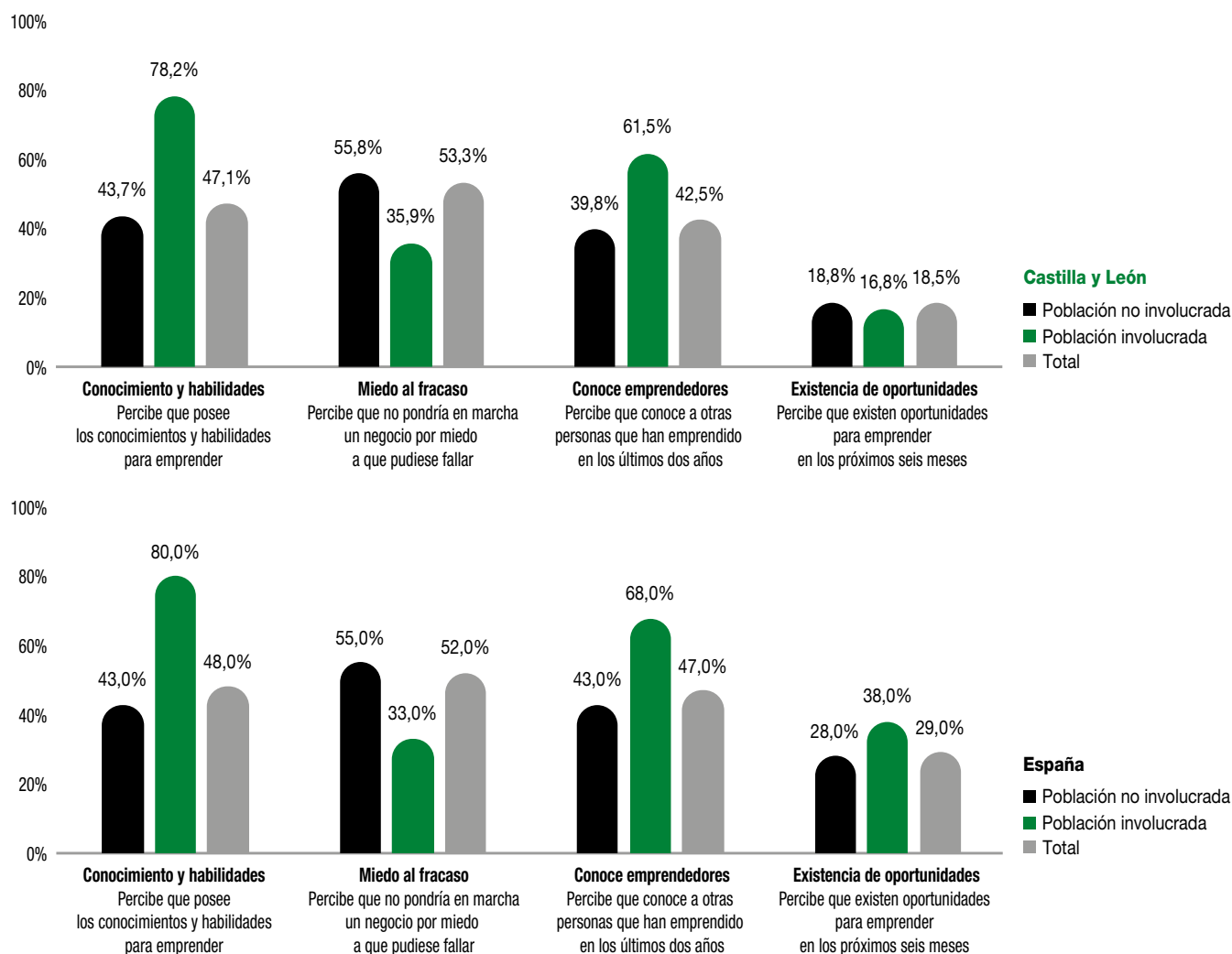
# Contexto emprendedor

### 1.1. ¿SABEMOS EMPRENDER?

En Castilla y León, el 78,2% de las personas involucradas en iniciativas emprendedoras cree contar con los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo sus proyectos (Gráfico 1.1), una cifra ligeramente inferior a la media nacional (80%). Asimismo, el 61,5% conoce al menos a otro emprendedor, lo que les ofrece referentes y posibilita colaboraciones estratégicas.

**Gráfico 1.1.** Percepciones sobre valores, actitudes, modelos de referencia y oportunidades para emprender en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



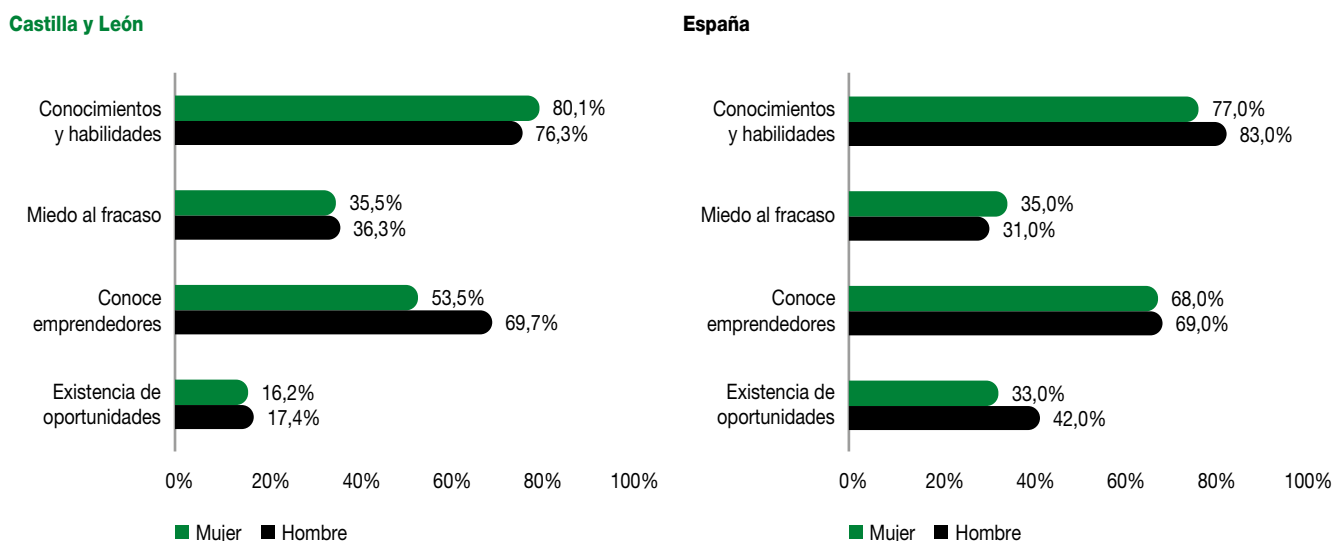
El miedo al fracaso se destaca como un factor limitante; así, aunque el 35,9% de los emprendedores no está dispuesto a comenzar un negocio por el riesgo que supone, sin embargo, el 16,8% considera que hay oportunidades prometedoras para emprender. En este sentido, es importante destacar que esta percepción de oportunidades en Castilla y León es muy inferior respecto a la media nacional, reduciéndose hasta menos de la mitad (38%), mientras que la cifra del miedo al fracaso se ha reducido en los últimos tres años y es muy similar a la registrada para el conjunto de España.

Además, entre las personas no emprendedoras, todos estos indicadores son muy similares, tanto a nivel regional como nacional, a excepción de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos seis meses, inferior en Castilla y León en relación con España (18,8% frente al 28%, respectivamente).

Respecto a la percepción del contexto emprendedor en función del sexo (Gráfico 1.2), los conocimientos y habilidades para poner en marcha un negocio, el miedo al fracaso y la percepción de oportunidades en los próximos 6 meses, son similares para emprendedores y emprendedoras en Castilla y León. Sin embargo, el porcentaje de mujeres que conoce otros referentes de emprendimiento es inferior respecto a los hombres (53,5% frente al 69,7%, respectivamente), mientras que a nivel nacional no se aprecian diferencias en este sentido. Además, es preciso señalar que se aprecia una diferencia significativa en la percepción de oportunidades tanto en hombres como mujeres, con respecto a las cifras españolas.

**Gráfico 1.2.** Percepción del contexto emprendedor en función del sexo en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



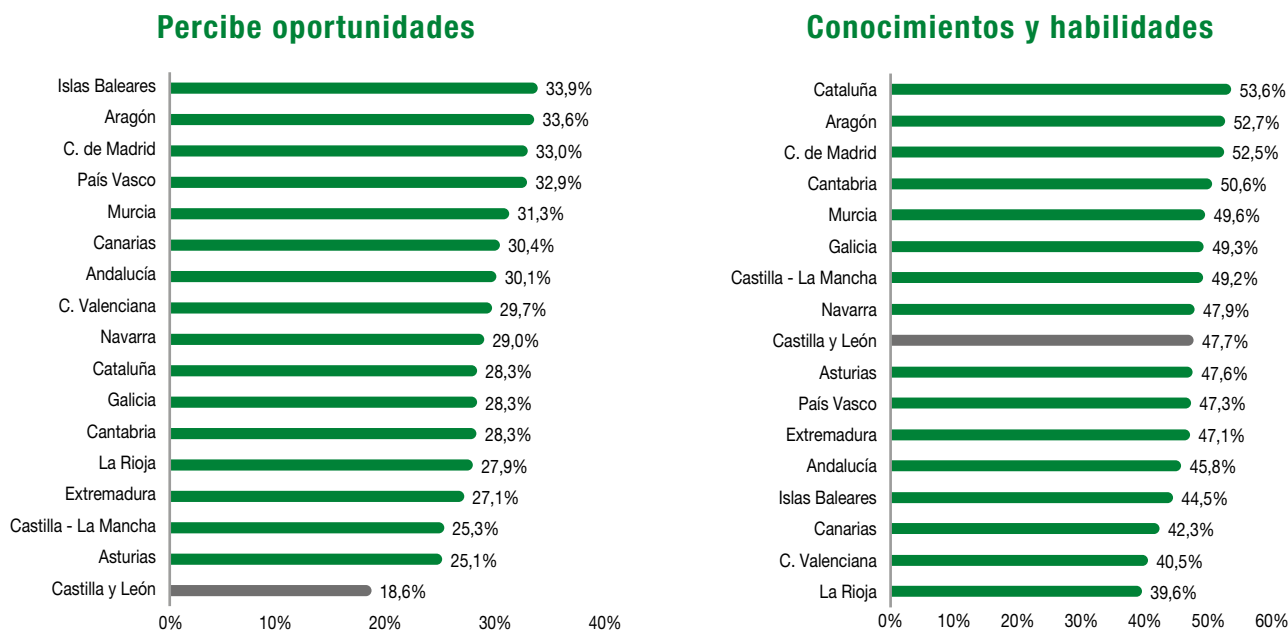
## 1.2. ¿HAY DIFERENCIAS ENTRE CC.AA. EN LAS ACTITUDES Y VALORACIONES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO?

En lo que respecta a la percepción de oportunidades para poner en marcha un negocio en los próximos seis meses (Gráfico 1.3), los datos sitúan a Castilla y León en una posición relativamente desfavorable en comparación con otras regiones. En este sentido, se sitúa en valores próximos a Asturias y Castilla-La Mancha, mientras que en el extremo opuesto figuran las Islas Baleares, Aragón, la Comunidad de Madrid y el País Vasco.

Respecto a los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, Castilla y León se sitúa en una posición intermedia. Además, en todas las regiones se observa una discrepancia entre la percepción de oportunidades y de contar con los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un negocio, siendo esta última superior en todas ellas. Esto puede indicar que los conocimientos y habilidades son recursos necesarios, pero no suficientes, para el comienzo de la actividad emprendedora.

**Gráfico 1.3.** Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. en la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender

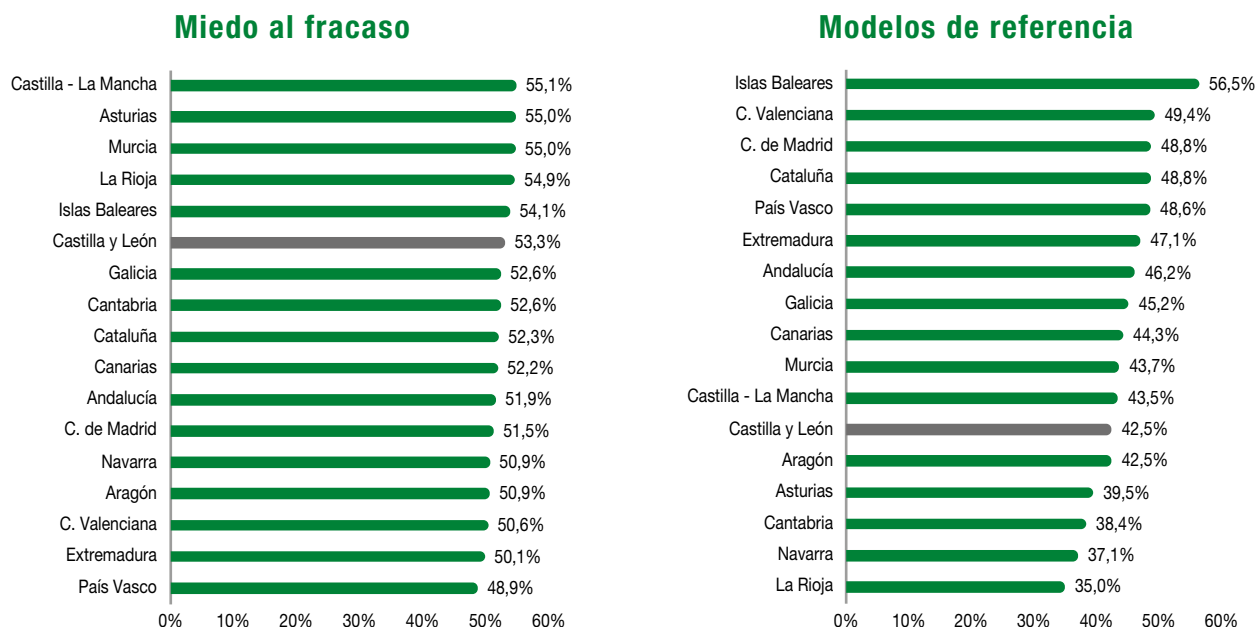
Fuente: GEM-España APS 2024



En lo referente al miedo al fracaso (Gráfico 1.4), Castilla y León se sitúa en el sexto puesto, cerca una vez más de Asturias y Castilla-La Mancha, y entre las regiones menos aversas al riesgo se incluyen el País Vasco, Extremadura y la Comunidad Valenciana. Sin embargo, regiones como las Islas Baleares muestran al mismo tiempo altas oportunidades de emprendimiento y un miedo al fracaso elevado, lo que podría dificultar que esos proyectos emprendedores lleguen a realizarse. Cabe destacar que este factor continúa representando uno de los principales obstáculos para el desarrollo del emprendimiento, no solamente en Castilla y León, sino también en el resto de regiones.

**Gráfico 1.4.** Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. en las percepciones de miedo al fracaso y modelos de referencia

Fuente: GEM-España APS 2024



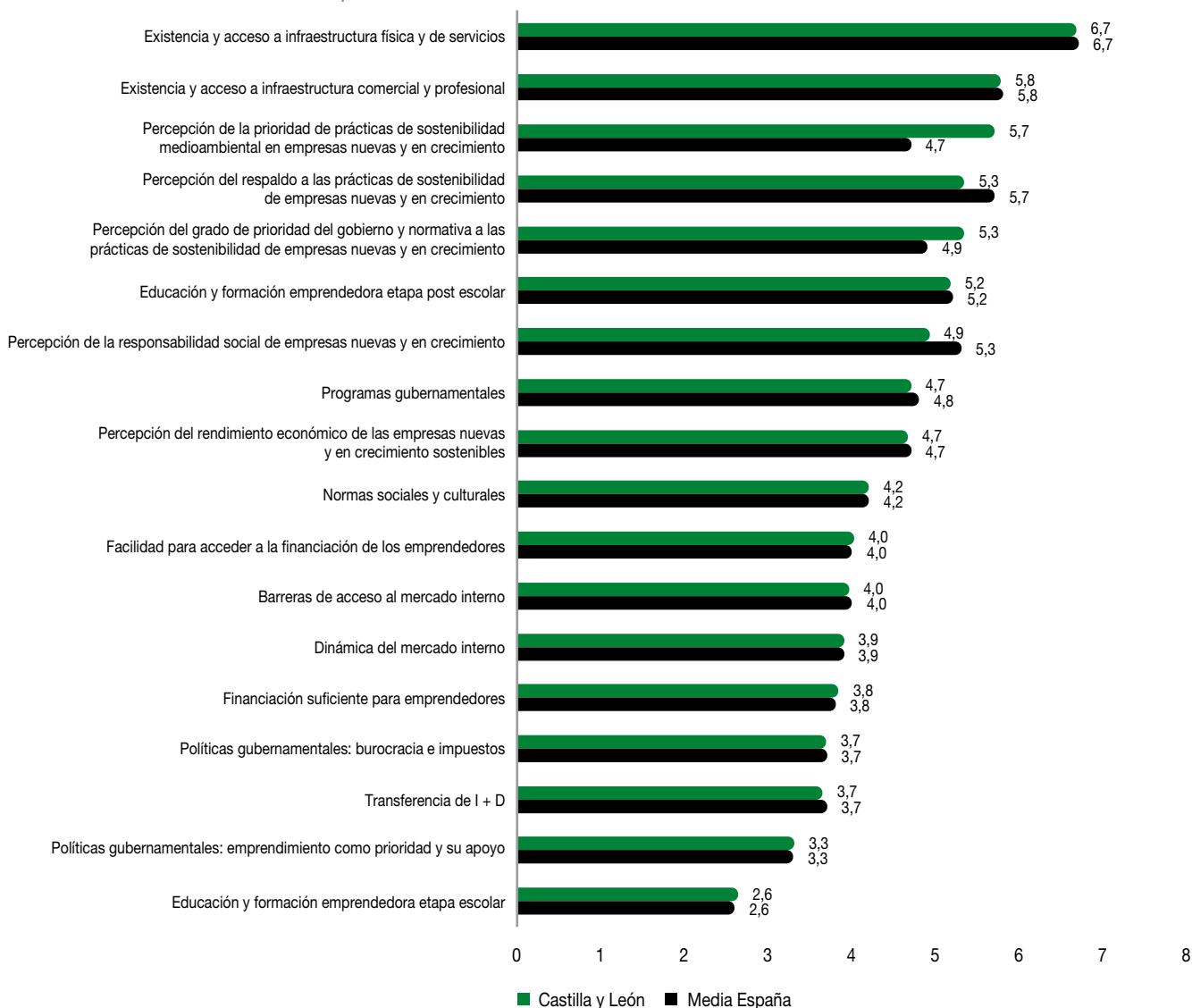
Además, la existencia de modelos de referencia emprendedores ha sido tradicionalmente considerada como un factor impulsor de la creación empresarial (Gráfico 1.4). En este sentido, Castilla y León se sitúa en una posición relativamente baja en la comparativa autonómica. Así, las regiones donde se detectan más modelos de referencia son las Islas Baleares y la Comunidad Valenciana, frente a Navarra y La Rioja, que están en el extremo opuesto.

### 1.3. ¿QUÉ PERCIBEN LOS EXPERTOS?

Tal como se observa en el Gráfico 1.5, en 2024 los expertos de Castilla y León destacan, entre las condiciones del entorno para emprender más valoradas, la importancia de la infraestructura (tanto física y de servicios, como comercial y profesional) y la importancia de la educación y formación emprendedora en etapas posteriores a la escolar. Destaca también la relevancia otorgada a las prácticas de sostenibilidad y a la responsabilidad social. En el extremo opuesto, los aspectos menos valorados del entorno son, por este orden, la educación y formación

**Gráfico 1.5.** Comparativa de la valoración de las condiciones del entorno por parte de los expertos en Castilla y León y España

Fuente: GEM-España NES 2024



empresarial en la etapa escolar, las políticas relacionadas con el apoyo al emprendimiento, la transferencia de investigación y desarrollo y las políticas que reduzcan burocracia e impuestos.

La valoración de las condiciones del entorno para emprender, tanto las realizadas por los expertos de Castilla y León como de España, es muy similar en la mayoría de las categorías consideradas. No obstante, los primeros valoran por encima de la media nacional la importancia atribuida a las prácticas de sostenibilidad medioambiental (5,7% frente al 4,7%, respectivamente) y a las políticas y normativas de sostenibilidad en general (5,3% frente al 4,9%, respectivamente), tanto en las empresas nuevas como en las que ya están en crecimiento.

En lo que respecta a la valoración de las condiciones del entorno para mujeres emprendedoras (Gráfico 1.6), los expertos de Castilla y León revelan una cultura de emprendimiento igualitaria entre hombres y mujeres, con una puntuación significativamente superior a la media española (5,3% y 4,5%, respectivamente). Además, frente a la situación del conjunto nacional, señalan menos desigualdades al obtener financiación inicial para poner en marcha el proyecto emprendedor. También destacan mejores condiciones para compatibilizar el trabajo y la familia en Castilla y León que en España, si bien siguen siendo claramente insuficientes y se valoran con una media de en torno a un tercio de la puntuación.

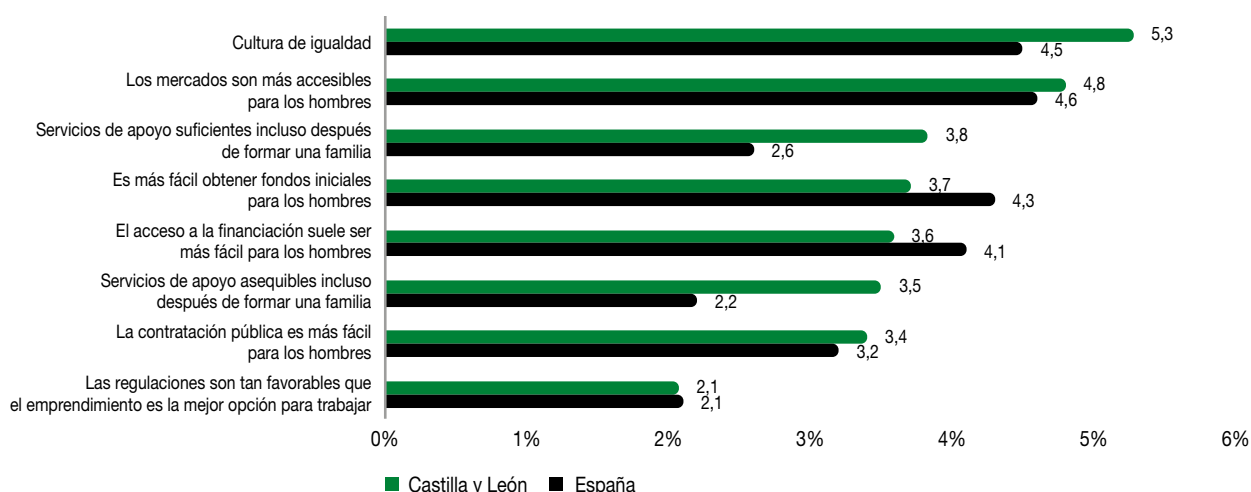
La Inteligencia Artificial (IA) se ha destacado como un factor indisoluble de la actividad empresarial y, por lo tanto, de la actividad emprendedora. En 2024, los expertos de Castilla y León han respondido por primera vez sobre el efecto de estas herramientas en el entorno emprendedor (Gráfico 1.7). Sus respuestas muestran la importancia de la IA para mantener la viabilidad de las empresas en el largo plazo, tanto para las de reciente creación como para las consolidadas. Sin embargo, también ponen de manifiesto carencias en la formación de los trabajadores y en las etapas educativas posteriores a la escolar sobre este tema.

También valoran moderadamente la forma en la que los medios tratan los dilemas éticos derivados de la utilización de la IA, destacando la importancia de la seguridad y privacidad. En conjunto, si bien destacan su importancia, reconocen también mucho margen de mejora para integrarla en la actividad emprendedora. En el panorama nacional las opiniones son muy similares, si bien en Castilla y León es mayor la percepción de que las instituciones públicas promueven soluciones basadas en la IA y se valora más positivamente la formación en este ámbito en la etapa postescolar. Estos dos aspectos pueden tener una gran importancia para la integración de la IA en los próximos años y a la mejora de su implementación en el entorno emprendedor.

Entre los principales factores que dan impulso al emprendimiento, los expertos de Castilla y León han identificado el contexto político, institucional y social, seguido de los programas públicos, el apoyo financiero, el clima económico y la capacidad emprendedora (Gráfico 1.8).

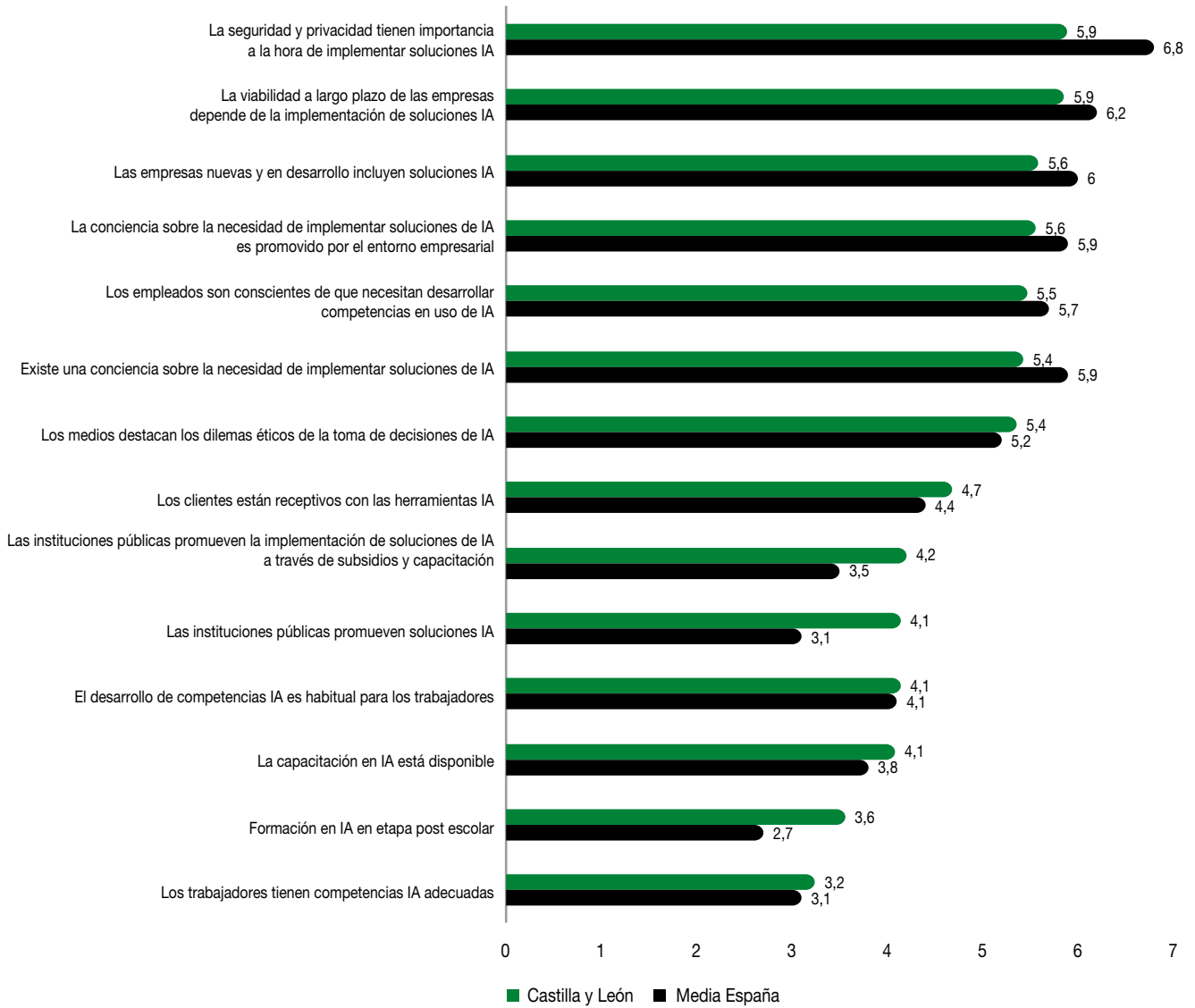
**Gráfico 1.6.** Valoración media de las condiciones del entorno para mujeres emprendedoras

Fuente: GEM-España NES 2024



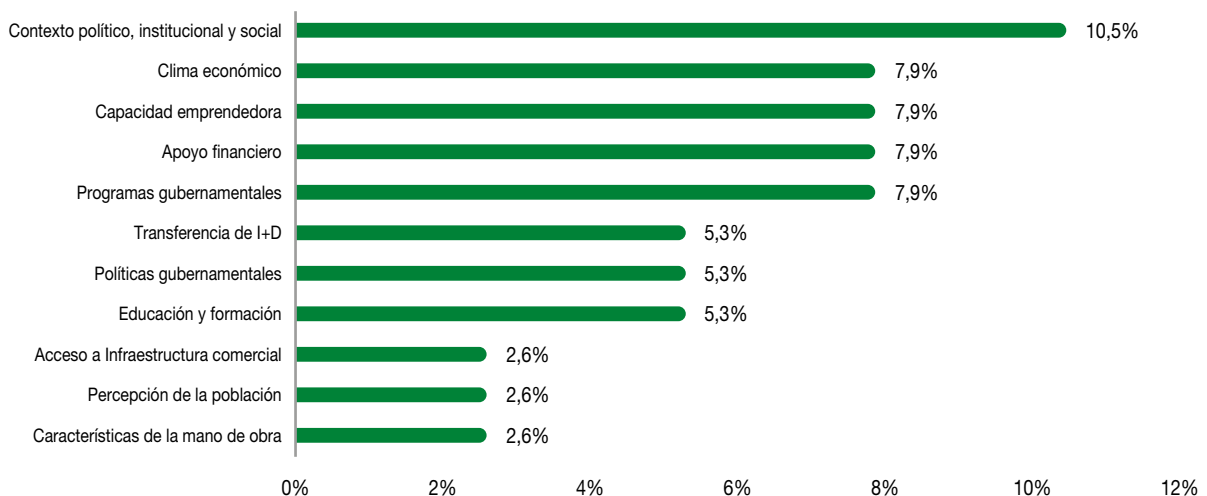
**Gráfico 1.7.** Valoración media de las condiciones del entorno para emprender relacionadas con la IA

Fuente: GEM-España NES 2024



**Gráfico 1.8.** Factores impulsores del emprendimiento según los expertos en Castilla y León

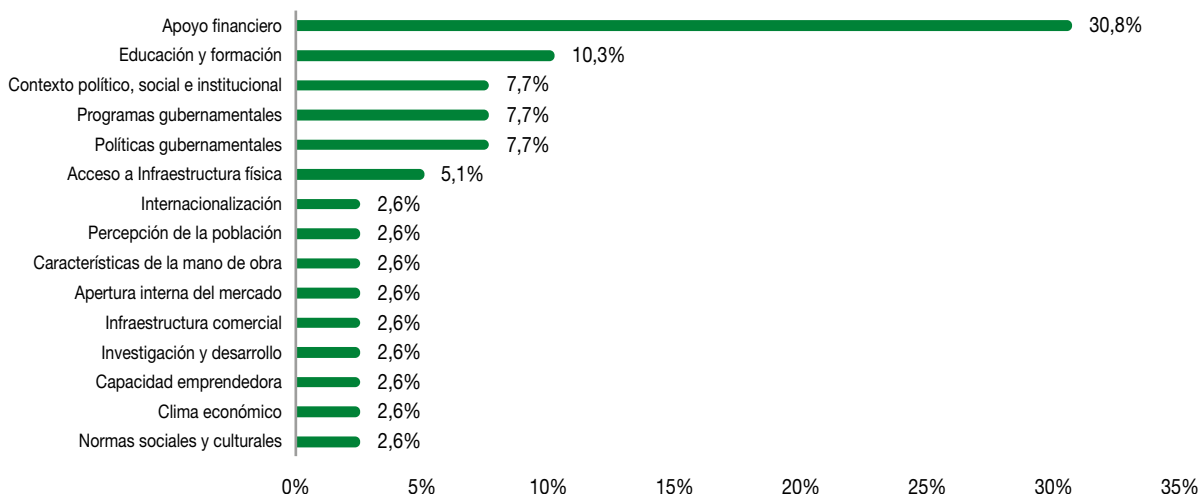
Fuente: GEM-España NES 2024



Además, los expertos de Castilla y León también han ofrecido recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor en la Comunidad Autónoma (Gráfico 1.9). Entre ellas, destaca de forma importante el apoyo financiero a los emprendedores. En este sentido, inciden en que sería recomendable revisar y replantear las políticas y programas públicos, y mejorar el contexto político, social e institucional para potenciar la actividad emprendedora. Asimismo, recomiendan seguir trabajando la educación y formación en materia de emprendimiento.

**Gráfico 1.9.** Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor en Castilla y León

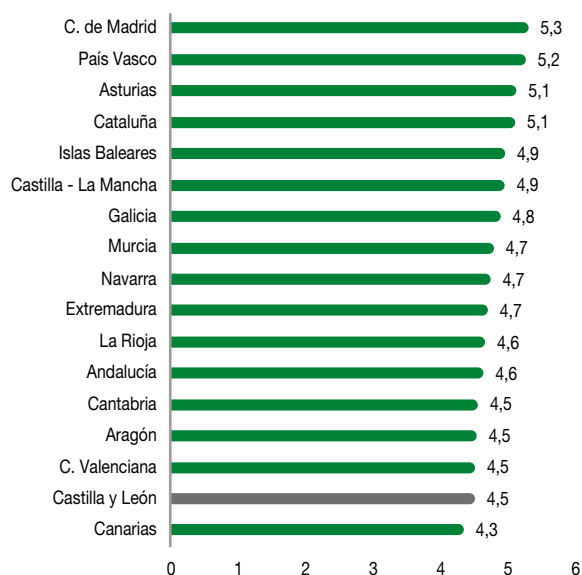
Fuente: GEM-España NES 2024



Finalmente, se ha utilizado la valoración de expertos de distintas regiones para calcular, de forma agregada, el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI), que evalúa la calidad de cada ámbito autonómico para emprender. En el Gráfico 1.10 se puede observar que la Comunidad de Madrid y Cataluña lideran la comparativa regional, presentando un contexto de emprendimiento relativamente más favorable, y que Castilla y León y Canarias están en las últimas posiciones.

**Gráfico 1.10.** Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. en el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2024

Fuente: GEM-España NES 2024



## CAPÍTULO 2

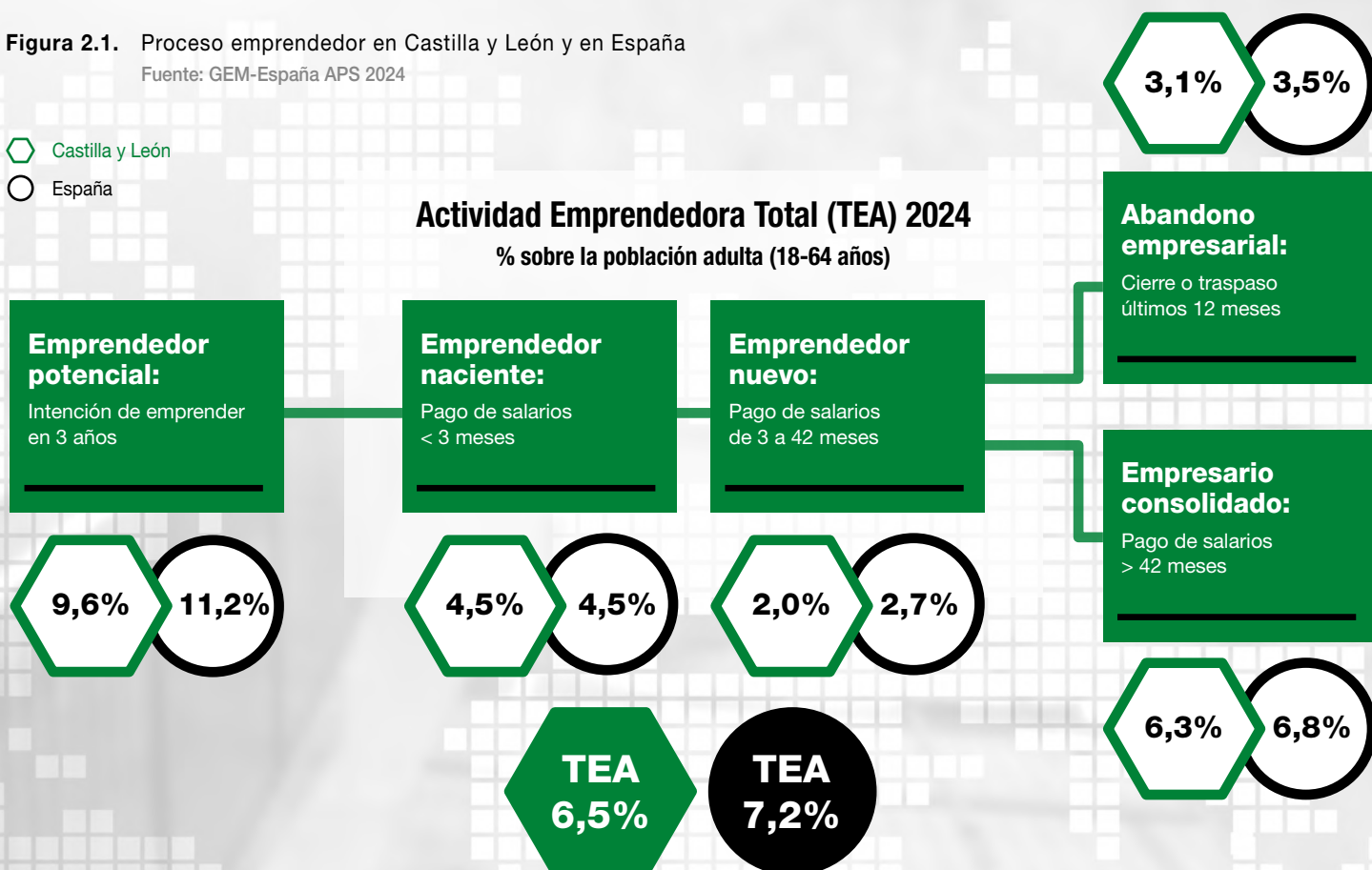
# El proceso emprendedor

### 2.1. INDICADORES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

El proceso de emprendimiento no es lineal y comprende desde la idea seminal de la empresa hasta alcanzar el momento en el que un negocio se consolida en el mercado. El GEM hace posible identificar los porcentajes de la población inmersa en cada una de esas etapas: el emprendimiento potencial hace referencia a las personas que tienen intención de emprender en los próximos tres años, el emprendimiento naciente se refiere a las que han pagado salarios durante un máximo de tres meses, y el emprendimiento nuevo comprende aquellas que han pagado salarios entre los últimos cuatro y 42 meses. Por último, las empresas consolidadas son las que han pagado salarios en empresas de más de tres años y medio de vida. La tasa de actividad emprendedora total (tasa de emprendimiento reciente o incipiente), denominada *Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)*, es el

Figura 2.1. Proceso emprendedor en Castilla y León y en España  
Fuente: GEM-España APS 2024

Castilla y León  
España



principal indicador del GEM y refleja el porcentaje de población adulta involucrada en la fase central del proceso emprendedor (emprendimiento naciente y nuevo), reflejando las iniciativas emprendedoras recientes.



En 2024, la actividad emprendedora reciente (TEA) en Castilla y León alcanza el 6,5% de la población encuestada (Figura 2.1), si bien esta cifra es inferior a la media nacional (7,2%), ha aumentado con respecto a los últimos años (5,3% en 2023 y 5,2% en 2022). Esta dinámica comparativa entre Castilla y León y España también se observa en el porcentaje de la población con intención de emprender en los próximos tres años. Por su parte, en cuanto a la cifra de empresas consolidadas, Castilla y León se sitúa muy próxima a la media nacional (6,3% frente al 6,8%, respectivamente). Finalmente, el abandono empresarial en Castilla y León es inferior a la media española (3,1% y 3,5%, respectivamente).

Por lo que se refiere al proceso emprendedor en función del sexo (Figura 2.2), las mujeres en Castilla y León presentan una tasa de emprendimiento reciente (TEA) ligeramente más alta respecto a los hombres (6,7% y 6,3%, respectivamente), al contrario que en el caso nacional (6,8% y 7,7%, respectivamente). En todas las cifras, los porcentajes nacionales son más altos que los de Castilla y León, con la excepción de las mujeres que lideran empresas consolidadas (6,3% en el caso regional frente al 5,3% nacional).

Como se muestra en la Figura 2.3, el 3,1% de los emprendedores de Castilla y León encuestados ha cerrado su empresa o abandonado su negocio durante 2024, una cifra inferior a la registrada a nivel nacional (3,5%). De entre los que han cesado su actividad, un porcentaje sustancial (42,3%) señala que ha seguido en funcionamiento, pero gestionada por otra persona. Además, un porcentaje más reducido (5,7%) indica que la empresa ha seguido en funcionamiento, pero cambiando de actividad. En el caso de España, la cifra de negocios traspasados a otras

**Figura 2.2.** Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

						
	Emprendedora potencial	TEA	Empresaria consolidada	Emprendedor potencial	TEA	Empresario consolidado
Castilla y León	9,9%	6,7%	6,3%	9,3%	6,3%	6,2%
España	11,4%	6,8%	5,3%	11,0%	7,7%	8,2%

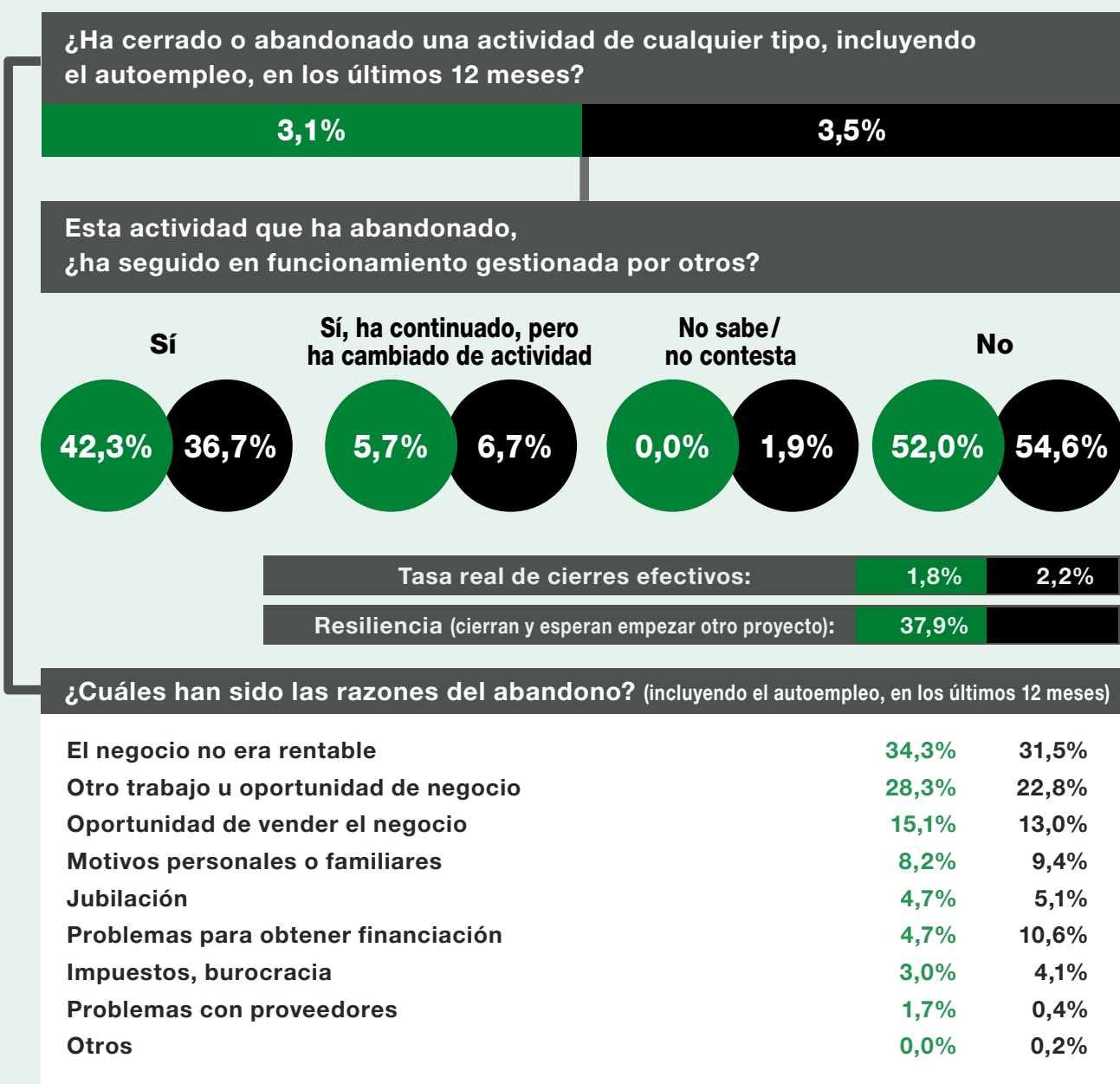


personas es ligeramente inferior (36,7%). Por lo tanto, la cifra de cierres efectivos (en los que la actividad no continúa) es de 1,8% a nivel regional, aunque el 37,9% señala que espera comenzar otro proyecto empresarial.

Entre las razones que llevaron al abandono de la actividad, la más destacada es la falta de rentabilidad, seguida de la identificación de otra oportunidad de negocio u opción laboral, la venta de la empresa y problemas familiares o personales. En España la situación es muy similar, siendo superior el porcentaje de emprendedores con dificultades de financiación (10,6% y 4,7%, respectivamente) e inferior la proporción de aquellos que eligen otra opción laboral u oportunidad de negocio (22,8% y 28,3%, respectivamente).

**Figura 2.3.** Abandono de la actividad empresarial en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



■ Castilla y León ■ España

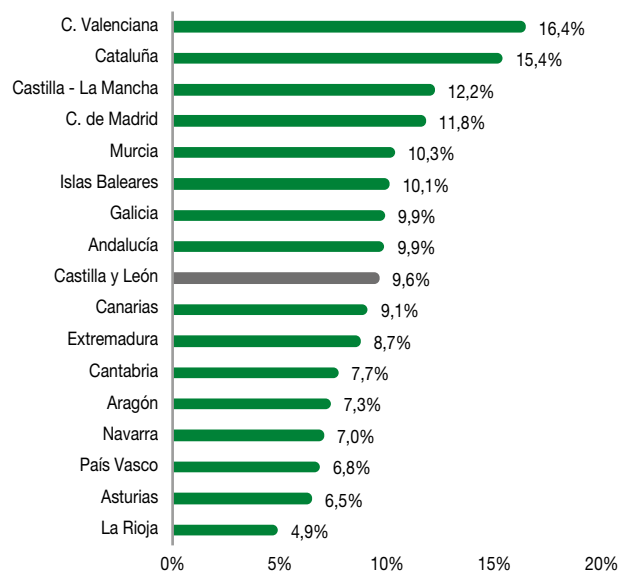
## 2.2. PERSPECTIVA REGIONAL DE LOS INDICADORES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

El posicionamiento de Castilla y León en el proceso emprendedor a nivel regional es muy diferente en función de la etapa considerada (Gráfico 2.1). Así, en el emprendimiento potencial, ocupa un lugar intermedio, destacando la Comunidad Valenciana y La Rioja, en la primera y última posición, respectivamente. Además, se sitúa en las primeras posiciones en el emprendimiento naciente, por detrás de la Comunidad de Madrid, Cataluña, Andalucía y Castilla-La Mancha, lo que podría implicar incrementos en las cifras de emprendedores nuevos y consolidados en los próximos años.

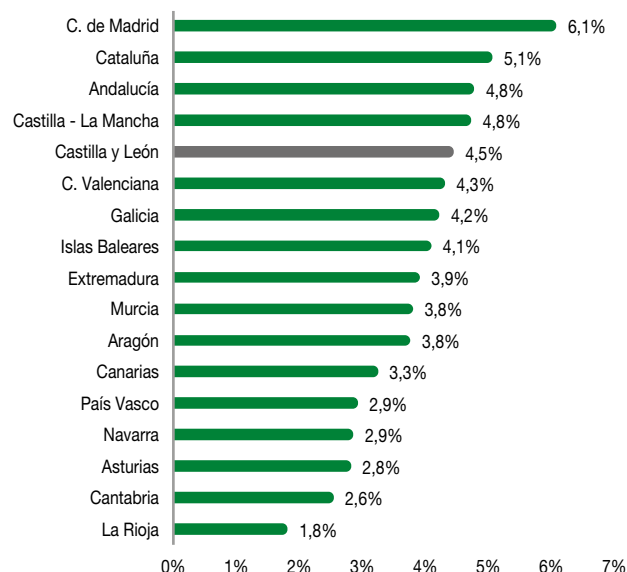
**Gráfico 2.1.** Posicionamiento de Castilla y León en el proceso emprendedor a nivel regional

Fuente: GEM-España APS 2024

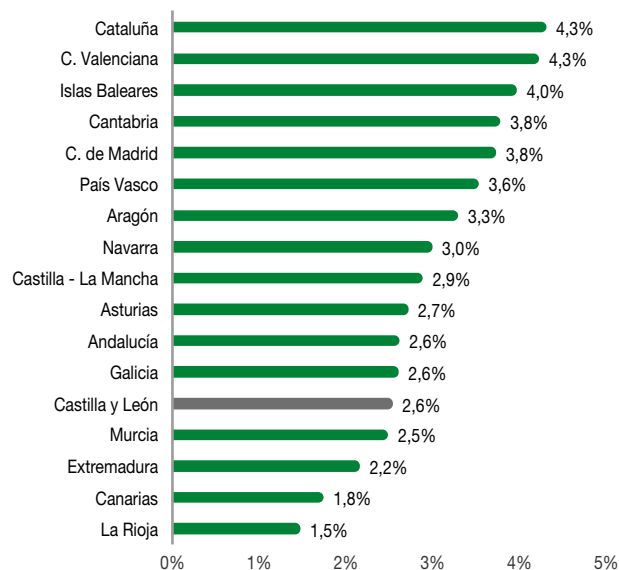
### Emprendedor potencial



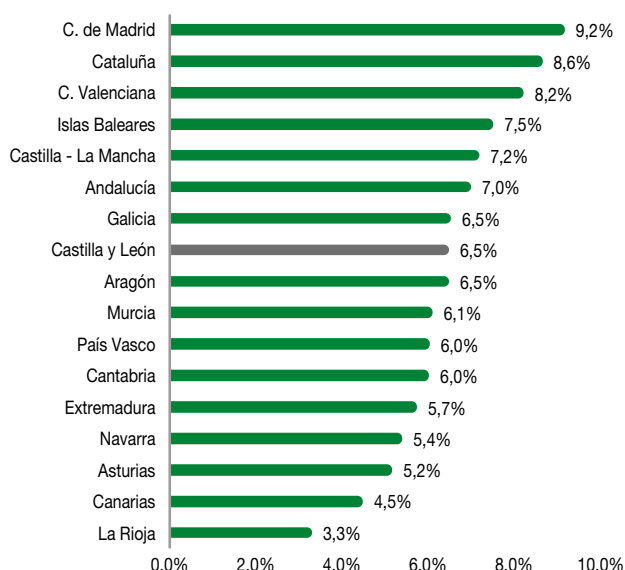
### Emprendedor naciente



### Emprendedor nuevo



### TEA

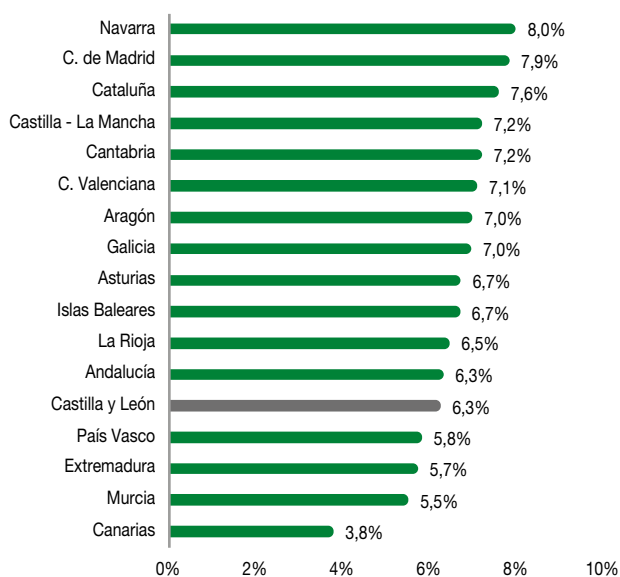


Respecto al porcentaje de emprendimiento nuevo, Castilla y León se sitúa en el último cuartil. En este sentido, Cataluña, la Comunidad Valenciana y las Islas Baleares lideran el *ranking*, frente a La Rioja y Canarias, que están en el extremo opuesto. Como ya se indicó con anterioridad, la combinación del emprendimiento naciente y nuevo dan lugar a la TEA (emprendimiento reciente), donde Castilla y León se sitúa en una posición intermedia con respecto al resto de Comunidades Autónomas.

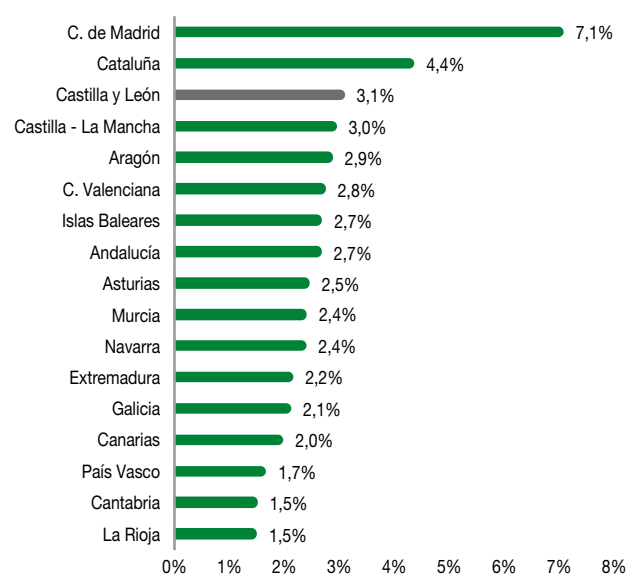
Por otro lado, la cifra de empresas consolidadas en Castilla y León se sitúa en el último cuartil, donde Navarra está a la cabeza y Canarias a la cola. Por último, la comunidad castellana y leonesa presenta cifras relativamente altas en la comparativa regional referida al abandono empresarial y al cierre efectivo de negocios, solo por detrás de la Comunidad de Madrid y Cataluña, mientras que en extremo opuesto se sitúan La Rioja, Cantabria y el País Vasco.

Gráfico 2.1. Continuación

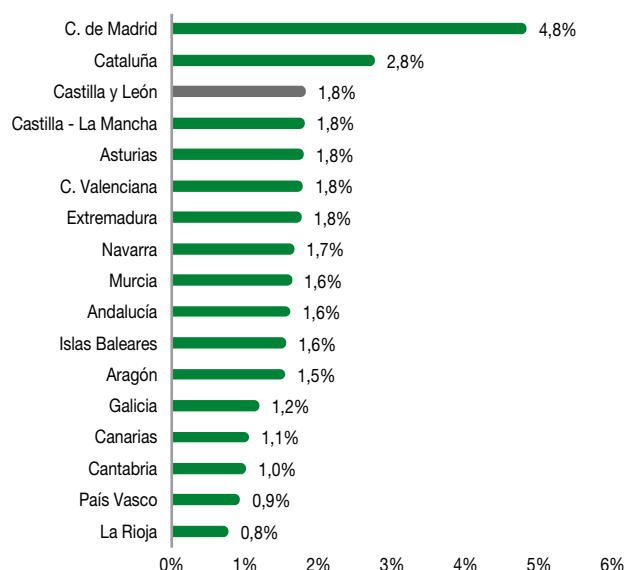
### Empresario consolidado



### Abandono empresarial



### Cierres



# CAPÍTULO 3

## Perfil de la persona que emprende

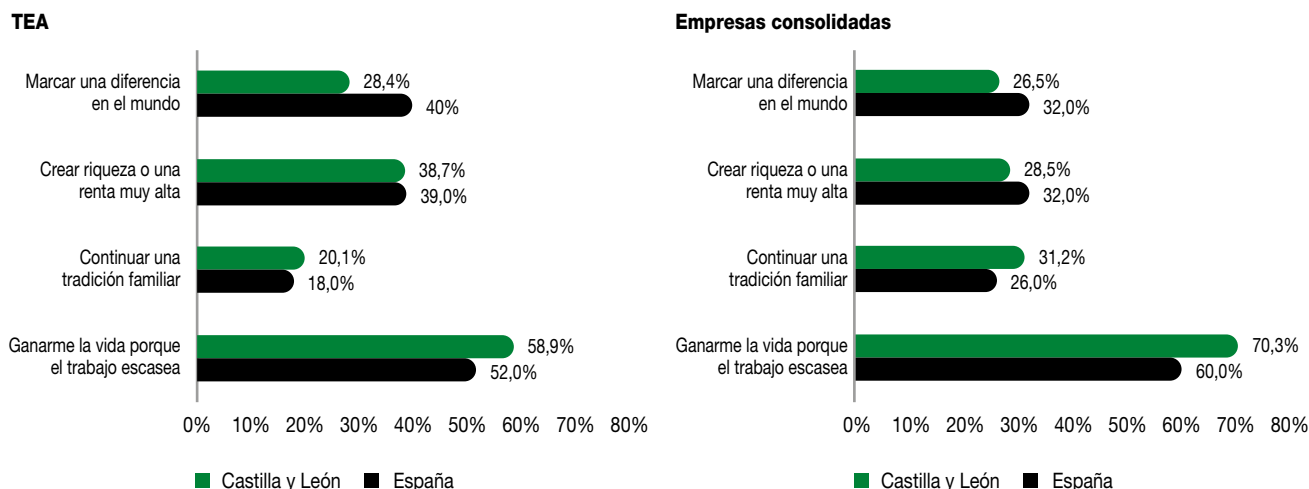
### 3.1. MOTIVACIÓN

Como se puede apreciar en el Gráfico 3.1, la motivación principal en 2024, tanto de los emprendedores recientes como de las personas que lideran empresas consolidadas en Castilla y León, ha sido encontrar una fuente de ingresos por la escasez de trabajo, por encima de la media española en ambos casos. Además, se puede apreciar una diferencia entre los primeros, que también priorizan la creación de riqueza, frente a las segundas, que otorgan más importancia a continuar con la tradición familiar.

A nivel nacional, las motivaciones son muy similares en ambos tipos de emprendimiento, donde también se persigue, mayoritariamente, encontrar una fuente de ingresos por la escasez de trabajo, aunque en menor medida que en la región, y donde la continuación de una tradición familiar presenta un menor peso en las dos etapas emprendedoras consideradas.

**Gráfico 3.1.** Motivaciones de las personas emprendedoras en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024







La falta de oportunidades laborales es la razón principal para emprender en Castilla y León, y en también en España, tanto para hombres como mujeres (Tabla 3.1). Además, las castellanas y leonesas, tanto involucradas en el emprendimiento reciente (TEA) como en empresas consolidadas, dan más importancia a mantener un negocio familiar y, en menor medida, a valorar el poder marcar una diferencia en el mundo, frente a los hombres. Las cifras a nivel nacional son similares en casi todas las motivaciones señaladas, a excepción del mantenimiento de la tradición familiar empresarial, donde las mujeres emprendedoras recientes y las que ostentan la titularidad de empresas consolidadas en Castilla y León lo valoran más que las españolas (30,3% frente al 18% y 36,1% frente al 25%, respectivamente).





**Tabla 3.1.** Motivaciones en función del sexo en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024





**Marcar una diferencia en el mundo**

	TEA		Empresas consolidadas	
				
Castilla y León	36,1%	20,6%	28,2%	24,8%
España	41,0%	40,0%	31,0%	33,0%





**Crear riqueza o una renta muy alta**

	TEA		Empresas consolidadas	
				
Castilla y León	38,2%	39,3%	25,6%	31,4%
España	37,0%	41,0%	25,0%	36,0%

**Continuar una tradición familiar**

	TEA		Empresas consolidadas	
				
Castilla y León	30,3%	9,6%	36,1%	26,4%
España	18,0%	18,0%	25,0%	28,0%

**Ganarme la vida porque el trabajo escasea**

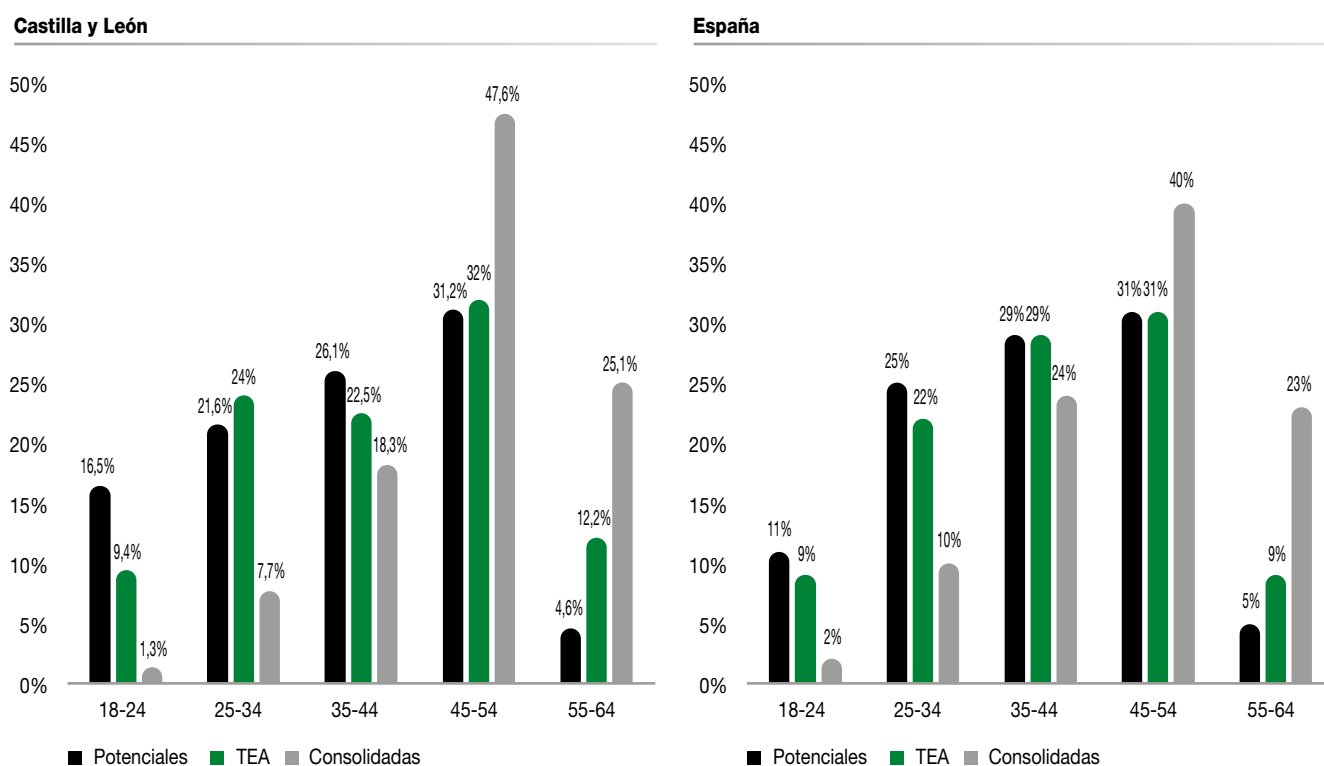
	TEA		Empresas consolidadas	
				
Castilla y León	66,9%	51,2%	68,1%	72,6%
España	57,0%	49,0%	61,0%	59,0%

### 3.2. EDAD

La edad de los emprendedores difiere en función de la etapa del proceso emprendedor considerada (Gráfico 3.2). Así, el rango de edad entre 45 y 54 años es el más representativo en todas las etapas consideradas, y tanto en Castilla y León como en España. Además, un 16,5% de los emprendedores potenciales encuestados de la región son menores de 25 años, y al igual que sucede entre los que han emprendido recientemente con esa edad (9,4%), son cifras superiores a las registradas en la media nacional (11% y 9%, respectivamente), lo que destaca la importancia del emprendimiento juvenil en la Comunidad Autónoma. Por su parte, las empresas consolidadas, como cabría esperar, tienden a ser lideradas por emprendedores de más edad en ambos contextos territoriales. Además, la mayoría de los emprendedores castellanos y leoneses recientes se concentra entre los 25 y los 54 años, al igual que a nivel nacional.

**Gráfico 3.2.** Distribución de las personas emprendedoras por edad en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



Respecto al porcentaje de emprendedores recientes (TEA) en Castilla y León (Figura 3.1), los valores más altos, tanto para hombres como para mujeres, pertenecen a las personas con más de 44 años. En el conjunto de España, la mayoría de los tramos de edad presentan cifras muy similares, a excepción de los emprendedores masculinos españoles menores de 45 años, que presentan unos valores ligeramente inferiores en la Comunidad Autónoma.

**Figura 3.1.** Distribución por edad de los emprendedores recientes (TEA) en función del sexo en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

Edad	Mujeres		Hombres	
	Castilla y León	España	Castilla y León	España
18-24	10,4%	11,0%	10,7%	12,0%
25-34	15,1%	18,0%	15,7%	18,0%
35-44	21,1%	23,0%	21,1%	22,0%
45-54	26,4%	26,0%	26,2%	26,0%
55-64	27,0%	23,0%	26,3%	22,0%

### 3.3. EDUCACIÓN

En 2024, se aprecia una diferencia entre los emprendedores recientes (TEA) y los consolidados, siendo las cifras de enseñanza universitaria superiores en los primeros (Tabla 3.2). Por otro lado, el 14,9% de las personas con estudios de máster afirma su decisión de emprender en los próximos tres años, mientras que el 9,1% ya está dirigiendo su propia empresa, creada recientemente, y un 8,6% lidera una empresa consolidada. En términos generales, las tasas de emprendimiento potencial y reciente (TEA) de las personas que tienen una mayor formación supera a las que presentan un menor nivel educativo, consolidando el crecimiento de vocaciones emprendedoras en la población con más cualificación educativa. Este patrón no se refleja en el caso de las personas involucradas en empresas ya consolidadas, donde las cifras de emprendimiento se mantienen más o menos estables con independencia del nivel de estudios.

**Tabla 3.2.** Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios







Fuente: GEM-España APS 2024

Educación		Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
Primaria	Total	7,1%	7,4%	6,7%
	Total	8,6%	5,1%	6,4%
Secundaria	Secundaria	9,2%	8,0%	5,4%
	FP Superior	11,1%	4,7%	7,5%
	Grado	7,4%	4,6%	3,8%
Universidad	Máster	14,9%	9,1%	8,6%
	Doctorado	9,3%	10,7%	6,3%

En función del nivel educativo, se aprecian diferencias en el comportamiento emprendedor de hombres y mujeres (Tabla 3.3). De esta forma, en Castilla y León es mayor la proporción de mujeres con educación universitaria en empresas consolidadas y entre los que esperan comenzar su negocio (contando con máster o un grado universitario). Para los que se encuentran en la etapa de emprendimiento reciente (TEA) los porcentajes son similares. Por su parte, los hombres que están al frente de una empresa consolidada presentan de forma general una menor formación universitaria si los comparamos con los que están involucrados en proyectos de emprendimiento potencial o reciente (TEA).

**Tabla 3.3.** Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios y del sexo

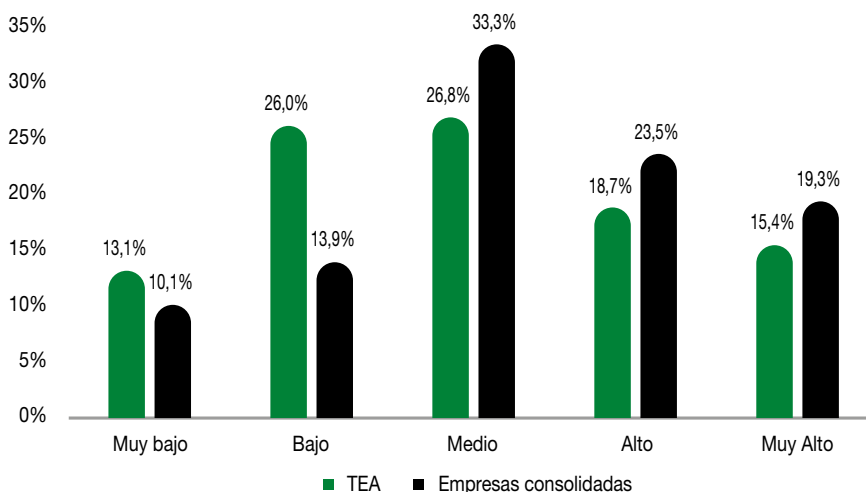
Fuente: GEM-España APS 2024

Educación		Emprendimiento potencial		TEA		Empresas consolidadas	
							
Primaria	Total	8,2%	5,9%	7,9%	6,9%	7,8%	5,5%
	Secundaria	12,5%	5,2%	7,1%	3,3%	5,6%	7,2%
Secundaria	Bachillerato	6,4%	11,1%	6,8%	8,8%	4,3%	6,2%
	FP Superior	10,1%	12,1%	5,3%	4,0%	7,1%	8,0%
	Grado	8,2%	6,5%	4,4%	4,8%	8,5%	5,5%
Universidad	Máster	17,3%	12,2%	9,5%	8,6%	4,2%	3,2%
	Doctorado	6,9%	11,4%	10,1%	11,1%	11,1%	6,5%

Respecto a la formación específica en materia de emprendimiento y gestión empresarial (Gráfico 3.3), la mayor parte de aquellos que han comenzado un negocio recientemente manifiestan haber recibido una formación media-baja, mientras que la mayor parte de los que están al frente de empresas consolidadas presentan un nivel de formación medio-alto. En términos generales, los emprendedores en empresas consolidadas cuentan con más formación específica en este sentido. Aunque la formación específica es similar entre los hombres y las mujeres que lideran empresas consolidadas, las emprendedoras recientes presentan un nivel inferior, por lo que aprecia la necesidad de reforzar esa formación para fomentar y consolidar el emprendimiento femenino (Tabla 3.4).

**Gráfico 3.3.** Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa

Fuente: GEM-España APS 2024



**Tabla 3.4.** Nivel de formación específica para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Nivel Alto	23,3%	45,2%	43,5%	41,9%
Nivel Medio	32,9%	20,6%	31,1%	35,5%
Nivel Bajo	43,8%	34,2%	25,4%	22,6%

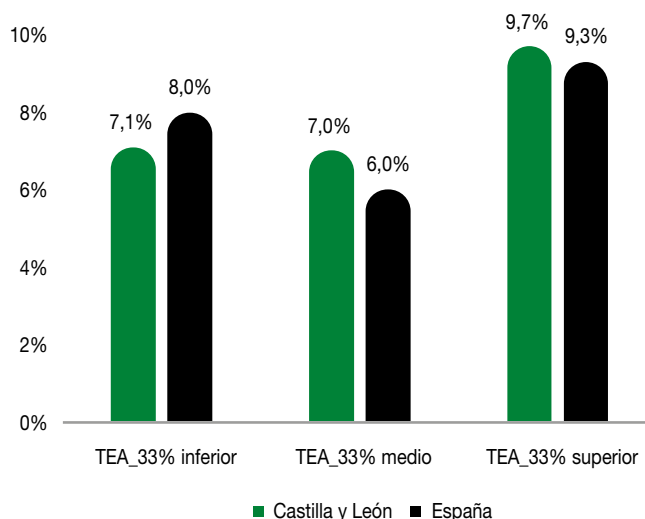
## CAPÍTULO 4

# Características de las iniciativas emprendedoras

### 4.1. NIVEL DE RENTA DE LOS EMPRENDEDORES Y FUENTES DE FINANCIACIÓN

En relación con el nivel de renta de los emprendedores recientes (TEA) en Castilla y León, como se puede observar en el Gráfico 4.1, aquellos que presentan niveles de renta más elevados muestran una mayor propensión a poner en marcha una nueva empresa. Esta situación también se observa en el caso nacional.

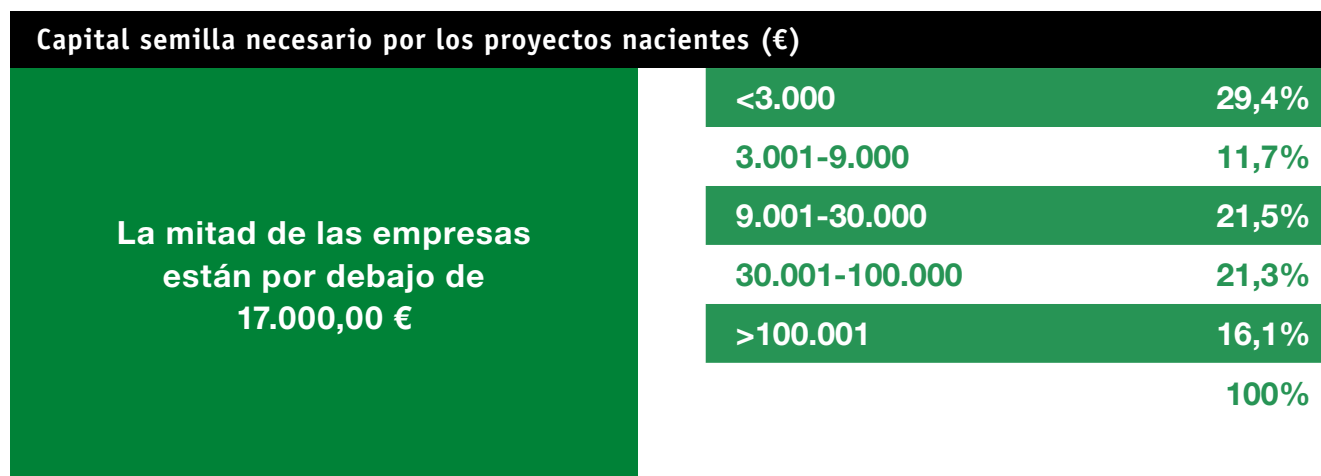
**Gráfico 4.1.** Índice TEA en función del nivel de renta de los emprendedores en Castilla y León y en España  
Fuente: GEM-España APS 2024



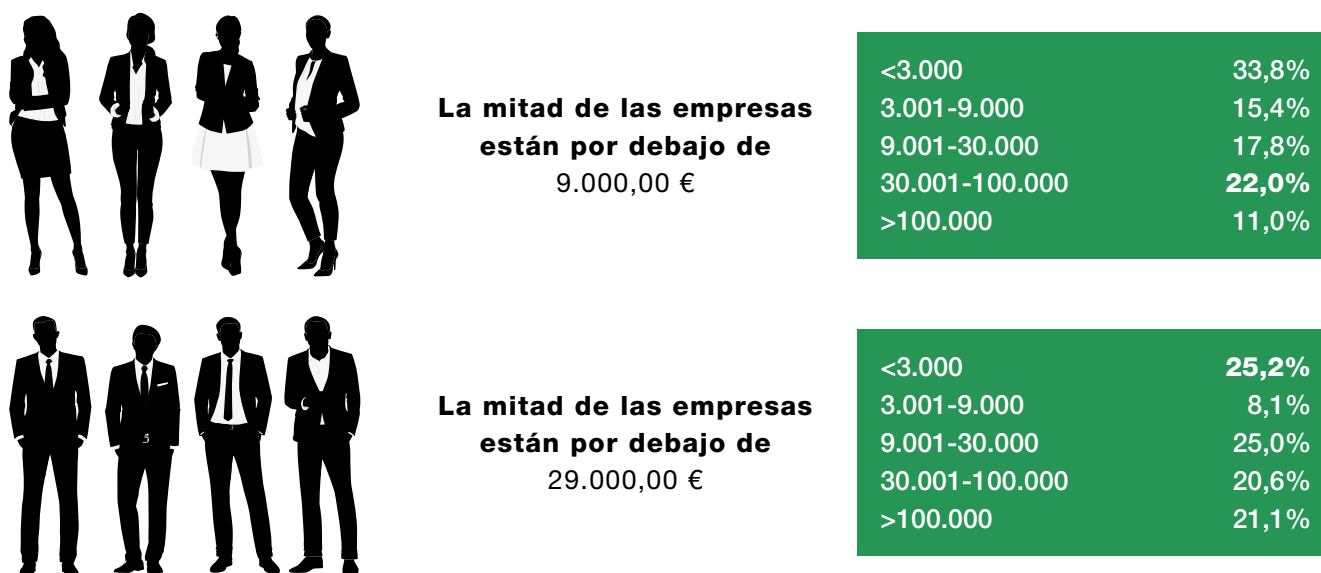
Un 50% de los proyectos de negocio iniciados en 2024 en Castilla y León han necesitado un capital semilla inferior a 17.000 euros (Tabla 4.1), lo que refleja la escasa envergadura de las iniciativas, pero al mismo tiempo supone una mayor facilidad para su financiación. No obstante, es preciso destacar que el 16,1% de dichos proyectos de negocio necesitó un capital superior a 100.000 euros, lo que podría indicar la presencia de empresas de un tamaño relativamente grande en los próximos años.

Analizando el capital semilla requerido en 2024 en Castilla y León se pueden observar algunas diferencias en función del sexo (Figura 4.1). Así, mientras que el 50% de los proyectos de negocio iniciados por hombres ha necesitado un capital semilla inferior a 20.000 euros, los de las mujeres han requerido menos de 9.000 euros. No

**Tabla 4.1.** Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacies en Castilla y León  
Fuente: GEM-España APS 2024



**Figura 4.1.** Capital semilla requerido entre hombres y mujeres  
Fuente: GEM-España APS 2024



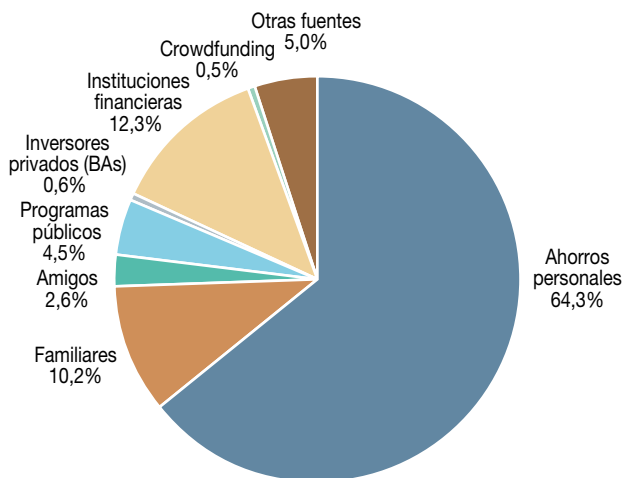
obstante, considerando las actividades emprendedoras de mayor envergadura, con un capital semilla de más de 30.000 euros, el porcentaje que representan para hombres y mujeres supera el 30%. En todo caso, con carácter general, los proyectos nacies liderados por las emprendedoras muestran una menor dimensión.

En cuanto a la procedencia del capital semilla en Castilla y León (Gráfico 4.2), se puede señalar que un 64,3% de las iniciativas emprendedoras se financia con los ahorros personales del emprendedor, cifra similar a la del ámbito español (65%). Estas cifras tan elevadas en ambos casos ponen de manifiesto la necesidad de los emprendedores de recurrir mayoritariamente a sus propios recursos. Aunque con una importancia mucho menor, en el resto de fuentes de financiación se observa una situación similar a nivel regional y nacional, recurriendo los emprendedores a instituciones financieras (12,3% y 13% en Castilla y León y en España, respectivamente) y a familiares (10,2% y 8%, respectivamente) como principales fuentes externas.

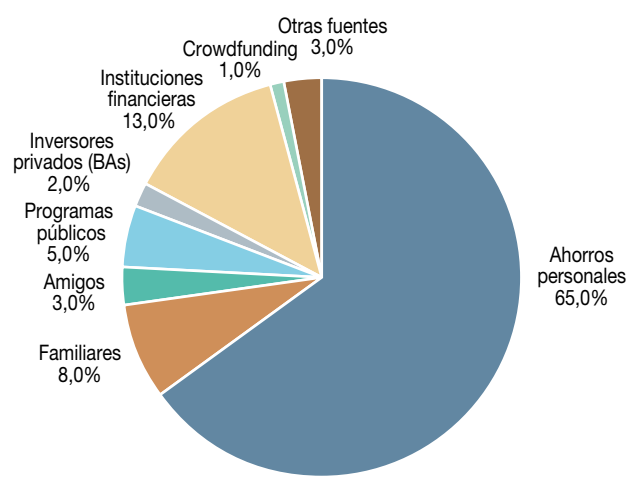
**Gráfico 4.2.** Porcentaje medio del capital semilla según la fuente de origen en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

**Castilla y León**



**España**



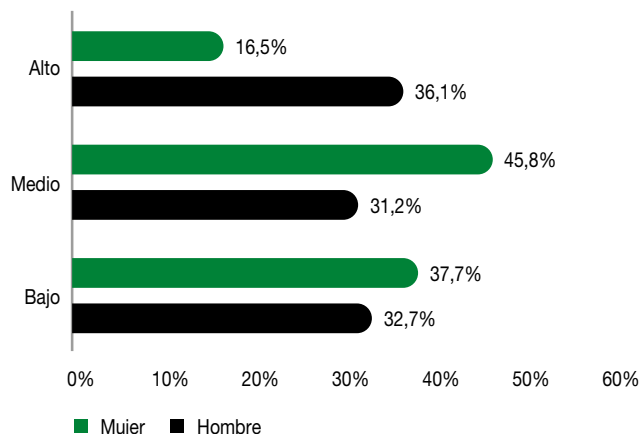
En relación con el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores (Gráfico 4.3), en general se observa que quienes encabezan iniciativas consolidadas manifiestan un conocimiento financiero mayor. Específicamente, teniendo en cuenta el sexo de los emprendedores, es posible observar que, por un lado, en las iniciativas recientes (TEA) los hombres manifiestan tener un conocimiento financiero más alto, mientras que, por otro, entre las empresas consolidadas, son las mujeres las que exhiben ese mayor conocimiento. Esta última circunstancia puede indicar que, a medida que se consolida el proyecto emprendedor, las mujeres profundizan en mayor medida en su formación financiera.

Como se puede observar en la Tabla 4.2, la mayor parte de los emprendedores afirma tener un conocimiento medio sobre aspectos financieros, independientemente de su formación, excepto en el caso de los emprendedores recientes (TEA) con Educación Primaria, donde se percibe un nivel de formación menor. Concretamente, los que han creado una empresa recientemente manifiestan, frente a los empresarios consolidados, tener un conocimiento financiero alto en todos los niveles formativos considerados, y en ambos casos se observa que, para un nivel educativo superior, los emprendedores poseen un mayor nivel de conocimiento financiero.

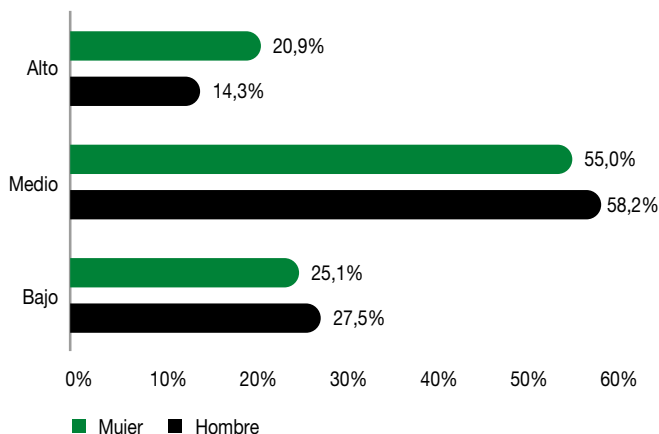
**Gráfico 4.3.** Nivel de conocimiento financiero en función del sexo a lo largo del proceso emprendedor

Fuente: GEM-España APS 2024

**TEA**



**Empresas consolidadas**



**Tabla 4.2.** Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo

Fuente: GEM-España APS 2024

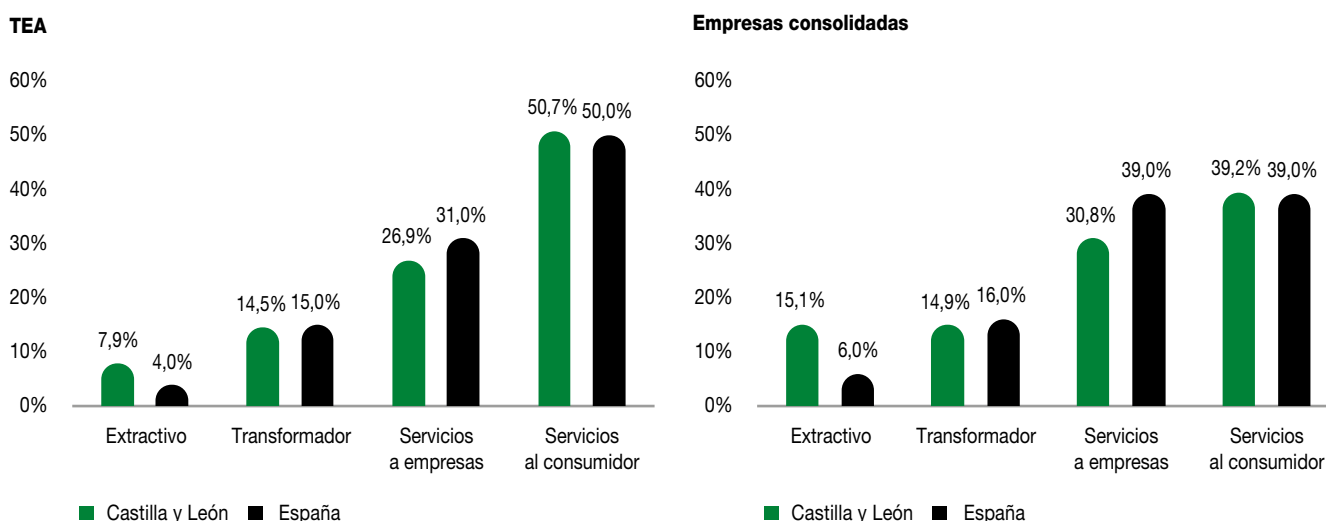
	TEA			Empresas Consolidadas		
	Primaria	Secundaria	Superior	Primaria	Secundaria	Superior
Bajo	42,9%	35,2%	28,4%	37,6%	26,2%	16,3%
Medio	28,9%	45,1%	38,0%	46,1%	56,6%	17,2%
Alto	28,2%	19,7%	33,6%	16,3%	67,2%	19,5%

## 4.2. SECTOR DE ACTIVIDAD Y FORMA JURÍDICA

El mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras se localiza en los sectores de servicios a empresas o al consumidor, tanto a nivel regional como nacional (Gráfico 4.4). No obstante, el sector extractivo continúa teniendo un peso importante en Castilla y León entre las empresas de reciente creación (TEA) (7,9%) y, especialmente, entre las consolidadas (15,1%), superando en ambos casos, de manera notoria, a las españolas (4% y 6%, respectivamente).



**Gráfico 4.4.** Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



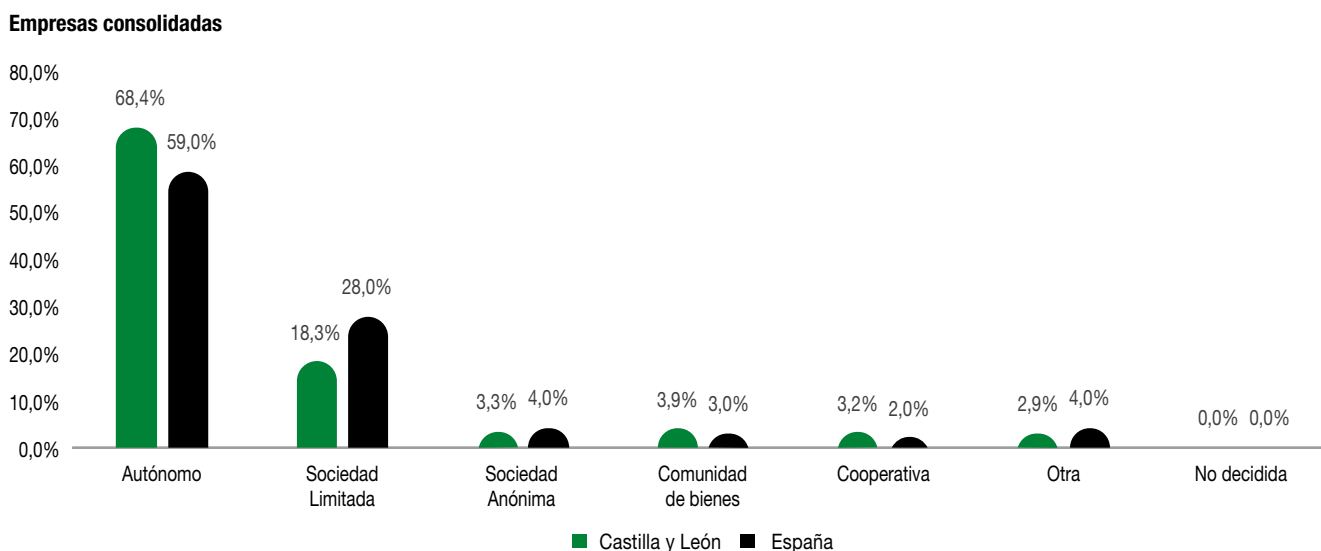
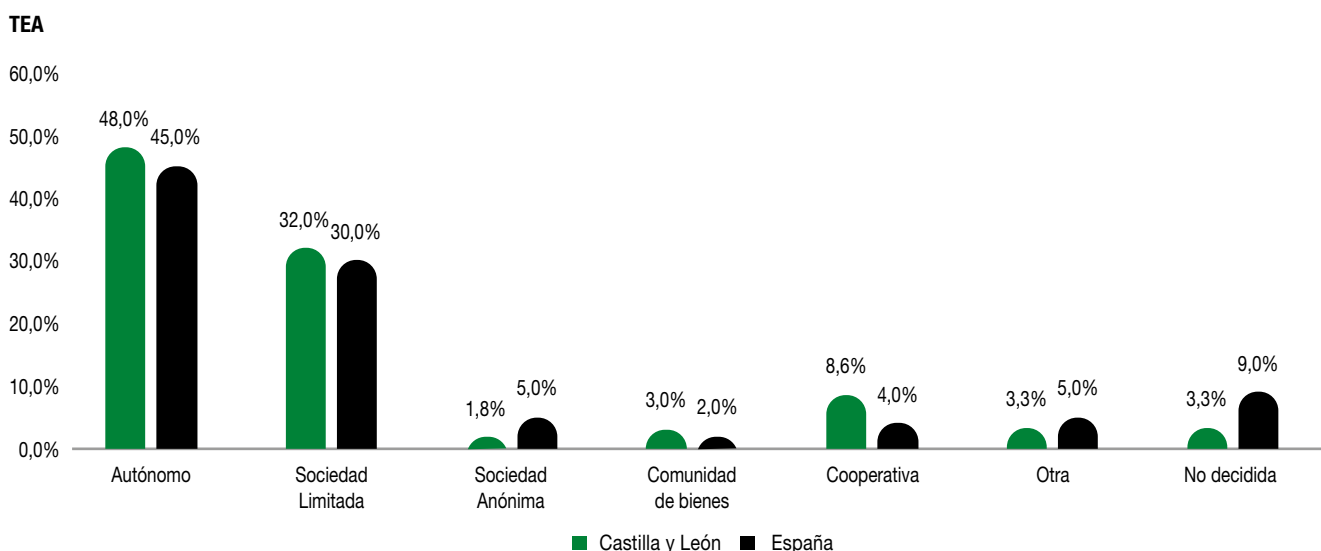
En relación con la distribución de los emprendedores recientes de Castilla y León por sector de actividad y en función del sexo (Tabla 4.3), se puede señalar que el número de hombres que han emprendido actividades en los sectores extractivo y transformador, así como en el sector de servicios a empresas, superan ampliamente al de mujeres. Sin embargo, esta situación contrasta con el sector de servicios al consumidor, donde este porcentaje se invierte, siendo más de un 60% de las iniciativas lideradas por mujeres, frente al 40% en el caso de los hombres. La situación en España es similar en los sectores transformador y de servicios al consumidor, pero difiere en los sectores extractivo, donde las cifras de mujeres y hombres están más próximas, y de servicios a empresas, donde hay una mayor desigualdad a nivel nacional.

**Tabla 4.3.** Distribución de los emprendedores TEA por sector de actividad en función del sexo en Castilla y León y en España  
Fuente: GEM-España APS 2024

				
	Castilla y León	España	Castilla y León	España
Servicios al consumidor	61,4%	60,0%	40,2%	42,0%
Servicios a empresas	22,1%	25,0%	31,7%	37,0%
Transformador	10,3%	12,0%	18,5%	17,0%
Extractivo	6,2%	3,0%	9,6%	4,0%

En lo que respecta a la forma jurídica de las iniciativas emprendedoras (Gráfico 4.5), en la región de Castilla y León las cifras son similares a las de España. La forma mayoritaria es la del empresario autónomo, más utilizada entre las empresas consolidadas (68,4% y 59,0%, respectivamente) que entre las iniciativas recientes (TEA) (48% y 45,0%, respectivamente).

**Gráfico 4.5.** Distribución de las iniciativas emprendedoras según su forma jurídica en Castilla y León y en España  
Fuente: GEM-España APS 2024





y 45%, respectivamente). En segundo lugar, a una distancia sustancial, la Sociedad de Responsabilidad Limitada también es la elegida, tanto en Castilla y León como en España, por los emprendedores recientes (TEA) (32% y 30%, respectivamente”) y consolidados (18,3% y 28%, respectivamente), como forma jurídica para sus proyectos empresariales.

En lo que respecta a la elección de la forma jurídica de los emprendedores de Castilla y León en función del sexo (Tabla 4.4), es posible observar algunas diferencias en la fase de iniciativas recientes (TEA) y entre las empresas consolidadas. En primer lugar, entre los emprendedores recientes, las mujeres optan en mayor medida por la Sociedad Cooperativa (13,8%, frente al 4,4% en el caso de los hombres) y en menor medida por la Sociedad de Responsabilidad Limitada (26,5%, frente al 36,5% en el caso de los hombres). Por su parte, en el emprendimiento consolidado, se puede observar un mayor peso de las mujeres por la Sociedad Anónima (4,8%, frente al 1,7% de los hombres).



La situación a nivel nacional es muy similar, siendo preciso destacar que las emprendedoras castellanas y leonesas eligen la Sociedad Cooperativa en mayor medida que las españolas, sobre todo en el emprendimiento reciente (TEA) (13,8% y 4,8%, respectivamente). Esta circunstancia, dadas las características de implicación a largo plazo y compromiso con el territorio de esta forma jurídica, podría ser indicativa de proyectos empresariales consolidados en el ámbito de la Comunidad Autónoma.

**Tabla 4.4.** Distribución de los emprendedores por forma jurídica en función del sexo en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

	TEA			
	Castilla y León	España	Castilla y León	España
Autónomo	46,0%	57,0%	49,5%	35,0%
Sociedad Limitada	26,5%	21,0%	36,5%	38,0%
Sociedad Anónima	0,0%	5,0%	3,2%	5,0%
Comunidad de bienes	6,7%	2,0%	0,0%	3,0%
Cooperativa	13,8%	4,0%	4,4%	4,0%
Otra	3,3%	5,0%	3,2%	4,0%
No decidida	3,7%	7,0%	3,2%	10,0%

	Empresas consolidadas			
	Castilla y León	España	Castilla y León	España
Autónomo	70,3%	64,0%	66,3%	56,0%
Sociedad Limitada	15,0%	21,0%	21,9%	32,0%
Sociedad Anónima	4,8%	4,0%	1,7%	4,0%
Comunidad de bienes	4,3%	4,0%	3,5%	3,0%
Cooperativa	1,5%	3,0%	4,9%	2,0%
Otra	4,1%	6,0%	1,7%	3,0%

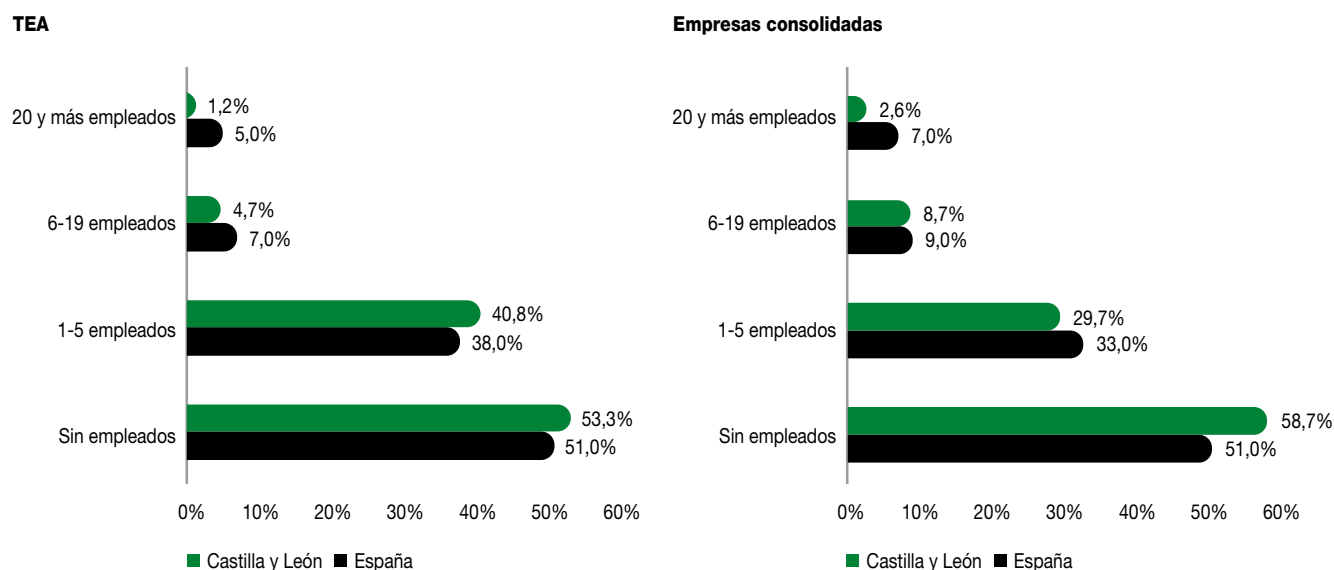
### 4.3. TAMAÑO Y EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

Como se puede observar en el Gráfico 4.6, la inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y empresas consolidadas, tanto de Castilla y León como de España son de reducido tamaño, porque más del 50% no cuenta con trabajadores, y tiene una plantilla de 1 a 5 empleados (40,8 y 29,7%, respectivamente). Además, en la Comunidad Autónoma se observa una menor proporción de empresas de mayor tamaño respecto a nivel nacional, tanto en el emprendimiento reciente (TEA) (1,2% y 5%, respectivamente) como en las iniciativas consolidadas (2,6% y 7%, respectivamente).

En relación con la distribución de los proyectos emprendedores recientes de distintos tamaños en función del sexo en Castilla y León, como se puede apreciar en la Tabla 4.5, la mayor parte no cuenta con trabajadores, ligeramente más acusada en los liderados por mujeres. Donde se observa una ligera diferencia es en los proyectos de gran tamaño (20 o más empleados), que han estado liderados en exclusividad por hombres. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de fomentar la creación de empresas con mayor potencial de contratación por parte de las mujeres de Castilla y León.



**Gráfico 4.6.** Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



**Tabla 4.5.** Tamaño de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) con empleados en función del sexo del emprendedor

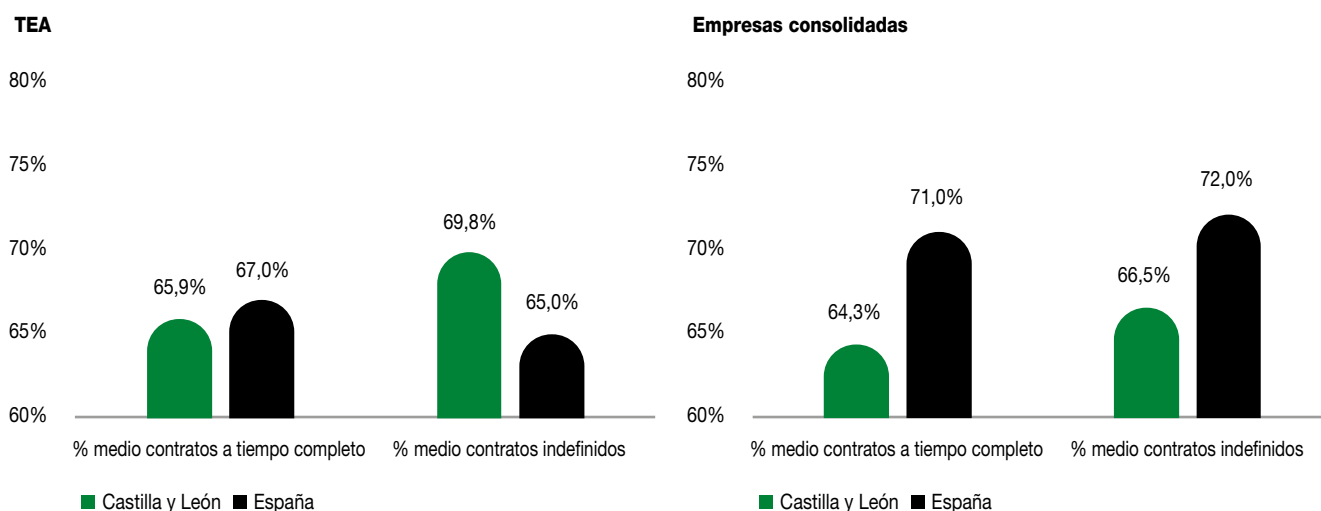
Fuente: GEM-España APS 2024

	 Mujeres	 Hombres
Sin empleados	55,4%	50,6%
1-5 empleados	40,7%	40,9%
6-19 empleados	3,9%	5,9%
20 y más empleados	0,0%	2,8%

En cuanto a la creación de empleo en los últimos 12 meses (Gráfico 4.7), es preciso señalar que Castilla y León se sitúa próxima a la media nacional en la estabilidad de contrataciones laborales en las iniciativas emprendedoras recientes (TEA), con una proporción ligeramente inferior en contratos a tiempo completo y algo superior en contratos indefinidos. No obstante, las empresas consolidadas de la Comunidad Autónoma presentan, con respecto a la media española, un menor porcentaje de contratos de ambos tipos.

**Gráfico 4.7.** Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España que contrataron en los últimos 12 meses

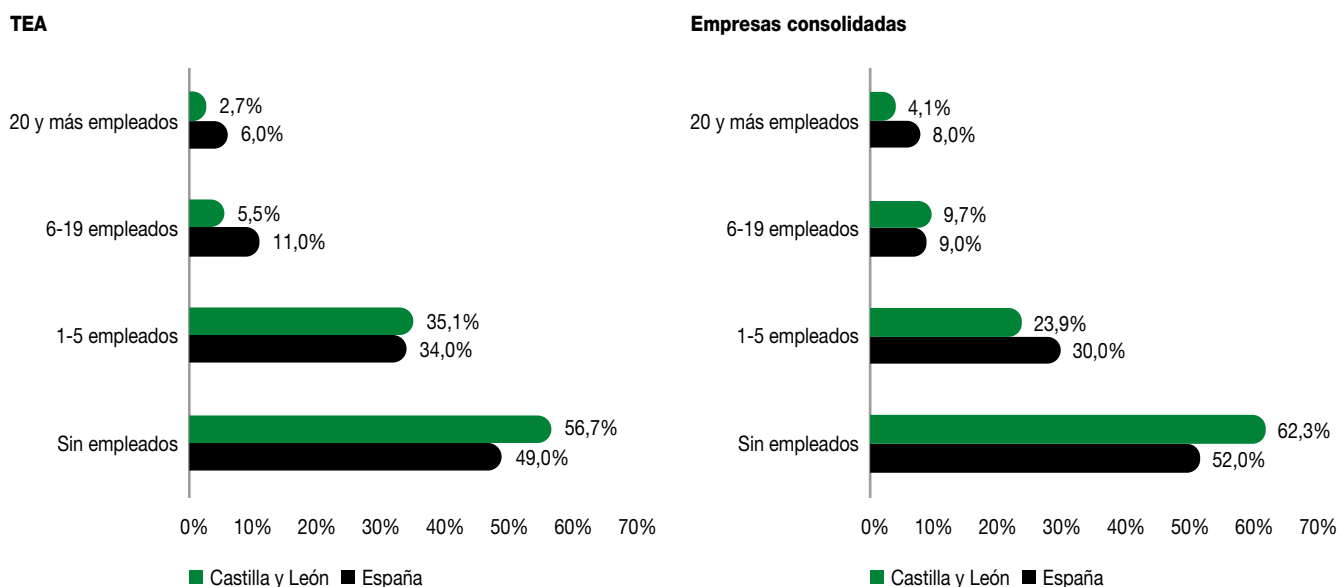
Fuente: GEM-España APS 2024



Como se puede observar en el Gráfico 4.8, las expectativas de creación de empleo a medio plazo son similares en Castilla y León y en el conjunto de España. Así, la mayor parte de los emprendedores recientes como los titulares de las empresas consolidadas, y tanto en la región como a nivel nacional, no prevén incorporar más empleados en los próximos cinco años. Además, a excepción de los castellanos y leoneses que lideran iniciativas consolidadas, los empresarios españoles son más optimistas acerca de las posibilidades de contratación de un mayor número de empleados en el futuro.

**Gráfico 4.8.** Expectativas de creación de empleo en 5 años en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

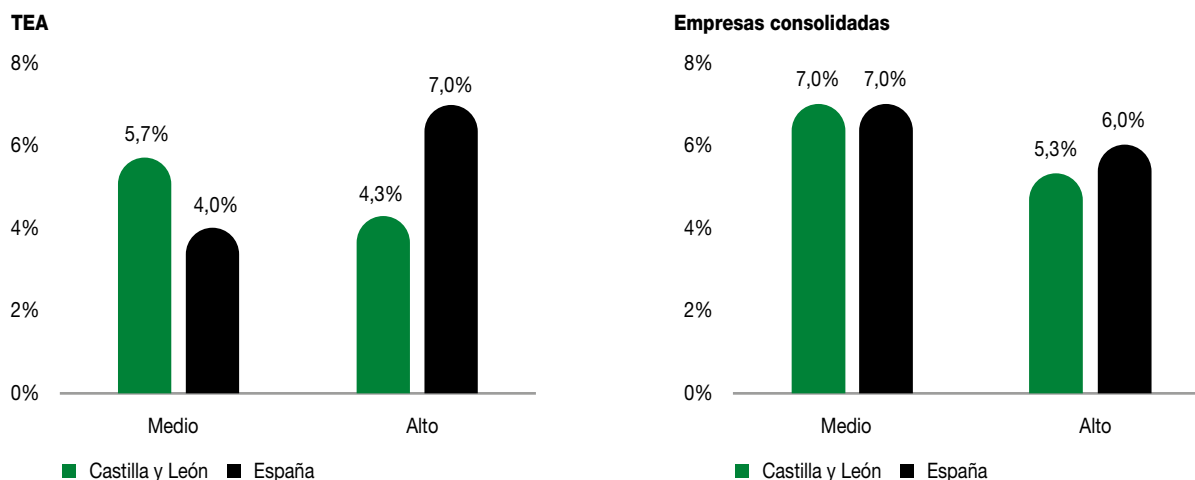


## 4.4. ORIENTACIÓN INNOVADORA

En Castilla y León, en 2024, el 10% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y el 12,3% de las consolidadas tienen un nivel tecnológico medio-alto, cifras similares a la media nacional (Gráfico 4.9).

**Gráfico 4.9.** Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España

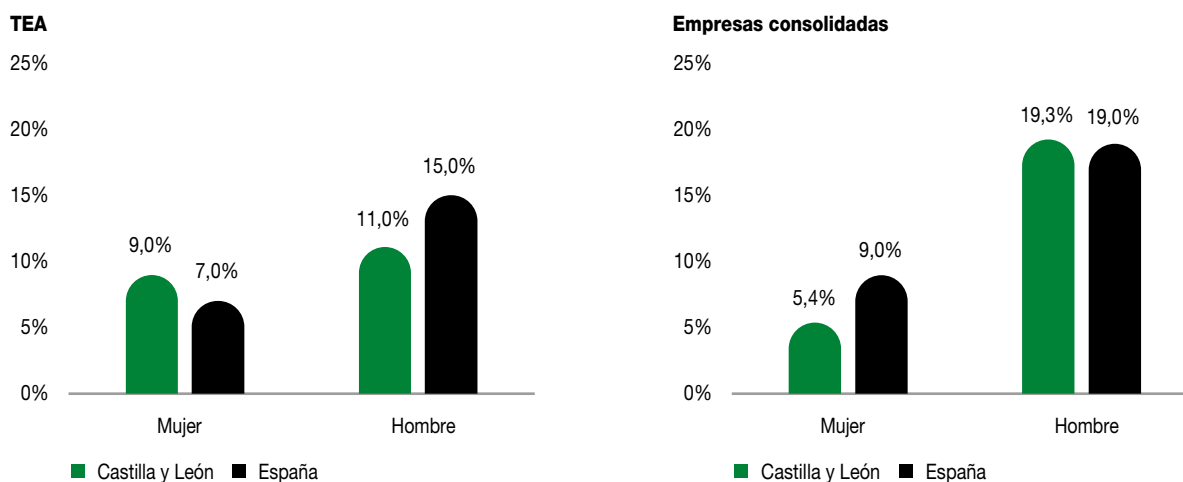
Fuente: GEM-España APS 2024



Como se puede observar en el Gráfico 4.10, en general, tanto en Castilla y León como en España hay un mayor porcentaje de hombres que lideran iniciativas de nivel tecnológico medio-alto. En este sentido, cabe destacar que, por un lado, entre las emprendedoras recientes hay un mayor porcentaje de iniciativas de nivel tecnológico medio-alto en Castilla y León que en el conjunto de España (9% y 7%, respectivamente), y, por otro, que en ambos contextos (regional y nacional) la brecha de sexo es mayor en las empresas consolidadas.

**Gráfico 4.10.** Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sexo en Castilla y León y en España

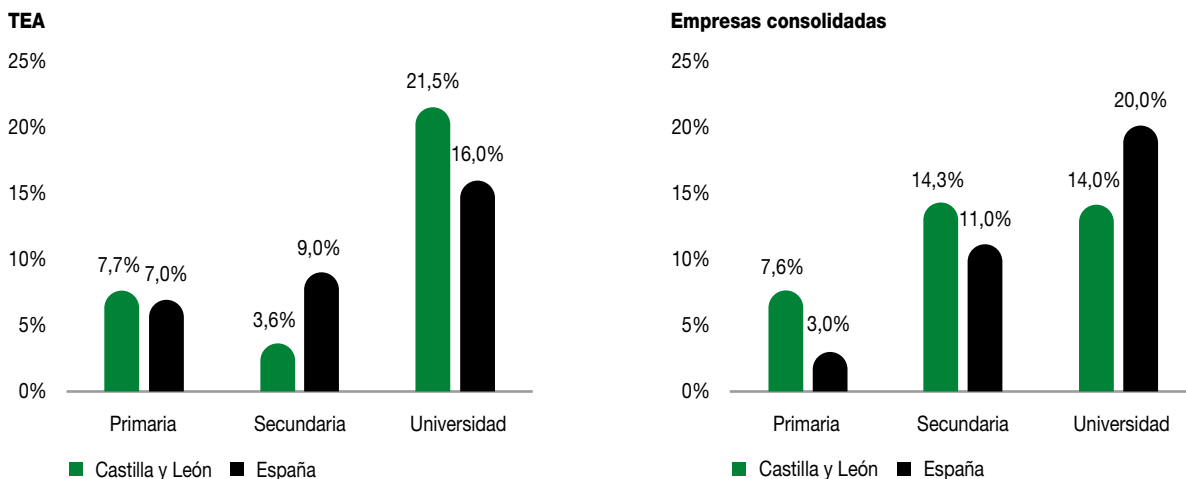
Fuente: GEM-España APS 2024



En cuanto a la formación (Gráfico 4.11), de nuevo se observa una situación similar en Castilla y León y en España, de forma que los emprendedores con estudios universitarios representan la categoría más destacada en los proyectos empresariales con un nivel tecnológico medio-alto, sobre todo entre los emprendedores recientes de la Comunidad Autónoma. En cuanto al sector de actividad de las iniciativas con una mayor intensidad tecnológica (Gráfico 4.12), tanto para emprendedores recientes como consolidados, en Castilla y León y en España se concentran fundamentalmente en el sector de servicios a empresas.

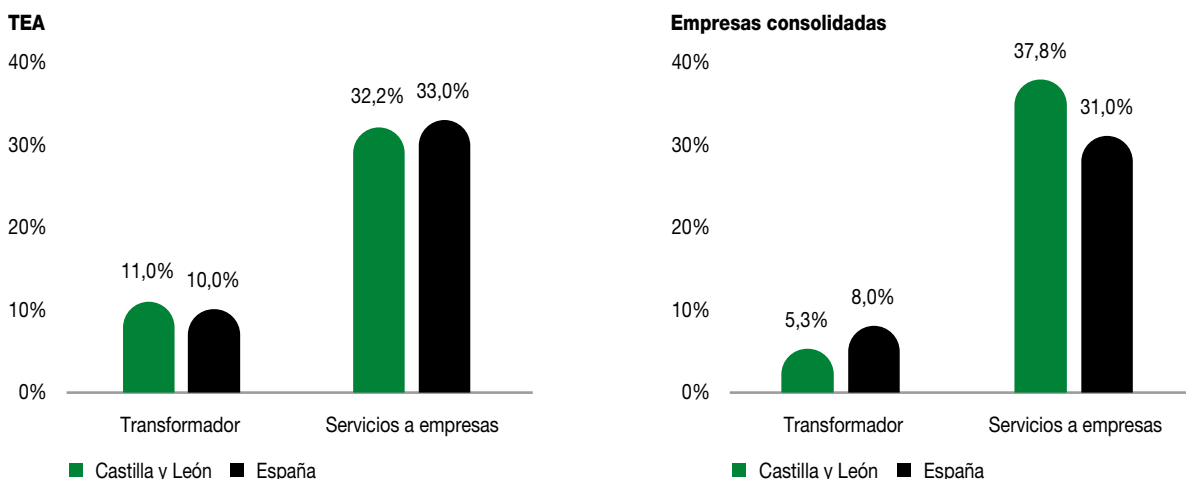
**Gráfico 4.11.** Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del nivel de estudios en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



**Gráfico 4.12.** Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sector de actividad en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

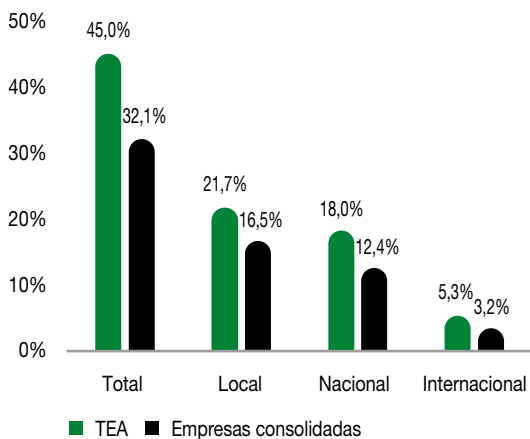


Como se puede apreciar en el Gráfico 4.13, en Castilla y León en 2024, el 45% de las iniciativas emprendedoras recientes innovan en producto, frente al 32,1% de las empresas consolidadas. Por su parte, la innovación en proceso también fue más frecuente en las iniciativas nacientes (43,3%) que en las consolidadas (30,9%). La situación a nivel nacional es similar a la descrita. También cabe comentar que estas innovaciones en producto y en proceso de las empresas de Castilla y León fueron principalmente de carácter local.

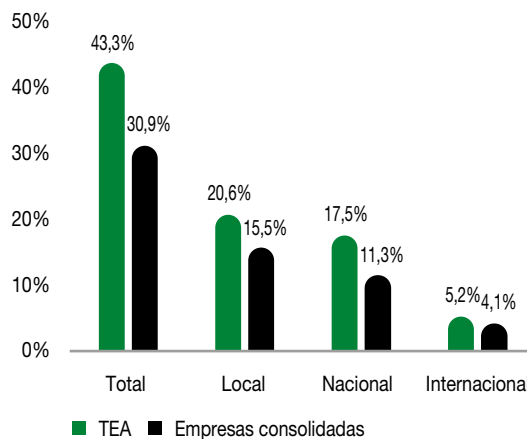
**Gráfico 4.13.** Innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

**Innovación en producto (Castilla y León)**



**Innovación en proceso (Castilla y León)**



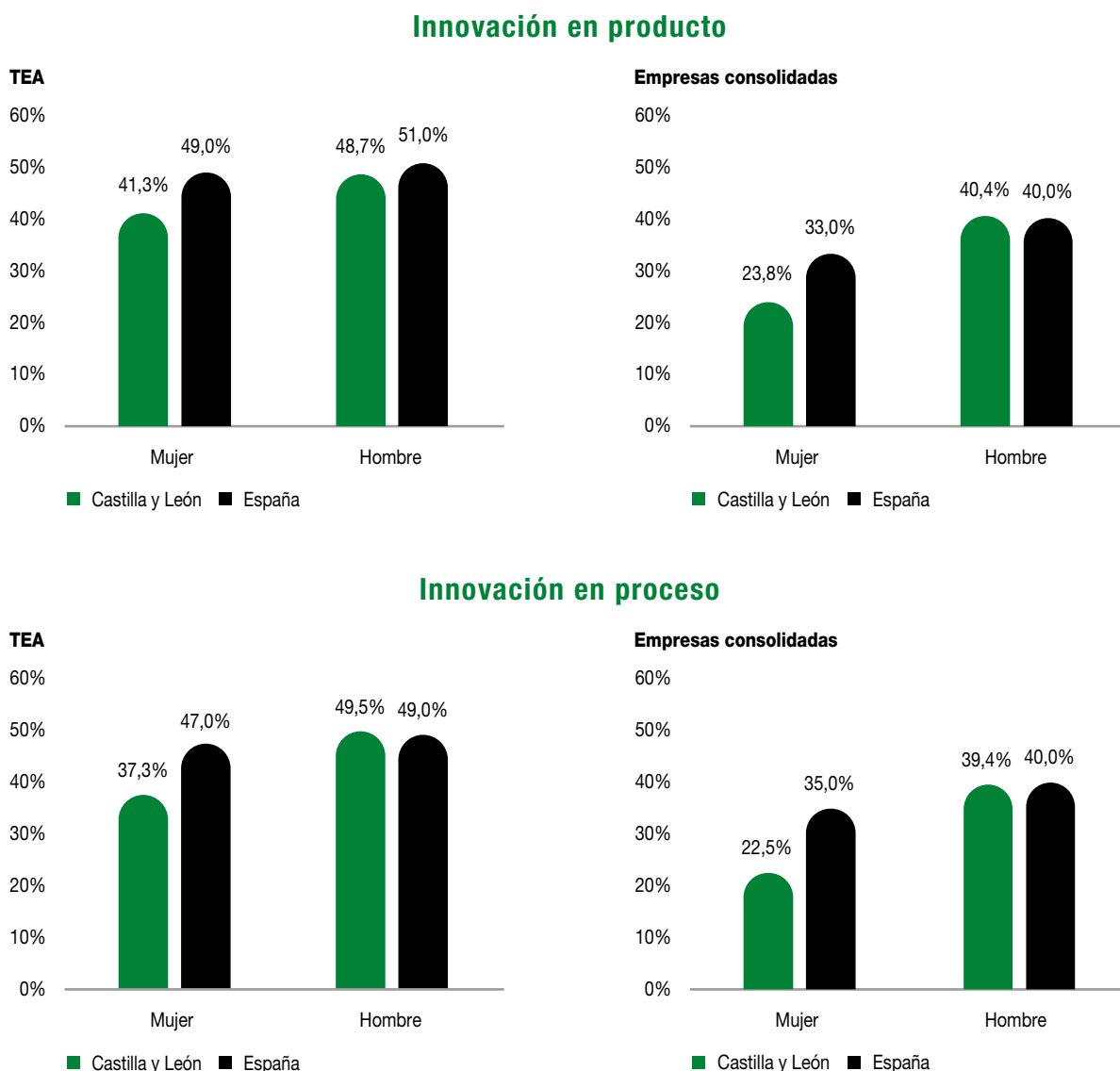
<b>Innovación en producto en España</b>	<b>50% TEA</b>	<b>37% EMPRESAS CONSOLIDADAS</b>
<b>Innovación en proceso en España</b>	<b>48% TEA</b>	<b>38% EMPRESAS CONSOLIDADAS</b>



Por lo que se refiere al sexo (Gráfico 4.14), tanto en Castilla y León como en España las innovaciones en producto están lideradas mayoritariamente por hombres. De forma similar, las iniciativas innovadoras en proceso también son dirigidas principalmente por hombres, tanto a nivel autonómico como nacional.

**Gráfico 4.14.** Innovación en producto y en proceso en función del sexo en Castilla y León y en España

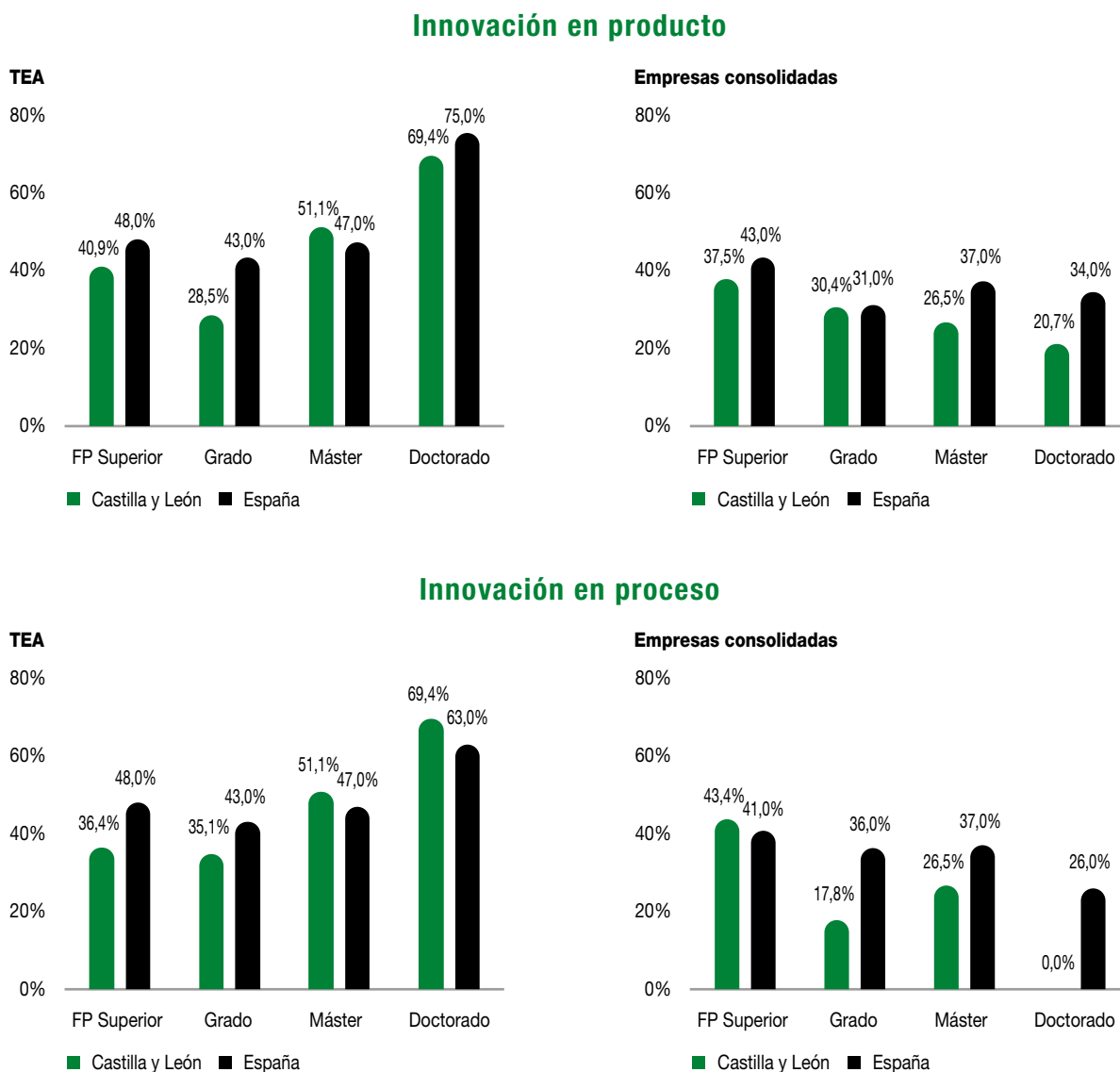
Fuente: GEM-España APS 2024



Asimismo, cabe mencionar que, en lo que respecta a la formación (Gráfico 4.15), entre los emprendedores recientes en Castilla y León se observa que los que cuentan con una titulación universitaria más allá del grado (máster y doctorado) lideran en mayor medida empresas que han innovado en producto y/o en proceso. Esta situación es similar en el caso de España, aunque es más pronunciada en general en el ámbito regional. Por su parte, entre los emprendedores consolidados, tanto en Castilla y León como a nivel nacional, cabe destacar que las iniciativas lideradas por personas con Formación Profesional de grado Superior han sido las más innovadoras, tanto en producto como en proceso.

**Gráfico 4.15.** Innovación en producto y en proceso en función del nivel educativo en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



En relación con el sector de actividad (Gráfico 4.16), entre los emprendedores recientes castellanos y leoneses, el mayor porcentaje de iniciativas innovadoras producto y/o en proceso se ha localizado en el sector de servicios al consumidor, al igual que sucede en España. Por su parte, entre los emprendedores consolidados en Castilla y León, los resultados se mantienen en las innovaciones en producto, pero en el caso de las innovaciones en proceso es el sector transformador el que experimenta un mayor porcentaje de iniciativas innovadoras.

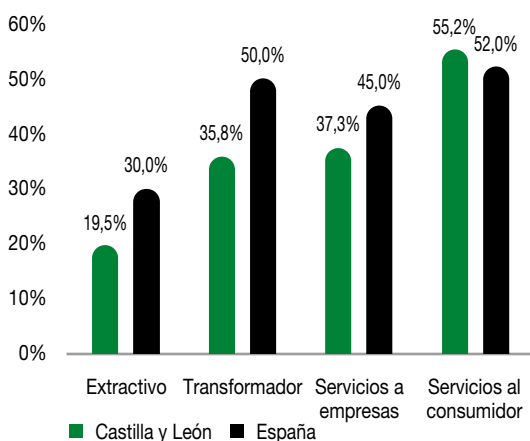
En lo que respecta al tamaño de las iniciativas emprendedoras (Gráfico 4.17), tanto en la Comunidad Autónoma como en España, entre los emprendedores recientes y los consolidados, el porcentaje de innovaciones en producto y/o en proceso desarrolladas es mayor en las empresas de mayor dimensión.

**Gráfico 4.16.** Innovación en producto y en proceso en función del sector de actividad en Castilla y León y en España

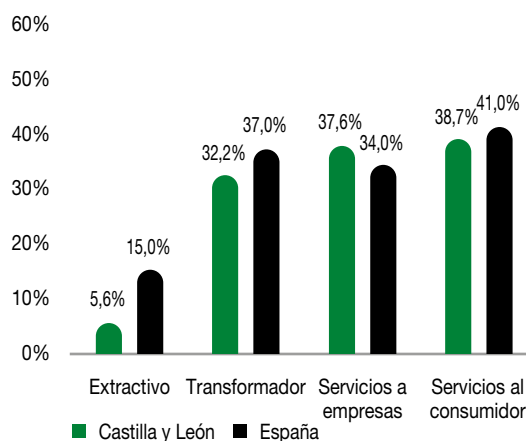
Fuente: GEM-España APS 2024

### Innovación en producto

TEA

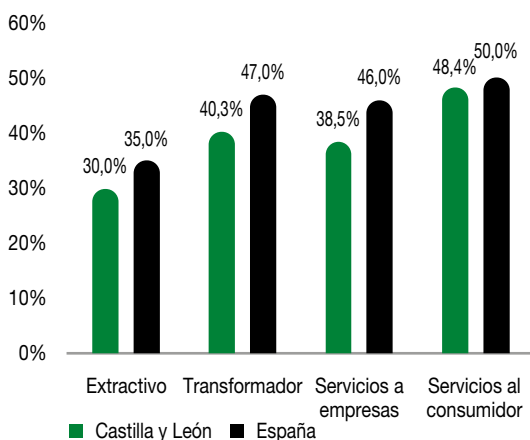


Empresas consolidadas

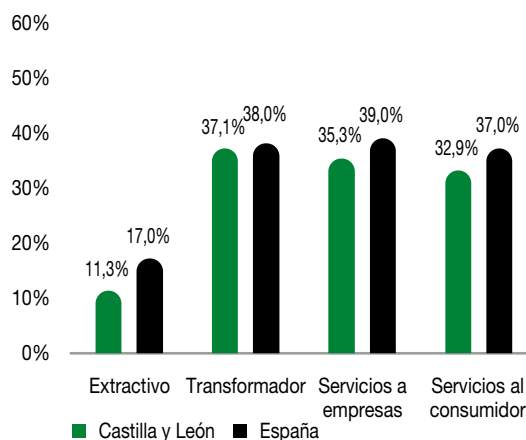


### Innovación en proceso

TEA



Empresas consolidadas

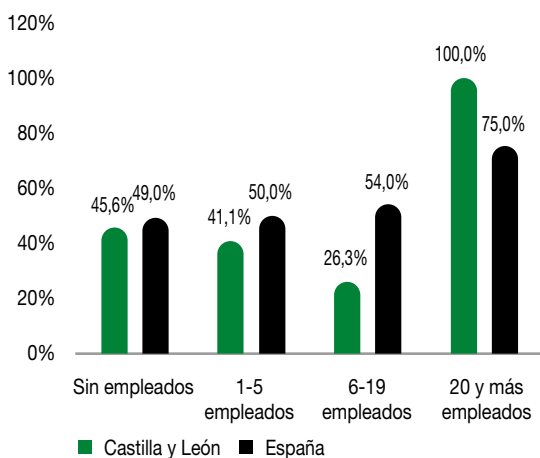


**Gráfico 4.17.** Innovación en producto y en proceso en función del tamaño de la empresa en Castilla y León y en España

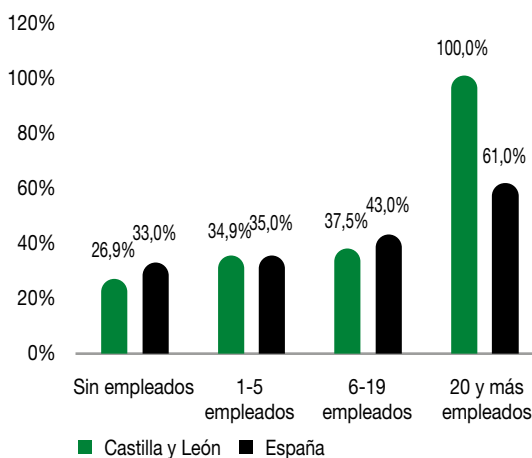
Fuente: GEM-España APS 2024

### Innovación en producto

**TEA**

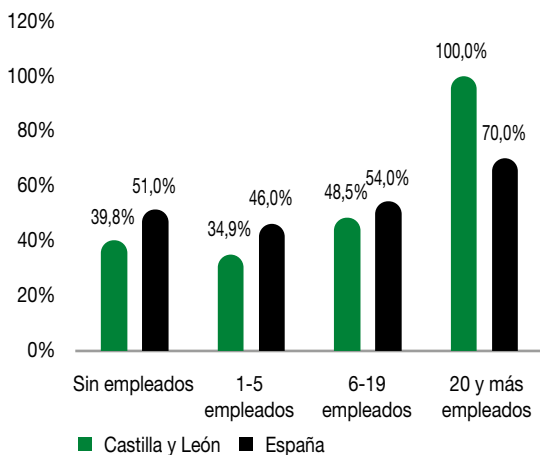


**Empresas consolidadas**

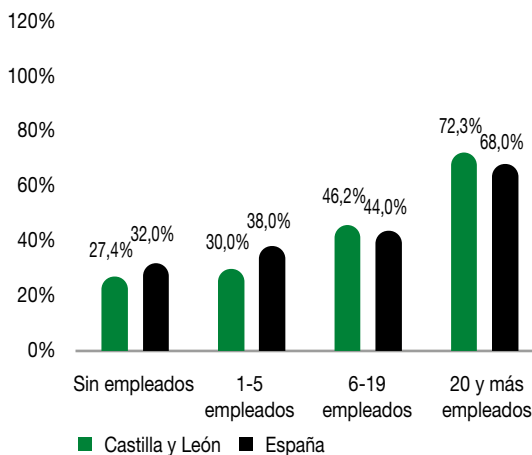


### Innovación en proceso

**TEA**



**Empresas consolidadas**



## 4.5. INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y DIGITALIZACIÓN

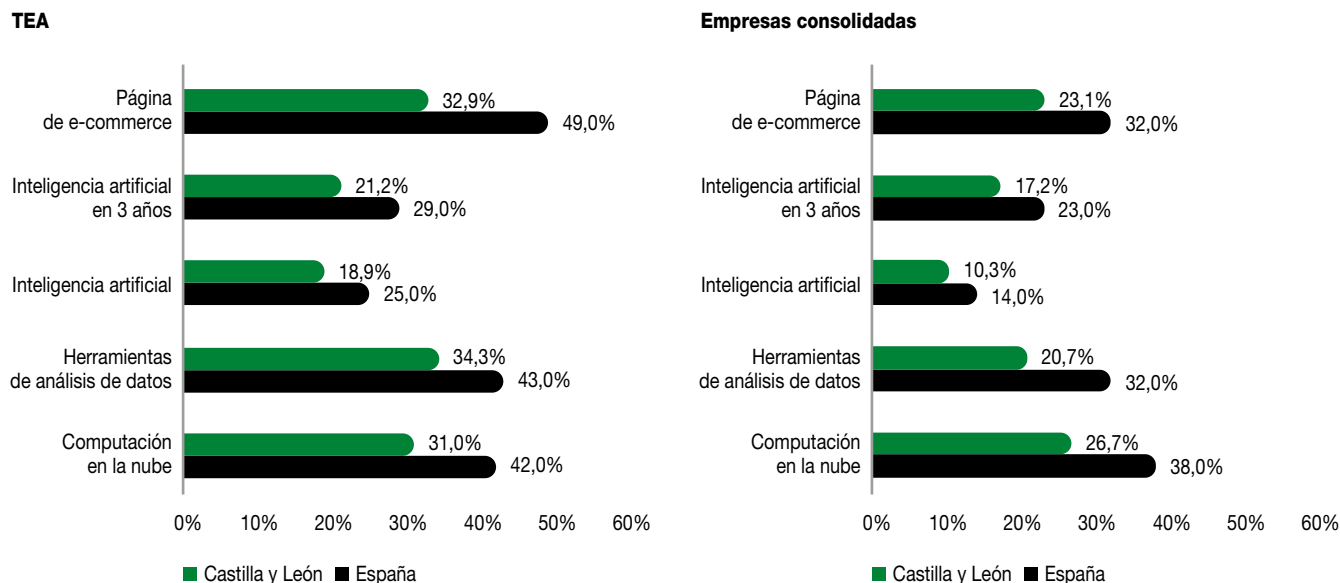
### 4.5.1. Importancia de la inteligencia artificial

Dada la aceleración del proceso de adopción social de tecnologías en los últimos tiempos, específicamente en lo relativo a la Inteligencia Artificial (IA), estas nuevas herramientas pueden representar una gran oportunidad para las iniciativas emprendedoras, tanto a nivel regional como nacional.

De acuerdo con el Gráfico 4.18, en Castilla y León en 2024 son los emprendedores recientes (TEA) los que tienen más clara la importancia de los recursos digitales para su estrategia de negocio, sobre todo las herramientas de análisis de datos, la disponibilidad de una plataforma de comercio electrónico (*e-commerce*) y los desarrollos en la nube. Los propietarios de empresas consolidadas opinan de forma similar, aunque los porcentajes son más bajos que en el caso de los emprendedores recientes en todos los recursos digitales. Este panorama a nivel regional es muy similar al de España. Al igual que en el caso de su orientación estratégica, son los emprendedores recientes (TEA) los que consideran más importantes las tecnologías comerciales más avanzadas (marketing digital, redes sociales y página web) para sus operaciones comerciales (Gráfico 4.19), mientras que el mayor porcentaje de los emprendedores consolidados sigue considerando la comunicación a través del *email* su principal recurso digital de carácter comercial. De nuevo, es posible observar el mismo patrón en España.

**Gráfico 4.18.** Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio en Castilla y León y en España

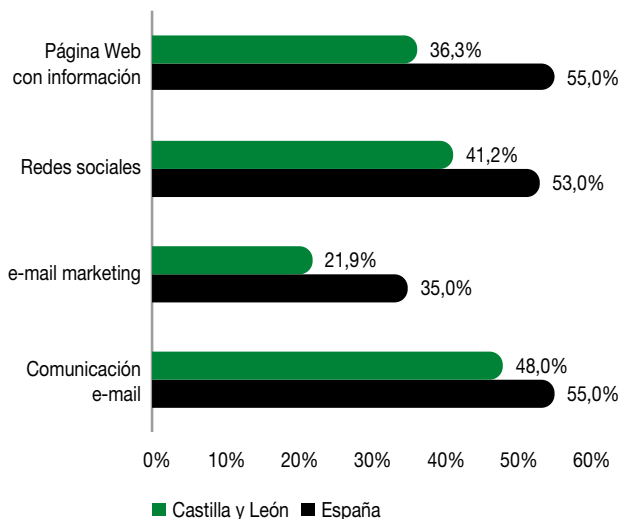
Fuente: GEM-España APS 2024



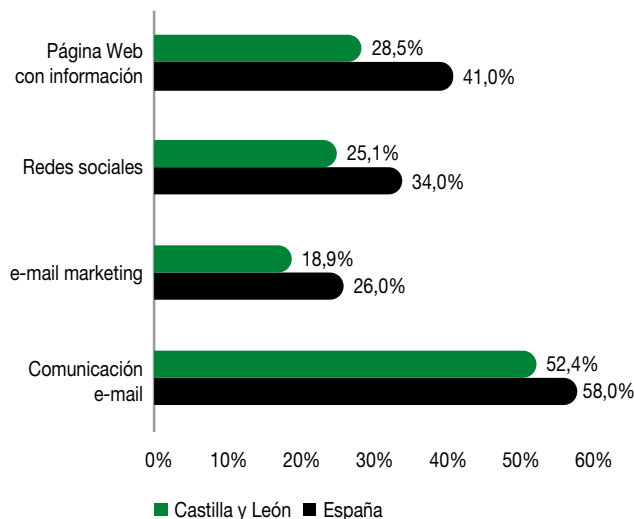
**Gráfico 4.19.** Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

**TEA**



**Empresas consolidadas**

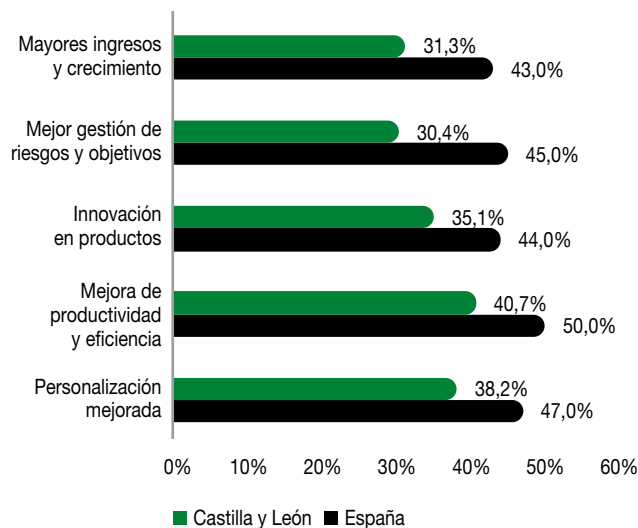


La valoración positiva de la IA en los negocios parece estar más clara para los emprendedores recientes (Gráfico 4.20), tanto en Castilla y León como a nivel nacional. Específicamente, el potencial para mejorar la productividad y la eficiencia de los procesos de negocio, personalizar la experiencia del cliente y fomentar la innovación en productos son los aspectos más valorados.

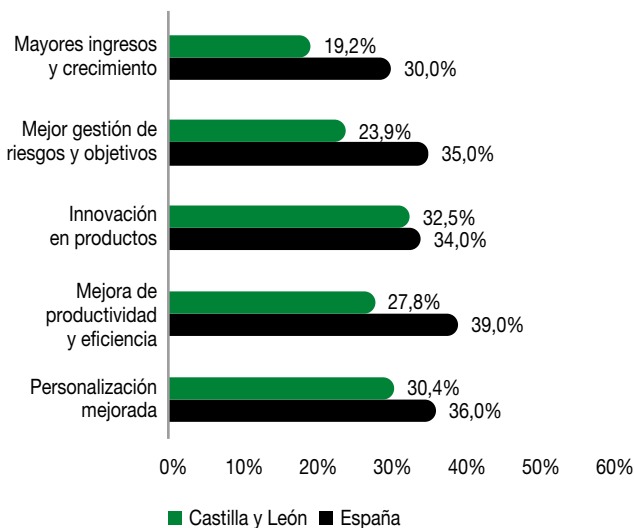
**Gráfico 4.20.** Impactos positivos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

**TEA**



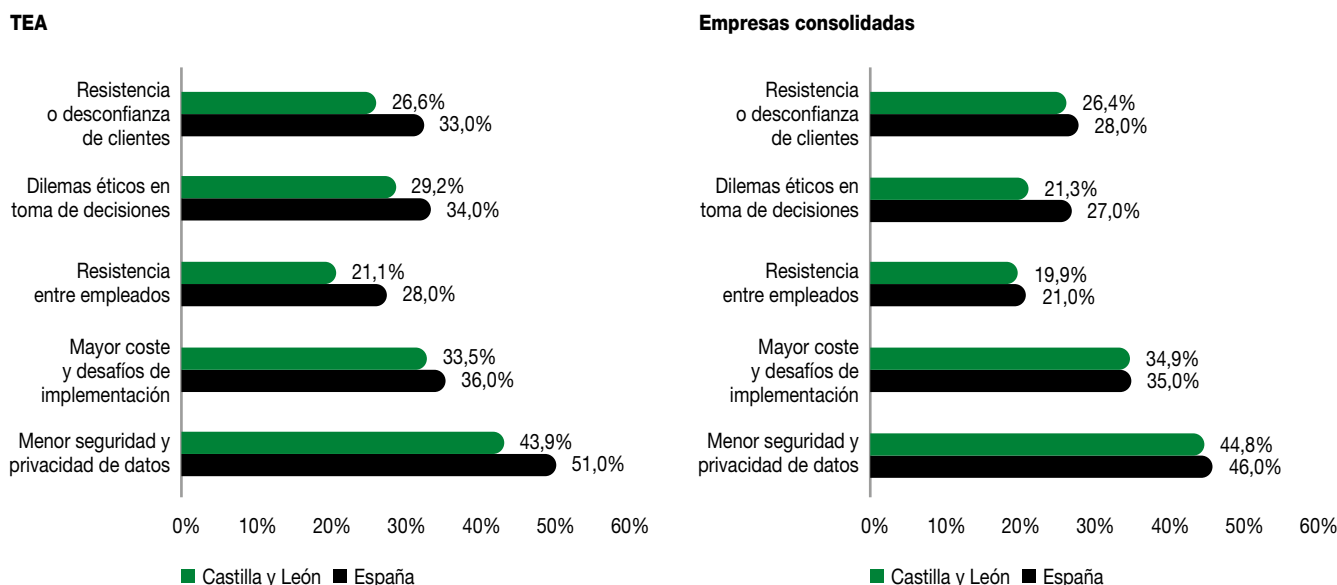
**Empresas consolidadas**



Por otra parte, y de nuevo con una situación similar en la Comunidad Autónoma y en España, la mayor preocupación de los emprendedores está relacionada con la implementación de la IA en el negocio (Gráfico 4.21) es cómo velar por la seguridad y privacidad de los datos utilizados.

**Gráfico 4.21.** Impactos negativos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en Castilla y León y en España

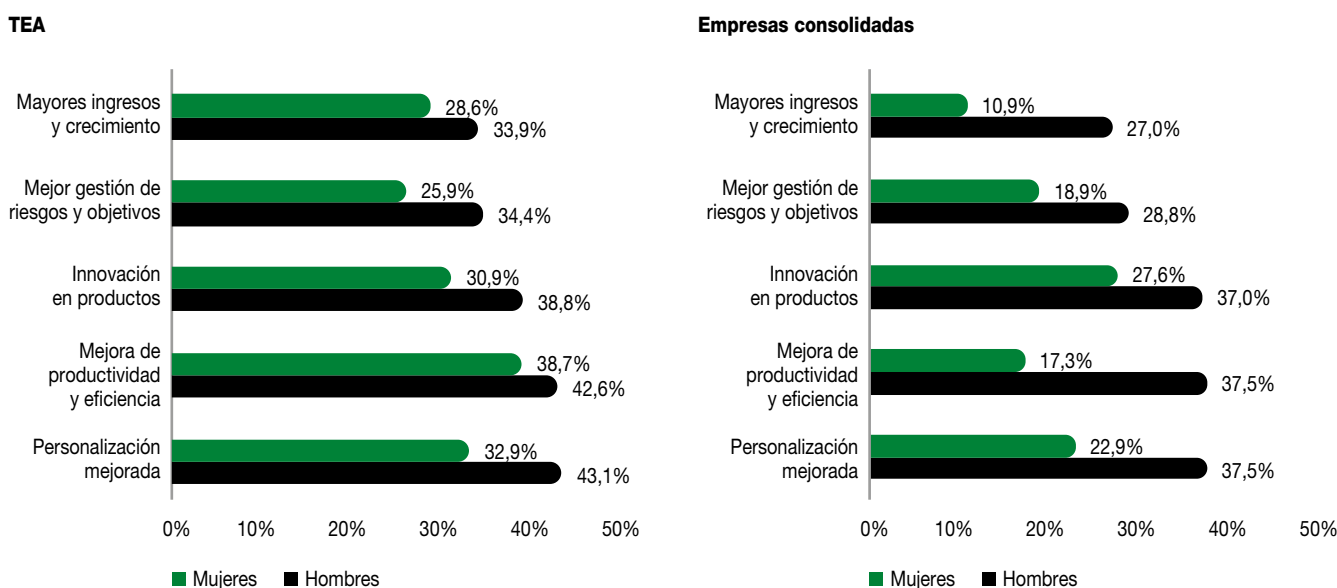
Fuente: GEM-España APS 2024



En relación con la valoración del potencial impacto de la IA en función del sexo, en general, las emprendedoras castellanas y leonesas son más desconfiadas que los hombres al evaluar los impactos positivos (Gráfico 4.22) y más prudentes al considerar los posibles efectos negativos de la implementación de la IA en las iniciativas emprendedoras (Gráfico 4.23). Esta circunstancia, dada la incertidumbre acerca del desarrollo de la IA y de sus consecuencias, parece indicar que las emprendedoras son más conservadoras ante los desafíos que plantea esta tecnología en la gestión empresarial.

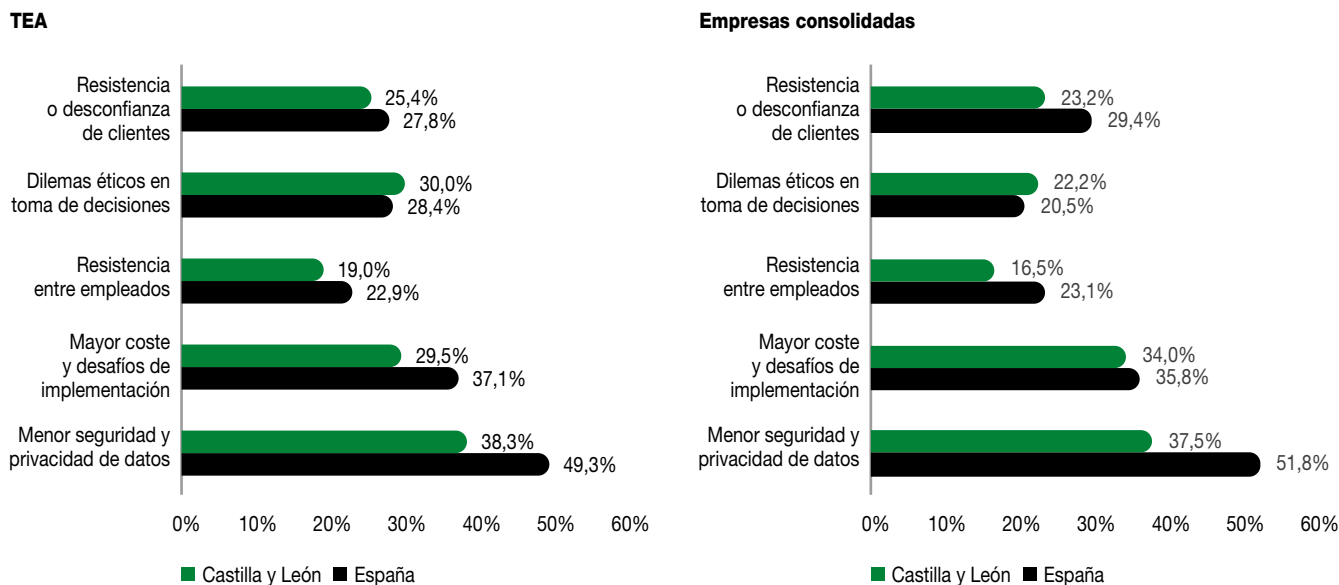
**Gráfico 4.22.** Impactos positivos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024



**Gráfico 4.23.** Impactos negativos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024

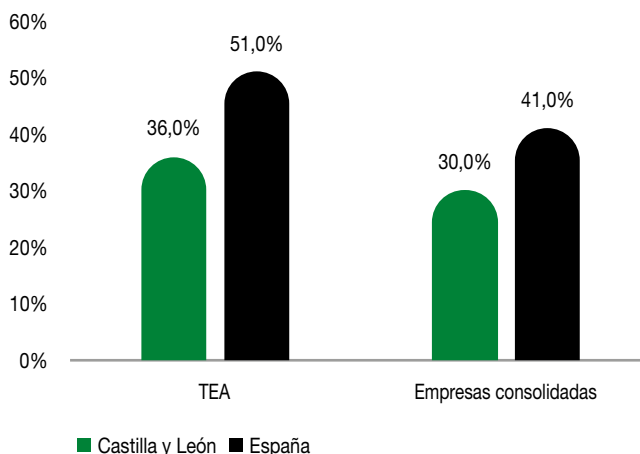


### 4.5.2. Expectativas de digitalización

En 2024, un 36% de las personas emprendedoras involucradas en iniciativas recientes (TEA) en Castilla y León espera utilizar tecnologías digitales para vender sus productos en el futuro (Gráfico 4.24). Este porcentaje es ligeramente superior al de las que lideran empresas consolidadas (30%), lo cual parece indicar que los emprendedores recientes están más dispuestos a optar por la digitalización de sus negocios. La situación a nivel nacional es similar en ambas etapas del proceso emprendedor, aunque con cifras superiores.

**Gráfico 4.24.** Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en Castilla y León y en España

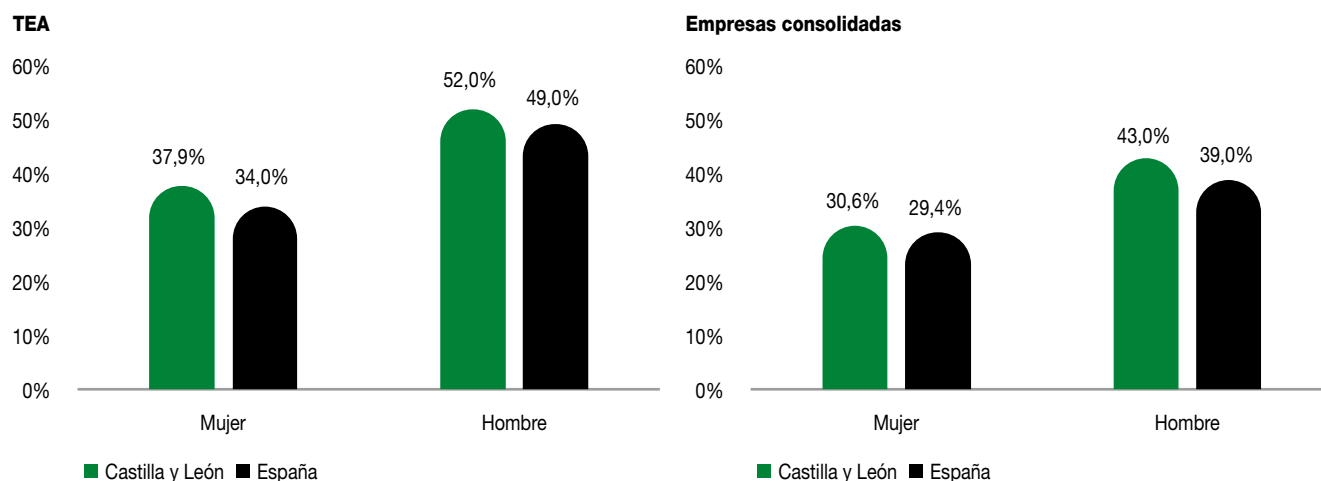
Fuente: GEM-España APS 2024



Considerando el sexo de los emprendedores, tanto en Castilla y León como en España se observan unas expectativas de utilización de dichas tecnologías ligeramente superiores por parte de las mujeres, una diferencia ligeramente más acusada en las iniciativas emprendedoras recientes (TEA), a nivel regional, y en las consolidadas, a nivel nacional (Gráfico 4.25).

**Gráfico 4.25.** Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en función del sexo en Castilla y León y en España

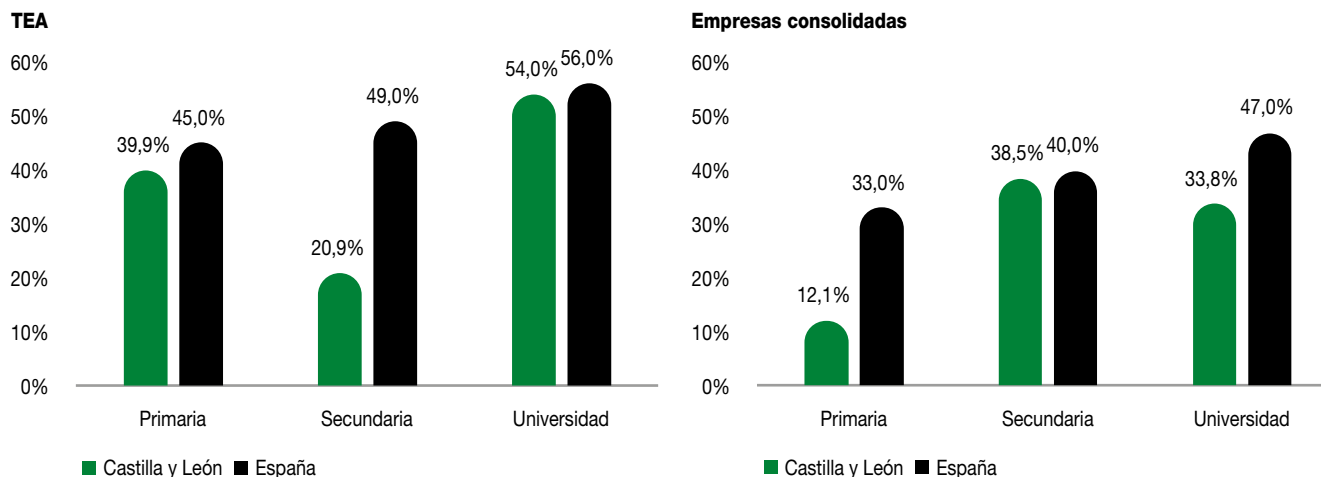
Fuente: GEM-España APS 2024



Asimismo, en relación con el nivel educativo de los emprendedores (Gráfico 4.26), a diferencia del contexto español, en el que las expectativas de adoptar tecnologías digitales aumentan claramente con su nivel educativo, en Castilla y León la tendencia no es tan clara. En este sentido, los emprendedores recientes (TEA) castellanos y leoneses con formación universitaria ven más la necesidad de adoptar tecnologías digitales en el desarrollo de su negocio que los propietarios de empresas consolidadas con el mismo nivel de estudios (54% frente al 33,8%, respectivamente), situación similar a la del caso de España (56% frente al 47%, respectivamente).

**Gráfico 4.26.** Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor en Castilla y León y en España

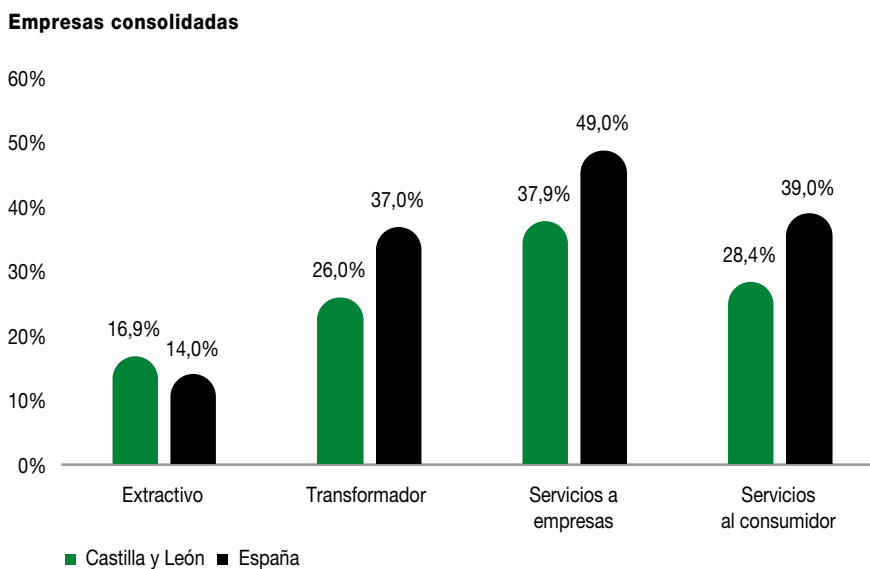
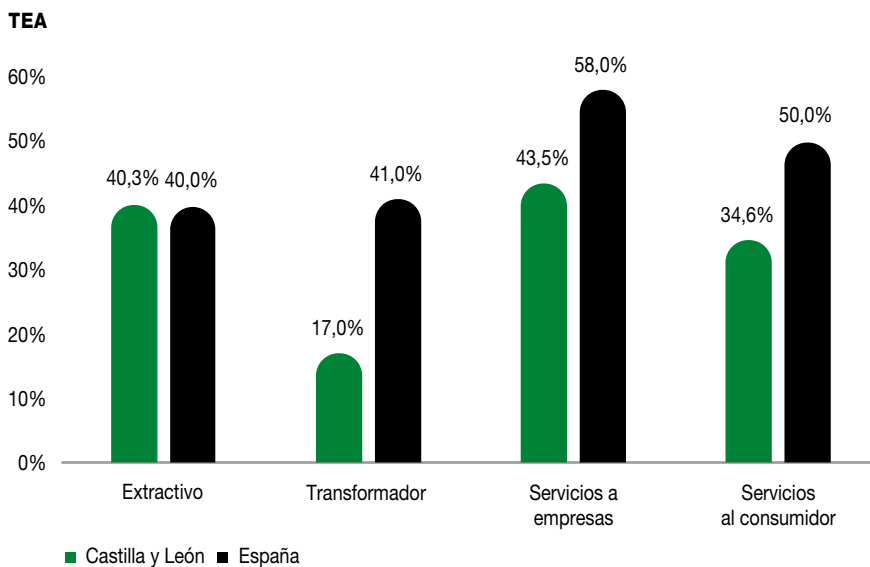
Fuente: GEM-España APS 2024



Por otro lado, en relación con el sector de actividad de las iniciativas emprendedoras (Gráfico 4.27), tanto en Castilla y León como en España, para los emprendedores recientes (TEA) y los propietarios de empresas consolidadas, las mayores expectativas de adopción de tecnologías digitales se localizan en el sector de servicios a empresas.

**Gráfico 4.27.** Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector en Castilla y León y en España

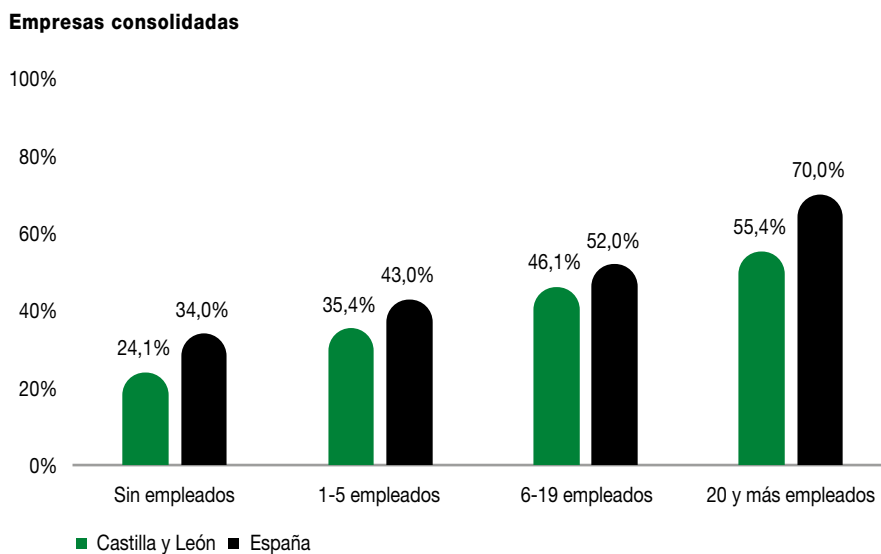
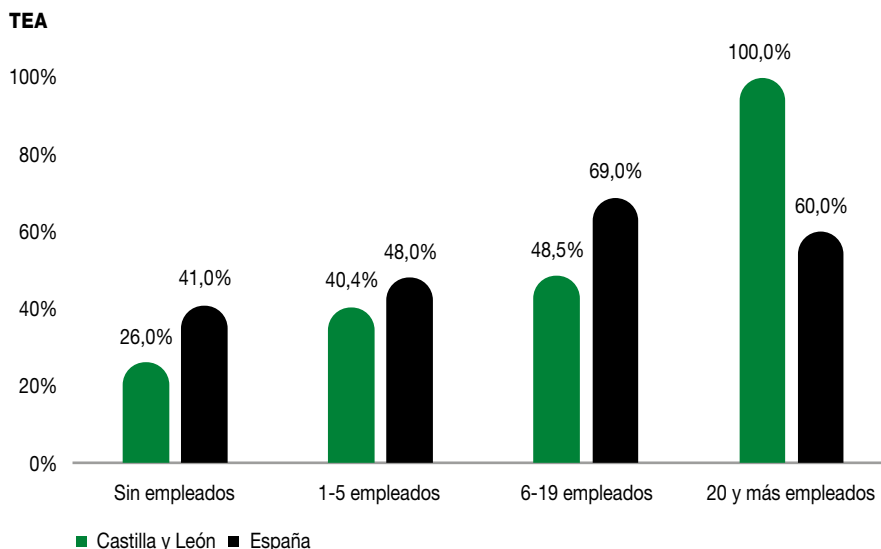
Fuente: GEM-España APS 2024



En lo que respecta al tamaño de las empresas en Castilla y León (Gráfico 4.28), ya sean recientes o consolidadas, las de mayor tamaño son las que esperan avanzar más en su digitalización en los próximos años, una situación similar en el ámbito nacional.

**Gráfico 4.28.** Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del tamaño en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

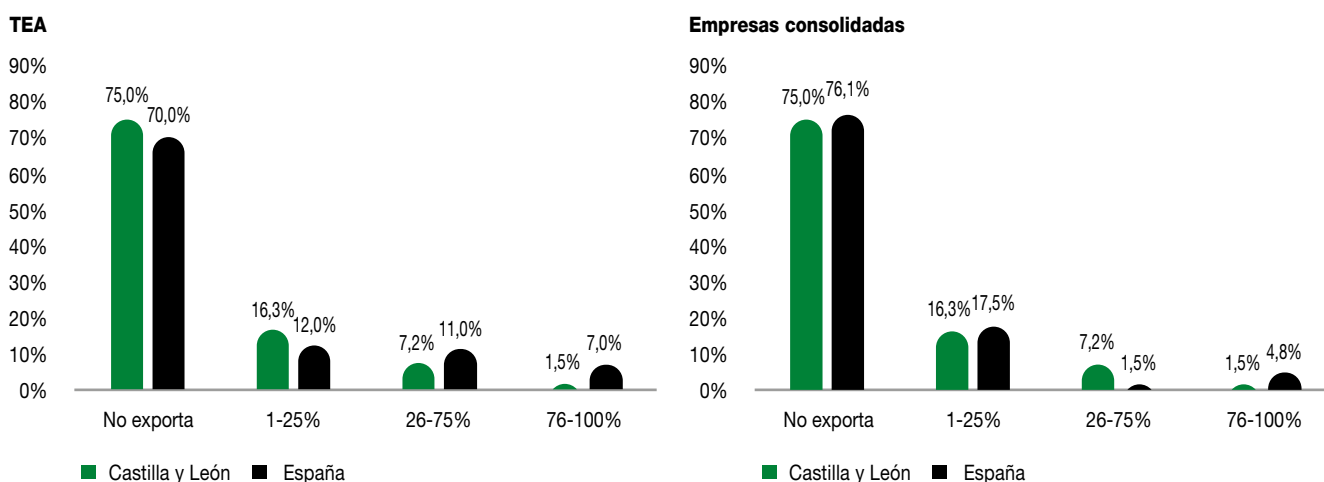


## 4.6. ORIENTACIÓN INTERNACIONAL

En 2024, el 25% de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) y el 23,9% de las empresas consolidadas de Castilla y León vendieron, en mayor o menor medida, a clientes internacionales (Gráfico 4.29). Por su parte, con carácter general, las iniciativas emprendedoras a nivel nacional, tanto recientes como consolidadas, en ambos casos presentan una orientación internacional ligeramente superior en todos los tramos de ingresos procedentes de ventas a clientes extranjeros.

**Gráfico 4.29.** Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de su orientación internacional en Castilla y León y en España

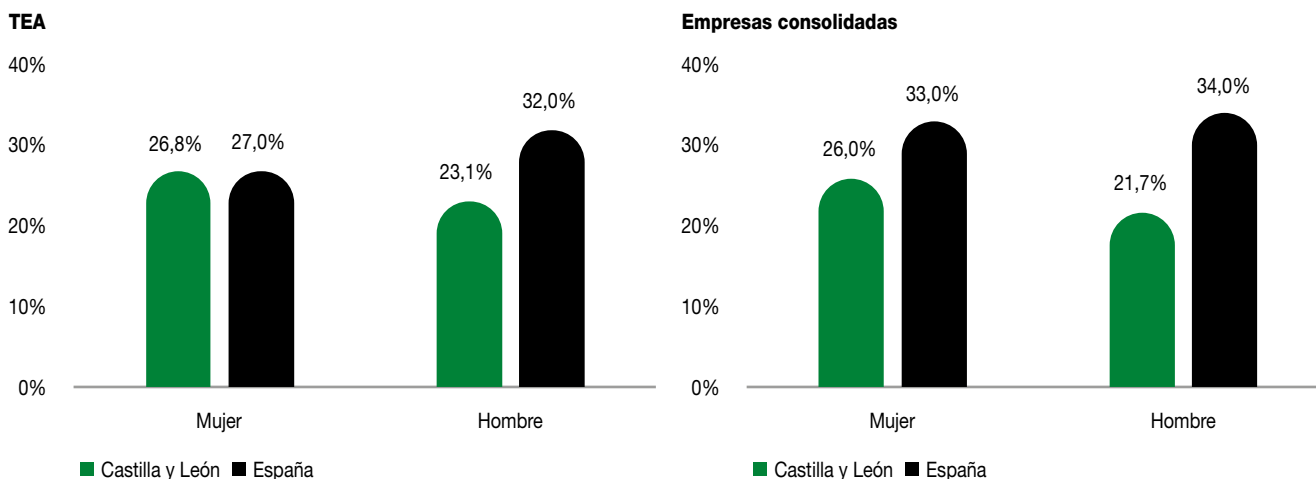
Fuente: GEM-España APS 2024



En relación con el sexo de los emprendedores (Gráfico 4.30), tanto en las iniciativas recientes (TEA) como en las empresas consolidadas con ventas en el exterior, los proyectos liderados por mujeres representan un mayor porcentaje que los comandados por hombres en Castilla y León, a diferencia de lo que sucede en España.

**Gráfico 4.30.** Orientación internacional en función del sexo en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

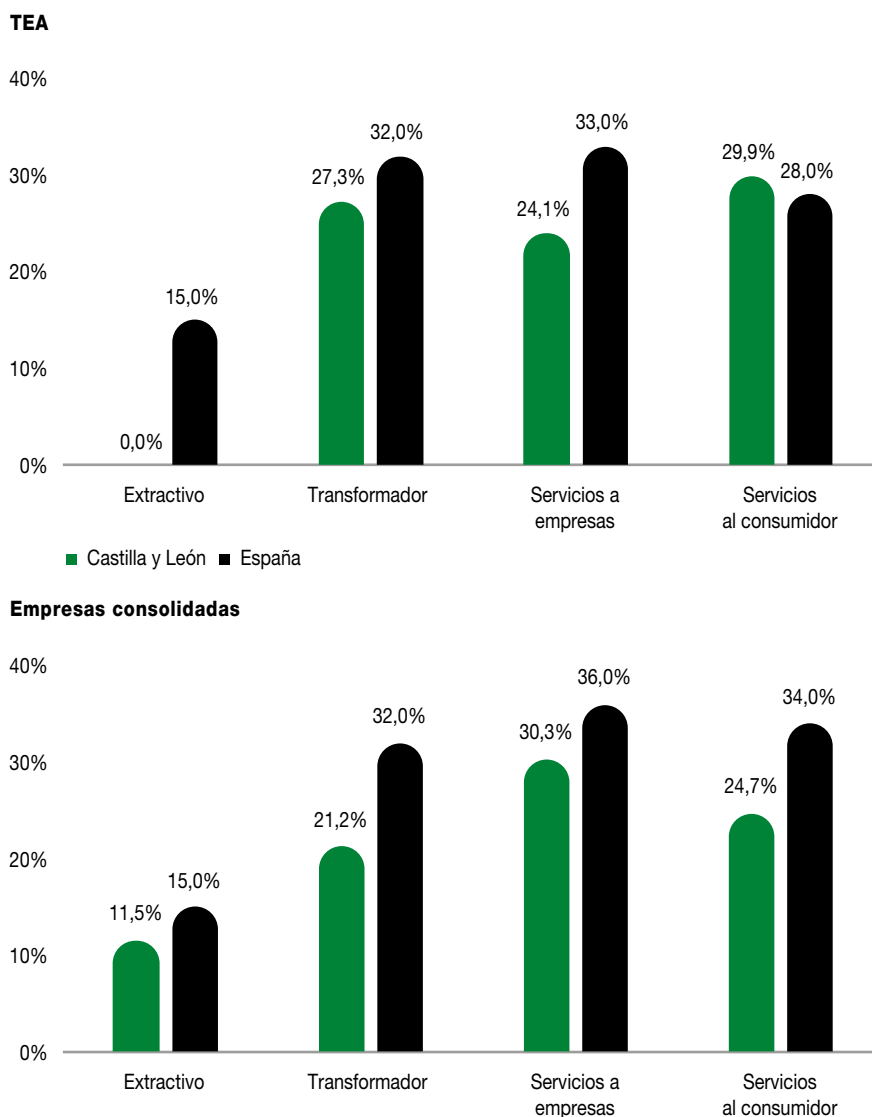




En cuanto a las características de las propias iniciativas emprendedoras, en Castilla y León es posible observar diferencias entre las iniciativas recientes (TEA) y las consolidadas en relación con el sector de actividad (Gráfico 4.32). Entre las primeras, es en los sectores transformador y de servicios al consumidor donde se aprecian unos mayores porcentajes de actividad internacional. Por su parte, en las empresas consolidadas el mayor porcentaje de iniciativas internacionalizadas se encuentra en el sector de servicios a empresas. En España, al igual que en la región, las iniciativas emprendedoras del sector extractivo son las menos internacionalizadas, tanto en la fase reciente (TEA) como en la consolidada.

**Gráfico 4.32.** Orientación internacional en función del sector de actividad en Castilla y León y en España

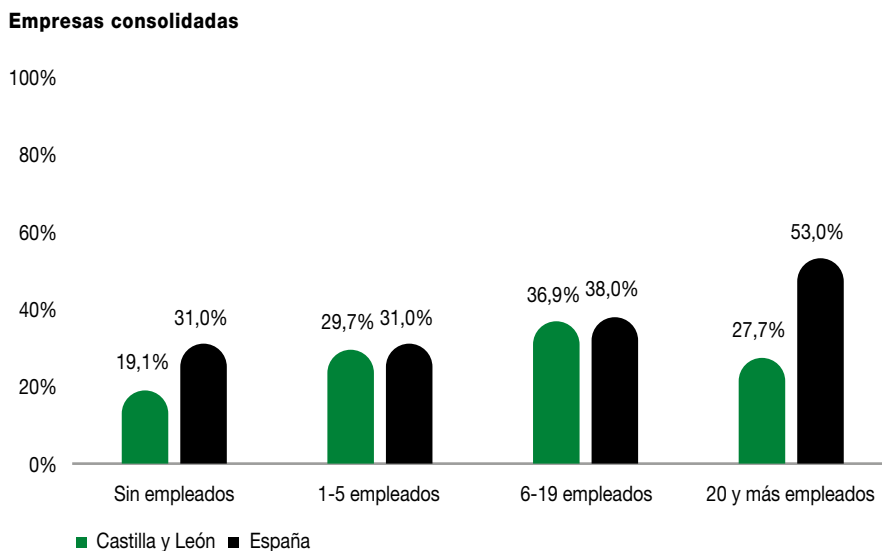
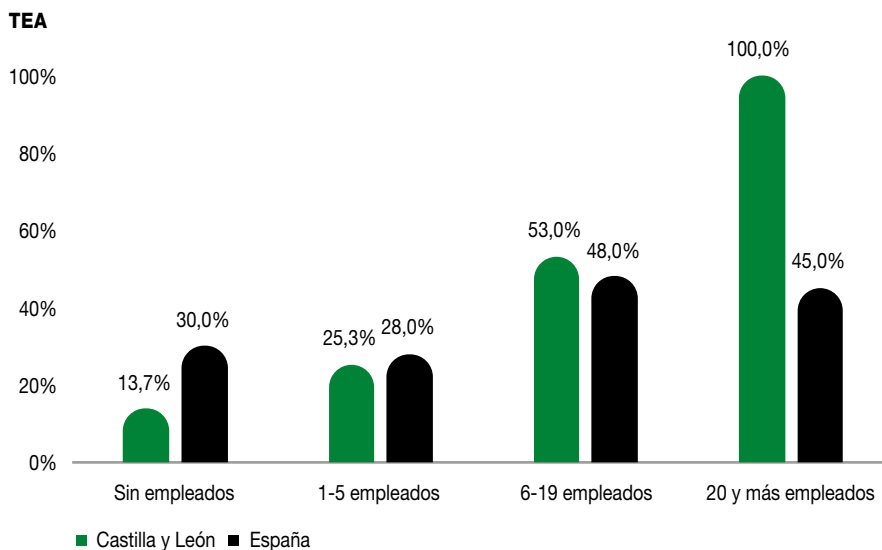
Fuente: GEM-España APS 2024



En lo que respecta al tamaño (Gráfico 4.33), si bien en España se observa una relación clara entre el número de empleados y la vocación internacional en las empresas consolidadas, en Castilla y León esta relación sólo se observa claramente entre las iniciativas recientes (TEA).

**Gráfico 4.33.** Orientación internacional en función del tamaño en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024

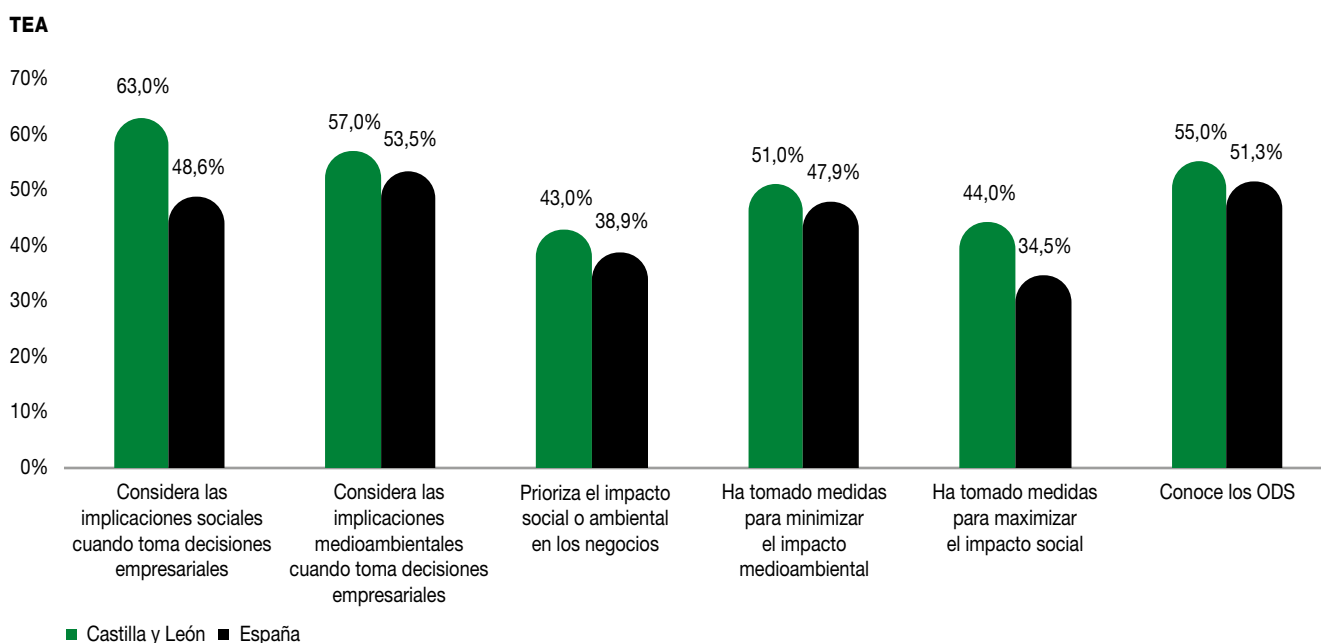


## 4.7. ORIENTACIÓN A LA SOSTENIBILIDAD

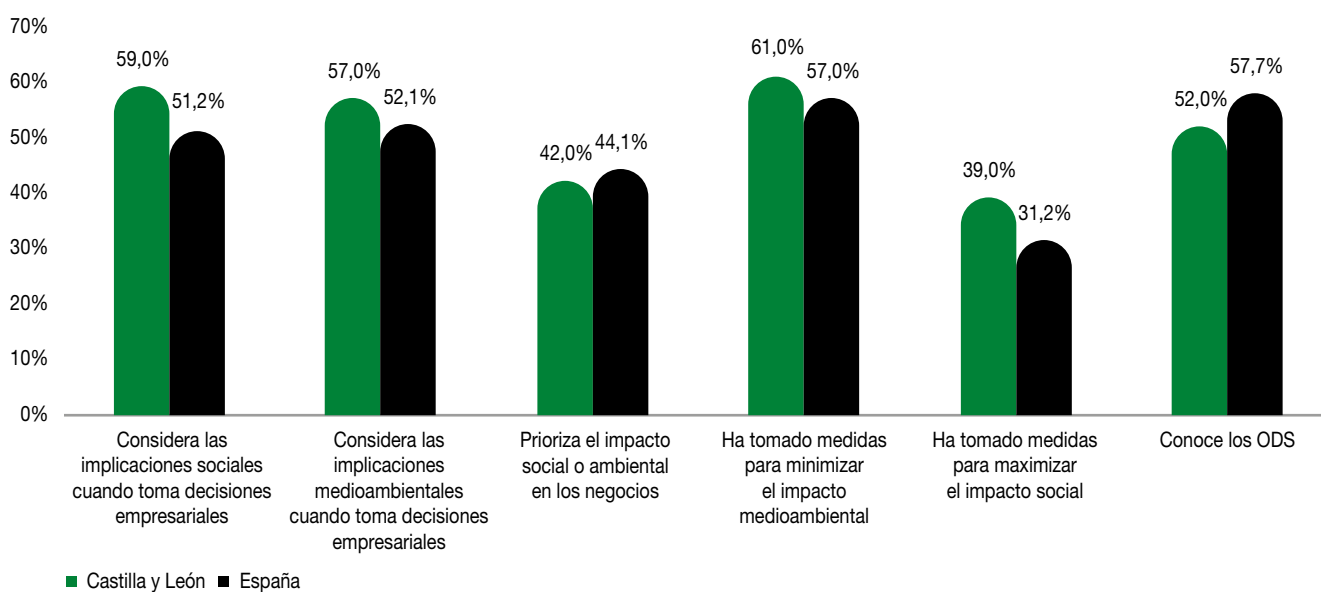
La mayor parte de los emprendedores de Castilla y León consultados está familiarizado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de Naciones Unidas, situación similar a la reflejada en España (Gráfico 4.34). En este sentido, tanto entre las iniciativas recientes (TEA) como entre las consolidadas y a nivel autonómico y nacional, alrededor de un 40% reconoce que prioriza el impacto social o ambiental en el desarrollo de su negocio. Donde sí cabe observar diferencias es en lo relativo a la toma de decisiones para minimizar el impacto ambiental o maximizar el impacto social. Así, mientras que los propietarios de empresas consolidadas

**Gráfico 4.34.** Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España

Fuente: GEM-España APS 2024



**Empresas consolidadas**

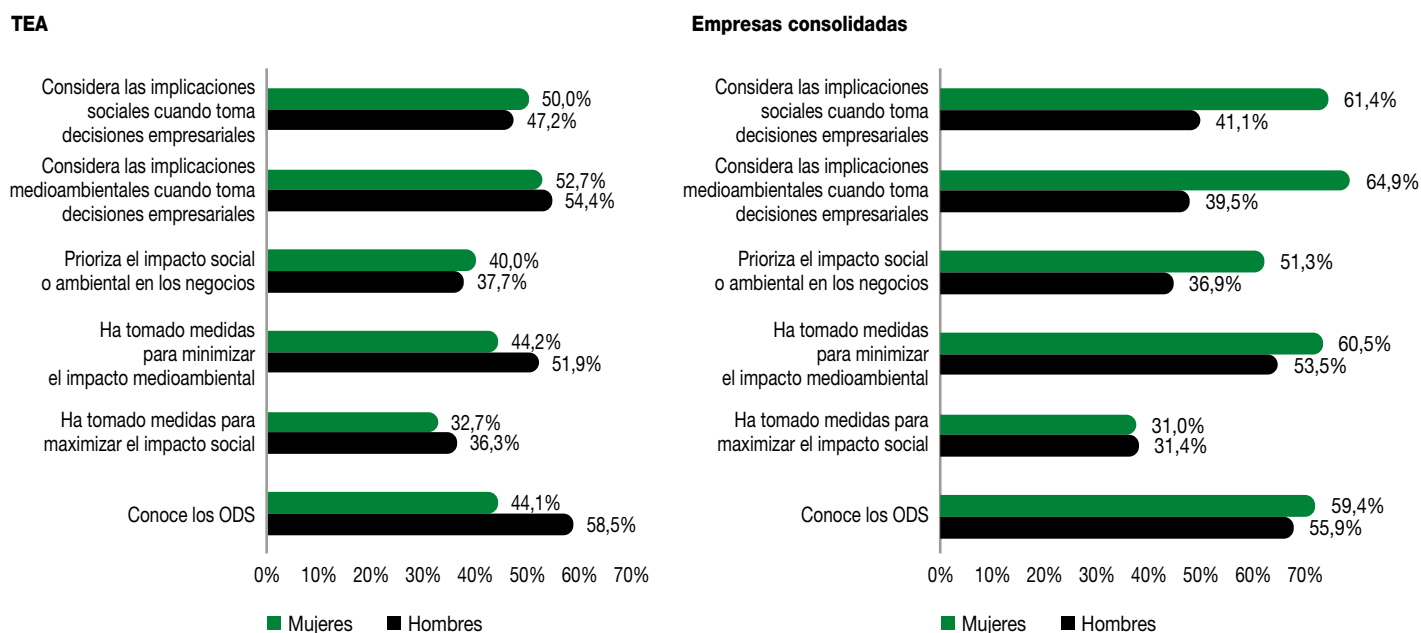


en Castilla y León han implantado más medidas para minimizar los efectos negativos de su actividad sobre el medioambiente, los emprendedores recientes, aunque ligeramente, muestran un mayor compromiso con las medidas para generar impactos sociales positivos. En este sentido, tanto en Castilla y León como en España se observa que, frente a las iniciativas recientes (TEA), las empresas consolidadas están más enfocadas en los aspectos medioambientales.

Con el fin de profundizar en las características de los emprendedores en materia de sostenibilidad en Castilla y León, en primer lugar, cabe señalar que las mujeres emprendedoras en Castilla y León (Gráfico 4.35) tienden a considerar en mayor medida las implicaciones sociales en la toma de decisiones empresariales y son más proclives a priorizar el impacto social y medioambiental de sus negocios, sobre todo en las empresas consolidadas. En todo caso, la elevada orientación hacia la sostenibilidad en estos aspectos de los emprendedores consultados, mujeres y hombres, permite prever el mantenimiento de estas prioridades en el futuro en la Comunidad Autónoma.

**Gráfico 4.35.** Orientación a la sostenibilidad en función del sexo

Fuente: GEM-España APS 2024

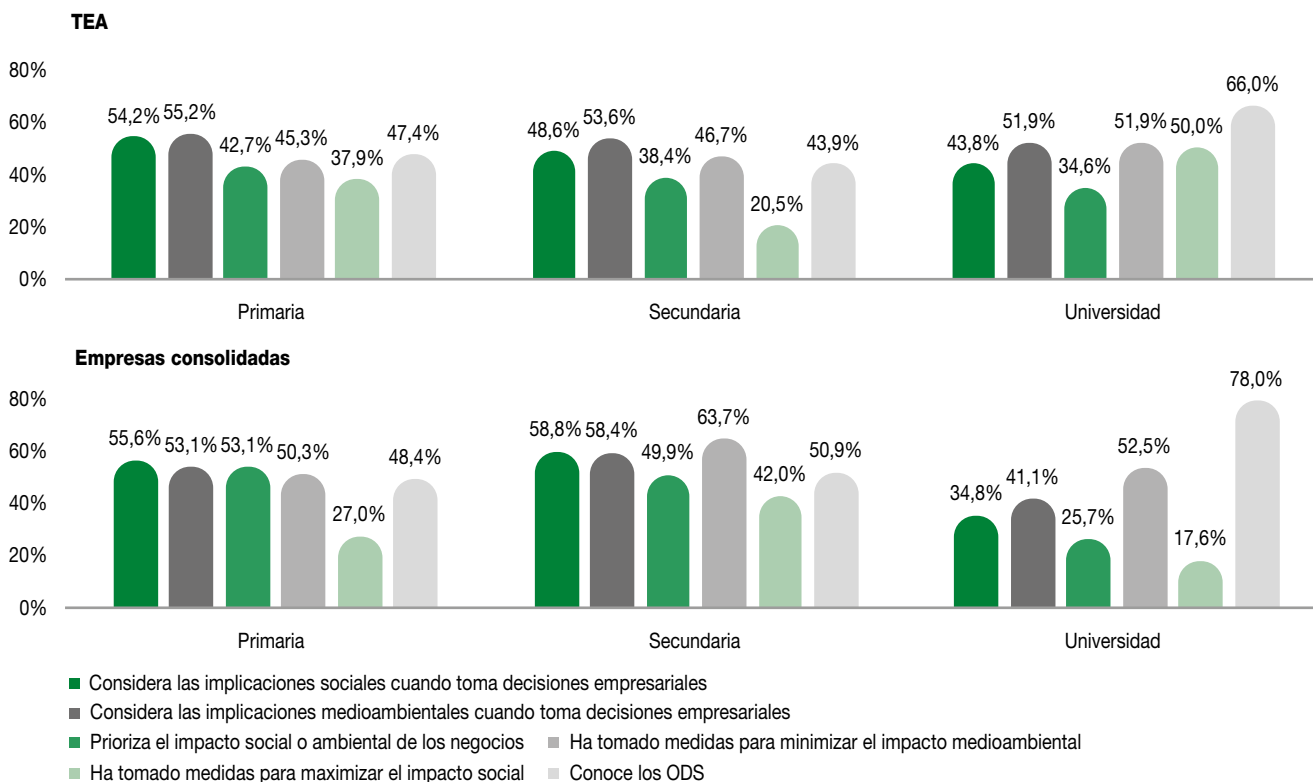


Además, en cuanto a la formación (Gráfico 4.36), es posible observar que el porcentaje de emprendedores preocupados por los ODS es significativamente mayor entre los que cuentan con formación universitaria. Asimismo, con carácter general, entre los emprendedores con estudios universitarios, los que lideran iniciativas recientes (TEA) tienden a considerar en mayor medida que aquellos involucrados en empresas consolidadas las implicaciones sociales y medioambientales al tomar decisiones empresariales, y a priorizar estas cuestiones en el desarrollo de su actividad.

Por su parte, en relación con las características de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León, considerando el sector de actividad (Gráfico 4.37), es posible observar alguna diferencia. Por una parte, en lo que respecta a las cuestiones sociales, esto es, a su consideración al tomar decisiones empresariales y al desarrollo de medidas para mejorar el impacto social positivo, el sector de servicios al consumidor ocupa la posición más destacada, sobre todo entre los emprendedores consolidados. Por otra parte, la importancia de tener en cuenta las preocupaciones medioambientales y de poner en marcha medidas para reducir el impacto medioambiental del negocio es mayor en el sector extractivo, de nuevo es más notable en las empresas consolidadas.

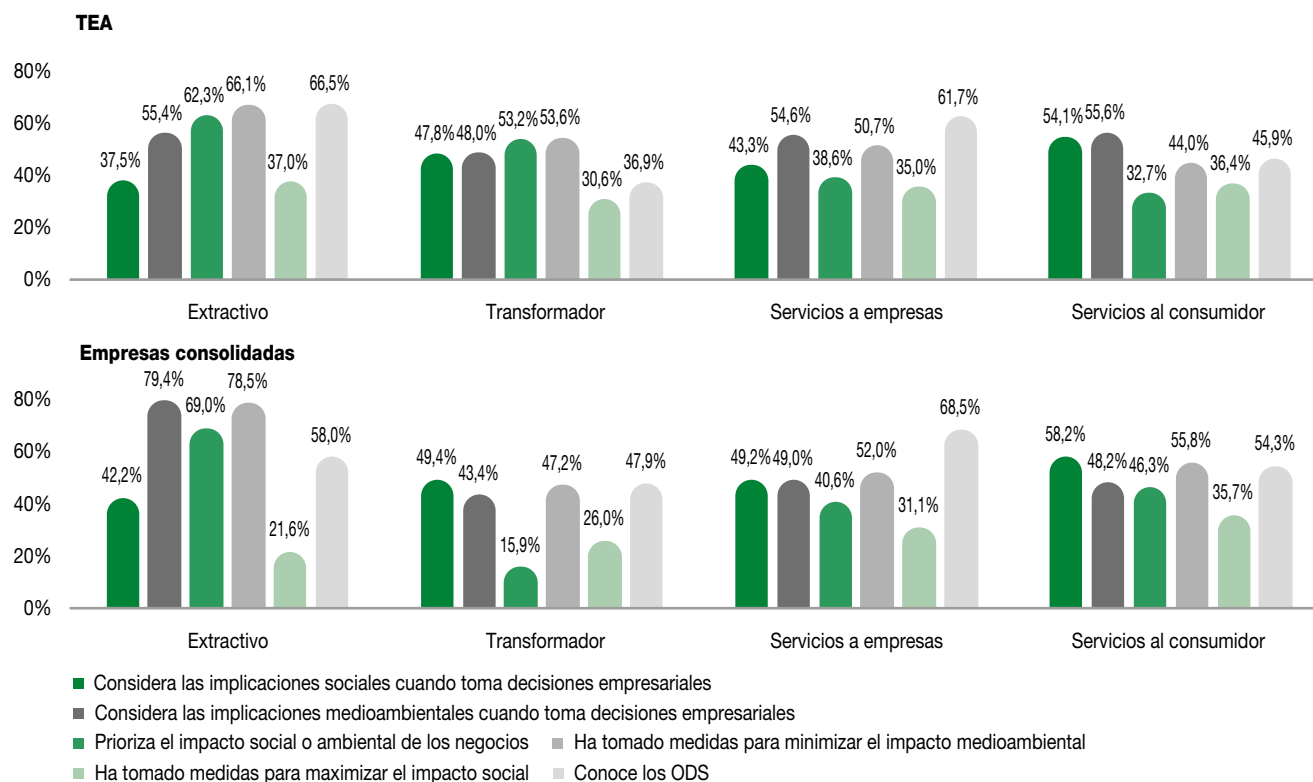
**Gráfico 4.36.** Orientación a la sostenibilidad en función del nivel de estudios

Fuente: GEM-España APS 2024



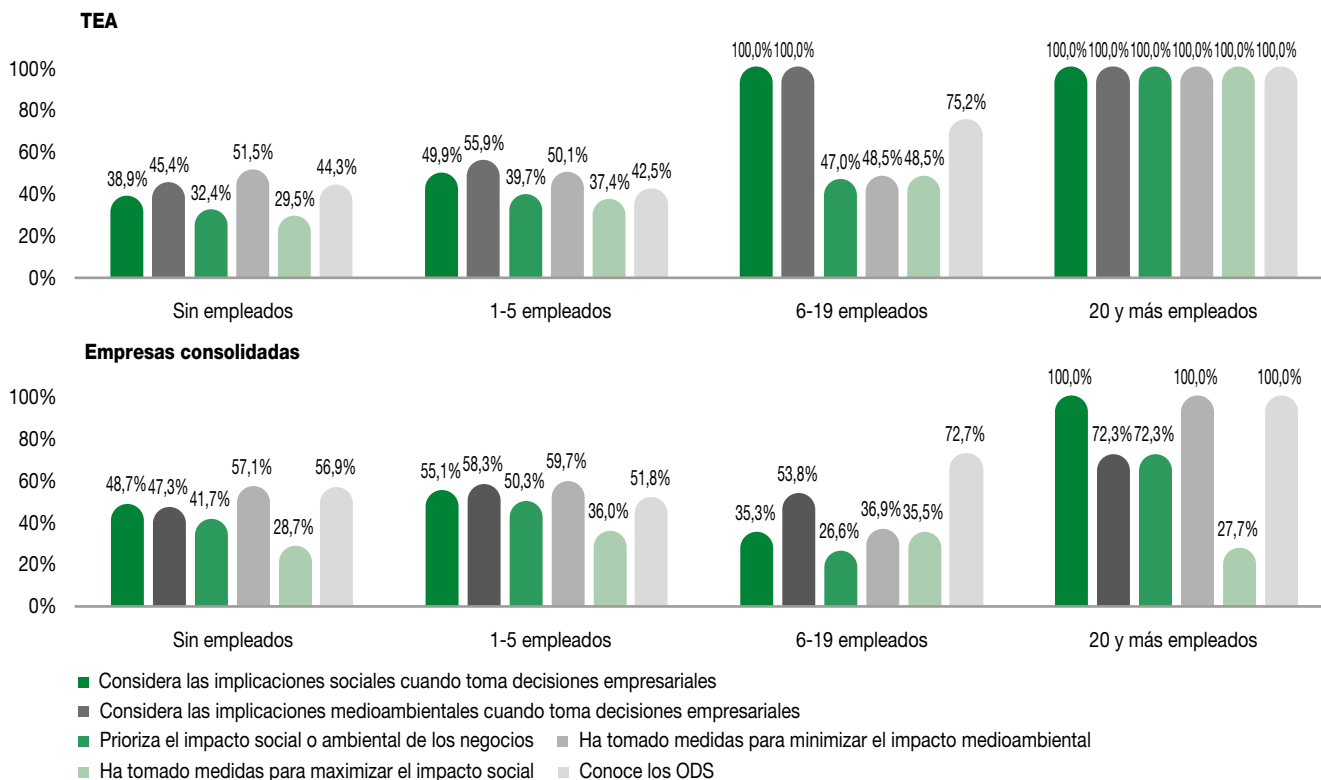
**Gráfico 4.37.** Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León en función del sector de actividad

Fuente: GEM-España APS 2024



Asimismo, en lo que respecta al tamaño empresarial (Gráfico 4.38), en general, tanto entre los emprendedores recientes como los consolidados, en las iniciativas empresariales de mayor tamaño se ponen de manifiesto un mayor conocimiento de los ODS, una mayor consideración de las implicaciones sociales y medioambientales en la toma de decisiones, y más medidas para minimizar su impacto negativo sobre el medioambiente y maximizar su potencial efecto positivo sobre la sociedad.

**Gráfico 4.38.** Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León en función del tamaño  
Fuente: GEM-España APS 2024



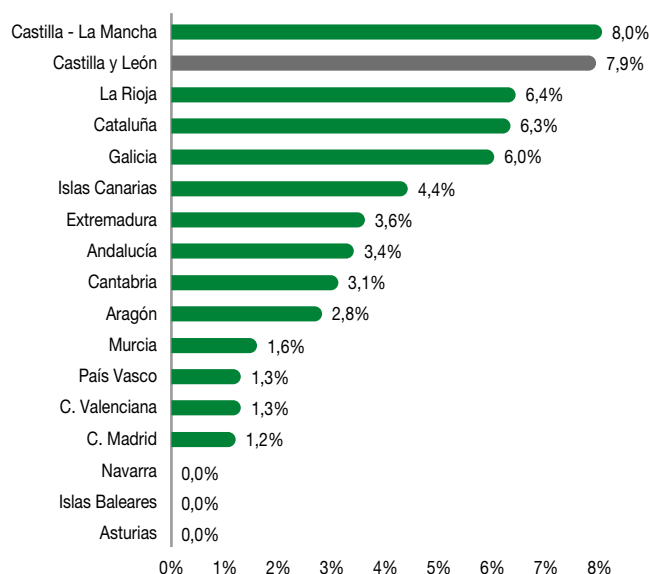
## 4.8. POSICIONAMIENTO REGIONAL DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

La distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) evidencia el mayor peso del sector servicios, tanto al consumidor como a empresas, en la mayor parte de las Comunidades Autónomas (Gráfico 4.39). No obstante, con una tasa cercana al 8% en el sector extractivo, Castilla y León se posiciona como la Comunidad Autónoma más importante (7,9%) en este sector junto a Castilla-La Mancha. Respecto al resto de sectores, los negocios de los emprendedores castellanos y leoneses se localizan en el transformador (14,5%), y en los de servicios a empresas (26,9%) y al consumidor (50,7%).

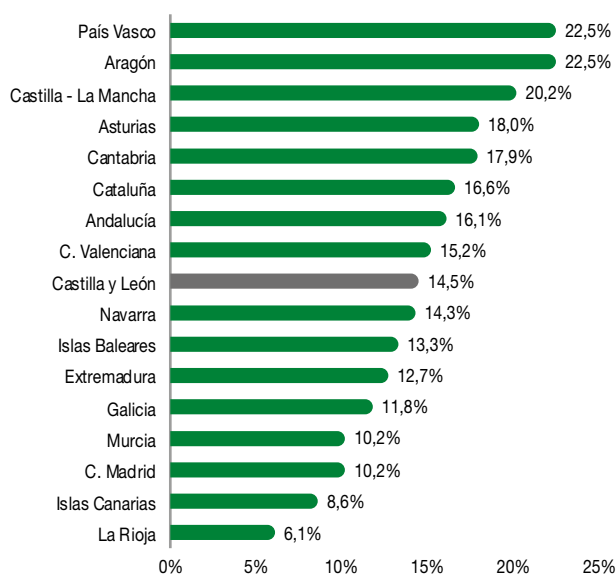
**Gráfico 4.39.** Posicionamiento por CC.AA. en función del sector de actividad

Fuente: GEM-España APS 2024

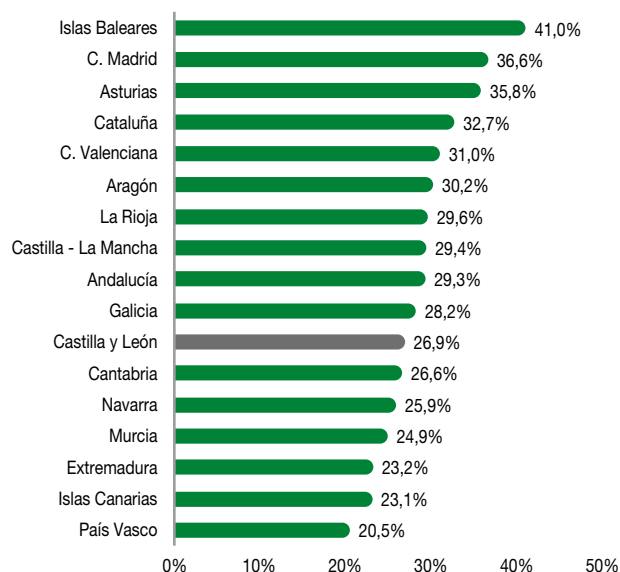
### Extractivo



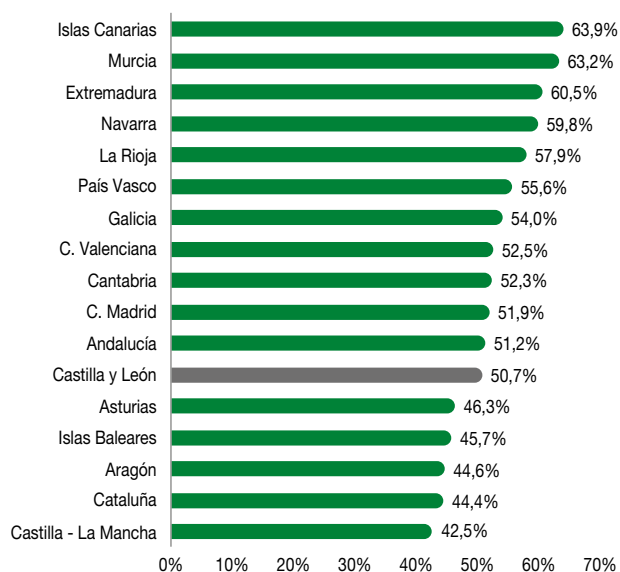
### Transformador



### Servicios a empresas



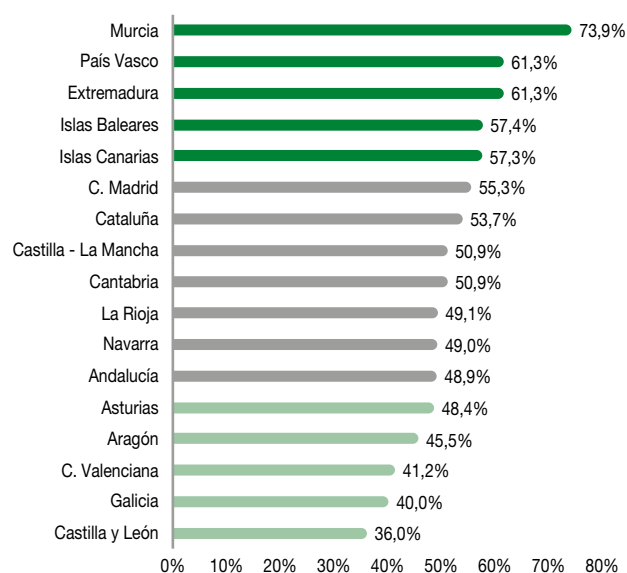
### Servicios al consumidor



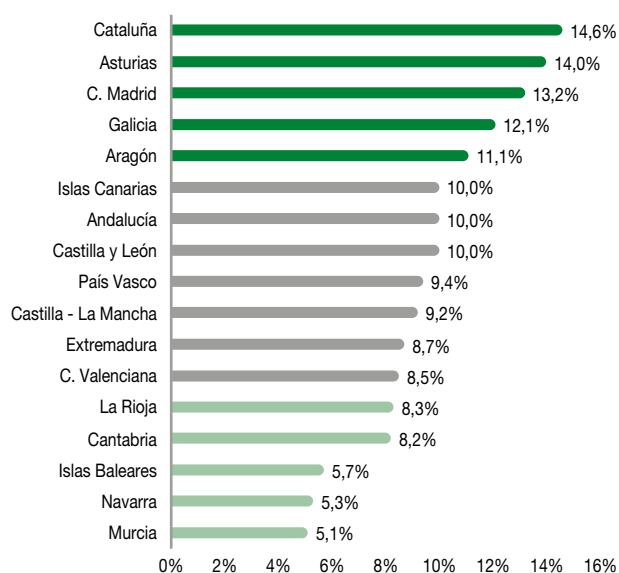
En cuanto al nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) (Gráfico 4.40), en Castilla y León se observa que, por un lado, la Comunidad Autónoma ocupa la última posición, de un *ranking* liderado por la Región de Murcia, en lo que respecta a la expectativa de adopción de tecnologías digitales en la gestión empresarial, mientras que, por otro, se sitúa en una posición intermedia, pero más próxima a las autonomías que encabezan la clasificación (Cataluña y Asturias), en cuanto a la cantidad de iniciativas emprendedoras nacientes que se desarrollan en sectores de intensidad tecnológica media-alta.

**Gráfico 4.40.** Posicionamiento por CC.AA. en función del nivel tecnológico, la orientación internacional y la sostenibilidad  
Fuente: GEM-España APS 2024

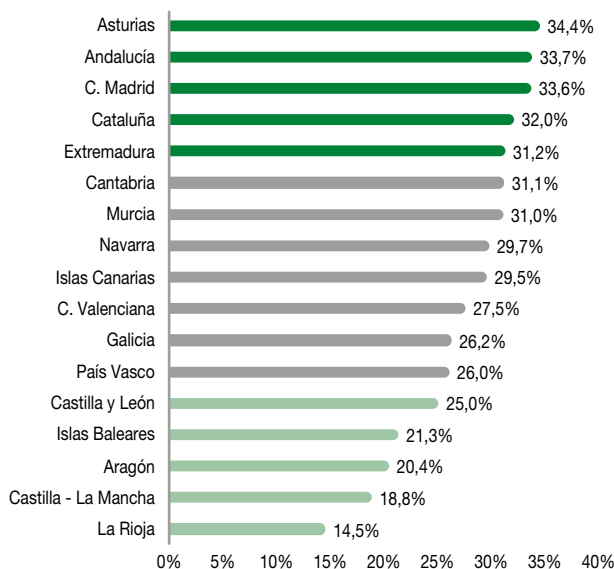
### Expectativas de adopción de tecnologías digitales



### Actividad en sectores de intensidad tecnológica media-alta

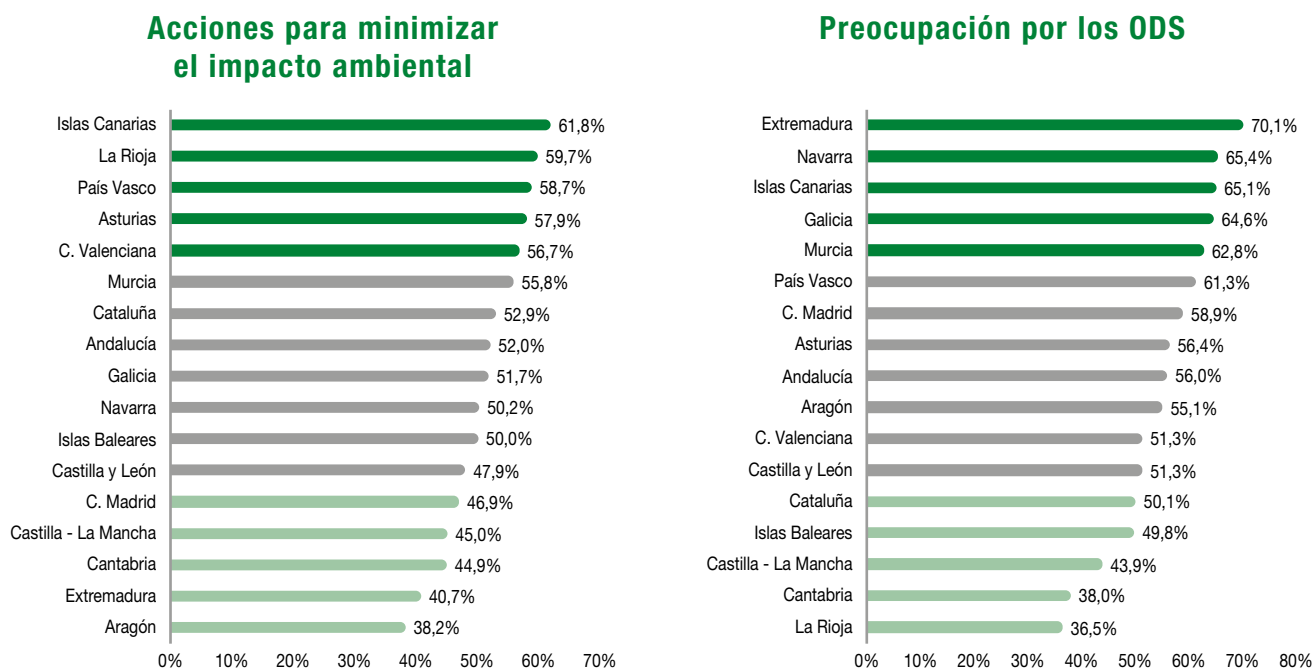


### Ingresos procedentes del extranjero



En relación con la orientación internacional, un 25% de las iniciativas emprendedoras castellanas y leonesas obtiene ingresos procedentes del extranjero (frente al 34,4% de las de Asturias, región que se sitúa en la primera posición), lo cual la posiciona en el último cuartil en la comparativa regional, pero con una diferencia porcentual apreciable respecto a las Comunidades Autónomas con menos iniciativas emprendedoras exportadoras. Finalmente, respecto a la orientación a la sostenibilidad de los emprendedores recientes, tanto en el plano formal (puesta en marcha de acciones para minimizar los efectos negativos sobre el medioambiente) como en el material (preocupación por la contribución al logro de los ODS), Castilla y León ocupa una posición intermedia en la comparativa autonómica (estas cuestiones están lideradas, respectivamente, por Canarias y Extremadura).

**Gráfico 4.40.** Continuación



## ANEXO.

# Glosario

**TEA Nacientes:** porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región, que es propietaria o copropietaria fundadora de empresas de nueva creación con una vida inferior a los 3 meses, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no exceda los 3 meses.

**TEA Nuevas:** porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región, que es propietaria o copropietaria fundadora de empresas cuya actividad emprendedora haya supuesto el pago de salarios por un periodo comprendido entre los 3 y 42 meses.

**TEA (Total Early Stage Entrepreneurial Activity) o tasa de emprendedores con empresas en fase inicial (nacientes y nuevas):** se calcula como el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región, que es propietaria o copropietaria fundadora de empresas de nueva creación que hayan persistido en el mercado por un periodo comprendido entre los 0 y 42 meses (3,5 años). Este indicador aglutina a los dos conceptos anteriores, por lo que, para realizar su cálculo definitivo, se eliminan las duplicaciones que puedan producirse en aquellas personas adultas que estén implicadas al mismo tiempo en las dos tipologías de empresa (naciente y nueva).

**EEA (Employee Entrepreneurial Activity) o tasa de empleados emprendedores** se calcula como el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región/ciudad, que trabaja por cuenta ajena para organizaciones existentes, y que en los últimos tres años han participado liderando activamente el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, en la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs* / *spin-outs* / *start-ups*).

**La tasa de empresarios con empresas consolidadas** representa el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región, que ha fundado negocios cuya actividad haya supuesto el pago de salarios por un periodo superior a los 42 meses.

La variable **abandonos** de empresa refleja el porcentaje de población adulta entre 18 y 64 años en cada país/región que declaró haber cerrado o traspasado un negocio en los últimos 12 meses.

Los **inversores informales** (*Business Angels*, *Bas*) se consideran aquellas personas que han invertido en otros negocios en los últimos 3 años, siendo ajenas a los mismos y sin valerse de un mecanismo contractual o institucional (se excluyen las inversiones en bolsa, fondos de inversión, etc.).

**NECI:** conjunto de indicadores del contexto de emprendimiento nacional.

**TEA Rural:** porcentaje de la población adulta entre 18-64 años de municipios de hasta 5.000 habitantes involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años.

**TEA más de 33% de discapacidad:** porcentaje de la población adulta entre 18-64 años con más de un 33% de discapacidad involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años.

**TEA Extranjeros:** porcentaje de la población adulta entre 18-64 años de origen extranjero involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años.



# Casos de emprendimiento



# Nagami Design, S.L.



**Nagami**

**Nombre de los emprendedores:** Manuel Jiménez García, Ignacio Viguera Ochoa y Miguel Ángel Jiménez García.

**Nombre del negocio:** Nagami Design, S.L. (<https://nagami.design/>).

**Ubicación del negocio:** Ávila.

**Año de lanzamiento del negocio:** 2016.

**Breve descripción del negocio:** En NAGAMI exploramos el futuro del diseño en una nueva era tecnológica. La investigación y la innovación son la esencia de nuestros productos, desarrollados en colaboración con diseñadores de renombre internacional, que empleen nuestra tecnología para crear productos innovadores. Elaboramos todos los detalles, desde la concepción temprana de un producto, hasta el *software* que le permite cobrar vida, explorando nuevas formas de crear muebles y entornos que llevan los límites de la imaginación a territorios desconocidos. En NAGAMI aceleramos la transición hacia la sostenibilidad, creando diseños exclusivos fabricados en impresión 3D con materiales reciclados.

## ¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Significa poder llevar al mundo de los negocios la creatividad que corre por nuestras venas, innata pero también adquirida a través de nuestra formación como arquitectos. Significa también poder poner toda la ilusión y el esfuerzo en buscar algo diferente, innovar en la fabricación y en la manera de hacer las cosas, contribuir a la sociedad y formar un equipo que acompañe con ilusión en un camino incierto y duro, pero apasionante. Significa perseguir la excelencia en cada detalle de una organización, tratar de anticiparse al futuro, y todo ello con la ambición de dejar una huella positiva en nuestro entorno y el planeta.

## ¿Cómo surgió la idea?

Surge con la llegada generalizada de la impresión 3D a partir del 2010, y viendo su gran potencial, rápidamente detectamos la oportunidad de llevarla a escalas más grandes y a más campos creativos, como el diseño y la arquitectura. Las investigaciones de Manuel en la Bartlett School of Architecture de Londres sobre la fabricación digital y esos primeros contactos de Ignacio y Miguel Ángel con las impresoras 3D de escritorio, nos hicieron unirnos para desarrollar un sistema propio de impresión 3D robótica de gran formato, hoy conocido como LFAM (*Large Format Additive Manufacturing*). Desde los comienzos aunamos desarrollos de *hardware*, *software* y la pasión por el diseño, así como la visión de fabricar de un modo más eficiente y sostenible. Nuestra ambición es cambiar la manera en la que se produce, principalmente mobiliario, interiores y también arquitectura, haciéndolo con una enorme capacidad formal y más sostenible (empleando materiales reciclados y biocompuestos), fabricando por encargo sin acumular stock o estableciendo una red de fabricación distribuida.

## ¿Qué dificultades encontrasteis?

Muchas o pocas, según se mire. Emprender es complicado, y surgen dificultades a nivel social, administrativo, financiero, etc. En nuestro tipo de emprendimiento, tecnológico y creativo, y en cierto modo revolucionario, con bastantes necesidades de capital, equipamiento y espacio, los apoyos financieros han sido la principal dificultad. Se tiende a buscar rentabilidades inmediatas y ver sólo números, y sin el apoyo familiar y de *business angels* nuestra historia hubiera sido diferente. Además, en España es muy complicado y tedioso crear una empresa, y también costoso en tiempo y dinero. Asimismo, la captación de talento, aunque no ha sido en nuestro caso, es complicada, sobre todo en las empresas pequeñas y que están lejos de las grandes ciudades, por lo que el apoyo de la Administración en este sentido sería muy positivo.

## ¿Quién o quiénes os ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideráis que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

Por encima de todo y desde el minuto uno, nuestras familias, parejas y amigos. Hay muchos momentos en los que se hace casi imposible conciliar el emprendimiento con lo demás, y tener estos apoyos incondicionales es crucial. También hemos tenido la suerte de que nuestras familias creyeron en nosotros y apostaron por el proyecto, arriesgando mucho de lo que cuesta una vida conseguir.

Es necesario facilitar y agilizar los trámites administrativos para constituir una empresa, y recibir apoyo económico, tanto en el proceso de constitución de la empresa como en sus primeras etapas. Asimismo, sería muy importante fomentar el emprendimiento como opción profesional y formar en materia financiera y laboral desde las edades más tempranas, y no solo en las grandes ciudades, sino también en el medio rural.

## ¿Qué consejos daríais a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

Todo emprendedor debería tener tres "superpoderes": pasión, perseverancia y paciencia. Seguro que hay muchos más, pero sin pasión no se puede aportar energía a la idea y transmitirla a los que acompañan o ayudan; la perseverancia es la clave para intentarlo una y otra vez, afrontar los éxitos y los fracasos, y asumir que emprender es como una "montaña rusa"; y paciencia porque los resultados no serán inmediatos, habrá días buenos y malos, y es necesario mantener la esperanza y el saber estar, con compañeros, clientes, proveedores y con nuestro entorno más cercano.

# Quiropráctica Burgos



**Nombre de la emprendedora:** Casilda Delgada Calvo.

**Nombre del negocio:** Quiropráctica Burgos (<https://quiropacticaburgos.es/>).

**Ubicación del negocio:** Burgos.

**Año de lanzamiento del negocio:** 2018.

**Breve descripción del negocio:** La Quiropráctica es una profesión que precisa cursar una formación de 5 años a tiempo completo para poder ser aplicada, y está especializada en la columna vertebral y el sistema nervioso. Concretamente ayuda a mejorar la conexión del cerebro con el resto del cuerpo a través del cableado del sistema nervioso, eliminando las interferencias que puedan existir en alguna vertebra de la columna que comprime un nervio. Está indicada para cualquier persona que quiera mantener una buena calidad de vida y cuidarse, y por supuesto para quienes la han perdido y la quieren recuperar.

## ¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Significa apostar por una pasión que puede contribuir a tener un mundo mejor, con personas más saludables y conectadas. En mi caso, está directamente relacionada con mi misión de vida, ayudando a mejorar el bienestar de la sociedad.

## ¿Cómo surgió la idea?

Cuando terminé mis estudios en Barcelona College of Chiropractic, decidí volver a Burgos, mi ciudad natal, para crear el primer centro de Quiropráctica de la ciudad. Creía firmemente en la idea y decidí poner en marcha QUIROPRÁCTICA BURGOS, porque no había ninguna en Burgos, y la verdad que ha tenido una gran acogida, superando ampliamente mis expectativas iniciales.

## ¿Qué dificultades encontraste?

Sobre todo el desconocimiento de la profesión por parte de la gente, porque aún hoy en día sigo explicando las diferencias que presenta la Quiropráctica con otras disciplinas similares y totalmente compatibles. Considero que es muy necesario ofrecer información porque todavía es una gran desconocida en el sector de la salud. Las personas que reciben cuidado quiropráctico en nuestro centro notan la diferencia.

## ¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideras que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

Sobre todo mis padres, porque han sido mis grandes apoyos para poner en marcha este proyecto, tanto económicamente como moralmente. Para fomentar el emprendimiento me parece vital recibir asesoramiento en temas fiscales y administrativos, porque son asuntos muy importantes, desde antes incluso del inicio de la actividad del negocio, y las personas que emprenden muchas veces los desconocen.

## ¿Qué consejos darías a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

Les aconsejaría que se relacionen con otros emprendedores con los que compartir sus inquietudes y a los que acudir para consultar cualquier cuestión, tanto relacionada con la puesta en marcha del negocio, ya que es una etapa vital, como con el desarrollo posterior del mismo. Además, es muy importante emprender con algo que apasione mucho y en lo que se crea de verdad, porque aunque es importante que un negocio sea rentable, en mi opinión no debería ser la prioridad ni la razón de emprender. Todo funciona mejor cuando hay pasión y convicción de estar en el lugar adecuado.

# Webotnix, S.L.



**Nombre del emprendedor:** Carlos Manuel Llamas Campos.

**Nombre del negocio:** Webotnix, S.L. (<https://www.webotnix.com/>).

**Ubicación del negocio:** Valdelafuente (León).

**Año de lanzamiento del negocio:** 2021.

**Breve descripción del negocio:** EWEBOTANIX es una empresa leonesa especializada en complementos alimenticios, fitoterapia y cosmética ecológica. Nuestro propósito es mejorar la salud y el bienestar de las personas mediante fórmulas naturales basadas en la evidencia científica, con un fuerte compromiso con la sostenibilidad y la innovación. Actualmente, y todavía con mucho por hacer, WEBOTANIX comienza a ser un laboratorio reconocido y valorado en el sector.

## ¿Qué significa para ti ser emprendedor?

El mero hecho de tener una idea y conseguir que se convierta en realidad, ayudando a miles de personas, es algo indescriptible. En mi caso en particular, siendo padre de familia numerosa, lo entiendo también como parte del proceso de educación hacia mis hijos. Sin duda es un viaje lleno de incertidumbre, pero también de crecimiento personal y profesional.

Implica arriesgar, aprender y reinventarse constantemente, pero también liderar con propósito, asumir el desafío de crear empleo y demostrar que desde una ciudad como León se pueden lanzar proyectos con impacto global.

## ¿Cómo surgió la idea?

La idea de WEBOTANIX surge en un momento de reorientación profesional y tras más de 15 años de experiencia en el sector de los productos naturales. Nace como un proyecto especializado en Cannabis y CBD, y progresivamente hemos ido pivotando hacia el laboratorio global de fitoterapia científica que somos ahora. Gracias a mi experiencia previa, tenía claro cuales iban a ser los pilares de WEBOTANIX: ciencia, sostenibilidad, eficacia y confianza.

## ¿Qué dificultades encontraste?

El emprendimiento es un camino duro y muy exigente. Sin duda, uno de los retos en cualquier proyecto es la financiación, y en nuestro caso en particular, nos enfrentamos además al hándicap de la regulación, porque a nivel europeo, no hay una normativa uniforme y clara en el campo de las aplicaciones del cannabis y cáñamo terapéutico, pero donde muchas empresas y proyectos encontraron una barrera, para nosotros fue una oportunidad. Nuestro objetivo era conseguir un producto excelente con las certificaciones de calidad más exigentes, lo que nos supuso un gran reto. Asimismo, también están las dificultades del día a día que surgen en cualquier proyecto. La expresión "búscate la vida" nos ha acompañado desde los inicios, y es que no hay nada más motivador para un emprendedor que un NO y de esos hemos tenido cientos.

## ¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideras que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

Inicialmente conté con el apoyo de mi entorno más cercano y con la experiencia acumulada en el sector, que me permitió tomar decisiones con criterio para equivocarme lo menos posible. Especialmente, el apoyo de mi mujer ha sido determinante, porque además de participar en WEBOTANIX por su formación y experiencia, su confianza y apoyo han sido decisivos en los momentos más duros. Fomentar, impulsar y apoyar el emprendimiento debería ser una prioridad en España. Concretamente, la pequeña y mediana empresa son actores claves en la economía de un país y no darles el apoyo adecuado supone hipotecar nuestro futuro y el de las próximas generaciones. También sería necesario promover la creación de ecosistemas que conecten a *startups* con inversores, universidades y centros de innovación, así como ofrecer programas de *mentoring* que ayuden a acelerar proyectos con alto potencial.

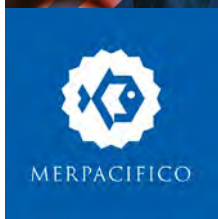
## ¿Qué consejos darías a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

Si el objetivo de la idea de negocio es el dinero, es mejor no ponerla en marcha y olvidarla, porque para mí emprender no va de motivación sino de disciplina, y creo que esto se puede aplicar a la vida misma. Es muy importante tener claro el propósito: por qué se quiere emprender y qué valor se quiere aportar, porque es lo que te dará fuerza en los momentos difíciles. También es clave rodearse de un buen equipo, cuando sea posible, y no tener miedo a pedir ayuda y aprender constantemente. Aunque nadie me lo dijo antes, por mi experiencia, lo más importante es tener la capacidad de "navegar" en la incertidumbre, y que ni el día a día ni los momentos difíciles te aparten de tu objetivo.

**WEBOTANIX**  
FITOTERAPIA CIENTÍFICA



# Merpacífico Norte, S.L.U.



**Nombre de la emprendedora:** Carmen Manuela Merino Rojo.

**Nombre del negocio:** Merpacífico Norte, S.L.U. (<https://merpacifico.com/>).

**Ubicación del negocio:** Palencia.

**Año de lanzamiento del negocio:** 2023.

**Breve descripción del negocio:** MERPACÍFICO es una empresa palentina especializada en el procesado y comercialización de productos del mar, con el pulpo como principal referente. Nuestras instalaciones, modernas y altamente automatizadas, nos permiten garantizar la máxima calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad en toda la cadena de valor. MERPACÍFICO se creó con el propósito de demostrar que, desde el corazón de Castilla y León, también se puede liderar un sector tradicionalmente vinculado a la costa, creando empleo, innovación y orgullo de territorio.

### ¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Significa dar un paso más allá de lo convencional. Es creer que, desde Palencia, podemos construir un proyecto innovador y competitivo a nivel internacional. También es asumir un compromiso con la provincia, creando empleo estable, abriendo oportunidades y demostrando que la gente joven podemos liderar empresas punteras sin tener que marcharnos de nuestra tierra.

### ¿Cómo surgió la idea?

La idea nace de mi padre, Conrado, pero también de una visión compartida: aprovechar una oportunidad de mercado y demostrar que se puede transformar un producto del mar con calidad y tecnología desde el interior de Castilla y León. Yo asumí el reto de trasladar ese sueño a una gestión moderna, con visión de futuro, incorporando innovación y una estrategia clara de internacionalización.

### ¿Qué dificultades encontraste?

Al principio nos enfrentamos a la incredulidad porque muchos pensaban que un proyecto así no podía localizarse en Palencia. Además, su puesta en marcha exigía una inversión muy importante, procesos de certificación de máxima exigencia y la capacidad de formar un equipo altamente cualificado en un sector nuevo para la provincia. Todo ello fue un reto, pero también una gran motivación.

### ¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideras que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

Lo más valioso fue el equipo humano que decidió sumarse al proyecto y confiar en él. También el apoyo de mi familia y de las instituciones que apostaron por nosotros.

Creo que, para fomentar el emprendimiento, es clave facilitar la financiación, agilizar los trámites y crear entornos de acompañamiento y formación que ayuden a los emprendedores a dar el salto con menos miedo al fracaso.

### ¿Qué consejos darías a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

Les diría tres cosas: primero, creer en ti y en tu idea, incluso cuando otros duden. Segundo, rodearte de personas que compartan tu visión, porque un buen equipo multiplica los resultados. Y tercero, ser constante y resiliente, ya que los obstáculos llegarán, pero con determinación y trabajo se superan.

# Meins Consulting, S.L.U.



**Nombre del emprendedor:** Julián Herrero González (Presidente y fundador).

**Nombre del negocio:** Meins Consulting, S.L.U. (<https://meins.es/>).

**Ubicación del negocio:** La sede central se encuentra en Villares de la Reina (Salamanca) y cuenta también con instalaciones en Coreses (Zamora).

**Año de lanzamiento del negocio:** La empresa inició operaciones en 1998 como empresa de servicios industriales eléctricos, y en 2011 amplió su actividad como empresa de venta de soluciones de centros de transformación para el mercado renovable.

**Breve descripción del negocio:** Meins es un fabricante internacional, exclusivo y disruptivo de centros de transformación y subestaciones eléctricas prefabricadas en hormigón, diseñadas a medida para cada cliente y proyecto. Su propuesta permite reducir de forma única los tiempos de obra en el mercado, ofreciendo soluciones personalizadas de Alta Tensión (AT) hasta 132 kV para instalaciones fotovoltaicas (PV), BESS, eólicas, infraestructura de vehículos eléctricos (EV), centros de datos e incluso sistemas híbridos que combinan distintas tecnologías.

## ¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Alguien que facilita una solución transgresora a una necesidad en cualquier mercado, sin conformarse con lo que ya existe ni con la forma en que actúan los demás actores del sector.

## ¿Cómo surgió la idea?

Escuchando los problemas de un cliente que necesitaba un modelo negocio más flexible para ejecutar obras en distintos países, ya que el que utilizaba en ese momento no le permitía crecer.

## ¿Qué dificultades encontraste?

Convencer a nuestros colaboradores de que la idea tenía sentido y, al mismo tiempo, transmitir a nuestro cliente que, aunque el riesgo era alto porque nadie lo había realizado antes, el proyecto era viable siempre que colaboraran en su desarrollo.

## ¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideras que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

Conté con el apoyo de nuestro equipo interno y de nuestros *partners* más cercanos.

Es importante transmitir que una idea por sí sola no constituye un negocio, es necesario conocer bien el mercado y el nicho en el que se quiere entrar. Además, para fomentar el emprendimiento, sería clave reducir la burocracia institucional, agilizar los procesos, profesionalizando a los técnicos para que los emprendedores puedan acceder a las ayudas públicas.

## ¿Qué consejos darías a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

Escuchar, ser capaces de transmitir la idea sin enamorarse de la misma, encontrar la *Vaca Púrpura* (Seth Godin).



# Barcos de Aluminio, S.L.



**Nombre del emprendedor:** Santiago Parga Landa.

**Nombre del negocio:** Barcos de Aluminio, S.L. (<https://www.moggaro.com/>).

**Ubicación del negocio:** Valverde del Majano (Segovia).

**Año de lanzamiento del negocio:** 2004.

**Breve descripción del negocio:** MOGGARO Aluminium Yachts es un astillero pionero en el diseño y construcción de embarcaciones de aluminio naval para uso recreativo y profesional. La gran variedad de productos que fabricamos y nuestra amplia experiencia, nos han convertido en un referente del sector a nivel mundial. En este sentido, hemos desarrollado más de 50 proyectos y construido 350 embarcaciones, con esloras entre 3 y 26 metros, y con destino a 34 países de cuatro continentes. Construimos desde barcos de buceo, transporte turístico (pasaje), salvamento y rescate, interceptoras de vigilancia y catamaranes, hasta casas flotantes y barcos de recreo, entre otros. Además, recientemente hemos construido la primera embarcación en titanio, lo que convierte a MOGGARO en el primero astillero civil en lograrlo, marcando un nuevo rumbo en la construcción naval.

**¿Qué significa para ti ser emprendedor?**

Ser emprendedor es creer firmemente en una idea de negocio, hasta el punto de asumir riesgos para llevarla adelante y desarrollarla.

**¿Cómo surgió la idea?**

La idea surgió cuando construimos la primera embarcación de 5 metros en aluminio para uso privado como aficionados a la náutica. Teníamos una de fibra de vidrio que se había fisurado, y decidimos diseñar una en aluminio y construirla en una fábrica auxiliar de construcción naval de Asturias. Después de comprobar que el comportamiento del casco de aluminio era muy superior a la fibra de vidrio, y que en España nadie construía barcos para uso recreativo y profesional en esloras pequeñas con este material, decidimos lanzarnos creando MOGGARO y comenzamos a diseñar y construir barcos de aluminio.

**¿Qué dificultades encontraste?**

Los comienzos fueron difíciles, porque en España no había un mercado de embarcaciones construidas en aluminio y había un gran desconocimiento por parte del público objetivo. Aunque encontramos un nicho de mercado al que pudimos llegar, y poco a poco fuimos diseñando nuevos modelos y ganando clientes.

**¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideras que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?**

El esfuerzo económico fue totalmente familiar, ya que no recibimos ayudas de ningún organismo público.

Considero que los proyectos de emprendimiento deberían contar, como mínimo, con incentivos fiscales durante los primeros tres a cinco años, especialmente en el ámbito laboral. En esta etapa inicial, prácticamente todos los recursos se destinan a inversión y gasto, y resulta muy difícil alcanzar beneficios hasta que el mecanismo de funcionamiento de la empresa se consolida. Por ello, sería fundamental aplicar reducciones en las cargas sociales y fiscales vinculadas a la contratación, con el fin de favorecer la creación de empleo y garantizar la viabilidad de nuevos proyectos empresariales.

**¿Qué consejos darías a los que deseen iniciar la aventura de emprender?**

Emprender es un proceso bastante impulsivo y, en nuestro caso, fue toda una aventura porque abrimos un mercado inexistente en España. Gracias a nuestra apuesta por la internacionalización y el diseño de nuevos productos, conseguimos entrar en este nicho del mercado náutico. La única manera de tener éxito es emplear mucho tiempo y grandes dosis de sacrificio, y analizar continuamente el escenario en el que te mueves con el fin de no cometer errores, sobre todo al principio.



# Duruelo Mountain Suites, S.L.



**Nombre del emprendedor:** Alejandro del Amo Álvaro.

**Nombre del negocio:** Duruelo Mountain Suites, S.L. (<https://duruelomountainsuites.com/>).

**Ubicación del negocio:** Duruelo de la Sierra (Soria).

**Año de lanzamiento del negocio:** 2022.

**Breve descripción del negocio:** DURUELO MOUNTAIN SUITES es un hotel boutique de 4 estrellas situado a los pies de los Picos de Urbión, en plena naturaleza y donde se pueden realizar todas las actividades propias del lugar. Cuenta con 12 habitaciones, mezclando el lujo y la comodidad, donde el cliente puede disfrutar de una estancia única y cuidada hasta el último detalle. Además, dispone de un restaurante en el que se puede disfrutar de la mejor gastronomía con productos de temporada, auténticos y de calidad. Asimismo, cuenta con SPA, sauna y jacuzzi, porque nos encanta cuidar a nuestros clientes con todo el mimo y detalle, y hacerles vivir una experiencia única e inolvidable.



## ¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Significa tener la ilusión por una idea en la que crees y apuestas, disponer de la capacidad para analizar su viabilidad y ponerla en marcha, y trabajar muy duro y con mucha constancia para sacarla adelante, porque aunque emprender es una bonita experiencia, también

surgen algunos momentos difíciles.

## ¿Cómo surgió la idea?

Siempre tuve la ilusión de poder llevar a cabo este tipo de proyecto en mi tierra. Quería hacer algo distinto, enfocado a un turismo diferente del habitual y que tuviera cabida en esta zona.

## ¿Qué dificultades encontraste?

Las propias de cualquier proyecto empresarial. Sobre todo la burocracia “espacio-temporal”, porque fueron muchos los trámites administrativos que tuve que realizar en varias Administraciones Públicas, desde los permisos de obra y actividad, pasando por la autorización como negocio hotelero y la actividad de restauración, etc., y porque algunos fueron excesivamente largos. No obstante, a pesar de ello, creo que ha merecido la pena.

## ¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideras que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

Básicamente mi familia, porque su apoyo incondicional fue muy importante para sacar adelante el proyecto, y no solo en lo material, sino también para animarme a seguir cuando se presentaba alguna dificultad. Y también he tenido la suerte de contar con un gran equipo de trabajo, que igualmente ha contribuido a hacer realidad mi sueño.

Es muy importante simplificar los trámites administrativos cuando se solicitan subvenciones y agilizar, en la medida de lo posible, la comunicación de la concesión o no de las mismas, porque antes de poner en marcha la idea de negocio es preciso conocer con qué financiación se puede contar, y porque muchas veces, cuando llegan, ya es demasiado tarde. Además, también es muy importante rebajar la fiscalidad a las empresas, sobre todo a los autónomos. En definitiva, es preciso hacer más atractiva la inclusión en el mundo empresarial.

## ¿Qué consejos darías a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

Sobre todo tener una actitud positiva y mucha perseverancia, porque en los negocios hay días buenos, no tan buenos y alguno malo, pero lo importante es no rendirse y seguir adelante. El éxito no es precisamente una carrera de los “100 metros lisos”, sino una “maratón”.



# Comienza El Plan, S.L.



FoogaPlan

**Nombre del emprendedor:** Manuel Marcos Martínez.

**Nombre del negocio:** Comienza El Plan, S.L. (<https://www.foogaplan.com/>).

**Ubicación del negocio:** Valladolid.

**Año de lanzamiento del negocio:** 2016.

**Breve descripción del negocio:** La marca FOOGAPLAN surge con una visión clara: crear zapatillas que combinaran calidad, confort y un diseño atemporal. Inicialmente, las ventas eran exclusivamente *online*, pero la buena acogida por parte del público provocó ampliar la oferta de productos, a ropa y complementos, y abrir nuevos mercados y una tienda física en Valladolid. En la actualidad realizamos envíos a toda Europa y hemos conseguido consolidar FOOGAPLAN como una marca de referencia de moda casual. Seguimos apostando por crear piezas que acompañen cada día, pero sin renunciar al estilo ni a la comodidad.

## ¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Significa, en dos palabras, libertad y aprendizaje. Libertad, porque eres el dueño de tu tiempo, uno de los bienes más valiosos que tenemos, y aunque emprender requiere mucho esfuerzo y dedicación, te permite emplearlo en las dosis necesarias en el negocio. Y aprendizaje, porque todos los días surgen situaciones nuevas, algunas livianas y otras no tanto, de las que se toman muy buenas lecciones de vida, no solo desde el punto de vista empresarial, sino también personal.

## ¿Cómo surgió la idea?

Durante años he coleccionado zapatillas, y un buen día decidí crear mi propia marca. Lo que comenzó con un juego y entretenimiento, pasó a ser un negocio de moda, y aunque el calzado es el producto estrella, también amplié, como comenté antes, el número de referencias a la ropa y los complementos.

## ¿Qué dificultades encontraste?

Abrir un negocio nunca es tarea fácil, y más si cabe en un mercado tan competitivo como el del calzado, ropa y complementos. No obstante, en nuestro caso, la principal dificultad fue buscar proveedores y encontrar los más adecuados para el enfoque que quería dar al negocio.

## ¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideras que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

Sin lugar a dudas, mi gente más cercana, porque siempre ha estado ahí para apoyarme en todo lo que fuera necesario. Considero que, para fomentar el emprendimiento, las medidas que los emprendedores más echamos de menos son, por un lado, reducir considerablemente la burocracia que existe en la puesta en marcha un negocio y, por otro, disminuir la carga fiscal que debemos soportar.

## ¿Qué consejos darías a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

Que se rodeen de un buen equipo. Para mi es la clave del negocio, ellos son los mejores embajadores de tu marca y van a hacer que el negocio crezca lo más rápido posible.



# Queserías Chillón Plaza, S.L.



**Nombre de los emprendedores:** Teodolindo Chillón Plaza y sus hijos Gustavo y Roberto, que trabajan en la empresa, y Maica y José Manuel, que participan en la sociedad.

**Nombre del negocio:** Queserías Chillón Plaza, S.L. (<https://www.quesoschillon.com/>).

**Ubicación del negocio:** Toro (Zamora).

**Año de lanzamiento del negocio:** Aunque la actividad comenzó en 1890, fue en 1943 cuando se crea la firma comercial.

**Breve descripción del negocio:** En QUESOS CHILLÓN elaboramos queso de oveja manteniendo la tradición quesera heredada, sin dejar de lado la innovación y el desarrollo de productos adaptados a los nuevos hábitos de consumo, como el queso sin corteza, uno de nuestros logros más importantes y en el que somos pioneros. Defendemos y apostamos por el trabajo de los productores locales, recogiendo todos los días la leche de oveja de la comarca, y procuramos que nuestra actividad tenga el menor impacto posible sobre el medio ambiente. Somos un referente en el sector, con productos de excelencia en calidad, empleado el saber hacer de los maestros queseros de Chillón. Asimismo, disponemos también del MUSEO DEL QUESO CHILLÓN, que en 2022 obtuvo el reconocimiento de Tripadvisor como uno de los mejores destinos turísticos.

## ¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Significa creer en un proyecto y apostar fuerte por él, tanto en dedicación como en todos los recursos disponibles.

## ¿Cómo surgió la idea?

Nuestro bisabuelo Manuel comenzó en 1890 su negocio de producción y venta de quesos. Pronto vio la oportunidad de convertirse en arriero en el camino hacia Galicia, concretamente hasta O Barco de Valdeorras. Posteriormente, nuestro abuelo Valentín comenzó a vender en Madrid, Barcelona y Granada. A partir de los años 80, nuestro padre Teodolindo comenzó a modernizar los procesos de elaboración, lo que permitió vender en el mercado internacional. Además, también conservó multitud de útiles y piezas de sus antepasados, con la idea de poder mostrarlos y dar forma al relato de nuestra historia. Así, en 1999 decidimos potenciar el turismo gastronómico-cultural, cuando el enoturismo todavía no estaba de moda, y la acogida fue tan buena que conseguimos más de 20.000 visitantes en 2010, lo que nos motivó para crear el MUSEO DEL QUESO CHILLÓN en 2016. En la actualidad superamos los 40.000 visitantes anuales.

## ¿Qué dificultades encontrasteis?

El negocio viene de muy lejos, y como cuarta generación que somos, en nuestro caso ha sido elaborar el proyecto museográfico y poner en marcha el MUSEO DEL QUESO CHILLÓN, con toda la burocracia que ha supuesto darle de alta en la Junta de Castilla y León. Queremos señalar que somos el único museo del queso de España con carácter oficial y de capital privado.

## ¿Quién o quiénes os ayudaron en los momentos iniciales y qué medidas o ayudas consideráis que son más necesarias para fomentar el emprendimiento?

En nuestro caso, para la puesta en marcha del museo, no necesitamos financiación externa, aunque tuvimos muchas ofertas de diferentes entidades financieras en este sentido. Para fomentar el emprendimiento, es muy importante simplificar los trámites administrativos y contar con ayudas económicas y diferentes líneas de financiación. Además, también sería interesante poder disponer de algún tipo de asesoramiento o acompañamiento para lograr poner en marcha un negocio con éxito.

## ¿Qué consejos daríais a los que deseen iniciar la aventura de emprender?

El emprendimiento supone asumir riesgos y es preciso meditar muy bien todos los aspectos necesarios para poner en marcha un negocio. Si se hace correctamente y los números salen, a pesar de que habrá muchos altibajos por el camino, ¡adelante!, porque como dice el refrán, "el que la sigue, la consigue".



# Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2024-2025

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

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

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

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

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

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

# Índice de figuras

<b>Figura A.</b>	Marco teórico GEM revisado .....	9
<b>Figura B.</b>	Ficha de estudio de la encuesta APS en 2024 para Castilla y León.....	10
<b>Figura 2.1.</b>	Proceso emprendedor en Castilla y León y en España .....	25
<b>Figura 2.2.</b>	Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo en Castilla y León y en España .....	26
<b>Figura 2.3.</b>	Abandono de la actividad empresarial en Castilla y León y en España.....	27
<b>Figura 3.1.</b>	Distribución por edad de los emprendedores recientes (TEA) en función del sexo en Castilla y León y en España .....	32
<b>Figura 4.1.</b>	Capital semilla requerido entre hombres y mujeres .....	36

# Índice de gráficos

<b>Gráfico 1.1.</b>	Percepciones sobre valores, actitudes, modelos de referencia y oportunidades para emprender en Castilla y León y en España .....	18
<b>Gráfico 1.2.</b>	Percepción del contexto emprendedor en función del sexo en Castilla y León y en España..	19
<b>Gráfico 1.3.</b>	Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. en la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender .....	20
<b>Gráfico 1.4.</b>	Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. en las percepciones de miedo al fracaso y modelos de referencia .....	20
<b>Gráfico 1.5.</b>	Comparativa de la valoración de las condiciones del entorno por parte de los expertos en Castilla y León y España.....	21
<b>Gráfico 1.6.</b>	Valoración media de las condiciones del entorno para mujeres emprendedoras .....	22
<b>Gráfico 1.7.</b>	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender relacionadas con la IA....	23
<b>Gráfico 1.8.</b>	Factores impulsores del emprendimiento según los expertos en Castilla y León .....	23
<b>Gráfico 1.9.</b>	Recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor en Castilla y León .....	24
<b>Gráfico 1.10.</b>	Posicionamiento de Castilla y León en relación con el resto de CC.AA. en el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2024.....	24
<b>Gráfico 2.1.</b>	Posicionamiento de Castilla y León en el proceso emprendedor a nivel regional.....	28
<b>Gráfico 3.1.</b>	Motivaciones de las personas emprendedoras en Castilla y León y en España .....	30
<b>Gráfico 3.2.</b>	Distribución de las personas emprendedoras por edad en Castilla y León y en España.....	32
<b>Gráfico 3.3.</b>	Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa.....	34
<b>Gráfico 4.1.</b>	Índice TEA en función del nivel de renta de los emprendedores en Castilla y León y en España .....	35
<b>Gráfico 4.2.</b>	Porcentaje medio del capital semilla según la fuente de origen en Castilla y León y en España .....	37
<b>Gráfico 4.3.</b>	Nivel de conocimiento financiero en función del sexo a lo largo del proceso emprendedor.....	37
<b>Gráfico 4.4.</b>	Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad en Castilla y León y en España .....	38

<b>Gráfico 4.5.</b>	Distribución de las iniciativas emprendedoras según su forma jurídica en Castilla y León y en España .....	39
<b>Gráfico 4.6.</b>	Tamaño de las iniciativas emprendedoras en función del número de empleados en Castilla y León y en España .....	41
<b>Gráfico 4.7.</b>	Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España que contrataron en los últimos 12 meses .....	42
<b>Gráfico 4.8.</b>	Expectativas de creación de empleo en 5 años en Castilla y León y en España .....	42
<b>Gráfico 4.9.</b>	Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España .....	43
<b>Gráfico 4.10.</b>	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sexo en Castilla y León y en España .....	43
<b>Gráfico 4.11.</b>	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del nivel de estudios en Castilla y León y en España.....	44
<b>Gráfico 4.12.</b>	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en función del sector de actividad en Castilla y León y en España.....	44
<b>Gráfico 4.13.</b>	Innovación en producto y en proceso de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España .....	45
<b>Gráfico 4.14.</b>	Innovación en producto y en proceso en función del sexo en Castilla y León y en España ..	46
<b>Gráfico 4.15.</b>	Innovación en producto y en proceso en función del nivel educativo en Castilla y León y en España .....	47
<b>Gráfico 4.16.</b>	Innovación en producto y en proceso en función del sector de actividad en Castilla y León y en España .....	48
<b>Gráfico 4.17.</b>	Innovación en producto y en proceso en función del tamaño de la empresa en Castilla y León y en España .....	49
<b>Gráfico 4.18.</b>	Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio en Castilla y León y en España .....	50
<b>Gráfico 4.19.</b>	Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales en Castilla y León y en España .....	51
<b>Gráfico 4.20.</b>	Impactos positivos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en Castilla y León y en España .....	51
<b>Gráfico 4.21.</b>	Impactos negativos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en Castilla y León y en España .....	52
<b>Gráfico 4.22.</b>	Impactos positivos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en función del sexo .....	52
<b>Gráfico 4.23.</b>	Impactos negativos de implementar la inteligencia artificial en una empresa en función del sexo .....	53

<b>Gráfico 4.24.</b>	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en Castilla y León y en España .....	53
<b>Gráfico 4.25.</b>	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en el proceso emprendedor en función del sexo en Castilla y León y en España.....	54
<b>Gráfico 4.26.</b>	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del nivel educativo del emprendedor en Castilla y León y en España.....	54
<b>Gráfico 4.27.</b>	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del sector en Castilla y León y en España .....	55
<b>Gráfico 4.28.</b>	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en función del tamaño en Castilla y León y en España .....	56
<b>Gráfico 4.29.</b>	Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de su orientación internacional en Castilla y León y en España .....	57
<b>Gráfico 4.30.</b>	Orientación internacional en función del sexo en Castilla y León y en España .....	57
<b>Gráfico 4.31.</b>	Orientación internacional en función del nivel de estudios en Castilla y León y en España .....	58
<b>Gráfico 4.32.</b>	Orientación internacional en función del sector de actividad en Castilla y León y en España .....	59
<b>Gráfico 4.33.</b>	Orientación internacional en función del tamaño en Castilla y León y en España .....	60
<b>Gráfico 4.34.</b>	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Castilla y León y en España .....	61
<b>Gráfico 4.35.</b>	Orientación a la sostenibilidad en función del sexo .....	62
<b>Gráfico 4.36.</b>	Orientación a la sostenibilidad en función del nivel de estudios .....	63
<b>Gráfico 4.37.</b>	Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León en función del sector de actividad .....	63
<b>Gráfico 4.38.</b>	Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras en Castilla y León en función del tamaño .....	64
<b>Gráfico 4.39.</b>	Posicionamiento por CC.AA. en función del sector de actividad.....	65
<b>Gráfico 4.40.</b>	Posicionamiento por CC.AA. en función del nivel tecnológico, la orientación internacional y la sostenibilidad.....	66

# Índice de tablas

<b>Tabla 3.1.</b>	Motivaciones en función del sexo en Castilla y León y en España.....	31
<b>Tabla 3.2.</b>	Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios.....	33
<b>Tabla 3.3.</b>	Distribución de los emprendedores en función del nivel de estudios y del sexo .....	33
<b>Tabla 3.4.</b>	Nivel de formación específica para emprender en función del sexo .....	34
<b>Tabla 4.1.</b>	Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes en Castilla y León .....	36
<b>Tabla 4.2.</b>	Nivel de conocimiento financiero y nivel educativo .....	38
<b>Tabla 4.3.</b>	Distribución de los emprendedores TEA por sector de actividad en función del sexo en Castilla y León y en España .....	39
<b>Tabla 4.4.</b>	Distribución de los emprendedores por forma jurídica en función del sexo en Castilla y León y en España .....	40
<b>Tabla 4.5.</b>	Tamaño de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) con empleados en función del sexo del emprendedor .....	41

# EQUIPO GEM ESPAÑA 2024

GEM España



GEM Andalucía

GEM Almería



GEM Cádiz

GEM Córdoba

GEM Granada



GRANADA EMPRESAS



GEM Huelva

GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



PRODETUR

GEM Aragón



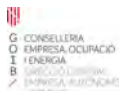
Universidad de Oviedo  
University of Oviedo



Consejería de Ciencia, Empresas, Formación y Empleo

GEM Asturias

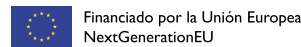
GEM Baleares



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León

GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco







