GEM

OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA
+25 años de datos

Observatorio del
Ecosistema
Emprendedor de
Andalucía

INFORME
GEM ANDALUCÍA

25/26

FUNDACIÓN
FULGENCIO
MESEGUER

Informe GEM Andalucía 2025-2026

Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía

Dirección Técnica:

- Francisco Liñán (Coordinador)
- Inmaculada Jaén
- José Fernández Serrano

Redacción:

- Capítulo 1: Elena Sousa (U. Pablo Olavide)
- Capítulo 2: Nuria Toledano (U. Huelva)
- Capítulo 3: Emilio Morales (U. Loyola) y Rocío Muñoz (U. Córdoba)
- Capítulo 4: Juan Alberto Hueso (U. Jaén)
- Capítulo 5: Rafael Ventura y Sofía Louise Martínez (U. Málaga)

Esta edición es propiedad del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía;. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Citar:
Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (2026): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM Andalucía 2025-2026*. Ed. OEEA, Jaén.

Agradecimientos por su labor de revisión: María del Mar Fuentes Fuentes y Rafael Ventura.

© Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía.
© Los autores: Francisco Liñán, Inmaculada Jaén, José Fernández Serrano, J. Alberto Hueso, Sofía L. Martínez, Emilio Morales, Rocío Muñoz, Elena Sousa, Nuria Toledano, Rafael Ventura.

ISBN: 978-84-09-91316-9
D.L.: GR 1193-2026

Disponible en https://observatoriodelemprendimiento.es/
https://emprendimientoandalucia.es/

Contenidos

Prólogo: José Paradela Gutiérrez 1

Introducción: Profª. María del Mar Fuentes Fuentes 3

¿Qué es el GEM? 5

¿Cómo obtenemos los datos? 7

Resumen Ejecutivo 9

Executive Summary 13

Cuadro de indicadores 17

Capítulo 1. Percepciones sobre emprendimiento 19

1.1.¿Qué percibe la población? 19

1.2. Oportunidades para emprender 20

1.3. Conocimientos y habilidades para emprender 22

1.4. Conoce personas emprendedoras 24

1.5. Miedo al fracaso 26

1.6.Diferencias territoriales en las percepciones sobre emprendimiento 28

Capítulo 2. Contexto emprendedor 33

2.1. ¿Qué perciben los expertos? 31

2.2. Comparativa nacional e internacional 34

2.3. Percepciones sobre Objetivos de Desarrollo Sostenible 36

Capítulo 3. El proceso emprendedor 39

3.1. Indicaciones del proceso emprendedor 39

3.2. Dinámica de la actividad emprendedora 42

3.3. Perspectiva nacional y por CC.AA. del proceso emprendedor 46

3.4. Perspectiva por provincias del proceso emprendedor 50

Capítulo 4. Perfil de la persona emprendedora 53

4.1. Motivación 53

4.2. Edad 56

4.3. Formación 59

4.4. Renta 61

Capítulo 5. Potencial de las iniciativas emprendedoras 63

5.1. Tamaño del tejido empresarial 63

5.2. Capital semilla 66

5.3. Sector de actividad 67

5.4. Nivel tecnológico e innovación 69

5.4. Orientación profesional 71

5.5. Digitalización 72

5.7. Orientación a la sostenibilidad 73

Índice de Figuras 75

Índice de Tablas 79

Relación de equipos GEM Andalucía 2025 81

Patrocinadores GEM Andalucía 2025 85

Prólogo

El emprendimiento se ha convertido en uno de los principales motores de la transformación de Andalucía, impulsando una economía más competitiva, innovadora y sostenible. Una región en la que el conocimiento y la ciencia alimentan de forma directa nuestro tejido productivo e industrial, permitiéndonos retener talento, atraer inversión y crear empleo cualificado.

Los datos de este informe dan buena muestra de ello. El Informe GEM Andalucía 2025-2026 afianza la posición de Andalucía en el panorama emprendedor nacional, reflejando una dinámica bien visible en el territorio: crece la detección de oportunidades, mejora la preparación de nuestros profesionales y se consolidan proyectos con mayor grado de madurez. Son evidencias claras de la fortaleza del talento andaluz y de la confianza de una sociedad capaz de convertir ideas en realidades empresariales.

Este avance se acompaña de una mejora sostenida en las condiciones del entorno. El Índice de Contexto del Emprendimiento (NECI) asciende a 4,8 puntos, situando a Andalucía por encima de la media nacional (4,4) y europea (4,7). El estudio destaca especialmente la fortaleza de nuestras infraestructuras físicas y de servicios, la red comercial y profesional, y los programas públicos de apoyo. Estos resultados confirman que las políticas desplegadas en los últimos años están generando un ecosistema más propicio para emprender, innovar y crecer.

Andalucía no solo inicia más proyectos, sino que consolida más empresas, fortaleciendo el tejido productivo y generando empleo de valor añadido. La tasa de emprendimiento potencial alcanza el 15% de la población adulta —superando la media nacional—, mientras la actividad emprendedora total (TEA) se mantiene en niveles históricamente elevados. A su vez, la consolidación empresarial crece hasta el 7,3%, acercándose al promedio español (7,4).

El informe revela además que el emprendimiento andaluz se orienta hacia modelos más sofisticados, competitivos y conectados con las tendencias globales. Crece el peso de los sectores de alta tecnología y aumenta la innovación en productos y procesos. En este contexto, la digitalización y la Inteligencia Artificial se incorporan de forma acelerada: el 47,7% de las iniciativas recientes prevé aumentar su uso en los próximos meses y más del 70% anticipa un impacto relevante a tres años vista.

Sin embargo, persisten desafíos como el acceso a la financiación, el incremento de la tasa de abandono o la brecha de género en las distintas fases del proceso. Son retos que debemos abordar con determinación y que nos reafirman en la necesidad de seguir impulsando el Plan General de Emprendimiento en Andalucía como el instrumento estratégico para dotar de certidumbre al sector.

Este estudio es el reflejo de una Andalucía que avanza gracias a la valentía de quienes se atreven a emprender y a innovar. También es una herramienta estratégica para orientar nuestras políticas, con rigor y visión, hacia un modelo económico basado en el emprendimiento, la innovación y el conocimiento. Por eso desde el Gobierno de la Junta de Andalucía reafirmamos nuestro compromiso con las personas emprendedoras que, con su actitud, con su esfuerzo y con su talento, contribuyen a dinamizar la economía andaluza y a generar empleo. Sirvan estas líneas para agradecerles su contribución y para reiterarles nuestro compromiso inquebrantable de seguir construyendo juntos un sistema óptimo que estimule y proteja su talento.

Jorge Paradela Gutiérrez
Consejero de Universidad, Industria, Energía e Innovación
JUNTA DE ANDALUCÍA

Presentación

Cada edición del Informe GEM Andalucía ofrece una oportunidad para detenernos a observar cómo está evolucionando el emprendimiento en nuestra comunidad. Los indicadores cambian de un año a otro, aparecen nuevas tendencias y desaparecen otras, pero lo verdaderamente interesante no suele estar en la evolución de un dato concreto, sino en la historia que cuentan todos ellos cuando se analizan de forma conjunta.

La edición 2025-2026 transmite, a mi juicio, un mensaje especialmente relevante. Andalucía continúa avanzando en la consolidación de su ecosistema emprendedor. No se trata únicamente de que aumente el número de personas que consideran emprender, o de que mejore la valoración que los expertos realizan de las condiciones del entorno. Lo significativo es que empiezan a apreciarse señales de una mayor madurez del propio ecosistema. Este año podemos observar que crecen las empresas consolidadas, gana peso la incorporación de tecnologías avanzadas, aumenta la predisposición hacia la digitalización y la inteligencia artificial y la sostenibilidad aparece cada vez más integrada en la estrategia de las nuevas iniciativas. Son cambios que difícilmente se explican por un único factor y que reflejan una evolución gradual del tejido emprendedor andaluz.

Sin embargo, este informe también invita a una lectura prudente. La madurez de un ecosistema no puede evaluarse únicamente por su capacidad para generar nuevas iniciativas empresariales. También debe medirse por su capacidad para hacerlas crecer, consolidarlas y convertirlas en proyectos con mayor impacto económico y social. Desde esa perspectiva, los resultados muestran que persisten retos bien conocidos y que siguen necesitando seguimiento e impulso. Entre las más destacadas encontramos una persistencia estructural en el reducido tamaño de buena parte de las iniciativas, las dificultades para acceder a financiación en determinadas fases del proceso emprendedor, la baja orientación internacional o el abandono empresarial. A ello se añade un aspecto que merece una atención particular en Andalucía, como es la ampliación de las brechas de género en algunos de los principales indicadores del proceso emprendedor.

Quizá esa combinación de avances y limitaciones sea, precisamente, la principal aportación de esta edición. Los datos no dibujan una realidad simple, ni permiten concluir que Andalucía haya resuelto los desafíos de su ecosistema emprendedor. Tampoco respaldan una visión pesimista. Lo que muestran es un proceso de transformación que avanza, aunque no siempre al mismo ritmo en todas sus dimensiones. Comprender esa complejidad resulta esencial para evitar diagnósticos simplistas y para diseñar políticas públicas mejor orientadas.

Ese ha sido siempre el propósito y la valía del proyecto GEM, pues la serie histórica ofrece evidencia rigurosa para comprender mejor el fenómeno emprendedor y favorecer decisiones basadas en el conocimiento. Después de más de dos décadas analizando la evolución del emprendimiento en Andalucía, seguimos convencidos de que la continuidad de esta información constituye uno de sus mayores valores. Más allá de las cifras de un año concreto, es la perspectiva temporal la que permite distinguir entre cambios coyunturales y transformaciones estructurales.

Este informe es fruto del trabajo colectivo del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía, integrado por investigadores de las diez universidades andaluzas que participan en el proyecto GEM. A todos ellos quiero expresar mi agradecimiento por el rigor, la dedicación y el compromiso que hacen posible esta publicación. Mi reconocimiento se extiende igualmente a las instituciones y entidades colaboradoras, cuyo apoyo resulta indispensable para mantener un proyecto que se ha convertido en una referencia para el análisis del emprendimiento en nuestra comunidad.

Las estadísticas oficiales seguirán siendo imprescindibles para medir la evolución del tejido empresarial andaluz. El propósito de GEM es complementarlas y ampliarlas aportando una información que difícilmente puede obtenerse por otras vías, como la referente a las personas que hay detrás de las empresas, las decisiones que toman, las oportunidades que perciben y las condiciones que favorecen o limitan la iniciativa emprendedora. Con esa vocación ponemos esta nueva edición del Informe GEM Andalucía a disposición de todos aquellos interesados en comprender mejor la evolución del emprendimiento en nuestra comunidad.

María del Mar Fuentes Fuentes
Presidenta
Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía
Catedrática de Organización de Empresas,
Universidad de Granada

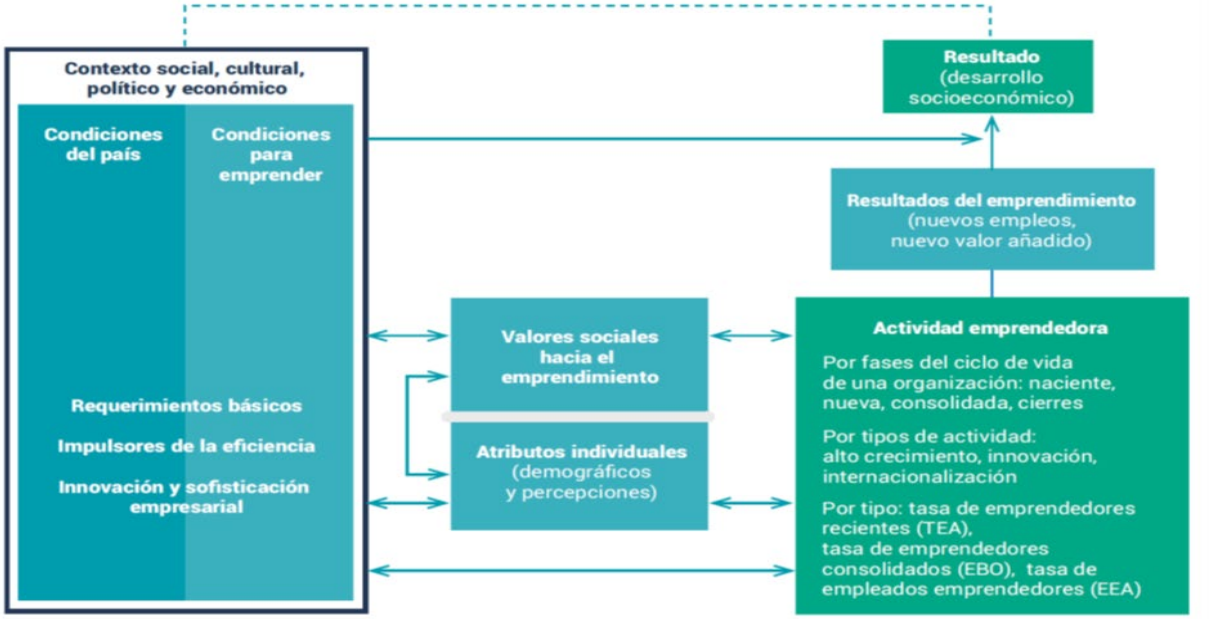
¿Qué es el GEM?

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el observatorio sobre emprendimiento más destacado del mundo. Su importancia radica en su capacidad para obtener datos homogéneos y comparables sobre el proceso de emprendimiento a nivel internacional de forma continuada desde 1999. Su contribución es fundamental para conocer el fenómeno emprendedor. Para ello se basa en un marco conceptual común a partir de la literatura sobre emprendimiento (Figura 1).

El proyecto GEM lo forma una amplia y diversa red mundial de investigadores cualificados y un conjunto de instituciones estrechamente vinculadas al emprendimiento. En la edición actual participan 59 equipos nacionales. El Observatorio del Emprendimiento en España (https://observatoriodelemprendimiento.es/) desarrolla el proyecto GEM y elabora los informes de GEM España y de las comunidades autonómicas y provincias que participan en el proyecto. En Andalucía, el Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA, https://www.emprendimientoandalucia.es/) aglutina o todos los investigadores GEM.

Figura 1. Marco teórico GEM revisado

Fuente: informe GEM Global 2023



¿Cómo obtenemos los datos?

El Observatorio GEM utiliza una metodología uniforme y común para analizar la actividad emprendedora en cada ámbito geográfico, lo cual posibilita que se puedan desarrollar análisis comparativos entre diferentes territorios. Para ello, se emplean tres fuentes de información:

- una encuesta a la población de 18-70 años, denominada APS (Adult Population Survey);
- una encuesta a expertos en emprendimiento, denominada NES (National Expert Survey);
- un conjunto de fuentes secundarias de información (artículos científicos, informes sectoriales, análisis internacionales) para posibilitar una mejor interpretación de los datos.

Las encuestas APS y NES están basadas en el marco conceptual del Proyecto GEM, y son sometidas a rigurosos controles de calidad que aseguran la homogeneidad de las mismas en todos los territorios. El intervalo 65-70 años se encuesta por primera vez y no se ha utilizado para los análisis de este informe. Permitirá realizar comparaciones a partir de la próxima edición del informe.

Tabla 1. Ficha técnica de las encuestas (APS) en Andalucía

Universo:
Población de 18 a 70 años residente en Andalucía.

Población objetivo:
6.056.570 individuos (fuente INE).

Muestra:
4.875 individuos.

Error muestral:
+1,4% (para el conjunto de la muestra) para un intervalo de confianza del 95,0% (2 sigmas), y bajo el supuesto de máxima indeterminación (P=Q=50%).

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

Período de realización de encuestas:
de mayo a julio de 2025.

Tabla 2. Distribución de la muestra APS en Andalucía
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

Total	Mujer	Hombre	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-70	Rural	Urbano
4.875	2.450	2.425	501	781	1.034	1.182	958	419	624	4.251
100,0%	50,3%	49,7%	10,3%	16,0%	21,2%	24,2%	19,7%	8,6%	12,8%	87,2%

Resumen Ejecutivo

En 2025, el ecosistema emprendedor andaluz registra avances generalizados en el emprendimiento potencial, la actividad emprendedora total (TEA) y las empresas consolidadas. Este impulso convive, sin embargo, con un repunte del abandono empresarial y con ciertas debilidades en algunos indicadores de percepción y de contexto. Los rasgos más relevantes se presentan a continuación.

Percepciones de la población

En 2025, la percepción sobre la existencia de buenas oportunidades para emprender en la población andaluza alcanza el 41,5%, situándose muy cerca del promedio nacional (42,0%), lo que posiciona a Andalucía en el octavo lugar del ranking regional. Entre las personas involucradas en el emprendimiento, el reconocimiento de oportunidades experimenta un fuerte repunte, alcanzando el 59,1% (20 puntos porcentuales más que en 2024), mientras para la población no emprendedora el ascenso es de casi 10 puntos, hasta el 38,3%.

La capacitación percibida también refleja un avance sustancial: el 84,5% de los emprendedores afirma poseer conocimientos y habilidades suficientes (frente al 78,7% de 2024), mientras que en el colectivo no emprendedor la cifra asciende al 47,2% (frente al 41,3% previo). En el conjunto poblacional, el 52,5% se percibe preparado, lo que permite a Andalucía escalar en el ranking nacional, pasando de la decimocuarta a la sexta posición, aún a 1,5 puntos de la media española (54,0%).

Por otro lado, el 63,0% de las personas emprendedoras afirma conocer a otros emprendedores, registrando un descenso moderado de 9,8 puntos respecto a 2024, lo que contrasta con el significativo aumento observado en la población no involucrada hasta el 54,7%, desde el 41,7% del año anterior. Andalucía avanza a la séptima posición nacional, a 3,1 puntos de la media española (59,0%). Las percepciones sobre el miedo al fracaso muestran una dinámica dispar. Mientras en la población no emprendedora permanece prácticamente estable (54,9% frente a 54,8% en 2024), en el colectivo emprendedor aumenta 13,6 puntos hasta situarse en el 45,6%, mostrando un claro retroceso en este indicador.

Contexto emprendedor

En lo que respecta a las condiciones del entorno, Andalucía consolida su progresión positiva desde 2023, con mejoras en 12 de los 13 indicadores analizados en el periodo 2023-2025 y en 8 respecto a 2024.

De esta manera, el Índice de Contexto del Emprendimiento (NECI) alcanza los 4,8 puntos, rozando el punto central de la escala (5,0). Este valor sitúa a Andalucía 0,4 puntos por encima de la media nacional (4,4) y 0,1 por encima de la europea (4,7). Cuatro condiciones del entorno reciben una valoración netamente positiva: Infraestructuras física y de servicios (6,5); Infraestructura comercial y profesional (5,8); Programas públicos sobre emprendimiento (6,1) y Educación emprendedora postescolar (5,2).

Si nos fijamos en la evolución, destaca la recuperación de la dinámica del mercado interno (de 3,6 a 4,2 puntos). Sin embargo, la dinámica del mercado interno y la existencia de financiación suficiente para emprendedores siguen siendo los puntos más débiles frente a España y la UE-27. En cambio, la facilidad de acceso a la financiación resulta más favorable en Andalucía que en el conjunto nacional.

En el ámbito de la sostenibilidad y ODS, Andalucía mantiene una valoración más favorable que España y la UE-27 en responsabilidad social empresarial (5,6) y en prácticas de sostenibilidad medioambiental (6,1 frente a 5,9 nacional y 5,7 europea), lo que consolida la fortaleza ambiental del tejido productivo andaluz.

Proceso emprendedor en Andalucía

Durante 2025, la tasa de emprendimiento potencial en Andalucía experimentó un notable repunte, alcanzando el 15,0% de la población adulta (18-64 años), con un incremento de 5,1 puntos respecto a 2024. La región retoma la tendencia ascendente del ciclo postpandemia y supera en 1,2 puntos a la media nacional (13,8%). No obstante, en las mujeres la tasa aumentó hasta el 14,2%, mientras que en los hombres creció de forma más pronunciada hasta el 15,8%, abriendo de nuevo la brecha de género en 1,6 puntos porcentuales.

Por su parte, la Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) se elevó en 2025 hasta el 7,2% de la población adulta (+0,2 puntos respecto 2024). Pese a consolidar niveles históricamente elevados para la región, la TEA andaluza se sitúa 0,6 puntos por debajo de la media española (7,8%). Dentro de la TEA, la tasa de emprendimiento naciente se situó en el 4,9%, igualando la media nacional, mientras que la tasa de empresas nuevas se situó en el 2,3%, claramente por debajo del conjunto de España (3,0%). En la TEA también asciende la brecha de género hasta alcanzar los 2,0 puntos (frente a los 0,6 puntos en 2024), por el ascenso de la tasa masculina hasta el 8,2%, y por el descenso de la femenina hasta el 6,2%.

En lo relativo al tejido empresarial consolidado, la tasa en Andalucía ascendió al 7,3% (1 punto más que en 2024), convergiendo prácticamente con la media nacional. La consolidación creció en ambos sexos hasta situarse en el 9,5% en hombres y en el 5,1% en mujeres. Así, la brecha de género se amplía en 1,4 puntos respecto a 2024.

Por su parte, la tasa de abandono se incrementó en 2025 hasta el 3,4% (+0,7 puntos respecto al 2,7% de 2024), aunque continúa por debajo de la media nacional (3,7%). Un análisis detallado de la naturaleza del abandono pone de manifiesto que la tasa de cierres definitivos se situó en el 2,0% de la población adulta, mientras que el 1,4% restante correspondió a traspasos o cesiones de negocios a terceros que continuaron en funcionamiento. En relación con las motivaciones determinantes del abandono, la falta de rentabilidad del negocio se mantuvo como la causa principal, afectando al 25,4% de las salidas.

Perfil de la persona que emprende

En 2025 se observan cambios significativos en las motivaciones para emprender en Andalucía. El motivo de "ganarse la vida porque el trabajo escasea" se mantiene como la razón principal, tanto entre los emprendedores recientes (TEA, 73,6%) como entre los consolidados (73,9%), y aumenta su importancia notablemente. Sin embargo, la motivación de "crear riqueza o una renta muy alta" es la que muestra la tendencia al alza más acusada: pasa del 38,8% al 54,2% entre los emprendedores recientes, y del 31,5% al 45,3% entre los consolidados. De igual modo, la motivación de “marcar una diferencia en el mundo” crece considerablemente, situándose en el 52,6% para el TEA y en el 40,0% para las iniciativas consolidadas.

En cuanto a la edad, se reconfigura la distribución del perfil emprendedor en las distintas fases del proceso. Tanto en el emprendimiento potencial como en el reciente (TEA), el grupo de 35 a 44 años concentra el mayor porcentaje de población (27,1% para potenciales y 31,8% para la TEA), seguido del tramo de 45 a 54 años (22,8% potenciales y 26,7% TEA). En contraste, en el ámbito de las empresas consolidadas se acentúa una fuerte concentración en las edades más avanzadas. El 67,6% de los empresarios consolidados se sitúa entre los 45 y los 64 años.

Por nivel educativo, las tasas TEA más elevadas se dan en las personas con Máster universitario (10,5%), seguidos de los que tienen FP Superior (7,9%). En el emprendimiento consolidado, en cambio, la mayor participación se concentra en los titulados de Grado (12,5%) y FP Superior (7,4%). En la TEA, este patrón se repite para las mujeres en FP Superior (7,1%) y Máster (9,3%), mientras que para los hombres las mayores TEA corresponden a Máster (11,9%), Grado (10,2%) y FP Superior (8,8%).

Perfil de las iniciativas emprendedoras

En 2025, el porcentaje de TEA sin empleados descendió al 55,0% (4,5 puntos porcentuales por debajo de 2024). Las microempresas de uno a cinco empleados representaron el 28,5% del total, confirmando una trayectoria ligeramente decreciente. El cambio más significativo se observa en el aumento de las iniciativas de tamaño mediano (de seis a 19 empleados), que prácticamente duplicaron su peso relativo al alcanzar el 14,1% en 2025, mientras que los proyectos de mayor escala (20 o más empleados) sufrieron una contracción hasta el 2,5%. Por su parte, las empresas consolidadas mantienen un tamaño medio superior. Un 46,5% opera sin empleados (frente al 51,6% en 2024) y un 40,8% cuenta con entre uno y cinco trabajadores (frente al 34,2% del año anterior). Las consolidadas de seis a 19 empleados representan el 7,4% y las de 20 o más alcanzan el 5,3%.

En lo relativo a las expectativas de empleo a cinco años, las iniciativas recientes adoptan una postura cauta: el 53,4% prevé continuar operando sin empleados (por encima del 51,6% en 2024) y solo un 1,9% anticipa alcanzar 20 o más trabajadores (frente al 5,3% de 2024). No obstante, aumenta al 15,5% la proporción de emprendedores recientes que espera situarse en el estrato intermedio (de seis a 19 empleados). Por el contrario, las empresas consolidadas exhiben una notable estabilidad en sus previsiones.

La inversión necesaria para la puesta en marcha de iniciativas nacientes fue, de media, 10.000€. Aunque predominan los proyectos pequeños (61,6% requieren una inversión inicial de hasta 15.000 euros), casi un 10% del total invierte más de 100.000€. La fuente principal para financiar esta inversión inicial sigue siendo los ahorros personales, que representan en promedio el 73,1% del capital inicial, seguida por las entidades financieras (10,5%), la familia (6,0%) y las ayudas públicas (6,0%).

Respecto a la distribución sectorial, la actividad emprendedora en Andalucía acentúa su concentración en el sector servicios. En 2025, el 90,2% de las empresas de reciente creación TEA se encuadra en los servicios, correspondiendo un 58,1% a servicios orientados al consumidor final y un 32,1% a servicios dirigidos a empresas. En el tejido consolidado, la estructura difiere de forma sustancial, ya que ganan peso los servicios prestados a empresas (41,6%) frente a los orientados al consumo (37,7%). Los sectores transformador y extractivo representan el 7,2% y el 2,6% en la TEA respectivamente, mientras que en las empresas consolidadas su peso se duplica, alcanzando el 14,9% y el 5,8%, respectivamente.

En 2025 avanza significativamente la alta tecnología. Un 13,0% de las iniciativas recientes opera en sectores de intensidad tecnológica elevada, más del doble que en 2024 y 2023. Entre las empresas consolidadas también se observa esta evolución favorable: el peso conjunto de los niveles tecnológico medio y alto aumentó hasta el 14,0% en 2025 (frente al 9,4% de 2024). La innovación se mantiene como un rasgo distintivo de las nuevas iniciativas: el 50,4% de la TEA realiza innovación en producto (frente al 34,6% de las consolidadas) y un 50,4% efectúa innovación en procesos (frente al 36,0% en consolidadas).

Por el contrario, la orientación internacional experimenta un repliegue en 2025. Entre las iniciativas TEA, el porcentaje que no realiza ventas en el exterior se eleva al 73,8% (66,3% en 2024), y retrocede tanto el tramo de exportación media (del 12,6% al 5,7%), como el de mayor intensidad exportadora (del 8,1% al 6,8%). Entre las empresas consolidadas, el porcentaje que no exporta sube al 70,1% (67,1% en 2024) y el tramo con mayor vocación exportadora (más del 75% de las ventas) cae del 7,1% al 5,3%.

Las iniciativas recientes (TEA) muestran una disposición claramente superior en materia de digitalización e Inteligencia Artificial (IA). Un 47,7% de las TEA afirma que incorporará más tecnología digital en los próximos seis meses, frente al 32,9% de las consolidadas. Asimismo, más del 70% de las TEA prevé un impacto relevante de la IA en los próximos tres años, frente al 62% entre las empresas consolidadas.

Finalmente, en relación con la sostenibilidad, las empresas recientes (TEA) muestran una mayor concienciación inicial que las consolidadas: consideran en mayor medida las implicaciones sociales de su actividad (73,7% frente a 64,9%) y el impacto ambiental (64,0% frente a 61,6%), y declaran conocer los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con más frecuencia (51,7% frente a 45,2%). En cambio, las empresas consolidadas actúan más en el ámbito ambiental: un 52,7% ha implementado medidas (frente al 46,5% de las TEA). En el ámbito social, en cambio, ambos colectivos se sitúan en niveles muy próximos (41,2% en TEA y 38,8% en consolidadas).

Executive Summary

In 2025, Andalusia's entrepreneurial ecosystem recorded widespread gains in potential entrepreneurship, total early-stage entrepreneurial activity (TEA) and established businesses. This momentum coexisted, however, with a rise in business exit rates and with moderate weaknesses in some perception and context indicators. The most salient features are set out below.

Population perceptions

In 2025, the perception of good opportunities for entrepreneurship among the Andalusian population reached 41.5%, placing Andalusia eighth in the regional ranking. Among those involved in entrepreneurship, opportunity recognition rose sharply, reaching 59.1% (20 percentage points higher than in 2024), while among the non-entrepreneurial population the increase was nearly 10 points, standing at 38.3%.

Perceived skills also showed substantial progress: 84.5% of entrepreneurs reported possessing sufficient knowledge and skills (up from 78.7% in 2024), while among non-entrepreneurs the figure rose to 47.2% (up from 41.3% previously). Across the population as a whole, 52.5% perceived themselves as adequately prepared, enabling Andalusia to climb the national ranking from fourteenth to sixth position, though still 1.5 percentage points below the Spanish average (54.0%).

On the other hand, 63.0% of entrepreneurs reported knowing other entrepreneurs, a moderate decrease of 9.8 points from 2024. This contrasts with the significant increase among the non-entrepreneurial population, up to 54.7% from 41.7% the previous year. Andalusia moved up to seventh position nationally, 3.1 points below the Spanish average (59.0%). Perceptions of fear of failure showed divergent dynamics: while remaining virtually stable among non-entrepreneurs (54.9% compared with 54.8% in 2024), the figure rose by 13.6 points among entrepreneurs to reach 45.6%, marking a clear setback on this indicator.

Entrepreneurial context

With regard to environmental conditions, Andalusia consolidated its positive trajectory since 2023, with improvements in 12 out of the 13 indicators analysed over the 2023–2025 period, and in 8 indicators relative to 2024.

Thus, the National Entrepreneurship Context Index (NECI) reached 4.8 points, almost reaching the midpoint of the scale (5.0). This value places Andalusia 0.4 points above the national average (4.4) and 0.1 points above the European average (4.7). Four environmental conditions receive a distinctively positive rating: physical and service infrastructure (6.5); commercial and professional infrastructure (5.8); public programs on entrepreneurship (6.1); and post-school entrepreneurial education (5.2).

Looking at the trends, the recovery in internal market dynamics (from 3.6 to 4.2 points) stands out. However, internal market dynamics and the availability of sufficient financing for entrepreneurs remain the weakest dimensions relative to Spain and the EU-27. In contrast, ease of access to finance is in fact more favourable in Andalusia than nationally.

In terms of sustainability and the SDGs, Andalusia maintains a more favourable rating than Spain and the EU-27 in corporate social responsibility (5.6) and environmental sustainability practices (6.1), consolidating the environmental strength of the Andalusian productive fabric.

Entrepreneurial Process in Andalusia

During 2025, the rate of potential entrepreneurship in Andalusia rose markedly, reaching 15.0% of the adult population (aged 18–64), an increase of 5.1 percentage points on the 9.9% recorded in 2024. The region has resumed the upward trend of the post-pandemic cycle, exceeding the national average (13.8%) by 1.2 points. However, the rate among women rose to 14.2%, while it grew more sharply among men, to 15.8%, widening the gender gap to 1.6 percentage points.

The Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) rate rose slightly in 2025, to 7.2% of the adult population (+0.2 points on 2024). Despite consolidating historically high levels for the region, Andalusia's TEA rate stands 0.6 points below the Spanish average (7.8%). Within the TEA, the nascent entrepreneurship rate stood at 4.8%, matching the national average, while the new business rate stood at 2.3%, 0.7 percentage points below Spain as a whole (3.0%). The gender gap in TEA also widened to 2.0 percentage points (compared with 0.6 points in the previous year), driven by a rise in the male rate to 8.2% and a decline in the female rate to 6.2%.

With regard to established businesses, the rate in Andalusia rose to 7.3% (1.0 percentage point higher than in 2024), converging almost fully with the national average. Although consolidation grew among both sexes, reaching 9.5% among men and 5.1% among women, the gender gap at this stage widened by 1.4 points on the previous year.

The business exit rate in Andalusia, meanwhile, rose in 2025 to 3.4% (+0.7 points on the 2.7% recorded in 2024), though it remains below the national average (3.7%). Detailed analysis of the nature of these exits shows that definitive closures accounted for 2.0% of the adult population, while the remaining 1.4% corresponded to business transfers or handovers to third parties who continued trading. Regarding the main drivers of business exit, a lack of profitability remained the principal cause, accounting for 25.4% of exits.

Profile of Entrepreneurs

In 2025, significant shifts were observed in entrepreneurial motivations in Andalusia. The motive of "earning a living because jobs are scarce" remained the primary driver, both among early-stage entrepreneurs (73.6%) and established business owners (73.9%), and its importance increased considerably. The motivation to "create wealth or a very high income", however, showed the sharpest upward trend, rising from 38.8% to 54.2% among early-stage entrepreneurs, and from 31.5% to 45.3% among established entrepreneurs. Similarly, the motivation to "make a difference in the world" grew considerably, standing at 52.6% for TEA and 40.0% for established initiatives.

With regard to age, the distribution of the entrepreneurial profile was reshaped across the different phases of the process. In both potential and early-stage (TEA) entrepreneurship, the 35–44 age group accounted for the largest share of the population (27.1% for potential entrepreneurs and 31.8% for TEA), followed by the 45–54 age group (22.8% for potential entrepreneurs and 26.7% for TEA). In contrast, established businesses show a marked concentration in older age groups: 67.6% of established business owners are aged between 45 and 64 years old.

By educational attainment, the highest TEA rates are found among individuals with a Master's degree (10.5%), followed by those with Higher Vocational Training (7.9%). In established entrepreneurship, the highest participation is concentrated among Bachelor's degree holders (12.5%) and Higher Vocational Training graduates (7.4%). This pattern is repeated for TEA levels in women with Higher Vocational Training (7.1%) and Master’s degrees (9.3%), while for men the highest TEA rates correspond to Master’s degrees (11.9%), Bachelor’s degrees (10.2%) and Higher Vocational Training (8.8%).

Potential of Entrepreneurial Initiatives

In 2025, the percentage of TEA ventures with no employees fell to 55.0% (4.5 percentage points below that in 2024). Micro-enterprises with one to five employees accounted for 28.5% of the total, confirming a slightly downward trajectory. The most significant change was the increase in médium-sized initiatives (six to 19 employees), which nearly doubled their relative weight to reach 14.1% in 2025, while larger-scale projects (20 or more employees) contracted to 2.5%.

Established businesses, meanwhile, maintain a larger average size: 46.5% operate with no employees (down from 51.6% in 2024) and 40.8% employ between one and five workers (up from 34.2% the previous year). Established businesses with six to 19 employees account for 7.4%, and those with 20 or more for 5.3%.

With regard to five-year employment expectations, recent (TEA) ventures adopt a cautious stance: 53.4% expect to continue operating with no employees (up from 51.6% in 2024), and only 1.9% anticipate reaching 20 or more workers (down from 5.3% in 2024). However, the proportion of recent entrepreneurs expecting to fall within the intermediate bracket (six to 19 employees) rose to 15.5%. Established businesses, by contrast, show notable stability in their forecasts.

The average investment required to launch a new initative was €10,000. Although small projects predominate (61.6% require an initial investment of up to €15,000), almost 10% of the total invest more tan €100,000. The main source of funding for this initail investment continues to be Personal savings (73.1% of seed capital), followed by financial institutions (10.5%), family (6.0%) and public subsidies (6.0%).

Regarding sectoral distribution, entrepreneurial activity in Andalusia is increasingly concentrated in the services sector. In 2025, 90.2% of newly created TEA ventures were classified within services, with 58.1% oriented towards final consumers and 32.1% towards business services. Within established businesses, the structure differs substantially, as business services gain weight (41.6%) relative to consumer-oriented services (37.7%). The manufacturing and extractive sectors account for 7.2% and 2.6% of TEA, respectively, whereas among established businesses their weight doubles, reaching 14.9% in manufacturing and 5.8% in the extractive sector.

High technology advances significantly in 2025. 13.0% of recent ventures operate in sectors of high technological intensity, more than double the figure for 2024 and 2023. Among established businesses, this positive trend is also observed: the combined weight of the medium and high technology levels rose to 14.0% in 2025 (from 9.4% in 2024). Innovation remains a distinctive feature of new ventures: 50.4% of TEA undertake product innovation (compared with 34.6% of established businesses), and 50.4% undertake process innovation (compared with 36.0% among established businesses).

By contrast, international orientation retreated in 2025. Among TEA ventures, the proportion with no sales abroad rose to 73.8% (66.3% in 2024), and both the medium export-intensity band (from 12.6% to 5.7%), and the high export-intensity band (from 8.1% to 6.8%) decreased. Among established businesses, the proportion not exporting rose to 70.1% (up from 67.1% in 2024), and the band with the strongest export orientation (over 75% of sales) fell from 7.1% to 5.3%.

Recent initiatives (TEA) showed a significantly higher level of digitalisation and Artificial Intelligence (AI) readiness. 47.7% of TEA state that they will incorporate more digital technology over the next six months, compared with 32.9% of established businesses. Likewise, over 70% of TEA anticipate a significant impact from AI over the next three years, compared with 62% among established businesses.

Finally, with regard to sustainability, recent initiatives (TEA) show greater initial awareness than established ones: they consider the social implications of their activity (73.7% vs. 64.9%) and the environmental impact (64.0% vs. 61.6%) to a greater extent, and more frequently report awareness of the Sustainable Development Goals (SDGs) (51.7% vs. 45.2%). In contrast, established businesses are more proactive in the environmental sphere: 52.7% have implemented measures (compared with 46.5% of TEA). In the social sphere, however, both groups sit at very similar levels (41.2% for TEA and 38.8% for established businesses).

Cuadro de indicadores

Percepciones de la población adulta sobre emprendimiento (%)	2025	2024	España
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en auto-empleado en los 2 últimos años	55,9	45,8	58,9
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	41,5	30,0	41,9
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un negocio	52,5	45,8	53,7
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	53,5	51,9	53,0
Percibe que es fácil iniciar un negocio	35,3	26,2	37,0
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	15,0	9,9	13,8
Ha abandonado una actividad para cerrarla o trasparla, o por jubilación	3,4	2,7	3,7
Ha actuado como inversor informal o como un business angel	6,0	4,6	7,1

TEA: Población involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años (%)	2025	2024	España
TEA Total	7,2	7,0	7,8
TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	6,2	6,7	7,2
TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	8,2	7,3	8,5

Empresas consolidadas: Población adulta en iniciativas de más de 3,5 años (%)	2025	2024	España
Empresas consolidadas Total	7,3	6,3	7,4
Empresas consolidadas Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	5,1	4,8	5,9
Empresas consolidadas Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	9,5	7,8	8,9

Distribución del TEA	2025	2024	España
Motivación			
TEA - Para marcar una diferencia en el mundo	52,6	36,7	57,0
TEA - Para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	54,2	38,8	54,0
TEA - Para continuar una tradición familiar	23,5	18,3	26,0
TEA - Para conseguir un sustento porque el trabajo escasea	73,6	56,9	67,0
Sector			
TEA del sector extractivo o primario	2,6	3,4	2,9
TEA del sector transformador	7,2	16,1	12,3
TEA del sector de servicios a empresas	32,1	29,3	33,1
TEA del sector orientado al consumo	58,1	51,2	51,7

Distribución del TEA	2025	2024	España
TEA rural (tasa porcentual)	8,2	5,6	8,0
Tamaño			
TEA sin empleados	55,0	59,5	49,0
TEA de 1-5 empleados	28,5	29,1	36,0
TEA de 6-19 empleados	14,1	7,8	9,0
TEA de 20 y más empleados	2,5	3,6	6,0
Nivel Tecnológico			
TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo	84,0	90,0	88,0
TEA iniciativas con nivel tecnológico medio	3,0	4,9	5,0
TEA iniciativas con nivel tecnológico alto	13,0	5,1	8,0
Internacionalización			
TEA iniciativas que exportan en algún grado	26,2	33,7	31,0
Innovación			
TEA innovación en producto	50,4	51,3	58,0
TEA innovación en proceso	50,4	46,8	55,0
Crecimiento			
TEA tamaño esperado de las iniciativas al menos 20 empleos en los próximos 5 años	1,9	5,3	0,5

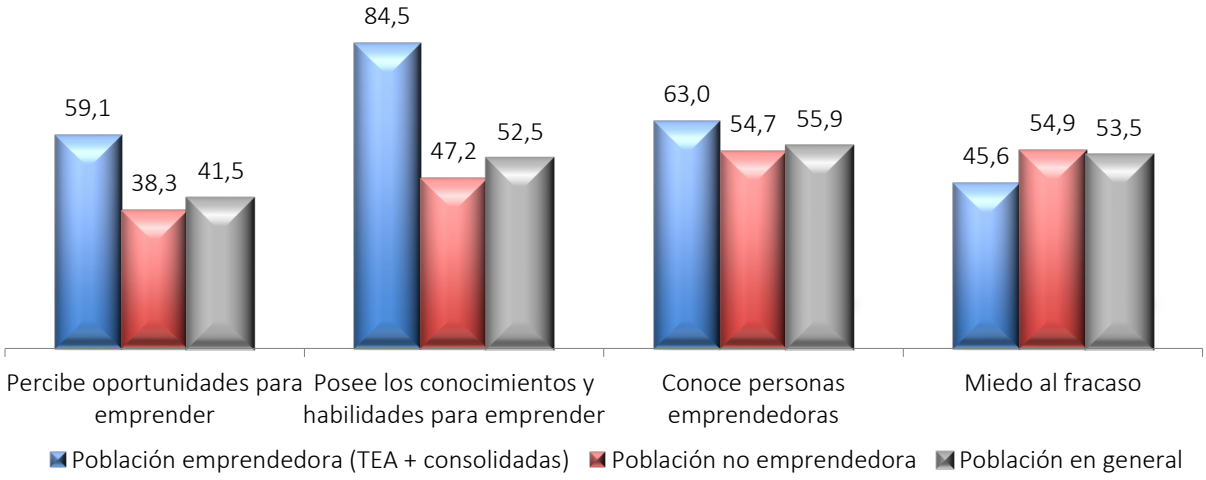
Valoración de los expertos sobre condiciones del ecosistema emprendedor (Escala 1-10)	2025	2024	España
Financiación suficiente para emprendedores	3,8	3,7	4,0
Facilidad para acceder a la financiación de los emprendedores	4,3	4,2	3,8
Políticas gubernamentales: Emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,5	4,7	3,3
Políticas gubernamentales: Burocracia e impuestos	4,4	4,5	3,8
Programas gubernamentales	6,1	5,8	5,1
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	3,3	3,4	2,3
Educación y formación emprendedora en la etapa post-escolar	5,2	5,5	5,1
Transferencia de I+D	4,3	4,1	4,2
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	5,8	5,5	6,0
Dinámica del mercado interno	4,2	3,6	4,6
Barreras de acceso al mercado interno	4,7	4,5	3,8
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios	6,5	6,5	6,7
Normas sociales y culturales	4,7	4,3	4,1
Responsabilidad social de las empresas	5,6	5,2	5,2
Rendimiento económico de las empresas	5,0	4,3	4,6
Prácticas de sostenibilidad medioambiental de empresas	6,1	6,1	5,9
Prácticas de sostenibilidad en las empresas	6,0	5,8	5,6
Prioridad del gobierno y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas	5,1	5,2	4,9
NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)	4,8	4,6	4,4

Capítulo 1

Percepciones sobre emprendimiento

1.1. ¿Qué percibe la población?

Figura 1.1.1. Percepciones sobre emprendimiento en 2025
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



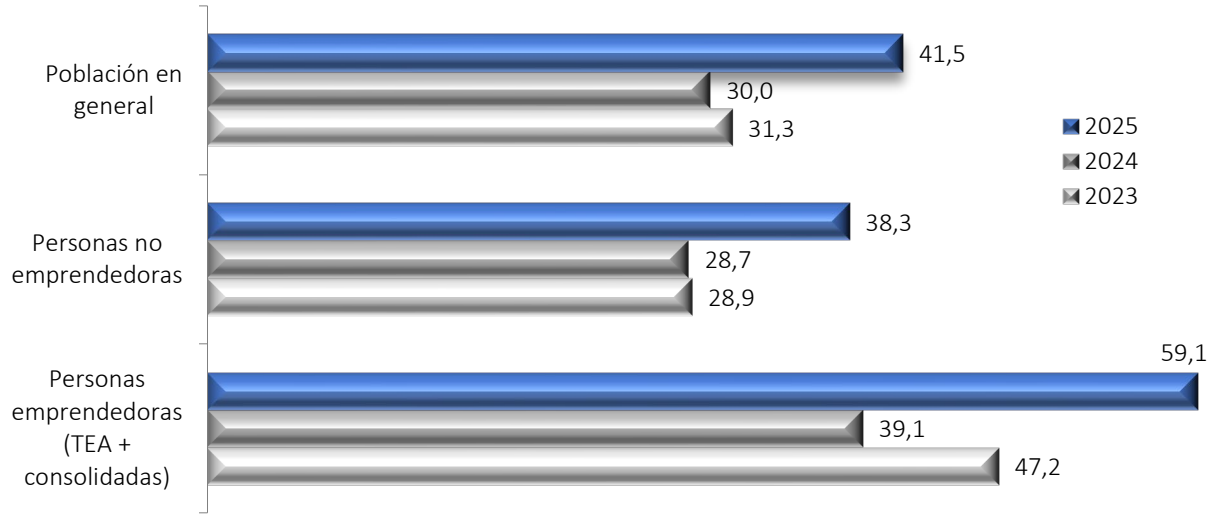
En relación con las percepciones sobre el emprendimiento, la figura 1.1.1. pone de manifiesto que, en Andalucía durante el año 2025, el porcentaje de personas emprendedoras (tanto recientes, TEA, como consolidadas) que perciben oportunidades para emprender supera en más de 20 puntos al porcentaje de personas no emprendedoras (59,1% frente al 38,3%). La diferencia en las percepciones se hace aún más significativa en el caso de la posesión de los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, donde existe una diferencia de más de 37 puntos entre las personas emprendedoras (84,5%) y las no emprendedoras (47,2%).

En lo que se refiere a los referentes del emprendimiento y al miedo al fracaso, las diferencias entre ambos grupos se suavizan. Así el 63% de las personas emprendedoras, frente al 54,7% de las no emprendedoras, conocen a otras personas que han emprendido; y el 45,6% de las primeras, frente al 54,9% tiene miedo al fracaso.

Por lo tanto, los datos ponen de manifiesto que las personas emprendedoras perciben más oportunidades para emprender, se sienten más capacitadas para ello, tienen más referentes de emprendimiento, y menos miedo al fracaso que las no emprendedoras, siendo especialmente significativos los dos primeros aspectos.

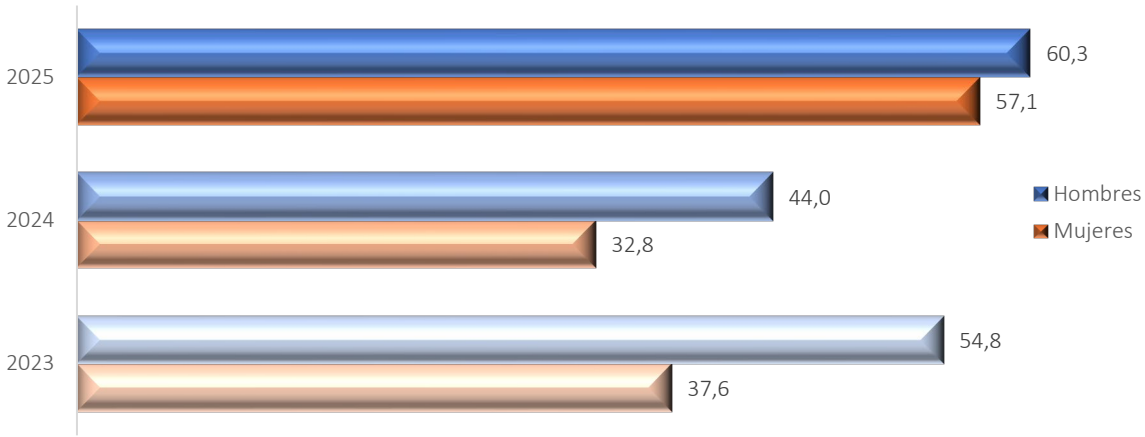
1.2. Oportunidades para emprender

Figura 1.2.1. Percepción de oportunidades para emprender
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



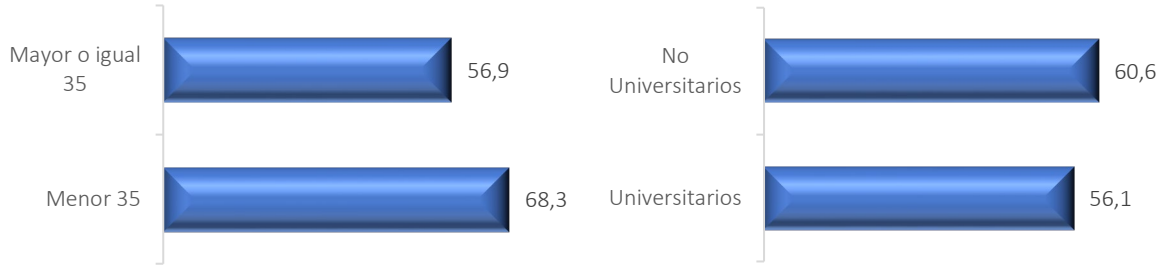
El porcentaje de personas que perciben oportunidades para emprender (Figura1.2.1) ha aumentado significativamente con respecto al año 2024. En el caso de las personas emprendedoras, el reconocimiento de oportunidades ha aumentado en 20 puntos porcentuales (59,1% frente al 39,1% del año anterior). En el caso de las no emprendedoras, este incremento ha sido de casi 10 puntos (38,3% frente al 28,7%).

Figura 1.2.2. Percepción de oportunidades según el sexo (población emprendedora)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



En el caso de la población emprendedora, si tenemos en cuenta el sexo, la figura 1.2.2 pone de manifiesto que, aunque el porcentaje de hombres que perciben oportunidades para emprender (60,3%) sigue siendo superior al de las mujeres (57,1%), la diferencia entre ambos sexos se ha acortado enormemente con respecto al año anterior, pasando de 11,2 puntos en 2024 a tan solo 3,2 en 2025. Esta reducción en la diferencia entre mujeres y hombres se debe a que, si bien el porcentaje de emprendedoras/es que perciben oportunidades para emprender ha aumentado en ambos colectivos con respecto a 2024, en el caso de las mujeres, dicho incremento ha sido significativamente superior que en el caso de los hombres (24,3 puntos para ellas, frente a 16,3 puntos para ellos), contribuyendo a reducir la brecha de género.

Figura 1.2.3. Percepción de oportunidades según la edad y la educación (población emprendedora)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



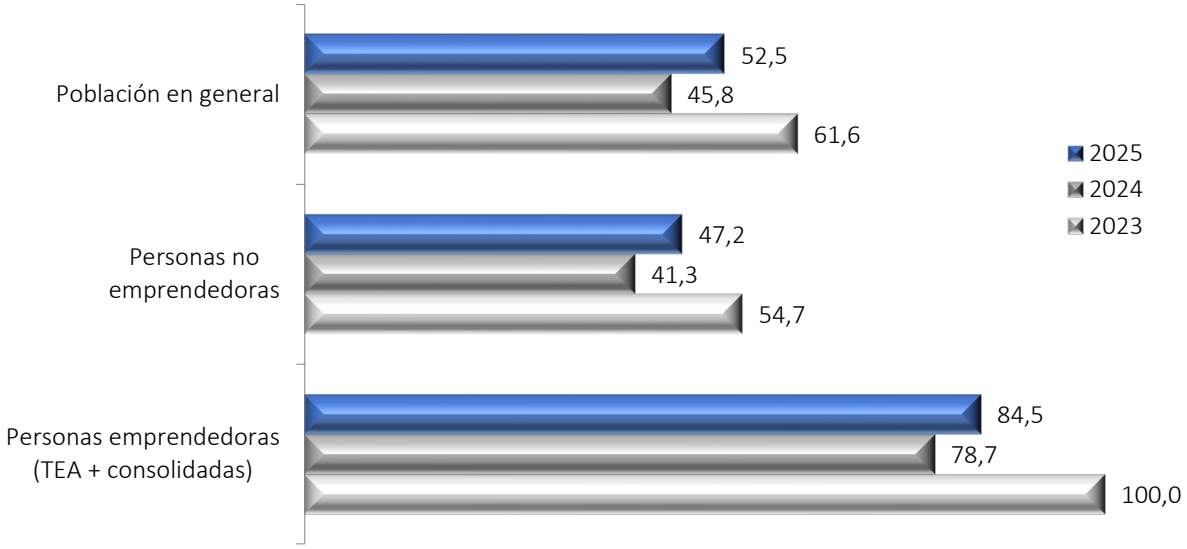
La figura 1.2.3 recoge los porcentajes de personas emprendedoras que perciben oportunidades para emprender según la edad y la educación.

En lo que se refiere a la edad, podemos observar que la percepción de oportunidades para emprender es mayor entre las personas menores de 35 años (68,3%) que en aquellas con 35 años o más (56,9%). Este dato puede interpretarse como que las nuevas generaciones están más alertas al emprendimiento.

En relación con la educación, las personas no universitarias (60,6%) perciben oportunidades para emprender en mayor medida que las universitarias (56,1%). Habría que reflexionar por qué ocurre esto. Es posible que la falta de estudios universitarios dificulte el acceso al mercado laboral, haciendo del autoempleo una alternativa a tener en cuenta.

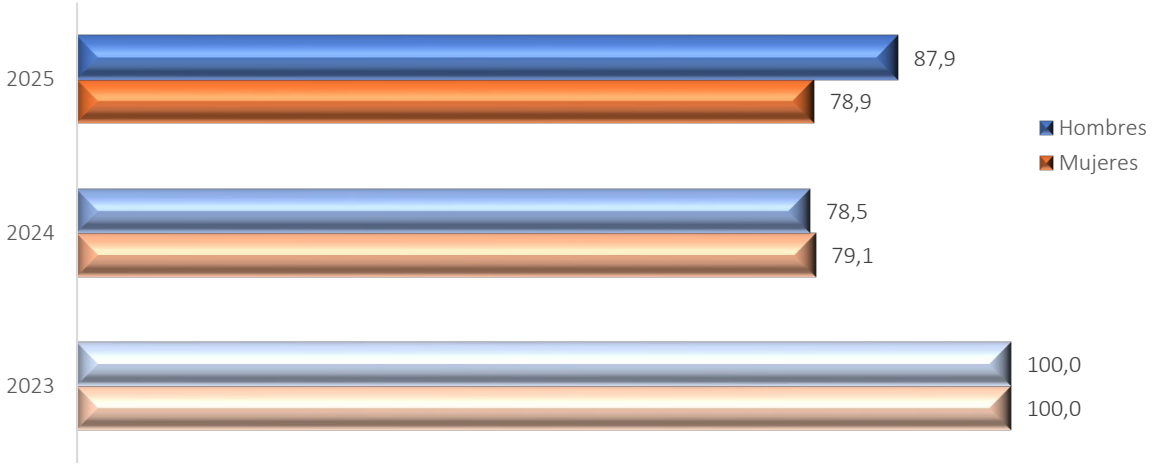
1.3. Conocimientos y habilidades para emprender

Figura 1.3.1. Conocimientos y habilidades para emprender
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



Aunque no se alcanzan los valores de 2023, la proporción de personas que consideran que poseen los conocimientos y habilidades necesarios para emprender (Figura 1.3.1) ha aumentado en 2025, tanto en el caso de la población emprendedora (del 78,7% en 2024 al 84,5% en 2025), como en el caso de la no emprendedora (del 41,3% en 2024 al 47,2% en 2025).

Figura 1.3.2. Conocimientos y habilidades según el sexo (población emprendedora)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



Centrándonos en la población emprendedora, si se tiene en cuenta el sexo, la evolución ha sido dispar en 2025. El porcentaje de hombres que perciben que tienen los conocimientos y habilidades necesarios para emprender ha aumentado 9,4 puntos con respecto a 2024 (87,9% en 2025 frente a 78,5% en 2024), mientras que el porcentaje de mujeres se ha mantenido prácticamente constante (78,9% en 2025 frente al 79,1% en 2024). Como consecuencia , en 2025 los emprendedores andaluces perciben que tienen los conocimientos y habilidades necesarios para emprender en mayor medida que las emprendedoras, siendo la diferencia entre ambos de 9 puntos. Esto supone un cambio de tendencia con respecto a 2024, año en que ambos estaban prácticamente igualados.

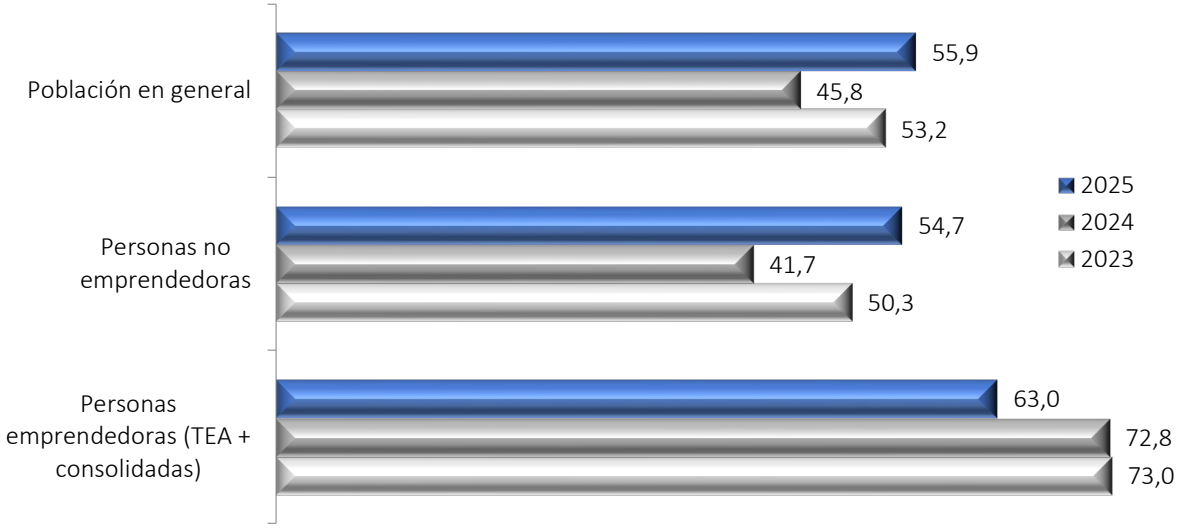
Figura 1.3.3. Conocimiento y habilidades según la edad y la educación (población emprendedora)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

Según la edad (Figura 1.3.3), la población emprendedora de mayor edad (mayor o igual a 35 años) percibe que posee los conocimientos y habilidades necesarias en mayor medida que la población menor de 35 años (85,7% frente al 79,1%, respectivamente). Esto puede deberse a que consideren que su mayor experiencia laboral les capacita para crear una empresa.

En cambio, en el caso de la educación, no existen diferencias en las percepciones acerca del nivel de conocimiento y habilidades entre la población universitaria (84,3%) y la no universitaria (84,2%).

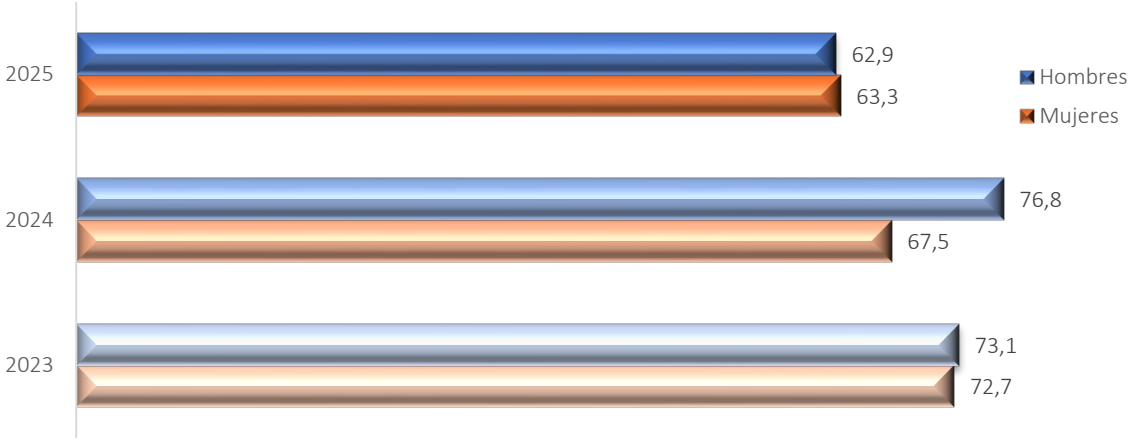
1.4. Conoce personas emprendedoras

Figura 1.4.1. Conoce personas emprendedoras
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



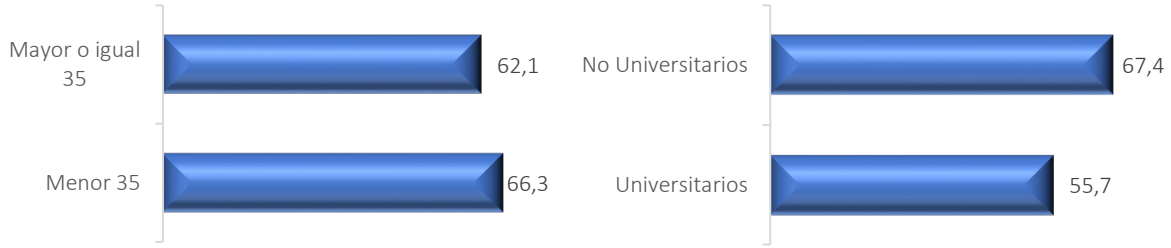
El porcentaje de adultos que conoce a otras personas que han emprendido recientemente ha disminuido en 2025 entre las personas emprendedoras (63% en 2025, frente a 72,8% en 2024). En cambio, entre las personas no emprendedoras, ha aumentado significativamente, pasando de 41,7% en 2024 a 54,7% en 2025, superando el porcentaje de 2023 (50,3%).

Figura 1.4.2. Conoce personas emprendedoras según el sexo (población emprendedora)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



Dentro de la población emprendedora, el porcentaje de mujeres y hombres que en 2025 declaran conocer a otras personas emprendedoras es bastante similar, aunque ligeramente superior en el caso de las mujeres (63,3% frente al 62,9% de los hombres). Sin embargo, comparando con los datos de 2024, aunque ambos porcentajes han disminuido, en el caso de los hombres la caída ha sido significativamente más drástica (-13,9 puntos), que en el caso de las mujeres (-4,2 puntos).

Figura 1.4.3. Conoce personas emprendedoras según la edad y la educación (población emprendedora)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

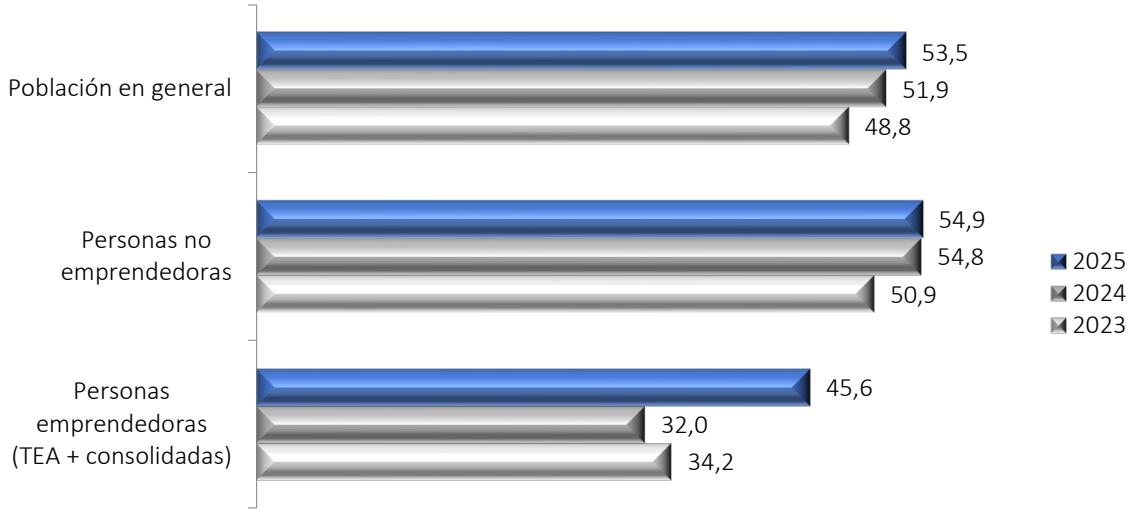


Teniendo en cuenta la edad, en la figura 1.4.3 se puede observar que el porcentaje de personas emprendedoras que conocen a otras personas que han emprendido es mayor para los menores de 35 años (66,3%) que para el resto de la población emprendedora (62,1%). Esto viene a confirmar el alza del emprendimiento entre los más jóvenes.

En cuanto a la educación, el porcentaje de personas que conocen a otras personas que han emprendido es significativamente superior en el caso de la población no universitaria (67,4%), que en el caso de la universitaria (55,7%). Al igual que con la percepción de oportunidades, los jóvenes y los no universitarios conocen a más emprendedores recientes.

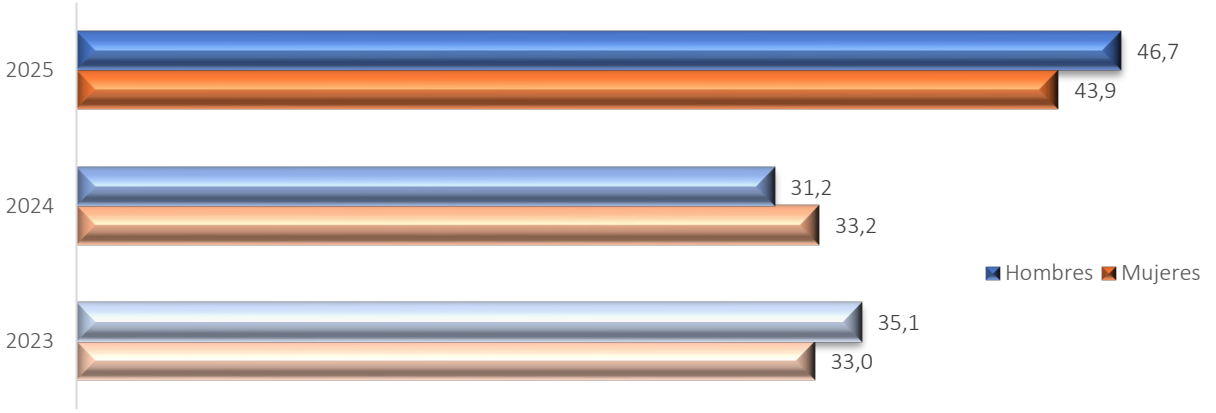
1.5. Miedo al fracaso

Figura 1.5.1. Miedo al fracaso
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



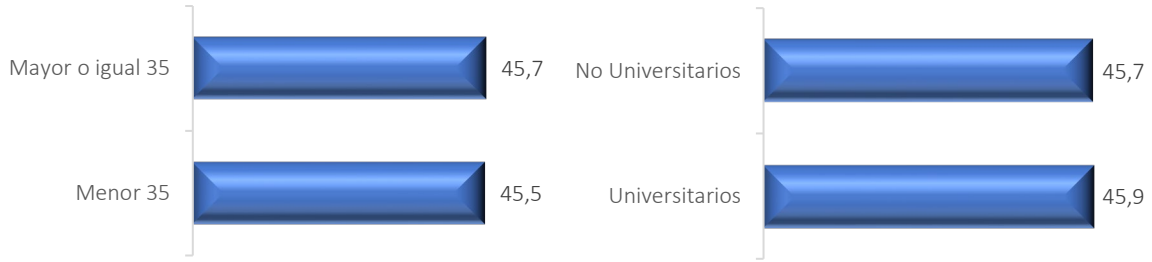
Mientras el porcentaje de personas no emprendedoras que reconoce el miedo al fracaso como barrera al emprendimiento se ha mantenido constante con respecto al año anterior (54,9% en 2025 frente al 54,8% en 2024), en el caso de las personas emprendedoras, dicha proporción ha aumentado 13,6 puntos con respecto a 2024, pasando del 32% al 45,6%. Sin duda, se trata de un dato anómalo que merece una reflexión. Asimismo, sería interesante distinguir entre las personas emprendedoras recientes y las consolidadas.

Figura 1.5.2. Miedo al fracaso en función del sexo
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025



Si nos centramos en la población emprendedora (TEA y consolidadas), en la figura 1.5.2 se observa que el porcentaje de personas que sienten miedo al fracaso ha aumentado considerablemente para ambos sexos con respecto a 2024. Este incremento ha sido algo mayor en el caso de los hombres (15,5 puntos, frente a 13,7 puntos en el caso de las mujeres). Asimismo, a diferencia de 2024, pero igual que en 2023, el porcentaje de mujeres que consideran el miedo al fracaso como barrera (43,9%) es 2,8 puntos inferior al de los hombres (46,7%).

Figura 1.5.3. Miedo al fracaso en función de la edad y la educación
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



Finalmente, teniendo en cuenta la edad y la educación, la figura 1.5.3 pone de manifiesto que el porcentaje de personas con miedo al fracaso menores de 35 años (45,7%) y con 35 años o más (45,7%) son prácticamente iguales. Y lo mismo ocurre con la población universitaria (45,9%) y la no universitaria (45,7%). Por lo tanto, concluimos que no existen diferencias significativas con respecto al miedo al fracaso según la edad y la educación.

1.6. Diferencias territoriales en las percepciones sobre emprendimiento

Figura 1.6.1. Percepción de oportunidades para emprender por CC.AA.
Fuente: GEM-España APS 2025

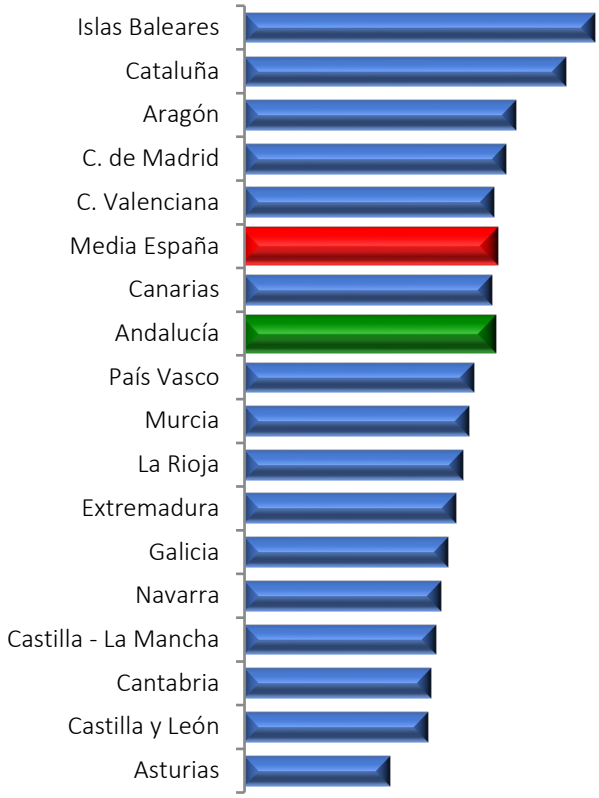
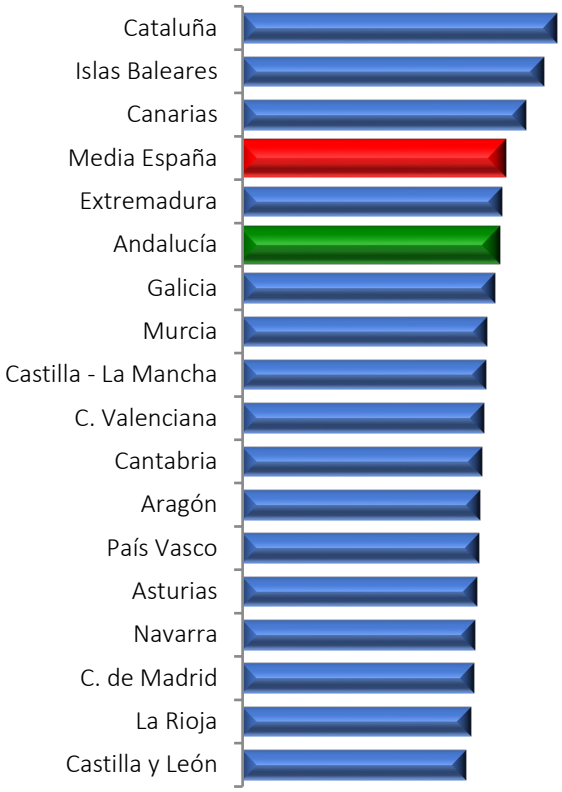


Figura 1.6.2. Conocimientos y habilidades para emprender por CC.AA.
Fuente: GEM-España APS 2025

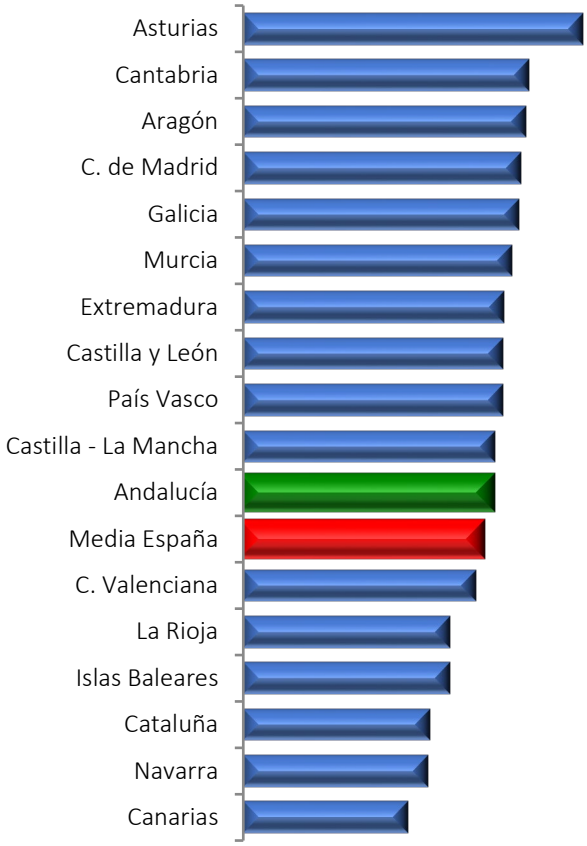


En 2025, el 41,5% de la población andaluza percibe oportunidades para emprender (Figura 1.6.1), situándose la región en séptima posición de las CC.AA, una más abajo que en 2024, y por debajo de la media española (42%), pero con una diferencia de tan solo -0,5 puntos. Los primeros puestos los ocupan CC.AA mediterráneas (Islas Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana), junto con Aragón y la Comunidad de Madrid.

En lo que se refiere a los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, el 52,5% de la población andaluza considera que los posee (Figura 1.6.2). Como consecuencia de ello, Andalucía asciende desde la posición decimocuarta en el ranking de 2024 a la quinta posición en 2025, y se sitúa a tan solo 1,5 puntos de la media española (54%). Destacan por encima de la media nacional los casos de Cataluña, Islas Baleares y Canarias.

Figura 1.6.3. Conocimiento de otros emprendedores por CC.AA.
Fuente: GEM-España APS 2025

Figura 1.6.4. Miedo al fracaso de la población por CC.AA.
Fuente: GEM-España APS 2025



En 2025, el 55,9% de la población andaluza conoce a personas que han emprendido y pueden servir de modelo de referencia (Figura 1.6.3). Aunque este dato supone un incremento considerable con respecto a 2024, en que dicho porcentaje era del 45,8%, Andalucía solo avanza en el ranking una posición situándose sexta, tres puestos por debajo de la media española (59%). En el conjunto nacional destacan Cataluña, Canarias y las Islas Baleares.

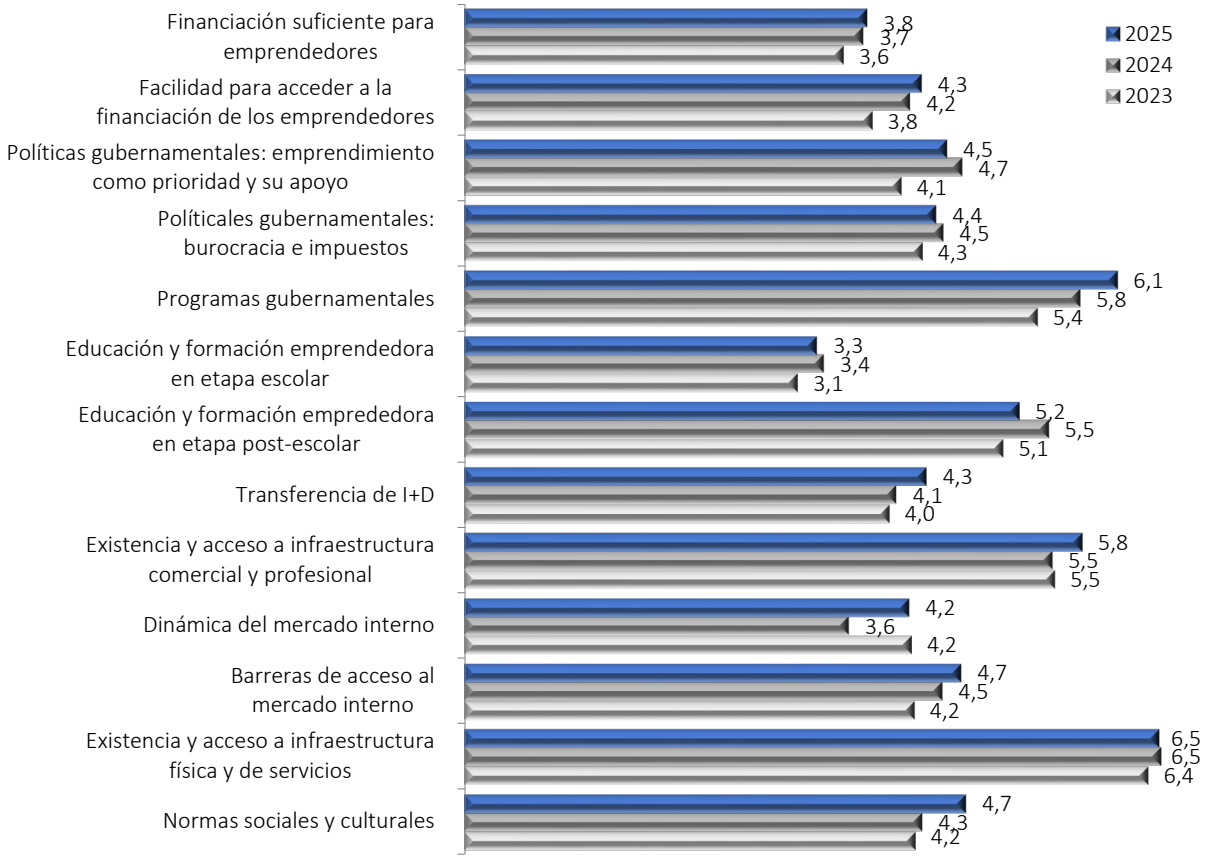
En cuanto a la proporción de personas para las que el miedo al fracaso supone una barrera para emprender (Figura 1.6.4), Andalucía (53,5%) se encuentra 0,5 puntos por encima de la media española (53%), lo cual la sitúa en la séptima región española con menor porcentaje. Las CC.AA, en las que el miedo al fracaso es una barrera menor son Canarias, Navarra, Cataluña, Islas Baleares, La Rioja y Comunidad Valenciana.

Capítulo 2

Contexto emprendedor

2.1. ¿Qué perciben los expertos?

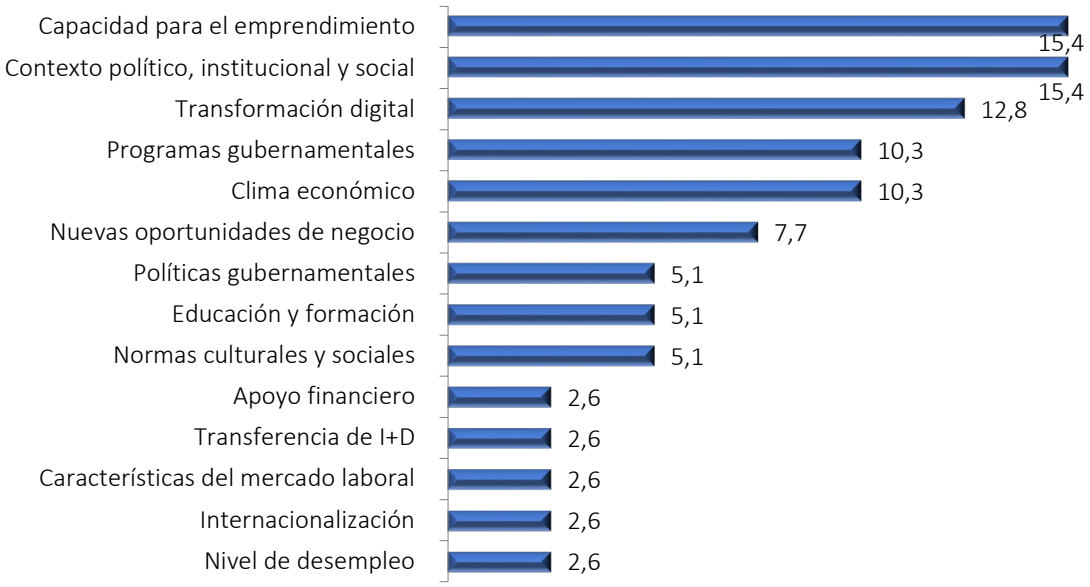
Figura 2.1.1. Valoración sobre las condiciones del entorno para emprender
Fuente: GEM-Andalucía NES 2023, 2024 y 2025



Atendiendo a las percepciones de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender, destaca la mejora generalizada del contexto emprendedor andaluz desde 2023. En concreto, 12 de los 13 indicadores analizados presentan una evolución favorable, con un avance particularmente significativo en los programas gubernamentales, que mejoran en 0,7 puntos en los dos últimos años, así como en la facilidad para acceder a financiación, las normas sociales y culturales, y las barreras de acceso al mercado interno, con incrementos de 0,5 puntos en las valoraciones en cada caso (Figura 2.1.1.).

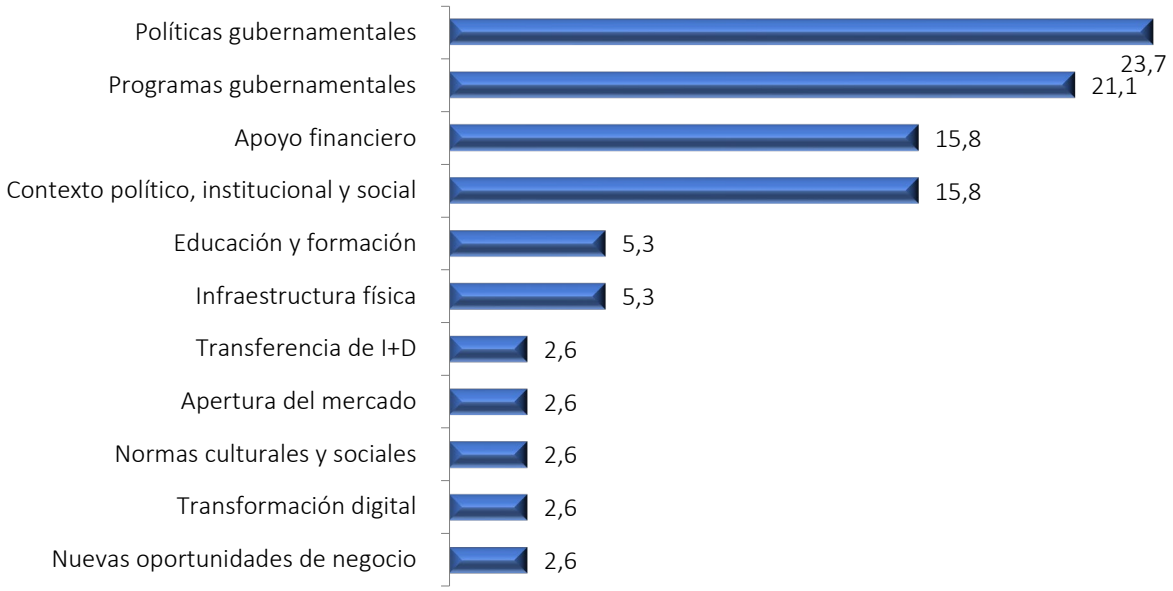
No obstante, cuando se considera la variación anual con respecto a 2024, la evolución solo resulta favorable en 8 de los 13 indicadores. En este último periodo, sobresale la recuperación de la valoración de la dinámica del mercado interno, que pasa de 3,6 a 4,2 puntos, aunque continúa situada en un nivel moderado. Por el contrario, en 2025 han retrocedido ligeramente las valoraciones relativas a la burocracia e impuestos, la educación emprendedora escolar y post-escolar, y las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, manteniéndose estable la infraestructura física y de servicios.

Figura 2.1.2. Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en Andalucía
Fuente: GEM-Andalucía NES 2025



Con respecto a la percepción de los factores que apoyaron en mayor medida la actividad emprendedora en Andalucía durante 2025, sobresalen la capacidad de la región para el emprendimiento y el contexto político, institucional y social, ambos mencionados por el 15,4% de los expertos encuestados (Figura 2.1.2). Específicamente, la capacidad emprendedora de Andalucía se asocia al impulso del espíritu emprendedor promovido desde las universidades, aceleradoras y centros de innovación, así como al fortalecimiento de los ecosistemas emprendedores en las distintas provincias andaluzas. En relación con el contexto político, institucional y social, los expertos subrayaron en especial la colaboración público-privada. Por otra parte, la transformación digital es percibida también como un motor de apoyo para el emprendimiento, siendo destacada por el 12,8% de los expertos, seguida de los programas gubernamentales específicos y el clima económico, ambos mencionados por el 10,3% de los encuestados. Asimismo, las nuevas oportunidades de negocio surgidas en ámbitos como la cultura, la tecnología y el turismo constituyen importantes factores dinamizadores de la actividad emprendedora en la comunidad autónoma, según indicaron el 7,7% de los expertos.

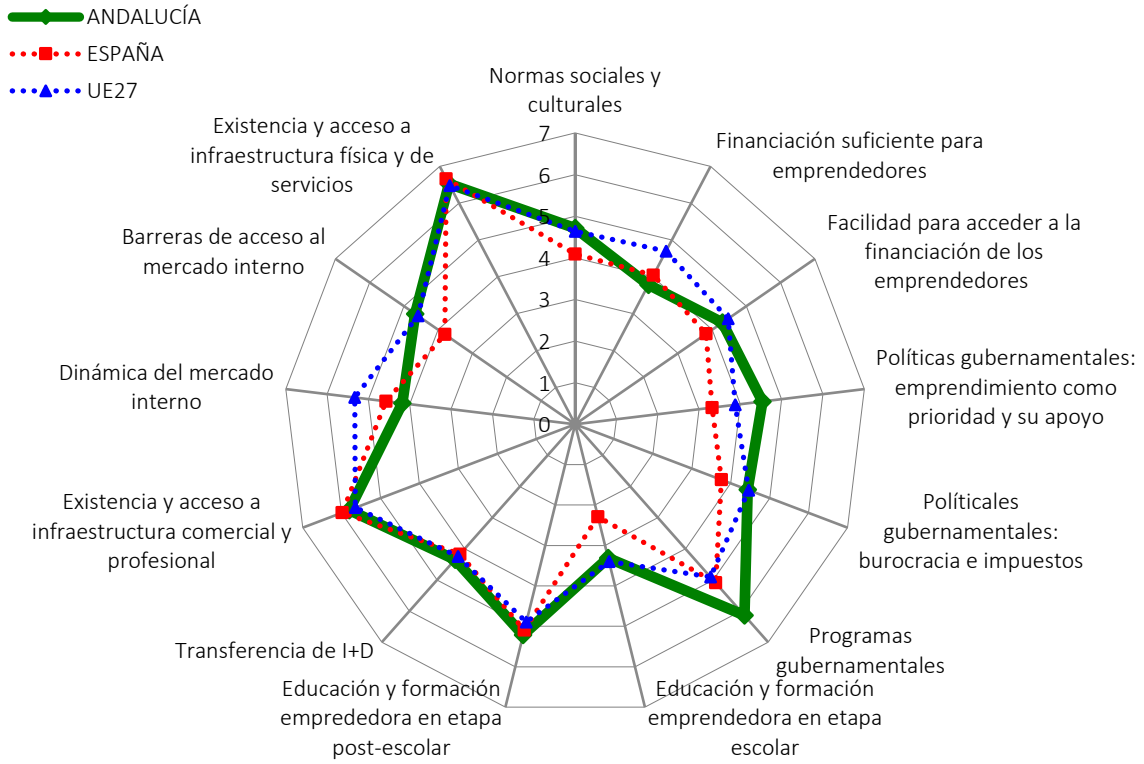
Figura 2.1.3. Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora en Andalucía
Fuente: GEM-Andalucía NES 2025



En cuanto a las recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora en Andalucía, los expertos insisten principalmente en la necesidad de seguir mejorando las políticas y los programas gubernamentales, aspectos señalados por el 23,7% y el 21,1%, respectivamente (Figura 2.1.3). En el primer caso, la atención se sigue centrando en la simplificación administrativa, la reducción de impuestos y la mejora del marco fiscal. En el segundo, se incide sobre todo en la mejora de la coordinación entre entidades de apoyo, el refuerzo del asesoramiento personalizado mediante mentores y la ampliación de servicios que ayuden a la consolidación de la nueva empresa. Asimismo, la importancia de seguir mejorando el contexto político, institucional y social, y los apoyos financieros a las personas emprendedoras son mencionados por el 15,8% de los expertos. Además, en relación con la financiación, se proponen concretamente la puesta en marcha de incentivos, préstamos reembolsables y fórmulas especiales para las iniciativas promovidas por jóvenes desde las universidades. También, aunque con menor frecuencia, se insiste en seguir fomentando la formación emprendedora en todos los niveles educativos y en la necesidad de mejorar las infraestructuras físicas, ambas recomendaciones señaladas por el 5,3% de los encuestados.

2.2. Comparativa nacional e internacional

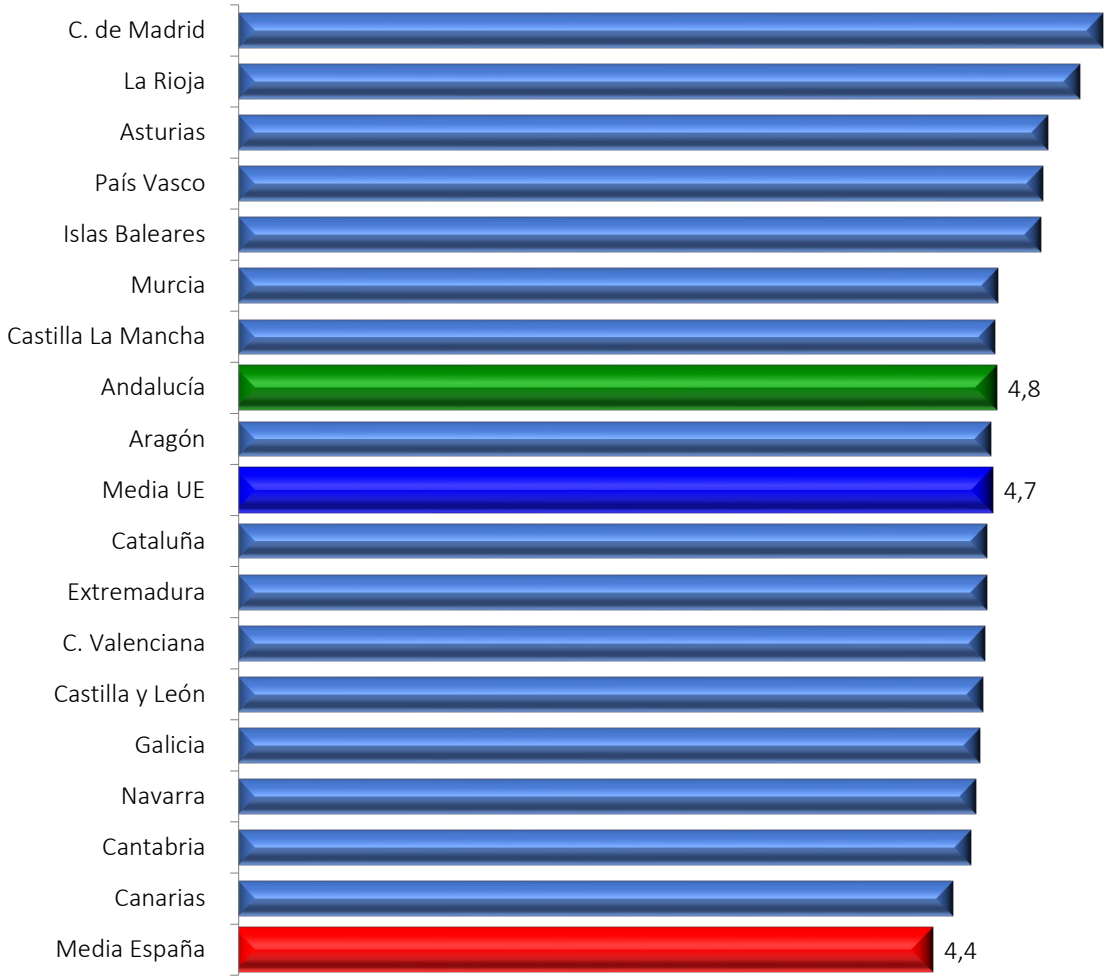
Figura 2.2.1. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Andalucía, España y los países de la UE27
Fuente: GEM-Andalucía NES 2025



En términos comparativos, la valoración de los expertos sitúa a Andalucía en una posición más favorable que España en buena parte de las condiciones institucionales del ecosistema emprendedor. Las diferencias más destacadas se observan en las políticas de apoyo al emprendimiento, los programas gubernamentales, la educación emprendedora, en su etapa escolar, y las barreras de acceso al mercado interno, indicador éste último en el que se perciben las diferencias más notables (Figura 2.2.1). También obtiene valoraciones superiores en lo que respecta a normas sociales y culturales, burocracia e impuestos, facilidad para acceder a financiación, transferencia de I+D y educación postescolar. Además, es importante señalar que, en buena parte de estos indicadores, Andalucía recibe una valoración superior a la media de la Unión Europea (UE27), sobre todo en programas gubernamentales y políticas de apoyo al emprendimiento.

No obstante, Andalucía obtiene valoraciones más desfavorables que la media de España y de la UE27 tanto en la dinámica del mercado interno como en la financiación a emprendedores. Además, en comparación con el conjunto de España, también recibe una valoración inferior a la infraestructura física y de servicios y la infraestructura comercial y profesional.

Figura 2.2.2. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI)
Fuente: GEM-Andalucía NES 2025

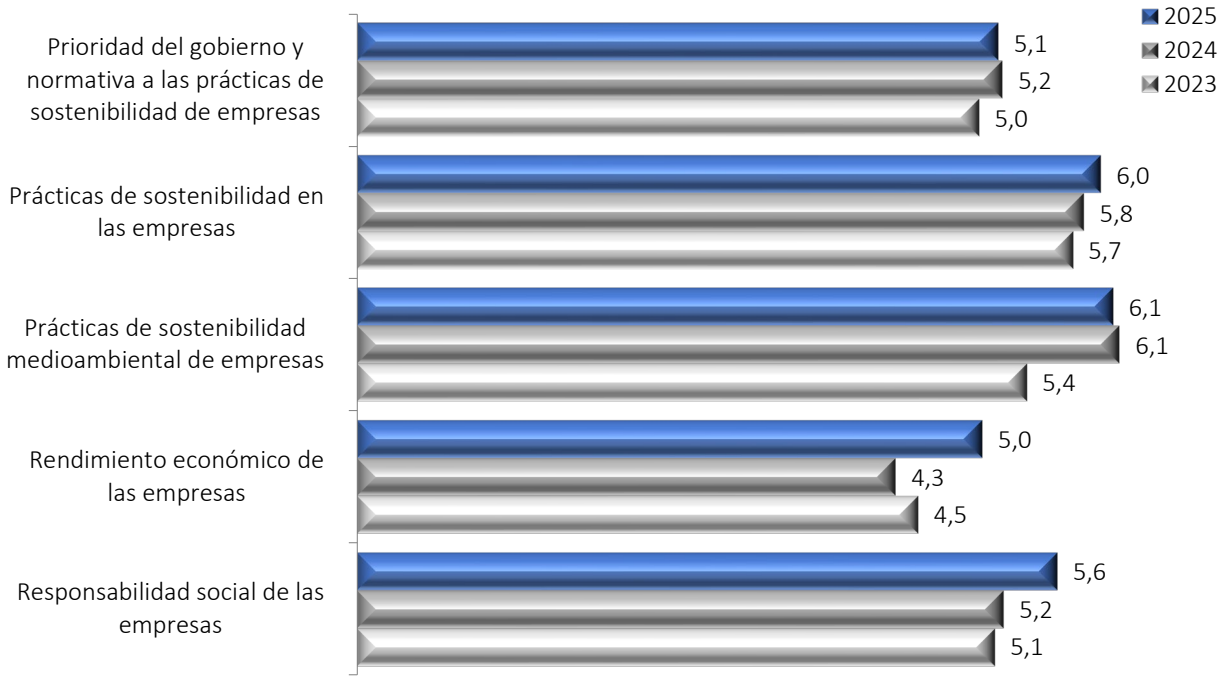


Por otra parte, el Índice agregado del Contexto del Emprendimiento (NECI) mide de forma agregada la calidad del entorno para emprender a partir de la valoración media de los trece factores del entorno analizados. En este sentido, los resultados ponen de manifiesto de forma más clara la posición favorable de Andalucía con respecto a la media nacional y europea. Tal y como se observa en la figura 2.2.2, Andalucía alcanza en 2025 una puntuación de 4,8, situándose 0,4 puntos por encima de la media de España y 0,1 puntos por encima de la media de la UE27.

En este sentido, el indicador NECI refuerza la idea de que Andalucía presenta un ecosistema emprendedor comparativamente sólido en el ámbito español. Con todo, la proximidad con la media europea aconseja interpretar esta diferencia con prudencia, ya que podría responder, más que a una ventaja plenamente consolidada en el entorno andaluz, a una posición de alineamiento con el marco europeo.

2.3. Percepciones sobre Objetivos de Desarrollo Sostenible

Figura 2.3.1. Valoración sobre la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible
Fuente: GEM-Andalucía NES 2023, 2024 y 2025



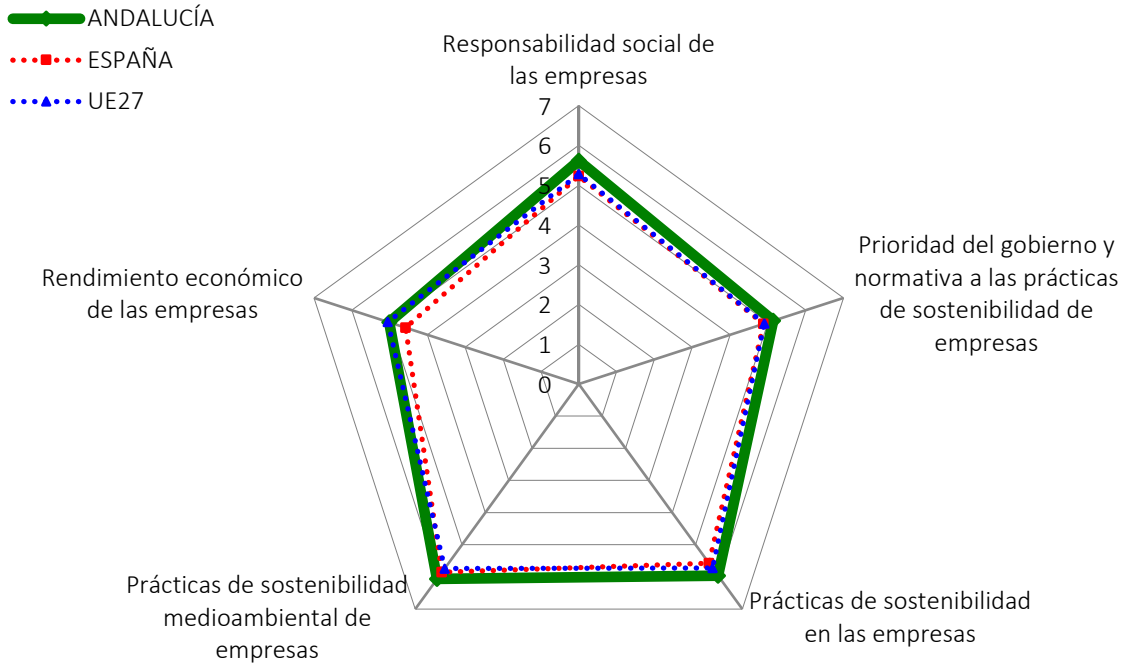
Al comparar la valoración de los expertos sobre la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en Andalucía durante el periodo 2023-2025, se observa una evolución globalmente positiva. En 2025, todos los ítems se sitúan por encima de los valores registrados en 2023, lo que apunta a una percepción más favorable de la integración de la sostenibilidad en el ámbito empresarial andaluz.

Destaca la mejora de la responsabilidad social de las empresas, que pasa de 5,1 a 5,6 puntos, con un incremento de 0,5 puntos desde 2023. También resulta relevante la recuperación del rendimiento económico de las empresas, que tras descender de 4,5 en 2023 a 4,3 en 2024, alcanza 5,0 puntos en 2025. Las prácticas de sostenibilidad en las empresas muestran una progresión regular, pasando de 5,7 a 5,8 y 6,0 puntos. Por su parte, las prácticas de sostenibilidad medioambiental se mantienen en 2025 en el nivel elevado alcanzado en 2024, 6,1 puntos, tras haber aumentado desde los 5,4 puntos registrados en 2023.

En cambio, la prioridad otorgada por el gobierno y la normativa a las prácticas de sostenibilidad desciende ligeramente respecto a 2024, aunque permanece por encima del valor registrado en 2023.

Figura 2.3.2. Valoración de expertos sobre la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Fuente: GEM-Andalucía NES 2025



Además, los expertos mantienen una percepción positiva de la integración de la sostenibilidad en el tejido empresarial andaluz cuando se compara con España y la UE27 (Figura 2.3.2). Las valoraciones más elevadas se observan en las prácticas de sostenibilidad medioambiental de las empresas y en las prácticas de sostenibilidad que mantienen en general las empresas, que se sitúan en torno a los seis puntos, ligeramente por encima de los valores máximos registrados en España y en la UE27.

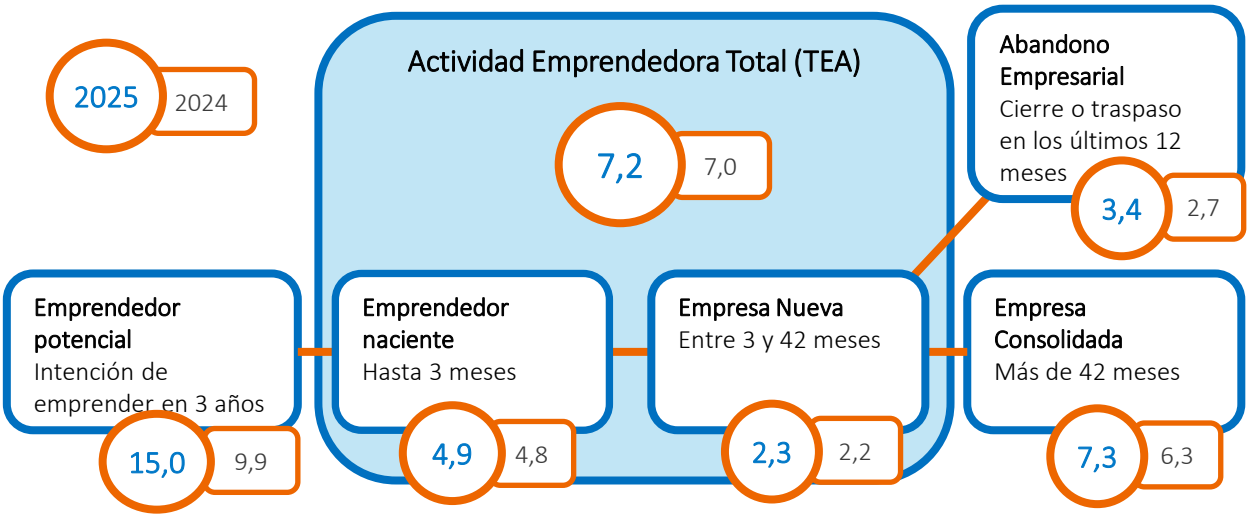
También destaca la responsabilidad social de las empresas, con una valoración de 5,6 puntos, superior tanto a la media española como a la europea. Asimismo, en el caso del rendimiento económico de las empresas, Andalucía mejora claramente respecto a España y se sitúa prácticamente en línea con la UE27.

Capítulo 3

El proceso emprendedor

3.1. Indicadores del proceso emprendedor

Figura 3.1.1. Proceso emprendedor en Andalucía
Fuente: GEM-Andalucía APS 2024 y 2025



El emprendimiento es un proceso progresivo, con varias etapas, que comienza cuando una o varias personas deciden trabajar por cuenta propia o crear una empresa (emprendedores potenciales). En 2025, el 15% de las personas adultas encuestadas en Andalucía tenían intención de emprender en los próximos tres años (tasa de emprendimiento potencial), con un aumento de 5,1 puntos porcentuales respecto a 2024 y 1,2 puntos por encima de la tasa española (13,8%).

Las siguientes etapas consideran el emprendimiento naciente y el nuevo, con pagos de salarios de hasta 3 y de hasta 42 meses, respectivamente. Ambas configuran la actividad emprendedora total (TEA). La TEA andaluza subió ligeramente en 2025 hasta el 7,2%, aunque es inferior a la TEA española (7,8%). Las tasas andaluzas de emprendimiento naciente (4,9%) y nuevo (2,3%) aumentaron levemente respecto a 2024, siendo las tasas de empresas nacientes andaluzas y españolas iguales, mientras que la tasa de empresas nuevas andaluzas es menor que la española (3,0%).

El proceso concluye con (1) la consolidación de la actividad empresarial (más de 42 meses pagando salarios) o (2) el abandono definitivo o el traspaso. Durante 2025, las tasas andaluzas de abandono empresarial (3,4%) y de empresas consolidadas (7,3%) aumentaron respecto a 2024 en 0,7 puntos y 1,0 puntos, respectivamente. La tasa de abandono empresarial andaluza es menor que la española (3,7%), mientras que las tasas de empresas consolidadas andaluzas y españolas (7,4%) son similares.

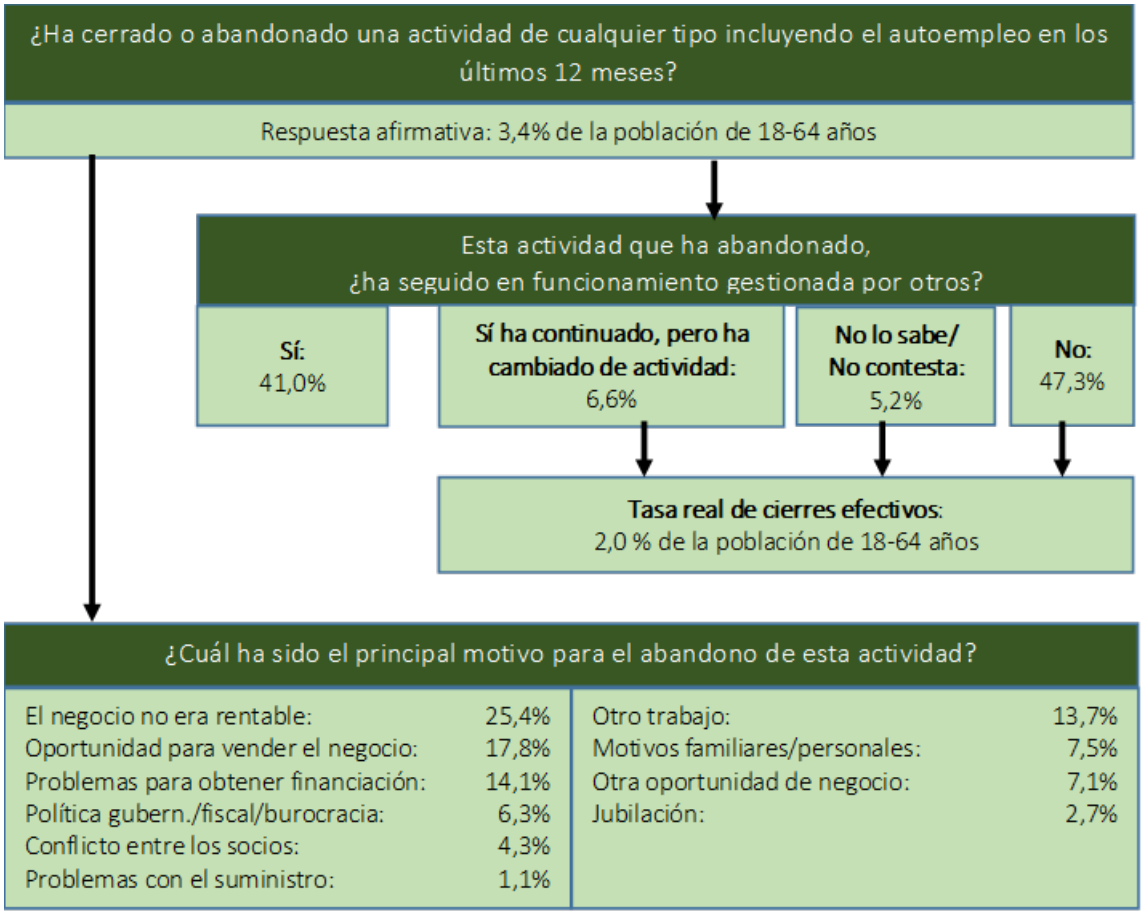
Figura 3.1.2. Emprendimiento potencial, TEA y consolidadas según el sexo
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025

Emprendimiento Potencial		
2025	14,2	15,8
2024	10,1	9,6
2023	11,9	13,6
TEA		
2025	6,2	8,2
2024	6,7	7,3
2023	6,7	6,9
Empresas Consolidadas		
2025	5,1	9,5
2024	4,8	7,8
2023	4,3	7,0

En 2025 han aumentado las tasas de emprendimiento potencial, de actividad emprendedora total (TEA) y de empresas consolidadas de hombres respecto a 2024. Las tasas de emprendimiento potencial y de empresas consolidadas de mujeres también han aumentado, pero la TEA de las mujeres ha disminuido.

El aumento de las tasas de emprendimiento potencial de mujeres y de hombres (14,2% en mujeres y 15,8% en hombres) ha sido desigual, de forma que la brecha de género se ha invertido y ha aumentado hasta 1,6 puntos porcentuales. En 2024, la tasa masculina fue 0,5 puntos menor que la femenina. Por otro lado, mientras que la TEA de mujeres ha disminuido (6,2%), la de hombres ha aumentado (8,2%), lo que amplía la brecha de género hasta 2,0 puntos en 2025, frente a 0,6 puntos en 2024. Por último, las tasas de empresas consolidadas de mujeres y de hombres (5,1% y 9,5%) han aumentado, ampliando la brecha de género hasta 4,4 puntos en 2025, frente a los 3,0 puntos en 2024.

Figura 3.1.3. Abandono de la actividad empresarial en Andalucía
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

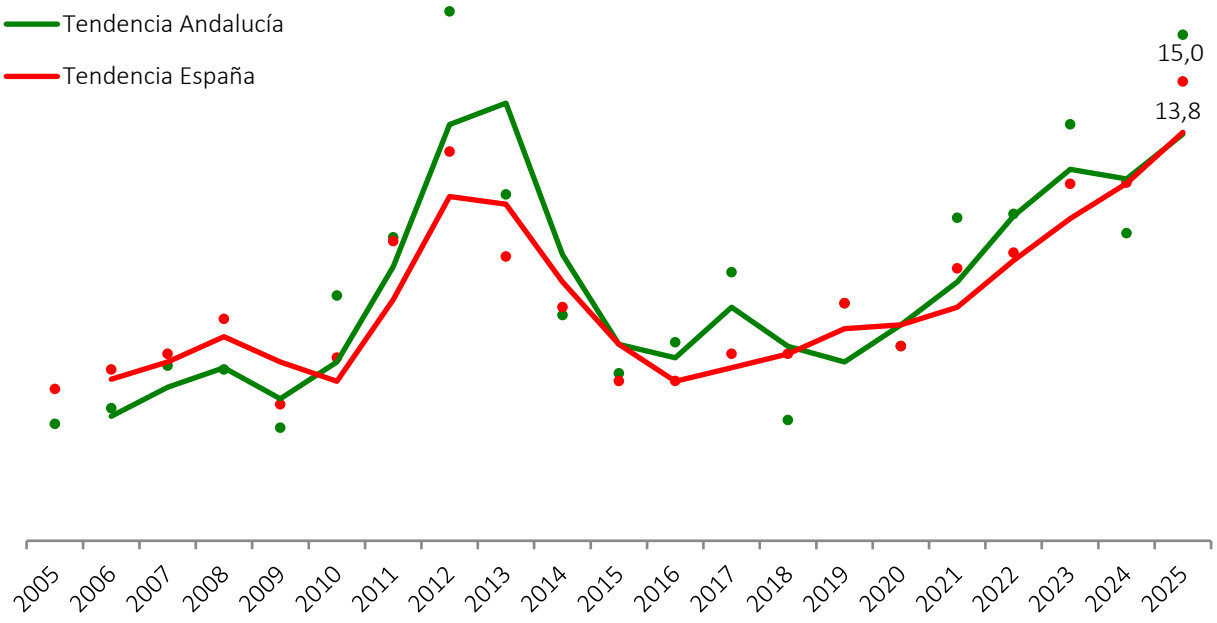


En 2025, la tasa de abandono empresarial alcanzó el 3,4%, lo que supuso un aumento de 0,7 puntos porcentuales respecto a 2024. El 2,0% de los abandonos fue definitivo, mientras que el 1,4% restante correspondió a traspasos de la actividad empresarial a otras personas que la continuaron. La proporción de traspasos (41,0%) aumentó levemente respecto a 2024 (40,2%).

Los motivos principales del abandono empresarial en Andalucía son: falta de rentabilidad del negocio (25,4%); oportunidad de vender el negocio (17,8%) y problemas para obtener financiación (14,1%). Todos ellos relacionados con la propia marcha del negocio. A continuación, le siguen otros motivos de índole personal: encontrar otro empleo (13,7%); motivos personales y/o familiares (7,5%) y encontrar otra oportunidad de negocio (7,1%). Los porcentajes y el orden de importancia de los motivos de abandono han cambiado respecto a 2024, aunque la falta de rentabilidad del negocio ha mantenido la primera posición. En conjunto, los motivos relacionados con el negocio representan alrededor del 60% de los abandonos, mientras que los personales representan alrededor del 30%.

3.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Figura 3.2.1. Evolución del potencial emprendedor de Andalucía y España
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2005-2025

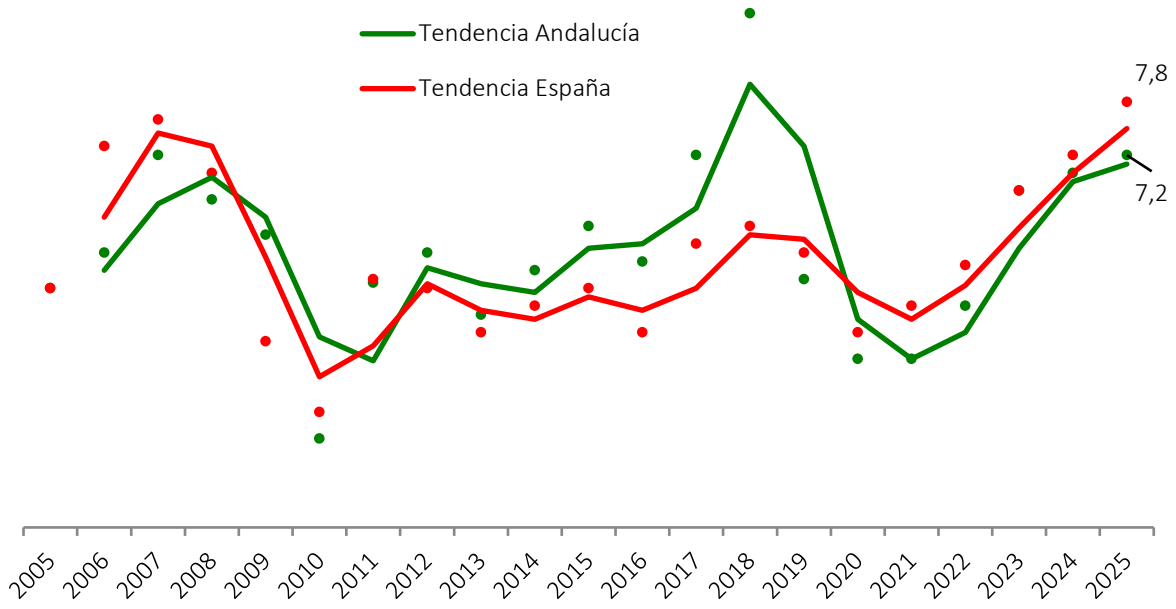


A continuación, se analiza la dinámica de la actividad emprendedora, considerando la evolución temporal, entre 2005 y 2025, de los indicadores del proceso emprendedor en Andalucía y en España, incluyendo medias móviles para mostrar la tendencia (Figura 3.2.1).

Se observa que, aunque la mayoría de los valores de los indicadores del potencial emprendedor andaluz y español son similares y cercanos entre sí, los valores registrados en 2008, 2010, 2012, 2017 y 2018 difieren notablemente, pues la diferencia entre el valor mayor y el menor supera el 20% del valor menor de ese año. También se observan cruces entre las líneas de tendencia de los indicadores. En algunos periodos, los valores del indicador andaluz son mayores que los del español (2010-2017, 2021-2023 y 2025), mientras que en otros los del español son mayores que los del andaluz (2005-2009, 2018-2020 y 2024).

En 2025, los indicadores del potencial emprendedor andaluz y español continúan la tendencia ascendente del ciclo postpandemia, con el indicador andaluz por encima del español (15,0% y 13,8%, respectivamente). Durante el período 2021-23, ambos indicadores aumentaron desde el 7,0% en ambos territorios hasta el 12,7% en Andalucía y el 11,2% en España. En 2024 el indicador andaluz disminuyó hasta el 9,9% (-2,8 puntos respecto a 2023), posiblemente debido a la mejora del mercado laboral.

Figura 3.2.2. Evolución de la TEA de Andalucía y España (medias móviles dos periodos)
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2005-2025



Respecto a la actividad emprendedora total (TEA), en Andalucía y España los valores del indicador suelen ser similares, aunque en 2006, 2009 y 2018 hubo diferencias superiores al 20%. En general, se observa una mayor estabilidad en los datos de España, mientras que los de Andalucía fluctúan de manera más importante en determinados años (como entre 2009 y 2010, o entre 2017-2018 y 2018-2019). No se puede descartar que, dado que la muestra andaluza es más reducida, se hayan producido errores de medida en esos años. Además, las líneas de tendencia se cruzan: Andalucía destaca en 2009 y 2012-2018, mientras que España lo hace en 2006-2008, 2010, 2019-2022 y 2024-2025.

En 2025, la TEA sigue creciendo, confirmando la clara línea ascendente que se viene observando tras la pandemia. Andalucía se sitúa en el 7,2% y España en el 7,8% de la población adulta, superando ambos los niveles registrados en 2007. En el caso de España, ese es el valor máximo histórico, mientras que en Andalucía se alcanzó en 2018 (8,8%). Entre 2020 y 2023, ambas TEA subieron hasta el 6,8% (desde el 5,2% España y desde el 4,9% Andalucía), y en 2024 Andalucía alcanzó el 7,0%.

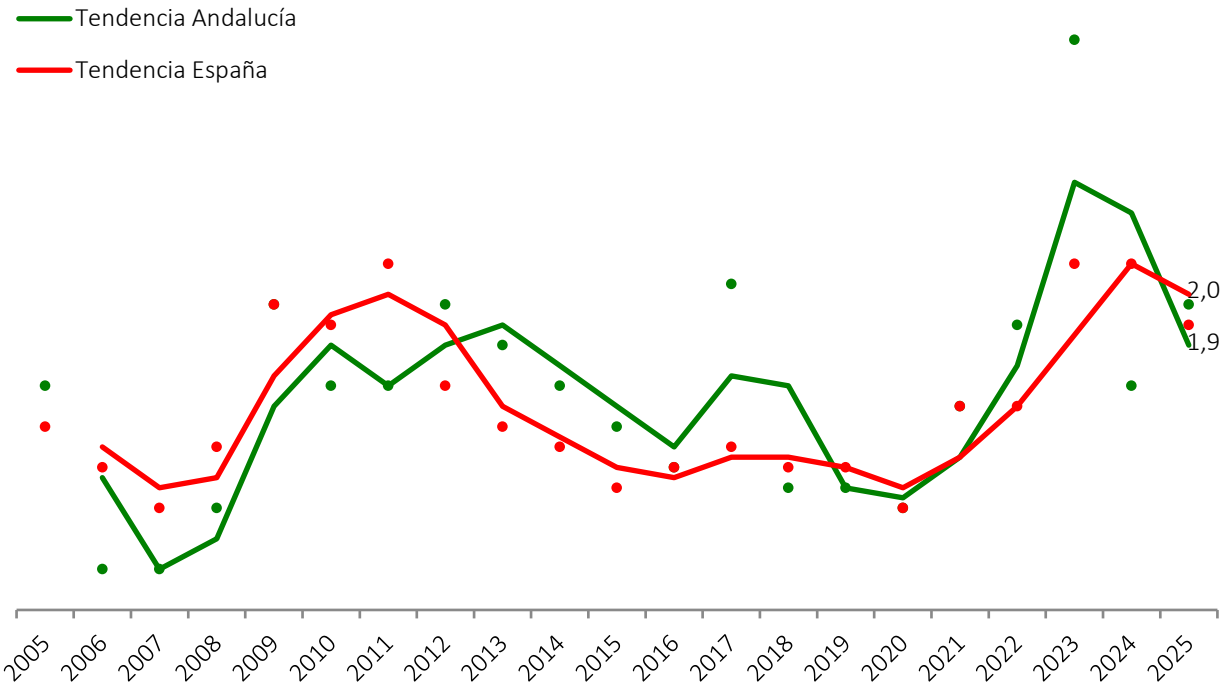
Los motivos que contribuyen al aumento sostenido de la actividad emprendedora (TEA) en Andalucía y en España desde 2020 incluyen el apoyo al emprendimiento y su mayor visibilidad. Ese efecto se produciría a través de un aumento del emprendimiento potencial, reforzado por el incremento de las medidas de apoyo existentes.

Figura 3.2.3. Evolución de las iniciativas consolidadas de Andalucía y España
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2005-2025

Los indicadores de empresas consolidadas en Andalucía y España han seguido una evolución y presentan unos niveles bastante similares desde 2018. Además, también han sido parecidos en 2005, 2007–2010 y 2012–2013. En cambio, en 2006, 2011 y 2014–2017 las diferencias superaron el 20%, lo que sugiere que el tejido empresarial consolidado en Andalucía es más sensible a la situación económica que el conjunto de España. Las líneas de tendencia no se cruzan, encontrándose siempre la tendencia de Andalucía por debajo de la nacional. En todo caso, los datos puntuales de cada año muestran que Andalucía iguala a España en 2007, 2012 y 2019.

En 2025 aumentan las tasas de empresas consolidadas respecto a 2024, llegando al 7,3% en Andalucía y 7,4% en España. Esto es debido a la disminución de los cierres de empresas. No obstante, las tasas de empresas consolidadas continúan siendo inferiores a los máximos históricos de 2008 (8,8% en Andalucía; 9,1% en España). Desde 2020, las tasas han sido irregulares, con mínimos en 2023 (5,7% en Andalucía; 6,7% en España).

Figura 3.2.4 Evolución de los cierres efectivos de Andalucía y España
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2005-2025



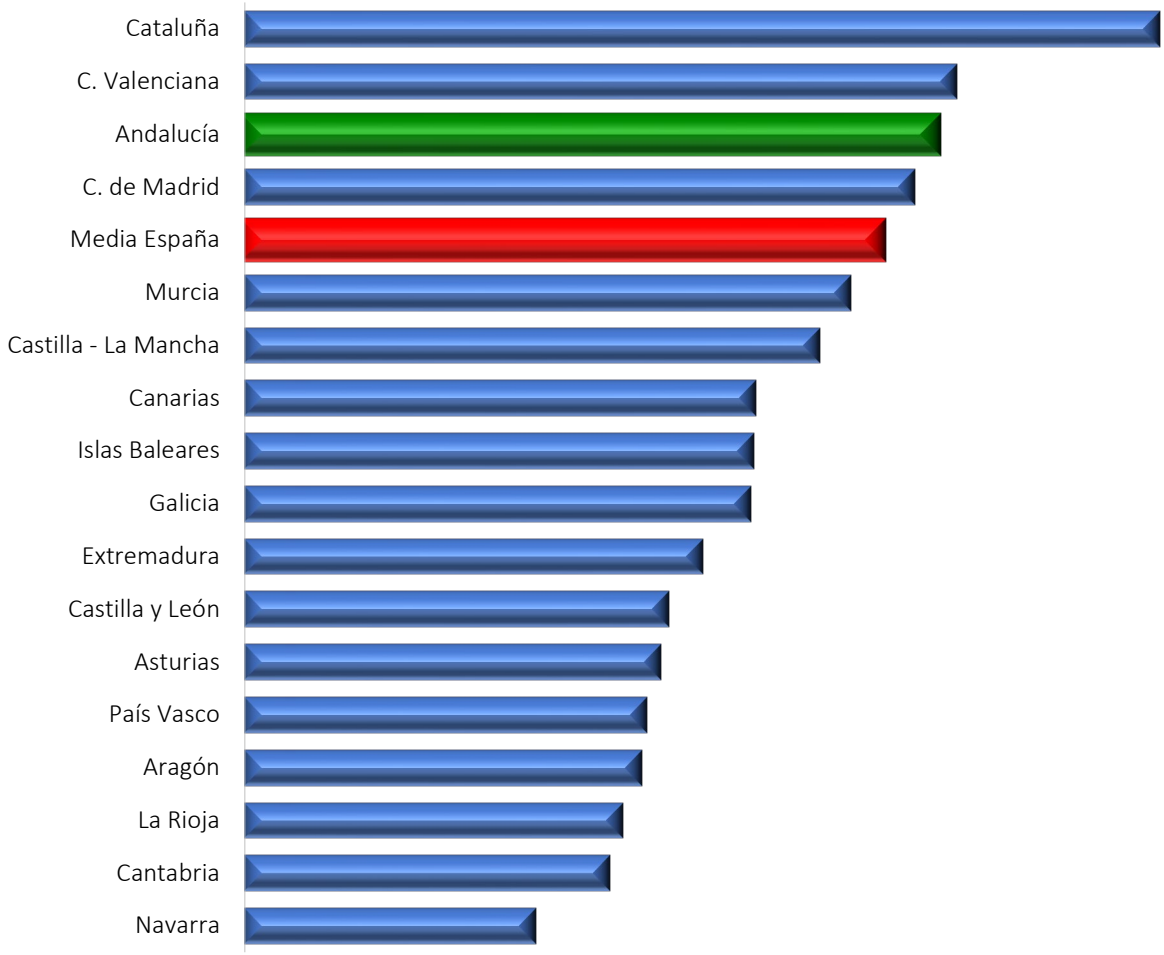
La tasa de cierres efectivos de empresas difiere notablemente entre Andalucía y España, con unas diferencias que superaron el 20% en más de la mitad de los años (en concreto, en 2006–2008, 2011–2015, 2017 y 2022–2024). Además, las líneas de tendencia se cruzan en varias ocasiones. Los cierres son más elevados en Andalucía en los años posteriores a la crisis (después del efecto más inmediato): entre 2012–2017 y entre 2022–2023. Por el contrario, la tase de cierres es más elevada en España en el periodo previo a la crisis y en los primeros años de la crisis financiera de 2007 (entre 2006–2011, 2018–2019 y en 2024).

En 2025, los cierres efectivos siguen elevados tras la pandemia: Andalucía sube al 2,0% desde el 1,6% en 2024 y España baja al 1,9% desde el 2,2% en 2024. Parece, por tanto, que las tasas de cierres efectivos tienden a normalizarse en torno al 1,5-2,0% tanto en España como Andalucía, después del considerable aumento que se dio en el intervalo 2020-2023.

La caída reciente de los cierres efectivos de empresas en Andalucía se asocia a un mayor reemplazo de emprendedores por traspaso del negocio. El porcentaje de traspasos casi se duplicó entre 2023 y 2025 (del 22,0% al 41,0%), impulsado por una mayor percepción de oportunidades de venta del negocio (del 4,8% al 17,8%) y disminuciones de los abandonos por pérdida de rentabilidad (del 27,2% al 25,4%), por jubilación (del 5,0% al 2,7%) y por cambio a empleo asalariado (del 20,4% al 13,7%), que sugieren una mejora del entorno económico en Andalucía.

3.3. Perspectiva nacional y por CC.AA. del proceso emprendedor

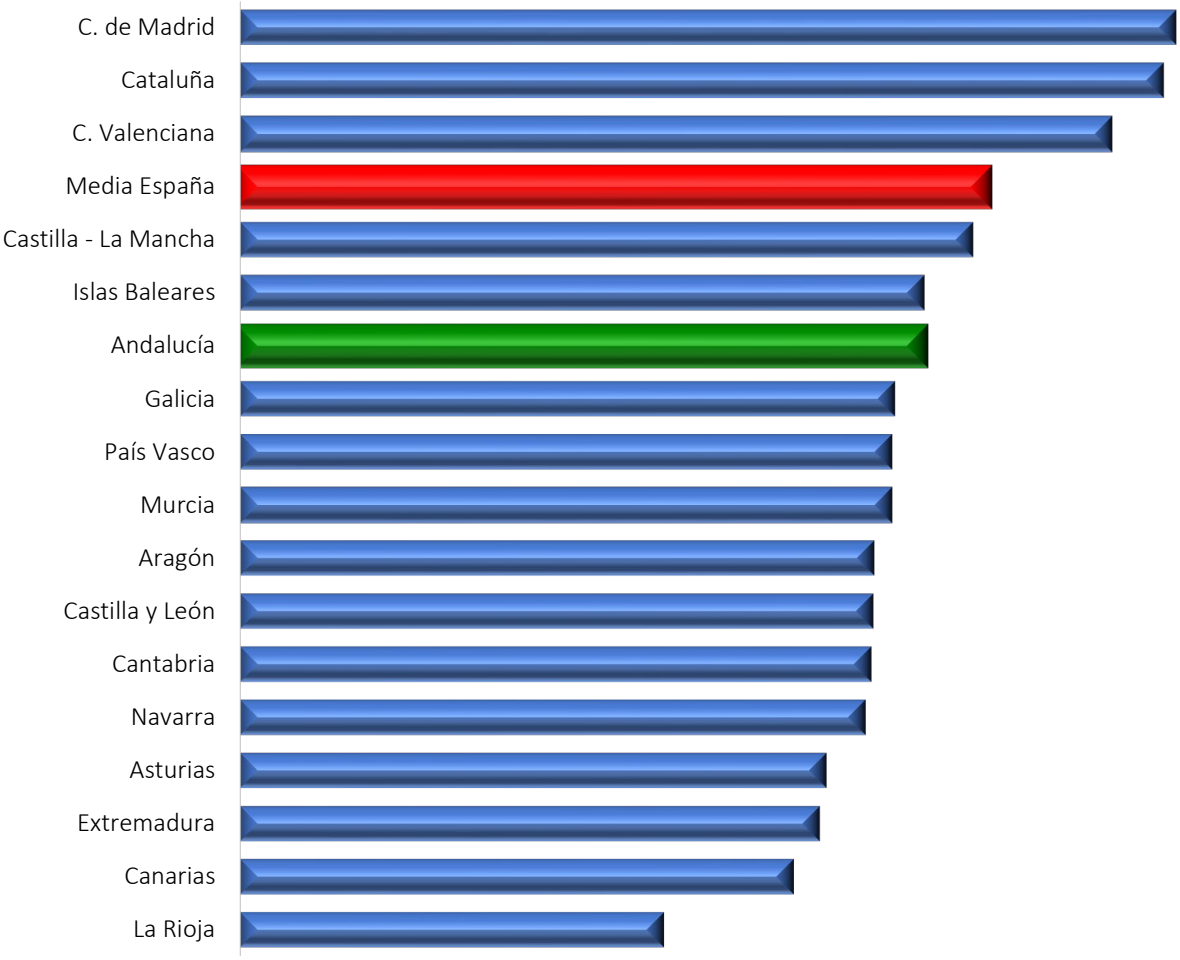
Figura 3.3.1. Emprendedores potenciales en las regiones españolas
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025



En 2025, la tasa de emprendedores potenciales en España aumentó hasta el 13,8% (11,2% en 2024) y cuatro regiones españolas presentaron tasas superiores a la media nacional: Cataluña, C. Valenciana, Andalucía y C. de Madrid. Estos aumentos de la tasa de emprendimiento potencial pueden deberse tanto a la mejora de la percepción de la población adulta respecto al emprendimiento como a la falta de oportunidades o de alternativas laborales. No obstante, la fuerte creación de empleo y el descenso del paro en los últimos años hacen pensar en el primero de esos motivos como fuente de crecimiento del emprendimiento potencial.

Respecto a 2024, Andalucía presenta una tasa de emprendimiento potencial del 15,0% (9,9% en 2024), escalando desde la séptima hasta la tercera posición, por debajo de Cataluña y C. Valenciana y sustituyendo a Castilla La Mancha, que cae a la sexta posición, por debajo de la media española.

Figura 3.3.2 TEA en las regiones españolas
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025

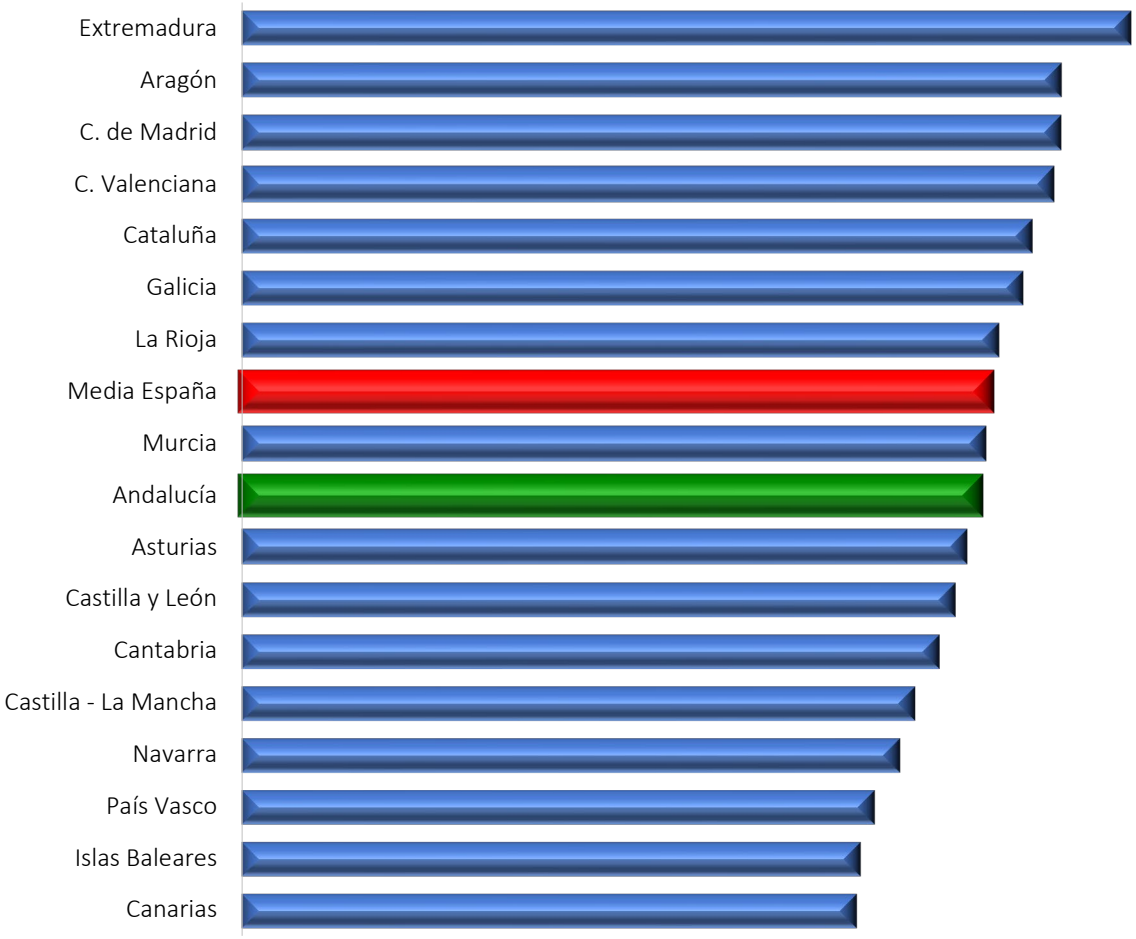


En 2025 se ha producido un incremento en las tasas de actividad emprendedora total (TEA) española y andaluza. La media nacional ha aumentado del 7,2% al 7,8%, mientras que en Andalucía ha pasado del 7,0% en 2024 al 7,2% en 2025, manteniendo la sexta posición, a pesar del aumento de la distancia absoluta respecto a la media española.

Tres regiones repiten en 2025 sus posiciones de liderazgo: Comunidad de Madrid, Cataluña y C. Valenciana. También repiten en 2025 las seis regiones mejor posicionadas en 2024. No obstante, los aumentos de las TEA en las tres CC.AA líderes (C. de Madrid, Cataluña y C. Valenciana) se vuelven a situar por encima de la media nacional. Las TEA de Castilla La Mancha, Islas Baleares y Andalucía también aumentan en 2025, pero continúan por debajo de la media española.

Las demás regiones presentan pequeñas variaciones en sus TEA, y en general tienden a repetir la posición que ocupan en 2025 en el ranking de CC.AA. respecto a las que ocupaban en el año anterior.

Figura 3.3.3. Iniciativas consolidadas en las regiones españolas
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025

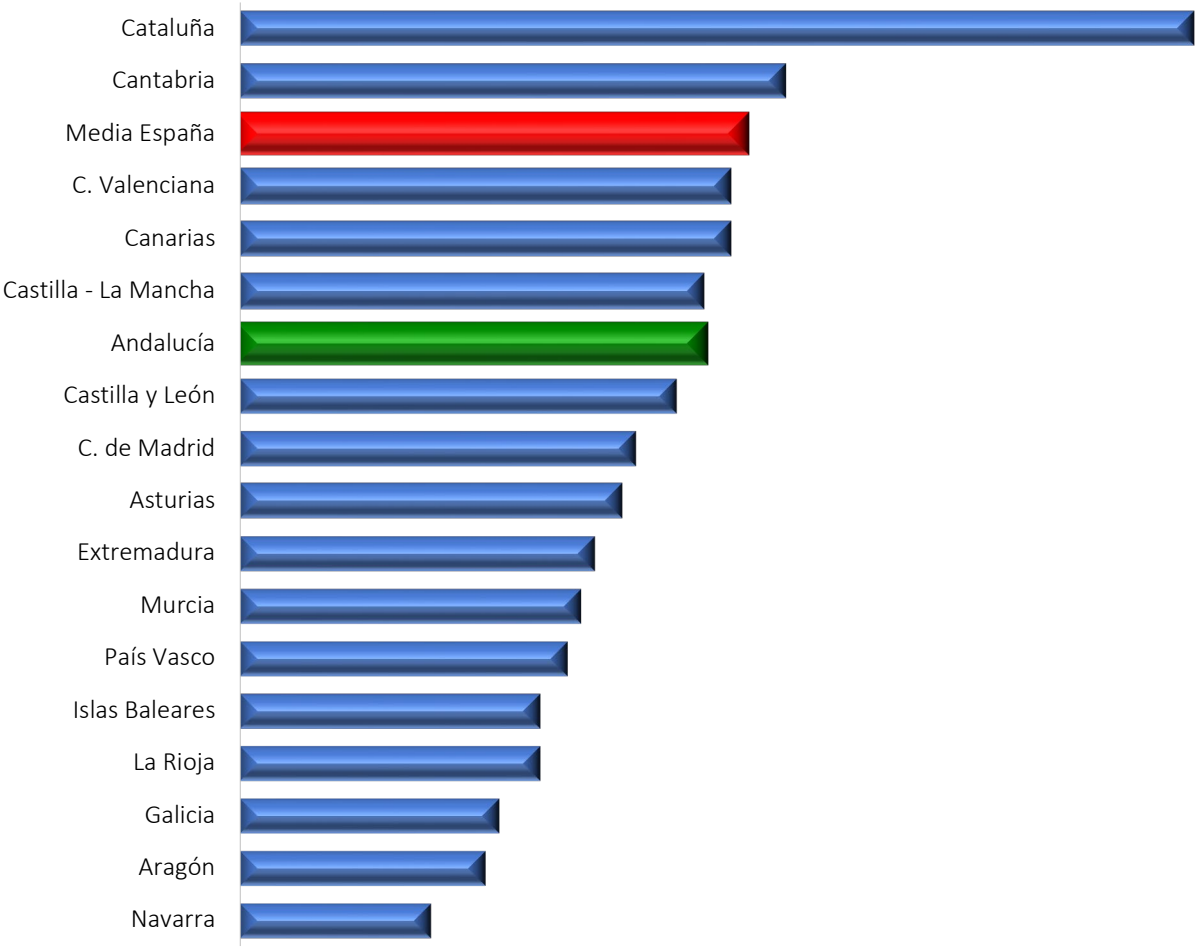


En 2025, la clasificación regional basada en la tasa de empresas consolidadas muestra siete regiones con valores superiores a la media nacional (7,4%), la cual ha aumentado respecto a 2024. Entre esas regiones destacadas, de nuevo se sitúan Comunidad de Madrid, C. Valenciana y Cataluña. A éstas se unen otras cuatro (Extremadura, Aragón, Galicia y La Rioja).

La tasa andaluza de empresas consolidadas ha aumentado del 6,3% en 2024 al 7,3% en 2025, aunque sigue por debajo de la media española. Esto le ha permitido mejorar cuatro posiciones en el ranking de CC.AA. En efecto, ocho regiones muestran tasas de empresas consolidadas inferiores a la de Andalucía y otras ocho presentan tasas superiores.

Por otra parte, también cabe señalar que se han producido cambios sustanciales en las posiciones de las distinas CC.AA en este ranking. Entre los más significativos, destaca el caso de Extremadura, que ha pasado de estar entre las regiones con las menores tasas en 2024 a liderar la clasificación en 2025. En sentido contrario, podemos mencionar Navarra, que lideraba el ranking en 2024 y se encuentra entre las cuatro últimas regiones en 2025.

Figura 3.3.4 Abandono empresarial en las regiones españolas
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025

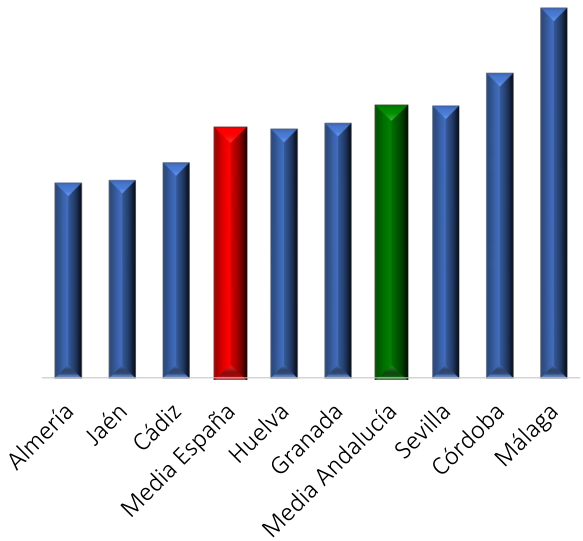


En 2025, la tasa media española de abandono empresarial fue del 3,7%, con un leve incremento respecto al 3,5% de 2024. La tasa de abandono de Andalucía ha aumentado del 2,7% en 2024 al 3,4% en 2025, pasando de la octava a la sexta posición en la clasificación regional y por debajo de la media nacional, lo que puede considerarse una situación relativamente estable.

En 2025, la media española se ve mediatizada por la enorme divergencia entre las tasas de algunas CC.AA y las de otras. Es significativa la mejora de la tasa de abandono empresarial de la Comunidad de Madrid, que ha pasado de la primera posición a la octava. Cataluña ha ocupado la posición de liderazgo en 2025, con la mayor tasa de abandono empresarial. Sin embargo, no parece que se deba a una situación de crisis en esa región, sino a su elevado dinamismo empresarial (como indica su posición en el ranking en los indicadores comentados antes). También ha empeorado Cantabria, que ocupa la segunda posición en 2025, mientras que en 2024 ocupaba la posición dieciséis.

3.4 Perspectiva por provincias del proceso emprendedor

Figura 3.4.1. Emprendedores potenciales en las provincias andaluzas
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025



En 2025 se observan cambios significativos en las tasas de emprendedores potenciales. La tasa andaluza aumenta del 9,9% en 2024 al 15,0% en 2025, mientras que la española aumenta del 11,2% en 2024 al 13,8% en 2025. La tasa andaluza aumenta el doble que la española y la supera.

Los valores provinciales andaluces son muy positivos. Sevilla, Córdoba y Málaga presentan tasas de emprendedores potenciales superiores a la media regional andaluza. Huelva y Granada tienen tasas inferiores a la andaluza, pero superiores a la media española. En la clasificación provincial, Huelva ha escalado tres posiciones respecto a 2024. Por debajo de las medias nacional y andaluza, se encuentran Almería, Jaén y Cádiz, que ocupan posiciones similares a las de 2024.

En 2025, las tasas española y andaluza de actividad emprendedora total (TEA) aumentaron respecto a 2024 (de 7,2% a 7,8% en España y de 7,0% a 7,2% en Andalucía). La TEA de Málaga continúa por encima de las TEA andaluza y nacional y lo mismo ocurre con las TEA de Granada y Sevilla, que mejoran significativamente respecto a 2024. Es destacable que Granada pasa a la segunda posición entre las provincias andaluzas.

Las demás provincias andaluzas siguen presentando TEA inferiores a las TEA andaluza y nacional, con cambios de posición en la clasificación provincial: bajan de posición Cádiz y Córdoba y mejoran su posición Jaén, Almería y Huelva.

Figura 3.4.2. TEA en las provincias andaluzas
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025

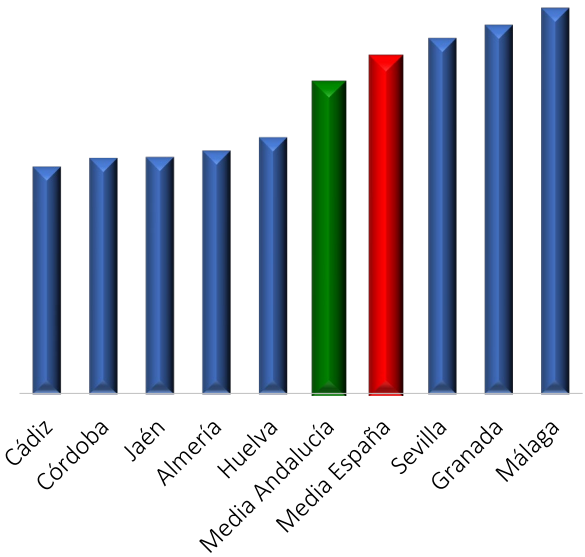
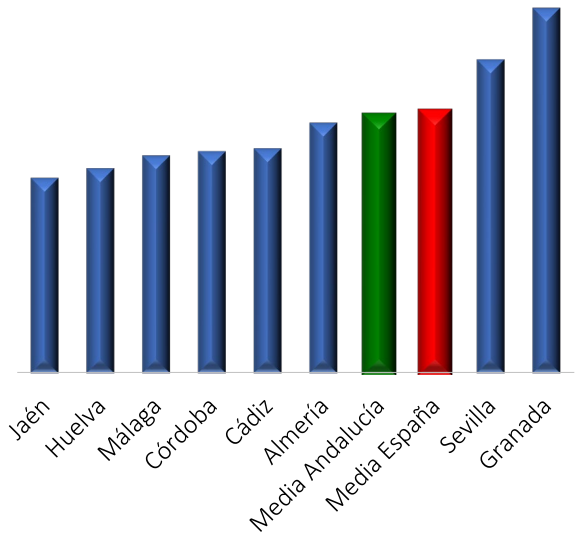


Figura 3.4.3. Iniciativas consolidadas en las provincias andaluzas

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025



En 2025, las tasas española y andaluza de abandono empresarial aumentaron respecto a 2024 (de 3,5% a 3,7% en España y de 2,7% a 3,4% en Andalucía). También aumentaron sensiblemente las tasas de abandono en todas las provincias andaluzas. Málaga y Granada presentan tasas superiores a las tasas española y andaluza. Málaga escala desde la sexta hasta la primera posición, mientras que Granada sube de la cuarta a la segunda.

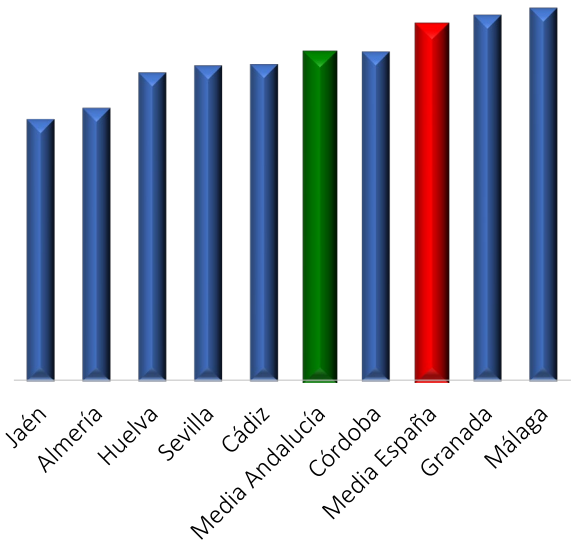
La tasa de abandono empresarial de Córdoba se sitúa en la tercera posición. Finalmente, por debajo de la tasa de abandono andaluza se sitúan las de Jaén, Almería, Huelva, Sevilla y Cádiz. Es llamativo el cambio de Jaén en la clasificación provincial, pasando de tener la mayor tasa de abandono empresarial en 2024 a la menor, por debajo de la de las demás provincias andaluzas.

En 2025, las tasas española y andaluza de empresas consolidadas aumentaron significativamente respecto a 2024 (de 6,8% a 7,4% en España y de 6,3% a 7,3% en Andalucía). En la mayoría de las provincias andaluzas, la tasa de empresas consolidadas ha aumentado, con cambios más llamativos en Sevilla y Jaén. Sevilla ha escalado de la octava a la segunda posición en la clasificación provincial de empresas consolidadas, y Jaén ha pasado de liderar dicha clasificación en 2024 a la octava en 2025.

En 2025, Granada lidera la clasificación provincial de empresas consolidadas, seguida de Sevilla, ambas con tasas superiores a las medias española y andaluza. Las demás provincias presentan tasas inferiores a las medias española y andaluza. Jaén y Huelva son las provincias con las tasas de empresas consolidadas más bajas y, al mismo tiempo, las de menor población.

Figura 3.4.4. Abandono empresarial en las provincias andaluzas

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2025

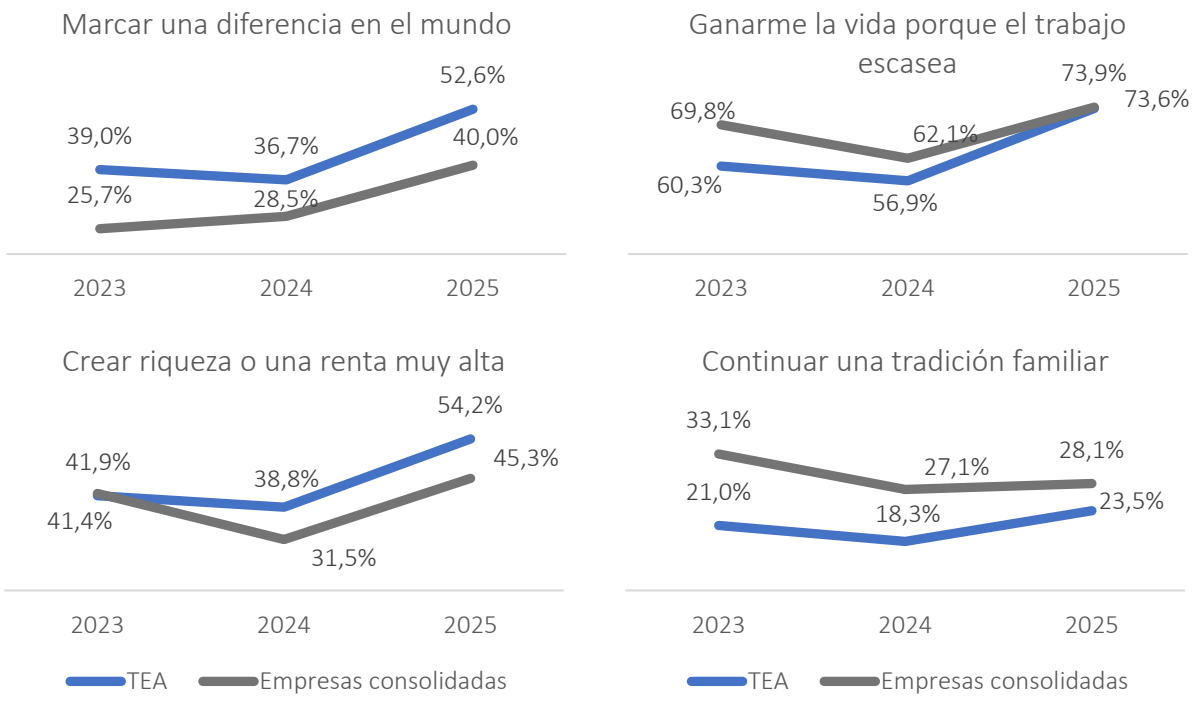


Capítulo 4

Perfil de la persona emprendedora

4.1. Motivación

Figura 4.1.1. Motivaciones de las personas emprendedoras
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025



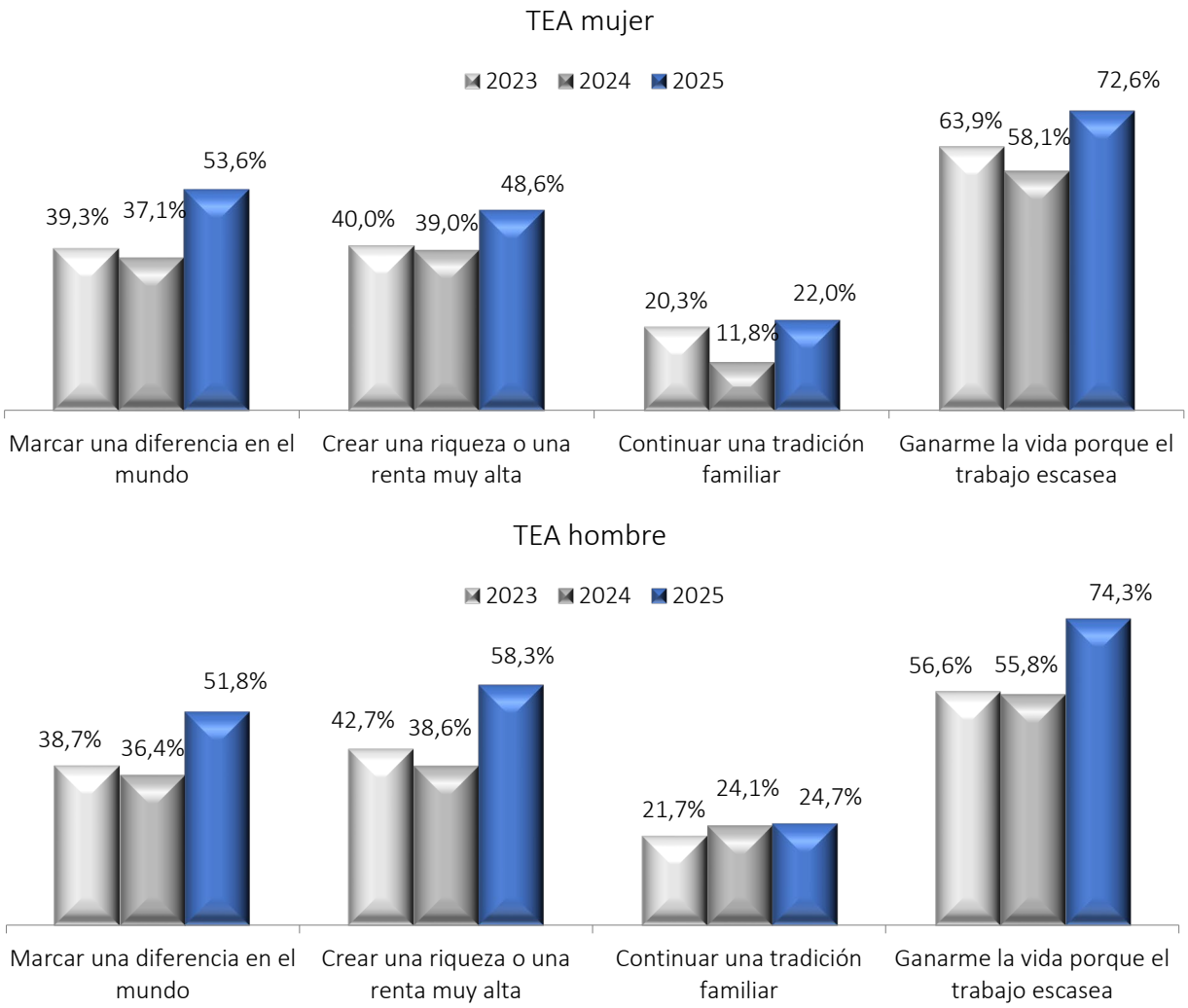
La figura 4.1.1 muestra la evolución de las principales motivaciones para emprender en Andalucía durante el periodo 2023-25, diferenciando entre personas emprendedoras en fase inicial (TEA) y empresas consolidadas. La razón más destacada sigue siendo "ganarse la vida porque el trabajo escasea" (73,6% para los emprendedores recientes frente al 73,9% para los consolidados), con un notable aumento respecto al año 2024.

Por el contrario, "continuar una tradición familiar" sigue siendo la motivación menos relevante. El 28,1% de los emprendedores consolidados encuestados muestra este hecho, y un 23,5% para los emprendedores recientes.

Todas las motivaciones analizadas en el 2025 han tenido un aumento de importancia frente al año anterior. De esta forma, en comparación al año 2024, en el 2025 las motivaciones que han tenido un cambio más significativo han sido la de “marcar una diferencia en el mundo”, pasando del 36,7% al 52,6% para los emprendedores recientes, y de un 28,5% a un 40% para los emprendedores consolidados. En el mismo sentido, la motivación de “crear riqueza”, para los emprendedores recientes ha pasado de un 38,8% en el 2024 a un 54,2% en el 2025; y para los emprendedores consolidados aumenta de un 31,5% a un 45,3% en el 2025.

Si atendemos a las diferenciadas por sexo en el emprendimiento reciente (Figura 4.1.2), la mayor disparidad se da en “crear riqueza o una renta muy alta” (48,6% en mujeres frente al 58,3% en hombres). Las demás motivaciones no muestran diferencias significativas filtradas por sexo.

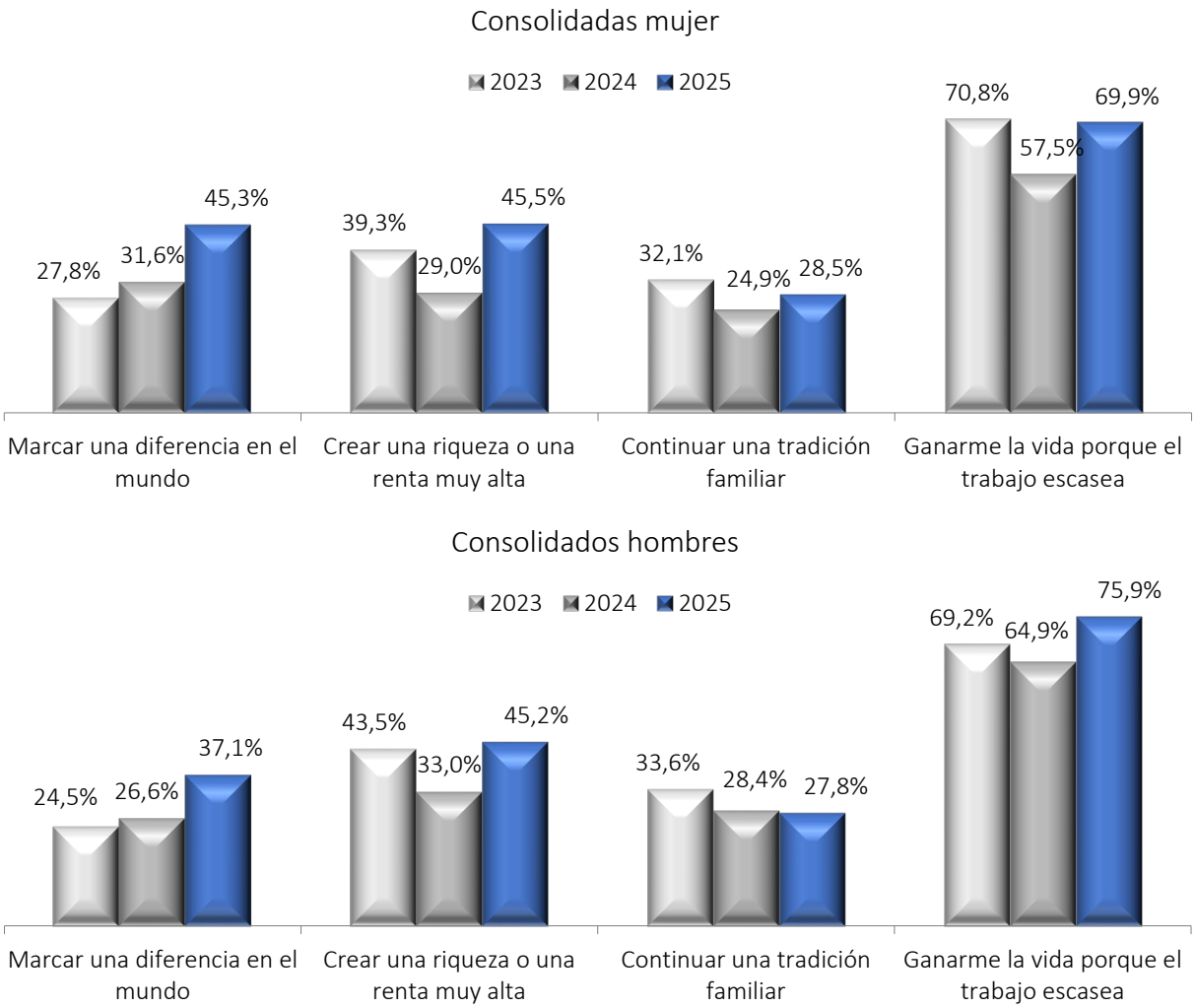
Figura 4.1.2. Motivaciones de las personas emprendedoras recientes según el sexo, 2023, 2024 y 2025 (TEA)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025



Respecto a 2024, el mayor aumento para los hombres emprendedores recientes (TEA) se da en la motivación "crear riqueza…" (+19,7 puntos), seguido del motivo "ganarse la vida…" (+18,5 puntos). En cambio, en el caso de las mujeres emprendedoras en fase inicial (TEA), "marcar una diferencia…" ha sido la motivación que más ha aumentado (+16,5 puntos).

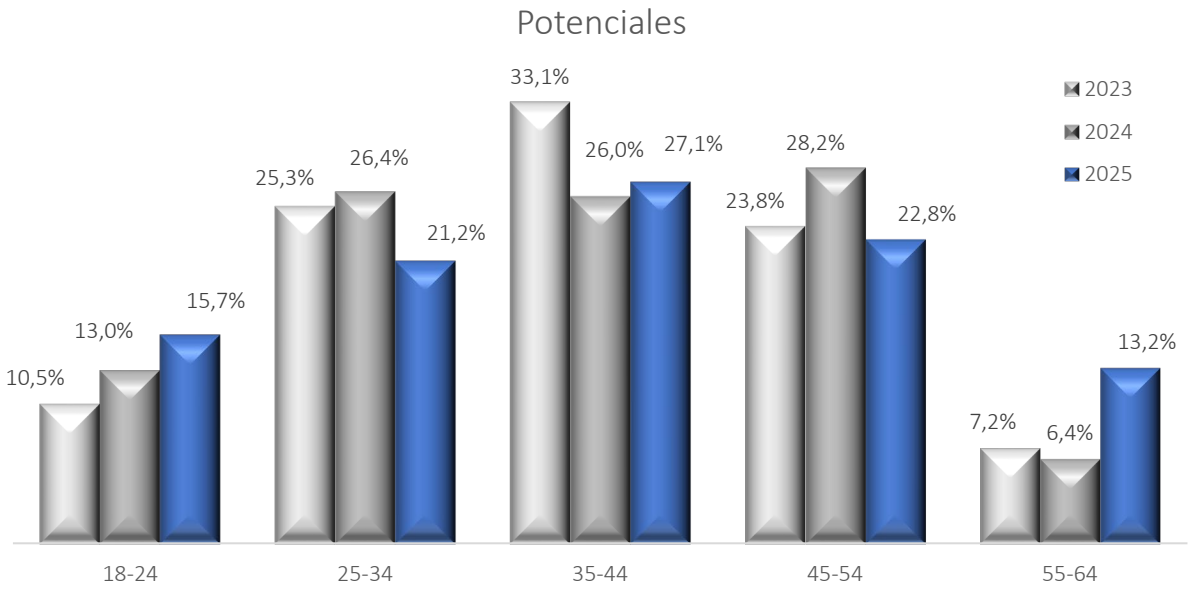
En cuanto al emprendimiento consolidado por sexo (Figura 4.1.3), de nuevo aumentan todas las motivaciones (excepto la "tradición familiar" en los consolidados hombres). Los aumentos son mayores para las mujeres en todos los casos. Destaca especialmente "crear riqueza" para las mujeres (+16,5%) y para los hombres (+12,2%). En relación con la importancia de cada motivación, los hombres señalan en mayor medida "ganarse la vida" (75,9%) frente a las mujeres (69,9%). En cambio, las emprendedoras consolidadas señalan más el motivo "marcar una diferencia" (45,3%) frente a los hombres (37,1%).

Figura 4.1.3. Motivaciones de las personas emprendedoras consolidadas según sexo
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025



4.2. Edad

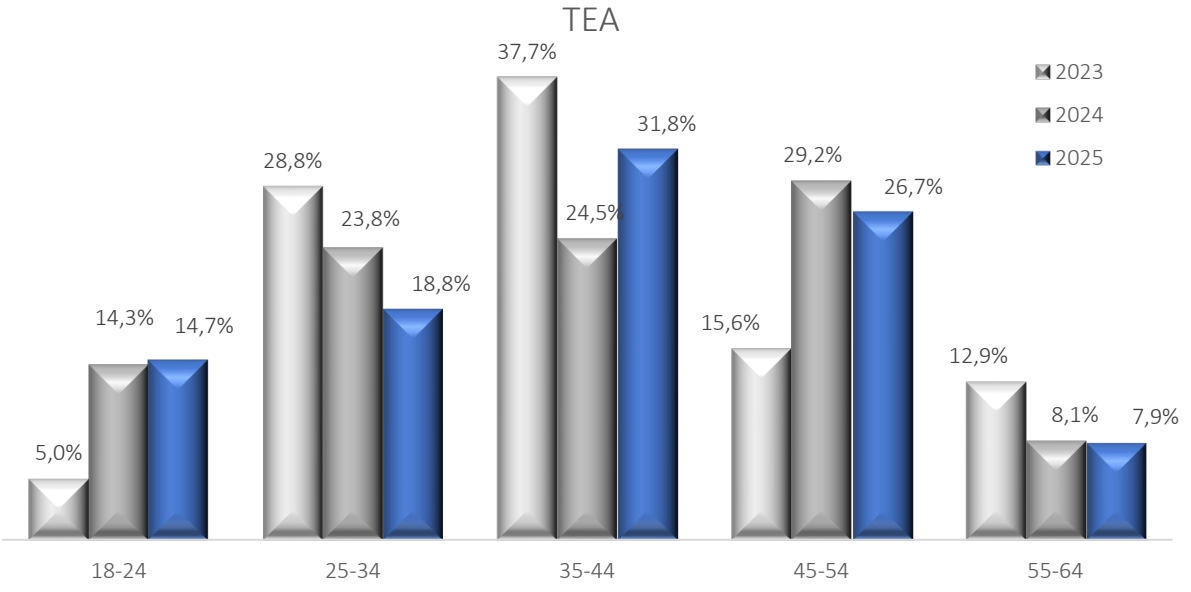
Figura 4.2.1. Distribución de las personas emprendedoras potenciales por edad
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025



En lo que se refiere a la edad de los emprendedores potenciales, puede verse en la figura 4.2.1. que el mayor número de emprendedores potenciales se encuentran en la franja de 35-44 años (27,1%). Le sigue la franja de 45-54 años (22,8%) y 25-34 (21,2%). En conjunto, el intervalo 25-54 acapara más del 71% de todos los emprendedores. Esto supone un descenso respecto a 2024, cuando los tres intervalos centrales representaban más del 80%. En particular, ha perdido importancia el grupo de 45-54 años. En cambio, la han ganado los dos extremos: más jóvenes (18-24 años) suben al 15,7%, y los más seniors (55-64 años) suben al 13,2%.

Si analizamos la evolución desde 2023, observamos altibajos en los grupos centrales, sin una tendencia mantenida clara. En cambio, se detecta un aumento continuado de la presencia de emprendedores potenciales más jóvenes (18-24 años), que vuelven a crecer en 2025 y acumulan un aumento de 5,2 puntos desde 2023. En el extremo contrario, la presencia de emprendedores potenciales mayores de 55 años se mantuvo prácticamente estable en 2024 respecto a 2023, y ha crecido sustancialmente en 2025. De esta forma, el aumento acumulado desde 2023 es de 6,0 puntos porcentuales.

Figura 4.2.2. Distribución de las personas emprendedoras recientes por edad
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025

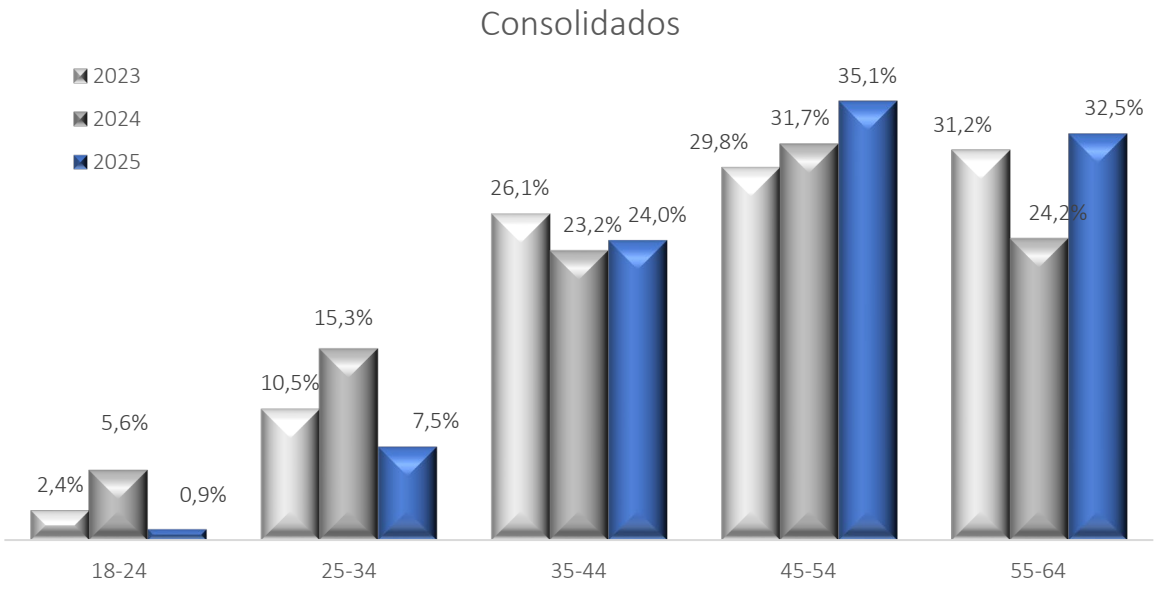


La figura 4.2.2. muestra la distribución por edad de las personas emprendedoras recientes (TEA) en Andalucía. Se observa que en 2025 también se mantiene la forma de campana con el máximo en el grupo central (35-44 años), como pasa con los emprendedores potenciales. En concreto, el 77,3% de los emprendedores TEA tienen entre 25 y 54 años.

Destaca una evolución relevante en la distribución por edad entre 2023 y 2025. El grupo de 35 a 44 años vuelve a ser el más numeroso, aunque con cierta fluctuación, pasando del 37,7% en 2023 al 24,5% en 2024 y aumentando hasta el 31,8% en 2025. Este comportamiento confirma el papel fundamental que juega esta franja de edad en la generación de nuevas iniciativas empresariales. Destaca también el elevado peso del colectivo de 45-54 años, que se mantiene como el segundo grupo con mayor presencia (y aumentando desde el 15,6% en 2023 hasta el 26,7% en 2025).

Sigue creciendo la presencia de emprendedores más jóvenes (18-24 años) en el total, subiendo desde el 5,0% en 2023 hasta el 14,7% en 2025. Por el contrario, el grupo de 25-34 años registra un descenso continuado, pasando en el 2023 del 28,8% al 18,8% en el 2025.

Figura 4.2.3. Distribución de las personas emprendedoras consolidadas por edad
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025



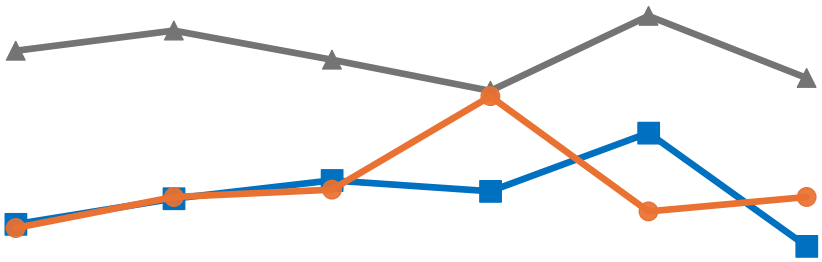
En la figura 4.2.3. puede apreciarse la evolución de la distribución de los emprendedores consolidados por edad. A diferencia de los emprendedores recientes (TEA), donde el intervalo central es el más abundante, en el caso de los consolidados, podemos ver una trayectoria creciente, con la mayor parte de los emprendedores concentrándose en las edades más altas (45-54 y 55-64 años).

El grupo de edad más numeroso es la franja de 45-54 (35,1% de emprendedores consolidados). Además, en este grupo se consolida la tendencia al crecimiento de su importancia desde 2023, acumulando un aumento de 5,3 puntos porcentuales en estos dos años. A este grupo le sigue de cerca el intervalo de 55-64 años (32,5%). En tercer lugar, se sitúa el grupo de 35-44 años (24,0% del total). Juntos representan más de las dos terceras partes del emprendimiento consolidado en Andalucía. De esta forma, el 91,6% de los emprendedores consolidados tienen entre 35 y 64 años en el 2025, un porcentaje claramente superior al del año anterior, que fue de 79,1%.

En el extremo contrario, hay que destacar la caída de emprendedores consolidados a edades más tempranas. Respecto al grupo de 18-24 años, se ha pasado de un 5,6% en el 2024 al 0,9% en el 2025. De igual modo ocurre con el grupo de 25-34 años, que ha pasado de un 15,3% en 2024 a un 7,5% en el 2025.

4.3. Formación

Figura 4.3.1. Tasa de emprendimiento por nivel educativo
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



	Primaria	Secundaria	FP Superior	Grado	Máster	Doctorado
Potenciales	15,0%	16,1%	14,5%	12,8%	16,9%	13,5%
TEA	5,5%	6,9%	7,9%	7,3%	10,5%	4,3%
Consolidados	5,3%	7,0%	7,4%	12,5%	6,2%	7,0%

Las tasas de participación emprendedora sufren ligeras variaciones según el nivel de estudios (Figura 4.3.1). La probabilidad de ser emprendedor potencial es mayor para quienes tienen menor nivel de estudios (15,0% para primaria, 16,1% para secundaria), y también para los que tienen estudios de máster (16,9%). En los emprendedores recientes, la tasa TEA es mayor a la media en las personas con formación FP superior (7,9%), Grado (7,3%) y Máster universitario (10,5%). En cambio, la tasa TEA es menor a la media para las personas con formación más baja (5,5% en primaria, 6,9% en secundaria), y sobre todo para doctorado (4,3%). La formación avanzada (salvo el doctorado) parece favorecer la identificación de oportunidades, el acceso a conocimientos especializados y el desarrollo de competencias útiles para emprender. En el caso del doctorado, puede que la renovación de plantillas universitarias (por jubilación) esté absorbiendo buena parte de este capital humano.

Por el contrario, en el caso del emprendimiento consolidado, es más abundante entre las personas con estudios de grado universitario (tasa del 12,5%), seguido de las que tienen FP superior (tasa del 7,4%). Finalmente, la brecha entre emprendimiento potencial (intención de emprender) y tasa TEA (actividad emprendedora reciente) es mayor cuando la formación es más baja (probablemente por falta de conocimientos y recursos), y también en el doctorado (probablemente por disponibilidad de alternativas suficientemente atractivas).

Comparando el emprendimiento en cada etapa según nivel educativo y sexo (Figura 4.3.2), la tasa de emprendimiento potencial femenino es mayor a la media para las que tienen formación primaria (14,6%), secundaria (15,1%) y titulación de máster (15,7%). En el caso de los hombres, se repiten las mayores tasas en aquellos con formación secundaria (16,9%) y máster (18,3%), pero se añaden el grupo con FP superior (17,8%).

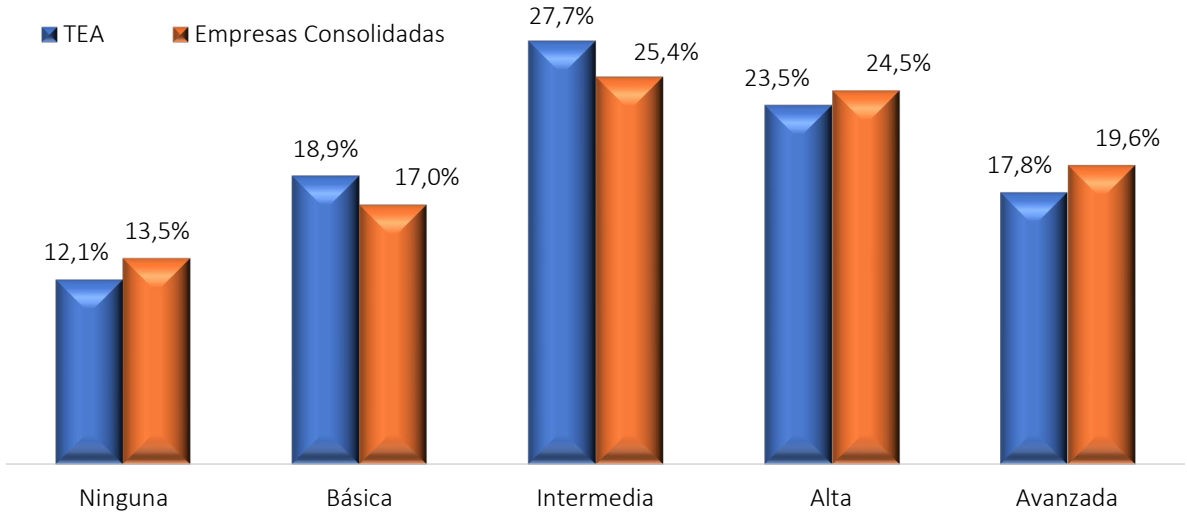
Figura 4.3.2. Tasa de participación emprendedora por educación y sexo
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

	Potencial	TEA	Consolidada	Potencial	TEA	Consolidado
Primaria	14,6%	4,9%	3,4%	15,3%	6,0%	7,0%
Secundaria	15,1%	6,1%	5,1%	16,9%	7,8%	8,8%
FP Superior	11,4%	7,1%	5,2%	17,8%	8,8%	9,7%
Grado	14,2%	4,6%	8,8%	11,4%	10,2%	16,3%
Máster	15,7%	9,3%	4,7%	18,3%	11,9%	7,9%
Doctorado	14,4%	4,1%	4,0%	12,8%	4,4%	9,6%
Total	14,2%	6,2%	5,1%	15,8%	8,2%	9,5%

En cuanto a la actividad emprendedora reciente, las mujeres con FP superior (7,1%) y con máster (9,3%) tienen tasas TEA superiores a la media de las mujeres. En el caso de los hombres también ocurre con la FP superior (8,8%) y máster (11,9%), y hay que añadir los que tienen formación de grado (10,2%). En el emprendimiento consolidado, las tasas de hombres y de mujeres son más altas que sus respectivas medias en las personas con FP superior (5,2% mujeres y 9,7% hombres) y con grado universitario (8,8% y 16,3% respectivamente). Además, el emprendimiento consolidado en hombres con doctorado (9,6%) es también superior.

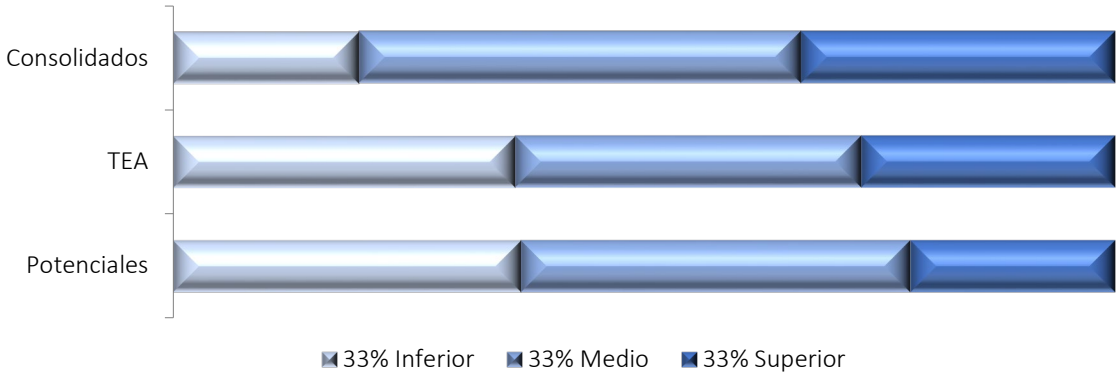
Tanto en emprendimiento reciente (TEA) como consolidado predominan las personas con formación específica para crear empresas intermedia o superior, sumando un 69% y 69,5%, respectivamente (Figura 4.3.3). La elevada presencia de emprendedores con formación intermedia y alta refleja la importancia de adquirir competencias específicas, mientras que el mayor peso de la formación avanzada entre las empresas consolidadas sugiere que ésta puede favorecer el crecimiento, continuidad y desarrollo de los proyectos empresariales.

Figura 4.3.3. Nivel de formación específica para la creación de empresas
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



4.4. Renta

Figura 4.4.1. Distribución de las personas emprendedoras por nivel de renta
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



Tanto el emprendimiento potencial como el reciente (TEA) predominan en los hogares situados en terciles medios e inferiores (Figura 4.4.1). Por el contrario, las personas emprendedoras consolidadas presentan niveles de renta medio y superior, mayoritariamente. Esto sugiere que es más frecuente tener intención o lanzar una empresa con renta baja (como forma de "ganarse la vida"), pero que la consolidación de la empresa suele proporcionar ingresos elevados en no pocas ocasiones.

En la figura 4.4.2. se observa un nivel de conocimientos financieros medio, tanto en hombres como en mujeres. En el caso del emprendimiento reciente (TEA), las mujeres con alto conocimiento financiero (27,7%) superan a los hombres (20,7%). Para el emprendimiento consolidado, en cambio, los hombres con formación media (46,8%) y alta (30,7%) superan a las mujeres (39,3% y 27,9%, respectivamente).

Figura 4.4.2. Nivel de conocimiento financiero según el sexo
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

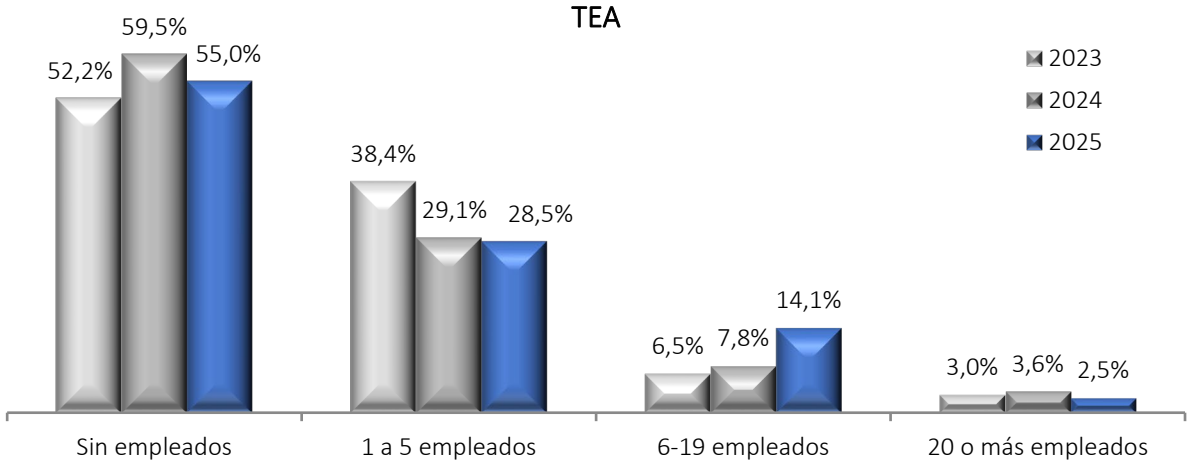
	TEA		Empresas Consolidadas	
Bajo	33,2%	35,2%	32,9%	22,5%
Medio	39,1%	44,1%	39,3%	46,8%
Alto	27,7%	20,7%	27,9%	30,7%

Capítulo 5

Potencial de la iniciativa emprendedoras

5.1. Tamaño del tejido empresarial

Figura 5.1.1. Tamaño de las iniciativas emprendedoras recientes (empleados)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023, 2024 y 2025

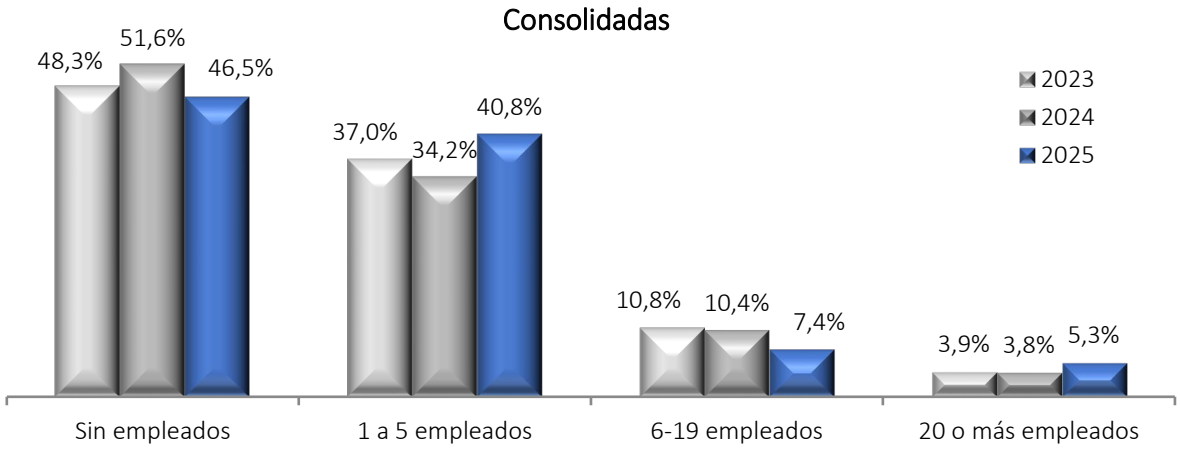


En 2025, el tamaño de las iniciativas emprendedoras ha experimentado cambios notables respecto a 2024. El porcentaje de iniciativas sin empleados descendió hasta el 55,0%, 4,5 puntos porcentuales por debajo del dato registrado en 2024 (59,5%), aunque se mantiene todavía por encima del registro de 2023 (52,2%). Por su parte, las microempresas de 1 a 5 empleados suponen el 28,5% del total, cifra que confirma una tendencia decreciente desde el año 2023.

El dato más destacable del periodo es el crecimiento de las iniciativas de tamaño mediano, de 6 a 19 empleados, que prácticamente duplicaron su peso relativo al alcanzar el 14,1% en 2025, frente al 7,8% de 2024. Los proyectos de mayor envergadura, con 20 o más empleados, sufrieron una contracción hasta situarse en el 2,5%. Los datos reflejan el peso de las iniciativas de tamaño intermedio, aunque continúan predominando ampliamente aquellas que operan sin empleados.

Las empresas consolidadas andaluzas mantienen una estructura caracterizada por el predominio de organizaciones de pequeña dimensión, y presentan un tamaño medio superior al de las iniciativas emprendedoras recientes (Figura 5.1.2).

Figura 5.1.2. Tamaño de las iniciativas emprendedoras consolidadas (empleados)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025

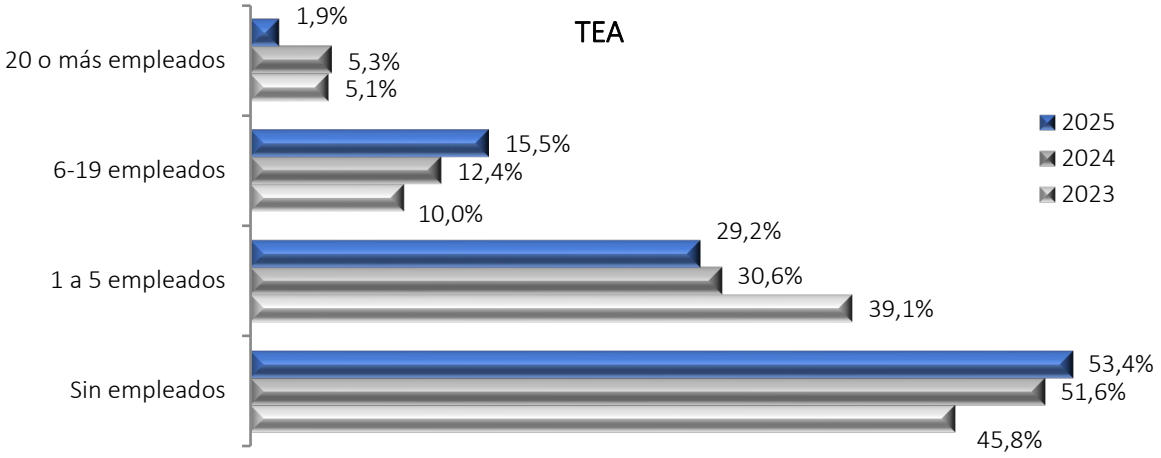


En 2025, el 46,5% de estas empresas desarrolla su actividad sin empleados, mientras que un 40,8% cuenta con entre uno y cinco trabajadores. Es decir, el 87,3% de las empresas consolidadas se concentra en los dos estratos de menor tamaño. En comparación con años anteriores, el porcentaje de empresas sin empleados se reduce de forma apreciable respecto a 2024, pasando del 51,6% al 46,5%. Al mismo tiempo, aumenta el peso de las empresas entre uno y cinco trabajadores, que alcanzan el 40,8% frente al 34,2% del año anterior. Por el contrario, las empresas medianas (entre seis y 19 empleados) disminuyen su presencia relativa hasta el 7,4%, mientras que las mayores (veinte o más empleados) incrementan ligeramente su participación hasta el 5,3%.

Las expectativas de generación de empleo de las iniciativas emprendedoras recientes muestran diferencias con respecto a periodos anteriores (Figura 5.1.3). En 2025, el 53,4% de las personas emprendedoras recientes (TEA) prevé que su empresa seguirá operando sin empleados dentro de cinco años. Este porcentaje es superior al registrado en 2024 (51,6%) y notablemente por encima del observado en 2023 (45,8%). Por el contrario, las expectativas de alcanzar 20 o más empleados experimentan una reducción significativa, pasando del 5,3% en 2024 al 1,9% en 2025. Paralelamente, la proporción de emprendedores que espera contar con entre uno y cinco empleados continúa reduciéndose hasta el 29,2%, casi diez puntos por debajo del nivel de 2023. En cambio, aumenta el peso relativo de las iniciativas recientes de tamaño intermedio, alcanzando el 15,5%, más de cinco puntos superior a 2023.

A diferencia de las iniciativas emprendedoras recientes, las expectativas de empleo de las empresas consolidadas presentan una notable estabilidad a lo largo del período analizado (Figura 5.1.4).

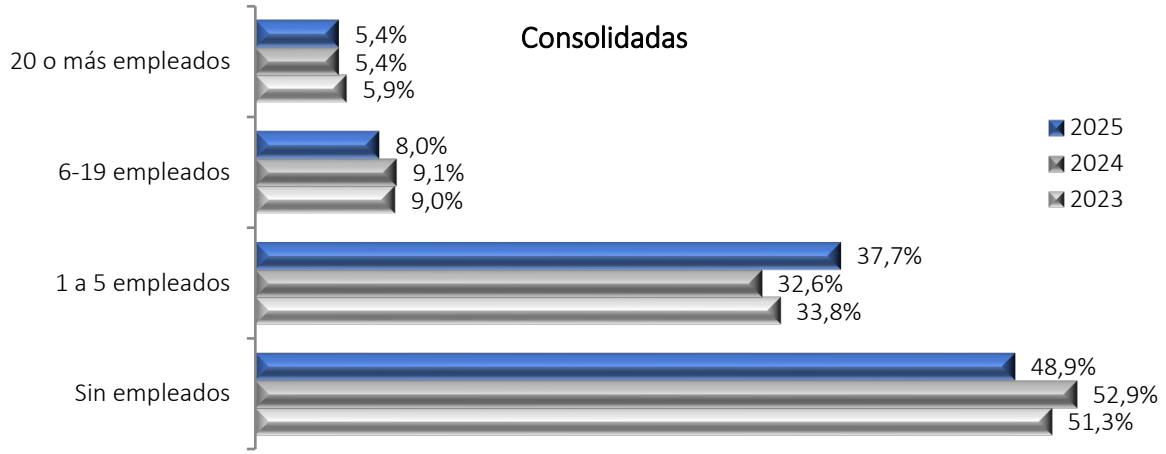
Figura 5.1.3. Tamaño esperado en 5 años (empleados). TEA
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025



En 2025, el 48,9% de estas empresas prevé continuar operando sin empleados dentro de cinco años, porcentaje por debajo del registrado en 2024 (52,9%) y 2023 (51,3%). Crece el porcentaje de las que esperan mantener una plantilla de entre uno y cinco trabajadores (+5,1 puntos respecto a 2024), representando más de un tercio de las empresas consolidadas (37,7%).

Las empresas que esperan contar con entre seis y 19 empleados representan el 8,0% del total, tan solo un punto por debajo de la observada en los dos años anteriores. Por su parte, el grupo de empresas que prevé alcanzar o mantener veinte o más empleados se sitúa en el 5,4%, manteniendo las expectativas de años anteriores. En conjunto, la distribución de las expectativas de empleo de las empresas consolidadas refleja una estabilidad en sus previsiones de crecimiento, con cambios relativamente moderados entre los distintos ejercicios.

Figura 5.1.4. Tamaño esperado en 5 años (empleados). Consolidadas
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2024-2025



5.2. Capital semilla

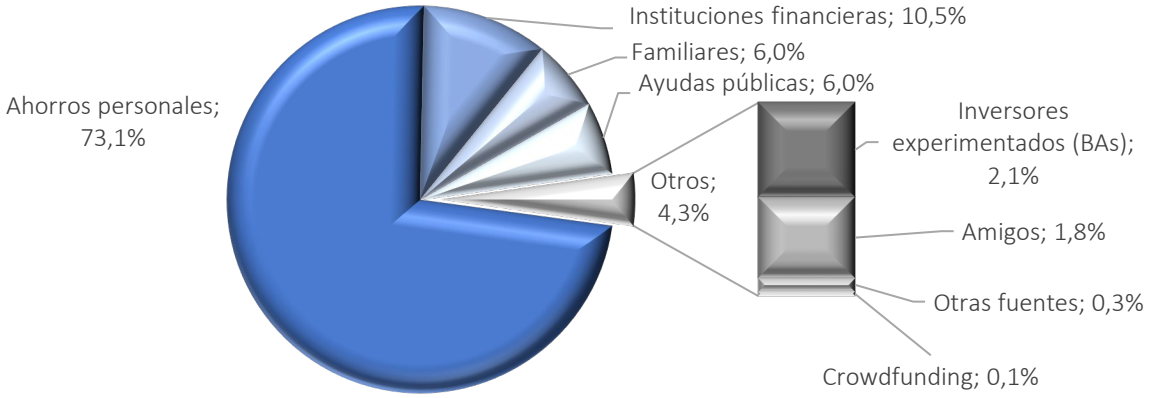
Figura 5.2.1. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos nacientes
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

Capital semilla necesario por los proyectos nacientes (€)			
La mitad de las empresas están por debajo de		10.000€	
Valor más frecuente		10.000€	
Hasta 5.000€	37,8%	5.001€-8.000€	6,3%
5.001€-15.000€	23,8%	8.001€-12.000€	13,9%
15.001€-45.000€	19,1%	12.001€-15.000€	3,6%
45.001€-100.000€	9,7%		**23,8%**
100.001€-250.000€	5,6%		
Desde 250.001€	3,9%		
	100,0%		

La información relativa al capital semilla necesario para la puesta en marcha de proyectos nacientes pone de manifiesto que seis de cada diez iniciativas necesitan menos de 15.000 euros para iniciar su actividad. El 37,8% de los proyectos requiere hasta 5.000 euros y otro 23,8% se encuentra en el intervalo comprendido entre 5.001 y 15.000 euros. A medida que aumenta la cuantía de la inversión necesaria, disminuye el peso relativo de los proyectos. Los proyectos con mayores necesidades financieras son minoritarios: un 5,6% precisa entre 100.001 y 250.000 euros y únicamente el 3,9% supera la necesidad de 250.000 euros de capital semilla.

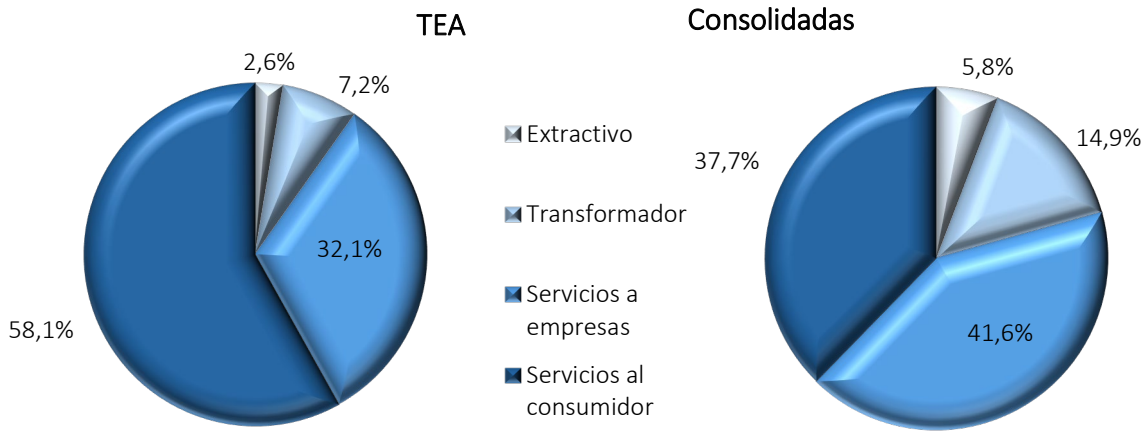
Por ello, no es de extrañar que el 73,1% de los proyectos se financie con ahorros personales (Figura 5.2.2). Si a eso unimos la financiación de familiares (6,0%) y amigos (1,8%), estas fuentes no profesionales superan el 80%. En cambio, para los proyectos que requieren mayor inversión, es más habitual recurrir a entidades financieras (10,5%), ayudas públicas (6,0%) o Business Angels (2,1%).

Figura 5.2.2. Fuente de origen del capital semilla (promedio)
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



5.3. Sector de actividad

Figura 5.3.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

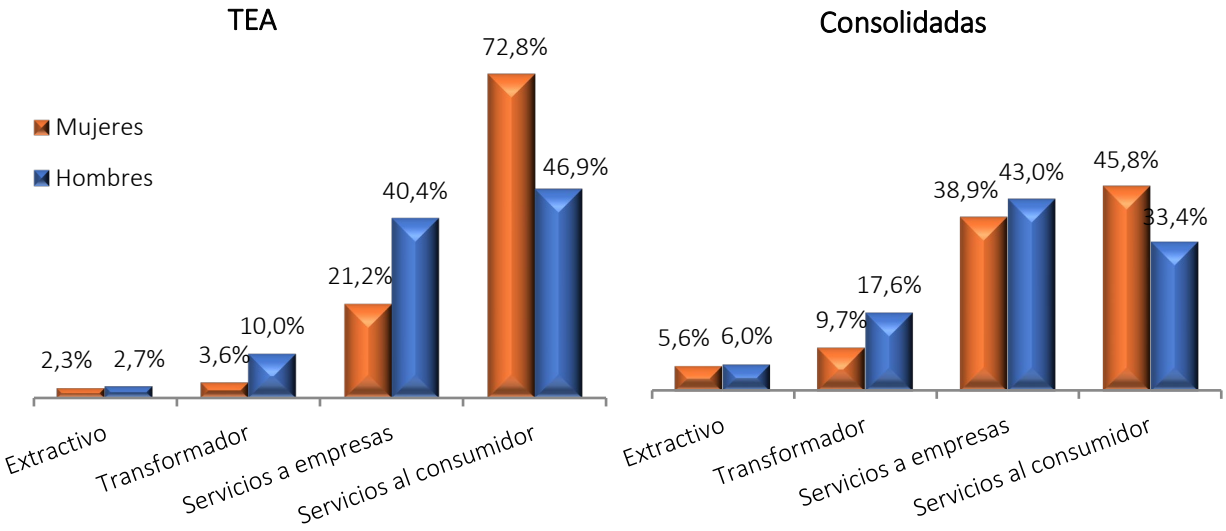


La distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras andaluzas continúa mostrando una clara concentración en las actividades de servicios. En 2025, el 90,2% de las empresas de reciente creación (TEA) operan en el sector servicios, correspondiendo un 58,1% a servicios orientados al consumidor final y un 32,1% a servicios dirigidos a empresas. Estas cifras difieren notablemente de las registradas en el caso de las empresas consolidadas, donde el porcentaje de empresas que se dedican a ofrecer servicios a consumidores finales es de 37,7%, veinte puntos menos que para las empresas recientes. Por su parte, un 41,6% presta servicios a empresas, casi 10 puntos más que en la actividad emprendedora.

En los sectores transformador y extractivo, también se observan diferencias relevantes entre empresas recientes (TEA) y consolidadas. El porcentaje de empresas que operan en el sector transformador correspondiente a empresas consolidadas (14,9%) dobla al observado en las empresas recientes (7,2%). Esta diferencia supone un cambio muy significativo sobre el año 2024, periodo en el que ambos tipos de empresas presentaron porcentajes similares (16,4% y 16,1%). Para el sector extractivo, el porcentaje de empresas consolidadas (5,8%) también dobla al de la TEA (2,6%).

En comparación con 2024, las empresas nacientes participan más en el sector servicios al consumo y menos en los servicios a empresas, la industria transformadora y extractiva. Asimismo, su distribución sectorial presenta mayores diferencias con la observada en el caso de empresas consolidadas.

Figura 5.3.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector según sexo
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



Las diferencias sectoriales por género son apreciables tanto en el caso de iniciativas emprendedoras recientes como consolidadas.

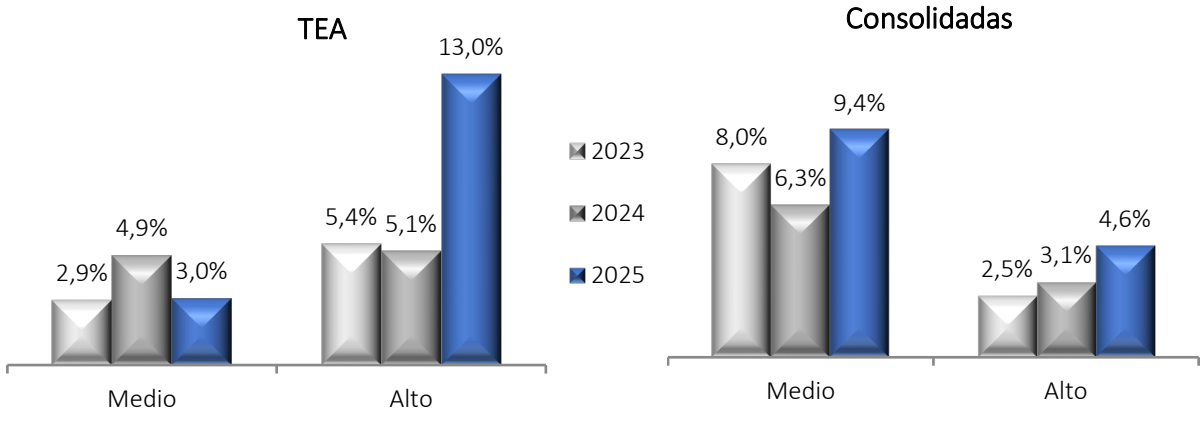
Con respecto a las empresas recientes, casi tres de cada cuatro proyectos (72,8%) liderados por mujeres se concentran en actividades de servicios al consumidor final. Sin embargo, esta cifra es solo el 46,9% en el caso de proyectos creados por hombres. Los servicios a empresas representan el 21,2% de los proyectos nuevos puestos en marcha por mujeres. En el caso de proyectos promovidos por hombres, esta actividad representa el 40,4%.

Aunque esta diferencia entre el porcentaje de empresas que operan en el sector servicios según género también se observa en el caso de las empresas consolidadas, se manifiesta en menor medida. Las empresarias mantienen una mayor presencia en los servicios al consumidor (45,8%, frente a 33,4%), mientras que los empresarios muestran una participación más elevada en servicios a empresas (43,0%, frente a 38,9%).

Solo el 3,6% de las iniciativas recientes creadas por mujeres operan en el sector industrial. Sin embargo, la distribución de las iniciativas lideradas por hombres muestra una participación significativamente superior en actividades transformadoras (10,0%). Esta diferencia se mantiene en el caso de las empresas consolidadas (9,7% y 17,6%, respectivamente). Por el contrario, se observan pocas diferencias en el sector extractivo, donde el porcentaje de iniciativas lideradas tanto por hombres como por mujeres se mantiene bajo.

5.4. Nivel tecnológico e innovación

Figura 5.4.1. Nivel tecnológico del sector de las iniciativas
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2025



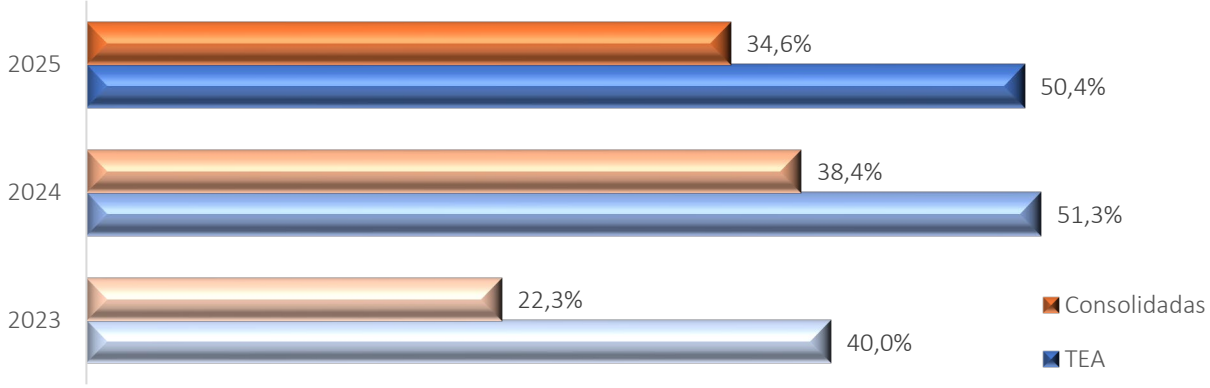
La presencia de iniciativas emprendedoras recientes (TEA) en sectores de alta tecnología experimenta un crecimiento muy significativo en 2025. El 13,0% de las empresas recientes desarrolla una actividad en un sector con un nivel tecnológico elevado. Este porcentaje es 2,5 veces superior al dato registrado en 2024 y 2023.

Entre las empresas consolidadas también se observa una evolución favorable hacia sectores de actividad más intensivos en tecnología. En 2025, el 14,0% de estas empresas opera en sectores de nivel tecnológico medio o alto, frente al 9,4% de 2024. El crecimiento se produce tanto en los sectores de tecnología media (aumento hasta el 9,4%), como en los de alta tecnología (crece hasta el 4,6%), donde alcanza el valor más elevado de la serie analizada.

En términos comparados, resulta especialmente destacable el avance más pronunciado de las iniciativas emprendedoras recientes en los sectores de alta tecnología, mientras que entre las empresas consolidadas el desplazamiento hacia actividades de mayor intensidad tecnológica es más gradual y se distribuye entre los niveles medio y alto.

La innovación en producto continúa siendo una característica distintiva de las iniciativas emprendedoras (Figura 5.4.2). El porcentaje de empresas recientes que ejecutan innovación en productos es el 50,4%, un dato muy similar al registrado en 2024 (51,3%) y claramente superior al observado en 2023 (40,0%). Esto significa que una de cada dos iniciativas emprendedoras recientes desarrolla actividades orientadas a la introducción de nuevos productos o a la mejora significativa de los existentes. La figura 5.4.2 también permite poner de manifiesto, una vez más, la mayor orientación hacia la innovación de las iniciativas emprendedoras recientes (TEA) frente a las consolidadas.

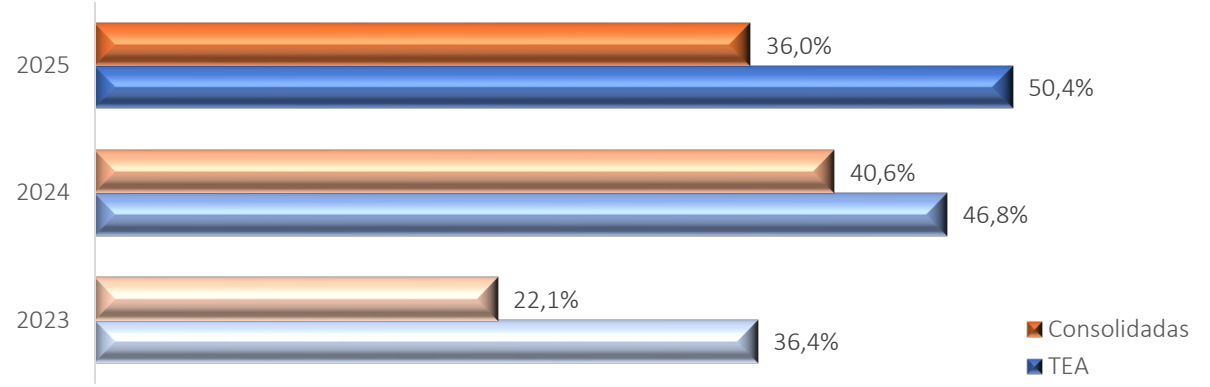
Figura 5.4.2. Empresas que realizan innovación en producto en algún ámbito
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2025



En el caso de las empresas consolidadas, la evolución presenta una tendencia más modesta. Tras el notable incremento registrado entre 2023 y 2024, el porcentaje de empresas que realizan innovación en producto desciende hasta el 34,6% en 2025, frente al 38,4% alcanzado el año anterior. A pesar de esta reducción, el valor continúa situándose muy por encima del registrado en 2023 (22,3%).

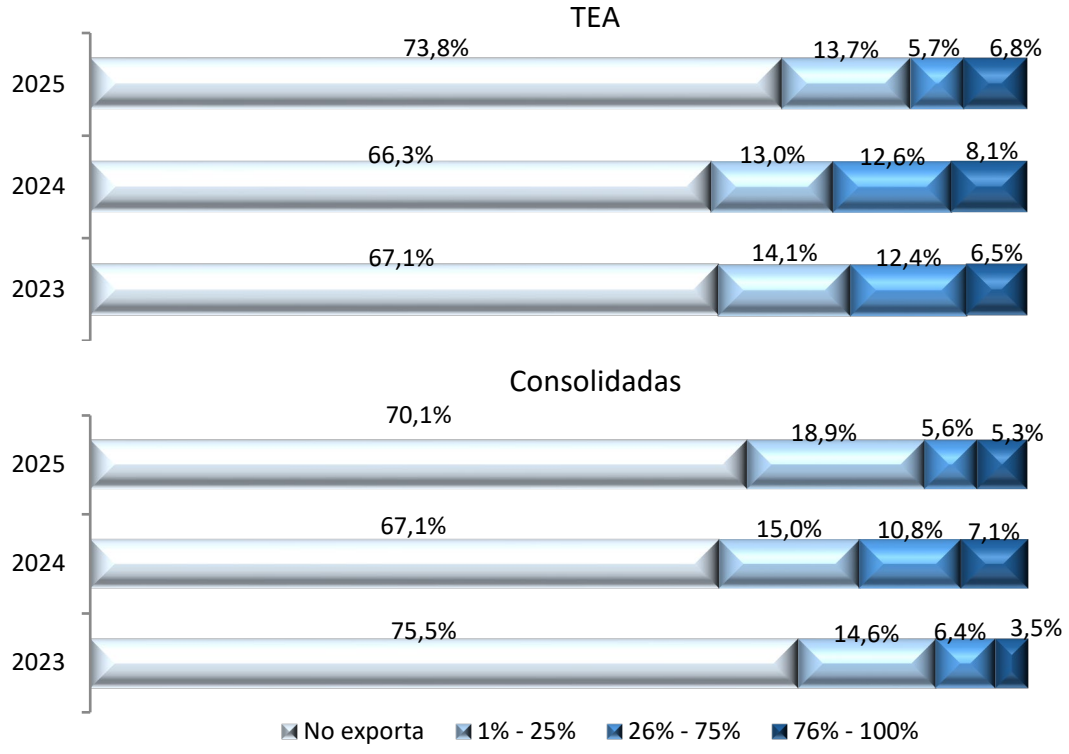
En 2025, una de cada dos iniciativas emprendedoras recientes realiza actividades de innovación en procesos (Figura 5.4.3). El porcentaje alcanza el 50,4%, frente al 46,8% registrado en 2024, y prolonga la evolución ascendente observada durante los últimos años. La innovación en procesos presenta una menor incidencia entre las empresas consolidadas (40,6%), reduciéndose hasta el 36,0% tras el importante crecimiento experimentado entre 2023 y 2024. No obstante, este valor continúa siendo considerablemente superior al observado en 2023 (22,1%), lo que evidencia una mayor incorporación de prácticas innovadoras en comparación con los niveles registrados en el pasado. La evolución de la innovación en procesos refuerza el patrón ya observado en la innovación en producto: las iniciativas emprendedoras recientes concentran una mayor intensidad innovadora que las empresas consolidadas.

Figura 5.4.3. Empresas que realizan innovación en proceso en algún ámbito
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2025



5.5. Orientación internacional

Figura 5.5.1. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras
Fuente: GEM-Andalucía APS 2023-2025



En 2025 se reduce la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras recientes. El porcentaje de aquellas que no realizan ventas en mercados exteriores aumenta hasta el 73,8%, frente al 66,3% registrado en 2024. Paralelamente, se reduce de forma significativa el porcentaje de empresas con una orientación exportadora más intensa. El porcentaje de iniciativas que realizan entre el 26% y el 75% de sus ventas en el extranjero desciende del 12,6% al 5,7%, mientras que la proporción de aquellas que generan más del 75% de su facturación en mercados internacionales pasa del 8,1% al 6,8%.

Una evolución similar se observa entre las empresas consolidadas, que también disminuyen su presencia en los mercados internacionales, aunque de forma menos intensa. El porcentaje de compañías consolidadas que no exportan aumenta desde el 67,1% hasta el 70,1%, mientras que disminuye la proporción de empresas con niveles medios y altos de internacionalización. En particular, el porcentaje de empresas que obtienen más del 75% de sus ventas en el exterior se reduce del 7,1% al 5,3%, y aquellas con exportaciones entre el 26% y el 75% pasan de representar el 10,8% al 5,6%. En cambio, la proporción de empresas consolidadas con una actividad exportadora más limitada, inferior al 25 % de sus ventas, se eleva del 15,0% al 18,9%.

5.6. Digitalización

Figura 5.6.1. Digitalización de las iniciativas previstas en 6 meses
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025

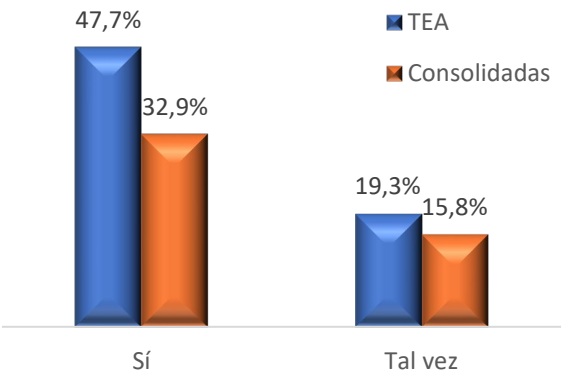
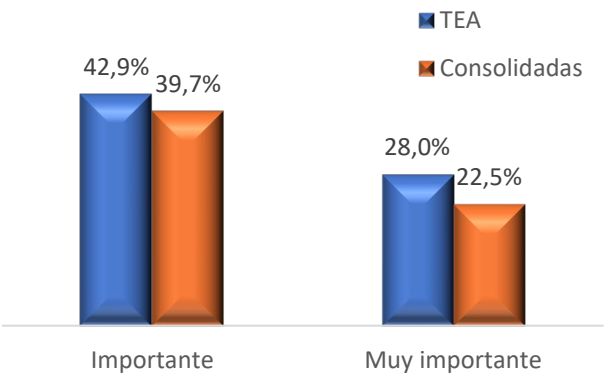


Figura 5.6.2. Importancia prevista de la Inteligencia Artificial en 3 años
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



La transformación digital continúa ocupando un lugar relevante en las perspectivas de desarrollo del tejido empresarial andaluz (Figura 5.6.1). En 2025, el 47,7% de las iniciativas emprendedoras recientes afirma que incorporará más tecnología digital en los próximos seis meses, mientras que un 19,3% adicional considera que podría hacerlo. De este modo, cerca de siete de cada diez nuevas iniciativas contemplan, con mayor o menor grado de certeza, avanzar en sus procesos de digitalización a corto plazo.

Las empresas consolidadas muestran una actitud más moderada con respecto a la adopción de nuevas tecnologías digitales. El 32,9% prevé incorporar más tecnología en los próximos seis meses y un 15,8% señala que esta posibilidad está siendo considerada. Aunque los niveles son inferiores a los observados entre las iniciativas emprendedoras recientes, los datos indican que prácticamente la mitad de las empresas consolidadas mantiene abierta la posibilidad de seguir profundizando en su transformación digital.

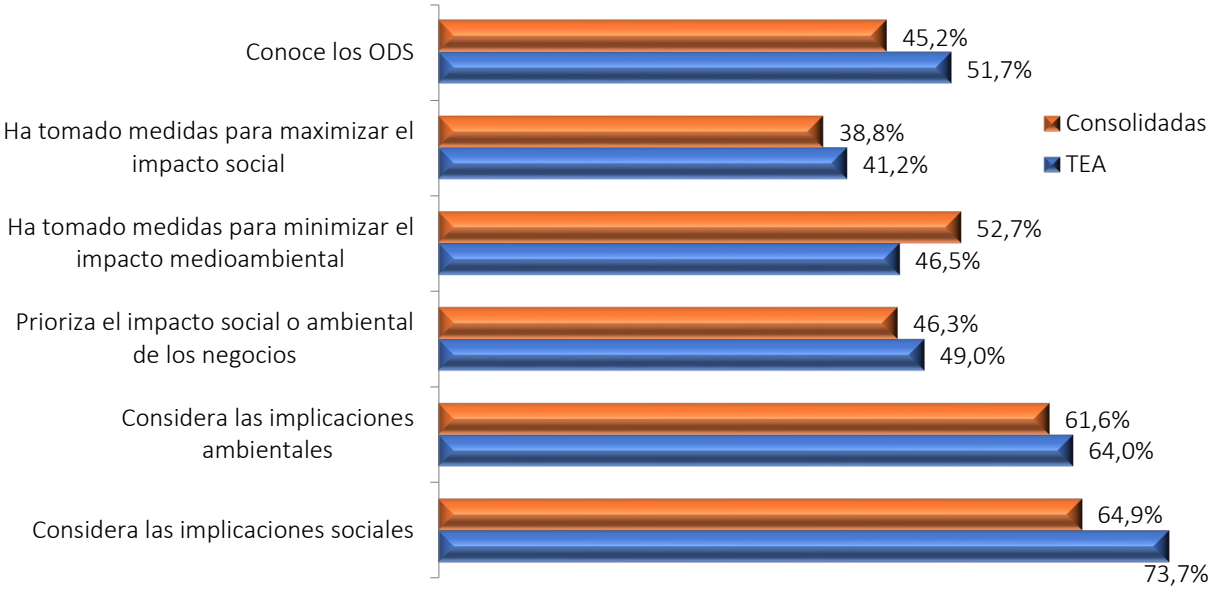
En 2025 se mantiene una mayor predisposición de las iniciativas empresariales recientes a incorporar herramientas y soluciones digitales. La diferencia en los niveles sugiere que la digitalización es un recurso que se incorpora a las iniciativas emprendedoras recientes y supone un argumento para competir en el mercado.

En 2025, el 42,9% de las empresas de nueva creación en Andalucía considera que la IA será una tecnología importante durante los próximos tres años, mientras que un 28,0% la califica como muy importante (Figura 5.6.2). En conjunto, más del 70% de las iniciativas recientes anticipan que esta tecnología tendrá una influencia relevante en su actividad futura.

Las empresas consolidadas también muestran un elevado consenso sobre el impacto esperado de la IA, aunque con porcentajes ligeramente inferiores. El 39,7% considera que será importante y el 22,5% muy importante, lo que sitúa en torno al 62% el porcentaje de empresas que prevén una influencia significativa de esta tecnología en los próximos años.

5.7. Orientación a la sostenibilidad

Figura 5.7.1. Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras
Fuente: GEM-Andalucía APS 2025



Las iniciativas emprendedoras recientes presentan porcentajes superiores a los de las empresas consolidadas en la mayoría de los indicadores de orientación hacia la sostenibilidad (Figura 5.7.1). Las implicaciones sociales de la actividad empresarial son un aspecto considerado por el 73,7% de las empresas recientes, frente al 64,9% de las empresas consolidadas. Las empresas de nueva creación también presentan una mayor consideración de las implicaciones ambientales (64,0% frente a 61,6%). Asimismo, el conocimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) resulta más elevado entre las iniciativas emprendedoras (51,7%) que entre las empresas consolidadas (45,2%).

Las diferencias entre empresas recientes y consolidadas son más moderadas cuando se analizan las acciones concretas desarrolladas en materia de sostenibilidad. Las empresas consolidadas muestran una mayor implantación de medidas destinadas a minimizar el impacto medioambiental de su actividad (52,7% frente a 46,5% en las iniciativas recientes). En cambio, las actuaciones dirigidas a maximizar el impacto social presentan valores más cercanos, alcanzando el 41,2% en las empresas de nueva creación y el 38,8% en las consolidadas. Finalmente, cerca de la mitad de las empresas de ambos grupos afirma priorizar el impacto social o ambiental junto a los objetivos tradicionales de rentabilidad y crecimiento, con porcentajes del 49,0% y 46,3%, respectivamente.

Índice de Figuras

Figura 1. Marco teórico GEM revisado 5

Figura 1.1.1. Percepciones sobre emprendimiento en 2025 19

Figura 1.2.1. Percepción de oportunidades para emprender 20

Figura 1.2.2. Percepción de oportunidades para emprender según sexo 20

Figura 1.2.3. Percepción de oportunidades según la edad y la educación 21

Figura 1.3.1. Conocimientos y habilidades para emprender 22

Figura 1.3.2. Conocimientos y habilidades según el sexo 22

Figura 1.3.3. Conocimientos y habilidades según la edad y la educación 23

Figura 1.4.1. Conoce personas emprendedoras 24

Figura 1.4.2. Conoce personas emprendedoras según el sexo 24

Figura 1.4.3. Conoce personas emprendedoras según la edad y la educación 25

Figura 1.5.1. Miedo al fracaso 26

Figura 1.5.2. Miedo al fracaso en función del sexo 26

Figura 1.5.3. Miedo al fracaso en función de la edad y la educación 27

Figura 1.6.1. Percepción de oportunidades para emprender por CC.AA. 28

Figura 1.6.2. Conocimientos y habilidades para emprender por CC.AA. 28

Figura 1.6.3. Conocimientos de otros emprendedores por CC.AA. 29

Figura 1.6.4. Miedo al fracaso de la población por CC.AA. 29

Figura 2.1.1. Valoración sobre las condiciones del entorno para emprender 31

Figura 2.1.2. Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en Andalucía 32

Figura 2.1.3. Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora en Andalucía. 33

Figura 2.2.1. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Andalucía, España y los países de la UE27 34

Figura 2.2.2. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 35

Figura 2.3.1. Valoración sobre la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 36

Figura 2.3.2. Valoración de expertos sobre la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 37

Figura 3.1.1. Proceso emprendedor en Andalucía 39

Figura 3.1.2. Emprendimiento potencial, TEA y consolidadas según el sexo 40

Figura 3.1.3. Abandono de la actividad empresarial en Andalucía 41

Figura 3.2.1. Evolución del potencial emprendedor de Andalucía y España 42

Figura 3.2.2. Evolución de la TEA de Andalucía y España 43

Figura 3.2.3. Evolución de las iniciativas consolidadas de Andalucía y España 44

Figura 3.2.4. Evolución de los cierres efectivos de Andalucía y España 45

Figura 3.3.1. Emprendedores potenciales en las regiones españolas 46

Figura 3.3.2. TEA en las regiones españolas 47

Figura 3.3.3. Iniciativas consolidadas en las regiones españolas 48

Figura 3.3.4. Abandono empresarial en las regiones españolas 49

Figura 3.4.1. Emprendedores potenciales en las provincias andaluzas 50

Figura 3.4.2. TEA en las provincias andaluzas 50

Figura 3.4.3. Iniciativas consolidadas en las provincias andaluzas 51

Figura 3.4.4. Abandono empresarial en las provincias andaluzas 51

Figura 4.1.1. Motivaciones de las personas emprendedoras 53

Figura 4.1.2. Motivaciones de las personas emprendedoras recientes según su sexo, 2023, 2024 y 2025 (TEA) 54

Figura 4.1.3. Motivaciones de las personas emprendedoras consolidadas según su sexo 55

Figura 4.2.1. Distribución de las personas emprendedoras potenciales por edad 56

Figura 4.2.2. Distribución de las personas emprendedoras recientes por edad 57

Figura 4.2.3. Distribución de las personas emprendedoras consolidadas por edad 58

Figura 4.3.1. Tasa de emprendimiento por nivel educativo 59

Figura 4.3.2. Tasa de participación emprendedora por educación y sexo 60

Figura 4.3.3. Nivel de formación específica para la creación de empresas 60

Figura 4.4.1. Distribución de las personas emprendedoras por nivel de renta 61

Figura 4.4.2. Nivel de conocimiento financiero según el sexo 61

Figura 5.1.1. Tamaño de las iniciativas emprendedoras recientes (empleados) 63

Figura 5.1.2. Tamaño de las iniciativas emprendedoras consolidadas (empleados) 64

Figura 5.1.3. Tamaño esperado en 5 años (empleados). TEA 65

Figura 5.1.4. Tamaño esperado en 5 años (empleados). Consolidadas 65

Figura 5.2.1. Capital semilla para la puesta en marcha de proyectos recientes 66

Figura 5.2.2. Fuente de origen del capital semilla (promedio) 66

Figura 5.3.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad 67

Figura 5.3.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector según sexo 68

Figura 5.4.1. Nivel tecnológico del sector de las iniciativas 69

Figura 5.4.2. Empresas que realizan innovación en producto en algún ámbito 70

Figura 5.4.3. Empresas que realizan innovación en proceso en algún ámbito 70

Figura 5.5.1. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras 71

Figura 5.6.1. Digitalización de las iniciativas previstas en 6 meses 72

Figura 5.6.2. Importancia prevista de la Inteligencia Artificial en 3 años 72

Figura 5.7.1. Orientación a la sostenibilidad del as iniciativas emprendedoras 73

Índice de Tablas

Tabla 1. Ficha técnica de las encuestas (APS) en Andalucía 7

Tabla 2. Distribución de la muestra APS en Andalucía 7

Tabla 3. Cuadro de indicadores

Percepciones de la población adulta sobre emprendimiento 17

TEA: Población involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años (%) 17

Empresas consolidadas: Población adulta en iniciativas de más de 3,5 años (%) 17

Distribución del TEA 17

Valoración de los expertos sobre condiciones del ecosistema emprendedor (1-10) 18

Relación de Equipos GEM 2025-2026

Institución	Miembros	Colaboradores
España		
Observatorio del Emprendimiento de España ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.)	Ana Fernández-Laviada (Presidenta) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica) Paula San Martín Espina (Secretaria) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica) María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves, Rosa Batista Cano y María Saiz (Comité de Dirección) Sebastián Pérez Vides (Responsable RR.SS.) Javier Melero Rus (Responsable web) Andrés Valdés López (Responsable de medios)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Coca-cola
Andalucía		
Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía	María del Mar Fuentes (Presidenta) Rafael Ventura Fernández (Vicepresidente) Alfonso M. Márquez García (Secretario) Francisco Liñán (Director Técnico) José Ruiz Navarro Carmen Cabello Medina Carmen Camelo Ordaz Carlos J. Cano Guillen Emilio Morales Fernández Rocío Muñoz Benito José Manuel Sánchez Vázquez Nuria Toledano Garrido	Fundación Fulgencio Meseguer
Almería		
Universidad de Almería	Carlos J. Cano Guillen (coordinador) Juan García García José J. Céspedes Lorente Miguel Pérez Valls	Universidad de Almería Diputación de Almería

Institución	Miembros	Colaboradores
Cádiz		
Universidad de Cádiz	José M. Sánchez Vázquez (coordinador) Carmen Camelo Ordaz (coordinadora) Juan Pablo Dianez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz Diputación de Cádiz
Córdoba		
Universidad Loyola Andalucía Universidad de Córdoba	Emilio Morales Fernández (Coordinador) Joaquín García-Tapial Arregui Raquel Puente Castro William Stive Fajardo Moreno Rocío Muñoz Benito (Coordinadora) Virginia Navajas Romero Sandra Sánchez Cañizares Luis Javier Cabezas Ramírez	Universidad Loyola Andalucía Universidad de Córdoba
Granada		
Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada Diputación Provincial de Granada Granada Empresas
Huelva		
Universidad de Huelva	Nuria Toledano Garrido (Coordinadora) Francisco Liñán Alcalde (Coordinador) Elena Carbajal Trujillo Ana M. Domínguez Quintero Inmaculada Jaén Figueroa María Jesús Moreno Domínguez	Cátedra de la Provincia Diputación de Huelva Universidad de Huelva

Institución	Miembros	Colaboradores
Jaén		
Universidad de Jaén	Domingo Fernández Uclés (Coordinador) Raquel Barreda Tarrazona Lucas Antonio Cañas Lozano Elia García Martí José García Vico María de la Paz Horno Bueno Alfonso M. Márquez García Ana Belén Mudarra Fernández Manuel Carlos Vallejo Martos Julio Vena Oya Juan Alberto Hueso Arrabal	Universidad de Jaén Diputación Provincial de Jaén Cátedra Universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer
Málaga		
Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga
Sevilla		
Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aída del Cubo Molina José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Juan A. Martínez Román Ana Pérez Luño Elena Sousa Ginel	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla Entrepreneurship & Innovation (Gr. Investig.) Prodetur (Diputación de Sevilla)

Patrocinadores GEM 2025-2026

España

Andalucía

Almería

Cádiz

Córdoba

Granada

Huelva

Jaén

Málaga

Sevilla

GEM

OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA
+25 años de datos

Observatorio del
Ecosistema
Emprendedor de
Andalucía

FUNDACIÓN
FULGENCIO
MESEGUER