



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA
+25 años de datos



ULPGC
Universidad de
Las Palmas de
Gran Canaria



Universidad
de La Laguna

Informe **GEM Canarias** 2024-2025



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL
SEPE



PLAN INTEGRAL DE
EMPLEO DE CANARIAS



Gobierno de Canarias
Servicio Canario de Empleo

Edita

Rosa M. Batista-Canino
Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Campus de Tafira
35017, Las Palmas

ISBN

978-84-09-83472-3

1ª Edición noviembre, 2025

Esta edición es propiedad del equipo de investigación del Observatorio del Emprendimiento y PYME de Canarias (OEPYME Canarias), cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación, sólo puede llevarse a cabo con la autorización expresa de sus titulares, salvo excepción prevista por la Ley.

Cómo citar esta publicación

Batista-Canino, R.M.; Arbelo-Pérez, S.; Bolívar-Cruz, A.; Correa-Rodríguez, A.; García-Almeida, D.; Gil-Soto, E.; González-Pérez, A.; Gutiérrez-Taño, D.; Lemes-Hernández, A.; Medina-Brito, M. P.; Ruíz-Rosa, I.; Santana-Hernández, L.; Sosa-Cabrera, S.; Verano-Tacoronte, D. (2025). Informe GEM Canarias 2024-2025. Observatorio de Emprendimiento y PYME de Canarias.

Informe **GEM Canarias** 2024-2025

Equipo investigador

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Rosa M. Batista-Canino
Alicia Bolívar-Cruz
Desiderio García-Almeida
Ana I. Lemes-Hernández
Pino Medina-Brito
Lidia Santana-Hernández
Silvia Sosa-Cabrera
Domingo Verano-Tacoronte

Universidad de La Laguna

Sara Arbelo-Pérez
Alicia Correa-Rodríguez
Esperanza Gil-Soto
Ana González-Pérez
Desiderio Gutiérrez-Taño
Carmen Inés Ruíz de la Rosa

El Informe GEM Canarias correspondiente a la anualidad 2024-25 revela datos sobre el emprendimiento en las Islas muy provechosos para el horizonte próximo, tanto por reflejar las fortalezas de nuestro tejido emprendedor, como por mostrar aquellos indicadores en los que debemos seguir haciendo hincapié.

El mapa que dibuja el Informe GEM Canarias es, en cualquier caso, uno que habla de crecimiento económico, de ritmo ascendente marcado por las políticas implementadas desde el Gobierno de Canarias para fomentar el empleo y el autoempleo. Las Islas cerraron 2025 con 147.030 personas que apostaron por el emprendimiento, colocándonos en cifras récords y creciendo un 1,72%, lo que nos posicionó por encima de la media nacional. Esto que es una realidad hoy, es fruto, como digo, del trabajo continuo y constante que se ha ido desarrollando de forma coordinada entre varios departamentos.

Entre los principales hitos cabe destacar la cuota cero para autónomos, puesta en marcha por la Dirección General de Autónomos, dependiente de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, que durante el primero año de la convocatoria logró que se presentaran 6.351 solicitudes para aquellos trabajadores autónomos que iniciaron su actividad por primera vez en 2023. A esta medida, que al presente se sigue aplicando, se sumarán otras incluidas en el Plan Respaldo Autónomo, en las que también colabora la Consejería de Turismo y Empleo. Dicho lo anterior, el Informe GEM Canarias destaca el descenso en casi un punto en la intención de los emprendedores de cerrar o traspasar la actividad, pasando del 2,9% en 2022 al 2% en 2024. Ese

mismo indicador a nivel nacional se situó en un 3,5% al cierre de 2024, por lo que estamos ante una buena noticia ya que se ha conseguido frenar el abandono de los emprendimientos canarios.

Por otra parte, si bien el porcentaje de población masculina adulta involucrada en iniciativas empresariales crece en 2024 en Canarias, situándose en el 5% y logrando estabilizar este indicador; la otra cara la encontramos en el emprendimiento femenino, que se reduce hasta el 3,9% en 2024.

Observando las motivaciones para las iniciativas emprendedoras el Informe GEM Canarias desvela que los trabajadores autónomos de las Islas no solo se encuentran por encima de la media nacional en muchos indicadores, sino que además existe una tendencia creciente desde 2022 a 2024. Uno de los casos más evidentes es la motivación emprendedora en el sector orientado al consumo, que pasa del 41% en 2022, al 47% en 2023 y al 64% en 2024; la media nacional para las tres anualidades fue 46% (2022), 48% (2023) y 50% (2024).

Además, crecen las motivaciones para continuar con la tradición familiar (24% en 2024 en Canarias, frente al 18% nacional) o para la internacionalización (el indicador era del 26% en 2022 y se elevó hasta el 30% en 2024).

En definitiva, y a la luz de los resultados ofrecidos por el Informe GEM Canarias, desde el Gobierno autonómico tenemos claro que nuestro compromiso debe estar del lado del emprendedor, porque no solo se trata de una apuesta decidida por el talento y la resiliencia

de nuestra gente, sino por abrir ventanas a las nuevas oportunidades de negocio. A través de la acción conjunta de las Consejerías de Turismo y Empleo y de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, nuestra hoja de ruta es clara: seguir fortaleciendo el autoempleo como motor de progreso y reducir la incertidumbre que, a menudo, ronda al trabajador autónomo.

Y no basta con ver nacer un negocio; nuestro deber es asegurar su continuidad en el tiempo. Por ello, seguiremos implementando medidas estratégicas que eviten la destrucción de tejido empresarial y, sobre todo, que alarguen la vida de estas iniciativas, dotándolas de herramientas reales para consolidarse en un mercado cambiante.

Pero, además, desde la Consejería de Turismo y Empleo tenemos un objetivo añadido: que la colaboración entre administraciones, centros de formación y empresas no solo identifique las necesidades actuales, sino que sirva de faro para nuestros jóvenes, de manera que se despierte en ellos la inquietud por emprender. Creemos que cualquier persona con una idea valiente debe encontrar en Canarias el ecosistema idóneo para transformarla en una realidad duradera y efectiva como proyecto de crecimiento profesional.

Jéssica del Carmen de León
**Consejera de Turismo y Empleo
del Gobierno de Canarias**



ÍNDICE

Página

PRESENTACIÓN GEM CANARIAS

12

0.	RESUMEN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES 2022-2024	15
	SUMMARY OF KEY INDICATORS 2022-2024	23
1.	EL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN CANARIAS	31
1.1.	De las percepciones y actitudes de la población	32
1.2.	De las percepciones y actitudes de la población: Diferencias territoriales	36
1.3.	El contexto para emprender en Canarias según los expertos	43
2.	EL PROCESO EMPRENDEDOR EN CANARIAS	49
2.1.	Indicadores del proceso emprendedor en Canarias	50
2.2.	Dinámica de la actividad emprendedora en Canarias	56
2.3.	El proceso emprendedor: Canarias en el marco nacional e internacional	59
3.	EL PERFIL DE LA PERSONA QUE EMPRENDE EN CANARIAS	65
3.1.	Motivación para emprender	66
3.2.	Edad	70
3.3.	Educación	72
3.4.	Procedencia	78
3.5.	Entorno rural vs urbano	80
4.	LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN CANARIAS	87
4.1.	Nivel de renta de las personas que emprenden en Canarias y financiación de las iniciativas emprendedoras	88
4.2.	Sector de actividad	94
4.3.	Forma jurídica	96
4.4.	Tamaño	98
4.5.	Expectativas de crecimiento	100
4.6.	Nivel tecnológico	102
4.7.	Innovación en productos y en procesos	106
4.8.	Inteligencia artificial y digitalización	112
4.9.	Orientación internacional	136
4.10.	Orientación a la sostenibilidad	142
5.	BENCHMARKING: CANARIAS EN EL MARCO INTERNACIONAL	149
6.	GLOSARIO	159
7.	EQUIPO DE INVESTIGACIÓN Y PATROCINADORES GEM ESPAÑA 2024-2025	163

ANEXOS

Anexo 1. Marco metodológico de la investigación	176
Anexo 2. Ficha técnica del estudio: APS Canarias 2024	178

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figuras del **capítulo 1** (El contexto para emprender en Canarias)

Figura 1.1	Percepción sobre valores y actitudes de la población en Canarias, 2022-2024	32
Figura 1.2	Percepción de oportunidades para emprender en Canarias, 2022-2024	34
Figura 1.3	Percepción sobre valores, actitudes y oportunidades de la población involucrada en un proceso emprendedor en Canarias en función del sexo, 2023-2024	35
Figura 1.4	Actitudes y valores de la población 2022-2024: Canarias en el contexto nacional GEM	37
Figura 1.5	Factores que promueven favorablemente las actitudes y valores para emprender de la población: Canarias en el contexto nacional GEM	42
Figura 1.6	Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno general para emprender en Canarias, 2022-2024	43
Figura 1.7	Valoración media de los expertos sobre las condiciones generales del entorno para emprender en Canarias, España y los países de la UE27	45
Figura 1.8	Índice de Contexto de Emprendimiento Regional (RECI). Canarias y resto de comunidades autónomas	46

Figuras del **capítulo 2** (El proceso emprendedor en Canarias)

Figura 2.1	Principales indicadores del proceso emprendedor en Canarias	51
Figura 2.2	Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo de la persona que emprende en Canarias, 2023-2024	53
Figura 2.3	Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor en Canarias, 2007-2024	56
Figura 2.4	Evolución del índice TEA de hombres y mujeres en Canarias, 2007-2024	57
Figura 2.5	Evolución de las tasas de iniciativas nacientes y nuevas del índice TEA en Canarias, 2007-2024	58
Figura 2.6	Posicionamiento de Canarias a nivel nacional e internacional, 2024*.	59

Figuras del **capítulo 3** (El perfil de la persona que emprende en Canarias)

Figura 3.1	Motivaciones de las personas que emprenden en Canarias, 2022-2024	66
Figura 3.2	Distribución de las personas que emprenden en Canarias por edad, 2023-2024	70
Figura 3.3	Distribución de las personas que emprenden en Canarias, en fase incipiente (TEA), por edad y sexo, 2022-2024	71
Figura 3.4	Distribución de las personas que emprenden en Canarias según nivel de formación específica	76
Figura 3.5	Tasa de emprendimiento en Canarias según procedencia de la persona que emprende, 2023-2024	78
Figura 3.6	Tasa de emprendimiento en Canarias según sexo y procedencia de la persona que emprende	79
Figura 3.7	Tasa de emprendimiento en Canarias según nivel educativo y procedencia de la persona que emprende	80
Figura 3.8	Tasa de emprendimiento en Canarias según contexto rural o urbano de la iniciativa	81
Figura 3.9	Tasa de emprendimiento en Canarias según edad de la persona que emprende y contexto rural o urbano de la iniciativa	82
Figura 3.10	Tasa de emprendimiento en Canarias según sexo de la persona que emprende y contexto rural o urbano de la iniciativa	83
Figura 3.11	Tasa de emprendimiento en Canarias por sexo y condición de discapacidad de la persona que emprende	84
Figura 3.12	Motivaciones de las personas que emprenden en Canarias según condición de discapacidad	85
Figura 3.13	Tasa de abandono en Canarias según sexo y condición de discapacidad de la persona que emprende	85

Figuras del **capítulo 4** (Las características de las iniciativas emprendedoras en Canarias)

Figura 4.1	Evolución del índice TEA en Canarias por tramo de renta, 2005-2024	88
Figura 4.2	Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en Canarias	91
Figura 4.3	Distribución de las personas que emprenden en Canarias según sexo y nivel de conocimiento financiero	92
Figura 4.4	Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad, 2022-2024	94
Figura 4.5	Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la forma jurídica que adoptan	96
Figura 4.6	Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la forma jurídica que adopta y el sexo de la persona que emprende	97
Figura 4.7	Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del número de empleados, 2022-2024	98
Figura 4.8	Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de las expectativas de creación de empleo en 5 años, 2022-2024	100
Figura 4.9	Distribución de las expectativas de creación de empleo en 5 años en Canarias en función del sexo de la persona que emprende (TEA)	101
Figura 4.10	Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2022-2024	102
Figura 4.11	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sexo de la persona que emprende, 2022-2024	103
Figura 4.12	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por edad de la persona que emprende	104
Figura 4.13	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por nivel educativo de la persona que emprende	105
Figura 4.14	Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad	105
Figura 4.15	Evolución de la innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2022-2024	106
Figura 4.16	Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende	107
Figura 4.17	Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la edad de la persona que emprende	108
Figura 4.18	Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias según nivel educativo de la persona que emprende	109
Figura 4.19	Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias según sector de actividad	110
Figura 4.20	Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias según número de empleados	111
Figura 4.21	Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio de las iniciativas emprendedoras en Canarias	113
Figura 4.22	Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales de las iniciativas emprendedoras en Canarias	114
Figura 4.23	Impactos positivos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias	116
Figura 4.24	Impactos negativos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias	118

Figura 4.25	Impactos positivos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende	120
Figura 4.26	Impactos negativos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende	122
Figura 4.27	Evolución de las expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2021-2024	124
Figura 4.28	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según el sexo de la persona que emprende	126
Figura 4.29	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según la edad de la persona que emprende	128
Figura 4.30	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según el nivel educativo de la persona que emprende	130
Figura 4.31	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según sector de actividad	132
Figura 4.32	Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según número de empleados	134
Figura 4.33	Evolución de la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2022-24	136
Figura 4.34	Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende	137
Figura 4.35	Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la edad de la persona que emprende	138
Figura 4.36	Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias según el nivel educativo de la persona que emprende	139
Figura 4.37	Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad	140
Figura 4.38	Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias por número de empleados	141
Figura 4.39	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias	142
Figura 4.40	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende	143
Figura 4.41	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la edad de la persona que emprende	144
Figura 4.42	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del nivel educativo de la persona que emprende	145
Figura 4.43	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sector de actividad	146
Figura 4.44	Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del número de empleados	147

ÍNDICE DE TABLAS

Página

Tablas del **capítulo 3** (El perfil de la persona que emprende en Canarias)

Tabla 3.1	Motivaciones en función del sexo de la persona que emprende en Canarias, 2022-2024	68
Tabla 3.2	Tasas de emprendimiento en Canarias por nivel educativo	72
Tabla 3.3	Tasas de emprendimiento en Canarias por nivel educativo y sexo de la persona que emprende	74
Tabla 3.4	Distribución de las personas que emprenden en Canarias según nivel de formación específica y sexo	77

Tablas del **capítulo 4** (Las características de las iniciativas emprendedoras en Canarias)

Tabla 4.1	Distribución de las personas que emprenden en Canarias según nivel de conocimiento financiero y educación	93
Tabla 4.2	Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad en función del sexo de la persona que emprende	95
Tabla 4.3	Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del número de empleados y el sexo de la persona que emprende, 2023-2024	99

Tablas del **capítulo 5** (BENCHMARKING: Canarias en el marco internacional)

Tabla 5.1	Actitudes de la población clave para el emprendimiento (% de respuestas afirmativas): Canarias en el marco internacional	151
Tabla 5.2	Actividad emprendedora de la población (% de la población adulta): Canarias en el marco internacional	153
Tabla 5.3	Actividad emprendedora de la población (% de TEA): Canarias en el marco internacional	155

ÍNDICE DE CUADROS SINÓPTICOS

Página

Cuadros sinópticos del **capítulo 2** (El proceso emprendedor en Canarias)

Cuadro **2.1** Abandono de la actividad empresarial en Canarias 54

Cuadros sinópticos del **capítulo 4** (Las características de las iniciativas emprendedoras en Canarias)

Cuadro **4.1** Capital semilla para la puesta en marcha de empresas nacientes en Canarias 89

Cuadro **4.2** Capital semilla para la puesta en marcha de empresas en fase emergente en Canarias: Diferencias entre hombres y mujeres 90

PRESENTACIÓN GEM CANARIAS

Contra todo pronóstico, llegamos al cuarto de siglo. El equipo GEM España está de enhorabuena pues ha podido celebrar 25 años de datos, 25 años de información con valor social y 25 años de desarrollo de una intrincada red de investigación bien enraizada en el ecosistema emprendedor de todas las regiones españolas. Este hito se produce justo un año después de que el equipo GEM Canarias celebrara sus 20 años ininterrumpidos tomando datos de la actividad emprendedora en las Islas. Son momentos que marcan nuestra historia y que invitan a sentir orgullo por el camino recorrido.

En febrero de 2025, la Conferencia Anual Mundial del Global Entrepreneurship Monitor, celebrada en Bilbao de la mano del Observatorio del Emprendimiento del País Vasco, reunió a los representantes de más de 50 países y regiones participantes en el proyecto. Fue un interesante momento de reflexión sobre lo que ha significado GEM en estos años, pero también un espacio para tomar conciencia respecto a dónde evoluciona el fenómeno emprendedor en el mundo en sus múltiples facetas. En el encuentro fuimos testigos del avance del emprendimiento consciente y sostenible, la consolidación del emprendimiento femenino y del lugar que, poco a poco, reivindica la Inteligencia Artificial en el desarrollo empresarial del presente siglo.

Canarias no se queda al margen de esta evolución. Año a año el proyecto ofrece a la región una instantánea precisa de la información captada en la anualidad precedente, una imagen que revela el verdadero valor del proyecto: la capacidad de dejar constancia de la evolución del fenómeno emprendedor a lo largo del tiempo y en sus diferentes facetas.



En esta edición, por ejemplo, se constata cómo la iniciativa emprendedora en Canarias no termina de remontar, confirmándose además una endémica resistencia a la consolidación empresarial. Durante el último lustro hemos mantenido una tasa de emprendimiento que no parece el comportamiento esperado para las Islas, situándose de forma sostenida



Conferencia Anual Mundial del Global Entrepreneurship Monitor
Febrero de 2025, Bilbao



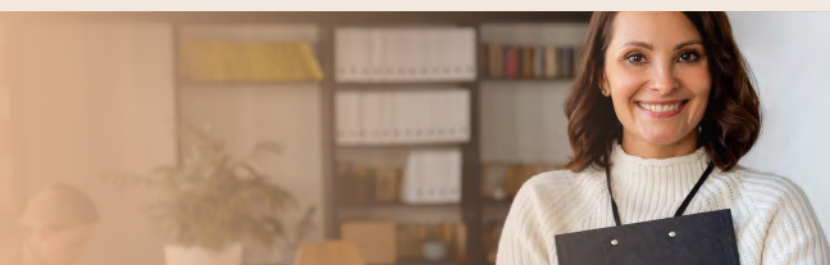
más de un punto por debajo de la media nacional. Aunque el entorno para emprender ha mejorado en el Archipiélago, el ecosistema emprendedor de la región no termina de dar sus frutos, manteniéndose en el vagón de cola de las regiones españolas. Ahora bien, la galopante digitalización de la economía mundial ofrece una oportunidad vital para el emprendimiento en las Islas, razón por la cual hemos dedicado en esta edición un extenso tratamiento de este prometedor fenómeno.

Custodios de la descrita misión que nos reserva una labor de centinela de la actividad emprendedora en las Islas, el equipo GEM Canarias seguirá

ofreciendo información rigurosa y útil sobre el fenómeno emprendedor en la región, gracias al apoyo institucional del Gobierno de Canarias al Observatorio del Emprendimiento y la PYME de Canarias (OEPYME Canarias).

Por 25 años más... y que ustedes los vean.

Rosa M. Batista-Canino
Directora GEM Canarias



0 RESUMEN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES 2022-2024



0. RESUMEN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES 2022-2024

Percepción de la población adulta entrevistada sobre los valores, actitudes, habilidades, experiencias, intenciones emprendedoras y abandono

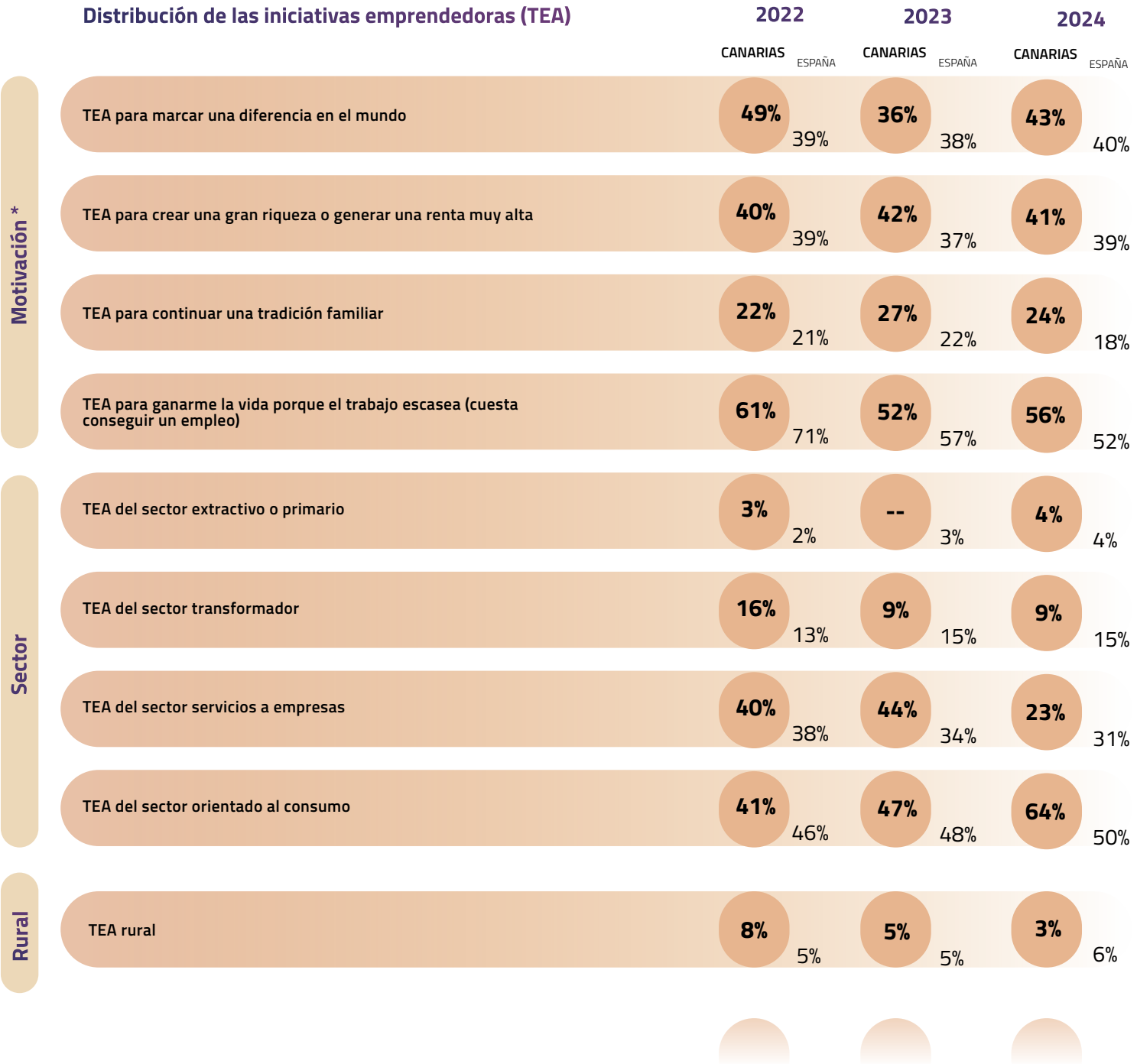
	2022		2023		2024	
	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en autoempleado en los dos últimos años	48%	48%	49%	47%	44%	47%
Para los próximos seis meses, percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive	47%	47%	29%	31%	30%	29%
Posee los conocimientos, habilidades y experiencias requeridos para iniciar un nuevo negocio	48%	47%	49%	53%	42%	48%
Percibe que no pondría en marcha un nuevo negocio por miedo a que pudiese fallar	48%	47%	47%	50%	52%	52%
Percibe que en Canarias/España es fácil iniciar un negocio	33%	32%	29%	30%	26%	27%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	11,9%	9,4%	12,6%	11,2%	9,1%	11,2%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	2,9%	2,5%	3,3%	3,2%	2,0%	3,5%

TEA: Porcentaje de la población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años

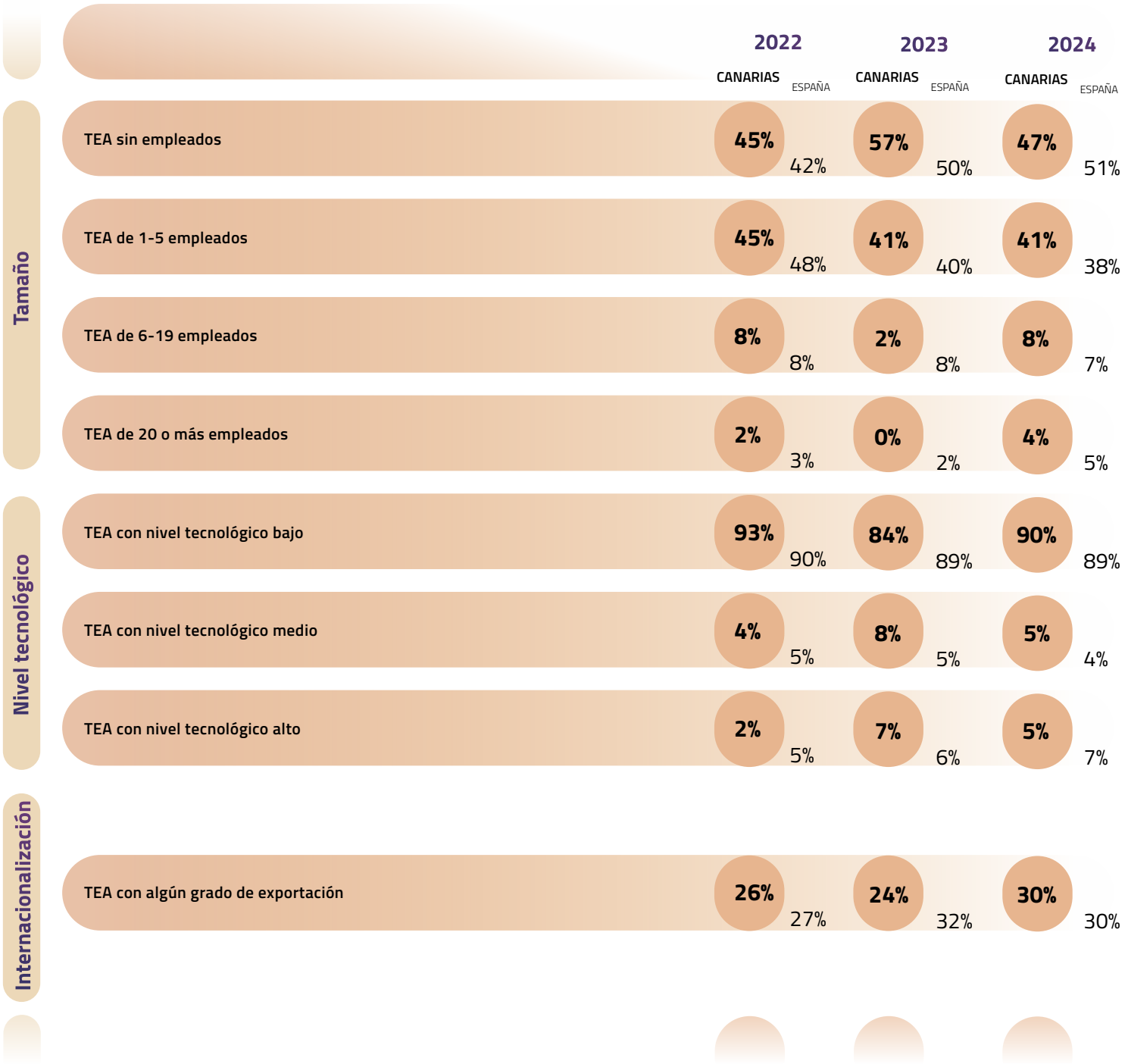
	2022		2023		2024	
	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA
TEA total	4,9%	6,0%	4,8%	6,8%	4,5%	7,2%
TEA mujeres (sobre el total de mujeres de 18 a 64 años)	5,6%	5,9%	4,7%	6,1%	3,9%	6,8%
TEA hombres (sobre el total de hombres de 18 a 64 años)	4,3%	6,0%	4,9%	7,5%	5,0%	7,7%

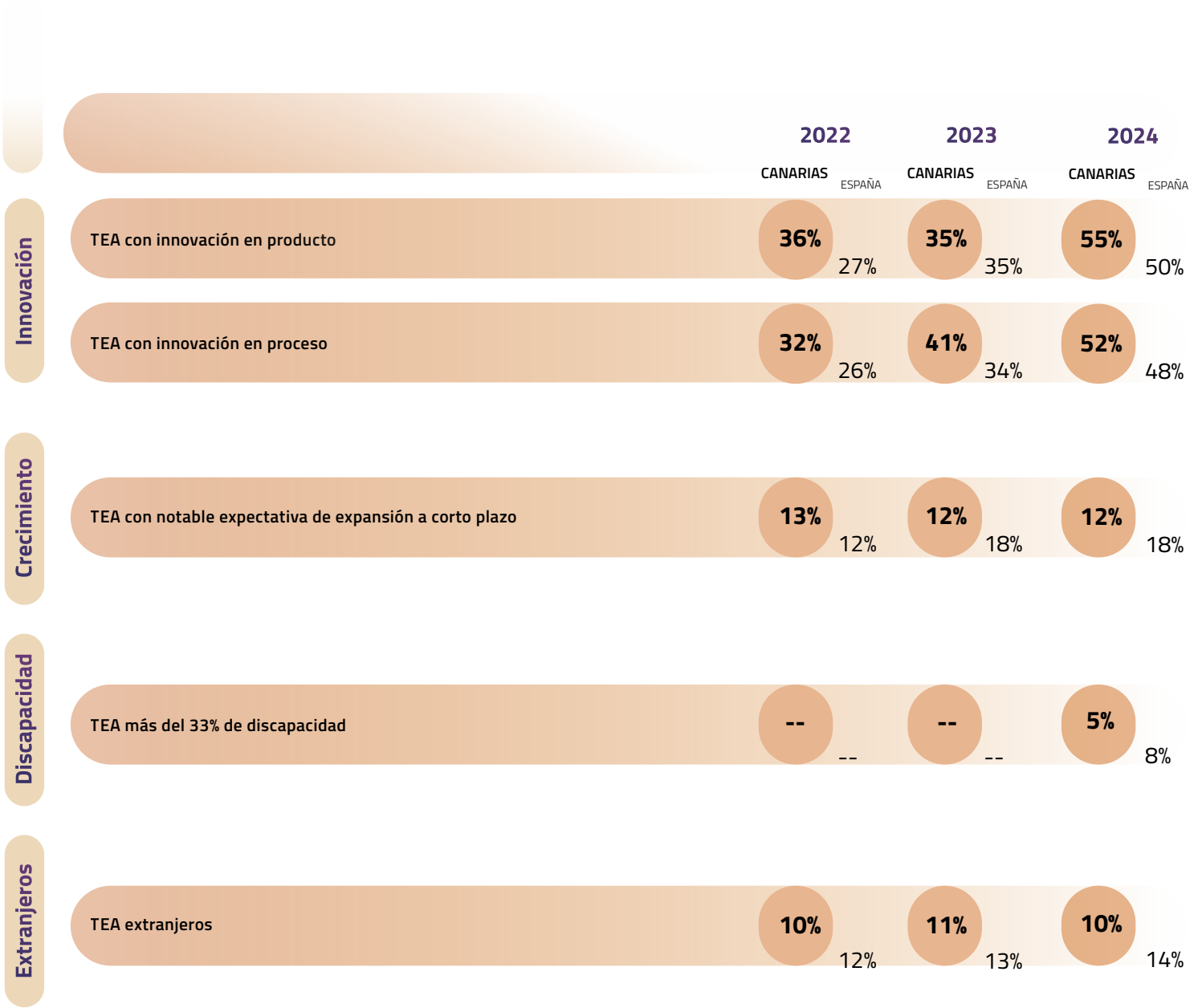
Empresas consolidadas: Porcentaje de la población adulta en iniciativas de más de 3,5 años

	2022		2023		2024	
	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA
Empresas consolidadas total	4,6%	7,0%	3,5%	6,7%	3,8%	6,8%
Empresas consolidadas mujeres (sobre total de mujeres de 18 a 64 años)	3,6%	6,5%	3,3%	6,0%	3,0%	5,3%
Empresas consolidadas hombres (sobre total de hombres de 18 a 64 años)	5,7%	7,5%	3,8%	7,4%	4,6%	8,2%



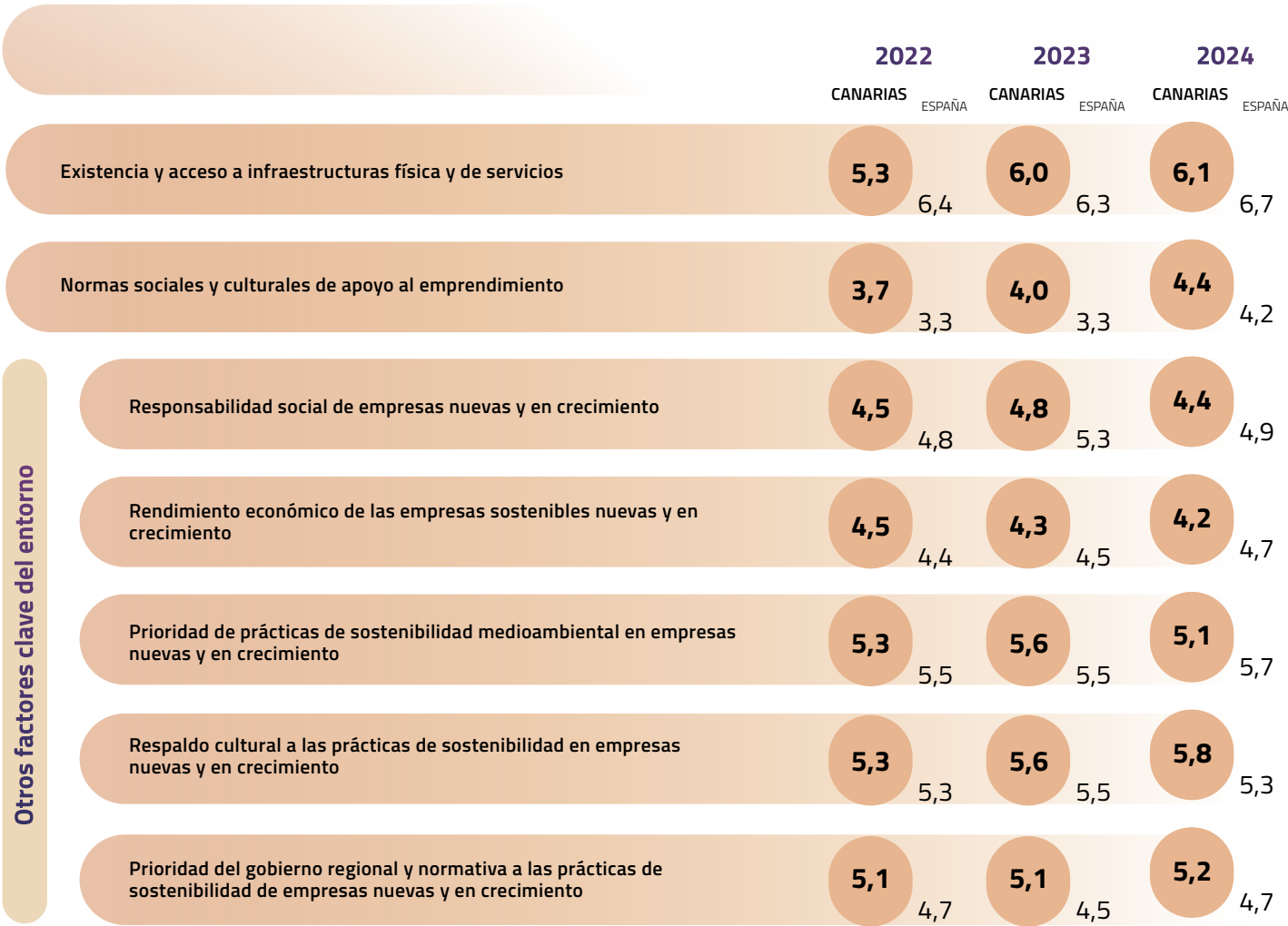
*La motivación para emprender puede estar inspirada en más de una de las alternativas indicadas





Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor (Escala Likert 1-10)

	2022		2023		2024	
	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA
N(R)ECI: Índice de contexto para el emprendimiento nacional(regional)	4,1	4,0	4,1	3,8	4,4	4,3
Financiación suficiente para emprender	3,5	3,8	3,5	3,6	3,6	3,8
Facilidad para acceder a la financiación para nuevas empresas	3,6	3,9	3,5	3,2	3,7	4,0
Políticas gubernamentales que priorizan el emprendimiento	3,5	2,9	3,8	3,3	3,9	3,3
Políticas gubernamentales que reducen la burocracia y los impuestos a nuevas empresas	3,5	3,3	3,7	3,2	4,2	3,7
Programas gubernamentales adecuados para apoyar el emprendimiento	4,7	4,2	4,9	4,3	5,3	4,8
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	3,1	2,8	2,7	2,1	3,0	2,6
Educación y formación emprendedora en la etapa postescolar	5,3	5,1	4,6	4,3	4,9	5,2
Transferencia de I+D	3,8	3,4	3,8	3,5	3,7	3,7
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	4,8	5,2	5,2	4,8	5,4	5,8
Dinámica del mercado interno	4,7	4,2	4,1	4,2	4,4	3,9



Otros factores clave del entorno

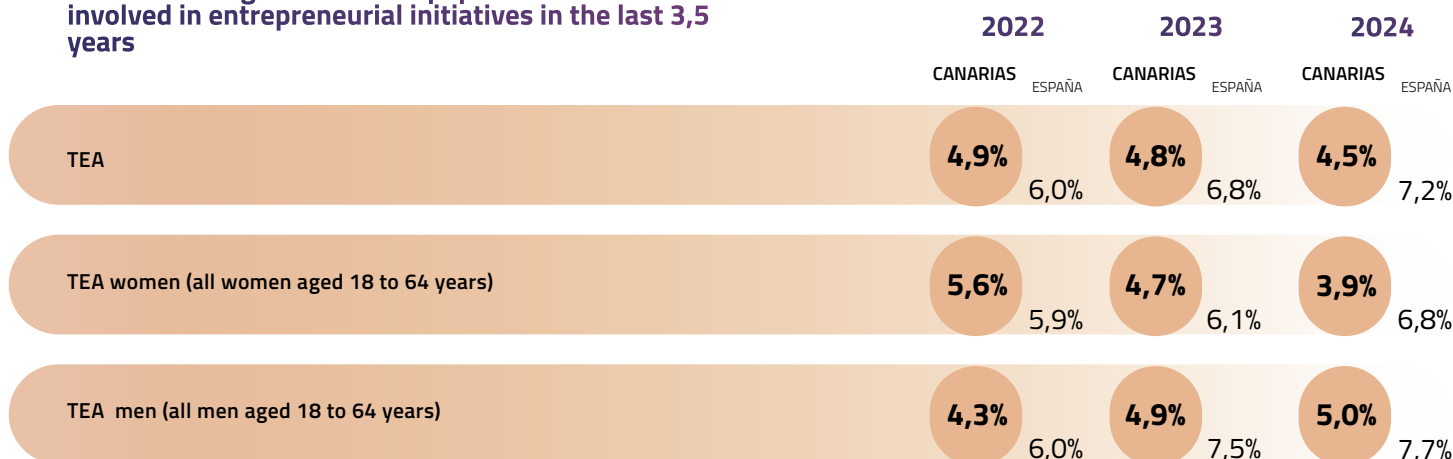
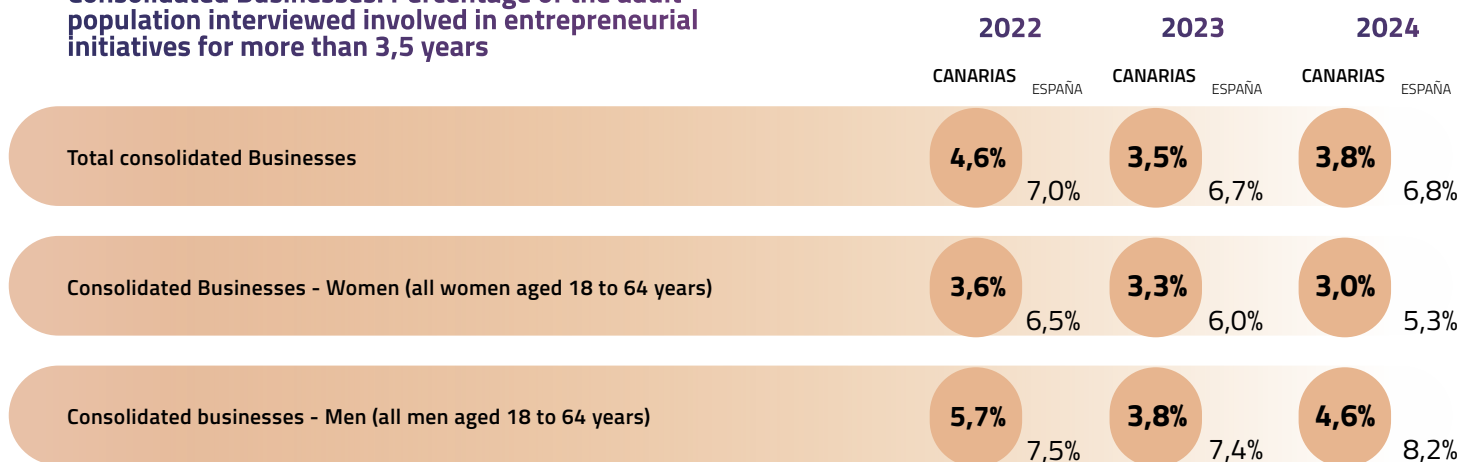
NOTA TÉCNICA

El lector interesado encontrará que los datos de este informe se comparan con frecuencia con los resultados obtenidos a nivel nacional. Para una mayor precisión sobre estos últimos puede acudir al informe GEM España 2024-2025 disponible en <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>

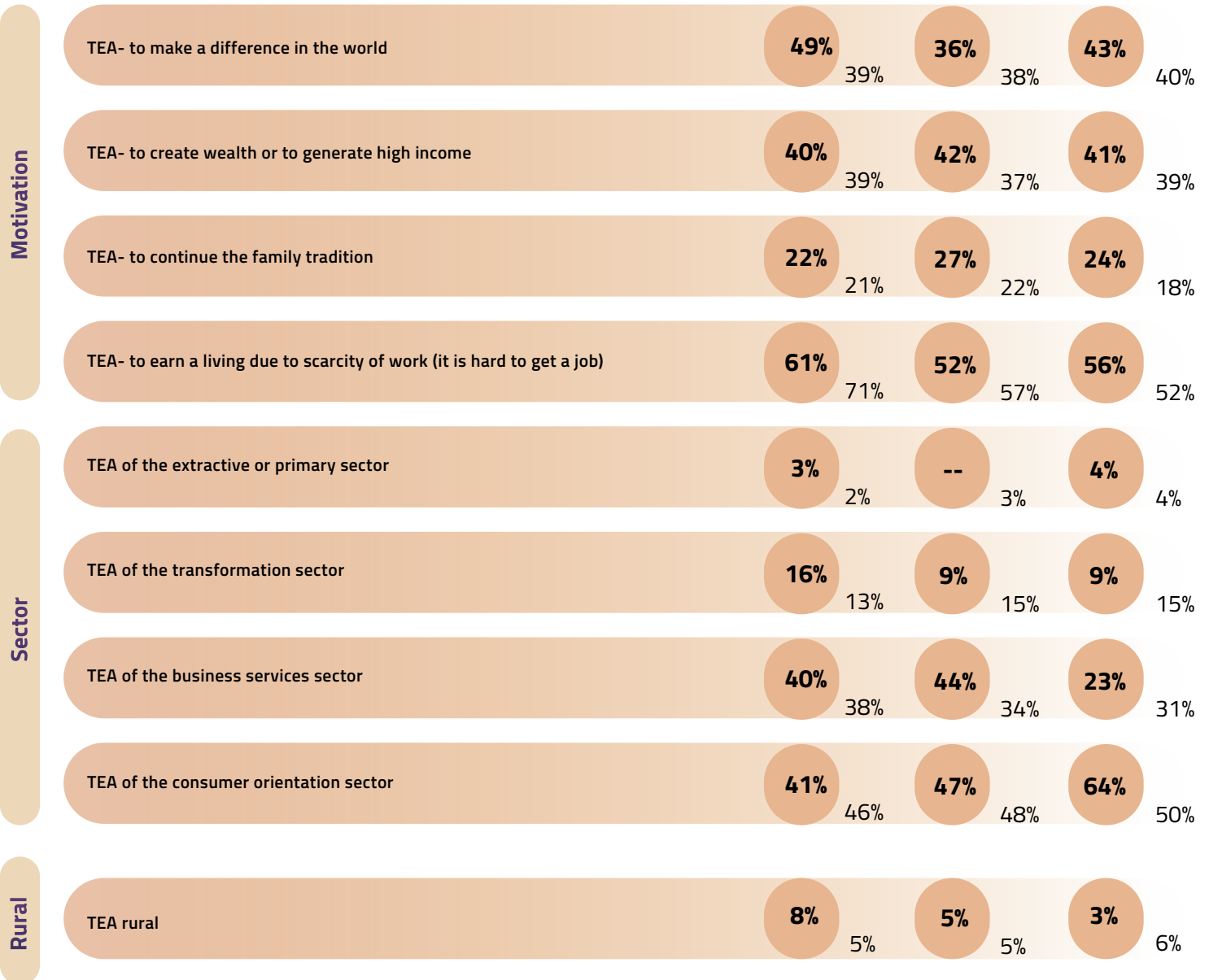
0. SUMMARY OF KEY INDICATORS 2022-2024

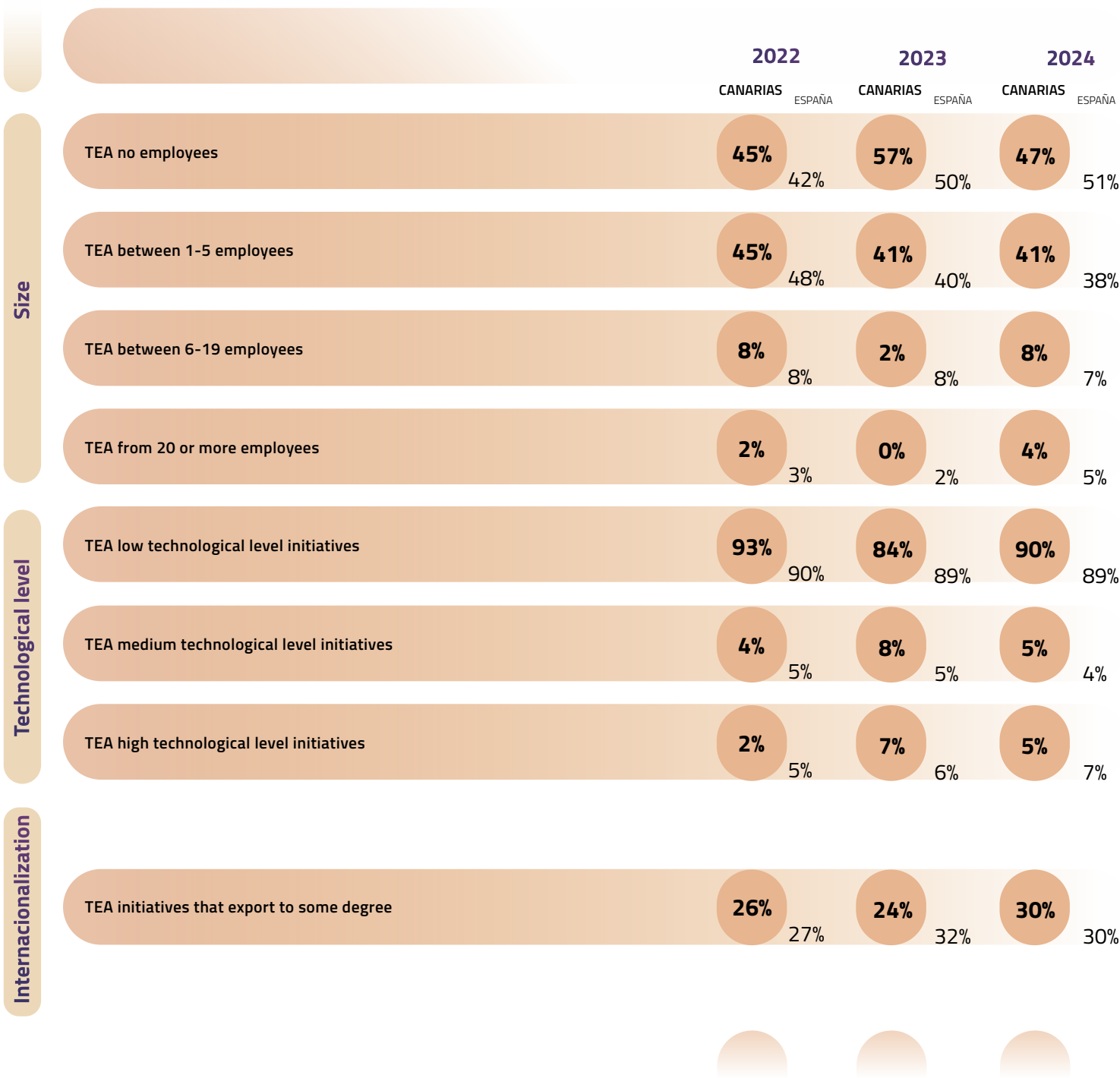
Perception of the adult population interviewed regarding values, attitudes, skills, experiences, entrepreneurial intentions and abandonment

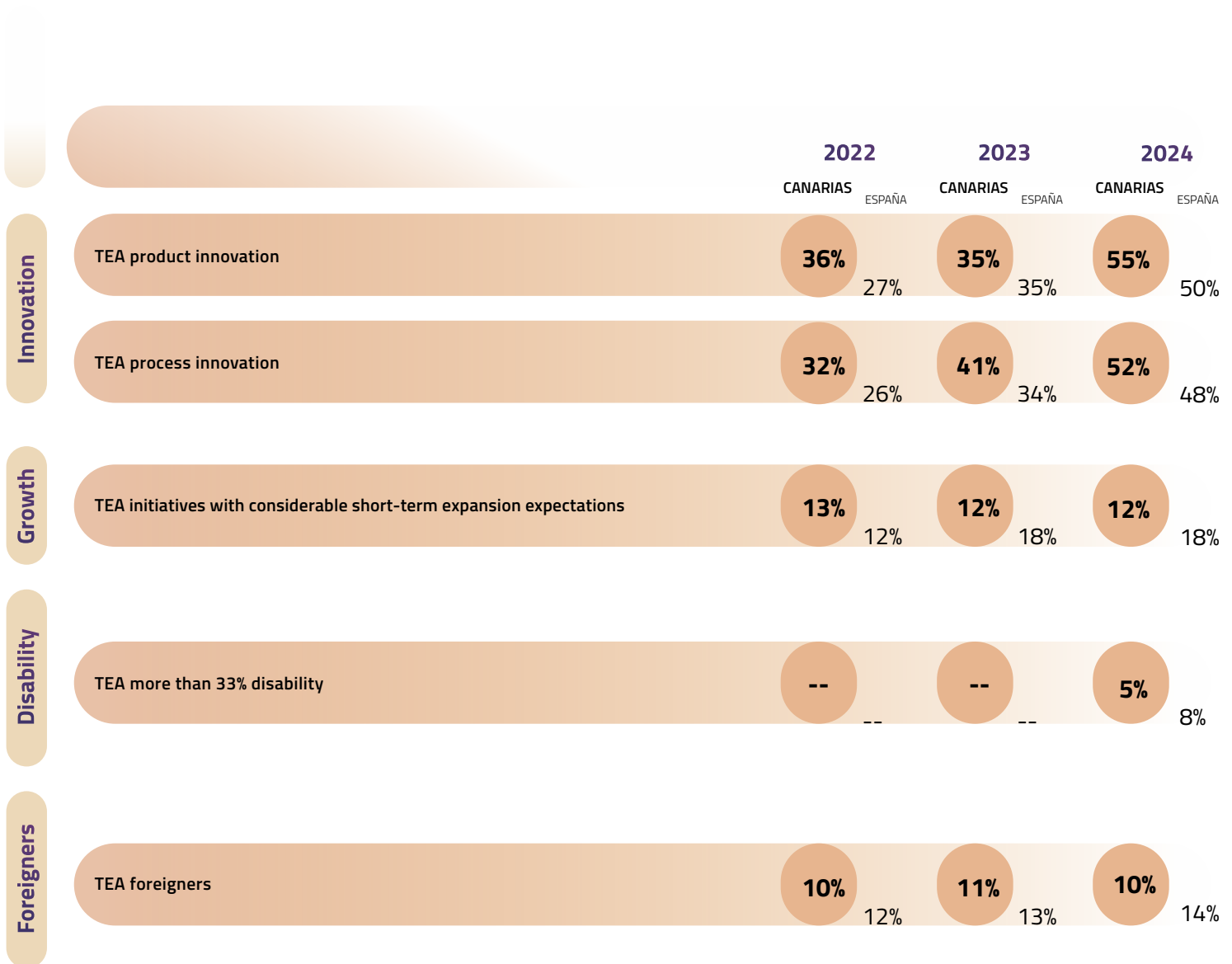
	2022		2023		2024	
	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	ESPAÑA
Do you know anyone who has started a business or become self-employed in the last two years?	48%	48%	49%	47%	44%	47%
For the next six months, do you perceive opportunities for entrepreneurship in the area where you live?	47%	47%	29%	31%	30%	29%
Have the knowledge, skills and experience required to start up a new business	48%	47%	49%	53%	42%	48%
You perceive that you would not start a new business due to fear of failure	48%	47%	47%	50%	52%	52%
You perceive that it is easy to start a business in the Canary Islands/Spain	33%	32%	29%	30%	26%	27%
You have declared your intention to start a business in the next three years	11,9%	9,4%	12,6%	11,2%	9,1%	11,2%
You have given up an activity to close or transfer it, or due to retirement	2,9%	2,5%	3,3%	3,2%	2,0%	3,5%

TEA: Percentage of the adult population interviewed involved in entrepreneurial initiatives in the last 3,5 years**Consolidated Businesses: Percentage of the adult population interviewed involved in entrepreneurial initiatives for more than 3,5 years**

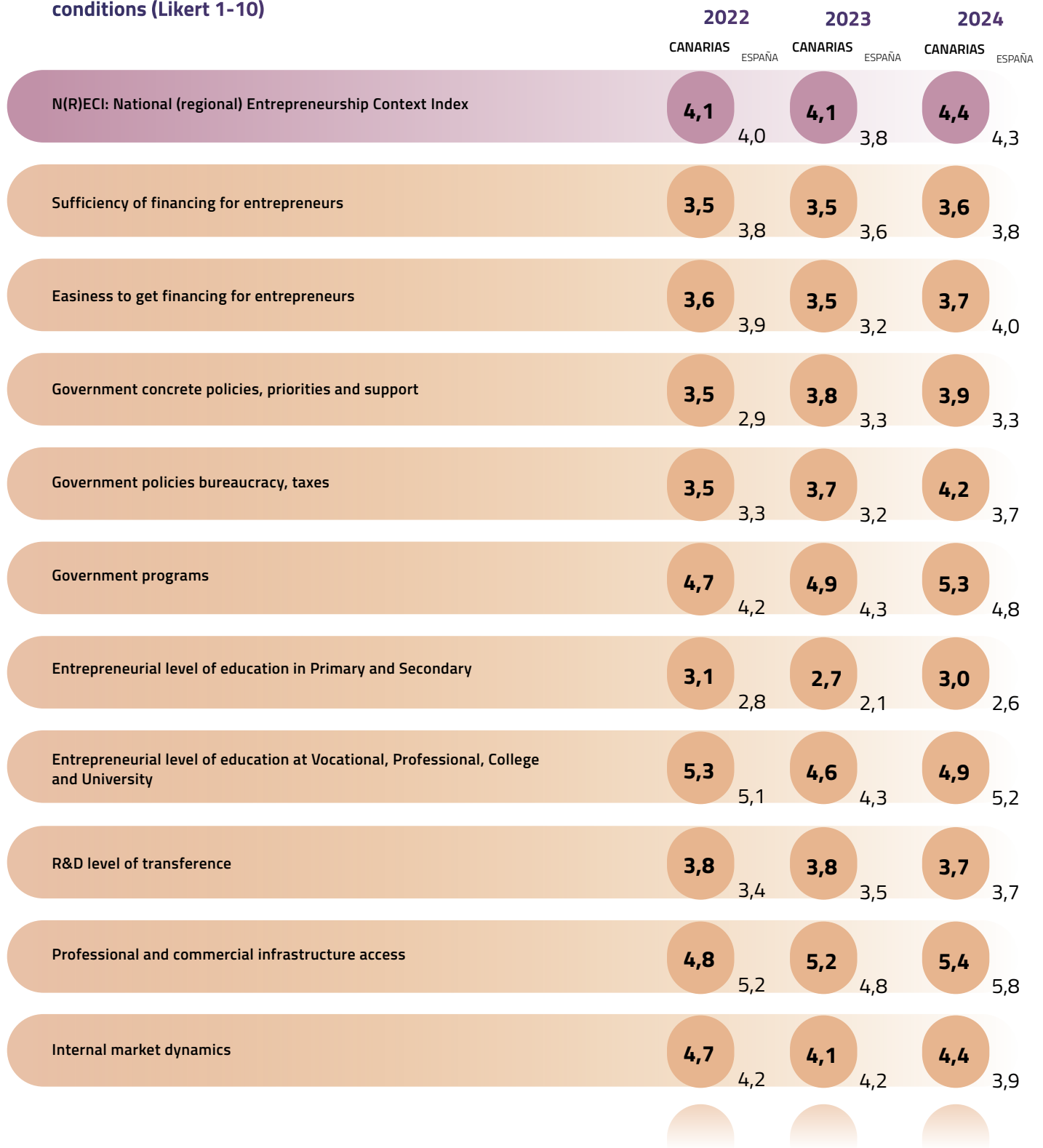
Entrepreneurial initiatives distribution (TEA)

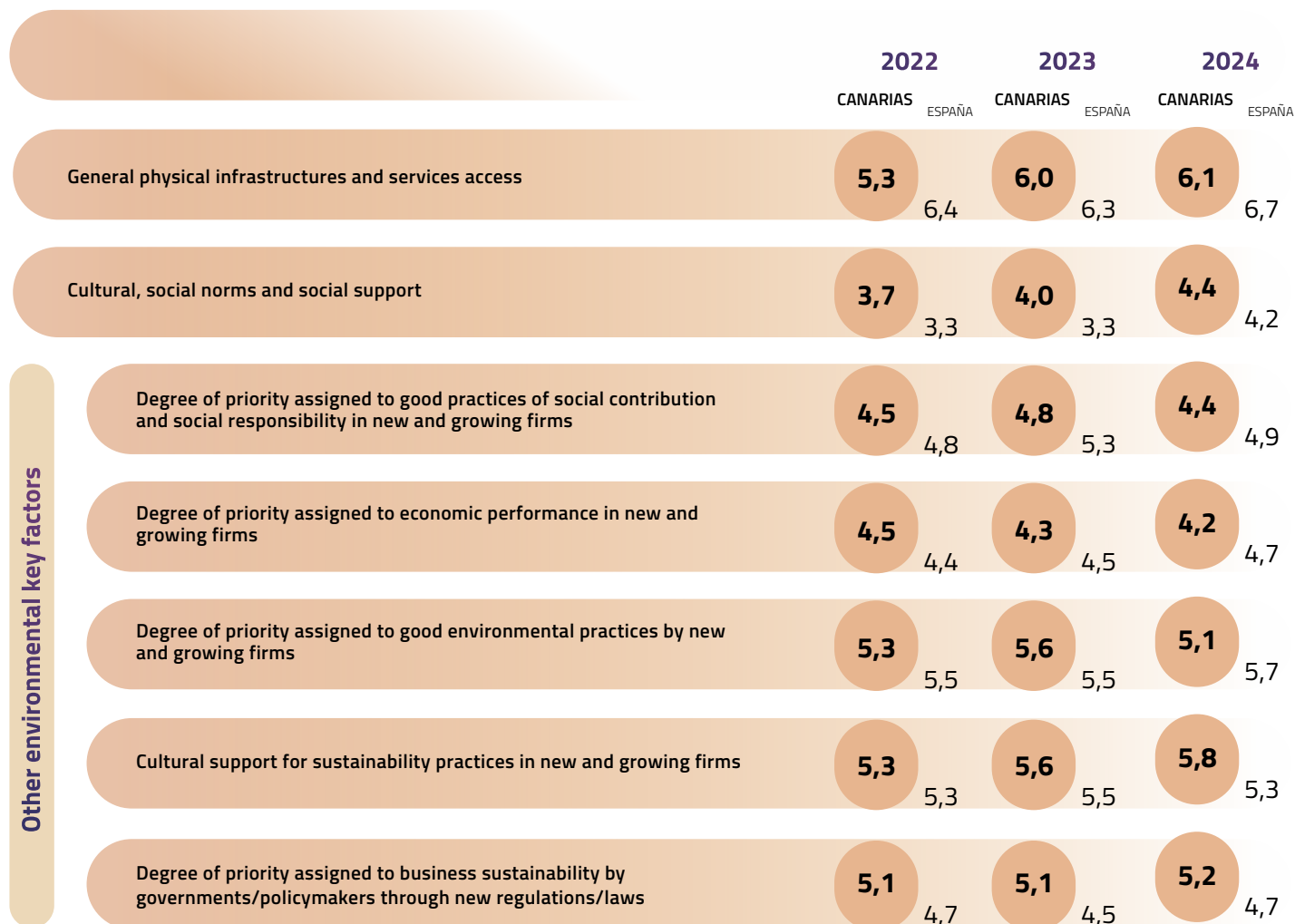






Experts' evaluation of the entrepreneurial system conditions (Likert 1-10)





Other environmental key factors



1. EL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN CANARIAS



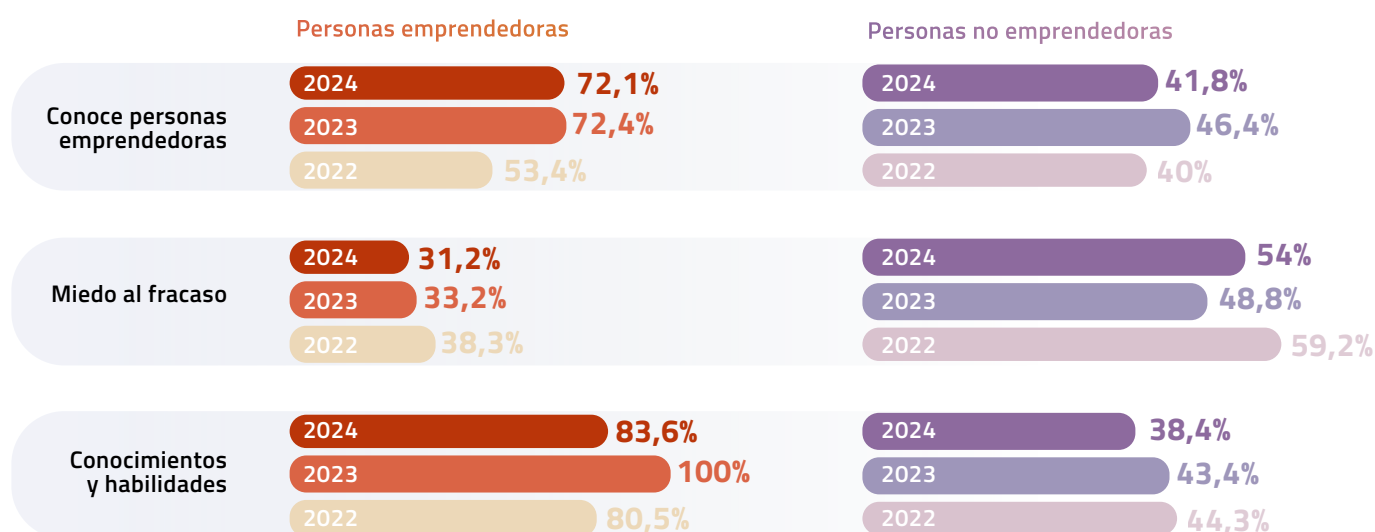
1. EL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN CANARIAS

1.1. De las percepciones y actitudes de la población

Las percepciones que tiene la población sobre su capacidad para emprender influyen directamente tanto en la intención como en la acción emprendedora. Por ello, resulta primordial comprender aspectos como la identificación de oportunidades, el nivel de conocimiento y las habilidades autopercebidas para emprender, así como la percepción del miedo al fracaso o la cercanía a personas que ya emprenden.

Desde este conocimiento se obtiene una visión integral de los factores que favorecen o limitan la actividad emprendedora en las Islas. A partir de estas consideraciones, el presente epígrafe examina las percepciones de la población encuestada -personas adultas entre 18-64 años-, poniendo de relieve las diferencias existentes entre las personas emprendedoras y aquellas que declaran no serlo.

Figura 1.1. Percepción sobre valores y actitudes de la población en Canarias, 2022-2024
Fuente: GEM Canarias-APS (2022-2024)



En 2024 se aprecian ligeras variaciones en las percepciones de las personas emprendedoras residentes en Canarias respecto al año anterior. Así, el 83,6% de quienes emprenden en el Archipiélago

considera que dispone de los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa, un dato algo inferior al registrado en 2023 (100%) y, sin embargo, por encima del 80,5% alcanzado

a nivel nacional. Por su parte, el miedo al fracaso continúa reduciéndose, alcanzando un 31,2%, cifra inferior a la media nacional (33%), lo que sugiere una progresiva disminución de la aversión al riesgo entre las personas que desarrollan iniciativas emprendedoras en Canarias. Además, la existencia de referentes cercanos, que sigue situándose en torno al 72% frente al 68% del conjunto del país, evidencia la persistencia de un entorno relacional favorable al intercambio de experiencias y aprendizajes vinculados al emprendimiento. Esta evolución apunta hacia una cierta consolidación del perfil emprendedor en Canarias caracterizado por elevados niveles de confianza en las propias capacidades, una reducción paulatina del miedo al fracaso y una mayor conciencia de la existencia de referentes cercanos que fortalece la percepción favorable hacia la iniciativa emprendedora.

En cuanto a las percepciones de las personas no emprendedoras en Canarias, se observa un retroceso en todos los indicadores. Así, en 2024 se experimenta un repunte hasta el 54% del porcentaje

de personas no emprendedoras que perciben miedo al fracaso, frente al 48,8% del año anterior, dato muy próximo al 55% obtenido en el ámbito nacional. Por su parte, la percepción de contar con los conocimientos y habilidades necesarias para emprender desciende hasta el 38,4%, desde el 43,4% registrado en 2023, manteniéndose por debajo del promedio nacional (43%). Además, se observa un descenso en el porcentaje de este colectivo que se relaciona con personas emprendedoras, pasando del 46,4% en 2023 al 41,8% del año en estudio, inferior también al proporcionado en el conjunto de España (43%).

La brecha reflejada en los resultados de 2024 respecto a las percepciones de los dos colectivos analizados pone de manifiesto que las diferencias entre ambos grupos son cada vez más evidentes. Las personas que no emprenden no solo consideran que no están preparadas para hacerlo, sino que también tienen más miedo al fracaso y perciben una menor presencia de personas emprendedoras en su entorno.

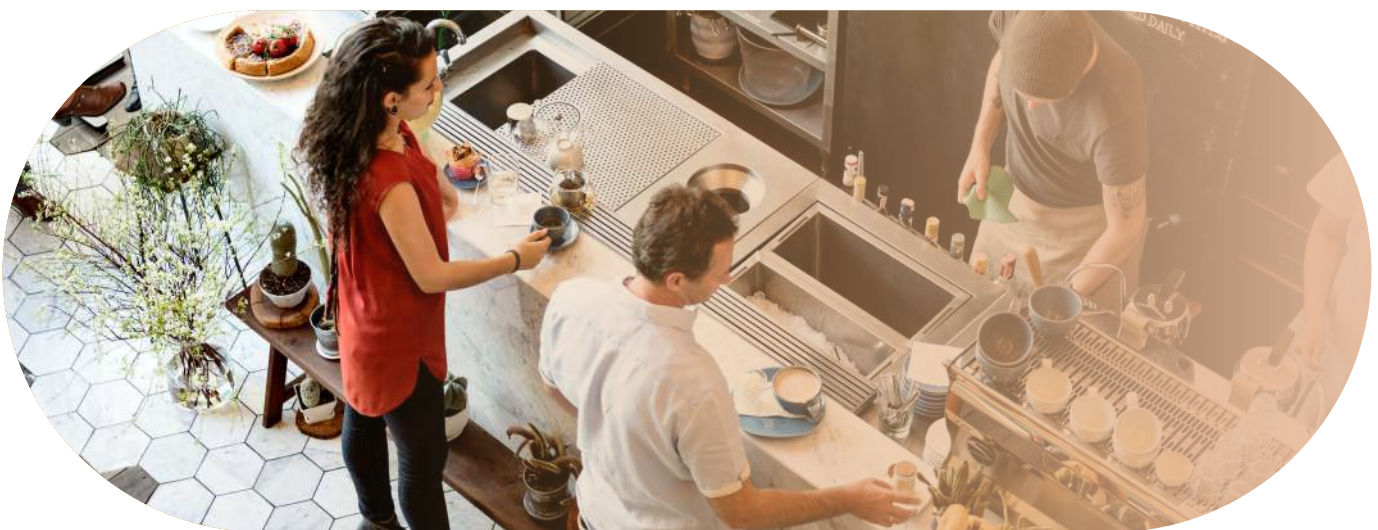
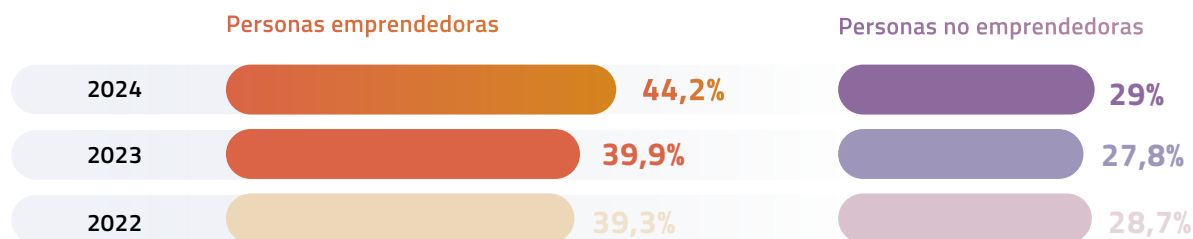


Figura 1.2. Percepción de oportunidades para emprender en Canarias, 2022-2024
Fuente: GEM Canarias-APS (2022-2024)



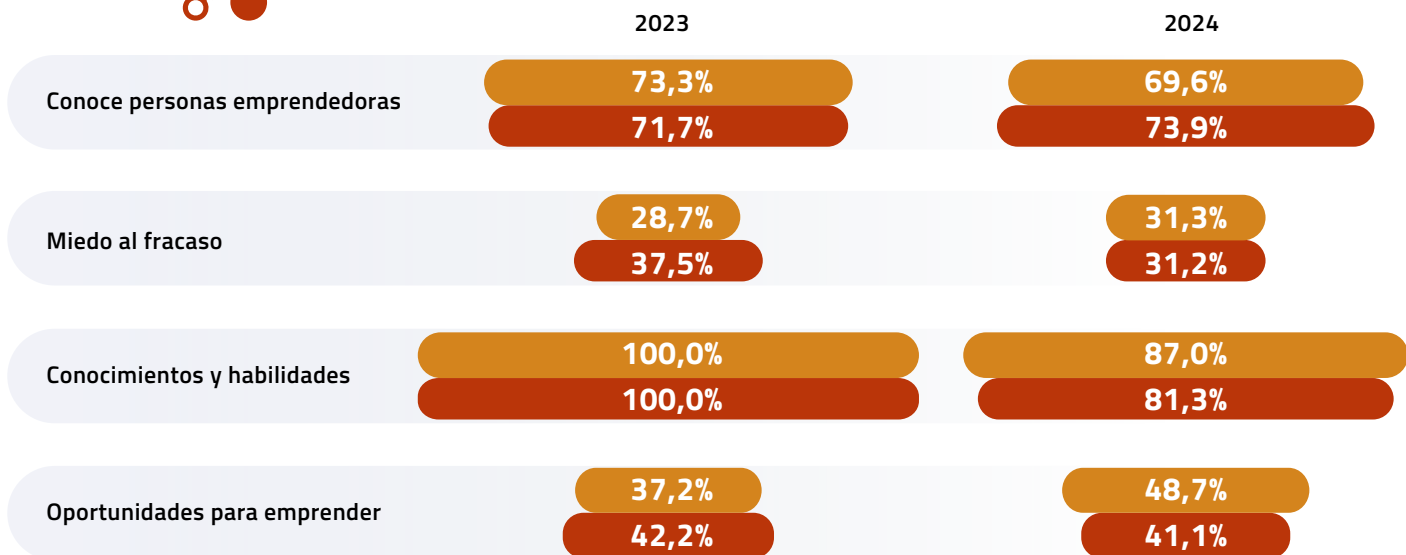
Los datos de 2024 reflejan una moderada recuperación de la capacidad para identificar oportunidades para emprender en Canarias. El porcentaje de personas emprendedoras que perciben oportunidades para emprender asciende a 44,2%, lo que supone un incremento de más de cuatro puntos respecto al año anterior (39,9%) y supera ampliamente la media nacional (38%). Entre las personas que no emprenden, este porcentaje es más moderado, alcanzando en esta edición el 29%, que representa un ligero aumento respecto a 2023 (27,8%) y al promedio nacional (28%). En conjunto, los resultados de 2024

en Canarias evidencian una ligera mejoría en la percepción de oportunidades en el conjunto de la población, si bien persiste una brecha significativa entre quienes emprenden y quienes no lo hacen, lo que refuerza la necesidad de seguir promoviendo, desde los ámbitos educativo, institucional y cultural, la identificación y el aprovechamiento de las oportunidades para emprender.



Figura 1.3. Percepción sobre valores, actitudes y oportunidades de la población involucrada en un proceso emprendedor en Canarias en función del sexo, 2023-2024

Fuente: GEM Canarias-APS (2023,2024)



Entre las personas emprendedoras, el análisis de los valores y actitudes hacia el emprendimiento en Canarias desde la perspectiva del sexo muestra una evolución dispar en 2024. Las mujeres que emprenden destacan por un incremento en la percepción de oportunidades, alcanzando el 48,7%, lo que supone más de once puntos por encima del valor registrado en 2023 (37,2%) y siete puntos superior a la percepción de los hombres emprendedores (41,1%). Estos datos contrastan con los recabados en el contexto nacional, donde el porcentaje alcanzado por los hombres que emprenden asciende al 42%, presentándose este mismo dato muy superior al de las mujeres (33%). Por su parte, los hombres que emprenden resaltan por el incremento en el reconocimiento de modelos o referentes sociales (73,9%) superando tanto el porcentaje de las mujeres en Canarias (69,6%), que retroceden respecto al año 2023 (73,3%), como los datos en el conjunto de España, donde las mujeres muestran un 68% y los hombres un 69%.

Ambos colectivos experimentan en Canarias un retroceso en la percepción de sus conocimientos y habilidades para emprender, situándose en el 87% para las mujeres y en el 81,3% para los hombres, frente al 100% registrado en 2023. Sin embargo, la comparativa de estos datos con los del marco nacional muestra una situación positiva de las mujeres en Canarias respecto al conjunto de España, donde el porcentaje de las mujeres en esta percepción asciende al 77% y el de los hombres al 83%.

En cuanto al miedo al fracaso, hombres y mujeres en Canarias reportan prácticamente el mismo porcentaje (31,2% y 31,3%, respectivamente). Ahora bien, el porcentaje de hombres que perciben miedo al fracaso mejora porque reduce el 37,5% del año 2023, mientras que el porcentaje de mujeres incrementa el 28,7% del año anterior. Aun así, los datos en el ámbito regional superan los porcentajes encontrados para hombres (31%) y mujeres (35%), en el marco nacional.

1.2. De las percepciones y actitudes de la población: Diferencias territoriales

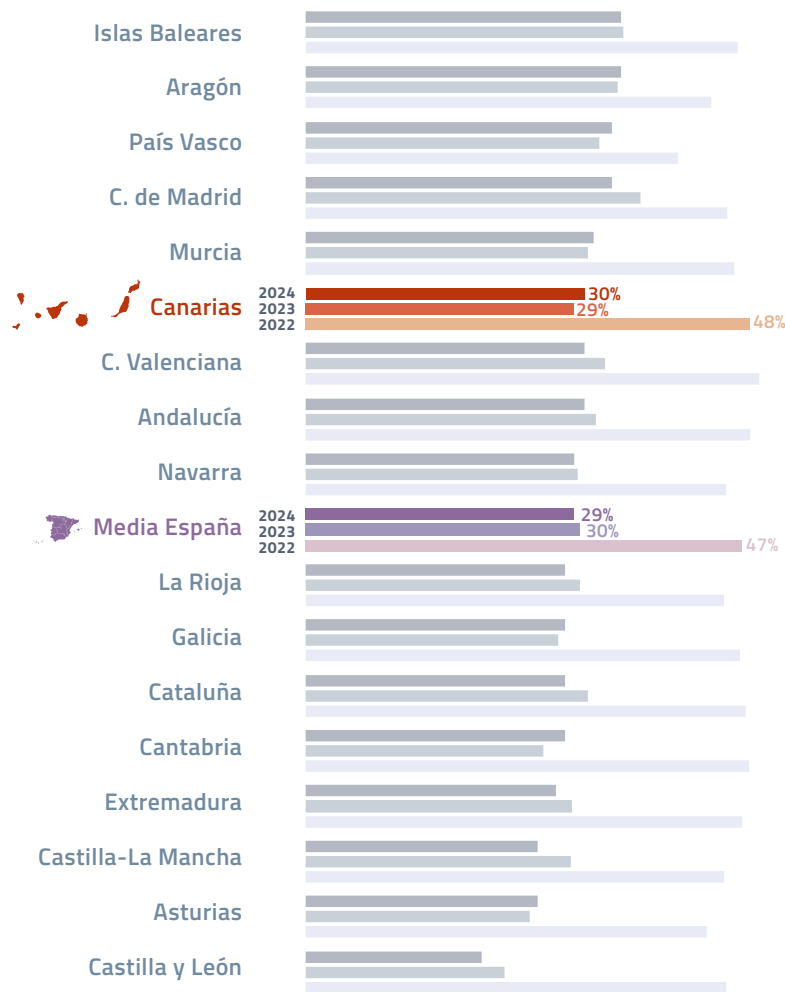
A continuación se representa la percepción de las actitudes y valores para emprender de la población adulta en España, destacando la posición de Canarias

frente al conjunto de comunidades autónomas y la evolución de estos indicadores.

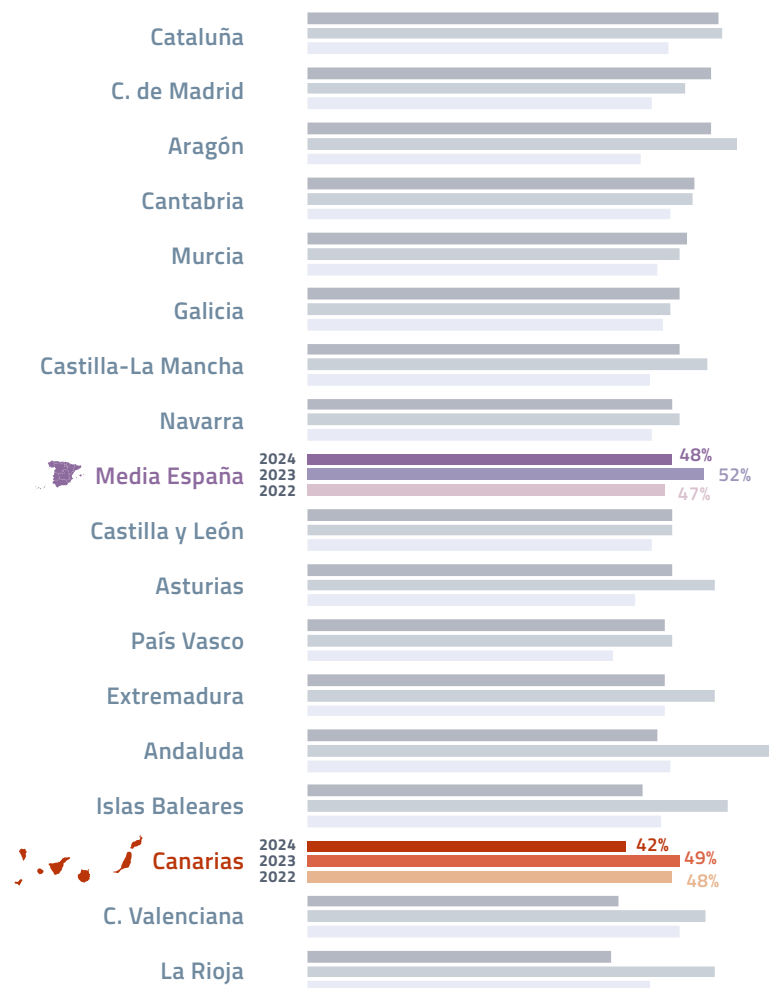


Figura 1.4. Actitudes y valores de la población 2022-2024: Canarias en el contexto nacional GEM
Fuente: GEM Canarias-APS (2022-2024)

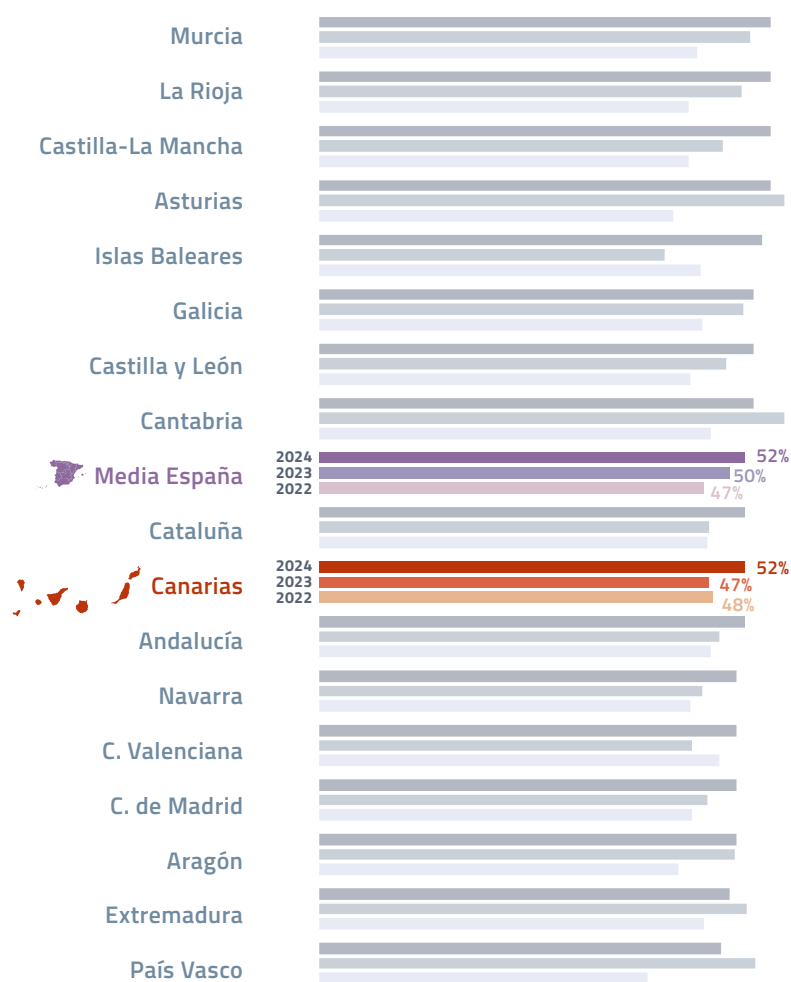
Percepción de oportunidades para emprender



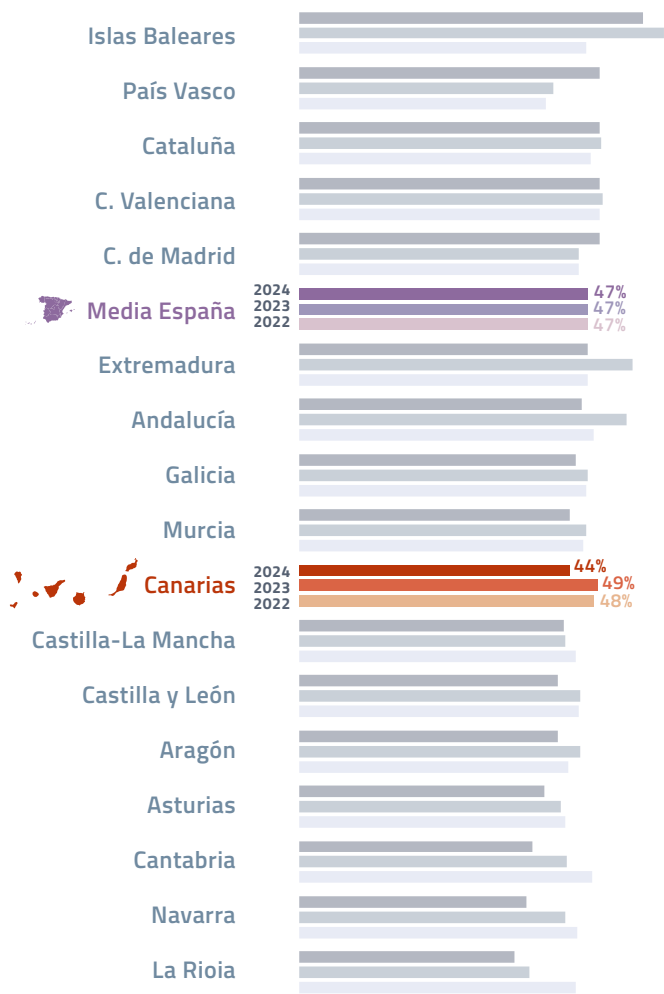
Conocimientos y habilidades para emprender



Miedo al fracaso como obstáculo para emprender



Modelos de referencia para emprender



El examen de los valores y actitudes para emprender de la población adulta de Canarias en 2024 refleja una evolución adversa respecto al año previo si se contextualiza en el conjunto de las regiones españolas. Así, se constata una leve mejoría en la percepción de oportunidades para emprender, mientras que desciende en los porcentajes asociados a la percepción de disponer de conocimientos y habilidades necesarios para emprender y al contacto con modelos de referencia y, además, aumenta la proporción de personas que manifiestan miedo al fracaso. Analizando los datos en detalle, se observa que la proporción de personas adultas que perciben oportunidades en Canarias se sitúa en el 30%, solo un punto por encima del registrado en 2023 en Canarias y de la media nacional actual (29%), y quedando flanqueada por Murcia y la Comunidad Valenciana. Por su parte, la población que considera contar con las competencias necesarias para emprender se reduce hasta el 42%, siete puntos menos que en la edición anterior, distanciándose también del dato medio del conjunto de España (48%) y posicionándose a la cola de las regiones españolas tan solo antes de la Comunidad Valenciana y La Rioja. En lo que respecta al porcentaje de personas que afirman conocer modelos de referencia, Canarias se sitúa a mitad de la tabla con un 44%, por debajo de la posición previa en 2023 (49%) y de la estabilidad observada a nivel nacional, donde el indicador permanece en el 47%. Finalmente, más de la mitad de la población de Canarias percibe miedo al fracaso (52%), alejándose de la cierta posición de liderato identificada en la edición anterior, e igualándose con la media de España (52%). Así pues, los resultados subrayan la

necesidad de implementar políticas y programas más efectivos que impulsen la formación en competencias emprendedoras, fortalezcan la presencia de referentes en el entorno social y reduzcan las barreras psicológicas como el miedo al fracaso, con el fin de revertir la tendencia negativa y consolidar un ecosistema emprendedor más dinámico en Canarias.

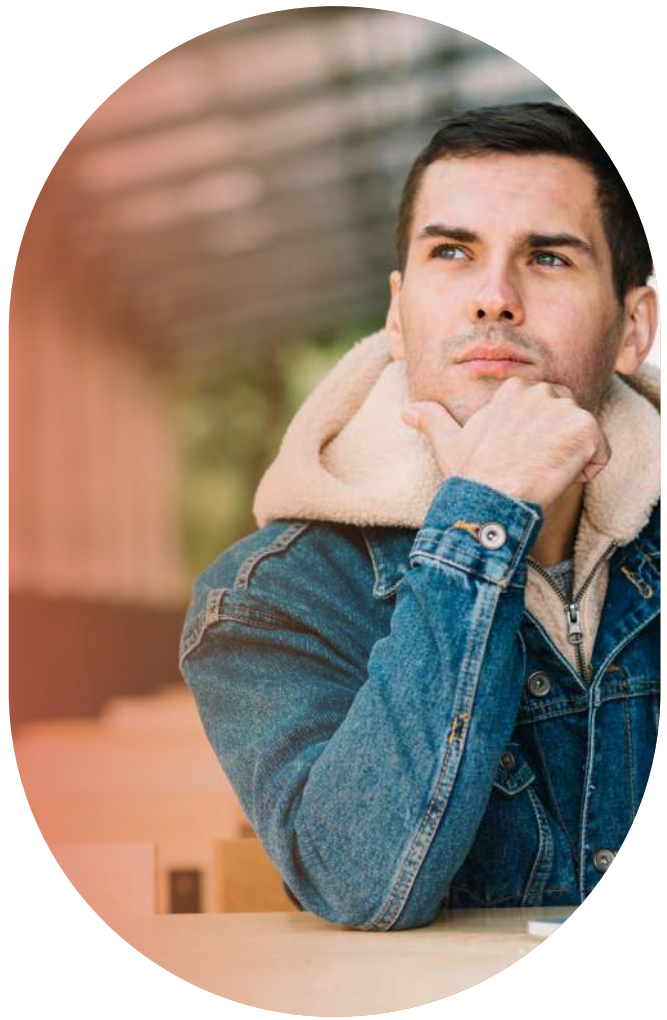


Figura 1.5. Factores que promueven favorablemente las actitudes y valores para emprender de la población:
Canarias en el contexto nacional GEM
Fuente: GEM Canarias-APS (2023, 2024)



El análisis de la percepción de los factores que influyen en el emprendimiento en Canarias en 2024, en comparación con el año anterior, muestra una evolución positiva en tres de los cuatro indicadores, alcanzando valores muy próximos a la media nacional. Así, aumenta la proporción de personas que consideran el emprendimiento una buena opción profesional (45%), quienes lo asocian con un estatus social y económico favorable (56%) y la percepción de noticias sobre emprendedores de éxito en los medios (44%). Sin embargo, apenas una cuarta parte de la población considera que es fácil

iniciar un negocio. Tanto en Canarias (26%) como en el conjunto nacional (27%) persiste la percepción de que la burocracia y la carga administrativa constituyen obstáculos crecientes, lo que exige avanzar en la simplificación administrativa y en la creación de entornos ágiles para facilitar el emprendimiento.

1.3. El contexto para emprender en Canarias según los expertos

Figura 1.6. Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno general para emprender en Canarias, 2022-2024

(Escala de respuestas: 1 – 10)

Fuente: GEM Canarias – NES (2022-2024)

	2022	2023	2024
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	5,3	6,0	6,1
Percepción del respaldo cultural a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento	5,3	5,6	5,8
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	4,8	5,2	5,4
Programas gubernamentales	4,7	4,9	5,3
Percepción del grado de prioridad del gobierno regional y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento	5,1	5,1	5,2
Percepción de la prioridad de prácticas de sostenibilidad medioambiental en empresas nuevas y en crecimiento	5,3	5,6	5,1
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	5,3	4,6	4,9
Dinámica del mercado interno	4,7	4,1	4,4
Percepción de la responsabilidad social de empresas nuevas y en crecimiento	4,5	4,8	4,4
Normas sociales y culturales	3,7	4,0	4,4
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3,5	3,7	4,2
Percepción del rendimiento económico de las empresas sostenibles nuevas y en crecimiento	4,5	4,3	4,2
Barreras de acceso al mercado interno	3,8	3,8	4,0
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	3,5	3,8	3,9
Facilidad para acceder a la financiación	3,6	3,5	3,7
Transferencia de I + D	3,8	3,8	3,7
Financiación suficiente para emprender	3,5	3,5	3,6
Educación y formación emprendedora etapa escolar	3,1	2,7	3,0

Los expertos que evalúan el entorno regional canario para emprender en 2024, provenientes de los ámbitos académico, profesional y gubernamental, han mejorado significativamente sus valoraciones (en una escala de 0 a 10) respecto a todas las condiciones consideradas relevantes para emprender, en comparación con 2023. Sin embargo,

se identifican cuatro factores que no han seguido esta tendencia: la prioridad otorgada a las prácticas de sostenibilidad medioambiental, la responsabilidad social empresarial, el rendimiento económico de las empresas sostenibles y la transferencia de I+D. A nivel nacional también se observa una mejora generalizada en las valoraciones, salvo en tres

aspectos: la prioridad que el gobierno nacional y la normativa otorgan a la sostenibilidad en empresas emergentes, la responsabilidad social empresarial y la dinámica del mercado interno.

Como se apunta en el informe nacional, en 2024 ya se dejan notar en las valoraciones de los expertos los efectos de la implantación de la Ley de fomento del ecosistema de las empresas emergentes (Ley 28/2022 de 21 de diciembre), la conocida como Ley de Startups, que ha introducido un conjunto de medidas para apoyar a las iniciativas emprendedoras de carácter innovador y con capacidad de crecimiento. Utilizando este marco legal, desde 2023 la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA) reporta la certificación de más de 1.400 iniciativas emprendedoras como empresas emergentes innovadoras, permitiéndoles acceder tanto a beneficios fiscales como a programas que combinan financiación, formación y certificación especialmente diseñados para estas empresas. A junio de 2024, de las primeras 1.000 empresas certificadas, un 2% se corresponden con solicitudes presentadas en Canarias, figurando Las Palmas de Gran Canaria como uno de los municipios de España con una certificación superior a 10 empresas (Enisa, 2024)¹

Como complemento a esta Ley, el gobierno de España ha creado el Foro Nacional de Empresas Emergentes, con el objetivo de desarrollar iniciativas emprendedoras en sectores de alto valor añadido. En Canarias, además, se ha desarrollado el Consejo de Apoyo al Emprendimiento, el Trabajo Autónomo y las PYMES, que se encarga de hacer seguimiento de la actividad emprendedora en Canarias y de plantear

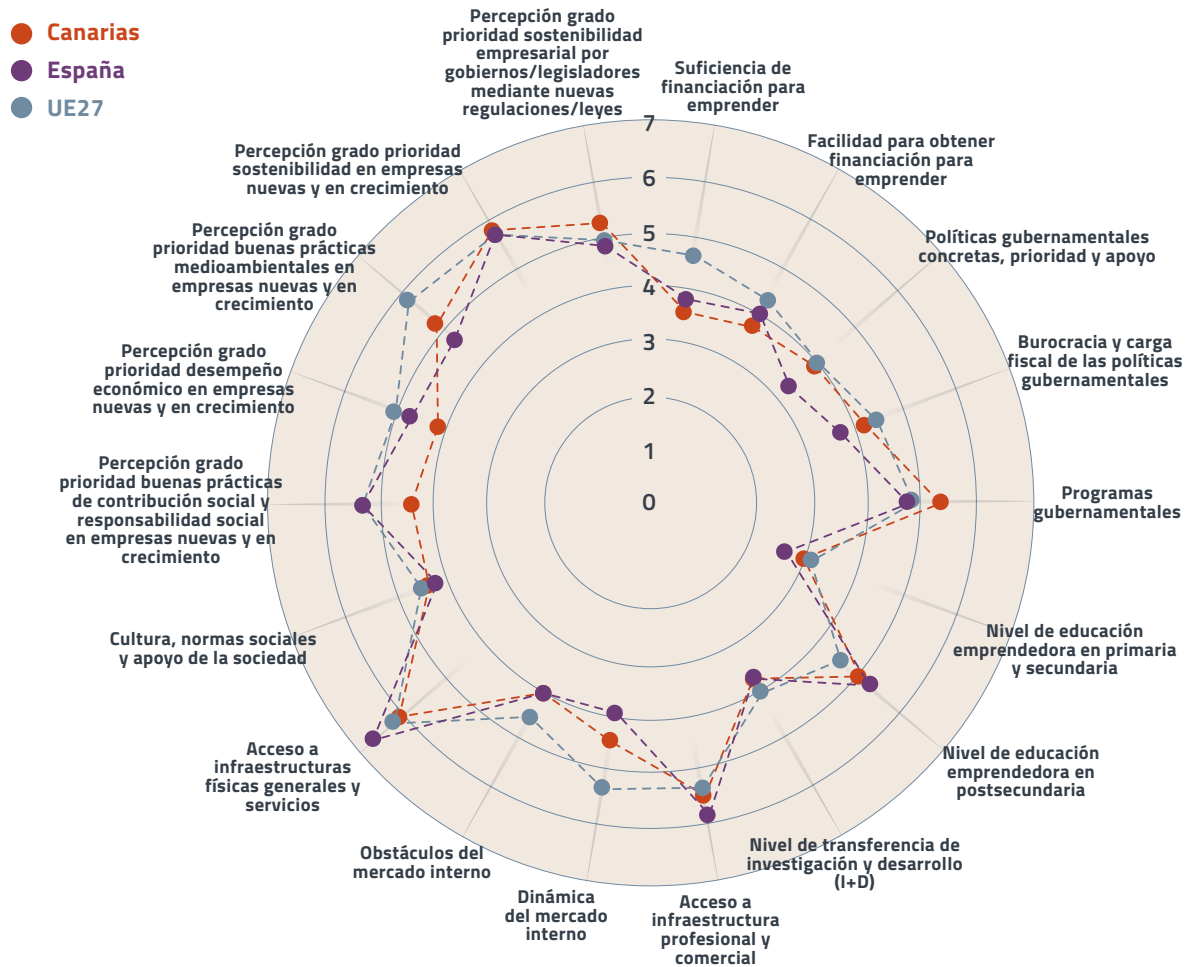
el desarrollo de actividades orientadas a mejorar el entorno para el emprendimiento en las Islas. Todo ello, en cierta medida, está contribuyendo a mejorar la valoración de las condiciones del entorno para emprender respecto a años anteriores, un aspecto clave en la percepción de oportunidades de los emprendedores potenciales.



¹ENISA (2024). Informe Las primeras 1.000 empresas emergentes certificadas por ENISA. Disponible en: <https://cdn.enisa.es/News/A98D87E979061A334EDC9CB3A7FC002D/ATTACHMENT/51A72600400329017F83E8931C282470/f4c458957e2ee995e72b53ea6e9da837d7bbe9ec.pdf>

Figura 1.7. Valoración media de los expertos sobre las condiciones generales del entorno para emprender en Canarias, España y los países de la UE27

Fuente: GEM Canarias-NES (2024)



En 2024, los expertos del panel canario han valorado igual o mejor que los del panel nacional la mayoría de las condiciones del entorno para emprender. No obstante, se identifican excepciones en aspectos como la prioridad otorgada a las buenas prácticas de contribución y responsabilidad social en empresas emergentes, el acceso a infraestructuras físicas y servicios, la valoración del desempeño económico de estas empresas, la disponibilidad

de infraestructura profesional y comercial, el nivel de educación emprendedora en formación postsecundaria, así como la facilidad y suficiencia de la financiación para emprendedores. La gestión local de estas condiciones parece favorecer que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces para estimular el comportamiento emprendedor en la comunidad autónoma de Canarias.

Por otro lado, la comparación con la valoración media de los expertos de la Unión Europea revela una situación diferente, aunque con una evolución positiva respecto a 2023. Los expertos canarios otorgan puntuaciones más altas que sus homólogos europeos en cinco aspectos del entorno emprendedor: los programas gubernamentales de apoyo, la educación emprendedora en niveles

superiores, la prioridad que los legisladores conceden a la sostenibilidad empresarial, el compromiso con la sostenibilidad en empresas emergentes y el acceso a infraestructura profesional y comercial. No obstante, el resto de las condiciones generales para emprender continúan siendo valoradas por debajo de la media europea.

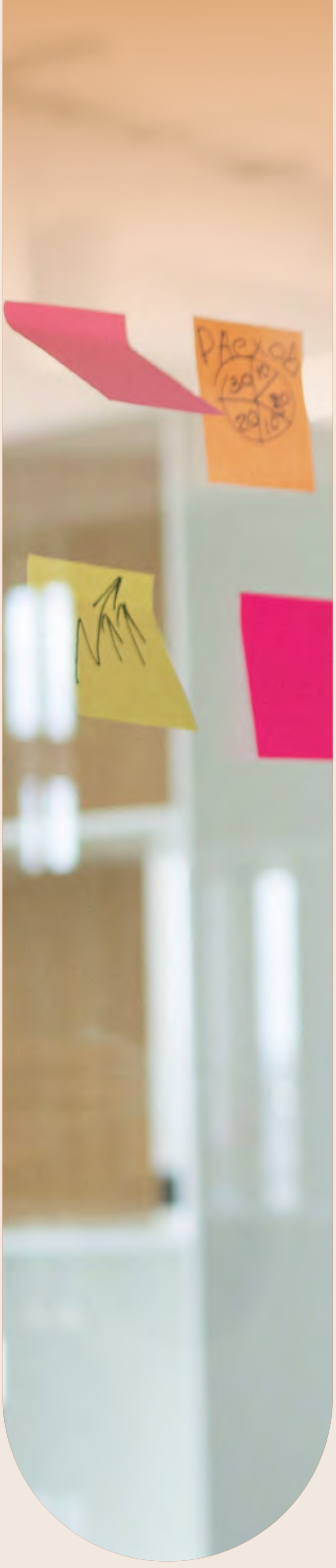
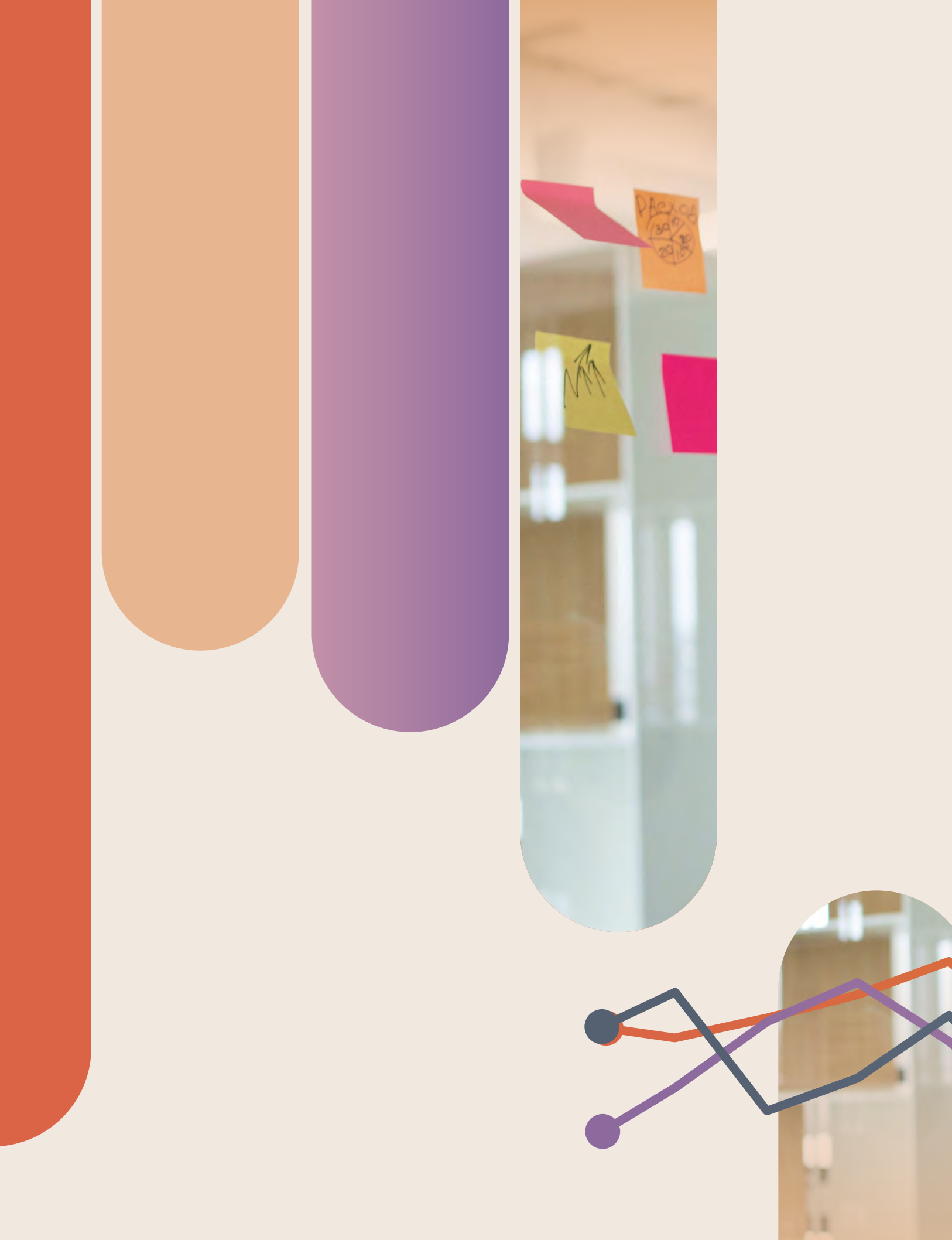
Figura 1.8. Índice de Contexto de Emprendimiento Regional (RECI). Canarias y resto de comunidades autónomas

Fuente: GEM Canarias-NES (2024)



Canarias presenta el Índice del Contexto para Emprender, denominado RECI (Regional Entrepreneurial Context Index) y homólogo del NECI (National Entrepreneurial Context Index), que evalúa la calidad del entorno para emprender en una región o nación, más bajo del conjunto de las comunidades autónomas españolas. Este valor pone de manifiesto las dificultades que enfrenta el emprendimiento en nuestra comunidad autónoma. Si bien el entorno para emprender ha mejorado respecto al año anterior, pasando de una valoración de 4,1 a 4,4, la comparación con otras circunscripciones evidencia marcos territoriales que deberían servir como referencia para mejorar el ecosistema emprendedor canario.





2. EL PROCESO EMPRENDEDOR EN CANARIAS



2. EL PROCESO EMPRENDEDOR EN CANARIAS

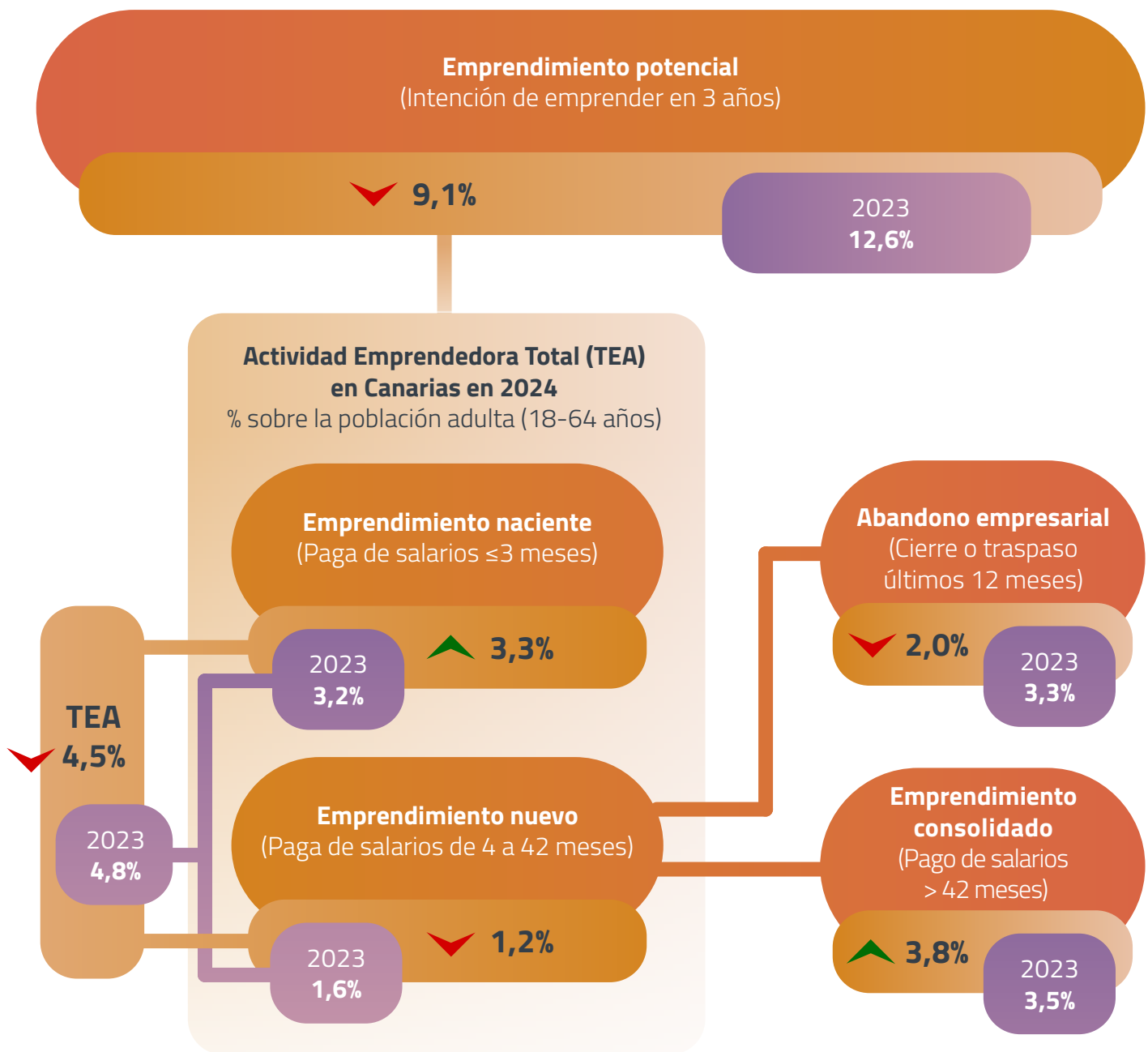
2.1. Indicadores del proceso emprendedor en Canarias

El proceso de emprendimiento abarca tres fases secuenciales que van desde la concepción de una idea de negocio —con la intención explícita de materializarla en un plazo máximo de tres años— hasta la consolidación de la empresa, una vez superado el umbral crítico de supervivencia de tres años y medio. Así, la metodología del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) proporciona un marco analítico unificado para analizar y comparar el emprendimiento a nivel nacional o territorial mediante indicadores expresados en porcentajes.

El modelo conceptual que inspira al Proyecto se representa en la ilustración adjunta, donde se señalan las etapas del proceso emprendedor que permiten comprender la dinámica emprendedora en Canarias, abarcando así todas las posibles concepciones del fenómeno. En el caso particular de Canarias, los datos de la encuesta GEM APS (*Adult Population Survey*) de 2024 permiten cuantificar el porcentaje de población adulta (de 18 a 64 años) que se encuentra en cada una de estas etapas, ofreciendo así una radiografía precisa y actualizada del ecosistema emprendedor regional.



Figura 2.1. Principales indicadores del proceso emprendedor en Canarias
Fuente: GEM Canarias-APS (2023, 2024)



Analizando cada una de las etapas del proceso emprendedor en Canarias, se observa que, en 2024, la población adulta con intención de

emprender en los próximos tres años representa un 9,1%, lo que supone una disminución de más de tres puntos con respecto al volumen encontrado



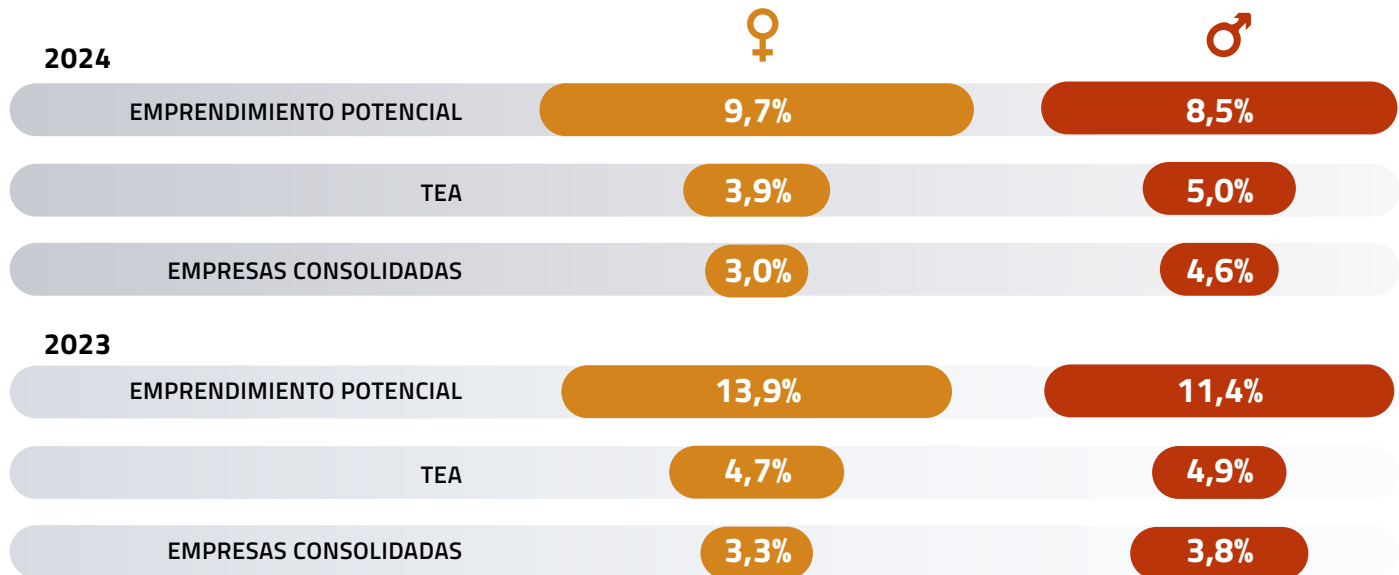
para 2023, que alcanzó el 12,6%. Análogamente, la actividad emprendedora total, uno de los indicadores estrellas de GEM, denominado TEA (*Total Entrepreneurial Activity*), disminuye ligeramente pasando del 4,8% en 2023 al 4,5% en 2024, un valor bastante alejado del máximo histórico del 9% alcanzado en 2007. En las entrañas de este indicador se observan dos tendencias contrapuestas: por un lado, el aumento del emprendimiento naciente, que pasan a representar un 3,3% de la población adulta en edad laboral y, por otro, la disminución del emprendimiento nuevo, que se sitúan ahora en el 1,2% de la población frente al 1,6% del año precedente. Esto indica que, aunque en Canarias se mantiene el emprendimiento inicial entre la población adulta respecto al año anterior, muchas iniciativas sufren en el proceso hacia la consolidación, no llegando a superar la barrera de los 42 meses, lo que evidencia que la supervivencia de los proyectos sigue siendo un desafío para el emprendimiento en la región. En contraposición, se produce un

aumento del emprendimiento consolidado (con más de tres años y medio operando), que se sitúa en un 3,8% frente al 3,5% de 2023. Esta mejoría también se refleja en la dinámica de abandonos y cierres. Así, tan solo el 2% de la población ha manifestado el cierre o abandono de la actividad en Canarias, lo que supone un descenso respecto al 3,3% registrado en 2023.

Al comparar estos resultados con los del conjunto de España, la población canaria presenta una menor intención emprendedora (9,1% vs 11,2% nacional) y una TEA también inferior (4,5% vs 7,2%). El emprendimiento consolidado se sitúa en el 3,8%, por debajo del 6,8% nacional, al igual que la tasa de abandono (2% vs 3,5% nacional). Este último dato sobre abandono empresarial sugiere un mayor esfuerzo de resiliencia de los emprendimientos en Canarias, lo que se confirma al contrastar estos resultados con las valoraciones sobre el entorno para emprender analizadas en este informe.

Figura 2.2. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidadas en función del sexo* de la persona que emprende en Canarias, 2023-2024

Fuente: GEM Canarias-APS (2023, 2024)



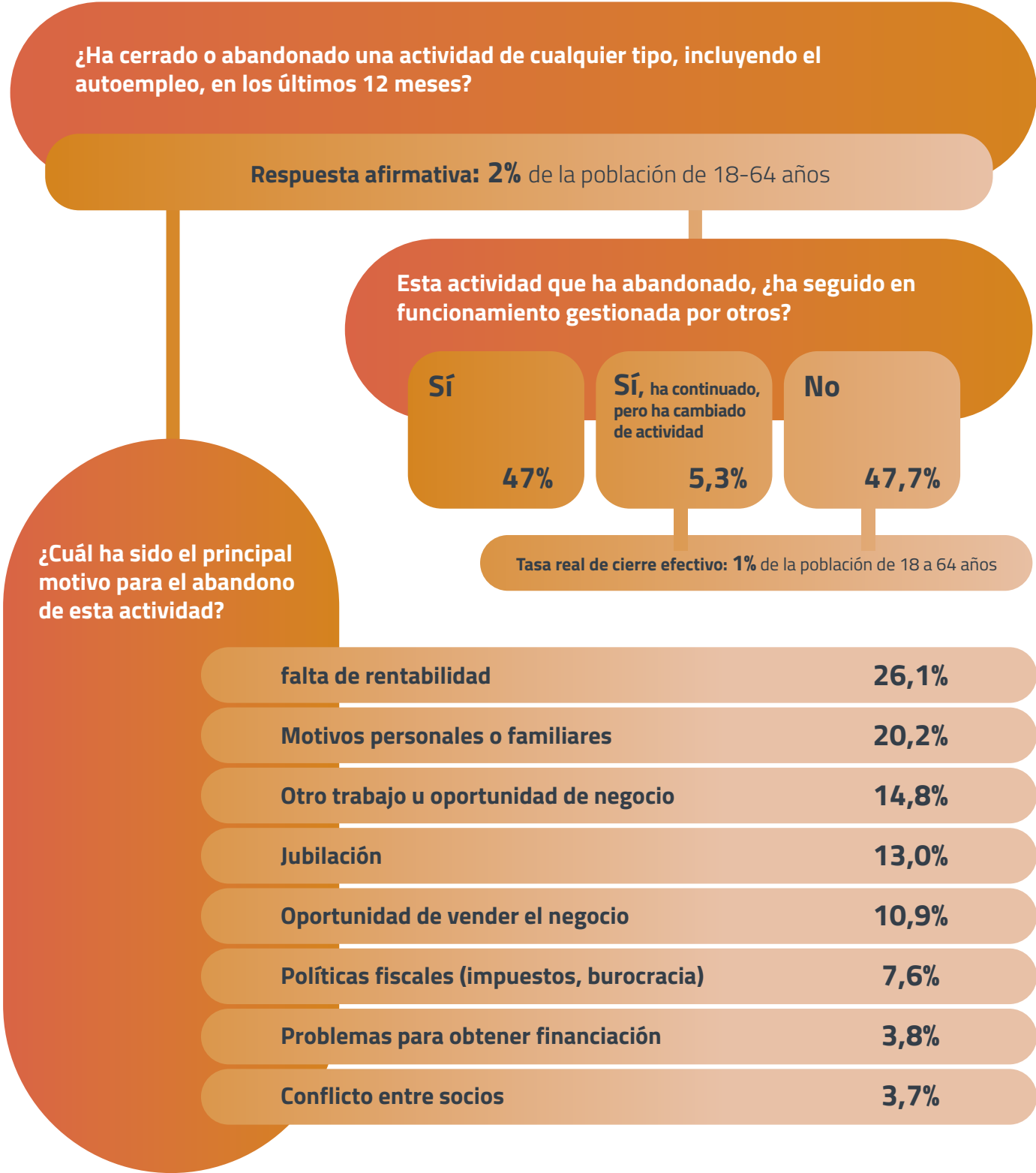
*Porcentajes sobre el total del colectivo analizado

Por géneros, aunque se observa un mayor emprendimiento potencial entre las mujeres (9,7%), éstas registran una menor actividad emprendedora en las fases iniciales (3,9%) que entre los hombres en esta edición (5,0%). Lo mismo sucede con el emprendimiento consolidado donde los hombres (4,6%), además de registrar un ligero aumento con respecto a 2023, también superan la tasa de sus homólogas (3,0%).

Al comparar los indicadores de las distintas fases del proceso emprendedor con España, se evidencia un patrón similar en ambas circunscripciones. Tanto a nivel nacional como en Canarias, las mujeres (11,4% vs 9,7%) manifiestan una mayor intención de emprender que los hombres (11% vs 8,5%). Sin embargo, en ambos contextos la tasa de actividad

empresadora (TEA) es superior entre los hombres (7,7% vs 5%) que entre las mujeres (6,8% vs 3,9%). Con respecto a los negocios consolidados, los datos también son más favorables en el ámbito nacional, donde la tasa entre los hombres (8,2% vs 4,6%) supera a la de las mujeres (5,3% vs 3%). Estos resultados revelan una brecha de género persistente, en la que la mayor predisposición inicial de las mujeres no se traduce en una progresión equivalente hacia fases operativas y de consolidación de la actividad emprendedora. Por tanto, aprovechar el talento y la determinación inicial de las mujeres, mediante redes de apoyo, formación especializada y políticas inclusivas, puede convertirse en el motor que impulse un ecosistema emprendedor más equitativo y dinámico en Canarias.

Cuadro sinóptico 2.1. Abandono de la actividad empresarial en Canarias
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



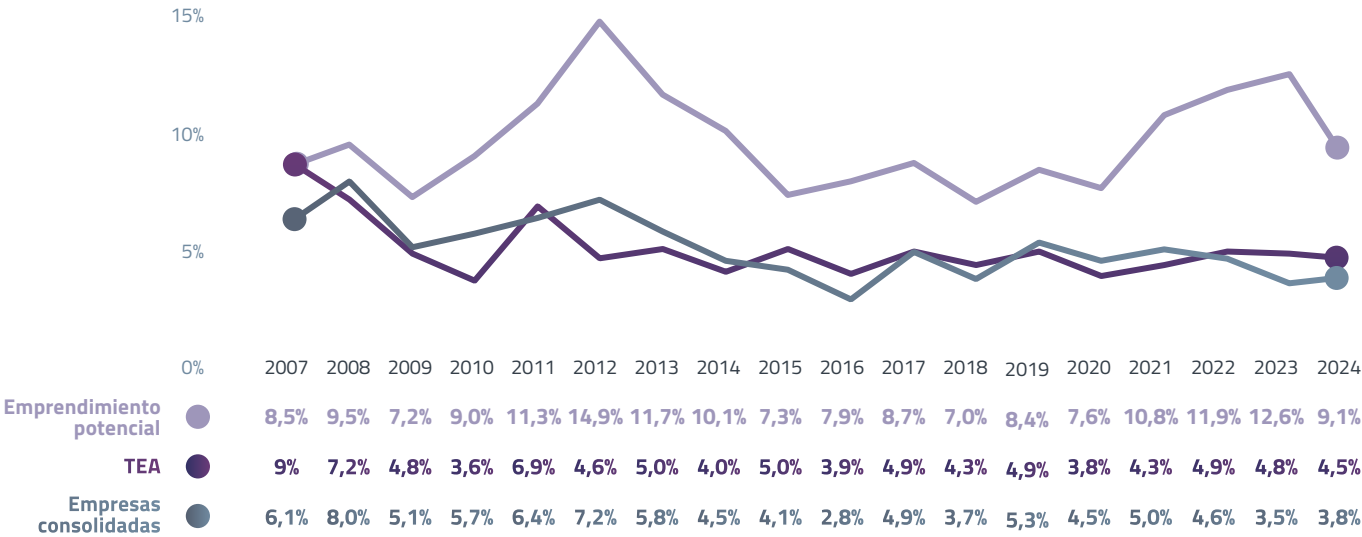
El análisis del proceso emprendedor se complementa con el estudio de las causas que motivan el cierre o traspaso de los negocios. Durante 2024, el 2% de la población canaria entre 18 y 64 años ha cerrado o abandonado una actividad empresarial registrando una disminución de 1,3 puntos con relación al año previo. Por otra parte, considerando que casi la mitad del total de abandonos han continuado funcionando en manos de otras personas (47%), la tasa de cierre efectivo o real se sitúa ligeramente por debajo (1%), un valor inferior al de la tasa de cierre efectiva registrada a nivel nacional (2,2%).

Las causas de abandono en 2024 mantienen un patrón similar al observado en 2023. La principal razón sigue siendo la falta de rentabilidad, que representa el 26,1% de los casos, cifra inferior a la media nacional (31,5%). En segundo lugar, destacan las razones personales y familiares, con un 20,2%, muy por encima del 9,4% registrado en el conjunto nacional. El tercer motivo es la percepción de mejores oportunidades laborales o de negocio, que explica el 14,8% de los abandonos, ocho puntos menos que en el conjunto de España (22,8%), lo que constata la peor percepción del contexto económico regional señalado por los expertos. La jubilación (13%) y la oportunidad de vender el negocio (10,9%) ocupan la cuarta y quinta posición, respectivamente. Entre los motivos menos frecuentes, al igual que en el ámbito nacional, destacan la fiscalidad y la burocracia (7,6%) y los conflictos entre socios (3,7%). En contraste, la dificultad para obtener financiación es una causa de abandono notablemente menor en Canarias (3,8% frente al 10,6% estatal), lo que sugiere un acceso relativamente más fácil a los recursos financieros en nuestra región, aspecto que también destacaban los expertos en su análisis del entorno.



2.2. Dinámica de la actividad emprendedora en Canarias

Figura 2.3. Evolución de las iniciativas emprendedoras por fase del proceso emprendedor en Canarias, 2007-2024
Fuente: GEM Canarias-APS (2007-2024)



La evolución histórica de los tres principales indicadores de la actividad emprendedora en Canarias durante los últimos dieciocho años muestra un patrón de comportamiento similar al nacional. La traza en forma de “diente de sierra” refleja una mayor variabilidad en el emprendimiento potencial, muy condicionado por el contexto económico y las expectativas de la población.

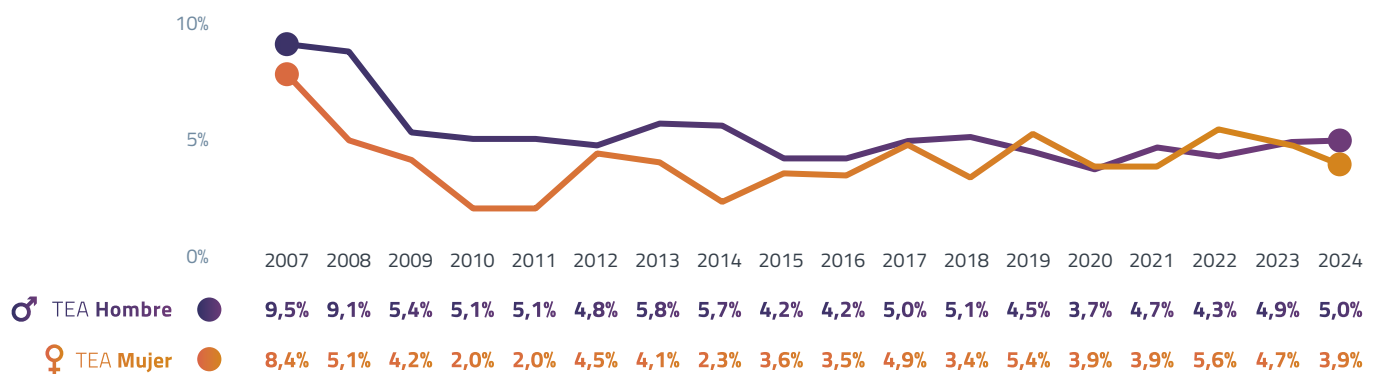
Centrándonos en el pasado más reciente, se observa que en 2024 se produce un cambio de tendencia en la intención de emprender, que venía aumentando desde 2020. Este giro podría indicar una ralentización del proceso emprendedor futuro, fuertemente condicionado por las circunstancias del contexto nacional y por los conflictos que amenazan la estabilidad global. En cuanto al

emprendimiento naciente y nuevo (TEA), se aprecian fluctuaciones más moderadas, con una ligera tendencia a la baja desde 2022. Por el contrario, el emprendimiento consolidado muestra una tendencia ascendente y está recuperando posiciones tras descensos continuados desde 2021. Así, es destacable en Canarias la tímida recuperación del emprendimiento consolidado y la relativa estabilidad de TEA en el último lustro.



Figura 2.4. Evolución del índice TEA de hombres y mujeres en Canarias, 2007-2024

Fuente: GEM Canarias-APS (2007-2024)



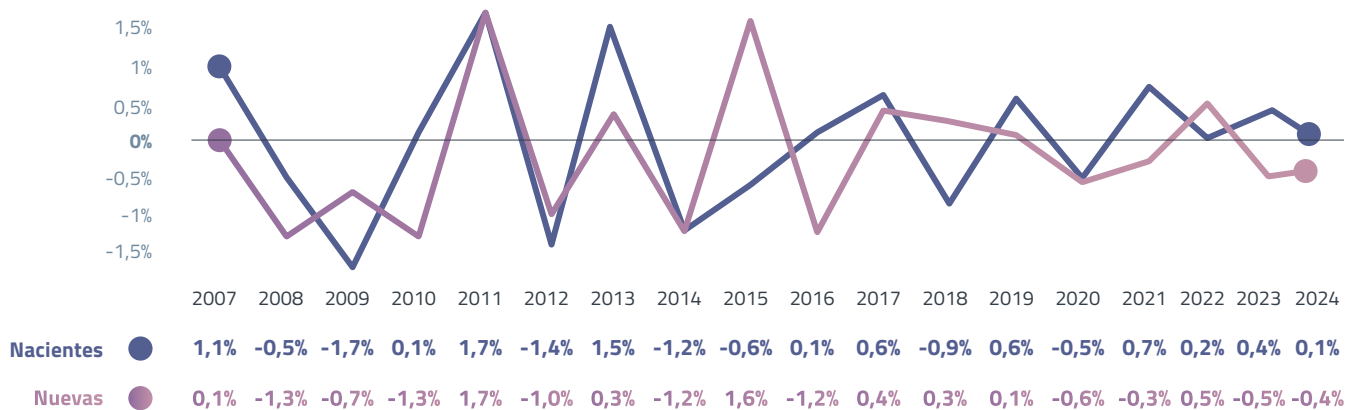
En los últimos años, tanto hombres como mujeres en Canarias han mostrado patrones de actividad emprendedora marcadamente irregulares. Aunque inicialmente la tasa de actividad emprendedora (TEA) femenina se situaba por debajo de la masculina, con el tiempo ha ido acercándose, hasta superarla de forma destacada en 2019. Desde entonces, ambas tasas han fluctuado de manera intercalada, con años de mayor emprendimiento

femenino y otros de predominio masculino. En 2024, al igual que en el escenario nacional, la TEA de los hombres supera a la de las mujeres.



Figura 2.5. Evolución de las tasas de iniciativas nacientes y nuevas del índice TEA en Canarias

Fuente: GEM Canarias-APS (2007-2024)



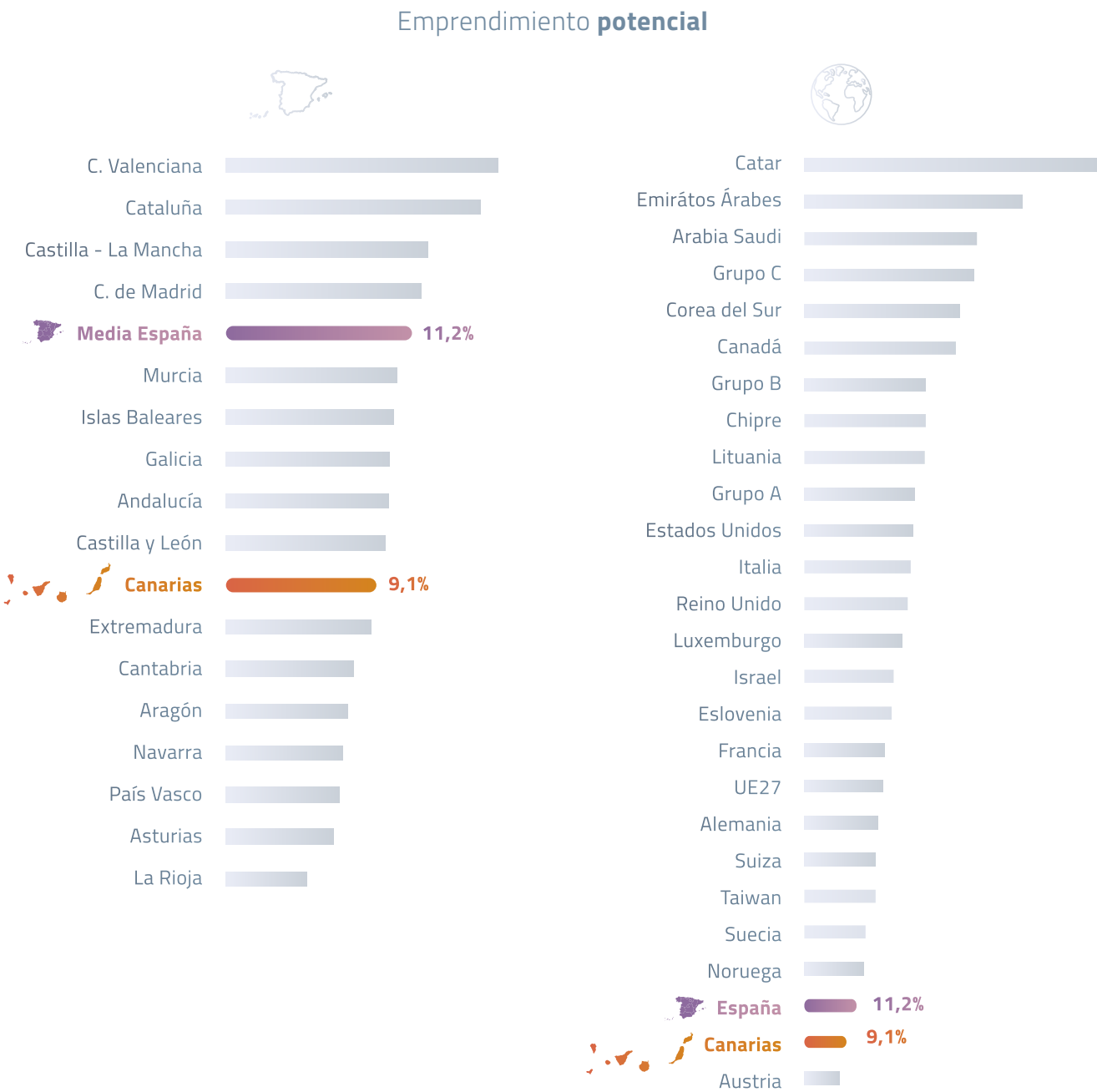
Analizando la evolución durante los últimos dieciocho años de los dos indicadores que conforman el índice TEA en Canarias, se observa que tanto las iniciativas nacientes como las nuevas reflejan el efecto de las adversidades del contexto nacional e internacional. En los últimos años, se destaca la recuperación de las iniciativas nacientes a partir de 2021, aunque con distinta intensidad. Este efecto no siempre se traslada a las iniciativas nuevas, que se muestran menos

estables, experimentando descensos en 2023 y 2024. Estos resultados anticipan la dificultad para consolidar empresas que parece endémica en Canarias. Por el contrario, en el ámbito nacional se observa un comportamiento más favorable en el mismo periodo, evidenciando una mayor confianza de las personas emprendedoras en la fase inicial del proceso.

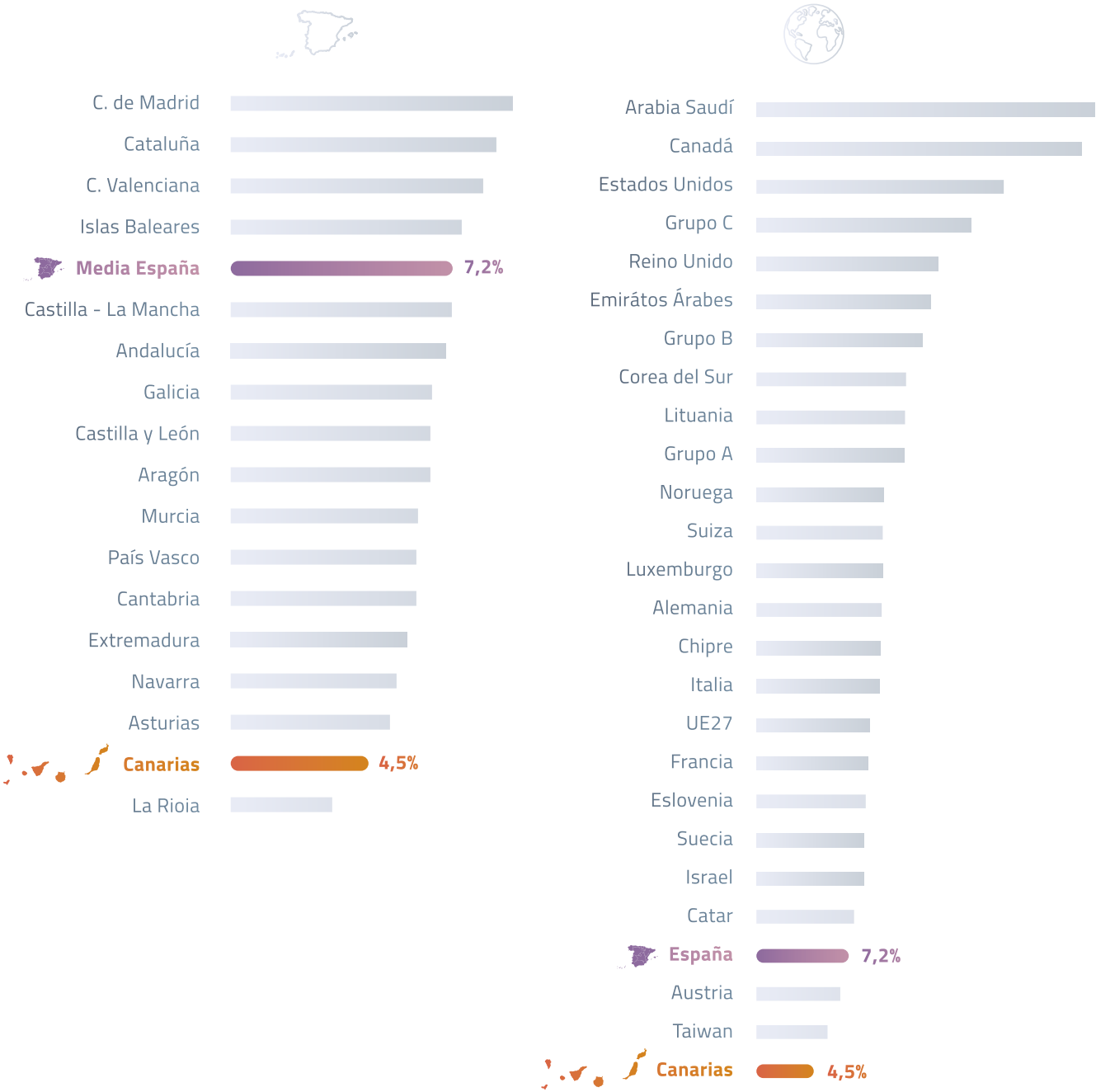
2.3. El proceso emprendedor: Canarias en el marco nacional e internacional

Figura 2.6. Posicionamiento de Canarias a nivel nacional e internacional, 2024*
Fuente: GEM Canarias-APS (2023); GEM España-APS (2023); GEM Global-APS (2023)

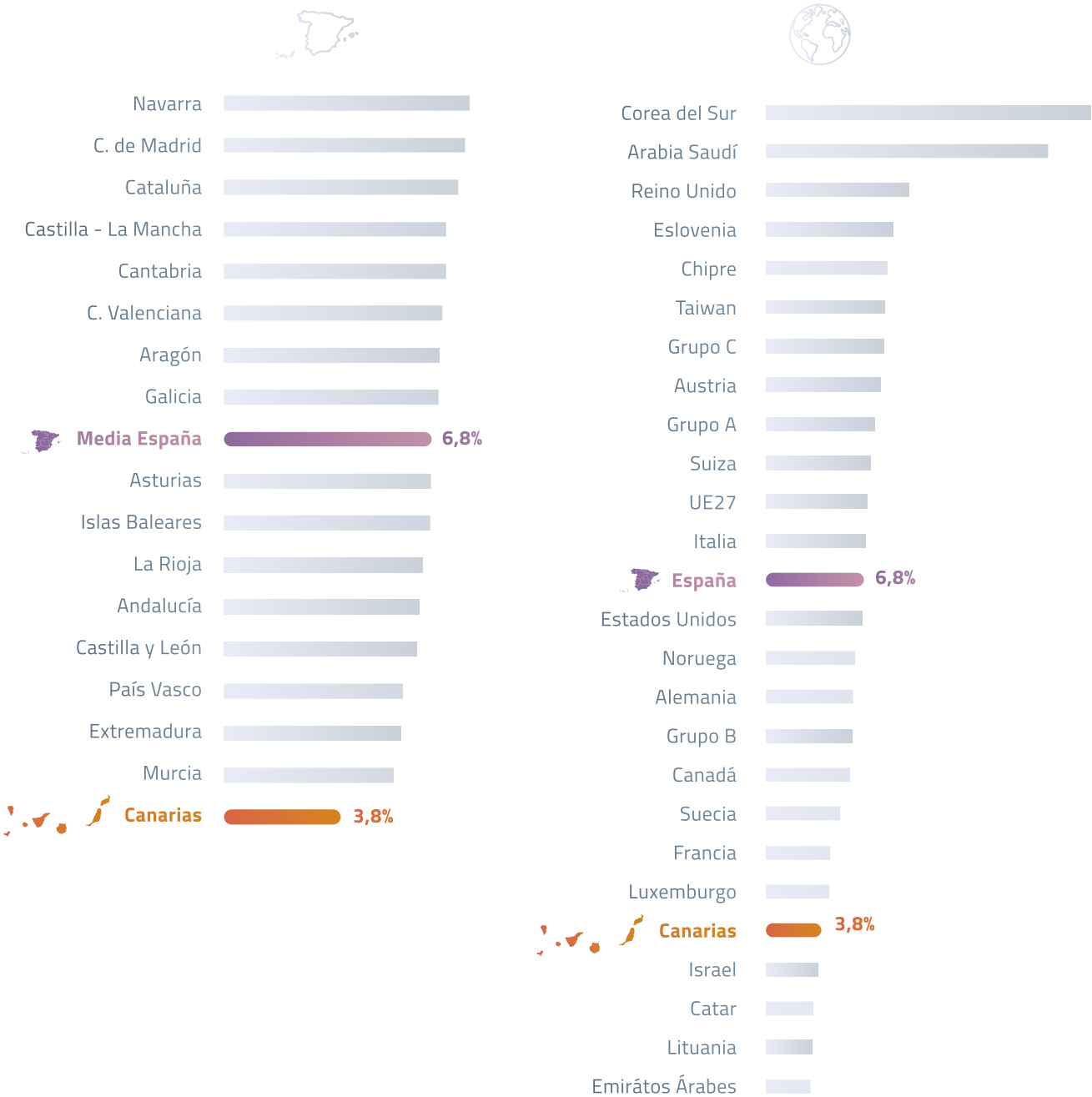
*Grupo A, países con PIB per cápita superior a 50.000\$; Grupo B, países con PIB per cápita entre 25.000 y 50.000\$; Grupo C, países con PIB per cápita inferior a 25.000\$.



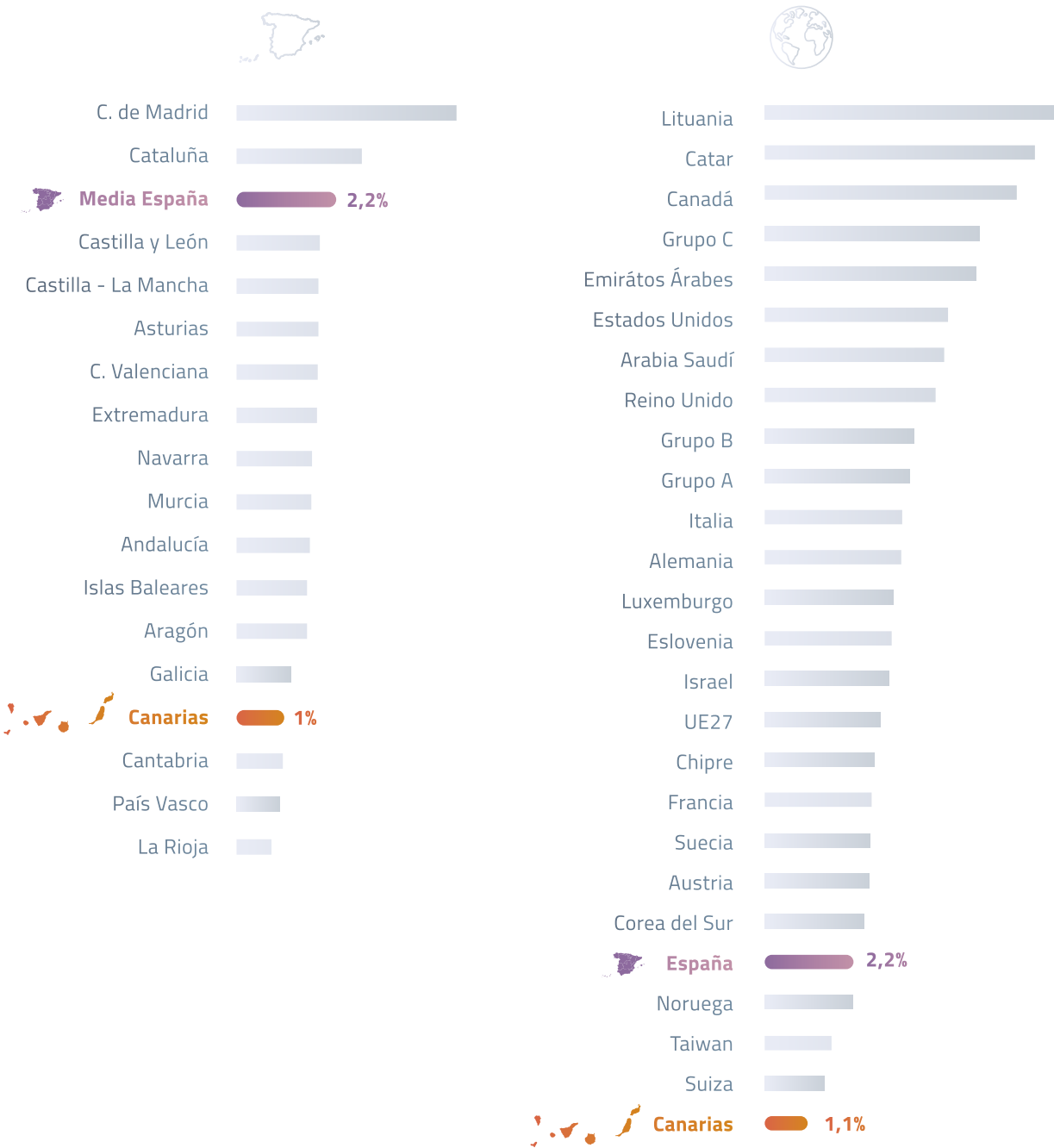
TEA



Consolidadas



Cierres



En 2024, la población adulta de Canarias en edad laboral ocupa el puesto número 11 en intención emprendedora, lo que la posiciona en un nivel medio-bajo en el ranking nacional, donde la Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha y la Comunidad de Madrid alcanzaron los porcentajes más elevados. En el ámbito internacional, Canarias queda relegada en el ranking, situándose lejos de la media europea UE27, así como de los países de referencia del grupo A (países con un PIB per cápita superior a 50.000 \$), grupo B (países con un PIB per cápita entre 25.000 y 50.000 \$) y grupo C (países con un PIB per cápita inferior a 25.000 \$). Las débiles expectativas de emprender un negocio en Canarias se trasladan a la siguiente etapa del proceso emprendedor, que se refleja en la TEA. Las iniciativas emergentes en Canarias están muy por debajo de la media nacional y solo superan a las de La Rioja. En el contexto internacional, el indicador TEA de Canarias presenta el porcentaje más bajo de todo el conjunto.

En la fase de consolidación, vinculada a iniciativas con una antigüedad superior a 42 meses, a pesar de la ligera mejoría con respecto al año previo, Canarias ocupa la última posición con relación al resto de regiones españolas. A nivel internacional, Canarias mejora su posición situándose por encima de países como Israel, Catar, Lituania y Emiratos Árabes. No obstante, aún queda lejos de la media de la Unión Europea y otros países con economías similares. En contraste, Canarias es una de las CC.AA. con menor tasa de cierre de iniciativas emprendedoras. Esta resiliencia emprendedora también caracteriza a la región en

el contexto internacional, donde el Archipiélago presenta el porcentaje más bajo de abandonos o ceses de negocios en esta edición.

Los datos de la encuesta GEM APS relativos a Canarias en 2024 reflejan, por tanto, una ligera ralentización de la intencionalidad emprendedora y del emprendimiento emergente con respecto a 2023. Aunque el número de nuevas iniciativas aumenta ligeramente, estas no logran superar los primeros tres años y medio de vida. No obstante, el proceso emprendedor en el Archipiélago muestra un comportamiento favorable en la fase de emprendimiento consolidado, que aumenta con respecto al año anterior, en consonancia con la disminución de empresas que cierran o se traspasan. Así, el análisis de los indicadores del proceso emprendedor en 2024 pone de manifiesto que, si bien ha disminuido la intención de emprender en Canarias y la tasa de actividad emprendedora (TEA) en fases iniciales (empresas nacientes y nuevas) ha experimentado un ligero deterioro, especialmente entre las mujeres, se vislumbran perspectivas favorables derivadas de la mejora del emprendimiento consolidado y de la tasa de cierre. Estos resultados evidencian la necesidad de dedicar un mayor esfuerzo al diseño de políticas y programas regionales que favorezcan y faciliten la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales, con el fin de revertir el resentimiento del potencial emprendedor de la población en las Islas.



3. EL PERFIL DE LA PERSONA QUE EMPRENDE EN CANARIAS

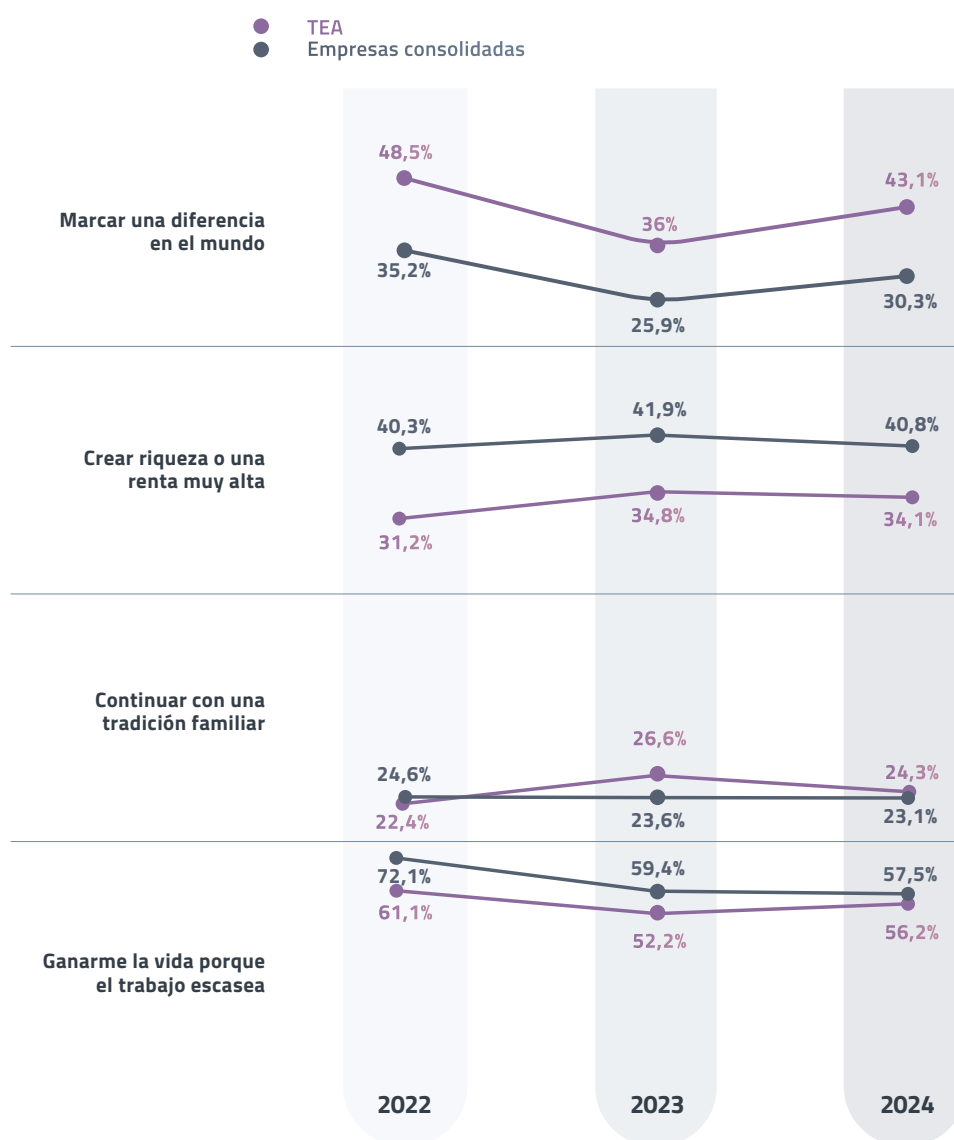


3. EL PERFIL DE LA PERSONA QUE EMPRENDE EN CANARIAS

3.1. Motivación para emprender

Figura 3.1. Motivaciones de las personas que emprenden en Canarias, 2022-2024

Fuente: GEM Canarias-APS (2022-2024)



En el periodo 2022–2024, las motivaciones que impulsan la actividad emprendedora en Canarias muestran una evolución diferenciada según la fase en que se encuentran las iniciativas emprendedoras. Aunque pierde paulatinamente fuerza la razón “ganarme la vida porque el trabajo escasea”, sigue manteniendo un protagonismo importante para más de la mitad de las personas que emprenden, con independencia de la fase en que se encuentre la iniciativa. Es importante reseñar cómo entre las personas con iniciativas en fase inicial -TEA- predomina la motivación “marcar una diferencia en el mundo”, con un repunte en 2024 (43,1%) tras la caída sufrida en la anualidad 2023 (36,0%). Esta orientación sugiere un resurgimiento del emprendimiento por oportunidad y con un componente social o transformador. En contraste, entre las personas que lideran empresas consolidadas, esta motivación se mantiene estable respecto a años anteriores, en torno al 30%.

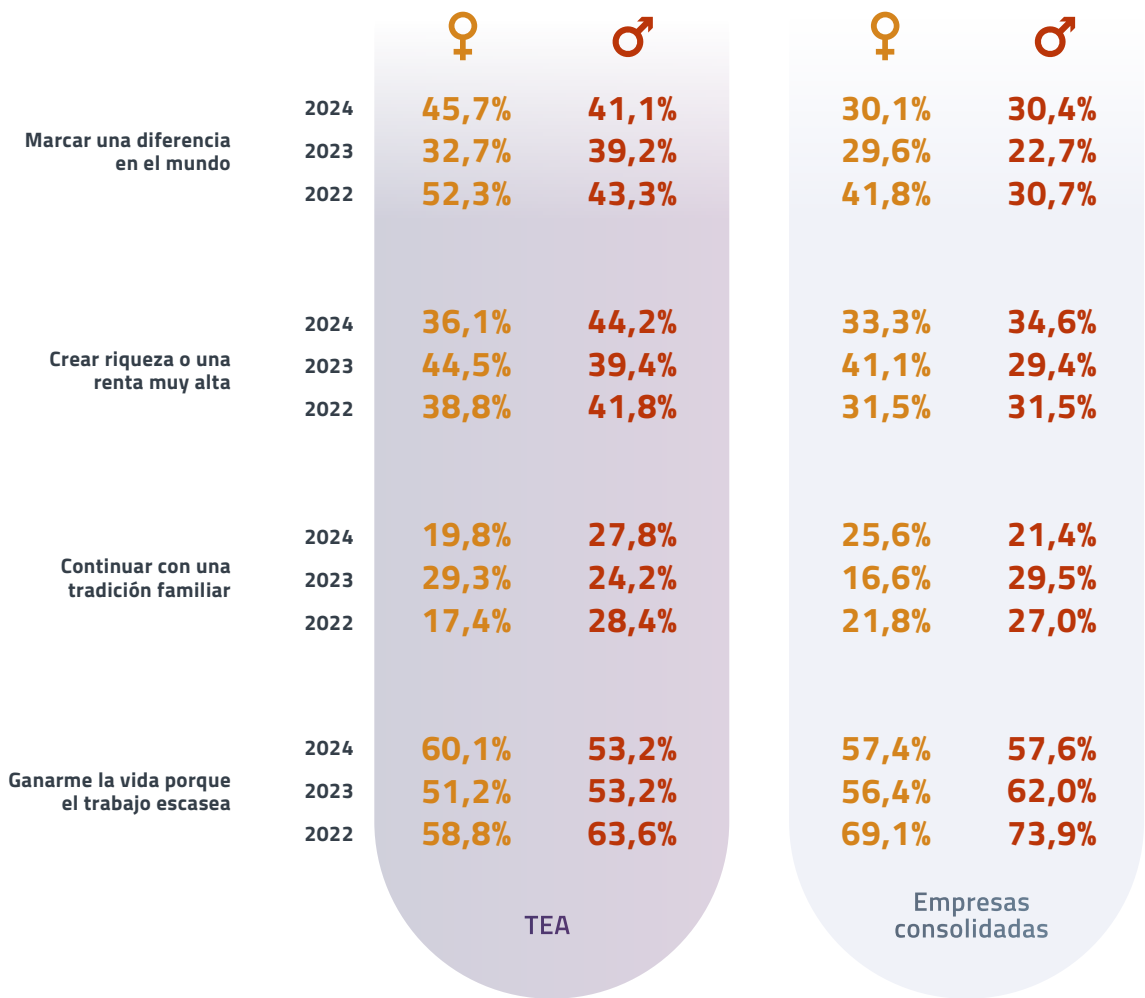
El motivo “crear riqueza o una renta muy alta” se sitúa en valores que superan el 30% en ambos grupos, con ligeras oscilaciones, lo que indica que la búsqueda de rentabilidad económica sigue siendo un aspecto relevante, aunque no dominante. “Continuar una tradición familiar” presenta valores más modestos y estables en este periodo (entre el 22% y el 26%), lo que evidencia un peso limitado del relevo generacional en el tejido emprendedor canario, al igual que ocurre a nivel nacional. Curiosamente, en 2023 y 2024, este motivo predomina en los emprendedores TEA, por encima de las iniciativas consolidadas. Por el contrario,

como ya apuntamos, “ganarse la vida porque el trabajo escasea” mantiene porcentajes elevados, con un descenso progresivo desde 2022 que podría interpretarse como una mejora de las condiciones del mercado laboral o una mayor orientación hacia proyectos que se emprenden por oportunidad.

En comparación con los datos nacionales del Informe GEM España 2024-2025, Canarias presenta un patrón mixto, combinando motivaciones por oportunidad (marcar una diferencia) con motivaciones por necesidad (ganarse la vida). En el conjunto de España, el emprendimiento por necesidad muestra una tendencia descendente más acusada, lo que refleja que el ecosistema emprendedor canario continúa condicionado por la estructura del mercado laboral y la dependencia de sectores con menor estabilidad en este ámbito.



Tabla 3.1 Motivaciones en función del sexo de la persona que emprende en Canarias, 2022-2024
Fuente: GEM Canarias-APS (2022-2024)

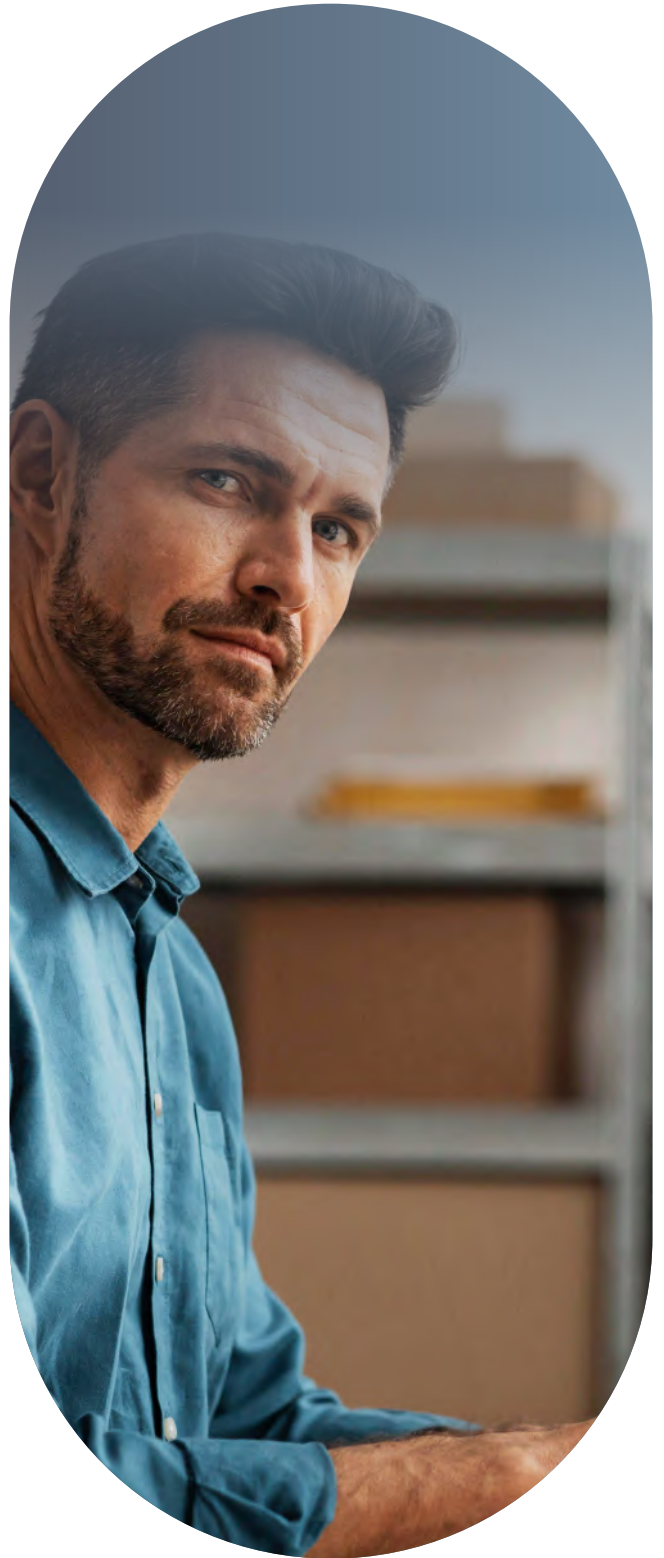


Se observan diferencias notables en las motivaciones para emprender según el sexo de la persona que emprende y el grado de consolidación del negocio. En términos generales, las mujeres emprendedoras en Canarias muestran una orientación más marcada hacia el propósito social y hacia el emprendimiento por necesidad,

mientras que los hombres tienden a motivarse en mayor medida por razones económicas o de continuidad familiar.

En el trienio analizado, el motivo “marcar una diferencia en el mundo” alcanza valores consistentemente superiores entre las mujeres

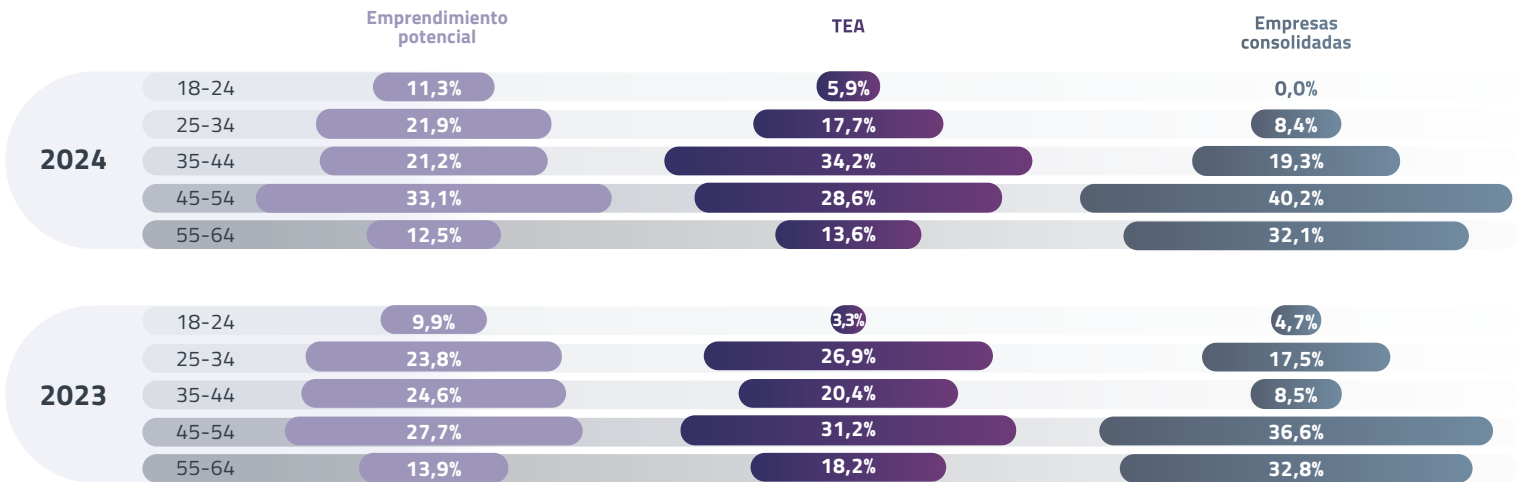
en fase incipiente de la actividad emprendedora (45,7% en 2024 frente al 41,1% de los hombres), lo que sugiere una mayor inclinación femenina hacia proyectos con impacto social o comunitario. Esta tendencia es coherente con los resultados nacionales del Informe GEM España 2024-2025, donde las mujeres también destacan por una mayor orientación prosocial en sus motivaciones iniciales. En cambio, la motivación “crear riqueza o una renta muy alta” refleja un predominio masculino en 2024 (44,2% frente a 36,1% en TEA), lo que podría vincularse con una percepción diferencial del emprendimiento como vía de éxito económico. Esta brecha se mantiene también en el conjunto de España, aunque con menor intensidad que en Canarias. Respecto al motivo “continuar una tradición familiar”, los hombres presentan porcentajes más elevados en la mayoría de los años (27,8% frente a 19,8% en TEA durante 2024), lo que sugiere una mayor vinculación masculina con empresas familiares o negocios heredados. Por último, la motivación “ganarse la vida porque el trabajo escasea” sigue siendo muy significativa en ambos sexos, pero ligeramente superior entre las emprendedoras recientes (60,1% frente a 53,2% en 2024). Esta diferencia refuerza la idea de que el emprendimiento femenino en Canarias continúa más condicionado por la necesidad laboral que por la oportunidad, un rasgo también observado, aunque con menor intensidad, en el nivel nacional.



3.2. Edad

Figura 3.2. Distribución de las personas que emprenden en Canarias por edad, 2023-2024

Fuente: GEM Canarias-APS (2023-2024)



La evolución reciente de la distribución por edad de la población emprendedora en Canarias, diferenciando entre emprendedores potenciales, emprendimiento en etapa inicial (TEA) y emprendimientos consolidados, refleja un perfil maduro del emprendimiento canario, en línea con el patrón nacional, aunque con un leve desplazamiento hacia edades más avanzadas en la práctica totalidad de las fases.

En 2024, más de un tercio de los emprendedores potenciales se concentra en el grupo de 45 a 54 años. Las franjas de edad inferiores representan algo más del 43% (21,9% entre 25-34 años y 21,2% entre 35-44 años), mientras que solo el 11,3% corresponde a jóvenes entre 18 y 24 años. En comparación con el año 2023, se observa un ligero aumento en la presencia de emprendedores potenciales jóvenes (11,3% vs 9,9%), aunque destaca el incremento de más de cuatro puntos porcentuales en el grupo de mayores de 44 años, lo que convierte tanto a los perfiles jóvenes como a los maduros en segmentos con potencial para generar iniciativas prometedoras. En el grupo de emprendimiento en fase reciente (TEA), predominan las personas de 35 a 44 años,

seguidas por las de 45 a 54 años (28,6%), lo que confirma que la creación efectiva de empresas se produce principalmente a partir de los 35 años. De hecho, el 76,2% de los emprendimientos recientes están liderados por personas de más de 35 años, aumentando en casi siete puntos respecto a 2023, lo que muestra un perfil emprendedor maduro, donde la experiencia y la red de contactos se consolidan como activos clave.

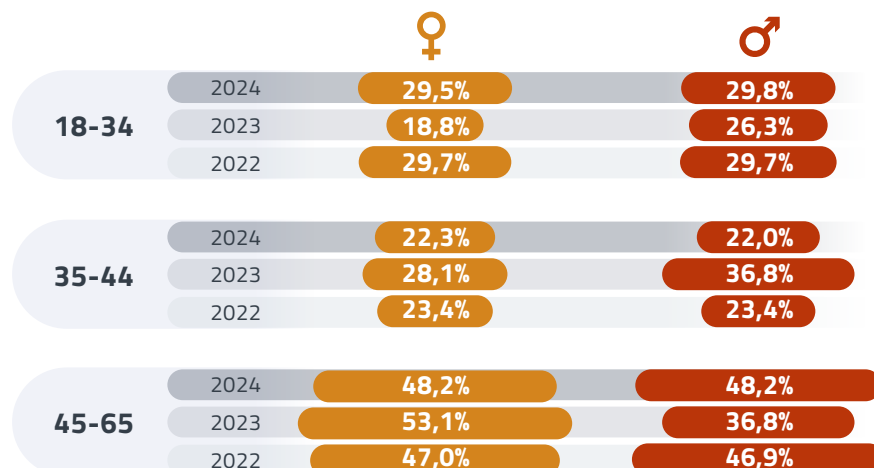
Por su parte, aquellos al frente de empresas consolidadas presentan el perfil más envejecido: en 2024 predominan los grupos 45-54 años (40,2%) y 55-64 años (32,1%). Cabe destacar el importante incremento de iniciativas consolidadas en manos de personas entre los 35 y 44 años, aumentando en más de diez puntos respecto a 2023, en detrimento de las de menos de 35 años, que apenas superan el 8% en 2024. Esta distribución reproduce el patrón del conjunto nacional, pero con una mayor concentración de personas de edad madura, lo que confirma que en Canarias se emprende algo más tarde que en la media nacional.

En conjunto, la comparación con el Informe GEM España 2024-2025 muestra que en el país casi el 70% de los emprendedores iniciales tiene más de 35 años, mientras que en Canarias esta proporción se eleva por encima del 75%. Este diferencial, aunque moderado, sugiere un retardo en la edad de inicio del emprendimiento en esta región atribuible a barreras de entrada estructurales: dificultades de financiación para jóvenes, dependencia del empleo

asalariado en el sector turístico y escasa vinculación entre el sistema educativo y el ecosistema emprendedor regional. En este aspecto se puede profundizar aún más consultando los informes de emprendimiento joven en España disponibles en <https://observatoriodelemprendimiento.es/gem-spain/informes-especiales/>, en los que se observan, entre otros aspectos, las diferencias regionales.

Figura 3.3. Distribución de las personas que emprenden en Canarias, en fase incipiente (TEA), por edad y sexo, 2022-2024

Fuente: GEM Canarias-APS (2022-2024)



Las diferencias de género en la estructura por edad del emprendimiento en etapa inicial (TEA) en Canarias entre 2022 y 2024, más allá de la distribución por edades, reflejan en esta edición una paridad en la práctica totalidad de tramos de edad, no observada en ediciones anteriores. Así, durante el trienio analizado, tanto hombres como mujeres muestran su mayor presencia en el tramo de 45 a 65 años. Es destacable, no obstante, el avance en este tramo de los emprendedores, que pasan de 36,8% a 48,2%, frente al retroceso de las emprendedoras en casi 5 puntos. Las tradicionales barreras de entrada vinculadas a la precariedad laboral,

la sobrecarga de responsabilidades familiares y la limitada disponibilidad de capital financiero y redes de apoyo de ellas frente a ellos parecen diluirse en 2024.

Este patrón de cierto envejecimiento de la población emprendedora en Canarias, que coincide con los resultados nacionales, contrasta con una interesante renovación en la base etaria del estudio -i.e., entre 18 y 34 años-, en que observamos la esperanzadora recuperación de este tramo de edad entre 2023 y 2024, especialmente en ellas.

3.3. Educación

Tabla 3.2 Tasas de emprendimiento en Canarias por nivel educativo
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)

		Emprendimiento potencial	TEA	Empresas consolidadas
Primaria	Total	8,4%	3,1%	3,6%
Secundaria	Total	9,9%	5,1%	3,0%
	Secundaria	9,9%	4,3%	2,6%
	FP Superior	9,9%	6,5%	3,6%
Universidad	Total	7,8%	3,7%	5,6%
	Grado	5,5%	3,2%	6,5%
	Máster	9,6%	4,0%	4,6%
	Doctorado	13,5%	6,3%	4,2%

La tabla adjunta permite examinar la relación entre el nivel educativo y la propensión a emprender en Canarias durante 2024. Al compararse con los datos equivalentes del Informe GEM España 2024-2025, se observa que el patrón educativo del emprendimiento en la región reproduce el nacional, aunque con niveles ligeramente más bajos de emprendimiento

en los grados intermedios de formación y un menor peso relativo del emprendimiento con educación avanzada. Así, la educación universitaria en las Islas no parece actuar como un elemento decisivo que potencie la actividad emprendedora, al contrario de lo que ocurre en el conjunto de España, al menos en esta edición.

En Canarias, la tasa de emprendimiento potencial es mayor en niveles intermedios de formación -i.e., Secundaria y Formación Profesional (FP) Superior-, ambas en torno al 9,9%, mientras que el porcentaje de potenciales emprendedores universitarios (7,8%) y con formación primaria (8,4%) es más bajo. A nivel nacional, GEM España registra tasas más elevadas para la universidad (13%) y niveles similares en secundaria (12%) y FP (10%).

En la fase más reciente de la actividad emprendedora, las diferencias se acentúan. En Canarias, los titulados con FP Superior (6,5%) y Doctorado (6,3%) presentan las tasas más altas de emprendimiento, mientras que en el promedio nacional la actividad emprendedora se concentra en el nivel de Máster (10%) y Doctorado (11%). Este contraste sugiere que en Canarias

no se manifiesta de forma clara el elemento potenciador positivo de la educación universitaria que caracteriza al conjunto de España, salvo para el nivel de Doctorado, destacando especialmente el dinamismo de la FP Superior en este ámbito.

Por último, en las empresas consolidadas, Canarias muestra una pauta diferente: las tasas más altas corresponden a los universitarios de Grado (6,5%), frente a valores más modestos en niveles medios (2,6–3,6%). En el conjunto nacional, en cambio, el emprendimiento consolidado aumenta de forma más pronunciada con la educación, alcanzando 8–9% entre universitarios y 5–6% en niveles medios. En el Archipiélago, por tanto, la educación universitaria parece reforzar las posibilidades de sostenibilidad del negocio a largo plazo, si bien de forma más modesta que en el conjunto nacional.



Tabla 3.3 Tasas de emprendimiento en Canarias por nivel educativo y sexo de la persona que emprende
GEM Canarias-APS (2024)

		Emprendimiento potencial		TEA		Empresas consolidadas	
		♀	♂	♀	♂	♀	♂
Primaria	Total	8,2%	8,5%	1,0%	5,1%	2,1%	5,0%
Secundaria	Total	11,0%	8,7%	4,9%	5,3%	2,3%	3,7%
	Secundaria	10,9%	9,0%	3,8%	4,8%	1,7%	3,5%
	FP Superior	11,3%	8,3%	6,7%	6,0%	3,2%	4,1%
Universidad	Total	7,5%	8,0%	3,1%	4,3%	5,0%	6,1%
	Grado	4,7%	6,2%	3,4%	3,0%	5,9%	7,1%
	Máster	10,9%	8,5%	3,2%	4,8%	4,4%	4,8%
	Doctorado	5,5%	19,2%	0,0%	11,0%	0,0%	7,4%

Esta tabla amplía la información anterior al incorporar la dimensión de género, permitiendo analizar cómo se distribuye el emprendimiento en Canarias según el nivel educativo y el sexo. Los resultados ponen de manifiesto que persiste

una cierta brecha de género en el emprendimiento regional en todos los niveles educativos, especialmente en la actividad reciente y en la fase de consolidación, no así en el emprendimiento potencial en el que tal brecha se diluye. En esta

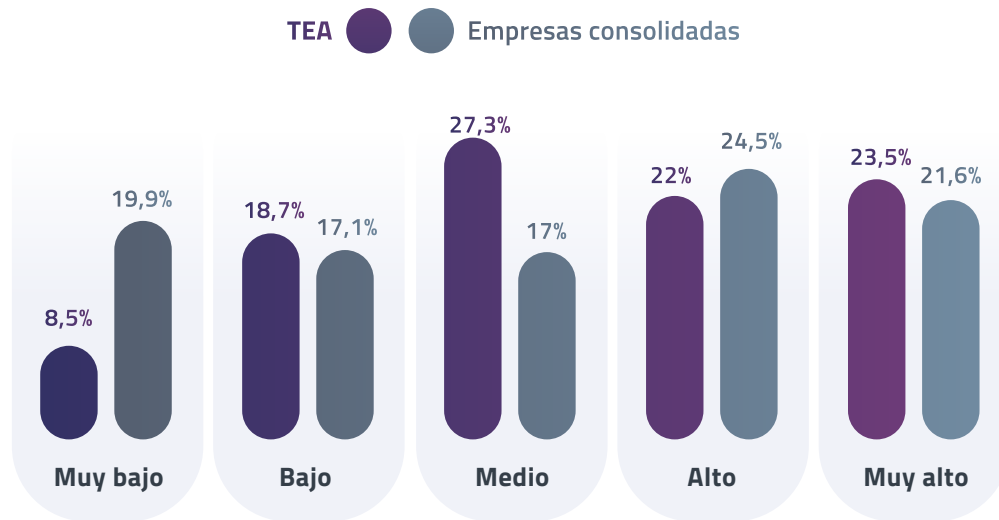
última fase, mujeres y hombres con estudios primarios y universitarios presentan tasas muy similares, acusando una leve diferencia a favor de ellas en la formación secundaria (11%) en relación con los varones del mismo nivel educativo (8,7%), siendo más notoria la diferencia entre titulados superiores de formación profesional (11,3% vs 8,3%). En la fase más reciente de la actividad emprendedora, las tasas masculinas superan claramente a las femeninas en casi todos los niveles educativos, salvo para tituladas de formación profesional (6,7%) y graduadas universitarias (3,4%) que presentan tasas levemente superiores.

Este patrón refleja una menor capacidad de las mujeres para transformar la intención emprendedora en actividad empresarial efectiva. Este fenómeno, presente también a escala nacional, suele asociarse a factores estructurales

como menor acceso a redes de financiación, diferencias en la percepción del riesgo y una mayor carga de responsabilidades familiares. Todos estos factores persisten en el caso de las empresas consolidadas, si bien las diferencias de género son menos acusadas. En Canarias, las mujeres con formación universitaria de Grado muestran tasas similares a las de ellos (5,9% frente a 7,1%), y en el nivel de máster, la brecha casi desaparece (4,4% frente a 4,8%). Esto sugiere que cuando las mujeres logran superar las fases iniciales del emprendimiento, sus negocios presentan una sostenibilidad comparable a la de los hombres. El contraste con el conjunto de España confirma este diagnóstico. En el promedio nacional, esta brecha de género se mantiene en todos los niveles, si bien es mucho más acusada en Formación Primaria.



Figura 3.4. Distribución de las personas que emprenden en Canarias según nivel de formación específica
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)

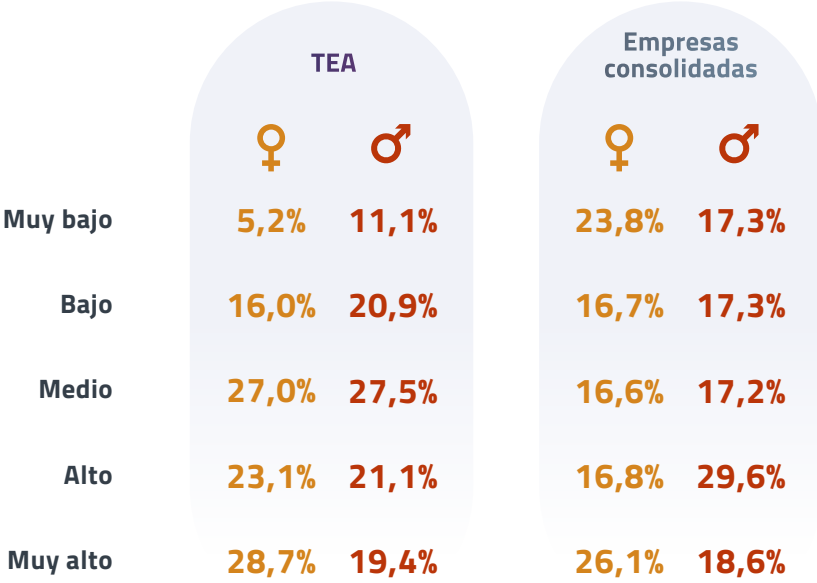


Se identifican diferencias notables en el grado de formación práctica para la creación y gestión empresarial, así como en las brechas de género asociadas. Así, los resultados evidencian que la formación específica en emprendimiento es moderada en el conjunto de Canarias, con predominio de niveles medios o altos, pero con notables diferencias entre las fases del proceso emprendedor. Entre las personas con iniciativas en fase reciente, más del 70% declara poseer una formación media, alta o muy alta en competencias para emprender, destacando el

grupo con nivel "muy alto" (23,5%). En cambio, entre las empresas consolidadas, esta proporción desciende, concentrándose en los niveles "medio" (17,0%) y "alto" (24,5%). Si se considera esta información conjuntamente con la educación formal analizada anteriormente, esta diferencia sugiere que la formación específica se asocia más a la fase inicial del emprendimiento, mientras que la consolidación empresarial depende en mayor medida de la experiencia acumulada que da la formación académica.



Tabla 3.4 Distribución de las personas que emprenden en Canarias según nivel de formación específica y sexo
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



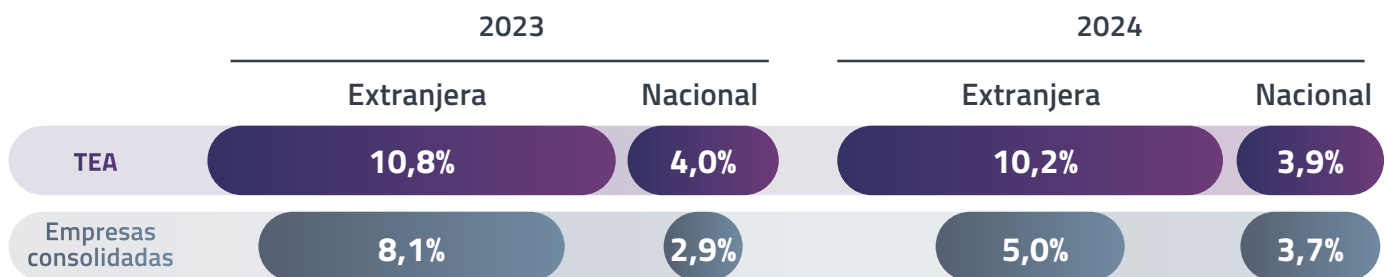
El análisis de género aporta matices relevantes. Así, las mujeres con iniciativas en fase reciente (TEA) presentan mayor proporción en el nivel de formación “muy alto” (28,7%) que los hombres (19,4%), lo que contrasta con su menor representación en fases posteriores del emprendimiento. Este dato sugiere que, aunque las mujeres emprendedoras canarias acumulan más formación específica que los hombres, ello no se traduce en una mayor continuidad empresarial. En las empresas consolidadas, la situación se invierte: los hombres

dominan los niveles “altos” o “muy altos” (29,6%; 18,6%) frente al 16,8% y 26,1% de las mujeres.



3.4. Procedencia

Figura 3.5. Tasa de emprendimiento en Canarias según procedencia de la persona que emprende, 2023-2024
Fuente: GEM Canarias-APS (2023-2024)



Según los datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC, 2025)², la población adulta extranjera en Canarias ha crecido de manera constante desde 2017. En este escenario, el Proyecto ha constatado regularmente que la población extranjera muestra mayor dinamismo en la creación de nuevas empresas en comparación con la población local, aunque las tasas han bajado notablemente entre 2023 y 2024. En 2024, la TEA de los extranjeros fue del 10,2%, frente a 3,9% de los nativos, si bien ha sufrido un ligero descenso respecto al año 2023 en el que la tasa se presentó cercana al 11%. Estas tasas quedan algo por debajo de las reflejadas en el informe a nivel nacional, con 14,1% para extranjeros y 6,6% para nativos en 2024.

No obstante, las tasas de emprendimiento reciente se muestran muy superiores a las encontradas para las empresas consolidadas, con un 5,0% para los extranjeros (8,1% en 2023) frente al 3,7% para los nativos. La alta TEA indica que los residentes extranjeros en Canarias participan activamente en la creación de negocios en las Islas, si bien la supervivencia de las empresas establecidas se resiente. Así, solo el 5,0% de la población extranjera en edad laboral logra consolidar su iniciativa más

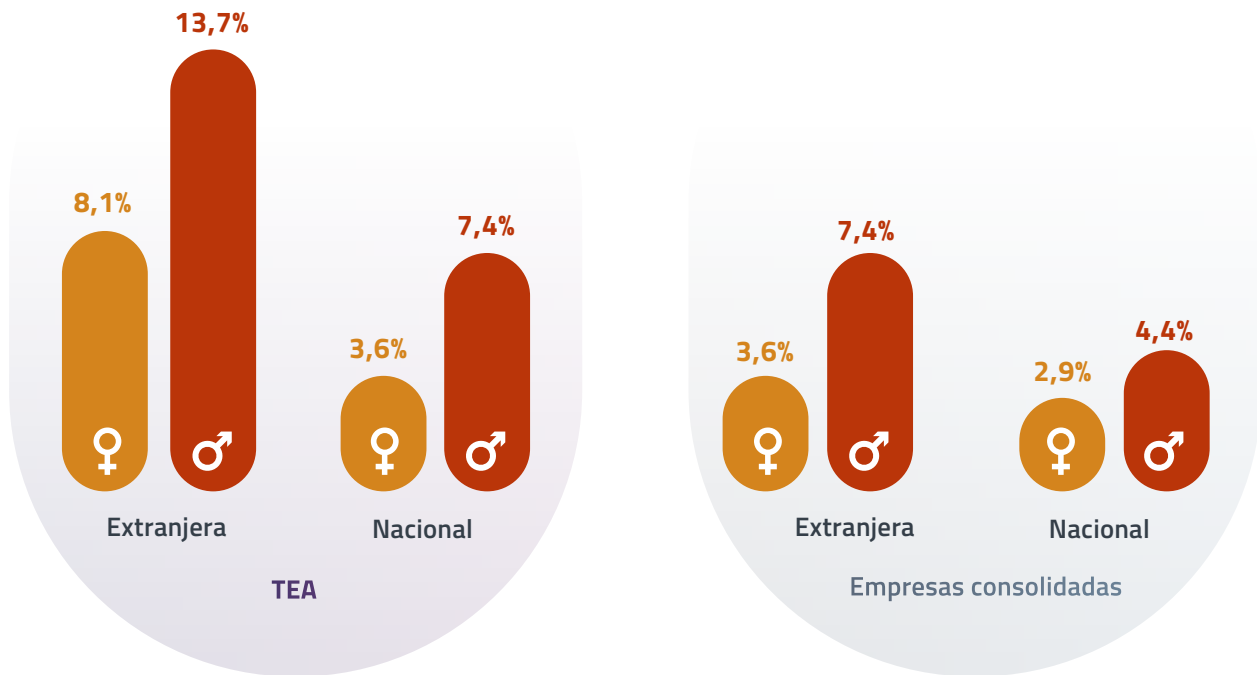
allá de los tres años y medio de actividad, aportando estabilidad a largo plazo al ecosistema emprendedor canario en el que solo un 3,7% de los nativos logra la misma hazaña.

Al analizar las tasas de emprendimiento de 2024, se observa que la TEA de los extranjeros (10,2%) más que duplica la de la población española (3,9%), lo que resalta su mayor disposición a iniciar nuevos negocios tanto en Canarias como en el conjunto nacional, donde estos valores también muestran similar diferencia. Esta última puede deberse a que los primeros están fuertemente impulsados por la necesidad, no existiendo alternativa laboral posible para permanecer en su nuevo lugar de residencia, pero también puede responder a la adopción de modelos de negocio importados de sus países de origen, que muchas veces ponen al servicio de sus compatriotas, o a una mayor disposición a asumir riesgos y detectar oportunidades en comparación con los nativos.

Lo que no cabe duda es que la mayor presencia de extranjeros en Canarias con alta propensión a emprender contribuye a apuntalar la actividad emprendedora en las Islas.

² ISTAC (2025). Censos de población y viviendas (2020-2024).

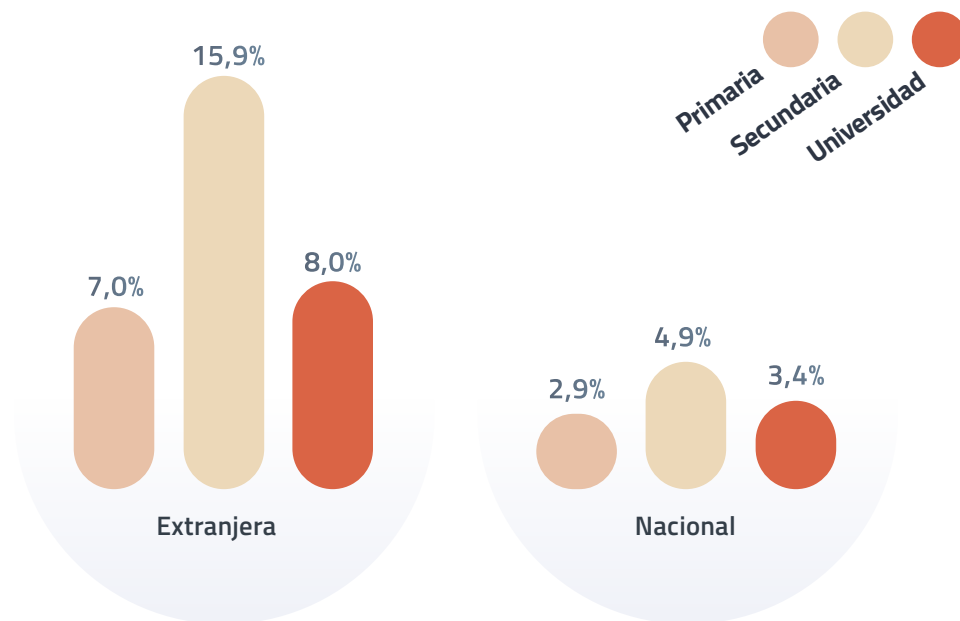
Figura 3.6. Tasa de emprendimiento en Canarias según sexo y procedencia de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



El origen de la persona que emprende, distinguiendo entre extranjero y nacional, es un factor clave que determina la propensión a iniciar un negocio en Canarias, ya que se observa que, independientemente del género, el colectivo de extranjeros supera al de su homólogo español, como hemos constatado. Ahora bien, por sexos esta tendencia tampoco parece cambiar pues las mujeres residentes extranjeras en fase de emprendimiento reciente presentan una tasa del 8,1% que duplica a la de las españolas (3,6%), lo que también evidencia su papel clave en la creación de nuevas empresas en Canarias. Asimismo, esta misma tasa en los hombres extranjeros (13,7%) supera la de los hombres nacionales (7,4%), indicando que la tasa más alta de nuevos emprendimientos se concentra entre ellos. Estas cifras permiten constatar la brecha de género que persiste también entre las personas emprendedoras no nacionales.

Además, la tasa de consolidación entre mujeres extranjeras y nacionales es ligeramente inferior en estas últimas (3,6% y 2,9%, respectivamente) y lo mismo ocurre entre los hombres residentes extranjeros y los nacionales (7,4% y 4,4%). Los datos muestran que tanto hombres como mujeres extranjeras desempeñan un importante papel en la creación de empresas en Canarias, si bien sufren en casi la misma proporción los problemas de consolidación que los nacionales. Así la brecha observada en TEA y en las tasas de consolidación dentro del colectivo extranjero sugiere que son muy emprendedores, pero que la supervivencia de sus negocios a largo plazo supone el mismo quebradero de cabeza que para los nativos.

Figura 3.7. Tasa de emprendimiento en Canarias según nivel educativo y procedencia de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)

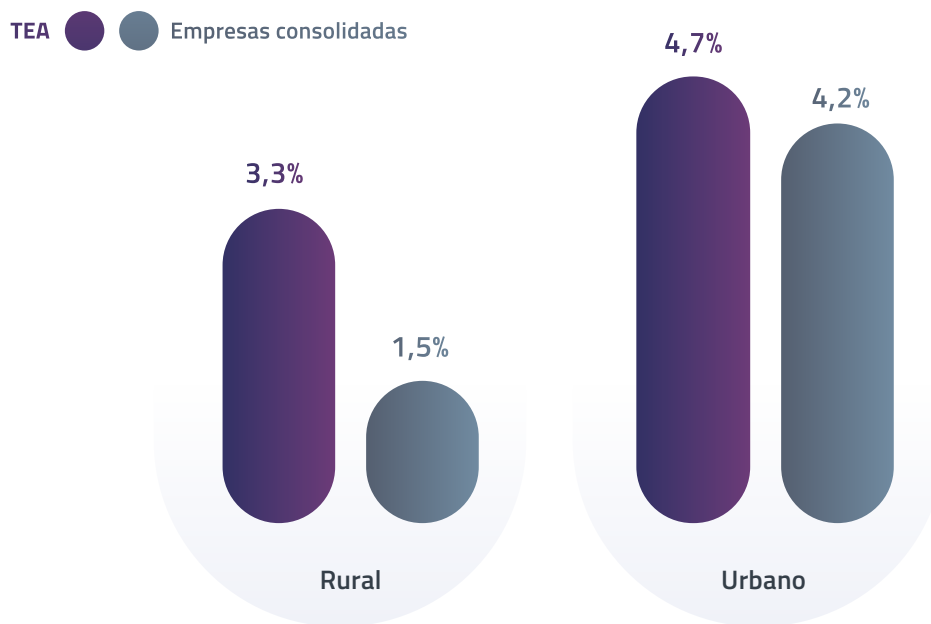


En general, el emprendimiento por cuenta de los no nativos supera al nacional en todos los niveles educativos, desde quienes cuentan con estudios de primaria (7,0%) hasta quienes tienen estudios universitarios (8,0%). No obstante, la mayor diferencia se constata en la formación secundaria, con un 15,9% entre los residentes extranjeros y un 4,9% entre los nacionales. En este último grupo estarían aquellos que han cursado ciclos de nivel medio o superior, más enfocados en las enseñanzas profesionales, lo que podría indicar que el emprendimiento se produce principalmente en sectores donde la especialización que proporcionan los estudios universitarios es menor. Los residentes extranjeros en Canarias, algunos de los cuales presumiblemente emprenden

por necesidad, adaptan su conocimiento profesional al entorno insular. Por el contrario, entre el colectivo nacional, en ambos niveles educativos, secundaria y universidad, la diferencia no es tan marcada (4,9% frente al 3,4%), lo que quizás revela mayores cotas de emprendimiento por oportunidad, especialmente entre quienes enarbolan estudios universitarios.

3.5. Entorno rural vs urbano

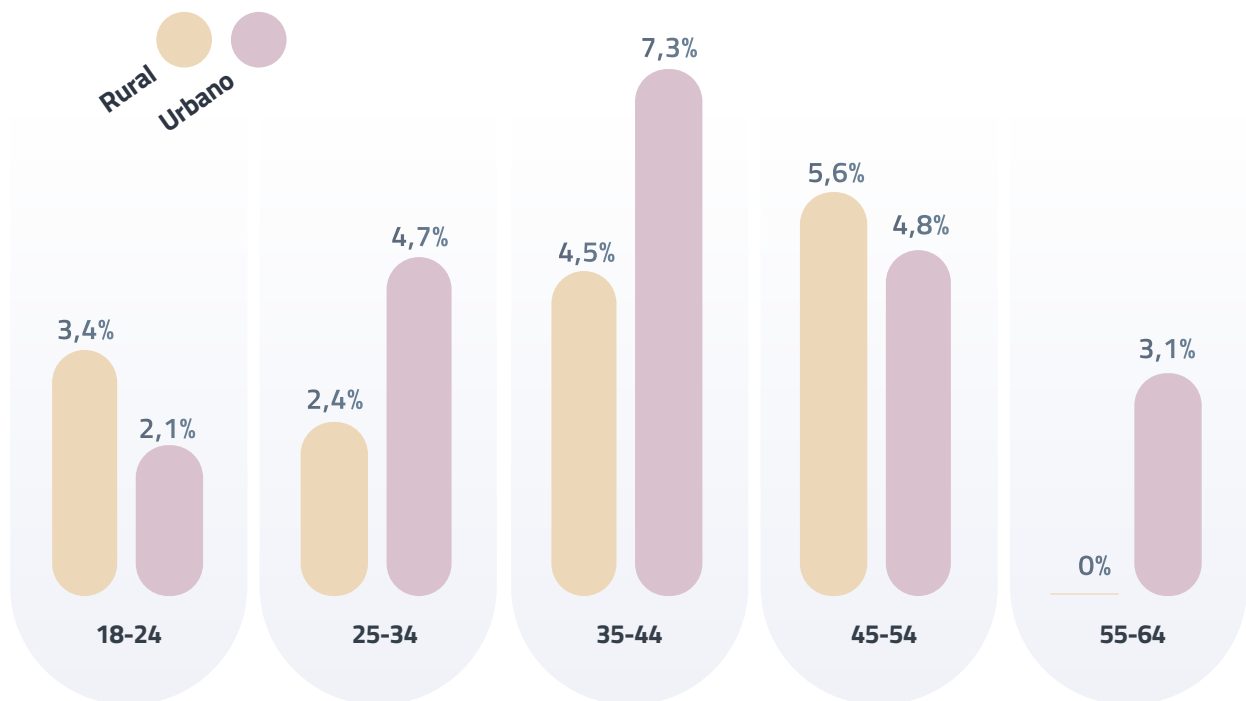
Figura 3.8. Tasa de emprendimiento en Canarias según contexto rural o urbano de la iniciativa
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



Las Islas Canarias conforman un territorio geográficamente fragmentado. Entre sus ocho islas se reparten los 88 municipios que las constituyen y de ellos solo nueve son ciudades, si bien estas se conforman como núcleos urbanos de muy gran tamaño en los que se concentra la mayor parte de la actividad económica insular. Esto supone desafíos y oportunidades para el emprendimiento isleño donde la gran mayoría de las personas que emprenden opta por crear sus empresas en el entorno urbano, y es allí también donde aquellas se consolidan. De esta forma, mientras las tasas de emprendimiento reciente y consolidado en las ciudades son de un 4,7% y un 4,2%, en el entorno rural son significativamente

menores (3,3% y 1,5%, respectivamente). Es reseñable, además, cómo en el entorno rural la consolidación de empresas es muy inferior a la que encontramos en las ciudades (1,5%). Este dato no viene más que a revelar las importantes dificultades que enfrentan las islas más alejadas y menos pobladas, como El Hierro o La Gomera, o zonas menos pobladas y dispersas, como algunas zonas del interior de las islas de Gran Canaria o Tenerife. El mercado y la conectividad escasa podrían explicar por qué, aunque se crean empresas, la consolidación del tejido productivo es más tortuosa.

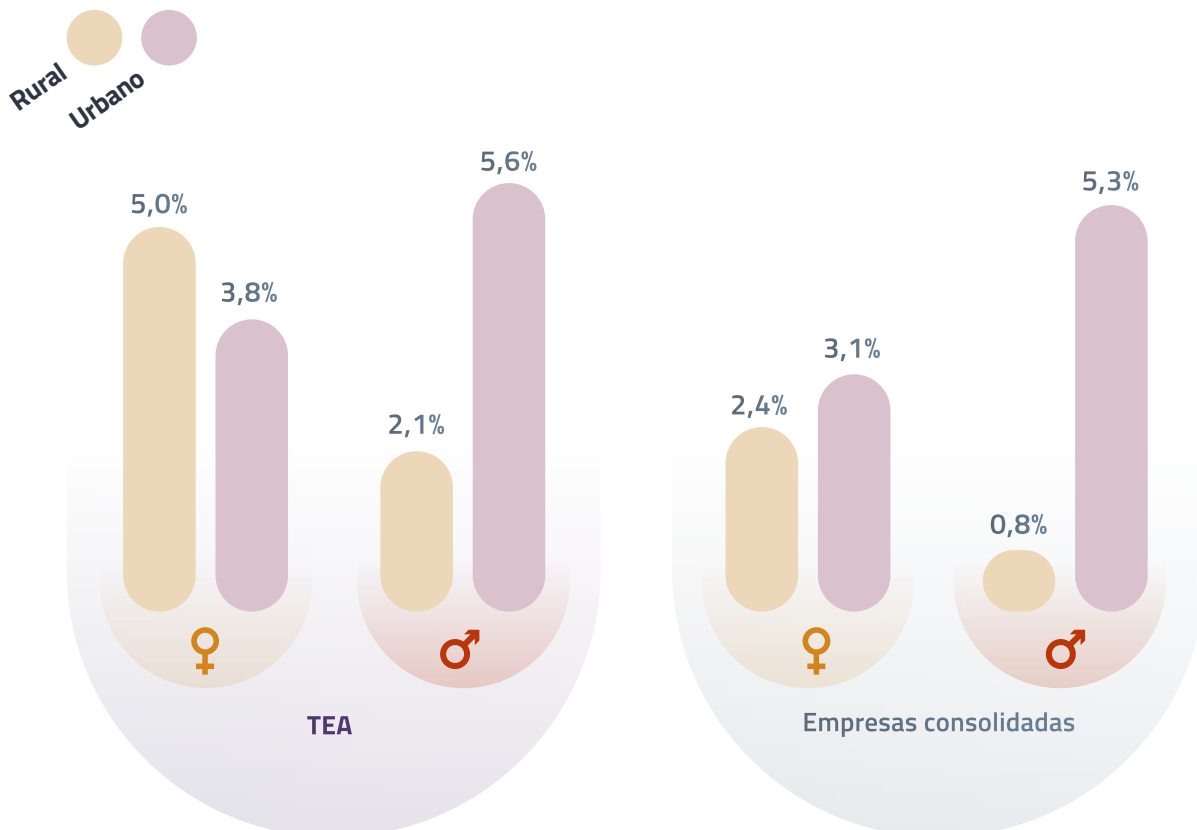
Figura 3.9. Tasa de emprendimiento en Canarias según edad de la persona que emprende y contexto rural o urbano de la iniciativa
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



La edad puede actuar como estímulo u obstáculo para el emprendimiento. Las personas de mediana edad (35 a 44 años) parecen ser las más emprendedoras en las zonas urbanas (7,3%), en contraste con los más jóvenes (18 a 24 años) y los adultos en la edad de madurez (45 a 54 años) en áreas rurales que presentan tasas de emprendimiento muy superiores que en el entorno urbano (3,4% frente al 2,1% en los más jóvenes y 5,6% frente al 4,8% de los mayores de 45 años). Por su parte, en el tramo de edad entre los 55 y

64 años, ya cercanos a la jubilación, un 3,1% se mantienen emprendiendo en las ciudades.

Figura 3.10. Tasa de emprendimiento en Canarias según sexo de la persona que emprende y contexto rural o urbano de la iniciativa
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)

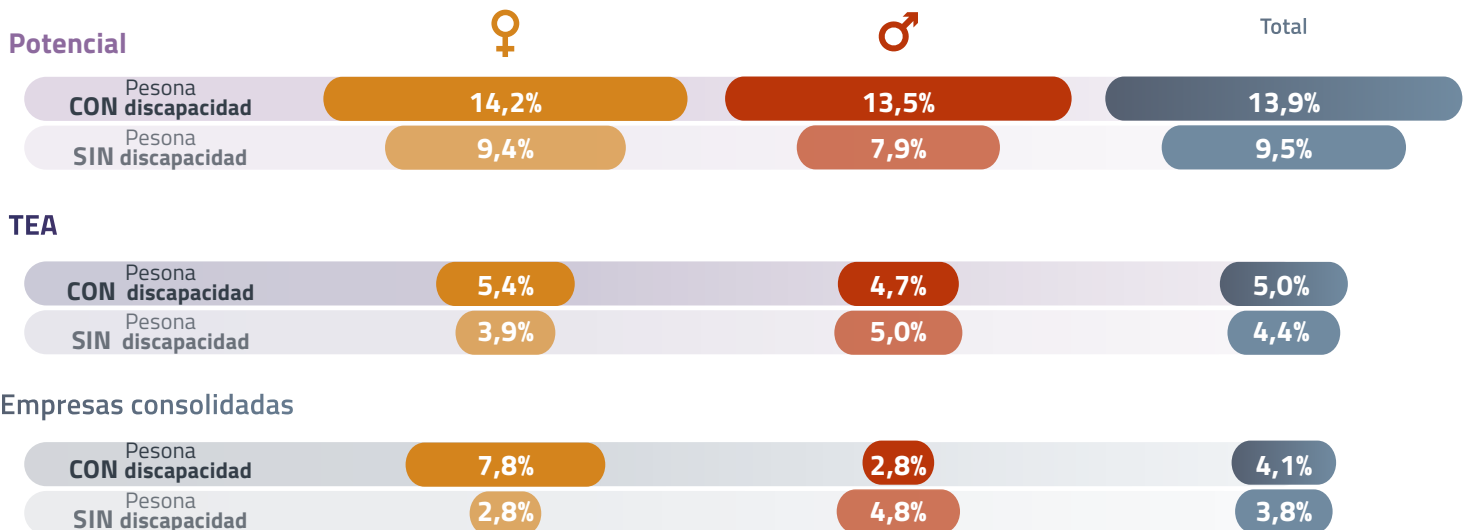


Los datos por género evidencian claramente la desigualdad en la actividad emprendedora en Canarias, tanto en las iniciativas de reciente creación como en las consolidadas, y tanto en contextos urbanos como rurales. Aunque la brecha de género persiste, en el entorno rural se invierte, ganando ellas protagonismo: las mujeres no solo fundan más empresas en zonas rurales (5,0%) sino que también las consolidan en mayor porcentaje (2,4%) que los hombres (0,8%). Es relevante señalar que la tasa de

consolidación entre las mujeres rurales es la mitad (2,4%) en relación con la tasa de emprendimiento reciente, lo que indica que en este entorno la transición hacia la estabilidad empresarial todavía es un reto más para ellas que para ellos. En contraste, los hombres en entornos urbanos mantienen una continuidad destacable de la actividad emprendedora con un 5,6% de emprendedores en fase reciente y un 5,3% en consolidación.

3.6. Personas con discapacidad

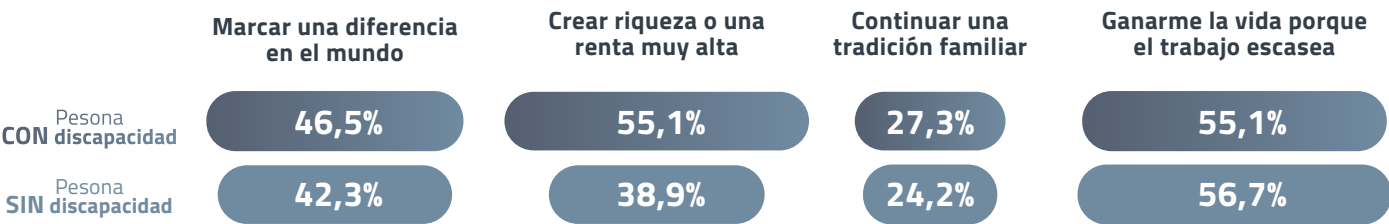
Figura 3.11. Tasa de emprendimiento en Canarias por sexo y condición de discapacidad de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



Incluir a las personas con discapacidad en el ecosistema productivo no solo es una obligación ética y social, sino que también puede contribuir a impulsar el crecimiento económico y la innovación en el entorno en el que desarrollen su actividad. Aunque el emprendimiento asociado a este colectivo a menudo surge por necesidad como consecuencia de las barreras del mercado laboral tradicional, esta ocupación también ofrece un espacio de autonomía, desarrollo de talento especializado y generación de valor social que el empleo por cuenta ajena no permite. Si a ello se une la resiliencia natural del colectivo, estas características ofrecen importantes valores para fortalecer el tejido empresarial de las Islas. Así, el porcentaje de personas con una discapacidad superior al 33% que piensan emprender en los próximos tres años (13,9%) supera significativamente

al de quienes no presentan discapacidad reconocida (9,5%). Esta diferencia se observa también en la tasa de emprendimiento reciente (5,0%), que supera en más de un punto porcentual a quienes dicen no tener discapacidad, no así en la tasa de consolidación empresarial, donde la brecha no es tan acusada (4,1% frente al 3,8%). Si bien no se aprecian prácticamente diferencias entre hombres y mujeres potencialmente emprendedores con discapacidad, ellas lideran tanto las iniciativas en fase incipiente (5,4%) como su consolidación (7,8%), triplicando la tasa masculina (2,8%) en este último caso.

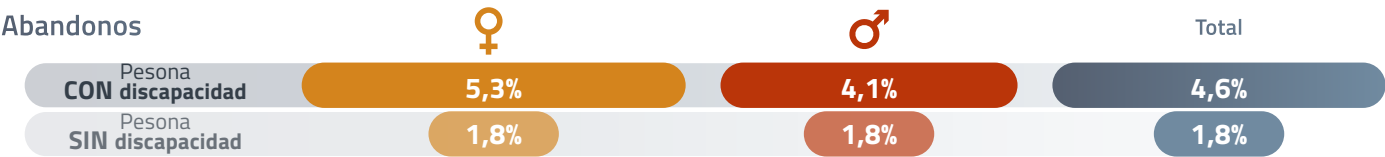
Figura 3.12. Motivaciones de las personas que emprenden en Canarias según condición de discapacidad
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



Este colectivo, que enfrenta importantes desafíos y obstáculos para encontrar empleo por cuenta ajena, elige generalmente esta ocupación por dos motivos principales (55,1%): iniciar una actividad emprendedora con la esperanza de generar riqueza u obtener mayores rentas, o buscar sustento cuando aumenta la dificultad para encontrar trabajo. La segunda opción es la más común entre quienes no

tienen discapacidad reconocida (56,7%). Sin embargo, tanto el colectivo con discapacidad como el que no la presenta consideran que marcar una diferencia en el mundo (46,5% y 42,3%, respectivamente) también les motiva a crear empresas, aunque en menor medida. En cambio, continuar la tradición familiar no parece ser una motivación arraigada.

Figura 3.13. Tasa de abandono en Canarias según sexo y condición de discapacidad de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias-APS (2024)



La mayor proporción de abandonos se concentra en el grupo con discapacidad, con una tasa que triplica la de aquellos que no presentan ninguna discapacidad (4,6% frente a 1,8%). En particular, tanto mujeres como hombres presentan una tasa de abandono más alta en este colectivo: 5,3% para las mujeres y 4,1% para los hombres. Al comparar estas tasas con las del colectivo sin discapacidad, que son significativamente más bajas (1,8% en ambos casos), se infiere que

los retos que enfrentan los emprendedores con discapacidad inciden en estos resultados. Aunque el interés por emprender puede ser mayor en este grupo, es fundamental comprender por qué las tasas de abandono son más altas, especialmente entre las mujeres, que deben afrontar una doble discriminación, a razón de su discapacidad y de su género.



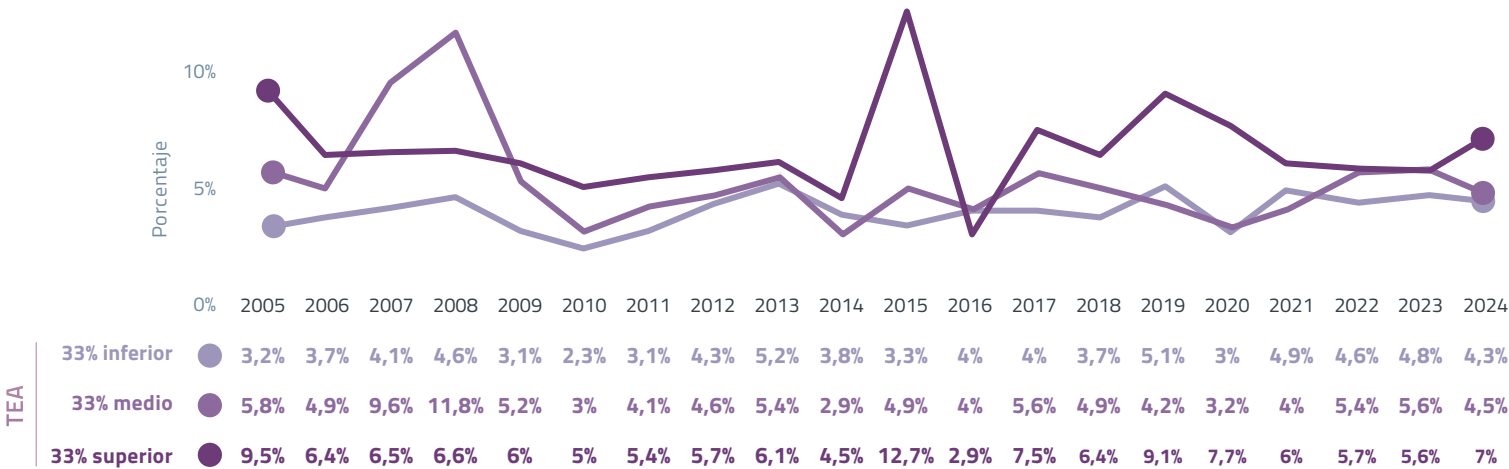
4. ■ LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN CANARIAS



4. LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN CANARIAS

4.1. Nivel de renta de las personas que emprenden en Canarias y financiación de las iniciativas emprendedoras

Figura 4.1. Evolución del índice TEA en Canarias por tramo de renta, 2005-2024
Fuente: GEM Canarias - APS (2005-2024)



En Canarias, al igual que ocurre en el resto de España, las mayores tasas de emprendimiento se concentran en las personas con rentas más altas, situándose su TEA, en 2024, en el 7%, frente al 4,5% para las rentas medias y el 4,3% para las más bajas. Esta situación confirma la tendencia detectada en años anteriores, que evidencia que las personas con mayores recursos muestran una actitud más emprendedora en casi todos los años analizados desde el 2005, excepto en años centrales de la crisis financiera (período 2007-2008), donde los emprendedores de rentas medias mostraron mayor dinamidad, al igual que ocurriera en el territorio nacional.

Resulta destacable que en 2024 disminuye el dinamismo emprendedor de las rentas medias, que caen un 20%, situándose su tasa de emprendimiento reciente (TEA) en valores parecidos a los de rentas más bajas. Quizás, la favorable evolución de la economía española registrada en dicho ejercicio, según datos del INE, con un crecimiento del PIB del 3,5%, genere mayores oportunidades laborales por cuenta ajena, reduciendo el deseo de establecerse por cuenta propia en ese nivel de renta. En cualquier caso, Canarias presenta un menor índice emprendedor que la media española durante todo el período, siendo las diferencias más intensas en el colectivo de menor renta.

Cuadro sinóptico 4.1. Capital semilla para la puesta en marcha de empresas nacientes en Canarias
Fuente: GEM Canarias- APS (2024)

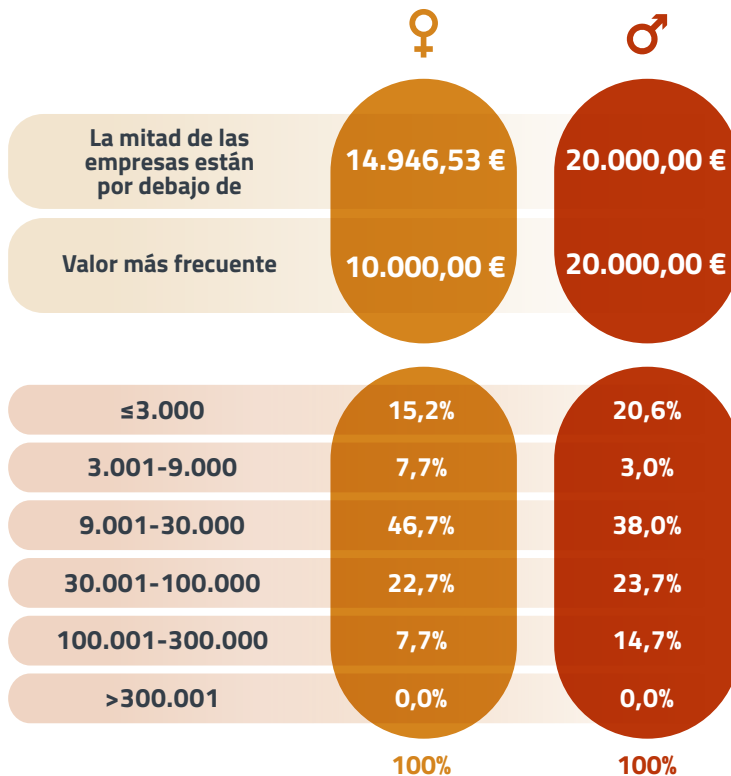


En 2024 las empresas en fase emergente del Archipiélago han comenzado su actividad con un capital ligeramente superior al de los años precedentes y también superior a la media española. Así, la mitad de los proyectos han arrancado con una financiación superior a los 20.000€ (10.259€ en 2023), siendo también el valor más frecuente, aunque la inversión media alcanzó los casi 139.000 euros, lo que evidencia que se pusieron en marcha proyectos que requirieron una inversión más cuantiosa, superando el 13% de las nuevas iniciativas los cien mil euros de inversión.

Casi dos terceras partes de los empresarios noveles comienza su actividad con 30.000 euros como máximo, situación que se repite en el ámbito nacional, sin embargo, en las Islas es ligeramente superior el porcentaje de los que empiezan con menos de 3.000€ (19%), aumentado además su peso respecto al año anterior, lo que denota que se trata de iniciativas ligadas al autoempleo, que normalmente enfrentan más dificultades para conseguir financiación.

Cuadro sinóptico 4.2. Capital semilla para la puesta en marcha de empresas en fase emergente en Canarias: Diferencias entre hombres y mujeres

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



Las diferencias en la inversión inicial por género son menores que la media española, sin embargo, los proyectos liderados por hombres presentan una inversión inicial algo más elevada, situándose el valor mediano y el más frecuente en 20.000€, mientras que la mitad de los negocios femeninos comienza con menos de 15.000€, siendo 10.000€ la inversión más frecuente en este colectivo. Estos valores confirman la tendencia de años anteriores, en la que los proyectos promovidos por mujeres suelen comenzar con menos recursos.

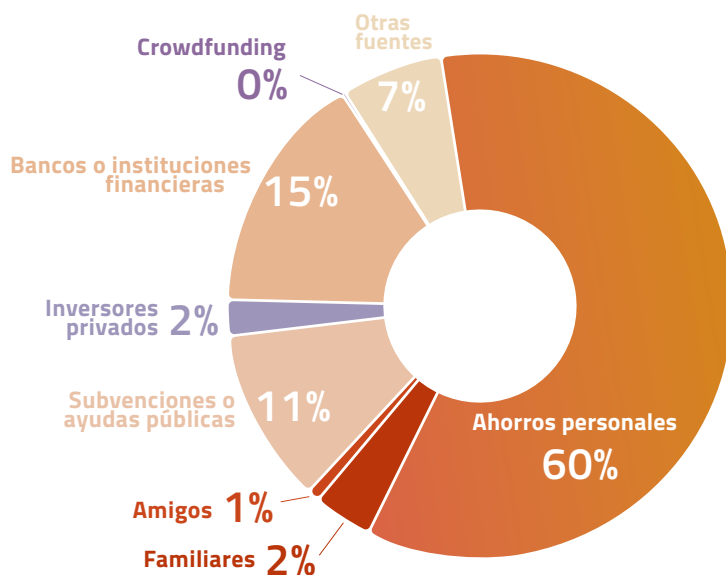
En 2024 solo el 23% de las emprendedoras de las Islas comenzaron con menos de 9.000€, frente al 47% del año anterior, lo que denota una mejora considerable, sin embargo, solo una mujer por cada dos hombres lidera un proyecto de más de cien mil euros de inversión.

Estos datos evidencian la importancia de seguir contando con líneas de financiación específicas como las propuestas desde el Instituto de las Mujeres -Desafío Mujer Rural, Emprendedoras, Escuela de Emprendedoras Juana Millán y Microcréditos para mujeres emprendedoras, esta última en colaboración con Caixa Bank- para favorecer el acceso a la financiación inicial en condiciones ventajosas y sin avales.



Figura 4.2. Distribución promedio de las fuentes del capital semilla en Canarias

Fuente: GEM Canarias- APS (2024)



En 2024, igual que en años anteriores, los ahorros personales se tornan en la principal fuente de financiación de los nuevos proyectos que surgen en las Islas, suponiendo, en términos medios, el 60% del total de fondos, tras perder más de 5 puntos respecto al año anterior. Si a esta cifra le sumamos los fondos que proceden de amigos y familiares, tenemos que casi el 65% de los fondos necesarios de la inversión inicial del nuevo negocio procede del propio emprendedor o de su círculo más cercano (76% para el conjunto de España).

La financiación bancaria, con el 15% del total de fondos, se convierte en la segunda fuente de recursos más importante en las Islas, donde tiene

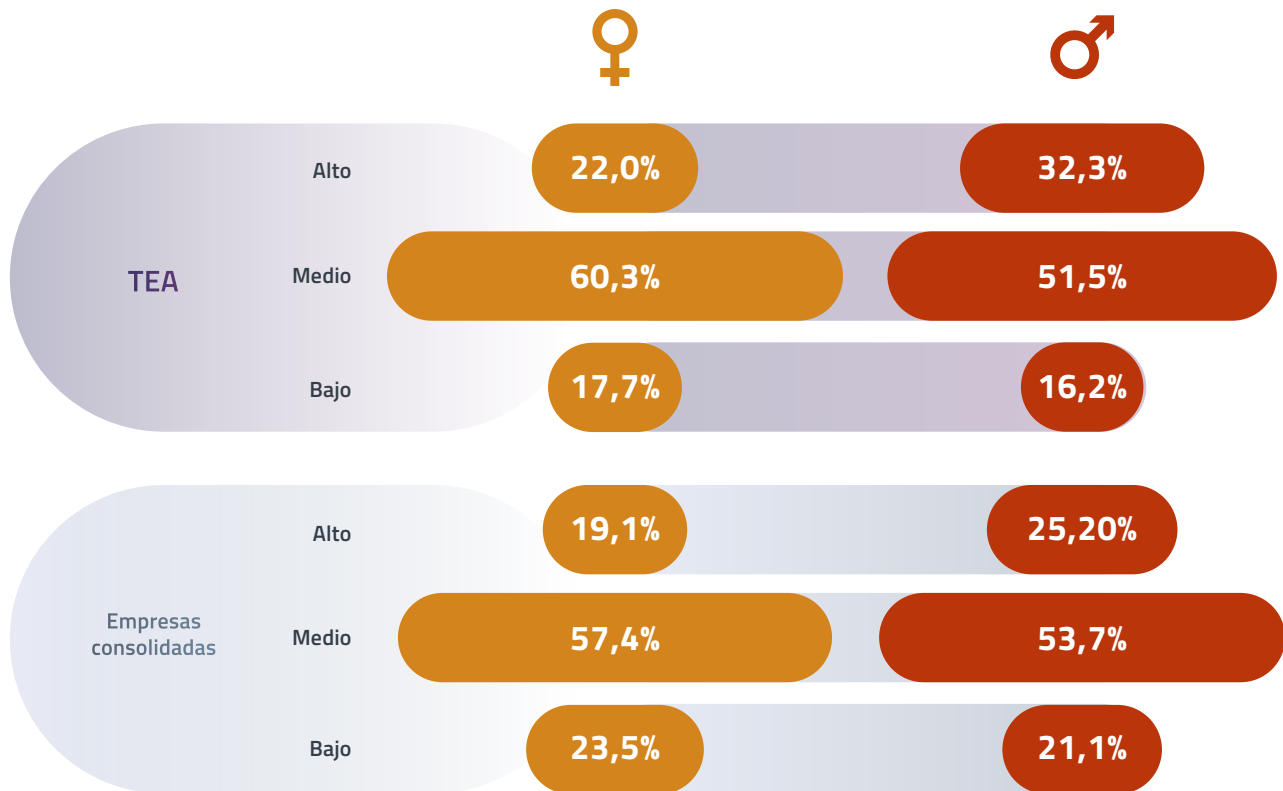
un peso ligeramente superior a la media española (13%), recuperando su importancia en la financiación inicial tras la caída registrada en 2023. En este sentido, los datos del Informe de Financiación Bancaria a Pymes, elaborado por CEPYME³ en noviembre de 2024, indican que en dicho ejercicio aumentó la demanda de crédito bancario por parte de las pymes españolas, algo que no ocurría desde hacía tres años. Quizás el hecho de que los tipos de interés comenzaran a descender y que las entidades no endurecieran los criterios de acceso al crédito favoreció la financiación de los nuevos negocios.

Las subvenciones son la tercera fuente de financiación más relevante en las Islas, aportando el 11% de los fondos totales en términos medios, cifra muy superior al 5% de la media nacional, lo que indica que los proyectos surgidos en las Islas presentan una mayor dependencia de las ayudas públicas.

Los inversores privados sólo aportan el 2% de la financiación total, cifra similar a la media nacional, mientras que en las Islas los emprendedores no recurren al crowdfunding, aunque sí optan en mayor medida por otras fuentes, que supone el 7% de los fondos (3% para España).

³ Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa-CEPYME- (2024): Informe de financiación bancaria a pymes, ed. Noviembre. www.cepy.me.es

Figura 4.3. Distribución de las personas que emprenden en Canarias según sexo y nivel de conocimiento financiero
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



Los emprendedores canarios presentan, sobre la media española, una mayor confianza en sus conocimientos financieros, pues casi el 84% de las mujeres y el 82% de los hombres consideran poseer un nivel medio-alto sobre temas financieros, si bien son las mujeres las que señalan un conocimiento más exhaustivo. Curiosamente, la consolidación del negocio no favorece la adquisición de conocimientos financieros, siendo algo más elevado el porcentaje de directivos que señalan un conocimiento bajo, teniendo las mujeres una percepción más negativa que en las

fases iniciales del negocio, pues sólo el 19% de las consolidadas considera altos sus conocimientos. Estos datos pueden implicar la delegación de la función financiera en especialistas a medida que crecen las empresas. No obstante, la importancia de aumentar la formación específica para las personas que emprenden y están desarrollando una empresa que les ayuden en el análisis de inversiones y en la identificación y detección de oportunidades de crecimiento, es clave para aumentar la probabilidad de éxito del negocio.

Tabla 4.1. Distribución de las personas que emprenden en Canarias según nivel de conocimiento financiero y educación
Fuente: GEM Canarias- APS (2024)

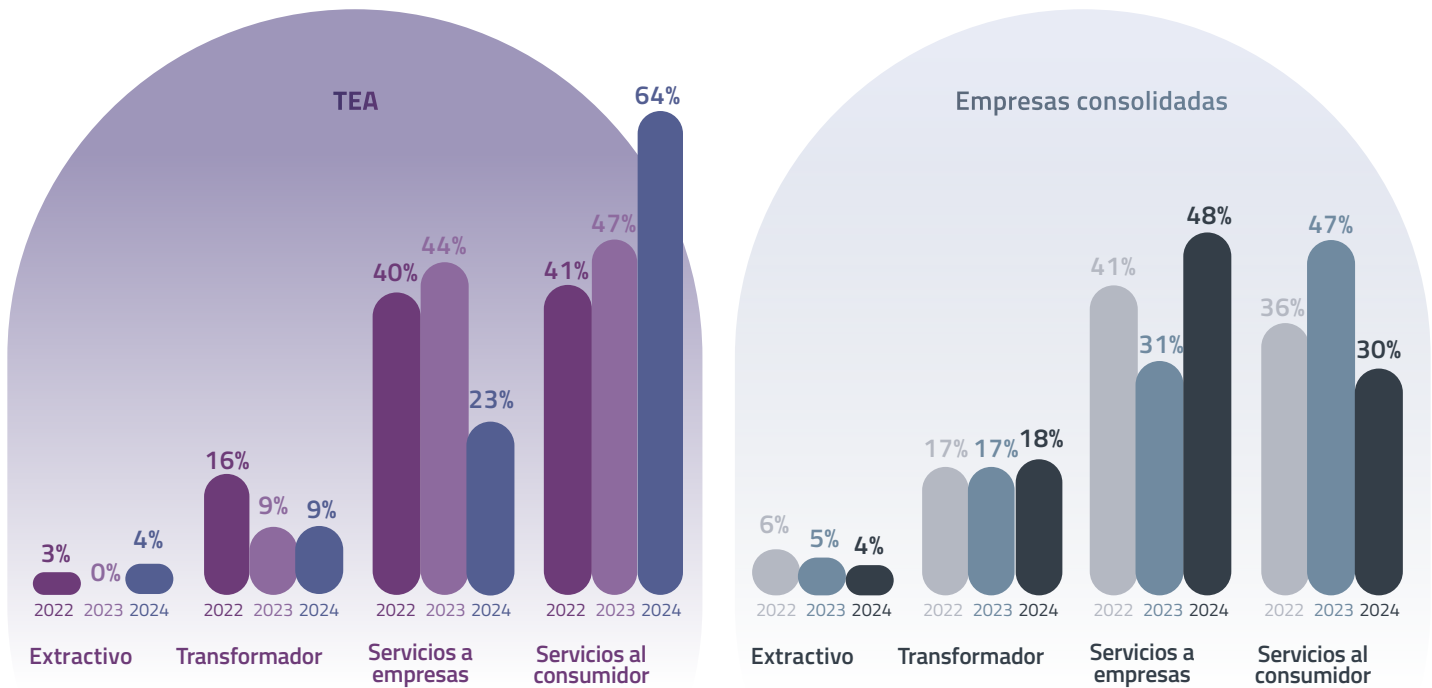
		Primaria	Secundaria	Terciaria
TEA	Bajo	21%	20%	7%
	Medio	69%	56%	46%
	Alto	10%	24%	47%
Empresas consolidadas	Bajo	28%	17%	24%
	Medio	68%	52%	52%
	Alto	4%	32%	24%

A mayor nivel educativo, los emprendedores de las Islas presentan mayor conocimiento de las fuentes de financiación más apropiadas para sus iniciativas emprendedoras, tanto entre emprendedores en fase incipiente como en las empresas consolidadas, al igual que ocurre en el conjunto de España. La mayor parte de los emprendedores con estudios de segundo y tercer ciclo señalan poseer un conocimiento medio sobre conceptos financieros. Sin embargo, resulta sorprendente que un 24% de los emprendedores

consolidados con estudios universitarios señale conocimientos financieros bajos, lo que evidencia que, con la experiencia del día a día del negocio, no hayan sido capaces de superar ciertas carencias de su formación universitaria inicial, bien porque delegan las tareas relacionadas con las finanzas en terceros, o bien porque se adentran en el mundo de los negocios desde carreras con escaso contacto con formación empresarial.

4.2. Sector de actividad

Figura 4.4. Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad, 2022-2024
Fuente: GEM Canarias- APS (2022-2024)



En Canarias en 2024 la mayoría de las empresas en fase incipiente inician su actividad en el sector servicios (87%), lo que también se observa en el contexto nacional (81%). Por otra parte, se detecta un repunte de las iniciativas que se originan en el sector extractivo, pasando de no estar presentes en 2023 a representar un 4% en 2024. Contrariamente a lo que ocurre en las iniciativas de menos de tres años y medio, se reduce el porcentaje de empresas consolidadas dedicadas a la prestación de servicios al consumidor, que pasa del 47% en 2023 al 30% en 2024, mientras que en las empresas en fase incipiente aumenta del 47% al 64%. Además, aumenta el porcentaje de

las empresas consolidadas que ofrecen servicios a otras empresas (del 31% al 48%) mientras que en las empresas recientes se reduce del 44% al 23%. Esta tendencia, más suavizada, se contempla también en el panorama nacional de las empresas consolidadas, en que se pasa del 40% al 39% en el caso de las que prestan servicios al consumidor, y del 36% al 39% en el caso de las que prestan servicios a otras empresas. En Canarias el peso de los sectores extractivo y transformador en las empresas consolidadas permanece prácticamente igual que en 2023, pues las variaciones son de un punto porcentual.

Tabla 4.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad en función del sexo de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias - APS (2023, 2024)

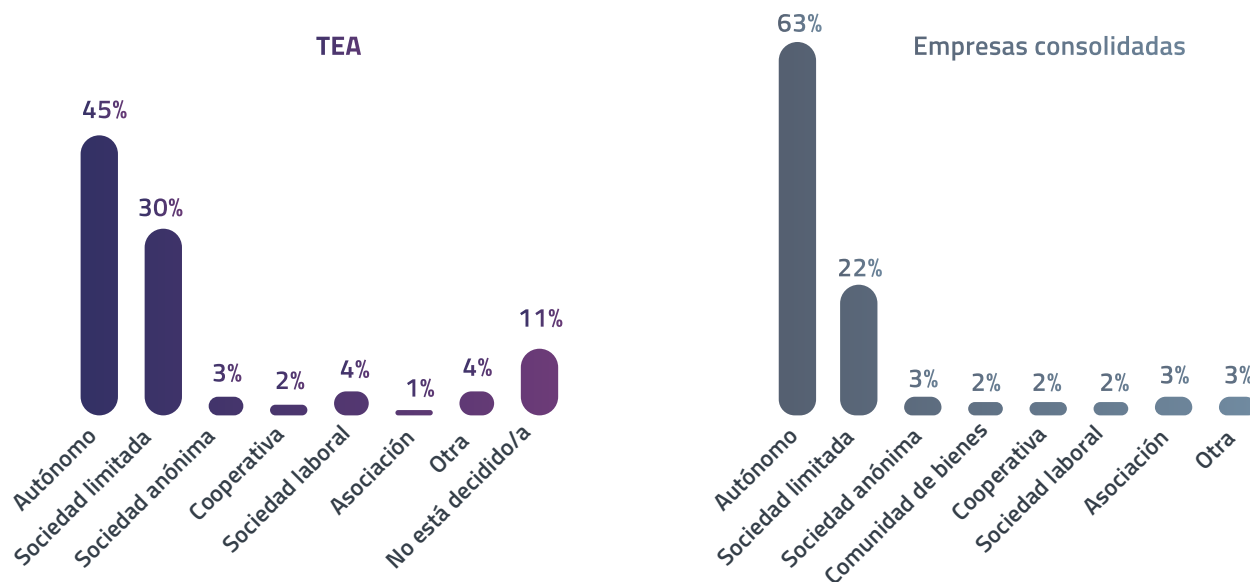
	♀		♂	
	2023	2024	2023	2024
Servicios al consumidor	64%	72%	31%	58%
Servicios a empresas	30%	22%	57%	24%
Transformador	6%	2%	12%	14%
Extractivo	---	4%	---	4%

Las mujeres emprendedoras canarias siguen optando por el sector de servicios al consumidor (72% en 2024), quedando en segundo lugar y a gran distancia los servicios a empresas (22%). A nivel nacional, las mujeres también prefieren emprender en los servicios al consumidor (60%). Los emprendedores canarios, sin embargo, cambian de sector de preferencia pues en 2024 mayoritariamente reflejan una mayor dedicación a los servicios al consumidor (58%), dejando en segundo lugar los servicios a empresas (24%) que eran en 2023 donde tenían mayor presencia. En

cambio, a nivel nacional los hombres se inclinan más por los servicios al consumidor (42%). Tanto para los hombres como para las mujeres canarias se observa un repunte de las iniciativas que operan en el sector extractivo, representando en 2024 el 4%, en ambos sexos.

4.3. Forma jurídica

Figura 4.5. Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la forma jurídica que adoptan
Fuente: GEM Canarias- APS (2024)

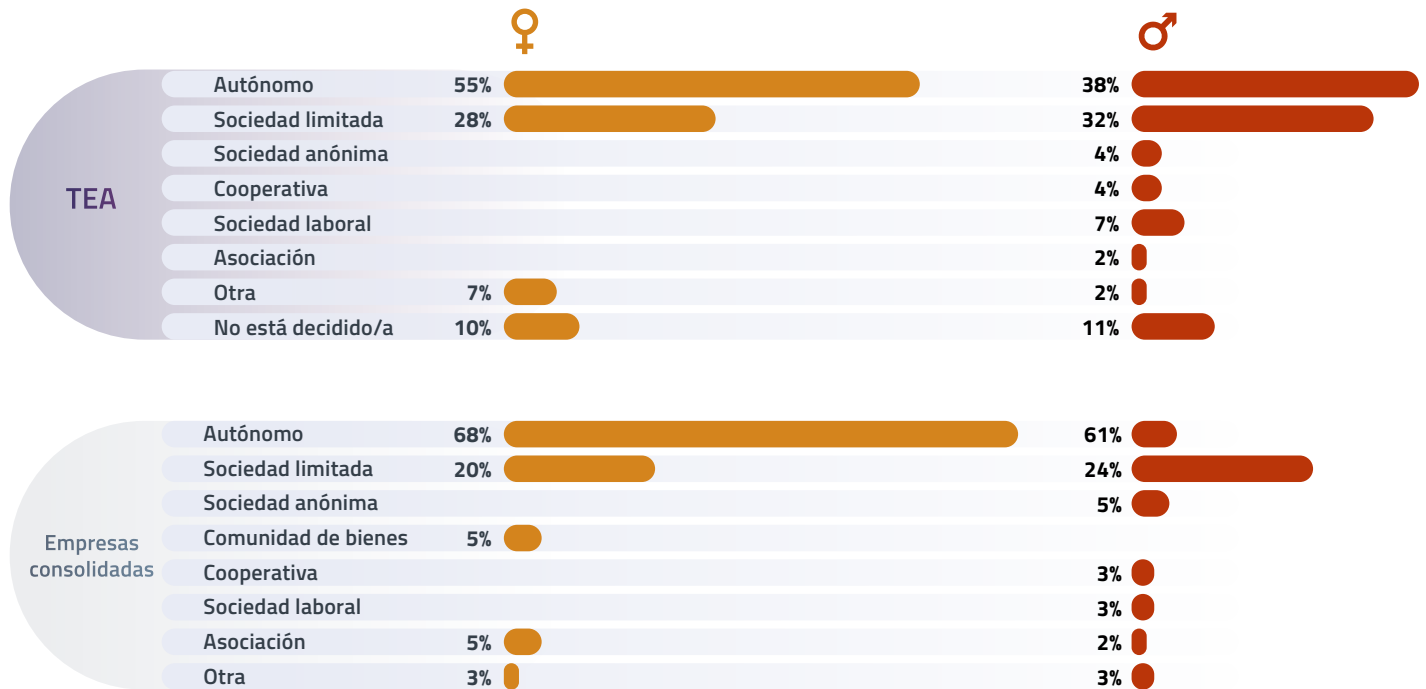


La figura del autónomo es la preferida, tanto para los que lideran las empresas recientes (45%) como las consolidadas (63%) al igual que ocurre en el contexto nacional (45% y 59%, respectivamente). La sociedad limitada es la segunda forma elegida por las personas emprendedoras, tanto en Canarias (30% de las empresas en fase incipiente y 22% de las consolidadas) como en el conjunto de España (30% y 28%, respectivamente).



Figura 4.6. Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la forma jurídica que adopta y el sexo de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

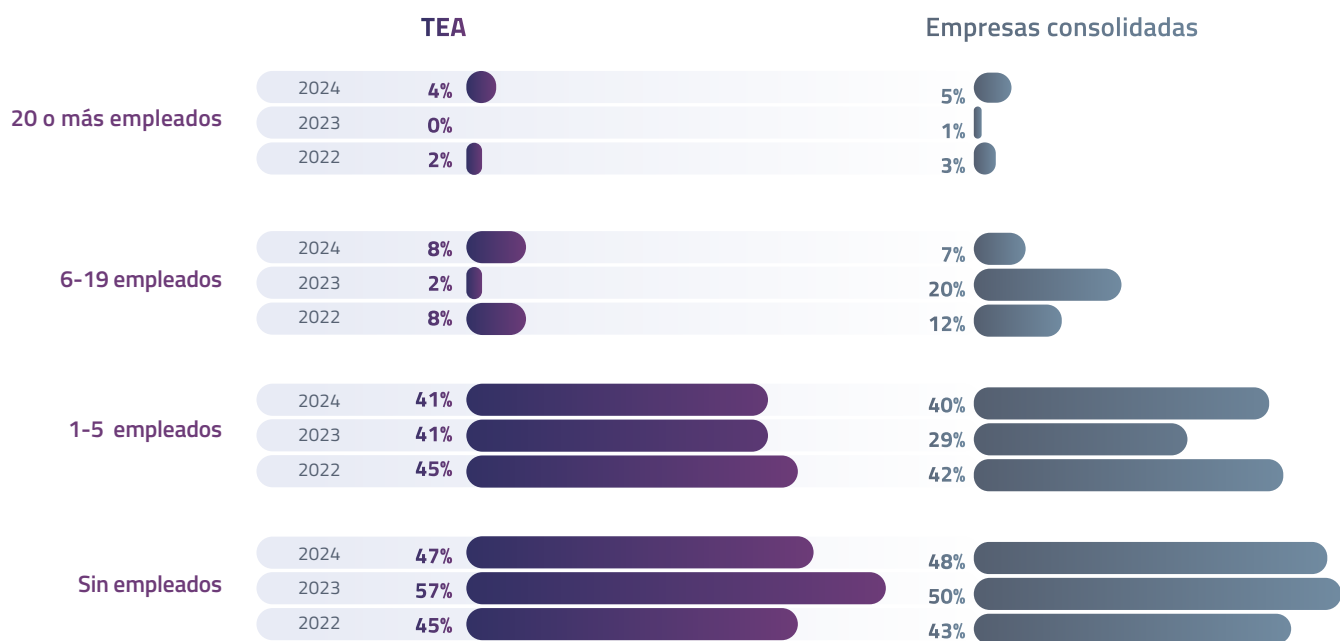


Si se tiene en cuenta el sexo de la persona emprendedora en las iniciativas recientes, se observa que un 55% de las mujeres optan por ejercer como autónomas frente al 38% de los hombres. En el contexto nacional se observa la misma tendencia (57% de las mujeres respecto a 35% de los hombres). Cuando se consideran las empresas consolidadas, las diferencias se acortan pues un 68% de las mujeres y un 61% de los hombres optan por ejercer como autónomos, mientras que en el conjunto de España los porcentajes son del 64% y 56%, respectivamente.

4.4. Tamaño

Figura 4.7. Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del número de empleados, 2022-2024

Fuente: GEM Canarias - APS (2022-2024)



Las iniciativas emprendedoras en Canarias son mayoritariamente de pequeño tamaño, al igual que ocurre en el conjunto del territorio nacional. Cuando se pone el foco en las de reciente creación, se observa que la mayoría nace sin empleados (47% en Canarias frente al 51% en España en 2024), siendo muy reducido el número de empresas con más de cinco empleados tanto en el contexto canario como en el conjunto del país (12% en ambos casos). Sin embargo, hay que reseñar que el porcentaje de empresas con más de cinco empleados ha experimentado un crecimiento

respecto a los datos de 2023. Al considerar las iniciativas de más de tres años y medio de vida, iniciativas consolidadas, en Canarias se reduce el porcentaje de las que siguen sin empleados (50% en 2023 frente al 48% en 2024), mientras que en el conjunto español permanece invariable (51% en ambos años). En Canarias el porcentaje de empresas consolidadas con más de cinco empleados (12%) es inferior al que se registra en España (16%).

Tabla 4.3. Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del número de empleados y el sexo de la persona que emprende, 2023-2024
Fuente: GEM Canarias- APS (2023-2024)

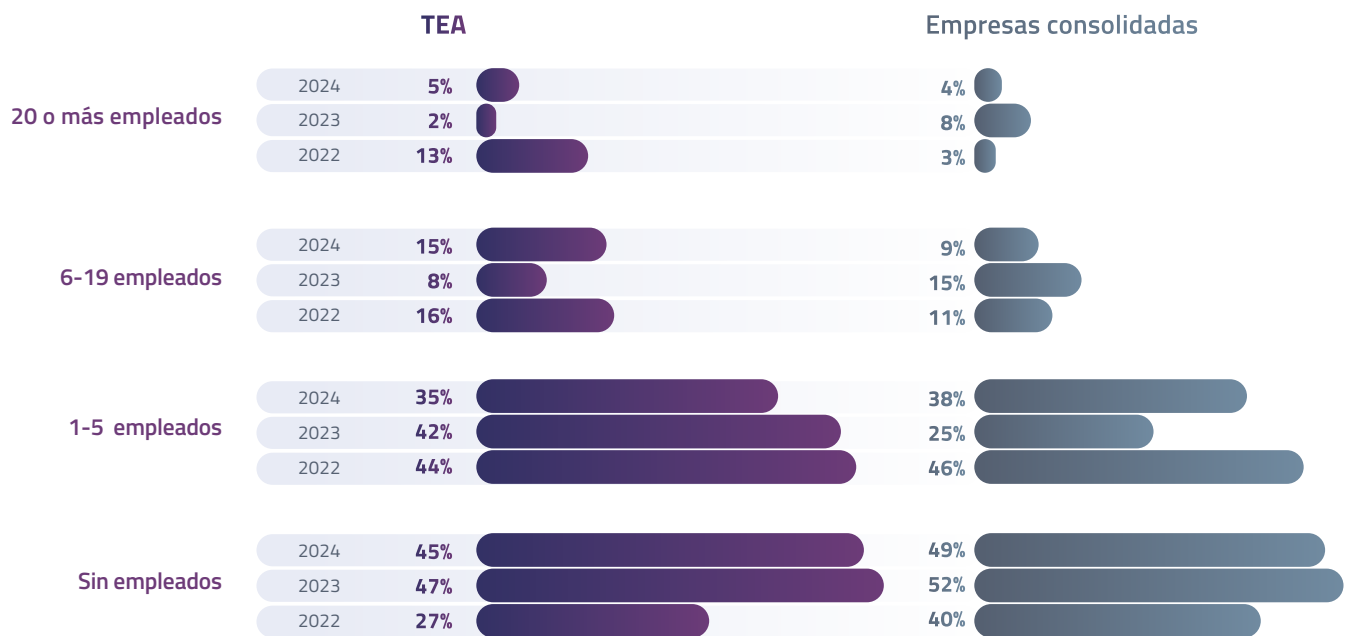
		2023		2024	
		♀	♂	♀	♂
TEA	Sin empleados	52%	62%	37%	54%
	1-5 empleados	48%	34%	52%	33%
	6-19 empleados	---	4%	7%	8%
	20 o más empleados	---	---	4%	5%

Los emprendedores canarios que inician su actividad sin empleados (54%) superan a las mujeres (37%), situación similar a la detectada en 2023, donde las mujeres optaron en un 48% por la contratación de personal frente al 34% de los hombres. A nivel nacional, hombres y mujeres inician la actividad sin empleados en igual porcentaje (51%) en 2024.

4.5. Expectativas de crecimiento

Figura 4.8. Distribución de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de las expectativas de creación de empleo en 5 años, 2022-2024

Fuente: GEM Canarias - APS (2022-2024)

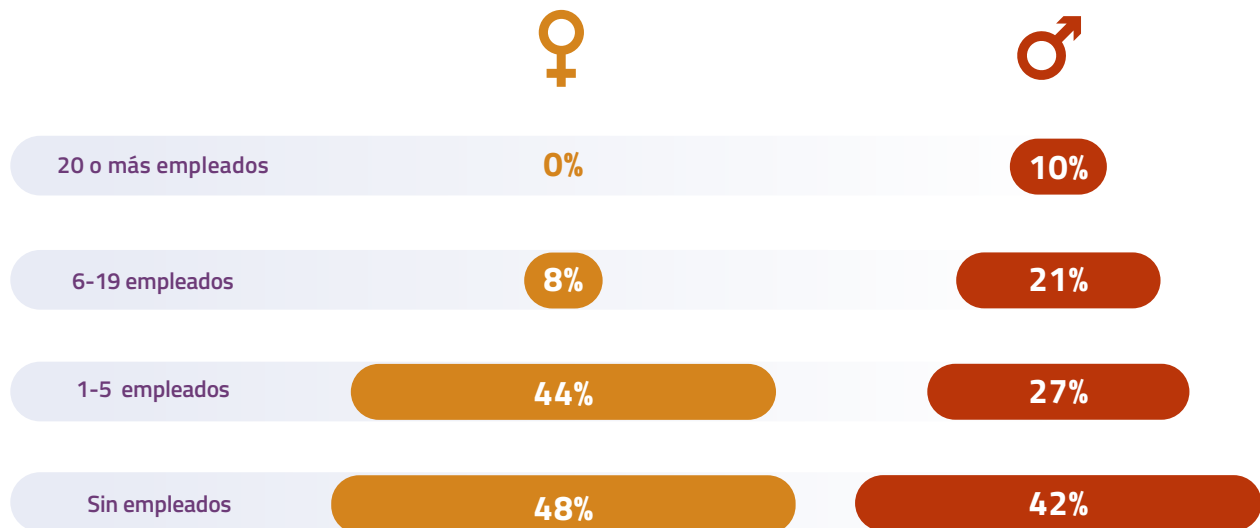


En Canarias se reduce ligeramente el porcentaje de empresas recientes que no espera generar empleo en los próximos cinco años, pasando de un 47% en 2023 a un 45% en 2024, al igual que ocurre con las consolidadas (del 52% al 49%). En el contexto nacional las perspectivas son menos halagüeñas pues aumenta el porcentaje de empresas de menos de tres años y medio que no consideran la generación de empleo (del 43% al 49%) y se estanca en las empresas consolidadas (52%). En relación

con el crecimiento, en Canarias son las empresas recientes las que muestran mayor optimismo, de forma que un 15% espera contratar entre 6 y 19 empleados (un 8% en 2023) y un 5% cuenta con contratar 20 o más empleados (un 2% en 2023). En España este optimismo se refleja en las empresas consolidadas, de modo que un 8% prevé contratar 20 o más empleados (un 4% en 2023).

Figura 4.9. Distribución de las expectativas de creación de empleo en 5 años en Canarias en función del sexo de la persona que emprende (TEA)

Fuente: GEM Canarias- APS (2024)

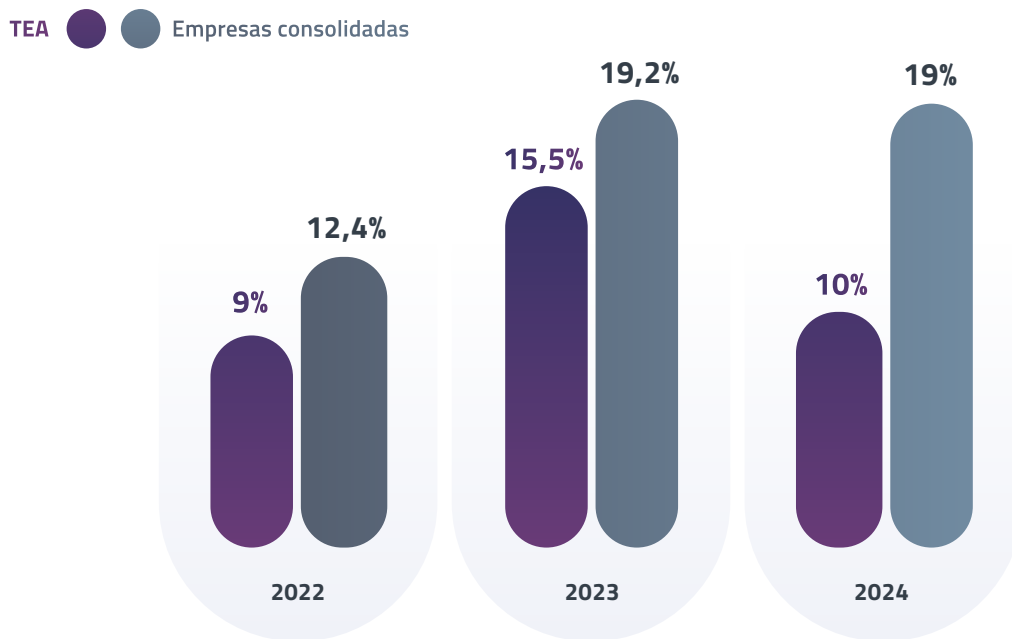


Un 48% de las mujeres con empresa recientes no contempla contratar ninguna persona en los 5 próximos años frente al 42% de los hombres (53% y 46% en España, respectivamente). Sin embargo, el 44% de las mujeres espera contratar entre una y cinco personas, frente al 27% de los hombres. Este aspecto no se constata a nivel español, donde los hombres lideran las expectativas de creación de empleo (36% desean contar con entre una y cinco personas) frente a las mujeres (32% desean contar con entre una y cinco personas). Se comprueba que los hombres canarios son más ambiciosos, pues un 31% se plantea contratar seis o más personas en los próximos cinco años frente al 8% de las féminas. En el contexto nacional estos porcentajes no presentan tanta disparidad entre hombres y mujeres respecto a esta cuestión: mientras un 18% de los hombres espera contratar seis o más personas, el 14% de las mujeres estiman este nivel de contratación.



4.6. Nivel tecnológico

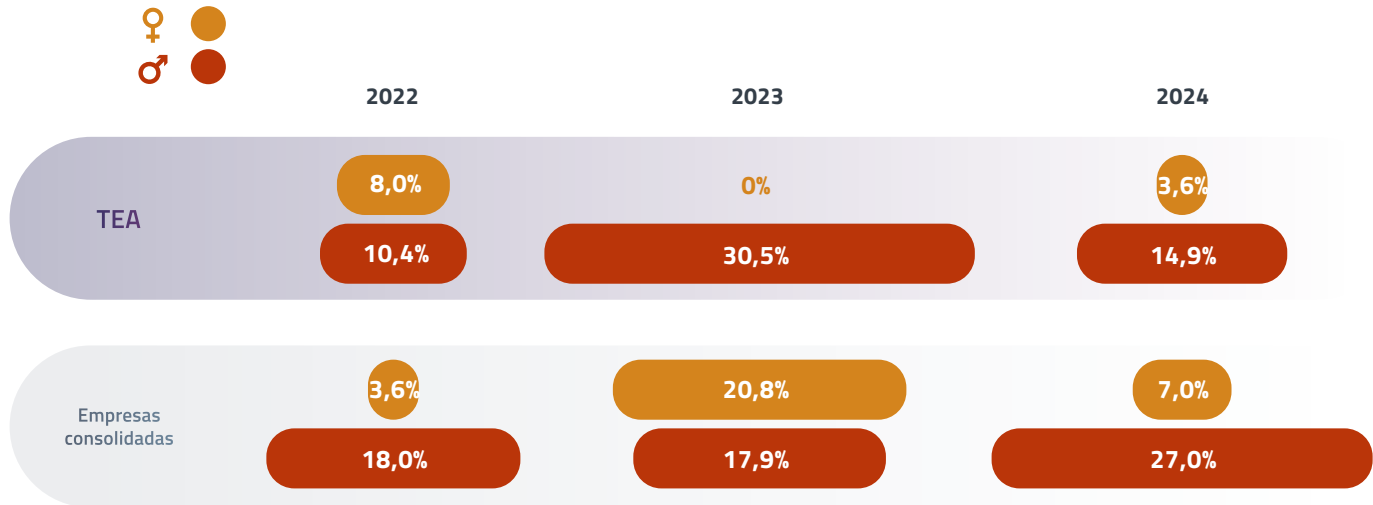
Figura 4.10. Evolución del nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2022-2024
Fuente: GEM Canarias - APS (2022-2024)



El nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras, medido por el porcentaje de empresas con un nivel tecnológico medio-alto, ha mostrado una tendencia creciente entre 2022 y 2023. No obstante, de los datos obtenidos en 2024, se evidencia una disminución notable en el número de empresas recientes o en fase incipiente (TEA) calificadas como de medio-alto nivel tecnológico por las propias personas emprendedoras, mientras que el nivel tecnológico de las empresas consolidadas se mantiene en torno al 19%.

Figura 4.11. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sexo de la persona que emprende, 2022-2024

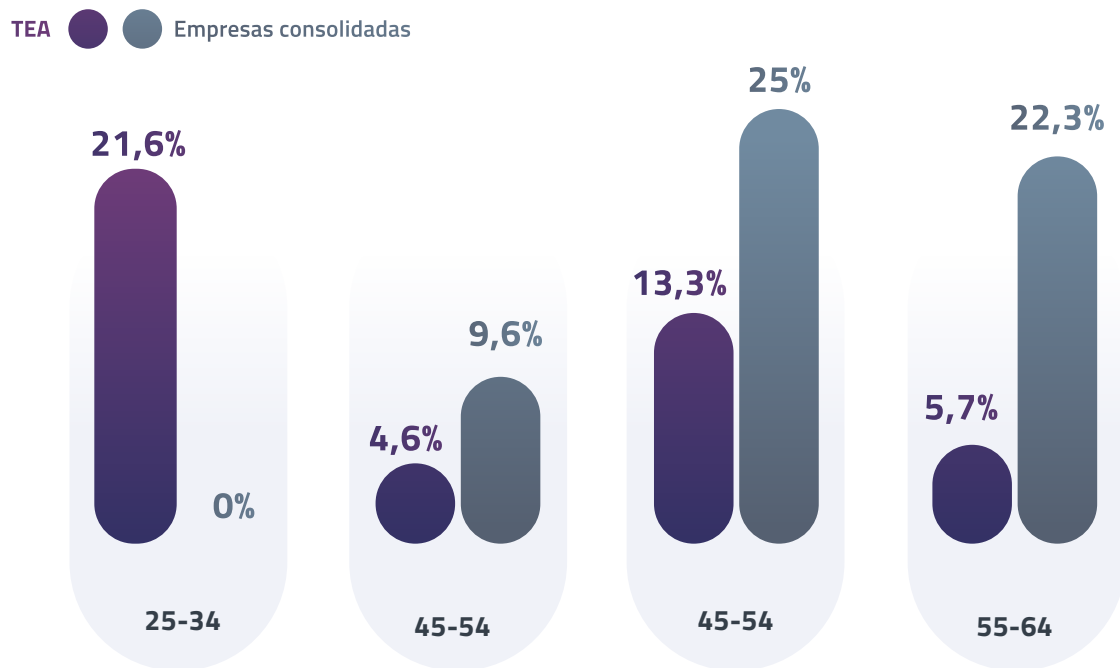
Fuente: GEM Canarias- APS (2022-2024)



La evolución del nivel tecnológico medio-alto de las empresas muestra patrones diferentes según la fase empresarial y el sexo de la persona que emprende. Las empresas recientes (TEA) con alto nivel tecnológico han estado mayormente lideradas por hombres a lo largo de todo el periodo. Si bien en 2024 se observa un leve incremento en los proyectos promovidos por mujeres en esta fase (3,6%) respecto a 2023, la brecha sigue siendo notable. En el caso de las empresas consolidadas, la tendencia ha sido más volátil: las iniciativas lideradas por hombres predominaron en 2022, pero en 2023 la participación de mujeres alcanzó un pico, siendo superior a la de los hombres. Sin embargo, en 2024, esta tendencia se revirtió drásticamente, con el porcentaje de empresas consolidadas de alto nivel tecnológico lideradas por hombres alcanzando su punto máximo, mientras que la participación de las mujeres disminuyó notablemente, situándose alrededor del 7%.



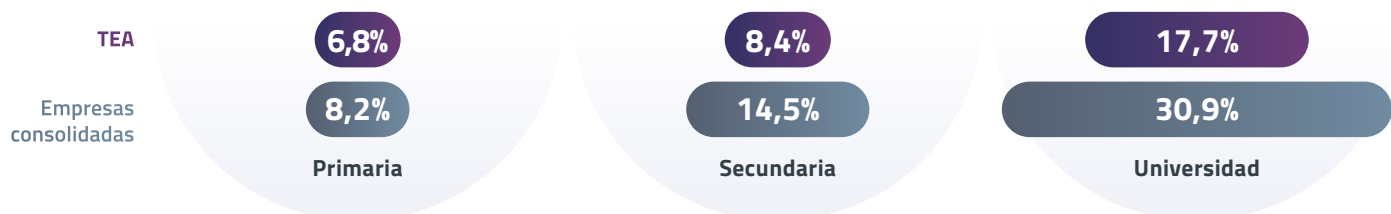
Figura 4.12. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por edad de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias- APS (2024)



En relación a la variable edad de la persona que emprende se observa una tendencia general en la que el peso del nivel tecnológico medio-alto en las empresas consolidadas se concentra en los rangos de edad más avanzados, mientras que en las empresas recientes (TEA) este peso se adelanta. Por otro lado, las empresas en fase inicial (TEA) con nivel tecnológico medio-alto muestran su mayor porcentaje en el rango de 25-34 años, superando el 20% y disminuyendo notablemente en los rangos de mayor edad, esquema que coincide con los resultados obtenidos a nivel nacional.

Figura 4.13. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por nivel educativo de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

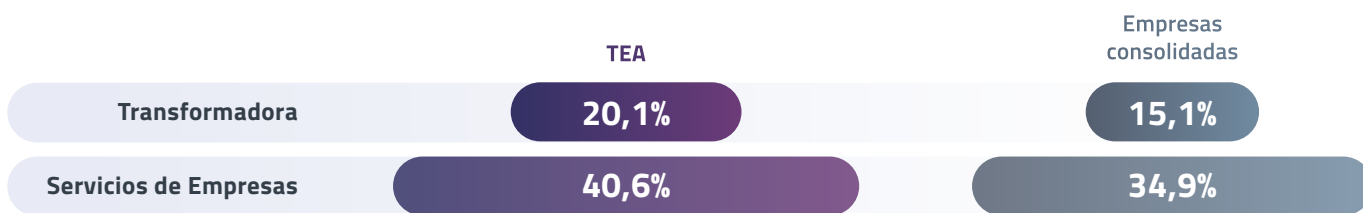


En relación con el nivel de educación, se evidencia una clara correlación positiva entre el nivel educativo y el nivel tecnológico de las iniciativas, tanto en empresas recientes como en consolidadas. Así, el mayor peso de las iniciativas de medio-alto nivel tecnológico se concentra en

personas emprendedoras con niveles educativos universitarios, superando notablemente la media nacional. En este nivel, las empresas consolidadas alcanzan el porcentaje más alto, superando el 30%, mientras que las empresas en fase inicial se sitúan alrededor del 18%.

Figura 4.14. Nivel tecnológico medio-alto de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad

Fuente: GEM Canarias- APS (2024)



La gran mayoría de las iniciativas emprendedoras, tanto en fases iniciales como ya consolidadas, que han manifestado un nivel tecnológico medio-alto, centran su actividad en el sector de Servicios a Empresas, tendencia que coincide con la media

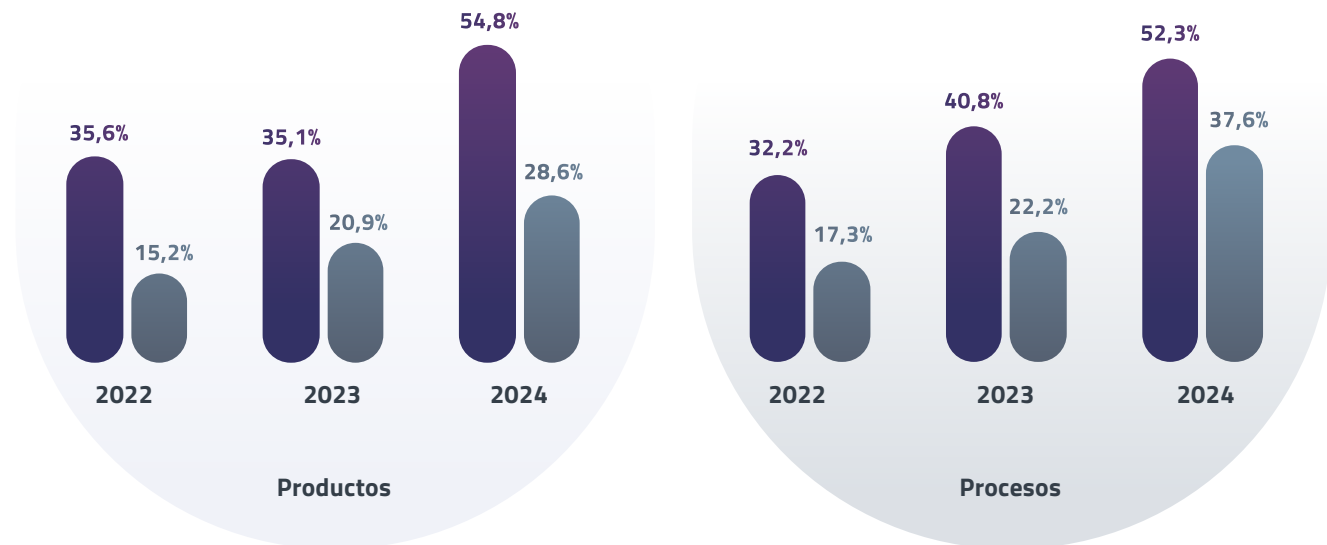
nacional. Este sector alcanza el porcentaje más alto, superando el 40% en las empresas en fase inicial (TEA) y situándose alrededor del 35% en las empresas consolidadas.

4.7. Innovación en productos y en procesos

Figura 4.15. Evolución de la innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2022-2024

Fuente: GEM Canarias- APS (2022-2024)

TEA ● Empresas consolidadas

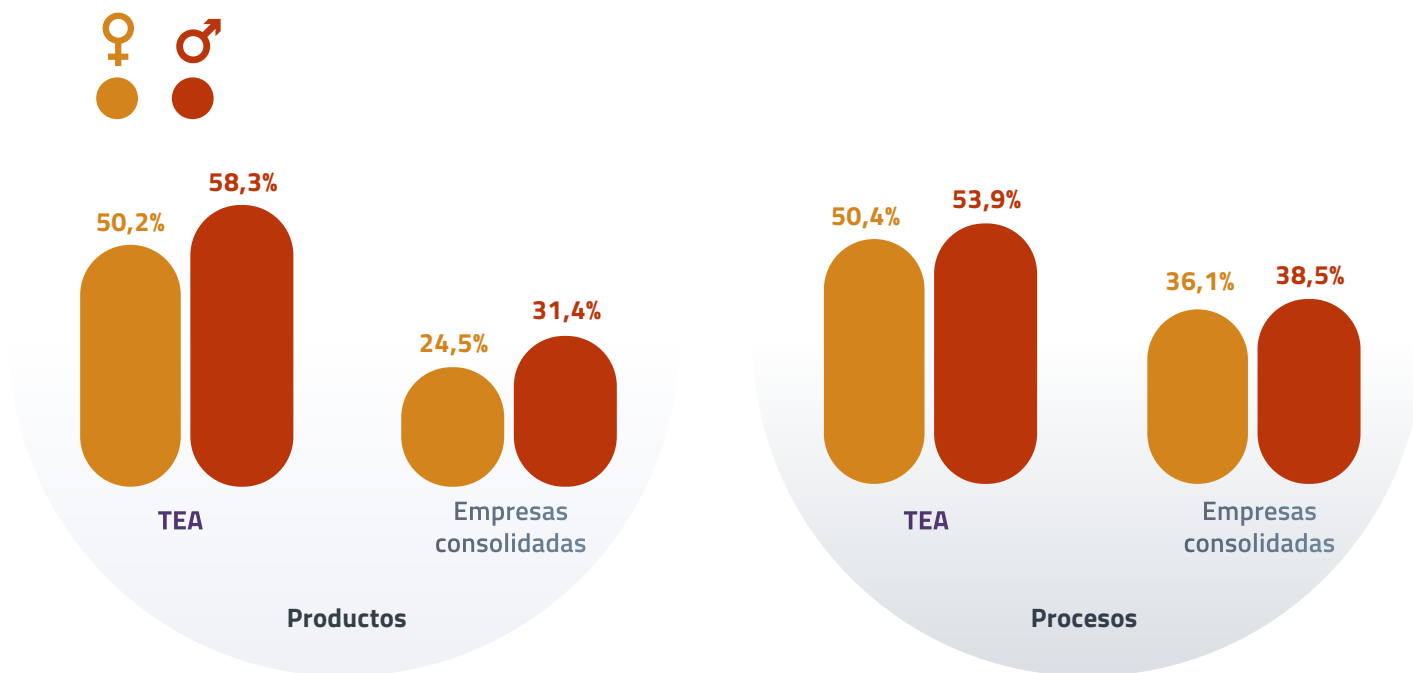


La innovación en productos y en procesos experimentó un crecimiento notable entre los años 2022 y 2024. La innovación en productos de las empresas recientes (TEA) se mantuvo constante (cerca del 35%) hasta 2024, experimentando este año un significativo ascenso y superando el 50%. Las empresas consolidadas, por su parte, con porcentajes inicialmente más bajos (15%-20%), también vieron aumentar la innovación en productos en 2024, acercándose al 30%. En relación con la innovación en procesos, esta mostró una tendencia de aumento constante y notable en ambos tipos de empresas durante todo el periodo. Las empresas en fase reciente crecieron desde cerca del 32% en

2022 hasta superar el 50% en 2024, manteniendo un porcentaje consistentemente superior al de las consolidadas, que pasaron del 17% al 37% en el mismo periodo.

Figura 4.16. Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende

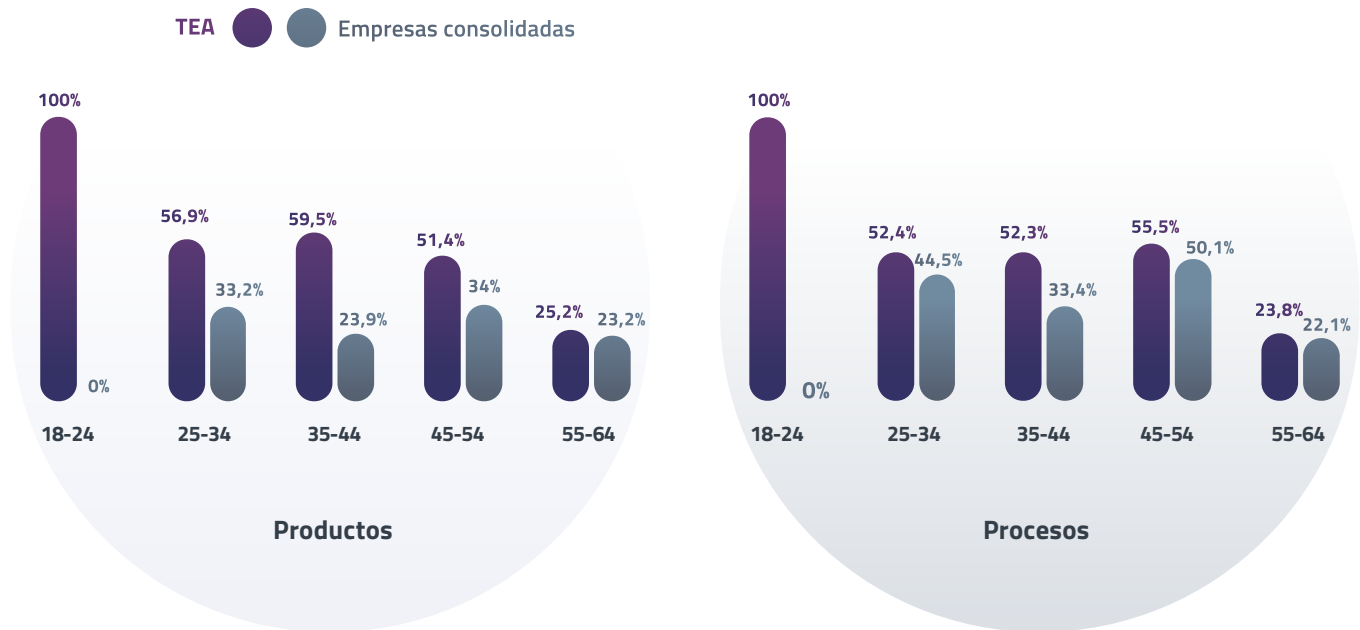
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



La innovación, tanto en productos como en procesos, según el sexo de la persona que emprende, muestra que los hombres lideran ligeramente en ambos ámbitos y en ambas fases de la empresa. En innovación de productos, la diferencia es más marcada: en empresas recientes (TEA), los hombres alcanzan cerca del 60% frente al 50% de las mujeres; en empresas consolidadas, los hombres llegan al 31% frente al 25% de las mujeres. Respecto a la innovación en procesos, la diferencia es menor, pero mantiene la misma tendencia: en empresas en fase incipiente, los hombres se sitúan en torno al 54% frente al 50% de las mujeres, y en empresas consolidadas, los porcentajes son cercanos al 38% para hombres y 36% para mujeres.

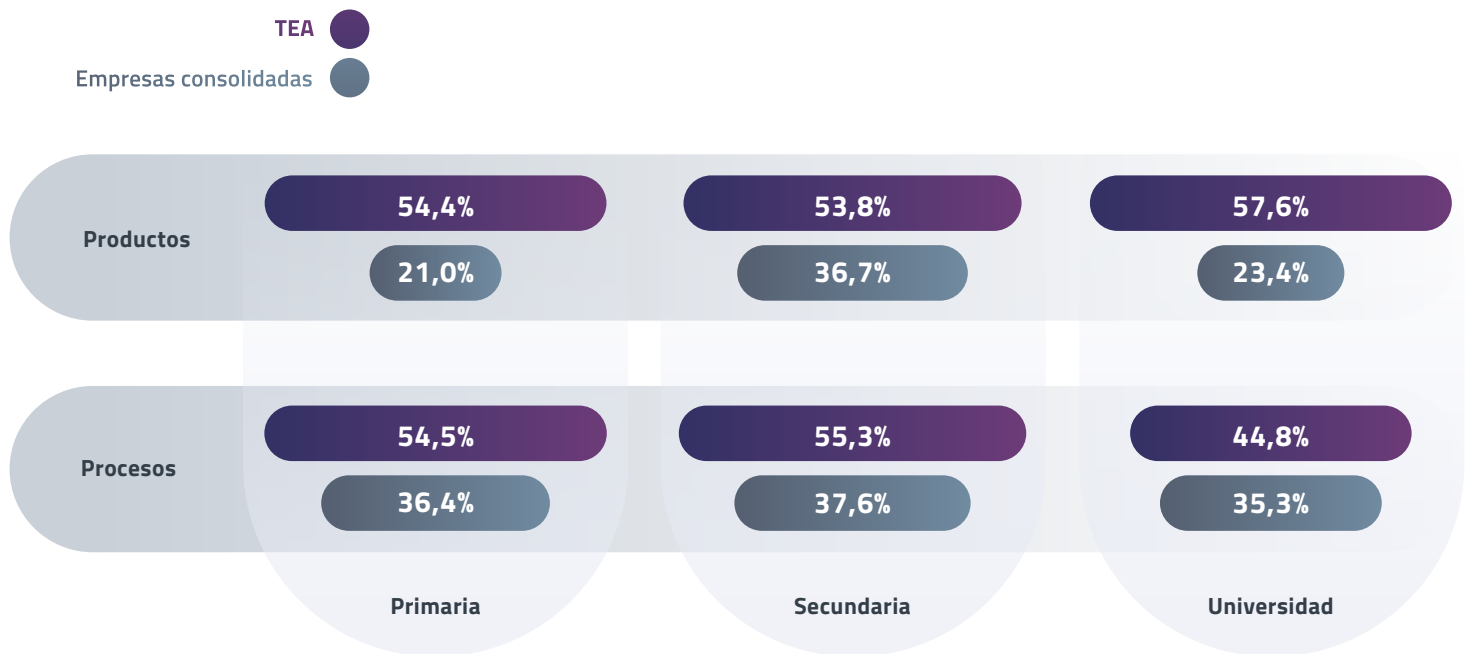
Figura 4.17. Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la edad de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



La innovación en productos y en procesos está fuertemente impulsada por la juventud en las iniciativas recientes (TEA). En ambas modalidades, la innovación alcanza el 100% en el grupo de 18-24 años y disminuye a medida que aumenta la edad. En las empresas consolidadas, la innovación en productos muestra picos en los rangos de 25-34 y 45-54 años, mientras que la innovación en procesos se mantiene entre un 30 y 50% a lo largo de los rangos de edad, con un pico cercano al 50% en el grupo de 45-54 años.

Figura 4.18. Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias según nivel educativo de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

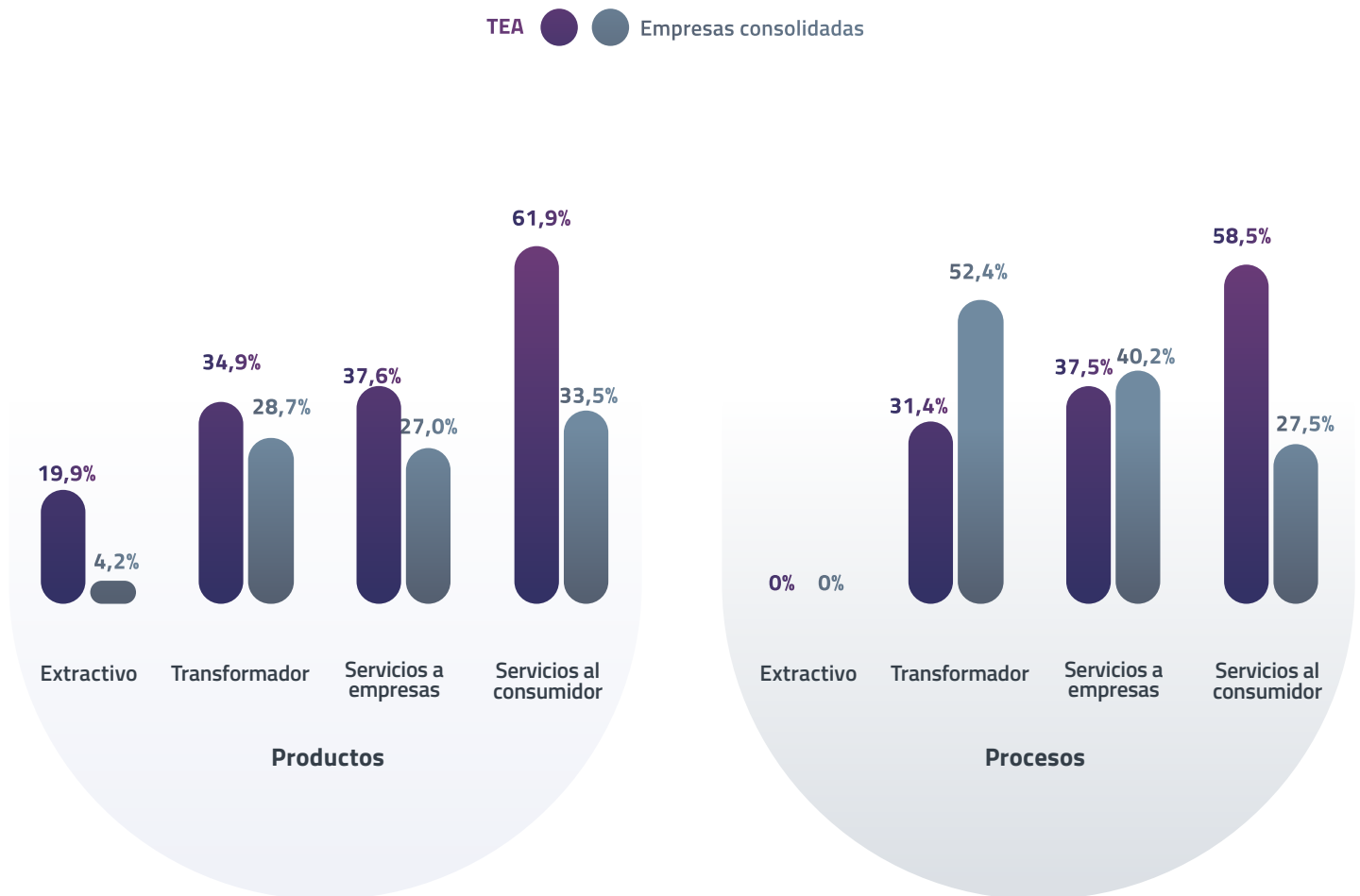


La innovación en función del nivel educativo de la persona emprendedora presenta una tendencia similar a la del territorio nacional. En general, las empresas en fase inicial (TEA) muestran un porcentaje de innovación en productos (alrededor del 54%) y procesos (alrededor del 55% o 45% en universitarios), que se mantiene en niveles altos y es consistentemente superior al de las empresas consolidadas en todos los niveles educativos. En el caso de las empresas consolidadas, la innovación en procesos se sitúa entre el 36-38% en todos los niveles, mientras que la innovación en productos muestra una variación, alcanzando su punto más alto, cercano al 37%, en el nivel de formación secundaria.

Figura 4.19. Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias según sector de actividad

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

TEA ● Empresas consolidadas

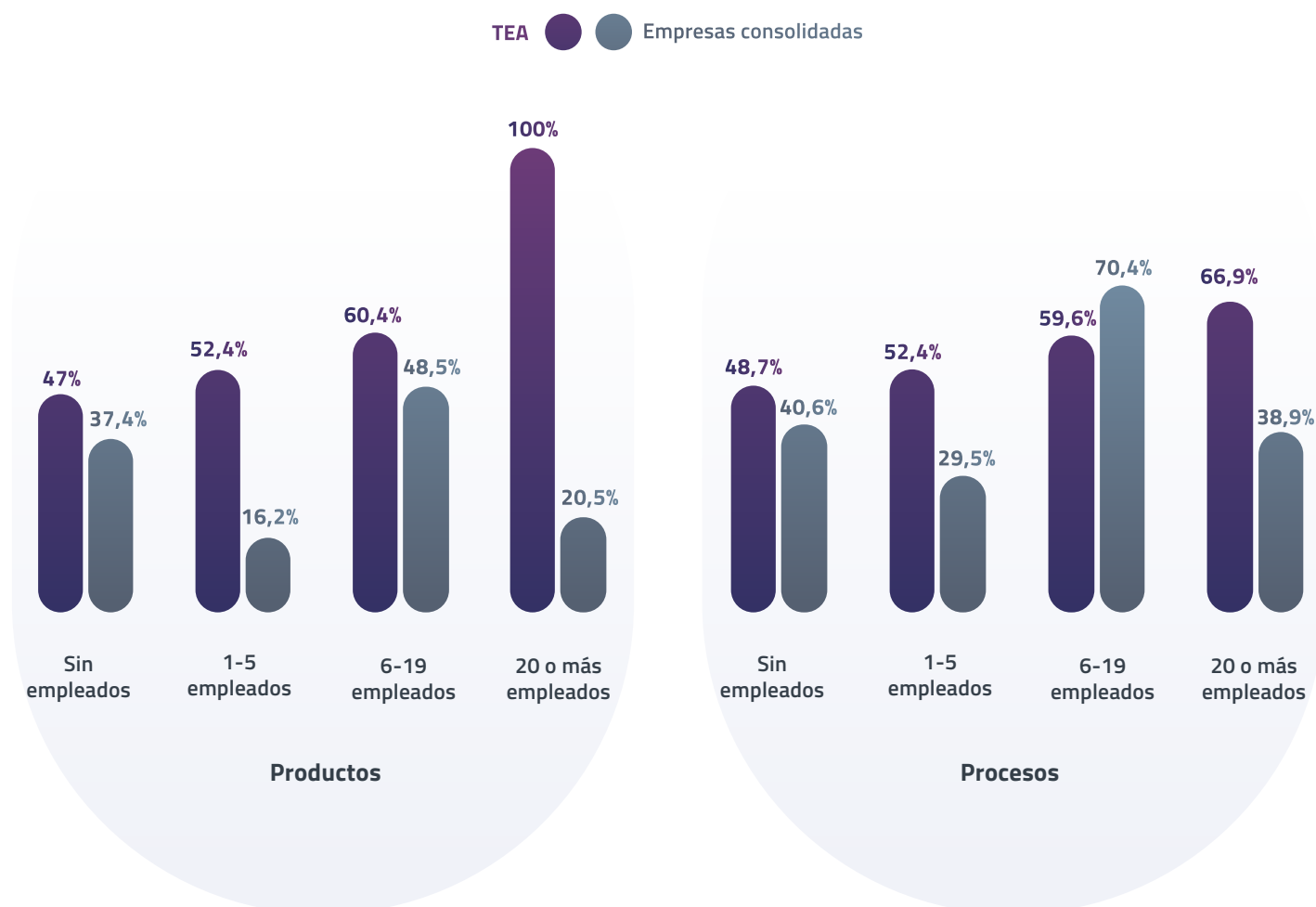


La innovación en función del sector de actividad muestra una concentración diferente según el tipo de innovación y la fase de la empresa. En innovación de productos, las empresas recientes (TEA) presentan los porcentajes más altos, concentrándose fuertemente en el sector de Servicios al Consumidor (más del 60%), seguido por Servicios a Empresas y Transformador. En las empresas consolidadas, la innovación en productos también se concentra en estos tres sectores (entre el 28% y el 33%). Por otro lado, en innovación de

procesos, las empresas recientes (TEA) alcanzan su porcentaje más alto también en el sector de Servicios al Consumidor (cercano al 60%). Sin embargo, en las empresas consolidadas, la innovación en procesos se concentra mayoritariamente en el sector Transformador (superando el 50%), seguido por los Servicios a Empresas (cercano al 40%). Un dato relevante es que existe un porcentaje significativo de empresas de nueva creación del sector Extractivo que desarrollan propuestas innovadoras en productos y en procesos.

Figura 4.20. Innovación en productos y en procesos realizada por las iniciativas emprendedoras en Canarias según número de empleados

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



La capacidad innovadora está fuertemente ligada a las empresas grandes, tanto a nivel nacional como en Canarias. No obstante, las iniciativas emprendedoras que innovan en productos suelen ser empresas con mayor número de empleados/as que las que se centran en innovación de procesos. En Canarias, a diferencia de la media del territorio nacional, el mayor peso innovador se centra en procesos, estando muy centrada en empresas pequeñas y en fase inicial.

4.8. Inteligencia artificial y digitalización

4.8.1. Importancia de la inteligencia artificial

La adopción de tecnologías digitales se ha convertido en un factor determinante para la competitividad empresarial en todos los territorios. En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha experimentado una evolución y grado de adopción tecnológica sin precedentes, transformándose en una herramienta cada vez más accesible para emprendedores y empresas de todos los tamaños. A nivel europeo, España se posiciona como el cuarto país de la UE en el uso de la IA⁴, y Canarias, como parte del tejido empresarial español, participa de este proceso de incorporación tecnológica. Para el ecosistema emprendedor canario, la IA y otros recursos digitales representan oportunidades significativas para

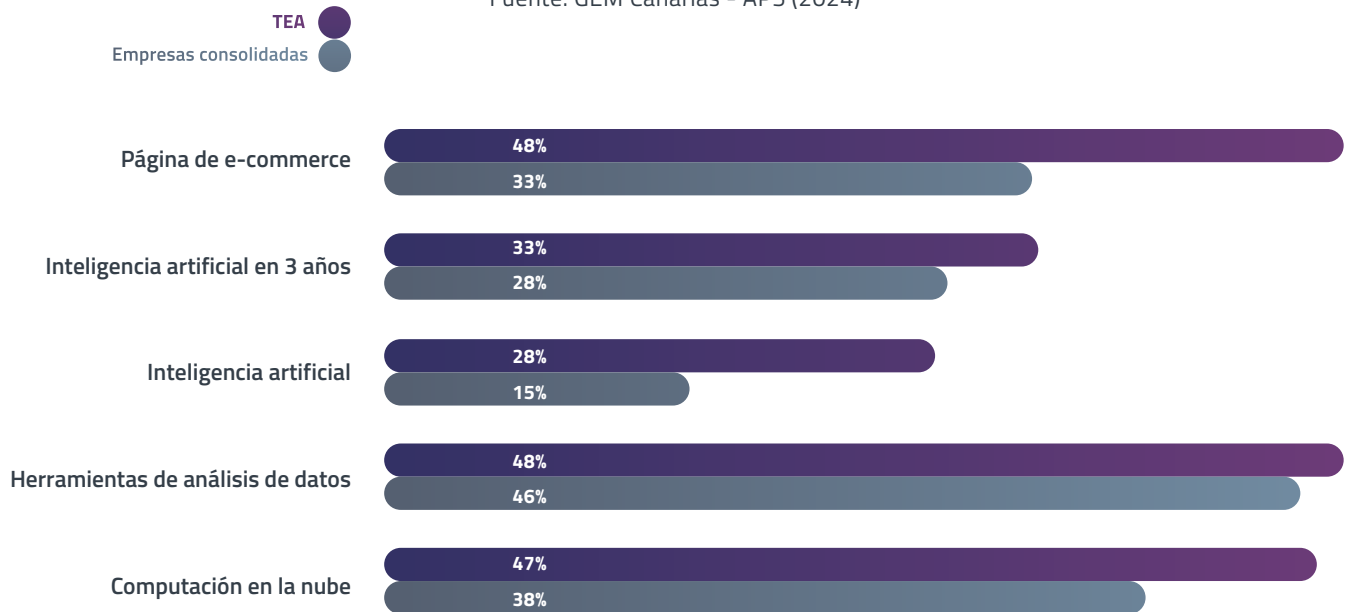
optimizar y sistematizar procesos, reducir costes operativos, mejorar la toma de decisiones y optar a mercados más amplios, además del acceso a oportunidades de negocio que pueden desarrollarse íntegramente en el ciberespacio, aspectos particularmente valiosos en un contexto insular donde la conectividad digital puede compensar las distancias geográficas. Estas ventajas han fundamentado la inclusión de un monográfico más profundo sobre este tema en el presente informe.



⁴ Microsoft AI Economy Institute (2025). AI Diffusion Report: Where AI is most used, developed, and built. Disponible en: [For Distribution - Microsoft AI Diffusion Report - October 2025 - Final.pdf](#)

Figura 4.21. Importancia de los recursos digitales para la estrategia y el modelo de negocio de las iniciativas emprendedoras en Canarias

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



Los datos de 2024 revelan que los emprendedores en fase incipiente (TEA) de Canarias muestran una clara apuesta por la incorporación de recursos digitales en sus modelos de negocio desde el inicio de sus proyectos. Casi la mitad de estos emprendedores, un 48%, considera imprescindible contar con una página de e-commerce para su estrategia empresarial, una cifra que contrasta con el 33% de las empresas consolidadas que otorgan la misma importancia a este recurso. Esta diferencia de 15 puntos porcentuales evidencia que las nuevas iniciativas emprendedoras nacen con una visión más orientada al comercio digital.

En cuanto a las herramientas de análisis de datos, existe una valoración muy similar entre ambos grupos: el 48% de los emprendedores recientes y el 46% de las empresas consolidadas consideran estas herramientas como recursos estratégicos fundamentales. Esta convergencia sugiere que, independientemente del grado de madurez del negocio, la capacidad de tomar decisiones basadas en datos se ha convertido en un elemento crítico para la

competitividad empresarial en las Islas.

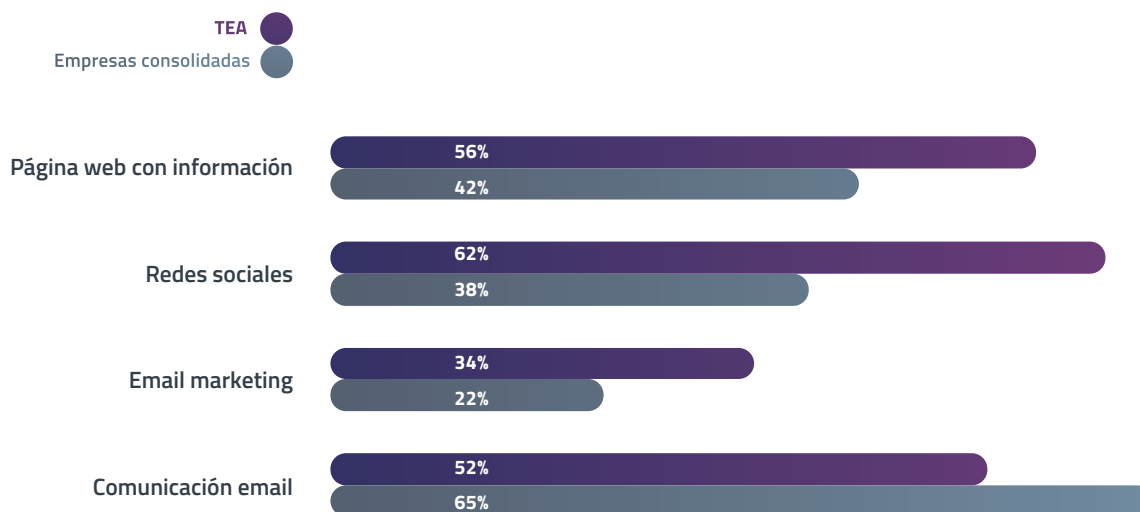
La computación en la nube también muestra una alta valoración, especialmente entre los emprendedores recientes, con un 47% que la considera esencial, frente al 38% de las empresas consolidadas. Esta diferencia de 9 puntos porcentuales refleja la tendencia de las nuevas iniciativas a adoptar infraestructuras tecnológicas más flexibles y escalables desde su nacimiento.

Respecto a la IA, los datos muestran que actualmente el 28% de los emprendedores en fase incipiente la consideran un recurso muy importante para su modelo de negocio, mientras que solo el 15% de las empresas consolidadas comparte esta visión, lo que representa una brecha de 13 puntos porcentuales. Sin embargo, cuando se pregunta por la importancia de la IA en un horizonte de tres años, las cifras se acercan: el 33% de los emprendedores recientes y el 28% de los que lideran una empresa consolidada ven la IA como un elemento clave para el futuro próximo de sus negocios.

Estos datos confirman la tendencia de que a los emprendedores canarios les resulta más natural y sencillo integrar recursos digitales durante las fases iniciales de diseño de sus modelos de negocio que incorporarlos posteriormente en estructuras empresariales ya consolidadas. Esta realidad subraya la importancia de fomentar la cultura digital en el Archipiélago desde el momento mismo de la concepción de cualquier proyecto emprendedor.

Figura 4.22. Importancia de los recursos digitales en las operaciones comerciales de las iniciativas emprendedoras en Canarias

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



Más allá de la valoración estratégica de los recursos digitales, resulta fundamental analizar cómo los emprendedores canarios están implementando diferentes canales de comunicación en sus negocios. Los datos de 2024 revelan patrones interesantes al distinguir entre emprendedores en fase incipiente (TEA) y aquellos que lideran empresas consolidadas en cuanto a la adopción y uso de herramientas digitales de comunicación.

Las redes sociales emergen como el canal más utilizado por los emprendedores en fase incipiente, con un 62% que hace uso de estas plataformas,

frente al 38% de las empresas consolidadas. Esta diferencia de 24 puntos porcentuales es la más destacada de todos los canales analizados y refleja cómo las nuevas generaciones de emprendedores reconocen el potencial de las redes sociales para construir marca, interactuar con clientes y generar comunidad en torno a sus proyectos, especialmente en las fases iniciales donde los recursos económicos disponibles para invertir en acciones comerciales suelen ser más limitados.

La página web con información también presenta una adopción notablemente superior entre los

emprendedores recientes, con un 56% que cuenta con este recurso, comparado con el 42% de las empresas consolidadas. Esta brecha de 14 puntos porcentuales sugiere que las nuevas iniciativas comprenden la importancia de tener presencia online desde el inicio, utilizando la web como escaparate fundamental de su propuesta de valor.

En el caso del email marketing, los emprendedores recientes vuelven a mostrar una mayor adopción, con un 34% que utiliza esta herramienta, frente al 22% de las empresas consolidadas. Aunque los porcentajes son menores que en otros canales, la diferencia de 12 puntos porcentuales indica que los nuevos emprendedores están más familiarizados con estrategias de marketing digital automatizado y segmentado.

Sin embargo, el patrón se invierte cuando se analiza la comunicación por email general. En este caso, las empresas consolidadas muestran un uso claramente superior, con un 65% que emplea este canal, frente al 52% de los emprendedores recientes. Esta diferencia de 13 puntos porcentuales a favor de las empresas más establecidas puede explicarse por la necesidad de utilizar canales de comunicación más formales y profesionales que surge conforme las empresas maduran, amplían su base de clientes y establecen relaciones más estructuradas con proveedores, colaboradores y otros grupos de referencia.

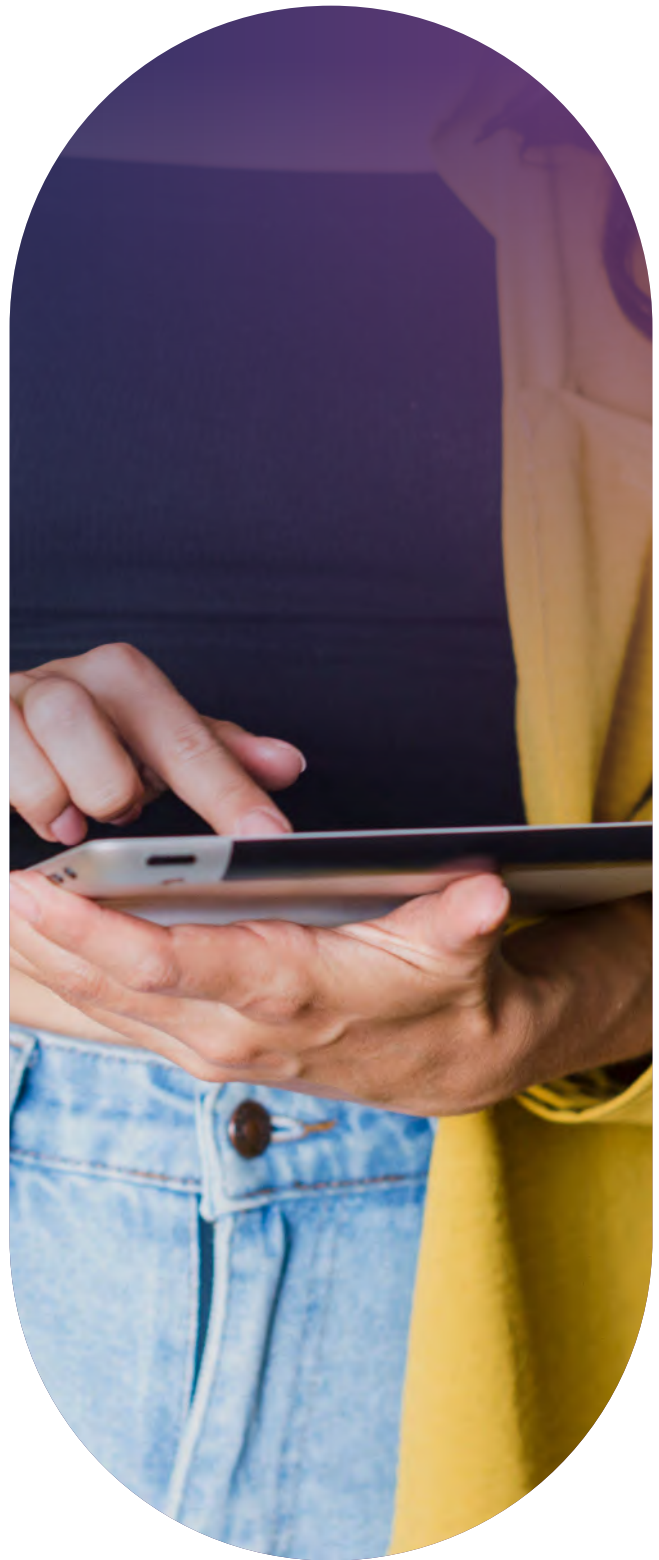
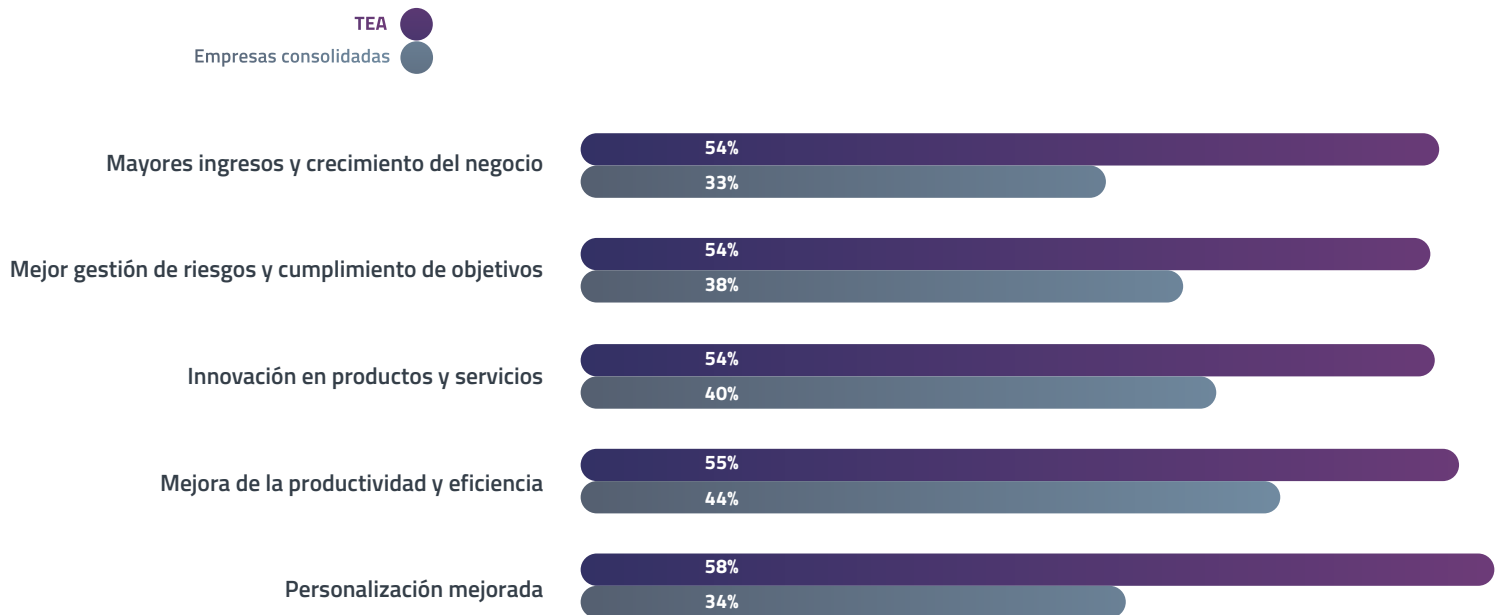


Figura 4.23. Impactos positivos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



La implementación de inteligencia artificial en las empresas no solo representa una inversión tecnológica, sino que genera impactos tangibles en múltiples dimensiones del negocio. Los datos de 2024 revelan cómo los emprendedores canarios, tanto los que se encuentran en fase incipiente como los que lideran empresas consolidadas, perciben los beneficios de incorporar la IA en sus modelos de negocio, aunque con diferencias significativas en la valoración de estos impactos. Así, la personalización mejorada emerge como el beneficio más valorado por los emprendedores recientes, con un 58% que reconoce este impacto positivo, frente al 34% de las empresas consolidadas. Esta diferencia de 24 puntos porcentuales es la más amplia de todas las dimensiones analizadas y refleja cómo las nuevas generaciones de emprendedores comprenden el potencial de la IA para adaptar productos, servicios y experiencias a las necesidades específicas de cada cliente.

La mejora de la productividad y eficiencia es reconocida por el 55% de los emprendedores en fase incipiente y por el 44% de los que lideran empresas consolidadas, con una diferencia de 11 puntos porcentuales. La IA permite automatizar tareas repetitivas, optimizar procesos operativos y liberar tiempo valioso que los emprendedores pueden dedicar a actividades de mayor valor estratégico. Este beneficio resulta especialmente relevante en las fases iniciales de un negocio, cuando los recursos humanos suelen ser limitados y la eficiencia operativa marca la diferencia entre el éxito y el fracaso.

En cuanto a la innovación en productos y servicios, el 54% de los emprendedores recientes y el 40% de las empresas consolidadas identifican este impacto positivo, con una brecha de 14 puntos porcentuales. Los emprendedores en fase incipiente parecen estar más dispuestos a explorar las oportunidades de innovación que ofrece la IA

desde el diseño inicial de sus proyectos. Por su parte, la mejor gestión de riesgos y cumplimiento de objetivos también obtiene una valoración del 54% entre los emprendedores recientes, mientras que solo el 38% de las empresas consolidadas reconoce este beneficio, lo que representa una diferencia de 16 puntos porcentuales. Esta capacidad de la IA resulta especialmente valiosa en entornos de incertidumbre como el que caracteriza a las nuevas iniciativas empresariales.

Finalmente, el 54% de los emprendedores recientes identifica mayores ingresos y crecimiento del negocio como un impacto positivo de la IA, frente al 33% de las empresas consolidadas, con una diferencia de 21 puntos porcentuales. Este dato resulta particularmente significativo, ya que vincula directamente la adopción de IA con resultados económicos tangibles. Los emprendedores en fase incipiente parecen tener más claras las conexiones entre la implementación tecnológica y el crecimiento empresarial.

De esta forma, en todas las dimensiones analizadas, los emprendedores recientes perciben mayores beneficios de la implementación de IA que las empresas consolidadas, con brechas que oscilan entre los 11 y los 24 puntos porcentuales. Esta diferencia sugiere que los nuevos emprendedores no solo adoptan la tecnología con mayor facilidad, sino que también comprenden mejor su potencial transformador.

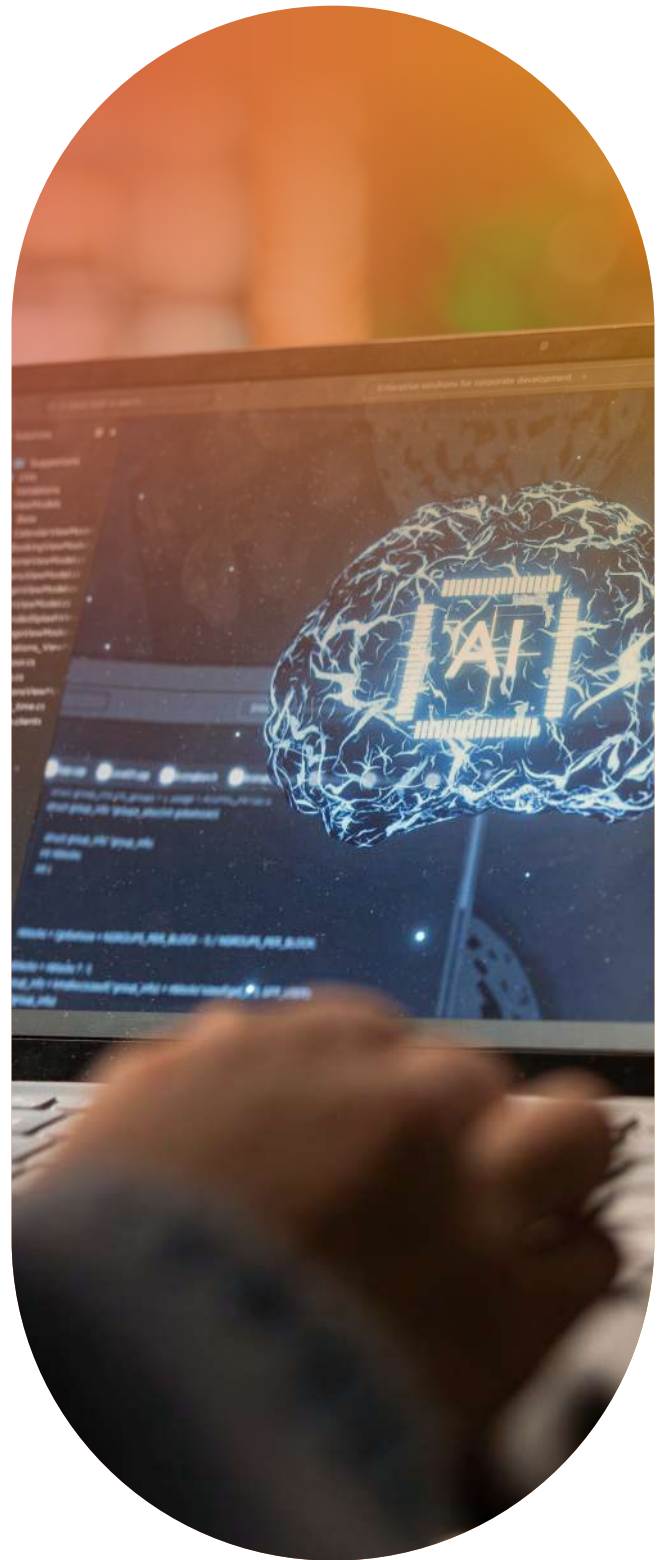
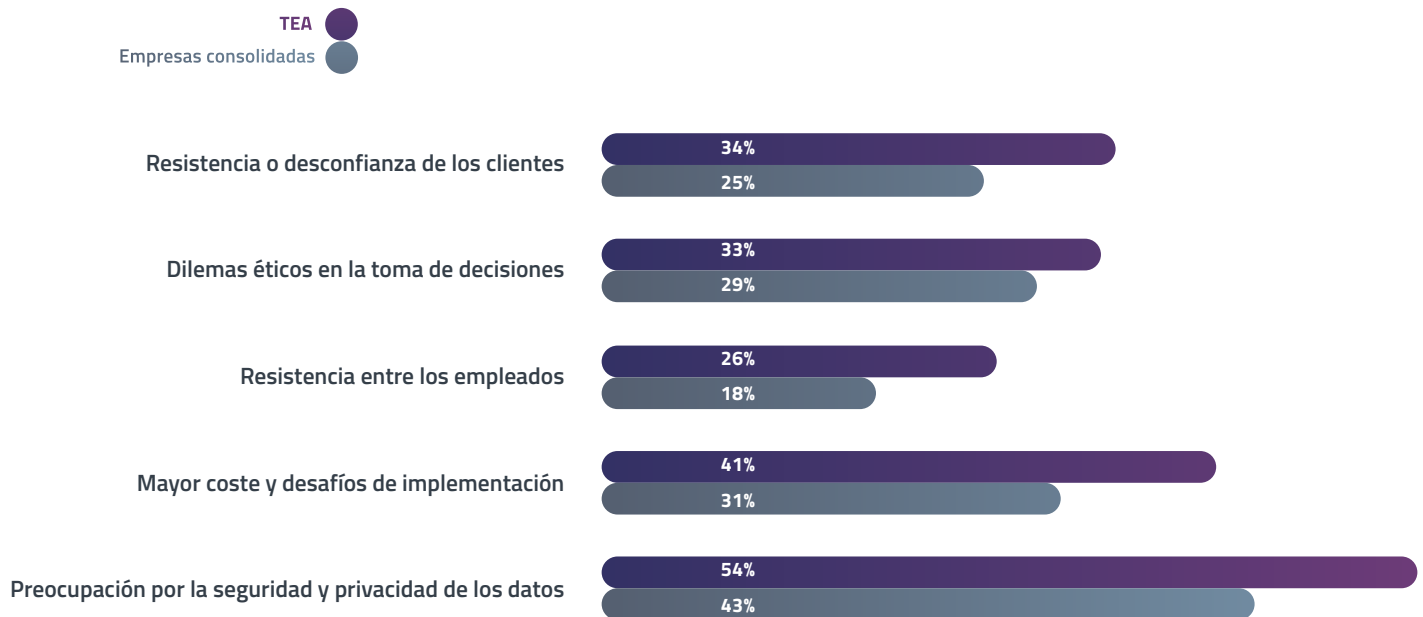


Figura 4.24. Impactos negativos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



Ahora bien, la implementación de inteligencia artificial en las empresas no está exenta de desafíos y riesgos que los emprendedores deben anticipar y gestionar adecuadamente. Los datos de 2024 revelan que los emprendedores canarios, especialmente los que se encuentran en fase incipiente, muestran una conciencia significativa sobre los potenciales impactos negativos de incorporar la IA en sus modelos de negocio, lo que resulta fundamental para una adopción tecnológica responsable y sostenible.

La preocupación por la seguridad y privacidad de los datos emerge como el principal impacto negativo identificado, con un 54% de los emprendedores TEA que reconoce este riesgo, frente al 43% de las empresas consolidadas. Esta diferencia de 11 puntos porcentuales refleja cómo las nuevas generaciones de emprendedores son especialmente conscientes de las implicaciones del manejo de datos personales en un contexto cada vez más regulado.

El mayor coste y desafíos de implementación constituye la segunda barrera más significativa, identificada por el 41% de los emprendedores en fase incipiente y el 30% de las empresas consolidadas, con una brecha de 11 puntos porcentuales. Esta preocupación resulta especialmente relevante para los emprendedores en fases iniciales, que enfrentan limitaciones presupuestarias más estrictas.

La resistencia o desconfianza de los clientes es señalada por el 34% de los emprendedores recientes y el 25% de los líderes de empresas consolidadas, con una diferencia de 9 puntos porcentuales. Este dato refleja la percepción por parte de las empresas de que no todos los clientes están preparados o dispuestos a interactuar con sistemas automatizados o a compartir sus datos con algoritmos de inteligencia artificial. Además, los dilemas éticos en la toma de decisiones son

reconocidos por el 33% de los emprendedores recientes y el 29% de las empresas consolidadas, con una diferencia más reducida, de solo 4 puntos porcentuales. Esta convergencia sugiere que la preocupación ética trasciende el grado de madurez empresarial y representa una cuestión fundamental para el ecosistema emprendedor en su conjunto.

Finalmente, la resistencia entre los empleados es identificada por el 26% de los emprendedores recientes y el 18% de los que lideran empresas consolidadas, con una diferencia de 8 puntos porcentuales. La gestión inadecuada de esta resistencia puede comprometer seriamente el éxito de cualquier proyecto de implementación de IA. Los emprendedores deben invertir en comunicación clara sobre el rol de la IA en la organización, en formación continua que desarrolle las competencias digitales del equipo, y en la creación de una cultura organizativa que vea la tecnología como una herramienta de apoyo y no como una amenaza.

En todas las dimensiones analizadas, los emprendedores recientes muestran una mayor conciencia de los impactos negativos potenciales de la IA que las empresas consolidadas, con brechas que oscilan entre los 4 y los 11 puntos porcentuales. Esta mayor sensibilidad hacia los riesgos no debe interpretarse necesariamente como un freno a la innovación, sino más bien como un indicador de madurez en el enfoque de la adopción tecnológica. Los emprendedores que anticipan estos desafíos están mejor posicionados para diseñar estrategias de implementación que los mitiguen, asegurando así que la incorporación de la IA genere valor real y sostenible para sus negocios sin comprometer aspectos críticos como la confianza del cliente, la cohesión del equipo o la integridad ética de la organización.

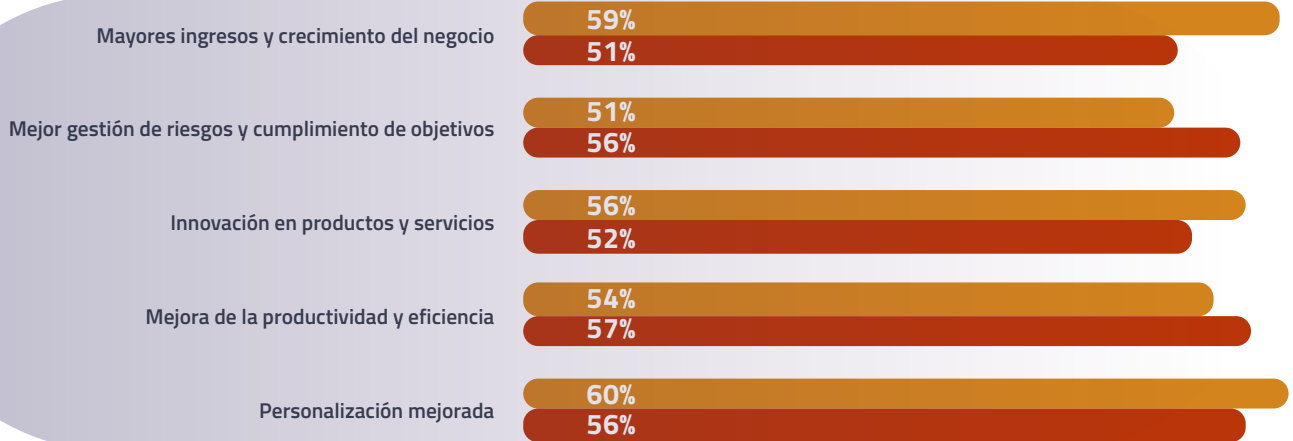


Figura 4.25. Impactos positivos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



TEA



Empresas consolidadas



El análisis de los impactos positivos de la implementación de la IA desde una perspectiva de género revela patrones diferenciados entre hombres y mujeres emprendedores en Canarias, con resultados que varían de forma importante según el grado de madurez de sus iniciativas empresariales.

Entre los emprendedores recientes, las mujeres muestran una valoración ligeramente superior a la de los hombres en la mayoría de los impactos

positivos analizados. La personalización mejorada es el beneficio más valorado por las mujeres emprendedoras, con un 60% que reconoce este impacto, frente al 56% de los hombres, una diferencia de 4 puntos porcentuales. Este dato sugiere que las emprendedoras en fase incipiente otorgan especial importancia a la capacidad de la IA para adaptar productos y servicios a las necesidades específicas de cada cliente.

El impacto en mayores ingresos y en el crecimiento del negocio también muestra una valoración superior por parte de las mujeres, con un 59% frente al 51% de los hombres, lo que representa la brecha más significativa del segmento TEA con 8 puntos porcentuales. Este dato indica que las mujeres establecen conexiones más directas entre la implementación de la IA y los resultados económicos de sus negocios.

En innovación en productos y servicios, las mujeres también superan a los hombres con un 56% frente al 52%, una diferencia de 4 puntos porcentuales. La mejora de la productividad y eficiencia muestra cifras muy cercanas, con un 54% de las mujeres y un 57% de los hombres, evidenciando una convergencia en la valoración de este beneficio. Sin embargo, en la mejor gestión de riesgos y cumplimiento de objetivos, los hombres superan ligeramente a las mujeres con un 56% frente al 51%, una diferencia de 5 puntos porcentuales, siendo el único indicador donde los hombres emprendedores TEA muestran una valoración claramente superior.

En el grupo de empresas consolidadas, los patrones de género presentan diferencias importantes que, en algunos casos, invierten la tendencia observada en los emprendedores recientes. La mejora de la productividad y eficiencia es valorada por el 43% de las mujeres y el 45% de los hombres, manteniendo una diferencia reducida de 2 puntos porcentuales. La innovación en productos y servicios muestra un 42% de valoración por parte de las mujeres frente al 39% de los hombres, con 3 puntos porcentuales a favor de las emprendedoras consolidadas.

En la mejor gestión de riesgos y cumplimiento de objetivos, las cifras son prácticamente idénticas: 37% de las mujeres frente al 38% de los hombres. El

impacto en mayores ingresos y en el crecimiento del negocio es reconocido por el 35% de las mujeres y el 32% de los hombres, con una diferencia de 3 puntos porcentuales. Aunque las mujeres mantienen una valoración ligeramente superior, ambos porcentajes son considerablemente más bajos que en el segmento de emprendedores recientes.

La personalización mejorada presenta el contraste más destacable en las empresas consolidadas: mientras el 39% de los hombres valora este beneficio, solo el 27% de las mujeres lo hace, una diferencia de 12 puntos porcentuales. Esta inversión respecto al patrón observado en emprendedores en fase incipiente resulta particularmente notable y sugiere que, en empresas más maduras, las emprendedoras pueden enfrentar mayores barreras o tener diferentes prioridades respecto a las aplicaciones de personalización de la IA.

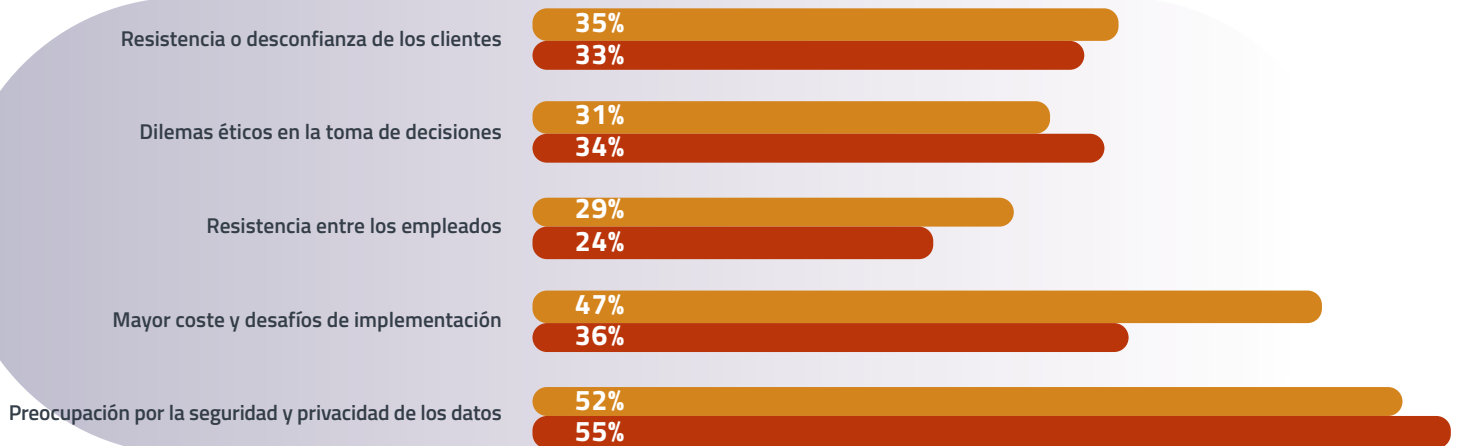
El análisis revela que mientras las mujeres emprendedoras en fases iniciales muestran una valoración igual o superior a la de los hombres en prácticamente todos los beneficios de la IA, esta ventaja perceptiva se reduce o incluso se invierte en el caso de las empresas consolidadas. Los datos evidencian que las emprendedoras más recientes tienen una visión más optimista del potencial transformador de la IA que las mujeres al frente de empresas consolidadas. Esta diferencia según el grado de madurez empresarial es más pronunciada entre las mujeres que entre los hombres, lo que sugiere que las emprendedoras diseñan sus iniciativas con una mayor integración tecnológica desde el inicio, mientras que aquellas que lideran empresas más maduras enfrentan mayores desafíos para incorporar estas tecnologías en estructuras ya establecidas.

Figura 4.26. Impactos negativos de implementar IA en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende

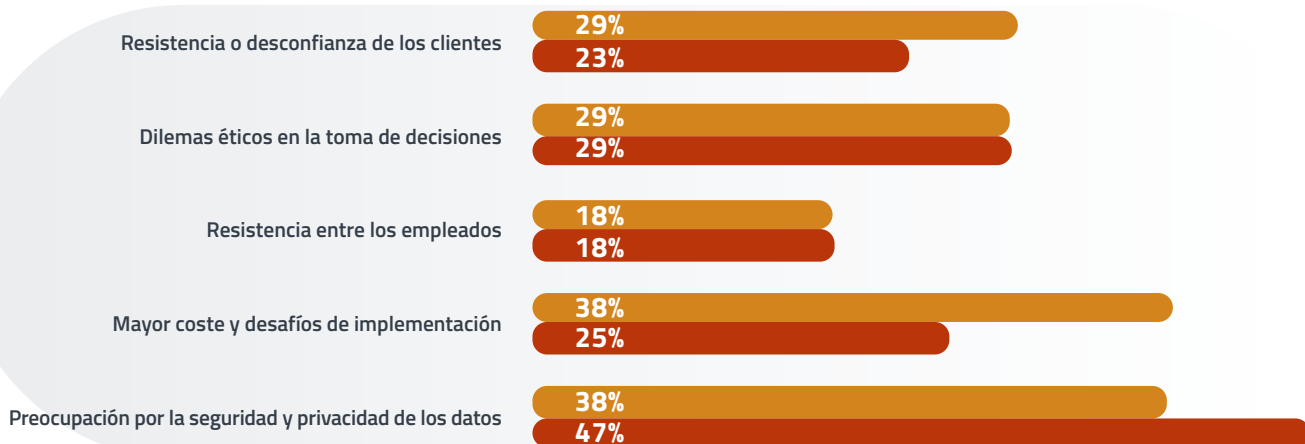
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



TEA



Empresas consolidadas



El análisis de los impactos negativos de la implementación de IA desde una perspectiva de género revela diferencias importantes en la percepción de riesgos y desafíos entre hombres y mujeres emprendedores en Canarias. A diferencia de los impactos positivos, donde las brechas de género eran moderadas, en el ámbito de las preocupaciones y barreras las diferencias resultan más pronunciadas.

Así, para los emprendedores recientes, la preocupación por la seguridad y privacidad de los datos muestra una valoración muy similar entre ambos géneros: el 52% de las mujeres y el 55% de los hombres identifican este riesgo, con apenas 3 puntos porcentuales de diferencia. Esta convergencia indica que tanto hombres como mujeres emprendedoras reconocen de manera similar lo crítico de la protección de datos en la era de la IA.

El mayor coste y desafíos de implementación presenta la brecha de género más marcada donde el 47% de las emprendedoras identifica esta barrera, frente al 36% de los hombres, representando una diferencia de 11 puntos porcentuales. Este dato sugiere que las emprendedoras enfrentan o perciben mayores dificultades para acceder a recursos financieros y técnicos necesarios para implementar soluciones de IA. Por su parte, la resistencia o desconfianza de los clientes es identificada por el 35% de las mujeres y el 33% de los hombres, con solo 2 puntos porcentuales de diferencia. Los dilemas éticos en la toma de decisiones muestran un patrón invertido en el que el 34% de los hombres identifica esta preocupación frente al 31% de las mujeres. En el caso de la resistencia entre los empleados, esta es reconocida por el 29% de las mujeres y el 24% de los hombres.

En relación con el grupo de emprendedores que lideran empresas consolidadas, la preocupación por la seguridad y la privacidad de los datos muestra un patrón diferenciado, pues el 47% de los hombres identifica este riesgo frente al 38% de las mujeres, una diferencia de 9 puntos porcentuales. Este cambio de patrón respecto a las empresas en fase incipiente sugiere que, en empresas más maduras los hombres desarrollan una mayor sensibilidad hacia los riesgos de ciberseguridad.

Por su parte, el mayor coste y los desafíos de implementación mantienen una brecha significativa, donde el 38% de las mujeres identifica esta barrera frente al 25% de los hombres. Esta es la brecha más

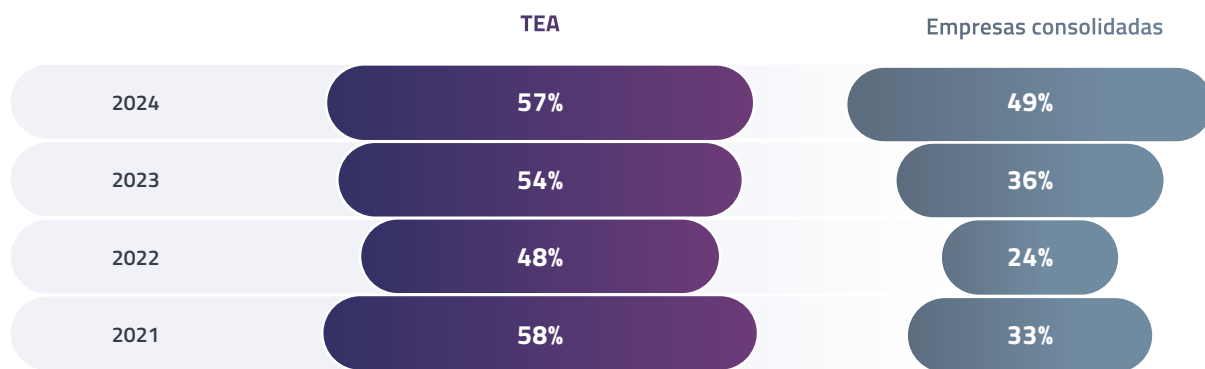
pronunciada en empresas consolidadas y sugiere que las dificultades de acceso a recursos para implementar IA no solo persisten, sino que se agudizan en empresas más maduras dirigidas por mujeres.

Finalmente, la resistencia o desconfianza de los clientes como resistencia a la IA se muestra en un 29% en mujeres y un 23% en hombres, con una diferencia de 6 puntos porcentuales. Sin embargo, los dilemas éticos en la toma de decisiones y la resistencia entre los empleados presentan convergencias perfectas: el 29% y el 18% respectivamente, sin diferencias de género, lo que sugiere que en empresas más maduras estos aspectos se gestionan de manera similar independientemente del género del líder.

Algunas reflexiones finales sobre la brecha de género en esta materia nos llevan a observar que esta es más pronunciada en la percepción de los impactos negativos que en el caso de los impactos positivos. La barrera económica emerge como el factor diferencial más determinante desde una perspectiva de género. Tanto en emprendedoras en fase incipiente como en empresas consolidadas, las mujeres reportan mayores preocupaciones sobre costes y dificultades de implementación.

4.8.2. Expectativas de digitalización

Figura 4.27. Evolución de las expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2021-2024
Fuente: GEM Canarias - APS (2021-2024)



El análisis de la evolución temporal en las expectativas de adopción de tecnologías digitales permite comprender cómo ha cambiado la percepción de los emprendedores canarios sobre la importancia de la digitalización en sus modelos de negocio durante el período 2021-2024, justo tras la pandemia. Los datos revelan tendencias diferenciadas entre emprendedores recientes y empresas consolidadas.

En cuanto a los primeros, los emprendedores en fase inicial muestran una evolución caracterizada por fluctuaciones significativas. En 2021, el 58% de los emprendedores en fase incipiente consideraba prioritaria la adopción de tecnologías digitales, un porcentaje elevado que reflejaba el impulso digitalizador acelerado por la pandemia de COVID-19. En 2022 se produce un descenso notable

hasta el 48%, una caída de 10 puntos porcentuales que podría explicarse por la normalización postpandémica, el descubrimiento de los costes reales de implementación digital o una recalibración de expectativas.

Para 2024, los datos muestran una recuperación hasta el 57%, prácticamente equiparándose con los niveles del año 2021. Este rebote indica que, más allá de la urgencia generada por la pandemia, los emprendedores canarios han interiorizado la importancia estructural de la digitalización como factor competitivo quizá alimentada también, entre otros factores, por la creciente demanda por parte de las administraciones públicas para que las relaciones con esta instancia se lleven a cabo de forma digital. La estabilización en niveles cercanos al 60% sugiere

que la adopción de tecnologías digitales se ha consolidado como un componente fundamental en el diseño de nuevos modelos de negocio.

Por su parte, para los líderes de empresas consolidadas, encontramos un patrón radicalmente diferente. En 2021, solo el 33% de estas empresas priorizaba la adopción de tecnologías digitales, un porcentaje considerablemente inferior al de los emprendedores en fase incipiente. Esta brecha de 25 puntos porcentuales refleja las mayores dificultades de las organizaciones establecidas para transformar digitalmente estructuras ya consolidadas.

En 2022, el porcentaje cae hasta el 24%, un descenso de 9 puntos porcentuales que sitúa a las empresas consolidadas en su punto más bajo del período. Los costes de transformación digital, la resistencia al cambio y las prioridades de corto plazo pueden haber contribuido a este retroceso.

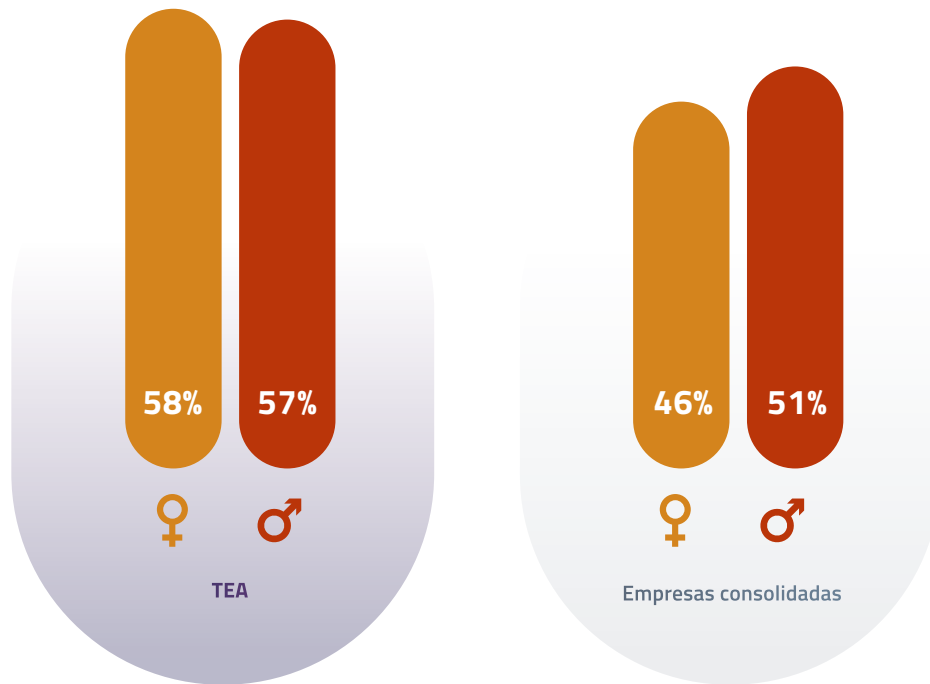
El cambio más relevante se produce en 2024, cuando las empresas consolidadas alcanzan el 49%, un incremento de 25 puntos porcentuales respecto a 2022. Este salto representa casi una duplicación del porcentaje y constituye la variación más destacada observada en todo el período analizado. Este dato sugiere que las empresas consolidadas canarias han experimentado un proceso de transformación acelerada, posiblemente impulsado por la maduración de soluciones tecnológicas más accesibles, la presión competitiva o el reconocimiento de que la digitalización ya no es opcional sino imperativa.

El análisis realizado revela que existe una tendencia a la convergencia en el sector empresarial. En 2021, existía una brecha de 25 puntos porcentuales entre emprendedores en fase incipiente (58%) y empresas consolidadas (33%) que mantuvo en 2022 en 24

puntos porcentuales (48% vs 24%). Sin embargo, en 2024 la brecha se reduce drásticamente a solo 8 puntos porcentuales (57% vs 49%), la más estrecha del período analizado. Esta convergencia sugiere que el ecosistema emprendedor canario está experimentando una homogeneización en la percepción de la importancia digital. Además, el hecho de que las empresas consolidadas hayan realizado el mayor esfuerzo de ajuste indica una transformación cultural significativa en el tejido empresarial canario. No obstante, resulta preocupante que, incluso en 2024, más del 40% de los emprendedores recientes y cerca del 50% de las empresas consolidadas aún no consideren prioritaria la adopción de tecnologías digitales. Estos porcentajes apuntan a que existe un grupo considerable del ecosistema emprendedor que podría estar quedando rezagado en la transformación digital, lo que plantea desafíos importantes de competitividad futura y evidencia la necesidad de intensificar las políticas de apoyo a la digitalización empresarial.

Figura 4.28. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según el sexo de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



El análisis de las expectativas de adopción de tecnologías digitales desde una perspectiva de género revela patrones diferenciados entre hombres y mujeres emprendedores en Canarias, con brechas que varían según el grado de madurez de sus iniciativas empresariales.

De esta forma, entre los emprendedores recientes, las expectativas de adopción digital muestran una convergencia entre géneros. El 58% de las mujeres emprendedoras considera prioritaria la incorporación de tecnologías digitales en su proceso

emprendedor, frente al 57% de los hombres, una diferencia apenas perceptible. Esta paridad indica que las nuevas generaciones de emprendedores canarios, independientemente de su género, comparten una visión común sobre la importancia estratégica de la digitalización. Los datos evidencian que las emprendedoras canarias están adoptando la tecnología con el mismo nivel de prioridad que sus homólogos masculinos, diseñando desde el inicio modelos de negocio que integran recursos digitales como componentes estructurales.

Por su parte, y en el segmento de empresas consolidadas, el panorama presenta diferencias más marcadas. El 51% de los hombres al frente de empresas establecidas prioriza la adopción de tecnologías digitales, frente al 46% de las mujeres, una brecha de 5 puntos porcentuales. Aunque esta diferencia no resulta muy elevada, sí sugiere que las emprendedoras que lideran empresas más maduras enfrentan diferentes condiciones o desafíos para incorporar la digitalización en sus organizaciones. Es notable que, en ambos grupos de empresas consolidadas, los porcentajes de adopción digital son inferiores a los observados en emprendedores recientes (51% y 46% vs 57% y 58%), confirmando el patrón ya identificado de que resulta más sencillo incorporar tecnologías digitales durante el diseño inicial de modelos de negocio que en fases posteriores de madurez empresarial.

En conjunto, el análisis revela que la brecha de género en expectativas de adopción digital es prácticamente inexistente en emprendedores recientes (1 punto porcentual), pero se amplía en empresas consolidadas (5 puntos porcentuales). Esta divergencia sugiere que las nuevas generaciones de emprendedoras están en una posición más equilibrada respecto a sus homólogos masculinos en términos de priorización de la digitalización.

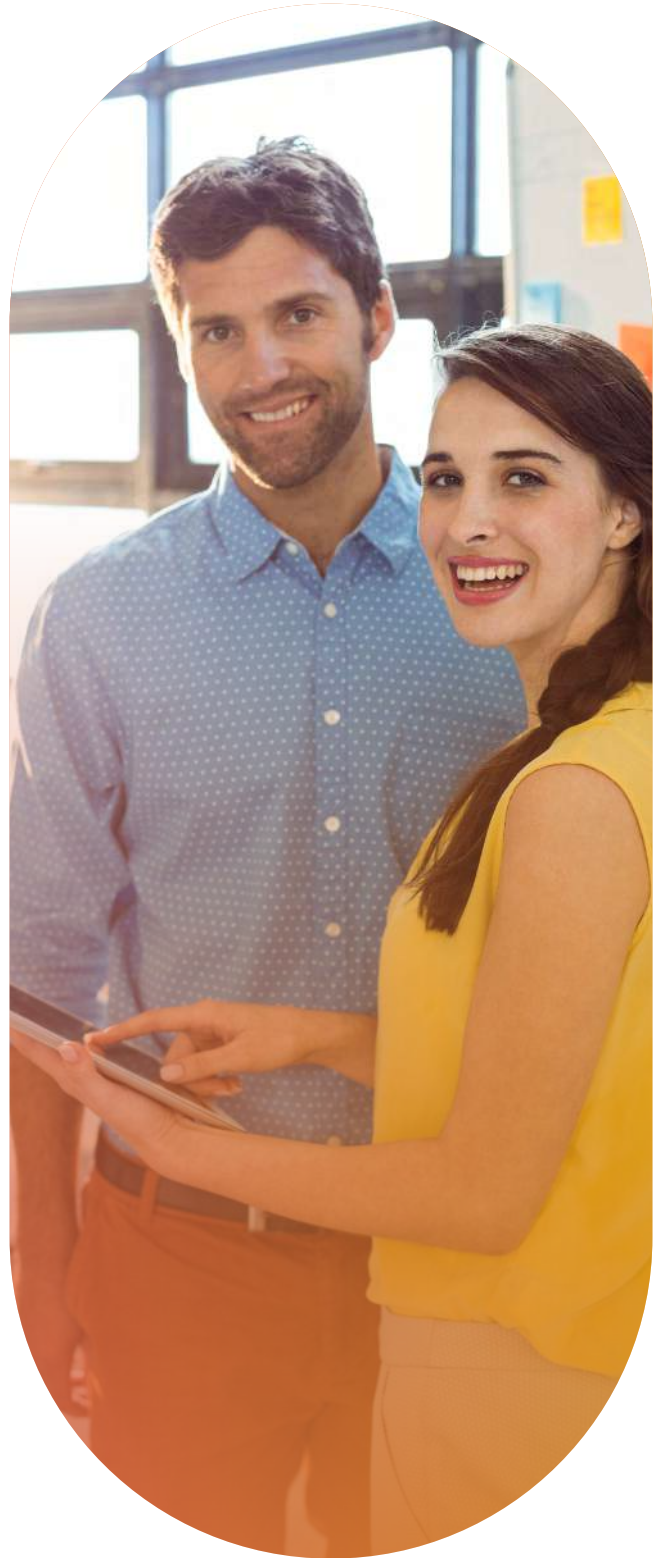
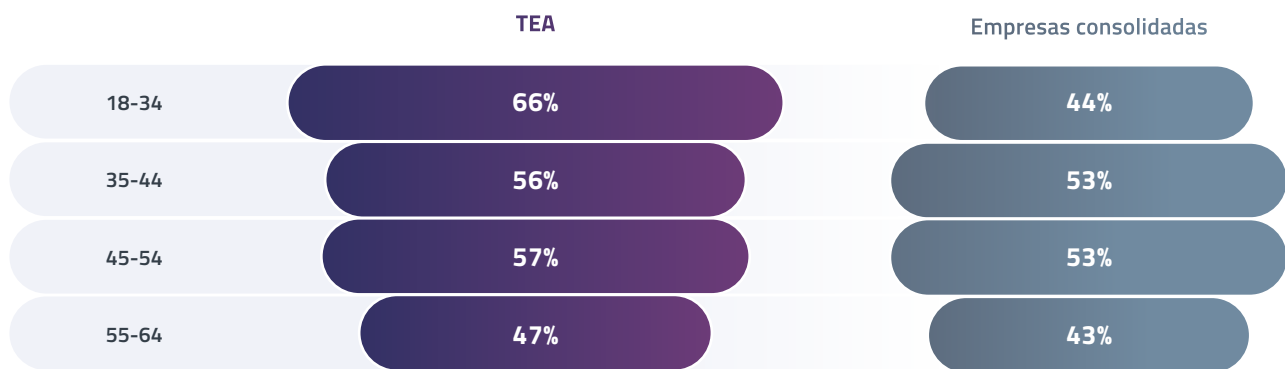


Figura 4.29. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según la edad de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



El análisis de las expectativas de adopción de tecnologías digitales según la edad de la persona que emprende revela patrones generacionales significativos en el ecosistema emprendedor canario, con tendencias que varían notablemente según el grado de madurez de sus iniciativas empresariales. En el caso de iniciativas en fase incipiente, se observa una clara relación inversa entre edad y expectativas de adopción digital. Las personas más jóvenes, de 18 a 34 años, lideran con un 66% la visión que considera prioritaria la incorporación de tecnologías digitales. Este dato refleja que el segmento de los más jóvenes integra naturalmente la tecnología como componente fundamental de sus modelos de negocio desde el diseño inicial. En el grupo de 35 a 44 años se muestra un 56% en pro de esta visión, una caída de 10 puntos porcentuales respecto al grupo más joven. Finalmente, el segmento de 45 a 54 años

presenta un 57%, prácticamente idéntico al anterior, lo que sugiere una estabilización en las expectativas digitales en los rangos de edad intermedios. Ahora bien, el descenso más pronunciado se observa en el grupo de 55 a 64 años, donde solo el 47% prioriza la adopción digital, una cifra 19 puntos porcentuales inferior al grupo más joven. Esta brecha generacional refleja diferentes contextos formativos y aproximaciones a la tecnología.

Por su parte, en el segmento de empresas consolidadas, los patrones según la edad presentan características distintivas. El grupo de 18 a 34 años muestra un 44% de adopción digital, el porcentaje más bajo de todos los grupos de edad en este segmento. Este dato contrasta marcadamente con el liderazgo que este mismo grupo exhibe en emprendedores en fase incipiente (66%), una diferencia de 22 puntos

porcentuales. Los grupos de 35 a 44 años y de 45 a 54 años muestran una convergencia perfecta con un 53% cada uno, representando los porcentajes más altos en empresas consolidadas. Esta cifra supera incluso al grupo más joven, sugiriendo que, en empresas más maduras, la experiencia empresarial y los recursos acumulados pueden compensar las diferencias generacionales. Finalmente, el grupo de 55 a 64 años presenta un 43%, apenas un punto porcentual por debajo del grupo más joven. Esta relativa homogeneidad contrasta con la marcada diferenciación observada en emprendedores recientes.

De esta forma, el análisis revela dos hallazgos fundamentales. En iniciativas en fase incipiente existe una clara brecha generacional, con los más jóvenes liderando la adopción digital (66%) y los mayores mostrando menor priorización (47%). En empresas consolidadas la relación se invierte parcialmente, siendo los grupos de edad media (35-54 años) los que muestran las mayores expectativas digitales (53%), mientras que tanto jóvenes (44%) como mayores (43%) presentan porcentajes similares y más bajos.

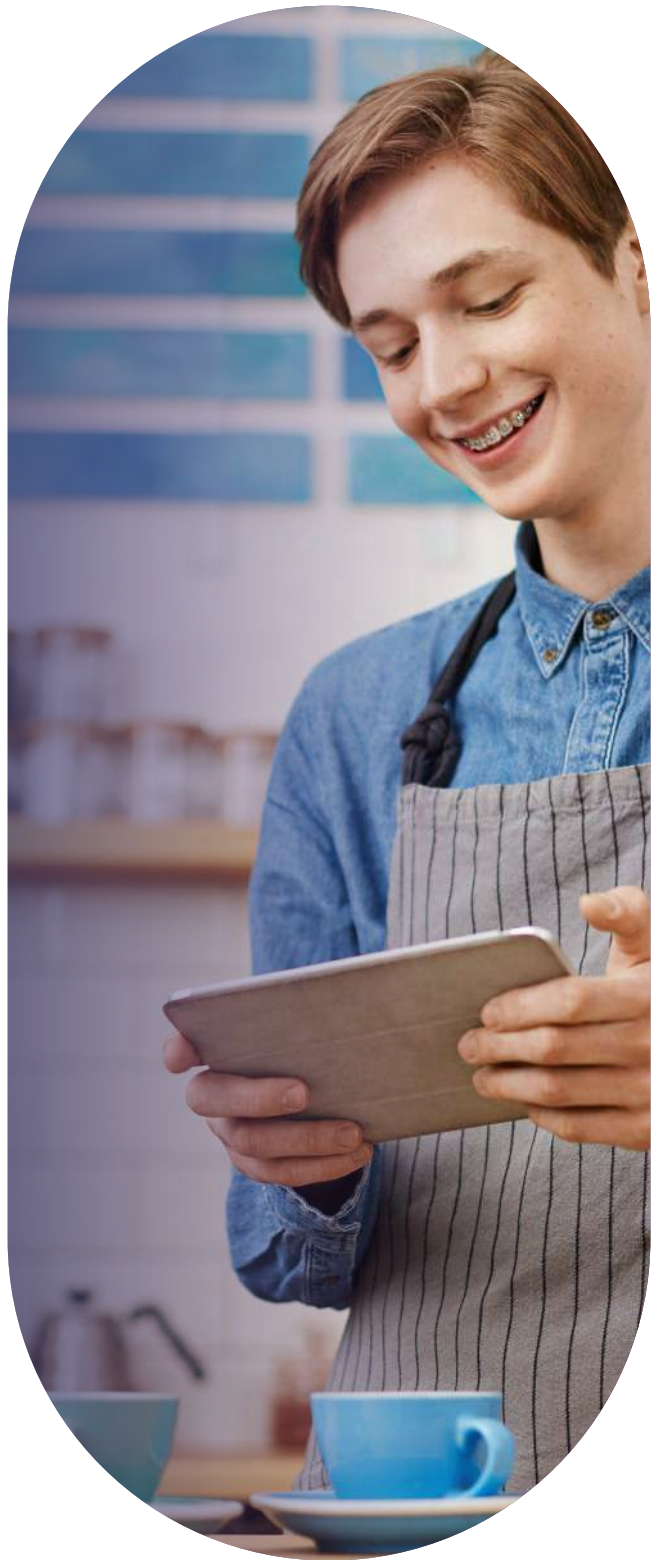
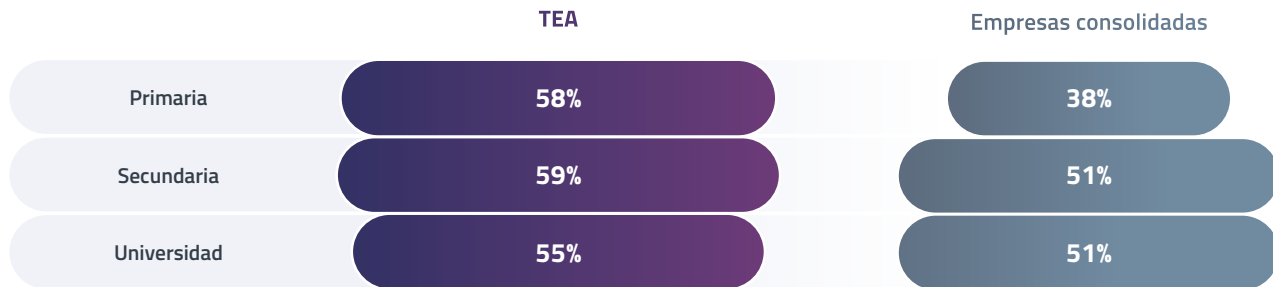


Figura 4.30. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según el nivel educativo de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



El análisis de las expectativas de adopción de tecnologías digitales según el nivel educativo de la persona que emprende revela patrones que difieren de lo que cabría esperar, mostrando dinámicas distintas entre emprendedores recientes y empresas consolidadas. Para los primeros, los datos evidencian una convergencia entre los diferentes niveles educativos. Las personas que emprenden con formación en educación secundaria muestran la mayor priorización digital con un 59%, seguidas muy de cerca por aquellos con educación primaria (58%), y universitaria (55%). Las diferencias entre los tres grupos son mínimas, oscilando apenas entre 3 y 4 puntos porcentuales.

Esta convergencia resulta especialmente significativa porque contradice el supuesto habitual de que la educación superior impulsa necesariamente una mayor adopción tecnológica. Los datos sugieren que, en la fase inicial del emprendimiento, la conciencia sobre la importancia de las tecnologías digitales es transversal a todos los niveles educativos. Los

emprendedores canarios, independientemente de su formación académica, reconocen por igual la necesidad de incorporar recursos digitales en sus modelos de negocio desde el inicio.

En cambio, en el grupo de empresas consolidadas, el panorama presenta diferencias más marcadas. Los emprendedores con educación primaria muestran un 38% de priorización digital, significativamente inferior a los otros dos grupos. En contraste, tanto los emprendedores con educación secundaria como los universitarios presentan un 51% cada uno. La brecha de 13 puntos porcentuales entre el nivel educativo primario y los otros dos niveles sugiere que, en empresas más maduras, el nivel formativo puede influir en la capacidad o disposición para implementar transformaciones digitales. Esta diferencia contrasta marcadamente con la homogeneidad observada en emprendedores recientes, donde los tres niveles educativos mostraban porcentajes prácticamente idénticos.

En conjunto, el análisis sugiere que, en iniciativas en fase incipiente, el nivel educativo no es un factor diferenciador en las expectativas de adopción digital (variación de solo 4 puntos porcentuales), mientras que en empresas consolidadas sí emerge una brecha vinculada al nivel formativo (13 puntos porcentuales entre primaria y secundaria/universidad). La convergencia entre educación secundaria y universitaria en empresas consolidadas sugiere que, más allá de cierto umbral formativo, el nivel educativo superior no aporta ventajas adicionales en términos de priorización digital. Sin embargo, la brecha del nivel de educación primaria indica que podría existir un efecto umbral donde la formación básica ya completada facilita los procesos de transformación digital en empresas establecidas.

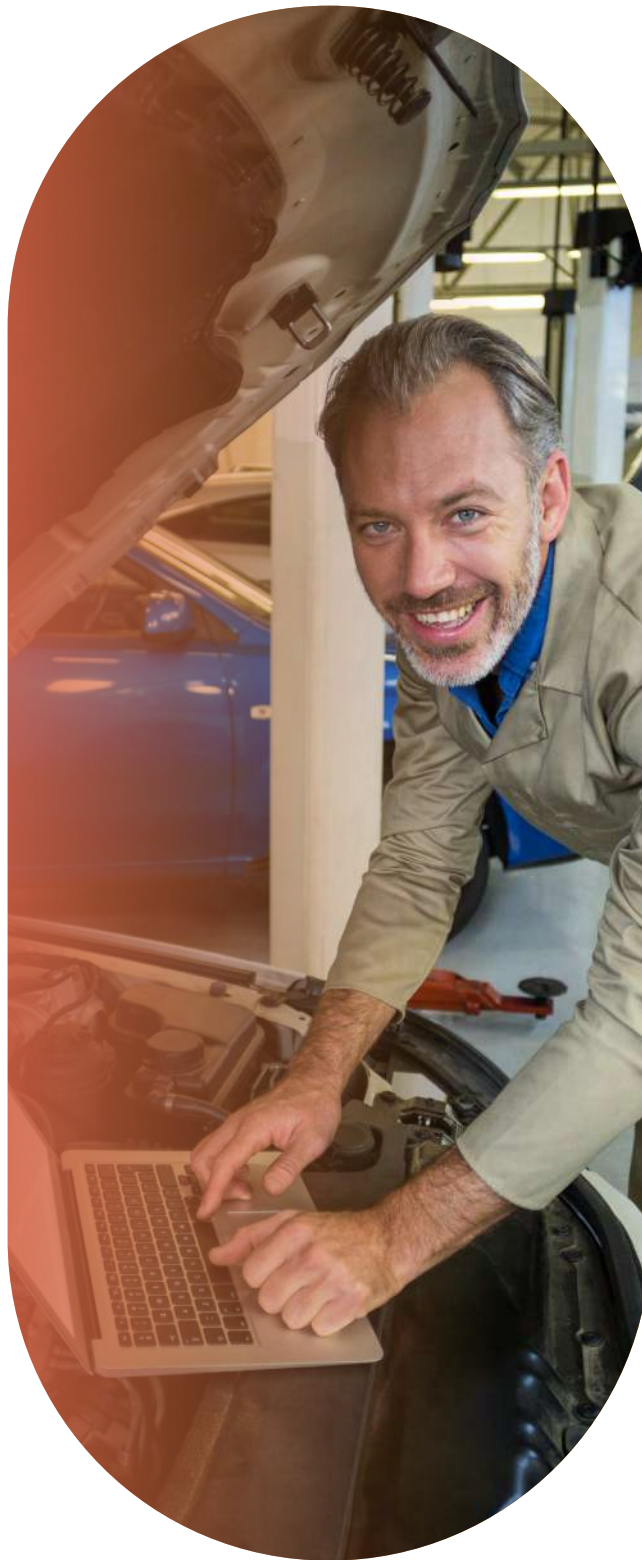
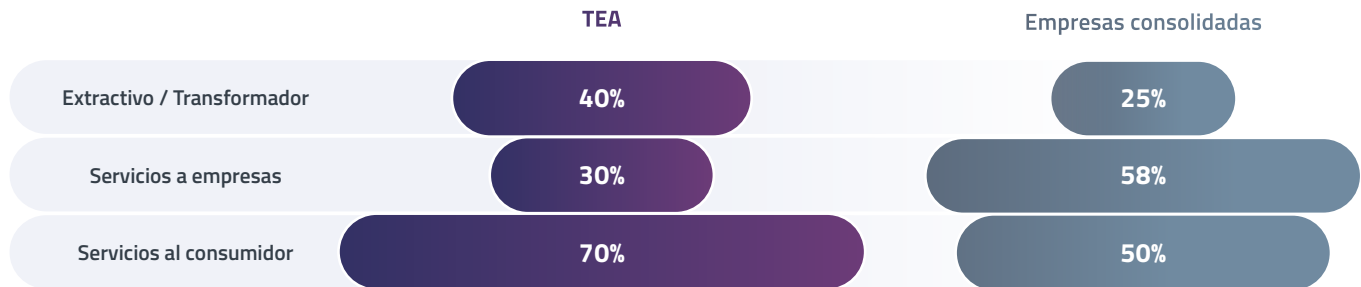


Figura 4.31. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según sector de actividad

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



Las expectativas de adopción de tecnologías digitales varían considerablemente según el sector de actividad de las iniciativas emprendedoras. Los distintos ámbitos empresariales presentan prioridades digitales marcadamente diferentes, reflejando las particularidades de cada modelo de negocio y las necesidades específicas de cada mercado.

Así, entre las iniciativas recientes, el sector de Servicios al consumidor lidera claramente, con un 70%, el que considera prioritaria la adopción de tecnologías digitales. Este porcentaje es notablemente superior al de otros sectores y refleja la importancia crítica que la digitalización tiene en negocios orientados al consumidor final. El sector Extractivo/transformador muestra un 40% de priorización digital, 30 puntos porcentuales por debajo del sector de Servicios al consumidor. Este porcentaje intermedio sugiere que, aunque reconocen la importancia de la tecnología, sus modelos de negocio pueden tener componentes físicos y operativos que relativizan el peso de lo puramente digital. Sorprendentemente,

el Sector de servicios a empresas presenta el porcentaje más bajo con solo un 30%, una cifra que contrasta con la expectativa habitual de que los negocios B2B orientados a servicios profesionales tenderían a una mayor digitalización. Esta brecha de 40 puntos porcentuales respecto al sector de Servicios al consumidor sugiere que las iniciativas B2B pueden priorizar otros aspectos como las relaciones personales, la reputación o la experiencia especializada sobre las herramientas digitales en sus fases iniciales.

En cuanto al grupo de empresas consolidadas, los patrones sectoriales se modifican sustancialmente. El sector de Servicios a empresas experimenta el cambio más importante, pasando del 30% de las iniciativas recientes al 58% en empresas consolidadas, un incremento de 28 puntos porcentuales. Este salto representa la variación más destacada entre todos los sectores y sugiere que, conforme maduran las empresas, los negocios B2B descubren y priorizan la digitalización como herramienta fundamental para la gestión, la eficiencia operativa y la prestación de

servicios profesionales. En el sector de Servicios al consumidor se muestra un 50% en empresas consolidadas, manteniéndose en niveles elevados, pero experimentando un descenso de 20 puntos porcentuales respecto a las iniciativas recientes. Por su parte, el sector Extractivo/transformador presenta un 25% de priorización digital en empresas consolidadas, el porcentaje más bajo entre los tres sectores analizados en este segmento, con un descenso de 15 puntos porcentuales respecto a las iniciativas en fase incipiente.

De esta forma, las iniciativas recientes en los Servicios al consumidor lideran claramente la priorización digital (70%), mientras que en empresas consolidadas son los Servicios a empresas los que presentan el mayor porcentaje (58%) en esta percepción. Esta inversión de prioridades refleja diferentes trayectorias de maduración digital según el sector. Para los negocios orientados al consumidor, la digitalización es una prioridad desde el inicio, aunque disminuye conforme la empresa se consolida. Para los servicios a empresas, la digitalización cobra mayor importancia conforme la empresa madura y necesita herramientas más sofisticadas de gestión y prestación de servicios. El sector Extractivo/transformador muestra los niveles más bajos de priorización digital en ambas fases, sugiriendo que los modelos de negocio industriales enfrentan desafíos específicos para la transformación digital.

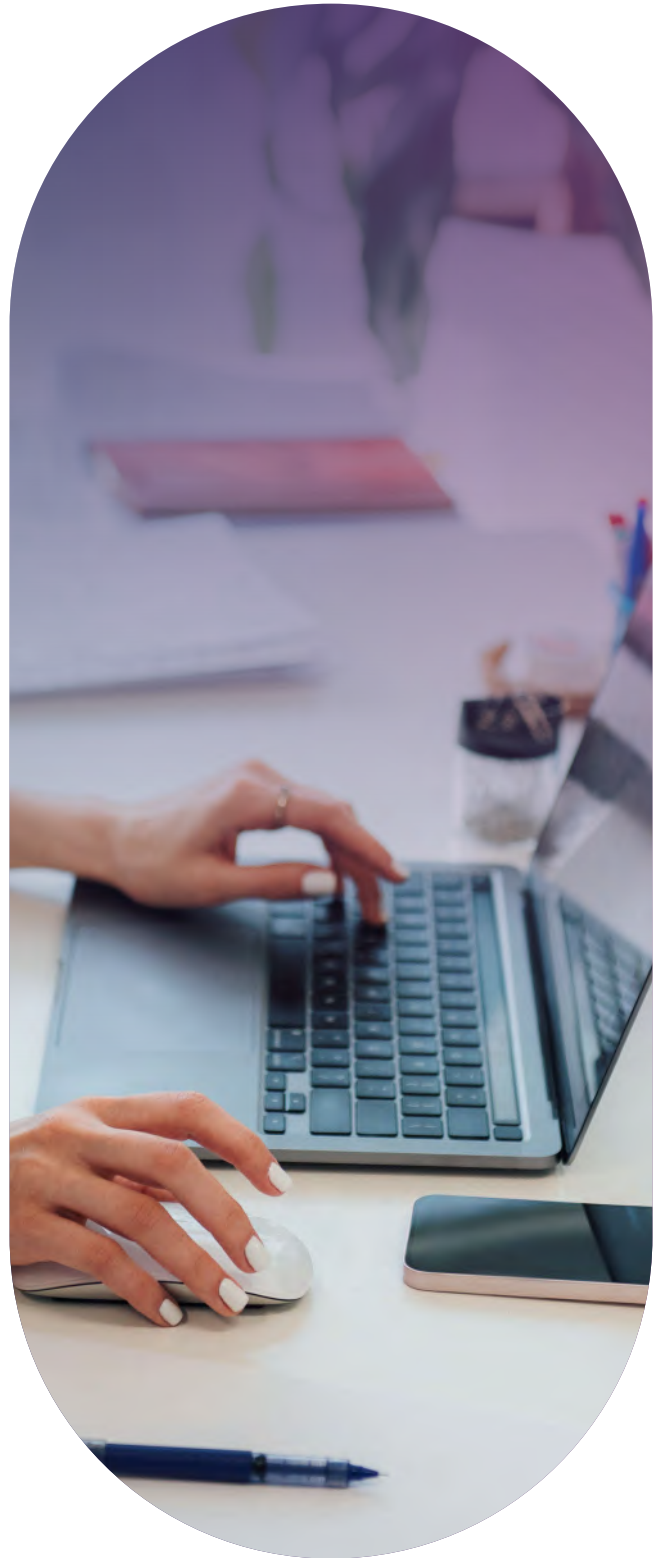
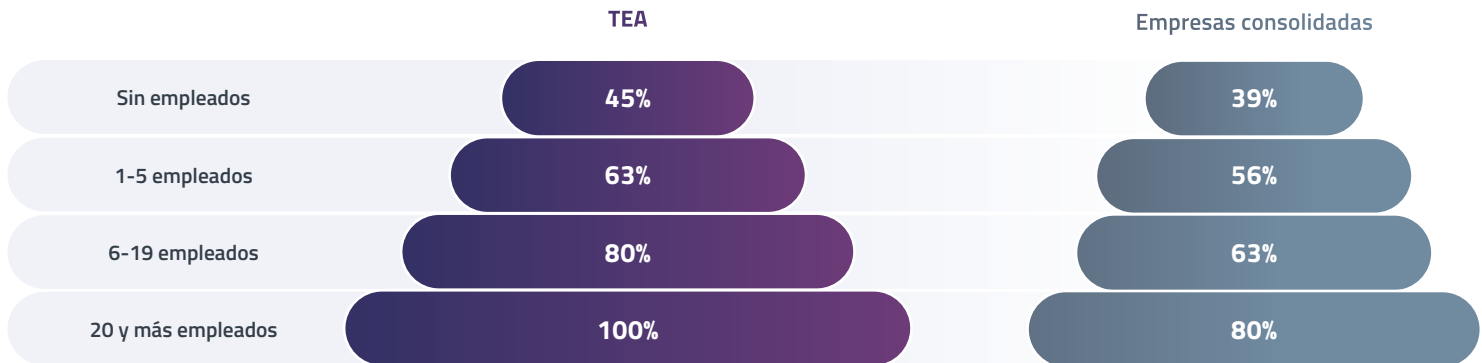


Figura 4.32. Expectativas de adopción de tecnologías digitales en las iniciativas emprendedoras en Canarias según número de empleados

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



El análisis de las expectativas de adopción de tecnologías digitales según el tamaño de las iniciativas emprendedoras, medido por número de empleados, revela una relación directa y consistente entre el tamaño de la organización y la priorización de la digitalización, tanto en iniciativas recientes como en empresas consolidadas. Para los primeros, se observa una progresión ascendente clara conforme aumenta el tamaño de la empresa. Las iniciativas sin empleados muestran un 45% de priorización digital, que aumenta hasta el 63% en el segmento de 1 a 5 empleados (un salto de 18 puntos porcentuales). Las iniciativas con 6 a 19 empleados alcanzan el 80%, y el dato más notable corresponde a las iniciativas con 20 o más empleados, donde el 100% prioriza la adopción digital, indicando que la digitalización se percibe como absolutamente imprescindible en organizaciones de este tamaño.

empleados muestran un 39%, el segmento de 1 a 5 empleados presenta un 56%, y las de 6 a 19 empleados alcanzan el 63%. Esta última cifra representa la brecha más amplia (17 puntos) respecto a iniciativas de fase incipiente de similar tamaño. Las empresas consolidadas con 20 o más empleados llegan al 80%, 20 puntos por debajo del 100% observado en iniciativas en fase incipiente del mismo tamaño.

En empresas consolidadas se replica el patrón ascendente, aunque con porcentajes sistemáticamente inferiores. Las empresas sin

Implicaciones para las políticas de apoyo a la digitalización emprendedora

El análisis multidimensional de las expectativas de adopción de tecnologías digitales en el ecosistema emprendedor canario revela la necesidad de diseñar políticas de apoyo diferenciadas que atiendan las características específicas de distintos colectivos y momentos del ciclo empresarial. La brecha más significativa se observa entre iniciativas recientes y empresas consolidadas. Aunque ambos grupos muestran convergencia hacia la digitalización, las empresas establecidas requieren programas específicos de transformación digital que faciliten la integración de nuevas herramientas en organizaciones con estructuras y procesos ya consolidados.

Desde la perspectiva de género, mientras las emprendedoras en fase inicial muestran paridad con los hombres, persisten brechas en empresas consolidadas. Las políticas deben abordar específicamente las necesidades de las emprendedoras consolidadas, facilitando su acceso a recursos y conocimientos para la transformación digital.

Las iniciativas lideradas por mayores de 55 años presentan los niveles más bajos de priorización digital, con brechas de hasta 19 puntos porcentuales. Este colectivo necesita programas de apoyo adaptados que consideren sus contextos formativos y experiencias profesionales específicas, facilitando su transición hacia la economía digital. Además, el nivel educativo es relevante en empresas consolidadas, donde los emprendedores con educación primaria muestran brechas de 13 puntos porcentuales, lo que llama a la necesidad de establecer programas que faciliten su acceso a la digitalización considerando sus perfiles formativos específicos.

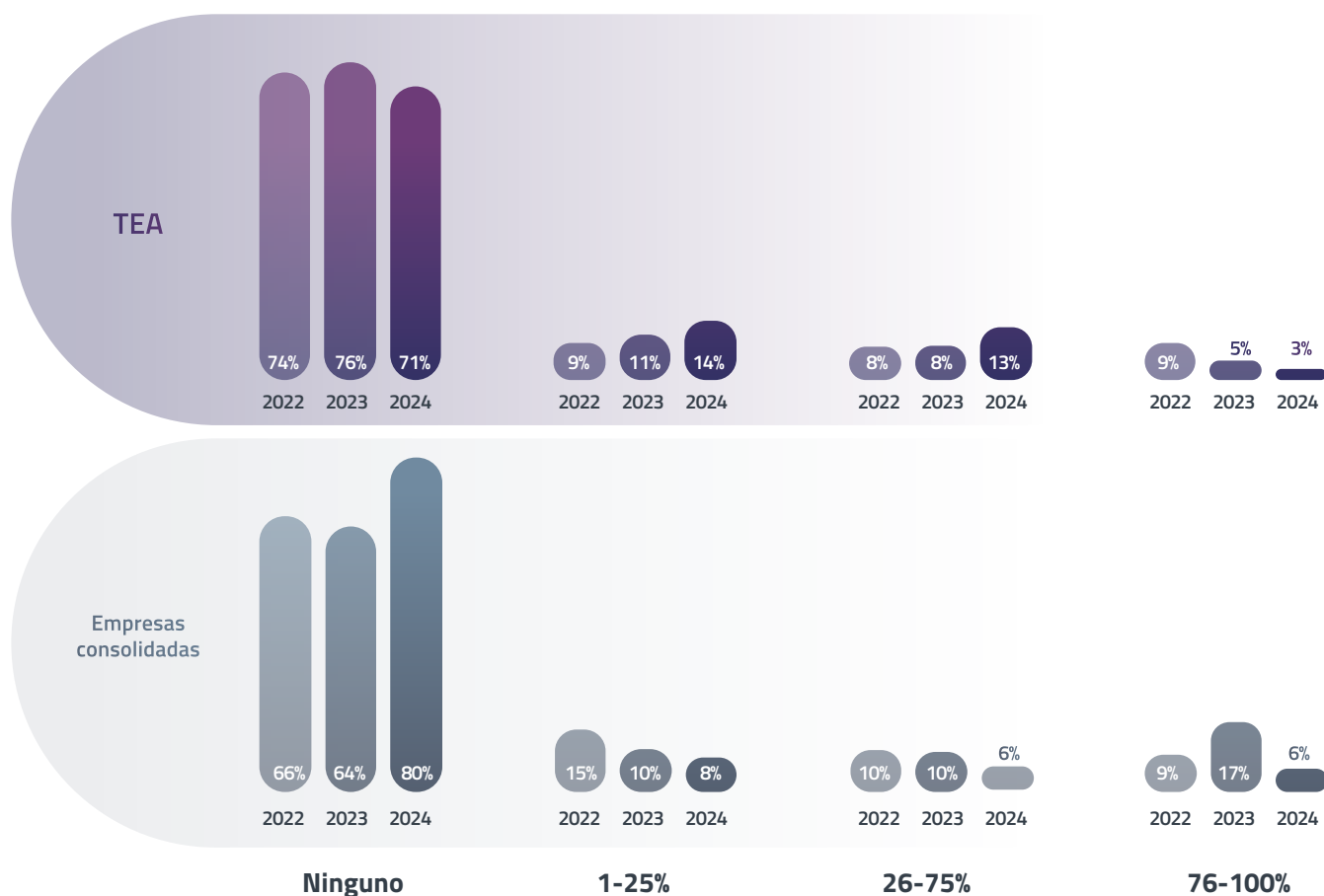
Las diferencias sectoriales demandan enfoques definidos. El sector Extractivo/transformador, con los niveles más bajos de adopción digital, necesita soluciones tecnológicas adaptadas a sus particularidades operativas. Los Servicios al consumidor, por su parte, requieren apoyo en presencia online y canales digitales de comercialización, mientras que los servicios a empresas en fase consolidada necesitan facilitar su transformación digital, especialmente intensa en la etapa de madurez.

Finalmente, el tamaño de la empresa marca diferencias cruciales. Las microempresas y autoempleados, especialmente en empresas consolidadas, son los segmentos con menor priorización digital. Así, las políticas deben ofrecer soluciones adaptadas que consideren sus limitaciones de recursos y escalas de capacidad específicas.

En conjunto, estos hallazgos evidencian que una política efectiva de digitalización emprendedora no puede ser uniforme, sino que debe incorporar la diversidad del tejido empresarial canario mediante instrumentos flexibles y adaptados a las realidades específicas de cada colectivo emprendedor, especialmente en el ámbito sectorial.

4.9. Orientación internacional

Figura 4.33. Evolución de la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias, 2022-24
Fuente: GEM Canarias - APS (2022-2024)



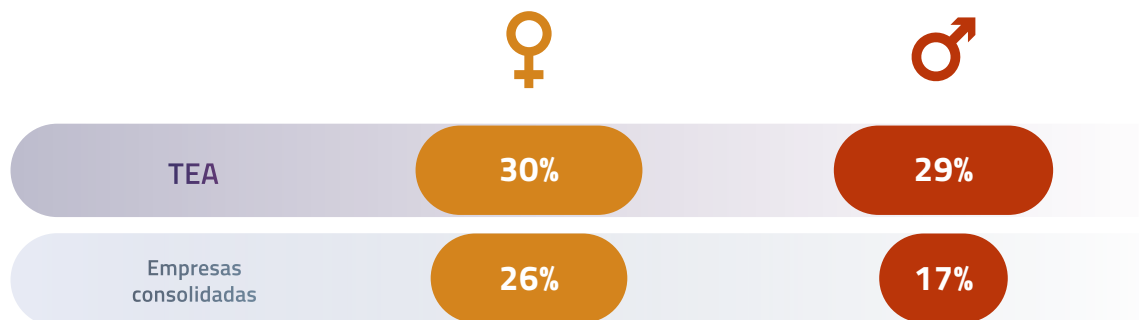
La mayoría de las personas al frente de empresas tanto en fase incipiente como consolidada, declara no tener actividad internacional, aunque las nuevas empresas muestran de forma clara una mayor orientación al mercado internacional que las ya establecidas. En los tramos de 1–25% y 26–75% de ingresos de procedencia internacional con respecto a la cifra de negocios total, las empresas con menos de

3,5 años mantienen porcentajes superiores en todos los años considerados: en 2024 alcanzan el 14% y el 13%, frente al 8% y 6% de las consolidadas. Incluso en el tramo del 76–100% de ingresos internacionales en relación con sus ingresos totales, aunque ambas categorías presentan valores reducidos, las empresas emergentes solo muestran un retroceso puntual en 2024, mientras que las consolidadas

experimentan variaciones más pronunciadas. Por el contrario, las empresas consolidadas concentran un porcentaje significativamente mayor sin ninguna actividad internacional, llegando al 80% en 2024 frente al 71% de las iniciativas en fase incipiente. En conjunto, los datos reflejan que las iniciativas emprendedoras recientes mantienen una actitud más abierta hacia los mercados internacionales que las empresas ya establecidas, demostrando una mayor disposición a internacionalizarse desde fases tempranas.

Figura 4.34. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

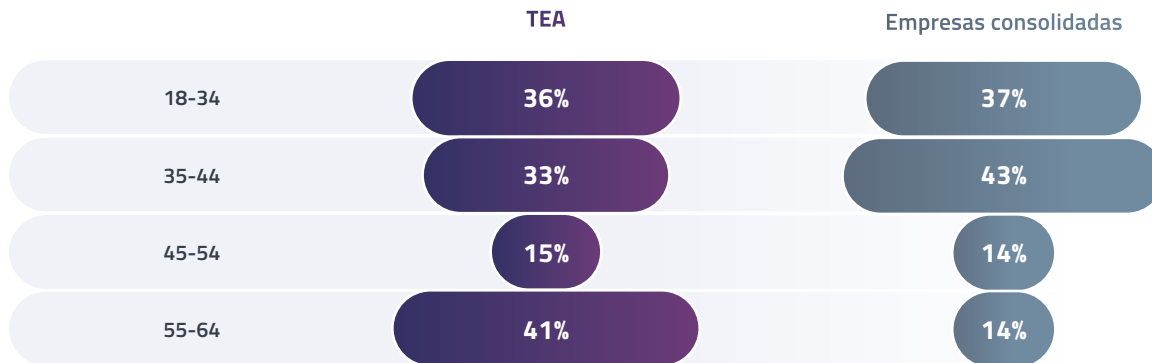


En 2024 se observa que la orientación internacional presenta diferencias por sexo según la etapa en que se encuentre la iniciativa empresarial, destacando nuevamente que las empresas en fase incipiente (TEA) muestran una mayor proyección exterior que las consolidadas. Entre las iniciativas emprendedoras en fase reciente, tanto las lideradas por hombres como por mujeres exhiben niveles similares de internacionalización (29% y 30% respectivamente), lo que indica una participación equilibrada en la actividad

exterior. En cambio, en las empresas consolidadas la orientación internacional es claramente menor y, además, más desigual: solo el 17% de las masculinas presenta actividad internacional, frente al 26% de las femeninas. En conjunto, los datos reflejan que en las iniciativas emprendedoras recientes no se aprecian brechas de género significativas, a diferencia de lo que ocurre en las empresas ya establecidas.

Figura 4.35. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la edad de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

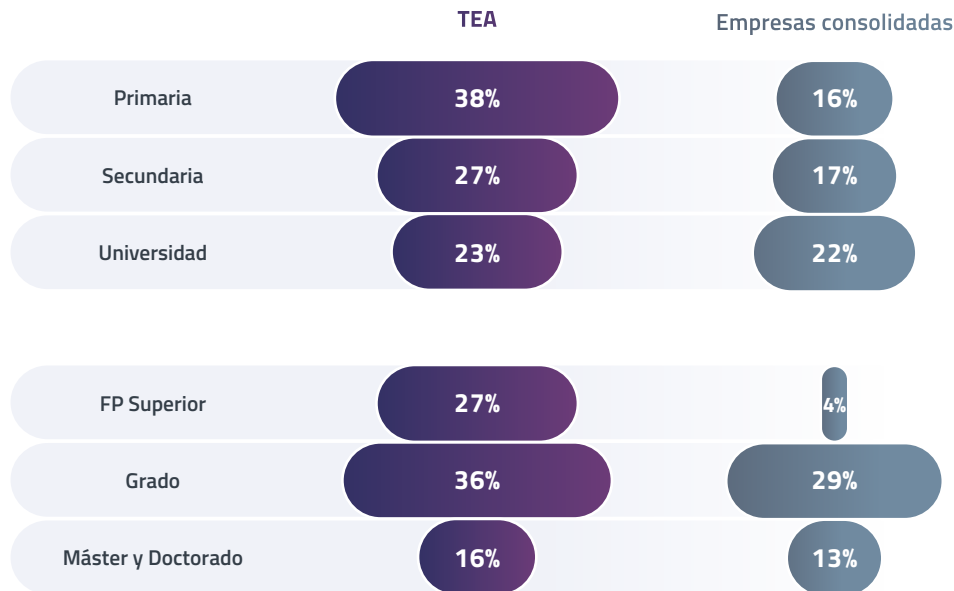


Los emprendedores en fase incipiente declaran una orientación internacional más concentrada en los extremos de edad: las fundadas por jóvenes de 18 a 34 años registran un 36% de orientación internacional y las de 55 a 64 años alcanzan incluso un 41%, el valor más alto de entre todos los tramos. En cambio, las empresas consolidadas presentan un perfil internacional más marcado en las edades centrales, especialmente entre los 35 y 44 años, donde la orientación internacional llega al 43%, superando ampliamente a las empresas recientes del mismo grupo. En los rangos de 45 a 54 años ambas tipologías exhiben niveles similares (15% en las empresas recientes y 14% en las consolidadas). En conjunto, los datos indican que la internacionalización en las empresas de nueva creación se asocia más con fundadores muy jóvenes o mayores, mientras que en las consolidadas predomina entre emprendedores de mediana edad.



Figura 4.36. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias según el nivel educativo de la persona que emprende

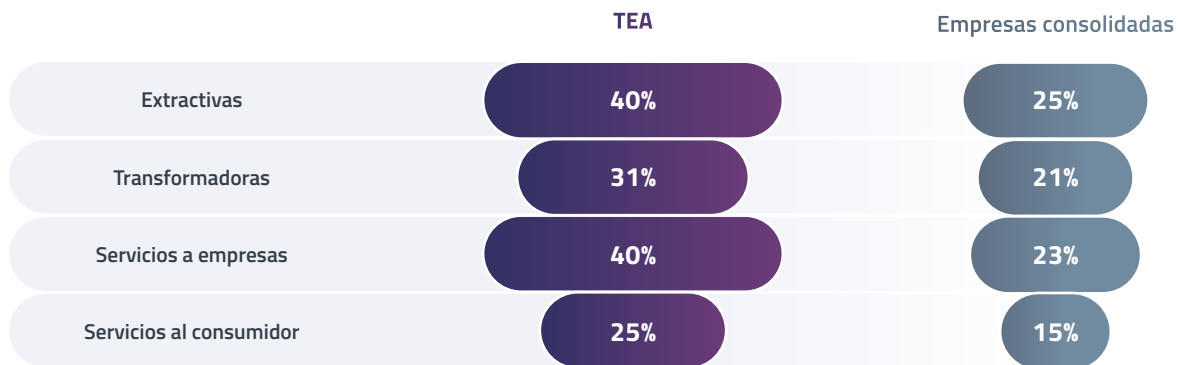
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



Al comparar la orientación internacional según los distintos niveles educativos, se aprecia que las empresas recientes presentan una propensión más alta y heterogénea hacia los mercados internacionales, mientras que las empresas consolidadas muestran una pauta más estable y generalmente más baja. Los emprendedores recientes alcanzan su mayor orientación internacional cuando presentan educación primaria (38%), decreciendo con los de secundaria (27%) y con los de estudios de educación superior (23%), mientras que en las empresas consolidadas la internacionalización es baja y apenas varía entre los fundadores con educación primaria (16%) y secundaria (17%), aumentando ligeramente en los que poseen estudios universitarios (22%). En los niveles superiores sucede algo similar: las nuevas empresas

siguen mostrando valores elevados, especialmente en Formación Profesional Superior (27%) y en grado universitario (36%), aunque descienden en máster y doctorado (16%). En cambio, las empresas consolidadas muestran cifras considerablemente menores en FP Superior (4%), moderadas en grado (29%) y algo más bajas en posgrado (13%).

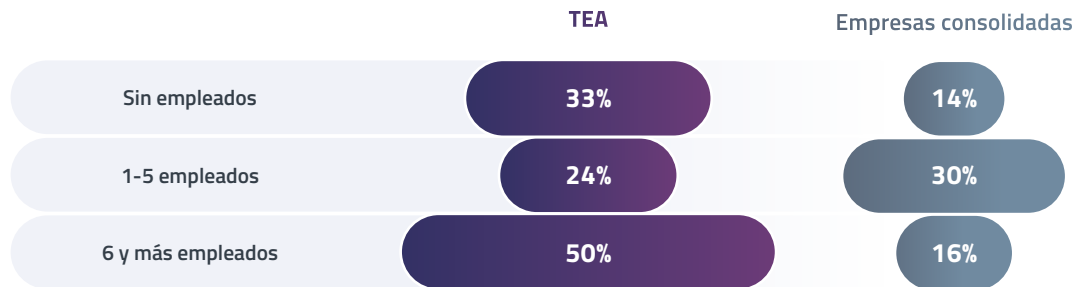
Figura 4.37. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias por sector de actividad
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



La comparación de la orientación internacional por sector muestra que las empresas de reciente creación destacan sistemáticamente por niveles más altos que las empresas consolidadas, aunque con diferencias relevantes según la actividad. Así, en las empresas con menos de 3,5 años de vida, los sectores Extractivo y de Servicios a empresas exhiben las cifras más elevadas (40% en ambos casos) de orientación internacional, seguidos por las de actividad Transformadoras (31%) y, en último lugar, los Servicios al consumidor (25%). Las empresas consolidadas, por su parte, mantienen niveles más reducidos en todos los sectores: 25% en extractivas, 21% en transformadoras, 23% en servicios a empresas y apenas 15% en servicios al consumidor. En conjunto, los datos indican que la internacionalización temprana está más ligada a sectores con mayor proyección exterior — extractivas y servicios especializados— mientras que, en las empresas consolidadas, la orientación internacional es más moderada y homogénea, con una brecha persistente respecto a las iniciativas más recientes en cada ámbito sectorial.



Figura 4.38. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras en Canarias por número de empleados
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



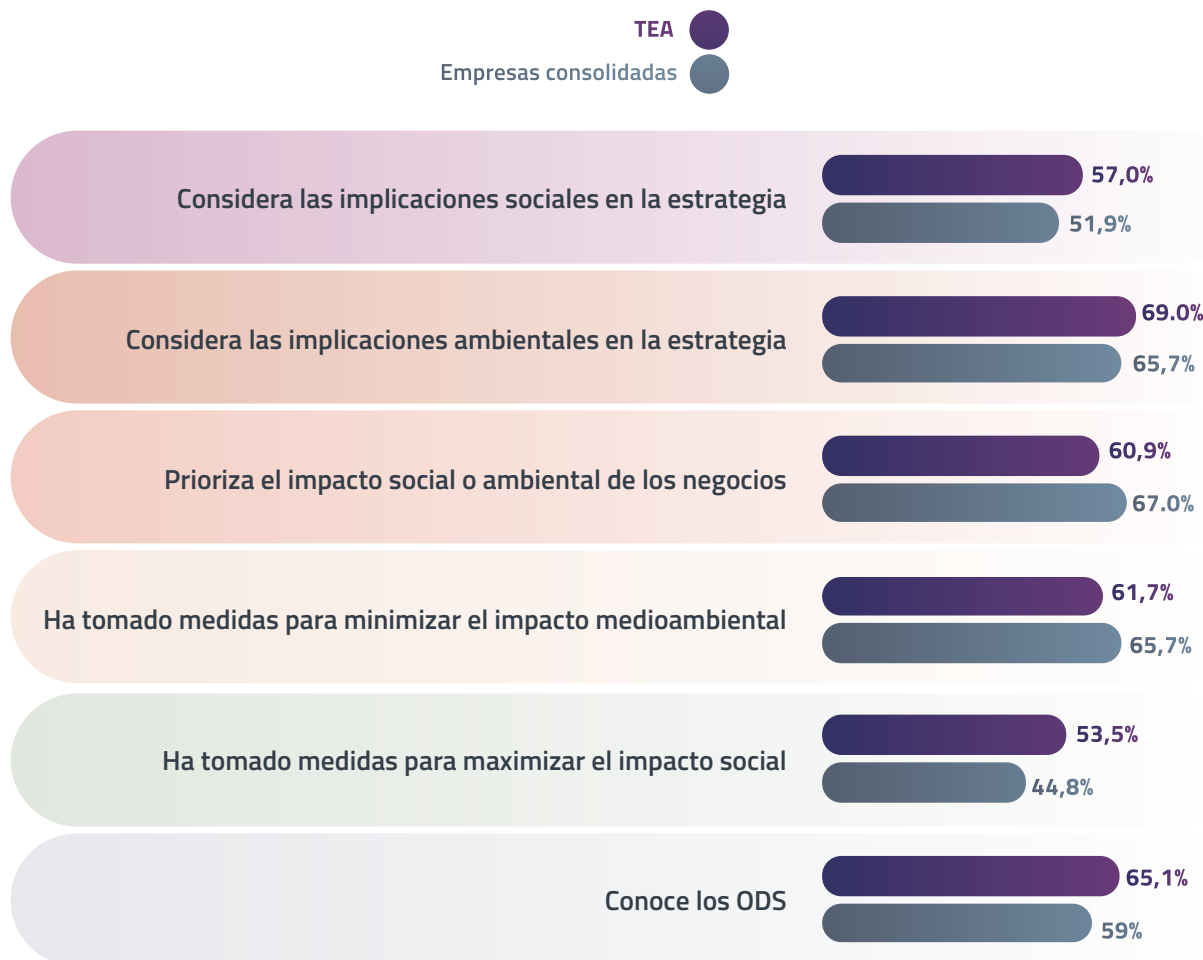
Al analizar la orientación internacional según el tamaño de la empresa teniendo en cuenta su número de empleados, se observa un patrón diferenciado entre las empresas en fase incipiente y las consolidadas. En las empresas de reciente creación, la internacionalización es más intensa en las firmas más grandes (el 50% en aquellas con 6 o más empleados tienen actividad internacional), mientras que las microempresas sin empleados presentan un nivel del 33% y las de 1 a 5 empleados apenas alcanzan el 24%. Por el contrario, en las empresas consolidadas, la orientación internacional no sigue la misma lógica: las microempresas sin empleados muestran un bajo nivel de internacionalización (14%), las de 1 a 5 empleados aumentan hasta el 30%, y sorprendentemente las más grandes caen a solo el 16%. En conjunto, estos datos sugieren que en las nuevas empresas el tamaño mayor favorece la proyección internacional, mientras que en las empresas consolidadas la relación entre tamaño e internacionalización es menos clara.



4.10. Orientación a la sostenibilidad

Figura 4.39. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



En Canarias, más de la mitad de las iniciativas empresariales muestran interés por el impacto social y medioambiental en sus negocios. Cuando se trata de incorporar la sostenibilidad en la estrategia, el 69% de los emprendedores recientes (TEA) considera las implicaciones sociales, frente al 65,7% de las empresas consolidadas. En cuanto a las implicaciones ambientales, el 60,9% de los que

se estrenan en la actividad emprendedora las tiene en cuenta, mientras que este porcentaje asciende al 67% en las empresas consolidadas. Además, seis de cada diez emprendedores en fase incipiente (61,7%) han tomado medidas para minimizar el impacto medioambiental, cifra ligeramente inferior al 65,7% de las empresas consolidadas.

En relación con las acciones para maximizar el impacto social, son más frecuentes entre los emprendedores recientes. Así, el 53,5% ha implementado medidas concretas, frente al 44,8% de las empresas consolidadas. Finalmente, el 65,1% de los emprendedores en fase inicial y el 59% de las empresas consolidadas conocen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS),

lo que refleja una creciente conciencia sobre la importancia de integrar estas metas en la gestión empresarial. Este porcentaje representa un aumento significativo frente al año anterior, cuando solo el 40,8% de los emprendedores recientes y el 28,3% de las empresas consolidadas conocían los ODS, evidenciando un avance sustancial en la sensibilización hacia la sostenibilidad.

Figura 4.40. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sexo de la persona que emprende
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

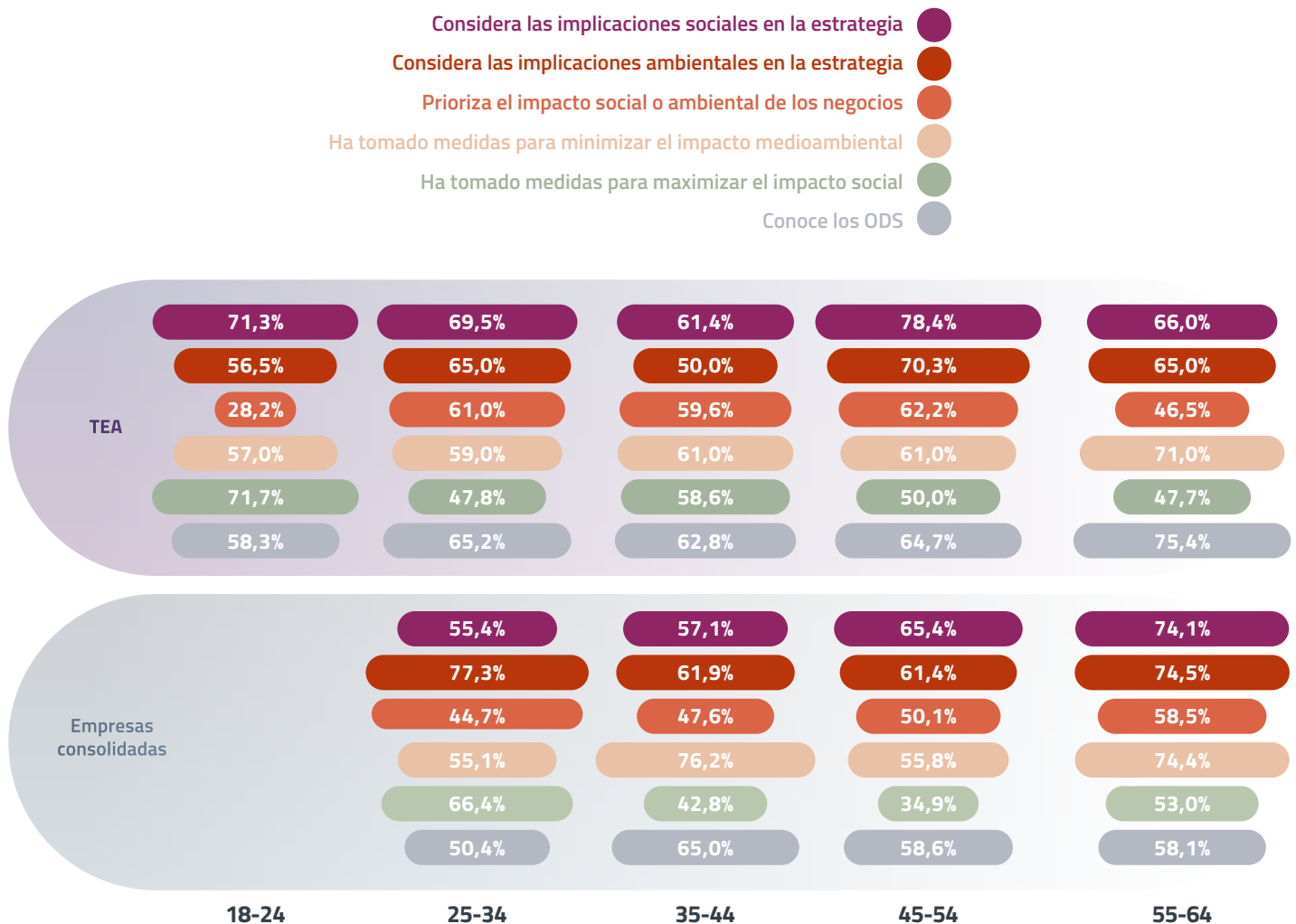


Las emprendedoras en fase incipiente muestran un nivel muy alto en la consideración de las implicaciones sociales en la estrategia (78,3%), superando claramente a los hombres (61,8%). Esto indica una mayor sensibilidad hacia el impacto

social en la gestión por parte de las emprendedoras. En empresas consolidadas, los hombres lideran en la toma de medidas para minimizar el impacto medioambiental (71,2%), frente al 57,1% en mujeres.

Figura 4.41. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función de la edad de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

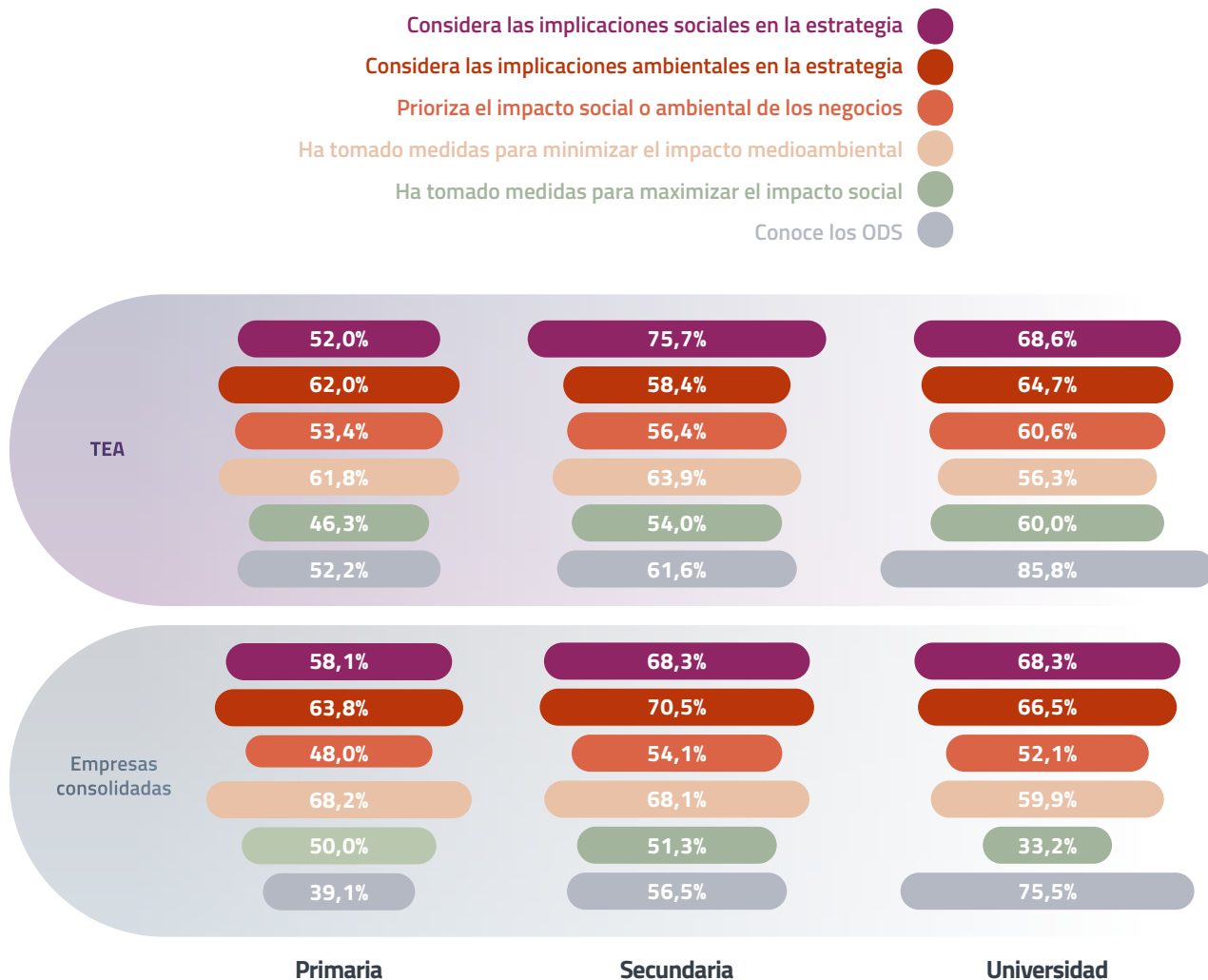


Entre los emprendedores recientes se observa que la mayoría considera las implicaciones sociales y ambientales en su estrategia, siendo el grupo de 45 a 54 años el más comprometido (78,4% en implicaciones sociales y 70,3% en ambientales). El conocimiento de los ODS aumenta con la edad, alcanzando su punto más alto en los mayores de 55 años (75,4%). En las empresas consolidadas, por su parte, el grupo 55-64 años lidera al considerar las

implicaciones sociales (74,1%) y ambientales (74,5%) en la estrategia, y también en priorizar el impacto social o ambiental (58,5%) de los negocios. En comparación con el año anterior, en 2023 el grupo de 18-24 años de las empresas consolidadas alcanzó el 100% en la adopción de medidas para minimizar el impacto medioambiental, mientras que en 2024 el valor más alto fue del 76,2%, evidenciando una disminución significativa en este factor.

Figura 4.42. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del nivel educativo de la persona que emprende

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)

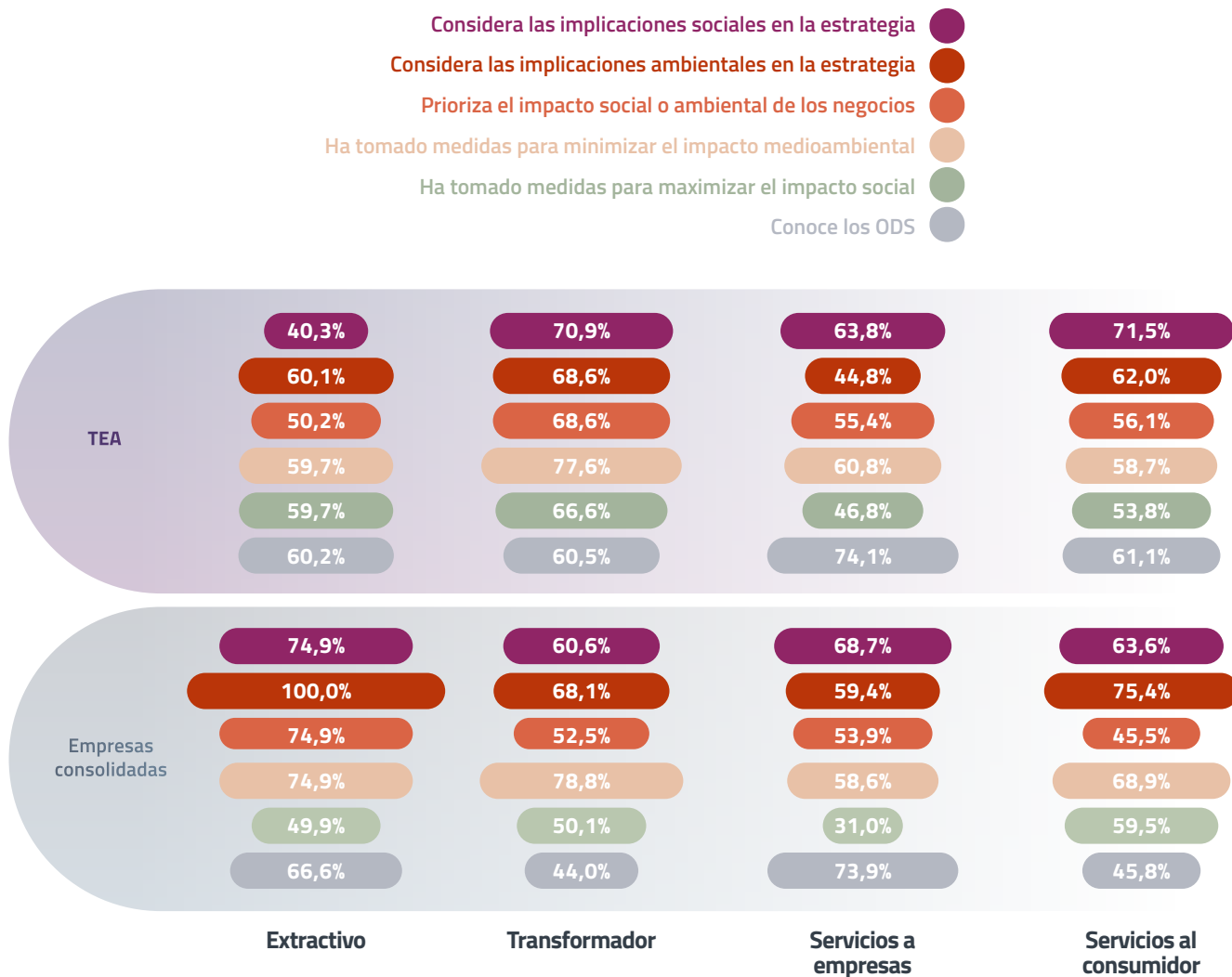


Al igual que ocurre a nivel nacional, el nivel educativo de los emprendedores no parece ejercer una influencia decisiva en la orientación proambiental y prosocial de sus proyectos. En 2024, más de la mitad de las iniciativas emprendedoras en fase incipiente y de las empresas consolidadas implementaron medidas para reducir el impacto medioambiental de sus iniciativas. Sin embargo, esta tendencia no se refleja con la misma fuerza en las acciones para

maximizar el impacto social, que en algunos casos no alcanzan el 50% (46,3% en emprendedores recientes con estudios primarios y 33,2% en emprendedores consolidados con estudios universitarios). Por otro lado, el conocimiento de los ODS sí muestra una relación con el nivel educativo, siendo más elevado entre quienes cuentan con formación universitaria, tanto en los emprendedores recientes como en los que lideran empresas consolidadas.

Figura 4.43. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del sector de actividad

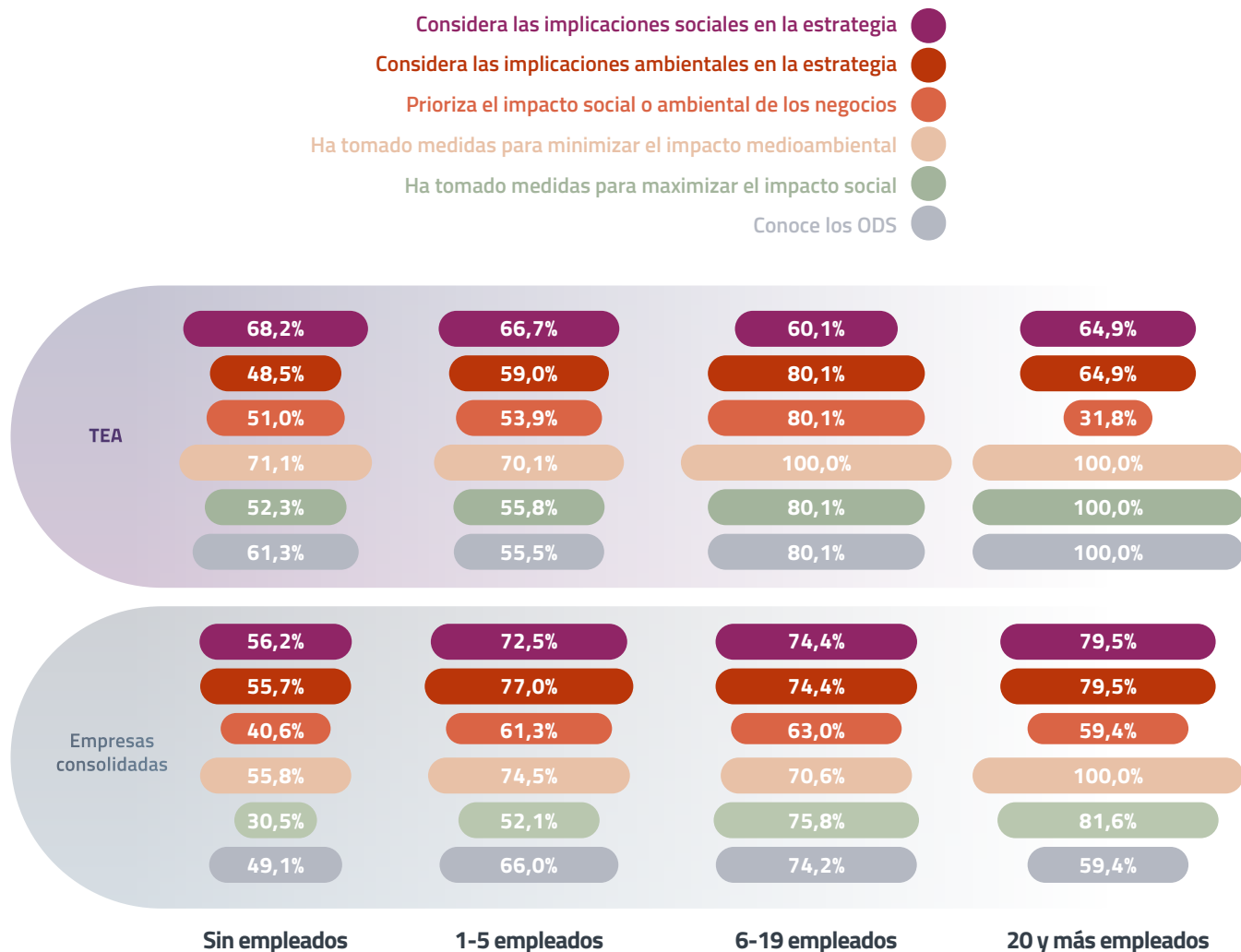
Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



El sector Transformador es el que presenta la mayor proporción de medidas orientadas a minimizar el impacto medioambiental, tanto entre los emprendedores recientes como en las empresas consolidadas. Por su parte, en el sector Extractivo el 100% de las empresas consolidadas declara considerar las implicaciones ambientales en su estrategia.

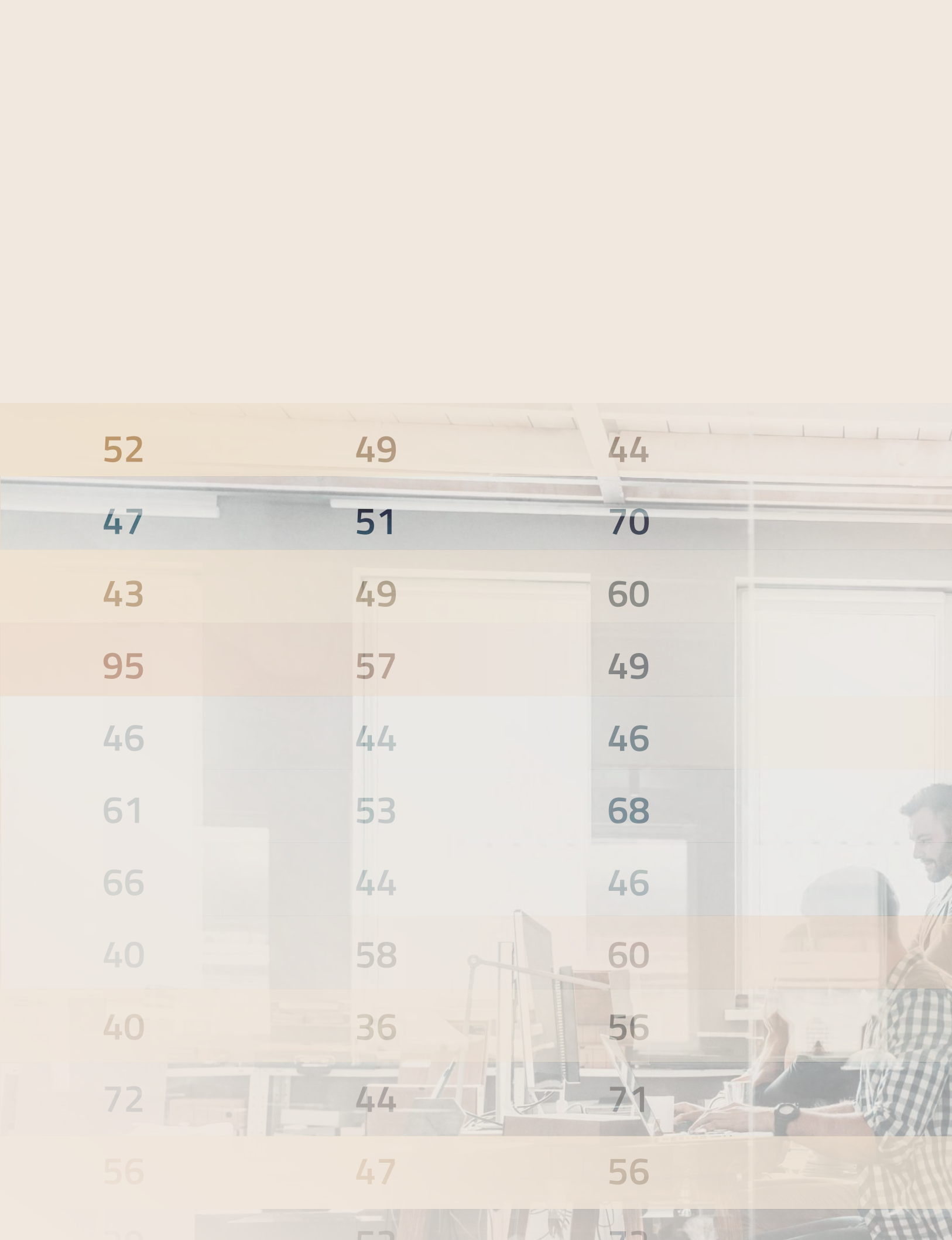
Figura 4.44. Orientación a la sostenibilidad en las iniciativas emprendedoras en Canarias en función del número de empleados

Fuente: GEM Canarias - APS (2024)



De manera similar a lo que ocurre a nivel nacional, el compromiso con las implicaciones sociales y ambientales aumenta significativamente a medida que crece el tamaño de la empresa. Por ejemplo, el 100% de los emprendedores recientes con más de 20 empleados ha tomado medidas relacionadas con el impacto social y medioambiental de su iniciativa y, además, conoce los ODS. En el caso de las empresas consolidadas de tamaño similar, aunque el 100%

ha adoptado acciones para minimizar su impacto medioambiental, este porcentaje se reduce al 81,6% cuando se trata de medidas para maximizar el impacto social.



52

49

44

47

51

70

43

49

60

95

57

49

46

44

46

61

53

68

66

44

46

40

58

60

40

36

56

72

44

71

56

47

56

36

53

73

5. *BENCHMARKING:* Canarias en el marco internacional

33 66 64

42 87 64

57 61 54

54 65 79

83 84 78

28 71 68

36 63 43

40 64 64

49 66 63

43 - -

31 90 80

15 53 56

5. *BENCHMARKING*: Canarias en el marco internacional

Una de las principales ventajas que ofrece el proyecto GEM es precisamente la posibilidad de comparar las mismas variables en diferentes territorios. Esto es posible dada la metodología adoptada en el proyecto para generar tal comparabilidad. Precisamente explorar las ventajas que esto ofrece es posible haciendo uso de las tablas benchmarking como las ofrecidas a continuación.

El lector interesado puede así situar fácilmente a Canarias en el contexto internacional para cada una de las variables estrella del Proyecto. Estas variables se agrupan por países según su nivel de renta, ofreciendo información sintética para cada grupo de países –i.e., países de renta baja (grupo C), media (grupo B) y alta (grupo A)–. De esta forma, el lector puede encontrar en cada variable con qué grupo de países se alinea mejor la región.

Así, por ejemplo, en Canarias, y España en general, la población considera la facilidad para iniciar un negocio muy inferior a la media de todos los grupos de países analizados, solo comparable al sentir de los italianos, pues tan solo un 22% considera que es fácil iniciar un negocio, cuestión que comparte el 26% de los canarios y el 27% del conjunto de los españoles entrevistados. Esta cifra contrasta con la percepción de la población de países como Arabia Saudí (93%), India (85%) o Polonia (83%) en que la población opina sensiblemente diferente a las circunscripciones geográficas antes referidas.

Siguiendo esta misma dinámica de comparación, se observa que el índice TEA en Canarias se sitúa entre los más bajos de todos los países analizados en 2024, con un 4,5% de su población en edad laboral en situación emprendedora, y con un valor muy cercano al de Rumanía (5%) o Grecia (5,5%); y muy alejado de la tasa de emprendimiento de su grupo de referencia, los países de rentas altas, con un 11,5% de TEA, o la UE a la que pertenece, con casi el 9% de su población involucrada en un proceso emprendedor. Además, permite constatar que Canarias ocupa un lugar destacado en expectativas de crecimiento en más de 19 empleados (5%), tras Emiratos Árabes (8%) y Arabia Saudita (7%), por encima de la media de su grupo de referencia (2%) y de la UE (1%).

Tabla 5.1. Actitudes de la población clave para el emprendimiento (% de respuestas afirmativas): Canarias en el marco internacional*
Fuente: GEM Canarias-APS (2024) y GEM Global-APS (2024)

*Grupo A, países con PIB per cápita superior a 50.000\$; Grupo B, países con PIB per cápita entre 25.000 y 50.000\$; Grupo C, países con PIB per cápita inferior a 25.000\$.

	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
Media Grupo A	52	54	49	55	65	78	70	53
Media UE	47	52	51	52	62	68	62	47
Alemania	43	41	49	40	56	82	50	33
Arabia Saudí	95	93	57	94	96	96	96	93
Austria	46	55	44	52	51	76	65	47
Canadá	61	59	53	58	76	83	80	53
Catar	66	64	44	47	75	88	76	59
Chipre	40	60	58	68	77	71	69	48
Corea del Sur	40	57	36	37	59	89	68	40
Emiratos Árabes	72	68	44	65	81	87	86	76
Eslovenia	56	66	47	58	66	88	84	72
España	29	48	52	47	44	57	45	27
Canarias	30	42	52	44	45	56	44	26
Estados Unidos	59	56	49	53	82	84	84	57
Francia	43	45	54	56	69	58	72	49
Israel	38	34	54	67	67	87	52	16
Italia	35	55	51	49	69	66	63	22
Lituania	51	56	48	71	71	59	75	41
Luxemburgo	48	49	48	48	58	-	60	61
Noruega	62	50	39	47	50	82	70	74
Reino Unido	50	54	57	53	70	80	77	59
Suecia	66	46	46	53	-	-	-	78
Suiza	49	44	48	56	36	78	60	66
Taiwán	53	38	44	32	50	65	73	43
Media Grupo B	55	61	47	58	66	68	70	44
Argentina	57	75	29	55	-	-	-	35
Bielorrusia	47	52	52	-	79	78	65	48
Bosnia y Herzegovina	55	73	55	81	66	76	67	32
Chile	60	70	50	70	71	61	71	49
Costa Rica	62	75	38	72	67	57	81	36

	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
Croacia	67	74	50	74	66	60	71	44
Eslovaquia	39	52	41	62	38	57	48	33
Estonia	46	45	54	44	55	70	59	73
Grecia	39	53	60	31	76	70	56	30
Hungría	32	36	42	47	65	65	65	43
Kazajistán	64	41	45	73	75	83	72	42
Letonia	40	54	45	48	55	60	59	34
México	59	67	42	58	61	63	64	47
Omán	74	70	35	56	81	86	72	51
Polonia	74	48	55	47	43	63	38	83
Puerto Rico	62	76	46	77	-	-	-	31
Rumanía	60	53	67	47	87	89	79	35
Serbia	44	63	55	65	74	80	77	37
Venezuela	60	82	32	45	-	-	-	44
Media Grupo C	65	73	53	53	83	87	83	58
Armenia	51	60	47	48	88	74	76	47
Brasil	65	67	52	74	-	-	-	46
China	55	48	68	46	64	81	75	19
Ecuador	54	84	40	69	59	55	62	42
Egipto	61	60	48	27	77	82	76	65
Guatemala	75	79	43	72	94	80	61	48
India	84	85	65	51	91	93	89	85
Jordania	53	72	50	55	84	90	84	40
Marruecos	63	75	50	78	78	84	82	42
Tailandia	78	78	51	32	89	92	93	72
Ucrania	36	53	52	55	70	69	56	39

Tabla 5.2. Actividad emprendedora de la población (% de la población adulta): Canarias en el marco internacional*

Fuente: GEM Canarias-APS (2024) y GEM Global-APS (2024)

*Grupo A, países con PIB per cápita superior a 50.000\$; Grupo B, países con PIB per cápita entre 25.000 y 50.000\$; Grupo C, países con PIB per cápita inferior a 25.000\$.

	Emprendedor potencial	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Continúa	Cierres
Media Grupo A	23,5	11,5	7,5	5,7	3,6	2,1
Media UE	16,6	8,9	7,0	4,2	2,8	1,3
Alemania	15,6	9,8	6,0	5,4	3,4	2,1
Arabia Saudí	36,5	26,4	19,4	9,2	4,4	4,8
Austria	7,5	6,6	7,9	4,1	2,6	1,6
Canadá	32,2	25,4	5,8	10,4	6,2	4,2
Catar	62,1	7,7	3,3	8,4	6,7	1,8
Chipre	25,8	9,7	8,4	3,6	2,7	0,9
Corea del Sur	32,9	11,7	22,3	2,9	2,4	0,5
Emiratos Árabes	46,2	13,6	3,1	9,5	5,2	4,3
Eslovenia	18,6	8,6	8,7	4,1	3,1	1,0
España	11,2	7,2	6,8	3,5	2,2	1,3
Canarias	9,1	4,5	3,8	2,0	1,0	1,0
Estados Unidos	23,0	19,3	6,6	7,9	4,5	3,4
Francia	17,2	8,7	4,5	4,3	2,6	1,7
Israel	18,9	8,4	3,6	4,2	3,0	1,1
Italia	22,6	9,6	6,9	5,1	3,4	1,7
Lituania	25,5	11,6	3,2	10,3	7,1	3,2
Luxemburgo	20,8	9,9	4,4	5,0	3,2	1,9
Noruega	12,7	10,0	6,1	3,2	2,2	1,1
Reino Unido	21,9	14,2	9,8	8,5	4,2	4,3
Suecia	13,0	8,4	5,1	3,9	2,6	1,3
Suiza	15,2	9,9	7,2	2,7	1,4	1,3
Taiwán	15,2	5,6	8,2	2,6	1,6	0,9
Media Grupo B	25,8	13,0	5,9	5,5	3,7	1,9
Argentina	22,3	23,4	6,4	6,7	4,2	2,5
Bielorrusia	38,7	16,6	5,2	8,2	5,4	2,7
Bosnia y Herzegovina	39,0	22,7	5,9	5,1	2,4	2,8
Chile	43,1	27,2	8,1	10,0	6,4	3,7
Costa Rica	45,3	5,2	2,0	6,7	4,8	1,9

	Emprendedor potencial	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Continúa	Cierres
Croacia	29,9	13,1	4,4	3,7	2,1	1,6
Eslovaquia	16,3	11,5	5,0	4,8	3,1	1,7
Estonia	18,6	13,4	6,5	4,8	3,8	1,0
Grecia	8,4	5,5	14,8	1,7	1,1	0,6
Hungría	9,9	6,7	6,9	2,2	1,7	0,5
Kazajistán	18,5	9,6	2,6	5,6	4,2	1,4
Letonia	26,1	12,1	8,9	3,3	2,6	0,7
México	27,7	15,0	3,3	8,0	5,5	2,5
Omán	41,4	9,2	4,4	10,5	7,4	3,1
Polonia	3,2	2,5	12,8	3,3	2,4	0,9
Puerto Rico	43,5	24,3	4,6	10,6	5,7	4,9
Rumanía	24,5	5,0	4,2	1,7	1,5	0,1
Serbia	21,8	11,7	4,2	4,3	2,0	2,3
Venezuela	43,8	11,7	1,8	3,6	3,3	0,3
Media Grupo C	36,0	16,7	8,1	7,7	5,3	2,5
Armenia	42,2	17,6	10,8	5,3	4,0	1,3
Brasil	50,9	20,3	13,2	11,0	7,4	3,6
China	7,8	5,4	4,5	2,7	2,0	0,7
Ecuador	37,7	33,4	13,3	13,5	9,5	4,0
Egipto	41,3	5,2	3,3	5,9	5,1	0,8
Guatemala	46,4	23,7	14,2	7,3	5,6	1,7
India	29,6	12,2	6,0	2,9	2,0	0,9
Jordania	56,8	21,1	4,8	11,5	9,1	2,3
Marruecos	16,8	12,5	2,7	5,3	3,3	1,9
Tailandia	36,4	19,7	11,8	11,1	4,6	6,4
Ucrania	30,6	12,8	4,8	8,7	5,4	3,3

Tabla 5.3. Actividad emprendedora de la población (% de TEA): Canarias en el marco internacional*

Fuente: GEM Canarias-APS (2024) y GEM Global-APS (2024)

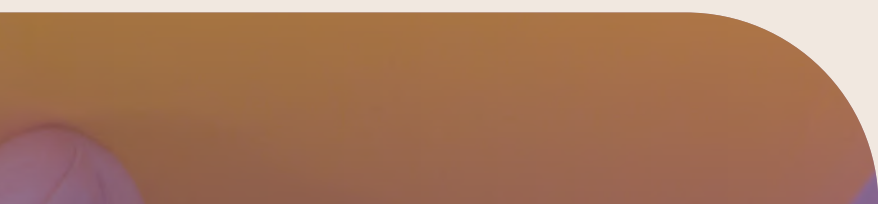
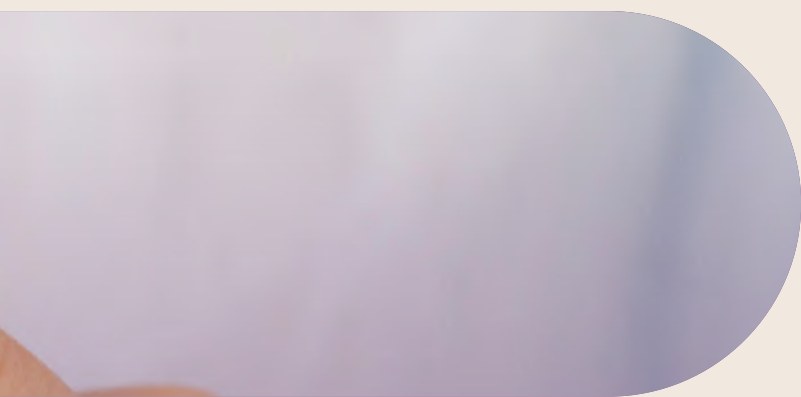
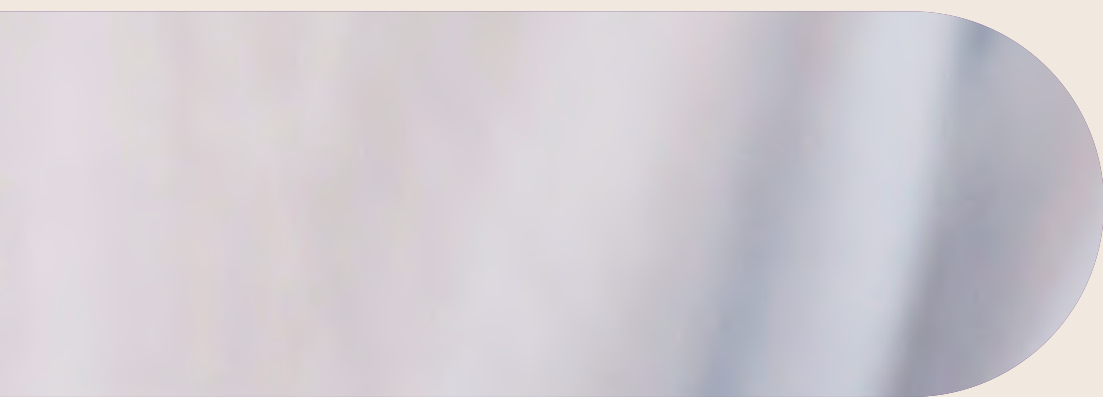
*Grupo A, países con PIB per cápita superior a 50.000\$; Grupo B, países con PIB per cápita entre 25.000 y 50.000\$; Grupo C, países con PIB per cápita inferior a 25.000\$.

	Sector de actividad				Expectativas		Orientación innovadora
	Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	(+) de 19 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto
Media Grupo A	3	18	28	52	2	19	8
Media UE	5	20	29	45	1	19	8
Alemania	3	16	40	41	1	26	11
Arabia Saudí	0	14	6	80	7	8	2
Austria	2	8	31	59	0	21	7
Canadá	2	19	21	58	4	22	6
Catar	1	18	30	51	3	21	8
Chipre	3	22	32	43	1	18	8
Corea del Sur	0	23	12	64	0	1	7
Emiratos Árabes	0	18	19	62	8	35	6
Eslovenia	3	22	44	31	1	22	14
España	4	15	31	50	0	18	11
Canarias	4	9	23	64	5	25	10
Estados Unidos	2	19	24	55	5	17	7
Francia	5	20	31	44	1	14	9
Israel	-	14	38	49	0	14	7
Italia	6	18	26	50	1	23	6
Lituania	2	26	18	54	1	8	6
Luxemburgo	1	15	40	44	1	40	11
Noruega	7	20	38	35	2	13	9
Reino Unido	-	19	25	56	2	25	10
Suecia	6	15	34	44	1	20	9
Suiza	2	13	28	57	1	24	13
Taiwán	2	18	17	64	1	9	11
Media Grupo B	5	22	19	54	1	13	7
Argentina	1	24	16	59	1	6	5
Bielorrusia	4	35	19	42	2	24	7
Bosnia y Herzegovina	10	21	22	46	2	27	7
Chile	3	26	24	48	3	4	10
Costa Rica	2	14	10	74	0	3	-

	Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumidor	(+) de 19 empleados en los próximos 5 años	Más del 25% de clientes en el extranjero	Nivel tecnológico medio-alto
Croacia	9	23	42	26	1	22	8
Eslovaquia	1	16	29	54	1	11	9
Estonia	5	27	30	38	1	32	16
Grecia	7	26	14	53	0	24	7
Hungría	13	26	24	38	1	11	5
Kazajistán	6	19	7	69	1	10	-
Letonia	8	28	21	43	1	28	8
México	0	9	7	84	1	4	2
Omán	2	15	19	64	1	12	2
Polonia	2	23	26	49	0	4	6
Puerto Rico	1	16	20	62	2	14	5
Rumanía	12	21	12	55	0	9	7
Serbia	7	25	20	49	0	11	8
Venezuela	3	22	4	71	0	3	1
Media Grupo C	7	20	9	64	2	8	3
Armenia	21	26	12	41	2	23	5
Brasil	4	27	17	52	2	2	6
China	1	18	10	71	1	3	6
Ecuador	1	14	4	81	1	1	1
Egipto	6	22	12	60	1	11	4
Guatemala	5	17	7	71	2	1	2
India	20	21	4	56	0	0	2
Jordania	6	23	9	61	1	8	4
Marruecos	2	15	7	76	2	8	1
Tailandia	5	13	5	78	4	14	1
Ucrania	8	23	14	54	2	18	7



6. GLOSARIO



GLOSARIO

A continuación, se relacionan los términos más significativos, frecuentemente utilizados en el contexto del proyecto GEM, a fin de que el lector pueda consultarlos a lo largo de la lectura de este documento.

TEA Nacientes: representa al porcentaje de la población adulta activa laboralmente (18-64 años) en cada país o región, que son propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación con una vida inferior a los 3 meses (con pago de salarios no superior a los 3 meses).

TEA Nuevas: representa el porcentaje de población adulta activa laboralmente (18-64 años) en cada país o región, que son propietarios o copropietarios fundadores de empresas cuya actividad emprendedora ha transcurrido entre los 3 y 24 meses de actividad (con pago de salarios por un período de entre 3 y 42 meses).

TEA –Total Early Stage Entrepreneurial Activity: representa el porcentaje de población adulta activa laboralmente (18-64 años) en cada país o región, que son propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación operando en el mercado por un periodo de entre 0 y 42 meses de actividad (pago de salarios por un período de entre 0 y 42 meses). Técnicamente agrega a los indicadores TEA Nacientes y TEA Nuevas, eliminando previamente las duplicidades para computar solo una vez a aquellos individuos que estén implicados al mismo tiempo en una actividad naciente y una nueva. En este informe se les conoce indistintamente como personas emprendedoras recientes o en fase incipiente.

Tasa de empresarios con empresas consolidadas: representa el porcentaje de la población adulta activa laboralmente (18-64 años) en cada país o región, que son fundadores de empresas cuya actividad ha supuesto pagar salarios por un período superior a los 42 meses.

Abandono de empresas: refleja el porcentaje de población adulta activa laboralmente (18-64 años) en cada país o región, que declararon haber cerrado o traspasado un negocio en los últimos 12 meses.

Tasa de inversores informales: representa el porcentaje de población adulta (18 o más años) que ha invertido en otros negocios en los últimos 3 años, son ajenas a los negocios en los que han invertido y no les une a ellos un mecanismo contractual o institucional –se excluyen las inversiones en bolsa, fondos de inversión o cualquier otro mecanismo de financiación formal de las empresas.

Tasa de emprendimiento rural: representa el porcentaje de población adulta activa laboralmente (18-64 años), involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años en municipios de menos de 5.000 habitantes.

Tasa de emprendimiento de extranjeros: representa el porcentaje de población adulta de origen extranjero activa laboralmente (18-64 años), involucrada en una iniciativa emprendedora de menos de 3,5 años.

NECI: indicador global del estado en que se encuentra el contexto para emprender a nivel país o región (en este caso se denomina RECI).



7. EQUIPO DE INVESTIGACIÓN Y PATROCINADORES GEM ESPAÑA



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN Y PATROCINADORES GEM ESPAÑA

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

	Institución	Miembros	Colaboradores
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	- Emilio Morales Fernández (Coordinador) - Joaquín García-Tapial Arregui - Raquel Puente Castro	Universidad Loyola Andalucía
Granada	Universidad de Granada	- María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) - Ana María Bojica Bojica - Francisco Javier Melero Rus - Jenny María Ruiz Jiménez - Matilde Ruiz Arroyo	- Universidad de Granada - Diputación de Granada - Granada Empresas
Huelva	Universidad de Huelva	- Nuria Toledano Garrido (Coordinadora) - Francisco Liñán Alcaide (Coordinador) - Elena Carvajal Trujillo - Ana M. Domínguez Quintero - Inmaculada Jaén Figueroa - María Jesús Moreno Domínguez	- Cátedra de la Provincia - Diputación de Huelva - Universidad de Huelva
Jaén	Universidad de Jaén	- María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) - Raquel Barreda Tarrazona - Lucas Antonio Cañas Lozano - Domingo Fenández Uclés - Elia García Martí - José García Vico - María Gutiérrez Salcedo - María de la Paz Horno Bueno - Alfonso M. Márquez García - Ana Belén Mudarra Fernández - Manuel Carlos Vallejo Martos - Julio Vena Oya	- Universidad de Jaén - Diputación Provincial de Jaén - Cátedra Universidad 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

	Institución	Miembros	Colaboradores
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 Perez Luño • Elena Sousa Ginel	• Universidad Pablo de Olavide • INNLAB • Universidad de Sevilla • E&I (Gr. Investigación) • Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	• Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón) • Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón) • Elisabet Garrido Martínez • Jaime Gómez Villascuerna • Minerva González Velasco • Javier Montero Villacampa	• Fundación Aragón Emprende • Cátedra Emprender • Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	• Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) • Vanesa Solís Rodríguez (Directora Técnica GEM-Asturias) • Marta Fernández Barcala • Susana López Bayón • Irene Martínez López	• Cátedra de Emprendimiento Fundación Caja Rural de Asturias- Universidad de Oviedo • Principado de Asturias
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	• Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) • María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) • Bartolomé Deyá Tortella • César Llorente López	• Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear • Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius • Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears

	Institución	Miembros	Colaboradores
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	• Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) • Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias) • Alicia Bolívar Cruz • Alicia Correa Rodríguez • Desiderio García Almeida • Francisco J. García Rodríguez • Esperanza Gil Soto • Ana L. González Pérez • Desiderio Gutiérrez Taño • Ana Isabel Lemes Hernández • Pino Medina Brito • Carmen Inés Ruiz de la Rosa • Lidia E. Santana Hernández • Domingo Verano Tacoronte	• Gobierno de Canarias- Consejería de Turismo y Empleo • Gobierno de Canarias- Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria • Universidad de La Laguna
Cantabria	Cátedra PYME de la Universidad de Cantabria	• Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) • Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria) • Carlos López Gutiérrez • Andrea Pérez Ruiz • Sergio Sanfilippo Azofra • Francisco Manuel Somohano Rodríguez • David Robles Elorza	• Catedra PYME • Gobierno de Cantabria – Consejería de empleo y políticas sociales • EMCAN – Servicio Cántabro de Empleo • Fundación Caja Rural de Asturias
Cataluña	Institut Metròpoli Universitat Autònoma de Barcelona	• Carlos Guallarte Nuez (Director GEM-Cataluña) • Enric Genescà Garrigosa • Joan Lluís Capelleras • Marc Fíguls Sierra • Teresa Obis Artal	• Universitat Autònoma de Barcelona • Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. • Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball • Institut Metròpoli

	Institución	Miembros	Colaboradores
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	- Juan J. Jiménez Moreno (Co-Director GEM-Castilla-La Mancha) - Ángela González Moreno (Co-Directora GEM-Castilla-La Mancha) - Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico GEM-Castilla-La Mancha) - Rafael Minami Suzuki - Llanos López Muñoz - Adrián Rabadán Guerra - Mª Cristina Díaz García - Mª Laura Avellaneda Rivera - Marcos Carchano Alcarz - Inés Rueda Sampedro	- Universidad de Castilla-La Mancha - Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha - Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León INEA, Universidad Pontificia de Comillas	- Daniel Alonso Martínez (Director GEM-Castilla y León) - Constantino García Ramos (Director Técnico GEM-Castilla y León) - Nuria González Álvarez - José Luis de Godos Díez - Ana Patricia Fanjul Alemany - Ángel Morán Muñoz - Luis Gregorio Holguín Galarón - Alberto Matellán Pinilla - Félix Revilla Grande - Carlos Ballesteros García - Laura Sierra Moral	- Universidad de León - Universidad Pontificia de Comillas
Ceuta	Universidad de Granada	- Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) - María José González López (Directora Técnica GEM-Ceuta) - José Aguado Romero - Lázaro Rodríguez Ariza - Manuel Hernández Peinado - Sara Rodríguez Gómez - Francisco Javier Blanco Encomienda	- Universidad de Granada - PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	- Miguel Angoitia Grijalba (Co-Director GEM-Madrid) - Yolanda Bueno Hernández (Co-Directora GEM-Madrid) - Begoña Santos Urda - Adriana Pérez Encinas - Rubén Mora Ruano - Hermógenes del Real Álvarez - Isidro de Pablo López	Ayuntamiento de Madrid

	Institución	Miembros	Colaboradores
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	• José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) • Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) • Jesús Martínez Mateo • Marina Estrada de la Cruz • Antonio J. Verdú Jover • M^a José Alarcón García • Lirios Alós Simó • Domingo Galiana Lapera • M^a Isabel Borreguero Guerra	• Universidad Miguel Hernández de Elche • Fundación LAB Mediterráneo • Aligrupo • Seur
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	• Antonio Fernández Portillo (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) • Ricardo Hernández Mogollón (Asesor Senior) • Adelaida Ramos Mariño (Equipo Dirección Técnica) • Nuria Ramos Vecino (Equipo Dirección Técnica) • María Calzado Barbero (Equipo Dirección Técnica) • Jessica Paule Vianez • María Victoria Postigo Jiménez • Alejandro Hernández Renner • Manuel Almodóvar González • Ángel Manuel Díaz Aunión	• Fundación Xavier de Salas • Universidad de Extremadura • Junta de Extremadura. Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital • Diputación de Badajoz • Diputación de Cáceres • Cámara de Comercio de Cáceres • Philip Morris Spain, S.L. • Campón & Martínez-Pereda • CC.NN. Almaraz-Trillo • Grupo Ros Multimedia

	Institución	Miembros	Colaboradores
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	• Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) • Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia)¹ • Emilio Ruza Sanmartín¹ • Sara Fernández López¹ • Marta Portela Maseda¹ • Jacobo Feás Vázquez¹ • Lucía Rey Ares¹ • Pilar Piñeiro García¹ • María Bastida Domínguez¹ • Nuria Calvo Babío² • Ariadna Monje Amor² • Esther Barros Campello² • Alberto Vaquero García³ • Ernesto López-Valeiras Sampedro³ • Vasilica Cristina Ilie³ • Xavier Martínez Cobas³ • Yago Atrio Lema¹ • Guillermo Andrés Zapata Huamaní⁴	• Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia • Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) • Secretaría Xeral de Universidades. Xunta de Galicia • ¹ Universidade de Santiago de Compostela (USC) • ² Universidade da Coruña • ³ Universidade de Vigo • ⁴ Universidade del Pacífico (Perú)
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	• Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) • Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico GEM-Rioja) • Isabel Díez Vial (Directora Académica) • Lara Mata Martínez • José Eduardo Rodríguez Osés • Dolores Alicia Queiruga Dios • Ana Milena Silva Valencia • Sergio Rodríguez-Garnica	• Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) • UNIR – La Universidad en Internet • CaixaBank-Day ONE – Premios Emprende XXI • RICARI Desarrollo de Inversiones Riojanas • Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca • Comercial OJA – GRUPO OJA • JIG
Melilla	Universidad de Granada	• María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) • Jenny María Ruiz Jiménez • Rocío Llamas Sánchez • Juan Antonio Marmolejo Martín • Matilde Ruiz Arroyo • Ana María Bojica • Francisco Javier Melero Rus • Sufía Mohand Amar	• Universidad de Granada

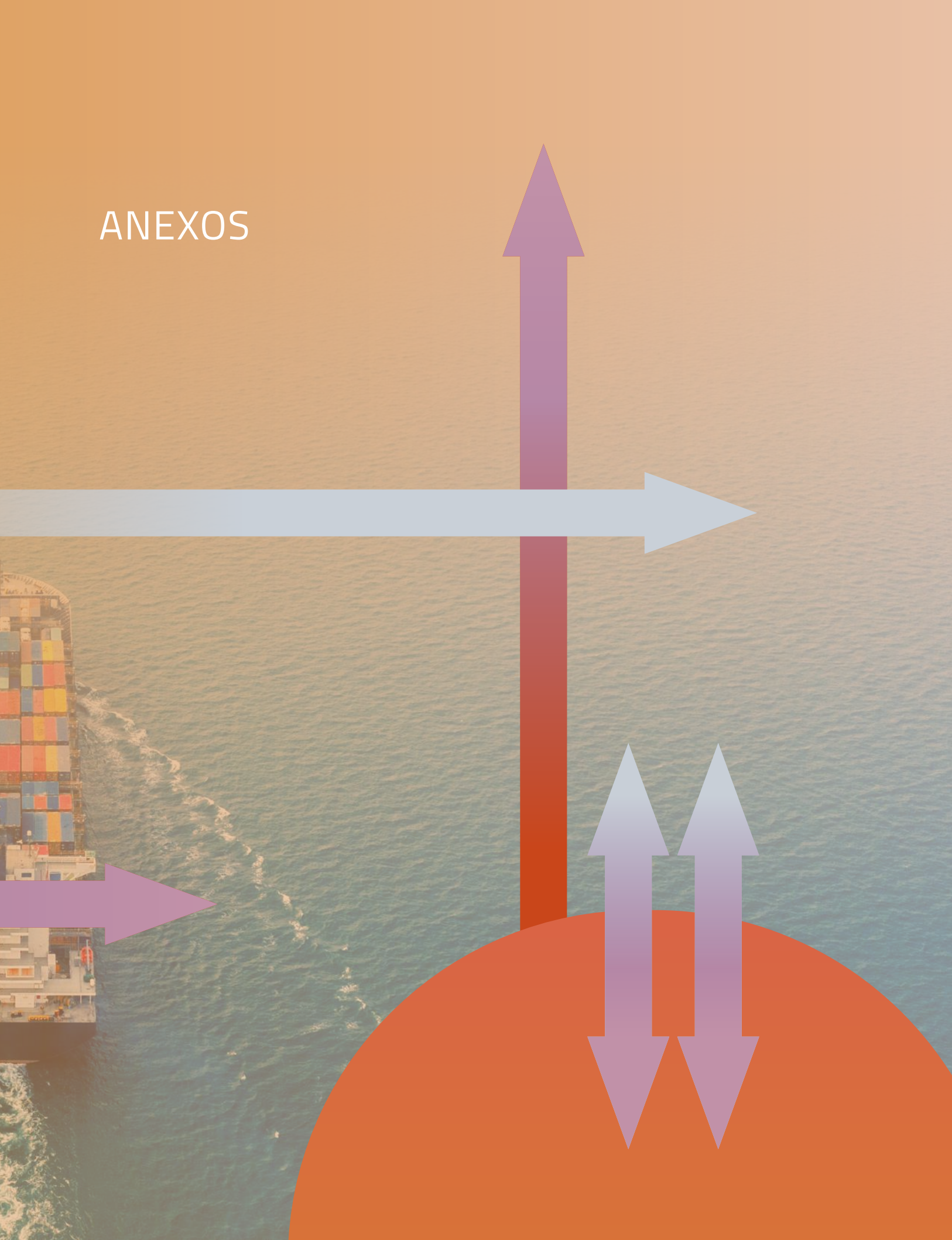
	Institución	Miembros	Colaboradores
Murcia	Universidad de Murcia	- Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) - Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica GEM-Murcia) - Catalina Nicolás Martínez - Gabriel Lozano Reina - Gregorio Sánchez Marín - José Andrés López Yepes - Juan Samuel Baixauli Soler - María Belda Ruiz - María Feliz Madrid Garre - Mercedes Palacios Manzano - Antonio Paños Álvarez - María Pemartín González-Adalid	- Consejería de Industria, Empresa y Portavocía - Instituto de Fomento de la Región de Murcia - Caixabank - Fundación CajaMurcia - Fondo Europeo de Desarrollo Regional - Centro Iniciativas Municipales de Murcia - Cátedra de Emprendedores - Universidad de Murcia
	Universidad Pública de Navarra-INARBE	- Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) - Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) - Cristina Bayona Saez - Lucía Garcés Galdeano - Paula Anzola Román - María Blanca Palacios Navarro - Lucía Nieto Sádaba - Uxue Itoiz Mariñelarena - Raquel Orcos Sánchez - Víctor Martín Sánchez	- Universidad Pública de Navarra-INARBE - Gobierno de Navarra - CEIN
	CEIN		
Navarra	Universidad de La Rioja		
	University of Southern Denmark (SDU)		
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento Universidad del País Vasco UPV/EHU	- María Saiz-Santos (Directora GEM-País Vasco) - Jon Hoyos Iruarrizaga (Co-Director Técnico GEM-País Vasco) - Zaida Vicente Adame - José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) - Iñaki Peña Legazkue - Alaitz Zabala Zarauz - Valery Chistov - Nerea González Eguia - Aimar Basañez Zulueta - David Urbano Pulido - Rebeca Martín Díez	- Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial - Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medioambiente - Diputación Foral de Bizkaia - Diputación Foral de Guipúzkoa - Diputación Foral de Araba - FESIDE
	Deusto Business School		
	Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona		
País Vasco	Universitat Rovira i Vigili		

Trabajo de campo GEM Canarias y GEM España

Institución	Miembros	Colaboradores
Instituto Opinòmetre	• Josep Ribó (Director gerente) • Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	• Observatorio del Emprendimiento y la PYME de Canarias (OEPYME Canarias) • Observatorio del Emprendimiento de España_ RED GEM España



ANEXOS



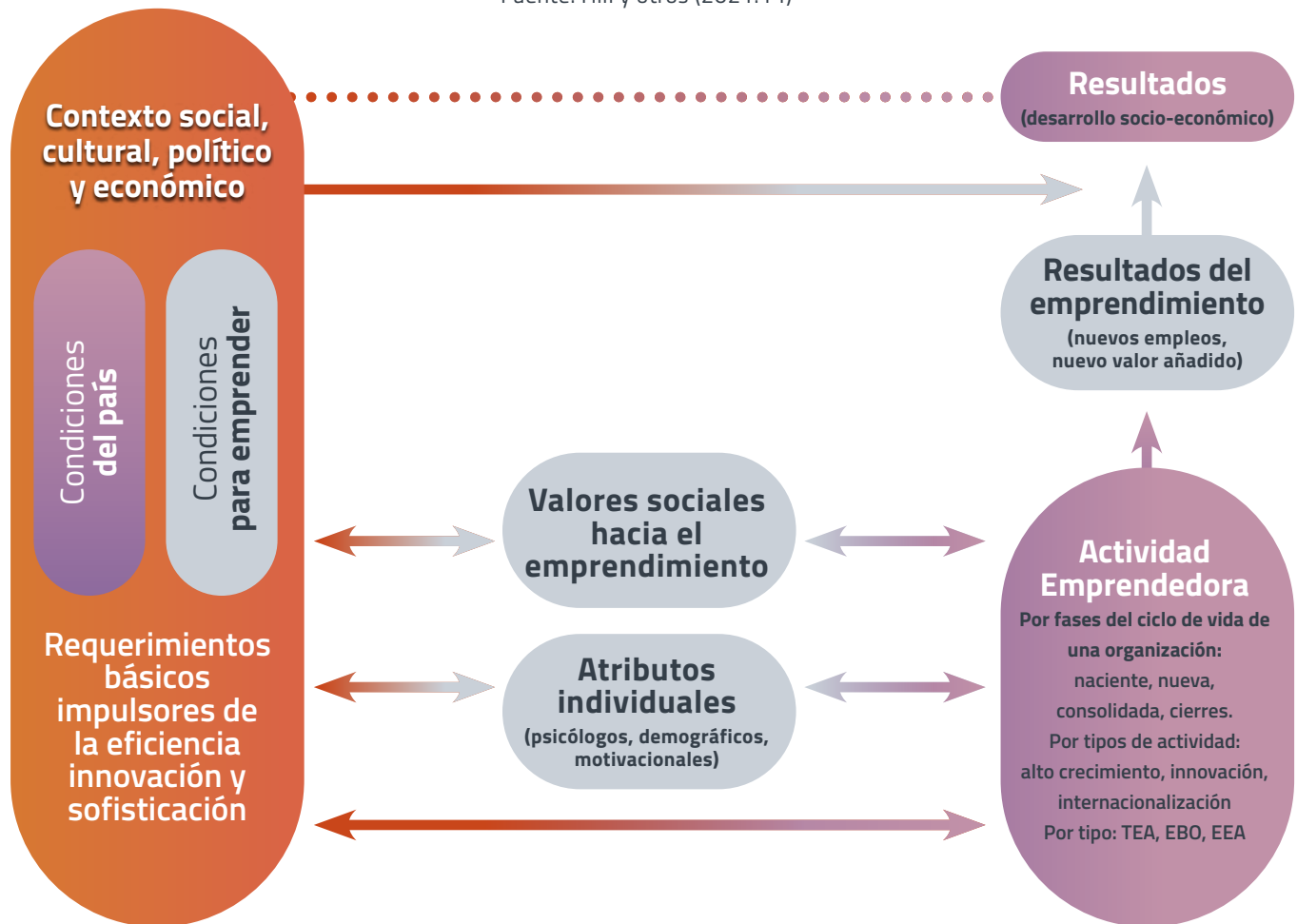
ANEXO 1. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

El modelo que sirve de marco de trabajo para la investigación GEM a escala global se refleja en la siguiente figura. En ella puede comprobarse que el fin último del modelo conceptual es demostrar el importante papel que juega la actividad emprendedora en la generación de empleo y nuevo valor añadido en los territorios en los que opera. El modelo refleja las condiciones que deben darse para que la iniciativa emprendedora genere este resultado,

distinguiendo entre las condiciones generales que dominan un entorno y que afectan a toda la actividad económica desarrollada en el mismo, y las condiciones específicas que pueden impulsar o perjudicar la actividad emprendedora dentro de un territorio. Bajo este marco conceptual entiende GEM la actividad emprendedora y su contribución social y económica a un territorio.

Modelo conceptual del Proyecto GEM

Fuente: Hill y otros (2021:14)⁵



⁵ Hill y otros autores (2021). Global Entrepreneurship Monitor. 2021/2022 Global Report. Babson College y London Business School. Disponible en: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50900>

Por su parte, y centrados ya en la metodología adoptada por el Proyecto a lo largo de todos los países y regiones, esta basa su desarrollo en dos fuentes primarias de información: (1) la población adulta de cada país/región y (2) un panel de expertos en diferentes aspectos del entorno que pueden influir en el emprendimiento de ese entorno. A esta información se unen datos procedentes de fuentes secundarias relevantes para los distintos países y regiones sobre indicadores socio-económicos generales, y sobre creación de empresas en particular. Así, las herramientas de trabajo para la captación de los datos de naturaleza primaria son pactadas por los investigadores a través de un proceso de consenso que fructifica en: (1) una encuesta destinada a la población adulta de cada país/región –Adult Population Survey– con la que se pretende detectar la intención emprendedora actual y reciente y las características específicas de los que se deciden a llevar adelante un proyecto empresarial, así como los condicionantes específicos de la actividad emprendedora en cada país/región, y (2) un cuestionario dirigido a los expertos seleccionados para cada entorno –National/Regional Expert Survey.

En lo que respecta al estudio sobre la población adulta, la elección de la muestra se desarrolla en varias etapas que conllevan una selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias pertenecientes a una misma comunidad, garantizando la representatividad necesaria según el tamaño de los municipios, y una selección también aleatoria de los individuos a encuestar telefónicamente en cada municipio. Se adjunta ficha técnica para GEM Canarias 2024.

En cuanto al panel de expertos, estos son directamente elegidos por el equipo investigador de cada nación y, en los casos en que además el proyecto contemple desarrollo regional, por el equipo investigador de cada región. En esta selección se atiende a las diferentes condiciones específicas del entorno consideradas por el Proyecto, a saber: apoyo financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación, transferencia de I+D, infraestructura profesional y comercial de servicios a empresas, apertura al mercado interno, acceso a la infraestructura física, normas sociales y culturales⁶.

⁶ En Canarias fueron entrevistados en la edición 2024 un total de 53 expertos, equilibrando la representación del sector público y privado, el grado de experiencia de los entrevistados en cada tema, la participación de hombres y mujeres y la representación de todas las Islas.

ANEXO 2. FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO: APS Canarias 2024

Fuente: Elaboración propia

Universo	Población residente en Canarias de 18 a 64 años: 1.495.899 (Fuente: INE)		
Muestra ⁷	2.875 individuos de 18 a 64 años		
Diseño de la muestra	Distribución proporcional a la población objetivo según ámbito y cruce de sexo por edad		
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)		
Error muestral (+/-)	± 1,83%		
Nivel de confianza	95,5% (2 sigma) Máxima indeterminación (p=q=50%)		
Período encuesta	Junio-julio de 2024		
Distribución de la muestra por provincias	Las Palmas:	1.036	
	Santa Cruz de Tenerife:	964	
Distribución de la muestra por género	Hombre:	1.453	
	Mujer:	1.422	
Distribución de la muestra por edad	18-24:	303	45-54: 756
	25-34:	527	55-64: 652
	35-44:	637	
Distribución de la muestra por islas	Fuerteventura:	484	La Gomera: 273
	Gran Canaria:	542	La Palma: 343
	Lanzarote:	474	Tenerife: 530
	El Hierro:	229	
Ámbito	Rural:	395	
	Urbano:	2.480	
Trabajo de campo y tabulación	Instituto Opinòmetre		

⁷ El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas con p=q=50% (máxima indeterminación).

Informe **GEM Canarias** 2024-2025



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA
+25 años de datos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO
SEPE



Gobierno de Canarias
Servicio Canario de Empleo