

# INFORME EJECUTIVO ANDALUCÍA 2015

José Ruiz Navarro

Salustiano Martínez Fierro

José Aurelio Medina Garrido

Antonio Rafael Ramos Rodríguez



Global  
Entrepreneurship  
Monitor





Global  
Entrepreneurship  
Monitor

ANDALUCÍA

INFORME

EJECUTIVO 2015

<http://gemandalucia.uca.es/>

**Global Entrepreneurship Monitor. Andalucía**

ISSN 1988-821X [edición electrónica]

CDU 347.72.02(460.35) 2

CDU 658.016.1 2

© Los autores

Publica: Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Diseña y maqueta: grupoingenio.com

**2016 Cádiz (España)**

## Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2015

| Unidad    | Institución  | Miembros   | Colaboradores  |
|-----------|--|--|--|
| Nacional  | UCEIF-CISE<br>Asociación RED GEM España  | AAna Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España)<br>Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE)<br>Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM-España)<br>Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración)<br>Antonio Fernández (Web máster)<br>Asociación RED GEM España | Banco Santander<br>Banco Santander<br>UCEIF-CISE<br>Asociación RED GEM España<br>Fundación Rafael del Pino   |
| Andalucía | Universidad de Cádiz   | José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía)<br>Salustiano Martínez Fierro<br>José Aurelio Medina Garrido<br>Antonio Rafael Ramos Rodríguez  | Universidad de Cádiz<br><br>Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz<br><br>UTE Fujitsu Magtel  |
| Aragón    | Universidad de Zaragoza  | Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón)<br>Cristina Bernad Morcate<br>Elisabet Garrido Martínez<br>Jaime Gómez Villascuerna<br>Consuelo González Gil<br>Juan Pablo Maicas López<br>Raquel Ortega Lapiedra<br>Sergio Palomas Doña   | Fundación Emprender en Aragón<br><br>Cátedra Emprender<br><br>Universidad de Zaragoza<br><br>Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón       |
| Canarias  | Universidad de Las Palmas de Gran Canaria<br>Universidad de La Laguna                          | Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias)<br>Alicia Bolívar Cruz<br>Alicia Correa Rodríguez<br>Desiderio García Almeida<br>Ana L. González Pérez<br>Esther Hormiga Pérez<br>Pino Medina Brito<br>Silvia Sosa Cabrera<br>Domingo Verano Tacoronte   | Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad<br><br>Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información<br><br>Instituto Tecnológico de Canarias |
| Cantabria | Universidad de Cantabria<br><br>Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria                    | Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria)<br>Paula San Martín Espina (Coordinadora)<br>Gemma Hernando Moliner<br>Estefanía Palazuelos Cobo<br>Andrea Pérez Pérez<br>Inés Rueda Sampedro<br>Lidia Sánchez Ruiz  | Santander<br><br>Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo   |
| Cataluña  | Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona<br>Universitat Autònoma de Barcelona | Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)<br>Joan Lluís Capelleras<br>Marc Figuls<br>Enric Genescà<br>Teresa Obis   | Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local.<br><br>Generalitat de Catalunya<br>Departament d'Empresa i Ocupació                                    |

|                              |  |   |  |
|------------------------------|--|---|--|
| Castilla La Mancha           | Universidad de Castilla La Mancha  | Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha)<br>Ángela González Moreno<br>Francisco José Sáez Martínez<br>Rafael Minami Suzuki<br>Adrián Rabadán Guerra   | Universidad de Castilla La Mancha<br>Junta de Comunidades de Castilla La Mancha<br>Fundación Globalcaja HXXII  |
| Castilla y León              | Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León  | Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León)<br>Nuria González Álvarez<br>Constantino García Ramos<br>José Luis de Godos Díez<br>Daniel Alonso Martínez   | Universidad de León<br>Fgulem  |
| Ceuta                        | Universidad de Granada   | Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta)<br>María del Carmen Haro Domínguez<br>María José González López<br>Sara Terrón Ibáñez<br>Virginia Fernández Pérez<br>Dainelis Cabezas Pulles<br>María del Carmen Pérez López<br>Sara Rodríguez Gómez<br>José Aguado Romero<br>Manuel Hernández Peinado<br>Gabriel García-Parada Ariza<br>María Elena Gómez Miranda<br>Antonia Ruiz Moreno<br>María Teresa Ortega Egea | Universidad de Granada<br><br>Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada  |
| Comunidad Autónoma de Madrid | Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)<br><br>Universidad Autónoma de Madrid<br><br>Deusto Business School (Madrid) | Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)<br>Begoña Santos Urda (Coordinadora)<br>Esperanza Valdés Lías (Coordinadora)<br>Yolanda Bueno Hernández<br><br>Miguel Angoitia Grijalba<br>Iñaki Ortega Cachón  | Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)<br><br>Universidad Autónoma de Madrid<br><br>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)  |
| Comunidad Valenciana         | Universidad Miguel Hernández de Elche  | José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana)<br>Ignacio Mira Solves (Director Técnico)<br>Jesús Martínez Mateo<br>Marina Estrada De la Cruz<br>Antonio J. Verdú Jover<br>M <sup>a</sup> José Alarcón García<br>M <sup>a</sup> Cinta Gisbert López<br>Lirios Alós Simó<br>Domingo Galiana Lapera<br>M <sup>a</sup> Isabel Borreguero Guerra  | Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) / Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana / Diputación Provincial Alicante / Air Nostrum / Catral Export / Fundación Juan Perán-Pikolinos / Fundación Manuel Peláez Castillo / Goldcar / Grupo Eulen / Grupo Soledad / Mustang / Panter / Seur / Vectalia / Escuela de Empresarios (EDEM) / Universidad Miguel Hernández de Elche |
| Extremadura                  | Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura  | Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura)<br>J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)<br>Mari Cruz Sánchez Escobedo<br>Antonio Fernández Portillo<br>Manuel Almodóvar González<br>Ángel Manuel Díaz Aunión<br>Raúl Rodríguez Preciado   | Universidad de Extremadura<br>Avante Extremadura / Sodiex / CC. NN.<br>Almaraz-Trillo / Fundación Academia Europea de Yuste / Philip Morris Spain, S.L. / Palicrisa / Imedexsa / Grupo Ros Multimedia / Diputación de Badajoz / Fundecyt - Parque Científico y Tecnológico de Extremadura / Fundación Universidad Sociedad / Iberdoex / Tambo  |

|               |  |  |  |
|---------------|--|--|--|
| Galicia       | Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)    | Marta Amate López (Directora GEM-Galicia)<br>Rafael Serrano Hernández<br>Fausto Santamarina Fernández<br>José Manuel Maceira Blanco  | Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)<br><br>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)<br><br>Universidad de Santiago de Compostela (USC)   |
|               | Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) | Guillermo Viña González<br>Norberto Penedo Rey<br>Enrique Gómez Fernández  |  |
|               | Universidad de Santiago de Compostela (USC)      | Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC)<br>Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC)<br>María Bobillo Varela<br>Nuria Calvo Babío<br>Maite Cancelo Márquez<br>Loreto Fernández Fernández<br>Rubén Lado Sestayo<br>Marta Portela Maseda<br>David Rodeiro Pazos<br>Mercedes Teijeiro Álvarez<br>Mª Milagros Vivel Búa<br>Guillermo Zapata Huamaní |  |
| Madrid ciudad | Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)      | Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)<br>Begoña Santos Urda<br>Esperanza Valdés Lías<br>Yolanda Bueno Hernández  | Ayuntamiento de Madrid   |
|               | Universidad Autónoma de Madrid                   | Miguel Angoitia Grijalba   |  |
| Melilla       | Universidad de Granada                           | María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla)<br>Juan Antonio Marmolejo Martín<br>Carlos Antonio Albacete Sáez<br>Ana María Bojica<br>Rocío Llamas Sánchez<br>Matilde Ruiz Arroyo<br>Jenny María Ruiz Jiménez  | Universidad de Granada<br><br>Ciudad Autónoma de Melilla   |
|               |  |  |  |
| Murcia        | Universidad de Murcia                            | Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)<br>Juan Samuel Baixauli Soler<br>Nuria Nevers Esteban Lloret<br>José Andrés López Yepes<br>María Feliz Madrid Garre<br>Catalina Nicolás Martínez<br>Mercedes Palacios Manzano<br>Gregorio Sánchez Marín  | Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación<br>Instituto de Fomento de la Región de Murcia<br>Banco Mare Nostrum<br>Fondo Europeo de Desarrollo Regional<br>Plan emprendemos<br>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia<br>Cátedra de Emprendedores<br>Universidad de Murcia |
| Navarra       | Universidad Pública de Navarra                   | Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra)<br>Martin Larraza Kintana<br>Raquel Orcos Sánchez<br>Víctor Martín Sánchez  | Universidad Pública de Navarra<br><br>Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa   |
|               | King's College London (UK)                       |  |  |

|                             |   |  |  |
|-----------------------------|---|--|--|
| País Vasco                  | Deusto Business School  | Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco)<br>Iñaki Peña<br>José L. González-Pernía | Innobasque<br>Diputación Foral de Bizkaia<br>Diputación Foral de Gipuzkoa<br>Fundación Emilio Soldevilla |
|                             | Universidad del País Vasco  | María Saiz<br>Jon Hoyos  |  |
|                             | Mondragón Unibertsitatea  | Nerea González   |  |
|                             | Universitat Autònoma de Barcelona                                     | David Urbano   |  |
| Trabajo de campo GEM España | Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca) | Josep Ribó (Director gerente)<br>Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)   | Asociación RED GEM España  |

## Investigadores del Equipo GEM Andalucía



**Director del GEM en Andalucía**

**José Ruiz Navarro**  
jose.ruiznavarro@uca.es

Es Catedrático de Organización de Empresas y director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz, premio de la Red de Fundaciones Universidad-Empresa de España a la mejor práctica nacional. Dirige el equipo GEM de Andalucía desde 2003 y es vocal del comité ejecutivo del Observatorio GEM España. Es director del grupo del Plan Andaluz de Investigación “Dirección Estratégica y Creación de Empresas”. Ingeniero Técnico Naval, Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Sevilla y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga. Ha realizado estancias como profesor en la Universidad de Purdue (Estados Unidos), Instituto Tecnológico de Monterrey (Méjico), Agencia de Finanzas del Gobierno de la Federación de Rusia y Universidad Tecnológica de Panamá, entre otras. Autor de numerosos libros y artículos en revistas extranjeras y nacionales especializadas en economía, dirección y creación de empresa. Ha sido Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cádiz, presidente de la red de ACEDE de profesores de creación de empresas. Ha creado y dirigido empresas de consultoría y ha ocupado puestos directivos en el sector naval, administraciones públicas y entidades financieras.



**Salustiano Martínez Fierro**  
salustiano.martinez@uca.es

Profesor Contratado Doctor del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz, Diplomado en Ciencias Empresariales, Licenciado y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Sus líneas de investigación son los Acuerdos de Cooperación, Alianzas Empresariales y Creación de Empresas. Es miembro del Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) y ha formado parte del Proyecto de Investigación del Plan de I+D+i, "Creación de Empresas Culturales" financiado por el Ministerio de Educación, Ciencia e Innovación. Actualmente pertenece al Proyecto de Investigación "Factores de Éxito de las SpinOffs Universitarias", financiado por el mismo ministerio. Durante su trayectoria investigadora ha presentado trabajos en congresos de carácter nacional e internacional además cuenta con publicaciones de libros, capítulos de libros, y artículos en revistas de reconocido prestigio. Ha estado como profesor visitante y coordinador Erasmus en las Universidades de Viena, en Austria y de Turín en Italia. Es miembro de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE) formando parte de la sección de Creación de Empresas. A nivel empresarial ha participado en la gestión de diversas empresas y ha participado en numerosos contratos OTRIs con empresas de la zona.



**José Aurelio Medina Garrido**  
joseaurelio.medina@uca.es

Doctor en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Cádiz, profesor titular del Departamento de Organización de Empresas en dicha Universidad. Responsable académico en diferentes cursos de Creación de Empresas. Ha presentado múltiples ponencias y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales relacionadas con el tópico de la creación de empresas y sistemas de información y es autor de numerosos libros, capítulos de libros y artículos de revista sobre estos tópicos. Responsable de diversos contratos de consultoría profesional a empresas en temas de

gestión y desarrollo empresarial. Profesor en diversos Másteres, Expertos Universitarios y seminarios que versaron sobre Desarrollo Local y sobre Creación de Empresas. Miembro de los grupos de investigación “Capacidades Dinámicas y Cambio Estratégico” perteneciente al Plan Nacional I+D del programa europeo FEDER, “Creación de empresas culturales” perteneciente al Plan Nacional de I+D+I del Ministerio de Educación de España, y “Dirección Estratégica y Recursos Humanos” en el marco del Plan Andaluz de Investigación



**Antonio Rafael Ramos Rodríguez**  
rafael.ramos@uca.es

Profesor del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Granada y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, con Premio Extraordinario de Doctorado, por la Universidad de Cádiz. Ha publicado en revistas internacionales de reconocido prestigio como Strategic Management Journal, Journal of the American Society for Information Science and Technology, International Small Business Management, International Journal of Hospitality Management e International Entrepreneurship and Management Journal. En el ámbito nacional, es autor de varios artículos en Revista Española de Dirección y Economía de la Empresa, Investigaciones Europeas en Economía y Administración de Empresas y Revista Vasca de Economía y ha participado en numerosos congresos, seminarios y proyectos de I+D relacionados con el fenómeno emprendedor. Es profesor y coordinador del módulo de Cooperación Innovadora en el Máster en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. En la actualidad es Coordinador para la Universidad de Cádiz del proyecto internacional GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey).

## Índice

|  |           |
|--|-----------|
| PRESENTACIÓN DEL INFORME GEM ANDALUCÍA .....   | 14        |
| RETOS DEL PROYECTO GEM .....   | 19        |
| BALANCED SCORECARD .....   | 21        |
| RESUMEN EJECUTIVO .....  | 26        |
| <b>CAPÍTULO 1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN ANDALUCÍA .....</b>    | <b>33</b> |
| 1.1 Potencial emprendedor .....  | 37        |
| 1.2 Actividad emprendedora.....  | 39        |
| 1.3 Dinámica emprendedora.....   | 43        |
| 1.4 Conclusiones .....   | 47        |
| <b>CAPÍTULO 2. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR .....</b>                           | <b>49</b> |
| 2.1 Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor .....                            | 51        |
| 2.2 Motivos que impulsan la decisión de emprender por oportunidad .....                | 57        |
| 2.3 Conclusiones .....   | 58        |
| <b>CAPÍTULO 3. PERFIL DEL EMPRENDEDOR EN ANDALUCÍA .....</b>                           | <b>59</b> |
| 3.1 Distribución por género .....  | 61        |
| 3.2 Distribución por edad .....  | 64        |
| 3.3 Distribución por niveles de renta.....   | 66        |
| 3.4 Distribución por nivel de educación .....  | 69        |
| 3.5 Conclusiones .....   | 73        |
| <b>CAPÍTULO 4. CARACTERIZACIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRESARIALES EN ANDALUCÍA .....</b> | <b>75</b> |
| 4.1 Aspectos generales del negocio .....   | 77        |
| 4.2 Expectativas de crecimiento .....  | 79        |
| 4.3 Orientación innovadora .....   | 80        |
| 4.4 Orientación internacional .....  | 85        |
| 4.5 Conclusiones .....   | 88        |
| <b>CAPÍTULO 5. FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ANDALUCÍA .....</b>        | <b>89</b> |
| 5.1 Capital semilla medio necesario .....  | 91        |
| 5.2 Papel del inversor informal ( <i>business angel</i> ) .....                        | 92        |

|   |   |            |
|---|---|------------|
| 5.3   | El perfil del inversor informal en Andalucía .....  | 94         |
| 5.4   | Conclusiones .....  | 96         |
| <b>CAPÍTULO 6. OPORTUNIDADES, MOTIVACIONES Y CAPACIDADES PARA<br/>CREAR EMPRESAS EN ANDALUCÍA .....</b> |   | <b>97</b>  |
| 6.1   | Percepción de oportunidades .....   | 99         |
| 6.2   | Motivación para emprender .....   | 101        |
| 6.3   | Capacidad para emprender.....   | 104        |
| 6.4   | Conclusiones .....  | 105        |
| <b>CAPÍTULO 7. CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ENTORNO DEL EMPRENDEDOR .....</b>                            |   | <b>107</b> |
| 7.1   | Factores que obstaculizan y favorecen la creación de empresas y valoración del entorno .....  | 109        |
| 7.2   | Información detallada relativa a las condiciones del entorno evaluadas por los expertos ..... | 114        |
| 7.3   | Comparativa regional de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos .....          | 124        |
| 7.4   | Conclusiones .....  | 136        |
| <b>ANEXO I. METODOLOGÍA .....</b>   |   | <b>139</b> |
| Encuesta a la población adulta .....  |   | 142        |
| Encuesta a expertos.....  |   | 146        |
| Las variables secundarias .....   |   | 148        |
| <b>ANEXO II. GLOSARIO DE TÉRMINOS .....</b>   |   | <b>149</b> |
| <b>TABLAS E ILUSTRACIONES .....</b>   |   | <b>150</b> |

*“En virtud de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, así como de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, todas las referencias que se encuentran en este informe referidas a emprendedores, empresarios o similares y cuyo género sea masculino, están haciendo referencia al género gramatical neutro, incluyendo por tanto, la posibilidad de referirse tanto a mujeres como a hombres”*

## Presentación del Informe GEM Andalucía

**Un aspecto esencial de todo proceso es el de observar su evolución, entender sus dinámicas, su modelo de actuación y sus resultados. Para el proceso emprendedor lo hacemos mediante el Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, proyecto que ofrece un mapa pormenorizado sobre la actividad emprendedora de los países y regiones de las economías participantes.**

**Debido a su metodología y alcance estamos ante el mayor estudio de referencia internacional en el ámbito del emprendimiento. La cantidad y calidad de información que facilitan los informes GEM, tanto el nacional como los regionales, los posiciona como herramientas fundamentales para que las administraciones e instituciones puedan diseñar estrategias que estimulen el crecimiento económico y social de sus comunidades.**

La sociedad española se enfrenta al desafío de ser más innovadora ya que nos encontramos en la tercera división europea, como innovadores moderados. Se necesitan empresas más competitivas, innovadoras y de un tamaño que permita afrontar mejor las condiciones que exige el nuevo marco global. Como sociedad se debe respaldar un modelo en el que todos los agentes, el conjunto de las instituciones gestoras del conocimiento con las universidades como referente y las empresas, con el apoyo de las administraciones, permita actuar de forma conjunta y planificada, con principios innovadores para potenciar nuestra productividad y crecimiento.

De igual modo se debe potenciar la cultura emprendedora puesto que existe una relación bidireccional entre la emprendedora y la innovadora. Se innova mejor a través de personas emprendedoras y se emprende mejor en sociedades innovadoras.

Por todo ello se debe potenciar el emprendimiento integral, sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de tener una cultura emprendedora e innovadora que favorezca el desarrollo de una economía moderna, social y más competitiva que mejore la empleabilidad, y la generación y apoyo de iniciativas emprendedoras basadas en el alto conocimiento.

La sociedad española, y por ende la andaluza, debe gestionar el conocimiento como la materia prima estratégica de futuro: creándolo y transfiriéndolo. Para ello es necesario planificar e invertir; para así poder aprovechar la capacidad de recursos humanos altamente formados que tenemos y que actualmente están siendo aprovechados por otros países ya que aquí no encuentran oportunidades por nuestra falta de modelo.

En el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) tenemos un fuerte compromiso por el desarrollo de la sociedad basado en el conocimiento y potenciado por las capacidades creativas y emprendedoras. Por ello desde CISE se ofertan programas para el fomento de la empleabilidad, la creación de empresas, la cultura emprendedora, el estímulo para la capacitación innovadora así como la investigación en emprendimiento a través de nuestro apoyo al proyecto GEM y a la Asociación Red GEM España.

Para concluir quisiera felicitar a los investigadores que conforman el equipo GEM Andalucía, dirigidos por el profesor José Ruiz Navarro, que con su esfuerzo y dedicación hacen posible que cada año tengamos en nuestras manos este informe que nos permite conocer las capacidades emprendedoras de la sociedad andaluza y nos orientan hacia un mejor desarrollo de las mismas, aspectos necesarios para conseguir una sociedad más innovadora y emprendedora.

Federico Gutiérrez-Solana Salcedo  
Director CISE

## **El equipo GEM de Andalucía tiene la satisfacción de presentar un año más el informe anual sobre creación de empresas y entorno emprendedor de nuestra comunidad.**

**Son ya doce años ofreciendo información detallada de la tasa de actividad emprendedora, de las principales variables que condicionan el proceso emprendedor en la región y de valoraciones cualificadas de su entorno. Doce años que permiten observar con detalle la evolución de Andalucía en comparación con otras comunidades, ciudades autónomas de España y con otros países de varios continentes.**

Numerosas investigaciones y la información que ofrece el observatorio GEM pone de manifiesto que existe una estrecha relación entre la dinámica y calidad del tejido empresarial de una región y su capacidad para desarrollarse económica y socialmente. Por eso, nuestro objetivo principal es ofrecer información cualificada que permita medir y valorar los procesos de creación y desarrollo de empresas nacientes y proponer medidas que permitan su crecimiento cuantitativo y sobre todo cualitativo en nuestra región.

Este trabajo ha sido posible gracias a la red internacional de investigadores que vienen trabajando todos estos años en el proyecto GEM y que ha hecho posible consolidarlo como uno de los proyectos de investigación colaborativa más relevantes del mundo en la materia. Una red de la que nos sentimos orgullosos de pertenecer y que en España se organiza en la asociación Red GEM España Observatorio de Emprendimiento <sup>1</sup> formada por los equipos regionales y cuyo comité de dirección está presidido por Federico Gutiérrez-Solana Salcedo del Centro Internacional Santander Emprendimiento y cuya directora ejecutiva es Ana Fernández Laviada de la Universidad de Cantabria.

Para conseguir cada año elaborar el informe GEM es fundamental la colaboración de numerosos actores. Además de la red ya citada, es justo reconocer la labor que realizan los equipos de la dirección técnica internacional y de la dirección técnica nacional, dirigido este último por Iñaki Peña de la Universidad de Deusto. Este trabajo no habría salido a la luz sin la generosa y valiosa colaboración de los treinta y seis expertos que en Andalucía han aportado tiempo, experiencias y conocimientos. Es preciso reconocer la colaboración de Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, y de la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, que han facilitado contactos con expertos e información de utilidad. Por último, pero esencial para llevar a término el informe ha sido la financiación aportada por la UTE Fujitsu Magtel comprometida con proyectos orientados a la innovación y desarrollo económico y social de Andalucía. A todos ellos nuestra más sinceras gracias.

Esperamos que la información ofrecida sea útil para crear una sociedad más emprendedora y socialmente más valiosa.

### **El equipo GEM Andalucía de la Universidad de Cádiz**

José Ruiz Navarro (Director)

Salustiano Martínez Fierro

José Aurelio Medina Garrido

Antonio Rafael Ramos Rodríguez

<sup>1</sup> Ver más en: <http://www.gem-spain.com>







**No es posible dirigir sin medir, sin tener un sistema de información que permita conocer el rumbo de un proyecto y el grado de acercamiento a la consecución de sus objetivos estratégicos.**

**Este es el gran reto del proyecto GEM, ofrecer un sistema de información que haga más fácil el pilotaje de los distintos agentes sociales implicados en la tarea de conseguir una sociedad más emprendedora.**

Esta capacidad se va generando a lo largo del tiempo, a partir de las acciones sobre numerosas variables que inciden en un proceso de cambio estructural continuado. El proyecto GEM responde a la demanda de identificar y analizar las variables que inciden en este proceso. En este sentido, los informes GEM ponen de manifiesto cada año la aportación de las personas con capacidad emprendedora y de las empresas con altos niveles de competitividad e innovación para el desarrollo territorial.

El informe GEM ofrece un sistema de información y análisis que permite evaluar la adecuación de las políticas y acciones emprendidas por los gobiernos. En este sentido, el proyecto GEM ofrece una información amplia y precisa sobre los procesos de creación de empresas, con una metodología homologada a escala internacional <sup>2</sup>, que permite la comparación entre diferentes territorios y países.

Una de las claves del reconocimiento internacional del proyecto GEM es la posibilidad de comparación interterritorial, a través de la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio analizado. Esta medición y la posibilidad de comparación permiten observar el impacto de las políticas públicas en cada territorio, además de otras variables, sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo.

Además de los informes de carácter nacional, en algunos países como en el caso de España, se realizan informes de ámbito regional.

La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones asegura la comparación de los resultados de cada estudio territorial. El diseño de la investigación favorece la obtención de una serie de indicadores homogéneos para cada país o región participante, que garantizan la validez y el sentido de la comparación interterritorial.

Como en anteriores ediciones, las fuentes de información que se emplean para la realización del informe son tres:

1. una encuesta a la población adulta (de 18 a 64 años de edad) de cada país, para detectar las características específicas de los emprendedores y los condicionantes específicos de la creación de empresas;
2. un cuestionario dirigido a un panel de expertos, de los que 36 fueron seleccionados en Andalucía, que permite obtener una opinión cualificada y diversa sobre el fenómeno emprendedor;
3. un conjunto de variables secundarias, económicas y sociales, obtenidas de fuentes contrastadas a escala internacional.

---

<sup>2</sup> Visítese <http://www.gemconsortium.org>

La información recabada a través de estas tres fuentes, que se completan y complementan, se trata y elabora como base para la realización de los distintos apartados que integran el informe, y que recogen aspectos como la motivación para la creación de empresas, el perfil del emprendedor; las formas de financiación de las iniciativas emprendedoras, las oportunidades de negocio percibidas y la capacidad de la población para emprender negocios.

La Ilustración 1 resume el modelo conceptual GEM, para ofrecer una explicación más amplia y precisa del fenómeno emprendedor.

### — Ilustración 1.

#### Modelo Conceptual GEM y fuentes de información que lo nutren



Fuente: GEM Global Report (Kelley, Bosma y Amorós, 2011)<sup>3</sup>.

En este Informe GEM Andalucía se ha introducido un apartado con un Balanced Scorecard que incluye varios cuadros sintéticos que agrupan la información en relación con las perspectivas de resultados, de stakeholders, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento de la actividad emprendedora en Andalucía. Estos cuadros ofrecen una síntesis de los principales indicadores del Informe anual haciendo más fácil su lectura y permitiendo una mejor visualización de sus relaciones.

<sup>3</sup> Kelley, D., Bosma, N.S., Amorós, J.E. (2011): Global Entrepreneurship Monitor 2010. Babson College. London Business School.

## Balanced Scorecard

**El *Balanced Scorecard* es un herramienta de dirección estratégica que permite alinear las acciones estratégicas con la visión estratégica de una empresa, gobierno u organización sin ánimo de lucro.**

Permite jerarquizar e interrelacionar los objetivos bajo diferentes perspectivas (de resultados, de stakeholders, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento).

En este apartado se recogen los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Andalucía, y se organizan en las diferentes perspectivas que forman parte del cuadro de mando integral o *Balanced Scorecard*<sup>4</sup>. La estructura jerárquica del *Balanced Scorecard* permite mostrar los principales indicadores de manera integrada, para tener una visión de conjunto del estado de la cuestión de la creación de empresas en Andalucía durante el año al que se refiere este informe y su evolución respecto del año anterior.

En relación con los indicadores que caracterizan el fenómeno emprendedor desde la **perspectiva de sus resultados** (Tabla 1), Andalucía ha mejorado en algunos aspectos respecto al año anterior. En este sentido, se observa que la tasa de emprendedores es superior en cinco décimas a la del año pasado, tanto para la población adulta en general, como para la población femenina en particular. También es destacable el incremento de más de dos puntos y medio en el porcentaje de empresas con un uso medio o alto de nuevas tecnologías. Otros indicadores que también han mejorado son la previsión de creación de empleo por parte de los emprendedores encuestados, el porcentaje de empresas consolidadas y el porcentaje de empresas que han cerrado. Sólo se detecta un aspecto negativo en relación al año anterior, la reducción en seis décimas del porcentaje de emprendedores con previsión de expansión.

---

4 El resumen Scorecard de los resultados del Informe GEM está basado en el trabajo de Lorenzo Gómez, J.D., Rojas Vázquez, A. y Ruiz Navarro, J. (2007): "Regional Entrepreneurial Scorecard", Cuadernos de Gestión, Vol. 8, nº 2, pp. 29-46. ISSN: 1131-6837.

— Tabla 1.

## Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de resultados

| Objetivos                                     | Indicadores   | Descripción   | 2014 | 2015 | ↑↓ |
|---|---|---|------|------|----|
| Mayor número de emprendedores                 | TEA   | % 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva                                     | 5,9  | 6,4  | +  |
| Mayor número de mujeres emprendedoras         | TEA femenina  | % 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva                            | 5,1  | 5,6  | +  |
| Mayor calidad de empresas: expansión          | Previsión de expansión en el mercado                              | % 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva con previsión de expansión          | 2,1  | 1,5  | -  |
| Mayor calidad de empresas: creación de empleo | Previsión de creación de empleo                                   | % de la TEA que creará algún empleo de aquí a 5 años  | 3,6  | 3,9  | +  |
| Mayor calidad de empresas: tecnología         | Porcentaje de empresas con medio o alto uso de nuevas tecnologías | TEA % Activo en sectores tecnológicos   | 6,1  | 8,7  | +  |
| Mayor número de empresas consolidadas         | Empresas consolidadas   | % 18-64 población, Sí: Actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses de funcionamiento | 5,0  | 5,3  | +  |
| Menor número de cierres                       | Empresas que han cerrado  | % 18-64 población, Sí: Ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses            | 1,6  | 1,4  | -  |

La Tabla 2 muestra la evolución del fenómeno emprendedor desde una **perspectiva de stakeholders**. En esta perspectiva sólo ha mejorado un indicador respecto al año previo: la imagen que la sociedad tiene del emprendedor, considerando la cobertura que le brindan los medios de comunicación. Sin embargo, se ha reducido en 6 décimas el porcentaje de la población que considera que crear una empresa es una buena salida profesional. El resto de indicadores se mantienen en posiciones muy similares a las del año anterior, reduciéndose tan sólo una décima. Así ocurre para el caso del apoyo financiero, considerando tanto el acceso que los emprendedores tienen a la financiación, como el porcentaje de inversores informales existentes; así como para la valoración que el panel de expertos entrevistados hace de los programas y las políticas gubernamentales.

— **Tabla 2.****Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de stakeholders**

| Objetivos                               | Indicadores  | Descripción   | 2014 | 2015 | ↑↓ |
|---|--|---|------|------|----|
| Apoyo financiero                        | Valoración del panel de expertos sobre las condiciones de acceso a la financiación por los emprendedores (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de acceso a la financiación por parte de los emprendedores  | 2,0  | 1,9  | -  |
| Apoyo financiero                        | Porcentaje de inversores informales en la sociedad   | % 18-64 población, Sí: he prestado dinero para poner en marcha un negocio   | 3,3  | 3,2  | -  |
| Imagen positiva del emprendedor         | Porcentaje de población que considera que crear una empresa es una buena salida profesional                                  | % Sí: Emprender es una buena elección de carrera profesional  | 54,5 | 53,9 | -  |
| Imagen positiva del emprendedor         | Porcentaje de población que considera que hay buena cobertura de los emprendedores en los medios de comunicación             | % 18-64 población, Sí: En mi país, los medios de comunicación prestan mucha atención al fenómeno emprendedor                              | 44,2 | 46,4 | +  |
| Mejora de programas gubernamentales     | Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de programas gubernamentales (valorado de 1 a 5)                        | Componente principal resumen del bloque de percepción de la situación de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas | 2,8  | 2,7  | -  |
| Apoyo al emprendedor en todas las fases | Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de políticas gubernamentales (valorado de 1 a 5)                        | Componente principal resumen del bloque de políticas, medidas y apoyo para creación de empresa propia                                     | 2,6  | 2,5  | -  |

La **perspectiva de procesos internos**, que se muestra en la Tabla 3, recoge información sobre la percepción de oportunidades de negocio, la identificación de emprendedores potenciales, la imagen del emprendedor y los trámites para poner en marcha una actividad empresarial. Según los datos disponibles para este año, han mejorado los indicadores relativos al porcentaje de la población que considera que existen buenas oportunidades de negocio, así como la valoración que la población hace del estatus social del emprendedor. Entre los indicadores que han empeorado destaca la reducción de un punto y medio en el porcentaje de la población con intención futura de emprender. En menor medida, también empeora la valoración que los expertos realizan sobre los impuestos, trámites y tiempo necesarios para la puesta en marcha de una empresa.

— **Tabla 3.****Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de procesos internos**

| Objetivos                                     | Indicadores  | Descripción   | 2014 | 2015 | ↑↓ |
|---|--|---|------|------|----|
| Percepción de oportunidades de negocio        | Porcentaje de la población que considera que existen buenas oportunidades de negocio   | % 18-64 población, Sí: ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses   | 23,3 | 26,1 | +  |
| Detección de emprendedores potenciales        | Porcentaje de la población con intención futura de emprender   | % 18-64 población, Sí: Espera poner en marcha un nuevo negocio en los 3 próximos años (emprendedores potenciales)                         | 7,8  | 6,3  | -  |
| Imagen del emprendedor                        | Valoración de la población sobre el estatus social del emprendedor   | % 18-64 población, Sí: asocia un alto estatus a los emprendedores que tienen éxito  | 48,9 | 50,3 | +  |
| Reducción de trámites y plazos de tramitación | Valoración del panel de expertos sobre los impuestos, trámites y tiempo necesarios para la puesta en marcha de una empresa (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de Política gubernamentales, titulado trámites y burocracia en la creación de una empresa propia. | 2,0  | 1,8  | -  |

Para cerrar este análisis de los principales indicadores del Informe GEM Andalucía, la **perspectiva de aprendizaje y crecimiento** (Tabla 4) muestra un leve empeoramiento en todos sus indicadores. Se detecta una reducción de dos décimas en la valoración de los expertos del nivel de transferencia de I+D, de la asistencia que prestan a los emprendedores las instituciones de promoción y de la capacidad de la población para dirigir empresas. También se ha reducido levemente la valoración que los expertos hacen de la formación en creación de empresas en el ámbito de la formación profesional y la universidad y, en mayor medida, en primaria y secundaria.

— **Tabla 4.****Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de aprendizaje y crecimiento**

| Objetivos                        | Indicadores  | Descripción   | 2014 | 2015 | ↑↓ |
|----------------------------------|--|---|------|------|----|
| Transferencia I+D                | Evaluación del nivel de transferencia de I+D (valorado de 1 a 5)   | Componente principal resumen del bloque Transferencia Tecnológica e I+D   | 2,4  | 2,2  | -  |
| Coordinación entre instituciones | Evaluación del nivel de asistencia integral de las instituciones de promoción (valorado de 1 a 5)        | Valoración de los expertos sobre si se puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactando con un solo organismo público. | 2,4  | 2,2  | -  |
| Mejoras en formación             | Evaluación de educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de educación y formación, con estudios de primaria y secundaria, y en creación de empresas                            | 1,9  | 1,3  | -  |
| Mejoras en formación             | Evaluación de educación y formación en creación de empresas en formación profesional y universidad       | Componente principal resumen del bloque de educación y formación en formación profesional y Universidad en Creación de Empresas                               | 2,6  | 2,5  | -  |
| Mejoras en formación             | Valoración de la población sobre su capacidad para dirigir empresas                                      | % Tiene habilidades, conocimientos para crear una nueva empresa   | 47,3 | 47,1 | -  |

## Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo ofrece una panorámica de los principales indicadores de la actividad emprendedora, de los motivos que la impulsan, del perfil de las personas que emprenden, de las características de sus iniciativas, de cómo se financian, de las oportunidades empresariales y de sus expectativas de explotación, y, por último, del entorno emprendedor en la región.

### LEYENDA

Verde: presentan una información o evolución positiva

Rojo: presentan una información o evolución negativa

Naranja: son neutros o requieren una valoración más detallada

### Indicadores de actividad emprendedora

La actividad emprendedora se considera como un proceso con **tres etapas**. **La primera** mide el potencial emprendedor de la población a través del porcentaje de individuos entre 16 y 64 años que manifiestan su intención de crear una empresa en un horizonte de tres años. **La segunda** se corresponde con las empresas nacientes o nuevas. En ella, se mide la tasa de actividad emprendedora (TEA) como el porcentaje de la población adulta que posee y gestiona una empresa de menos de tres meses, para el caso de las empresas nacientes, y entre tres meses y tres años y medio de antigüedad, para el caso de las nuevas. **La tercera** etapa considera a las empresas consolidadas y mide el porcentaje de individuos que poseen y gestionan una empresa que lleva desarrollando su actividad de forma ininterrumpida durante un periodo superior a los tres años y medio. Además, la actividad emprendedora se completa con indicadores de mortalidad empresarial en los últimos doce meses previos a la realización del estudio de campo.

Los principales resultados de este proceso en Andalucía durante 2015 son:

1.  La tasa de emprendimiento potencial vuelve a descender por tercer año consecutivo y se sitúa en niveles parecidos a los de antes de la crisis. La tendencia fue creciente entre 2009 y 2012. La evolución es similar a la de España y su valor absoluto en el periodo es ligeramente superior en dos décimas a la media de España alcanzando al 6,3% de la población. Dada la alta tasa de desempleo en la región, cabría esperar una mayor tasa de emprendedores potenciales.
2.  La tasa de actividad emprendedora (TEA) de empresas nacientes y nuevas se sitúa en el 6,4% de la población adulta. La evolución, desde 2012, viene siendo superior a la media de España. En 2015 experimenta una importante subida de 5 décimas respecto al año anterior, mayor que la media de España, situándose 7 décimas por encima de la media nacional (5,7%).
3.  Andalucía, con unas 340.000 personas involucradas en poner en marcha una empresa naciente o nueva, lo que representa el 20,36% de los emprendedores de España, supera este año a Cataluña y se coloca como la primera comunidad autónoma con más personas emprendiendo en términos absolutos. Andalucía, junto con Cataluña y Madrid, concentran el 54,1% de las casi 1.700.000 personas que están emprendiendo en toda España.
4.  Mientras que en España el 7,7% de la población consolida sus iniciativas emprendedoras en Andalucía solo llega al 5,3%, lo que la sitúa como la cuarta peor comunidad. Dada la alta tasa de actividad emprendedora de años anteriores, cabría esperar una alta tasa de consolidación posterior. Este desfase podría explicarse por la escasa calidad de los proyectos emprendidos

5. En los últimos cuatro años la tasa de cierres ha sido superior en Andalucía que en España. En 2015 Andalucía tiene una tasa de cierre del 1,4%, 3 décimas mayor a la media de España, lo que le sitúa en la quinta peor posición entre el resto de regiones y ciudades autónomas.
6. Un aspecto positivo es que en los tres últimos años la tasa de cierres se ha ido reduciendo a razón de 2 décimas por año. Hay que considerar que las diferencias interregionales son muy pequeñas.

### Motivos para emprender

Principalmente son dos los motivos que mueven a las personas a iniciar una actividad empresarial: los que se basan en la identificación de una oportunidad y los que se fundamentan en la necesidad. El observatorio GEM en Andalucía en 2015 pone de manifiesto que:

7. En Andalucía las iniciativas empresariales movidas por una oportunidad son mayoría (77,2%). Siguen la tendencia alcista de los últimos años y aumenta casi diez puntos respecto al año pasado, situándose más de cuatro puntos por encima de España (73,5%).
8. Paralelamente descienden los emprendedores por necesidad que alcanzan el 22,8% del total y se va acercando a los valores previos a la crisis.
9. Considerando el porcentaje de emprendedores por oportunidad sobre la población adulta, Andalucía es la cuarta comunidad con mayor tasa (4,9%) por detrás de Baleares, Cataluña y Madrid.
10. La comparación de Andalucía y España con los países GEM orientados a la innovación muestra una posición rezagada en el emprendimiento por oportunidad (aunque por delante de Alemania, Bélgica e Italia) y relativamente alta en la motivación por necesidad (con valores similares a Eslovenia y Grecia).
11. Entre los emprendedores por oportunidad el motivo fundamental para emprender de los andaluces es el aumento de los ingresos (46,7%). En España, la causa es la mayor independencia, señalada por el 55,1%.

### Perfil del emprendedor

El análisis descriptivo de la información proporcionada por los emprendedores andaluces participantes en la APS del observatorio GEM permite trazar un perfil genérico en cada etapa del proceso emprendedor:

12. En la etapa de emprendimiento potencial, es mayoritariamente mujer, con una edad media de 38,6 años y situada, generalmente, en el tramo de edad de los 35 a 44 años, con un nivel de renta bajo, un nivel educativo correspondiente a educación secundaria y sin formación específica en creación de empresas (55,8%), porcentaje que crece ligeramente respecto al año anterior (54,2%).
13. En la etapa naciente o nueva es mayoritariamente hombre, con una edad media de 39,7 años, en el tramo de edad de los 35 a 44 años, nivel de renta alto, educación secundaria (51,3%) y sin formación específica en creación de empresas (72,8%), porcentaje que crece de manera significativa respecto al año anterior (59,5%).

14. El emprendedor consolidado es frecuentemente hombre, con una edad media de 47,3 años, en el tramo de edad de los 45-54 años, con un nivel de renta alto, educación secundaria y sin formación específica para el emprendimiento (63,5%), porcentaje que baja ligeramente respecto al año anterior (64,7%).
15. En general, en Andalucía se aprecia un descenso de los emprendedores con niveles educativos más altos. Los emprendedores potenciales con formación superior o de posgrado representan el 35,3% del total de su grupo, casi cuatro puntos menos que en 2014. En el grupo de emprendedores nacientes un 37,5% tiene formación superior o de posgrado (49,0% en España), 5,1 puntos menos que el año anterior. Entre los emprendedores consolidados solo el 33,1% poseen formación superior o de posgrado (36,9% en España) unos dos puntos menos que en el ejercicio anterior.
16. Por niveles de estudio, la Tasa de Actividad Emprendedora en Andalucía, ha alcanzado valores del 2,3% para individuos sin estudios o con estudios primarios (similar a la media nacional); 7,7% entre aquellos con estudios de nivel intermedio (5,3 en España); y, 8,8% en los niveles superiores (9,2% en España).

### Caracterización de las iniciativas empresariales

Las iniciativas empresariales nacientes y nuevas en Andalucía se pueden caracterizar del siguiente modo:

17. Continúa la tercerización de la economía regional, la mayoría de las iniciativas pertenecen al sector de servicios y comercio orientado al consumidor final (56,9%), porcentaje superior al de media nacional (51,1%).
18. Un 21,6% de las mismas se encuadran en el segmento de servicios a empresas, frente al 29,5% en España; un 14,3% en el sector industrial (España el 14,5%), y el 7,2% restante se dedican a actividades extractivas (4,9% en España).
19. Un 15,7% utilizan tecnologías de última generación (de menos de un año), porcentaje algo superior a la media nacional (11,9%).
20. Una gran parte sólo genera el puesto de trabajo de su promotor (52,9%), porcentaje que crece notablemente respecto a 2014 (37,8%). En España esta proporción de autónomos es también muy alta aunque ligeramente inferior (50,5%). El 41,0% de las iniciativas se sitúa en el intervalo de 1 y 5 empleos y el 4,8% en el de entre 6 y 19 empleos (el 44,9% y 4,1% respectivamente en España).
21. Casi todas las iniciativas son microempresas con escasa motivación para crecer, sólo el 17,3% piensa crear más de 5 puestos de trabajo en los primeros cinco años de vida.
22. Es escasa la intención de internacionalizar sus actividades, el 73,6% no facturan a clientes extranjeros y sólo el 0,8% están orientadas al 100% al mercado exterior (2,1% en España).
23. En términos generales, los emprendedores tienen una orientación limitada hacia la innovación. Solo el 31,6% considera que sus productos o servicios son novedosos para todos o algunos de sus clientes, algo menos que la media nacional (34,3%).
24. Por último, el 51,1% perciben que van a tener un alto grado de competencia en el mercado en el que operan, algo menos que en el resto de España que alcanzan el 57,8%.

## Financiación de la actividad emprendedora

La financiación de las iniciativas nuevas o nacientes estudia el volumen de inversión, el capital aportado por los socios y el papel de los inversores informales.

25. La moda o valor más frecuente de la inversión ronda los 20.000 €, cantidad similar en el conjunto de España e inferior a la del año 2014.
26. En términos porcentuales, el capital aportado representa una media de casi el 70% del importe de la inversión, tanto en Andalucía como en España, porcentaje que aumenta respecto al año anterior (60%).
27. El valor más frecuente del capital aportado es 6.000€, cifra algo superior a la de España (5.000€), pero que desciende respecto a 2014.
28. El porcentaje de la población que actúa como inversor informal es el 3,2%, se sitúa en niveles muy parecidos a los de España (3,3%). Estos porcentajes están lejos de los niveles de países como EEUU (6%) pero más cercanos a otros del entorno europeo (en Alemania el 3,9%).
29. El perfil del inversor informal es predominantemente hombre (62,6% de los casos); con una edad media de 46 años; nivel de estudios alto; en situación laboral activa (siete de cada diez); con conocimientos y experiencia para emprender (siete de cada diez); y con formación específica en creación de empresas en la mitad de los casos aproximadamente.
30. En relación con el perfil de 2014, aumenta la presencia de hombres inversores, disminuyen el nivel de estudios, el número de inversores en situación laboral activa y el nivel de renta familiar.
31. Más de la mitad de los inversores informales son familiares directos, y casi uno de cada tres mantiene relaciones de amistad o vecindad. Algo más del 4% son familiares no directos y un 2,3% compañeros de trabajo.

## Potencial emprendedor

El potencial emprendedor se relaciona con la identificación de oportunidades que ofrece Andalucía y con la percepción de su posible explotación por la población. Puede ser impulsado o frenado por diferentes motivos de carácter cognitivo y por las capacidades de las personas para emprender.

32. Más de la cuarta parte de la población de Andalucía, un 26,1%, percibe oportunidades para crear empresas, valor similar al de la media de España. Crece esta percepción más de tres puntos respecto a 2014 y casi diez puntos sobre 2009, año que marcó un mínimo histórico.
33. Disminuye el porcentaje de personas (42,6%) que identifica el miedo al fracaso como una barrera para emprender. Se sitúa ligeramente por debajo al de la media de España (43,1%) y desciende a valores previos a los años de crisis.
34. Sigue descendiendo la proporción de andaluces que opinan que ser empresario es una buena opción profesional (53,9%), cae ligeramente respecto a 2014 (54,5%) y alcanza el mínimo de valoración de los últimos nueve años. Esta tendencia es similar en España.

35. Solo el 46,4% de los andaluces opinan que los medios de comunicación motivan a emprender ofreciendo una buena cobertura de las actividades emprendedoras. Este porcentaje es ligeramente inferior al de la media de España (46,9%) pero se sitúa más lejos de Cataluña (54,6%), Baleares (50,2%) o País Vasco (49,3%).
36. De manera muy parecida al resto de la sociedad española, se mantiene el deseo de igualdad entre la población andaluza que se sitúa ligeramente por encima de la media del país pero por debajo de los valores de comunidades como País Vasco o Cataluña.
37. Casi la mitad de los andaluces (47,1%) piensa que tiene capacidad para crear una empresa, cifra algo superior a la de España (45,3%). Se mantiene con respecto a 2014.

### Condiciones específicas del entorno para emprender

Las condiciones del entorno se identifican a través de la información cualitativa de un panel de 36 expertos. Se precisan los factores que obstaculizan y favorecen la creación de empresas y su desarrollo en Andalucía y las recomendaciones ofrecidas.

38. La falta de apoyo financiero, ciertas políticas gubernamentales, la falta de capacidad emprendedora, los obstáculos impuestos por las normas sociales y culturales, la educación y formación y la falta de adecuación de algunos programas gubernamentales son, por este orden los principales obstáculos para emprender en Andalucía.
39. Destaca la mejora que la educación y formación experimenta respecto a períodos anteriores, convirtiéndose en un importante facilitador para la creación de empresas. Casi igual de importantes como facilitadores son algunos programas y políticas gubernamentales, distintos de los señalados como obstáculos. También afectan positivamente las infraestructuras físicas, la situación del mercado laboral, los efectos de la crisis económica, así como la transferencia de I+D.
40. Las principales recomendaciones para mejorar el entorno emprendedor refuerzan el diagnóstico de los principales problemas y facilidades antes detectadas. Así, se señala en primer lugar el establecimiento de políticas públicas de apoyo al emprendedor, la necesidad de aumentar la atención y acciones en la educación y formación hacia el espíritu emprendedor y la capacitación de emprendedores. La mitad de los expertos apuntan, como en años previos, a la necesaria mejora del marco financiero.
41. El factor de entorno mejor valorado es, con diferencia, la existencia de infraestructuras físicas.
42. Rozan el aprobado la valoración que los expertos hacen de algunos programas gubernamentales, la infraestructura comercial y de servicios, y la educación superior.
43. Los factores del entorno emprendedor que reciben peor valoración son la educación primaria y secundaria y determinadas políticas gubernamentales relacionadas con la existencia de burocracia.
44. Comparando el contexto emprendedor de Andalucía con el de España, el único factor en el que la región es mejor valorada es en infraestructuras físicas.

45. Se valoran de forma similar en Andalucía y España las políticas gubernamentales relacionadas con medidas de apoyo a los emprendedores, los programas gubernamentales, la educación superior, la transferencia de I+D y la infraestructura comercial y servicios.
46. Los factores que en Andalucía reciben peor puntuación que la media española son la burocracia de las políticas gubernamentales, la educación primaria y secundaria, la dinámica del mercado interior, las normas sociales y culturales y la falta de apoyo financiero.
47. En comparación con los países GEM de Europa determinadas políticas gubernamentales de apoyo al emprendedor o, en menor medida, la educación superior, son valoradas de forma similar en Andalucía.
48. Los factores que peor soportan una comparación con Europa son la burocracia, la educación primaria y secundaria, la dinámica del mercado interno, y las normas sociales y culturales.
49. La comparación con otras comunidades de España, dado que todas se mueven en un estrecho margen de valores, hay que tomarla con las debidas reservas.
50. Los factores que comparándolos con el resto de regiones españolas salen peor valorados para Andalucía son educación primaria y secundaria, burocracia, apoyo financiero, normas sociales y culturales, educación superior, dinámica del mercado interior, transferencia de I+D e infraestructura comercial y servicios.
51. Andalucía ocupa una buena posición relativa entre las regiones españolas en las políticas gubernamentales de apoyo al emprendedor, en las barreras al mercado y en el acceso a las infraestructuras físicas.



Actividad emprendedora y dinámica  
empresarial en Andalucía





**Este capítulo analiza la actividad y la dinámica emprendedora en Andalucía. Para ello, se investigan las tres etapas esenciales del proceso de creación de empresas: la concepción de un proyecto empresarial, el nacimiento de la empresa y su posterior consolidación.**

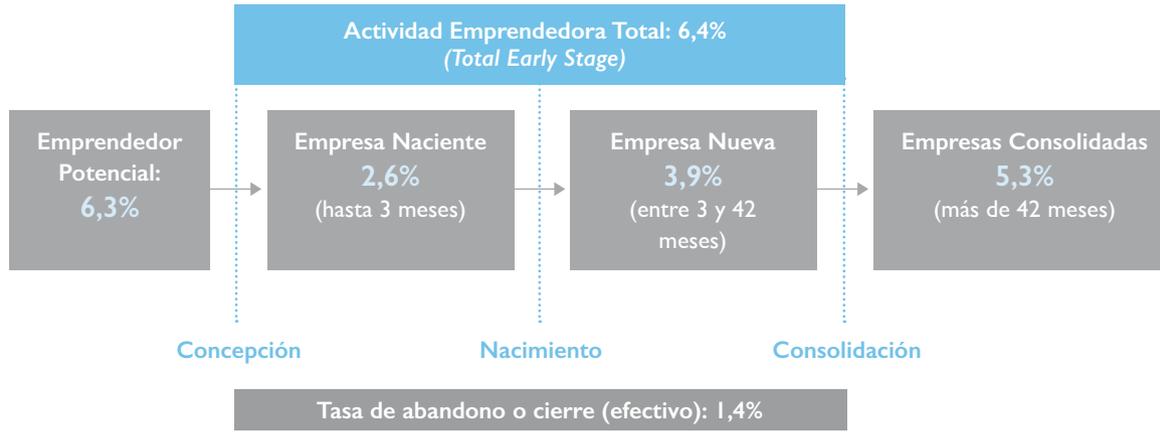
**El siguiente apartado se dedica a la primera etapa, que abarca la intención de emprender y, posteriormente, la concepción de un proyecto empresarial. Esta etapa se analiza con la tasa de emprendedores potenciales, que comprende a aquellas personas con intenciones de crear una empresa en el futuro.**

**La segunda etapa es una continuación de la anterior e implica el nacimiento de la empresa y, posteriormente, su consideración como empresa nueva. Éste es el núcleo central del análisis de la actividad emprendedora al que se le dedica el segundo apartado del capítulo e incluye a las empresas que aún no han superado los 3,5 años de vida.**

**La tercera etapa, a la que se le dedica el último apartado de este capítulo, analiza la consolidación del proyecto empresarial, de un lado, y, como contrapunto, los abandonos o cierres, de otro. Se ha convenido que una empresa está consolidada si supera los 3,5 años de vida.**

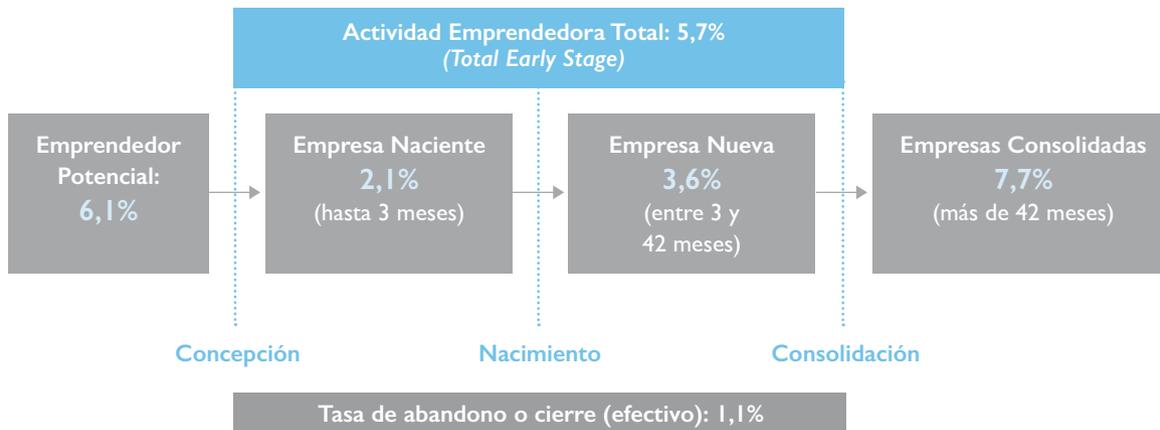
La Ilustración 2 y la Ilustración 3 representan el proceso emprendedor descrito para el caso andaluz y español, respectivamente. Como se observa en estas ilustraciones, la población andaluza tiene un potencial emprendedor de 6,3% de la población encuestada, 2 décimas por encima de la media española. Además, la tasa de actividad emprendedora medida por la TEA es 7 décimas superior a la española, alcanzando el 6,4% de la población. La descomposición de esta tasa supone que el 2,6% de la población andaluza son emprendedores nacies (con negocios de menos de 3 meses de actividad efectiva) y aproximadamente el 3,9% de la población son empresas de nueva creación (considerando aquí aquellos negocios que llevan más de 3 meses de actividad pero menos de 42). A pesar de esta incipiente actividad emprendedora, el número de empresas que se encuentran consolidadas en Andalucía (con más de 42 meses de actividad), y que alcanza al 5,3% de los encuestados, es inferior a la media española, que es del 7,7% de la población. En cuanto a la tasa de cierre de negocios, que en Andalucía asciende al 1,4% de los encuestados, supone una mejoría de 2 décimas en relación al año anterior. Aunque este valor es 3 décimas superior a la tasa de cierre media en España, que alcanza el 1,1%.

— **Ilustración 2.**  
**El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años)**



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)<sup>5</sup>.

— **Ilustración 3.**  
**El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años)**



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)<sup>6</sup>.

5 Reynolds, et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", Small Business Economics Vol. 24, nº 3 (abril), pp. 205-231.

6 Reynolds et al. (2005), ob. cit.

## I.1 — Potencial emprendedor

Un buen indicador de los emprendedores que se encuentran en la etapa de concepción es el número de emprendedores potenciales. Este apartado estudia al emprendedor potencial, entendido como aquél con el deseo de crear una empresa. Para ello, la pregunta que se le realiza a los encuestados es: *¿espera usted crear una empresa en los próximos 3 años?*

Como se observa en la Tabla 5, el potencial emprendedor de la población andaluza es del 6,3%, lo que supone que es 2 décimas mayor a la media española. Este valor se encuentra por encima del potencial emprendedor de la gran mayoría del resto de las regiones españolas. Siguiendo la tónica de los años anteriores, el potencial emprendedor en Andalucía ha ido paulatinamente descendiendo hasta niveles similares a años previos a la crisis económica. Este mismo efecto se aprecia en el resto de las regiones españolas. Una posible explicación es la tímida recuperación del empleo por cuenta ajena. Durante el periodo de crisis, ante las malas expectativas laborales, el potencial emprendedor de todas las comunidades aumentó considerablemente. En el nuevo contexto económico, que apunta a una ligera recuperación, decae la intención emprendedora que alimentó la crisis.

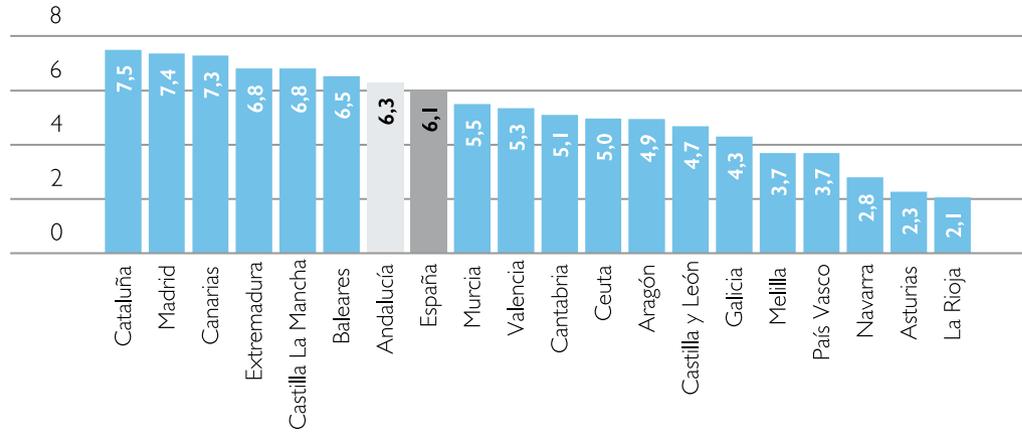
### — Tabla 5.

#### *Evolución del potencial emprendedor por comunidades y ciudades autónomas de España*

|                    | 2003       | 2004       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011        | 2012        | 2013        | 2014       | 2015       |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|
| Cataluña           | 5,5        | 5,7        | 6,8        | 4,5        | 7,2        | 8,4        | 4,3        | 7,2        | 10,42       | 14,0        | 10,9        | 9,7        | 7,5        |
| Madrid             | -          | 5,7        | 8,7        | 9,5        | 9,8        | 9,9        | 8,8        | 6,2        | 10,66       | 10,3        | 7,9         | 10,1       | 7,4        |
| Canarias           | -          | 7,7        | 7,3        | 7,9        | 8,6        | 9,6        | 7,3        | 9,0        | 11,28       | 14,9        | 11,7        | 10,1       | 7,3        |
| Castilla La Mancha | -          | -          | -          | 9,4        | 6,1        | 5,6        | 4,8        | 5,9        | 11,33       | 10,6        | 9,4         | 10,2       | 6,8        |
| Extremadura        | 5,0        | 4,3        | 3,9        | 6,2        | 8,2        | 8,8        | 7,3        | 5,0        | 8,07        | 11,1        | 10,4        | 10,0       | 6,8        |
| Baleares           | -          | -          | -          | 8,3        | 5,1        | 10,6       | 7,2        | 3,3        | 11,85       | 13,4        | 9,0         | 9,1        | 6,5        |
| <b>Andalucía</b>   | <b>6,0</b> | <b>5,9</b> | <b>5,0</b> | <b>5,4</b> | <b>6,5</b> | <b>6,4</b> | <b>4,9</b> | <b>8,3</b> | <b>9,81</b> | <b>15,6</b> | <b>10,9</b> | <b>7,8</b> | <b>6,3</b> |
| <b>España</b>      | <b>6,7</b> | <b>5,4</b> | <b>5,9</b> | <b>6,4</b> | <b>6,8</b> | <b>7,7</b> | <b>5,5</b> | <b>6,7</b> | <b>9,7</b>  | <b>12,0</b> | <b>9,3</b>  | <b>8,0</b> | <b>6,1</b> |
| Murcia             | -          | -          | -          | 10,2       | 6,6        | 6,9        | 6,7        | 7,6        | 12,41       | 12,9        | 11,1        | 12,1       | 5,5        |
| Valencia           | -          | 3,9        | 5,8        | 6,4        | 7,6        | 6,9        | 5,2        | 5,6        | 9,86        | 11,1        | 9,8         | 5,4        | 5,3        |
| Cantabria          | -          | -          | -          | 6,1        | 4,5        | 8,1        | 4,1        | 4,0        | 8,88        | 8,9         | 8,2         | 7,1        | 5,1        |
| Ceuta              | -          | -          | -          | -          | 5,5        | 7,4        | 3,1        | 5,5        | -           | 12,2        | 10,2        | 7,9        | 5,0        |
| Aragón             | -          | -          | -          | 7,7        | 3,0        | 7,7        | 3,8        | 4,6        | 7,03        | 11,6        | 7,8         | 6,0        | 4,9        |
| Castilla y León    | -          | 4,9        | 6,1        | 4,9        | 5,8        | 7,3        | 5,1        | 2,9        | 5,44        | 7,1         | 6,8         | 5,6        | 4,7        |
| Galicia            | -          | -          | 4,7        | 9,4        | 6,3        | 7,0        | 3,7        | 3,7        | 8,96        | 8,1         | 7,1         | 5,5        | 4,3        |
| Melilla            | -          | -          | -          | -          | 5,2        | 7,1        | 4,7        | 11,7       | -           | 7,5         | 7,6         | 4,3        | 3,7        |
| País Vasco         | -          | 3,3        | 4,5        | 2,1        | 4,2        | 7,8        | 4,5        | 4,2        | 8,95        | 8,5         | 6,0         | 5,4        | 3,7        |
| Navarra            | -          | -          | 4,8        | 6,5        | 5,2        | 7,5        | 3,9        | 6,1        | 8,00        | 9,2         | 6,4         | 4,5        | 2,8        |
| Asturias           | -          | -          | -          | 5,2        | 7,3        | 5,9        | 2,8        | 3,6        | 3,61        | 7,1         | 7,6         | 3,6        | 2,3        |
| La Rioja           | -          | -          | -          | 6,6        | 8,1        | 6,2        | 2,9        | 4,0        | 7,24        | 11,8        | 9,8         | 4,9        | 2,1        |

La Ilustración 4 muestra gráficamente las tasas de los emprendedores potenciales de las distintas Comunidades Autónomas en el año analizado. Como se ha comentado, Andalucía ocupa una posición por encima de la media española y de la mayoría de las comunidades autónomas. Sin embargo, parece lógico que las altas tasas de desempleo impliquen un mayor nivel de intención emprendedora. Resulta llamativo que Andalucía ostente la tasa de desempleo más alta según la EPA (véase la Tabla 6), ascendiendo a 31,73% de la población activa, pero sus emprendedores potenciales, aunque son muchos, le otorgan una séptima posición en una comparativa interregional. Cabría esperar una mayor tasa de emprendedores potenciales motivados por la necesidad, como ocurre en el caso de Canarias y Extremadura.

— Ilustración 4.  
Emprendedores potenciales en las regiones españolas



— Tabla 6.  
Evolución del desempleo según la EPA

|                    | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Andalucía</b>   | 18,43 | 16,07 | 13,83 | 12,22 | 13,99 | 21,78 | 26,33 | 28,35 | 31,23 | 35,86 | 36,32 | 34,23 | 31,73 |
| Melilla            | -     | -     | 11,83 | 9,73  | 17,52 | 16,87 | 21,68 | 26,06 | 28,13 | 28,31 | 35,36 | 29,52 | 31,40 |
| Ceuta              | -     | -     | 17,58 | 14,16 | 19,15 | 16,32 | 24,57 | 24,82 | 29,16 | 37,84 | 36,82 | 32,46 | 30,59 |
| Canarias           | 12,17 | 10,76 | 10,67 | 11,48 | 11,02 | 21,18 | 26,91 | 28,96 | 30,93 | 32,96 | 33,18 | 31,08 | 28,56 |
| Extremadura        | 17,19 | 17,65 | 15,31 | 12,94 | 14,65 | 17,96 | 21,26 | 23,9  | 28,59 | 34,06 | 32,29 | 29,96 | 28,51 |
| Castilla La Mancha | 9,78  | 10,26 | 9,39  | 8,04  | 7,95  | 14,9  | 19,23 | 21,33 | 24,45 | 30,02 | 29,16 | 28,50 | 24,72 |
| Murcia             | 10,71 | 9,86  | 7,42  | 7,91  | 8,27  | 15,53 | 22,47 | 24,98 | 26,77 | 29,59 | 28,98 | 27,26 | 23,49 |

|                 |              |              |            |            |            |              |              |              |              |              |              |              |              |
|-----------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Valencia        | 10,73        | 10,07        | 8,01       | 8,48       | 9,03       | 14,85        | 22,56        | 22,91        | 25,45        | 28,10        | 27,91        | 23,48        | 22,37        |
| <b>España</b>   | <b>11,37</b> | <b>10,56</b> | <b>8,7</b> | <b>8,3</b> | <b>8,6</b> | <b>13,91</b> | <b>18,83</b> | <b>20,33</b> | <b>22,85</b> | <b>26,02</b> | <b>26,03</b> | <b>23,70</b> | <b>21,18</b> |
| Galicia         | 13,5         | 12,57        | 9,13       | 8,05       | 7,47       | 9,74         | 12,88        | 15,69        | 18,3         | 21,28        | 21,96        | 20,87        | 17,66        |
| Cataluña        | 9,57         | 9,37         | 6,64       | 6,68       | 6,63       | 11,82        | 17,01        | 17,98        | 20,5         | 23,94        | 22,26        | 19,88        | 17,49        |
| Asturias        | 9,99         | 10,36        | 9,56       | 9,18       | 8,12       | 9,95         | 14,24        | 16,67        | 18,9         | 23,76        | 22,25        | 20,78        | 16,97        |
| Castilla y León | 11,01        | 10,54        | 8,54       | 7,47       | 6,99       | 11,22        | 14,15        | 15,78        | 17,16        | 20,76        | 22,03        | 20,28        | 16,59        |
| Madrid          | 7,16         | 6,91         | 5,92       | 6,49       | 6,38       | 10,15        | 14,68        | 15,75        | 18,51        | 19,88        | 21,03        | 18,00        | 16,27        |
| Cantabria       | 10,32        | 11,26        | 8,1        | 6          | 4,63       | 8,9          | 12,63        | 14,93        | 15,93        | 19,22        | 20,06        | 18,42        | 16,19        |
| Aragón          | 6,42         | 5,52         | 5,65       | 5,01       | 5,09       | 9,57         | 13,29        | 16,06        | 16,84        | 18,55        | 20,57        | 18,65        | 14,97        |
| Baleares        | 9,87         | 8,02         | 7,48       | 6,17       | 9,01       | 12,32        | 19,54        | 22,23        | 25,2         | 24,3         | 22,91        | 18,88        | 13,88        |
| País Vasco      | 9,84         | 9,17         | 6,4        | 6,68       | 5,73       | 8,32         | 11,75        | 10,89        | 12,61        | 15,93        | 15,76        | 16,60        | 13,76        |
| La Rioja        | 6,43         | 4,4          | 6,53       | 7,04       | 5,63       | 9,75         | 13,67        | 15,68        | 18,7         | 18,73        | 20,05        | 17,17        | 13,59        |
| Navarra         | 6,11         | 5,14         | 5,95       | 4,58       | 4,27       | 8,12         | 10,53        | 11,64        | 13,82        | 17,15        | 16,83        | 14,92        | 13,57        |

## 1.2 — Actividad emprendedora

La segunda etapa de la dinámica emprendedora es la del nacimiento y desarrollo de la nueva empresa. Se ha convenido incluir aquí a las empresas nacientes, de reciente creación (menos de 3 meses), y a las empresas nuevas, que aún no alcanzan los tres años y medio. El porcentaje de encuestados que indica haber creado una empresa que aún no rebasa ese plazo es lo que en el proyecto GEM se denomina Actividad Emprendedora Total o Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, del inglés: *Total Entrepreneurial Activity*). Esta definición incluye el autoempleo.

En la Tabla 7 se recoge la evolución temporal de la TEA para las Comunidades Autónomas españolas y las ciudades autónomas de España. Como punto de referencia, también se incluye la TEA media para toda España. Con esta tabla se pueden hacer tanto comparaciones longitudinales, entre los diferentes años, como comparaciones regionales de carácter transversal para un año concreto.

Si se analiza la TEA andaluza para el último año disponible, 6,4%, se observa que es superior a la media de España, 5,7%, compartiendo la quinta posición con Cataluña.

Si se contempla la evolución longitudinal de la actividad emprendedora en Andalucía, la tasa del año aquí estudiado supone una mejora de 5 décimas en relación al año anterior. Esta tasa constituye el mejor valor en los seis últimos años.

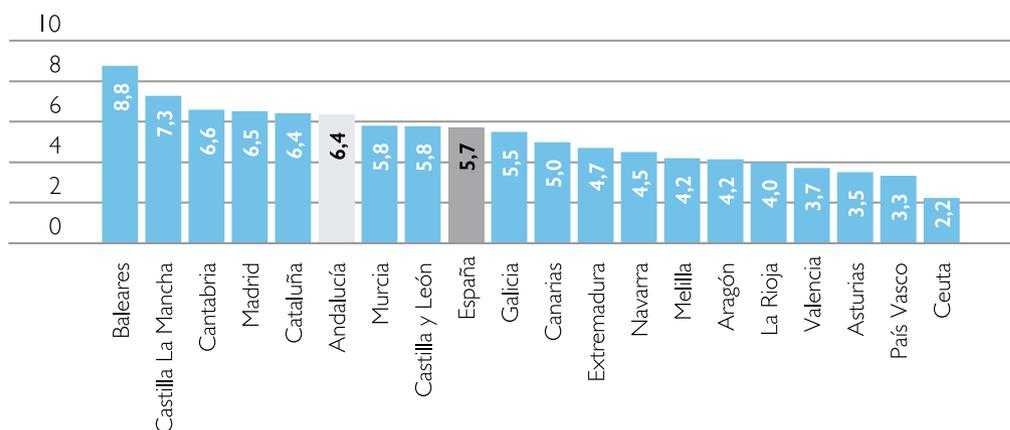
— **Tabla 7.****Actividad emprendedora (TEA) por comunidades y ciudades autónomas de España**

|                    | 2003       | 2004       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011        | 2012       | 2013       | 2014       | 2015       |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|
| Baleares           | .          | .          | .          | 4,2        | 8,7        | 6,9        | 6,6        | 3,3        | 4,26        | 5,3        | 6,7        | 8,8        | 8,8        |
| Castilla La Mancha | .          | .          | .          | 7,7        | 8,5        | 6,7        | 3,5        | 4,3        | 5,81        | 5,6        | 4,9        | 5,3        | 7,3        |
| Cantabria          | .          | .          | .          | 7,3        | 6,2        | 7,9        | 5,8        | 3,5        | 3,77        | 4,4        | 3,9        | 4,9        | 6,6        |
| Madrid             | .          | 4,4        | 6,9        | 9,3        | 7,9        | 8,5        | 5,1        | 4,5        | 5,59        | 4,4        | 4,8        | 5,8        | 6,5        |
| Cataluña           | 7,7        | 5,6        | 6,8        | 8,6        | 8,4        | 7,3        | 6,4        | 4,0        | 6,82        | 7,5        | 6,6        | 7,5        | 6,4        |
| <b>Andalucía</b>   | <b>6,2</b> | <b>6,0</b> | <b>5,7</b> | <b>6,1</b> | <b>7,2</b> | <b>6,7</b> | <b>6,3</b> | <b>4,0</b> | <b>5,76</b> | <b>6,1</b> | <b>5,4</b> | <b>5,9</b> | <b>6,4</b> |
| Castilla y León    | .          | 4,6        | 4,8        | 6,6        | 6,2        | 5,6        | 3,2        | 4,8        | 6,34        | 5,6        | 3,7        | 4,2        | 5,8        |
| Murcia             | .          | .          | .          | 6,6        | 7,5        | 7,0        | 5,6        | 4,1        | 6,43        | 3,9        | 5,3        | 6,7        | 5,8        |
| <b>España</b>      | <b>6,8</b> | <b>5,2</b> | <b>5,7</b> | <b>7,3</b> | <b>7,6</b> | <b>7,0</b> | <b>5,1</b> | <b>4,3</b> | <b>5,8</b>  | <b>5,7</b> | <b>5,2</b> | <b>5,5</b> | <b>5,7</b> |
| Galicia            | .          | .          | 5,5        | 6,0        | 7,6        | 7,5        | 4,7        | 2,6        | 4,74        | 5,1        | 4,1        | 3,9        | 5,5        |
| Canarias           | .          | 4,2        | 5,8        | 7,8        | 9,0        | 7,2        | 4,8        | 3,6        | 6,94        | 4,6        | 6,3        | 4,0        | 5,0        |
| Extremadura        | 7,7        | 7,0        | 7,0        | 8,3        | 8,1        | 7,1        | 3,3        | 2,6        | 6,06        | 5,1        | 5,8        | 7,4        | 4,7        |
| Navarra            | .          | .          | 5,5        | 6,3        | 8,1        | 6,5        | 3,9        | 3,6        | 5,55        | 4,4        | 4,1        | 3,9        | 4,5        |
| Aragón             | .          | .          | .          | 9,0        | 7,2        | 8,1        | 4,5        | 3,7        | 5,30        | 4,6        | 4,2        | 4,7        | 4,2        |
| Melilla            | .          | .          | .          | .          | 5,7        | 3,2        | 3,3        | 6,6        | .           | 5,9        | 6,0        | 3,0        | 4,2        |
| La Rioja           | .          | .          | .          | 6,9        | 8,8        | 7,0        | 4,9        | 2,2        | 5,00        | 5,4        | 7,0        | 4,6        | 4,0        |
| Valencia           | .          | 5,5        | 6,0        | 7,4        | 8,4        | 7,4        | 4,9        | 3,7        | 6,87        | 5,8        | 5,5        | 4,0        | 3,7        |
| Asturias           | .          | .          | .          | 5,6        | 7,0        | 5,8        | 2,4        | 2,7        | 1,49        | 2,2        | 4,2        | 1,5        | 3,5        |
| País Vasco         | .          | 5,3        | 5,4        | 5,4        | 6,4        | 7,0        | 3,0        | 2,5        | 3,85        | 4,4        | 3,0        | 3,7        | 3,3        |
| Ceuta              | .          | .          | .          | .          | 6,4        | 5,1        | 3,0        | 3,0        | .           | 4,7        | 3,5        | 4,5        | 2,2        |

En la Ilustración 5 se puede comparar visualmente, con mayor claridad, la TEA del año analizado para cada Comunidad Autónoma. Como se comentó, Andalucía ocupa una posición por encima de la media y es la quinta región más emprendedora, junto con Cataluña.

— **Ilustración 5.**

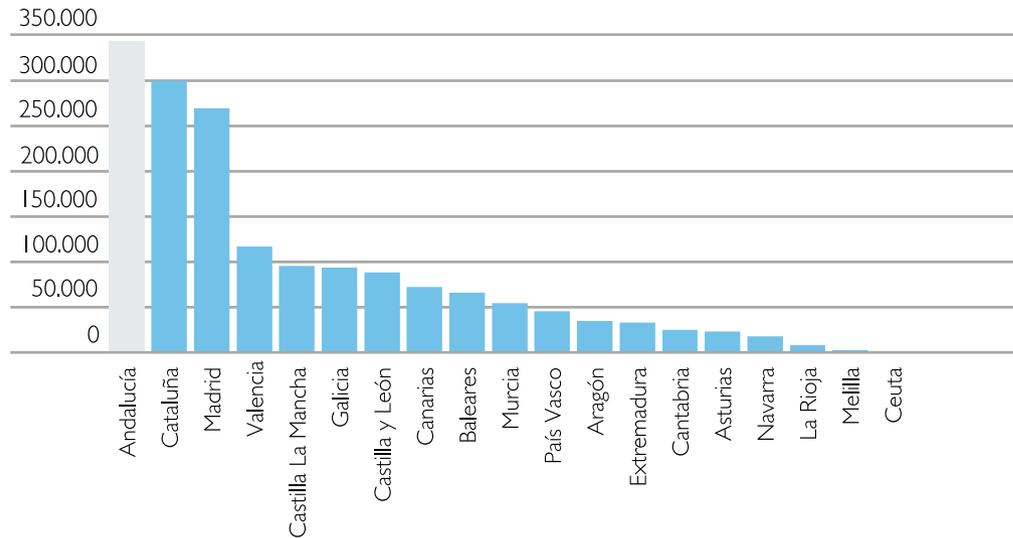
*Tasa de actividad emprendedora de Andalucía en el contexto de regiones españolas*



Dado que las tasas no arrojan información por sí solas del número absoluto de personas implicadas en la creación de empresa, resulta interesante estimar el número de emprendedores aplicando la TEA a la población adulta en edad activa registrada por el INE en el periodo analizado, y para cada una de las regiones consideradas.

En este sentido, la Ilustración 6 recoge una estimación de dichos emprendedores totales considerando la TEA registrada en cada Comunidad de España. Estas estimaciones se ven condicionada no sólo por la tasa de actividad emprendedora sino, sobre todo, por el tamaño de la población de cada región. Andalucía es la región con más población de España y, aun con tasas de actividad emprendedora menores, arroja una estimación de personas emprendedoras mayor al de otras regiones. En este sentido, Andalucía, con más de 340.000 personas, ocupa la primera posición de España en número de emprendedores. Este monto representa el 20,36% de las casi 1.700.000 personas emprendiendo en toda España. Entre las tres comunidades con más emprendedores estimados, a saber, Andalucía, Cataluña y Madrid concentran el 54,1% de todos los emprendedores de España.

## — Ilustración 6.

*Estimación del número de emprendedores en las regiones y ciudades autónomas españolas*

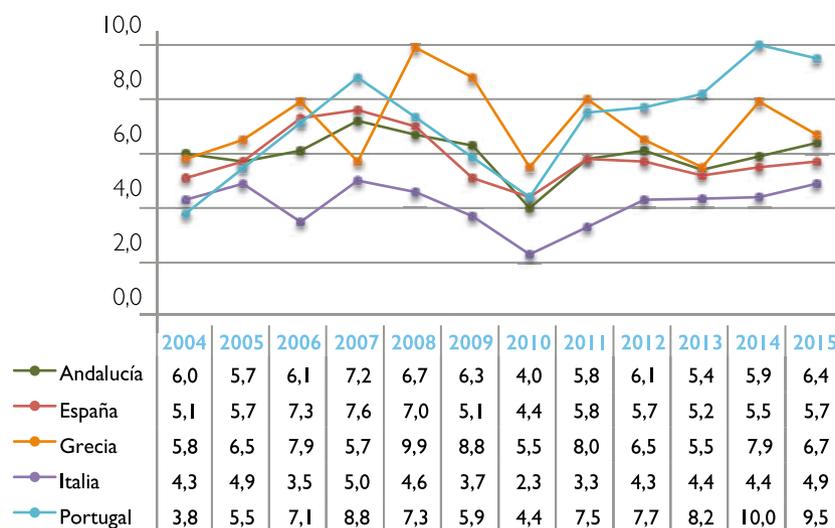
Por último, la Ilustración 7 compara la TEA de Andalucía en un contexto más internacional, con países con perfiles similares a España, esto es, los países del sur de la Unión Europea del arco Mediterráneo.

La evolución de la TEA de Andalucía en un análisis longitudinal comparado con los países del sur de la Unión Europea muestra una evolución similar a la de la media española. En los últimos cuatro años, sin embargo, esta tasa andaluza ha estado levemente por encima de la media de España. Siendo el año 2015, junto con los años 2004 y 2009, los únicos en los que la TEA andaluza ha estado ostensiblemente por encima de la media española.

En relación a la situación de la tasa de emprendimiento andaluza respecto a los países del sur de la Unión Europea, se repite la tendencia comentada en informes previos, estando la tasa andaluza de forma más o menos constante por debajo de la de Grecia y Portugal y por encima de la de Italia.

Todos estos datos anteriores referidos a la TEA, aunque son reveladores, se deben analizar con cautela, ya que junto con la TEA (un indicador exclusivamente cuantitativo) se ha de considerar cuál es la calidad de los proyectos emprendidos en términos de innovación y potencial de creación de empleo, entre otras variables, y cuál es la mortalidad o tasa de cierre de empresas de cada territorio.

## — Ilustración 7.

Evolución de la TEA en países mediterráneos de la Unión Europea y Andalucía<sup>7</sup>

### 1.3 — Dinámica emprendedora

La dinámica emprendedora, además de contemplar las empresas nacientes y nuevas antes analizadas en la TEA, también debe prestar atención a la consolidación de las empresas (más allá de los 3,5 años) y a los abandonos o cierres de las mismas. La Tabla 8 y la Tabla 9 recogen estas variables para la serie de años en los que han participado las diferentes comunidades y ciudades autónomas de España desde 2003, expresadas en porcentaje de la población comprendida entre 18 y 64 años. Por su parte, la Ilustración 8 muestra gráficamente las iniciativas consolidadas en España por comunidades y ciudades autónomas; y la Ilustración 9 ofrece una imagen visual de la tasa de abandonos o cierres para estos mismos territorios.

Se observa en la Tabla 8 que la tasa de empresas consolidadas en Andalucía de los tres últimos años se encuentra por debajo de la media española. Sin embargo, en los dos últimos años, la tasa de consolidación de empresas en Andalucía es 2 y 2,4 puntos más baja que en España. Esto sitúa a Andalucía, por segundo año consecutivo, entre las cuatro peores regiones considerando su tasa de consolidación.

<sup>7</sup> Algunos años para el caso de Italia y Portugal, para los que no había datos, se han estimado como promedio.

— **Tabla 8.***Dinámica emprendedora en España por comunidades y ciudades autónomas: iniciativas consolidadas*

|                    | 2003       | 2004       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       | 2012       | 2013       | 2014       | 2015       |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Castilla La Mancha | -          | -          | -          | 6,2        | 6,6        | 9,5        | 6,8        | 6,5        | 14,9       | 9,9        | 10,6       | 10,4       | 15,0       |
| Extremadura        | 6,5        | 7,8        | 7,7        | 6,6        | 6,0        | 12,7       | 7,8        | 11,5       | 12,9       | 10,2       | 12,6       | 12,2       | 11,8       |
| Galicia            | -          | -          | 6,9        | 6,4        | 8,3        | 9,3        | 6,7        | 9,1        | 9,9        | 10,5       | 9,8        | 8,5        | 10,6       |
| Baleares           | -          | -          | -          | 2,8        | 3,9        | 9,9        | 9,4        | 11,7       | 13,5       | 6,4        | 9,3        | 9,0        | 10,3       |
| Cantabria          | -          | -          | -          | 5,7        | 6,0        | 8,8        | 3,7        | 9,3        | 15,1       | 10,9       | 8,7        | 9,8        | 10,2       |
| Cataluña           | 7,0        | 8,8        | 8,5        | 5,3        | 6,6        | 9,1        | 7,4        | 9,4        | 8,3        | 9,9        | 10,1       | 9,7        | 10,0       |
| Castilla y León    | -          | 8,3        | 8,7        | 4,9        | 6,8        | 10,3       | 6,9        | 7,3        | 8,6        | 8,7        | 10,4       | 4,6        | 9,7        |
| Navarra            | -          | -          | 8,8        | 8,0        | 7,0        | 9,7        | 8,1        | 8,4        | 10,5       | 7,1        | 7,3        | 9,3        | 8,6        |
| Melilla            | -          | -          | -          | -          | 4,5        | 7,4        | 4,3        | 6,3        | -          | 4,6        | 5,9        | 11,2       | 7,9        |
| La Rioja           | -          | -          | -          | 4,8        | 10,6       | 11,0       | 6,3        | 10,3       | 13,0       | 8,7        | 11,4       | 12,3       | 7,8        |
| <b>España</b>      | <b>4,8</b> | <b>7,8</b> | <b>7,7</b> | <b>5,5</b> | <b>6,4</b> | <b>9,1</b> | <b>6,4</b> | <b>7,7</b> | <b>8,9</b> | <b>8,7</b> | <b>8,4</b> | <b>7,0</b> | <b>7,7</b> |
| Murcia             | -          | -          | -          | 5,0        | 6,3        | 9,9        | 6,5        | 6,4        | 8,2        | 9,2        | 10,2       | 7,5        | 7,1        |
| País Vasco         | -          | 6,6        | 8,8        | 5,4        | 4,3        | 8,8        | 6,9        | 6,8        | 7,3        | 8,3        | 7,9        | 8,0        | 7,1        |
| Aragón             | -          | -          | -          | 7,3        | 7,2        | 9,0        | 6,9        | 9,0        | 14,4       | 11,0       | 9,9        | 7,8        | 6,7        |
| Madrid             | -          | 8,1        | 8,4        | 5,9        | 7,1        | 7,8        | 5,5        | 6,7        | 5,7        | 5,7        | 6,3        | 6,2        | 6,4        |
| Valencia           | -          | 7,1        | 10,5       | 5,7        | 5,6        | 9,5        | 6,6        | 6,6        | 10,6       | 9,2        | 7,6        | 5,1        | 5,9        |
| <b>Andalucía</b>   | <b>6,7</b> | <b>7,0</b> | <b>7,4</b> | <b>4,3</b> | <b>6,4</b> | <b>8,8</b> | <b>5,4</b> | <b>7,5</b> | <b>6,6</b> | <b>8,7</b> | <b>7,1</b> | <b>5,0</b> | <b>5,3</b> |
| Canarias           | -          | 7,0        | 8,8        | 5,1        | 6,1        | 8,0        | 5,1        | 5,7        | 6,4        | 7,2        | 5,8        | 4,5        | 4,1        |
| Ceuta              | -          | -          | -          | -          | 4,4        | 8,0        | 4,0        | 5,2        | -          | 5,5        | 5,4        | 6,2        | 3,4        |
| Asturias           | -          | -          | -          | 3,9        | 7,3        | 10,2       | 5,9        | 6,8        | 14,7       | 9,3        | 7,4        | 4,0        | 3,0        |

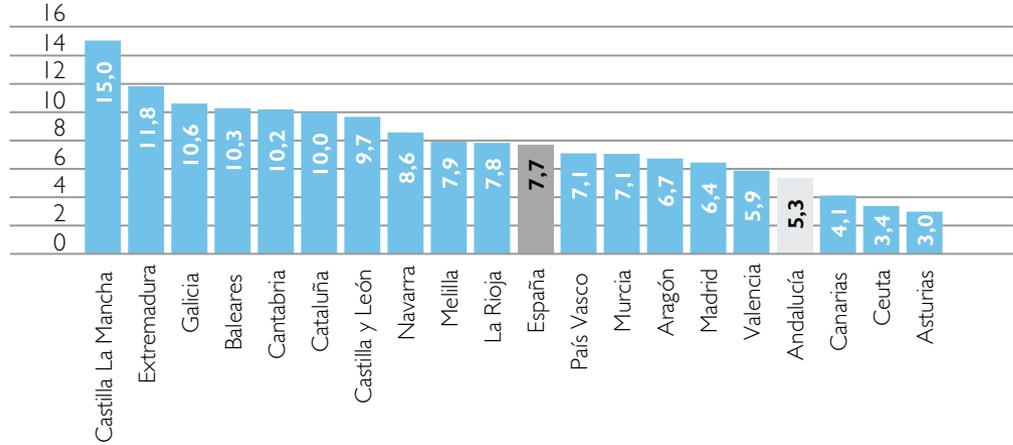
Por otro lado, considerando la tasa de cierres de negocios, mostrado en la Tabla 9, Andalucía ha experimentado fluctuaciones por encima y por debajo de la media a lo largo de los años. En los últimos cuatro años, sin embargo, la tasa de cierres ha sido superior en Andalucía respecto a la media española. En el año analizado, Andalucía tiene una tasa de cierre del 1,4%, 3 décimas mayor a la media de España, que le sitúa en la quinta peor posición entre el resto de regiones y ciudades autónomas. No obstante, un factor positivo es que en los tres últimos años esta tasa se ha ido reduciendo a razón de 2 décimas por año.

— **Tabla 9***Dinámica emprendedora en España por comunidades y ciudades autónomas: abandonos o cierres*

|                    | 2003       | 2004       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       | 2012       | 2013       | 2014       | 2015       |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Castilla La Mancha | -          | -          | -          | 1,3        | 0,7        | 1,2        | 1,8        | 2,0        | 1,6        | 1,8        | 1,4        | 1,0        | 1,8        |
| Baleares           | -          | -          | -          | 1,1        | 0,0        | 1,4        | 2,2        | 0,6        | 1,2        | 1,8        | 2,5        | 1,7        | 1,7        |
| Galicia            |            |            | 1,3        | 2,3        | 0,7        | 0,8        | 0,8        | 0,7        | 1,5        | 1,5        | 0,8        | 1,2        | 1,7        |
| Melilla            | -          | -          | -          | -          | 0,7        | 1,5        | 1,1        | 1,4        | -          | 1,5        | 1,0        | 3,5        | 1,5        |
| <b>Andalucía</b>   | <b>2,3</b> | <b>1,4</b> | <b>1,6</b> | <b>0,7</b> | <b>0,7</b> | <b>1,0</b> | <b>2,0</b> | <b>1,6</b> | <b>1,6</b> | <b>2,0</b> | <b>1,8</b> | <b>1,6</b> | <b>1,4</b> |
| Valencia           | -          | 1,2        | 1,4        | 1,1        | 0,9        | 1,5        | 1,6        | 1,7        | 2,3        | 1,9        | 1,6        | 1,4        | 1,3        |
| Castilla y León    | -          | 1,4        | 1,1        | 0,9        | 0,9        | 0,8        | 1,1        | 0,9        | 0,6        | 0,8        | 1,2        | 0,9        | 1,2        |
| Aragón             | -          | -          | -          | 0,4        | 0,2        | 1,1        | 0,9        | 0,5        | 1,5        | 0,9        | 1,1        | 1,0        | 1,1        |
| <b>España</b>      | <b>1,5</b> | <b>1,5</b> | <b>1,4</b> | <b>1,2</b> | <b>1,0</b> | <b>1,3</b> | <b>2,0</b> | <b>1,9</b> | <b>2,2</b> | <b>1,6</b> | <b>1,4</b> | <b>1,3</b> | <b>1,1</b> |
| Madrid             | -          | 0,8        | 1,3        | 1,7        | 0,8        | 1,0        | 1,4        | 1,3        | 1,3        | 1,3        | 0,8        | 1,4        | 1,1        |
| Asturias           | -          | -          | -          | 1,1        | 0,9        | 1,0        | 0,5        | 0,9        | 1,0        | 0,7        | 1,5        | 1,8        | 1,0        |
| Murcia             | -          | -          | -          | 2,1        | 0,4        | 0,7        | 1,4        | 1,6        | 1,8        | 2,1        | 1,7        | 1,5        | 1,0        |
| Navarra            |            |            | 1,6        | 1,0        | 0,3        | 0,9        | 1,1        | 0,6        | 0,8        | 0,6        | 0,8        | 1,1        | 1,0        |
| País Vasco         | -          | 1,1        | 1,1        | 0,9        | 0,4        | 0,7        | 1,1        | 0,7        | 0,9        | 1,0        | 1,2        | 1,1        | 0,9        |
| Canarias           | -          | 1,6        | 1,2        | 1,1        | 0,4        | 1,2        | 1,4        | 1,7        | 2,1        | 1,3        | 2,1        | 1,1        | 0,8        |
| Extremadura        | 1,2        | 1,4        | 1,0        | 0,8        | 0,5        | 1,0        | 1,3        | 0,6        | 1,2        | 1,4        | 1,7        | 2,0        | 0,8        |
| Cantabria          | -          | -          | -          | 0,6        | 0,8        | 1,2        | 0,7        | 0,6        | 1,5        | 1,1        | 1,1        | 1,0        | 0,7        |
| Cataluña           | 1,0        | 2,0        | 1,3        | 1,1        | 0,5        | 0,8        | 1,2        | 1,2        | 1,3        | 1,9        | 1,4        | 0,7        | 0,5        |
| Ceuta              | -          | -          | -          | -          | 0,6        | 0,9        | 0,8        | 1,4        | -          | 1,9        | 1,5        | 0,7        | 0,5        |
| La Rioja           | -          | -          | -          | 1,2        | 0,9        | 0,8        | 0,6        | 3,7        | 1,0        | 1,0        | 0,8        | 1,0        | 0,2        |

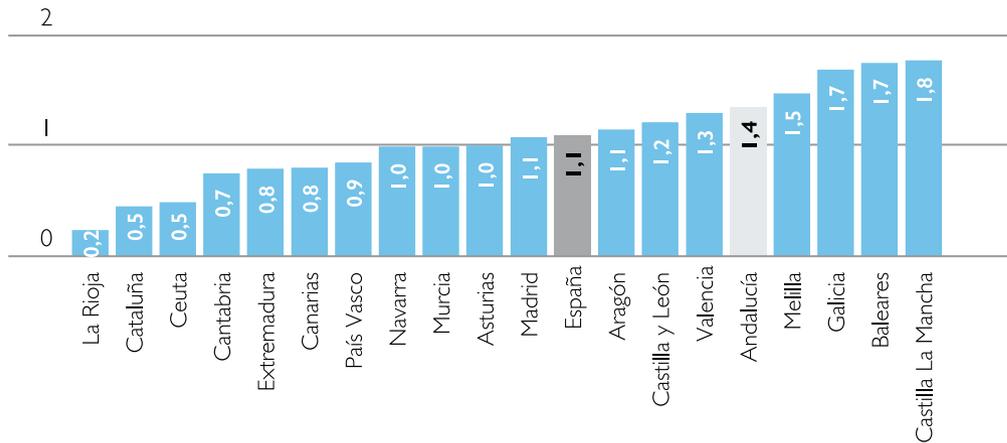
La Ilustración 8 pone de manifiesto visualmente que la tasa de consolidación de empresas andaluzas del año estudiado se sitúa entre las más bajas de España, sólo por delante de Canarias, Ceuta y Asturias. Dado que la tasa de creación de empresas en Andalucía ha estado entre las más altas en periodos anteriores (véase Tabla 7), con pocas excepciones, cabría esperar una alta tasa de consolidación posterior. Los datos de consolidación del año analizado, sin embargo, no confirman esta hipótesis. Esta baja tasa de empresas consolidadas podría explicarse por la menor calidad de los proyectos emprendidos, que genera una mayor probabilidad de fracaso y cierre de empresas. Esta baja calidad podría deberse a la creación de empresas como salida desesperada a las altas tasas de desempleo andaluz (véase Tabla 6).

— Ilustración 8.  
Empresas consolidadas en el contexto de regiones españolas



Como se observa en la Ilustración 9, la tasa de cierres de negocios de Andalucía se encuentra entre las más altas de España y le colocan en la quinta peor posición, por detrás de Melilla, Galicia, Baleares y Castilla La Mancha. Si bien es cierto que estos resultados aparentemente negativos no son alarmantes. Las diferencias interregionales son pequeñas, estando todas las regiones a menos de un punto porcentual por encima o por debajo de la media española.

— Ilustración 9.  
Cierres de negocios en el contexto de regiones españolas



## 1.4 — Conclusiones

El proceso de creación de empresas puede analizarse en tres etapas. La primera es la fase de *concepción*, que puede estudiarse midiendo la intención de creación de empresa del emprendedor potencial. La segunda etapa es la de *nacimiento* de la empresa y su posterior estabilización como *empresa nueva*, y que es medida en el proyecto GEM mediante la Tasa de Actividad Emprendedora o TEA. La tercera etapa es la de *consolidación* de la empresa, que se estima que se puede situar a los 3,5 años de existencia. En esta última etapa es interesante analizar la *dinámica empresarial*, que evalúa la tasa de empresas consolidadas conjuntamente con el cese o los cierres de empresas.

En el caso específico de Andalucía, dentro de la *etapa de concepción*, el 6,3% de los andaluces encuestados tenían intenciones de emprender, frente al 6,1% de la media española. Así, la tasa andaluza de emprendimiento potencial se sitúa por encima de la media española, ocupando la séptima posición entre el resto de las regiones. Se observa, además, que el número de personas con intención de emprender se ha ido reduciendo paulatinamente, volviendo a valores similares a los previos a la crisis económica. Durante dicha crisis, la intención emprendedora se había disparado, incluso el doble de lo normal, ya que gran parte de la población consideró emprender una alternativa al desempleo y a la alta incertidumbre del empleo por cuenta ajena.

En cuanto a la *segunda etapa*, la del nacimiento y formación de nuevas empresas, se observa que la TEA andaluza es superior a la media de España, compartiendo la quinta posición con Cataluña. Si se contempla la evolución longitudinal de la actividad emprendedora en Andalucía, la tasa del año aquí estudiado supone una mejora de 5 décimas en relación al año anterior. Esta tasa constituye el mejor valor en los seis últimos años. En este sentido, Andalucía, con más de 340.000 personas, ocupa la primera posición de España en número de emprendedores. Este monto representa el 20,36% de todos los emprendedores de España.

Por último, en la *tercera etapa* del proceso de creación de empresas, se analiza la consolidación de iniciativas y los ceses o cierres detectados. Se observa que la tasa de consolidación de empresas en Andalucía se sitúa en el 5,3%, 2,4 puntos por debajo de la media española.

En cuanto a la tasa de abandonos o cierres de empresas, Andalucía tiene una tasa de cierres del 1,4% en el año analizado, 3 décimas mayor a la media de España. No obstante, las diferencias interregionales son pequeñas, estando todas las regiones a menos de un punto porcentual por encima o por debajo de la media española. Un factor positivo es que en los tres últimos años la tasa de cierres andaluza se ha ido reduciendo a razón de 2 décimas por año.



Tipos de comportamiento  
emprendedor





**En este capítulo se analizan los motivos que llevan a las personas a iniciar un proyecto empresarial.**

**La metodología GEM, basada en las teorías sobre creación de empresas, considera que existen tres razones principales que explican el comportamiento emprendedor<sup>8</sup>:**

- **Por oportunidad.** Un emprendedor por oportunidad es aquel que decide crear una empresa movido por la percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada —o aprovechada de forma incompleta— por las empresas existentes;
- **Por necesidad.** Un emprendedor por necesidad es el que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral;
- **Por otros motivos,** en ocasiones no se puede considerar que se emprenda por un único motivo de los señalados anteriormente, sino que se puede explicar el comportamiento emprendedor a partir de una combinación de ambas motivaciones.

Para identificar los motivos que llevan a las personas emprendedoras a desarrollar una iniciativa empresarial, en la encuesta a la población adulta se pregunta expresamente por las razones que están detrás de un nuevo proyecto.

Este capítulo se divide en dos apartados. En el primero se analiza el comportamiento emprendedor por oportunidad, por necesidad o por ambas razones, mientras que en el segundo apartado se profundiza en los motivos que impulsan las decisiones de emprender por oportunidad.

## 2.1 — Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

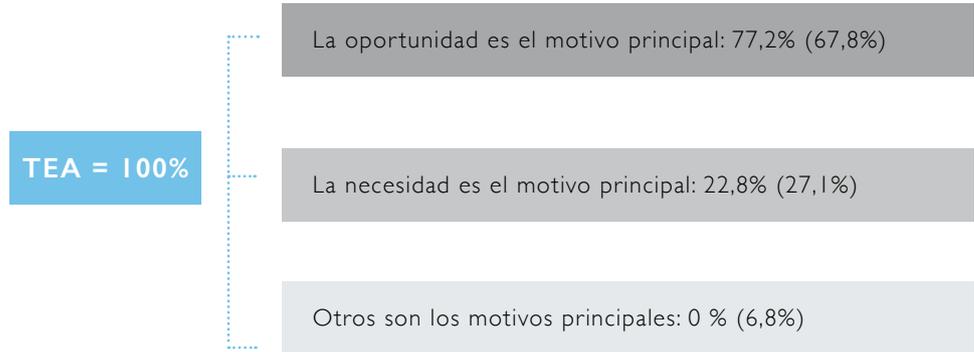
La Ilustración 10 muestra la distribución de la actividad emprendedora total en Andalucía en 2015, y su comparación con el año anterior. Al igual que en toda la serie temporal (véase la Ilustración 11), una gran mayoría de los emprendedores decide llevar a cabo su proyecto empresarial para aprovechar una oportunidad de negocio detectada. La TEA del año 2015 en Andalucía ha incrementado con respecto a los últimos años alcanzando niveles muy parecidos a 2009. Aumenta el porcentaje de emprendedores por oportunidad con respecto a años anteriores, mientras disminuye el de emprendedores por necesidad. Este año no se han identificado emprendedores que tengan otros motivos distintos a la oportunidad o necesidad para emprender. A diferencia de años anteriores, el incremento de la TEA y de los motivos de emprendimiento por oportunidad son reflejo de la paulatina recuperación de la crisis de hace unos años.

---

8 Para profundizar en la distinción entre emprendedores por necesidad y oportunidad, ver: Acs, Z.J. (2006): New firm formation and the region: Empirical results from the United States. In Entrepreneurship, Growth, and Innovation. USA: Springer; pp. 105-133.

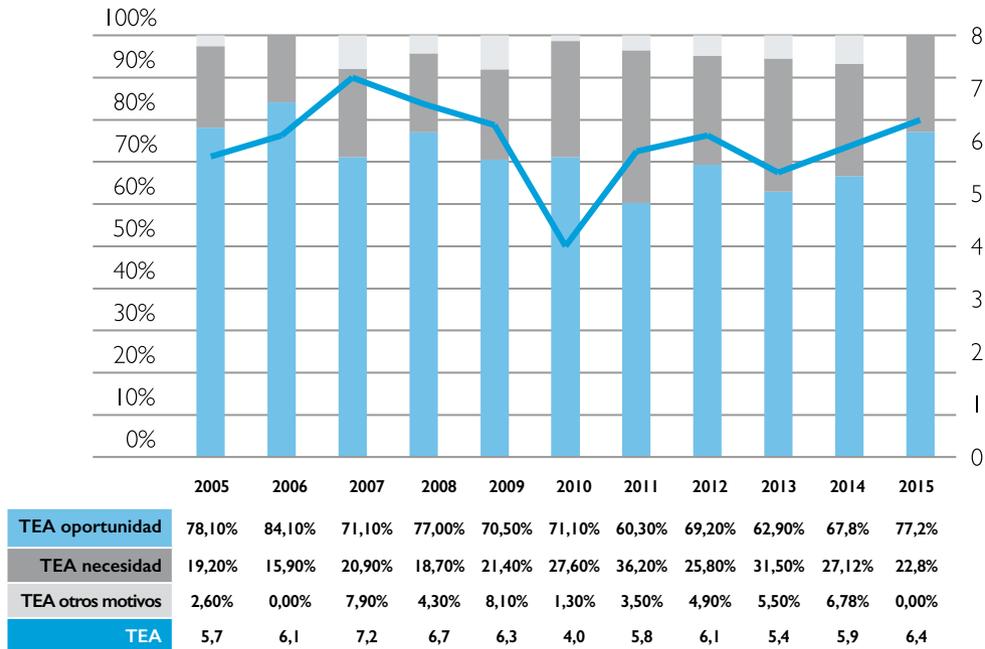
— Ilustración 10.

Distribución de la actividad emprendedora total 2015 en Andalucía, en función del principal motivo de su creación y comparación con 2014 (entre paréntesis)



— Ilustración 11.

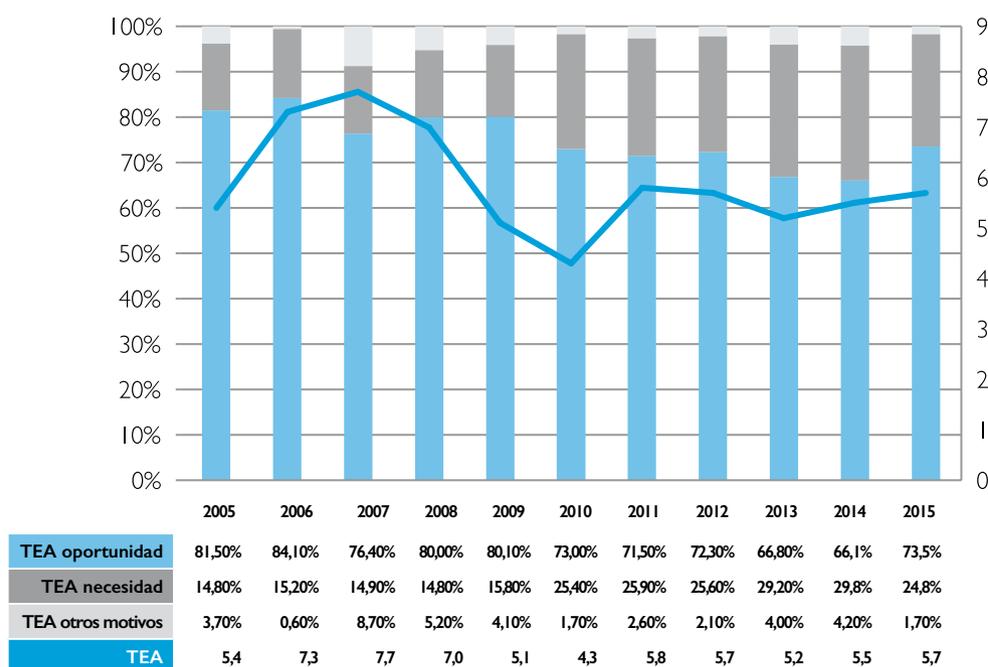
Evolución del comportamiento emprendedor en Andalucía sobre población adulta (y sobre población emprendedora)



La Ilustración 11 permite apreciar la evolución de los motivos para emprender en Andalucía durante los últimos 10 años. Independientemente de las oscilaciones del valor de la TEA, la oportunidad sigue siendo la razón principal para emprender en todos los ejercicios contemplados. En este último año ha seguido la tendencia creciente del porcentaje de emprendedores por oportunidad, acercándose a los valores de 2008, mientras que el porcentaje de emprendedores por necesidad sigue disminuyendo.

— **Ilustración 12.**

**Evolución del comportamiento emprendedor en España sobre población adulta (y sobre población emprendedora)**



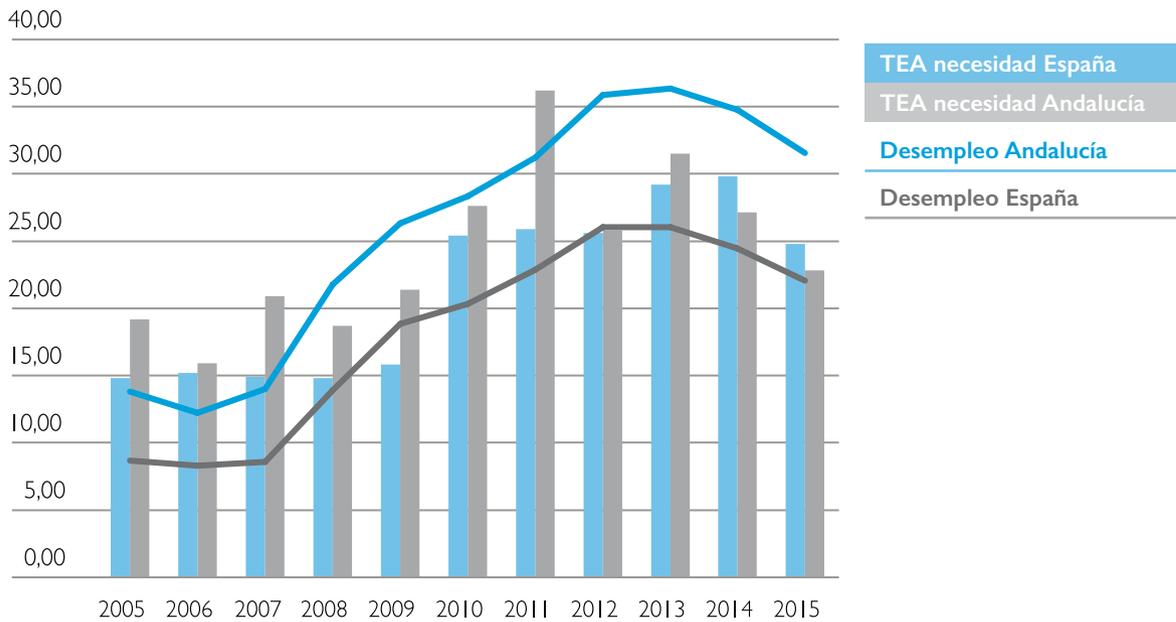
La evolución del comportamiento emprendedor en España en 2015 refleja un incremento de la TEA, volviendo a valores de 2012. Con respecto al año anterior; y al igual que en Andalucía, han incrementado los emprendedores con motivo de oportunidad y han disminuido los que han emprendido por razones de necesidad (véase la Ilustración 12). Realizando una comparación de los valores de Andalucía y España, en este año, los emprendedores por oportunidad son más numerosos en Andalucía mientras que en España aquellos que emprenden por motivos de necesidad representan un porcentaje más elevado que en nuestra comunidad autónoma.

La tendencia creciente, tanto en España como en Andalucía, de los emprendedores por oportunidad va acompañada del incremento de la TEA que se produce desde el año 2013. A su vez, el nivel de emprendedores por necesidad ha disminuido durante el último año hasta tal punto que en Andalucía no hay emprendedores que hayan indicado que sus motivos para emprender sean otros diferentes a la oportunidad o necesidad. Por tanto, la recuperación de los efectos de la crisis económica que se observaba el año pasado se confirma con los datos de 2015.

La relación entre el emprendimiento por necesidad y el desempleo se puede observar en la Ilustración 13. Tal como se observa en la Tabla 10, existe una elevada correlación entre las tasas de desempleo y la TEA por necesidad en España y Andalucía.

— Ilustración 13.

*Evolución de tasas de desempleo según la EPA y TEA por necesidad en Andalucía y España*



— **Tabla 10**

*Correlaciones entre las tasas de desempleo y la TEA por necesidad en Andalucía y España*

|                             |                        | Tasa Desempleo Andalucía | Tasa Desempleo España | TEA por necesidad Andalucía | TEA por necesidad Andalucía |
|-----------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Tasa Desempleo Andalucía    | Correlación de Pearson | I                        | ,997(**)              | ,894(**)                    | ,751(**)                    |
|                             | Sig. (bilateral)       |                          | ,000                  | ,000                        | ,008                        |
|                             | N                      | II                       | II                    | II                          | II                          |
| Tasa Desempleo España       | Correlación de Pearson | ,997(**)                 | I                     | ,898(**)                    | ,769(**)                    |
|                             | Sig. (bilateral)       | ,000                     |                       | ,000                        | ,006                        |
|                             | N                      | II                       | II                    | II                          | II                          |
| TEA por necesidad España    | Correlación de Pearson | ,894(**)                 | ,898(**)              | I                           | ,813(**)                    |
|                             | Sig. (bilateral)       | ,000                     | ,000                  |                             | ,002                        |
|                             | N                      | II                       | II                    | II                          | II                          |
| TEA por necesidad Andalucía | Correlación de Pearson | ,751(**)                 | ,769(**)              | ,813(**)                    | I                           |
|                             | Sig. (bilateral)       | ,008                     | ,006                  | ,002                        |                             |
|                             | N                      | II                       | II                    | II                          | II                          |

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

— **Ilustración 14.**

*Tipos de comportamiento emprendedor en Andalucía y resto de CC.AA.*

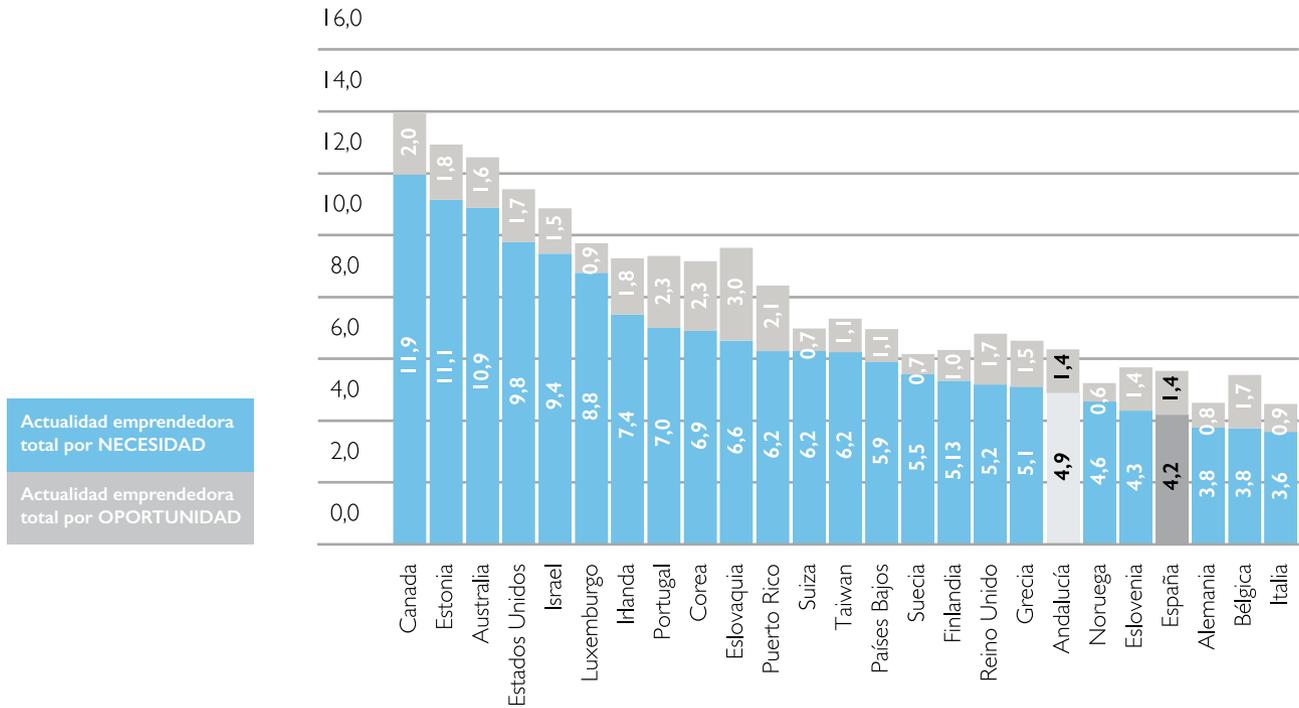


La Ilustración 14 muestra los principales motivos del comportamiento emprendedor en las comunidades autónomas españolas, ordenados por tasas de oportunidad sobre la población. Andalucía aumenta en actividad emprendedora por oportunidad con respecto a años anteriores, manteniendo, con respecto a 2014, el cuarto lugar entre las comunidades autónomas y 7 décimas por encima de la media de España. En cuanto a la actividad emprendedora por necesidad Andalucía iguala el valor medio de España, que es más bajo que el del año anterior:

Para completar y relativizar la información de este apartado, la Ilustración 15 muestra la comparación de Andalucía con los países orientados a la innovación que participan en la presente edición del proyecto GEM. Andalucía, junto con España, se encuentra en la cola en cuanto a actividad emprendedora por oportunidad, por delante de Alemania, Bélgica e Italia. Por el contrario, la actividad emprendedora por necesidad en Andalucía y España estaría en una posición medio alta si la gráfica se presentara según este criterio, junto a Eslovenia y Grecia.

— Ilustración 15.

Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en Andalucía y países europeos orientados a la innovación



## 2.2 — Motivos que impulsan la decisión de emprender por oportunidad

Una vez analizados los motivos que impulsan el comportamiento emprendedor, en este apartado se profundiza sobre las iniciativas emprendedoras que se ponen en marcha para aprovechar una oportunidad. Hay dos razones principales que justifican este análisis más detallado: su importancia relativa, ya que suponen casi ocho de cada diez proyectos de nuevas empresas en Andalucía; y el hecho de que las iniciativas por oportunidad tienen un mayor valor estratégico y caracterizan a los territorios que emprenden en un entorno de innovación. Los motivos que subyacen en este tipo de decisiones se desagregan y se relacionan con el desarrollo personal y profesional del nuevo empresario.

La Tabla 11 recoge la motivación subyacente en las iniciativas emprendedoras por oportunidad, en Andalucía y en España, en las encuestas realizadas a la población adulta en los últimos años.

### — Tabla 11

#### Motivos que subyacen en los emprendedores por oportunidad en Andalucía y España

| Motivos que subyacen        | 2013      |        | 2014      |        | 2015      |        |
|-----------------------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|                             | Andalucía | España | Andalucía | España | Andalucía | España |
| <b>Mayor independencia</b>  | 50,0%     | 42,6%  | 23,9%     | 39,2%  | 31,0%     | 55,1%  |
| <b>Aumentar ingresos</b>    | 38,2%     | 30,3%  | 46,7%     | 35,9%  | 46,7%     | 32,6%  |
| <b>Mantener ingresos</b>    | 8,8%      | 18,2%  | 26,7%     | 16,6%  | 15,6%     | 9,1%   |
| <b>Otros casos, No sabe</b> | 2,9%      | 9,0%   | 2,8%      | 8,4%   | 6,7%      | 3,3%   |
| <b>Total</b>                | 100%      | 100%   | 100,0%    | 100,0% | 100,0%    | 100,0% |

En Andalucía los motivos que están detrás del comportamiento por oportunidad siguen prácticamente en la línea del año anterior. El aumento de los ingresos ha sido el motivo fundamental para emprender por oportunidad, con un porcentaje superior al 46%. En España, igual que en años anteriores sigue siendo la mayor independencia el motivo fundamental de los emprendedores por oportunidad, con un nivel superior al 55%. La razón de mantenimiento de los ingresos ha disminuido considerablemente tanto en Andalucía como en España.

## 2.3 — Conclusiones

En 2015, la TEA por oportunidad en Andalucía ha continuado aumentando hasta alcanzar niveles parecidos a 2008. Manteniéndose la tendencia de años anteriores, se ha producido una disminución de los emprendedores por necesidad. Este comportamiento de la TEA ha sido el mismo para España. Aproximadamente uno de cada cinco emprendedores de Andalucía comenzó su actividad por motivos de necesidad en 2015. Es decir, uno de cada cinco emprendedores andaluces lo es por no identificar otras alternativas laborales viables, antes que por haber detectado una oportunidad de negocio, lo que redundará en iniciativas que tienen menores probabilidades de éxito y generación de valor añadido. Esta evolución guarda una estrecha similitud con la del desempleo.

Entre los emprendedores por oportunidad, el motivo principal para emprender en Andalucía en 2015 es aumentar los ingresos, mientras que en España es la mayor independencia el principal motivo. La segunda razón para emprender por oportunidad, en Andalucía, es la mayor independencia.

Perfil del emprendedor  
en Andalucía





**Uno de los principales aspectos que es necesario comprender para caracterizar el proceso emprendedor en Andalucía es el perfil de las personas involucradas en la puesta en marcha de las nuevas empresas.**

**A continuación se presenta una descripción del perfil socioeconómico de los emprendedores andaluces, en comparación con la media nacional y con los valores del resto de Comunidades Autónomas que han participado en esta edición del proyecto y en cada una de las etapas del proceso emprendedor que considera el modelo teórico del observatorio GEM.**

En particular, se ofrece una reflexión sobre el género, edad, nivel de renta, máximo nivel educativo alcanzado y el haber recibido formación específica en materias relacionadas con el emprendimiento.

A efectos de diferenciar las etapas del proceso emprendedor se considera emprendedor potencial a la persona que aún no ha creado una empresa pero declara tener intención de hacerlo en los próximos tres años, emprendedor naciente o nuevo a aquellos emprendedores cuyas iniciativas empresariales no tienen más de 3 años de antigüedad y, emprendedor consolidado, a aquellos empresarios cuya iniciativa empresarial tiene una antigüedad superior a los 3,5 años

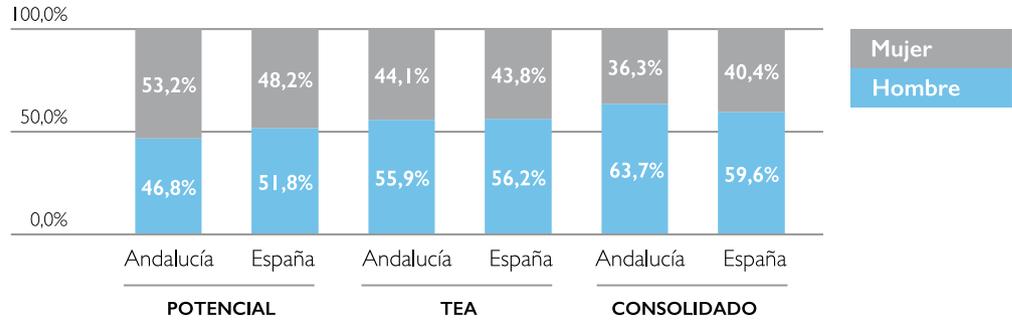
### 3.1 — Distribución por género

Es habitual en la mayoría de sociedades que la actividad emprendedora tenga una participación masculina mayor que la femenina. En este sentido, como se muestra en la Ilustración 16, Andalucía responde a este perfil de sus emprendedores pues el porcentaje de hombres representa el 55,9% de los emprendedores en la etapa de naciente o nueva, al igual que sucede a nivel nacional donde este porcentaje se sitúa en el 56,2%.

En la fase de emprendedor consolidado las diferencias de género aumentan, observándose un 63,7% de hombres en Andalucía, porcentaje ligeramente superior a la media española que se situó en el 59,6% en dicha etapa. A diferencia de lo anterior; en relación a los emprendedores potenciales, es decir, que tienen la intención de emprender en un horizonte temporal de 3 años, las situación en Andalucía es diferente a la media nacional pues es mayor el porcentaje de mujeres (53,2%) que el de hombres (46,8%).

— Ilustración 16.

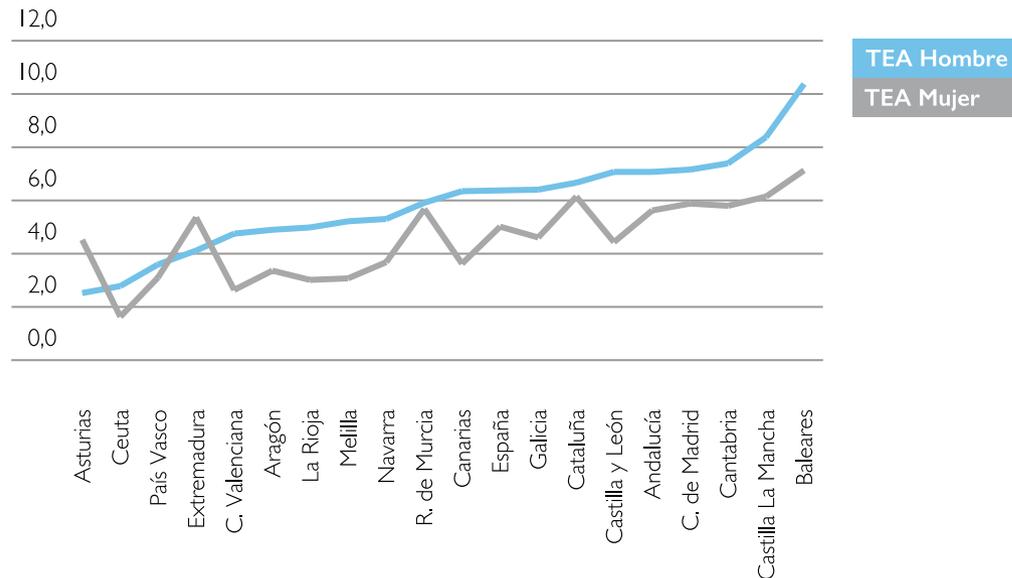
Distribución por género de los colectivos emprendedores en Andalucía y España en 2015



La estimación del índice TEA por género que se muestra en la Ilustración 17 y en la Tabla 12 para España, Andalucía y resto de regiones participantes en la edición 2015 del GEM pone de manifiesto esta mayor propensión a emprender del género masculino sobre el femenino. Como se puede observar, salvo en la muestra de Asturias y Extremadura, en el resto de regiones la tasa de actividad emprendedora masculina supera a la femenina.

— Ilustración 17.

TEA por género 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM



En particular, en Andalucía se estima que el 7,1% de los varones con edades comprendidas entre los 18 y los 64 años responde a la definición de emprendedor naciente o nuevo, porcentaje ligeramente superior a la media nacional que alcanzó un 6,4%. Por su parte, la tasa de emprendimiento femenino se situó en Andalucía en el 5,6% de la población adulta, superando también en unas décimas la tasa de la media nacional (5,0%).

En términos relativos, Andalucía ocuparía el quinto puesto entre las CC.AA. participantes en el GEM en términos de tasa de emprendimiento masculino y el séptimo en relación a la femenina.

— **Tabla 12.**

*TEA por género en Andalucía, España y resto de regiones GEM 2015*

|                    | TEA hombres | TEA mujeres |
|--------------------|-------------|-------------|
| Asturias           | 2,5         | 4,5         |
| Ceuta              | 2,8         | 1,6         |
| País Vasco         | 3,6         | 3,1         |
| Extremadura        | 4,1         | 5,4         |
| C. Valenciana      | 4,8         | 2,6         |
| Aragón             | 4,9         | 3,4         |
| La Rioja           | 5,0         | 3,0         |
| Melilla            | 5,2         | 3,1         |
| Navarra            | 5,3         | 3,7         |
| R. de Murcia       | 5,9         | 5,7         |
| Canarias           | 6,3         | 3,6         |
| <b>España</b>      | <b>6,4</b>  | <b>5,0</b>  |
| Galicia            | 6,4         | 4,6         |
| Cataluña           | 6,7         | 6,2         |
| Castilla y León    | 7,1         | 4,4         |
| <b>Andalucía</b>   | <b>7,1</b>  | <b>5,6</b>  |
| C. de Madrid       | 7,2         | 5,9         |
| Cantabria          | 7,4         | 5,8         |
| Castilla La Mancha | 8,4         | 6,1         |
| Baleares           | 10,4        | 7,1         |

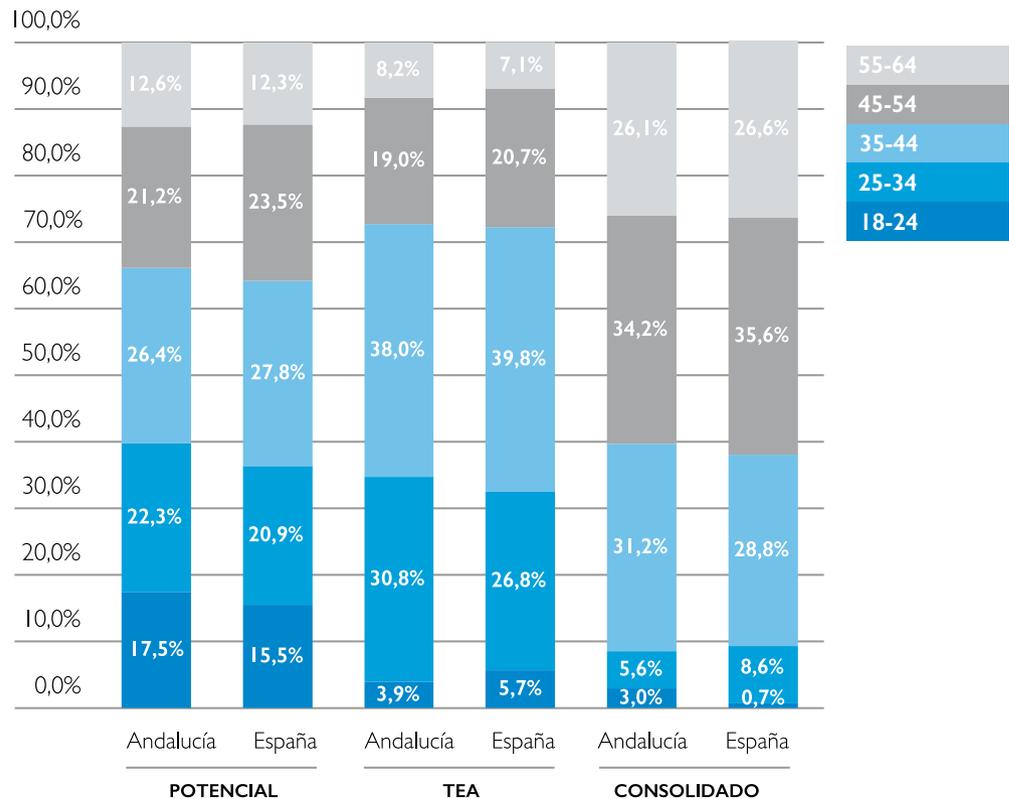
### 3.2 — Distribución por edad

Como parece razonable, la edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras es una de las características demográficas que varía de acuerdo a la fase del proceso emprendedor. En este sentido, los datos del proyecto GEM ofrecen una estimación de la edad media de los emprendedores potenciales en Andalucía de 38,6 años (39,4 en España), de los emprendedores nuevos o nacientes de 39,7 (39,3 en España) y de 47,3 años para los consolidados (47,8 en España).

Si se agrupan por tramos de edad, como se puede observar en la Ilustración 18, el grupo más numeroso en las dos primeras fases es el comprendido entre los 35 y 44 años. En particular, entre los emprendedores potenciales este tramo representa el 26,4% en Andalucía y un 27,8% en la media nacional. En la etapa de emprendimiento naciente o nuevo el porcentaje de individuos en este tramo se situó en el 38,0% (39,8% en España). Por su parte, en la etapa de empresario consolidado la edad más frecuente es la correspondiente al intervalo de los 45ª 54 años, alcanzando valores del 34,2% en Andalucía y del 35,6% en la media nacional.

— Ilustración 18.

Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Andalucía y España en 2015



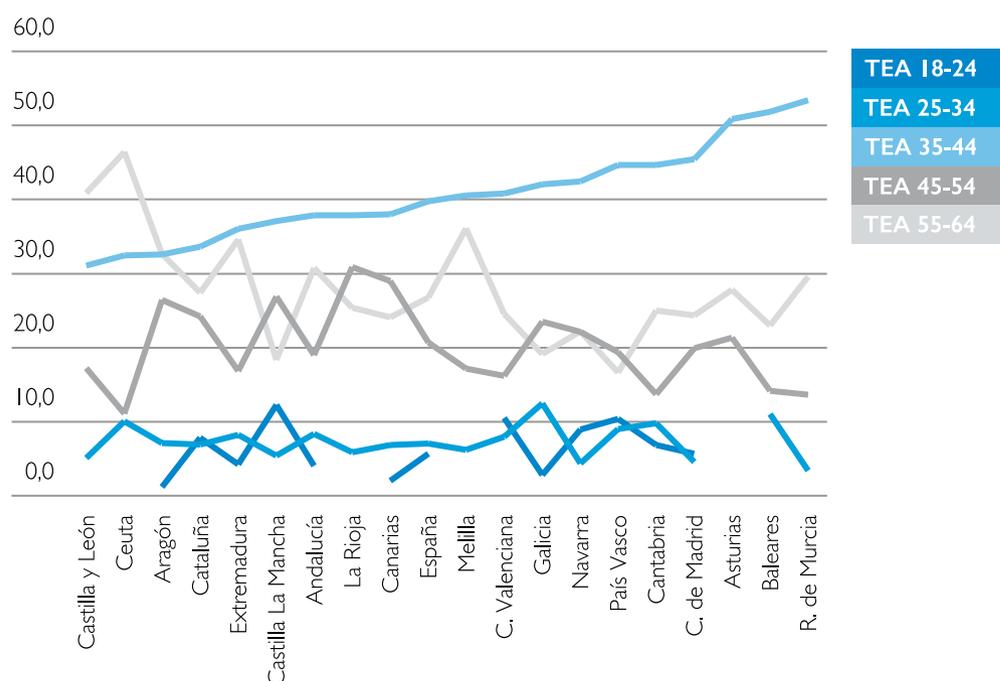
La distribución de los emprendedores por tramos de edad permite valorar la importancia de esta variable en el proceso emprendedor. En este sentido, a medida que las personas acumulan experiencia, conocimiento y contactos es de esperar mayores posibilidades de identificar y explotar oportunidades de negocio. Sin embargo, aparecen otros factores que afectan al proceso en el sentido contrario y que pueden reducir la propensión a emprender como, por ejemplo, las obligaciones familiares, la búsqueda de mayor estabilidad o el acercamiento a la edad de jubilación.

La Ilustración 19 y la Tabla 13 complementan el análisis anterior mostrando los índices TEA por tramos de edad para Andalucía, España y el resto de regiones participantes en la edición GEM 2015, ordenados por los valores de este indicador en el tramo más numeroso, es decir, entre los 35 y 44 años.

Como se puede observar, los emprendedores en fase naciente o nueva se concentran en este tramo de edad en, prácticamente, todas las regiones analizadas. En particular, en Andalucía la TEA para este tramo se sitúa en el 37,9%, porcentaje ligeramente inferior a la media nacional que se situó en el 39,8%.

— Ilustración 19.

TEA por tramos de edad 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM



— Tabla 13.

TEA por tramos de edad en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM 2015

|                    | TEA 18-24  | TEA 25-34   | TEA 35-44   | TEA 45-54   | TEA 55-64  |
|--------------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Castilla y León    | 5,7        | 40,9        | 31,1        | 17,3        | 5,1        |
| Ceuta              |            | 46,4        | 32,4        | 11,1        | 10,1       |
| Aragón             | 1,2        | 32,6        | 32,6        | 26,5        | 7,1        |
| Cataluña           | 7,8        | 27,4        | 33,6        | 24,2        | 6,9        |
| Extremadura        | 4,3        | 34,6        | 36,1        | 16,9        | 8,2        |
| Castilla La Mancha | 12,3       | 18,3        | 37,1        | 26,9        | 5,4        |
| <b>Andalucía</b>   | <b>4,0</b> | <b>30,8</b> | <b>37,9</b> | <b>19,0</b> | <b>8,3</b> |
| La Rioja           |            | 25,4        | 37,9        | 30,9        | 5,9        |
| Canarias           | 2,0        | 24,1        | 38,0        | 29,0        | 6,9        |
| <b>España</b>      | <b>5,7</b> | <b>26,8</b> | <b>39,8</b> | <b>20,7</b> | <b>7,1</b> |
| Melilla            |            | 36,1        | 40,5        | 17,2        | 6,2        |
| C. Valenciana      | 10,5       | 24,6        | 40,8        | 16,2        | 7,9        |
| Galicia            | 2,8        | 19,1        | 42,1        | 23,5        | 12,5       |
| Navarra            | 9,0        | 22,2        | 42,4        | 22,1        | 4,3        |
| País Vasco         | 10,4       | 16,6        | 44,6        | 19,4        | 9,0        |
| Cantabria          | 6,9        | 25,0        | 44,7        | 13,7        | 9,8        |
| C. de Madrid       | 5,7        | 24,4        | 45,5        | 19,9        | 4,6        |
| Asturias           |            | 27,8        | 50,8        | 21,3        |            |
| Baleares           |            | 23,0        | 51,9        | 14,1        | 11,0       |
| R. de Murcia       |            | 29,6        | 53,4        | 13,7        | 3,4        |

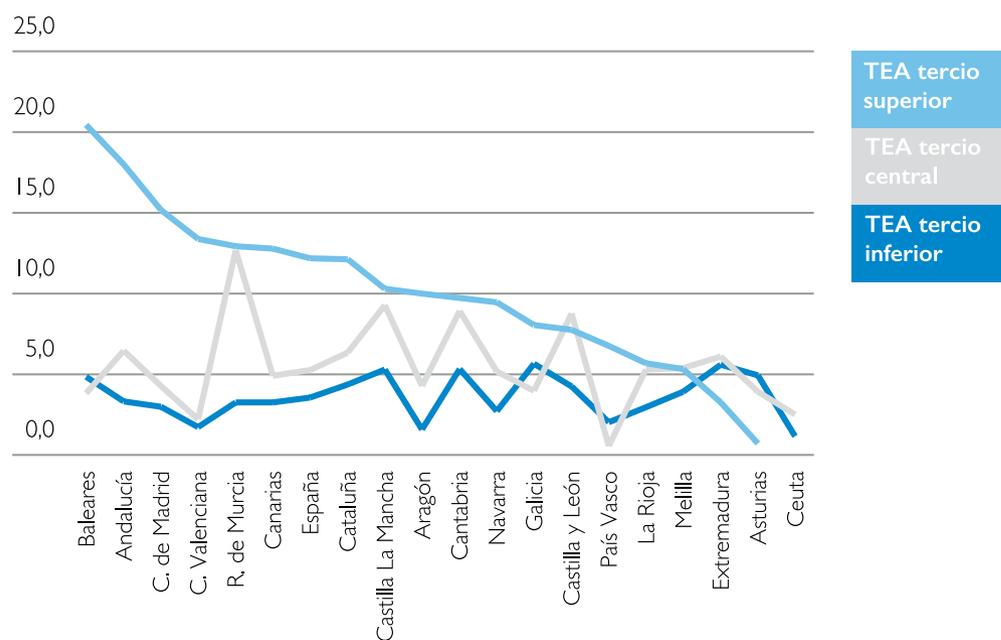
### 3.3 — Distribución por niveles de renta

El nivel de renta personal es uno de los factores determinantes en la decisión de emprender. Normalmente, el inicio de la actividad empresarial requiere recursos que los emprendedores pueden conseguir de fuentes de financiación externas o internas siendo al menos, inicialmente, la primera la más recurrida. Para el análisis de la variable renta familiar, el proyecto GEM considera tres niveles: renta baja, media y alta. Así, y para cada una de las etapas del proceso que se están considerando, se puede afirmar que el 59,7% de los emprendedores potenciales en Andalucía se sitúan en el tercio de renta inferior, mientras que un 13,8 % en el tercio central y un 26,4% en el superior. En relación a los emprendedores en fase nueva o naciente, es decir, iniciativas con menos de 3,5 años de antigüedad, los porcentajes son del 23,8%, 20,8% y 55,4%, respectivamente. Por último, dentro del grupo de emprendedores consolidados el nivel de renta superior es también el más frecuente, con un 40,1% de los casos, frente a un 37,4% del tramo inferior y un 22,4% que se sitúan en el tramo central.

Para complementar los datos anteriores, la Ilustración 20 muestra los niveles de actividad emprendedora medida por la TEA, y ordenados según este indicador para el tramo de renta superior que, en la mayoría de regiones participantes, es el grupo que presenta tasas de emprendimiento mayores.

— **Ilustración 20.**

**TEA por niveles de renta 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM**



Como se puede observar, al igual que en la Tabla 14 donde se muestra el desglose de estos valores, el tramo de renta en el que se observa mayor tasa de emprendimiento en Andalucía es el tercio de renta superior; que alcanza un 18,0% de la población adulta frente a 12,2% de la media nacional. En este sentido, Andalucía es junto a Baleares, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana, una de las regiones donde la diferencia entre las TEA por tramos de renta es mayor.

— **Tabla 14.***TEA por niveles de renta en Andalucía, España y resto de regiones participantes en GEM 2015*

|                    | TEA tercio inferior | TEA tercio central | TEA tercio superior |
|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| Baleares           | 4,9                 | 3,8                | 20,4                |
| <b>Andalucía</b>   | <b>3,3</b>          | <b>6,4</b>         | <b>18,0</b>         |
| C. de Madrid       | 3,0                 | 4,3                | 15,2                |
| C. Valenciana      | 1,7                 | 2,2                | 13,4                |
| R. de Murcia       | 3,2                 | 12,7               | 12,9                |
| Canarias           | 3,3                 | 4,9                | 12,8                |
| <b>España</b>      | <b>3,6</b>          | <b>5,3</b>         | <b>12,2</b>         |
| Cataluña           | 4,4                 | 6,3                | 12,1                |
| Castilla La Mancha | 5,3                 | 9,3                | 10,3                |
| Aragón             | 1,6                 | 4,3                | 10,0                |
| Cantabria          | 5,3                 | 8,9                | 9,7                 |
| Navarra            | 2,7                 | 5,2                | 9,4                 |
| Galicia            | 5,7                 | 4,0                | 8,0                 |
| Castilla y León    | 4,2                 | 8,8                | 7,7                 |
| País Vasco         | 2,0                 | 0,5                | 6,8                 |
| La Rioja           | 2,9                 | 5,3                | 5,7                 |
| Melilla            | 3,9                 | 5,4                | 5,3                 |
| Extremadura        | 5,6                 | 6,1                | 3,3                 |
| Asturias           | 4,9                 | 3,9                | 0,7                 |
| Ceuta              | 1,2                 | 2,5                |                     |

### 3.4 — Distribución por nivel de educación

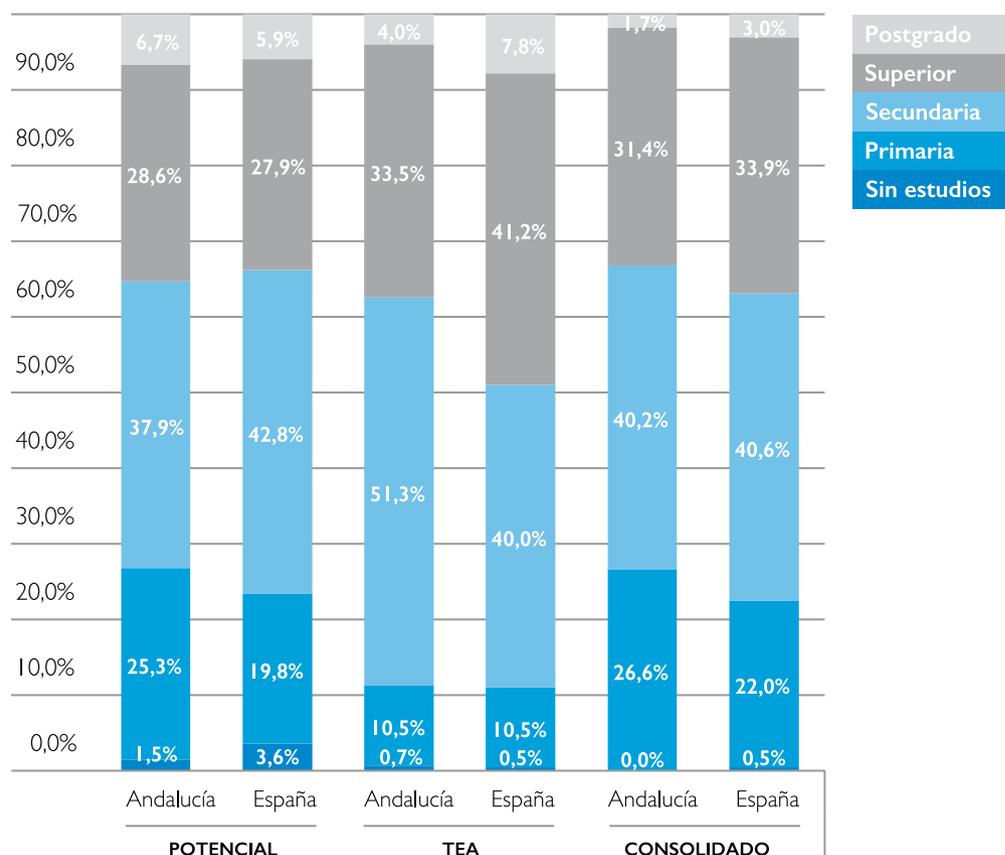
La Ilustración 21 muestra la distribución de los colectivos emprendedores por nivel educativo en Andalucía y España. Concretamente, entre los emprendedores potenciales en Andalucía, el grupo más numeroso con un 37,9% presenta educación secundaria como máximo nivel educativo alcanzado, frente a un 42,8% que lo hizo en España. Le sigue por importancia, el grupo de individuos que afirma tener un nivel de formación superior (como licenciado, ingeniero o equivalente) que alcanzó el 28,6% (27,9% en España). Por otra parte, el 25,3% tiene un nivel educativo equivalente a la formación primaria, frente a un 19,8% de la muestra nacional.

En relación al grupo de emprendedores en fase naciente o nueva el colectivo más numeroso en Andalucía también es el que tiene formación secundaria, con un 42,8%, mientras que en España es el grupo de formación superior que, como se comentó anteriormente, incluye los títulos de licenciado, ingeniero o equivalente.

Por último, entre los emprendedores consolidados, tanto a nivel nacional como regional el grupo más numeroso es el de la formación secundaria y con porcentajes muy parecidos, esto es, 40,2% y 40,6%.

— Ilustración 21.

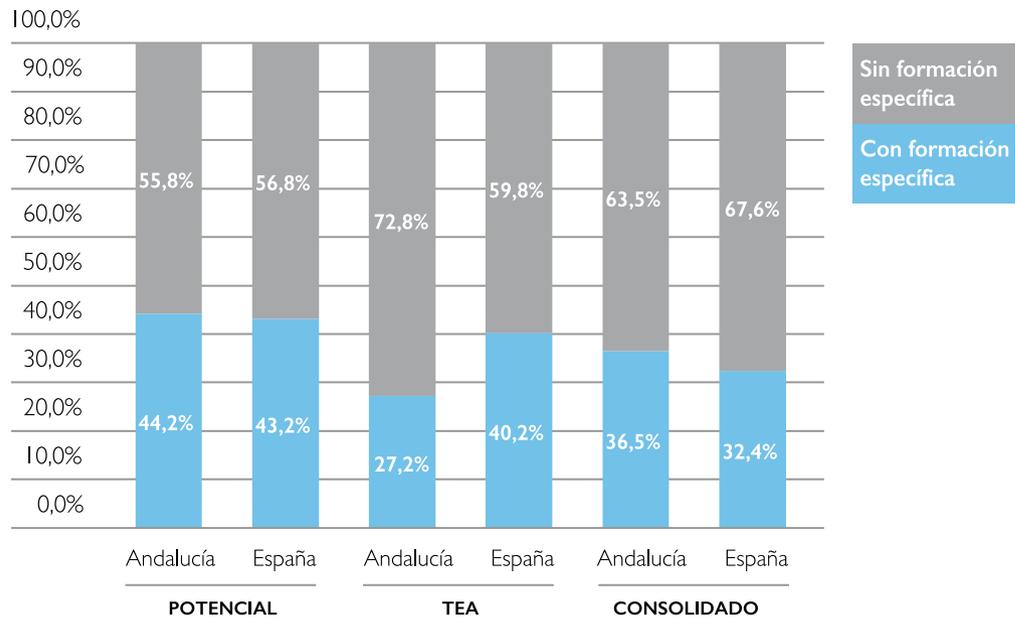
*Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Andalucía y España en 2015*



En cuanto a la formación específica para emprender, la Ilustración 22 muestra que en todas las fases del proceso el porcentaje de emprendedores con formación específica en materia de emprendimiento es menor que el de aquellos que no la tienen. En particular destaca en Andalucía el bajo porcentaje con formación específica en fase naciente o nueva que sólo alcanza el 27,7% frente al 40,2% de la muestra nacional.

— Ilustración 22.

*Distribución de los colectivos emprendedores en España en 2015, según si cuenta con formación específica para emprender*

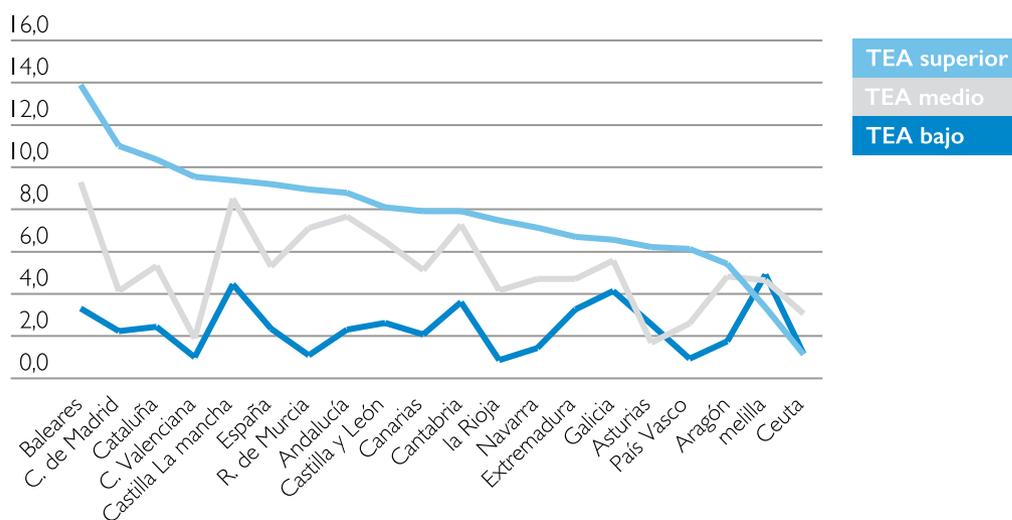


Para complementar los resultados anteriores se han estimado las TEAs por niveles educativos, ofreciendo una visión más completa sobre el impacto de esta variable sobre la propensión a emprender. En este caso, debido al tamaño de las muestras, el nivel de educación se ha dividido en tres grupos. El primero, etiquetado como nivel educativo bajo, engloba al colectivo sin estudios y al que tiene formación primaria, el segundo, etiquetado como medio correspondería al de formación secundaria y, el tercero, llamado educación superior se correspondería con los colectivos que afirman haber alcanzado un nivel educativo superior y de post-gradado como se han considerado en el apartado anterior.

Como se puede observar en la Ilustración 23 y en la Tabla 15, en la gran mayoría de las regiones participantes y, en consecuencia, en la media nacional, la TEA es mayor en el colectivo que presenta educación superior que en el resto de grupos. En particular, en Andalucía la tasa de emprendimiento en la población adulta con educación superior alcanza el 8,8%, algo por debajo de la media nacional que se situó en el 9,2%. En consecuencia, los resultados de la encuesta a la población adulta del informe GEM ponen de manifiesto cierta brecha en términos de actividad emprendedora naciente o nueva entre la población andaluza debido a su nivel educativo.

— Ilustración 23.

TEA por niveles de educación 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM



— **Tabla 15.***TEA por nivel educativo en Andalucía, España y resto de regiones participantes en GEM 2015*

|                    | TEA bajo   | TEA medio  | TEA superior |
|--------------------|------------|------------|--------------|
| Baleares           | 3,3        | 9,3        | 13,9         |
| C. de Madrid       | 2,2        | 4,1        | 11,0         |
| Cataluña           | 2,4        | 5,3        | 10,4         |
| C. Valenciana      | 1,0        | 1,9        | 9,6          |
| Castilla La Mancha | 4,4        | 8,5        | 9,4          |
| <b>España</b>      | <b>2,3</b> | <b>5,3</b> | <b>9,2</b>   |
| R. de Murcia       | 1,1        | 7,1        | 9,0          |
| <b>Andalucía</b>   | <b>2,3</b> | <b>7,7</b> | <b>8,8</b>   |
| Castilla y León    | 2,6        | 6,5        | 8,1          |
| Canarias           | 2,1        | 5,1        | 7,9          |
| Cantabria          | 3,6        | 7,3        | 7,9          |
| La Rioja           | 0,9        | 4,2        | 7,5          |
| Navarra            | 1,4        | 4,7        | 7,1          |
| Extremadura        | 3,3        | 4,7        | 6,7          |
| Galicia            | 4,1        | 5,6        | 6,6          |
| Asturias           | 2,6        | 1,7        | 6,2          |
| País Vasco         | 0,9        | 2,6        | 6,1          |
| Aragón             | 1,8        | 4,8        | 5,4          |
| Melilla            | 4,9        | 4,6        | 3,4          |
| Ceuta              | 1,2        | 3,1        | 1,1          |

### 3.5 — Conclusiones

De la combinación de los resultados mostrados en este capítulo se puede esbozar un perfil genérico de los emprendedores en Andalucía en cada fase del proceso (Tabla 16). Así, en la primera etapa, el emprendedor potencial es mayoritariamente mujer, con una edad media de 38,6 años y situado, generalmente, en el tramo de edad de los 35 a 44 años, con un nivel de renta bajo, con un nivel educativo correspondiente a educación secundaria y sin formación específica en emprendimiento.

— **Tabla 16.**

*Perfil del emprendedor en Andalucía según datos GEM 2015*

|                              | Género | Tramo de edad | Edad media | Nivel de estudios | Formación específica en Creación de Empresas | Nivel de renta |
|------------------------------|--------|---------------|------------|-------------------|--|----------------|
| Emprendedor potencial        | Mujer  | 35-44         | 38,6       | Secundaria        | No   | bajo           |
| Emprendedor naciente o nuevo | Hombre | 35-44         | 39,7       | Secundaria        | No   | alto           |
| Emprendedor consolidado      | Hombre | 45-54         | 47,3       | Secundaria        | No   | alto           |

En relación al emprendedor en etapa naciente o nueva es, mayoritariamente hombre, con una edad media de 39,7 años, en el tramo de edad de los 35 a 44 años, nivel de renta alto, educación secundaria y sin formación específica en creación de empresas.

Por último, el emprendedor consolidado es frecuentemente hombre, con una edad media de 47,3 años, en el tramo de edad de los 45-54 años, con un nivel de renta alto, educación secundaria y sin formación específica para el emprendimiento.



Caracterización de las iniciativas  
empresariales en Andalucía





**En este capítulo se ofrece una caracterización de las iniciativas empresariales en fase naciente y nueva, es decir, con una antigüedad menor de 3,5 años, desarrolladas por los emprendedores andaluces durante 2015.**

**En particular, se valoran los aspectos generales del negocio en términos de sector de actividad y tamaño medido por el número medio de empleados, sus expectativas de crecimiento futuro en la medida de la capacidad esperada de generación de puestos de trabajo, su orientación innovadora en términos del grado de novedad de los productos o servicios que perciben sus clientes, la antigüedad de las tecnologías empleadas y la competencia percibida en el mercado. Por último, se ofrecen datos de la capacidad de internacionalización de las nuevas empresas en Andalucía en términos del porcentaje de sus clientes localizados en mercados extranjeros.**

## 4.1 — Aspectos generales del negocio

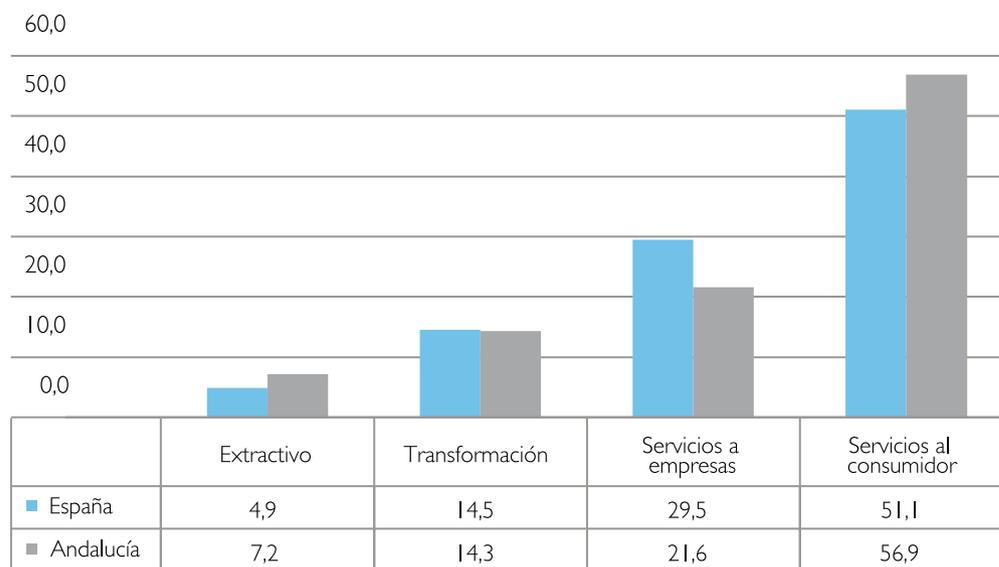
El modelo teórico GEM considera cuatro grandes sectores de actividad para caracterizar a las empresas nacientes y nuevas: orientadas al consumo, industriales o de transformación, dedicadas servicios a otras empresas y, por último, las extractivas. En 2015, la mayoría de las nuevas empresas creadas en Andalucía (56,9%) realizaban su actividad en el sector de servicios y comercio orientado al consumidor final, porcentaje ligeramente superior al de media nacional, cuyo peso en este sector alcanzó el 51,1%, como se puede observar en la Ilustración 24.

Por otro lado, un 21,6% de las nuevas empresas se encuadran en el segmento de servicios a empresas, frente al 29,5% en España; un 14,3% en el sector industrial de forma similar a la media nacional que se sitúa en 14,5%, y el 7,2% restante se dedican a actividades extractivas (4,9% España).

En términos relativos al resto de regiones participantes en el proyecto, la Tabla 17 muestra la distribución de las nuevas empresas por su peso en los cuatro sectores de actividad considerados, ordenados por su participación en el sector industrial. Como se puede observar, Andalucía ocupa una posición intermedia en relación al resto de regiones, muy cerca de la media nacional.

— Ilustración 24.

Distribución de las actividades emprendedoras andaluzas según el sector de actividad



— Tabla 17.

Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía, España y resto de regiones GEM por el sector de actividad en 2015

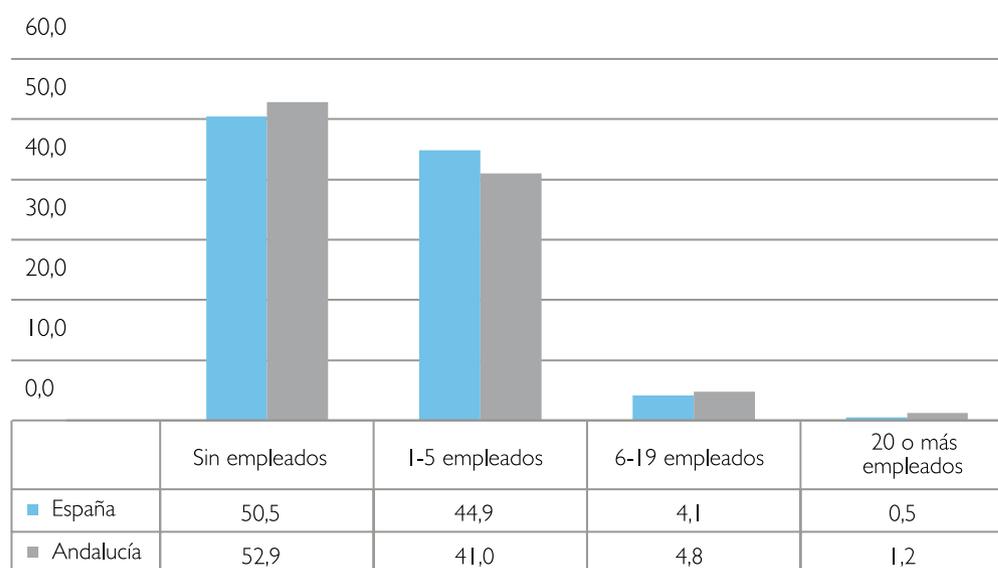
|                    | Extractivo | Transformación | Servicios a empresas | Servicios al consumidor |
|--------------------|------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| Galicia            | 8,0        | 25,3           | 21,9                 | 44,7                    |
| Aragón             | 7,2        | 18,1           | 27,7                 | 47,0                    |
| Navarra            | 6,7        | 17,8           | 24,5                 | 51,1                    |
| Castilla y León    | 6,9        | 17,0           | 17,1                 | 58,9                    |
| País Vasco         | 4,6        | 16,7           | 33,3                 | 45,4                    |
| Cataluña           | 3,9        | 16,4           | 32,8                 | 46,8                    |
| Canarias           | 2,0        | 16,1           | 27,3                 | 54,6                    |
| R. de Murcia       | 3,4        | 15,4           | 32,8                 | 48,3                    |
| Cantabria          | 8,5        | 15,4           | 27,7                 | 48,4                    |
| <b>España</b>      | <b>4,9</b> | <b>14,5</b>    | <b>29,5</b>          | <b>51,1</b>             |
| <b>Andalucía</b>   | <b>7,2</b> | <b>14,3</b>    | <b>21,6</b>          | <b>56,9</b>             |
| Castilla La Mancha | 11,1       | 13,8           | 19,6                 | 55,6                    |
| Extremadura        | 4,4        | 12,9           | 30,7                 | 52,1                    |
| Melilla            | 0,0        | 11,7           | 29,3                 | 58,9                    |
| C. de Madrid       | 0,7        | 10,9           | 39,5                 | 48,9                    |
| C. Valenciana      | 2,7        | 10,9           | 38,0                 | 48,4                    |
| Baleares           | 0,0        | 8,5            | 31,6                 | 59,9                    |

|          |      |     |      |       |
|----------|------|-----|------|-------|
| Asturias | 14,8 | 6,9 | 49,7 | 28,6  |
| La Rioja | 6,3  | 6,5 | 30,6 | 56,6  |
| Ceuta    | 0,0  | 0,0 | 0,0  | 100,0 |

En términos del número medio de empleados de las iniciativas en fase TEA en Andalucía, la Ilustración 25 muestra la distribución según lo indicado por los promotores que participaron en la encuesta a la población adulta. Como se puede observar, la gran mayoría de las iniciativas emprendedoras de reciente creación en Andalucía se pueden caracterizar como microempresas, con capacidad limitada de creación de empleo a corto y medio plazo. Concretamente, el 52,9% de las mismas no generan más puestos de trabajo que el de su propio promotor (un 50,5% en España) y un 41,0% generan entre 1 y 5 empleos (el 44,9% en España).

### — Ilustración 25.

*Distribución de las actividades emprendedoras en Andalucía según el número de empleados*

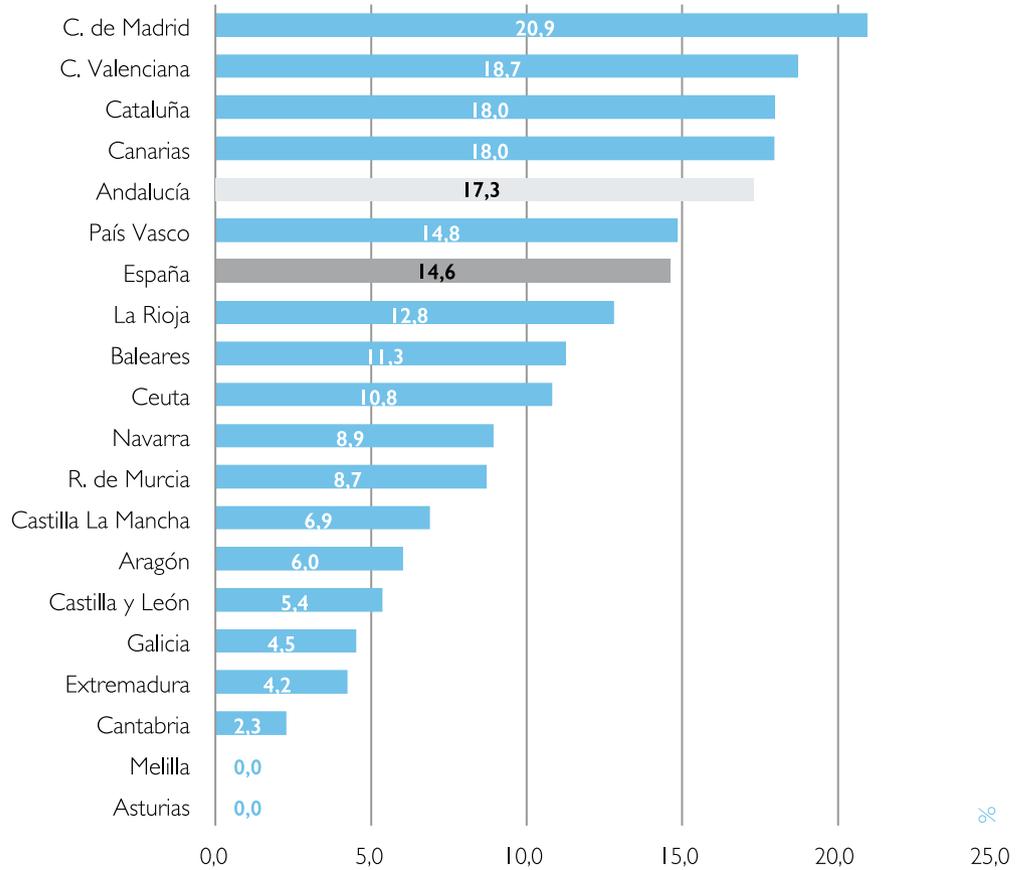


## 4.2 — Expectativas de crecimiento

Para valorar las expectativas de crecimiento futuro en términos de creación de empleo la encuesta a la población adulta del proyecto GEM pregunta a los nuevos emprendedores sobre el número de empleos que piensan van a crear. En este sentido, la Ilustración 26 muestra el porcentaje de iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas que espera crear más de 5 puestos de trabajo en los primeros 5 años de vida. Como se puede observar, en Andalucía el 17,3% de las nuevas empresas piensa crear más de 5 puestos de trabajo en este periodo, ocupando la quinta posición detrás de regiones como la Comunidad de Madrid, la Comunidad Valenciana, Cataluña y Canarias.

— Ilustración 26.

Porcentaje de iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas que esperan crear más de 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años en Andalucía, España y resto de regiones GEM 2015



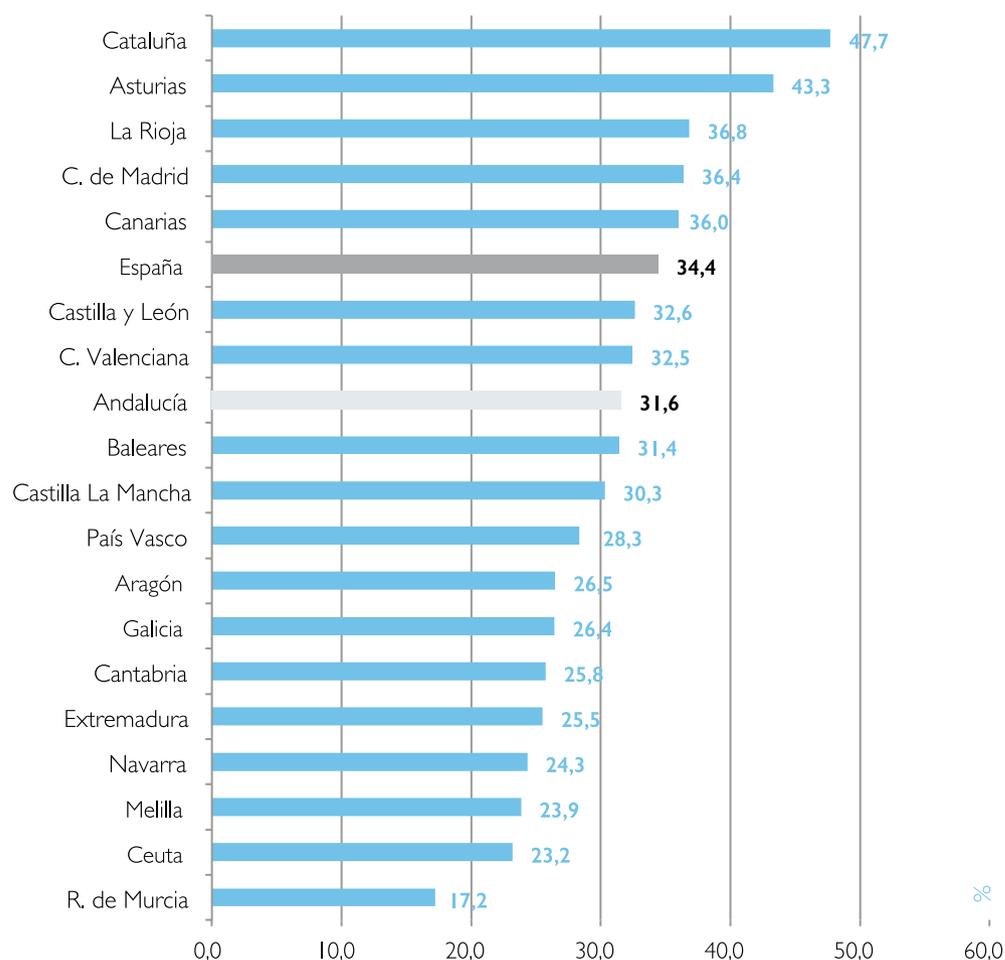
### 4.3 — Orientación innovadora

Para valorar la orientación innovadora de las nuevas empresas creadas en Andalucía en 2015 se han utilizado indicadores basados en el grado de novedad de los productos o servicios que perciben sus clientes, la antigüedad de las tecnologías empleadas y la competencia percibida en el mercado. La intención es valorar en qué medida los negocios más recientes creados en Andalucía apuestan por la innovación, un aspecto que resulta clave para despertar no sólo la vitalidad de los mercados, sino también de las instituciones y de la sociedad en su conjunto.

Así, en primer lugar, la Ilustración 27 muestra para todas las regiones participantes el porcentaje de nuevas iniciativas en fase naciente o nueva que consideran que sus productos y/o servicios son novedosos para todos o algunos de sus clientes. Como se puede observar, en Andalucía este indicador alcanza 31,6% de sus nuevas empresas, ocupando una posición relativa intermedia en relación al resto de regiones y por debajo de la media nacional que alcanzó el 34,3%.

## — Ilustración 27.

*Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España por el grado de novedad de sus productos y servicios en 2015*

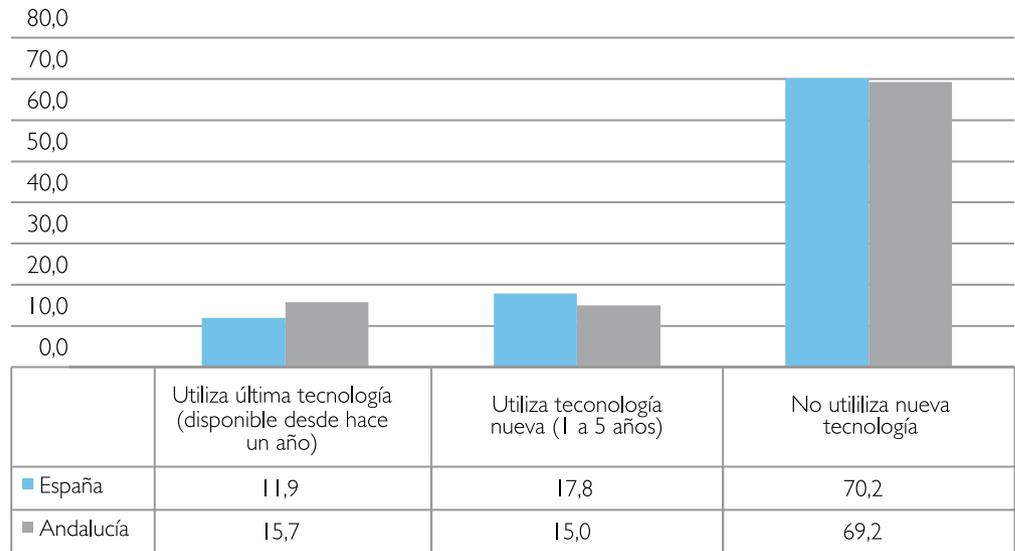


El segundo de los aspectos analizados y relacionados con la innovación ha sido la antigüedad de las tecnologías utilizadas por las iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas para la obtención de bienes y servicios. Los recursos tecnológicos suponen uno de los elementos fundamentales para el desarrollo y consolidación del proceso emprendedor, dada su influencia sobre la competitividad de las empresas. El observatorio GEM considera tres categorías para valorar la novedad de las tecnologías utilizadas por los emprendedores, asumiendo que un mayor uso de tecnologías más recientes permite mejores oportunidades de desarrollar ventajas competitivas con mayor solidez y sostenibilidad en el tiempo.

Como se puede observar en la Ilustración 28, el 69,2% de las nuevas empresas en Andalucía usan tecnologías conocidas, con más de cinco años de antigüedad, mientras que un 15,7% utiliza tecnologías consideradas de última generación, es decir, de una antigüedad inferior al año. Esta distribución de frecuencias es similar a la observada en el ámbito nacional en donde un 70,2% de las iniciativas nacientes o nuevas usaron tecnologías conocidas mientras que un 11,9% utilizó tecnologías de última generación.

— Ilustración 28.

*Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en 2015*



Para complementar la visión anterior, la Tabla 18 muestra la posición relativa respecto a resto de territorios que han participado en la edición 2015 de GEM. En este sentido, Andalucía ocupa una posición destacada en la orientación innovadora de sus nuevas empresas en términos de la disponibilidad de la tecnología utilizada, por detrás de La Rioja y Cataluña.

— **Tabla 18.**

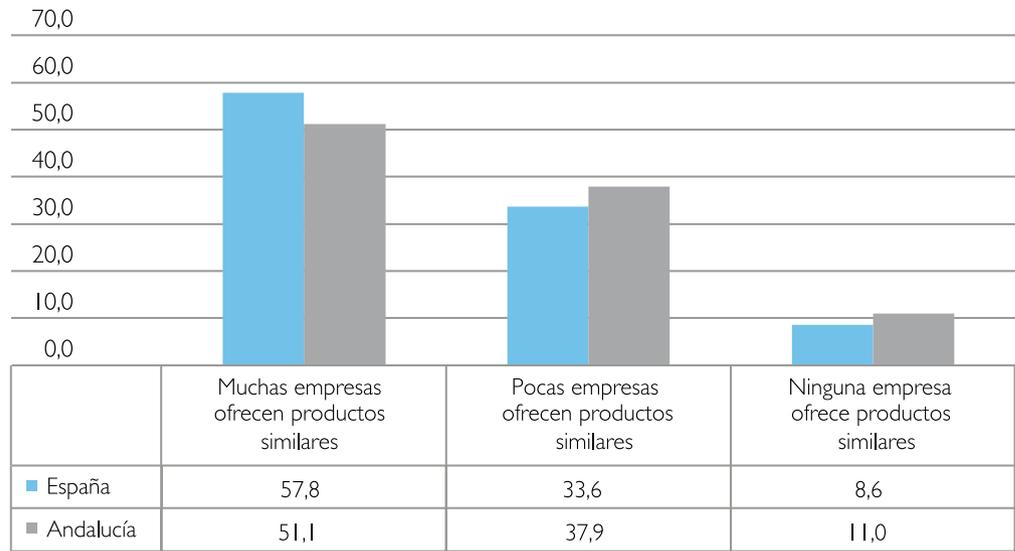
*Antigüedad de las tecnologías usadas por las empresas nacientes y nuevas en la edición GEM 2015, ordenados por el uso de última tecnología*

|                    | Utiliza última tecnología (1 año) | Utiliza tecnología nueva (1 a 5 años) | No utiliza nueva tecnología |
|--------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|
| La Rioja           | 18,6                              | 18,6                                  | 62,8                        |
| Cataluña           | 18,0                              | 26,6                                  | 55,5                        |
| <b>Andalucía</b>   | <b>15,7</b>                       | <b>15,0</b>                           | <b>69,2</b>                 |
| Extremadura        | 14,9                              | 19,2                                  | 65,9                        |
| R. de Murcia       | 13,7                              | 8,7                                   | 77,6                        |
| Galicia            | 12,9                              | 23,6                                  | 63,5                        |
| <b>España</b>      | <b>11,9</b>                       | <b>17,8</b>                           | <b>70,2</b>                 |
| Castilla y León    | 11,9                              | 12,2                                  | 75,9                        |
| C. de Madrid       | 11,5                              | 20,8                                  | 67,7                        |
| Canarias           | 10,0                              | 9,0                                   | 80,9                        |
| Castilla La Mancha | 9,7                               | 20,7                                  | 69,6                        |
| Aragón             | 8,5                               | 13,2                                  | 78,3                        |
| País Vasco         | 7,5                               | 19,4                                  | 73,1                        |
| Cantabria          | 5,3                               | 12,9                                  | 81,8                        |
| Baleares           | 2,8                               | 5,6                                   | 91,6                        |
| Navarra            | 2,2                               | 17,8                                  | 80,1                        |
| Asturias           | 0,0                               | 20,9                                  | 79,1                        |
| C. Valenciana      | 0,0                               | 10,9                                  | 89,1                        |
| Ceuta              | 0,0                               | 23,1                                  | 76,9                        |
| Melilla            | 0,0                               | 17,5                                  | 82,5                        |

Por último, se valora el grado de competencia percibida por las nuevas empresas Andaluzas en 2015. En este sentido, la capacidad para evitar la competencia supone una de las bases de la creación y sostenibilidad de las ventajas competitivas y, en última instancia, de la supervivencia de la empresa. En consecuencia, el análisis del grado de competencia que se percibe desde las iniciativas empresariales permite ampliar la información cualitativa sobre la viabilidad de estos nuevos proyectos, dentro de la metodología GEM. La Ilustración 29 pone de manifiesto que el 51,1% de las iniciativas empresariales andaluzas en 2015 esperan tener mucha competencia (57,8% a nivel nacional) mientras que un 11,0% (8,6% a nivel nacional) no esperan tener competencia en su mercado.

— Ilustración 29.

*Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España según la competencia percibida en el mercado en 2015*



En términos relativos al resto de regiones GEM, la Tabla 19 muestra el porcentaje de nuevas empresas en fase TEA que perciben que muchas, pocas o ninguna empresa ofrece productos o servicios similares a los suyos, ordenados en este caso de forma descendente por el porcentaje que percibe que muchas empresa ofrecen productos o servicios similares y, en consecuencia, se le puede suponer menor grado de orientación innovadora.

— **Tabla 19.***Grado de competencia percibido por las iniciativas nacientes y nuevas en 2015.*

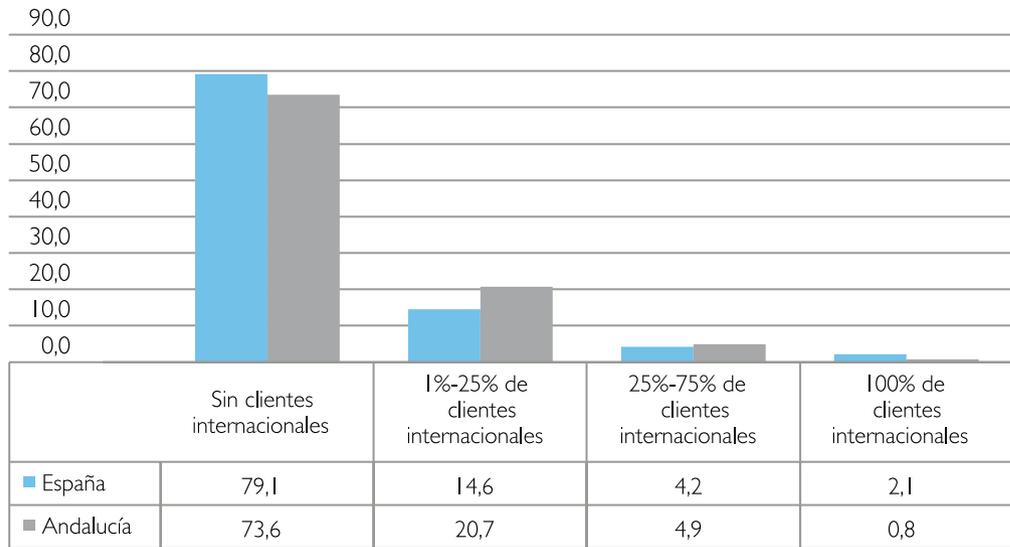
|                    | Muchas empresas ofrecen productos similares | Pocas empresas ofrecen productos similares | Ninguna empresa ofrece productos similares |
|--------------------|---|--|--|
| Ceuta              | 87,7  | 12,3                                       | 0,0  |
| Melilla            | 76,5  | 12,0                                       | 11,4                                       |
| R. de Murcia       | 74,1  | 19,1                                       | 6,8  |
| Baleares           | 71,8  | 19,9                                       | 8,3  |
| Cantabria          | 68,2  | 21,9                                       | 9,8  |
| Navarra            | 66,6  | 31,2                                       | 2,2  |
| C. de Madrid       | 66,2  | 26,4                                       | 7,4  |
| Asturias           | 64,4  | 28,2                                       | 7,3  |
| La Rioja           | 62,8  | 18,9                                       | 18,3                                       |
| C. Valenciana      | 62,1  | 32,5                                       | 5,4  |
| País Vasco         | 59,7  | 31,3                                       | 9,0  |
| Galicia            | 59,1  | 30,0                                       | 11,0                                       |
| Castilla La Mancha | 58,8  | 35,7                                       | 5,5  |
| <b>España</b>      | <b>57,8</b>                                 | <b>33,6</b>                                | <b>8,6</b>                                 |
| Extremadura        | 57,3  | 28,0                                       | 14,7                                       |
| Aragón             | 54,3  | 40,9                                       | 4,8  |
| Castilla y León    | 53,1  | 41,7                                       | 5,1  |
| <b>Andalucía</b>   | <b>51,1</b>                                 | <b>37,9</b>                                | <b>11,0</b>                                |
| Cataluña           | 50,7  | 39,9                                       | 9,4  |
| Canarias           | 50,0  | 41,0                                       | 9,0  |

#### 4.4 — Orientación internacional

Otra de las características deseables para la competitividad de las nuevas empresas es su grado de internacionalización en un contexto global como el actual. La Ilustración 30 permite constatar que la actividad emprendedora en Andalucía se caracteriza por su orientación mayoritariamente dentro del mercado nacional, siendo relativamente bajo su grado de internacionalización. En este sentido, los datos permiten afirmar que, aproximadamente, tres de cuatro empresas andaluzas en fase inicial o consolidada no facturan a clientes extranjeros. No obstante, esta proporción es algo menor en Andalucía que en el resto de España (73,6% frente a 79,1%).

— Ilustración 30.

Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España según la orientación internacional en 2015



Por último, la Tabla 20 muestra en términos relativos al resto de territorios un indicador del grado de internacionalización de las nuevas empresas en fase TEA en Andalucía. En la misma se puede observar que nuestra comunidad presenta un porcentaje de nuevas iniciativas sin ninguna internacionalización ligeramente inferior a la media nacional (73,6% frente a un 79,1%) lo que da muestra de una relativa ventaja en este aspecto frente a otras comunidades autónomas participantes.

— **Tabla 20.**

*Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía, España y resto de regiones GEM según la orientación internacional en 2015*

|                    | Sin clientes internacionales | 1%-25% de clientes internacionales | 25%-75% de clientes internacionales | 100% de clientes internacionales |
|--------------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| C. Valenciana      | 91,4                         | 5,7                                | 2,9                                 | 0,0                              |
| Castilla y León    | 91,1                         | 7,1                                | 0,0                                 | 1,8                              |
| Navarra            | 88,7                         | 6,8                                | 4,5                                 | 0,0                              |
| R. de Murcia       | 85,5                         | 7,2                                | 3,7                                 | 3,6                              |
| Asturias           | 85,0                         | 15,0                               | 0,0                                 | 0,0                              |
| Castilla La Mancha | 83,9                         | 11,7                               | 2,9                                 | 1,5                              |
| C. de Madrid       | 83,8                         | 10,6                               | 5,0                                 | 0,7                              |
| Cantabria          | 83,5                         | 14,2                               | 2,4                                 | 0,0                              |
| Melilla            | 82,9                         | 11,5                               | 5,5                                 | 0,0                              |
| La Rioja           | 81,4                         | 18,6                               | 0,0                                 | 0,0                              |
| Aragón             | 81,1                         | 15,1                               | 2,5                                 | 1,3                              |
| Cataluña           | 79,5                         | 12,3                               | 3,3                                 | 4,9                              |
| <b>España</b>      | <b>79,1</b>                  | <b>14,6</b>                        | <b>4,2</b>                          | <b>2,1</b>                       |
| Extremadura        | 78,8                         | 21,2                               | 0,0                                 | 0,0                              |
| Ceuta              | 78,0                         | 0,0                                | 0,0                                 | 22,0                             |
| <b>Andalucía</b>   | <b>73,6</b>                  | <b>20,7</b>                        | <b>4,9</b>                          | <b>0,8</b>                       |
| Galicia            | 72,9                         | 21,3                               | 4,9                                 | 1,0                              |
| País Vasco         | 71,6                         | 21,7                               | 5,0                                 | 1,7                              |
| Canarias           | 65,2                         | 20,7                               | 7,6                                 | 6,5                              |
| Baleares           | 56,3                         | 25,0                               | 12,6                                | 6,2                              |

## 4.5 — Conclusiones

La caracterización del tejido emprendedor en Andalucía pone de manifiesto una continua terciarización de la economía regional, en este sentido, la mayoría de las nuevas empresas creadas en Andalucía (56,9%) realizaban su actividad en el sector de servicios y comercio orientado al consumidor final. Se observa, además, la presencia mayoritaria de proyectos emprendedores de pequeño tamaño y con escasa motivación para crecer; de hecho la gran mayoría de las iniciativas emprendedoras de reciente creación en Andalucía se pueden caracterizar como microempresas, con capacidad limitada de creación de empleo a corto y medio plazo en donde sólo el 17,3% de las nuevas empresas podría crear más de 5 puestos de trabajo en los primeros cinco años de vida.

Quizás las características anteriores estén relacionadas con la escasa intención de proyectarse internacionalmente, en Andalucía tres de cada cuatro nuevas empresas no facturan a clientes extranjeros, y con una orientación limitada hacia la innovación y el desarrollo tecnológico como pone de manifiesto que, prácticamente, un tercio de estas nuevas empresas consideran que sus productos o servicios son novedosos para todos o algunos de sus clientes, algo más del 15% utilizan tecnologías que están disponibles desde hace menos de un año y perciben un alto grado de competencia en el mercado en el que operan.

Este panorama debería llevar a la reflexión, entre otros aspectos, sobre el acceso a las fuentes de financiación de las que disponen los emprendedores andaluces para financiar la innovación y el crecimiento de sus empresas, y para competir con mayores garantías de éxito en los mercados internacionales.

Financiación de la actividad  
empresarial en Andalucía





**Este capítulo ofrece un análisis de la financiación de los proyectos de creación de empresas en Andalucía, que se desarrolla en tres apartados: necesidad de capital para comenzar un proyecto empresarial; participación de los inversores informales (*business angels*) en la financiación de iniciativas emprendedoras; y, rasgos principales de los inversores informales.**

**Los datos que se utilizan se refieren exclusivamente a las iniciativas nacientes, esto es, actividades empresariales con menos de tres meses de trayectoria.**

## 5.1 — Capital semilla medio necesario

La Tabla 21 muestra, desde la demanda las necesidades de financiación de los proyectos de negocios de los emprendedores nacientes identificados en Andalucía y en España en 2015, a partir de los datos de la encuesta a la población adulta (APS). Se analizan, en una comparativa entre Andalucía y España, los valores medios y máximos, así como la dispersión, del capital semilla necesario para iniciar un nuevo proyecto y de la parte de éste que aporta el emprendedor:

— **Tabla 21.**

*Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Andalucía y España 2015*

|                          | CAPITAL SEMILLA NECESARIO POR PROYECTO NACIENTE (€) |             | CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR NACIENTE(€) |           | CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR NACIENTE (% sobre el total de cada proyecto) |        |
|--------------------------|---|-------------|---|-----------|--|--------|
|                          | Andalucía   | España      | Andalucía   | España    | Andalucía  | España |
| <b>Media</b>             | 49.986,6  | 55.683,0    | 21.563,9  | 25.494,0  | 68,3%  | 69,8%  |
| <b>Mediana</b>           | 20.000,0  | 17.810,05   | 9.926,0   | 10.000,0  | 61,7%  | 100,0% |
| <b>Moda</b>              | 20.000,0  | 20.000,0    | 6.000,0   | 5.000,0   | 100,0%   | 100,0% |
| <b>Desviación Típica</b> | 146.792,8   | 157.308,0   | 52.643,9  | 62.063,0  | 32,3%  | 37,7%  |
| <b>Máximo</b>            | 1.000.000,0   | 2.000.000,0 | 350.000,0   | 500.000,0 | 100,0%   | 100,0% |

De acuerdo con estos datos, en promedio, el capital semilla de los proyectos nacientes en Andalucía durante 2015 es inferior que en España. Los valores medios no son representativos ya que están afectados por la captación de algunas iniciativas atípicas que han requerido inversiones de capital semilla elevadas, siendo las más llamativas las correspondientes con el valor máximo de dos millones de euros, en el caso español. Dada la enorme variabilidad de la media, casi 150.000 € en ambos casos, es mucho más realista interpretar la mediana como valor central. Así, el 50% de los proyectos andaluces necesita una inversión de al menos 20.000 euros, mientras que en España esta cifra es de algo menos. Se observa que el valor más frecuente o moda tanto en Andalucía como en España es 20.000 euros.

En Andalucía, los emprendedores aportan a sus proyectos de negocio nacientes una media de 21.563,9 euros, algo inferior que en España. Teniendo en cuenta la mediana, el 50% de los emprendedores andaluces y españoles invierte en su proyecto al menos 10.000 euros. Además, el caso más frecuente es que el emprendedor aporta 6.000 euros de la inversión necesaria para su nueva actividad, mientras que en España la aportación más común es de 5.000 euros. En términos porcentuales, el capital aportado por los emprendedores nacientes en 2015 representa una media de casi el 70% del importe de la inversión, tanto en Andalucía como en España.

## 5.2 — Papel del inversor informal (*business angel*)

La inversión informal, o *business angel* en terminología anglosajona, incluye a toda persona que de manera directa ha aportado dinero propio para financiar un proyecto emprendedor. En ocasiones se distingue entre ambos términos, reservando la denominación de inversor informal para personas cercanas al emprendedor que prestan su apoyo de forma desinteresada y muchas veces altruista, y considerando al *business angel* como un inversor en busca de ideas de negocios atractivas para participar, buscando un beneficio. No obstante, la metodología GEM no distingue entre ambas formas de apoyo financiero al emprendedor; por lo que en este informe se utilizan los dos términos de manera indistinta.

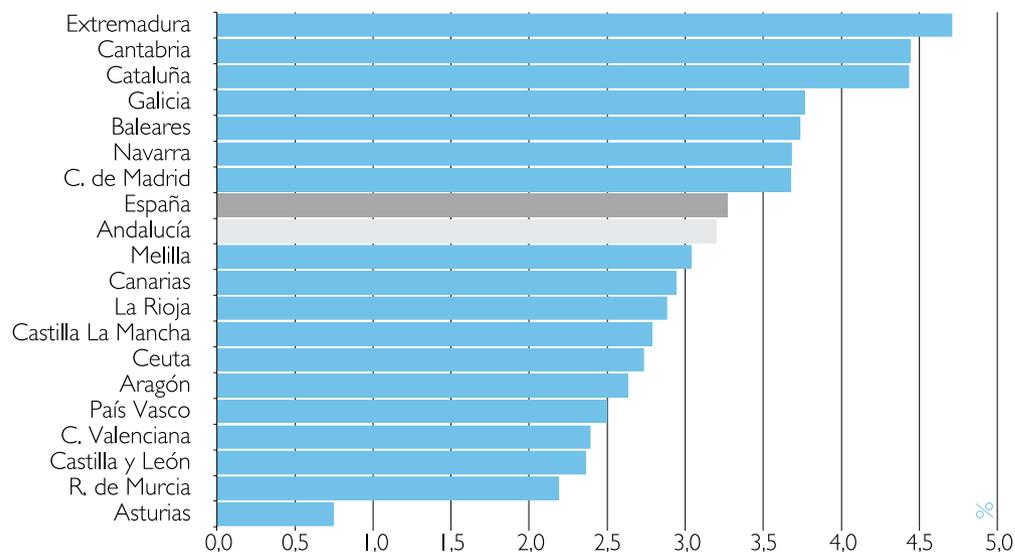
El recurso al inversor informal supone una fuente de financiación complementaria a la aportación personal que realiza el propio emprendedor, así como a las vías institucionales, que incluyen los préstamos de las entidades financieras y las ayudas y subvenciones de las administraciones públicas. Como se ha indicado, los inversores informales suelen ser personas relacionadas con el emprendedor; bien por vínculos familiares o por amistad, vecindad, o trabajo, aunque existen *business angels* profesionales que no conocen previamente a los promotores de los proyectos que financian, y que pueden aportar asesoramiento, además de financiación.

La Ilustración 31 recoge la participación de los inversores informales en el conjunto de España y las Comunidades Autónomas. Andalucía, mantiene el nivel de 2014 y se encuentra en una posición media alta con respecto al resto de comunidades autónomas, por detrás de España, Comunidad de Madrid, Navarra y Baleares.

En la Ilustración 32 se compara la participación de los inversores informales de Andalucía y España con los países orientados a la innovación. Se observa que tanto Andalucía como España ocupan una posición media baja por detrás de Eslovenia y Grecia.

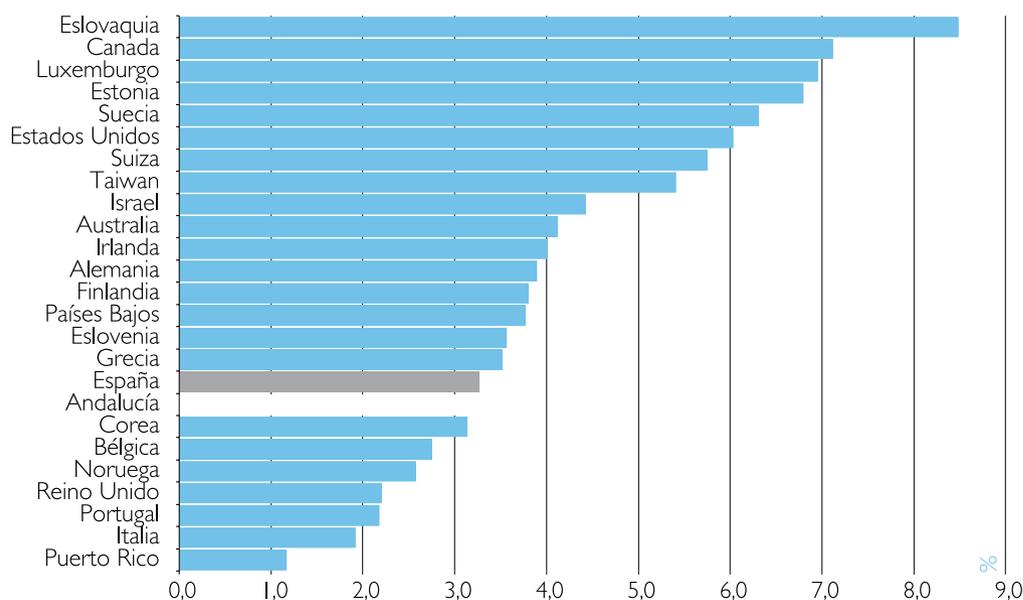
— Ilustración 31.

Porcentaje de población adulta que ha actuado como inversor informal en los tres últimos años en Andalucía, España y resto de CC.AA.



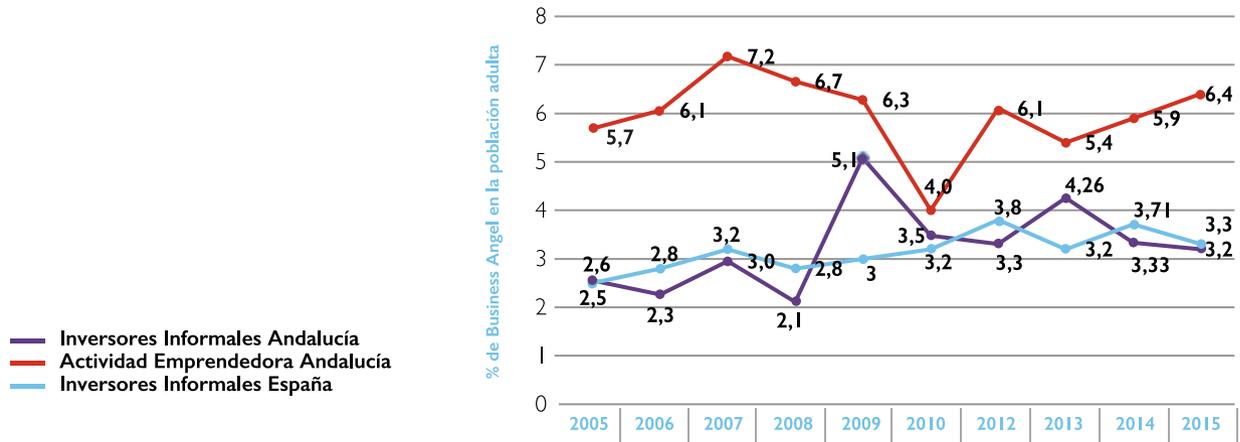
— Ilustración 32.

Porcentaje de población adulta que ha actuado como inversor informal en los tres últimos años en Andalucía y países orientados a la innovación.



La Ilustración 33 muestra la evolución conjunta de la actividad emprendedora y la inversión informal en Andalucía y en España. Como se puede observar, la actividad emprendedora y la inversión informal en Andalucía se acercaron notablemente en 2009, pero posteriormente la tendencia ha sido alejarse. De modo que la TEA en Andalucía ha ido aumentando mientras que los inversores informales son cada vez menos. Desde 2010 la evolución de los inversores informales en España ha sido muy similar a la de los andaluces.

— **Ilustración 33.**  
Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel.



### 5.3 — El perfil del inversor informal en Andalucía

Para trazar el perfil del inversor informal andaluz, en este apartado se estudian sus características principales en relación con la edad, el género, nivel de estudios, situación laboral y renta familiar de los inversores informales, además de su posible implicación y sus impresiones en relación con las actividades empresariales a las que contribuye. Para completar este perfil, se analizan los vínculos que tienen los inversores informales con los emprendedores a los que apoyan.

Conforme a los datos que contiene la Tabla 22, se puede caracterizar al inversor informal en Andalucía en 2015 por los siguientes rasgos: predominio de mayor número de hombres (62,6%) que de mujeres (37,4%); edad media de 46 años; nivel de estudios alto; en situación laboral activa (siete de cada diez); su nivel de renta distribuido uniformemente; con conocimientos y experiencia para emprender (siete de cada diez); y con formación específica en creación de empresas en la mitad de los casos aproximadamente.

En relación con el perfil de 2014, aumenta la presencia de hombres inversores, disminuyen el nivel de estudios, el número de inversores en situación laboral activa y el nivel de renta familiar. Las habilidades para emprender, la experiencia y formación en materia de creación de empresas prácticamente se mantienen. El número de inversores informales que ve buenas posibilidades de emprender en los próximos 6 meses ha disminuido en cuatro puntos.

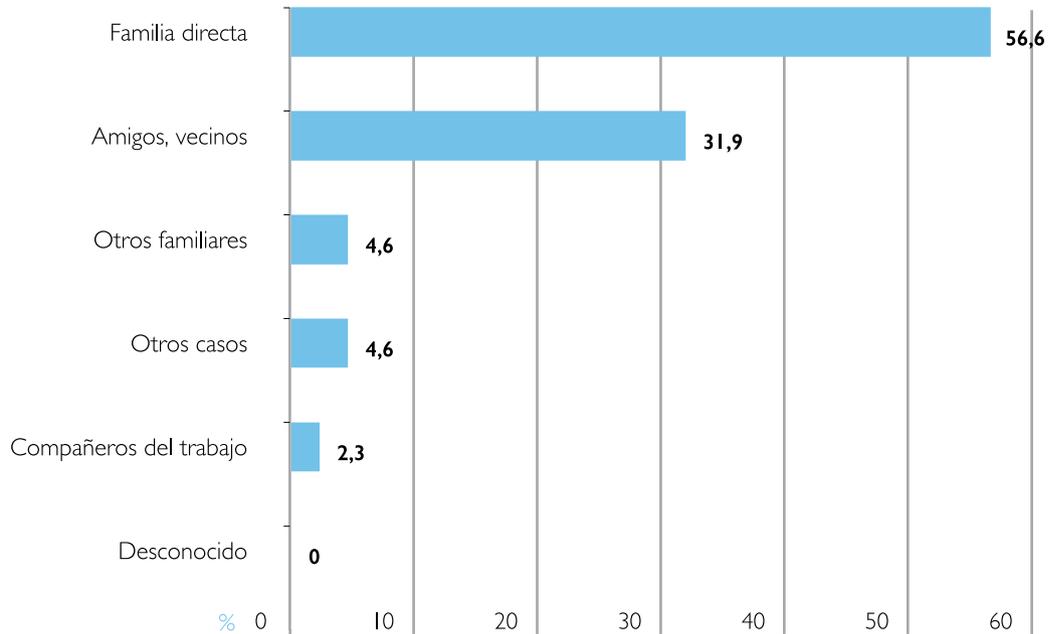
— Tabla 22.

## Perfil del inversor informal en Andalucía

|  |                    | 2015 | 2014 |
|--|--------------------|------|------|
| Edad   | Edad media         | 46,0 | 41,4 |
|  | Desviación típica  | 10,6 | 12,6 |
| Género (%)   | Hombre             | 62,6 | 44,4 |
|  | Mujer              | 37,4 | 55,6 |
| Nivel de estudios (%)  | Bajo               | 14,0 | 8,3  |
|  | Medio              | 37,3 | 38,9 |
|  | Alto               | 48,7 | 52,8 |
| Situación laboral (%)  | Activa             | 69,2 | 74,2 |
|  | Otro caso          | 30,8 | 25,8 |
| Renta familiar(%)  | Tercio más bajo    | 33,4 | 3,3  |
|  | Tercio medio       | 26,7 | 23,3 |
|  | Tercio más elevado | 39,9 | 73,3 |
| Tamaño del hogar<br>(número de miembros)                                       | Media              | 3,0  | 3,3  |
|  | Desv. Típ          | 1,1  | 1,1  |
| Involucrado en una iniciativa emprendedora<br>como empresario naciente o nuevo |                    | 2,2  | 8,2  |
| Empresario consolidado   |                    | 2,2  | 2,8  |
| Emprendedor potencial  |                    | 23,7 | 26,5 |
| Ve buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista                         |                    | 36,1 | 40,6 |
| Tiene conocimientos, habilidades y experiencia para emprender                  |                    | 69,9 | 71,4 |
| Tiene miedo al fracaso   |                    | 29,5 | 50,0 |
| Formación en creación de empresas  |                    | 49,0 | 50,0 |

La relación que une al emprendedor con el inversor informal se muestra en la Ilustración 34. Más de la mitad de los *business angels* son familiares directos, y casi uno de cada tres mantiene relaciones de amistad o vecindad. Algo más del 4% son familiares no directos y un 2,3% compañeros de trabajo.

## — Ilustración 34

*Relación del inversor informal con el beneficiario (ordenado por orden descendente)***5.4 — Conclusiones**

En promedio, el capital semilla necesario de los proyectos nacientes en Andalucía durante 2015, al igual que ocurriera el año pasado, es inferior que en España, sin embargo, el valor más frecuente es, tanto en Andalucía como en España, de 20.000€. También se observa que la aportación media del emprendedor andaluz a sus proyectos de negocio nacientes es ligeramente inferior a la de la media nacional. Aunque el volumen de capital más frecuente aportado por los socios en Andalucía es 6.000€ y en España de 5.000€, cifras muy inferiores a las del año 2014. La aportación media realizada por los emprendedores nacientes a sus proyectos es tanto en España como en Andalucía aproximadamente el 70% del total.

El inversor informal en Andalucía se mantiene con respecto a 2014 y en comparación con el resto de comunidades autónomas y la media nacional se sitúa en una posición media alta. En el contexto de los países orientados a la innovación, Andalucía está en la parte más baja de la gráfica por detrás de Grecia y España. La evolución de la inversión informal en Andalucía en los dos últimos años ha sido decreciente, acercándonos al nivel de España.

El perfil del inversor informal andaluz en 2015 responde, en términos generales, a un familiar del emprendedor, en situación laboral activa, con renta familiar medio baja y con conocimientos y habilidades para emprender. Los inversores informales son mayoritariamente familia directa y también representan un grupo considerable los amigos y vecinos.

Oportunidades, motivaciones y capacidades  
para crear empresas en Andalucía





**El objeto de este capítulo es el potencial emprendedor de los andaluces. Se analiza, en términos de la percepción de las oportunidades para emprender, las razones que motivan a ello y la valoración de las capacidades para iniciar y desarrollar sus proyectos empresariales.**

**El potencial emprendedor en Andalucía se estudia tomando como referencia la encuesta que se realiza a la población de edades comprendidas entre 18 y 64 años, que permite identificar cómo percibe su potencial emprendedor.**

## 6.1 — Percepción de oportunidades

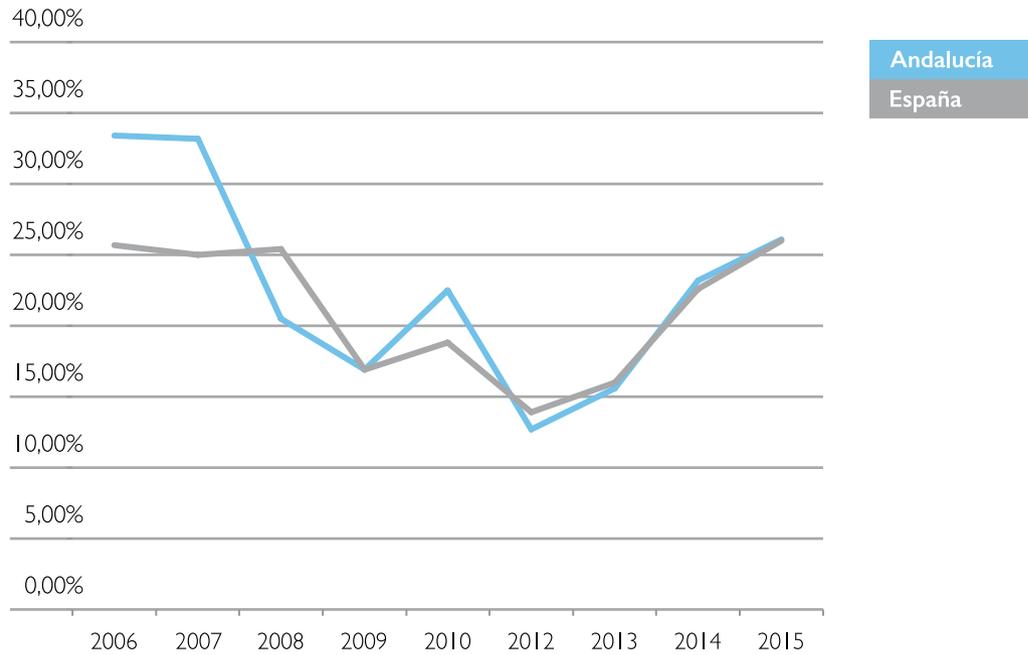
El proceso emprendedor se inicia con la identificación de oportunidades de negocio. La evolución de la percepción de oportunidades para emprender en Andalucía y España se muestra en la Tabla 23 y en la Ilustración 35, donde se recogen datos desde 2006 hasta 2015<sup>9</sup>, considerando el porcentaje de personas que contestan afirmativamente a la pregunta de si, en su opinión, existen buenas oportunidades de negocio para emprender en el área donde reside en los próximos seis meses.

— **Tabla 23.**

*Evolución temporal en la percepción de oportunidades para emprender*

|           | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Andalucía | 33,4% | 33,2% | 20,5% | 16,9% | 22,5% | 12,7% | 15,6% | 23,3% | 26,1% |
| España    | 25,7% | 25,0% | 25,4% | 16,9% | 18,8% | 13,9% | 16,0% | 22,6% | 26,0% |

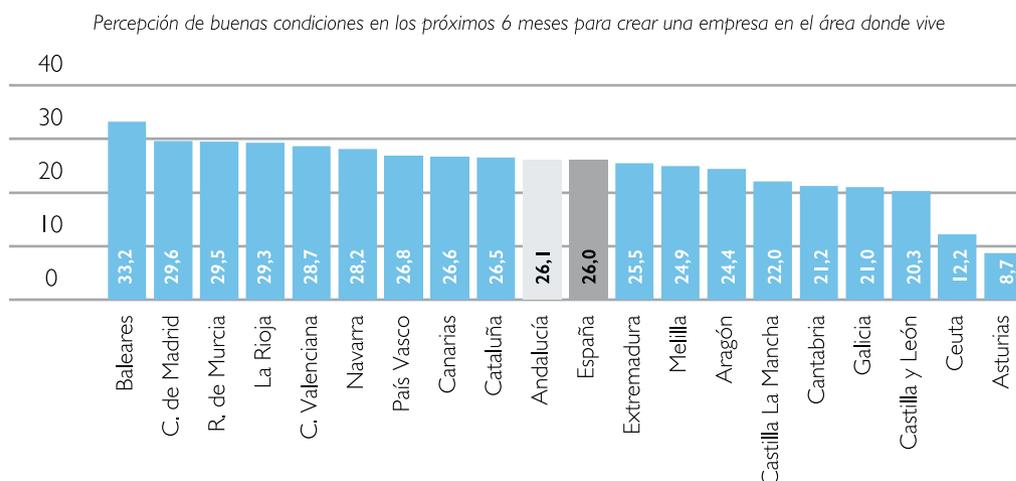
9 En 2011 no se realizó en Informe GEM Andalucía, por lo que no hay datos disponibles para ese año.

**— Ilustración 35.****Evolución temporal en la percepción de oportunidades para emprender**

Un 26,1% de la población andaluza cree que sí existen oportunidades para crear una empresa, lo que supone continuar con la tendencia creciente que comenzó en 2012. La evolución en España ha sido similar a la de la comunidad Andaluza, situándose prácticamente en el mismo valor. Este aumento de percepción de buenas oportunidades para emprender es coherente con otros datos del informe que demuestran la recuperación de la crisis económica de años anteriores. La comparación por comunidades autónomas puede verse en la Ilustración 36. Andalucía se encuentra en un nivel de percepción de oportunidades emprendedoras similares a Cataluña, Canarias y País Vasco, por encima de Extremadura y Melilla.

## — Ilustración 36.

## Comparación regional de la población que ve buenas oportunidades para emprender



## 6.2 — Motivación para emprender

En el proceso emprendedor, aunque se perciban buenas oportunidades para emprender, si no existe voluntad de explotarlas no se iniciará la puesta en marcha de una nueva empresa. De ahí la importancia de analizar la motivación. La motivación de la población andaluza se analiza a través del porcentaje de la población adulta que responde afirmativamente a una serie de cuestiones que se muestran en la Tabla 24.

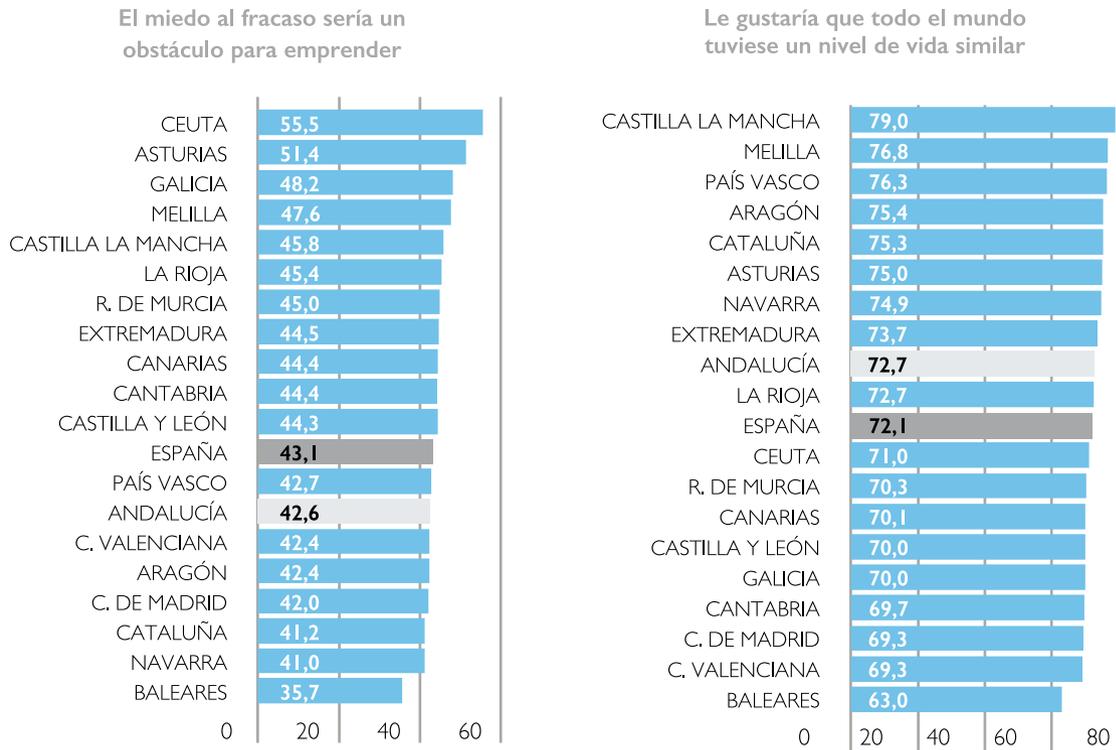
## — Tabla 24.

## Motivación para emprender en la población andaluza

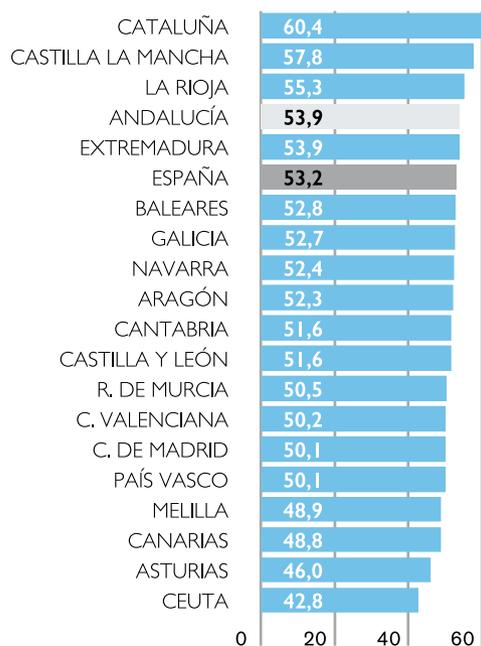
| (Porcentaje de los encuestados que contestan afirmativamente)                                | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| El miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender  | 43,6% | 54,5% | 53,8% | 56,8% | 44,6% | 56,4% | 48,0% | 46,7% | 42,6% |
| Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar                               | 66,2% | 70,2% | 65,1% | 62,2% | 71,8% | 71,7% | 73,7% | 73,1% | 72,7% |
| Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional                      | 71,1% | 75,2% | 68,8% | 66,4% | 68,7% | 64,8% | 56,8% | 54,5% | 53,9% |
| Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social   | 61,8% | 64,1% | 57,7% | 56,1% | 65,4% | 61,4% | 54,8% | 48,9% | 50,3% |
| Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias sobre nuevos empresarios | 45,8% | 45,9% | 44,6% | 40,1% | 45,3% | 47,7% | 46,0% | 44,2% | 46,4% |

De acuerdo con estos datos, se observa que, en relación al año 2014, ha disminuido el miedo al fracaso, el deseo de igualdad de nivel de vida y la proporción de andaluces que opinan que ser empresario es una buena opción profesional, por el contrario, ha aumentado la estima que el triunfo tiene con el estatus social del empresario y la percepción de que los medios de comunicación ofrecen una buena cobertura a las actividades emprendedoras. La comparación regional de estos datos se muestra en la Ilustración 37.

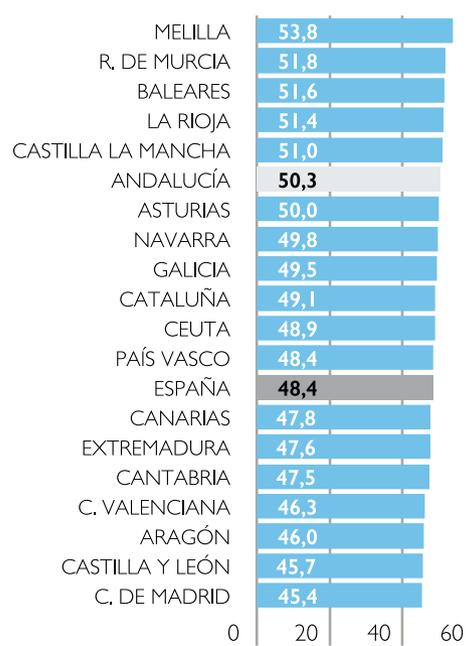
— Ilustración 37.  
Comparación regional de la motivación de la población para emprender



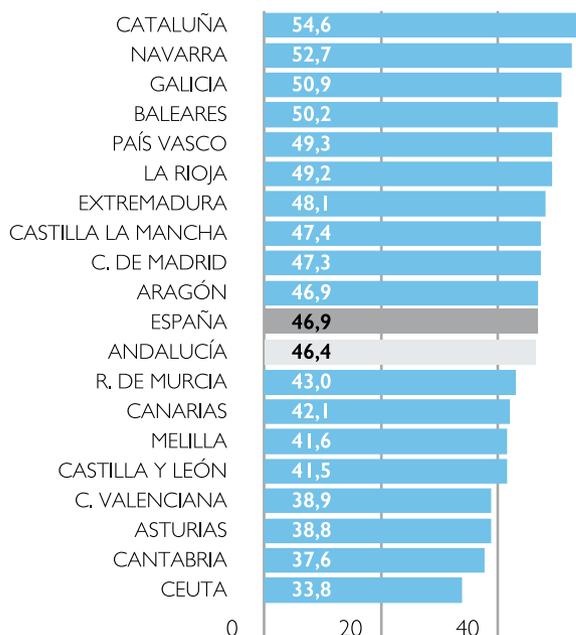
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional



Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social



Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias sobre nuevos empresarios



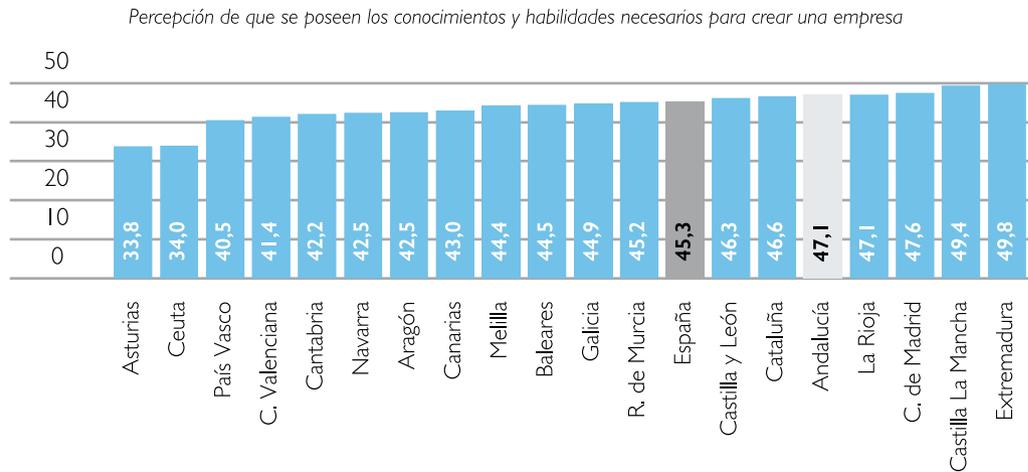
## 6.3 — Capacidad para emprender

La creación de empresas requiere que existan oportunidades, motivación y capacidad para explotarla. Casi la mitad de los andaluces cree tener capacidad para crear una empresa, manteniéndose la cifra del año pasado. En España, aunque el porcentaje es muy similar al de Andalucía, en 2015 ha disminuido tres puntos.

La Ilustración 38 ordena las regiones españolas de acuerdo con el porcentaje de población que estima que posee las capacidades necesarias para desarrollar un proyecto empresarial. Andalucía se sitúa entre las comunidades autónomas con mayor percepción de habilidad de la población para emprender.

### — Ilustración 38.

#### Comparación regional según la habilidad de la población para emprender



## 6.4 — Conclusiones

El potencial emprendedor está relacionado con la identificación de oportunidades y con su explotación, que puede ser impulsada o frenada por diferentes motivos, y por las capacidades de las personas para emprender. Sus características se resumen desde la perspectiva percibida por la población andaluza.

- Un 26,1% de la población percibe buenas oportunidades para emprender. Con respecto al año anterior se aprecia un aumento considerable, al igual que ha ocurrido con la media nacional. Se ha continuado con la tendencia creciente iniciada en 2012. En comparación con el resto de comunidades autónomas Andalucía se sitúa en niveles medio alto.
- El miedo, como barrera para emprender, afecta al 43% de la población, inferior al nivel de 2014. Otro elemento motivante, la imagen del empresario en cuanto a elección profesional deseada, desciende y solo el 53,9% de la población la elegiría. El deseo de tener un mismo nivel de vida también ha decrecido ligeramente. Sin embargo, ha aumentado la percepción de que el emprendimiento proporciona un buen estatus social. La imagen de la población de que existen buenas noticias en los medios relacionadas con el fenómeno emprendedor aumenta a más del 46%.
- La percepción de la capacitación emprendedora de la población se mantiene en Andalucía en 2015 con respecto al año anterior. Solo el 47,1% opina que tiene capacidad para crear una empresa, la cifra media de España es algo inferior (45,3).



Condiciones específicas del entorno  
del emprendedor





**Este capítulo analiza uno de los principales condicionantes en el proceso de creación de empresas: el entorno en el que se desarrolla la iniciativa. El modelo GEM analiza nueve dimensiones o aspectos contextuales del entorno.**

**Para ello, se encuesta a un panel de expertos. El cuestionario sobre el que han trabajado los expertos comprende una serie de preguntas relativas a nueve dimensiones contextuales del entorno del emprendedor.**

Éstas se enumeran a continuación:

- Apoyo financiero
- Políticas gubernamentales
- Programas gubernamentales
- Educación y formación en creación de empresas
- Transferencia tecnológica y de I+D
- Acceso a una infraestructura comercial y profesional
- Apertura del mercado interno
- Acceso a las infraestructuras físicas
- Normas sociales y culturales

El panel de expertos del Informe anual GEM Andalucía está formado por 36 profesionales y empresarios, que han sido seleccionados en función de su experiencia y conocimiento de la realidad andaluza en aquellos factores que se relacionan con la creación y el desarrollo de nuevos negocios.

Además de valorar las nueve dimensiones del entorno emprendedor, antes mencionadas, se ha pedido a los expertos que indiquen, de manera abierta, cuáles son los factores que, en su opinión, obstaculizan y favorecen la creación de empresas en Andalucía, y cuáles serían sus recomendaciones para mejorar las condiciones específicas del entorno del emprendedor andaluz. A partir de la identificación de estos factores, sus respuestas se han clasificado, además de en los factores contextuales del entorno antes enumerados, en otros factores adicionales que la dirección del proyecto GEM ha estimado como relevantes.

## **7.1 — Factores que obstaculizan y favorecen la creación de empresas y valoración del entorno**

Los expertos han destacado los principales factores que facilitan y restringen la actividad emprendedora en Andalucía, y también han planteado sus propuestas para apoyar e impulsar la creación de empresas en esta región.

En este sentido, se les pidió que indicaran los tres principales factores, tanto favorables como desfavorables, que a su juicio inciden en mayor medida en la actividad emprendedora, así como tres propuestas de mejora.

Sus respuestas, de carácter abierto, se han clasificado según su relación con alguna de las dimensiones específicas del entorno, en la Tabla 25 para los obstáculos y en la Tabla 26 para los factores que favorecen la creación de empresas. Estas dimensiones del entorno amplían los nueve factores contextuales iniciales del modelo, contemplándose factores del entorno adicionales importantes dentro del proyecto GEM<sup>10</sup>.

En cuanto a los **inconvenientes para emprender** en Andalucía (Tabla 25), los factores que aparecen en los primeros lugares de esta clasificación son, por este orden, la falta de apoyo financiero, ciertas políticas gubernamentales, la falta de capacidad emprendedora, los obstáculos impuestos por las normas sociales y culturales, la educación y formación y la falta de adecuación de algunos programas gubernamentales.

— **Tabla 25.**

*Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Andalucía*

| Obstáculos (ordenados por importancia)  | % de expertos |
|---|---------------|
| Apoyo financiero                        | 63,89         |
| Políticas gubernamentales               | 58,33         |
| Capacidad emprendedora                  | 38,89         |
| Normas sociales y culturales            | 30,56         |
| Educación y formación                   | 25,00         |
| Programas gubernamentales               | 16,67         |
| Apertura de mercado y barreras          | 8,33          |
| Clima económico                         | 8,33          |
| Infraestructura comercial y profesional | 5,56          |
| Contexto político, social e intelectual | 5,56          |
| Crisis económica                        | 5,56          |
| Acceso a infraestructura física         | 2,78          |
| Internacionalización                    | 2,78          |

La Tabla 26 muestra los **factores que favorecen la actividad emprendedora** en Andalucía. En primer lugar, se destaca que la educación y formación ha mejorado respecto a períodos anteriores y supone un importante facilitador para la creación de empresas. Casi igualmente importantes resultan algunos programas y políticas gubernamentales, distintos de los señalados anteriormente como obstáculos. También se destacan positivamente por

<sup>10</sup> Para una mejor comprensión del concepto que recoge cada uno de estos factores, consúltese el anexo I, sobre la metodología del proyecto GEM, al final de este informe.

su apoyo a la creación de empresas las adecuadas infraestructuras físicas, la situación del mercado laboral, los efectos de la crisis económica, así como la transferencia de I+D.

— **Tabla 26.**

*Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Andalucía*

| Facilitadores (ordenados por importancia) | % de expertos |
|---|---------------|
| Educación y formación                     | 37,14         |
| Programas gubernamentales                 | 31,43         |
| Políticas gubernamentales                 | 22,86         |
| Acceso a infraestructura física           | 22,86         |
| Estado del mercado laboral                | 22,86         |
| Crisis económica                          | 22,86         |
| Transferencia de I+D                      | 20,00         |
| Capacidad emprendedora                    | 17,14         |
| Apoyo financiero                          | 14,29         |
| Normas sociales y culturales              | 14,29         |
| Apertura de mercado y barreras            | 11,43         |
| Clima económico                           | 8,57          |
| Contexto político, social e intelectual   | 8,57          |
| Costes, acceso y regulación laboral       | 8,57          |
| Infraestructura comercial y profesional   | 5,71          |
| Internacionalización                      | 5,71          |

La Tabla 27 recoge las **recomendaciones** de los expertos para mejorar la actividad emprendedora en Andalucía. Las principales recomendaciones para fomentar la actividad emprendedora refuerzan el diagnóstico de los principales problemas y facilidades antes detectadas. Los expertos entrevistados recomiendan en primer lugar el establecimiento de políticas gubernamentales adecuadas que apoyen al emprendedor. También destacan la necesidad de enfocar aún más la educación y formación hacia el espíritu emprendedor y a la capacitación de emprendedores. La mitad de los expertos entrevistados siguen sugiriendo, como en años previos, mejoras en el apoyo financiero prestado al emprendedor. En menor medida, se sigue reclamando que los programas gubernamentales estén adecuadamente enfocados al apoyo al emprendedor.

— **Tabla 27.****Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Andalucía**

| Áreas en las que se realizan recomendaciones de mejora (ordenadas por importancia) | % de expertos |
|--|---------------|
| Políticas gubernamentales  | 63,89         |
| Educación y formación  | 58,33         |
| Apoyo financiero   | 50,00         |
| Programas gubernamentales  | 33,33         |
| Transferencia de I+D   | 11,11         |
| Infraestructura comercial y profesional  | 11,11         |
| Normas sociales y culturales   | 11,11         |
| Capacidad emprendedora   | 11,11         |
| Acceso a infraestructura física  | 5,56          |
| Contexto político, social e intelectual  | 5,56          |
| Apertura de mercado y barreras   | 2,78          |
| Composición de la población  | 2,78          |
| Costes, acceso y regulación laboral  | 2,78          |
| Disponibilidad de información crítica  | 2,78          |

A modo ilustrativo, algunas de las recomendaciones literales de los expertos fueron: “Más formación desde las enseñanzas elementales”; “Facilitar el acceso a capital riesgo”; “Formación orientada al esfuerzo y a la apreciación del éxito empresarial”; “Fomento del espíritu emprendedor en el sistema educativo en edades tempranas”; “Simplificar los trámites para la creación de empresas”; “Generar contextos que faciliten la colaboración Universidad-Empresa en materia de emprendimiento”; “Creación de ecosistemas de innovación”; “Dar segundas oportunidades: si una aventura empresarial no funciona, no hay que condenar (social y económicamente) a esta persona para toda la vida”; y “Centralización (Ventanilla Única) para la atención a Emprendedores”.

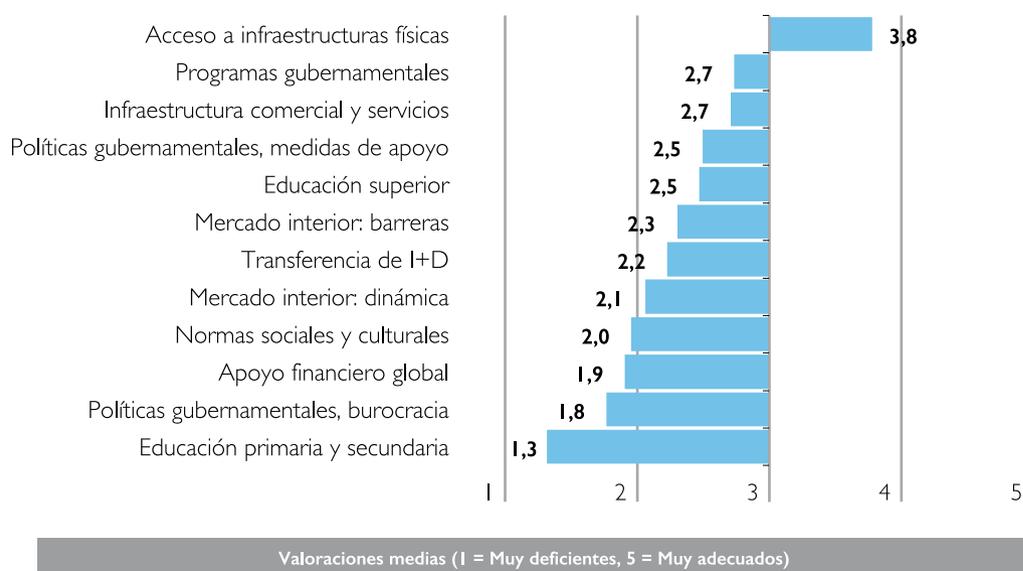
La Ilustración 39 recoge, de manera sintética, la valoración que hacen los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Andalucía. Estas condiciones del entorno desagregan los nueve factores iniciales del modelo GEM en diferentes componentes principales, a partir de las preguntas que se hicieron en el cuestionario para cada uno de los susodichos nueve factores contextuales del entorno. El valor 3 marca el límite entre lo que se considera positivo (a partir de 3) y lo que se considera poco favorable (puntuaciones por debajo del 3).

El factor mejor valorado por los expertos en virtud del apoyo que brinda a los emprendedores es, con diferencia, la existencia de adecuados accesos a infraestructuras físicas necesarias para la implantación y funcionamiento de las empresas. Otros factores contextuales del entorno emprendedor en Andalucía que rozan valores aceptables son los programas gubernamentales, la infraestructura comercial y de servicios, las políticas gubernamentales de

apoyo al emprendedor, y la educación superior. Por el contrario, los factores contextuales en Andalucía que reciben peor valoración por su inadecuado apoyo al contexto emprendedor serían la educación primaria y secundaria y las políticas gubernamentales relacionadas con la existencia de burocracia en el proceso de creación de empresas.

— **Ilustración 39.**

*Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Andalucía*



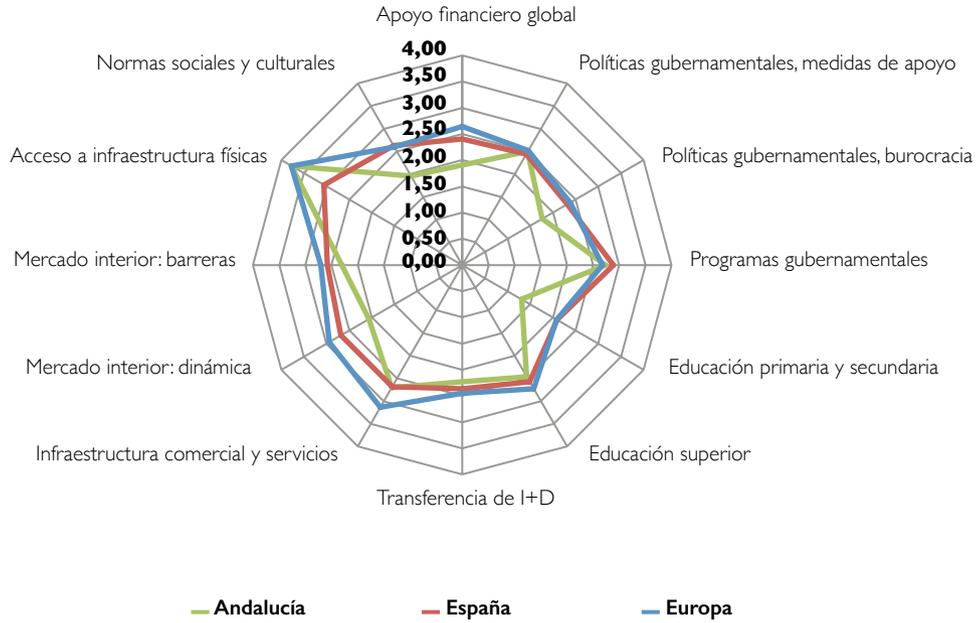
La Ilustración 40 compara los factores contextuales del entorno del emprendedor para Andalucía, España y países GEM de la Unión Europea. Las condiciones del entorno para emprender en Andalucía son valoradas, en función de qué condición se trate, de forma similar o por debajo de las condiciones del entorno de la Unión Europea. Sólo destaca ligeramente la valoración que los expertos hacen en Andalucía de los programas gubernamentales de apoyo al emprendedor y el acceso a infraestructuras físicas. Factores tales como las políticas gubernamentales de apoyo al emprendedor o, en menor medida, la educación superior, son valoradas de forma similar en Andalucía en relación a estos mismos factores en la Unión Europea. Sin embargo, algunos factores del contexto emprendedor andaluz, tales como la burocracia, la educación primaria y secundaria, la dinámica del mercado interno, o las normas sociales y culturales, se hallan muy por debajo del perfil de la Unión Europea.

Si se compara el contexto emprendedor de Andalucía con el de España, se observa que el único factor en el que Andalucía es mejor valorada por los expertos es el de acceso a infraestructuras físicas. Se valoran de forma similar las políticas gubernamentales de medidas de apoyo, los programas gubernamentales, la educación superior, la transferencia de I+D y la infraestructura comercial y servicios. Sin embargo, algunos factores contextuales en Andalucía reciben una peor puntuación, como es el caso de la burocracia de las políticas gubernamentales, la educación primaria y secundaria, la dinámica del mercado interior, las normas sociales y culturales y la falta de apoyo

financiero.

— Ilustración 40.

Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Andalucía, España y Europa



El siguiente apartado desarrolla y complementa los anteriores factores contextuales del entorno andaluz sintetizados en la Ilustración 39, con las diferentes preguntas que respondieron los expertos del panel.

## 7.2 — Información detallada relativa a las condiciones del entorno evaluadas por los expertos

En este apartado se analizan las valoraciones del panel de expertos en relación con las condiciones del entorno que encuentran los emprendedores en Andalucía. Para cada uno de los factores considerados, los componentes del panel de expertos respondieron a una serie de cuestiones relacionadas, que ofrecen una base para el análisis del estado de cada variable. Las variables analizadas son las comentadas en la introducción de este capítulo como factores contextuales del entorno.

La Ilustración 41 permite observar que los expertos del panel identifican la financiación como un problema general para los emprendedores. Los expertos valoran de forma negativa casi todas las cuestiones consideradas en relación a la financiación del emprendedor; salvo la existencia de suficiente financiación disponible procedente de inversores privados. Obtienen una valoración especialmente negativa que la salida bolsa sea un recurso utilizado de forma habitual por los emprendedores andaluces, así como que existan suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas.

— **Ilustración 41.**  
**Financiación**

En Andalucía es bastante común el obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo "crowdfunding" para las empresas nuevas y en crecimiento.

En Andalucía la salida a bolsa es un recurso habitualmente utilizado para proporcionar financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.

En Andalucía hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento

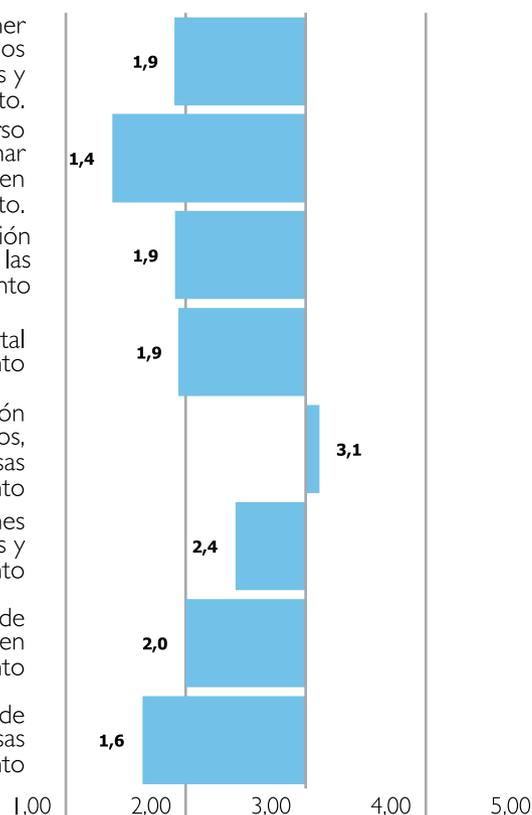
En Andalucía hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento

En Andalucía hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento

En Andalucía hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento

En Andalucía hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento

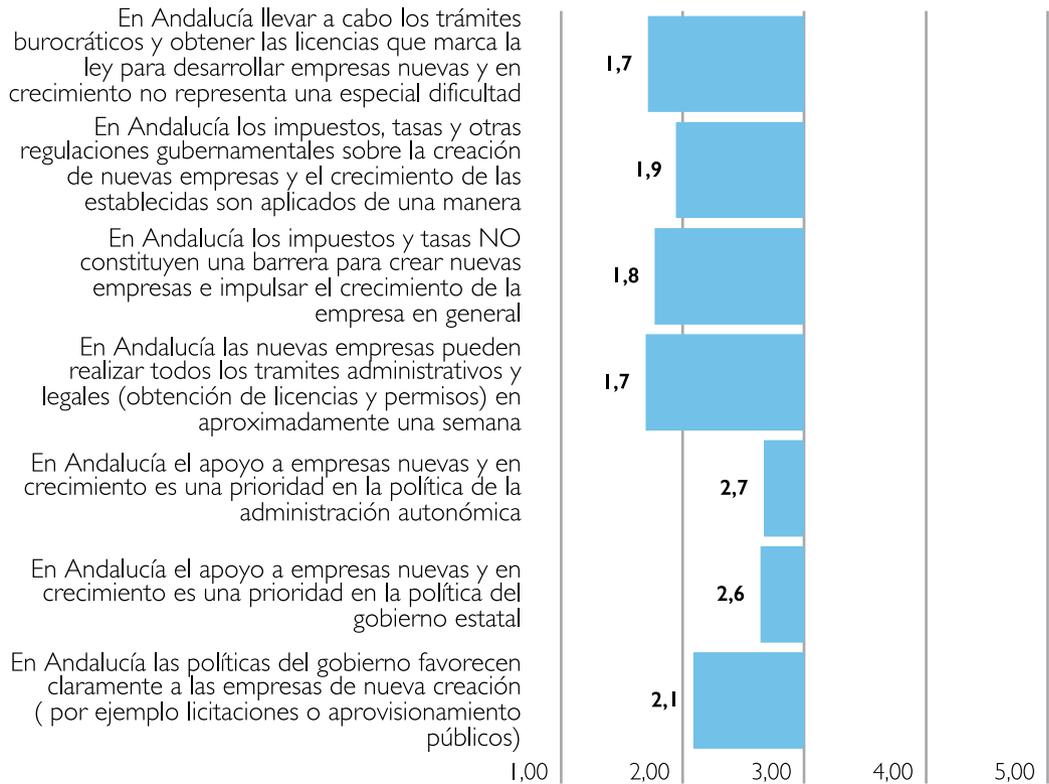
En Andalucía hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento



Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

Según la Ilustración 42, los expertos valoran de forma casi aceptable el apoyo a la creación de empresas nuevas y en crecimiento tanto por parte de la administración autonómica, como del gobierno estatal. Sin embargo, se valora muy negativamente la dificultad y duración que suponen los trámites burocráticos para la creación de empresas.

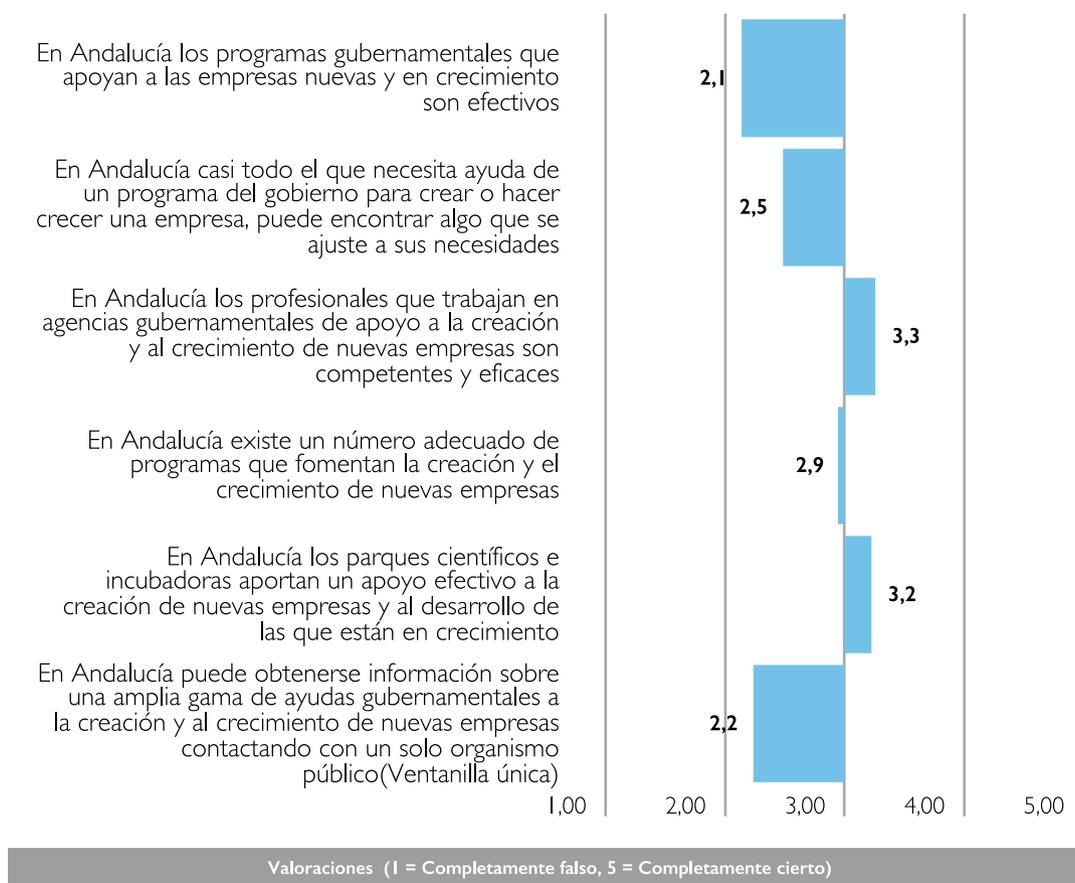
— Ilustración 42.  
Políticas gubernamentales



Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

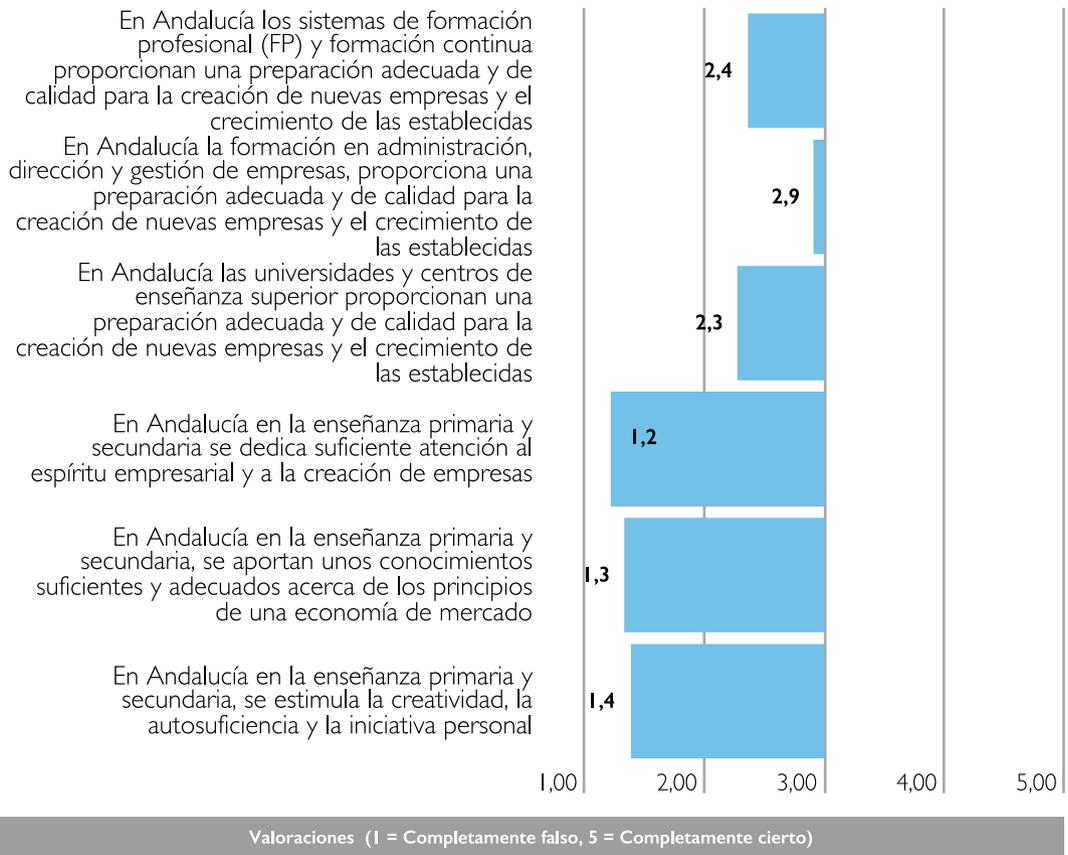
Los miembros del panel de expertos consideran en la Ilustración 43 que en Andalucía destaca el apoyo efectivo a los emprendedores por parte de los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y crecimiento de empresas, así como de los parques científicos e incubadoras. Peor puntuación reciben la efectividad de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas y la posibilidad de obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a través de un solo organismo público (ventanilla única).

— Ilustración 43.  
Programas gubernamentales



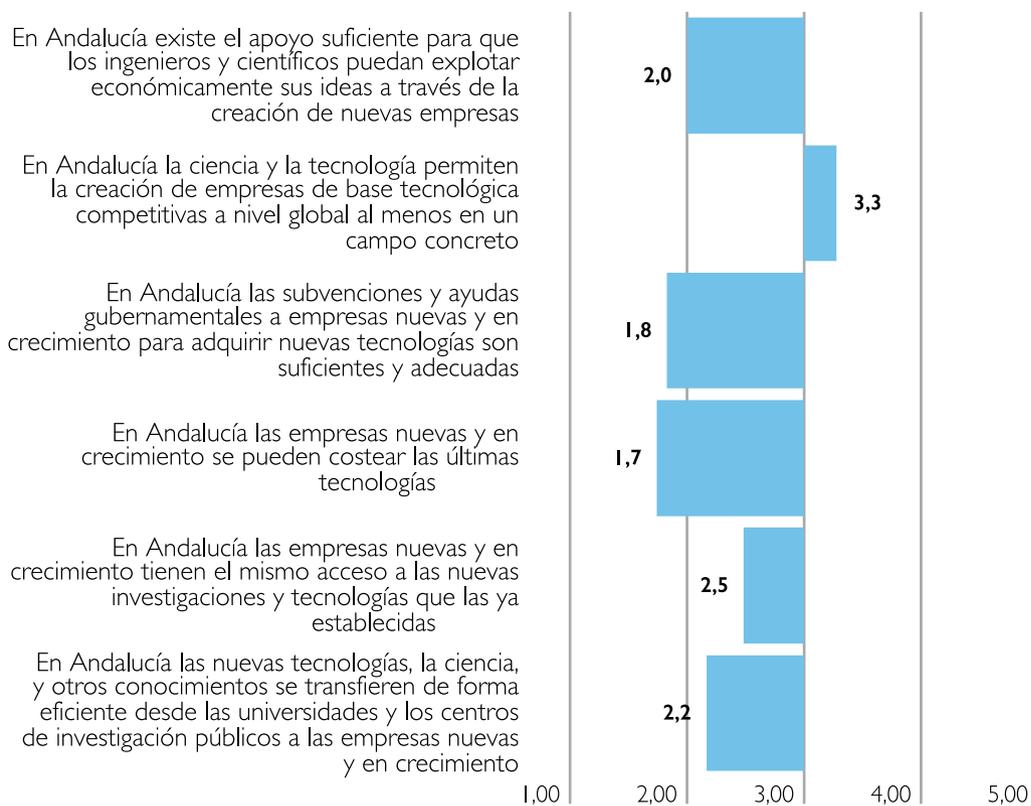
En la Ilustración 44, el panel de expertos valora aquellos aspectos relacionados con la educación y formación en creación de empresas. Los expertos consideran que en Andalucía la formación en administración y dirección de empresas es adecuada para la creación y el crecimiento de empresas. Sin embargo, se valoran muy negativamente la atención que la enseñanza primaria y secundaria dedica al espíritu empresarial y a la creación de empresas, a aportar conocimientos suficientes sobre el funcionamiento del mercado, y estimular la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal.

— Ilustración 44.  
Educación y formación en creación de empresas



La Ilustración 45 analiza el grado en el que existe o se transfiere I+D para la creación y desarrollo de empresas. Según los expertos en Andalucía la ciencia y la tecnología permiten, de forma más o menos adecuada, la creación de empresas de base tecnológica competitivas. Sin embargo, critican las ayudas gubernamentales para la adquisición de nuevas tecnologías. Además, en opinión de los expertos, en Andalucía las empresas nuevas y crecimiento no se pueden costear las últimas tecnologías.

— **Ilustración 45.**  
**Transferencia de I+D**



Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

Los aspectos del entorno andaluz que tienen que ver con el acceso a infraestructuras comerciales y profesionales se recogen en la Ilustración 46. Según los expertos, en Andalucía la cantidad de proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a empresas nuevas y en crecimiento es aceptable. Aunque no se pueden permitir asumir los costes que éstos suponen. Por otra parte, también resulta aceptable el acceso que tienen las empresas a servicios bancarios de calidad, así como a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.

— Ilustración 46.

*Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales*

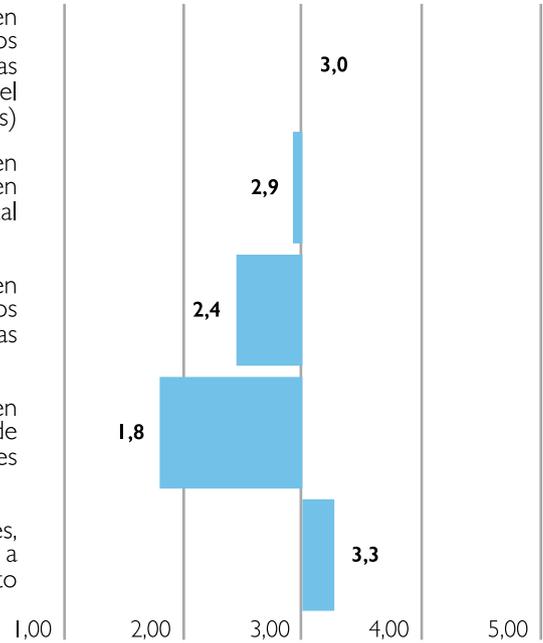
En Andalucía las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares)

En Andalucía las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal

En Andalucía las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas

En Andalucía las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores

En Andalucía existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento



Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

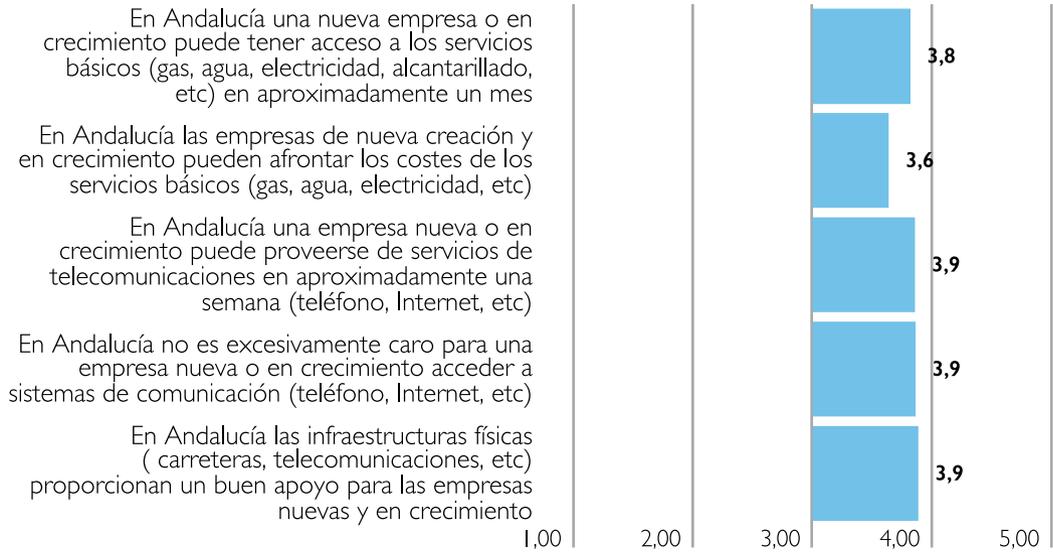
La Ilustración 47 muestra cuáles son las condiciones de acceso al mercado. En general, los expertos consideran que las condiciones que sufren las empresas andaluzas para acceder al mercado no son adecuadas. En este sentido, se observa que los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado cambian con frecuencia de un ejercicio a otro y que las empresas no pueden asumir los costes de entrada al mercado.

— **Ilustración 47.**  
*Apertura del mercado*



La Ilustración 48 analiza el acceso a las infraestructuras físicas. En este sentido, se valoran positivamente todos los aspectos relacionados con el acceso y coste de las infraestructuras físicas necesarias para el funcionamiento de las empresas.

— **Ilustración 48.**  
*Acceso a infraestructuras físicas*

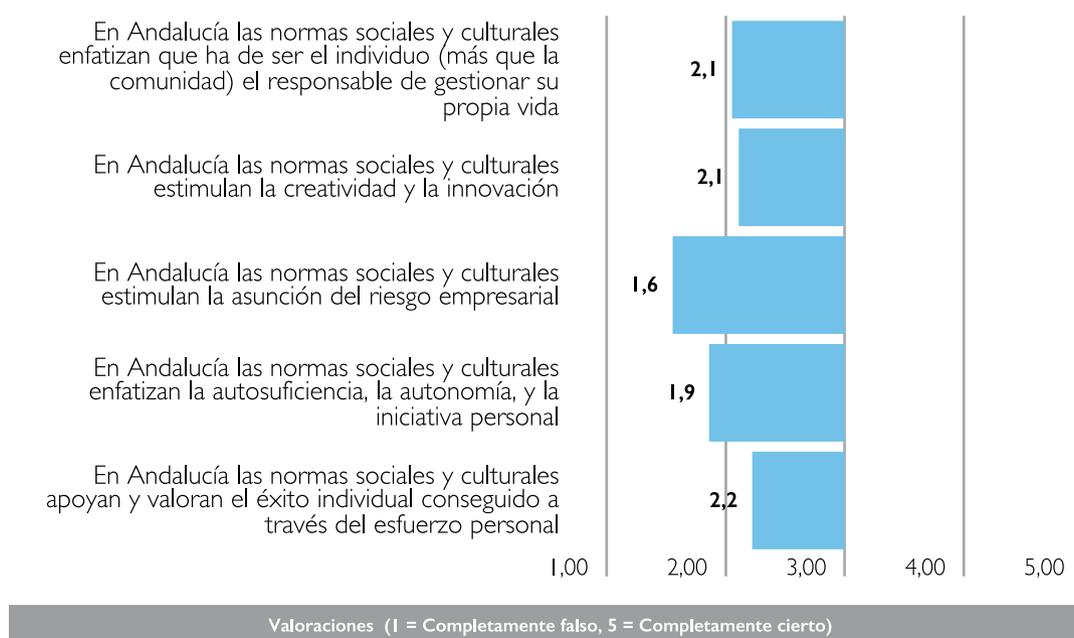


Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

Se aprecia que las normas sociales y culturales (Ilustración 49), en términos generales, no apoyan la actividad emprendedora en Andalucía. El factor más negativo está asociado a las normas sociales y culturales que dificultan la asunción de riesgo empresarial. También es de destacar que estas normas culturales y sociales no parecen estimular adecuadamente la creatividad, la innovación, la autosuficiencia e iniciativa personal, ni valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.

— Ilustración 49.

*Normas culturales y sociales*

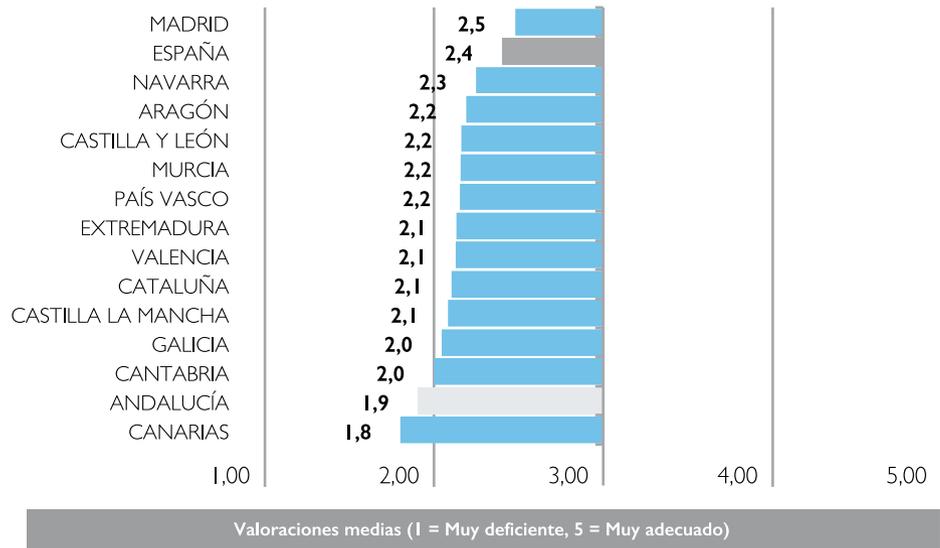


### 7.3 — Comparativa regional de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos

Para completar la revisión de las condiciones del entorno que encuentra el emprendedor andaluz, en este apartado se ofrece una comparativa regional de los factores contextuales del entorno emprendedor que se mostraron en la Ilustración 39. Esta comparación es preciso tomarla con la debida cautela ya que son paneles de expertos diferentes los que hacen la valoración de cada comunidad y, sobre todo, es preciso observar que las diferencias de valores entre las comunidades en la mayoría de los factores son muy pequeñas.

En cuanto al apoyo financiero global a la creación de empresas (Ilustración 50), todas las regiones españolas presentan un mal resultado en la valoración que hacen los expertos. En esta ilustración se observa que Andalucía ostenta la segunda peor posición por su falta de apoyo financiero a la creación de empresas, sólo por delante de Canarias.

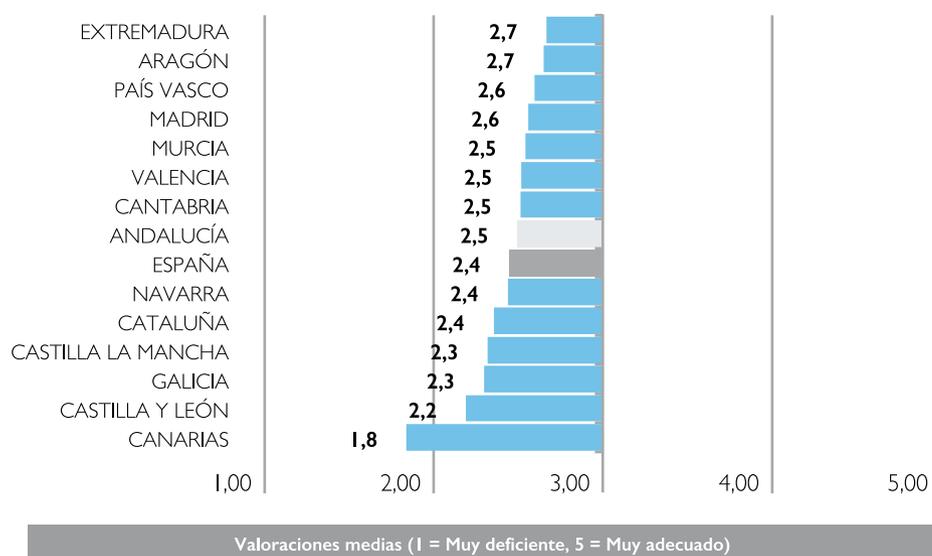
— Ilustración 50.  
Apoyo financiero global. Comparación regional



La Ilustración 51 compara regionalmente la adecuación de las políticas gubernamentales en materia de apoyo a la creación de empresas. Todas las regiones valoran negativamente las medidas de apoyo a la creación de empresas por parte de sus respectivos gobiernos. Únicamente rozan lo aceptable Extremadura y Aragón. La peor posición la ostenta Canarias. Según los expertos, las políticas gubernamentales de medidas de apoyo al emprendedor andaluz se asemejan a la media española y ocupan una posición intermedia entre el resto de regiones de España.

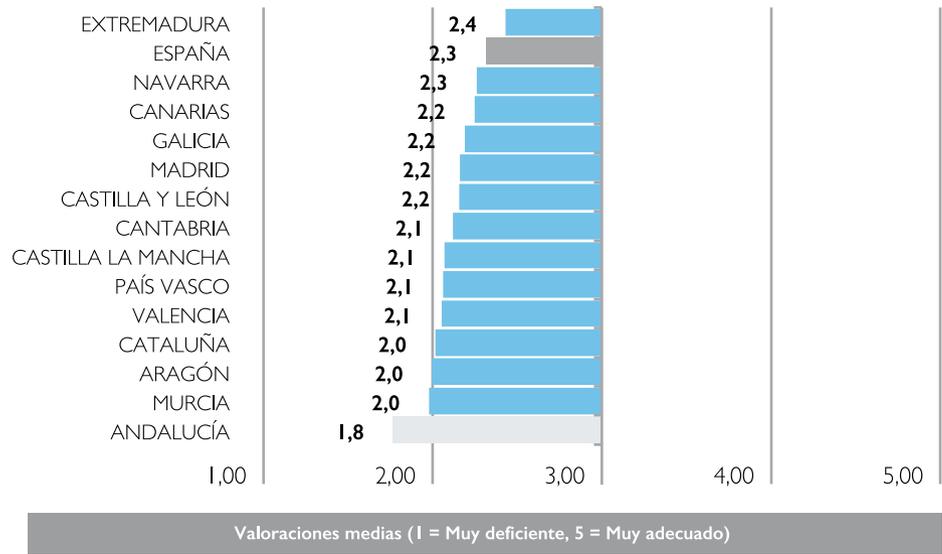
— Ilustración 51.

*Políticas gubernamentales, medidas de apoyo. Comparación regional*



La Ilustración 52 valora estas políticas gubernamentales desde la perspectiva de la burocracia que suponen. Las valoraciones son negativas en todas las regiones. Precisamente, es en Andalucía donde, por segundo año consecutivo, peor se valora el papel de la burocracia en el proceso de creación de empresas.

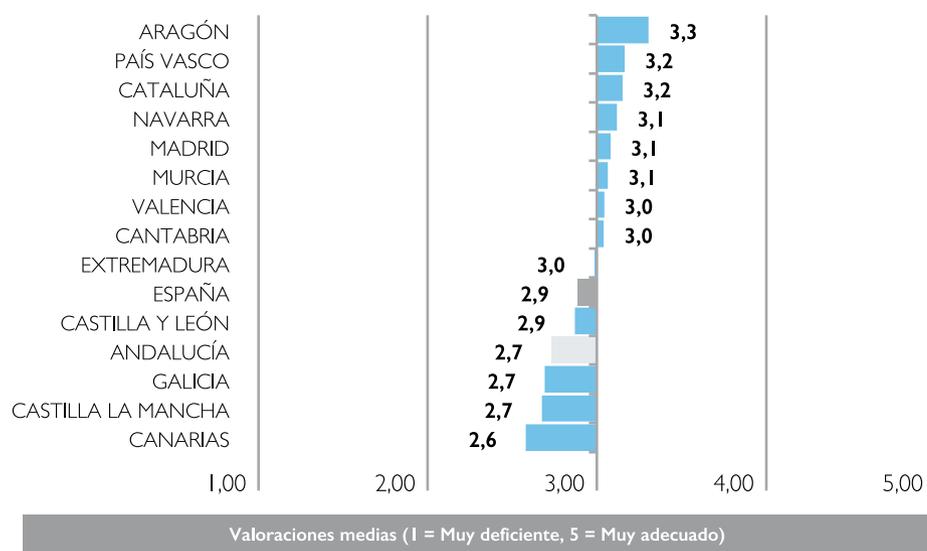
— Ilustración 52.  
 Políticas gubernamentales, burocracia. Comparación regional



En cuanto a los programas gubernamentales (Ilustración 53), existe una valoración más equilibrada que para el caso de las políticas antes analizadas. En este sentido, la valoración que los expertos hacen en las diferentes comunidades autónomas se encuentran por encima o ligeramente por debajo de lo aceptable (se considera aceptable una puntuación de 3). En el caso de Andalucía, los programas gubernamentales de apoyo al emprendedor se encuentran a 3 décimas de lo aceptable, en la cuarta peor posición, sólo por delante de Galicia, Castilla La Mancha y Canarias.

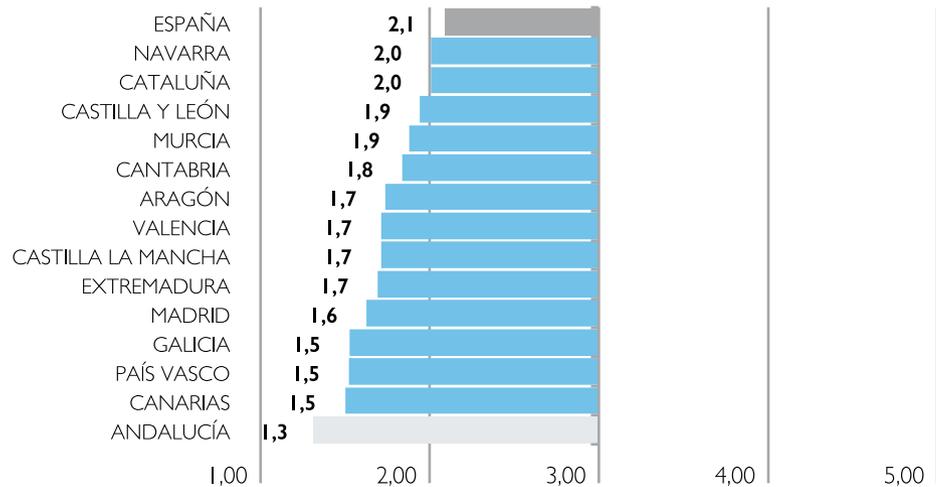
— Ilustración 53.

*Programas gubernamentales. Comparación regional*



El apoyo de la educación primaria y secundaria a la creación de empresas se analiza en la Ilustración 54. Este factor recibe una de las peores valoraciones de los factores contextuales de este estudio. Todas las comunidades autónomas suspenden en la formación que se da en educación primaria y secundaria sobre creación de empresas. Los expertos entrevistados asignan a la educación primaria y secundaria de Andalucía el último lugar en esta comparativa regional.

— Ilustración 54.  
Educación primaria y secundaria. Comparación regional

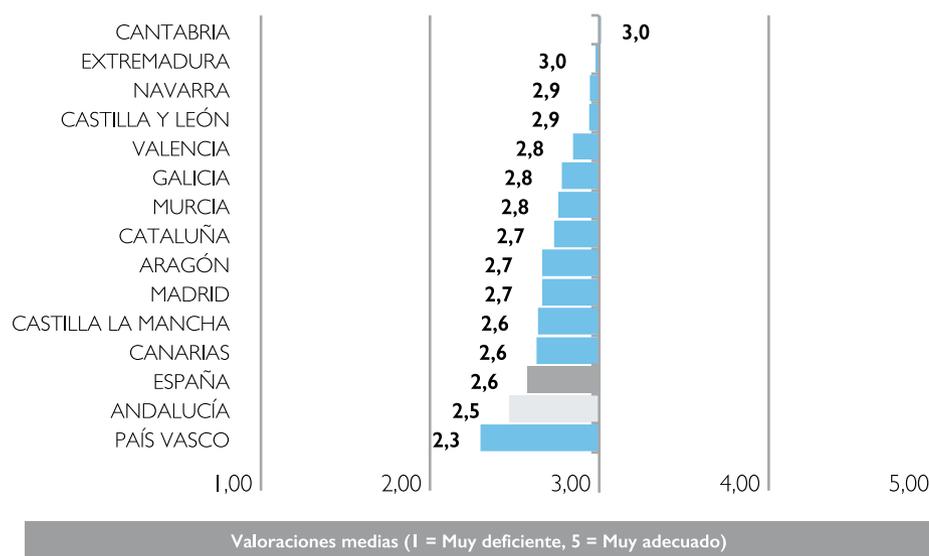


Valoraciones medias (1 = Muy deficiente, 5 = Muy adecuado)

Los valores que obtiene la enseñanza superior (Ilustración 55) en su apoyo a la creación de empresas son ostensiblemente mejores que para el caso de la educación primaria y secundaria. No obstante, sólo se obtienen valoraciones aceptables para los casos de Cantabria, Extremadura y quizás, en menor medida, para Navarra y Castilla y León. En el caso de Andalucía, ocupa la segunda peor posición en este factor; sólo por delante del País Vasco.

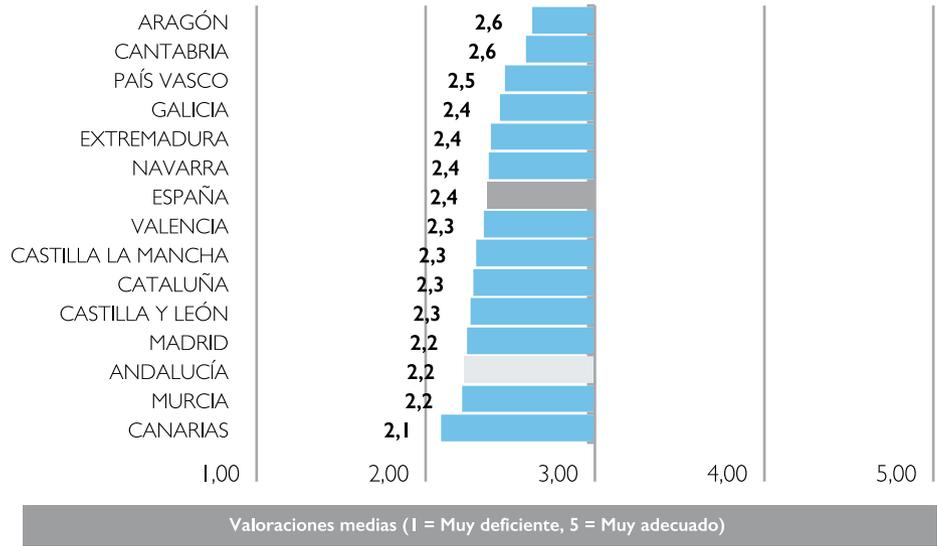
— Ilustración 55.

*Educación superior. Comparación regional*



En relación a la transferencia de I+D (Ilustración 56), se obtienen valoraciones negativas para todas las regiones. Se trata de valoraciones muy similares entre sí, con sólo unas décimas de diferencia. Aún considerando que las diferencias interregionales son poco significativas, se puede señalar que Andalucía recibe en este factor la tercera peor posición, sólo por delante de Murcia y Canarias.

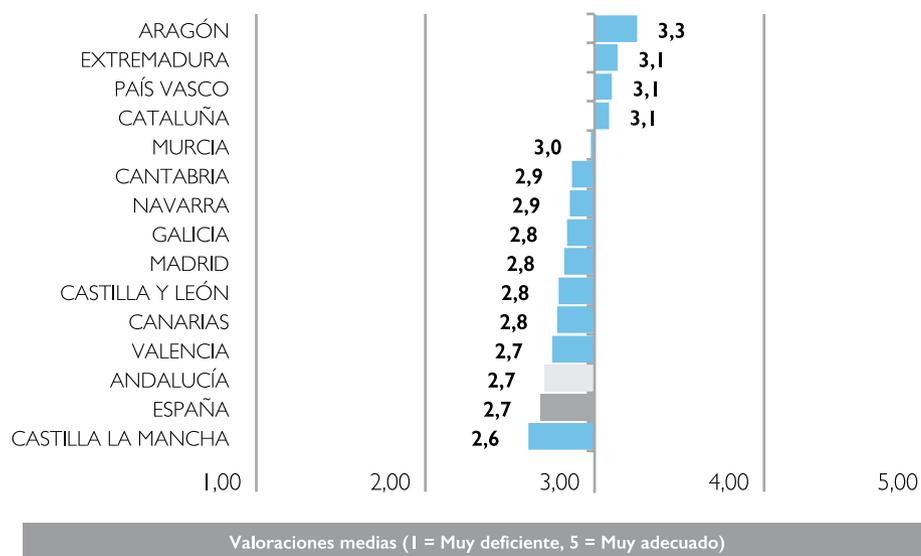
— Ilustración 56.  
Transferencia de I+D. Comparación regional



Respecto al nivel de infraestructura comercial y de servicios para las empresas (Ilustración 57), las regiones se distribuyen alrededor de una valoración aceptable de 3,3 puntos la más alta, para el caso de Aragón, y 2,6 puntos la más baja, para el caso de Castilla La Mancha. Andalucía, con 2,7, se encuentra junto a la valoración media para España.

— Ilustración 57.

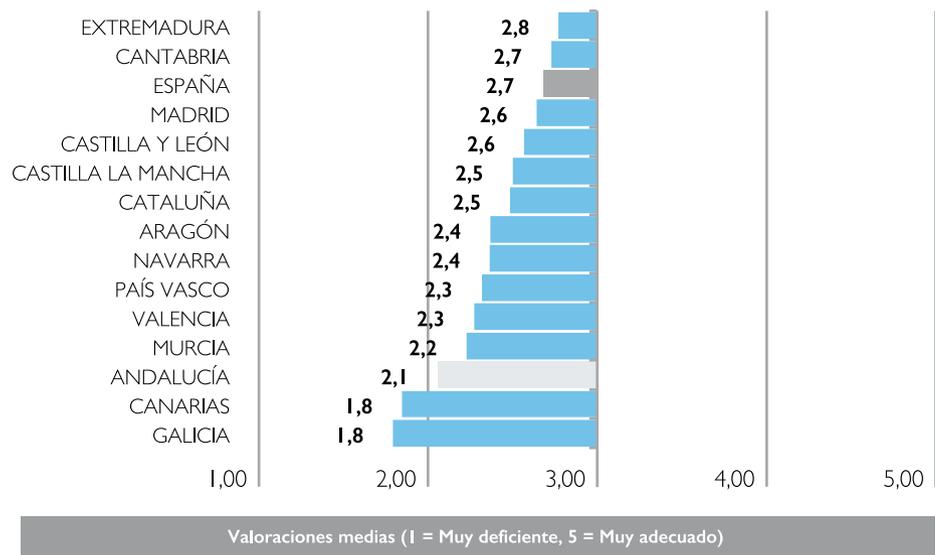
*Infraestructura comercial y servicios. Comparación regional*



El análisis de la dinámica del mercado interior (Ilustración 58) muestra una situación negativa de forma generalizada, esto es, el mercado interior parece ser más bien estático y no ofrece buenas oportunidades a empresas nuevas. Andalucía queda con una valoración de 2,1, a seis décimas de la media de España (2,7), que roza el aprobado. La posición de Andalucía supone la tercera peor posición, sólo por delante de Canarias y Galicia.

— Ilustración 58.

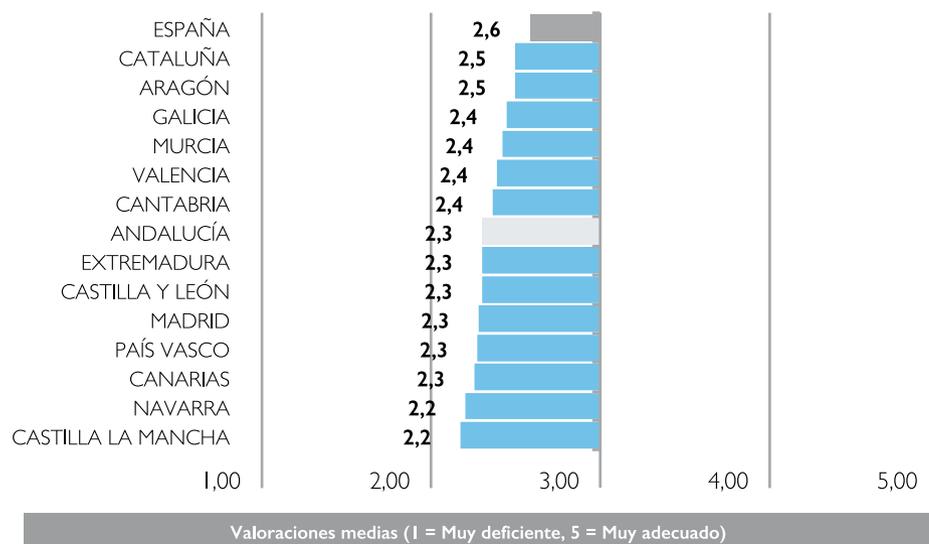
*Mercado interior: dinámica. Comparación regional*



La situación en cuanto a las barreras de entrada al mercado para nuevas empresas (Ilustración 59) es negativa en el conjunto de regiones españolas, que se mueven en una horquilla de valores de cuatro décimas de punto. Andalucía se encuentra en una posición intermedia entre el resto de regiones.

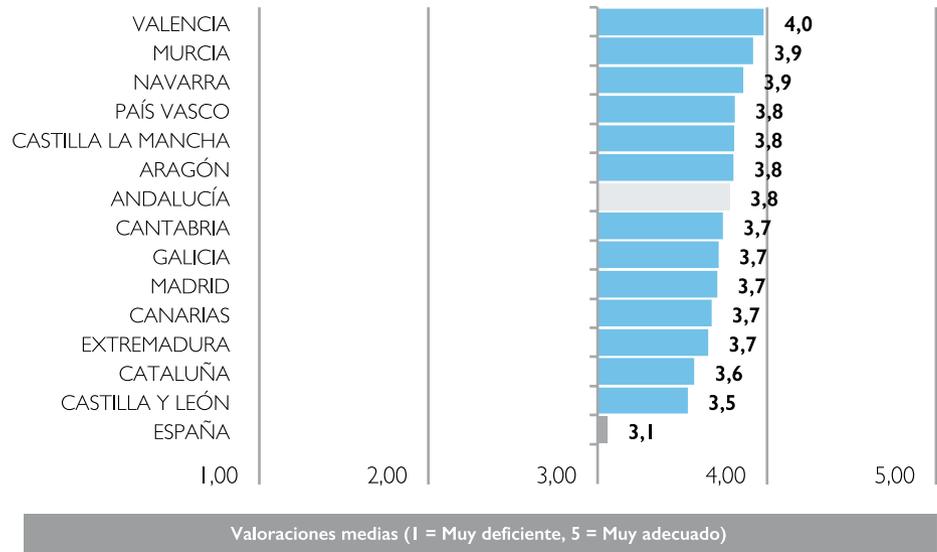
— **Ilustración 59.**

*Mercado interior: barreras. Comparación regional*



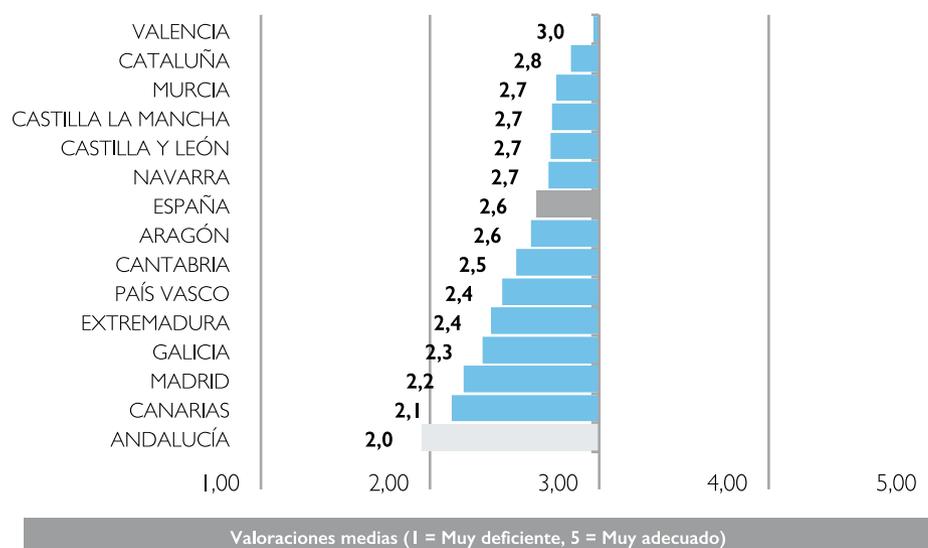
El acceso a infraestructuras físicas por parte de las nuevas empresas (Ilustración 60) es valorado positivamente en todas las regiones. Los expertos andaluces han otorgado a este factor una puntuación alta, de 3,8, a dos décimas del valor más alto alcanzado por Valencia.

— Ilustración 60.  
 Acceso a infraestructuras físicas. Comparación regional



La Ilustración 61 destaca que las normas sociales y culturales no favorecen las iniciativas emprendedoras en ninguna región. Andalucía presenta una valoración de 2,0 que, aunque se trata de la peor puntuación regional, está a sólo seis décimas de la valoración para el conjunto de España.

— **Ilustración 61.**  
*Normas sociales y culturales. Comparación regional*



## 7.4 — Conclusiones

Según los expertos los principales *obstáculos* para los emprendedores en Andalucía son la falta de apoyo financiero y algunas políticas gubernamentales. En menor medida, también contemplan la falta de capacidad emprendedora, las normas sociales y culturales y la educación y formación. Entre los factores del entorno que *favorecen* la actividad emprendedora, destacan la educación y formación específica en dirección y creación de empresas, algunos programas y políticas gubernamentales concretos, el acceso a la infraestructura física necesaria, el estado del mercado laboral y algunas oportunidades que surgen de la crisis económica. Los expertos *recomiendan* medidas relativas al desarrollo de ciertas políticas gubernamentales adecuadas para apoyar al emprendedor; incentivar el espíritu emprendedor y la formación en creación de empresas en el sistema educativo, y facilitar un mejor acceso a recursos financieros para poner en marcha nuevas empresas o impulsar empresas en crecimiento.

La valoración que los expertos hacen de las *condiciones del entorno* para emprender en Andalucía resulta muy positiva para el caso de las infraestructuras físicas a las que las empresas pueden tener acceso. El resto de factores contextuales del entorno emprendedor recibe valoraciones más o menos negativas. Los factores que reciben peor valoración en Andalucía, por no apoyar adecuadamente las iniciativas emprendedoras, son la educación primaria y secundaria y la burocracia administrativa al crear una empresa.

*Desagregando la valoración* que los expertos han realizado de las condiciones del entorno emprendedor andaluz, se puede observar que, aunque la existencia de financiación para emprender es escasa, sí que se valora positivamente la disponibilidad de financiación procedente de inversores privados. También se valora positivamente el apoyo efectivo a la creación de empresas por parte de los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y crecimiento de empresas, y por parte de los parques científicos e incubadoras. Algunos factores del entorno reciben una puntuación negativa en todas las dimensiones con las que se han analizado. Éste es el caso de la educación y formación, la apertura del mercado y las normas culturales y sociales. En el resto de factores analizados, aunque también se obtienen valoraciones negativas en la mayoría de las dimensiones estudiadas, se pueden destacar aspectos positivos como que la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas, y que existen adecuados servicios bancarios y una infraestructura de proveedores, consultores y subcontratistas suficientes como para soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. El factor del entorno emprendedor que valoran más positivamente los expertos entrevistados es, sin duda, el acceso a infraestructuras físicas.

La *comparación regional* de los factores que condicionan el entorno emprendedor permite situar a Andalucía en el conjunto de regiones españolas. En términos relativos, Andalucía ocupa una buena posición entre las regiones españolas en las políticas gubernamentales de apoyo al emprendedor; en las barreras al mercado y en el acceso a las infraestructuras físicas. Los factores que reciben peores valoraciones relativas al resto de regiones son: el apoyo financiero, la burocracia, los programas gubernamentales, la educación, la transferencia de I+D, la infraestructura comercial y de servicios, la dinámica del mercado interior y las normas sociales y culturales.





## Anexo I. Metodología

**El programa de investigación *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* fue diseñado para evaluar de forma completa el papel de la creación de empresas en el crecimiento económico nacional.**

**El modelo conceptual contempla un amplio conjunto de factores asociados con la variación nacional de la actividad emprendedora y los principales factores contextuales.**

Al tratarse de una iniciativa mundial que involucra decenas de equipos de investigación de diferentes países, es preciso proporcionar un enfoque formal que guíe la coordinación de los mismos. El desafío de armonizar los distintos equipos de investigación es todavía mayor si se consideran las diferencias culturales e institucionales de sus países de origen. Por ello, desde el principio del proyecto de investigación se desarrolló un modelo común, que es el representado en la Ilustración 62. Este diagrama representa los mecanismos causales considerados y el impacto de la creación de empresas en el crecimiento.

Como se observa en la Ilustración 62, el país es la unidad de análisis de la iniciativa GEM. No obstante, paulatinamente se han incorporado al estudio las regiones de algunos de los países participantes. Este es el caso de España. La metodología aplicada a las regiones es idéntica a la de cualquier país participante en el GEM. De este modo, las comparaciones son posibles tanto entre regiones, como entre éstas y los países GEM. Este corte transversal del fenómeno emprendedor se ve, además, enriquecido con la posibilidad de realizar un corte longitudinal que compare la evolución en el tiempo de las principales variables. En el caso de Andalucía, se viene realizando el presente informe desde el año 2003, por lo que existen datos desde dicho año con los que se podrán realizar comparaciones longitudinales.

## — Ilustración 62.

## El modelo conceptual del Proyecto GEM



Fuente: GEM Global Report (Kelley, Bosma y Amorós, 2011)<sup>11</sup>.

11 Kelley, D., Bosma, N.S., Amorós, J.E. (2011): Global Entrepreneurship Monitor 2010. Babson College. London Business School.

El contenido que proporciona un Informe GEM cubre el espectro de los componentes básicos de este modelo sustentándose en tres fuentes de información:

- encuesta a la población adulta española de edades comprendidas entre 18 y 64 años;
- encuesta a expertos de los siguientes ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno;
- variables socioeconómicas y demográficas secundarias procedentes de diversas fuentes contrastadas tales como: Fondo Monetario Internacional, OCDE, ONU, US Census, Eurostat, UE y otras.

El uso de datos provenientes de las fuentes citadas permite obtener la información necesaria para analizar las relaciones contenidas en la Ilustración 62.

Uniando los ingredientes anteriores, se obtiene la siguiente descripción del sistema operacional que se sigue anualmente en cuanto a la confección de los Informes GEM, según se muestra en la Tabla 28.

— **Tabla 28.**

*El modelo GEM y sus fuentes de datos*

| Concepto   | Objetivo principal   | Fuente                                       |
|--|--|--|
| Contexto social, cultural, político                | Relacionar este contexto con el entorno general y con el que enfrentan los emprendedores   | Variables secundarias                        |
| Entorno general nacional                           | Relacionar el estado actual de la economía, las políticas públicas y otros aspectos generales con la actividad emprendedora  | Variables secundarias                        |
| Entorno general para emprender                     | Establecer el diagnóstico actual sobre el estado de las condiciones del entorno que influyen en el desarrollo de la actividad emprendedora: financiación, políticas y programas públicos, educación, acceso al mercado y otros | Variables secundarias<br>Encuesta a expertos |
| Economía primaria, secundaria y nuevos desarrollos | Estudiar los indicadores referentes a estos apartados en el territorio analizado y disponer de información complementaria que ayude en la explicación de los resultados proporcionados por el GEM                              | Variables secundarias                        |
| Oportunidades y capacidad para emprender           | Medir directamente en la población su percepción de oportunidades para emprender y su grado de disposición de capacidad y habilidades naturales en esta materia  | Encuesta GEM a la población de 18-64 años    |
| Nuevas iniciativas empresariales                   | Medir y caracterizar la actividad emprendedora del territorio  | Encuesta GEM a la población de 18-64 años    |
| Crecimiento económico                              | Relacionar los resultados sobre actividad emprendedora con el desarrollo   | Variables secundarias                        |

## A. 1. Encuesta a la población adulta

Esta encuesta es realizada en cada país y región participante para obtener estimadores homogéneos del nivel de actividad emprendedora. Implica la localización de una muestra representativa de la población adulta<sup>12</sup> sobre la que medir esta actividad emprendedora.

La realización de esta encuesta está a cargo de la empresa Instituto Opinometre S.L., ubicada en Barcelona y que ganó el concurso de adjudicación de este trabajo de campo en London Business School en el 2002. Dotada de sistemas CATI y de las certificaciones de calidad y homologaciones oportunas, concentra la realización de las entrevistas en la franja horaria de 18 a 22h, y establece cuotas de sexo, edad, zona rural y urbana y otras, para garantizar que no hay sesgos de ningún colectivo poblacional. En definitiva, realiza un trabajo muy riguroso y un control permanente de la calidad de las encuestas que garantiza la fiabilidad de la información que obtiene.

La Tabla 29 refleja la distribución de la muestra encuestada, diferenciándola por sexo, tramo de edad, ámbito (rural versus urbano) y provincia.

### — Tabla 29.

#### Distribución de la muestra encuestada en Andalucía

| Provincia    | Sexo        |            | Edad       |            |            |            |            | Ámbito     |             | Total      |
|--------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|
|              | Hombre      | Mujer      | 18-24      | 25-34      | 35-44      | 45-54      | 55-64      | Rural      | Urbano      |            |
| Almería      | 86          | 81         | 17         | 40         | 45         | 37         | 28         | 23         | 144         | <b>167</b> |
| Cádiz        | 148         | 147        | 32         | 65         | 77         | 68         | 53         | 6          | 289         | <b>295</b> |
| Córdoba      | 94          | 96         | 22         | 40         | 46         | 46         | 36         | 26         | 164         | <b>190</b> |
| Granada      | 111         | 108        | 23         | 50         | 55         | 51         | 40         | 43         | 176         | <b>219</b> |
| Huelva       | 64          | 60         | 12         | 29         | 34         | 28         | 21         | 23         | 101         | <b>124</b> |
| Jaén         | 79          | 78         | 19         | 32         | 36         | 42         | 28         | 37         | 120         | <b>157</b> |
| Málaga       | 192         | 194        | 39         | 85         | 102        | 91         | 69         | 32         | 354         | <b>386</b> |
| Sevilla      | 229         | 233        | 47         | 100        | 127        | 109        | 79         | 23         | 439         | <b>462</b> |
| <b>TOTAL</b> | <b>1003</b> | <b>997</b> | <b>211</b> | <b>441</b> | <b>522</b> | <b>472</b> | <b>354</b> | <b>213</b> | <b>1787</b> | <b>200</b> |

Fuente: Opinometre.

Por su parte, la Tabla 30 ofrece la ficha técnica de esta encuesta en Andalucía y la fiabilidad de las estimaciones. Como se observa, el error muestral para Andalucía se encuentra muy por debajo del 5% (véase Tabla 30). No obstante, no se han realizado comparaciones interprovinciales, ya que los errores por provincia son mayores y dichas comparaciones no serían muy fiables. Únicamente se podrían realizar agregando los datos de varias provincias, o ediciones del proyecto GEM, de modo que dicho nivel de error no fuera superado.

<sup>12</sup> Nótese que anteriormente se hizo referencia a la población adulta como aquella comprendida en la franja de edad de entre los 18 y 64 años. Esto causa cierta discrepancia en el caso español, para el que la edad de jubilación está fijada en los 65 años. Por ello, para permitir las comparaciones internacionales, no se encuestan personas con 65 años o más.

— **Tabla 30.****Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Andalucía**

|   |   |
|---|---|
| <b>Universo</b>                               | Población residente en la comunidad autónoma de 18 a 64 años. |
| <b>Población objetivo:</b>                    | 5.341.585 individuos  |
| <b>Muestra</b>                                | 2.000 individuos  |
| <b>Margen de confianza</b>                    | 95,0%   |
| <b>Error muestral</b>                         | ±2,19% para el conjunto de la muestra.                        |
| <b>Varianza</b>                               | Máxima indeterminación (p=q=50%)                              |
| <b>Período realización de encuestas</b>       | Junio-Julio de 2015   |
| <b>Trabajo de campo</b>                       | Instituto Opinómetro  |
| <b>Grabación y creación de bases de datos</b> | Instituto Opinómetro  |

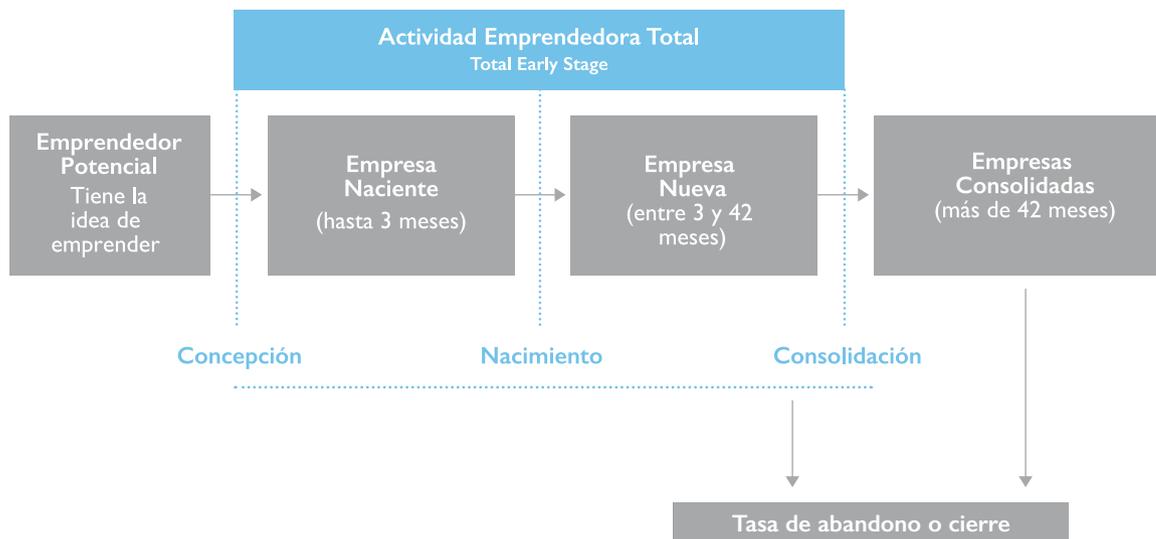
Fuente: *Opinometre*.

Por consiguiente, bajo el supuesto de máxima indeterminación ( $P=Q=50\%$ ) en respuestas a las preguntas clave de esta encuesta, para un nivel de confianza del 95,0%, se logra un error muestral en estimaciones simples muy por debajo del límite máximo admisible del  $\pm 5\%$ .

Uno de los datos más conocidos que se deriva de la encuesta a la población es el índice de actividad emprendedora total (TEA). Este indicador informa del porcentaje de los encuestados involucrados en la creación de una empresa que se encuentra en la etapa de naciente (no ha pagado salarios durante más de 3 meses; también conocida como *start up*) o que se encuentra en la etapa de empresa nueva (han pagado salarios durante más de 3 meses pero menos de 42; se conocen también como *baby business*). En la Ilustración 63 se observan estas dos etapas así como una tercera, la de empresa consolidada (en la que se han pagado salarios durante más de 42 meses, o lo que es lo mismo 3,5 años, también denominada como *established business*).

## — Ilustración 63.

## El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)<sup>13</sup>.

A las tres etapas mencionadas en la creación de una empresa, se añade otro dato importante por el que también se pregunta. El cierre de una actividad empresarial o de negocio en el último año. Este dato permite valorar la dinámica empresarial, considerando de forma simultánea tanto la creación como el cierre de empresas.

Asimismo, la encuesta permite ofrecer detalles relacionados con las iniciativas: perfil de los emprendedores, actividad por oportunidad y necesidad, dimensión de las iniciativas en términos de volumen de negocio, número de propietarios y empleados, sectores en los que operan, financiación de las iniciativas, internacionalización, potencial de crecimiento, innovación, ubicación, el papel de la mujer emprendedora y otros.

Además de proporcionar datos sobre las personas directamente involucradas en el proceso de creación de una empresa, la encuesta a la población adulta también permite estimar el porcentaje de personas que tienen intención de emprender en los próximos tres años, el de personas que han actuado como inversores informales (*business angels*) en los últimos tres años, la motivación y capacidad para emprender en la población, y su percepción de oportunidades, entre otros datos.

<sup>13</sup> Reynolds, et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", *Small Business Economics* Vol. 24, n° 3 (abril), pp. 205-231.

La estimación de algunos de los anteriores indicadores se ha realizado a partir de segmentos más reducidos de la muestra original, lo que genera un aumento del error muestral. Así, bajo el supuesto de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ ) y para un nivel de confianza del 95,0%, la estimación de proporciones en los grupos de emprendedores potenciales, emprendedores en fase naciente y nueva (menos de 42 meses), emprendedores consolidados y de los inversores informales (business angels), asume un error máximo del  $\pm 8,63\%$ ,  $9,75\%$ ,  $10,69\%$ , y  $12,98\%$ , respectivamente.

Dado que una de las críticas que se suelen hacer a un proyecto como el GEM es la diferencia que presenta respecto de las estadísticas oficiales de registro de empresas, es importante señalar que dichas diferencias son inevitables, ya que:

- el registro de empresas en curso siempre se refiere a un año anterior al que ofrece GEM ese mismo año;
- el proyecto GEM estima el porcentaje de población adulta involucrado en iniciativas que están activas o poniéndose en marcha, pudiendo captar algunas que aún no estén registradas, del mismo modo que el registro puede tener empresas registradas que, en realidad no estén ya activas;
- el proyecto GEM capta emprendedores que tienen proyectos o empresas, mientras que el registro puede contener personas o entidades que estén dadas de alta por motivos fiscales, cuando en realidad, tras ellas no hay una verdadera actividad empresarial.

La comparación entre una y otra fuente de información es compleja, porque habría que contemplar muchos supuestos y particularidades como algunas de las apuntadas para poder extraer conclusiones válidas. Sin embargo, en el caso de España, las pruebas efectuadas en el año 2003 ponían de manifiesto que el intervalo de confianza para la estimación de nuevas empresas estaba muy próximo (en su extremo superior) a la cifra oficial del registro de nuevas incorporaciones para dicho año publicado en el Eurobarómetro. Por consiguiente, hay que presumir que, al trabajar con muestras cada vez mayores de población, el GEM se aproxima notablemente al registro, si bien siempre será diferente por el tipo de medición que realiza.

Además, el proyecto GEM aporta un mayor valor añadido porque recoge otras variables de carácter más cualitativo, como intenciones, habilidades, motivaciones, percepciones de la población y de los emprendedores; así como también perfiles de los emprendedores, existencia de inversores informales y otros datos que no están presentes en las estadísticas oficiales y que permiten estudiar el fenómeno con mayor profundidad.

En definitiva, GEM es una fuente de información independiente que se nutre de una encuesta directa a la población, por lo que, en buena medida garantiza que está ofreciendo una fotografía actual de la tendencia a emprender y del estado de la actividad de empresas consolidadas, así como del cierre de negocios. Esta imagen obtenida, realizada con la misma metodología en todos los países y regiones participantes, permite las comparaciones entre territorios. Por otra parte, la experiencia acumulada en estos años de investigación, permite afirmar que la imagen refleja la realidad de forma razonable y coherente. El registro es una fuente de inestimable valor para establecer la dinámica empresarial de un país, pero no todos la tienen establecida, ni actualizada, por lo que, en el ámbito internacional no es viable el estudio comparativo de la actividad empresarial mediante este tipo de fuente. España ha avanzado mucho en este terreno con la regularización del DIRCE, pero muchos países no tienen ni siquiera un sistema parecido al nuestro, comenzando por los Estados Unidos.

Por último, hay que destacar que para poder realizar la comparación de datos entre diferentes países y regiones se requiere que los mismos estén armonizados. Para ello, realizan una ponderación de los datos mediante el uso de estimaciones estandarizadas de la estructura de sexo y edad de cada población, de forma que el valor medio de las ponderaciones de los casos para cada país o región sea igual a 1.

## A. 2. Encuesta a expertos

La encuesta a expertos tiene como objetivo evaluar el estado del entorno que rodea al emprendedor en los países y regiones participantes. Para ello, se analiza la opinión de un conjunto de expertos con conocimientos sobre nueve ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno. Estos factores conforman lo que se denomina “marco específico de condiciones del entorno del emprendedor”.

La Tabla 31 define con mayor detalle qué miden estas condiciones del entorno. Las nueve primeras condiciones coinciden con las anteriormente mencionadas y en virtud de ellas se clasifican a los expertos seleccionados, asegurando un número mínimo de especialistas en cada ámbito. Además, se añaden cinco condiciones más que sirven para la codificación de las respuestas del panel de expertos en las entrevistas semiestructuradas.

### — Tabla 31.

#### Condiciones específicas del entorno

**1. El apoyo financiero:** se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento incluyendo subvenciones y subsidios.

**2. Las políticas gubernamentales:** se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento.

**3. Los programas gubernamentales:** se refiere a la presencia de programas directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, provincial, municipal).

**4. La educación y formación:** se refiere a la medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar a crear o a dirigir nuevas empresas.

**5. La transferencia tecnológica e I+D:** se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo de la región conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los emprendedores.

**6. La infraestructura comercial y profesional:** se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.

**7. La apertura del mercado interno:** se refiere a la dificultad para introducirse en el mercado que poseen las empresas nuevas y en crecimiento, y de competir y reemplazar a los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.

**8. El acceso a la infraestructura física:** se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes -comunicación, servicios públicos, transporte, suelo, edificios, naves - a un precio que no discrimine a las empresas nuevas, pequeñas, o en crecimiento.

**9. Las normas sociales y culturales:** se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

**10. Capacidad para emprender:** se refiere a la existencia y comprensión de capacidad emprendedora; comprensión de los mercados (de oferta y de demanda); conocimiento, posesión y adquisición de las habilidades necesarias para emprender; reconocimiento de que emprender es un esfuerzo de equipo o que requiere múltiples habilidades; conocimiento del personal especializado que se ha de contratar; capacidad para gestionar el riesgo empresarial; experiencia empresarial; y a la orientación empresarial dentro de negocios corporativos.

**11. Clima económico:** se refiere a si existe un clima económico general propicio para crear empresas; y a la influencia de bajas y altas tasas de desempleo sobre la actividad emprendedora.

**12. Características de la plantilla:** se hace referencia a la disponibilidad y accesibilidad tanto de personas en general, como de personas con ciertas habilidades, dentro de la plantilla. Se recoge también en este apartado las referencias al coste de los trabajadores en general y al coste de los trabajadores con habilidades en particular.

**13. Composición de la población:** se refiere a factores demográficos de la región tales como el tamaño de la población y la diversidad de la población. En este último caso, se hace referencia a si existe una integración multicultural o bien fragmentación étnica o religiosa.

**14. Contexto político, institucional y social:** se refiere a la existencia de un clima político general que propicia la creación de empresas; eficiencia o ineficiencia de la administración política; sistema judicial; tasa de criminalidad; y a la corrupción (en la administración, en la sociedad o en las prácticas empresariales).

Cada país o región selecciona a 36 expertos, cuatro por cada uno de los anteriores nueve ámbitos del entorno. De estos cuatro, se busca que dos sean empresarios y los otros dos profesionales con conocimientos sobre las condiciones del entorno por las que han sido seleccionados. Cada equipo investigador realiza anualmente las encuestas a expertos entre marzo y junio del año en curso, seleccionando las personas a entrevistar en los ámbitos adecuados.

La encuesta está estructurada en dos partes. En primer lugar, los expertos contestan una serie de preguntas cerradas en las que valoran diversos bloques de afirmaciones sobre las condiciones de entorno, empleando escalas de Likert de 7 puntos, convertidas a 5 puntos en este informe (1=totalmente falso, y 5=totalmente cierto) para permitir comparaciones interanuales. La fiabilidad de las estimaciones procedentes de esta encuesta se garantiza mediante el cálculo de las Alfas de Cronbach para cada uno de los bloques que están sustentados por un constructo. Cada año se realiza la operación de análisis de la fiabilidad y la coherencia y las modificaciones que sean necesarias en el redactado de las afirmaciones cuando se ha obtenido alguna disparidad en las Alfas. A pesar de la subjetividad de las opiniones de los expertos, se observa que hay consistencia en los resultados anuales de las encuestas, por lo que se puede afirmar que reflejan acertadamente el estado de las condiciones de entorno en todos los países y regiones en que se realiza.

Finalmente, la encuesta a expertos tiene una parte abierta en la que se solicita a los entrevistados que identifiquen tres obstáculos importantes a la actividad emprendedora en la región, tres factores que facilitan la creación de empresas y su desarrollo, y tres recomendaciones de acciones que tomarían si pudiesen para favorecer el desarrollo de dicha actividad. Cada equipo GEM utiliza estas respuestas en su informe para completar la parte de recomendaciones, así como para identificar los principales obstáculos y apoyos que tienen los emprendedores en su zona.

### A. 3. Las variables secundarias

Las variables secundarias se utilizan para la realización de análisis econométricos y para establecer situaciones de partida en el ámbito internacional.

La Tabla 32 contempla los grandes apartados considerados, en cuanto a variables secundarias, así como las fuentes oficiales de las que se obtienen dichos datos. Además de los datos mencionados, también se utilizan datos procedentes del Eurobarómetro, la ONU y otras fuentes oficiales de reconocido prestigio.

— **Tabla 32.**

**Fuentes de variables secundarias en el proyecto GEM**

| VARIABLES PRINCIPALES Y SUS FUENTES                                 | ACRÓNIMOS DE LAS FUENTES DE DATOS  |
|---|--|
| – Crecimiento y desarrollo nacional. Fuente: IMF                    | BRL: Bankruptcy and Reorganisation Laws  |
| – Empleo. Fuente: ILO, OCDE, WDI                                    | CL-CC: Company Law or Commercial Code  |
| – Exportación: WTO, CL-CC   | GCR: Global Competitiveness Report   |
| – Demografía. Fuente: USCENSUS                                      | ICRG: International Country Risk Guide   |
| – Educación. Fuente: WDI  | IMF: World Economic Outlook Data Base, International Monetary Fund             |
| – Tecnología e Información. Fuente: ITV, WDI, WCY                   | IEF: Index of Economic Freedom (Heritage Foundation & the Wall Street Journal) |
| – Papel del Gobierno en temas económicos. Fuente: WCY, WDI, y otras | ILO: International Labour Organization   |
| – Productividad. Fuente: PROD NOTE                                  | ITV: NUA Internet Surveys  |
| – Renta. Fuente: WDI  | OECD: Organization for Economic Co-ordination and Development                  |
| – Indicadores de competitividad. Fuente: GCR, WCY, IEF              | PROD NOTE: WCY, IMF, ILO   |
| – Venture Capital. Fuente: VCNOTES, BRL, ICGR                       | USCENSUS: US Census Bureau International Database                              |
|   | WDI: The World Bank, World Development Indicators                              |

Estos datos se recopilan a nivel nacional. Para trabajar algunos aspectos en las comunidades autónomas españolas (éste es el caso del informe andaluz), el equipo técnico busca informaciones asimilables en las fuentes disponibles, especialmente en el INE y, en Andalucía, en el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

La confianza sobre estos datos es la que proporcionan todas estas instituciones, por lo que se considera que se trabaja con datos consensuados y fiables.

## Anexo II. Glosario de términos

### **Actividad emprendedora total o early stage:**

Agregación de emprendedores que están involucrados en la creación de empresas nacientes y empresas nuevas.

### **Actividad por necesidad:**

Comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente por motivos de supervivencia económica.

### **Actividad por oportunidad:**

Comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente para explotar una oportunidad de negocios detectada.

### **Business Angels:**

Expresión anglosajona que hace referencia a los inversores informales. Se refiere a las personas que invierten en las empresas de otros sin utilizar mecanismos institucionales, excluyéndose de este concepto las inversiones en bolsa o en fondos de inversión.

### **Emprendedor:**

Persona que está inmersa en el proceso de creación de una empresa o en sus primeras fases de consolidación. Puede ser independiente o autónomo – si lo hace por cuenta propia –, o corporativo – si forma parte de su trabajo habitual como empleado de otra empresa.

### **Empresas Consolidadas o Establecidas:**

Personas que están involucradas en el proceso de crear nuevas empresas como propietarios y directores, y que llevan pagando salarios más de 42 meses (3,5 años).

### **Empresas Nacientes:**

Personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios o copropietarios, y que no han empezado a pagar salarios durante más de tres meses.

### **Empresas Nuevas:**

Personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios y gerentes, que han pagado salarios durante un espacio temporal de entre 3 y 42 meses.

### **Tasa de Cierre de Negocios:**

Porcentaje de personas entrevistadas que han disuelto en los últimos 12 meses alguna actividad empresarial que venían dirigiendo.

## Tablas e ilustraciones

|                  |  |    |
|------------------|--|----|
| <b>Tabla 1.</b>  | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de resultados.....   | 22 |
| <b>Tabla 2.</b>  | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de stakeholders.....   | 23 |
| <b>Tabla 3.</b>  | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de procesos internos.....  | 24 |
| <b>Tabla 4.</b>  | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de aprendizaje y crecimiento.....  | 25 |
| <b>Tabla 5.</b>  | Evolución del potencial emprendedor por comunidades y ciudades autónomas de España.....  | 37 |
| <b>Tabla 6.</b>  | Evolución del desempleo según la EPA.....  | 38 |
| <b>Tabla 7.</b>  | Actividad emprendedora (TEA) por comunidades y ciudades autónomas de España.....   | 40 |
| <b>Tabla 8.</b>  | Dinámica emprendedora en España por comunidades y ciudades autónomas: iniciativas consolidadas.....  | 44 |
| <b>Tabla 9.</b>  | Dinámica emprendedora en España por comunidades y ciudades autónomas: abandonos o cierres.....   | 45 |
| <b>Tabla 10.</b> | Correlaciones entre las tasas de desempleo y la TEA por necesidad en Andalucía y España.....   | 55 |
| <b>Tabla 11.</b> | Motivos que subyacen en los emprendedores por oportunidad en Andalucía y España.....   | 57 |
| <b>Tabla 12.</b> | TEA por género en Andalucía, España y resto de regiones GEM 2015.....  | 63 |
| <b>Tabla 13.</b> | TEA por tramos de edad en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM 2015.....   | 66 |
| <b>Tabla 14.</b> | TEA por niveles de renta en Andalucía, España y resto de regiones participantes en GEM 2015.....   | 68 |
| <b>Tabla 15.</b> | TEA por nivel educativo en Andalucía, España y resto de regiones participantes en GEM 2015.....  | 72 |
| <b>Tabla 16.</b> | Perfil del emprendedor en Andalucía según datos GEM 2015.....  | 73 |
| <b>Tabla 17.</b> | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía, España y resto de regiones GEM por el sector de actividad en 2015.....         | 78 |
| <b>Tabla 18.</b> | Antigüedad de las tecnologías usadas por las empresas nacientes y nuevas en la edición GEM 2015, ordenados por el uso de última tecnología.....      | 83 |
| <b>Tabla 19.</b> | Grado de competencia percibido por las iniciativas nacientes y nuevas en 2015.....   | 85 |
| <b>Tabla 20.</b> | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía, España y resto de regiones GEM según la orientación internacional en 2015..... | 87 |
| <b>Tabla 21.</b> | Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Andalucía y España 2015.....                               | 91 |
| <b>Tabla 22.</b> | Perfil del inversor informal en Andalucía.....   | 95 |
| <b>Tabla 23.</b> | Evolución temporal en la percepción de oportunidades para emprender.....   | 99 |

|                        |   |     |
|------------------------|---|-----|
| <b>Tabla 24.</b>       | Motivación para emprender en la población andaluza.....   | 101 |
| <b>Tabla 25.</b>       | Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Andalucía..  | 110 |
| <b>Tabla 26.</b>       | Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Andalucía.....   | 111 |
| <b>Tabla 27.</b>       | Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Andalucía.....  | 112 |
| <b>Tabla 28.</b>       | El modelo GEM y sus fuentes de datos.....   | 141 |
| <b>Tabla 29.</b>       | Distribución de la muestra encuestada en Andalucía.....   | 142 |
| <b>Tabla 30.</b>       | Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Andalucía.....  | 143 |
| <b>Tabla 31.</b>       | Condiciones específicas del entorno.....  | 146 |
| <b>Tabla 32.</b>       | Fuentes de variables secundarias en el proyecto GEM.....  | 148 |
|                        |   |     |
| <b>Ilustración 1.</b>  | Modelo Conceptual GEM y fuentes de información que lo nutren .....  | 20  |
| <b>Ilustración 2.</b>  | El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años) .....  | 36  |
| <b>Ilustración 3.</b>  | El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años) .....   | 36  |
| <b>Ilustración 4.</b>  | Emprendedores potenciales en las regiones españolas.....  | 38  |
| <b>Ilustración 5.</b>  | Tasa de actividad emprendedora de Andalucía en el contexto de regiones españolas.....   | 41  |
| <b>Ilustración 6.</b>  | Estimación del número de emprendedores en las regiones y ciudades autónomas españolas....   | 42  |
| <b>Ilustración 7.</b>  | Evolución de la TEA en países del sur de la Unión Europea y Andalucía .....   | 43  |
| <b>Ilustración 8.</b>  | Empresas consolidadas en el contexto de regiones españolas.....   | 46  |
| <b>Ilustración 9.</b>  | Cierres de negocios en el contexto de regiones españolas.....   | 46  |
| <b>Ilustración 10.</b> | Distribución de la actividad emprendedora total 2015 en Andalucía, en función del principal motivo de su creación y comparación con 2014 (entre paréntesis) ..... | 52  |
| <b>Ilustración 11.</b> | Evolución del comportamiento emprendedor en Andalucía sobre población adulta (y sobre población emprendedora).....  | 52  |
| <b>Ilustración 12.</b> | Evolución del comportamiento emprendedor en España sobre población adulta (y sobre población emprendedora).....   | 53  |
| <b>Ilustración 13.</b> | Evolución de tasas de desempleo según la EPA y TEA por necesidad en Andalucía y España .....  | 54  |
| <b>Ilustración 14.</b> | Tipos de comportamiento emprendedor en Andalucía y resto de CC.AA.....  | 55  |
| <b>Ilustración 15.</b> | Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en Andalucía y países orientados a la innovación.....  | 56  |
| <b>Ilustración 16.</b> | Distribución por género de los colectivos emprendedores en Andalucía y España en 2015.....  | 62  |
| <b>Ilustración 17.</b> | TEA por género 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM.....  | 62  |

|                        |  |     |
|------------------------|--|-----|
| <b>Ilustración 18.</b> | Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Andalucía y España en 2015 .....  | 64  |
| <b>Ilustración 19.</b> | TEA por tramos de edad 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM.....   | 65  |
| <b>Ilustración 20.</b> | TEA por niveles de renta 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM.....   | 67  |
| <b>Ilustración 21.</b> | Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Andalucía y España en 2015.....   | 69  |
| <b>Ilustración 22.</b> | Distribución de los colectivos emprendedores en España en 2015, según si cuenta con formación específica para emprender.....   | 70  |
| <b>Ilustración 23.</b> | TEA por niveles de educación 2015 en Andalucía, España y resto de CC.AA. participantes en GEM.....   | 71  |
| <b>Ilustración 24.</b> | Distribución de las actividades emprendedoras andaluzas según el sector de actividad.....  | 78  |
| <b>Ilustración 25.</b> | Distribución de las actividades emprendedoras en Andalucía según el número de empleados...   | 79  |
| <b>Ilustración 26.</b> | Porcentaje de iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas que espera crear más de 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años en Andalucía, España y resto de regiones GEM 2015 ..... | 80  |
| <b>Ilustración 27.</b> | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España por el grado de novedad de sus productos y servicios en 2015 .....                                       | 81  |
| <b>Ilustración 28.</b> | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en 2015.....   | 82  |
| <b>Ilustración 29.</b> | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España según la competencia percibida en el mercado en 2015.....  | 84  |
| <b>Ilustración 30.</b> | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Andalucía y España según la orientación internacional en 2015.....  | 86  |
| <b>Ilustración 31.</b> | Porcentaje de población adulta que ha actuado como inversor informal en los tres últimos años en Andalucía, España y resto de CC.AA.....   | 93  |
| <b>Ilustración 32.</b> | Porcentaje de población adulta que ha actuado como inversor informal en los tres últimos años en Andalucía y países orientados a la innovación.....                                    | 93  |
| <b>Ilustración 33.</b> | Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel.....   | 94  |
| <b>Ilustración 34.</b> | Relación del inversor informal con el beneficiario (ordenado por orden descendente) .....  | 96  |
| <b>Ilustración 35.</b> | Evolución temporal en la percepción de oportunidades para emprender .....  | 100 |
| <b>Ilustración 36.</b> | Comparación regional de la población que ve buenas oportunidades para emprender.....   | 101 |
| <b>Ilustración 37.</b> | Comparación regional de la motivación de la población para emprender.....  | 102 |
| <b>Ilustración 38.</b> | Comparación regional según la habilidad de la población para emprender .....   | 104 |
| <b>Ilustración 39.</b> | Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Andalucía .....  | 113 |

|                        |  |     |
|------------------------|--|-----|
| <b>Ilustración 40.</b> | Valoración media de las condiciones del entorno para emprender:<br>Comparativa de Andalucía, España y Unión Europea..... | 114 |
| <b>Ilustración 41.</b> | Financiación .....   | 115 |
| <b>Ilustración 42.</b> | Políticas gubernamentales .....  | 116 |
| <b>Ilustración 43.</b> | Programas gubernamentales .....  | 117 |
| <b>Ilustración 44.</b> | Educación y formación en creación de empresas .....  | 118 |
| <b>Ilustración 45.</b> | Transferencia de I+D.....  | 119 |
| <b>Ilustración 46.</b> | Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales.....   | 120 |
| <b>Ilustración 47.</b> | Apertura del mercado.....  | 121 |
| <b>Ilustración 48.</b> | Acceso a infraestructuras físicas.....   | 122 |
| <b>Ilustración 49.</b> | Normas culturales y sociales.....  | 123 |
| <b>Ilustración 50.</b> | Apoyo financiero global. Comparación regional.....   | 124 |
| <b>Ilustración 51.</b> | Políticas gubernamentales, medidas de apoyo. Comparación regional.....   | 125 |
| <b>Ilustración 52.</b> | Políticas gubernamentales, burocracia. Comparación regional.....   | 126 |
| <b>Ilustración 53.</b> | Programas gubernamentales. Comparación regional.....   | 127 |
| <b>Ilustración 54.</b> | Educación primaria y secundaria. Comparación regional.....   | 128 |
| <b>Ilustración 55.</b> | Educación superior. Comparación regional.....  | 129 |
| <b>Ilustración 56.</b> | Transferencia de I+D. Comparación regional.....  | 130 |
| <b>Ilustración 57.</b> | Infraestructura comercial y servicios. Comparación regional.....   | 131 |
| <b>Ilustración 58.</b> | Mercado interior: dinámica. Comparación regional.....  | 132 |
| <b>Ilustración 59.</b> | Mercado interior: barreras. Comparación regional.....  | 133 |
| <b>Ilustración 60.</b> | Acceso a infraestructuras físicas. Comparación regional.....   | 134 |
| <b>Ilustración 61.</b> | Normas sociales y culturales. Comparación regional.....  | 135 |
| <b>Ilustración 62.</b> | El modelo conceptual del Proyecto GEM.....   | 140 |
| <b>Ilustración 63.</b> | El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM.....   | 144 |

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM).  
Su análisis e interpretación es responsabilidad de los autores.

© Global Entrepreneurship Research Association  
Global Entrepreneurship Monitor: Andalucía.

ISSN 1988-821X

# Equipo GEM España 2015

## GEM España



## GEM Andalucía



## GEM Aragón



## GEM Canarias



## GEM Cantabria



## GEM Castilla La Mancha



## GEM Castilla y León



## GEM Catalunya



## GEM Ceuta



## GEM Comunidad Valenciana



## GEM Extremadura



## GEM Galicia



GEM Com. Madrid



GEM Ciudad de Madrid



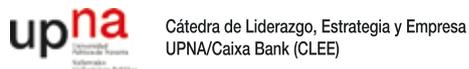
GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco







**UCA**

Universidad  
de Cádiz

**FUJITSU** *Magtel*



**CdE**

Universidad  
de Cádiz

Cátedra de  
Emprendedores