

2018 /
2019

Informe Global Entrepreneurship Monitor de la provincia de Granada



Equipo de investigadores

María del Mar Fuentes Fuentes (directora)
Carlos A. Albacete Sáez
Ana María Bojica
Matilde Ruiz Arroyo
Jenny María Ruiz Jiménez
Lázaro Rodríguez Ariza

Colaboradores y patrocinadores



2018 /
2019

Informe Global Entrepreneurship Monitor de la provincia de Granada



Equipo de investigadores

María del Mar Fuentes Fuentes (directora)
Carlos A. Albacete Sáez
Ana María Bojica
Matilde Ruiz Arroyo
Jenny María Ruiz Jiménez
Lázaro Rodríguez Ariza

Colaboradores y patrocinadores



Informe GEM Provincia de Granada 2018-2019

ISBN 13-978-84-09-19839-9

®Autores: María del Mar Fuentes Fuentes, Carlos A. Albacete Sáez, Ana María Bojica, Matilde Ruiz Arroyo, Jenny María Ruiz Jiménez, Lázaro Rodríguez Ariza

Impreso en España

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación sólo puede ser realizada con la autorización de los autores, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Índice

Prólogo GEM Granada 2018-2019	8	1.7. Las iniciativas de intraemprendimiento	36
Presentación del proyecto	14	Capítulo 2 / El capital semilla y el papel de los inversores informales en la provincia de Granada	38
Metodología	16	2.1 Introducción	38
Resumen ejecutivo GEM 18/19 provincia de Granada	20	2.2. Financiación de las iniciativas emprendedoras en Granada: capital semilla	39
A modo de conclusión	26	2.3. Inversión privada informal en actividades emprendedoras. Perfil del inversor informal en Granada	40
Capítulo 1 / Indicadores básicos del proceso emprendedor	28	Capítulo 3 / Las características de las iniciativas emprendedoras en la provincia de Granada	44
1.1 Introducción	28	3.1 Introducción	44
1.2 Síntesis de los indicadores de cada fase del proceso	29	3.2. Sector de actividad	44
1.3 Las iniciativas emprendedoras TEA. La oportunidad y la necesidad	31	3.3. Dimensión de las iniciativas y expectativas de crecimiento	46
1.4. El emprendimiento potencial en los próximos tres años	34	3.4. Orientación a la innovación	48
1.5. Las iniciativas consolidadas	35	3.5. Nivel de competencia en el mercado	48
1.6. Las iniciativas abandonadas y cerradas	36		

3.6. Uso de nuevas tecnologías	48	5.3. Valores, actitudes y capacidades para emprender en la población	63
3.7. Orientación internacional	50	5.4. El entorno social del emprendedor: percepción social sobre los emprendedores y cultura de apoyo al emprendimiento	64
Capítulo 4 / El perfil emprendedor, el potencial y el que abandona en la provincia de Granada	52	Capítulo 6 / Percepción del ecosistema emprendedor en la provincia de Granada	66
4.1 Introducción	52	6.1 Introducción	66
4.2. Perfil del emprendedor TEA	53	6.2. Valoraciones medias de las condiciones del entorno en la provincia de Granada	67
4.3 Perfil del emprendedor potencial	53	6.3. Apoyo financiero	70
4.4. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad	55	6.4. Políticas y programas gubernamentales	71
4.5. Comparación entre el perfil emprendedor en Granada, Andalucía y España	56	6.5. Educación y formación en emprendimiento	72
Capítulo 5 / La cultura y actitudes emprendedoras en la provincia de Granada	60	6.6. Soporte: infraestructuras tecnológicas, comerciales y físicas	73
5.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población	60	6.7. Mercados para el emprendimiento	76
5.2. Percepción de oportunidades para emprender	63	6.8. Normas sociales y culturales	76

6.9. Empresa familiar	76
6.10. Principales obstáculos para emprender en la provincia de Granada según los expertos	78
6.11. Principales facilitadores para emprender en la provincia de Granada según los expertos	80
6.12. Principales recomendaciones para emprender en la provincia de Granada según los expertos	83
Anexo 1 / Ficha técnica del informe GEM Granada	88
Anexo 2 / Panel de expertos de valoración del ecosistema emprendedor en 2018	90
Anexo 3 / Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2018/2019	92

Prólogo GEM Granada 2018-2019

Comenzando su andadura en 1999, en la actualidad y sin ningún tipo de duda, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el mayor observatorio del emprendimiento, un referente mundialmente reconocido en la investigación del fenómeno emprendedor y de la creación de empresas.

En la edición de 2018/19, se contó con la participación de 54 países. Cada uno de ellos dirige la investigación de su equipo, pero el uso de una metodología y un modelo conceptual común les permite no sólo conocer la actividad emprendedora, la dinámica empresarial y su impacto en el crecimiento económico, sino también poder compararse con aquellos de su mismo nivel de desarrollo económico.

Dentro del GEM, el equipo de España es uno de los más veteranos, puesto que se unió al observatorio en el año 2000, habiendo permanecido en él ininterrumpidamente durante 19 años. Además, desde el año 2002, ha desarrollado un modelo único regional que le ha permitido crecer como no lo ha hecho ningún otro, recibiendo por ello un reconocimiento internacional como el "Mejor equipo nacional".

Ante la complejidad de la responsabilidad asumida, y siendo conscientes de la necesidad de adoptar una personalidad jurídica que facilite su operativa, la captación de financiación para sus actividades y poder abordar proyectos más amplios en el ámbito del emprendimiento, en noviembre de 2014 los directores de los equipos de investigación regionales decidieron crear la Asociación Red GEM España, en la actualidad Observatorio del Emprendimiento de España.

Este Observatorio se basa en una red universitaria, comprometida y emprendedora, con más de 180 investigadores de 30 universidades, acompañados por más de un centenar de instituciones por todo el territorio nacional.

Cada año, el Observatorio del Emprendimiento de España elabora el Informe GEM España, seguido de los informes de sus 19 equipos regionales. Junto a toda esta actividad, en 2019 hemos alcanzado otro hito importante. Por primera vez, muestra de su potencial y dando un paso más en el crecimiento de la Red, el equipo GEM Andalucía ha desarrollado el proyecto hasta el nivel de provincia. En particular, gracias al esfuerzo del equipo de Granada, dirigido por la profesora Mar Fuentes Fuentes, podemos contar hoy con este Informe GEM Granada.

Para finalizar, como presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España me gustaría manifestar que no podría estar más orgullosa y agradecida a todos los que hacen que este sueño sea una realidad: investigadores, reguladores, sponsors y lectores de nuestros estudios e informes. A todos muchas gracias por confiar en nosotros un año más.

Ana Fernández Laviada
Presidenta Observatorio del Emprendimiento de España

El trabajo en equipo da resultados cuando las personas trabajan unidas compartiendo valores e ideas. Es lo que ha sucedido con el equipo GEM de Granada. Son muchos años los que nos unen con anhelos compartidos y una estrecha amistad fruto del buen hacer de todos sus componentes. Esa historia se remonta a los inicios de la creación de la sesión "Función Empresarial y Creación de Empresas" en la Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa (ACEDE).

Esa iniciativa fue el germen de lo que hoy es la Asociación Red GEM España, el observatorio de emprendimiento más importante en nuestra región y de nuestro país que pertenece al Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el proyecto internacional de investigación colaborativa más importante del mundo. GEM comenzó su andadura en España en el año 2000 y hoy todas las comunidades y ciudades autónomas de España pertenecen al mismo.

GEM ha contribuido, facilitando información rigurosa y detallada, a las investigaciones y a las políticas de creación y desarrollo de las empresas. La larga serie histórica del proyecto ha permitido ofrecer recomendaciones a los diferentes actores del ecosistema emprendedor con el objetivo de un desarrollo económico y social que sea integrador e impulse la igualdad de oportunidades con especial sensibilidad a las políticas de género.

El primer informe GEM de Andalucía se publicó en 2003 y desde entonces se ha ofrecido información agregada y comparada del fenómeno emprendedor en la región. El equipo GEM de Andalucía ha sido consciente de la dificultad de analizar un territorio tan diverso por las características específicas de la historia de Andalucía, de su estructura económica, extensión territorial, capital humano y ecosistema empresarial.

Por ello, impulsamos las iniciativas de investigadores de las universidades de Almería, Cádiz, Jaén, Granada, Málaga, Pablo de Olavide y Sevilla, para iniciar esa desagregación en la edición GEM de 2018. Así, la red GEM crece con académicos de gran valía investigadora, con valores compartidos, y se alcanza un importante hito en el devenir del proyecto GEM en Andalucía y España.

En este contexto, es justo destacar el esfuerzo y acierto del equipo GEM de Granada dirigido por la catedrática Mar Fuentes y formado por los profesores Carlos A. Albacete Sáez, Ana María Bojica, Matilde Ruiz Arroyo, Jenny María Ruiz Jiménez y Lázaro Rodríguez Ariza, personas de gran valía académica y con una gran experiencia en el ámbito de la empresa.

La información que ofrece el GEM de Granada analiza con detalle algunos rasgos diferenciadores de la provincia que permitirán gestionar con acierto la corrección de algunos de sus déficits y el aprovechamiento de sus oportunidades. El informe realizado es un ejemplo de la utilidad del trabajo universitario ofreciendo información rigurosa y conocimientos de calidad.

Es una gran satisfacción poder introducir esta primera edición, felicitar sinceramente a sus autores y expertos que han participado y agradecerles las valiosas aportaciones que hacen.

José Ruiz Navarro
Director del equipo GEM de Andalucía
Catedrático Emérito de la Universidad de Cádiz

Se enfrenta el mundo, en la actualidad, a una transformación global sin precedentes, de manera disruptiva y exponencial, que perfila un nuevo escenario, para los agentes económicos, globalizado e intensamente competitivo, en el que el espíritu emprendedor y la cultura de innovación son las principales referencias.

Los emprendedores han pasado a ocupar un papel protagonista en la sociedad en nuestros días, primero, como esa luz tan necesaria al final del camino en la recuperación tras la Gran Recesión, y hoy, como agentes clave en los procesos de innovación abierta y en la asimilación por parte del sistema económico de las metodologías y tecnologías más disruptivas.

Peter Drucker en su libro, "Innovación y emprendimiento", expone que innovación e iniciativa emprendedora son las dos caras de la misma moneda. Drucker dedicó años a trabajar con un grupo de empresarios la relación entre innovación y emprendimiento –incluyendo pequeños emprendedores y representantes de grandes empresas, y el resultado de su trabajo le llevó a publicar el primer libro que relacionaba ambos conceptos.

En las corporaciones, la salud del balance general ejerce presión sobre el tipo de innovación con la que pueden experimentar. Con todo lo que se habla sobre la importancia de la innovación y el emprendimiento interno en las grandes empresas, uno no puede ignorar la ecuación de riesgo-recompensa que deben emplear.

Las razones están más allá de la típica "perspectiva de dos trimestres" que muchos culpan. Las corporaciones son organizaciones optimizadas para ejecutar procesos metódicos de gran tamaño. La dirección, los empleados, los consumidores y los gobiernos dependen de eso para mantener la economía lo más estable posible y mínimamente errática. Por lo tanto, la innovación en las grandes corporaciones tiende a ser evolutiva, no transformadora., en general las corporaciones, enfatizan la estabilidad, el crecimiento controlado y la certeza financiera.

Sin embargo, el verdadero crecimiento transformador ocurre típicamente gracias a ideas rompedoras, distintas, disruptivas creadas por "personas disruptivas". Finalmente, las grandes corporaciones los necesitan para mantenerse competitivas, romper un molde de crecimiento lento y, a veces, simplemente para sobrevivir.

Aquí es donde entra en juego el papel del "emprendedor". Para las grandes corporaciones, el universo emprendedor respaldado por las grandes empresas es el escenario perfecto.

Nos hemos adentrado en un escenario asimétrico, donde la relación corporación-pequeña empresa es el motor de competitividad, al generar modelos de problema-solución con la aparición de emprendedores, startup, spin-off y otras pequeñas células innovadoras que trabajan en con orientaciones disruptivas. Nos adentramos así en el emprendimiento.

En un mundo en constante cambio, en el que el modelo de negocio de las empresas cambia muy rápidamente, en el que el ciclo de vida de los productos se acorta y la esperanza de vida de las organizaciones se está reduciendo drásticamente, es obvio que las organizaciones necesitan iniciativa emprendedora.

La educación debe ser la primera palanca para fomentar el emprendimiento, empezando por la escuela y terminando en la universidad, debemos incluir la educación emprendedora en los ciclos formativos, para estimular el emprendimiento.

Cada año impulsados por la London Business School and Babson College, se presenta el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a nivel global, nacional, regional y provincial, que suponen una contribución única para conocer la actividad emprendedora en nuestra sociedad así como su evolución temporal. Todo ello es de una enorme utilidad para aquellos agentes sociales implicados en el fenómeno emprendedor. Un detallado conocimiento de nuestro ecosistema emprendedor nos permite planificar y ejecutar acciones que favorezcan el desarrollo de una sociedad innovadora.

Este informe que presenta el GEM Granada, después de analizar toda la información destaca entre sus conclusiones las oportunidades de mejora del sistema emprendedor de nuestra provincia. Necesitamos que las administraciones, empresarios, Universidad y sociedad civil sean sensibles para trabajar conjuntamente en impulsar la cultura emprendedora y de innovación.

Fomentar un cambio en el modelo productivo es crítico, atrayendo empresas de sectores de alta intensidad tecnológica y redefiniendo los sectores tradicionales mediante procesos de innovación.

La Universidad de Granada reconocida nacional e internacionalmente por su capacidad investigadora puede y debe ser el motor de cambio del modelo productivo, como fuente de conocimiento, dando soporte a las actividades intensivas en conocimiento.

Podremos, así, ir creando un ecosistema que estimule el emprendimiento y la innovación como ejes de cambio económico y social.

Gregorio Jiménez López

Presentación del proyecto

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el observatorio sobre emprendimiento internacional más importante a nivel mundial y tiene por objetivo medir y analizar información de alta calidad sobre el fenómeno emprendedor haciéndola accesible al mayor público posible. ([www. GEMconsortium.org](http://www.GEMconsortium.org)).

GEM se desarrolla como un proyecto internacional formado por una cualificada red mundial de investigadores e instituciones relacionadas con el emprendimiento en más de 80 de países. El Proyecto GEM se ha convertido en un referente imprescindible para todos aquellos que desean estudiar y referirse al proceso emprendedor en un contexto internacional.

España participa activamente en este proyecto internacional que actualmente cuenta con 19 equipos de investigadores del entorno académico y empresarial de toda España, nucleados en la Asociación RED GEM España. Esta Red de investigadores cuenta con el apoyo del Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) y de 90 instituciones, empresas y organizaciones y con el patrocinio principal de Banco Santander -a través de Santander Universidades.

Estos equipos estudian el comportamiento de la dinámica emprendedora a través de múltiples variables y generan datos que publican en informes anuales ([www. GEM-spain.com](http://www.GEM-spain.com)). La obtención de resultados comparativos e internos de cada región constituyen sin duda una valiosa herramienta a disposición

de los distintos organismos, a la hora de diseñar y canalizar las iniciativas empresariales y los programas de ayuda al desarrollo y creación de empresas de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas.

La participación de la provincia de Granada en el proyecto se enmarca dentro de las actuaciones de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad (iniciada con las Cátedras de Andalucía Emprende en las universidades), patrocinando una parte de la investigación para su realización por parte del equipo de GEM Granada, perteneciente a la Universidad de Granada. La elaboración del informe para la provincia de Granada contribuye a obtener una valiosa información para el fomento de la cultura emprendedora y la iniciativa empresarial. Por otro lado, permite compararse con cualquier territorio en el que se elabore el informe, y con cualquier país del mundo que participe en el Proyecto GEM. El equipo GEM Granada, forma a su vez, parte del equipo GEM Andalucía.

El equipo de investigadores de la Universidad de Granada expresamos el agradecimiento por el apoyo recibido por parte de los colaboradores y patrocinadores y nuestra gratitud a los treinta y seis expertos que han colaborado desinteresadamente, con sus valiosos conocimientos, al contenido del informe.

Equipo GEM Granada

Metodología

El observatorio internacional del fenómeno emprendedor GEM se inicia en el año 1999 liderado por la London Business School y Babson College, y desde esta fecha viene realizado anualmente informes para medir la actividad emprendedora a nivel internacional, nacional, regional y local a través del equipo de investigadores de universidades e instituciones participantes. Junto a estos informes, se elaboran otros específicos sobre cuestiones puntuales relativas al emprendi-

miento tales como la financiación, la perspectiva de género, el intraemprendimiento, o la educación emprendedora, entre otros. Los informes son públicos y accesibles online en la website: <http://www.GEMconsortium.org/> y GEM España en: <http://www.GEM-spain.com/>.

Los informes GEM analizan aspectos básicos del fenómeno emprendedor en la zona geográfica analizada tales como:

1. La actividad emprendedora y sus características, considerando a ésta como un proceso.

2. Los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población en condiciones de emprender.

3. Los factores contextuales en los que el proceso emprendedor tiene lugar.

4. Los atributos individuales de las personas que están involucradas en el proceso emprendedor tales como sus características sociodemográficas o motivaciones.

Estos elementos se configuran partiendo de un marco teórico propuesto por investigadores del proyecto (Kelley et al., 2011) y que se resumen en la Figura 1. Dicho modelo es un marco que incorpora una visión general del fenómeno emprendedor y que presupone

considerar la etapa de desarrollo económico de los países medida a través del índice de competitividad global en tres niveles: el de los países menos desarrollados, el de los países de desarrollo intermedio y el de los países más desarrollados.

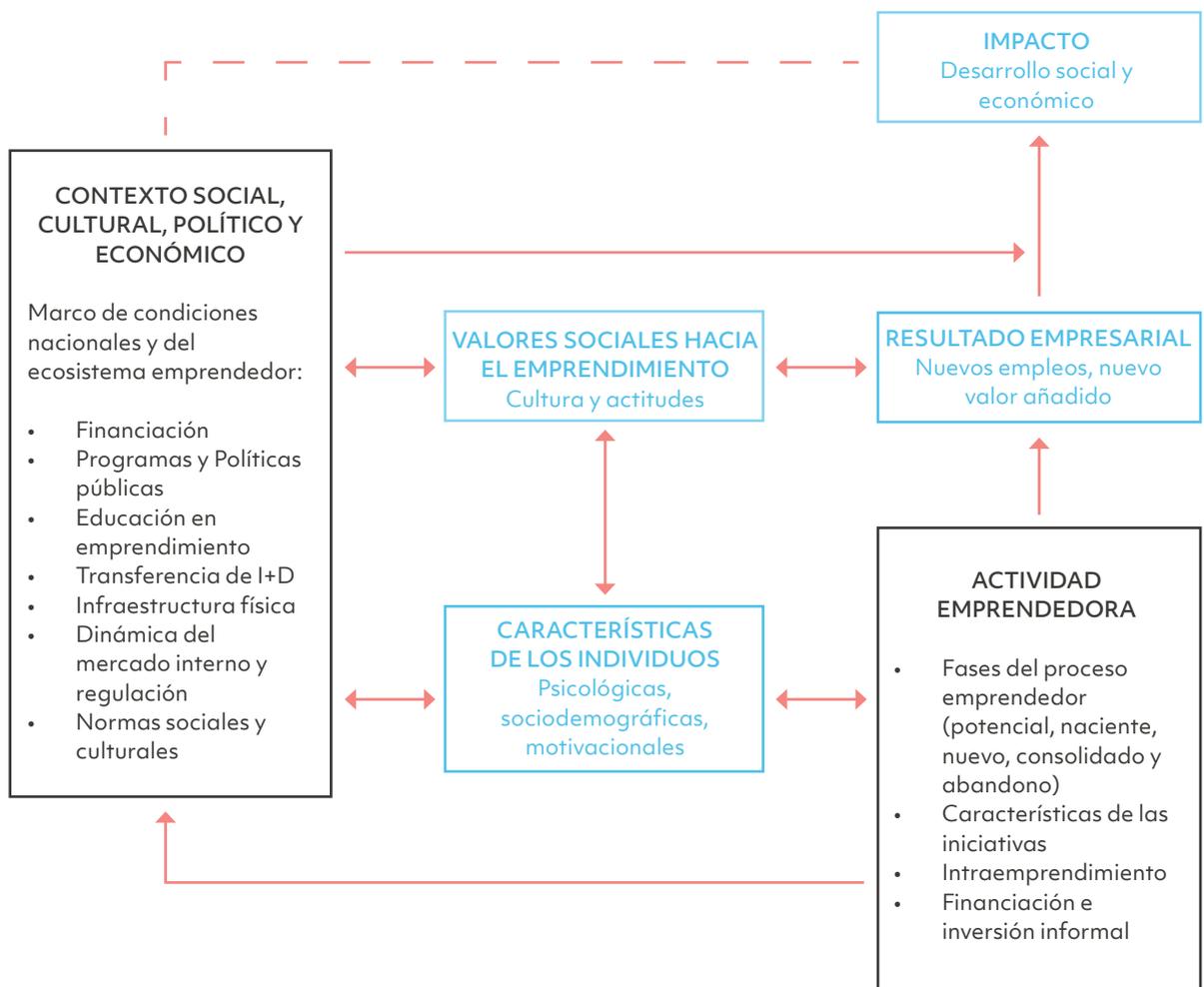


Figura 1. El Modelo teórico del GEM
 Fuente: adaptado de GEM 2018/2019 Global Report

Las fuentes de datos primarias para la elaboración de los informes del observatorio GEM son de dos tipos:

Encuesta a la población de 18-64 años o Adult Population Survey (APS). Contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM para calcular los principales indicadores del proceso emprendedor y sus características, los valores sociales hacia el emprendimiento y las características de los individuos. Las encuestas se realizan anualmente entre los meses de abril a julio.

Encuesta a expertos o Nacional Expert Survey (NES). Se realiza a expertos sobre condiciones de entorno y obtiene la valoración de una muestra representativa de especialistas en financiación, políticas y programas públicos, educación, apertura del mercado interno, transferencia de I+D, acceso a infraestructura física, comercial y de servicios, normas sociales y culturales y otros aspectos que configuran el entorno al que se enfrentan los emprendedores del territorio analizado. Sirve para analizar los factores del contexto emprendedor. Se realiza anualmente entre marzo y julio.

Por otro lado, los informes GEM pueden completarse con fuentes secundarias procedentes de diferentes organismos: FMI, OCDE, ONU, Eurostat, INE, WYB, etc. Además, los datos de los informes se complementan con los de otros prestigiosos informes como son: el Global Competitiveness Report (GCR), Doing Business y otros.

La operativa metodológica que actúa bajo el proyecto GEM implica:

- Considerar como nivel de análisis al emprendedor individual y no a las empresas. La mayoría de las empresas comienzan y están encarnadas por un solo individuo, o un pequeño grupo de individuos.
- Recolectar datos primarios con un enfoque armonizado para medir la iniciativa emprendedora y las condiciones marco que se cree que son propicias para el emprendimiento. Sin una metodología única y armonizada sería imposible realizar comparaciones internacionales.

El proceso emprendedor del proyecto GEM

Como se ha indicado, la encuesta a la población de 18-64 años, constituye la herramienta de información que proporciona los datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, el cual se describe en la Figura 2.

Este diagrama evidencia que GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la intención de emprender (emprendimiento potencial), se activa con las primeras acciones para poner en marcha la iniciativa (emprendimiento naciente), se consigue operar en el mercado (emprendimiento nuevo) y se consolida en el mercado (iniciativas consolidadas). En cualquier de estas fases, las iniciativas pueden ser abandonadas (traspasos) o cerradas de manera definitiva. Además, el observatorio GEM mide las iniciativas que se ponen en marcha por empresas (intraemprendimiento) y las personas que actúan como inversores.

En la metodología GEM, cada fase se traduce en el cálculo de una tasa o porcentaje de personas adultas (entre 18 y 64 años) involucradas en cada una de ellas en los siguientes términos:

- 1. Tasa de emprendedores potenciales** o personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han declarado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos 3 años.
- 2. Tasa de emprendedores nacientes** o personas adultas que están poniendo en

marcha una empresa en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que no ha pagado salarios por más de tres meses.

3. **Tasa de emprendedores nuevos** o personas adultas que poseen y gestionan un negocio que ha pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses, y que, por lo tanto, no se ha consolidado.
4. **Tasa de actividad emprendedora total (TEA)** o en fase inicial, que constituye el principal indicador elaborado por el proyecto GEM y corresponde a la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.
5. **Tasa de empresarios consolidados** o personas adultas que poseen y gestionan un negocio que ya se ha afincado en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses.
6. **Tasa de abandono** de la actividad empresarial medido como el porcentaje de per-

sonas adultas que han cerrado o abandonado un negocio en los últimos 12 meses.

7. **Tasa de cierres** de la actividad empresarial medido como el porcentaje de personas adultas que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses.
8. **Tasa de inversores informales** o porcentaje de personas que han invertido en otros negocios en los últimos 3 años, siendo ajenas a estos negocios y sin valerse de un mecanismo contractual o institucional (es decir, se excluyen las inversiones en bolsa, fondos de inversión).

Los porcentajes que obtiene GEM en cada fase del proceso, elevados a la población de referencia¹ proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Sin embargo, es importante señalar que los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial (DIRCE en el caso de España).

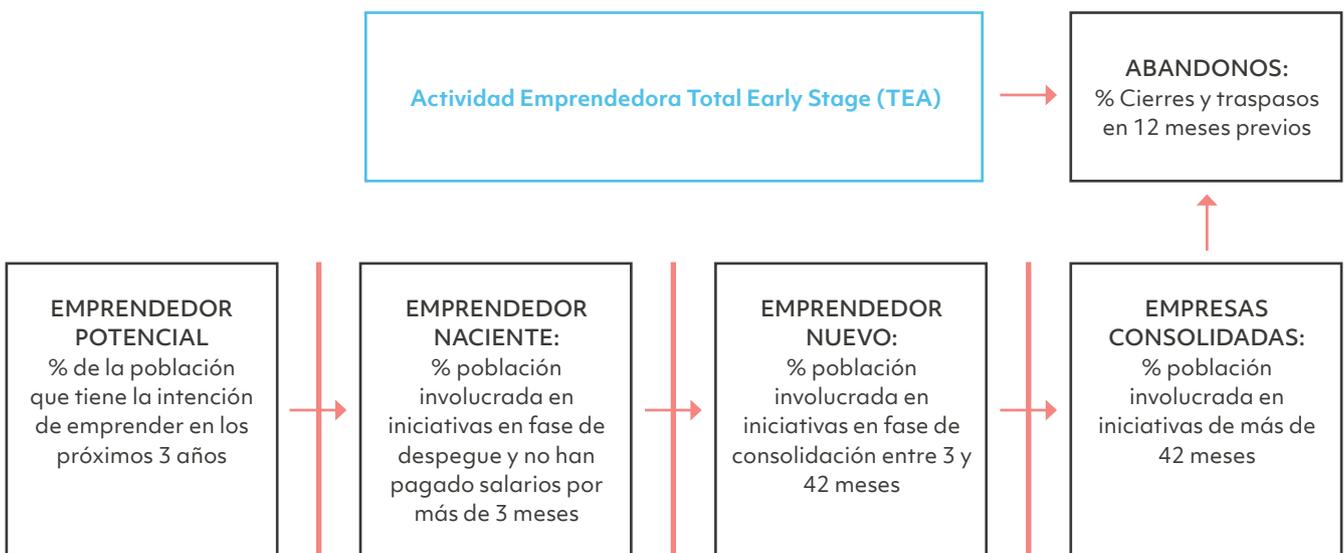


Figura 2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

¹ GEM utiliza como única fuente de datos poblacionales el US Census para los países e INE para las regiones españolas.

Resumen ejecutivo GEM 18/19 provincia de Granada

Los aspectos más destacados del Informe GEM Granada 2018-2019 se resumen agrupados en los siguientes bloques: Proceso emprendedor, las necesidades de financiación y los inversores, las características de las iniciativas emprendedoras y el perfil de los emprendedores, la cultura y actitudes hacia el emprendimiento y el ecosistema emprendedor de la provincia de Granada.

PROCESO EMPRENDEDOR

La tasa de actividad emprendedora (TEA) registrada por GEM en la población de la provincia de Granada de 18 a 64 años de edad es del 5,2% para 2018, lo que significa que en la provincia algo más de 5 personas de cada 100 estuvieron involucradas en la puesta en marcha y gestión de un negocio

que no supera los 3 años y medio en el pago de salarios. Esta tasa es inferior a las correspondientes a nivel andaluz y nacional para el mismo período, que ascienden al 8,6% y 6,8%, respectivamente.

En un 61,7 % de los casos la actividad emprendedora de Granada se crea, principalmente, para el **aprovechamiento de una oportunidad**, frente al 23,1% que lo hace por necesidad y el resto por otros motivos. El peso relativo del emprendimiento por oportunidad es mayor en Andalucía (un 65,6% de los casos) y mayor aún en España (70,7%).

De las iniciativas acometidas para aprovechar una oportunidad en la provincia de Granada, el 66,2% de los casos ha sido por el deseo de conseguir mayor independencia, muy por encima de esta motivación en Andalucía y España, y el 33,8% restante para aumentar los ingresos.

Los **emprendedores potenciales** son aquellos que esperan acometer la puesta en marcha de un negocio o autoemplearse en los próximos 3 años. Por tanto, se trata de un indicador que permite tener una aproximación de las perspectivas que a medio plazo pueden esperarse para la provincia. En la provincia de Granada casi 5 personas de cada 100 (4,9 %) indican que tienen en mente poner un negocio en los próximos años. Este porcentaje es algo inferior a la media andaluza (5,1%) y casi dos puntos por debajo de la media nacional donde son casi 7 (6.8%) las personas de cada 100 las que afirman que crearán un negocio en el futuro.

La tasa de **emprendimiento consolidado**, es decir, el porcentaje de personas que continúan operando tras haber pasado la barrera de los tres años y medio en el pago de salarios, está en un 2,4% en 2018. Este dato es significativamente inferior a la media andaluza del 5,7% y de la nacional del 6,1%.

Las iniciativas que se abandonan o cierran son un dato relevante para complementar la información sobre la dinámica empresarial. En el caso de Granada, el indicador de **abandono o traspaso es del 1,6%**; es decir, han cambiado de propiedad o se han cerrado de manera definitiva. Si consideramos exclusivamente la tasa relativa de **cierres en los últimos 12 meses**, ésta se sitúa en 1,2%, un dato muy similar al de Andalucía y España en 2018. El principal motivo de esta decisión ha sido la falta de rentabilidad (el 74% de los casos).

Por último, considerando la actividad emprendedora dentro de las empresas, es decir, el **intraemprendimiento**, en la provincia de Granada un 2% de las personas entrevistadas han dicho haber estado involucrados en los tres últimos años en actividades de creación de nuevas empresas dentro de la empresa donde trabajan.

FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y LOS INVERSORES INFORMALES

El **capital medio necesario** (capital semilla) para poner en marcha un negocio en la provincia de Granada en 2018 fue de 41.093 €. Esta suma es aproximadamente un 7% inferior a la media andaluza y más de dos veces inferior a la media nacional. El valor más frecuente es de 50.000 euros y la cuantía mínima que ponen los emprendedores granadinos entrevistados es de 3.000 euros.

En la financiación hay que destacar el papel de los **inversores informales** granadinos que se ha situado en un 3.38%, un punto por encima de la media andaluza (2.38%) y ligeramente inferior a la nacional. Principalmente estos inversores han aportado capital en los negocios de familiares y amigos. La participación de los granadinos en los negocios no se resume a proporcionar financiación. También un 2,58% aporta, entre otras cosas, conocimiento y contactos, generando así valor añadido al negocio. Esta participación es de nuevo superior a la encontrada a nivel andaluz, e inferior a la encontrada en el nivel nacional.

La cantidad media proporcionada por estos inversores informales es de 10.257 euros, un 37% por debajo de la media de los últimos tres años en España y un 28% de la de Andalucía que se sitúa en 14.328 euros. La cantidad que con más frecuencia se financia en Granada son 3.000 euros.

PERFIL DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

La dimensión y sectores de actividad de las iniciativas TEA en Granada son muy similares a las andaluzas y españolas. En general son iniciativas de menos de 5 trabajadores (micropymes) y ubicadas en su mayoría en el sector de consumo. Un buen dato relativo es que solo un 39,2% de las empresas no tienen empleados frente al 57,9% de la media andaluza. También las iniciativas de Granada parecen generar proporcionalmente más empleo que las andaluzas y nacionales en los tramos comprendidos entre 1 y 20 empleados.

Sectorialmente, en el caso de las iniciativas granadinas, tiene un mayor peso relativo el sector consumo (50%) y un menor peso los sectores transformador o industrial y el primario (12,5%). De todas ellas, un 3,9% pertenecen a **sectores con base tecnológica alta** (frente a un 5,7% de la media andaluza) y un 7,5% usan tecnologías de menos de un año. Es precisamente en el **uso de tecnología nueva y reciente** donde Granada se sitúa en más del doble de la media andaluza (19,3% frente al 8,4%).

Frente a lo anterior, la mayoría de las iniciativas de Granada TEA se definen como **no innovadoras** (80,8%) en cuanto a que no venden productos totalmente nuevos o algo novedosos a sus clientes. Este dato es mayor a la media de empresas andaluzas que está en un 68,9% y al de las empresas españolas que se sitúa en el 64,9%. Las iniciativas que afirman ser totalmente innovadoras en Granada son un 7,6%, porcentaje inferior al de Andalucía (11,1%) y España (12,5%).

La mayoría de las empresas registran **niveles altos de competencia** (mucha competencia en un 77% de los casos), por encima también del 65,5% de las andaluzas que así lo manifiestan y del 58% de las nacionales.

En cuanto a su **internacionalización**, el 74,8% de estas nuevas empresas no exporta; es decir, no factura nada en mercados internacionales. Este porcentaje es inferior en Andalucía (70,2%) y en España (69,3%). Las diferencias son menores cuando se trata de valorar la facturación de hasta un 25% al exterior, donde se ubican un 21% de las iniciativas granadinas y españolas, y un 24% de las andaluzas.

Las expectativas de crecimiento en términos de empleados en los próximos 5 años son moderadas. Un 34,8% de las empresas no esperan contratar a nadie y otro 30,6% de 1 a 5 trabajadores, un poco por debajo que la media andaluza y española. No obstante, un 11,7% es más optimista y cree que podrá aumentar la plantilla en un rango de entre 6 y 19 trabajadores, frente al 4,6% de las empresas andaluzas que manifiestan lo mismo. Estos datos conservadores sobre el crecimiento se respaldan cuando el 73,4% de las iniciativas dicen no tener expectativas de expansión.

PERFILES DE LOS EMPRENDEDORES

El **perfil de mayor representación** de la persona que inicia un negocio que no ha pagado salarios por más de tres años y medio es de hombre en un 57,55% de los casos, con un rango de edad entre 45 y 55 años (31%), con estudios medios (48%), un nivel de renta de más 2400 euros (46,23%), y que trabaja a tiempo completo o parcial (92,45%).

El **perfil de la persona que tiene intención de emprender** en los tres próximos años (emprendedores potenciales) es una mujer (58,82%) entre 45 y 55 años (37,50%) con

LA CULTURA EMPREDEDORA Y LA ORIENTACIÓN HACIA EL EMPRENDIMIENTO

estudios medios (FP y secundaria) en un 49,98% de los casos, en el tercio de renta inferior a 1200 euros (37,59%) y que trabaja a tiempo completo o parcial (29%).

En cuanto al perfil de la **persona que abandona o cierra un negocio**, es una mujer (50,65%) o un hombre (49,35%), con una edad entre 25 y 34 años (50,29%), con estudios de secundaria (38%), con ingresos de menos de 1200 euros (25,32%) o superiores a 2400 (24,85%) y con trabajo completo o parcial en un 49,37% de los casos.

Centrándonos en el caso de los perfiles de los emprendedores de la tasa TEA y comparándolo con los perfiles andaluz y nacional, un primer dato calculado es la **diferencia por género**. La tasa de actividad emprendedora de las mujeres granadinas es un 26% inferior a la de los hombres (4,42% frente a un 5,93%), mientras que a nivel andaluz y nacional esta diferencia se reduce a 5% y 11%, respectivamente.

En relación a la **edad**, parece que en Granada los emprendedores de entre 45-54 años tienen más peso (30,99%), que los de la franja entre 34-44 años con más peso en Andalucía (32%) y España (30,10%).

En cuanto al **nivel de formación**, en conjunto, los emprendedores granadinos presentan niveles más bajos que los andaluces y españoles. Así, los porcentajes de emprendedores actuales granadinos con estudios superiores es del 35,81%, un 13,59% y un 17,39% inferiores a los que nos encontramos a nivel andaluz y nacional, respectivamente. Mientras en Andalucía y España, la categoría de emprendedores con estudios superiores es la más numerosa, en Granada es la de emprendedores con estudios secundarios y FP.

Las percepciones de los granadinos entre 18 y 64 años sobre si había **oportunidades para emprender** durante el segundo semestre de 2018 fueron de un 23,7%, una de las más bajas de Andalucía, cuya media estaba en el 32,2%, y de la nacional, que se situó en un 29,1%. Sin embargo, contestada por personas involucradas en actividades empresariales, se incrementa la percepción positiva hasta un 48,5% de los casos.

La buena predisposición de los granadinos de la provincia hacia el emprendimiento se manifiesta en que un 51,3% considera que poner en marcha una empresa o negocio es una **buena opción profesional** y un 53,7% que triunfar en ello proporciona un **buen estatus social**. Ambas percepciones están en consonancia con la media andaluza y nacional. En el caso del estatus, los emprendedores granadinos bajan su percepción positiva al 48,6%.

También es muy similar a los datos de Andalucía y España la percepción sobre la cobertura que **los medios de comunicación** proporcionan sobre los emprendedores (49,45% consideran que es buena). Los propios emprendedores lo reafirman pues los entrevistados así opinan en un 60,5% de los casos.

En cuanto a los condicionantes personales para emprender por los granadinos, un 47% de la población afirma tener los **conocimientos y habilidades** para emprender un pequeño negocio, un 32,5% conoce a personas que han emprendido el último año, es decir, tienen **modelos de referencia**, y un 42,5% dice que el **miedo al fracaso** es un obstáculo para emprender. Si bien con la media de los españoles estos datos presentan leves diferencias,

los andaluces en media, tienen más modelos de referencia (52,4%), más conocimientos y habilidades para emprender (52,4%), y algo más de miedo al fracaso (43,9%).

PERCEPCIONES SOBRE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA

La percepción del ecosistema emprendedor de la provincia de Granada por parte de los expertos es **moderada**, al no superar en media la puntuación de 2,6 sobre 5 puntos. Aunque con alguna diferencia en los factores, esta media coincide con el dato andaluz, y ambos quedan por debajo de la media nacional que se sitúa en 2,9.

En Granada los factores que se consideran **más positivos** son los programas gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de las empresas (2,9), el acceso a infraestructuras tanto físicas y de servicios (3,5), comerciales y profesionales (2,9), y la educación emprendedora en la etapa posterior a la escolar (2,9).

Como factores **peor valorados** se encuentran la educación emprendedora en etapa escolar (1,7), las políticas gubernamentales en cuanto a burocracia e impuestos (2,0) y la financiación para emprendedores (2,2). Estos tres últimos son similares a la media andaluza y presentan las mayores diferencias a la baja frente a la media nacional. También se valoran de manera más positiva las normas sociales y culturales en la media nacional (3,0) frente a la granadina y andaluza (2,4).

Por el contrario, Granada destaca en términos relativos con Andalucía en cuanto a la valoración de la transferencia de I+D (2,6 frente a 2,3) y las barreras de acceso al mercado interno (2,7 frente a 2,3). Ambos valores granadinos son superados por la media nacional.

La opinión de los expertos sobre cuáles son los **obstáculos principales** a la actividad emprendedora y de crecimiento empresarial se concentra en la falta de apoyo financiero (55,6%), las características del entorno social y cultural (44,4%), la limitación de acceso a infraestructura física (38,9%) y las políticas gubernamentales relacionadas con trámites y burocracias (36,1%).

En cuanto a **factores facilitadores**, los expertos se agrupan mayoritariamente en torno al papel positivo de los programas gubernamentales y la I+D, los parques tecnológicos y los programas universitarios (44,4% en ambos casos).

Finalmente, **las recomendaciones** se concentran en la demanda de mayor apoyo gubernamental en forma de programas específicos (41,7%), seguido de un empuje a la financiación (36,1%), y de las políticas gubernamentales (33,3%), respecto de las cuales los aspectos más señalados hacen referencia a la burocracia y obstáculos administrativos a los que se tienen que enfrentar emprendedores y empresarios.

A modo de conclusión

Las casi 60.000 empresas que en 2018 constituían el tejido productivo granadino suponían un 2% del total de las nacionales y un 12% de las andaluzas; esto es, un peso similar al de su población. Dicho de otra forma, existían 6 empresas por cada 100 habitantes en Granada, igual que en Andalucía, frente a 7 en España.

Los datos sobre la tasa de actividad emprendedora granadina que aporta este informe son complementarios a los datos de dinámica empresarial publicados en fuentes oficiales. Así, ayudan a centrar el foco en una parte de esas iniciativas empresariales que están en proceso de consolidación en los últimos tres años, así como en el contexto cultural y del ecosistema en torno a las mismas. Al tratarse de un informe provincial, los datos recogidos reflejan a la provincia en su conjunto.

Comparados con el territorio andaluz muestran algunas diferencias en cuanto al número de iniciativas y la calidad de las mismas. Estos datos son acordes con otras fuentes de información económica y empresarial respecto al territorio de Andalucía y España. Pero sin duda, la comparación más intere-

sante de los datos de este informe será la que pueda hacerse con ediciones posteriores donde será posible ver la evolución de estos datos en nuestra provincia.

En su conjunto y a nivel provincial parecen indicar la emergencia de un menor número de iniciativas y de más baja consolidación. Los datos también parecen sugerir que en los últimos años el modelo productivo de la provincia no ha sufrido cambios significativos, manteniéndose el sector industrial en niveles inferiores a la media andaluza. La irrupción de iniciativas en sectores de alta tecnología es también moderada, si bien, las iniciativas granadinas están muy por encima en el uso de tecnologías de menos cinco años de antigüedad, lo que posiblemente va a redundar en la mejora o innovación de sus procesos.

En el análisis de los perfiles de las personas involucradas en el proceso emprendedor por oportunidad es destacable la importancia relativa de la búsqueda de autonomía frente a otras motivaciones como el aumentar los ingresos o mantenerlos. Este aspecto puede ser relevante para explicar en qué medida esas motivaciones pueden condicionar las

expectativas de crecimiento de las empresas que se crean.

Por otro lado, la identificación de oportunidades para emprender y el tipo de oportunidad dependen en gran medida de las características personales y experiencias previas. Hay que tener en cuenta que el perfil mayoritario del emprendedor de la provincia está trabajando, con unos niveles de renta media-alta, tiene una edad superior a los 45 años, una formación media y es hombre. En los perfiles de emprendedores destaca la menor participación relativa de las mujeres y, especialmente, en relación a otros territorios, es menor la proporción de emprendedores con formación universitaria. Sin duda, este aspecto es fundamental para abordar cambios en el tipo de oportunidades empresariales que deben emerger en el territorio, unido a la necesidad de incorporar a las nuevas generaciones de mujeres y hombres. Este aspecto ha sido señalado por los expertos como un elemento a aprovechar.

Aunque los factores culturales son mencionados como un elemento distintivo de la

provincia, lo cierto es que las percepciones de la población sobre sus capacidades para emprender o el miedo al fracaso, no son significativamente diferentes a la del conjunto de los andaluces. Por tanto, es más una idiosincrasia regional que provincial.

Los expertos consultados han aportado un análisis muy preciso de la situación en la provincia en cuanto a los obstáculos, elementos impulsores y recomendaciones. Los expertos apuntan los principales retos: mejorar la formación emprendedora en edades tempranas, reducir las complejidades burocráticas y la diversidad de obstáculos administrativos a la creación de nuevas empresas, y facilitar el acceso a los necesarios recursos financieros que cualquier iniciativa empresarial conlleva para su creación y crecimiento. También señalan como fortaleza el potencial de conocimiento procedente de la Universidad y el PTS.

El diagnóstico de los expertos ha sido reiterado en numerosos foros. Pongámonos todos a la tarea porque el futuro de las nuevas generaciones va en ello y, por tanto, merece la pena.

Capítulo 1 / Indicadores básicos del proceso emprendedor

1.1 Introducción

En este primer capítulo ofrecemos los indicadores más representativos del proceso emprendedor que aporta el observatorio GEM y los comparamos con otros territorios de referencia. En concreto, en primer lugar, trataremos la tasa TEA (tasa de actividad emprendedora) que mide el porcentaje de personas implicadas en un proceso emprendedor de hasta 3 años y medio. En segundo lugar, detallaremos el resto de tasas que se asocian a fases previas o posteriores tales como el emprendimiento potencial y las iniciativas consolidadas y otras relacionadas con el proceso como las iniciativas abandonadas (traspasos) o cerradas de manera definitiva (cierres). Además, consideraremos las iniciativas que se ponen en marcha en empresas (intraemprendimiento).

Una primera panorámica de las diferentes fases del proceso emprendedor se observan en la figura 1.1 donde se muestra el porcentaje de población entre 18 a 64 años involucrada en cada una de ellas y su comparativa con la media del territorio andaluz y español.

1.2 Síntesis de los indicadores de cada fase del proceso

Una primera panorámica de las diferentes fases del proceso emprendedor se observan en la figura 1.1 donde se muestra el porcentaje de población entre 18 a 64 años involucrada en cada una de ellas y su comparativa con la media del territorio andaluz y español.

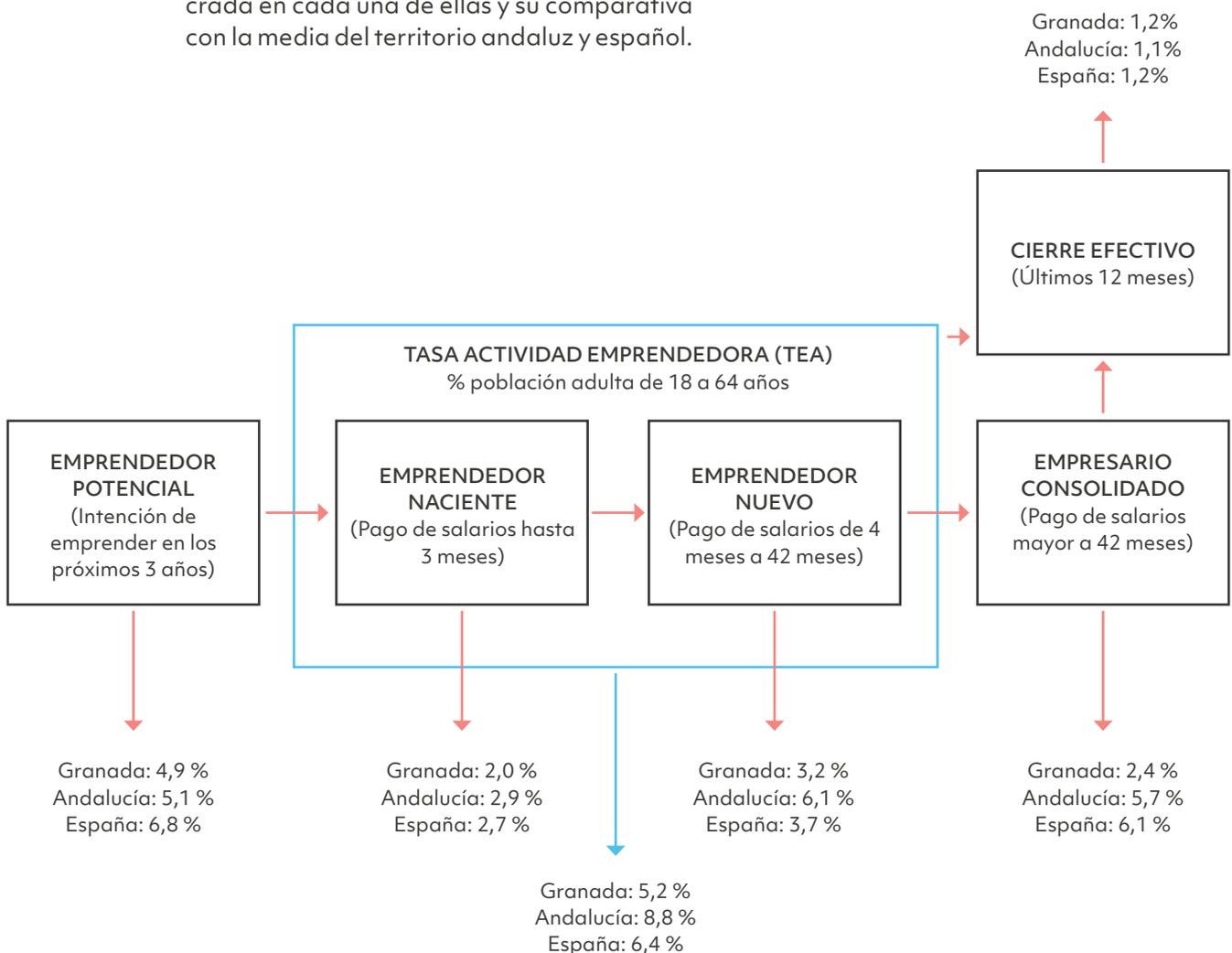


Figura 1.1. Tasas asociadas al proceso emprendedor en la provincia de Granada.
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada y Informes 18/19 GEM España y Andalucía..

En el gráfico 1.1 podemos apreciar las diferencias de dichas tasas en cada territorio. En el caso de Granada, presenta una tasa de emprendimiento potencial muy similar a la media de Andalucía, al igual que la tasa de cierres efectiva que apenas presenta diferencias ni con Andalucía ni España. Sin embargo, las tasas de actividad emprendedora y de iniciativas consolidadas son significativamente

inferiores que Andalucía y España, sobre todo la última. En este gráfico podemos ver que en Andalucía, sin embargo, la tasa correspondiente a la actividad emprendedora es la más elevada y va acompañada también con una tasa elevada de iniciativas consolidadas. En el caso de España, el emprendimiento potencial es el más elevado junto con las iniciativas consolidadas.

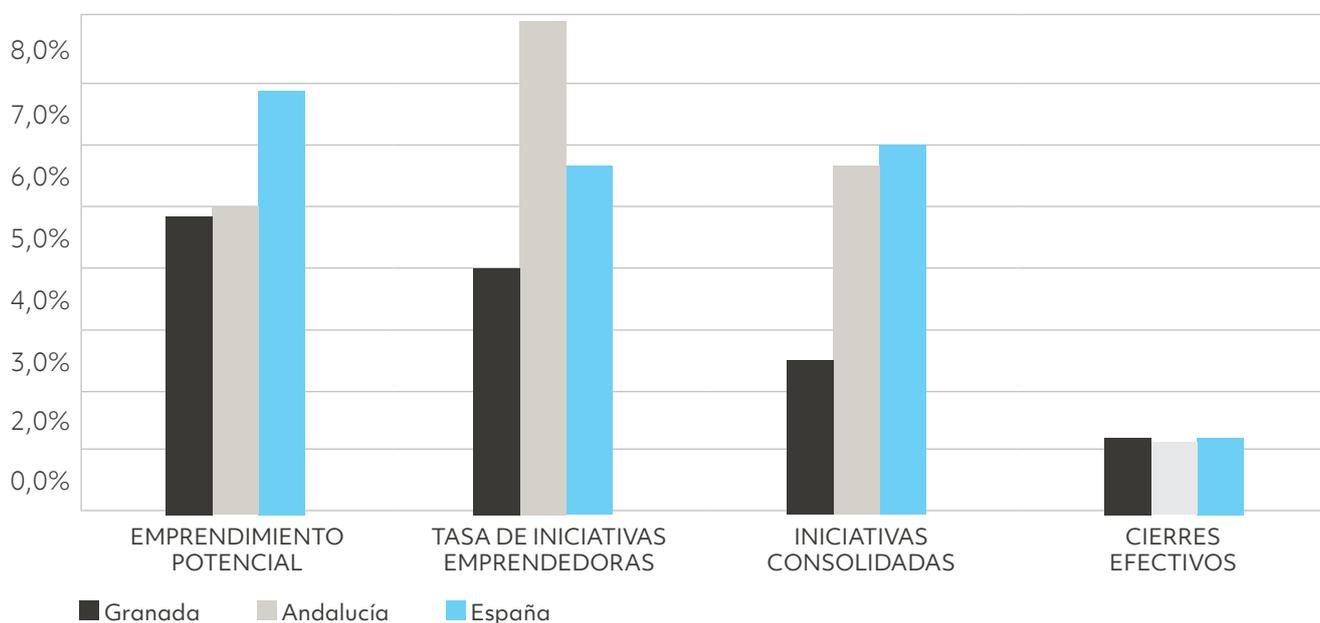


Gráfico 1.1. Comparativa de tasas asociadas al proceso emprendedor en la provincia de Granada, Andalucía y España.

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada y Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

En su conjunto estos datos nos sugieren la necesidad de profundizar en las diferencias con respecto a la media andaluza puesto que en las etapas intermedias del proceso relacionadas con la creación y consolidación de las iniciativas, las tasas granadinas son significativamente inferiores. En este sentido, las características del ecosistema emprendedor granadino que se exponen en el capítulo 6 aportan información relevante al respecto.

En los siguientes epígrafes del capítulo procedemos a explicar con detalle cada una de las tasas del proceso y realizamos comparativas con diferentes territorios regionales y provinciales de Andalucía.

1.3 Las iniciativas emprendedoras TEA. La oportunidad y la necesidad

La tasa de actividad emprendedora (TEA) registrada por GEM en la población de la provincia de Granada de 18 a 64 años de edad es del 5.2% para 2018, lo que significa que algo más de 5 personas de cada 100 en Granada, dijeron estar involucradas en la puesta en marcha y gestión de un nuevo negocio que no supera los 3 años y medio en el pago de salarios. Esta tasa es inferior a la correspondiente a nivel andaluz y nacional para el mismo período, que ascienden al 8.6% y 6.8%, respectivamente, para el año 2018.

Atendiendo a la desagregación de la actividad emprendedora (TEA) en iniciativas en fase de nacimiento (de 0 a 3 meses) y nuevas (de 3 a 42 meses) (Figura 1.1.), los datos

muestran un mayor peso en las segundas (3.2%) frente a las nacientes que no llegan al 2% (1.9%). Comparando con la media andaluza, éstas nuevas duplican al porcentaje granadino llegando al 6.1%.

Para tener una visión más completa de la tasa de actividad emprendedora el gráfico 1.2 muestra la comparativa de la TEA con otras regiones y provincias andaluzas. En este caso, podemos ver que la provincia de Granada se ubica en posiciones intermedias con respecto a otras regiones españolas con tasas muy similares a País Vasco o Castilla La Mancha. En relación al territorio andaluz, presenta una tasa inferior a las tasas de emprendimiento de otras provincias andaluzas como Jaén, Cádiz, Málaga y Sevilla.

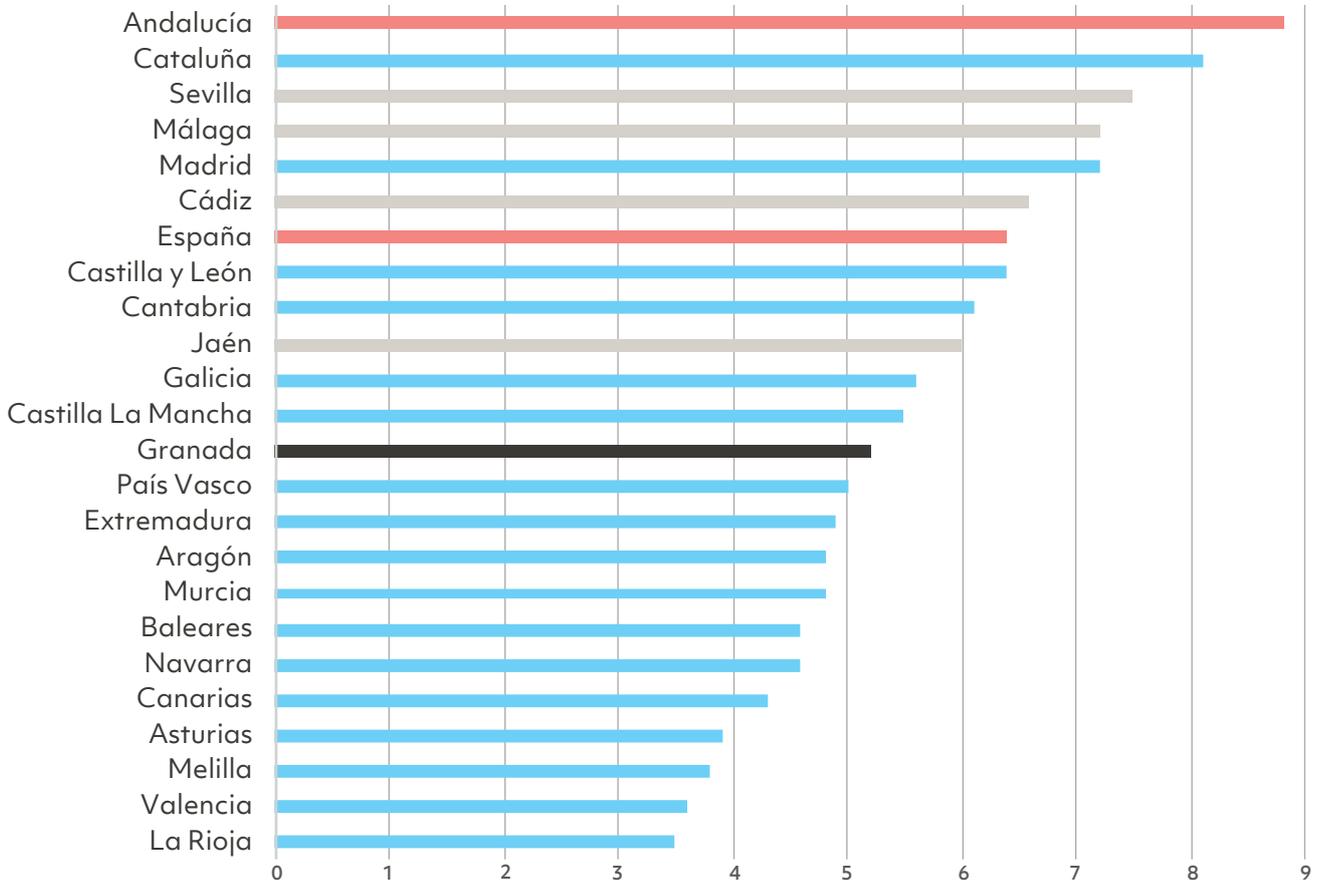


Gráfico 1.2. Comparativa TEA de la provincia de Granada con provincias andaluzas y regiones de españolas.

Fuente: Informes 18/19 GEM España, Andalucía, Sevilla y Málaga.

En cuanto a la naturaleza u origen de las iniciativas, se distinguen las motivaciones por oportunidad y por necesidad. En términos generales, emprender por oportunidad se asocia a identificar una idea de negocio con potencial de mercado y rentabilidad, incluso teniendo un empleo por cuenta ajena. Emprender por necesidad se entiende como una consecuencia de la falta de oportunidades laborales u otras alternativas ocupacionales que le permitan a un individuo generar ingresos personales. En Granada, el 3,2% de las iniciativas emprendedoras son esencialmente por oportunidad y el 1,2% por necesidad (gráfico 1.3). Esto es, que las primeras están dos puntos por encima de las segundas en términos absolutos. La diferencia entre oportunidad y necesidad es más acusada en Andalucía donde la tasa de emprendimiento por oportunidad es casi cuatro puntos superior a la de necesidad, y en España algo más de tres puntos superior.

El gráfico 1.4 permite visualizar el peso relativo del tipo de oportunidad en cada territorio. Así en un 61,7 % de los casos, la actividad emprendedora de Granada se crea, princi-

palmente, para el aprovechamiento de una oportunidad, frente al 23,1% que lo hace por necesidad y el restante por otros motivos. El peso relativo del emprendimiento por oportunidad es mayor en Andalucía (un 65,6% de los casos), y mayor aún en España (70,7%).

Profundizando en las motivaciones que llevan a un individuo a iniciar una actividad empresarial que lo ha hecho por oportunidad, el gráfico 1.5 muestra que en la provincia de Granada el mayor porcentaje corresponde al deseo de conseguir mayor independencia (66,2%), muy por encima de esta motivación en Andalucía y España. El aumento de ingresos (33,8%) es el segundo motivo señalado para emprender por oportunidad en Granada. En Andalucía y España también aparecen otras motivaciones como mantener los ingresos, aunque con menor peso.

En su conjunto, todo lo anterior nos muestra algunas diferencias en la tasa de actividad emprendedora de la provincia de Granada con respecto a la media andaluza y nacional. Además de que la tasa granadina es inferior, también lo son proporcionalmente

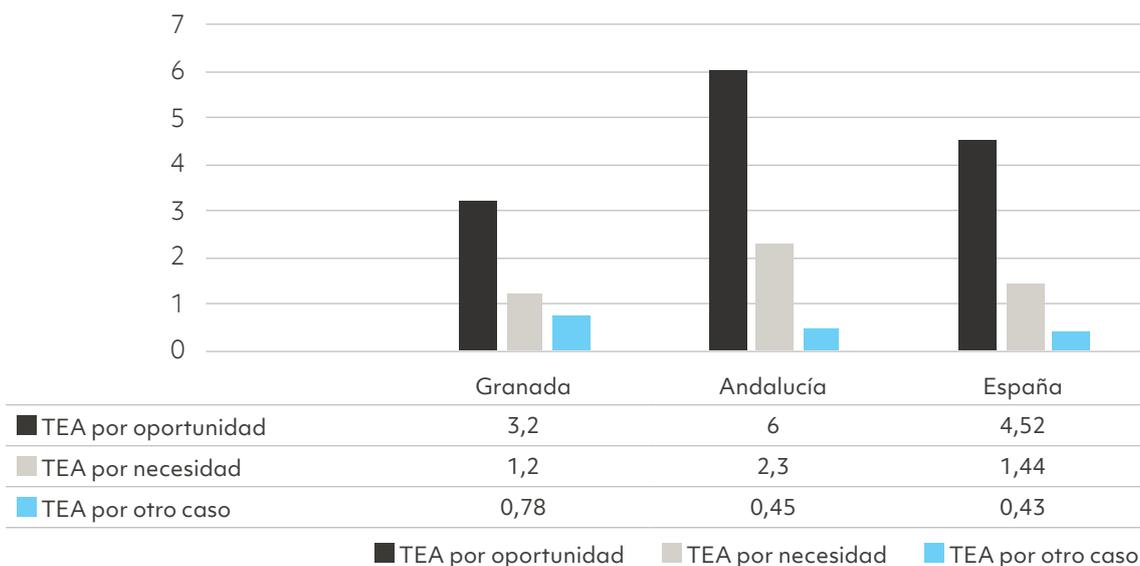


Gráfico 1.3. TEA por motivación en Granada, Andalucía y en España
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada y Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

las iniciativas por oportunidad con respecto a por necesidad, y para las primeras, existe una menor motivación por aumentar los ingresos por parte de la persona que lleva a cabo la iniciativa frente a otras más relacionadas con la búsqueda de independencia.

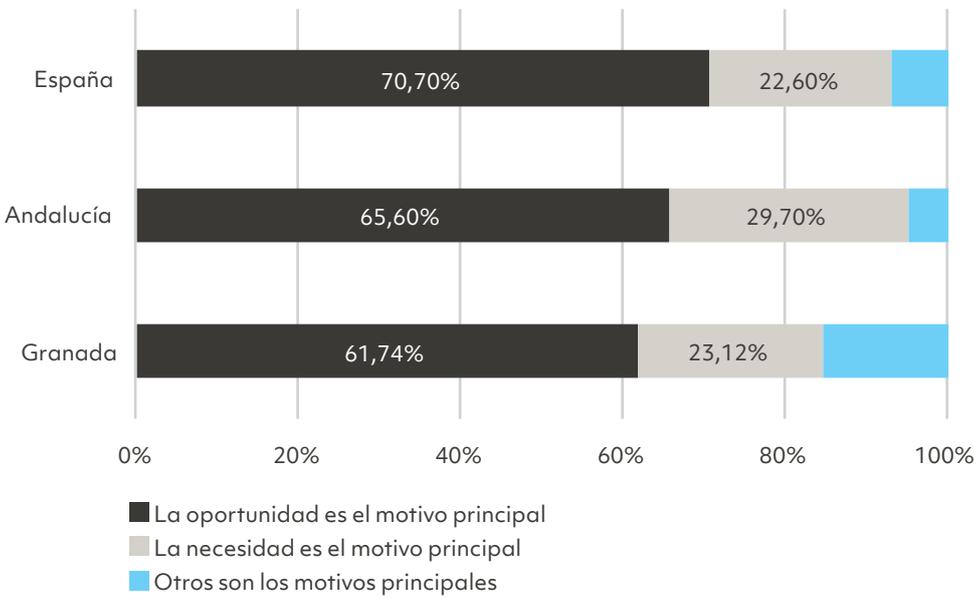


Gráfico 1.4. Distribución de la actividad emprendedora TEA por oportunidad y necesidad en Granada, Andalucía y España

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada y Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

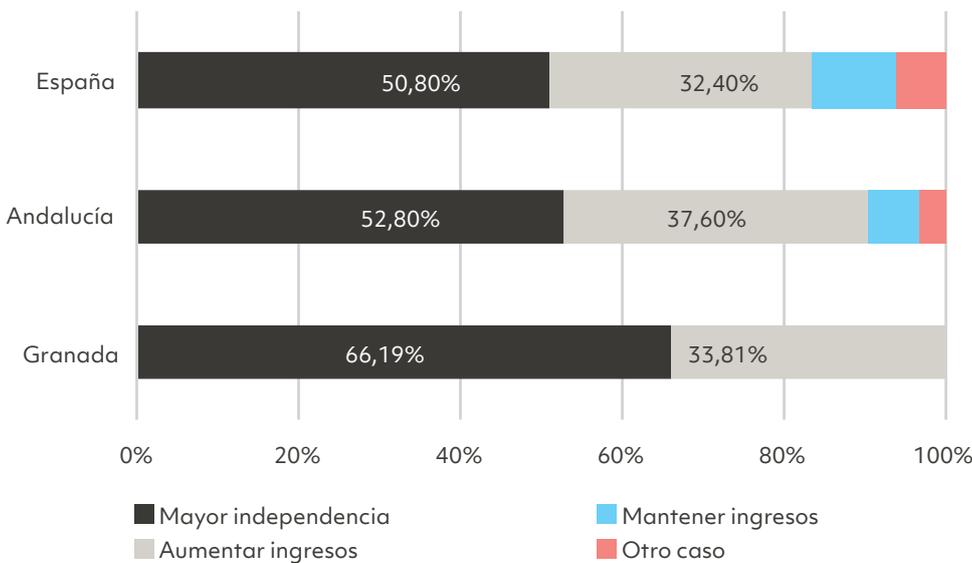


Gráfico 1.5. Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad en Granada, Andalucía y España

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

1.4. El emprendimiento potencial en los próximos tres años

Los emprendedores potenciales son aquellos que esperan acometer la puesta en marcha de un negocio o autoemplearse en los próximos 3 años. Por tanto, se trata de un indicador que permite tener una aproximación de las expectativas de emprendimiento que a medio plazo pueden esperarse para la provincia, así como de la predisposición de la población a ello. En la provincia de Granada, casi 5 personas de cada 100 (4,9%) indica que tiene mente poner un negocio en los próximos años. Este porcentaje es algo inferior a la media andaluza (5,1%) y casi dos puntos por debajo de la media nacio-

nal donde son casi 7 (6.8%) las personas de cada 100 las que afirman que crearán un negocio en el futuro.

En el gráfico 1.6 se muestra la comparación con otras regiones españolas y provincias andaluzas. En el mismo se observa que la intención de emprender en la provincia de Granada se sitúa en niveles relativos bajos, al igual que la media Andaluza. En la zona baja comparte niveles similares a la provincia de Cádiz o al País Vasco.

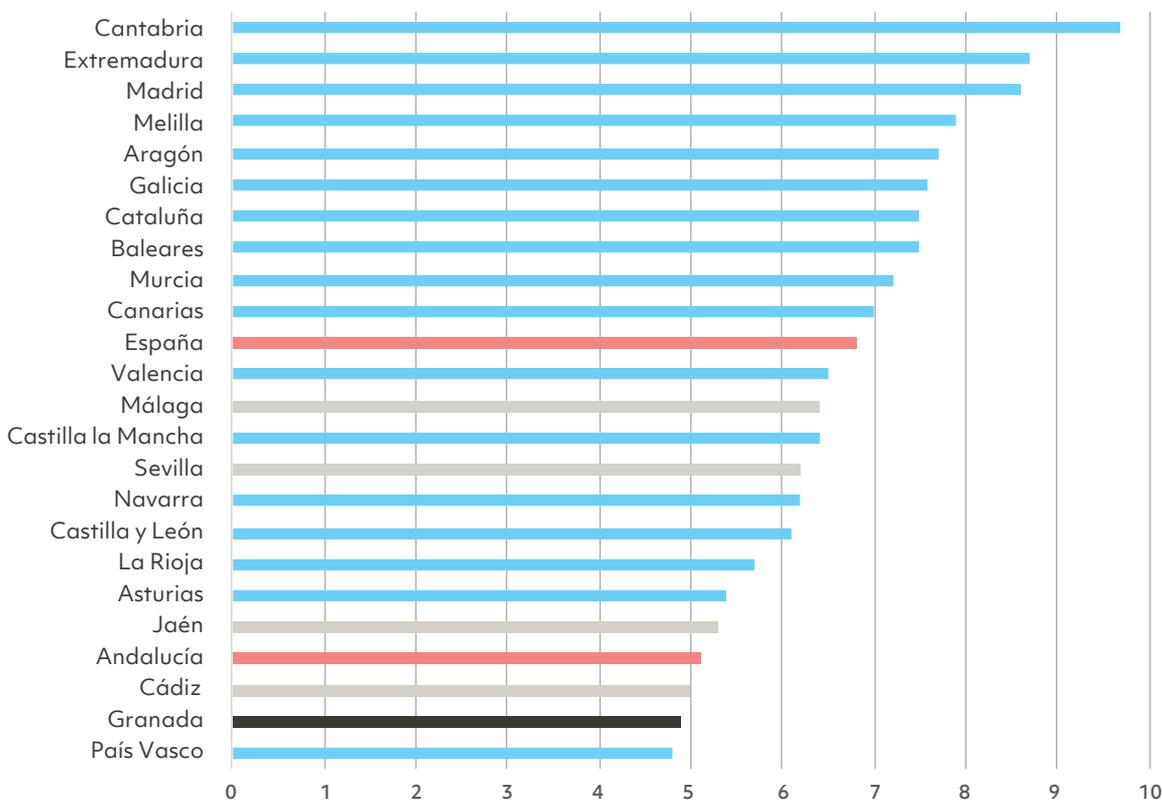


Gráfico 1.6. Comparativa tasa de iniciativas potenciales de la provincia de Granada con provincias andaluzas y regiones de españolas.

Fuente: Informes 18/19 GEM España, Andalucía, Sevilla y Málaga.

1.5. Las iniciativas consolidadas

Considerando el porcentaje de personas involucradas en iniciativas consolidadas, es decir, aquéllas que continúan operativas en el mercado tras haber pasado la barrera de los 42 meses o 3 años y medio pagando salarios, el gráfico 1.7 muestra en Granada un porcentaje del 2,4% en 2018. Este dato es significativamente inferior a la media andaluza del 5,7% y de la nacional del 6,1%.

En la comparativa regional, las provincias andaluzas se sitúan en la parte baja y Granada tiene una tasa similar de consolidación a Cádiz o las Islas Baleares. Esto puede ser indicativo de una mayor dinámica de creación y traspaso o cierre de las iniciativas creadas,

siendo solo un 2,4% las que pasan la fase inicial. Sin duda, es una tasa que requerirá de un seguimiento en sucesivas ediciones del informe y cuyo comportamiento deberá analizarse con mayor profundidad también en relación a la tasa de abandonos y cierres efectivos.

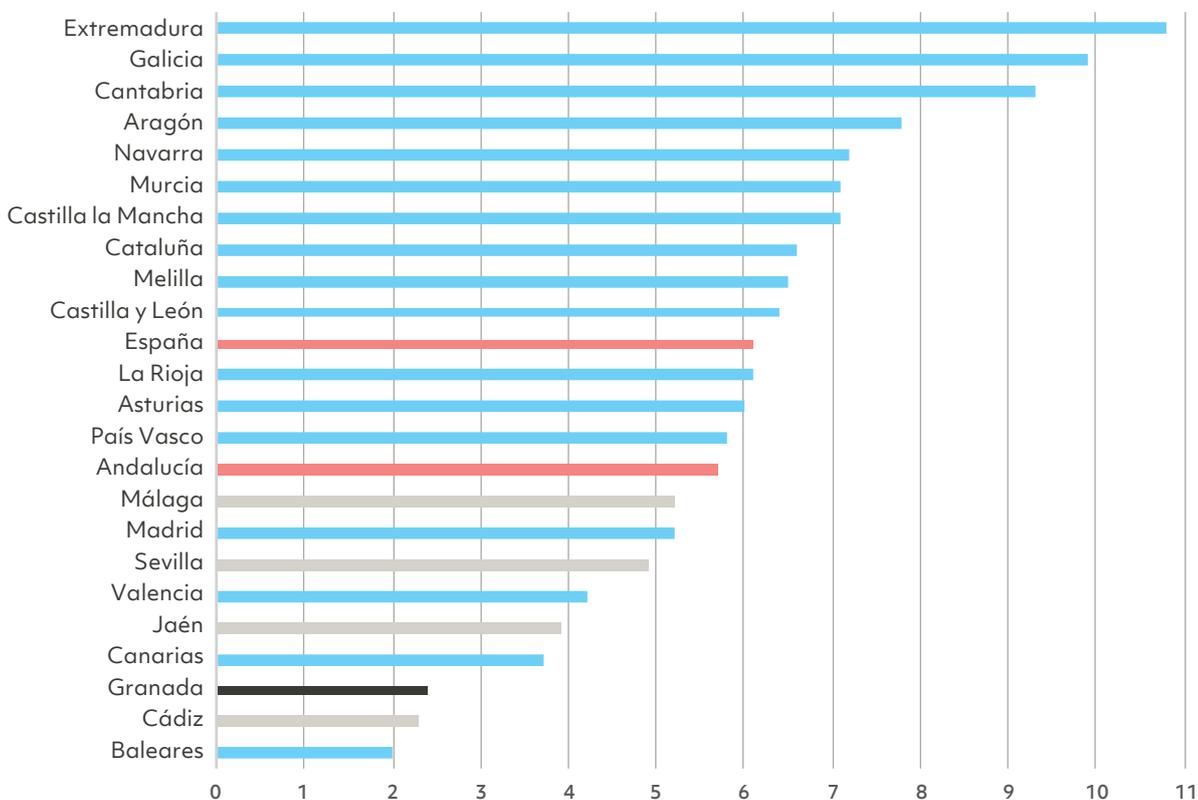


Gráfico 1.7. Comparativa tasa de iniciativas consolidadas de la provincia de Granada con provincias andaluzas y regiones de españolas.

Fuente: Informes 18/19 GEM España, Andalucía, Sevilla y Málaga.

1.6. Las iniciativas abandonadas y cerradas

Las empresas que se abandonan o cierran son un dato relevante para conocer la dinámica empresarial. En el caso de Granada, el indicador de abandono o traspaso es del 1,6%, es decir, han cambiado de propiedad o se han cerrado de manera definitiva. Si consideramos exclusivamente los cierres efectivos, un 1,2% de las iniciativas han cerrado en los últimos 12 meses, un dato muy similar al de Andalucía y España. Esto significa que un 26,9% de los abandonos se deben a cambios de propiedad, deseo de desvinculación, o bien por la oportunidad de la venta del negocio y no por una clausura definitiva (figura 1.2.)

Entrando en los detalles de los motivos que conducen al abandono o cierre de una iniciativa en Granada, el gráfico 1.8 refleja que el principal motivo es la falta de rentabilidad (el 74,7% de los casos) y en menor medida los problemas para conseguir financiación (12,7%). El 12,6% restante se achaca a otras razones no especificadas. Es significativo que la falta de rentabilidad tenga un peso tan acusado en los abandonos de las iniciativas granadinas en comparativa con la media andaluza que está en un 53,8% y muy por debajo, la media nacional en un 39,8%. En otros territorios aparecen motivos relacionados con cuestiones personales o la apari-

ción de trabajo o nuevas oportunidades que incluso tienen más peso que los problemas de financiación que indican los granadinos.

El gráfico 1.9 muestra la comparativa regional y provincial de la tasa de cierres efectivos. Dentro del panorama andaluz, Jaén muestra la tasa más baja provincial y Sevilla la más elevada. En relación a la comparativa regional, Granada tiene una tasa de cierres similar a Murcia y Navarra que también comparten el dato equivalente a la media nacional.

1.7. Las iniciativas de intraemprendimiento

Como dato complementario al proceso emprendedor, el observatorio GEM ofrece desde hace unos años la tasa de intraemprendimiento asociada al porcentaje de población que participa en en la creación de empresas dentro de empresas existentes. En el caso de Granada, un 2% de las personas encuestadas indicaron haber formado parte de alguna iniciativa de intraemprendimiento, estando en el mismo valor que la tasa andaluza y algo superior a la de España que se sitúa en un 1,7%.

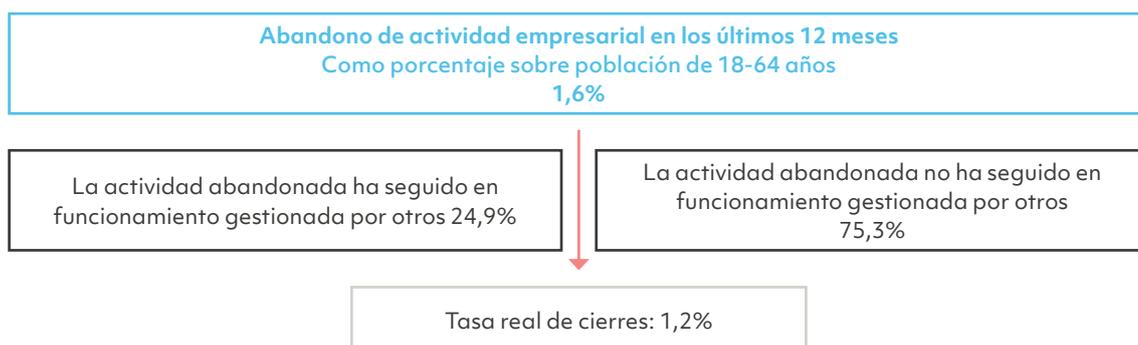


Figura 1.2. Abandono de iniciativas y tasa de cierres en Granada en los 12 meses anteriores

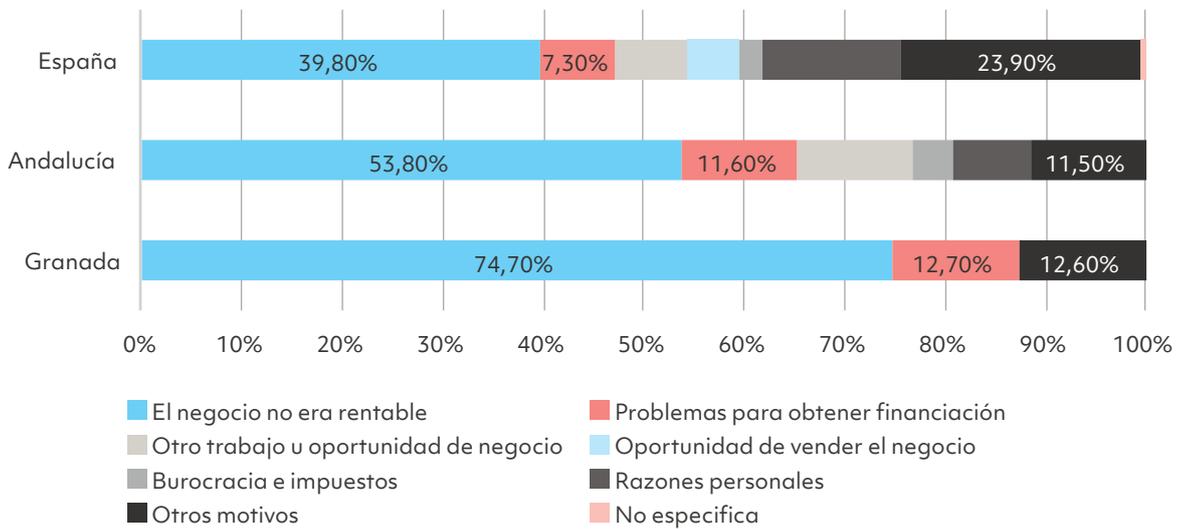


Gráfico 1.8. Motivación del abandono empresarial

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

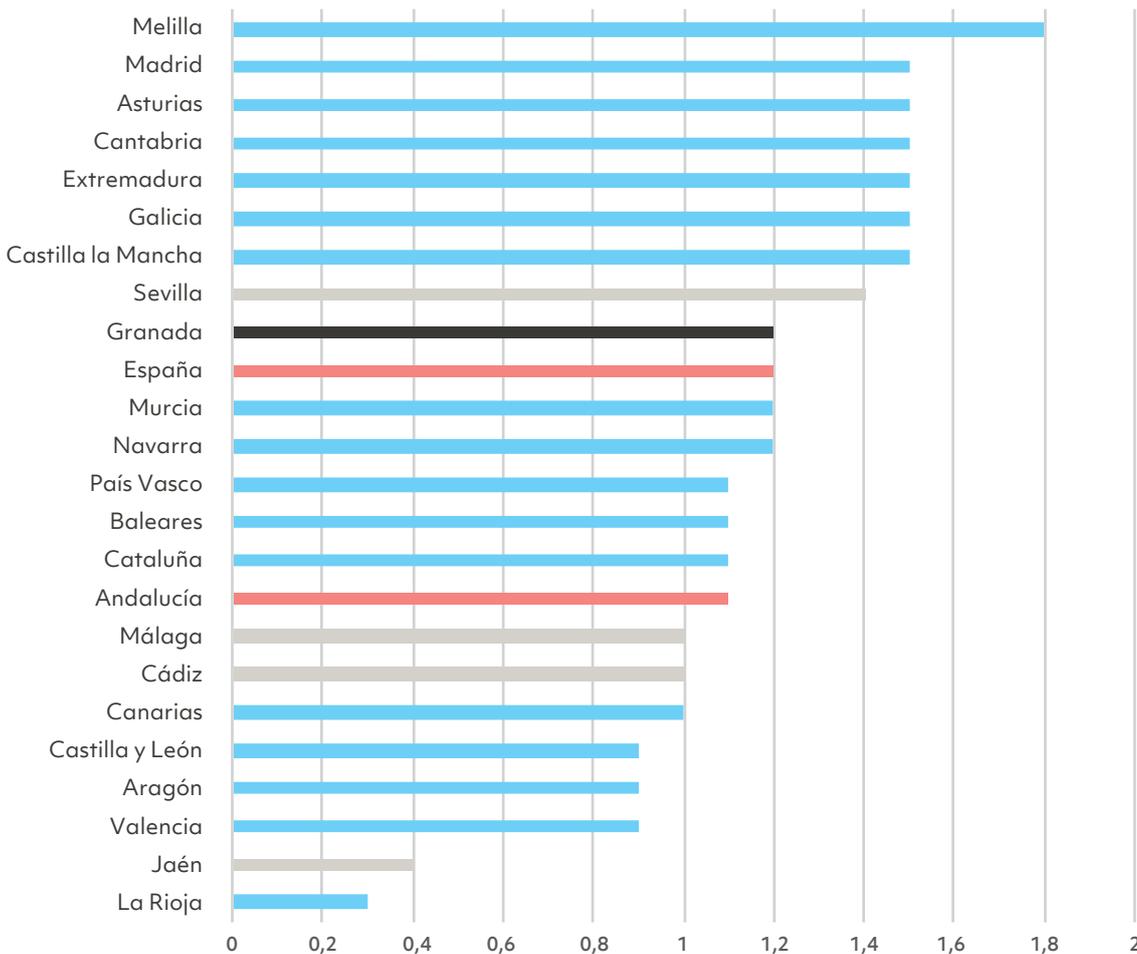


Gráfico 1.9. Comparativa tasa de cierres efectivos de la provincia de Granada con provincias andaluzas y regiones de españolas.

Fuente: Informes 18/19 GEM España, Andalucía, Sevilla y Málaga.

Capítulo 2 / El capital semilla y el papel de los inversores informales en la provincia de Granada

2.1

Introducción

El proceso emprendedor se compone de una serie de acciones que empiezan con la identificación de oportunidades y se cierran con la obtención de los primeros beneficios. En este capítulo nos centramos en un aspecto clave del proceso emprendedor: la consecución de los recursos financieros necesarios para la explotación de las oportunidades identificadas. Ahondaremos en aspectos referentes tanto a la demanda como a la oferta de financiación.

Conseguir financiación en los primeros meses de vida constituye un factor clave para la supervivencia y el desarrollo de cualquier iniciativa emprendedora. Salvo en contadas ocasiones, los emprendedores ponen en marcha sus iniciativas en condiciones de escasez y la adquisición de los recursos financieros necesarios constituye uno de los retos más importantes a los que se enfrentan en el proceso emprendedor. Las iniciativas en fases más tempranas son las que presentan mayor incertidumbre para los potenciales inversores y suelen ser las que tienen mayores dificultades para acceder a financiación.

Por ello, a continuación, nos centramos en las características de la demanda de financiación de las iniciativas granadinas en fase naciente – aquellas que llevan menos de tres meses pagando salarios y operando en el mercado. Concretamente, presentamos los niveles de capital semilla requeridos por las iniciativas nacientes en Granada en el año 2018, los niveles de financiación proporcionados por los inversores y, por último, las características socio-demográficas de los inversores informales granadinos.

2.2. Financiación de las iniciativas emprendedoras en Granada: capital semilla

El capital semilla se corresponde con los fondos necesarios para la financiación de un proyecto empresarial en fase inicial que, para el proyecto GEM, se considera hasta los tres primeros meses. De media, los negocios nacientes granadinos requieren de 41.093,21 euros en concepto de capital semilla. Esta suma es aproximadamente un 7% inferior a la media andaluza y más de dos veces inferior a la media nacional. Estos datos sugieren que las empresas nacientes suelen ser más pequeñas en el contexto local que en el nacional, pero muy cercanas a la media andaluza. La desviación típica registrada en el contexto local es sin embargo más reducida tanto que a nivel na-

cional como a nivel andaluz, indicando más homogeneidad entre iniciativas locales. Esta característica se ve respaldada por los demás estadísticos descriptivos de la muestra que se presentan en la tabla 2.1.

Mientras en Granada la inversión más cuantiosa se sitúa en 100.000 euros, a nivel regional y nacional está en 200.000 y 12.000.000 de euros, respectivamente, muy alejados de la media. El valor de la mediana es muy cercano al de la media en el caso de las empresas nacientes de Granada y significativamente superior al registrado para las empresas andaluzas y españolas en su conjunto, sugiriendo de nuevo un mayor grado de homogeneidad entre las primeras que entre las otras en lo que concierne las necesidades de financiación.

No obstante, la cantidad de inversión más frecuentemente requerida por los negocios nacientes granadinos es de 50.000 euros, cifra que coincide con la registrada a nivel nacional. Por percentiles, antes del percentil 30, las necesidades de financiación locales suelen ir acompañadas con las registradas a nivel regional y nacional. Sin embargo, a partir del percentil 30 y hasta el 90, las empresas granadinas registran de forma sistemática mayores necesidades de inversión que a nivel regional y nacional.

En su conjunto, estos datos sugieren que tanto a nivel andaluz como nacional nos encontramos con necesidades de financiación más

2.3. Inversión privada informal en actividades emprendedoras. Perfil del inversor informal en Granada

reducidas que en Granada, en la mayoría de los casos. Sin embargo, la media de financiación más reducida de las iniciativas granadinas se ve explicada por la existencia de más proyectos de gran envergadura, tanto a nivel nacional como andaluz que en Granada. Las empresas granadinas nacientes parecen constituir un grupo más homogéneo en términos de necesidades de financiación que las andaluzas o españolas.

Los inversores informales que considera el proyecto GEM son aquellos individuos que han invertido en negocios en los últimos tres años, siendo ajenos previamente a dichos negocios y sin valerse de un mecanismo institucional, a cambio de una participación en el capital de la empresa.

En este apartado buscamos caracterizar la participación de la población granadina

	GRANADA	ANDALUCÍA	ESPAÑA
Media	41.093,21	44.153,62	85.803,82
Mediana	40.213,25	25.000,00	20.000,00
Moda	50.000,00	10.000,00	50.000,00
Desviación típica	34.854,61	54.743,50	410.532,63
Mínimo	3.000,00	600,00	100,00
Máximo	100.000,00	200.000,00	12.000.000,00
Percentiles 10	3.000,00	3.756,60	3.000,00
20	6.752,64	10.000,00	5.000,00
30	14.246,04	10.000,00	8.000,00
40	26.869,07	15.000,00	12.000,00
50	40.213,25	25.000,00	20.000,00
60	50.000,00	30.000,00	30.000,00
70	50.000,00	50.233,32	40.000,00
80	80.767,53	60.000,00	50.000,00
90	n.d.	150.000,00	100.000,00

Tabla 2.1. Capital semilla para proyectos de negocio nacientes (hasta 3 meses)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

adulta (18-64 años) en el proceso emprendedor en calidad de inversor informal.

Un 3,37% de los granadinos ha invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años anteriores a 2018 (Tabla 2.2). Esta proporción está un punto por encima de la registrada a nivel andaluz y ligeramente inferior a la nacional. La participación de los granadinos en los negocios no se resume a proporcionar financiación. También un 2,58% aporta, entre otras cosas, conocimiento y contactos, generando así valor añadido al negocio. Esta participación es de nuevo superior a la encontrada a nivel anda-

luz, e inferior a la encontrada en el nivel nacional.

Ahondando en las características de la financiación ofrecida por la población granadina en 2018, encontramos que la cantidad media proporcionada es de 10.257 euros, un 37% por debajo de la media de los últimos tres años en España y un 28% de la de Andalucía. La cantidad que con más frecuencia se financia es de 3.000 euros; la mitad de los inversores ofrecen financiación por valores comprendidos entre 1.800 y 3.150,11 euros, mientras que la otra ofrece financiación por valores comprendidos entre 3.150,1 y 40.000 euros.

	GRANADA	ANDALUCÍA	ESPAÑA
Ha actuado como inversor informal o inversor a título privado	3,37%	2,38%	3,84%
Inversores informales que han aportado valor al negocio...	2,58%	1,90%	3,07%
Cantidad media de financiación proporcionada en los últimos 3 años	10.257	14.328	16.220
Cantidad de financiación proporcionada (mediana)	3.150,11	4.078,52	6.000,0
Cantidad de financiación proporcionada (moda)	3.000	3.506	3.000
Cantidad mínima de financiación proporcionada	1.800	1.169	100
Cantidad máxima de financiación proporcionada	40.000	70.115	600.000
Desviación típica	12.106,05	20.700,97	n.d.

Tabla 2.2. Inversión privada informal en negocios emprendedores

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

Poniendo en relación estos datos de fondos aportados por los inversores informales (Tabla 2.2.) con los que hemos visto en el apartado anterior (Tabla 2.1), encontramos que, aunque las necesidades de financiación de gran parte de las iniciativas nacientes granadinas son superiores a la media andaluza y nacional (percentiles de 30 a 90), la disponibilidad media de financiación informal es significativamente más reducida. Esta situación podría sugerir que los negocios nacientes granadinos se podrían enfrentar a mayor escasez de financiación informal. No obstante, necesitamos más información para poder extraer tales conclusiones porque, aunque las cantidades aportadas individualmente por los inversores informales son más reducidas, se podrían ver compensadas si realizan inversiones conjuntas.

Por último, buscando conocer mejor al inversor privado granadino, en la tabla 2.3. presentamos sus características socio-demográficas. En la mayoría de los casos se trata de un hombre (70,78%), con estudios medios (58,57%), que trabaja (59,08%) y que realiza inversiones únicamente en negocios de familiares directos (59,08%) y amigos y vecinos (35,79%).

El perfil del inversor privado medio andaluz se diferencia del granadino en que hay una mayor participación de las mujeres (aproximadamente un 14% más), de personas con nivel de estudios alto (casi un 18% más), que trabajan (más de un 10% más) y que realizan inversiones en negocios que pertenecen a distintos grupos sociales, aunque al igual que el granadino, invierten principalmente en negocios de familiares directos y amigos y vecinos. En cuanto a sus percepciones, destaca una menor aversión al riesgo del inversor granadino frente al andaluz.

	GRANADA	ANDALUCÍA
Sexo	%	%
Hombre	70,78	56,80
Mujer	29,22	43,20
Estudios	%	%
Bajo	17,96	25,80
Medio	58,57	33,00
Alto	23,48	41,20
Renta	%	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	35,41	33,80
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	11,70	31,10
Tercio superior (más de 2.400 euros)	23,82	35,10
NS / NC	29,07	0,00
Situación Laboral	%	%
Trabaja	59,08	70,00
Otros casos	40,92	30,00
Relación con el emprendedor	%	%
Familia directa	64,21	53,80
Otros familiares	0,00	5,10
Compañeros de trabajo	0,00	4,50
Amigos o vecinos	35,79	32,70
Personas sin relación previa	0,00	1,70
Otros	0,00	2,20
Opina que	%	%
Hay buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	29,49	30,9
Tiene conocimientos y habilidades para emprender	52,69	63,3
No teme al fracaso	58,49	34,2
Conoce a algún emprendedor	58,98	66,3

Tabla 2.3. Perfil del inversor privado en Granada y Andalucía en 2018
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informe 18/19 GEM Andalucía.

Capítulo 3 / Las características de las iniciativas emprendedoras en la provincia de Granada

3.1

Introducción

En este capítulo realizamos una caracterización de las iniciativas emprendedoras entendidas como las que no superan los tres años y medio de vida en la provincia de Granada. Consideramos datos de su distribución por sector de actividad, tamaño empresarial, potencial de crecimiento, nivel de desarrollo tecnológico, grado de innovación, nivel de internacionalización y grado de competencia al cual se enfrentan en el mercado. En cada uno de estos aspectos realizamos comparaciones con la distribución de las iniciativas emprendedoras a nivel andaluz y nacional.

3.2.

Sector de actividad

El gráfico 3.1 muestra que las iniciativas emprendedoras granadinas siguen pautas de distribución sectorial muy parecidas a las andaluzas y nacionales: los sectores de actividad

que más empresas congregan son el orientado al consumo y los servicios a empresas. El dato que marca mayor diferencia entre las empresas granadinas y las andaluzas y nacionales es

la mayor presencia de nuevas empresas en el sector extractivo. El sector servicios a empresas también registra diferencias más pronunciadas: está infrarrepresentado entre las empresas granadinas (25,03%) en comparación con las españolas (34,10%), aunque no dista mucho de las andaluzas (28,20%).

Como información sectorial complementaria, el gráfico 3.2 muestra las iniciativas clasificadas

en sectores tecnológicos de alta, media y baja tecnología. En el caso de la provincia de Granada, un 3,9% de las iniciativas están en el sector de base tecnológica alta, y un 3,8% son de base tecnológica media. Comparando con la media andaluza, el porcentaje de empresas de base tecnológica alta es un 1,8 más alto en Andalucía, situándose en el 5,5%. Por el contrario, en base tecnológica media, Andalucía se sitúa en un porcentaje algo inferior (3,6%).

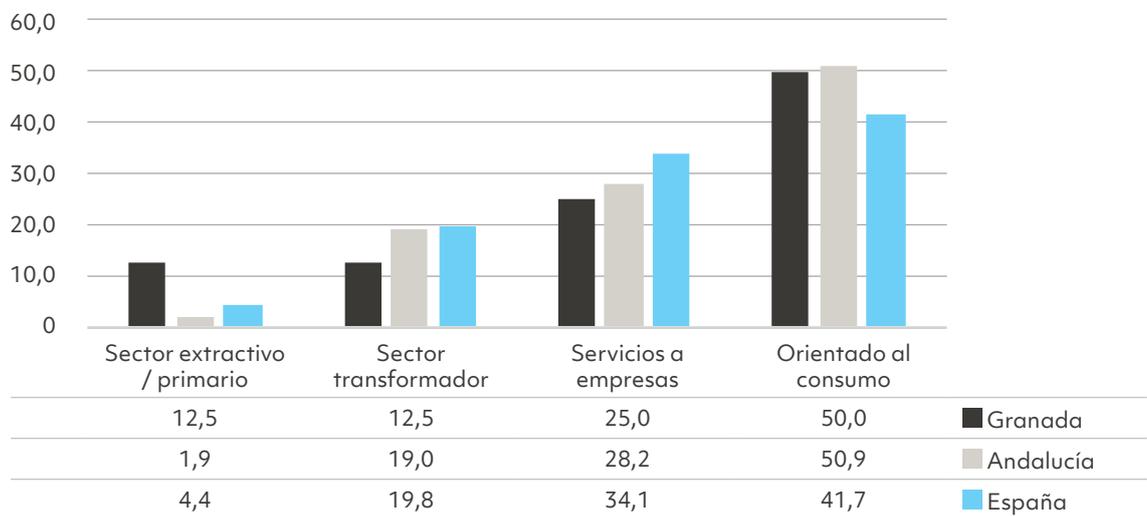


Gráfico 3.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

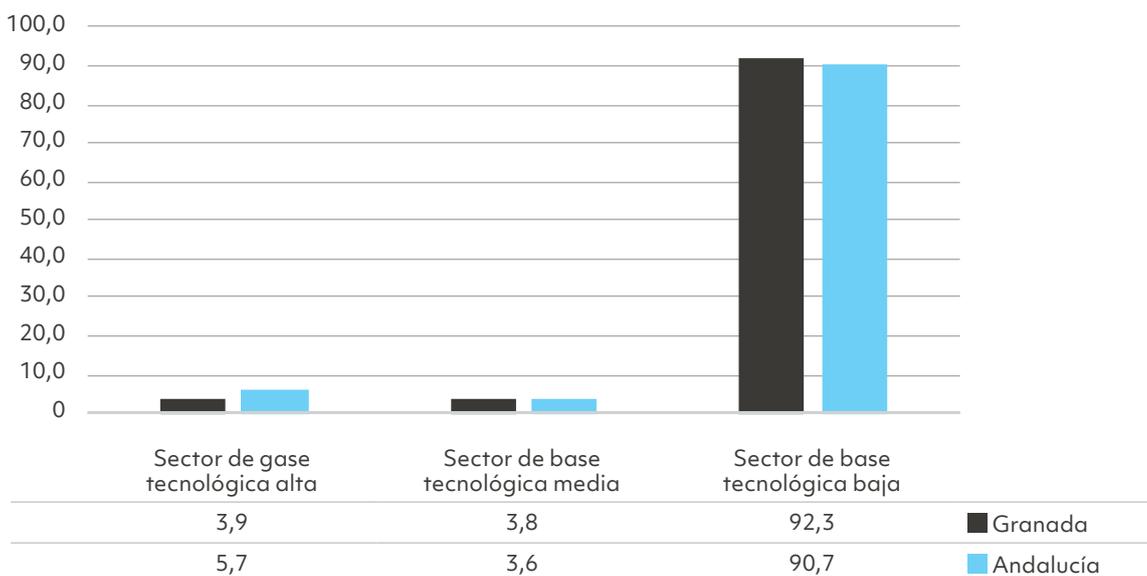


Gráfico 3.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras en sectores tecnológicos (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada y Andalucía.

3.3. Dimensión de las iniciativas y expectativas de crecimiento

Considerando la dimensión de las iniciativas emprendedoras, el gráfico 3.3 muestra la distribución en función del número de empleados. Se comprueba que el 89% de las iniciativas tienen menos de 5 empleados, es decir, son microempresas, porcentaje inferior al caso andaluz con un 93,3% de las iniciativas y un 91,1% en España. El número de emprendedores que no generan ningún empleo es significativamente más reducido en Granada (39,24%) que en Andalucía (57,90%) o España (51,10%). Mientras que a nivel nacional y andaluz encontramos iniciativas emprendedoras con 20 o más empleados (2,30% y 1,7%, respectivamente), la totalidad de las granadinas tienen menos de 20 empleados. Sin embargo, las nuevas empresas de Granada parecen generar proporcionalmente más empleo que las andaluzas y nacionales en los tramos comprendidos entre 1 y 20 empleados. En resu-

men, la categoría de empresas más numerosa en Granada es aquella que genera entre 1 y 5 empleados, mientras que a nivel andaluz y nacional es la de emprendedores que no generan ningún empleo.

Sin embargo, desde la perspectiva de la creación de empleo en el futuro, los emprendedores granadinos se muestran más pesimistas que los andaluces y españoles (gráfico 3.4). La mayor parte de ellos (34,77%) no esperan generar empleo en los próximos años. Aunque no muy lejana a la expectativa andaluza (31,90%), esta proporción está casi 9% por encima de la que encontramos a nivel nacional.

En los tramos superiores la situación se invierte: un 19,27% de los nuevos emprendedores granadinos esperan generar más de 6

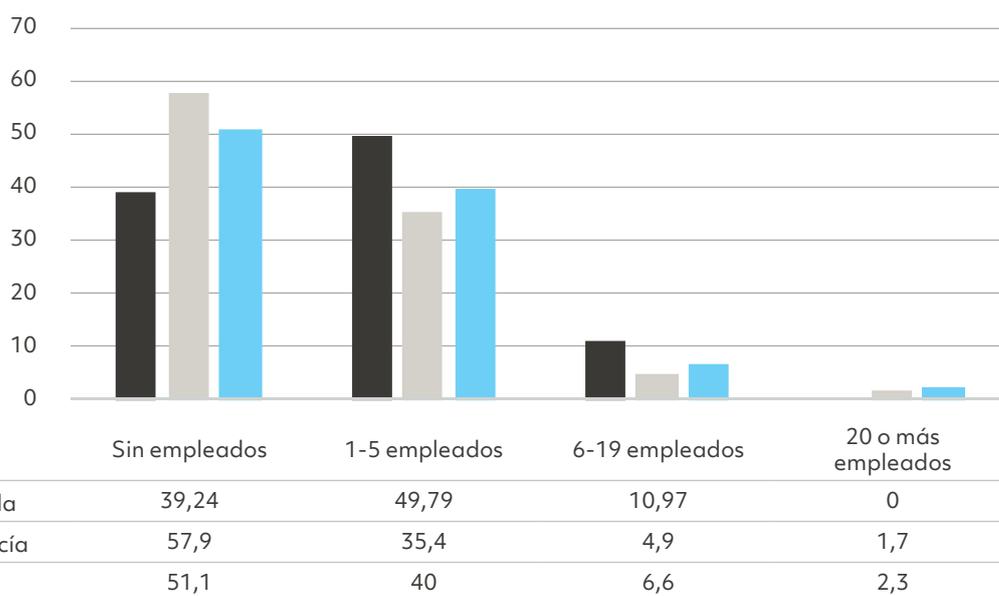


Gráfico 3.3. Distribución de las iniciativas emprendedoras según el número de empleados (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

empleos en los próximo cinco años, frente al 8,80% andaluz y 13,40% nacional.

Estos datos conservadores se complementan con la información que se presenta en el gráfico 3.5 sobre las expectativas de expansión, donde un 73,4% de las iniciativas no parecen tener expectativas de expansión.

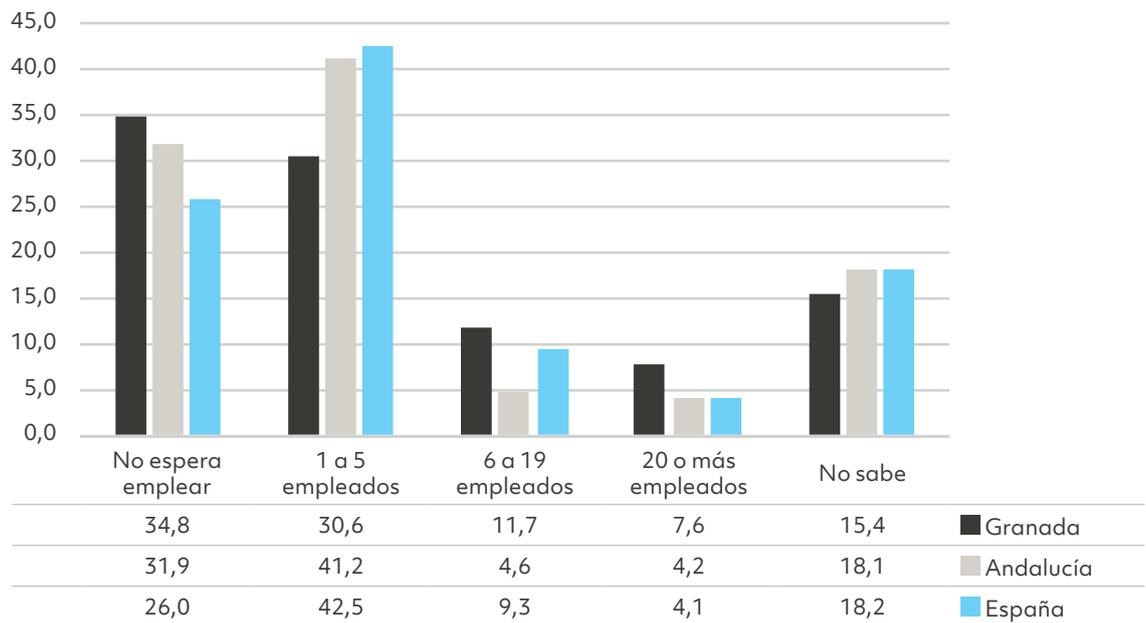


Gráfico 3.4. Distribución de las iniciativas emprendedoras por la expectativa de crecimiento a cinco años (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

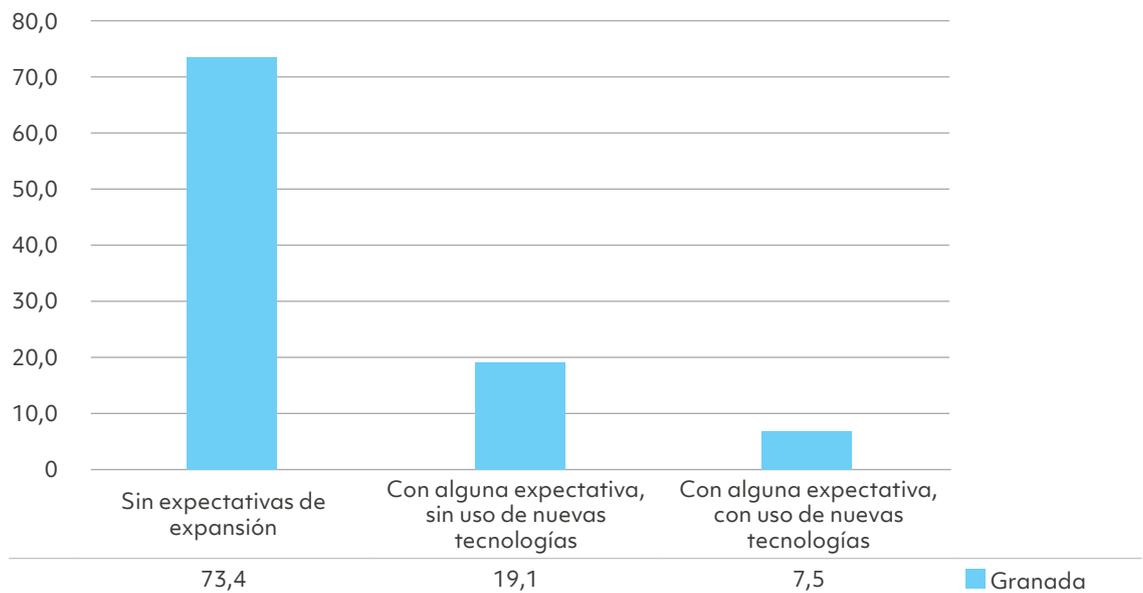


Gráfico 3.5. Distribución de las iniciativas emprendedoras por la expectativa de expansión (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada.

3.4. Orientación a la innovación

El informe GEM evalúa el grado de innovación de las iniciativas emprendedoras desde la perspectiva del cliente: la medida en la que los productos y servicios de la empresa son innovadores en el mercado. Desde esta perspectiva, la actividad emprendedora en Granada parece incorporar un grado de innovación bastante más reducido que a nivel andaluz o nacional. Un 80,83% de los emprendedores granadinos indican que los productos y servicios que comercializan no son innovadores (gráfico 3.6). Aunque en general, la proporción de empresas que se consideran completamente innovadoras es reducida en todos los contextos, en Granada es aproximadamente un 30% y un 40% más pequeña que en Andalucía y España, respectivamente. Estas diferencias se vuelven más marcadas aún en el caso de los productos y servicios que son innovadores en parte.

3.5. Nivel de competencia en el mercado

El nivel más bajo de innovación de las iniciativas emprendedoras granadinas puede constituir parte de la explicación del mayor nivel de competencia que perciben enfrentar en los mercados que operan en comparación con las iniciativas regionales y nacionales. En el gráfico 3.7 se observa que el 77,04% de los emprendedores de Granada perciben mucha competencia en sus mercados, frente al 62,5% de los andaluces o al 58% del conjunto nacional. Por otra parte, la proporción de empresas que parecen no tener competencia alguna es muy similar entre Granada, Andalucía y España.

3.6. Uso de nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías desempeñan un papel clave a la hora de mejorar la productividad de los procesos empresariales y favore-

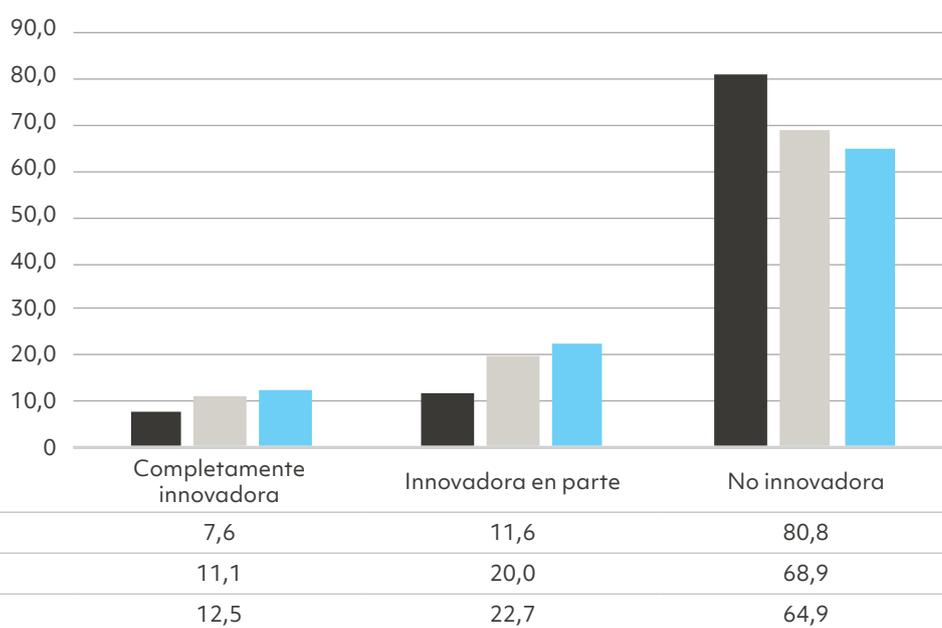


Gráfico 3.6. Distribución de las iniciativas emprendedoras por el grado de novedad de sus productos y servicios (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

cer el desarrollo de innovaciones. El grado de incorporación de las nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras se mide en el observatorio GEM mediante la antigüedad de la tecnología empleada. Tal como podemos observar en el gráfico 3.8, este aspecto constituye una asignatura pendiente para la población emprendedora granadina, que

en su gran mayoría (80,77%) utiliza tecnología con una antigüedad superior a los cinco años. Aunque esta cifra es muy similar a la andaluza (77,60%), está aproximadamente 10 puntos por encima de la media nacional. Esta diferencia está provocada no tanto por aquellos que usan la tecnología más novedosa (que es de esperar que no sean nume-

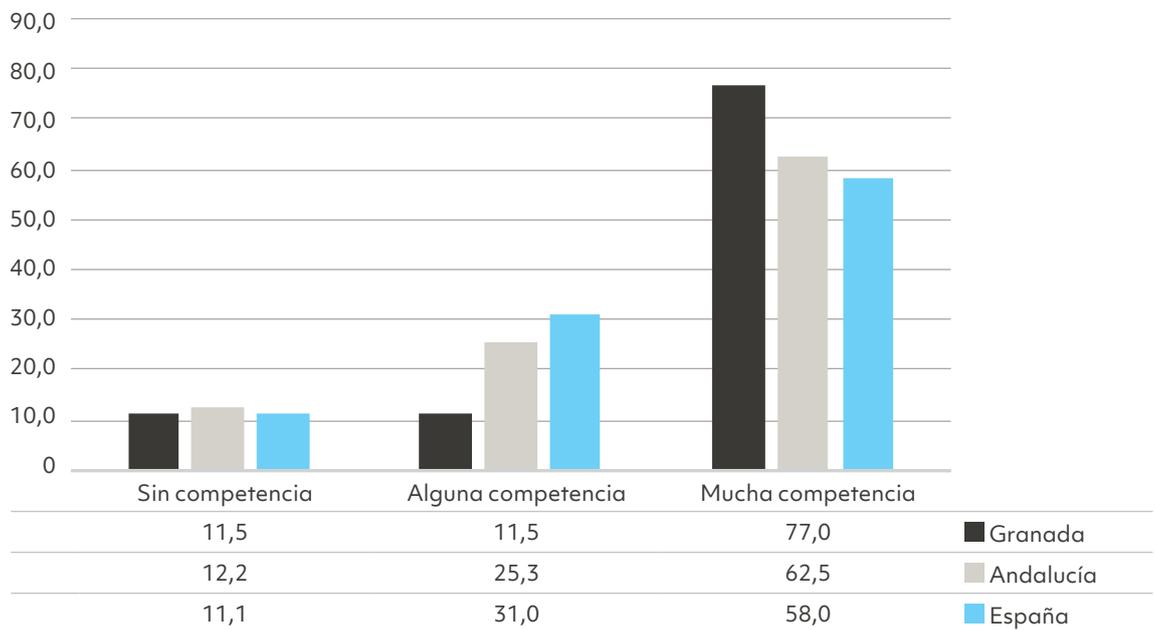


Gráfico 3.7. Distribución de las iniciativas emprendedoras según la competencia percibida en el mercado (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

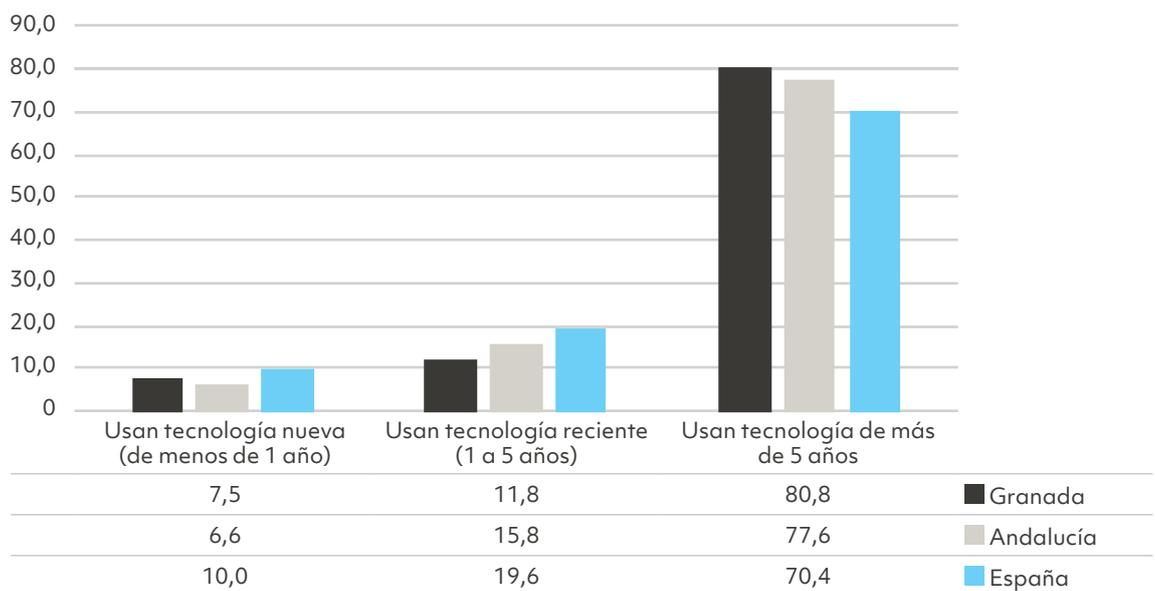


Gráfico 3.8. Distribución de las iniciativas emprendedoras según la antigüedad de las tecnologías utilizadas (%)

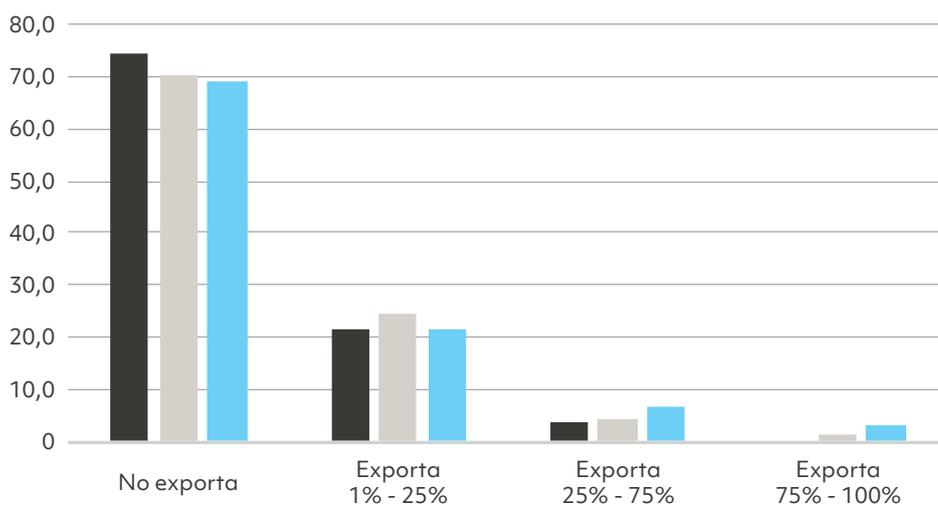
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

3.7. Orientación internacional

rosos, dado el coste más elevado de estas tecnologías), sino por aquellos que utilizan la tecnología reciente. Llama la atención que, tratándose de empresas creadas en los últimos tres años y medio, tan pocas incorporen tecnología reciente.

La internacionalización de las iniciativas emprendedoras granadinas sigue las mismas pautas de las andaluzas y españolas, aunque con un desempeño ligeramente inferior tanto a Andalucía como al conjunto nacional. Ninguna iniciativa emprendedora nacida en Granada obtiene más del 75% de sus ingresos de exportaciones, frente al 1,50% de las andaluzas y 2,90% de las españolas. Tres de cada cuatro de las nuevas empresas granadinas no realizan ninguna actividad de exportación.

En su conjunto, la información presentada más arriba sugiere que las medidas de apoyo a la actividad emprendedora en Granada deberían estar orientadas a impulsar la innovación, la integración de nuevas tecnologías y la internacionalización, ámbitos en los cuales los nuevos negocios locales presentan indicadores de desempeño inferiores a la media nacional y regional.



■ Granada	74,8	21,3	3,9	0,0
■ Andalucía	70,2	24,3	4,0	1,5
■ España	69,3	21,4	6,4	2,9

Gráfico 3.9. Distribución de las iniciativas emprendedoras según su orientación internacional (%)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

Capítulo 4 / El perfil emprendedor, el potencial y el que abandona en la provincia de Granada

4.1 Introducción

En este capítulo del informe se aborda el perfil socio económico medio de los individuos que residen en la provincia de Granada y están involucrados en una iniciativa emprendedora de no más de tres años y medio (que denominamos emprendedor). Para tener una visión más completa, esta descripción se completa con el perfil de los emprendedores que han abandonado una iniciativa en los últimos doce meses y de los “emprendedores potenciales”, que son aquellos que tienen en mente la idea de poner en marcha un negocio o autoemplearse en los próximos 3 años.

Las variables consideradas para cada tipo de emprendedor son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta y la situación laboral. En el epígrafe final de este capítulo realizamos una comparación entre los perfiles de los emprendedores granadinos, andaluces y españoles en 2018.

4.2. Perfil del emprendedor TEA

Los datos presentados en la tabla 4.1 nos permiten realizar un perfil socio-demográfico de aquellos emprendedores cuyos negocios tienen hasta 3 años y medio de actividad. El emprendedor granadino es en su mayoría hombre (57,55%), de edad comprendida entre 45-54 años (30,99%), con estudios de secundaria y/o FP (47,98%), que trabaja a jornada completa o parcial (90%) y obtiene ingresos superiores a 2.400 euros al mes (46,23%).

Estos datos sugieren que los emprendedores granadinos suelen ser personas adultas, con niveles medio-altos de estudio, que han recabado un bagaje de experiencia y recursos económicos substanciales que deciden explotar en un proyecto empresarial. Destaca la necesidad de promocionar una participación más inclusiva en términos de género en la actividad emprendedora de la ciudad, ya que por cada cuatro hombres que emprenden, hay sólo tres mujeres.

4.3 Perfil del emprendedor potencial

En relación a los que han respondido afirmativamente a la pregunta de si tienen intención de emprender en los próximos tres años, destacan los siguientes aspectos (tabla 4.2). La brecha por sexo se invierte con respecto al perfil general de los emprendedores: un 30% más de mujeres manifiestan su intención de convertirse en emprendedoras en el futuro próximo. Con respecto a la edad, aumenta la intención emprendedora entre los jóvenes de 18 a 24 años (en más de cuatro puntos porcentuales) y entre los que tienen 45 y 54 años (en más de seis puntos porcentuales), pero disminuye entre los que tienen entre 35 y 44

GRANADA	
Sexo	%
Hombre	57,55
Mujer	42,45
Edad	%
18-24	8,05
25-34	23,01
35-44	26,77
45-54	30,99
55-64	11,18
Estudios	%
Sin estudios	0,00
Enseñanza obligatoria	16,21
Secundaria y FP	47,98
Superior y postgrado	35,81
Renta	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	11,26
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	19,17
Tercio superior (más de 2.400 euros)	46,23
NS / NC	23,34
Situación Laboral	%
Trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial	92,45
Trabaja a tiempo parcial	3,63
Jubilados	0,00
Labores del hogar	3,93
Estudiante	0,00
No trabaja	0,00
Otros casos	0,00

Tabla 4.1. Perfil del emprendedor de Granada (TEA)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada.

GRANADA	
Sexo	%
Hombre	41,18
Mujer	58,82
Edad	%
18-24	12,83
25-34	25,11
35-44	20,36
45-54	37,50
55-64	4,20
Estudios	%
Sin estudios	16,38
Enseñanza obligatoria	16,83
Secundaria y FP	49,98
Superior y postgrado	16,81
Renta	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	37,59
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	12,31
Tercio superior (más de 2.400 euros)	16,55
NS / NC	33,55
Situación Laboral	%
Trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial	29,05
Trabaja a tiempo parcial	12,62
Jubilados	12,35
Labores del hogar	16,82
Estudiante	4,41
No trabaja	24,75
Otros casos	0,00

Tabla 4.2. Perfil del emprendedor potencial en Granada
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada.

años (en más de seis puntos porcentuales). Estos datos pueden indicar que los adultos entre 35 y 44 años encuentran mejores alternativas en el mercado laboral que en años anteriores a 2018, mientras que los que pertenecen a los grupos de edad contiguos encuentran más obstáculos y por ello se orientan más hacia el autoempleo o emprendimiento. Como era de esperar, el grupo de edad que manifiesta menor intención emprendedora es el de los mayores de 55 años (4,20%).

En cuanto a los niveles formativos, se observa un notable aumento de la intención emprendedora entre aquellos individuos sin estudios (16,38%) y un descenso considerable entre los que tienen estudios superiores (un 17% menos). Esta distribución puede responder a la mejor empleabilidad de aquellos con estudios superiores y a las oportunidades más reducidas de encontrar empleo por cuenta ajena de aquellos sin estudios, lo que convierte el autoempleo en una alternativa profesional a la que cada vez más individuos recurren.

En cuanto a la renta, observamos una mayor participación en la actividad emprendedora de aquellos que tienen las rentas más bajas, que triplican su tasa, y un descenso muy drástico (de casi 30 puntos porcentuales) de aquellos que tienen las rentas más altas. El 29,05% de los emprendedores potenciales trabaja, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial, mientras que casi uno de cada cuatro se encuentra en situación de desempleo. Lo último refuerza la idea de que una parte importante de los que se plantean emprender en el futuro próximo lo hace por razones de necesidad, lo que no es particularmente esperanzador a la hora de mejorar el impacto económico y social de las futuras iniciativas, ya que este tipo de emprendimiento no suele tener un alto potencial de crecimiento y genera rentas más reducidas.

4.4. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad

El perfil que se presenta a continuación corresponde a todas aquellas personas que han abandonado una iniciativa emprendedora en Granada en los últimos 12 meses, independientemente de la razón que los impulsó a hacerlo (tabla 4.3). Las mujeres y los hombres parecen abandonar sus negocios en casi igual medida, sugiriendo que, en este caso, las diferencias por sexo son ínfimas. La mitad de los que abandonan son adultos jóvenes, con edades comprendidas entre 25 y 34 años. Estos datos apuntan que la experiencia acumulada por aquellos que se sitúan en los tramos de edad superiores podría constituir un factor importante para la supervivencia del negocio. De hecho, la proporción de emprendedores que abandonan se reduce prácticamente a la mitad a medida que subimos en los dos tramos de edad siguientes.

En cuanto al nivel educativo, el grupo más numeroso es el de los que tienen estudios secundarios y FP (37,99%), seguido de los que tienen estudios superiores (25,30%) y los que no tienen estudios (24,50%). Con respecto al nivel de renta, el abandono parece tener la misma incidencia en el tramo inferior y superior de renta.

Por último, la situación laboral de los que han abandonado sus negocios es más variada. Aunque casi la mitad de ellos trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial, un cuarto se encuentra en situación de desempleo y una octava parte está jubilada.

GRANADA	
Sexo	%
Hombre	49,35
Mujer	50,65
Edad	%
18-24	0,00
25-34	50,29
35-44	24,41
45-54	12,66
55-64	12,64
Estudios	%
Sin estudios	24,50
Enseñanza obligatoria	12,20
Secundaria y FP	37,99
Superior y postgrado	25,30
Renta	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	25,32
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	0,00
Tercio superior (más de 2.400 euros)	24,85
NS / NC	49,83
Situación Laboral	%
Trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial	49,37
Trabaja a tiempo parcial	12,66
Jubilados	12,64
Labores del hogar	0,00
Estudiante	0,00
No trabaja	25,32
Otros casos	0,00

Tabla 4.3. Perfil del emprendedor de Granada que ha abandonado una actividad
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada.

4.5. Comparación entre el perfil emprendedor en Granada, Andalucía y España

En este apartado introducimos datos comparativos entre el perfil del emprendedor de Granada, Andalucía y España en la fase emprendedora (hasta tres años y medio de vida). Dentro del perfil socio-demográfico, nos centramos en las variables referidas a género, edad y nivel de estudios.

El gráfico 4.1 muestra los datos comparativos entre Granada, Andalucía y España con respecto a la participación de hombres y mujeres en la actividad emprendedora. Centrándonos en este aspecto, podemos observar que, en Granada, por cada cuatro hombres, hay tres mujeres que emprenden. Si calculamos el ratio de TEA femenina entre la TEA masculina para apreciar las diferencias, encontramos que se sitúan en 0,74 para Granada, 0,95 en Andalucía y 0,89 en España. Por tanto, la tasa de actividad emprendedora de las mujeres granadinas es un 26% inferior a la de los hombres, mientras que a nivel andaluz y nacional esta diferencia se reduce a 5% y 11%, respectivamente. Estos datos apuntan

a la necesidad de diseñar mecanismos específicos de impulso y apoyo a la actividad emprendedora femenina en Granada, con el fin de poner en valor el talento femenino.

El gráfico 4.2 presenta la distribución por sexo de la actividad emprendedora en términos porcentuales, ofreciendo una comparativa entre la actividad potencial y actual, donde se comprueba que en Granada existen un mayor número de iniciativas puestas en marcha por hombres, frente a la media andaluza que es prácticamente igual, o la nacional, donde la diferencia también es menos acusada.

Siguiendo la comparativa de la actividad emprendedora local, regional y nacional, esta vez en relación a la edad de los que toman este tipo de iniciativas (gráfico 4.3), podemos comprobar que la actividad emprendedora actual sigue una distribución muy parecida en los tres contextos (las diferencias en la distribución por grupos de edad se

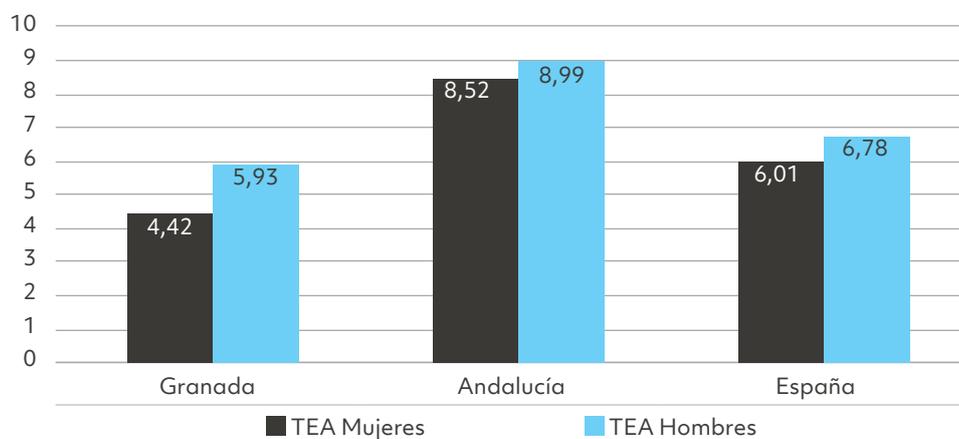


Gráfico 4.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en Granada, Andalucía y España en función de sexo del emprendedor (% sobre población española de 18-64 años)

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

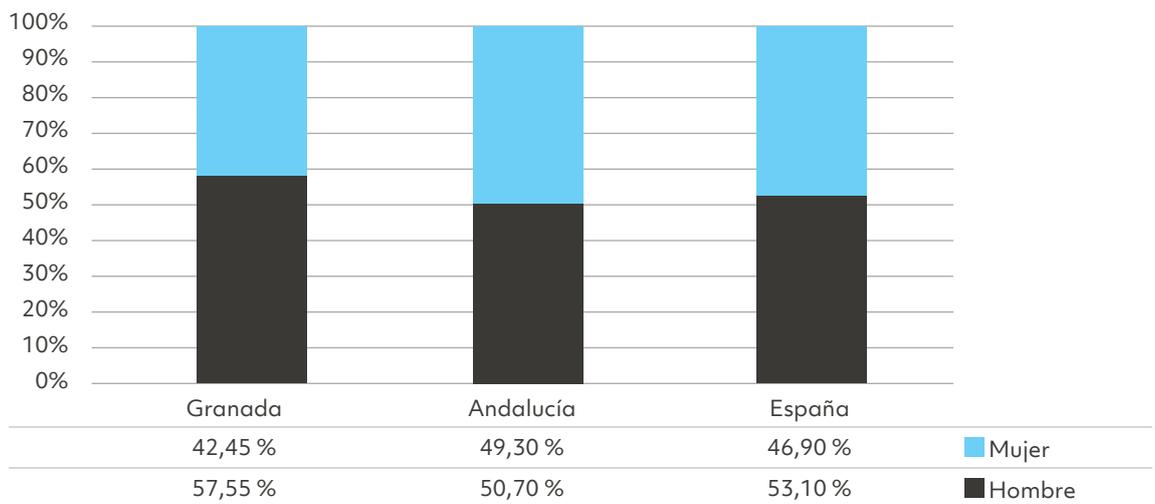


Gráfico 4.2. Distribución de iniciativas emprendedoras en Granada, Andalucía y España en función de sexo del emprendedor

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

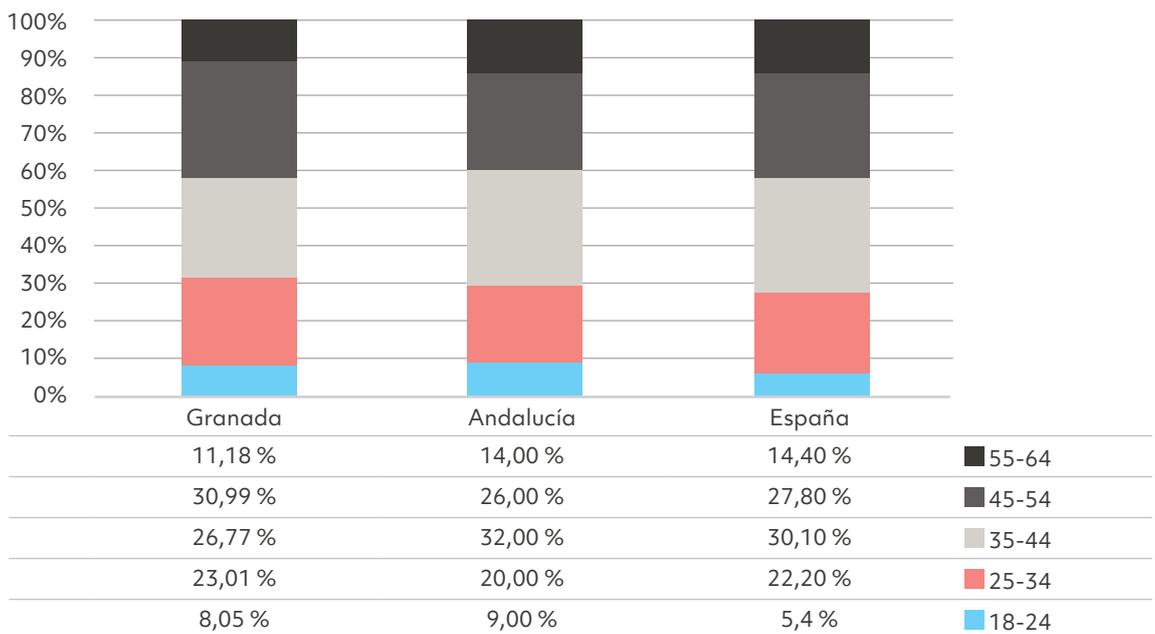


Gráfico 4.3. Distribución de iniciativas emprendedoras en Granada, Andalucía y España en función de la edad del emprendedor

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

sitúan como mucho en torno al 5%). En líneas generales, parece que en Granada los emprendedores de entre 45-54 años tienen más peso que los de la franja entre 34-44 años, quienes son los que más peso tienen en Andalucía y España.

Por último, en lo referente al nivel de estudios, los datos reflejados en el gráfico 4.4 muestran que los emprendedores granadinos actuales tienen niveles de formación más bajos que los andaluces y españoles, en conjunto. Así, los porcentajes de emprendedores actuales granadinos con estudios superiores son un 13,59% y un 17,39% inferiores a los que nos encontramos a nivel andaluz y nacional, respectivamente. Mien-

tras en Andalucía y España, la categoría de emprendedores con estudios superiores es la más numerosa, en Granada es la de emprendedores con estudios secundarios y FP.

En su conjunto, la comparativa con los datos a nivel andaluz y nacional muestra que el perfil del emprendedor actual en Granada coincide en que es hombre, de mayor edad y con un nivel de estudios más bajo que en el conjunto de la población andaluza y española. Estos datos indican la necesidad de poner en marcha medidas que promuevan una participación más igualitaria de hombres y mujeres de la puesta en marcha de nuevos negocios y que mejore la involucración de emprendedores con formación universitaria o posterior.

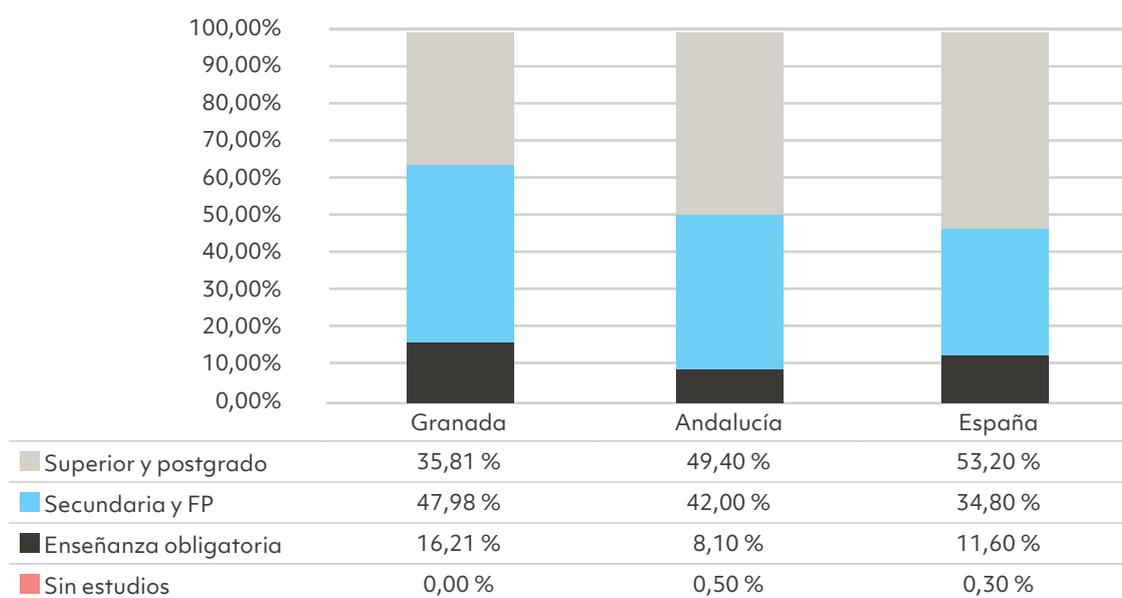


Gráfico 4.4. Distribución de iniciativas emprendedoras en Granada, Andalucía y España en función del nivel de estudios del emprendedor

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

Capítulo 5 / La cultura y actitudes emprendedoras en la provincia de Granada

Este capítulo del informe se centra en observar y analizar cuestiones relacionadas con la alerta, la aptitud y la actitud emprendedoras de la población. Incluye también el estudio de la percepción del clima emprendedor en Granada atendiendo a diferentes aspectos, como la consideración social del éxito empresarial o la información difundida en los medios sobre emprendimiento, todo ello según las respuestas de los participantes en la encuesta.

5.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población

Además de factores individuales objetivos como la situación laboral, el nivel educativo y la experiencia previa, hay factores cognitivos que resultan también determinantes en la explicación del comportamiento emprendedor. Los enfoques psicológicos y sociológicos alegan el papel relevante de las percepciones del individuo en la toma de decisiones, ya sean percepciones sobre sí mismo o sobre el entorno que le rodea.

Por tanto, es importante analizar las percepciones de la población granadina de entre 18 y 64 años sobre sus valores y su aptitud para emprender, así como sus percepciones sobre el grado de cultura emprendedora en su entorno. Presentamos los datos obtenidos en 2018 para la población adulta total en Granada, ofreciendo además los valores correspondientes para Andalucía y España con objeto de situar el caso granadino en contexto (tabla 5.1).

% de la población que contesta afirmativamente	GRANADA	ANDALUCÍA	ESPAÑA
Existen oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	23,80%	32,20%	29,10%
Conoce a otra(s) persona(s) que han emprendido en el año anterior	32,50%	36,10%	33,40%
Posee los conocimientos y habilidades para emprender	47,00%	52,40%	48,50%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	42,50%	43,90%	43,10%
Para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional	51,30%	52,40%	53,10%
Para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico	53,80%	52,10%	49,80%
A menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación	49,50%	50,60%	49,40%

Tabla 5.1. Percepción de la población sobre sus valores y actitudes para emprender
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

Destaca en la comparativa el mayor porcentaje de Granada en lo relativo a la consideración social del emprendedor, es decir, la percepción del estatus social y económico que brinda el éxito empresarial (53,8%), quedando por encima levemente tanto de Andalucía como de España. La consideración de iniciar un negocio propio como buena opción profesional es ligeramente menor en el caso de Granada (51,3%) si la comparamos con el dato regional y el na-

cional. Esta diferencia se acentúa en la dimensión relativa a la percepción sobre los conocimientos y habilidades para emprender, donde se observa una mayor distancia con el dato andaluz (47,0% y 52,4%, respectivamente), aunque menor con respecto de la cifra para España (48,5%).

Para tener una perspectiva más completa, hemos comparado los perfiles de Granada, Andalucía, España y Europa (gráfico 5.1). La representación permite comprobar que los valores que proporcionan las poblaciones nacionales siguen similares patrones, con un poco de desviación a la baja de Granada en cuanto a las oportunidades de emprender. Sin embargo, sí hay significativas diferencias de la media europea en cuanto a oportunidades para emprender y el estatus social logrado, la cobertura de los medios de comunicación y la consideración de emprender como buena opción profesional.

A continuación, presentamos estos datos desagregados, diferenciando entre población involucrada en el proceso emprendedor y la que no lo está. La población involucrada se compone de aquellas personas que están iniciando un negocio o son propietarias

de negocios ya establecidos, mientras que la población no involucrada incluye a todos aquellos individuos que no están desarrollando actividad emprendedora alguna.

La observación cruzada según estas categorías permite alcanzar una idea más detallada sobre las percepciones de la población, además de ser posible la comparación con los datos para Andalucía y España.

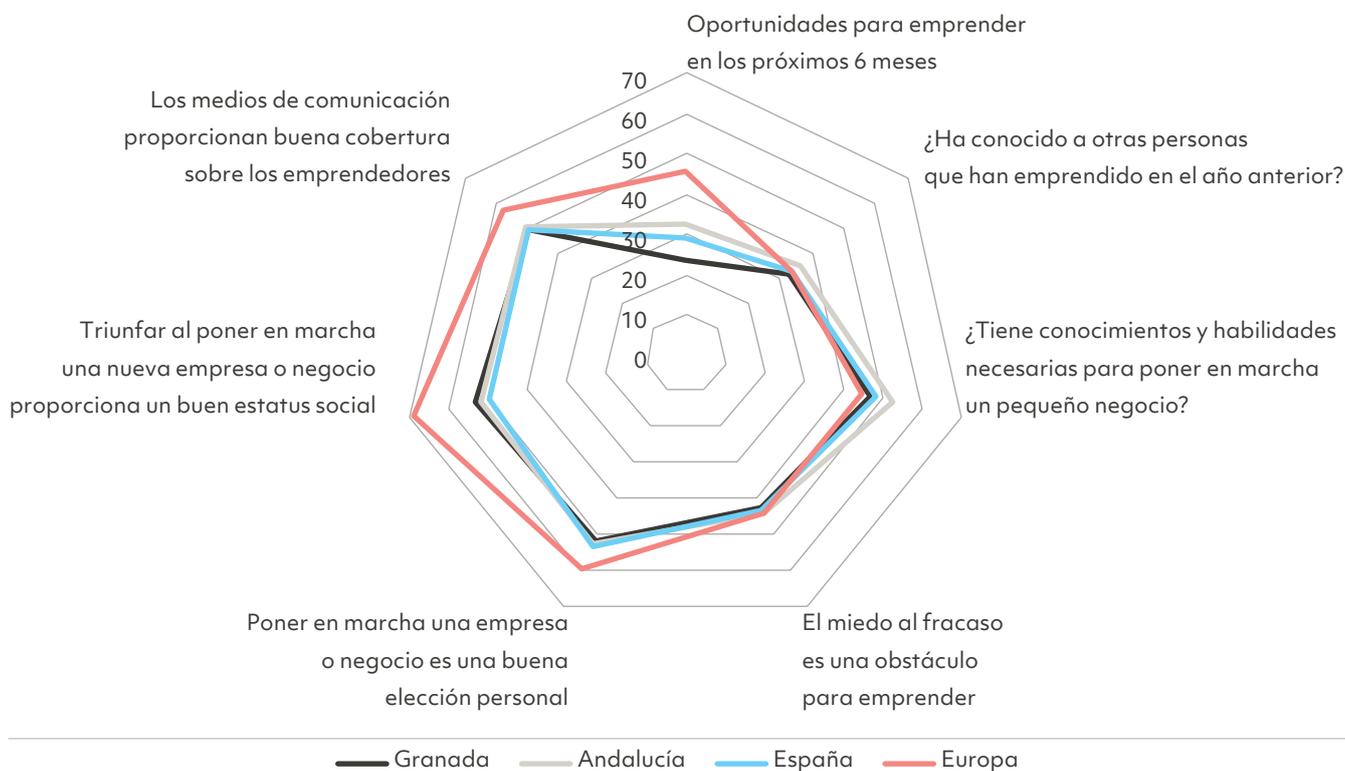


Gráfico 5.1. Percepción de la población sobre sus valores y actitudes para emprender
Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

5.2. Percepción de oportunidades para emprender

Como puede observarse en la tabla 5.2., el porcentaje de población granadina no involucrada que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses es de un 23,8%, por debajo de la cifra nacional, que se sitúa en un 27,1%. Sin embargo, este porcentaje aumenta al 48,5% cuando se pregunta a la población involucrada en actividades empresariales, lo cual invierte la posición de Granada en comparación con España (42,7%). La experiencia emprendedora es un factor clave en la percepción de oportunidades y en la alerta emprendedora, lo cual resulta más acentuado entre la población granadina en comparación con el contexto nacional.

5.3. Valores, actitudes y capacidades para emprender en la población

En este apartado se toma el pulso a la población granadina sobre la motivación y capacitación para emprender. En la tabla 5.3 se muestran los principales resultados obtenidos para aquellas afirmaciones de la encuesta dirigidas a medir la existencia de modelos de referencia, la percepción de habilidades para poner en marcha un negocio, y, por último, el miedo al fracaso como obstáculo para emprender.

Conocer a otros emprendedores es relevante en la decisión de emprender, ya que actúan como modelos de referencia cercanos y realistas. Para la población no involucrada,

% de la población no emprendedora		% de la población emprendedora	
Granada	España	Granada	España
23,8%	27,1%	48,5%	42,7%

Tabla 5.2. Percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España.

	GRANADA	ANDALUCÍA	ESPAÑA
¿Ha conocido a otras personas que han emprendido en el año anterior?			
Personas no emprendedoras	32,5%	32,2%	30,3%
Personas emprendedoras	60,5%	66,7%	55,2%
¿Tiene conocimientos y habilidades necesarios para emprender?			
Personas no emprendedoras	47,0%	49,1%	43,4%
Personas emprendedoras	70,3%	85,2%	83,8%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender			
Personas no emprendedoras	42,5%	45,8%	44,5%
Personas emprendedoras	31,6%	36,0%	32,8%

Tabla 5.3. Percepción sobre capacidad, valores y actitudes para emprender

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

conocer a un emprendedor reciente puede suponer un modelo de referencia, mientras que para la población involucrada esto puede representar un indicador de la existencia de una red social emprendedora.

Entre la población no involucrada, un 32,5% de los granadinos participantes en la encuesta afirma conocer a un emprendedor que ha puesto en marcha una iniciativa en el último año, en línea con el dato andaluz y algo mayor que para España (30,3%). El porcentaje de personas que afirman conocer a un emprendedor reciente se incrementa entre la población involucrada, lo que puede ser explicado de varias formas. Por un lado, puede ser una constatación de la importancia de los modelos de referencia para tomar la decisión de emprender, y por otro, es lógico que una persona ya involucrada en el proceso emprendedor esté en contacto con otros emprendedores.

En lo referente a la percepción de la posesión de conocimientos y habilidades suficientes para emprender, los individuos no involucrados en actividades empresariales arrojan en conjunto cifras mucho menores que la población involucrada. La puesta en marcha de una actividad empresarial incrementa casi 30 puntos la percepción de tener las capacidades conocimientos para emprender.

En cuanto a la consideración de si el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender, en los tres territorios comparados el indicador se sitúa en niveles similares para la población no involucrada en una actividad empresarial. En concreto, en Granada un 42,5% no considera el miedo al fracaso un obstáculo para emprender. Este porcentaje es aún menor para la población empresaria (31,6%). Los valores granadinos son algo inferiores a los andaluces y los nacionales.

5.4. El entorno social del emprendedor: percepción social sobre los emprendedores y cultura de apoyo al emprendimiento

La puesta en marcha de nuevos negocios está condicionada de manera significativa no sólo por la percepción del individuo sobre sus capacidades para emprender, sino también por la percepción de apoyo social al emprendimiento. Así, atendiendo ahora al entorno, ofrecemos en la tabla 5.4 datos relativos a la consideración de crear un negocio como buena opción profesional, a la percepción social sobre el estatus social y económico del empresario y a la percepción de difusión de suficiente información sobre casos de éxito emprendedor. Estas tres preguntas de la encuesta permiten aproximar la magnitud e importancia de la cultura de apoyo al emprendimiento desde varios ángulos.

Entre la población no emprendedora granadina, un 51,3% considera que crear un negocio es una buena elección profesional, un 53,8% percibe que en su entorno triunfar en este ámbito proporciona un buen estatus, y un 49,5% considera que los medios de comunicación dan una adecuada cobertura al fenómeno emprendedor. Los porcentajes para el contexto nacional son muy similares, si bien destaca que para Granada la cuestión del estatus es ligeramente mejor considerada en el contexto local, en comparación con el nacional (53,8% frente a 50,5%).

Entre la población emprendedora granadina, un 55,6% afirma que la profesión del emprendedor es considerada como una buena opción profesional, sin embargo, perciben en menor medida la cuestión del estatus (48,7% en población involucrada, 53,8% en población no involucrada).

Respecto al papel de los medios de comunicación en la difusión de la cultura emprendedora, para la población no involucrada no resulta suficiente, y esto se observa tanto para Granada como para España (49,5% y 48,5%, respectivamente).

Las cifras se incrementan si analizamos ahora a la población involucrada, lo cual puede explicarse por una mayor atención a la información publicada sobre emprendimiento por parte de este grupo de población, más interesada en estas cuestiones. Este incremento es más acusado en el contexto granadino en comparación con el nacional. Así, un 60,5% de la población empresarial granadina considera adecuada la labor de los medios de comunicación en la difusión de la cultura emprendedora, frente a un 55,2% para España.

	GRANADA	ANDALUCÍA	ESPAÑA
Para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional			
Personas no emprendedoras	51,3%	52,6%	53,1%
Personas emprendedoras	55,6%	50,0%	52,9%
Para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico			
Personas no emprendedoras	53,8%	52,0%	50,5%
Personas emprendedoras	48,7%	51,8%	44,9%
A menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación			
Personas no emprendedoras	49,5%	50,9%	48,5%
Personas emprendedoras	60,5%	47,7%	55,2%

Tabla 5.3. Percepción sobre capacidad, valores y actitudes para emprender

Fuente: Encuesta APS 2018 Granada e Informes 18/19 GEM España y Andalucía.

Capítulo 6 / Percepción del ecosistema emprendedor en la provincia de Granada

6.1

Introducción

En este capítulo se caracteriza el contexto para emprender en Granada según las opiniones de 36 expertos de diferentes ámbitos. Cada experto es seleccionado para una de las nueve áreas o factores del entorno establecidas por la metodología GEM para la caracterización del ecosistema emprendedor. La opinión de los expertos se considera esencial, ya que son seleccionados sobre la base de su trayectoria, experiencia y actividad del día a día en relación con el área o factor del entorno relevante al que se le asocia.

En esta primera edición para Granada, la composición del panel de expertos se ha caracterizado por una mayoría masculina (72,2% hombres, 27,8% mujeres), con una media de edad de 46,7 años y con un número medio de 13,5 años trabajando en áreas relacionadas con el emprendimiento. El detalle de los integrantes del panel de expertos para el GEM Granada 2018 puede consultarse en el Anexo 2. La representatividad de nuestros expertos en el entramado económico y empresarial de Granada es muy alta, por lo que las valoraciones y opiniones brindadas trascienden de un mero análisis descriptivo.

La valoración de los expertos se recoge a través de preguntas tanto de carácter cuantitativo como cualitativo, lo cual permite profundizar en la caracterización del ecosistema emprendedor. En los siguientes apartados de este capítulo exponemos, en primer lugar, las valoraciones de los expertos en relación a una serie de afirmaciones relativas a los nueve factores del entorno objeto de análisis, sobre una escala Likert de 1 a 5 (siendo 1 completamente falso y 5 completamente cierto). En el último apartado se resumen las opiniones más frecuentes de los expertos sobre tres obstáculos que frenan la actividad emprendedora en Granada, tres factores que la favorecen, así como tres recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora en la provincia.

6.2. Valoraciones medias de las condiciones del entorno en la provincia de Granada

En este apartado del capítulo realizamos un resumen de las valoraciones de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Granada. Debido a que la metodología es común en todos los países, regiones y provincias en los que se lleva a cabo el proyecto GEM, hemos comparado estas opiniones con las de los expertos del panel de Andalucía y de España, respectivamente.

En el gráfico 6.1 se observan los patrones de respuesta de los expertos de los tres territorios comparados. En general, las valoraciones del contexto para emprender en Granada no llegan a 3 (valor medio de la escala), de donde podemos deducir el posicionamiento crítico de nuestros expertos. Este patrón es

muy similar al de Andalucía, mostrando muchas similitudes en cuanto a la opinión de los factores más y menos favorables en ambos territorios.

En concreto, tanto en Granada como en Andalucía los factores mejor valorados son los programas gubernamentales de apoyo a la creación y el crecimiento de las empresas, el acceso a infraestructuras tanto físicas y de servicios como comerciales y profesionales, y la educación emprendedora en la etapa posterior a la escolar. Como factores peor valorados se encuentran la educación emprendedora en etapa escolar, las políticas gubernamentales en cuanto a burocracia e impuestos y la financiación para emprendedores.

Comparando con las condiciones generales para emprender en España, destacamos que en media, los factores están mejor puntuados que en Granada y Andalucía. El patrón es diferente especialmente en la mejor percepción de las normas sociales y culturales, la financiación y las políticas gubernamentales, tanto en prioridades y apoyo como en burocracia e impuestos.

Entrando en el detalle de las puntuaciones de cada factor, la tabla 6.1 muestra las puntuaciones de cada factor en comparación con Andalucía y España. En el caso de Granada, los tres factores de contexto de peor valoración son la educación emprendedora en etapa escolar (1,7), la burocracia e impuestos (2,0) y la financiación (2,1). Estos tres factores son también los peor valora-

dos en el territorio andaluz, donde además se añaden las barreras de acceso al mercado interno.

Entre los factores de mejor puntuación en la provincia de Granada están el acceso a infraestructuras físicas y de servicios (comunicaciones, telecomunicaciones y servicios básicos) con un 3,5, las infraestructuras comerciales y profesionales (2,9), la educación emprendedora en etapa posterior a la escolar (2,9) y los programas gubernamentales (2,9). Estos factores también tienen las mejores puntuaciones a nivel andaluz, pero a nivel nacional, las normas sociales y culturales son las que están presentes entre los factores mejor valorados, y no así la educación emprendedora en la etapa posterior a la escolar.

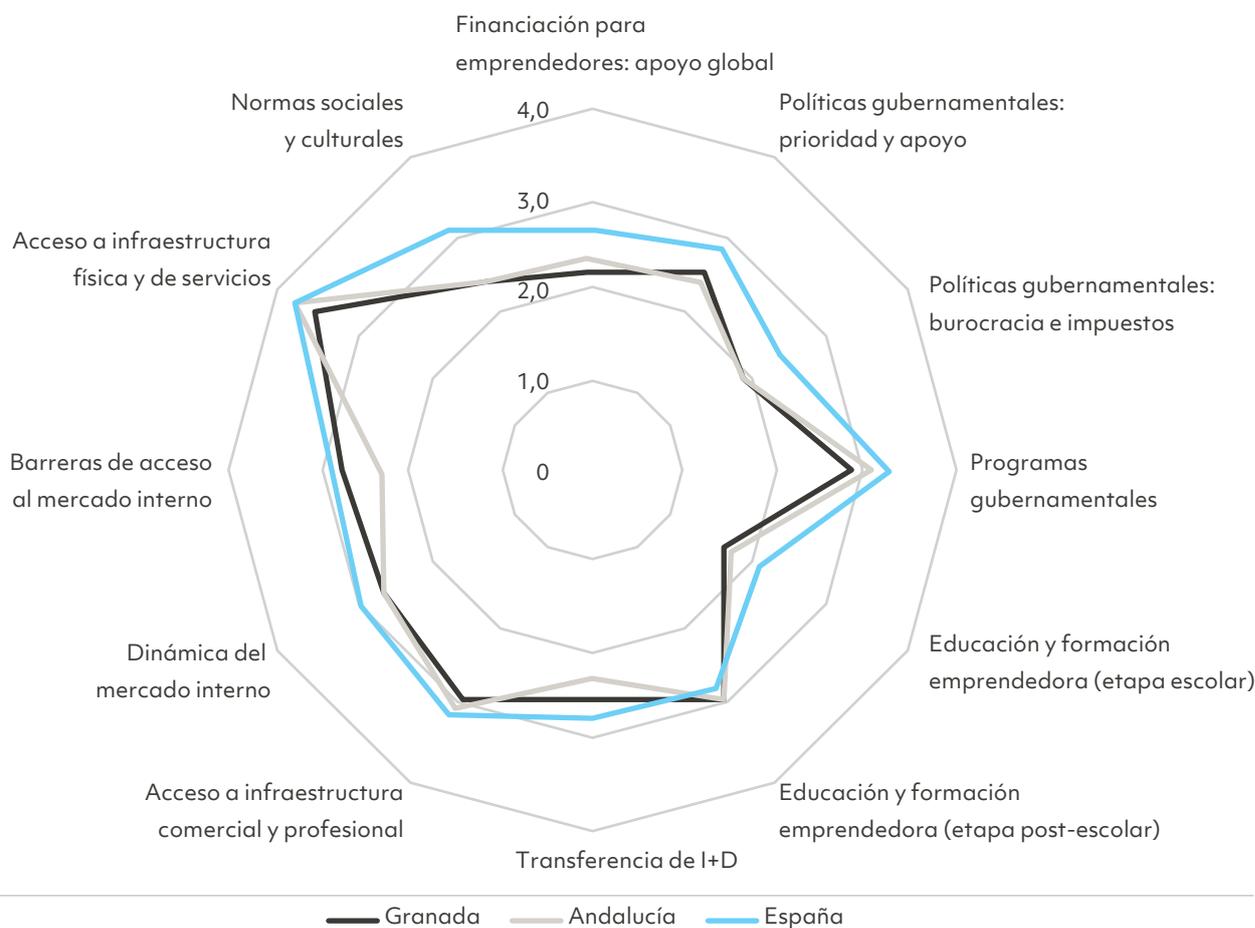


Gráfico 6.1. Valoraciones medias de las condiciones del entorno para emprender
Fuente: Informes GEM 2018-2019 Nacional y Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

En general, la única condición del entorno que supera el valor 3 en el caso granadino es el acceso a infraestructuras físicas y de servicios (3,5). Esta puntuación es ligeramente menor que la de los expertos consultados para Andalucía y España (3,7), lo cual puede asociarse con la deficiencia infraestructural que una gran mayoría de nuestros expertos señalan en bloques posteriores, relativa a la insuficiente conexión ferroviaria de la ciudad y la provincia, que en 2018 adolecía de ineficiencias y bajo servicio por no haberse completado la red de alta velocidad (AVE) para Granada. La peor valorada y por debajo de la media andaluza y española es la educación emprendedora en la etapa escolar (1,7 frente a 1,8 en Andalucía y 2,1 en España).

También se consigue una buena opinión en lo referente a la educación y formación emprendedora en etapas post-escolares (Formación Profesional, Universidad, Escuelas de Negocios) en Granada y Andalucía (2,9) frente a

la media nacional (2,8). Por otro lado, en dos factores los expertos valoran el ecosistema emprendedor granadino de forma claramente más favorable que a nivel andaluz: transferencia de I+D (2,6 frente a 2,3) y las barreras de acceso al mercado interno (2,7 frente a 2,3). Por el contrario, los aspectos donde Granada y Andalucía están más por debajo que la medida nacional son las normas sociales y culturales (2,4 frente a 3,0), la burocracia e impuestos (2,0 frente a 2,5) y la financiación para emprendedores (2,2 frente a 2,3 y 2,7).

Una mejor comprensión de los elementos valorados en cada factor se obtiene en los siguientes apartados, donde se detallan los resultados para cada área del entorno, observando las valoraciones medias desagregadas de todos los aspectos considerados para su evaluación. Para este análisis por ítems sólo es posible la comparativa con Andalucía, debido a la no disponibilidad de datos a este nivel de detalle en el contexto nacional.

Factores del ecosistema	GRANADA	ANDALUCÍA	ESPAÑA
Acceso a infraestructura física y de servicios	3,5	3,7	3,7
Programas gubernamentales	2,9	3,1	3,3
Educación y formación emprendedora (etapa post-escolar)	2,9	2,9	2,8
Acceso a infraestructura comercial y profesional	2,9	3,0	3,1
Barreras de acceso al mercado interno	2,7	2,3	2,8
Transferencia de I+D	2,6	2,3	2,8
Dinámica del mercado interno	2,6	2,6	2,9
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	2,5	2,4	2,9
Normas sociales y culturales	2,4	2,4	3,0
Financiación para emprendedores: apoyo global	2,2	2,3	2,7
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,0	2,0	2,5
Educación y formación emprendedora (etapa escolar)	1,7	1,8	2,1

Tabla 6.1. Valoraciones medias del entorno para emprender (escala de 1 a 5)

Fuente: Informes GEM 2018-2019 Nacional y Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

6.3. Apoyo financiero

En la tabla 6.2 se muestran las valoraciones medias sobre aspectos de financiación de los ecosistemas granadino y andaluz. Como adelantábamos en la valoración general por factores del entorno de la tabla 6.1, las opiniones de los expertos tanto en Granada como en Andalucía no son favorables en general, destacando solo por encima de la media de la escala la evaluación del ítem relativo al acceso a financiación informal (familiares, amigos, etc.). Concretamente las valoraciones medias para esta afirmación se sitúan en 3,4 para Granada y 3,7 para Andalucía, lo cual sirve de constatación del apoyo financiero informal como el más común.

Según los expertos consultados, Granada destaca ligeramente dentro del contexto andaluz en lo concerniente a la disponibilidad de subvenciones públicas (2,6 frente a 2,1).

Si bien la valoración es baja, no es de las menores de todas las observadas en este bloque, y puede interpretarse como un aspecto de incipiente potencial para la mejora del contexto para emprender en Granada.

Como fuente de financiación menos común, los expertos granadinos señalan la salida a bolsa (1,3), por debajo de la opinión dada por los especialistas a nivel autonómico (1,4). En ambos casos, la puntuación obtenida es la más baja en todo el bloque, lo cual es razonable considerando la composición del tejido empresarial en nuestro territorio, mayoritariamente microempresas y autoempleo.

La observación conjunta de estas valoraciones indica la necesidad de una mejora en el acceso a fuentes de financiación y un fortalecimiento de su diversidad.

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
Es bastante común el obtener financiación proporcionada por inversores informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares) y personas privadas (que no poseen parte de las empresas en que invierten) para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,4	3,7
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,6	2,1
Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,3	2,3
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	2,3	2,5
Es bastante común el obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo "crowdfunding" para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,3	2,3
Hay suficiente oferta de financiación procedente de Asociaciones profesionales de Business Angels para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,2	2,5
Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	1,9	1,8
La salida a bolsa es un recurso habitualmente utilizado para proporcionar financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,3	1,4

Tabla 6.2. Valoración media de los expertos acerca del acceso a financiación
Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

6.4. Políticas y programas gubernamentales

Con respecto a las políticas y programas gubernamentales, en las tablas siguientes se muestra la opinión media de los expertos en relación a diversos aspectos relevantes correspondientes a distintos niveles de competencias y gestión.

Respecto de las políticas (tabla 6.3), observamos de nuevo un posicionamiento altamente crítico tanto a nivel granadino como andaluz, dadas las bajas puntuaciones, si bien destaca como más favorable la opinión sobre el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento por parte de la política autonómica, quedando Granada ligeramente por encima de Andalucía según la percepción de nuestros expertos (3,0 frente a 2,8).

Destaca también la diferencia entre ambos niveles territoriales en lo que respecta a la fa-

cilidad para completar en una semana todos los trámites administrativos necesarios para la puesta en marcha de un negocio. Si bien la opinión de los expertos es desfavorable tanto a nivel provincial como regional, la valoración es especialmente baja para Granada (1,7), lo cual puede ser indicativo de mayores espacios para la mejora en los sistemas y procedimientos administrativos municipales.

En la valoración de la ejecución de las políticas, es decir, los programas de apoyo al emprendimiento, observamos una ligera mejoría en las opiniones de los expertos (tabla 6.4) en comparación con el bloque anterior. Cabe destacar la valoración favorable del papel de los parques científicos e incubadoras en la creación y desarrollo de empresas, al quedar por encima de la media de la escala (3,5 para Granada, 3,8 para Andalucía), así como la evaluación del trabajo

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política de las administraciones autonómicas.	3,0	2,8
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno estatal.	2,6	2,5
Los impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2,2	2,2
Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	2,2	2,1
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad	1,9	1,8
Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamiento públicos).	1,8	1,9
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	1,7	2,0

Tabla 6.3. Valoración media de los expertos acerca de las políticas gubernamentales

Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

6.5. Educación y formación en emprendimiento

de los profesionales de agencias gubernamentales de apoyo al emprendimiento, en este caso mejor valorados a nivel granadino que a nivel andaluz (3,5 y 3,1, respectivamente).

No obstante, siguen apareciendo evaluaciones bajas en algunos aspectos importantes. Así, según los expertos es mejorable el ajuste entre programas ofertados y necesidades de los emprendedores (2,5 para Granada, 2,6 para Andalucía), así como la efectividad de los programas existentes (2,5 y 2,4, respectivamente). Más acusadas son las diferencias en lo tocante a información disponible para creación y crecimiento de nuevas empresas (2,2 para Granada, 2,8 para Andalucía). La visión del ecosistema emprendedor granadino en cuanto al número de programas ofertados para el fomento del emprendimiento se queda cerca del aprobado (2,9), que sí supera la valoración para Andalucía (3,3).

Con respecto a educación y formación emprendedoras (tabla 6.5), las valoraciones medias siguen en la misma línea, puntuaciones bajas que no llegan a la puntuación media de 3, a excepción del aspecto sobre la calidad y adecuación de la formación en administración y dirección de empresas (3,4). En este último aspecto, Granada se sitúa por delante de Andalucía (3,0).

Las cuestiones peor valoradas son las relativas a la educación emprendedora en primaria y secundaria, en concreto, el conocimiento aportado acerca de economía y mercados (1,7) y la atención dedicada al espíritu emprendedor (1,5).

El patrón de respuesta es muy similar para el contexto andaluz, y como vemos arriba en la tabla 6.1, poco mejor para el nivel nacional en agregado (2,1 en etapa escolar).

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	3,5	3,8
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3,5	3,1
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	2,9	3,3
Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	2,5	2,6
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2,5	2,4
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público (ventanilla única).	2,2	2,8

Tabla 6.4. Valoración media de los expertos acerca de los programas gubernamentales
Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

Estas opiniones apuntan a la urgencia de un rediseño de programas formativos para su orientación efectiva hacia el fomento de la cultura y capacidad emprendedoras entre la población más joven.

6.6. Soporte: infraestructuras tecnológicas, comerciales y físicas

En las tres tablas siguientes se recogen las valoraciones medias de los expertos acerca de la transferencia de I+D (tabla 6.6), la infraestructura física, su estado y acceso (tabla 6.7) y la infraestructura comercial y de servicios (tabla 6.8) en Granada.

Como puede observarse en la tabla 6.6, la valoración media sobre la transferencia de I+D en Granada rompe la tendencia y se sitúa por encima de las valoraciones en Andalucía, salvo para la cuestión relativa a la asequibilidad de las nuevas tecnologías para empresas nuevas y en crecimiento (1,6 Granada, 1,8 Andalucía). Este último aspecto, además, es el peor valorado de todos los planteados, si bien en general las puntuaciones tienden a ser desfavorables, por ser menores a la media de la escala de valoración (3,0). Solamente un aspecto es valorado de forma más positiva, y es el relativo a la contribución de la ciencia y la tecnología en Granada en la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global (3,7), notablemente superior a la opinión de los expertos consultados a nivel andaluz (3,3).

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,4	3,0
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2,9	2,8
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2,7	2,7
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	1,9	2,0
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	1,7	1,8
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1,5	1,6

Tabla 6.5. Valoración media de los expertos acerca de la educación y formación en emprendimiento

Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

De los resultados sobre la evaluación por parte de los expertos del acceso a infraestructura comercial y profesional (tabla 6.7), deducimos cierta satisfacción tanto a nivel granadino como andaluz respecto de la disponibilidad de suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las nuevas empresas y a los negocios en crecimiento (3,6 para Granada, 3,5 para Andalucía).

También es tendente a favorable la valoración sobre el acceso a buen asesoramiento profesional (3,4) y a servicios bancarios adecuados (3,2). Más desfavorable es la opinión de nuestros expertos sobre la capacidad de los emprendedores para asumir el coste de proveedores, consultores y subcontratistas (1,8), ligeramente por debajo de la opinión a nivel andaluz (2,1).

La evaluación desfavorable de la capacidad de los empresarios para asumir costes (de nuevas tecnologías y de proveedores, consultores y subcontratistas) conecta con los problemas de financiación señalados en apartados anteriores.

En la evaluación de la infraestructura física y de servicios (tabla 6.8) las valoraciones resultan más alentadoras, pues la opinión de los expertos sobrepasa el valor medio de la escala en casi todos los aspectos planteados, destacando la valoración especialmente favorable en el contexto granadino sobre el acceso a suministros básicos en el plazo de un mes (4,0).

Cabe destacar un único aspecto evaluado más desfavorablemente por los expertos granadinos, y es el relativo a las infraestructuras físicas (2,4 frente a 3,8 para Andalucía). El principal factor explicativo de esta valoración, el cual hemos podido derivar del análisis de las respuestas abiertas del último bloque del cuestionario (relativo a obstáculos, facilitadores y recomendaciones, y que presentaremos al final del capítulo), gira en torno a la insuficiente conexión ferroviaria de Granada, que en 2018 continuaba esperando la llegada del tren de alta velocidad (AVE).

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global, al menos en un campo concreto.	3,7	3,3
Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,9	2,4
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2,9	2,6
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,4	2,1
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2,3	2,0
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	1,6	1,8

Tabla 6.6. Valoración media de los expertos acerca de la transferencia de I+D

Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	3,6	3,5
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3,4	3,4
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)	3,2	3,0
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	2,7	2,8
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	1,8	2,1

Tabla 6.7. Valoración media de los expertos sobre el acceso a infraestructura comercial y profesional
Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	4,0	3,8
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,8	3,8
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)	3,6	3,8
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	3,4	3,6
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	2,4	3,8

Tabla 6.8. Valoración media de los expertos acerca del acceso a infraestructura física y de servicios
Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

6.7. Mercados para el emprendimiento

En este bloque los expertos deben evaluar el dinamismo e incertidumbre de los mercados, así como valorar si las barreras de acceso al mercado para empresas nuevas y en crecimiento son abordables. Los resultados detallados pueden observarse en la tabla 6.9.

En ambas cuestiones los expertos ofrecen valoraciones por debajo de la media de la escala, lo cual indica, por un lado, un bajo dinamismo del mercado y al mismo tiempo una mayor certidumbre respecto a los cambios, y por otro, una percepción de barreras de entrada a mercados nuevos y existentes. Destaca una mejor valoración respecto de la legislación antimonopolio, más favorablemente evaluada en el contexto granadino en comparación con el andaluz (3,2 frente a 2,5). Por el contrario, lo peor valorado está relacionado con la asunción de los costes de entrada al mercado para las nuevas empresas y los negocios en crecimiento, volviendo a poner de manifiesto las restricciones de financiación para las nuevas empresas y las que quieren crecer.

6.8. Normas sociales y culturales

En lo relativo al entorno social y cultural para el emprendimiento las valoraciones son nuevamente críticas, con posicionamientos ligeramente más favorables en Granada según las opiniones de nuestros expertos (tabla 6.10). Destaca especialmente la baja puntuación en el ítem sobre el estímulo a la asunción de riesgos, una cuestión fundamental en la decisión emprendedora, y que según los expertos parece estar poco valorada a nivel social, coincidiendo la evaluación media para Granada y Andalucía (1,9).

6.9. Empresa familiar

Dedicamos un apartado específico a la evaluación de distintos aspectos sobre empresa familiar en el ecosistema emprendedor granadino. Por la no disponibilidad de datos, en este bloque no es posible la comparación con el contexto regional.

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	3,2	2,5
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,7	2,6
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,6	2,7
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2,6	2,4
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2,6	2,4
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2,1	2,1

Tabla 6.9. Valoración media de los expertos acerca de la apertura y dinámica del mercado interno

Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

En la tabla 6.11 podemos observar la valoración media de los expertos respecto de cuestiones diversas, sobre las que se pueden extraer algunas ideas interesantes. Las respuestas de los expertos apuntan, según su opinión, a cierta preferencia social por empresas gestionadas por profesionales en lugar de por una familia (3,8). Este resultado contrasta en cierta medida con la valoración media sobre la confianza que la gente deposita en las empresas familiares versus no familiares, donde los expertos se decantan ligeramente más por las primeras (3,1). Esto puede indicar una fuerte tradición de la empresa familiar en Granada, que goza de cierto nivel de confianza, si bien los expertos reconocen una percepción social de posibles

mejoras a nivel profesional en este tipo de negocios.

También tienen buena valoración el papel de las asociaciones de empresa familiar (3,2) y el uso de servicios profesionales especializados para la sucesión y transferencia de estas empresas (3,0) quedando todos los demás valores por debajo del punto medio de la escala, lo cual apunta, pues, valoraciones desfavorables.

Particularmente desfavorable es la valoración de nuestros expertos sobre el apoyo institucional en términos de políticas públicas y programas para la empresa familiar (1,9), lo cual señala un área para futuras mejoras, junto con las leyes y regulaciones específicas (2,4).

Descripción	GRANADA	ANDALUCÍA
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	2,7	2,6
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,7	2,6
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,7	2,5
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,2	2,2
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	1,9	1,9

Tabla 6.10. Valoración media de los expertos acerca de las normas sociales y culturales

Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

Descripción	GRANADA
La gente cree que los negocios funcionan mejor si son gestionados por un equipo de profesionales en lugar de por una familia	3,8
Las asociaciones de empresa familiar han sido muy importantes para promover las condiciones en que se desarrollan actualmente las empresas familiares	3,2
La población confía más en empresas familiares que no familiares	3,1
Los procesos de sucesión y transferencia de empresas familiares a la siguiente generación son habitualmente asesorados legalmente por expertos y otros profesionales experimentados o especializados en empresa familiar	3,0
Existen leyes y regulaciones específicas para promover la sucesión y transferencia de un negocio familiar a la siguiente generación	2,9
Existen leyes y regulaciones para promover específicamente el desarrollo de empresas familiares	2,4
La empresa familiar cuenta con un buen soporte en forma de políticas públicas y programas	1,9

Tabla 6.11. Valoración media de los expertos acerca de la empresa familiar en Granada, 2018

Fuente: Encuesta a Expertos Granada.

6.10. Principales obstáculos para emprender en la provincia de Granada según los expertos

El último bloque del cuestionario a expertos permite conocer de manera resumida sus opiniones respecto de los principales obstáculos, factores motivadores y recomendaciones para apoyar la actividad emprendedora en Granada. Si bien las opiniones fueron recogidas con respuestas abiertas, posteriormente cada respuesta fue codificada según la sistematización establecida en la metodología GEM, para así poder extraer tendencias y frecuencias agregadas en torno a las grandes cuestiones identificadas.

Así, a la pregunta sobre cuáles son los tres obstáculos principales a la actividad emprendedora (gráfico 6.2), las respuestas en las que en mayor medida coinciden los expertos son, por este orden, el apoyo financiero (55,6%), el apoyo del entorno social y cultural (44,4%), el acceso a infraestructura física (38,9%) y las políticas gubernamentales (36,1%). Respecto de la infraestructura física, en su mayoría señalaba la deficiente conexión ferroviaria, todavía en 2018 a la espera de la llegada a Granada de la red de alta velocidad (AVE).

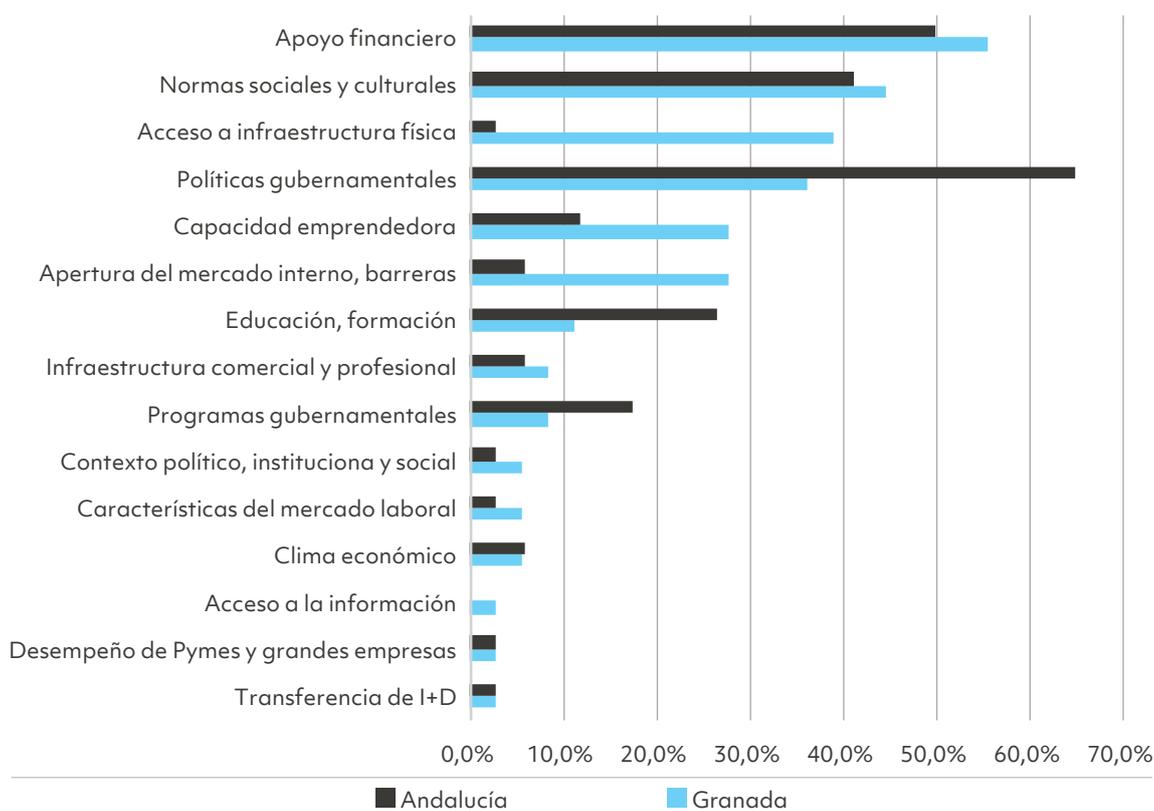


Gráfico 6.2. Principales obstáculos a la actividad emprendedora en la provincia de Granada

Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

Agrupan un 27,8% de las respuestas (ya sea como primer, segundo o tercer obstáculo señalado) la insuficiente capacidad emprendedora de la población y la dinámica y apertura del mercado interno.

Cuando comparamos estas percepciones de obstáculos para emprender con el territorio de Andalucía, destaca en éste con un grado de acuerdo de más del 60% de los expertos las políticas gubernamentales, y con poco peso el acceso a infraestructuras físicas, cuestión muy relevante para Granada. También hay diferencias en las percepciones sobre la educación y formación en emprendimiento y los programas gubernamentales, que son percibidos como obstáculos más relevantes a nivel andaluz que en Granada, justo lo contrario que la capacidad emprendedora y las barreras del mercado interno, visto como obstáculos para el territorio granadino y en menor medida para el andaluz.

A continuación se recogen de manera literal algunas de las frases que han sido clasificadas en los factores anteriores mostrados en el gráfico 6.2 agrupadas por temas más concretos:

Acceso a financiación

- Dificultades para acceder a financiación externa
- Falta de apoyo financiero adecuado al tamaño de la empresas en las fases iniciales
- La falta de entidades financieras propias de la provincia (bancos, venture capital) que den prioridad a emprendimientos locales
- Falta de apoyo financiero por parte de instituciones públicas y sobre todo privadas mediante financiación participativa o no.

- Falta de inversores locales formados y dispuestos a invertir en start up y empresas en general
- Falta de apoyo financiero externo sin avales o garantías

Cultura emprendedora y contexto social

- Demasiada presencia funcional administrativa y universidad
- Valores empresariales y culturales. En la provincia se da peso a seguir la una carrera pública o a desarrollar empresas tradicionales no innovadoras.
- Miedo al fracaso y falta cultura emprendedora
- Aversión al riesgo por parte de las personas interesadas en poner una empresa
- Espíritu del funcionariado
- Poca iniciativa empresarial
- Falta de cultura emprendedora
- Falta de cultura empresarial

Infraestructuras

- La falta de infraestructuras civiles dignas, que convierten cualquier viaje a/desde granada en una odisea
- Infraestructuras de transporte, logísticas
- Falta de infraestructuras de comunicación (ave, aeropuerto internacional, etc)

Programas y políticas públicas

- Deficiente apoyo legal a las nuevas empresas
- Retraso en pago subvenciones públicas

- Demoras en pagos de las administraciones públicas
- Demasiados impuestos y tasas públicas
- Falta de más coordinación y sobre todo de especialización en los servicios de apoyo a emprendedores de las distintas instituciones
- Desconocimiento de medios disponibles (financiación, asesoramiento, subvenciones...)
- Exceso y lentitud de burocracia para poner en marcha un negocio
- Burocracia por parte de las distintas administraciones públicas
- Falta de normativas específicas que estimulen las ventas de las nuevas empresas
- Falta de política pública de incentivos y retención del talento
- La falta de recursos públicos bien orientados a la iniciativa empresarial

Elementos del ecosistema

- Falta ecosistema global y sectorial
- Ausencia de espacios de aceleración de startups
- Espacio de localización
- Falta de fomento de ecosistemas privados de emprendimiento
- Déficit de espacios disponibles para incubar proyectos
- Fuga de talento
- Mejora de la transferencia de conocimiento

Tejido empresarial y empresas tractoras

- La escasez de un tejido cohesionado necesario, incluso en el espacio físico, a modo de cluster que cree más sinergia
- La falta de tejido industrial, lo que no promueve generación de empresas innovadoras que pudieran crecer a su sombra.
- La falta de empresas de mayor tamaño
- Falta de tradición empresarial, empresas tractoras y casos de éxito.
- Tejido empresarial reducido que no propicia fuertes alianzas
- La inercia social-empresarial que prima los precios bajos a la calidad, que no fomenta la generación de productos y servicios innovadores.

- Falta de cultura industrial. Excesiva terciarización de la economía granadina

Formación en emprendimiento

- Formación orientada al emprendimiento
- Escasa educación emprendedora, y no solo desde el ámbito teórico, sino provocando espacios y encuentros, talleres que despierten el interés
- Falta de formación en cultura empresarial general y de hacer visibles ejemplos reales y no necesariamente siempre de éxito que son los únicos que se exponen en foros

6.11. Principales facilitadores para emprender en la provincia de Granada según los expertos

En la identificación de los principales facilitadores o factores promotores de la actividad emprendedora en Granada (gráfico 6.3), los expertos se agrupan mayoritariamente en torno al papel positivo de los programas gubernamentales y la I+D (44,4% en ambos casos). En esta segunda cuestión, un análisis de las respuestas individualizadas permite extraer la idea de la valoración favorable que los expertos hacen del papel de la Universidad de Granada en los últimos años en el fomento del emprendimiento y en el fortalecimiento de relaciones universidad y empresa, así como de la importancia y el papel del Parque Tecnológico de Ciencias de la Salud.

En relación a la percepción de facilitadores por parte de expertos para el territorio de Andalucía en su conjunto aparecen diferencias significativas frente al territorio granadino. Para los expertos andaluces, los mayores facilitadores son los programas gubernamentales, con un 44.1% de opiniones (en esto coinciden con Granada), seguidos de las características del mercado laboral (35.3%) y de las normas

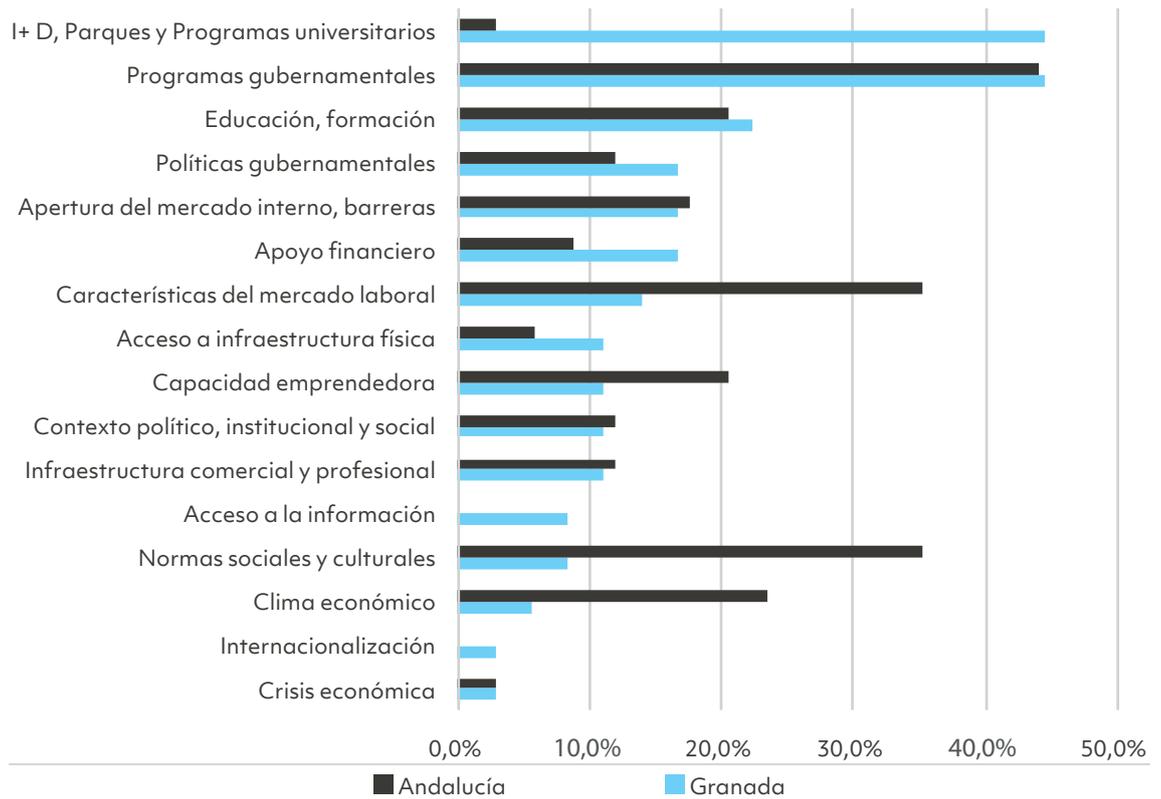


Gráfico 6.3. Principales facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia de Granada

Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

sociales y culturales (35,3%). También tienen un peso destacado el clima económico, la capacidad emprendedora y la educación. Por el contrario, sorprende la escasa valoración de la transferencia de I+D como un factor facilitador para crear empresas y crecer, que así ha sido considerada en un 2,9% de las opiniones.

A continuación hemos transcrito algunas de las frases literales que han sido clasificadas en los factores facilitadores anteriores mostrados en el gráfico 6.3 y que hemos resumido para ilustrar las opiniones de los expertos en categorías más concretas:

Transferencia de I+D y sectores empresariales

- Transferencia de tecnología
- La capacidad tecnológica
- I+D
- Áreas de investigación y tecnología
- La industria agroalimentaria
- Biotecnología
- OTRI Universidad de Granada

Espacios físicos, asociaciones y redes empresariales

- Consolidación del Parque Tecnológico de la Salud como motor de la actividad emprendedora
- La existencia del PTS granada y su espíritu global
- La creación de entidades de promoción de la innovación como On-granada
- Clúster tecnológicos
- Difusión y networking asociaciones empresariales
- Las asociaciones empresariales (cámara de comercio y patronales)
- La labor de empresas y asociaciones empresariales

El papel de la Universidad en el emprendimiento

- Dinamización y sensibilización promovida desde la Universidad

- El impulso que la Universidad de Granada está dando al emprendimiento, con la creación de numerosos programas formativos y de promoción del emprendimiento.
- La Universidad de Granada a través de sus actividades de emprendimiento
- Fuerte impulso a la actividad emprendedora en la Universidad
- Iniciativa del entorno universitario
- Actividad de la Universidad en emprendimiento y transferencia

Programas y políticas público de apoyo al emprendimiento

- Servicios públicos y gratuitos de apoyo al emprendimiento. Importante palanca para transformar la sociedad está en la educación: líneas de fomento de la cultura emprendedora en los distintos niveles educativos desde hace más de una década.
- Cade
- Programas de financiación pública y apoyo al emprendimiento
- Programas estatales de apoyo a emprendedores
- Programas públicos de motivación al emprendimiento
- Dinamización de la cultura emprendedora desde políticas públicas
- Ayudas y subvenciones (aunque son escasas)
- Ayudas y subvenciones Junta de Andalucía
- Tarifa plana para los que inician
- Financiación microcréditos y subvenciones

Coordinación e implicación de los agentes

- Foros organizados por entidades e instituciones públicas y privadas
- La creación del Centro de emprendedores de la UGR y la incubadora junto a la OTRI, del CADE de la junta de Andalucía y de On-Granada de la Confederación Granadina de Empresarios
- Implicación de universidad, organismos y asociaciones

- Implicación de organismos e instituciones en el emprendimiento
- Colaboración entre instituciones en la organización de eventos relacionados con la actividad emprendedora (si bien debe mejorar mucho aun)
- Iniciativa política junto con agentes sociales y económicos
- Cooperación interinstitucional

Cultura emprendedora, población y entorno

- Fomento de la cultura emprendedora desde niveles básicos
- Mejora de la cultura emprendedora en las generaciones más jóvenes
- Mejora de la cultura empresarial
- Fomento de las actitudes emprendedoras por parte de entidades públicas y privadas
- Elevada formación de la población, debido a la pujanza y capilaridad de la universidad en el conjunto de la población
- Carácter joven de la ciudad
- La creatividad de los jóvenes
- Atractivos de la ciudad y su entorno conocidos internacionalmente
- La imagen internacional de Granada como ciudad tic
- La ubicación geográfica
- El impulso del turismo

Mercado laboral y la crisis

- Escasa oferta laboral así como precariedad de los contratos
- La crisis, aunque sea fomentando el autoempleo por necesidad
- La necesidad de encontrar trabajo
- La crisis que ha despertado por necesidad el interés de nuevas generaciones nativas digitales

Otros factores de soporte

- Reforzamiento de la infraestructura física. Falta pero en los últimos 25 años se ha mejorado muchísimo.

- Infraestructura comercial (asesorías, consultoría, buenos profesionales)
- Asesoramiento técnico especializado especialmente en el ámbito universitario
- El acceder a mercados internacionales
- Eventos para emprendedores
- Tendencia a la especialización (en programas, financiaciones, espacios) por sectores (p.e., las TIC).

6.12. Principales recomendaciones para emprender en la provincia de Granada según los expertos

Finalmente, el gráfico 6.4 muestra la clasificación de temas en torno a los que se agrupan las recomendaciones dadas por los expertos para favorecer la actividad emprendedora en Granada. Destaca en primer

lugar la demanda de mayor apoyo gubernamental en forma de programas específicos (41,7%), que, si bien emerge como facilitador en la tabla anterior, sigue siendo señalado como cuestión a mejorar por muchos de los expertos consultados. En segundo lugar, las recomendaciones se aglutinan en torno a un empuje a la financiación (36,1%), seguida de cerca de las políticas gubernamentales (33,3%), respecto de las cuales los aspectos más señalados hacen referencia a la burocracia y obstáculos administrativos a los que se tienen que enfrentar emprendedores y empresarios. También apuntan soluciones desde la educación y formación (en un 30,6%) y desde el apoyo político, institucional y social (27,8%).

En la comparativa con el territorio andaluz se observa que las principales recomendaciones giran en torno a los mismos factores señalados por los expertos granadinos, si bien hay más expertos andaluces que inciden en la necesidad de mejorar las políticas gubernamentales (55,9%) y la educación y

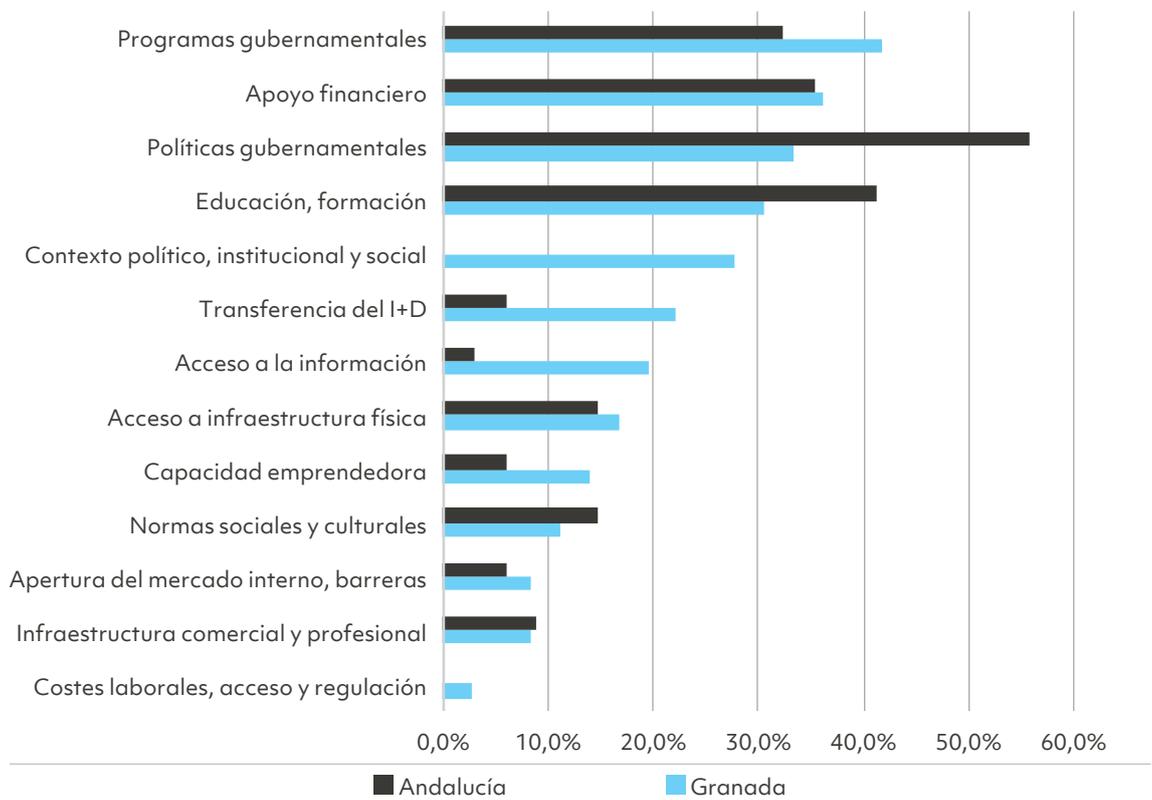


Gráfico 6.4. Principales recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la provincia de Granada
 Fuente: Informe GEM 2018-2019 Andalucía y Encuesta a Expertos Granada.

formación (41,2%). Para Andalucía, los expertos no mencionan ninguna recomendación sobre el contexto político, institucional y social, mientras que para Granada sí resulta relevante su mejora (27,8%).

Una vez conocido el peso agregado de las recomendaciones, se exponen algunas de las sugerencias literales que han sido clasificadas en los factores anteriores mostrados en el gráfico 6.4:

Políticas y programas para la creación y consolidación de la actividad empresarial

- Cotización por ingresos reales y mejora de la protección social
- Disminución de la presión fiscal
- Acceso a la contratación entre las propias empresas, los que ya estén asentados tengan incentivos por contratar a los que empiezan.
- Programas de apoyo de las nuevas empresas con disminución de tributos y cotizaciones sociales
- Supresión de las barreras de entrada económicas a las nuevas empresas (cuotas de autónomos, seguridad social a cargo de la empresa, impuestos, etc.)
- Eliminación de altos costes para el inicio de una actividad/ tasas/ licencias de apertura/ impuestos
- Mayor programas de apoyo para estimular las ventas de nuevas empresas
- Voluntad política

Coordinación de agentes de emprendimiento

- Coordinación de los diferentes agentes granadinos implicados en el desarrollo de

la actividad emprendedora, aprovechando las fortalezas de cada uno y generando alianzas basadas en las virtudes/especialidades individuales (evitar que “todos hagan de todo”).

- Interrelación entre los agentes del ecosistema emprendedor
- Unión de las distintas instituciones que se dedican a ello
- Mayor coordinación y colaboración entre administraciones e instituciones para apoyar el emprendimiento y organizar eventos y jornadas.
- Mayor participación del sector privado y público en el ecosistema emprendedor
- Alineación de estrategias y planes de acción entre todas las entidades que trabajan en pro del emprendimiento
- Creación y desarrollo de un plan único entre instituciones y entidades para impulsar el emprendimiento en Granada
- Mayor colaboración entre todos los agentes implicados
- Unión de los organismos e instituciones responsables del emprendimiento
- Ventanilla única de todas las administraciones
- Impulsar el conocimiento de medios disponibles para el emprendedor.

Espacios físicos para emprender

- Creación pública de parques industriales y edificios de oficinas de bajo coste para nuevas empresas de alto potencial de crecimiento, o para atracción de industrias tractoras.
- Apoyo de las instituciones públicas ofreciendo espacios de incubación, aceleración y asesoramiento
- Creación de un espacio singular, abierto, estilo Silicon Valley (salvando las distancias) en donde Universidad (conocimiento) y empresas convivan y tengan sinergias
- Creación de un espacio “único” de incubación/aceleración resultado de la unión de los espacios actuales; especializar los espacios actuales por sectores/temáticas y crear una red que se perciba como un todo

- Puesta en funcionamiento de la aceleradora diseñada en colaboración con el MIT y que proporciona espacio, financiación, estructura y estatus

Financiación e inversión para emprendedores

- Mayor financiación pública y privada para los emprendedores
- Apuesta de las entidades financieras por la inversión empresarial
- Fomentar la regularidad en rondas de apoyo de capital para iniciativas emprendedoras.
- Redes de business angels locales. Falta financiación en etapas tempranas.
- Apertura de visión a inversores y entidades financieras que vean cómo apostar por estas empresas es o puede ser rentable económica y socialmente
- Impulso de los programas para el desarrollo de foros de inversión en la provincia (con el objetivo de ser referente a nivel regional)
- Mejorar el acceso a la financiación no bancaria
- Impulsar entre administraciones e instituciones vinculadas al emprendimiento la creación de un "club", asociación etc. de inversores andaluces que inviertan en proyectos andaluces (la mayoría de inversores son de Madrid o BCN y no invierten por lejanía en proyectos)
- Capital público para ayudar a los emprendedores
- Programas de emprendimiento con financiación
- Mejorar el acceso a la información de temas financieros
- Programas de fomento de la cultura emprendedora en la formación reglada y en la formación para el empleo
- Formación en educación primaria, secundaria o FP hay que basarla más en la capacidad de crear tu propia empresa con enfoque al mercado internacional. Que vean como una opción la empresa.
- Realizar formaciones específicas y "reales" sobre competencias personales y profesionales en emprendimiento
- Inclusión en la oferta formativa de la Universidad de Ingenierías Industriales, Agrónomas y Biotecnológicas
- Mayor difusión de cultura emprendedora
- Seguir impulsando la cultura emprendedora
- Hay que potenciar todos los aspectos de la digitalización. Esto es un problema de país, no solo de Granada. Personas sean capaces de montar negocios on line.

Consolidación del ecosistema emprendedor

Formación y cultura emprendedora

- A largo plazo, sensibilización en las edades más tempranas a través de los colegios y centros de formación escolar
- Hacer más publicidad o poner en valor los casos de éxito locales.
- Realizar actividades de mentoring "reales" desde Bch, otras formaciones y Universidad
- Red de mentores entre los propios emprendedores
- Trabajar comercialmente la marca granada y las cualidades de del entorno como enclave empresarial.
- Igualmente debe realizarse una promoción externa más importante del parque tecnológico de la salud para que atraiga a más empresas e inversión
- Crear ecosistemas emprendedores privados eficientes eliminando los públicos de probada ineficiencia.
- Involucrar a todos los actores (UGR, sector industrial, inversores/Banca y los emprendedores que a veces se les deja fuera) para la creación de un buen ecosistema emprendedor.
- Mejora de la conexión entre las empresas y los emprendedores

- Definición y análisis del ecosistema emprendedor para crear una plataforma provincial que trabaje en captar y retener empresas y proyectos empresariales
- Diáspora con la ayuda de la UGR, PTS y Extenda
- Potenciar las acciones de asesoramiento y acompañamiento a estudiantes universitarios e investigadores
- Mejora y profesionalización de los servicios de ayuda y asesoramiento al emprendedor

Intercambio de conocimiento y tecnología para emprender

- Mecanismos que permitan compartir la tecnología
- Mejora de la transferencia entre los centros de conocimiento y los emprendedores
- Programas de transferencia de innovación entre los centros de conocimiento (universidades, etc) y los emprendedores
- Abrir el campo de acción en emprendimiento, se está potenciando mucho el sector tecnológico y dejando de lado otras áreas
- Hay que dar a conocer fuera el importante centro tecnológico que está empezando a ser Granada. Las administraciones públicas y las organizaciones privadas deben darlo a conocer fuera de Granada para que vengan más empresas
- Vincular mejor la capacidad innovadora con la emprendedora
- Tener un plan de ciudad basado en el conocimiento

Infraestructuras físicas

- Mejora de las infraestructuras de transporte, de energía eléctrica y de regadío
- Mejorar claramente las infraestructuras
- Mejorar comunicaciones. El ferrocarril
- Que lleguen las infraestructuras básicas

Anexo 1 / Ficha técnica del informe GEM Granada

La metodología del Proyecto GEM ha sido ampliamente descrita en los informes internacionales, por lo que se remite al lector o investigador interesado en profundizar en estos aspectos consultando la información disponible en la página web: <http://www.GEMconsortium.org/>.

Los datos e indicadores ofrecidos por el observatorio GEM en Granada se basan en la información primaria recogida: (1) en la encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad (APS), realizada entre abril y julio 2018; (2) En la encuesta a 36 expertos (NES) de los ámbitos: financiero, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y apertura del mercado interno. Realizada entre abril y julio de 2018.

La realización de esta encuesta está a cargo de la empresa Instituto Opinometre S.L., 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.

Universo ⁽¹⁾	584.695 habitantes de entre 18 a 64 años residentes en la provincia de Granada en 2018.
Muestra	500 personas de 18 años hasta 64 años de 86 municipios de la provincia de Granada estratificados por edad y género
Selección de la muestra	Se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes a la ciudad. Se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcional a la población de la provincia.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) ⁽²⁾	± 4,38%
Nivel de confianza	95%
Periodo de realización de las encuestas	Meses de abril hasta julio en 2018
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre

(1) Fuente INE, facilitada por GEM España 2018.

(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.
Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

Tabla A1. Ficha técnica de la encuesta a la población de Granada de 18-64 años

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un consorcio compuesto, en la edición 2018, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Austria, Brasil, Bulgaria, Canadá, Catar, Chile, China, Chipre, Colombia, Corea, Croacia, Egipto, Emiratos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Guatemala, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Líbano, Luxemburgo, Madagascar, Marruecos, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, Rusia, Sudán, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Turquía y Uruguay. Asimismo, las regiones subnacionales de España que aportan datos al proyecto GEM España son las que corresponden a todas las comunidades y ciudades autónomas del estado. Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en los informes de España y Andalucía que pueden obtenerse en: <http://www.GEMconsortium.org/>

Anexo 2 / Panel de expertos de valoración del ecosistema emprendedor en 2018

Por orden alfabético aparecen los participantes en el panel de expertos de la edición 2018/2019 para la elaboración del capítulo 6 (cargo en la fecha de realización de la encuesta).

Luis Aribayos Mínguez	Secretario General de la Confederación Granadina de Empresarios
Jesús Banqueri Ozáez	Director de la OTRI UGR
Trinitario Betoret Catalá	Presidente de la Federación Hostelería de Granada
Rafael Cano Guervós	Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales UGR
Santiago Carbó Valverde	Presidente del Consejo Social de Granada
Victoria Carreras	Empresaria y mentora empresarial
Jesús Chamorro Martínez	Profesor e investigador en ETSIIT UGR
Eva María Conejero Carrillo	Técnica en el área de empleo y emprendimiento en la Fundación Secretariado Gitano
José Rafael Cortés Rodríguez	Director Financiero y de Operaciones de Covirán
Ignacio Díaz Reyes	CEO y fundador de mDurance, emprendedor en UGR Emprendedora
María Elena Díaz Rodríguez	Directora de la Oficina Sabadell
Vito Episcopo Solís	Secretario General de onGranada Tech City
Miguel Ángel Garrido Ruiz	Director del Departamento de Emprendimiento Centro FP Ave María
José Antonio Gonzales Morales	Director Responsabilidad Social Corporativa BMN
María Jesús González Campos	Directora BIC Granada
Francisco José González-Méndez Herrera	Director del Puerto de Motril
Gregorio Jiménez López	Presidente del Consejo Social UGR

Inmaculada López Dionisio	Directora Provincial Fundación Pública Andalucía Emprende
Juan José Martín Arcos	Delegado Provincial de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo (Junta de Andalucía)
José Antonio Martínez Amat	Presidente AJE Granada
Inés Mazuela Rosado	Presidenta de UPTA Granada
Francisco Javier Melero Rus	Profesor e investigador en ETSIIT UGR y Coordinador de Relaciones con Centros en UGR Emprendedora
Miguel Moreno Fernández	Gerente de la Federación de Comercio de Granada
Francisco Javier Moreno Quiñones	Director del Centro de Empresas de CaixaBank Granada
Vicente José Muñoz Saldaña	Director Técnico del área de emprendimiento de la Diputación de Granada
Lourdes Núñez Müller	Directora de Emprendimiento y Transferencia PTS
Adriana Paredes Escobedo	Gerente de la Cámara de Comercio de Motril
Melesio Peña Almazán	Secretario General de AJE Andalucía
Carmen Pérez	Directiva en Finanzas I+D+i
Jesús Quero Molina	Presidente Parque Tecnológico Ciencias Salud (PTS)
Miguel Ángel Rodríguez Pinto	Director ESCO Granada y miembro del Consejo Social de la UGR
Joaquín Rubio Torres	Gerente de la Cámara de Comercio de Granada
Elisa Soria Dorado	Jefa de Servicio de Empleo y Desarrollo Empresarial (Ayto. Granada)
Diego Vargas García	Director General de IDEAL Granada y organizador de Alhambra Venture
Marcelo Vázquez Ariza	Empresario y CEO de Infoautónomos
Alejandro Zubeldia Santoyo	Gerente Provincial de la Agencia IDEA en Granada

Anexo 3 / Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2018/2019

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
NACIONAL	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González- Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
ANDALUCÍA	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM- Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez José María Biedma Ferrer	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores
	<i>Equipos Provinciales</i>		
	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano (Coord.)	Universidad de Almería
	Universidad de Cádiz	Luis López Molina (Coord.) Julio Segundo Gallardo	Universidad de Cádiz Cátedra Andalucía Emprende

Universidad de Granada	<p>María del Mar Fuentes Fuentes (Coord.)</p> <p>Carlos Antonio Albacete Saéz</p> <p>Ana María Bojica Bojica</p> <p>Lázaro Rodríguez Ariza</p> <p>Matilde Ruiz Arroyo</p> <p>Jenny María Ruiz Jiménez</p>	<p>Universidad de Granada</p> <p>UGR Emprendedora</p> <p>Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad</p> <p>Cátedra Andalucía Emprnde</p>
Universidad de Jaén	<p>María Jesús Hernández Ortíz (Coord.)</p> <p>Manuel Carlos Vallejo Martos</p> <p>Elia García Martí</p> <p>Manuel Aranda Ogayar</p> <p>Jose García Vico</p> <p>Maria Gutierrez Salcedo</p> <p>Mari Paz Horno Bueno</p> <p>Raquel Barreda Tarrazona.</p>	<p>Universidad de Jaén</p>
Universidad de Málaga	<p>Rafael Ventura Fernández (Coord.)</p> <p>Sofía Louise Martínez Martínez</p>	<p>Universidad de Málaga</p> <p>Cátedra Andalucía Emprnde</p>
Universidad Pablo de Olavide y Universidad de Sevilla	<p>Carmen Cabello Medina (Coord.)</p> <p>Antonio Carmona Lavado</p> <p>Francisco Liñán (Coord.)</p> <p>José Fernández Serrano</p> <p>Inmaculada Jaén Figueroa</p>	<p>Universidad Pablo de Olavide</p> <p>INNLAB</p> <p>Universidad de Sevilla</p> <p>Prodetur</p> <p>Cátedra Andalucía Emprnde</p> <p>Universidad de Sevilla.</p> <p>Andalucía Emprnde,</p> <p>Fundación Pública Andaluza</p>

ARAGÓN	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maícas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
ASTURIAS	Universidad de Oviedo	Beatriz Junquera Cimadevilla (Directora) Jesús Ángel del Brío González Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández	Cátedra Capgemini-Caja Rural de Asturias de Emprendimiento
BALEARES	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Cátedra ICAPE Instituto de Innovación Empresarial (IDI) Conselleria de Trabajo, Comercio e Industria
CANARIAS	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento
CANTABRIA	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz	Santander SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social

CATALUÑA	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
CASTILLA LA MANCHA	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^º Ruiz Palomo Mireya Martínez López	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
CASTILLA Y LEÓN	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
CEUTA	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Equipo UAM Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías Equipo Deusto Business School Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
COMUNIDAD VALENCIANA	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^º José Alarcón García M ^º Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^º Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) / Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana / Diputación Provincial Alicante / Air Nostrum / Catral Garden / Fundación Juan Perán-Pikolinos / Fundación Manuel Peláez Castillo / Grupo Eulen / Grupo Soledad / 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) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Extremadura Avante Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature
GALICIA	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica) Sara Fernández López (Coordinadora) Jacobo Feás Vázquez Marta Portela Maseda David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades

	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Colaboradores: Nuria Calvo Babío (Univ. da Coruña) Lucía Rey Ares (Univ. da Coruña) Pilar Piñeiro García (Univ. de Vigo) Alberto Vaquero García (Univ. de Vigo) María Bobillo Varela (consultora independiente)	
	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández José Antonio Redondo Sampedro	
LA RIOJA	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio Rubén Fernández Ortiz Juan Manuel Dominguez Ortega Emma Juaneda Ayensa Emma Juaneda	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
MELILLA	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
MURCIA	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia

NAVARRA	Universidad Pública de Navarra-INARBE King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra
PAÍS VASCO	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Newcastle Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Jon Hoyos Iñaki Peña Maribel Guerrero David Urbano	SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla
TRABAJO DE CAMPO GEM ESPAÑA	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España

Equipos y patrocinadores GEM España 2018

EQUIPO GEM ESPAÑA 2018

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Canarias



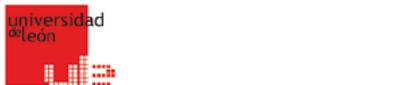
GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



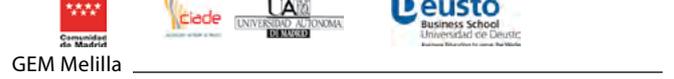
GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Com. de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



Instituciones financiadoras

Socio institucional CAPV

Equipos y patrocinadores provinciales del GEM Andalucía 2018

ALMERÍA



CÁDIZ



GRANADA



JAÉN



MÁLAGA



SEVILLA



PRODETUR



Colaboradores y patrocinadores





Colaboradores y patrocinadores

