



Global Entrepreneurship Monitor

INFORME GEM JAÉN

2018/2019

RED GEM ANDALUCÍA/ESPAÑA

María Jesús Hernández Ortiz
Lucas Cañas Lozano
Manuel Carlos Vallejo Martos
Elia García Martí
Manuel Aranda Ogáyar
José García Vico
María de la Paz Horno Bueno
María Gutiérrez Salcedo
Raquel Barreda Tarrazona



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME GEM JAÉN 2018/2019
<http://www.gem-spain.com/informes-regionales/>





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

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España)	Banco Santander UCEIF-CISE
	Asociación RED 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	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
		Equipos Provinciales	
		Carlos Jesús Cano (Coord.)	Universidad de Almería
		Luis López Molina (Coord.)	Universidad de Cádiz
		Julio Segundo Gallardo	Cátedra Andalucía Emprende
		María del Mar Fuentes Fuentes (Coord.)	Universidad de Granada
		Carlos Antonio Albacete Saéz	Cátedra Andalucía Emprende
		Ana María Bojica Bojica	UGR Emprendedora
		Lázaro Rodríguez Ariza	
		Matilde Ruiz Arroyo	
		Jenny María Ruiz Jiménez	
		María Jesús Hernández Ortíz (Coord.)	Universidad de Jaén
		Lucas Cañas Lozano	Cátedra Andalucía Emprende
		Manuel Carlos Vallejo Martos	
		Elia García Martí	
		Manuel Aranda Ogayar	
		Jose García Vico	
		María Gutierrez Salcedo	
		Mari Paz Horno Bueno	
		Raquel Barreda Tarrazona.	
		Rafael Ventura Fernández (Coord.)	Universidad de Málaga
		Sofía Louise Martínez Martínez	Cátedra Andalucía Emprende
		Carmen Cabello Medina (Coord.)	Universidad Pablo de Olavide
		Antonio Carmona Lavado	INNLAB
		Aida del Cubo	
		Francisco Liñán (Coord.)	Universidad de Sevilla
		José Fernández Serrano	Prodetur
		Inmaculada Jaén Figueroa	Cátedra Andalucía Emprende Universidad de Sevilla. Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas 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 Brio González Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández	Cátedra Capgemini-Caja Rural de Asturias de Emprendimiento
	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batlle Lorente (Director GEM Baleares)	Cátedra ICAPE
Baleares		María Sard Bauzá Joan Garau Vadell Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Instituto de Innovación Empresarial (IDI) Conselleria de Trabajo, Comercio e Industria



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR JAÉN. INFORME EJECUTIVO 2018/2019

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 Figuls 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 ^a 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) <u>Equipo UAM</u> Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías <u>Equipo Deusto Business School</u> 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 ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a 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



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR JAÉN. INFORME EJECUTIVO 2018/2019

			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	Universidade de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	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 Ruza Sanmartín Guillermo Andrés Zapata Huamani <i>Colaboradores:</i> Nuria Calvo Babio (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) Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández José Antonio Redondo Sampedro	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades
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 Domínguez 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) Martín 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	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Jon Hoyos Iñaki Peña	SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla



	Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School	Maribel Guerrero David Urbano	
	Newcastle Business School Universitat Autònoma de Barcelona		
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinometre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España



Investigadores del Equipo GEM Jaén



María Jesús Hernández Ortiz

mjhernan@ujaen.es

Directora del equipo GEM en Jaén

María Jesús Hernández Ortiz es Catedrática de Universidad, adscrita al Departamento de Organización de Empresas y Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén. Directora de la Cátedra Andalucía Emprende.



Lucas Cañas Lozano

llozano@ujaen.es

Profesor Colaborador del Área de Organización de Empresas del Departamento del Organización de Empresas Marketing y Sociología y Vicedecano de Turismo y Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Jaén.



Manuel Carlos Vallejo Martos

mvallejo@ujaen.es

Profesor Titular de Universidad del Área de Organización de Empresas del Departamento del Organización de Empresas Marketing y Sociología y Director del Departamento de Organización de Empresas Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén.



Elia García Martí

egarcia@ujaen.es

Profesora Titular de Universidad del Área de Organización de Empresas del Departamento del Organización de Empresas Marketing y Sociología y Secretaria del Departamento de Organización de Empresas Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén.



Manuel Aranda Ogáyar

mogayar@ujaen.es

Profesor Colaborador del Área de Organización de Empresas del Departamento del Organización de Empresas Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén.



José García Vico

jgvico@ujaen.es

Profesor Asociado del Área de Organización de Empresas del Departamento del Organización de Empresas Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén.



María de la Paz Horno Bueno

mphorno@ujaen.es

Profesora Titular de Universidad del Departamento de Finanzas y Contabilidad y Vicedecana del Finanzas y Contabilidad y Gestión de Erasmus de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Jaén.



María Gutiérrez Salcedo

msalcedo@ujaen.es

Profesora Contratada Doctora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento del Organización de Empresas, Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén.



Raquel Barreda Tarrazona

rbarreda@ujaen.es

Profesora Contratada Doctora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento del Organización de Empresas, Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén.



Índice

PRÓLOGO GEM JAÉN 2018-2019	13
INTRODUCCIÓN. ¿QUÉ ES EL PROYECTO GEM?	15
BALANCED SCORECARD	18
BSC: perspectiva de resultados	18
BSC: perspectiva de stakeholders.....	19
BSC: perspectiva de procesos internos	19
BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento	20
RESUMEN EJECUTIVO	21
Indicadores de actividad emprendedora y dinámica empresarial Giennense	21
Percepciones emprendedoras de la población	22
Condiciones del entorno para emprender.....	23
CAPÍTULO 1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN JAÉN.....	25
1.1 Potencial emprendedor.....	29
1.2 Actividad emprendedora e intraemprendimiento	30
1.3 Dinámica emprendedora.....	33
CAPÍTULO 2. OPORTUNIDADES, MOTIVACIONES Y CAPACIDADES PARA CREAR EMPRESAS EN JAÉN	36
2.1 Percepción de oportunidades en el entorno para emprender.....	36
2.2 Motivación emprendedora	37
2.3 Capacidad para emprender.....	42
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL EMPRENDEDOR EN JAÉN	44
3.1 Análisis detallado de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Jaén.....	44
3.1.1 Financiación	44
3.1.2 Políticas gubernamentales.....	46
3.1.3 Programas gubernamentales	47
3.1.4 Educación y formación en creación de empresas.....	48
3.1.5 Transferencia de I+D	50
3.1.6 Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales	51
3.1.7 Apertura del mercado.....	52
3.1.8 Acceso a infraestructuras físicas	53
3.1.9 Normas culturales y sociales	54
3.2 Análisis comparado de los factores del entorno para el emprendimiento.....	55
3.2.1 Influencia de los factores del entorno en la creación de empresas	56
3.2.2 Comparación del entorno del emprendedor de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea	59



CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES	61
CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA	64
5.1 Encuesta a la población adulta.....	65
5.2 Encuesta a expertos.....	68
5.3 Las variables secundarias	71
ANEXO. GLOSARIO DE TÉRMINOS	72
ÍNDICE DE TABLAS	73
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	74
EQUIPOS Y PATROCINADORES GEM ESPAÑA 2018	75
EQUIPOS Y PATROCINADORES PROVINCIALES DEL GEM ANDALUCÍA 2018	76
VICERRECTORADO DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO, EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO	77

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



Prólogo GEM JAÉN 2018-2019

Una de las principales condiciones de un ecosistema favorecedor de la innovación y el emprendimiento es la existencia de talento y talante colaborativo. Lograrlo no es tarea sencilla pero sin duda pasa por la identificación y análisis de las variables que forman parte del fenómeno emprendedor. Esa es la apasionante aventura que inicia el equipo GEM de la Universidad de Jaén.

Su incorporación al proyecto añade valor a la Red GEM de España y posiciona al observatorio GEM de Andalucía como uno de los más importante de nuestro país, dentro de la relevancia que GEM España ya tiene a nivel mundial. *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es 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.

Desde el primer informe GEM de Andalucía en 2003 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 Jaén dirigido por la catedrática María Jesús Hernández Ortiz, con una amplia experiencia académica y empresarial, que ha reunido un equipo de personas conocedoras de la sociedad jienense formado por Lucas Cañas Lozano, Manuel Carlos Vallejo Martos,



Elia García Martí, Manuel Aranda Ogáyar, José García Vico, María de la Paz Horno Bueno, María Gutiérrez Salcedo y Raquel Barreda Tarrazona.

La información que ofrecen 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, a los 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



Introducción. ¿Qué es el proyecto GEM?

La creciente importancia que se da al estudio del tema del emprendimiento desde el ámbito académico se ha materializado en la realización de múltiples estudios que analizan este fenómeno desde las perspectivas más diversas. No obstante, de entre todas estas iniciativas, la más destacada por su carácter global y por su vocación de continuidad en el tiempo es la protagonizada por el Observatorio Global sobre Emprendimiento (GEM).

El proyecto internacional *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) nació hace ya más de veinte años para medir de manera homogénea el fenómeno emprendedor en diferentes territorios. Con él se pretende facilitar el mayor conocimiento de los procesos de creación de empresas, su comparación y posibilitar la emisión de recomendaciones para su impulso y mejora. El proyecto GEM está organizado en forma de consorcio internacional y asociación sin ánimo de lucro, y sus principales características y resultados pueden consultarse de manera gratuita en las direcciones webs internacional y nacional ¹. En la actualidad, más de 70 equipos nacionales están implicados en la realización de trabajos que permiten conocer a fondo el fenómeno del emprendimiento a nivel internacional.

GEM ofrece un sistema de información y análisis que permite evaluar la adecuación de las políticas y acciones emprendidas por los gobiernos, centrándose en los procesos de creación de empresas, con una metodología homologada a escala internacional que permite la comparación entre diferentes territorios y países. Una de las claves del reconocimiento internacional del proyecto GEM es la posibilidad de comparación interterritorial, a través de la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio analizado. Esta medición y la posibilidad de comparación permiten observar el impacto de las políticas públicas en cada territorio, además de otras variables, sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo.

En algunos países, como es el caso de España, los informes de carácter nacional se complementan y detallan con otros de ámbito regional que permiten tomar decisiones mejor enfocadas a la diversidad territorial. Este es el caso de Andalucía, donde la existencia de un capacitado equipo regional ha permitido que, desde hace años, se pueda conocer el fenómeno del emprendimiento de una forma objetiva y rigurosa. Este proceso de desagregación del análisis se ha llegado a plantear hasta

¹ Consultar: <https://www.gemconsortium.org/> y <http://www.gem-spain.com/>



llegar al ámbito provincial, como se pone de manifiesto en el presente informe, enfocado en la provincia de Jaén.

La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones asegura la comparabilidad de los resultados de cada estudio territorial. El diseño de la investigación favorece la obtención de una serie de indicadores homogéneos para cada país o región participante, que garantizan la validez y el sentido de la comparación. Las fuentes de información que GEM emplea para la realización de los informes son tres:

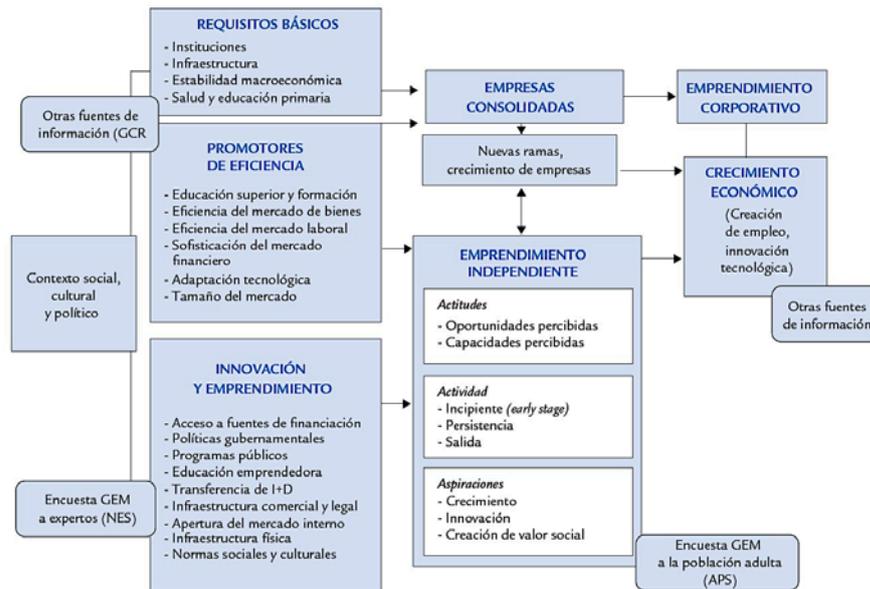
- una encuesta (APS) dirigida a la población adulta (de 18 a 64 años de edad) de cada territorio, para detectar las características específicas de los emprendedores y los condicionantes específicos de la creación de empresas en cada contexto concreto; Se han realizado 400 entrevistas en la provincia de Jaén para este propósito;
- un cuestionario dirigido a un panel de expertos (NES), de los que 36 fueron seleccionados en Jaén, que permite obtener una opinión cualificada y diversa sobre el fenómeno emprendedor; las personas elegidas para formar parte de este panel se caracterizan por presentar un perfil profesional diverso, cuyo denominador común es la vinculación con el tema del emprendimiento desde una u otra perspectiva;
- un conjunto de variables secundarias, económicas y sociales, obtenidas de fuentes contrastadas a escala internacional.

La información recabada a través de estas tres fuentes, que se completan y complementan mutuamente, se trata y elabora como base para la realización de los distintos apartados que integran el informe.

La Ilustración 1 resume el modelo conceptual GEM, para ofrecer una explicación más amplia y precisa del fenómeno emprendedor. Sobre la base de este modelo se ha diseñado la metodología que permite elaborar informes a diferentes niveles.



Ilustración 1. Modelo Conceptual GEM y fuentes de información que lo nutren



Fuente: GEM Global Report (Kelley, Bosma y Amorós, 2011)².

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

² Kelley, D., Bosma, N.S., Amorós, J.E. (2011): Global Entrepreneurship Monitor 2010. Babson College. London Business School.



Balanced Scorecard

El *Balanced Scorecard* (BSC) sintetiza la información y facilita las acciones estratégicas de gobernanza. Jerarquiza e interrelaciona los objetivos bajo diferentes perspectivas (de resultados, de stakeholders, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento).

Así, se recogen los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Jaén, y se organizan en las diferentes perspectivas que forman parte del cuadro de mando integral o BSC³. La estructura jerárquica del BSC permite mostrar los principales indicadores de manera integrada, para tener una visión de conjunto del estado de la cuestión de la creación de empresas en Jaén durante el año al que se refiere este informe.

BSC: perspectiva de resultados

Los indicadores que caracterizan el fenómeno emprendedor desde la **perspectiva de sus resultados** se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Regional *Entrepreneurial Scorecard* en el caso de Jaén: perspectiva de resultados

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
Porcentaje de emprendedores	TEA	% 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva	6,0
Porcentaje de mujeres emprendedoras	TEA femenina	% 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva	5,3
Porcentaje de empresas consolidadas	Empresas consolidadas	% 18-64 población, Sí: Actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses de funcionamiento	3,8
Número de cierres	Empresas que han cerrado	% 18-64 población, Sí: Ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses	1,0

³ El resumen *Scorecard* de los resultados del Informe GEM está basado en el trabajo de Lorenzo Gómez, J.D., Rojas Vázquez, A. y Ruiz Navarro, J. (2007): "Regional Entrepreneurial Scorecard", *Cuadernos de Gestión*, Vol. 8, nº 2, pp. 29-46. ISSN: 1131-6837.



BSC: perspectiva de stakeholders

La Tabla 2 muestra el fenómeno emprendedor desde una **perspectiva de stakeholders**.

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

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
Apoyo financiero	Valoración del panel de expertos sobre las condiciones de acceso a la financiación por los emprendedores (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de acceso a la financiación por parte de los emprendedores	1,8
Apoyo financiero	Porcentaje de inversores informales en la sociedad	% 18-64 población, Sí: he prestado dinero para poner en marcha un negocio	4,2
Imagen positiva del emprendedor	Porcentaje de población que considera que crear una empresa es una buena salida profesional	% Sí: Empezar es una buena elección de carrera profesional	55,0
Imagen positiva del emprendedor	Porcentaje de población que considera que hay buena cobertura de los emprendedores en los medios de comunicación	% 18-64 población, Sí: En mi país, los medios de comunicación prestan mucha atención al fenómeno emprendedor	44,8
Mejora de programas gubernamentales	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de programas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de percepción de la situación de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas	2,3
Apoyo al emprendedor en todas las fases	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de políticas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de políticas, medidas y apoyo para creación de empresa propia	2,0

BSC: perspectiva de procesos internos

La **perspectiva de procesos internos**, que se muestra en la Tabla 3, recoge información sobre la percepción de oportunidades de negocio, la identificación de emprendedores potenciales, la imagen del emprendedor y los trámites para poner en marcha una actividad empresarial.

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

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
Percepción de oportunidades de negocio	Porcentaje de la población que considera que existen buenas oportunidades de negocio	% 18-64 población, Sí: ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses	21,6
Detección de emprendedores potenciales	Porcentaje de la población con intención futura de emprender	% 18-64 población, Sí: Espera poner en marcha un nuevo negocio en los 3 próximos años (emprendedores potenciales)	5,2
Imagen del emprendedor	Valoración de la población sobre el estatus social del emprendedor	% 18-64 población, Sí: asocia un alto estatus a los emprendedores que tienen éxito	51,8
Reducción de trámites y plazos de tramitación	Valoración del panel de expertos sobre los impuestos, trámites y tiempo necesarios para la puesta en marcha de una empresa (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de Política gubernamentales, titulado trámites y burocracia en la creación de una empresa propia.	1,8

BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento

La perspectiva de aprendizaje y crecimiento se muestra en la Tabla 4.

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

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
Transferencia I+D	Evaluación del nivel de transferencia de I+D (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque Transferencia Tecnológica e I+D	2,1
Coordinación entre instituciones	Evaluación del nivel de asistencia integral de las instituciones de promoción (valorado de 1 a 5)	Valoración de los expertos sobre si se puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactando con un solo organismo público.	2,1
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de educación y formación, con estudios de primaria y secundaria, y en creación de empresas	1,9
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en formación profesional y universidad	Componente principal resumen del bloque de educación y formación en formación profesional y Universidad en Creación de Empresas	2,5
Mejoras en formación	Valoración de la población sobre su capacidad para dirigir empresas	% Tiene habilidades, conocimientos para crear una nueva empresa	48,2



Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo ofrece una panorámica de los principales indicadores de la actividad emprendedora y de la dinámica empresarial, de las oportunidades de crear empresas, las motivaciones y capacidades de las personas que emprenden y, por último, del entorno emprendedor en la provincia de Jaén.

Indicadores de actividad emprendedora y dinámica empresarial Giennense

Los datos más significativos de la actividad emprendedora y de la dinámica empresarial de la provincia de Jaén se describen a continuación:

- ✓ De acuerdo con el indicador de actividad emprendedora total (TEA, por sus siglas en inglés) registrado en el último año, la participación en negocios con una existencia de hasta 42 meses representó el 6,0% de la población giennense de 18 a 64 años. Más de la mitad de esta población correspondió a personas que eran dueñas y gestoras de negocios nuevos cuya existencia era superior a los 3 meses (3,2%), mientras que el resto correspondió a personas que se encontraban tratando de poner en marcha un negocio naciente, que tenía una existencia inferior a los 3 meses (2,8%). El indicador TEA está por debajo de la media andaluza (8.8%) y de la media española (6,4%).
- ✓ En el caso de los emprendedores potenciales, el 5,2% de la población encuestada tiene intención de emprender en los próximos tres años, situándose una décima por encima de la media andaluza, y 1,6 puntos por debajo de la media española. Este valor se encuentra entre los últimos puestos del ranking de potencial emprendedor de casi todas las regiones españolas, a excepción del País Vasco.
- ✓ El número de personas que dicen ser empresarios consolidados en la provincia de Jaén (con más de 42 meses de actividad) alcanza el 3,8% de los encuestados, frente a la media andaluza, que es del 5,7%, y la media española, con un 6,1% de la población.
- ✓ La tasa de cierre empresarial en Jaén es del 1%, lo que nos coloca por debajo de la media andaluza (1,1%) y la española (1,2%).



- ✓ En cuanto a la actividad emprendedora desarrollada por los empleados de una organización (intraemprendimiento) el 7% de los jiennenses ha participado activamente en un proyecto de intraemprendimiento en los últimos tres años ,y el 5% lo hace en la actualidad; un porcentaje elevado si lo comparamos con el 6% de la actividad emprendedora (TEA). Las tasas de intraemprendimiento en Andalucía (2%) y España (2,7%) son sensiblemente inferiores a la provincial. Asimismo, el 2,8% de la población ha liderado este tipo de proyectos en los últimos tres años mientras que el 2,4% los lidera actualmente.

Percepciones emprendedoras de la población

Del estudio de las percepciones de la población jiennense encuestada se puede destacar lo siguiente:

- ✓ El porcentaje de población que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses en la provincia de Jaén (48,2%) es superior al porcentaje andaluz (32,2%) y a la media nacional (29,1%). En concreto, es la media más alta de todos los datos de España. Por ello, se considera que la población jiennense tiene una percepción optimista sobre las oportunidades de negocio.
- ✓ El 48,2% de la población adulta de entre 18 y 64 años de la provincia de Jaén afirma tener los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes para materializar una oportunidad de negocio con éxito. La media española (48,5%) es muy similar, mientras que la media andaluza es un poco más alta (52,4%).
- ✓ El miedo al fracaso y la aversión al riesgo son factores clave en la formación de la intención emprendedora y en la posterior implantación de la empresa. En Jaén el 47,2% de la población considera que el miedo al fracaso sería un factor que les frenaría en el inicio de la actividad emprendedora. Esta valoración es un poco superior a la media española (43,1%) y a la media andaluza (43,9%). Jaén tiene el valor más alto de la clasificación comparándola con todas las comunidades españolas.
- ✓ La dimensión cultural del emprendimiento sobre la concepción más o menos igualitaria de la sociedad se explica en Jaén afirmando que el 72% de los encuestados jiennenses prefieren que todo el mundo tenga estándares de



vida similares. Esta cifra es similar a los datos de España (71,5%) y Andalucía (72%).

- ✓ El emprendimiento como opción profesional deseable es considerado como adecuado en Jaén por el 55% de los encuestados, cifra superior a la media andaluza (52,4%) y española (53,1%).
- ✓ Otro elemento cultural es el estatus social y económico del emprendedor. En Jaén el 55% de los encuestados afirma que los emprendedores poseen un elevado estatus social y económico. Esta valoración es ligeramente superior a la media nacional (49,8%) y muy similar a la media andaluza (52,1%).
- ✓ El indicador que valora si los medios de comunicación realizan un papel divulgador favorable sobre la actividad emprendedora, se sitúa en el 44,8%. En este caso el porcentaje es inferior al recogido a nivel autonómico (49,4) y nacional (50,6).

Condiciones del entorno para emprender

Para conocer las condiciones del entorno emprendedor en la provincia de Jaén, se consultó a 36 expertos vinculados de una u otra manera al mundo de la creación de empresas. La información proporcionada por estos expertos permite realizar un diagnóstico del ecosistema emprendedor, identificar sus principales carencias e ineficiencias, así como los aspectos que favorecen la actividad emprendedora, además de proponer acciones que contribuyan a fortalecerlo.

- ✓ En general, los expertos realizan un diagnóstico no demasiado favorable del entorno para emprender en la provincia de Jaén. De los 12 factores considerados sólo aprueban dos: el acceso a la infraestructura física y los servicios profesionales (2,8) y la educación superior, que alcanza una valoración de 2,6. Esto significa que dentro del sistema educativo, se considera al nivel de educación superior como el que más estimula y enfatiza el espíritu emprendedor. Las carencias más importantes tienen que ver con el apoyo financiero a los emprendedores y las políticas gubernamentales: burocracia.
- ✓ Las personas expertas encuentran que los principales obstáculos para la creación de empresas en la provincia de Jaén (lo ha señalado por un porcentaje igual o superior al 10 % de los encuestados) son, en primer lugar, las normas culturales y sociales (20,4 %), en segundo lugar, el apoyo financiero al emprendimiento (16,7 %), y en tercer lugar, con 11,1 %, las infraestructuras físicas y de servicios y la capacidad para el emprendimiento.



- ✓ Hay dos factores especialmente señalados por los expertos como favorecedores de la creación de empresas. Se trata, en primer lugar, de la educación y formación, mencionada por un 23,2 % de los expertos, y en segundo lugar los programas gubernamentales, con un 14,1 %.
- ✓ Las principales recomendaciones que realizan los expertos de Jaén para la mejora del entorno emprendedor son: la mejora en la adecuación de los programas gubernamentales para adecuarse a las necesidades del emprendedor, la potenciación de la educación emprendedor desde las etapas más tempranas de la educación (primaria y secundaria), y las políticas gubernamentales encaminadas a la reducción de la presión fiscal, tasas y otras regulaciones.
- ✓ En términos comparativos con respecto a Andalucía, Europa y los países miembros de la Unión Europea, Jaén solamente destaca en la valoración de la educación primaria y secundaria con respecto a Andalucía. Asimismo, existe una diferencia en la educación superior entre la de Jaén y España, siendo mejor valorada la giennense.
- ✓ Cabe destacar las diferencias que existen en los factores infraestructura comercial y servicios y acceso a infraestructuras físicas, entre Jaén y el resto de territorios con los cuales se ha realizado el análisis comparativo. En este sentido, tal y como se recoge en el informe, la peor valoración que se realiza para el caso giennense es especialmente significativa respecto a la de Andalucía, España y la Unión Europea (se aprecia un punto o más de diferencia).



Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Jaén

La actividad emprendedora es ampliamente concebida en la literatura existente como un proceso que incluye la identificación, evaluación y explotación de oportunidades de negocio. Bajo esta perspectiva, el proyecto GEM concibe este proceso mediante el análisis de las distintas etapas en las que una persona emprendedora se puede involucrar, como la intención de emprender en un futuro próximo, la puesta en marcha de un negocio naciente, la gestión de negocios nuevos o establecidos e incluso el abandono reciente de una actividad empresarial.

Esta conceptualización basada en múltiples etapas facilita el análisis de la actividad emprendedora de la provincia de Jaén a través de los siguientes indicadores vinculados al proceso emprendedor.

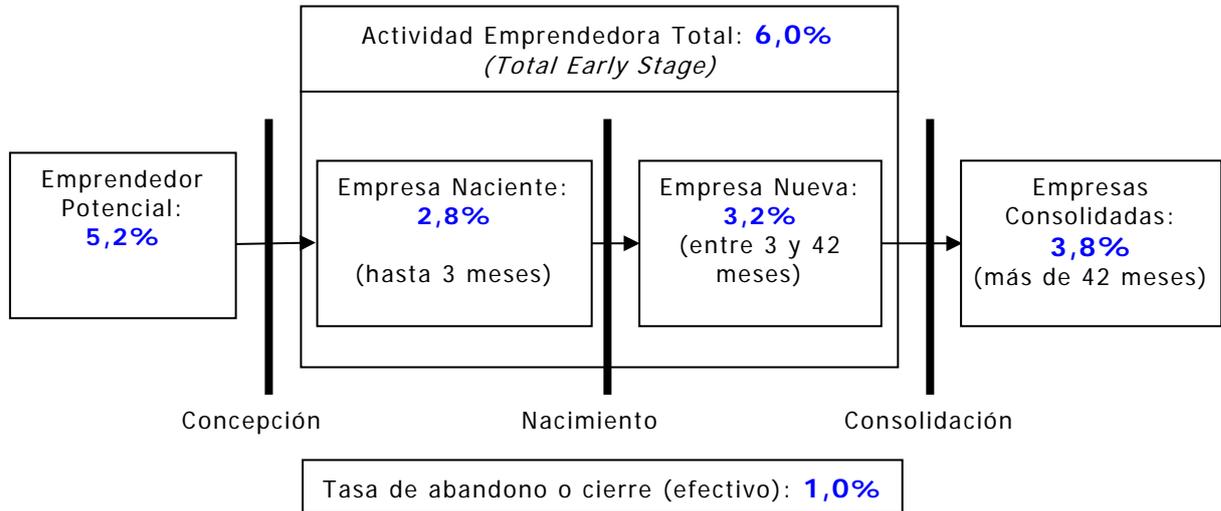
- Porcentaje de emprendedores potenciales o personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han declarado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos 3 años.
- Porcentaje de emprendedores nacientes o personas adultas que están poniendo en marcha una empresa en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que no ha pagado salarios por más de tres meses.
- Porcentaje de emprendedores nuevos o personas adultas que poseen un negocio que ha pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses, y que, por lo tanto, aún no se ha consolidado
- 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.
- Porcentaje de empresarios consolidados o personas adultas que poseen un negocio que ya se ha afianzado en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses.
- Indicador de abandono de la actividad empresarial medido como el porcentaje de personas adultas que han cerrado o abandonado un negocio en los últimos 12 meses.

La Ilustración 2 recoge el proceso emprendedor descrito en la provincia de Jaén. La Ilustración 3 y la Ilustración 4 muestran los datos más relevantes sobre la actividad



empresaria en el conjunto de la Comunidad Andaluza y España lo que permite la comparación entre los distintos territorios.

Ilustración 2. El proceso emprendedor en Jaén (% población 18-64 años)⁴



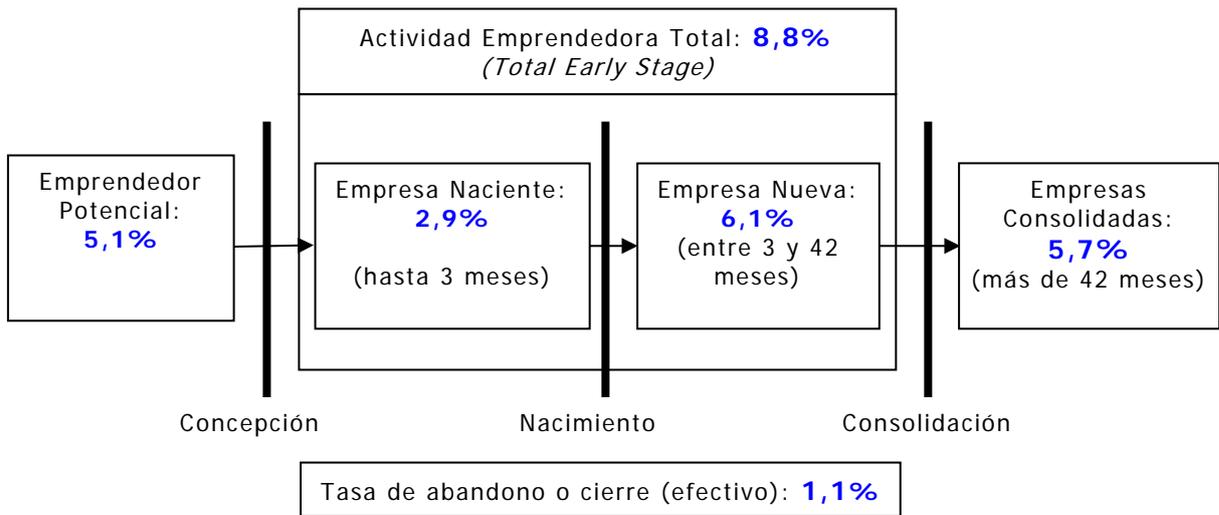
Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)⁵.

⁴ Nótese que la suma de las iniciativas nacientes y nuevas puede ser superior a la TEA del periodo debido a que algunos emprendedores pueden estar desarrollando ambos tipos de iniciativas simultáneamente.

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

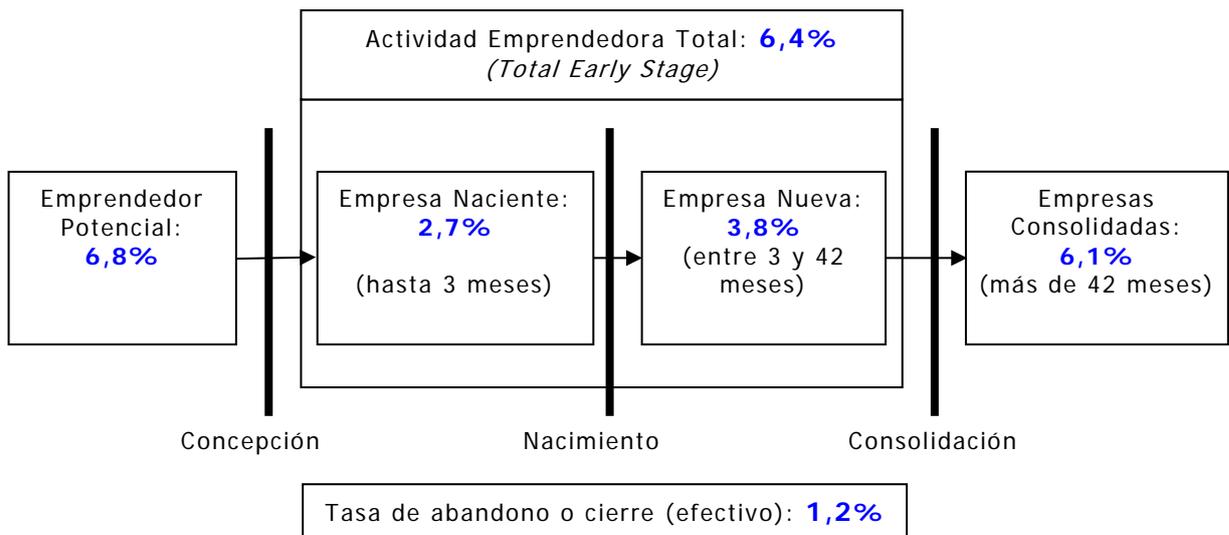


Ilustración 3. El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años)



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)⁶.

Ilustración 4. El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años)



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)⁷.

Como se resume en la Tabla 5 y en la Ilustración 5, Jaén presenta un potencial emprendedor (5,2%), una décima por encima de la comunidad autónoma andaluza (5,1%), pero muy por debajo de la media nacional (6,8%).

⁶ Reynolds et al. (2005), ob. cit.

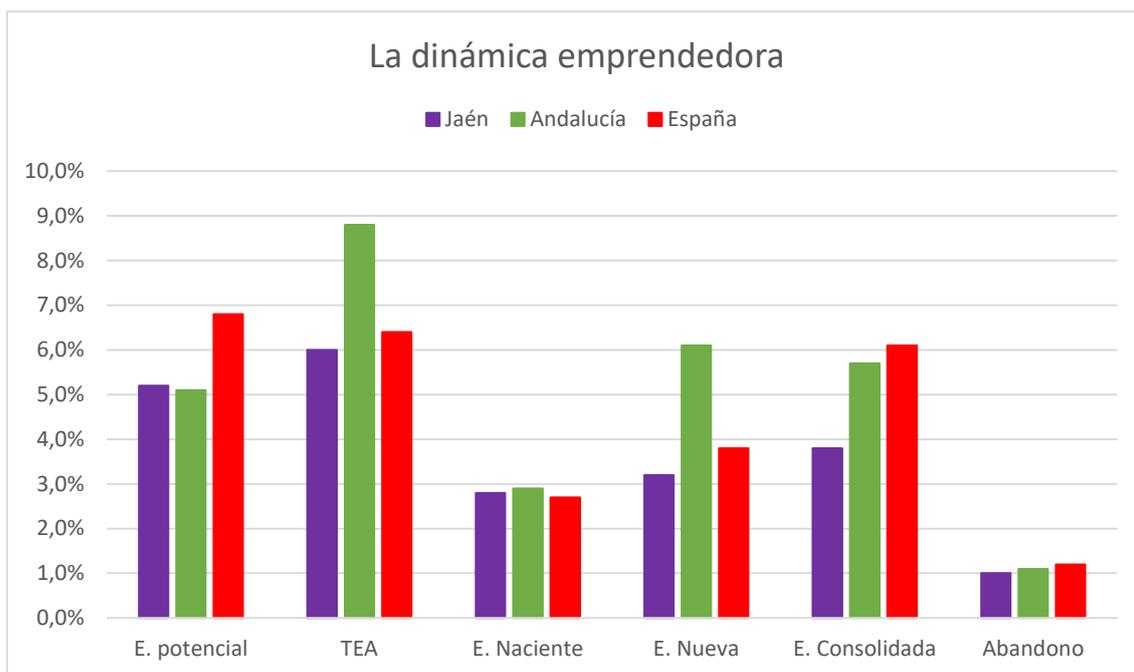
⁷ Reynolds et al. (2005), ob. cit.



Tabla 5. Dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España – 2018

	E. potencial	TEA	E. Naciente	E. Nueva	E. Consolidada	Abandono
Jaén	5.2%	6.0%	2.8%	3.2%	3.8%	1.0%
Andalucía	5.1%	8.8%	2.9%	6.1%	5.7%	1.1%
España	6.8%	6.4%	2.7%	3.8%	6.1%	1.2%

Ilustración 5. Grafico dinámica emprendedora, Andalucía y España – 2018



Según los datos recogidos, el indicador TEA alcanzó en 2018 el 6%, lo que significa que 6 de cada 100 personas de la población adulta jaennense están involucradas en actividades de emprendimiento en fase inicial a mediados de 2018. Esta cifra está por debajo de la media andaluza (8.8%) y de la media española (6,4%).

El indicador TEA de Jaén se compone de un 2,8% que corresponde a personas emprendedoras con negocios nacientes, y de un 3,2% que corresponde a aquellas con negocios nuevos. En términos significativos, esto supone que por cada emprendedor naciente identificado en Jaén en 2018 había el equivalente a 1,14 emprendedores nuevos; esta ratio sugiere que una parte relevante de los negocios identificados están transitando de un estado naciente a nuevo, y que la actividad emprendedora es mayor en negocios que han pagado salarios por un periodo de entre 4 y 42 meses en lugar de los que los que se encuentran en marcha sin haber pagado salarios por más de tres meses.



La tasa de empresas consolidadas se eleva a un 3,8%, alrededor de dos puntos porcentuales inferior a la media andaluza (5,7%) y la media de España (6,1%). Sin embargo, en Jaén las personas que abandonaron su negocio en 2018 fue el 1%, por debajo de la media registrada en Andalucía (1,1%) y España (1,2%).

Este es el primer informe GEM que se realiza en la provincia de Jaén, por lo que no se puede hacer un análisis longitudinal de la evolución emprendedora en Jaén en los últimos años. No obstante, a continuación, profundizaremos en las distintas etapas del proceso emprendedor jiennense en el año 2018.

1.1 Potencial emprendedor

El proceso emprendedor comienza con la intención de querer crear una empresa, en el proyecto GEM a la parte de la población que tiene esta intención se le denomina emprendedor potencial. Para ello, en la encuesta a la población adulta ⁸ (de 18 a 64 años de edad) realizada para detectar las características específicas de los emprendedores y los condicionantes de la creación de empresas, se le ha preguntado: ¿espera usted crear una empresa en los próximos 3 años?

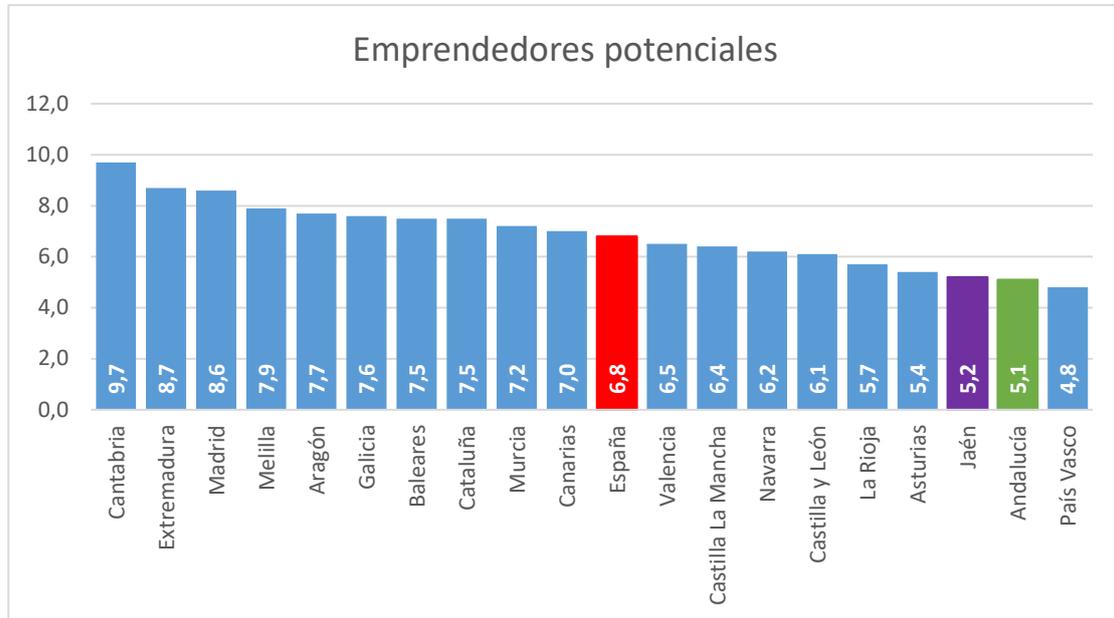
Como se observa en la Tabla 6, el potencial emprendedor en la provincia de Jaén es el 5,2%, situándose una décima por encima de la media andaluza, y 1,6 puntos por debajo de la media española. Este valor se encuentra entre los últimos puestos del ranking de potenciales emprendedores de casi todas las regiones españolas, a excepción del País Vasco, como se muestra en la Ilustración 6.

Tabla 6. El potencial emprendedor en Jaén, Andalucía y España – 2018

	E. potencial
Jaén	5.2%
Andalucía	5.1%
España	6.8%

⁸ En términos de la metodología GEM: Adult Population Survey (APS)

Ilustración 6. Emprendedores potenciales en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018



1.2 Actividad emprendedora e intraemprendimiento

La siguiente etapa de la actividad emprendedora es la del nacimiento y desarrollo de la nueva empresa. Para estimar los indicadores asociados al proceso emprendedor, el proyecto GEM hace una distinción entre empresas nacientes (menos de tres meses) y nuevas (menos de tres años y medio), en base al tiempo transcurrido desde el momento en que un negocio comienza a pagar salarios, bien sea a los empleados o al propio emprendedor. Se considera siguiendo a Katz y Gartner (1988), que puede servir como variable de muestreo para identificar a organizaciones emergentes.

La Actividad Emprendedora Total o *Tasa de Actividad Emprendedora* (TEA) recoge el porcentaje de encuestados que indica haber creado una empresa en dicho intervalo de tiempo.

En Jaén el 6% de la población está implicada en el desarrollo de una nueva actividad emprendedora. La TEA recogida en la provincia de Jaén (Tabla 7) es inferior en 1,8 puntos a la de la Comunidad Andaluza, aunque solamente a 4 décimas de la media española.

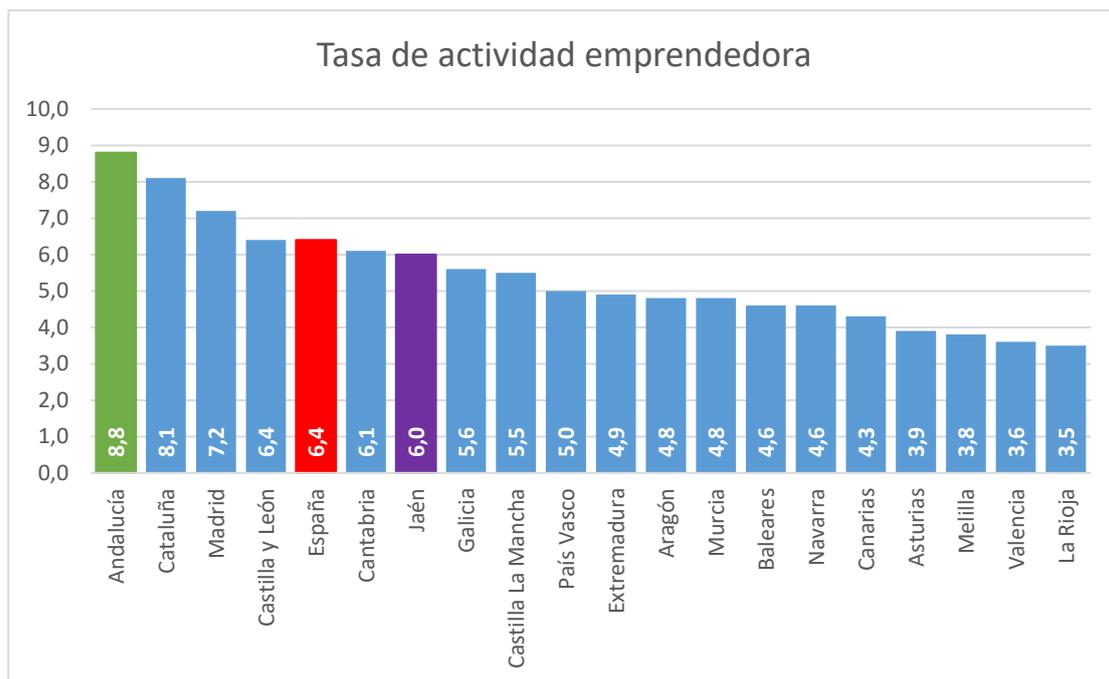


Tabla 7. Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén, Andalucía y España – 2018

	TEA
Jaén	6.0%
Andalucía	8.8%
España	6.4%

En este sentido, la Ilustración 7, compara la TEA del periodo analizado para cada Comunidad Autónoma y nos muestra que la Comunidad Andaluza ocupa la primera posición, siendo este año la región más emprendedora. La TEA de la provincia de Jaén, tiene una posición relevante, pues queda únicamente por detrás de 5 comunidades autónomas incluida la andaluza.

Ilustración 7. Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018

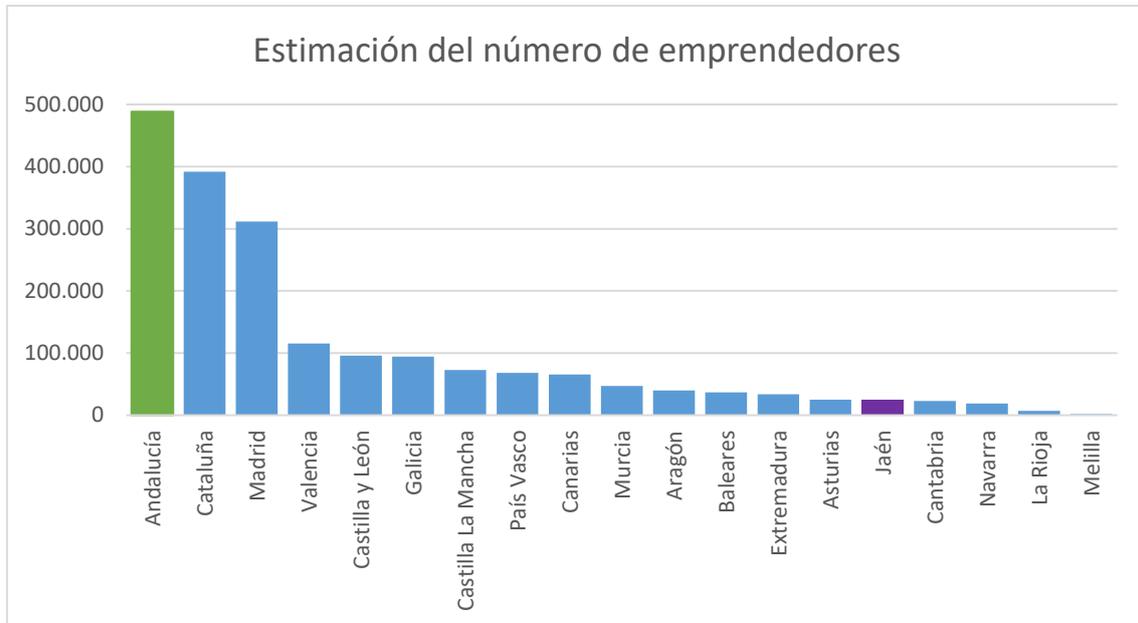


Si queremos estimar el número de personas de la provincia de Jaén que está involucrada en la Actividad Emprendedora, lo podemos hacer aplicando la TEA a la población adulta en edad activa registrada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el periodo analizado, y lo podemos comparar con cada una de las Comunidades Autónomas regiones consideradas. La Ilustración 8 recoge una



estimación de los emprendedores considerando la TEA y los datos de población del INE.

Ilustración 8. Estimación del número de emprendedores en las regiones y ciudades autónomas españolas⁹



Estas estimaciones se ven condicionadas por la tasa de actividad emprendedora y por el tamaño de la población. En este sentido, Jaén cuenta con 24.976 emprendedores en el año 2018, con una población estimada de entre 16 y 64 años, que se eleva a 416.217 personas. En la Ilustración 8 se puede comparar visualmente, el número de emprendedores del periodo analizado para cada Comunidad Autónoma. La Comunidad Andaluza, con 488.351 personas, ocupa la primera posición de España en número de emprendedores.

El análisis de la actividad emprendedora de la población jiennense realizado más arriba se puede completar con la **actividad intraemprendedora** de las organizaciones y empresas o emprendimiento corporativo. Desde la perspectiva de la metodología GEM ¹⁰, la actividad intraemprendedora es concebida como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores (EEA

⁹ La estimación se ha realizado calculando la media poblacional según el Instituto Nacional de Estadística (INE) para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2018 y el 1 de enero de 2019.

¹⁰ Para mayor detalle, revisar los trabajos de World Economic Forum (2016), Guerrero et al. (2016) y Bosma et al. (2013).



[*Entrepreneurial Employee Activity*]) de organizaciones cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spinoffs, spin-outs, start-ups*). Teniendo en cuenta que GEM entrevista a la población adulta de 18-64 años, este indicador refleja el porcentaje de empleados que en los últimos tres años han sido parte del desarrollo y liderazgo de iniciativas innovadoras y emprendedoras para sus empleadores como parte de las actividades que desempeñan en su trabajo ¹¹.

En la Tabla 8 se recoge el porcentaje de la población adulta giennense de 18 a 64 años que realiza una actividad de intraemprendimiento, tanto su participación actual como en los últimos tres años, también se diferencia entre las personas que se involucran activamente y las que lideran los proyectos intraemprendedores.

Tabla 8. El intraemprendimiento en Jaén – 2018

Participación activa intraemprendedora en los últimos 3 años	7.0%
Participación activa intraemprendedora actual	5.0%
Liderazgo intraemprendedor en los últimos 3 años	2.8%
Liderazgo intraemprendedor actual	2.4%

Se puede observar en la Tabla 8 que el 7% de los giennenses ha participado activamente en un proyecto de intraemprendimiento en los últimos tres años y el 5% lo hace en la actualidad, un porcentaje elevado si lo comparamos con el 6% de la actividad emprendedora (TEA). Así mismo, el 2,8% de la población ha liderado este tipo de proyectos en los últimos tres años mientras que el 2,4% los lidera actualmente.

1.3 Dinámica emprendedora

El análisis de la dinámica de la actividad emprendedora, culmina con las empresas consolidadas (las que tienen más de 3,5 años) y los abandonos o cierres que se han

¹¹ Desde la perspectiva del capital humano, las organizaciones que tienen una orientación emprendedora promueven este tipo de actividad (intra)emprendedora que a su vez genera una serie de bondades para aquellos empleados que las desarrollan, tales como experiencias y habilidades muy particulares que refuerzan su capital humano (Guerrero y Peña-Legazkue, 2013).



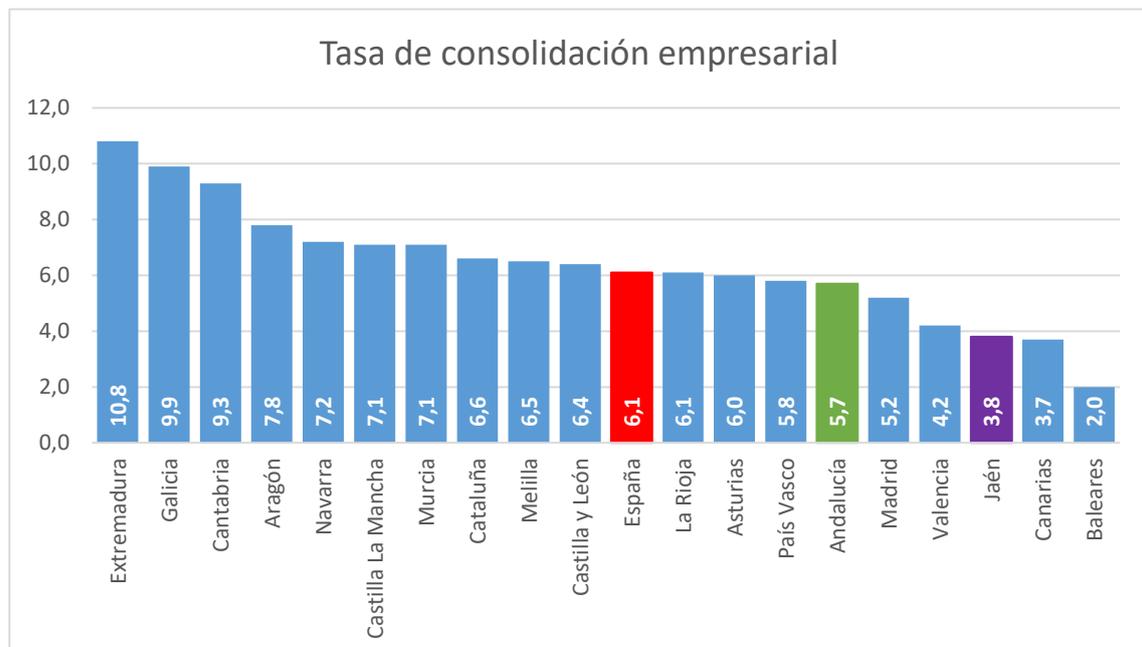
producido en los últimos doce meses. La Tabla 9 recoge las iniciativas consolidadas en Jaén, junto con las de Andalucía y España. La Ilustración 9 muestra de manera visual las iniciativas consolidadas en España por comunidades autónomas para poder comparar con las iniciativas jiennenses.

Tabla 9. La tasa de consolidación empresarial en Jaén, Andalucía y España – 2018

	E. Consolidada
Jaén	3.8%
Andalucía	5.7%
España	6.1%

Se observa en la Tabla 9 que la tasa de empresas consolidadas en Jaén (3,8%) se encuentra por debajo de la media de Andalucía y de España. La provincia ocupa unos de los últimos lugares en tasa de empresas consolidadas respecto a las comunidades autónomas. Es decir, en Jaén hay proporcionalmente menos emprendedores consolidados que en España y en muchas comunidades autónomas.

Ilustración 9. Tasa de consolidación empresarial en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018



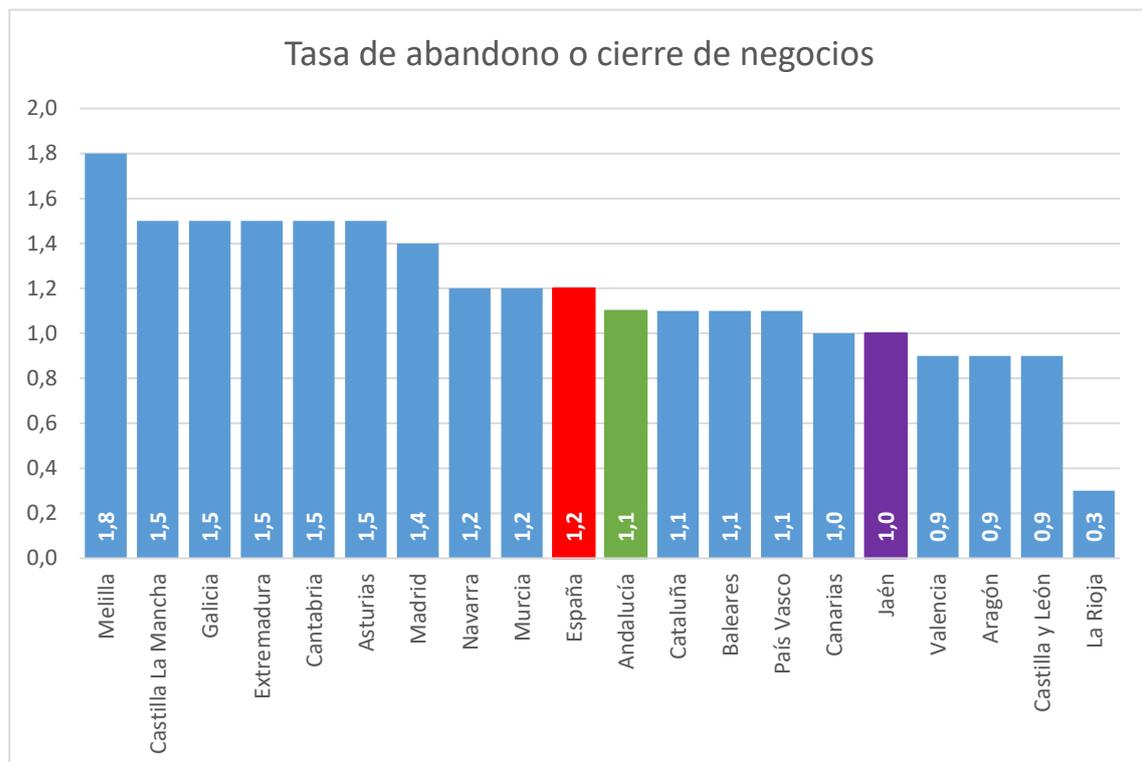


Otro indicador a tener en cuenta en la dinámica emprendedora, es el número de empresarios que abandonan su empresa. En Jaén, las personas involucradas en estos abandonos empresariales representaron el 1% de la población encuestada en 2018. En comparación con el TEA (6%), se trata de una cifra baja. Esto supone un dato positivo, que apunta a la sostenibilidad en tiempo de las actividades emprendedoras iniciadas. Este indicador es menor que en Andalucía, España y muchas comunidades autónomas como se recoge en la Tabla 10 y en la Ilustración 10.

Tabla 10. La tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España – 2018

	Abandono
Jaén	1.0%
Andalucía	1.1%
España	1.2%

Ilustración 10. Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018





Capítulo 2. Oportunidades, motivaciones y capacidades para crear empresas en Jaén

Este capítulo se va a centrar en aspectos relacionados con el plano psicológico y las apreciaciones personales de la población adulta, en concreto: la percepción de oportunidades en el entorno para emprender, la motivación emprendedora y la percepción sobre la capacidad personal para emprender.

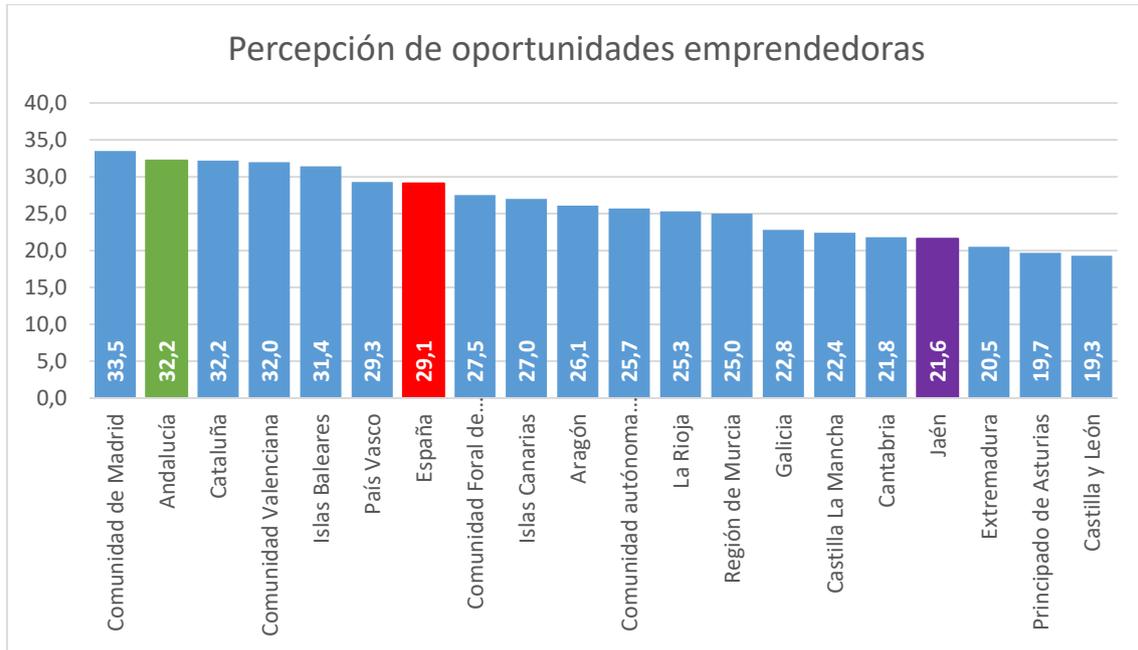
2.1 Percepción de oportunidades en el entorno para emprender

Las iniciativas emprendedoras surgen con la identificación de una posible oportunidad y la forma de explotarla. Estas iniciativas se incrementan cuando las condiciones del entorno son favorables para la creación de empresas. Aun así, la decisión de emprender está ligada a apreciaciones personales de los emprendedores sobre las oportunidades de emprendimiento en una determinada zona geográfica. Pues en ocasiones la oportunidad de negocio no está en el entorno para ser identificada, sino que es creada por la actuación innovadora del emprendedor. Por ello no es suficiente con que el entorno favorezca la creación empresarial, sino que son los emprendedores los que han de ser conscientes de las oportunidades de emprender y percibir las de modo favorable y adecuado. En concreto, el 48,2% de la población jiennense de entre 18 y 64 años valora subjetivamente que en los próximos seis meses habrá oportunidades favorables para la creación de empresas en la provincia de Jaén.

La Ilustración 11 muestra el porcentaje de población que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses en la provincia de Jaén (48,2%) es superior al porcentaje andaluz (32,2%) y a la media nacional (29,1%). En concreto, es la media más alta de todos los datos de España. Por ello, se considera que la población jiennense tiene una percepción optimista sobre las oportunidades de negocio que ofrece su entorno.



Ilustración 11. Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018



2.2 Motivación emprendedora

La metodología GEM indica cinco variables que influyen en las motivaciones personales de los emprendedores y que condicionan su decisión de emprender. Estos factores son: el miedo al fracaso, la cultura sobre concepción más o menos igualitaria de la sociedad, el considerar el emprendimiento como una buena opción profesional, el estatus social y económico del emprendedor, y el papel de los medios de comunicación e internet en la difusión de los casos exitosos de emprendimiento. La Tabla 11 presenta los resultados obtenidos entre la población jiennense.

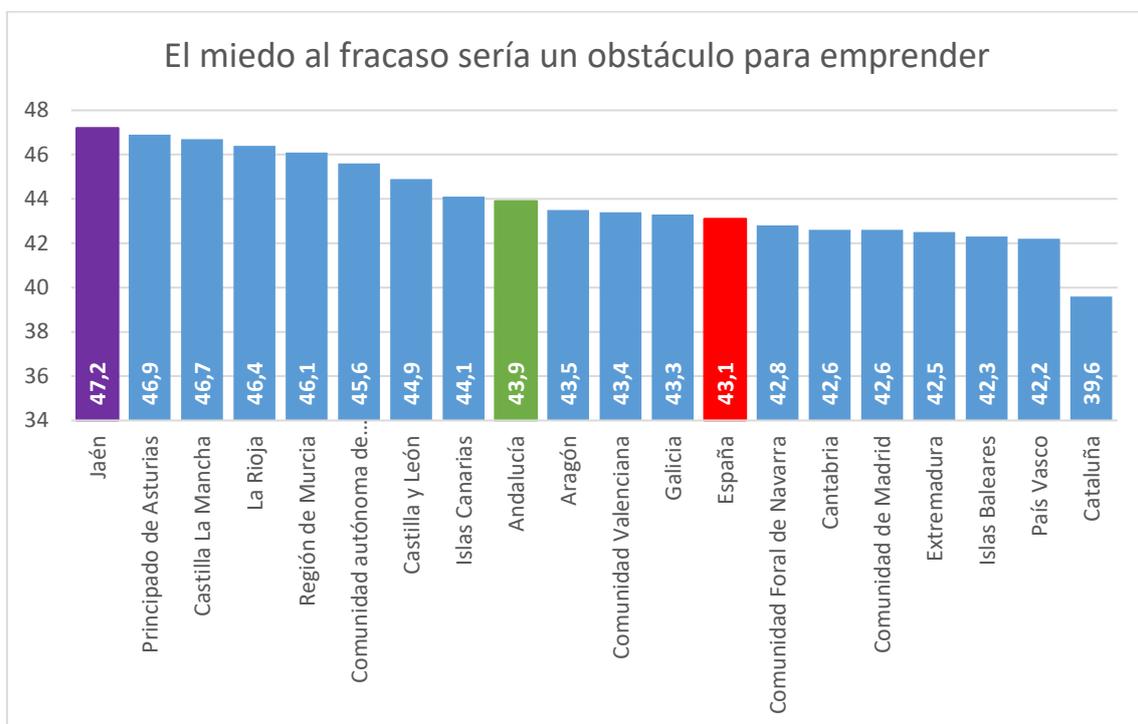
Tabla 11. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén – 2018

	Ítem	Respuesta (%)		
		Sí	No	No sé
Miedo al fracaso	¿El miedo al fracaso sería un obstáculo para que usted creara una empresa?	47.2%	50.6%	2.2%
Concepción más o menos igualitaria de la sociedad	En Jaén, la mayoría de las personas preferirían que todo el mundo tuviese unos estándares de vida similares.	72.0%	22.4%	5.6%
Consideración como buena opción profesional	En Jaén, la mayoría de la gente considera que crear una empresa es una opción profesional deseable.	55.0%	37.0%	8.0%
Estatus social y económico	En Jaén, los emprendedores exitosos tienen un alto nivel de estatus y respeto.	51.8%	39.6%	8.6%
Papel de los medios de comunicación e internet	En Jaén a menudo se ven historias sobre empresas nuevas exitosas en medios de comunicación y/o internet.	44.8%	45.8%	9.4%



El miedo al fracaso y la aversión al riesgo son factores clave en la formación de la intención emprendedora y en la posterior implantación de la empresa. La Ilustración 12 muestra que en Jaén el 47,2% de la población considera que el miedo al fracaso sería un factor que les frenaría en el inicio de la actividad emprendedora. Esta valoración es un poco superior a la media española (43,1%) y a la media andaluza (43,9%). Jaén tiene el valor más alto de la clasificación, siendo Cataluña (39,6%) donde menor es el miedo al fracaso al inicio de la actividad emprendedora.

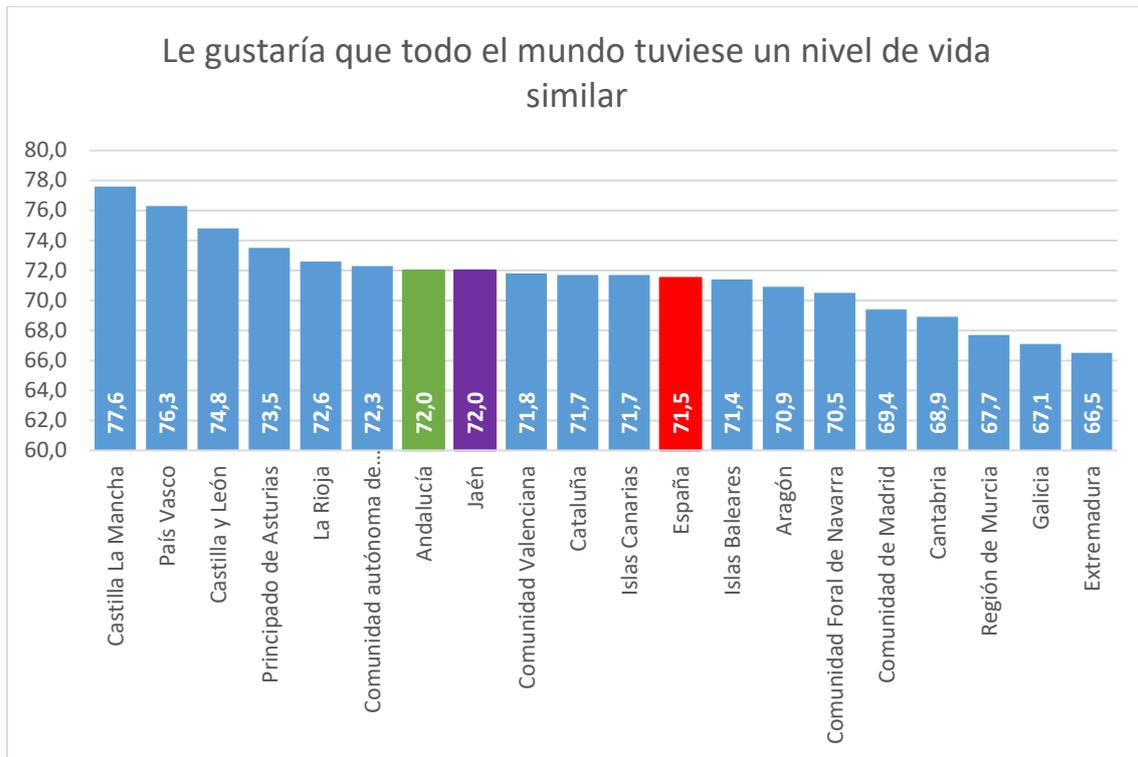
Ilustración 12. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018



En la Ilustración 13, la dimensión cultural del emprendimiento sobre la concepción más o menos igualitaria de la sociedad se explica en Jaén afirmando que el 72% de los encuestados jiennenses prefieren que todo el mundo tenga estándares de vida similares. Esta cifra es similar a los datos de España (71,5%) y Andalucía (72%). Entre regiones destaca Castilla La Mancha y País Vasco con unos mayores deseos de estándares de vida similares, mientras que en el otro extremo y valorando en mayor medida los valores individualistas encontramos a Extremadura y Galicia.



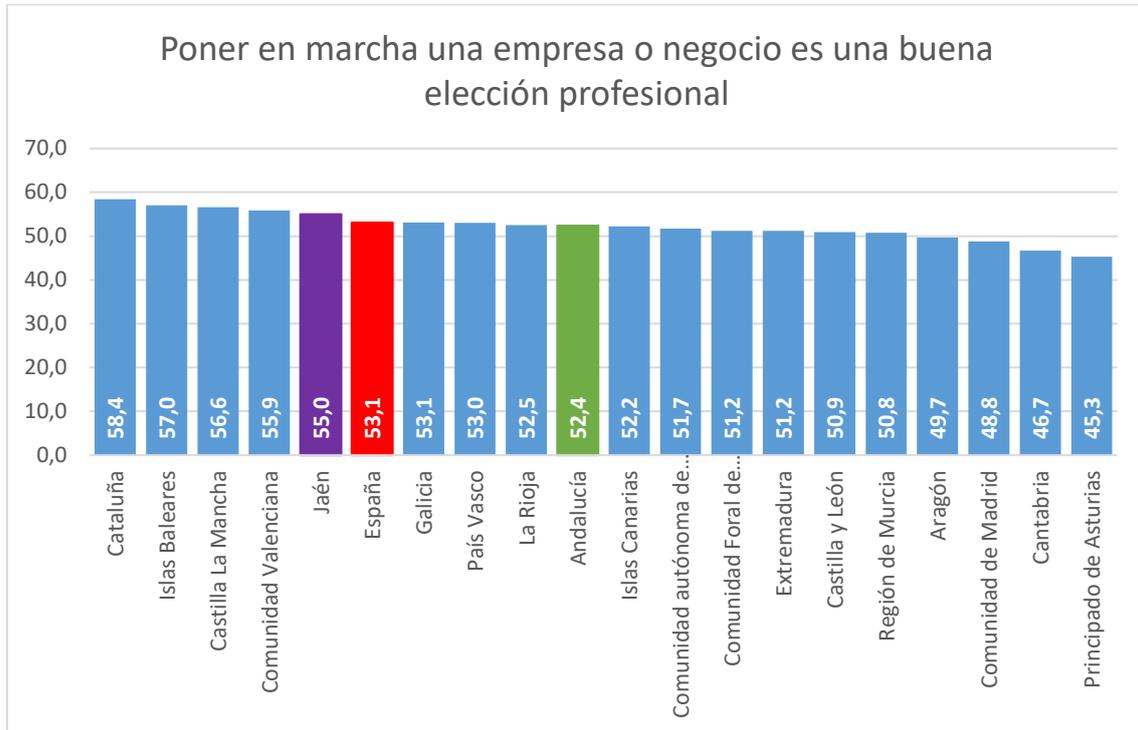
Ilustración 13. Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional – 2018



Tal y como muestra la Ilustración 14, el emprendimiento como opción profesional deseable es considerado como adecuado en Jaén por el 55% de los encuestados, cifra superior a la media andaluza (52,4%) y española (53,1%). En España, la zona geográfica que mejor valora el emprendimiento como opción profesional deseable es Cataluña (58,4%), mientras que Asturias (45,3%) es la que peor valoración realiza.



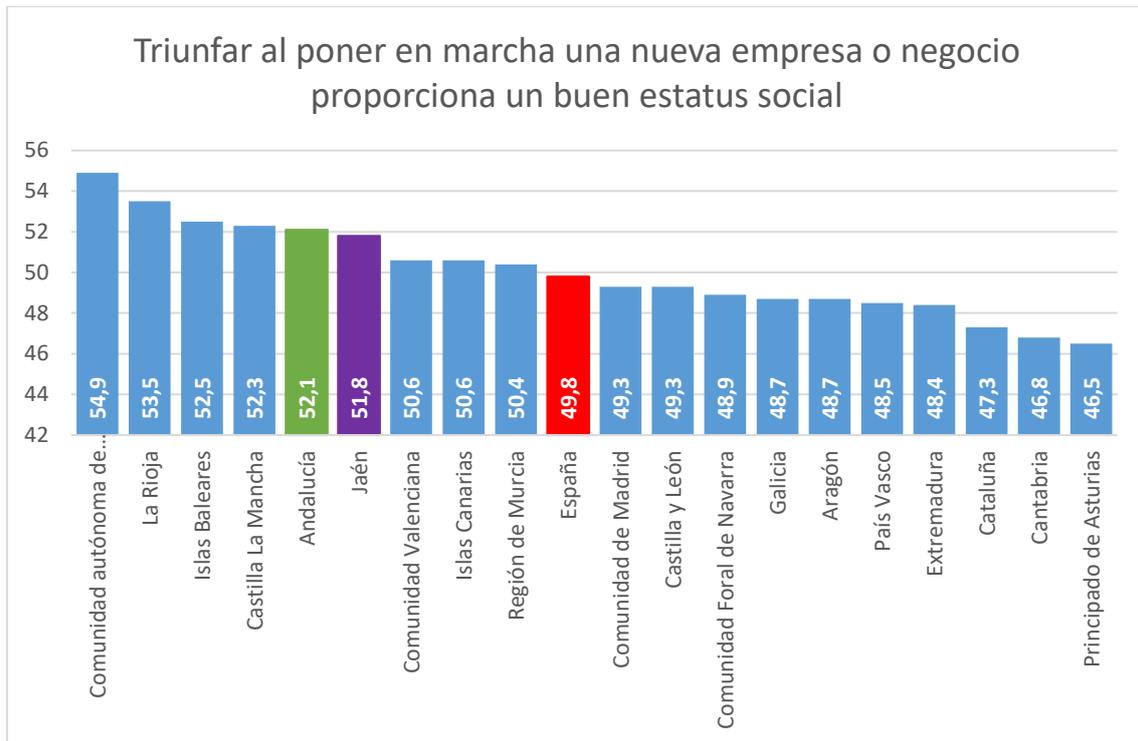
Ilustración 14. Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional – 2018



En lo que se refiere al estatus social y económico del emprendedor en Jaén el 55% de los encuestados afirma que los emprendedores poseen un elevado estatus social y económico, como muestra la Ilustración 15. Esta valoración es ligeramente superior a la media nacional (49,8%) y muy similar a la media andaluza (52,1%). En la ciudad autónoma de Melilla es donde consideran en mayor medida que el estatus social y económico del emprendedor es elevado con un 54,9% y en Asturias es donde dicha consideración es más baja 46,5%.



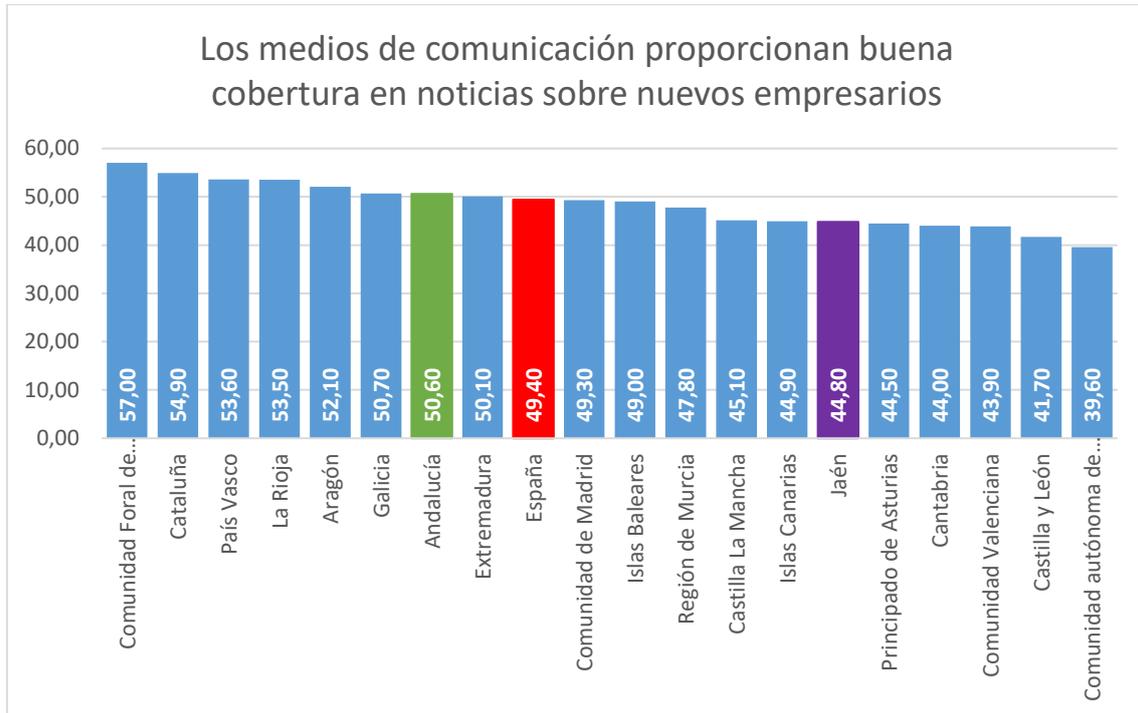
Ilustración 15. Estatus social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018



Por último, en la provincia de Jaén el 44,8% de los encuestados afirma que los medios de comunicación e internet tienen un papel importante y de relevancia en la difusión de los casos exitosos de emprendimiento en la zona de referencia. La Ilustración 16 refleja que este porcentaje es inferior al de España (49,4%) y al de Andalucía (50,6%). En los datos podemos observar como Navarra (57%) es la comunidad autónoma donde se percibe que los medios de comunicación e internet tienen un papel relevante en la difusión de casos de emprendimiento exitosos y Melilla (39,6%) es la zona donde menos se percibe esta realidad. Los medios de comunicación permiten visualizar casos de éxito que ayudan a la sociedad a desarrollar actitudes favorables hacia el emprendimiento.



Ilustración 16. Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional – 2018

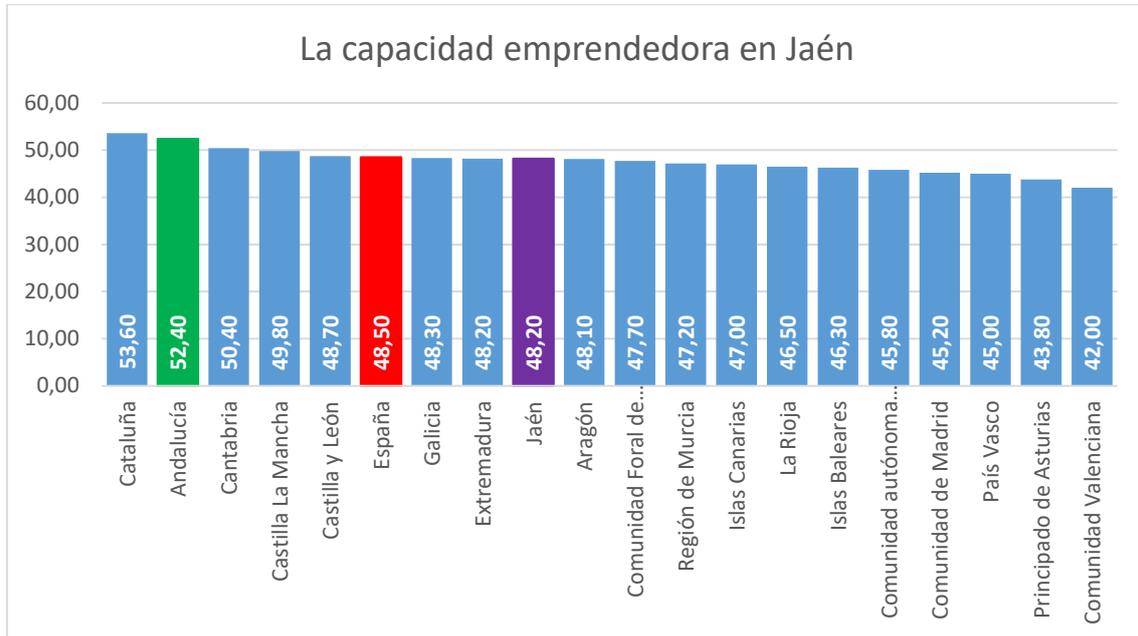


2.3 Capacidad para emprender

Para desarrollar y materializar el emprendimiento es básico que las personas conozcan y confíen en sus propias capacidades para emprender. La metodología GEM mide la apreciación personal sobre la capacidad de convertir una oportunidad de negocio en una realidad empresarial con la pregunta: ¿tiene los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un negocio? La Ilustración 17 muestra la posición relativa de Jaén en la comparativa autonómica y nacional.



Ilustración 17. La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018



En los resultados podemos observar que el 48,2% de la población adulta de entre 18 y 64 años de la provincia de Jaén afirma tener los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes para llevar a cabo una oportunidad de negocio con éxito. La media española (48,5%) es muy similar, mientras que la media andaluza es un poco más alta (52,4%). Esta valoración alcanza el máximo en Cataluña con un 53,6% y el mínimo en la Comunidad Valenciana con un 42% de individuos con percepciones favorables sobre sus capacidades para realizar el emprendimiento con éxito.



Capítulo 3. Análisis del entorno del emprendedor en Jaén

En el análisis de las características del entorno, la metodología GEM diferencia nueve factores que explican el contexto en el que se produce el fenómeno de la creación de empresas:

1. Financiación
2. Políticas gubernamentales
3. Programas gubernamentales
4. Educación y formación en creación de empresas
5. Transferencia I+D
6. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales
7. Apertura del mercado
8. Acceso a infraestructuras físicas
9. Normas culturales y sociales

En este capítulo se realiza un análisis sobre cada uno de los factores, para posteriormente evaluarlos de forma comparativa.

3.1 Análisis detallado de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Jaén

A continuación se presentan los nueve factores de forma detallada.

3.1.1 Financiación

Todas las empresas necesitan activos financieros para poder realizar sus proyectos empresariales, por lo que recurren a diferentes fuentes de financiación para conseguir los recursos necesarios para llevarlos a cabo. Para el caso concreto de Jaén se observa en la Ilustración 18 que el emprendedor su principal fuente de financiación son los familiares, amigos, etc., es decir, el dinero que necesitan lo proporcionan lo que se denominan inversores informales (es el único ítem valorado positivamente 3,4), ya que no disponen de suficientes recursos económicos (2,0), y

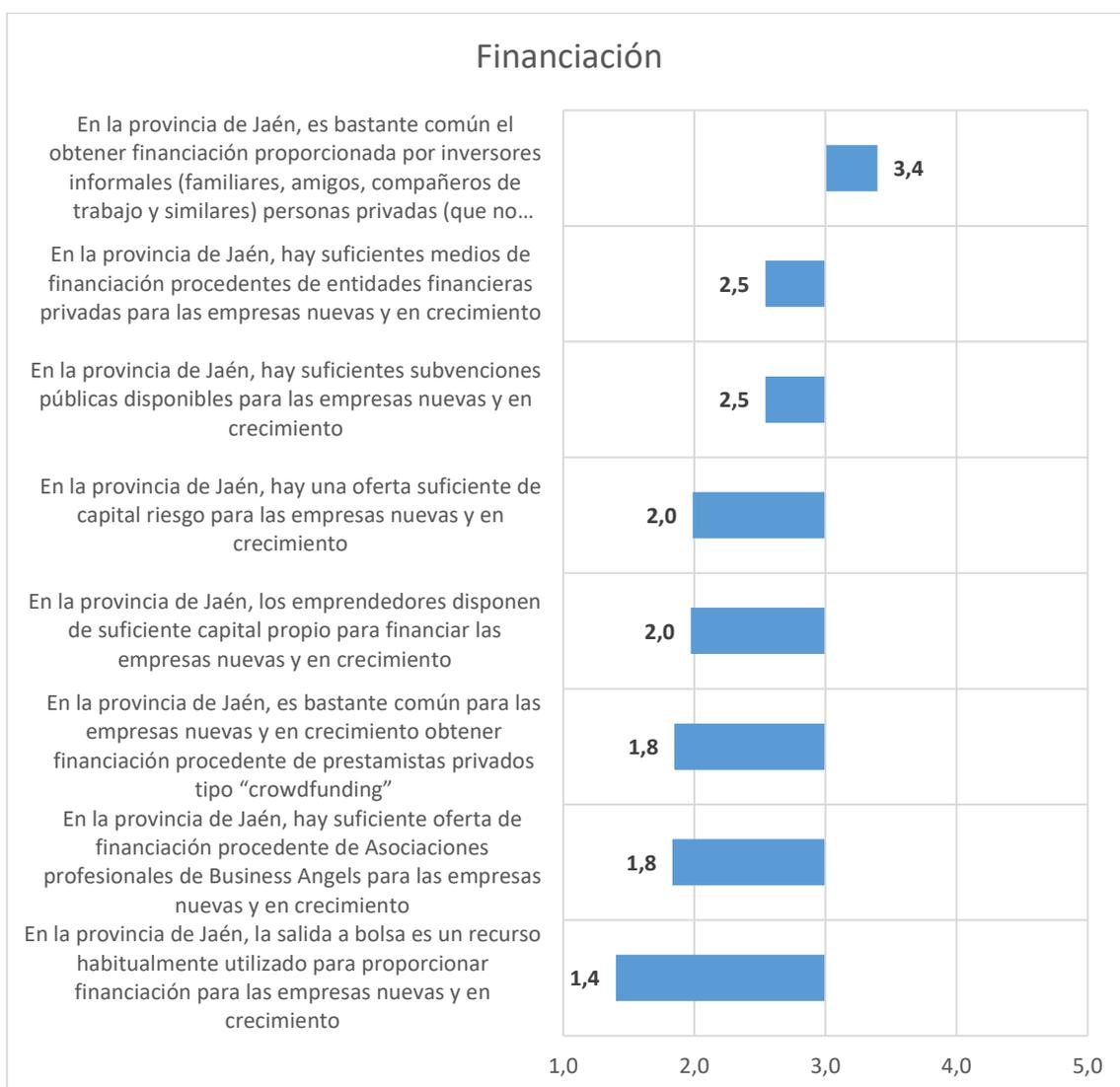


tampoco consideran que haya suficiente oferta para financiarse de recursos provenientes de entidades de capitales riesgo (2,0).

Según dicha Ilustración, los expertos consultados consideran como segunda opción de fuente de financiación las entidades financieras privadas, subvenciones y ayudas que ofrecen las Administraciones Públicas para incentivar la creación o expansión de su negocio (2,5).

Por otro lado, en la provincia de Jaén se detectan deficiencias en ofertas de nuevas formas de financiación (Business Angels, Crowdfunding...), llegando a valorarse sólo con un 1,8. Así como tampoco se considera la salida a Bolsa de una empresa como recurso de autofinanciación, llegando a ser el ítem peor valorado (1,4).

Ilustración 18. Financiación



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



3.1.2 Políticas gubernamentales

Según las respuestas del panel de expertos (véase Ilustración 19), ninguna de las políticas gubernamentales aplicables en la provincia de Jaén, llegan al aprobado, todas las valoraciones medias caen por debajo del punto medio de la escala (3).

En la provincia de Jaén, los expertos no creen que sea fácil, y por supuesto, tampoco ágil los trámites burocráticos para la creación de una empresa. E incluso, opinan que los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales suponen una barrera a la hora de tramitar la creación o el propio crecimiento de la empresa. Son los aspectos que peor valorados están (1,9 y 2,0, respectivamente).

Ilustración 19. Políticas Gubernamentales



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



No obstante, los expertos valoran mejor la prioridad del emprendimiento dentro de las prioridades de las políticas diseñadas de las Administraciones Autonómicas (2,8), y después por parte de la Administración Estatal (2,5). Aunque, no aprecian claramente que haya hechos, como concursos o aprovisionamientos públicos, que faciliten las empresas de nueva creación (2,0).

3.1.3 Programas gubernamentales

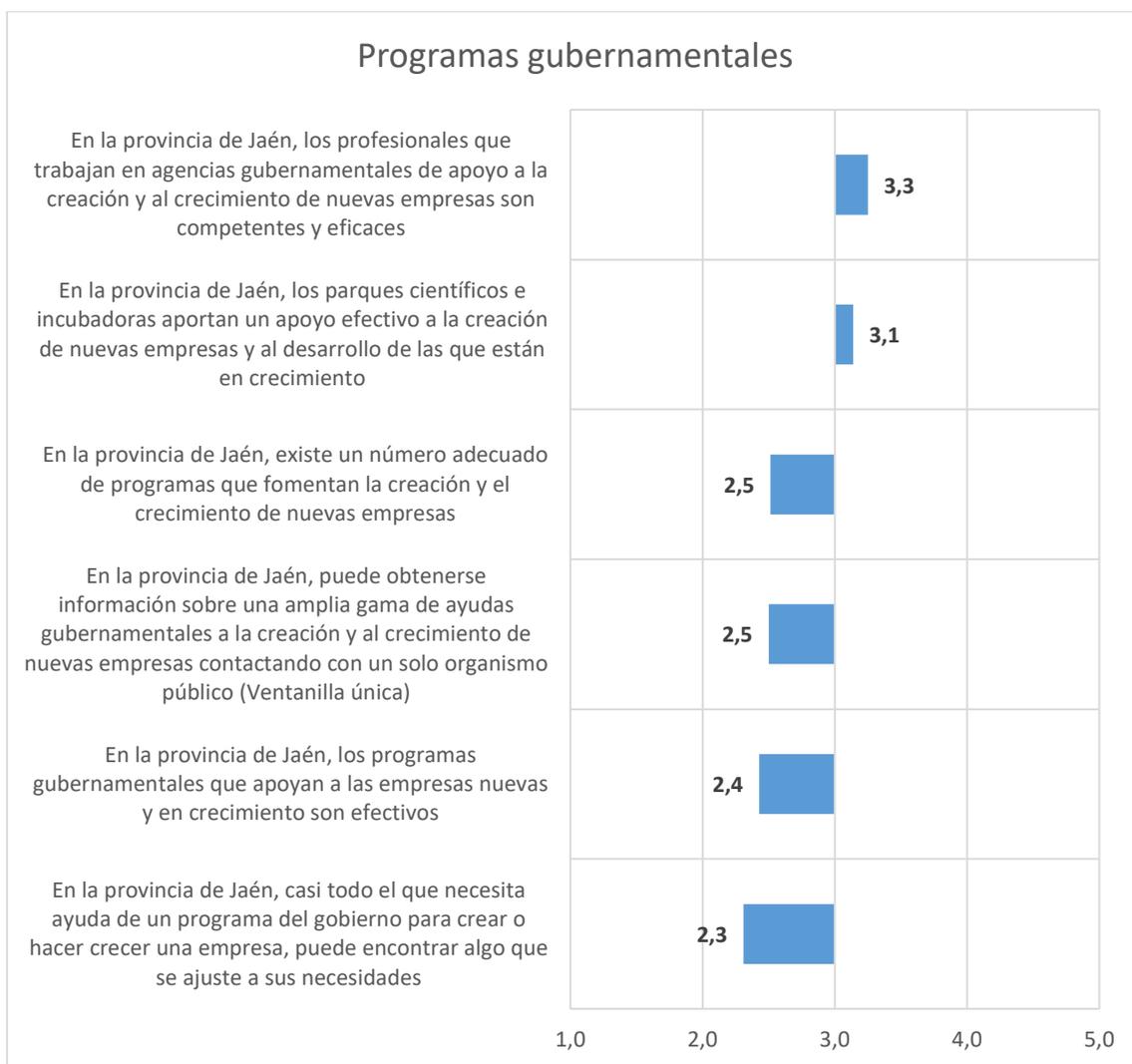
Según la opinión de los expertos, en la provincia de Jaén, en cuanto a los programas gubernamentales se refiere, presentadas en la Ilustración 20, son valorados positivamente (3,1) los parques científicos e incubadoras de empresas para fomentar el emprendimiento. Del mismo modo, que el mejor ítem puntuado es la competencia y eficacia de los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales de apoyo al emprendimiento (3,3) a la hora de asesorar al emprendedor.

Sin embargo, se pone de manifiesto que es difícil encontrar toda la información referente a la amplia gama de ayudas que existen para la creación de empresas en un solo organismo (es decir, la ventanilla única), haciendo hincapié que realmente no creen que existan suficientes programas para fomentar la creación de empresas en la provincia de Jaén (ambos ítem valorados con 2,5).

El aspecto más negativo, es el hecho de que los expertos no se sienten satisfechos en cuanto a la efectividad de estos programas, ni los consideran como los más adecuados para poderse acomodar a las necesidades de cada emprendedor (valoración de 2,4 y 2,3 respectivamente).



Ilustración 20. Programas Gubernamentales



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

3.1.4 Educación y formación en creación de empresas

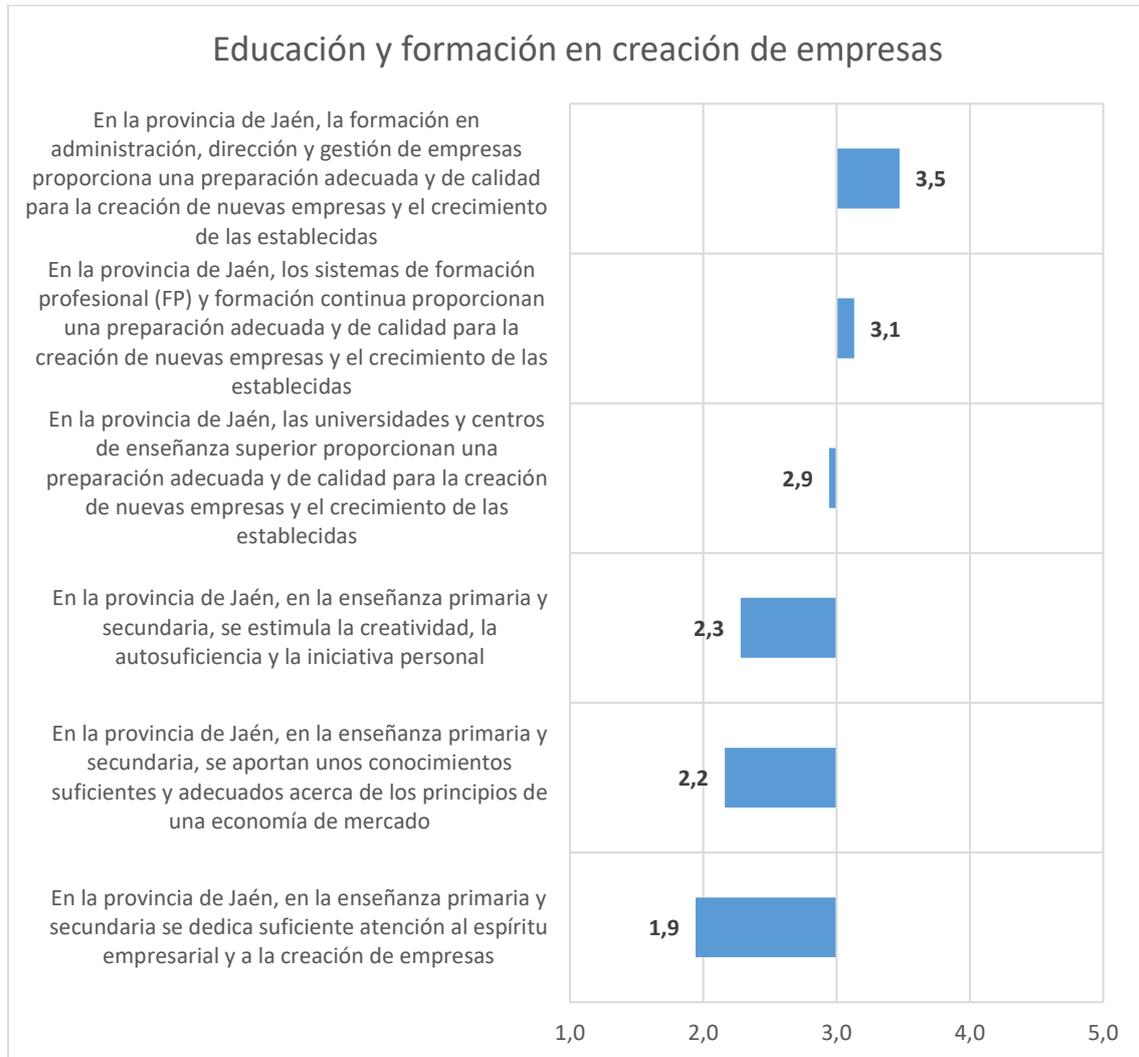
La valoración que hacen los expertos sobre la educación y formación emprendedora en las distintas instituciones educativas aparecen en la Ilustración 21. Para ello, se han valorado estos ítems en los distintos niveles formativos: educación primaria; educación secundaria obligatoria y la educación superior.

Como se puede apreciar, en la provincia de Jaén, las que obtienen mejor valoración en cuanto a la educación en creación de empresas (y crecimiento empresarial), son



la formación específica en administración, dirección o gestión de empresas (3,5), y la formación profesional (FP) y la formación continua (3,1), que igualmente cuentan con ciclos específicos sobre esta materia.

Ilustración 21. Educación y formación en creación de empresas



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

El resto de valoración están por debajo de 3. Aunque dentro de éstas, se pueden considerar con un mínimo aceptable a las universidades y centros de enseñanza superior que alcanzan el 2,9, lo que significa que dentro del sistema educativo, se considera al nivel de educación superior como el que más estimula y enfatiza el espíritu emprendedor.



Sin embargo, es también vital potenciar el emprendimiento desde las etapas más tempranas de la educación (primaria y secundaria), para que esta alternativa se encuentre dentro de sus posibilidades de futuro del alumno. En cambio, el panel de expertos no valoran positivamente las actividades que en este sentido se realizan en las primeras etapas de la educación, llegando a valorarlo con 1,9.

3.1.5 Transferencia de I+D

En la Ilustración 22 se analizan las condiciones del entorno relativas a la transferencia de la I+D (Investigación y Desarrollo), para el desarrollo de nuevas iniciativas y el crecimiento y consolidación de las ya existentes.

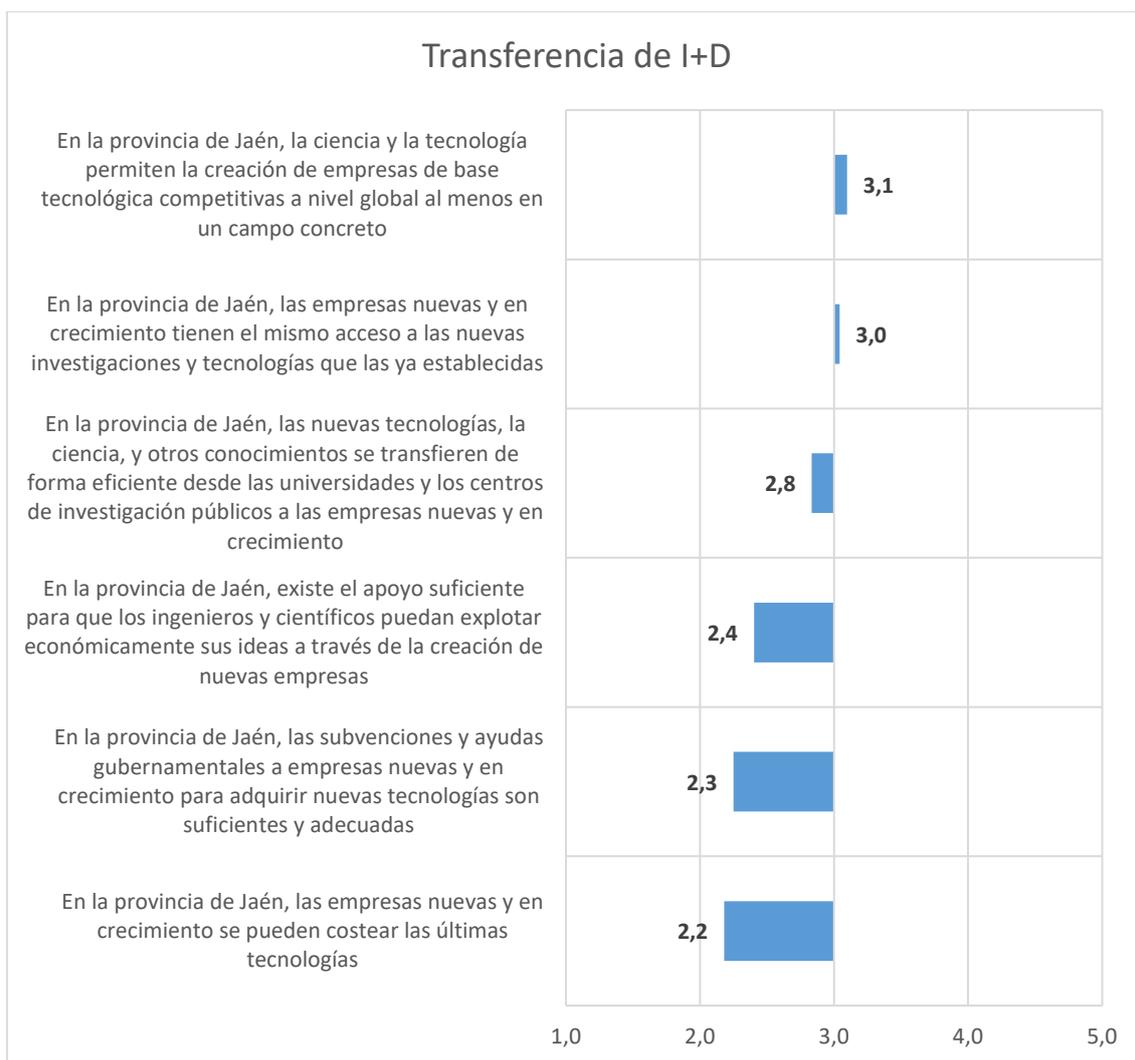
Existe una buena valoración (3,1) por parte de los expertos, sobre la ciencia y tecnología que se desarrolla en la provincia de Jaén para la creación de empresas de base tecnológica, que pueden llegar a ser competitivas de forma global. Así como también valoran positivamente (3,0) que estas empresas de nueva creación pueden acceder a las nuevas tecnologías al mismo nivel que cualquier otra empresa ya consolidada.

Por otro lado, se puede considerar como aceptable la valoración (2,8) que se hace sobre la transferencia de conocimiento, tecnología y ciencia desde las universidades y centros de investigación hacia la empresa, en definitiva a la sociedad.

En cambio no valoran positivamente el apoyo económico que reciben los científicos e ingenieros para poner en marcha sus ideas, con la valoración de un 2,4, como tampoco consideran que tenga recursos económicos las nuevas empresas y las ya consolidadas para financiar las nuevas tecnologías (2,2). En este mismo sentido, se considera que en la provincia de Jaén no existen suficientes ayudas gubernamentales para poder financiar la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías en el entramado empresarial.



Ilustración 22. Transferencia de I+D



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

3.1.6 Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales

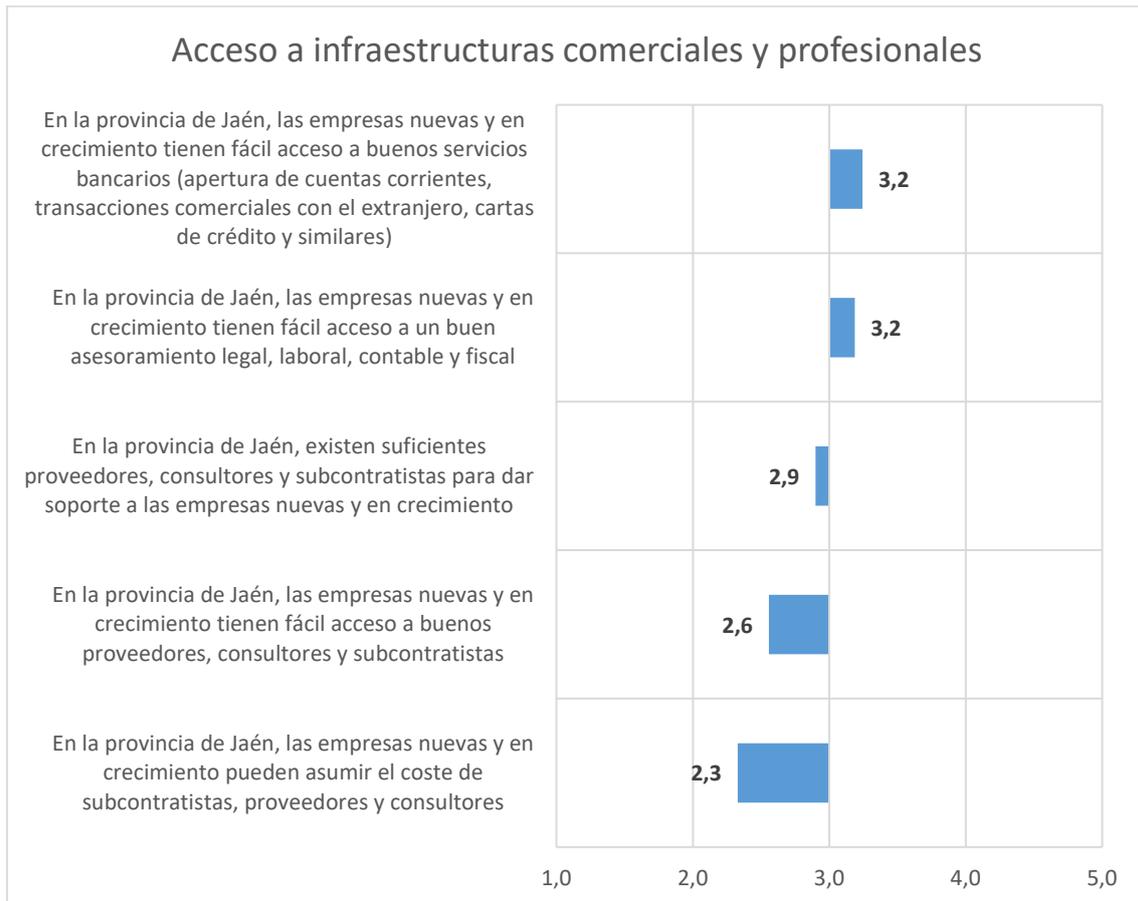
Las valoraciones sobre el acceso a infraestructuras comerciales y profesionales se muestran en la Ilustración 23. En general, la valoración media de este elemento es baja (2,84), por debajo del nivel medio establecido en la escala de medida.

Así, mientras los expertos consideran que las nuevas empresas sí tienen un fácil acceso a asesoramiento legal, laboral contable y fiscal (3,2), así como a buenos servicios bancarios (3,2); no opinan igual sobre la infraestructura relacionada con proveedores.



En este sentido, señalan que no existen suficientes proveedores, consultores o subcontratistas para dar soporte a las nuevas empresas (2,9) y, entre los que hay, consideran que no son de suficiente calidad (2,6) y tienen un elevado coste para este tipo de empresas en crecimiento (2,3).

Ilustración 23. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales



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

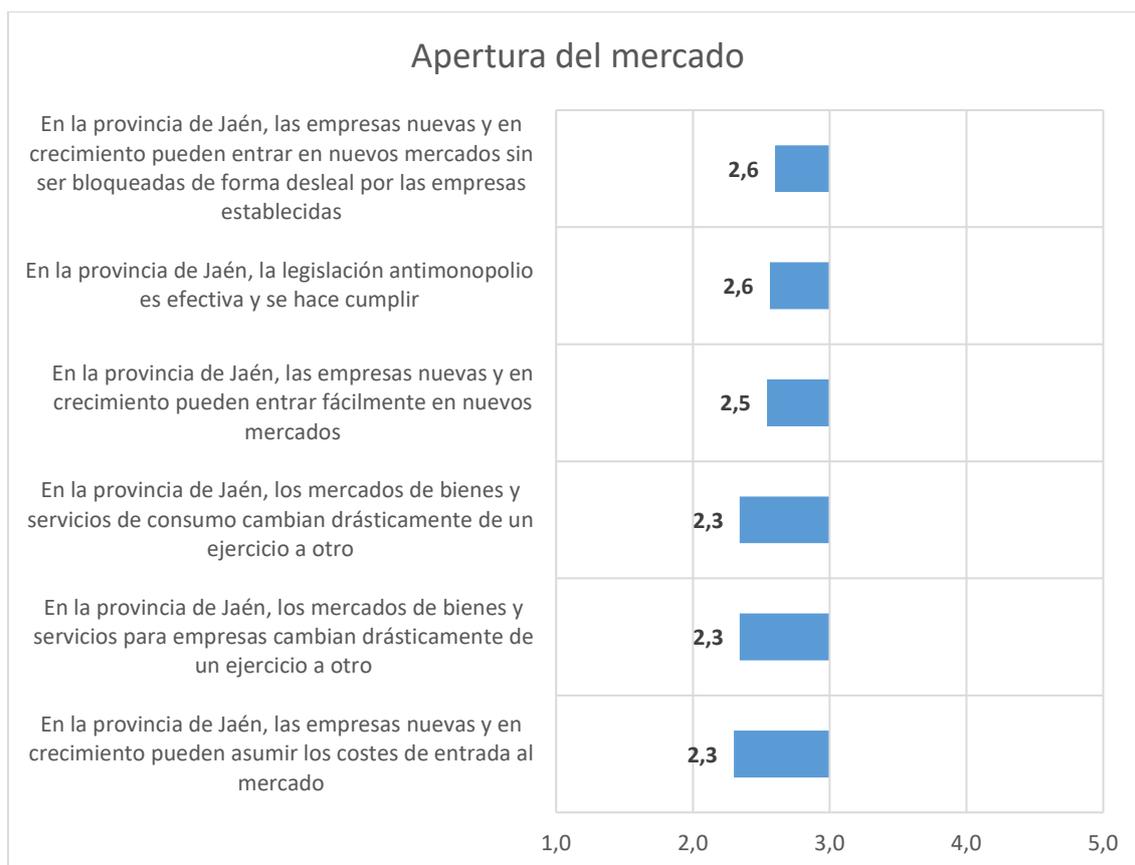
3.1.7 Apertura del mercado

Las opiniones de los expertos sobre las condiciones de acceso al mercado se recogen en la Ilustración 24. En general, se observan valoraciones negativas para el entorno de las empresas de la provincia de Jaén, sobre todo por los mercados tan cambiantes que se detectan, tanto a nivel de consumo final (2,3) como entre empresas (2,3).



En concreto, señalan que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden entrar fácilmente a nuevos mercados (2,5), debido a los altos costes que deben asumir (2,3) y los bloqueos desleales que reciben por las empresas ya establecidas (2,6). Respecto a esto último, además, no consideran que la legislación antimonopolio sea efectiva y/o se haga cumplir (2,6).

Ilustración 24. Apertura del mercado



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

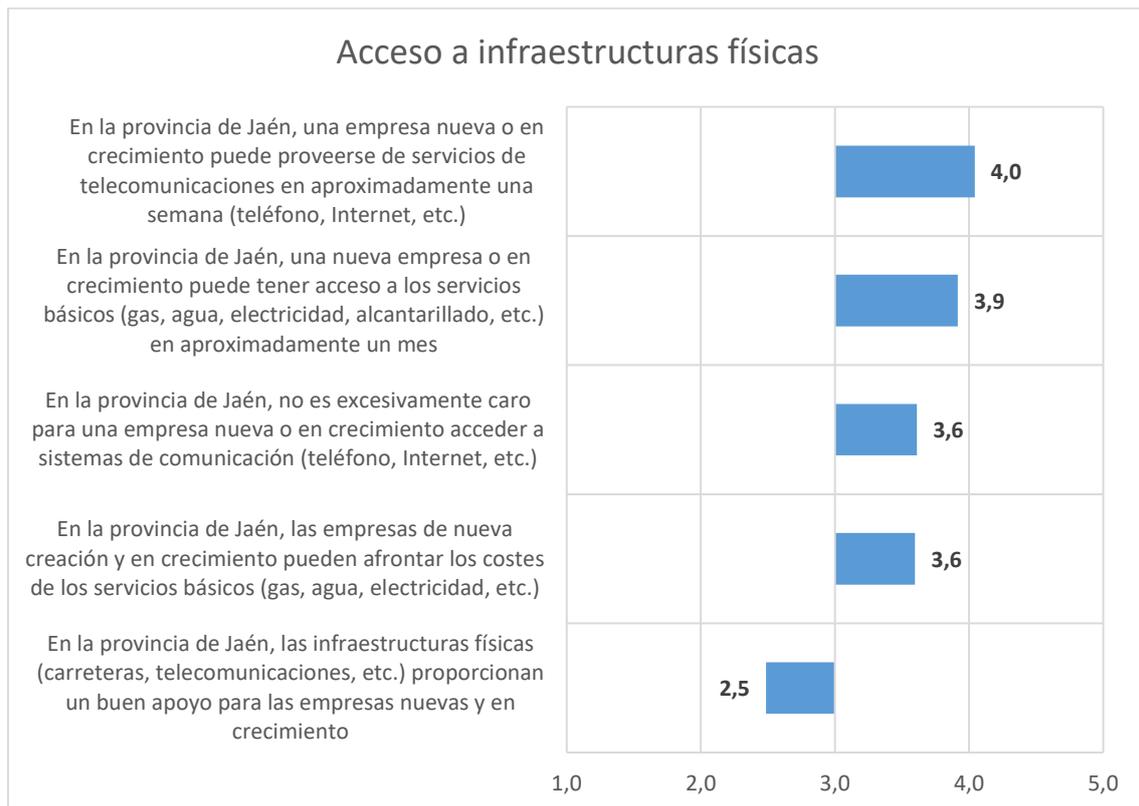
3.1.8 Acceso a infraestructuras físicas

Los elementos que miden el grado de acceso a infraestructuras físicas en Jaén se muestran en la Ilustración 25. A excepción de la valoración de las infraestructuras físicas tales como carreteras, tren, etc. (2,5), las valoraciones sobre el resto de elementos son buenas.



Destaca la rapidez con que las empresas nuevas o en crecimiento pueden acceder a los servicios básicos como el agua, gas, electricidad, etc. (3,9) o las telecomunicaciones (4,0). Además, los expertos consideran que estos servicios no son caros, pudiendo ser asumidos por las empresas de nueva creación (3,6).

Ilustración 25. Acceso a infraestructuras físicas



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

3.1.9 Normas culturales y sociales

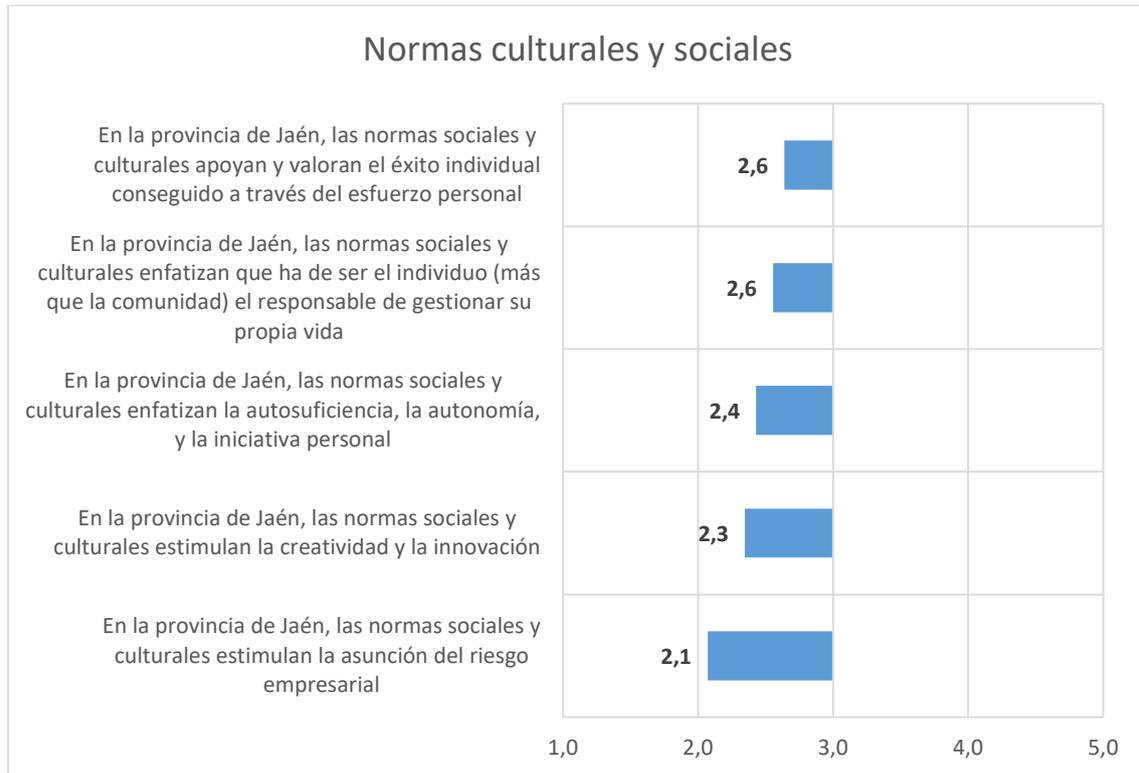
La valoración general de los aspectos culturales y sociales (Ilustración 26), referida a valores compartidos por la sociedad jiennense y comportamientos socialmente aceptados, es baja.

Los expertos consideran que la cultura empresarial jiennense se caracteriza por una importante aversión al riesgo (2,1), ligada a una falta de creatividad e innovación en las empresas (2,3). Las bases que pueden sustentar esta escasa valoración puede



deberse a la escasa valoración del éxito que se realiza en la provincia (2,6) y la dependencia que siente el individuo con la comunidad en su desarrollo empresarial (2,6) y la escasa iniciativa individual (2,4).

Ilustración 26. Normas culturales y sociales



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

3.2 Análisis comparado de los factores del entorno para el emprendimiento

Una vez presentado el análisis de cada uno de los factores que explican el emprendimiento en la provincia de Jaén, se realiza un estudio comparado de su conjunto y su evaluación en términos relativos con respecto otras áreas geográficas de interés.



3.2.1 Influencia de los factores del entorno en la creación de empresas

Los expertos han evaluado los elementos que explican las condiciones para el emprendimiento considerando si obstaculizan o favorecen la creación de empresas.

3.2.1.1 Factores que obstaculizan la creación de empresas

Tal y como se desprende de la observación de la Tabla 12 aquellos que las personas expertas encuentran como principales obstáculos en la creación de empresas en la provincia de Jaén (lo ha señalado por un porcentaje igual o superior al 10 % de los encuestados) son, en primer lugar, las normas culturales y sociales (20,4 %), en segundo lugar, el apoyo financiero al emprendimiento (16,7 %) y en tercer lugar con 11,1 %, las infraestructuras físicas y de servicios y la capacidad para el emprendimiento. También cabe destacar que un porcentaje reducido de los expertos, menos del 1 %, apuntan a la composición de la población percibida, la crisis actual, la internacionalización y la información, como los obstáculos menos.

Tabla 12. Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Jaén

Obstáculos (ordenados por importancia)	% de expertos
Normas culturales y sociales	20,4
Apoyo financiero para el emprendimiento	16,7
Infraestructuras físicas y de servicios	11,1
Capacidad para el emprendimiento	11,1
Políticas gubernamentales	9,3
Infraestructura comercial y profesional	8,3
Costes laborales, acceso y regulación	6,5
Características de la fuerza de trabajo	4,6
Educación y formación	3,7
Clima económico	2,8
Programas gubernamentales	1,9
Composición de la población percibida	0,9
Crisis actual	0,9
Internacionalización	0,9
Información	0,9



3.2.1.2 Factores que favorecen la creación de empresas

Las valoraciones otorgadas por los expertos a los distintos factores que facilitan la creación de empresas pueden observarse en la Tabla 13. De la observación de dicha tabla se desprende que hay dos factores especialmente señalados por los expertos como favorecedores de la creación de empresas. Se trata, en primer lugar, de la educación y formación, mencionada por un 23,2 % de los expertos y en segundo lugar los programas gubernamentales, con un 14,1 %. En el resto de factores sometidos a su juicio no se apreciaban variaciones porcentuales importantes, oscilando entre el 8,1 % de políticas gubernamentales y el 2 % de internacionalización.

Tabla 13. Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Jaén

Facilitadores (ordenados por importancia)	% de expertos
Educación y formación	23,2
Programas gubernamentales	14,1
Políticas gubernamentales	8,1
Capacidad para el emprendimiento	8,1
Infraestructuras físicas y de servicios	7,1
Clima económico	7,1
Transferencia de I+D	6,1
Infraestructura comercial y profesional	5,1
Crisis actual	5,1
Normas culturales y sociales	4,0
Características de la fuerza de trabajo	3,0
Información	3,0
Apoyo financiero para el emprendimiento	2,0
Composición de la población percibida	2,0
Internacionalización	2,0

3.2.1.3 Recomendaciones para mejorar la creación de empresas

La Tabla 14 recoge las recomendaciones para mejorar la actividad emprendedora en Jaén, las personas expertas recomiendan principalmente (señaladas por un porcentaje igual o superior al 10 % de los encuestados): programas



gubernamentales (18,9%), educación y formación (14,2 %), políticas gubernamentales e infraestructuras físicas y de servicios (11,3 %) y costes laborales, acceso y regulación (10,4 %). Los resultados también revelan que hay una serie de recomendaciones de escasa importancia para los expertos: apertura del mercado, capacidad para el emprendimiento, clima económico, crisis actual, diferente desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas e internacionalización (valoradas todas ellas sólo por un 0,9 % de los expertos).

Tabla 14. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Jaén

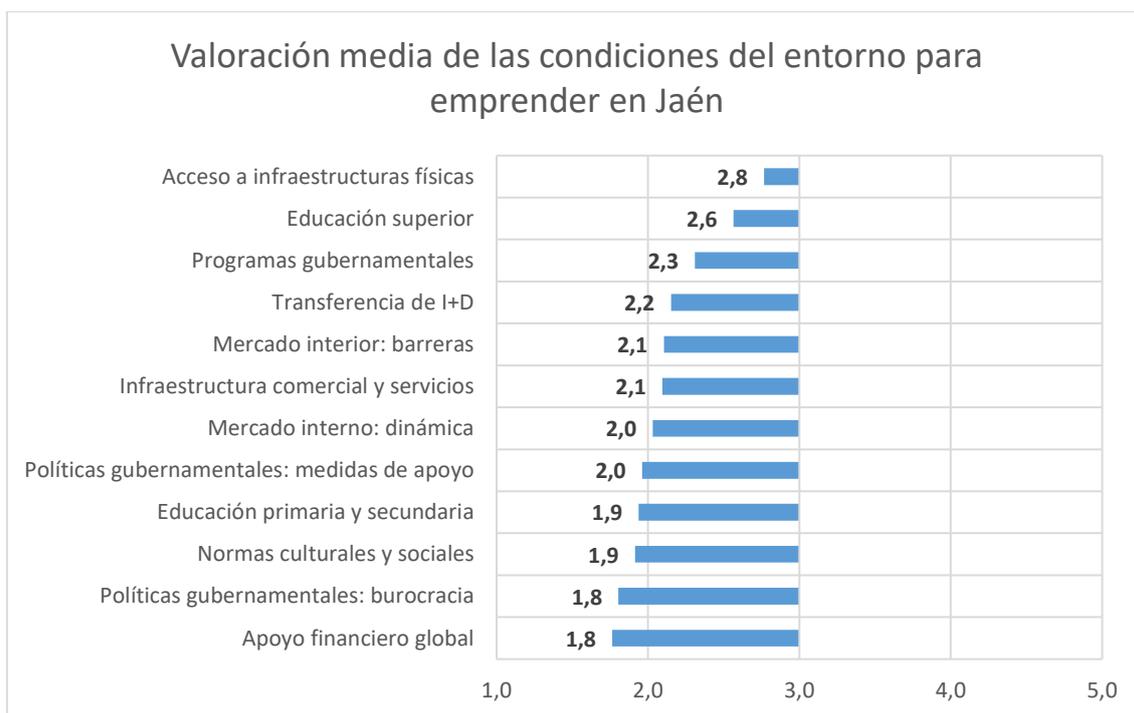
Áreas en las que se realizan recomendaciones de mejora (ordenadas por importancia)	% de expertos
Programas gubernamentales	18,9
Educación y formación	14,2
Políticas gubernamentales	11,3
Infraestructuras físicas y de servicios	11,3
Costes laborales, acceso y regulación	10,4
Apoyo financiero para el emprendimiento	9,4
Normas culturales y sociales	7,5
Infraestructura comercial y profesional	4,7
Información	2,8
Transferencia de I+D	1,9
Contexto político, institucional y social	1,9
Apertura del mercado	0,9
Capacidad para el emprendimiento	0,9
Clima económico	0,9
Crisis actual	0,9
Diferente desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,9
Internacionalización	0,9

3.2.1.4 Valoración del entorno emprendedor

Para comparar la influencia adicional que cada uno de los componentes del entorno puede tener sobre la creación de empresas se pidió a los expertos que valorasen en escala Likert de 1 a 5 puntos el nivel de deficiencia o adecuación de cada uno de los factores (véase Ilustración 27)



Ilustración 27. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén



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

En general podemos indicar que la dotación de cada uno de los componentes del entorno jaennense es, a juicio de los expertos, deficiente para la creación de empresas, ya que sólo dos de ellos: acceso a infraestructuras físicas y educación superior tienen una valoración superior a 2,5.

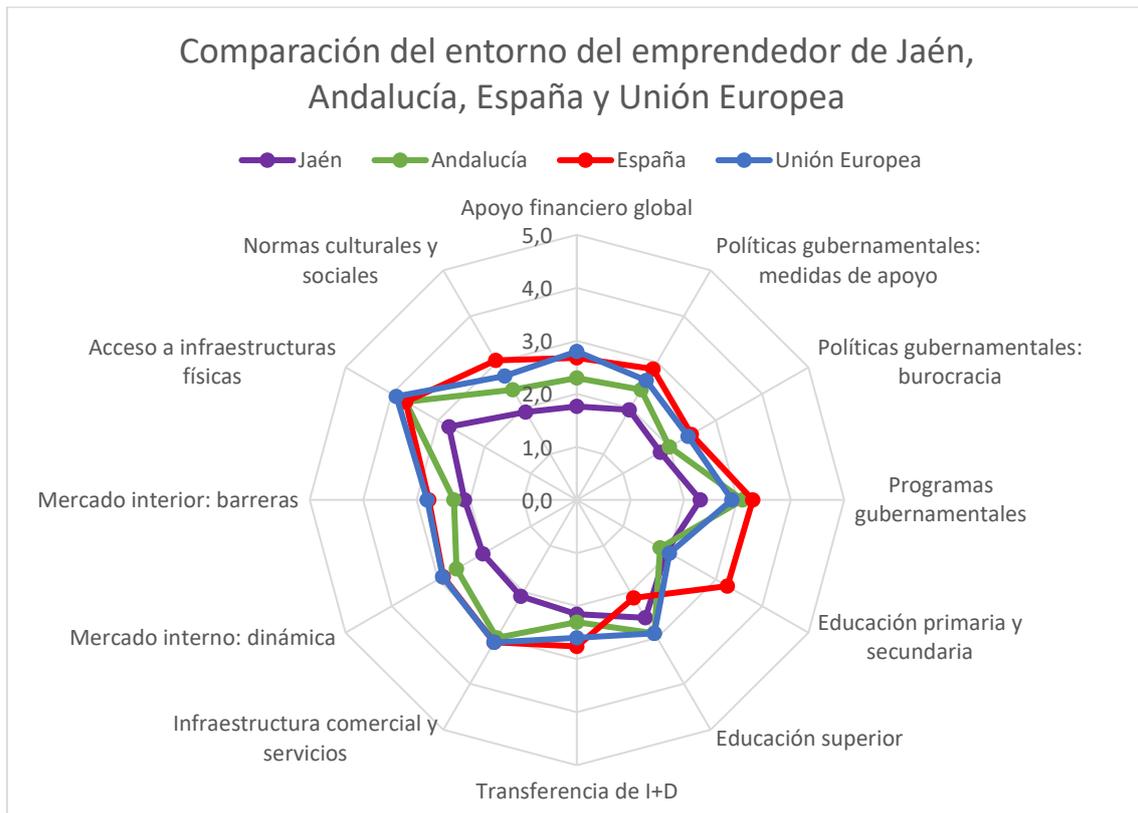
3.2.2 Comparación del entorno del emprendedor de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea

Una comparación de la valoración de los principales elementos contextuales de Jaén con Andalucía, España y países GEM de la Unión Europea ofrece una información que permite comprender aspectos diferenciales de la provincia de Jaén.

En base a la información recogida en la Ilustración 28, la provincia de Jaén destaca por debajo en todos los factores analizados al realizar la comparación con Andalucía, España y los países GEM de la Unión Europea. Sólo existen dos excepciones a la afirmación anterior que vienen dadas por la valoración de la educación primaria y

secundaria de Jaén y Andalucía, siendo mejor valoradora la giennense. Asimismo, existe una diferencia en la educación superior entre Jaén y España, siendo, de nuevo mejor valorada la giennense.

Ilustración 28. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea



También cabe destacar las diferencias que existen en los factores infraestructura comercial y servicios y acceso a infraestructuras físicas, entre Jaén y el resto de territorios con los cuales se ha realizado el análisis comparativo. En este sentido tal y como hemos indicado la peor valoración que se realiza para el caso giennense es especialmente significativa respecto a la de Andalucía, España y Unión Europea (se aprecia un punto o más de diferencia).



Capítulo 4. Conclusiones

En el primer capítulo, se analizan las distintas fases del proceso emprendedor para la provincia de Jaén, a través de los indicadores propuestos por el proyecto GEM, que nos muestran la participación de la población adulta en las iniciativas emprendedoras, desde que la persona tiene la intención de crear una empresa hasta la puesta en marcha de un negocio y su posterior consolidación. También se ha analizado el momento en el que abandona la actividad empresarial. Además, se ha realizado una comparación con los niveles medios alcanzados por las mismas variables en Andalucía y España.

Los resultados que se han obtenido en la primera fase del proceso emprendedor, muestran para la provincia de Jaén un porcentaje de emprendedores potenciales o personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han mostrado su intención de crear una empresa en los próximos 3 años, que alcanzó el 6,2% en 2018. Así, Jaén se sitúa por encima de la media andaluza y acercándose a los valores medios de España. La mayor presencia relativa de oportunidades para emprender, o la necesidad de emprender por necesidad debido a la baja tasa de actividad de la provincia, pueden ser explicaciones a la hora de decidir crear un negocio, ya que se observa una disminución de los niveles de desempleo, en ese año, mayores que en algunas de las provincias andaluzas (según datos de la Encuesta de Población Activa).

En la siguiente fase del proceso emprendedor, la población involucrada en actividades emprendedoras (TEA) en la provincia de Jaén, alcanzó un nivel del 6% en 2018. Este valor se situó alrededor de la media española (6,4%) pero bastante por debajo de la andaluza (8,8%). Este indicador incluye tanto la fase de nacimiento de la empresa como la de su consideración como empresa nueva. En cuanto a los emprendedores nacientes (cuyos proyectos están aún en proceso de lanzamiento, o llevan en funcionamiento hasta 3 meses), el 2,8% se encuentra poniendo un negocio en marcha en 2018. Mientras que para los emprendedores nuevos (cuyas empresas llevan en funcionamiento de 3 a 42 meses), el 3,2% de la población jiennense posee y gestiona negocios nuevos, participación que es superior a la de negocios nacientes. En concreto, por cada emprendedor naciente hay 1,14 emprendedores nuevos, aproximadamente. Esto puede ser indicativo de una actividad emprendedora



relativamente elevada en los años inmediatamente anteriores a la recogida de estos datos. Otro dato destacable, es que la aportación del intraemprendimiento a la provincia es muy similar a la TEA, cuestión que supone un suplemento para su desarrollo, si esta cifra se consolida en el tiempo.

Tras el estudio de la población involucrada en actividades emprendedoras en la fase inicial, analizamos la participación en la fase de consolidación del proyecto empresarial (más de 42 meses) y el abandono o cierre de un negocio en los últimos 12 meses. Para la provincia de Jaén en 2018, los empresarios consolidados representan un 3,8%, un valor por debajo de la media andaluza y española, y un 1% los abandonos empresariales. Esta última cifra, muestra un nivel sustancialmente más bajo en comparación con la TEA. Esto nos hace pensar en la sostenibilidad en el tiempo de la dinámica emprendedora de la provincia de Jaén.

En el segundo capítulo, se analizan las oportunidades, la motivación y la capacidad de la población giennense para emprender. En general, los resultados para 2018 en la provincia de Jaén muestran que esta provincia se sitúa un poco por debajo de la media regional. En primer lugar, la población de Jaén se encuentra de las últimas en la percepción de oportunidades para emprender, solo el 21,6% de los encuestados indican que existen oportunidades de negocio para emprender en los próximos seis meses frente al 29,1% de la media nacional. Casi la mitad de la población giennense entrevistada considera que tiene las habilidades necesarias para emprender, situándose el miedo al fracaso en un 43,1% ligeramente por debajo de la media andaluza.

En relación a los aspectos socio-culturales incluidos en este informe, la situación de la provincia de Jaén se puede afirmar que es muy similar a la que existe en el contexto nacional. Los resultados incluidos en el informe para 2018 indican que Jaén tiene niveles bastante cercanos a la media nacional en las percepciones de equidad de los estándares de vida y el estatus social y económico que ofrece el emprendimiento. Asimismo, tiene niveles por debajo de la media nacional en la valoración del papel de los medios de comunicación en el fomento del emprendimiento, al igual que en la consideración del emprendimiento como buena opción profesional.



En el tercer capítulo, se profundiza en los factores facilitadores y obstaculizadores para el emprendimiento en la provincia de Jaén. En general, los expertos opinan que en la sociedad giennense hay escasa iniciativa emprendedora a nivel individual, aunque sí valoran positivamente la capacidad de la provincia en el desarrollo de ciencia y tecnología. Esto es, se tiene la capacidad para desarrollar ideas de negocio innovadoras, pero estas no se ponen en marcha.

Así, se vislumbran dos aspectos fundamentales que pueden motivar esta situación. El primero de ellos hace referencia a la débil o nula formación sobre emprendimiento que existe en las etapas más tempranas de educación (primaria y secundaria), lo que podría fomentar, entre otros comportamientos señalados, el hecho de que existe una escasa valoración del éxito entre los conciudadanos. El segundo de los motivos señala la ineficacia del apoyo de la Administración Pública en el fomento del emprendimiento. Aunque alaban los parques empresariales y las incubadoras de empresas que existen en la provincia, así como los profesionales que en ellas trabajan, señalan una excesiva burocracia y un escaso apoyo económico que ralentiza o desanima el emprendimiento.

A nivel general, se aprecia que en la provincia de Jaén los factores del entorno favorecen menos la creación de empresas que en el contexto andaluz, español y europeo. Asimismo, los expertos consideran que la dotación de factores para la creación de empresas en la provincia de Jaén, es inadecuada o deficiente. Los factores que más favorecen la creación de empresas, en opinión de los expertos, son la educación y formación y los programas gubernamentales. Por el contrario, y atendiendo a la opinión de los expertos, los factores que más obstruyen la creación de empresas en Jaén son las normas culturales y sociales, el apoyo financiero al emprendimiento y en tercer las infraestructuras físicas y de servicios.



Capítulo 5. Metodología

El informe GEM Jaén se realiza por formar parte de GEM Andalucía y esta a su vez de GEM España.

El proyecto GEM cuenta con una orientación internacional para evaluar el impacto de la creación de empresas en el crecimiento económico de un territorio y permitir la realización de comparaciones entre territorios.

En la Ilustración 1, presentada al principio de este informe, ya se apreciaba el modelo conceptual sobre el cual se ha construido y que contempla un amplio conjunto de factores asociados con la variación de la actividad emprendedora y los principales factores contextuales.

El país es la unidad de análisis de la iniciativa GEM. Sin embargo se han ido incorporado regiones de algunos de los países participantes al estudio. Así, la metodología aplicada a las regiones es idéntica a la de cualquier país participante en el GEM. De este modo, las comparaciones son posibles tanto entre regiones, como entre éstas y los países GEM. Además de transversalmente, el estudio permite comparaciones longitudinales.

España se incorporó al proyecto GEM en el año 2000 y Andalucía empezó a realizar su propio informe en 2003. Pero Jaén se incorporó en 2018 por lo que de momento no es posible la comparación longitudinal.

Se puede acceder y conocer con más detalle la metodología y los informes regionales que publican anualmente los equipos de la Red GEM España, así como el informe global y el de otras naciones a través de las websites del Consorcio Internacional GEM: <http://www.gemconsortium.org/y> de la asociación RED GEM España: <http://www.gem-spain.com/>.



El contenido que proporciona el Informe GEM Jaén se sustenta en tres fuentes de información:

- encuesta a la población adulta giennense de edades comprendidas entre 18 y 64 años (sobre la que se desarrollan el capítulo 1 y 2 de este informe);
- encuesta a expertos de los siguientes ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno (sobre la que se desarrolla el capítulo 3 de este informe);
- variables socioeconómicas y demográficas secundarias procedentes de diversas fuentes contrastadas tales como: Fondo Monetario Internacional, OCDE, ONU, US Census, Eurostat, UE, INE y otras.

5.1 Encuesta a la población adulta

Esta encuesta es realizada en cada zona geográfica por la empresa Instituto Opinometre S.L., adjudicataria de este trabajo de campo. Implica la localización de una muestra representativa de la población adulta¹² sobre la que medir esta actividad emprendedora. Las encuestas las realiza 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.

Para esta edición del Informe GEM Jaén se ha encuestado a 500 personas (Tabla 15). La dimensión de la muestra en Jaén, en comparación con la autonómica o la nacional, no hace posible la caracterización de las iniciativas empresariales o el estudio del perfil emprendedor.

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



Tabla 15. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Jaén

Universo	Población residente en la provincia de Jaén de 18 a 64 años.
Población objetivo:	416.270 individuos
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,0%
Error muestral	$\pm 4,38\%$ para el conjunto de la muestra.
Varianza	Máxima indeterminación ($p=q=50\%$)
Período realización de encuestas	Junio-Julio de 2018
Trabajo de campo	Instituto Opinometre

Fuente: Opinometre.

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

Uno de los datos más relevantes que se extraen de la encuesta a la población es el índice de actividad emprendedora total (TEA). Este indicador informa del porcentaje de los encuestados involucrados en la creación de una empresa que se encuentra en la etapa de naciente (no ha pagado salarios durante más de 3 meses; también conocida como *start up*) o que se encuentra en la etapa de empresa nueva (han pagado salarios durante más de 3 meses pero menos de 42; se conocen también como *baby business*). En la Ilustración 29 se observan estas dos etapas así como una tercera, la de empresa consolidada (en la que se han pagado salarios durante más de 42 meses, o lo que es lo mismo 3,5 años, también denominada como *established business*).

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

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



Ilustración 29. El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)¹³.

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

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

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



En el caso de España, las pruebas efectuadas en el año 2003 ponían de manifiesto que el intervalo de confianza para la estimación de nuevas empresas estaba muy próximo (en su extremo superior) a la cifra oficial del registro de nuevas incorporaciones para dicho año publicado en el Eurobarómetro. Por consiguiente, hay que presumir que, al trabajar con muestras cada vez mayores de población, el GEM se aproxima notablemente al registro, si bien siempre será diferente por el tipo de medición que realiza.

El proyecto GEM aporta un mayor valor añadido porque recoge otras variables de carácter más cualitativo, como intenciones, habilidades, motivaciones, percepciones de la población y de los emprendedores. En definitiva, es una fuente de información independiente que se nutre de una encuesta directa a la población, por lo que, en buena medida garantiza que está ofreciendo una fotografía actual de la tendencia a emprender y del estado de la actividad de empresas consolidadas, así como del cierre de negocios.

La experiencia acumulada en estos años de investigación, permite afirmar que la imagen refleja la realidad de forma razonable y coherente. El registro es una fuente de inestimable valor para establecer la dinámica empresarial de un país, pero no todos la tienen establecida, ni actualizada, por lo que, en el ámbito internacional no es viable el estudio comparativo de la actividad empresarial mediante este tipo de fuente.

5.2 Encuesta a expertos

La encuesta a expertos tiene como objetivo evaluar el estado del entorno que rodea al emprendedor en su comunidad. Para ello, se consulta a un panel de expertos su opinión sobre los siguientes elementos que condicionan y caracterizan el entorno para emprender:

1. **Apoyo financiero:** se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento incluyendo subvenciones y subsidios.
2. **Políticas gubernamentales:** se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación



de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento.

3. **Programas gubernamentales:** se refiere a la presencia de programas directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, provincial, municipal).
4. **Educación y formación:** se refiere a la medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar a crear o a dirigir nuevas empresas.
5. **Transferencia tecnológica e I+D:** se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo de la región conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los emprendedores.
6. **Infraestructura comercial y profesional:** se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.
7. **Apertura del mercado interno:** se refiere a la dificultad de las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y de competir y relacionarse con los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.
8. **Acceso a la infraestructura física:** se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes -comunicación, servicios públicos, transporte, suelo, edificios, naves - a un precio que no discrimine a las empresas nuevas o en crecimiento.
9. **Normas sociales y culturales:** se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Además, se añaden cinco condiciones más que sirven para la codificación de las respuestas del panel de expertos en las entrevistas semiestructuradas:

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



- empresarial; experiencia empresarial; y a la orientación empresarial dentro de negocios corporativos.
2. **Clima económico:** se refiere a si existe un clima económico general propicio para crear empresas; y a la influencia de la tasa de desempleo sobre la actividad emprendedora.
 3. **Características de la plantilla:** se hace referencia a la disponibilidad y accesibilidad tanto de personas en general, como de personas con ciertas habilidades, dentro de la plantilla. Se recoge también en este apartado las referencias al coste de los trabajadores en general y al coste de los trabajadores con habilidades en particular.
 4. **Composición de la población:** se refiere a factores demográficos de la región tales como el tamaño de la población y la diversidad de la población. En este último caso, se hace referencia a si existe una integración multicultural o bien fragmentación étnica o religiosa.
 5. **Contexto político, institucional y social:** se refiere a la existencia de un clima político general que propicia la creación de empresas; eficiencia o ineficiencia de la administración política; sistema judicial; tasa de criminalidad; y a la corrupción (en la administración, en la sociedad o en las prácticas empresariales).

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

La encuesta está estructurada en dos partes. En primer lugar, los expertos contestan una serie de preguntas cerradas en las que valoran diversos bloques de afirmaciones sobre las condiciones de entorno, empleando escalas de Likert de 7 puntos, convertidas a 5 puntos en este informe (1=totalmente falso, y 5=totalmente cierto). En segundo lugar, los expertos dan respuesta a preguntas abiertas en las que se solicita a los miembros del panel que identifiquen tres obstáculos importantes a la actividad emprendedora en la región, tres factores que facilitan la creación de empresas y su desarrollo, y tres recomendaciones de acciones que tomarían para favorecer el desarrollo de dicha actividad. Cada equipo GEM utiliza estas respuestas



en su informe para completar la parte de recomendaciones, así como para identificar los principales obstáculos y apoyos que tienen los emprendedores en su zona.

5.3 Las variables secundarias

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

La Tabla 16 contempla los grandes apartados considerados, en cuanto a variables secundarias, así como las fuentes oficiales de las que se obtienen dichos datos. Además de los datos mencionados, también se utilizan datos procedentes del Eurobarómetro, la ONU, el INE y otras fuentes oficiales de reconocido prestigio. Estos datos se recopilan a nivel nacional. Para trabajar algunos aspectos en otras zonas, el equipo técnico busca informaciones asimilables en las fuentes disponibles.

Tabla 16. Fuentes de variables secundarias en el proyecto GEM

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

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



Anexo. Glosario de términos

Actividad emprendedora total o *early stage*: agregación de emprendedores que están involucrados en la creación de empresas nacientes y empresas nuevas.

Actividad por necesidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente por motivos de supervivencia económica.

Actividad por oportunidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente para explotar una oportunidad de negocios detectada.

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

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

Empresas Consolidadas o Establecidas: personas que están involucradas en el proceso de crear nuevas empresas como propietarios y directores, y que llevan pagando salarios más de 42 meses (3,5 años).

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

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

Tasa de Cierre de Negocios: porcentaje de personas entrevistadas que han disuelto en los últimos 12 meses alguna actividad empresarial que venían dirigiendo.



Índice de tablas

Tabla 1. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Jaén: perspectiva de resultados	18
Tabla 2. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Jaén: perspectiva de <i>stakeholders</i>	19
Tabla 3. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Jaén: perspectiva de procesos internos.....	20
Tabla 4. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Andalucía: perspectiva de aprendizaje y crecimiento	20
Tabla 5. Dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España – 2018	28
Tabla 6. El potencial emprendedor en Jaén, Andalucía y España – 2018	29
Tabla 7. Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén, Andalucía y España – 2018.....	31
Tabla 8. El intraemprendimiento en Jaén – 2018	33
Tabla 9. La tasa de consolidación empresarial en Jaén, Andalucía y España – 2018	34
Tabla 10. La tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España – 2018	35
Tabla 11. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén – 2018	37
Tabla 12. Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Jaén	56
Tabla 13. Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Jaén	57
Tabla 14. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Jaén	58
Tabla 15. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Jaén	66
Tabla 16. Fuentes de variables secundarias en el proyecto GEM.....	71



Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Modelo Conceptual GEM y fuentes de información que lo nutren	17
Ilustración 2. El proceso emprendedor en Jaén (% población 18-64 años)	26
Ilustración 3. El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años)	27
Ilustración 4. El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años)	27
Ilustración 5. Grafico dinámica emprendedora, Andalucía y España – 2018	28
Ilustración 6. Emprendedores potenciales en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018	30
Ilustración 7. Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018	31
Ilustración 8. Estimación del número de emprendedores en las regiones y ciudades autónomas españolas	32
Ilustración 9. Tasa de consolidación empresarial en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018	34
Ilustración 10. Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018	35
Ilustración 11. Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018	37
Ilustración 12. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018	38
Ilustración 13. Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional – 2018	39
Ilustración 14. Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional – 2018	40
Ilustración 15. Estatus social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018	41
Ilustración 16. Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional – 2018	42
Ilustración 17. La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional – 2018	43
Ilustración 18. Financiación	45
Ilustración 19. Políticas Gubernamentales	46
Ilustración 20. Programas Gubernamentales	48
Ilustración 21. Educación y formación en creación de empresas	49
Ilustración 22. Transferencia de I+D	51
Ilustración 23. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales	52
Ilustración 24. Apertura del mercado	53
Ilustración 25. Acceso a infraestructuras físicas	54
Ilustración 26. Normas culturales y sociales	55
Ilustración 27. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén	59
Ilustración 28. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea	60
Ilustración 29. El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM	67

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



Equipos y patrocinadores provinciales del GEM Andalucía 2018

Almería



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Cádiz



UCA

Universidad de Cádiz

Cátedra Andalucía
Emprende

Granada



UNIVERSIDAD DE GRANADA

CÁTEDRA

Andalucía Emprende



UGR
EMPREDEDORA



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO,
EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

Jaén



UNIVERSIDAD DE JAÉN

CÁTEDRA

Andalucía Emprende



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO,
EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

Málaga



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CÁTEDRA

Andalucía Emprende



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO,
EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

Sevilla



UNIVERSIDAD
PABLO DE OLAVIDE
SEVILLA

INNLAB

Innovación, emprendimiento
y empresa familiar



CÁTEDRA

Andalucía Emprende



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE EMPLEO,
FORMACIÓN Y TRABAJO AUTÓNOMO



PRODETUR

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

© Global Entrepreneurship Research Association
Global Entrepreneurship Monitor. Jaén.
Depósito Legal J 245-2020

CÁTEDRA

Andalucía Emprende



Universidad
de Jaén

**Vicerrectorado de Transferencia
del Conocimiento, Empleabilidad
y Emprendimiento**

