



INFORME GEM

PROVINCIA DE CÁDIZ

2019/20



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO



UCA
Universidad de Cádiz



INFORME GEM PROVINCIA DE CÁDIZ 2019/20



Informe GEM Provincia de Cádiz 2019-20

AUTORES: Diánez-González, Juan Pablo; Franco-Leal, Noelia; Camelo-Ordaz, M^a del Carmen; Sánchez-Vázquez, José Manuel; Segundo-Gallardo, Julio

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Esta obra se ha realizado gracias a la colaboración de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía.



Investigadores del Equipo GEM Cádiz 2019/20



Mª del Carmen Camelo Ordaz (coordinadora)
Catedrática de Universidad
Universidad de Cádiz



José Manuel Sánchez Vázquez (coordinador)
Profesor Titular de Universidad
Universidad de Cádiz



Juan Pablo Diánez González
Profesor Contratado Doctor de Universidad
Universidad de Cádiz



Noelia Franco Leal
Profesora Ayudante Doctora
Universidad de Cádiz



Julio Segundo Gallardo
Profesor Sustituto Interino
Universidad de Cádiz

Equipos Integrantes de la Red GEM España 2019/20

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Maribel Guerrero, José L. González-Pernía y Javier Montero (Equipo Dirección Técnica GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE Banco Santander
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José María Biedma Ferrer Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía Universidad de Cádiz
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Junta de Andalucía
Cádiz	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Juan Pablo Diáñez González Noelia Franco Leal Julio Segundo Gallardo Carmen Virués Vega	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Córdoba	Universidad Loyola	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Joaquín García-Tapia Emilio Morales Fernández Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola Cátedra Andalucía Emprende
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana Bojica Francisco Javier Melero Rus Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez Lázaro Rodríguez Ariza	Universidad de Granada UGR Emprendedora Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortíz (Coordinadora) Lucas Antonio 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	Universidad de Jaén Cátedra Andalucía Emprende
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez	Universidad de Málaga Junta de Andalucía
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aida del Cubo	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación)

		José Fernández Serrano Inmaculada Jaén Figueroa	Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata y Consuelo González Gil (Directores GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Director) Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández María Mitre Aranda	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias Capgemini
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell (co-director GEM Baleares) Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear
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, Conocimiento y Empleo
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Co-Directora) Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social. Santander Universidades
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. 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	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 y Nuria González Álvarez (Directores GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León
Ceuta	Universidad de	Lázaro Rodríguez Ariza (Director	Cátedra Santander de la

	Granada	GEM-Ceuta) Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Arias Juan Miguel Alcántara Pilar	Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) Iván Soto de Andrés (Deusto Business School Madrid)	Comunidad de Madrid
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 Lopera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Iberia-Air Nostrum Fundación Juan Perán- Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo ALIGRUPO Catral Garden Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM- Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Sodiex Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature Fundecyt-PCTEX
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora- Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Marta Portela Maseda Jacobó Feás Vázquez Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema Nuria Calvo Babío (Univ. A Coruña) Lucía Rey Ares (Univ. A Coruña) Pilar Piñeiro García (Univ. Vigo) Alberto Vaquero García (Univ.	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Xunta de Galicia Secretaría Xeral de Universidades -Xunta de Galicia

		Vigo) María Bobillo Varela (consultora independiente)	
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Norberto Penedo Rey Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández	
	Federación Galega de Xoves Empresarios (AJE Galicia)	Luciano Covelo Fandiño	
	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López María Bobillo Varela Nuria Calvo Babio Jacobó Feás Vázquez Marta Portela Maseda Lucía Rey Ares David Rodeiro Pazos Alberto Vaquero García Pilar Piñeiro García María Bobillo Varela (consultora independiente) Guillermo Andrés Zapata	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Xunta de Galicia Secretaría Xeral de Universidades -Xunta de Galicia
Galicia	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Huamaní Yago Atrio Lema Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández	
	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Luciano Covelo Fandiño	
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio Juan Manuel Dominguez Ortega 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 Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Red GEM España
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes Gabriel Lozano Reina	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia

		<p>María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín</p>	<p>Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia</p>
Navarra	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p>	<p>Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana</p>	
	<p>Universidad de La Rioja</p>	<p>Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez</p>	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE</p>
	<p>King's College London (UK) CEIN</p>	<p>Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)</p>	<p>Gobierno de Navarra - CEIN</p>
País Vasco	<p>Universidad del País Vasco UPV/EHU</p>		
	<p>Deusto Business School</p>	<p>María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)</p>	<p>Observatorio Vasco de Emprendimiento SPRI</p>
	<p>Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU</p>	<p>Nerea González Jon Hoyos Iñaki Peña David Urbano</p>	<p>Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla</p>
	<p>Deusto Business School</p>		
	<p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>		
Trabajo de campo GEM España	<p>Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)</p>	<p>Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)</p>	<p>Observatorio del Emprendimiento de España_ RED GEM España</p>

Índice de Contenidos

PRÓLOGO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
RESUMEN DE INDICADORES	5
RESUMEN EJECUTIVO	7
CAPÍTULO 1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN CÁDIZ.....	11
1.1 Introducción	11
1.2 Potencial emprendedor.....	15
1.3 Actividad emprendedora	17
1.4 Dinámica emprendedora.....	22
1.5 Proceso emprendedor por género	24
1.6 Conclusiones	25
CAPÍTULO 2. FENÓMENO EMPRENDEDOR: VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN EN CÁDIZ	27
2.1 Introducción.....	27
2.2 Las percepciones sobre las oportunidades de negocio	27
2.3 Capacidades para emprender, miedo al fracaso y modelos de referencia.....	29
2.3.1 Percepciones sobre las capacidades para emprender en la provincia de Cádiz.....	30
2.3.2 El miedo al fracaso entre la población de Cádiz.....	32
2.3.3 Modelos de referencia en la provincia de Cádiz	33
2.4 Percepciones sobre valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género.....	34
2.5 Percepciones sobre la propia cultura y su influencia en el emprendimiento.....	37
2.6 Percepciones culturales y género	41
2.7 Conclusiones	42
CAPÍTULO 3. ENTORNO: OBSTÁCULOS, FACILITADORES Y RECOMENDACIONES	44
3.1 Introducción.....	44
3.2 Factores que obstaculizan la creación de empresas.....	45
3.3 Factores que favorecen la creación de empresas.....	47
3.4 Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora	48

3.5	Valoración del entorno emprendedor	50
3.6	Comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y la Unión Europea	52
3.7	Conclusiones	54

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN LA PROVINCIA DE CÁDIZ..... 56

4.1	Introducción	56
4.2	Apoyo financiero.....	56
4.3	Políticas gubernamentales.....	58
4.4	Programas gubernamentales.....	60
4.5	Educación y formación emprendedora.....	62
4.6	Transferencia de I+D.....	64
4.7	Infraestructura comercial y profesional.....	65
4.8	Apertura del mercado interno	67
4.9	Infraestructura física y de servicios.....	68
4.10	Normas sociales y culturales	69
4.11	Conclusiones.....	70

CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA..... 72

5.1	Introducción	72
5.2	Encuesta a la población adulta (APS).....	72
5.3	Encuesta a los expertos.....	74

“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

La Universidad de Cádiz (UCA) ha tenido un claro protagonismo en la introducción y expansión del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) en España y Andalucía en los más de veinte años de vida del proyecto. Desde que en el año 2003 participase en su regionalización en España lo ha venido impulsando y haciendo crecer. Su última aportación ha sido su provincialización y la organización en red con las principales universidades de la región.

En la situación de incertidumbre y crisis provocada por la COVID-19, esta labor es más importante que nunca. Las capacidades emprendedoras de la población y de los territorios son palancas esenciales para lograr resiliencia y hacer frente a la crisis. Los resultados de estas capacidades emprendedoras serán frutos de la voluntad de los individuos, pero también de la evolución de las condiciones y dinámica de los ecosistemas sociales y económicos de los que forman parte.

El observatorio GEM contribuye a ese importante reto de impulsar ecosistemas dinámicos. GEM facilita información rigurosa del proceso emprendedor y del entorno, colabora a establecer sistemas de gobernanza, a evaluar medidas y a emitir recomendaciones. Lo hace desde una perspectiva comparativa entre territorios y abierta al aprendizaje a lo largo del tiempo.

Este resultado supone la colaboración de una amplia red de compañeros de otras regiones y naciones que comparten un método y un aprendizaje colectivo. Andalucía ha logrado movilizar un equipo humano de más de cuarenta investigadores de las principales universidades de la región que trabajan en ese reto. GEM no sería posible sin ese espíritu colaborativo y sin el liderazgo compartido de sus componentes.

La provincia de Cádiz participa en este proyecto de la mano de un potente equipo investigador y técnico de la UCA que nace de la



Cátedra de Emprendedores, del Grupo de Investigación del PAIDI “Estrategia, creación de empresas y fenómeno emprendedor” y que cuenta con el apoyo, innovación y activismo de la Dirección General 3E (Emprendimiento, Empresa y Egresados). Ello da lugar a un liderazgo compartido por la profesora Carmen Camelo Ordaz y el profesor José Manuel Sánchez Vázquez que cuentan con las valiosas aportaciones de los profesores Juan Pablo Diánez González, Noelia Franco Leal y Julio Segundo Gallardo. Este equipo ha logrado movilizar la colaboración necesaria de sus socios, de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía, y de los expertos que han participado en su elaboración.

El resultado de su trabajo es este Informe del GEM Cádiz, un documento útil que contribuirá al mejor conocimiento y progreso de una provincia diversa, con importantes recursos y oportunidades, claroscuros notables y necesitada en estos tiempos inciertos de un revulsivo espíritu emprendedor.

Les felicito por el trabajo desarrollado y les agradezco la valiosa aportación que hacen al proyecto GEM.

José Ruiz Navarro

Director del Observatorio GEM de Andalucía
Catedrático Emérito de la Universidad de Cádiz

Introducción

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el observatorio sobre emprendimiento internacional más relevante a nivel global. Su actividad se fundamenta en la creciente relevancia que la comunidad universitaria, empresarial y gubernamental le otorga al estudio del emprendimiento. En concreto, GEM tiene como objetivo medir y analizar información de alta calidad sobre el fenómeno emprendedor, cuyos resultados principales se sintetizan en informes de ámbito global, nacional, regional y local.

Para ello, cuenta con una amplia red mundial cualificada de investigadores e instituciones vinculadas al emprendimiento en más de 80 países. Esta red está organizada en forma de consorcio internacional y asociación sin ánimo de lucro. Sus resultados e informes están puestos a disposición de la población de manera gratuita en las páginas webs internacional y nacional. En concreto, pueden ser consultados en <http://www.gemconsortium.org> y en <http://www.gem-spain.com/> (para los informes de GEM España, autonómicos y provinciales).

Para la elaboración de los diferentes apartados que integran los informes, GEM emplea principalmente tres fuentes de información. Una primera fuente de información se basa en la encuesta APS (Adult Population Survey), la cual se dirige a la población adulta de entre 18 y 64 años de edad de cada territorio. Esta encuesta se utiliza para identificar las características específicas de los emprendedores y los condicionantes específicos de la creación de empresas. Una segunda fuente de información se refiere a un cuestionario dirigido a un panel de expertos, denominado NES (National Experts Survey). A través de este cuestionario, se puede obtener una opinión diversa y cualificada sobre el fenómeno emprendedor. Finalmente, GEM se basa en fuentes contrastadas internacionalmente para utilizar un conjunto de variables secundarias, tanto económicas como sociales.

Siguiendo la metodología GEM, el presente informe para la provincia de Cádiz ofrece una serie de datos sobre las áreas más relevantes que ayudan a analizar el fenómeno del emprendimiento. En concreto, este informe se estructura en cinco capítulos. Un primer capítulo titulado “Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Cádiz” presenta los principales indicadores de las distintas etapas que componen el proceso emprendedor de la provincia de Cádiz. El segundo capítulo denominado “Fenómeno emprendedor: valores, percepciones y aptitudes de la población en Cádiz” recoge los datos sobre las percepciones de la población gaditana de las oportunidades de negocios, de sus propias capacidades para emprender, del miedo al fracaso, de los modelos de referencia y de la propia cultura y su influencia en el emprendimiento. Los capítulos 3 y 4, por su parte, se dedican a analizar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora en la provincia, incluyendo la opinión de los expertos consultados con respecto a los obstáculos, facilitadores y recomendaciones con respecto al proceso emprendedor, así como una descripción detallada de los principales condicionantes del entorno que configuran el ecosistema emprendedor de la provincia de Cádiz. En estos cuatro capítulos se ofrece además un análisis comparativo de Cádiz, Andalucía y España. Finalmente, el Capítulo 5 está dedicado a explicar los aspectos metodológicos del estudio.

Resumen de Indicadores

En el presente apartado se muestran los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Cádiz 2019/20, al objeto de ofrecer una visión global del estado del emprendimiento de la provincia de Cádiz durante el año 2019. Para ello, la tabla 1 contiene los principales indicadores relativos a las percepciones de la población gaditana entrevistada de 18-64 años, el porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de entre 0 y 3,5 años (TEA, Total Entrepreneurial Activity) y la distribución de la TEA según el motivo para emprender. A esto se añade que esta tabla incluye una serie de indicadores referente a doce factores del entorno, los cuales reflejan la valoración realizada por los expertos consultados en la provincia de Cádiz. Además de incluir los datos relativos a la provincia de Cádiz, se muestran los indicadores para Andalucía y España con el fin de que los datos a nivel provincial puedan ser comparados con los indicadores a niveles autonómico y nacional.

Tabla 1. GEM: Principales indicadores de Cádiz, Andalucía y España

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras			
	Cádiz	Andalucía	España
Percibe modelos de referencia (conoce personas que han emprendido)	44,5%	44,5%	42,1%
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	37,6%	36,2%	36,1%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias requeridas para emprender	50,6%	50,3%	50,8%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo al momento de emprender	54,2%	55,4%	55,1%
Considera que la mayoría de la población española preferiría tener el mismo nivel de vida	71,8%	69,5%	69,0%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	7,5%	8,1%	8,1%

TEA, porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años

	Cádiz	Andalucía	España
TEA Total	7,6%	5,85	6,15
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,9%	6,8%	6,0%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	8,3%	4,8%	6,3%

Distribución del TEA (motivo para emprender)

	Cádiz	Andalucía	España
Crear riqueza o una renta muy alta	66,3%	57,9%	59,5%
Marcar una diferencia en el mundo	47,4%	43,9%	49,4%
Ganarse la vida porque el trabajo escasea	28,7%	46,6%	42,3%
Continuar una tradición familiar	12,8%	12,3%	13,3%

Valoraciones de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor de la provincia de Cádiz (escala 1-7)

	Cádiz	Andalucía	España
Infraestructura física y de servicios	6,7	6,7	7,0
Educación emprendedora en la etapa postescolar	5,5	4,7	5,4
Infraestructura comercial y profesional	4,6	4,9	6,0
Programas gubernamentales	4,6	5,1	6,0
Dinámica del mercado interno	4,0	4,0	5,3
Transferencia de I+D	4,0	3,8	5,3
Barreras de entrada del mercado y marco regulatorio	3,7	4,3	5,0
Normas sociales y culturales	3,6	4,6	4,8
Políticas gubernamentales (apoyo y relevancia)	3,5	4,4	5,3
Apoyo financiero	3,1	3,8	4,9
Educación emprendedora en la etapa escolar	2,8	3,3	2,7
Políticas gubernamentales (impuestos, tasas y burocracia)	2,6	3,6	5,2

Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo del Informe GEM Cádiz 2019/20 permite ofrecer una panorámica de los principales indicadores estudiados en cada una de las fases del proceso emprendedor, de los valores, percepciones y aptitudes de la población gaditana y, por último, del entorno emprendedor de la provincia de Cádiz.

Actividad emprendedora

Atendiendo a las distintas etapas del proceso emprendedor, con respecto a la fase de concepción, que mide el potencial de la población para emprender un negocio, el 7,5% de la población gaditana afirmó tener intención de emprender en los próximos 3 años. El porcentaje de emprendedores potenciales de la provincia de Cádiz está por debajo del andaluz (8,1%) y del español (8,1%).

Esta intención a emprender puede materializarse en la población gaditana involucrada en la fase de actividad emprendedora. En dicha etapa, para el caso de la provincia de Cádiz, se analiza la tasa de actividad emprendedora (TEA) registrada en la población gaditana de 18 a 64 años de edad, la cual asciende a 7,6%. El 2,3% de esta población se refiere a personas que se encontraban en el proceso de poner en marcha un negocio naciente, mientras que el 5,4% correspondía a aquella población que se definía como propietarios que se ocupaban de la gestión de nuevas empresas. El indicador TEA se sitúa por encima de la media de Andalucía (5,8%) y de la media de España (6,1%). Además, con base en una comparativa de las provincias andaluzas, el indicador TEA de la provincia de Cádiz ocupa el segundo puesto, siendo únicamente superado por la TEA de Sevilla (7,9%). Finalmente, a través de un análisis basado en estudiar los motivos para emprender, se puede informar acerca de que la mayor parte de la población gaditana (66,3%) afirma que su principal motivación para involucrarse en iniciativas emprendedora es la creación de riqueza o la obtención de una renta más elevada.

Con respecto a la fase de dinámica emprendedora, por un lado, el porcentaje de personas que se consideran empresarios consolidados (con más de 42 meses de actividad) en la provincia de Cádiz asciende a 4,7%. Dicho porcentaje se encuentra por debajo de la media de Andalucía (6,3%) y de España (6,3%). Por otro lado, la tasa de cierre o abandono (efectivo) para la provincia de Cádiz es inferior (0,8%) a la media andaluza (1,1%) y a la española (1,2%).

Finalmente, comparando estos indicadores entre la población femenina y masculina, en términos generales, la participación de la población femenina es inferior a la masculina en la mayor parte de las fases del proceso emprendedor. Sin embargo, cabe destacar que el porcentaje de mujeres (52,3%) cuyas empresas llevan funcionando de 3 a 42 meses es superior al de los hombres (47,7%).

Valores, percepciones y aptitudes de la población

Del análisis de los valores, percepciones y aptitudes, se pueden destacar algunas fortalezas de la provincia de Cádiz respecto a Andalucía y España. Un primer indicador favorable para la provincia gaditana se refiere al porcentaje de la población que percibe buenas oportunidades para emprender (37,6%), el cual es superior respecto a la población andaluza y española (ambas alrededor del 36%).

Además, cabe poner de manifiesto que el porcentaje de la población gaditana que considera el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender (54,2%) es inferior al de Andalucía (55,4%) y al de España (55,1%).

También es necesario hacer mención al conocimiento de modelos de referencia. Si bien el porcentaje de personas en la provincia de Cádiz que conoce a otros emprendedores es similar al de Andalucía (44,5% en ambos casos), dicho porcentaje es superior a la media española (42,1%).

A esto se añade que el porcentaje de la población gaditana que afirma poseer conocimientos, habilidades y experiencias es similar a la media andaluza y española (en torno al 50%).

Con respecto a la percepción de la población gaditana sobre los aspectos socio-culturales, por un lado, se puede concluir que la situación de la provincia de Cádiz es similar a la de los contextos andaluz y nacional en cuanto a la opinión sobre si el emprendimiento otorga mayor estatus (57,7% en el caso de la población gaditana) y sobre el papel de los medios de comunicación para visualizar y dar a conocer casos de éxito (54,1% en el caso de la población gaditana). Por otro lado, los porcentajes referidos a la provincia de Cádiz son más altos con respecto a la opinión sobre la equidad en los estándares de vida (71,8% en el caso de la población gaditana) y sobre la opinión del emprendimiento como una opción profesional en comparación con los resultados de los contextos andaluz y nacional (57,9% en el caso de la población gaditana).

Finalmente, a partir del análisis de las percepciones, valores y aptitudes desde una perspectiva de género, en términos globales, los indicadores de la población femenina presentan valores más bajos a los de la población masculina.

Condiciones del entorno para emprender en la provincia de Cádiz

Al objeto de valorar si las condiciones del entorno emprendedor en la provincia de Cádiz favorecen o, por el contrario, inhiben la actividad emprendedora en el territorio, se constituyó un panel de expertos compuesto por 39 profesionales de reconocido prestigio y experiencia en el ámbito del emprendimiento. La información proporcionada por estos expertos es utilizada para realizar una valoración del ecosistema emprendedor y detectar puntos fuertes y débiles, así como acciones específicas que contribuyan a su fortalecimiento.

En términos generales, el diagnóstico realizado por los expertos arroja un resultado desfavorable con respecto a las condiciones del entorno

para propiciar la actividad emprendedora en la provincia de Cádiz, dado que de los doce factores analizados, sólo dos obtienen una valoración superior al punto medio de la escala utilizada (1 – 10 puntos): infraestructura física y de servicios (6,7 puntos) y educación emprendedora en la etapa postescolar (5,5 puntos). Las principales deficiencias se encuentran en las políticas gubernamentales relacionadas con el régimen fiscal y la burocracia (2,6 puntos), la educación emprendedora recibida por los estudiantes de la provincia en las etapas previas a las enseñanzas superiores (2,8 puntos) y el apoyo financiero prestado a los emprendedores (3,1 puntos).

Esta situación toma un cariz más preocupante aún si es comparada con las valoraciones reflejadas en los informes GEM para Andalucía, España y la Unión Europea, ya que, excepción hecha de los dos factores anteriormente destacados por sus valoraciones positivas, el resto de condicionantes del ecosistema emprendedor son considerados más negativamente por los expertos gaditanos, en comparación con las opiniones vertidas por sus homólogos, andaluces, españoles y europeos.

De un modo casi abrumador, los expertos coinciden en señalar la escasez y/o ineficiencia de las políticas gubernamentales como el principal obstáculo para desarrollar una actividad emprendedora en la provincia (90,6%), sin perder de vista el limitado apoyo financiero recibido por los emprendedores (62,5%). En el lado opuesto de la balanza, los expertos señalan la educación y formación como el más relevante facilitador de la actividad emprendedora, especialmente en lo que hace referencia a las universidades y centros de enseñanza superior (el 53,1% de los expertos consultados incluyeron este factor entre los tres principales facilitadores).

Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Cádiz

1.1 Introducción

El presente capítulo tiene un doble objetivo. El primero de ellos es estudiar la actividad y la dinámica emprendedora en la provincia de Cádiz. El segundo de los objetivos es realizar una comparativa de estas dimensiones con las medias de Andalucía y de España. Para cumplir con estos objetivos, se toman como base los indicadores que permiten analizar la participación de la población adulta en las siguientes fases del proceso emprendedor:

- (1) La intención potencial de las personas para emprender en un futuro próximo, así como la posterior concepción de un proyecto empresarial.
- (2) El nacimiento de la empresa.
- (3) La evolución de la empresa, tanto de manera favorable mediante su consolidación o, si no prospera, de su cierre.

Las fases anteriores se analizan en los siguientes apartados que integran este capítulo. La primera fase del proceso emprendedor se estudia en el apartado 1.2. Potencial emprendedor. Esta etapa incluye tanto la intención emprendedora como la posterior concepción del proyecto empresarial. Dentro de esta etapa se mide un primer indicador que hace referencia a la tasa de emprendedores potenciales, es decir, la proporción de la población adulta (de entre 18 y 64 años) con intenciones de crear una empresa en los próximos 3 años.

La segunda etapa se analiza en el apartado 1.3. Actividad emprendedora. Dicha fase abarca el nacimiento de la empresa y, posteriormente, su consideración como empresa nueva. En esta fase se analizan tres indicadores: (i) la proporción de emprendedores

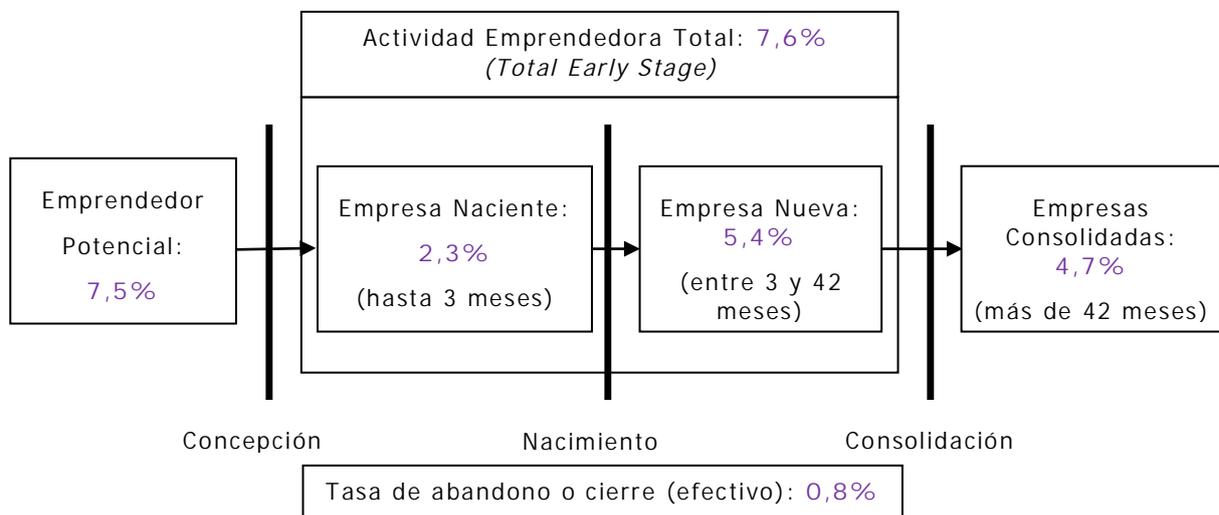
nacientes (personas adultas con negocios de menos de 3 meses de actividad efectiva); (ii) la proporción de emprendedores nuevos (personas adultas que gestionan un negocio que lleva más de 3 meses de actividad pero menos de 42); (iii) la tasa de actividad emprendedora total (TEA, del inglés: *Total Entrepreneurial Activity*), que se refiere a la suma de los porcentajes de emprendedores nacientes y de emprendedores nuevos. Este último indicador es el núcleo del estudio de la actividad emprendedora. Además de analizar estos tres indicadores en la provincia de Cádiz y realizar comparativas autonómicas y nacional, se ofrece un análisis comparativo de los siguientes motivos para emprender: crear riqueza o una renta muy alta; marcar una diferencia en el mundo; ganarse la vida porque el trabajo escasea; y continuar una tradición familiar.

La última fase se centra en el análisis de la dinámica empresarial presentado en el cuarto apartado de este capítulo. La dinámica empresarial hace referencia tanto a la consolidación de los proyectos empresariales (cuando han superado los 3,5 años de vida) como a los abandonos o cierres (efectivos).

Los procesos emprendedores de concepción, nacimiento y consolidación para el caso de Cádiz, Andalucía y España se reflejan en las ilustraciones 1, 2 y 3, respectivamente. A partir de estas ilustraciones se puede observar que la población gaditana presenta un potencial emprendedor (7,5%) más bajo que la media andaluza (8,1%) y la media española (8,1%). No obstante, la tasa de actividad emprendedora de Cádiz, medida a través de la TEA, representa un 7,6%. Comparando este dato con los de Andalucía y España, se puede destacar de manera positiva que la TEA gaditana supera en un 1,8 puntos a la de Andalucía y además se sitúa en 1,5 puntos por encima de la española. La descomposición de la TEA implica que el 2,3% de la población gaditana son emprendedores nacientes y un 5,4% de la población son emprendedores cuyas empresas son de nueva creación. Tal y como se indica en las ilustraciones mencionadas, las diferencias

de ambos porcentajes con los de Andalucía y los de España son favorables. Con respecto a la dinámica empresarial, se puede observar que el porcentaje de empresas consolidadas gaditanas (4,7%) se sitúa por debajo del indicador de Andalucía y España. En relación con la tasa de abandono o cierre (efectivo) gaditano se sitúa tres décimas por debajo de la andaluza. Dicha tasa también es algo menor que la de España, encontrándose a cuatro décimas por debajo de la española.

Ilustración 1. El proceso emprendedor en Cádiz 2019 (% población 18-64 años)¹

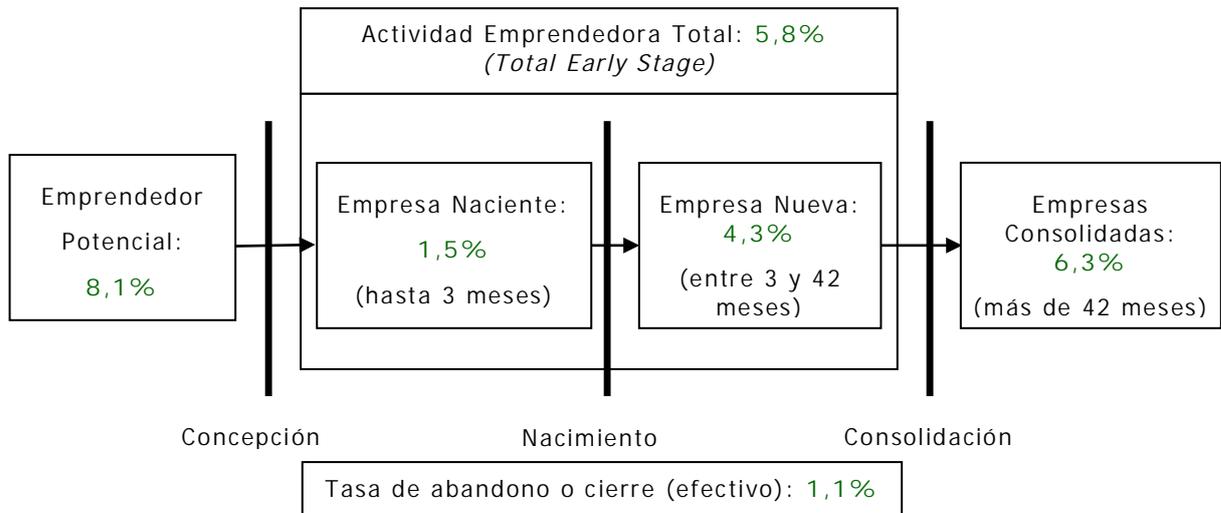


Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)².

¹ 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.

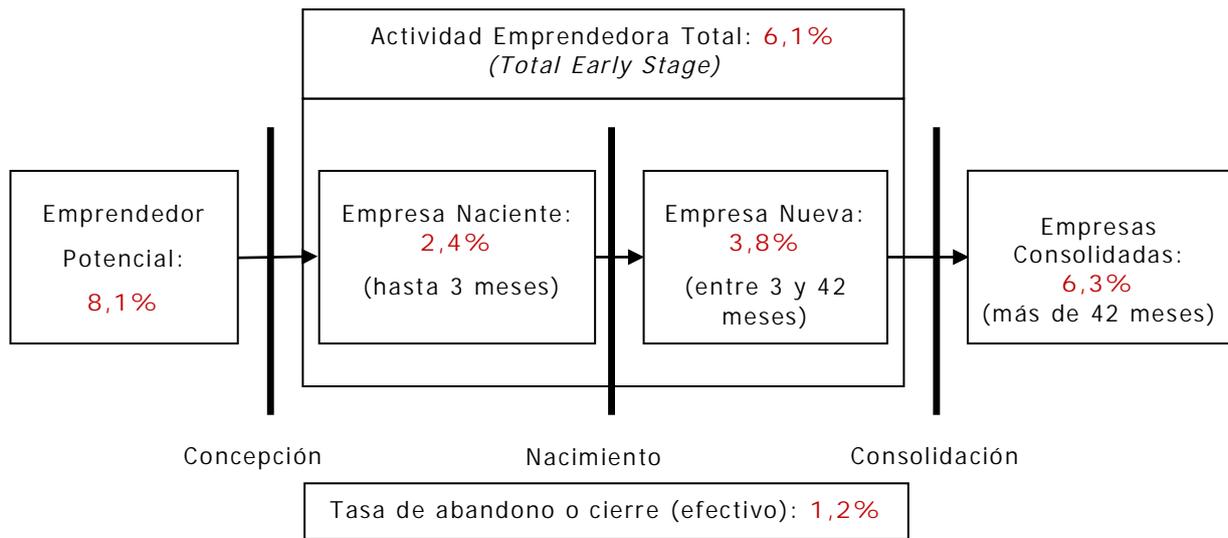
² Reynolds, et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", *Small Business Economics* Vol. 24, nº 3 (April), pp. 205-231.

Ilustración 2. El proceso emprendedor en Andalucía 2019 (% población 18-64 años)



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)³.

Ilustración 3. El proceso emprendedor en España 2019 (% población 18-64 años)



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)⁴.

³ Reynolds et al. (2005), ob. cit.

⁴ Reynolds et al. (2005), ob. cit.

Finalmente, este primer capítulo incluye un apartado 1.5 Proceso emprendedor por género en el que se detalla la participación masculina y femenina a lo largo de las diferentes etapas del proceso de creación de empresas.

1.2 Potencial emprendedor

El presente apartado examina el potencial emprendedor a partir de la tasa de emprendimiento potencial. Esta tasa se refiere a la intención a emprender de la población adulta y se mide a partir de la respuesta afirmativa a la siguiente pregunta: ¿Espera usted crear una empresa en los próximos 3 años?.

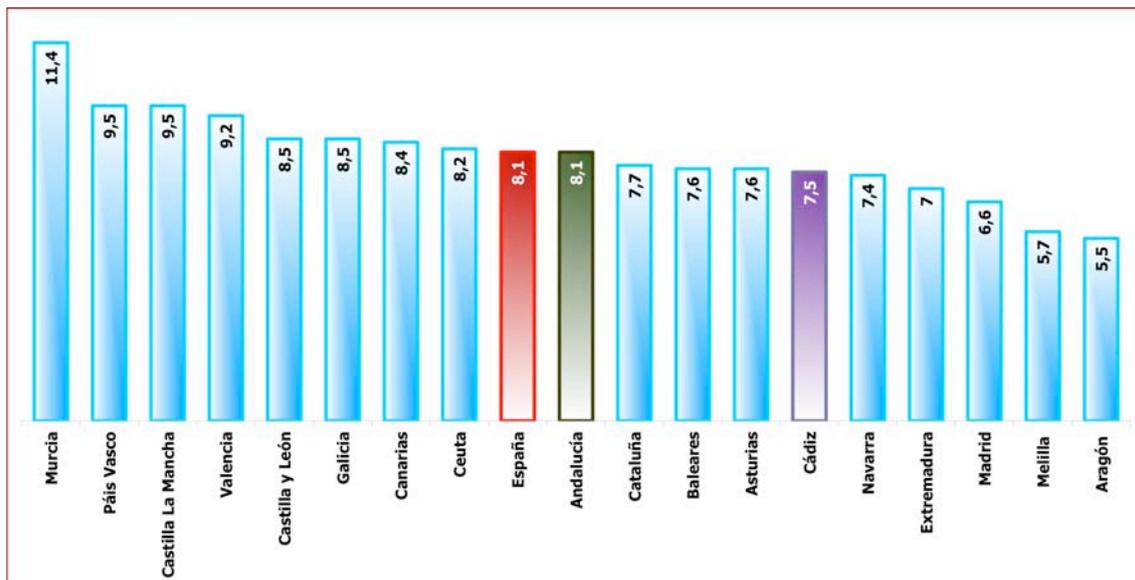
En el caso de la provincia de Cádiz, este indicador alcanzó el 7,5% en el año 2019. Además, dicho indicador es similar a la cifra observada en la TEA, por lo que podría pensarse que esos emprendedores potenciales podrían nutrir en el futuro próximo la actividad emprendedora en la fase inicial.

Desde una perspectiva comparativa, la Tabla 2 refleja la tasa referida al potencial emprendedor de Cádiz, Andalucía y España. Por su parte, la Ilustración 4 muestra gráficamente el porcentaje de la población de 18 a 64 años que espera emprender en los 3 años siguientes a 2019 de España, las distintas Comunidades Autónomas y Cádiz. Cádiz se sitúa por debajo de España, Andalucía y otras comunidades autónomas. No obstante, también cabe resaltar que se encuentra por encima del potencial emprendedor de algunas regiones españolas como Navarra, Extremadura, Madrid, Melilla y Aragón.

Tabla 2. Emprendedores potenciales en Cádiz, Andalucía y España, 2019.

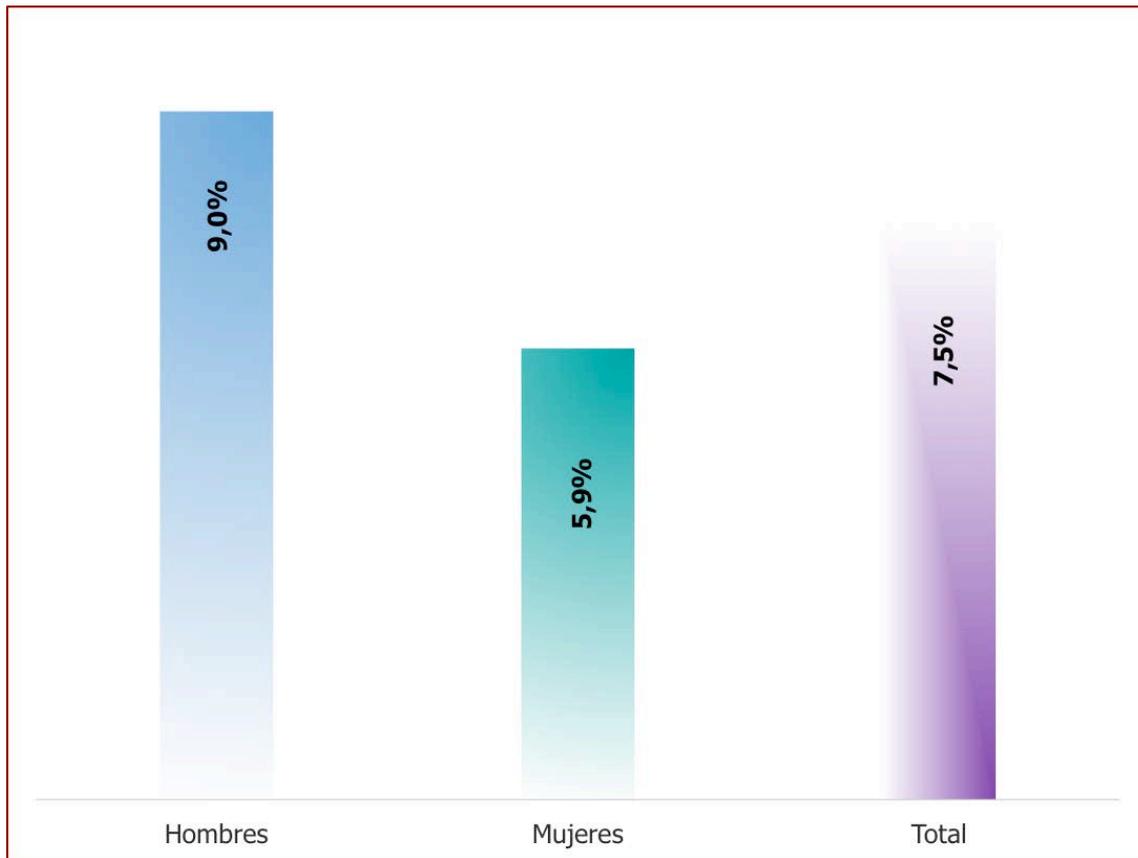
Emprendedores potenciales	
Cádiz	7,5%
Andalucía	8,1%
España	8,1%

Ilustración 4. Emprendedores potenciales en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019.



Finalmente, el género puede ser considerado uno de los factores sociodemográficos que puede caracterizar a aquella población adulta que pueda estar inmersa en un proceso emprendedor. Es por ello que resulta relevante analizar el indicador de potencial emprendedor desde una perspectiva de género. En la Ilustración 5 se refleja el potencial emprendedor de los hombres y las mujeres. Como puede observarse en dicha ilustración, en la provincia de Cádiz, mientras que el potencial emprendedor de los hombres es de un 9%, este indicador para las mujeres se sitúa en el 5,9%. Estos datos muestran que en el caso de la provincia de Cádiz, las mujeres tienen menor propensión a la creación de empresas que los hombres, destacando de manera acusada en esta primera fase del proceso emprendedor.

Ilustración 5. El potencial emprendedor por género en Cádiz, 2019.



1.3 Actividad emprendedora

La segunda etapa del proceso emprendedor se refiere al nacimiento de las iniciativas emprendedoras y el desarrollo de la nueva empresa. En concreto, se incluyen empresas nacientes, que son aquellas empresas con menos de 3 meses y nuevas empresas, las cuales todavía no han alcanzado los 3,5 años. La suma de ambos porcentajes se conoce como la TEA. Como se ha explicado anteriormente, en el caso de la provincia de Cádiz, la TEA alcanzó un 7,6% de la población adulta, la cual estaba inmersa en iniciativas emprendedoras en la fase inicial del proceso emprendedor en 2019. Este dato es muy favorable, ya que se encuentra por encima de la media andaluza (5,8%) y española (6,1%). Desagregando la tasa en empresas nacientes y empresas nuevas, también se mantiene para ambos indicadores un nivel superior a los de Andalucía y los de España. En concreto, dentro de esta fase

del proceso emprendedor, el 2,3% de la población adulta de la provincia de Cádiz se encuentra desarrollando empresas nacientes, mientras que el 5,4% se corresponde con las personas que gestionan nuevos negocios. A partir de estos datos puede concluirse que la participación de la población adulta en Cádiz en empresas nuevas es superior a aquella población iniciando un negocio.

Además, la Tabla 3 muestra los datos de la actividad emprendedora de Cádiz, España y las comunidades autónomas para el año 2019. Además, como punto de referencia, también se incluye la TEA media para toda España. Tal y como puede observarse en dicha tabla, la posición relativa de la provincia de Cádiz con respecto al conjunto de comunidades autónomas en España en cuanto a la TEA es muy destacable. Esto se debe a que la TEA de la provincia de Cádiz ocupa el tercer lugar en comparación con las comunidades autónomas de España, siendo solamente superada en 0,1 puntos por Castilla y León y por 0,7 puntos por Cataluña.

Tabla 3. Actividad emprendedora (TEA) en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019.

	2019
Cataluña	8,3
Castilla y León	7,7
Cádiz	7,6
Madrid	7,6
Cantabria	7,0
Castilla La Mancha	6,1
España	6,1
Andalucía	5,8
Galicia	5,3
Murcia	5,2
Navarra	5,2
Extremadura	5,0
Aragón	4,9
Baleares	4,9
Canarias	4,9
País Vasco	4,6
Valencia	4,3
Asturias	4,1
La Rioja	4,1
Melilla	4,1
Ceuta	3,8

Por su parte, la Ilustración 6 permite comparar de manera más clara y visual la destacada posición de la TEA de la provincia de Cádiz respecto a las comunidades autónomas de España.

La favorable posición de la TEA de Cádiz del año 2019 no solamente está presente cuando se compara con las comunidades autónomas de España sino también cuando dicha comparativa se realiza con respecto a las provincias que componen Andalucía. Los datos de la Ilustración 7 muestran que la provincia de Cádiz ocupa la segunda posición de las distintas provincias andaluzas analizadas. Únicamente es superada por la provincia de Sevilla, la cual se sitúa por encima de la provincia gaditana en 0,3 puntos.

Ilustración 6. Actividad emprendedora (TEA) en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019.

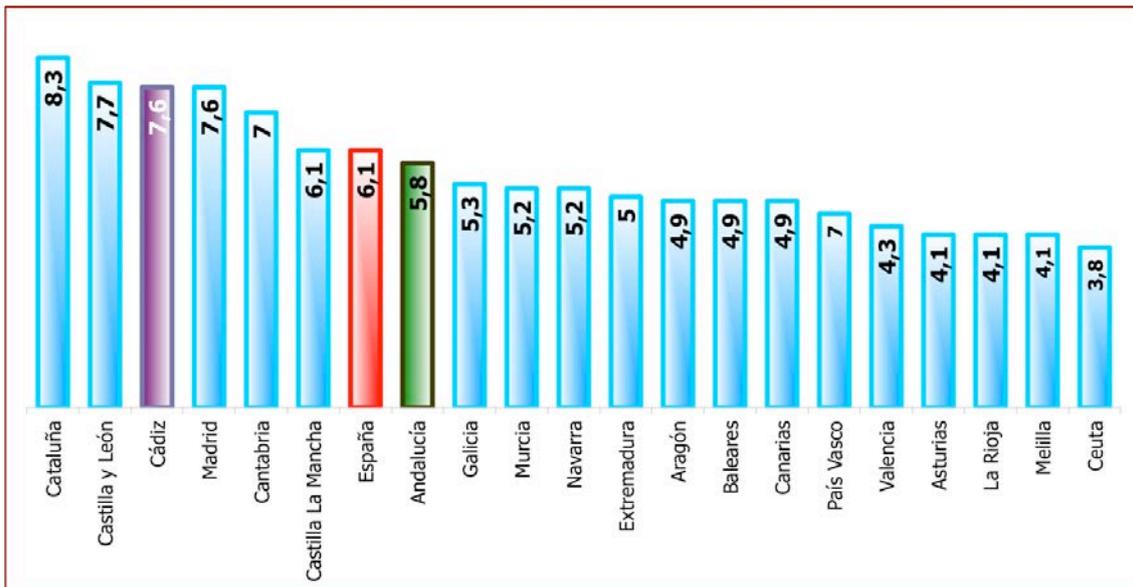
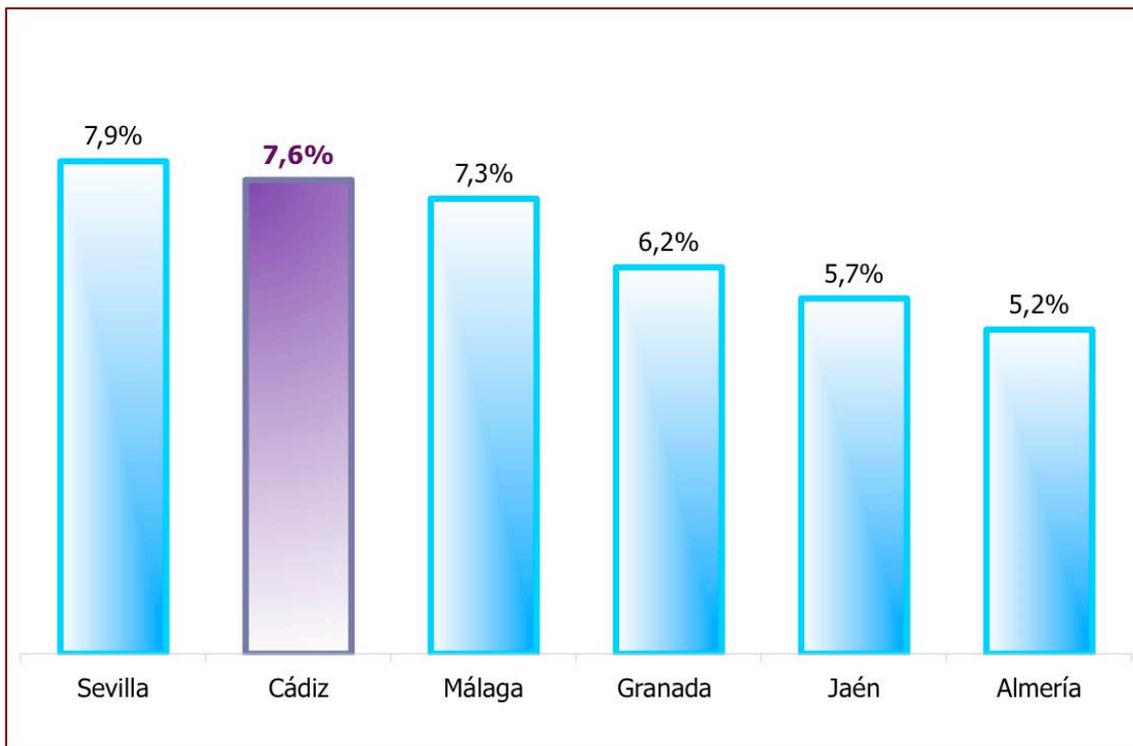


Ilustración 7. Tasa de actividad emprendedora (TEA) por provincias andaluzas, 2019.

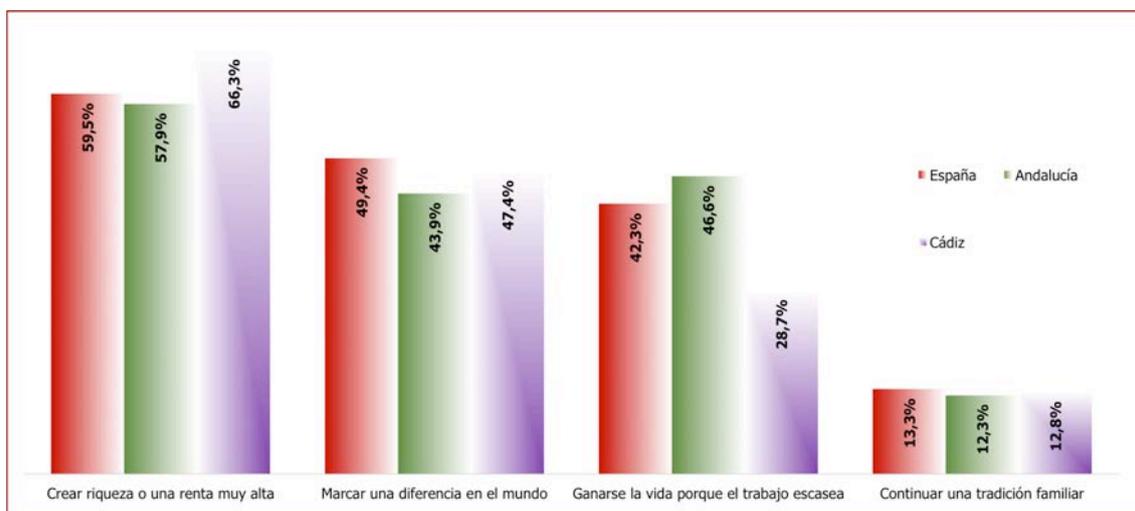


Finalmente, se considera relevante examinar los diferentes motivos para emprender. En esta edición se han contemplado cuatro motivos principales que pueden impulsar a las personas a crear una empresa:

crear riqueza o una renta muy alta; marcar una diferencia en el mercado; ganarse la vida porque el trabajo escasea; o continuar una tradición familiar. La Ilustración 8 refleja la TEA según estos cuatro motivos para la provincia de Cádiz en comparación con la media de Andalucía y la media de España.

Al igual que en España y Andalucía, en la provincia de Cádiz la mayor parte de la población identifica la creación de riquezas o la obtención de una renta muy alta como el principal motivo para emprender. En concreto, el porcentaje arrojado para la provincia de Cádiz (66,3%) es 8,4 puntos y 6,8 puntos mayor que el de Andalucía y España, respectivamente. Una parte importante de la población gaditana (47,4%) indica que marcar una diferencia en el mundo también es un motivo relevante para emprender, presentando un nivel similar con las medias andaluza y española. Con respecto al motivo referido a ganarse la vida porque el trabajo escasea, si bien un alto porcentaje de la población española (42,3%) y andaluza (46,6%) indica este motivo como importante para emprender, en la población gaditana este motivo presente un porcentaje mucho más bajo (28,7%). Finalmente, un bajo porcentaje de la población gaditana, andaluza y española indica como motivo para emprender el hecho de continuar una tradición familiar.

Ilustración 8. Tasa de actividad emprendedora según el motivo para emprender de la provincia en Cádiz, Andalucía y España, 2019.



1.4 Dinámica emprendedora

La dinámica emprendedora integra la consolidación de las empresas y su cierre o abandono. Con respecto a la consolidación, se estudia la tasa de consolidación empresarial que contempla las empresas que ya han superado los 42 meses de antigüedad.

En la Tabla 4 se observa la tasa de consolidación empresarial de la provincia de Cádiz en relación con la tasa de Andalucía y de España. Como se explicó en apartados anteriores, en términos comparativos, la provincia de Cádiz presenta menor tasa de consolidación de empresas que Andalucía y España.

Tabla 4. Iniciativas consolidadas en Cádiz, Andalucía y España, 2019.

	Iniciativas consolidadas
Cádiz	4,7
Andalucía	6,3
España	6,3

Además, la Ilustración 9 refleja la posición relativa de la provincia teniendo en cuenta el resto de comunidades autónomas. La provincia de Cádiz ocupa uno de los últimos puestos en referencia a la consolidación con respecto a las comunidades autónomas.

En relación con el cierre o abandono, se analiza la tasa que contempla aquellas empresas que han cesado su actividad en los últimos 12 meses. En la Tabla 5 se refleja la tasa de abandono o cierre empresarial (efectivo) de la provincia de Cádiz con respecto a la tasa de Andalucía y de España. Para el caso de la provincia, en términos comparativos, dicha tasa presenta un nivel de consolidación de empresas más bajo que Andalucía y España.

Ilustración 9. Iniciativas consolidadas en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019.

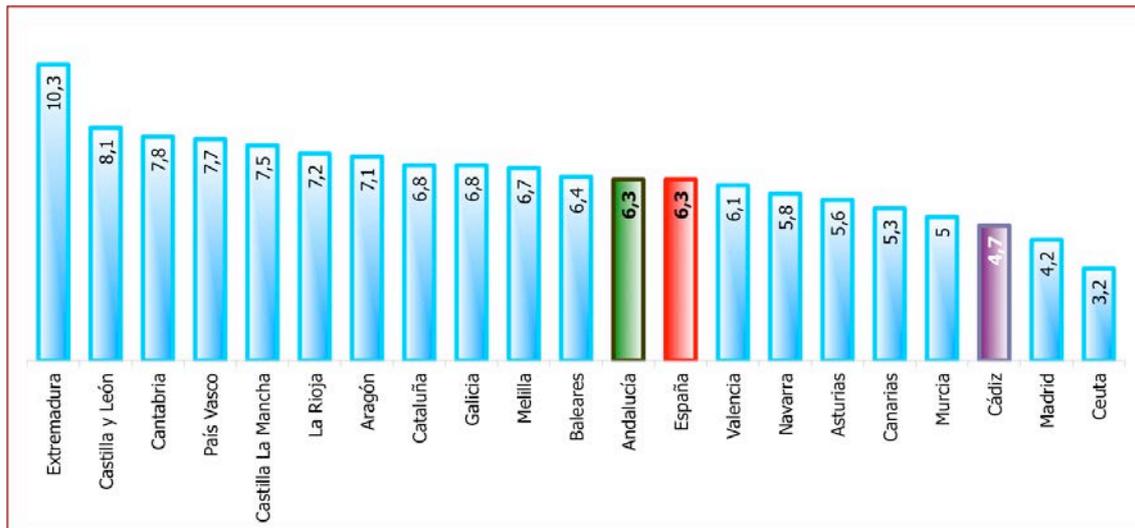
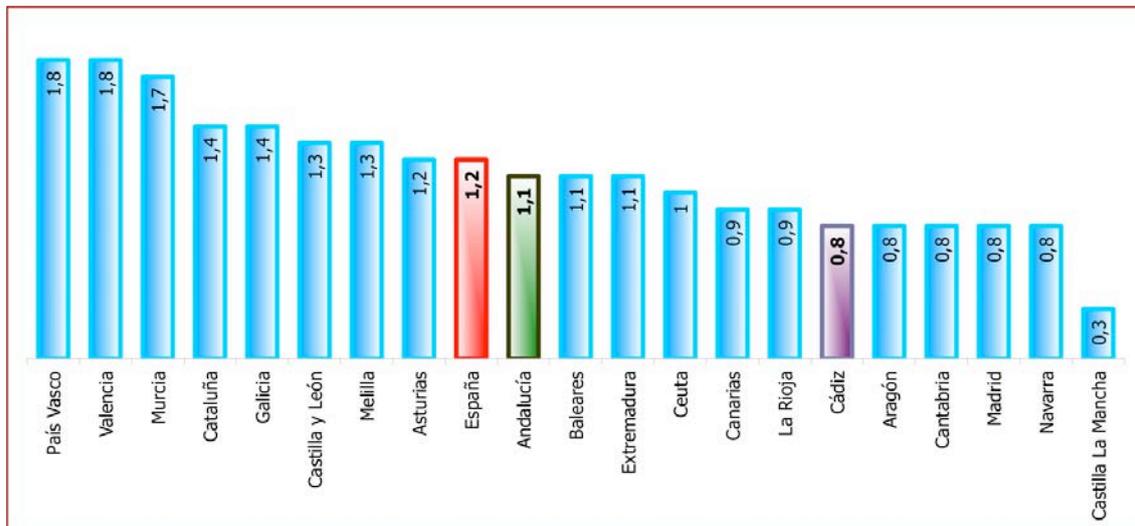


Tabla 5. Tasa de abandono en Cádiz, Andalucía y España, 2019.

	Abandonos
Cádiz	0,8
Andalucía	1,1
España	1,2

A esto se añade que en la Ilustración 10 se muestra la posición relativa de la tasa de abandono de la provincia de Cádiz teniendo en cuenta el resto de comunidades autónomas. Las diferencias entre las distintas comunidades autónomas y entre ellas con la provincia de Cádiz son muy reducidas, situándose la tasa de la provincia gaditana por debajo de la mayor parte de las comunidades autónomas analizadas.

Ilustración 10. Tasa de abandono en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019.

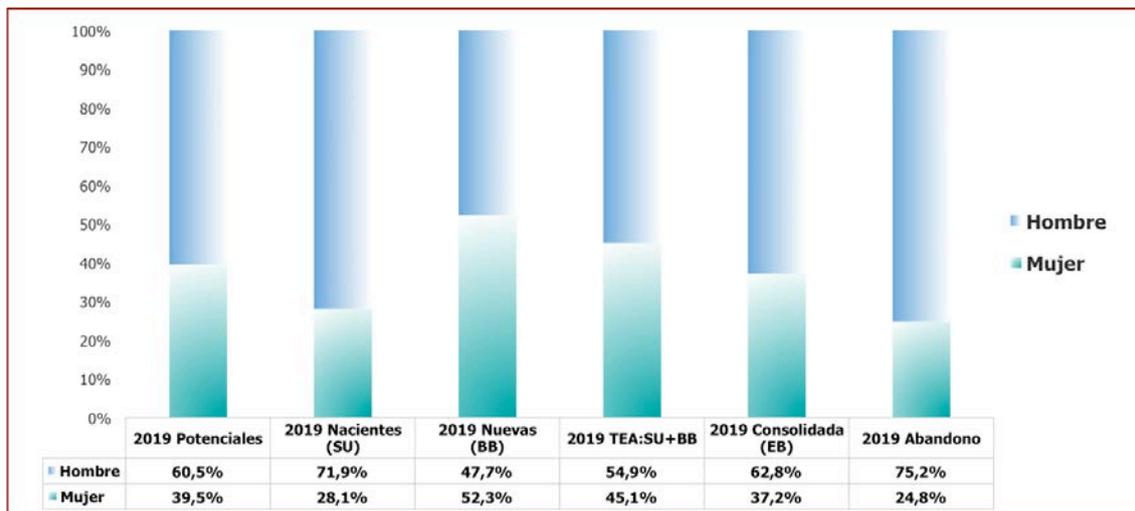


1.5 Proceso emprendedor por género

A pesar de que anteriormente se han proporcionado algunas pinceladas sobre el potencial emprendedor entre hombres y mujeres, este apartado muestra la participación masculina y femenina a lo largo de las diferentes etapas del proceso de creación de empresas. En el caso de la provincia de Cádiz, la presencia de los hombres es mayor en casi todas las fases del proceso emprendedor en comparación con la de las mujeres. Estos resultados corroboran la propensión a la creación y desarrollo de iniciativas emprendedoras por parte de los hombres en detrimento de las mujeres. Como se observa en la Ilustración 11, el 60,5% de las personas que espera crear una iniciativa emprendedora en los próximos tres años son hombres, mientras que el 39,5% son mujeres. Además, del total de la población, más del 70% de las personas que impulsaron las empresas nacientes se integra dentro de la población masculina, mientras que un 28,1% fueron iniciadas por mujeres. No obstante, se observa mayor participación femenina (52,3%) en el desarrollo de nuevas empresas en comparación con la masculina (47,7%). Con respecto a la tasa de consolidación de empresas, la menor presencia femenina también se

acentúa. En concreto, dentro de la población de empresarios consolidados que fueron identificados en el año 2019 se observa una mayor representación masculina (62,8% del total) que femenina (37,2%). Finalmente, cabe destacar que, en relación con el abandono o cierre de un negocio, la participación masculina predominó en el último año sobre la femenina (el 24,8% son mujeres frente a 75,2% de presencia masculina).

Ilustración 11. Distribución por género de los colectivos emprendedores en la provincia de Cádiz, 2019.



1.6 Conclusiones

En el presente capítulo, ateniendo al modelo GEM sobre el proceso de creación empresarial, se ha analizado la participación de la población adulta desde la intención a emprender hasta la puesta en marcha de la empresa y su posterior consolidación o cierre. En relación con la primera fase, en el caso de la provincia de Cádiz, el 7,5% de la población encuestada afirmó tener intención de emprender en los próximos tres años. Esta cifra es inferior a la media andaluza y española. Con respecto a la segunda etapa, la de nacimiento de la empresa y su materialización como empresa nueva, se ha examinado la TEA. Los datos reflejan que este indicador es superior en la

población gaditana (7,6%), respecto a la media andaluza y española. Con respecto a la última fase del proceso, relacionada con la dinámica emprendedora, sólo el 4,7% de las iniciativas emprendedores se ha consolidado. Este resultado es más desfavorable que los obtenidos en la población andaluza y española. Por su parte, la tasa de abandono de los negocios gaditanos ha sido del 0,8% para el año 2019.

Desde una perspectiva de género, se concluye que, en líneas generales, la participación de las mujeres es inferior a la de los hombres en las distintas fases del proceso emprendedor. No obstante, de manera esperanzadora, el porcentaje de mujeres (52,3%) cuyas empresas llevan en funcionamiento de 3 a 42 meses es superior al de los hombres (47,7%).

Capítulo 2. Fenómeno emprendedor: valores, percepciones y actitudes de la población en Cádiz

2.1 Introducción

En el presente capítulo se analiza la percepción de la población gaditana sobre las oportunidades de negocio en el entorno y sobre sus propias capacidades emprendedoras. Además, la metodología GEM incluye cinco variables que influyen en las motivaciones personales de los emprendedores, las cuales podrían determinar su decisión a involucrarse en el desarrollo de iniciativas emprendedoras. Uno de estos factores es el miedo al fracaso de los individuos. Los otros cuatro factores se refieren a las percepciones de los individuos sobre los siguientes aspectos culturales: la concepción más o menos igualitaria de la sociedad, el emprendimiento como una buena opción profesional, la opinión sobre 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.

2.2 Las percepciones sobre las oportunidades de negocio

La identificación de oportunidades empresariales representa una fase esencial en los procesos emprendedores, puesto que las iniciativas emprendedoras nacen a partir de la identificación de dichas oportunidades y la forma de explotarlas. Estas oportunidades pueden estar en el entorno a la espera de ser descubiertas y explotadas, o bien, podrían ser creadas mediante las acciones innovadoras del emprendedor. Por dicha razón, además de ser importante que el entorno apoye la creación y el desarrollo de las empresas, es de vital relevancia que las personas sean conscientes de dichas oportunidades. Teniendo en cuenta estos argumentos, se considera esencial estudiar la valoración subjetiva de la población sobre las oportunidades

emprendedoras en una determinada zona geográfica. En concreto, el proyecto GEM analiza esta variable mediante el porcentaje de población de 18 a 64 años que respondan afirmativamente a la pregunta de si existen buenas oportunidades de negocio para emprender en el área donde reside en los próximos seis meses.

La Tabla 6 y la Ilustración 12 muestran la evolución de las percepciones de oportunidades de negocio de Andalucía y España, incluyendo el último dato disponible para la provincia de Cádiz. Tal y como se puede observar, en el año 2019 se ha producido un aumento considerable de las percepciones de oportunidades de negocio en Andalucía y España, alcanzando los valores más altos de los últimos años. Con respecto a la provincia de Cádiz, el 37,6% de la población gaditana de entre 18 y 64 años opina que en los próximos seis meses habrá oportunidades favorables para la creación empresarial en su entorno. Esta cifra supera a la media andaluza en 1,4 puntos y a la media española en 1,5 puntos.

Ilustración 12. Evolución de la percepción de oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses.

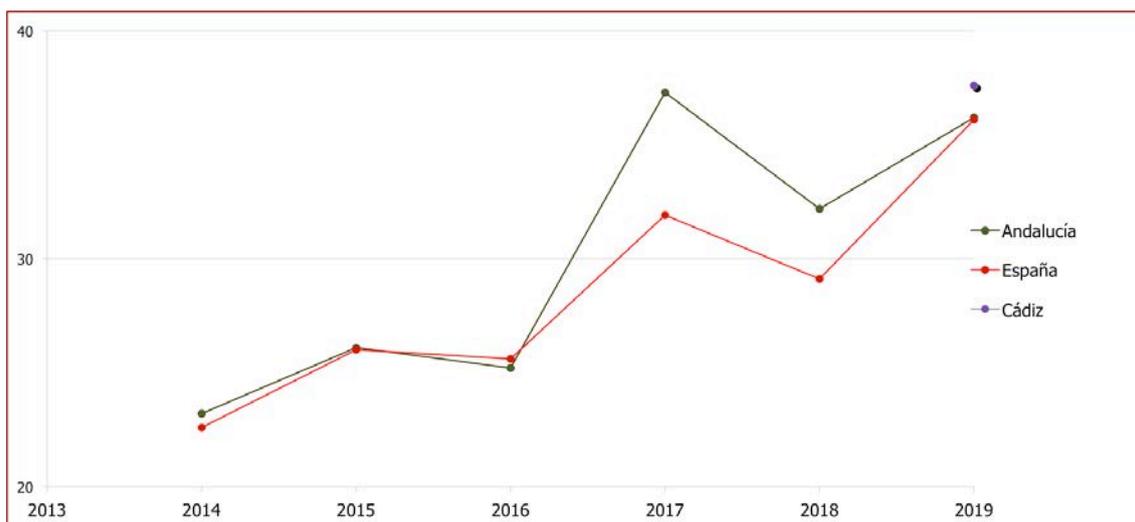
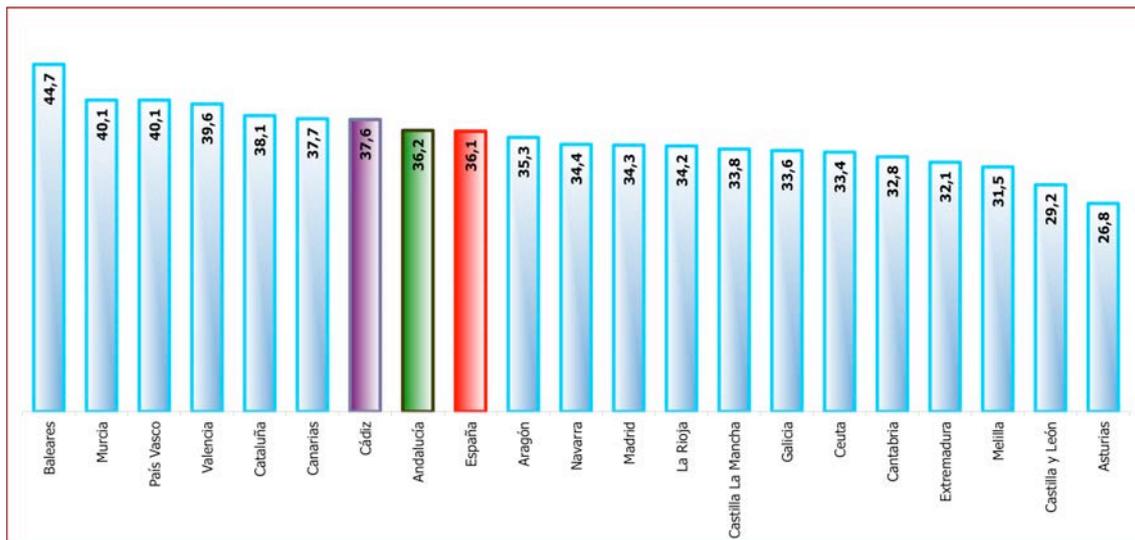


Tabla 6. Evolución de la percepción de oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Andalucía	23,2	26,1	25,2	37,3	32,2	36,2
España	22,6	26,0	25,6	31,9	29,1	36,1
Cádiz						37,6

Teniendo en cuenta la posición predominante de la provincia de Cádiz en comparación a España y Andalucía, se considera relevante comparar este valor con respecto a otras comunidades autónomas. De manera detallada, la Ilustración 13 pone de relieve que Cádiz destaca por un nivel de percepción de oportunidades emprendedoras alto en el contexto nacional.

Ilustración 13. Porcentaje de la población que percibe oportunidades para emprender en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019.



2.3 Capacidades para emprender, miedo al fracaso y modelos de referencia

Existe un conjunto de factores que son determinantes para que la población se convierta en emprendedora. Entre estos factores cabe resaltar la percepción sobre sus propias capacidades para la creación de empresas, el miedo al fracaso y el hecho de conocer a otros

emprendedores que actúan como modelos de referencia cercanos y realistas. En los siguientes apartados se analizarán estos factores en la provincia de Cádiz, aplicando además una comparativa autonómica y nacional.

2.3.1 Percepciones sobre las capacidades para emprender en la provincia de Cádiz

Ateniendo a los enfoques cognitivos, la propia percepción de los individuos sobre sus capacidades, habilidades y experiencias emprendedoras es un determinante clave para que dichos individuos se involucren en el proceso de convertir una oportunidad de negocio en una empresa. Este factor cognitivo se mide a través de la siguiente cuestión: ¿tiene los conocimientos, habilidades y experiencias requeridos para iniciar un negocio?

La Tabla 7 y la Ilustración 14 reflejan la evolución de las apreciaciones personales sobre la capacidad para emprender de Andalucía y España, incluyendo además la posición relativa de la provincia de Cádiz. En el año 2019 se produce un ligero descenso del porcentaje sobre la percepción de los individuos sobre sus capacidades emprendedoras en Andalucía (50,3%) respecto al año anterior, aumentado levemente para la población española (50,8%). En el caso de la población gaditana, el 50,6% de la población adulta de entre 18 y 64 años afirma tener los conocimientos, habilidades y experiencias necesarios para iniciar un negocio. Ateniendo a estos datos, la media gaditana es muy similar a la andaluza y a la española.

Ilustración 14. Evolución de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender.

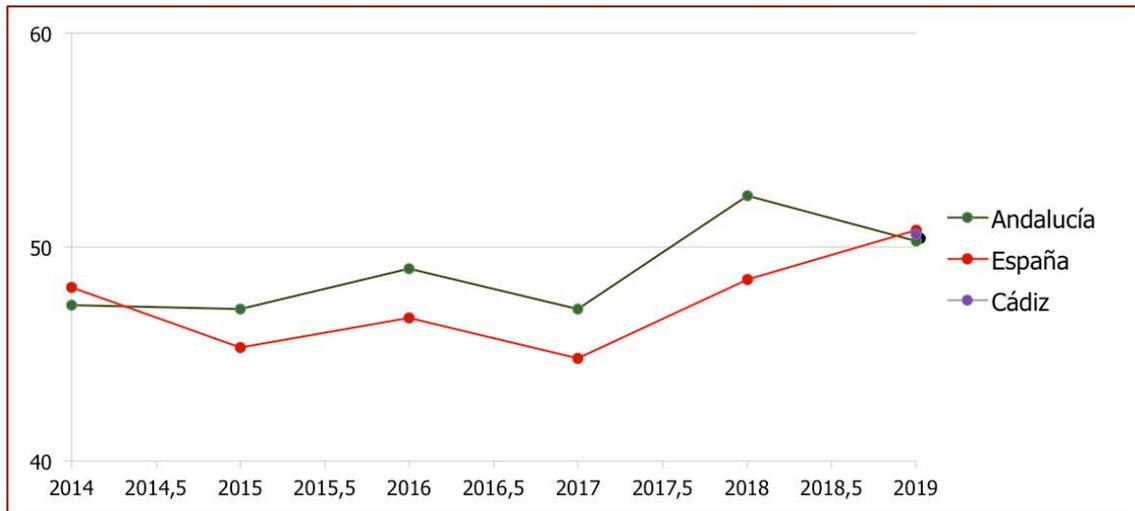
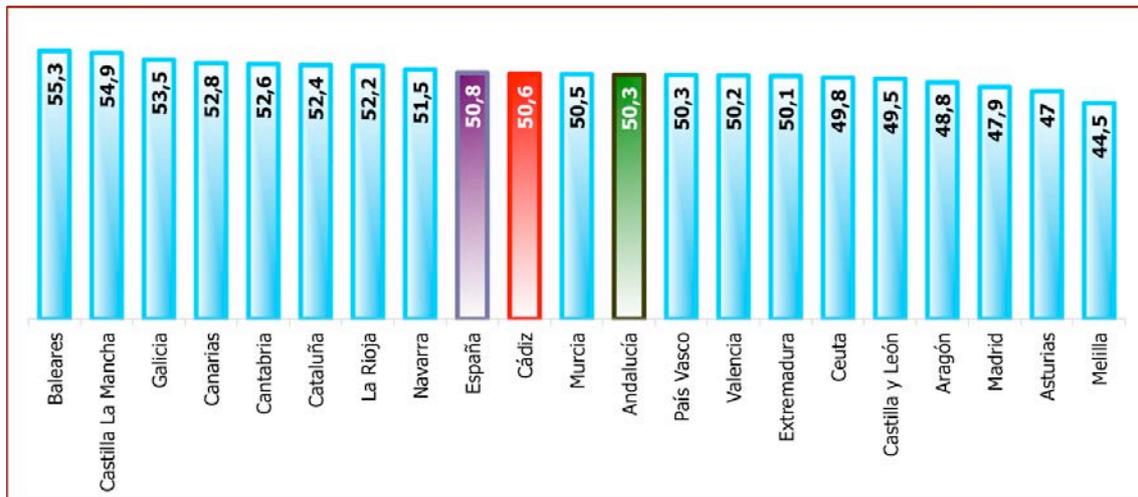


Tabla 7. Evolución de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Andalucía	47,3	47,1	49,0	47,1	52,4	50,3
España	48,1	45,3	46,7	44,8	48,5	50,8
Cádiz						50,6

En los resultados de la Ilustración 15 podemos observar que el porcentaje de la población gaditana se ubica en un término medio entre las regiones españolas. Esta valoración alcanza el nivel máximo en Baleares (55,3%) y el mínimo en Melilla, con un 44,5% de la población con percepciones favorables acerca de sus conocimientos, habilidades y capacidades para emprender.

Ilustración 15. Porcentaje de la población que percibe que posee conocimientos, habilidades y experiencias para emprender en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019.



2.3.2 El miedo al fracaso entre la población de Cádiz

Otro factor cognitivo determinante de la formación de iniciativas emprendedoras es el nivel de miedo al fracaso, el cual es inversamente proporcional a la tolerancia al riesgo.

La Ilustración 16 y la Tabla 8 muestran la evolución del miedo al fracaso de la población andaluza y española, incluyendo además la posición relativa de la población gaditana. Los datos de 2019 muestran un ascenso considerable respecto a años anteriores del porcentaje de la población andaluza (55,4%) y de la española (55,1%) que considera el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender. El porcentaje de la provincia de Cádiz es ligeramente inferior a la media andaluza y española. En concreto, el 54,2% de la población gaditana afirma que el miedo al fracaso sería un factor que le frenaría para impulsar iniciativas emprendedoras.

Ilustración 16. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como obstáculo para emprender.

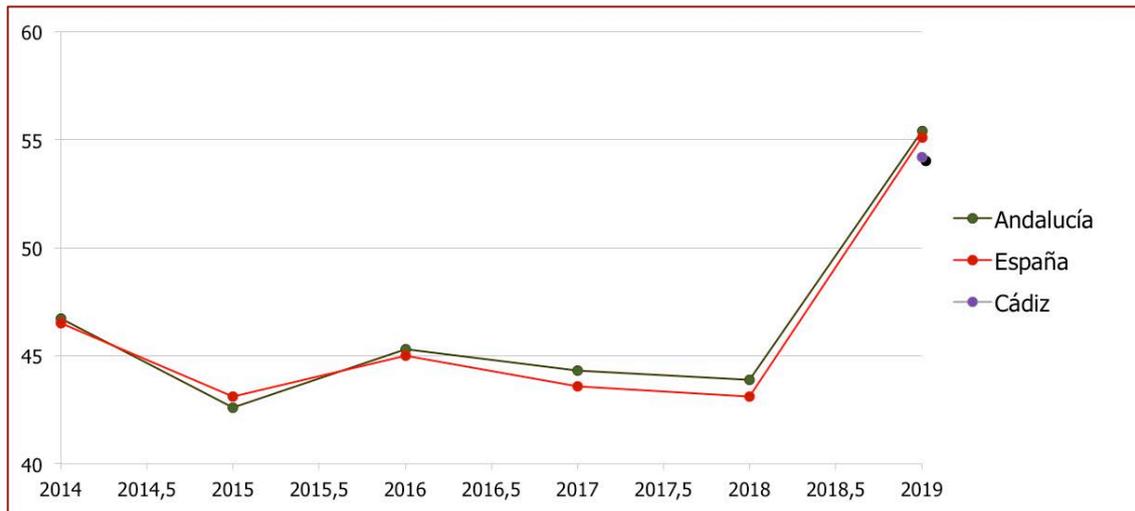


Tabla 8. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como obstáculo para emprender.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Andalucía	46,7	42,6	45,3	44,3	43,9	55,4
España	46,5	43,1	45,0	43,6	43,1	55,1
Cádiz						54,2

2.3.3 Modelos de referencia en la provincia de Cádiz

Otro factor clave para el impulso de iniciativas emprendedoras es el hecho de conocer a otros emprendedores. Esto se debe a que estos contactos podrían constituir modelos de referencia cercanos y realistas.

En la Ilustración 17 se muestran los valores medios de la provincia de Cádiz, de Andalucía y de España. Los datos muestran que el 44,5% de la población gaditana afirma que conoce a otras personas emprendedoras. El valor de este factor es similar a la población andaluza y ligeramente superior al de la media española.

Ilustración 17. Percepción de modelos de referencia en Cádiz, Andalucía y España, 2019.



2.4 Percepciones sobre valores y aptitudes para emprender desde la perspectiva de género

Tradicionalmente, la investigación previa ha encontrado que la población masculina suele presentar niveles más alto de emprendimiento que la población femenina. Esta divergencia en cuanto al comportamiento emprendedor entre hombres y mujeres podría ser debida a los factores cognitivos que presentan ambos. De esta manera, a partir de un análisis cognitivo, se pretende analizar las percepciones de la población gaditana desde una perspectiva de género. En concreto, en las ilustraciones 19 a 22 se analizan la percepción de oportunidades emprendedoras, la percepción sobre la posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender, el miedo al fracaso y la percepción sobre modelos de referencia.

La Ilustración 18 muestra que la participación masculina (38,5%) en la percepción de oportunidades de negocio en los próximos 6 meses es superior a la femenina (36,7%). Estos datos están en consonancia con las investigaciones anteriores que ponen de relieve que los factores

cognitivos que promueven el emprendimiento son más altos entre los hombres en comparación con los de las mujeres.

Ilustración 18. Oportunidades de negocios por género en la provincia de Cádiz, 2019.



Al igual que los resultados por género sobre la percepción de oportunidades de negocio, en cuanto a la percepción de poseer capacidades, habilidades y conocimientos, las mujeres presentan valores inferiores a los hombres, tal y como puede observarse en la Ilustración 19. Es por ello que este factor cognitivo constituye una barrera para que la población femenina se involucre en acciones emprendedoras

Ilustración 19. Capacidades emprendedoras por género en la provincia de Cádiz, 2019.



En la Ilustración 20 se reflejan los datos referidos al miedo al fracaso entre hombres y mujeres. En este caso particular, el 57,2% de la población gaditana femenina encuestada afirma que el miedo al fracaso inhibe el desarrollo de iniciativas emprendedoras. Este porcentaje es superior en 6 puntos al alcanzado por la población masculina gaditana.

Ilustración 20. Miedo al fracaso por género en la provincia de Cádiz, 2019.



Finalmente, en la Ilustración 21 se observan valores muy similares en cuanto a los modelos de referencia entre hombres y mujeres. De esta forma, alrededor del 44% tanto de la población femenina como masculina afirma conocer otros emprendedores, los cuales podrían llegar a convertirse en modelos de referencia cercanos.

Ilustración 21. Modelos de referencia por género en la provincia de Cádiz, 2019.



2.5 Percepciones sobre la propia cultura y su influencia en el emprendimiento

En este apartado se presentan las percepciones de la población adulta encuestada sobre cuatro aspectos socio-culturales que podrían incidir sobre las acciones emprendedoras de los individuos. A este respecto, la creación de empresas podría verse afectada no únicamente por las percepciones individuales sobre sus capacidades para emprender, sino también por las percepciones de la población sobre el grado de cultura emprendedora de su entorno. La percepción sobre el apoyo social al emprendimiento en su entorno podría impulsar o inhibir las acciones encaminadas hacia la creación de empresas. Los cuatro factores socio-culturales analizados por el proyecto GEM son los siguientes: (i) opinión sobre la equidad en los estándares de vida; (ii) opinión sobre si ser emprendedor es una buena opción profesional; (iii) opinión sobre si el hecho de emprender brinda estatus social y económico; y (iv) opinión sobre el papel que cumplen los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento.

Las ilustraciones 22 a 25 y las tablas 9 a 12 reflejan la evolución de estos factores de Andalucía y España, incluyendo el valor relativo para la provincia de Cádiz.

La Ilustración 22 y la Tabla 9 muestran los resultados de la dimensión cultural del emprendimiento referente a la concepción más o menos igualitaria de los estándares de vida de la sociedad. En 2019, tanto en Andalucía como en España se produce un descenso del valor de esta dimensión, alcanzando el 69,5% y el 69%, respectivamente. Por su parte, esta cifra es mayor para la provincia de Cádiz, en la que un 71,8% de la población preferiría que existiera equidad en los estándares de vida.

Ilustración 22. Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida.

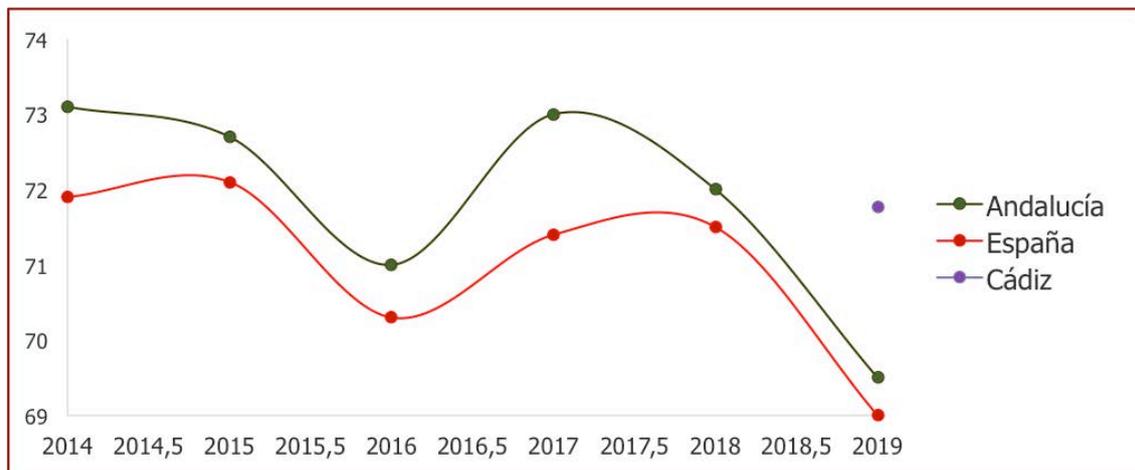


Tabla 9. Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Andalucía	73,1	72,7	71,0	73,0	72,0	69,5
España	71,9	72,1	70,3	71,4	71,5	69,0
Cádiz						71,8

En la Ilustración 23 y en la Tabla 10, se puede observar, en comparación con la dimensión anterior, un comportamiento diferente de la dimensión referida a la opinión de la población acerca de si emprender es una buena opción profesional en Andalucía y España. En concreto, los valores obtenidos en esta dimensión incrementan respecto a años anteriores, alcanzando el 56,7% en Andalucía y el 57,3% en España, respectivamente. En el caso de la provincia

gaditana, más de la mitad de su población (57,9%) también opina que el emprendimiento es una buena opción profesional.

Ilustración 23. Evolución de la opinión de que emprender en una buena opción profesional.

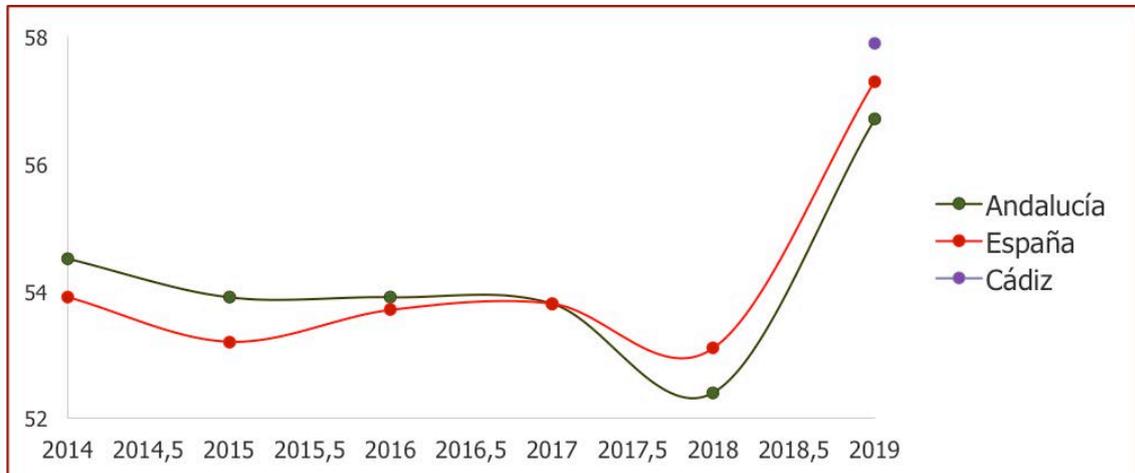


Tabla 10. Evolución de la opinión de que emprender en una buena opción profesional.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Andalucía	54,5	53,9	53,9	53,8	52,4	56,7
España	53,9	53,2	53,7	53,8	53,1	57,3
Cádiz						57,9

Los datos referidos a la opinión de la población sobre si emprender brinda estatus social y económico se recogen en la Ilustración 24 y la Tabla 11. En la población andaluza y española se produce un ascenso en esta dimensión a partir de 2017, llegando a niveles cercanos al 58% en Andalucía y España. Este nivel es similar a la provincia de Cádiz, en la que un 57,7% de la población encuestada considera que los emprendedores poseen un elevado estatus social y económico.

Ilustración 24. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico.

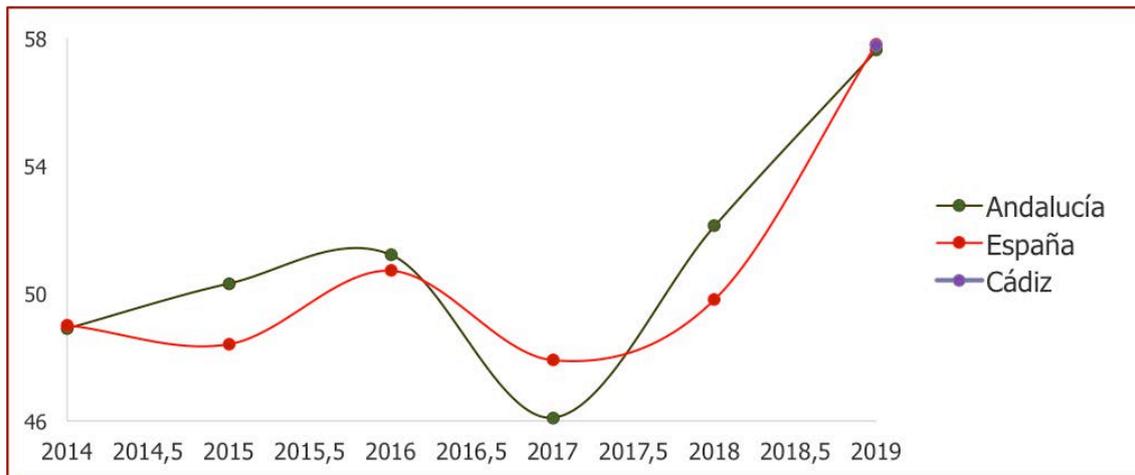


Tabla 11. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Andalucía	48,9	50,3	51,2	46,1	52,1	57,6
España	49,0	48,4	50,7	47,9	49,8	57,8
Cádiz						57,7

Finalmente, atendiendo a la Ilustración 25 y la Tabla 12, el 54,1% de la población encuestada de la provincia de Cádiz opina que los medios de comunicación e internet tienen un papel relevante en la difusión de los casos de emprendimiento exitosos. Este porcentaje es ligeramente inferior al de Andalucía y muy similar al de España. Respecto a años anteriores, tanto en la población andaluza como en la española aumenta el porcentaje de personas que consideran que los medios de comunicación permiten dar visibilidad a los casos emprendedores exitosos, lo cual podría ayudar a los diferentes colectivos sociales a impulsar acciones encaminadas hacia la creación de empresas.

Ilustración 25. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación.

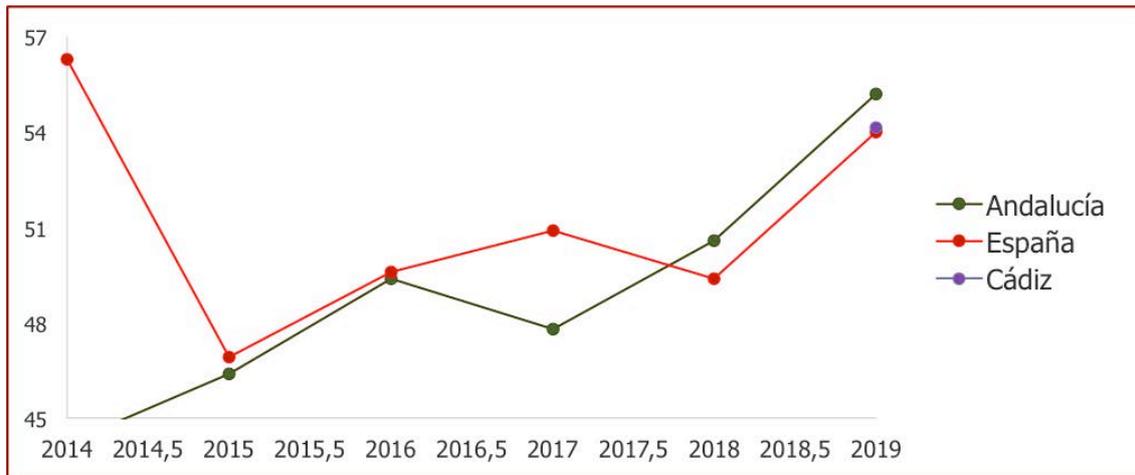


Tabla 12. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación.

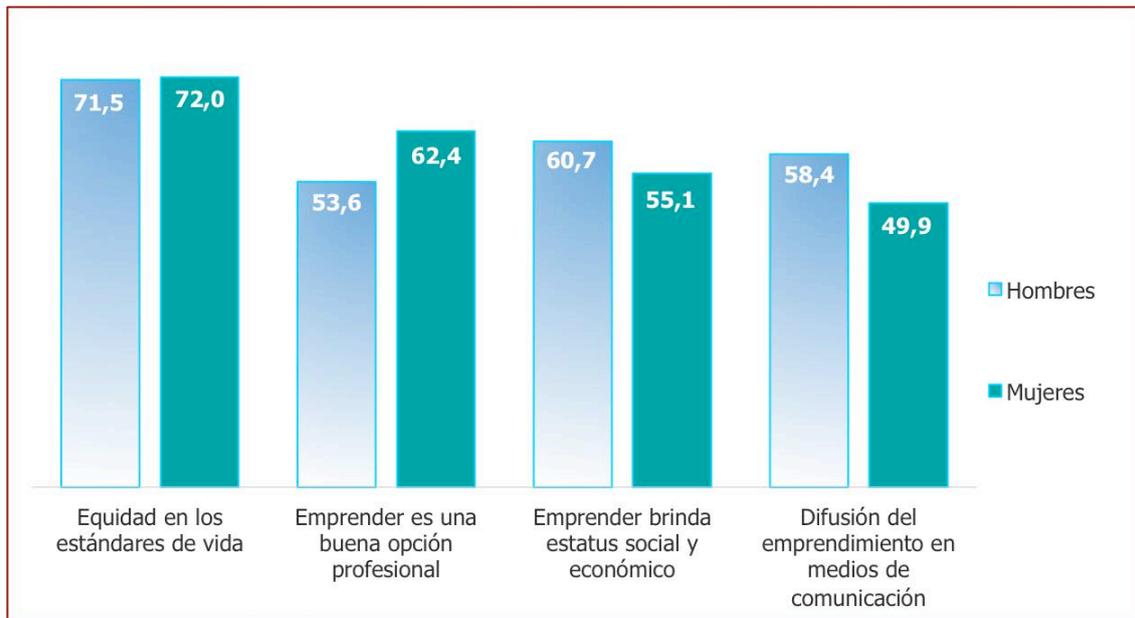
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Andalucía	44,2	46,4	49,4	47,8	50,6	55,2
España	56,3	46,9	49,6	50,9	49,4	54,0
Cádiz						54,1

2.6 Percepciones culturales y género

Al igual que se han analizado los factores cognitivos desde una perspectiva de género, en este apartado se examinarán las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a las percepciones sobre los factores socio-culturales estudiados anteriormente: (i) la equidad en los estándares de vida; (ii) emprender es una buena opción personal; (iii) el emprendimiento brinda estatus social y económico; y (iv) el papel que cumplen los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento. La ilustración 26 muestra los resultados obtenidos de este análisis comparativo. El porcentaje de mujeres gaditanas que opinan que emprender es una buena opción profesional es superior al de los hombres. Sin embargo, el porcentaje de población femenina que opina que las acciones emprendedoras brindan estatus social y

económico y que los medios de comunicación e internet tienen un papel relevante en la difusión de los casos de emprendimiento exitosos es inferior al porcentaje relativo de la población masculina. Finalmente, ambas poblaciones presentan niveles similares sobre la necesidad de que exista equidad en los estándares de vida.

Ilustración 26. Percepciones culturales por género en la provincia de Cádiz, 2019.



2.7 Conclusiones

Atendiendo a los diferentes factores analizados en el presente capítulo, de manera global, los resultados para 2019 de la provincia de Cádiz sitúan a la población gaditana en valores similares o más altos que la media andaluza y española. En primer lugar, el 37,6% de la población encuestada de la provincia de Cádiz señala que existen oportunidades de negocio para emprender en los próximos seis meses frente al 36,2% y 36,1% de las medias andaluza y nacional, respectivamente. Algo más de la mitad de la población gaditana considera que tiene las capacidades necesarias para emprender, situándose, por su parte, el miedo al fracaso en un 54,2%, ligeramente por debajo de la media andaluza y español. Con respecto a los modelos de referencia, un

44,5% de los encuestados afirmó conocer a otros emprendedores, siendo un porcentaje más alto respecto al contexto nacional.

Con base en el análisis de las percepciones sobre valores y aptitudes para emprender desde una perspectiva de género, en términos generales, los resultados obtenidos para la población femenina son inferiores a los de la población masculina. Únicamente, en el caso de los modelos de referencia, el porcentaje de mujeres que afirman conocer a otros emprendedores es más alto que el de los hombres.

Con respecto a los aspectos socio-culturales incluidos en este informe, se puede concluir que la situación de la provincia de Cádiz que es similar a la que existe en el contexto andaluz y nacional en cuanto a la opinión sobre si el emprendimiento otorga mayor estatus y sobre el papel de los medios de comunicación para visualizar y dar a conocer casos de éxito. Además, la población gaditana presenta valores más alto en cuanto a la opinión sobre la equidad en los estándares de vida y sobre la opinión del emprendimiento como una opción profesional en comparación con los resultados del contexto andaluz y del nacional.

Desde una perspectiva de género, en primer lugar, el porcentaje de mujeres que consideran que emprender es una buena opción profesional es más alto que el de los hombres. En segundo lugar, la proporción de hombres que opinan que emprender brinda estatus y que los medios contribuyen a difundir los casos de éxito de los emprendedores es superior al de la población femenina. Finalmente, se obtienen porcentajes similares de hombres y mujeres que preferiría que existiera equidad en los estándares de vida.

Capítulo 3. Entorno: Obstáculos, Facilitadores y Recomendaciones

3.1 Introducción

Además de los rasgos y características identificativas de los emprendedores analizados en los capítulos anteriores, existen una serie de factores ambientales categorizados por la Teoría Institucional en tres dimensiones (normativos, regulatorios y cognitivos) que influyen de manera decisiva en el proceso de creación, crecimiento y consolidación de las nuevas empresas.

Al objeto de examinar la influencia de estos factores, GEM analiza nueve dimensiones del contexto social e institucional en el que se desarrolla la iniciativa emprendedora, utilizando para ello un cuestionario dirigido a 36 profesionales y empresarios de la provincia de Cádiz, con reconocida experiencia y conocimientos. Concretamente, las nueve condiciones del entorno con potencial impacto en la actividad emprendedora que se analizan son:

1. Apoyo financiero.
2. Políticas gubernamentales (políticas de apoyo y relevancia; y políticas relacionadas con impuestos, tasas y burocracia).
3. Programas gubernamentales.
4. Educación y formación emprendedora (educación primaria y secundaria -etapa escolar-; y educación superior -etapa postescolar-).
5. Transferencia de I+D.
6. Infraestructura comercial y profesional.
7. Apertura del mercado interno (dinámica del mercado; y las barreras y marco regulatorio de entrada).

8. Infraestructura física y de servicios.
9. Normas sociales y culturales.

A través de un cuestionario estructurado de 54 ítems, los expertos manifiestan su opinión con respecto al grado en el que cada una de las diez condiciones del entorno influyen sobre la actividad emprendedora. Adicionalmente, los expertos son sometidos a una batería de cuestiones abiertas para que describan los principales obstáculos y facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia de Cádiz, así como las recomendaciones para mejorar el contexto en el que se lleva a cabo dicha actividad. Estas respuestas abiertas han sido codificados en alguna de las 20 categorías contempladas por GEM, las cuales son detalladas en el capítulo de Metodología.

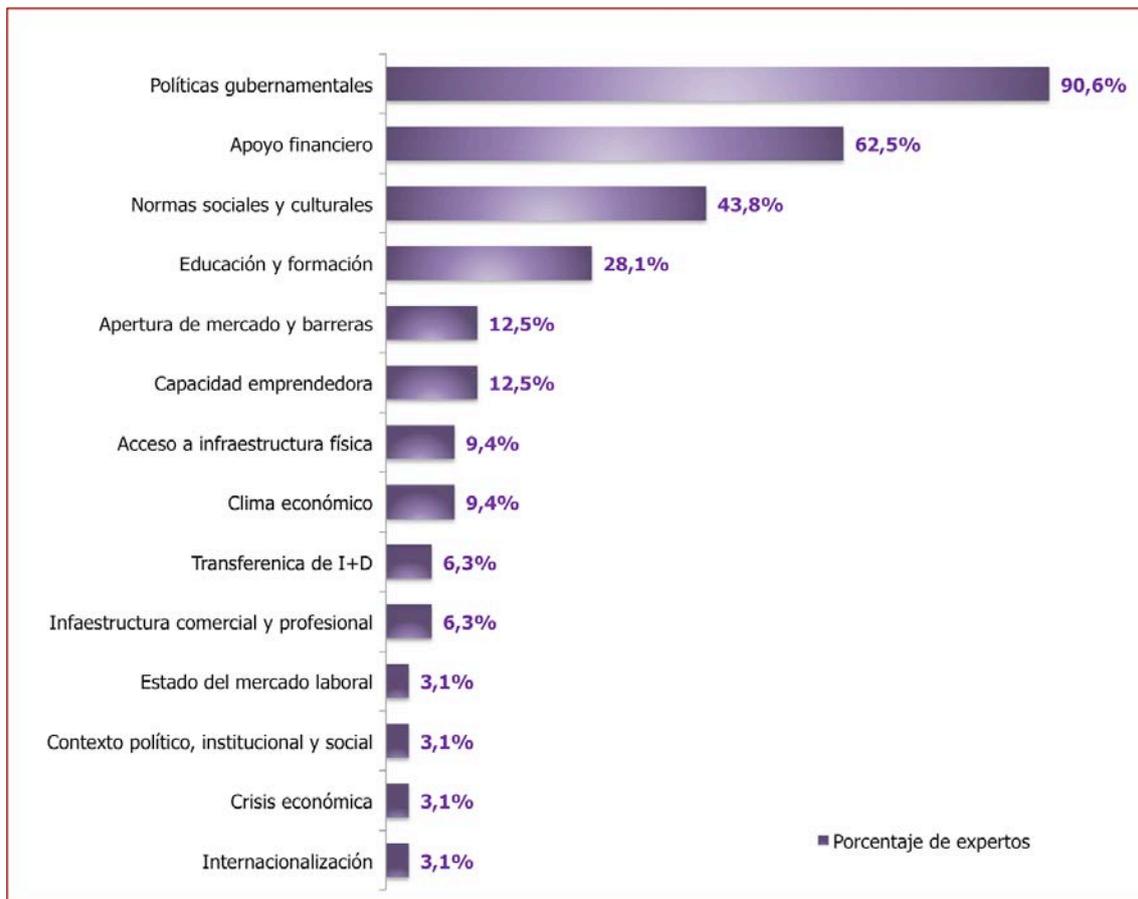
A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos.

3.2 Factores que obstaculizan la creación de empresas

La Ilustración 27 muestra los principales obstáculos para la actividad emprendedora señalados por los expertos provinciales. Tal y como puede apreciarse, la ausencia de *políticas gubernamentales* adecuadas y eficaces es destacada como la principal traba para el proceso emprendedor en la provincia de Cádiz, ya que el 90,6% de las respuestas emitidas por los expertos coinciden en dicho aspecto. A continuación, tres factores de diversa índole también aparecen como destacados inhibidores del fenómeno emprendedor: la carencia o insuficiencia de *apoyo financiero* (62,5% de las respuestas), las *normas sociales y culturales* (43,8%) y la escasa atención recibida por el emprendimiento en los *planes educativos y formativos* (28,1% de las respuestas). El 12,5% de los expertos coinciden en señalar la escasa *apertura del mercado* y las carencias de los individuos en cuanto a *capacidades emprendedoras* como relevantes inhibidores de la actividad emprendedora en la provincia. Por su parte, el *clima*

económico y la dificultad para acceder a ciertas *infraestructuras físicas* sólo son remarcadas por el 9,4% de los expertos, mientras que la *transferencia de I+D* y la *infraestructura comercial y profesional* de la provincia son considerados como obstáculos al emprendimiento por el 6,3% de las respuestas. Por último, los cuatro factores que los expertos consideran con un menor grado de relevancia a la hora de obstaculizar el proceso emprendedor en la provincia (3,1% de las respuestas) son el *estado del mercado laboral*; el *contexto político, institucional y social*; la *crisis económica*; y la *internacionalización*.

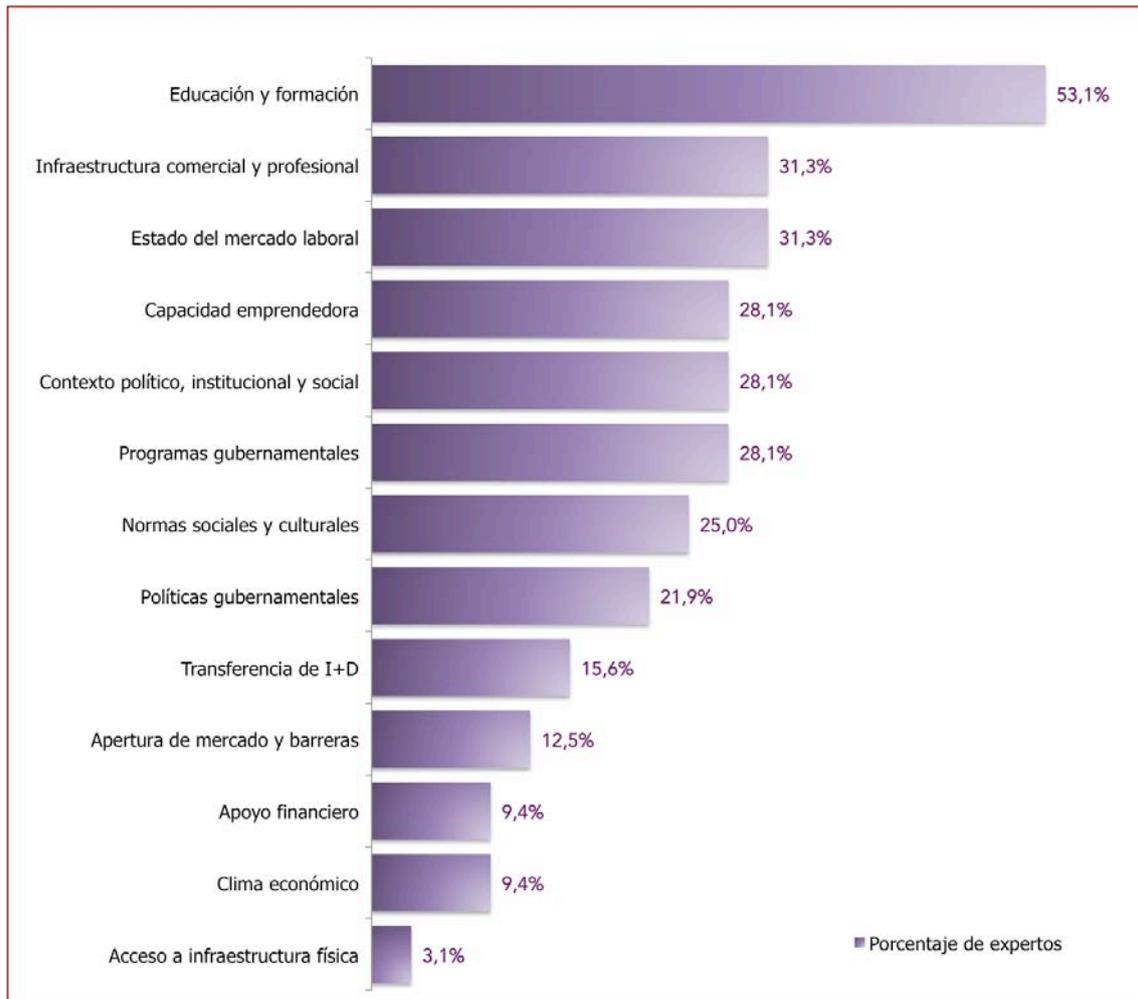
Ilustración 27. Factores citados por los expertos como obstáculos a la actividad emprendedora en la provincia



3.3 Factores que favorecen la creación de empresas

Con respecto a los factores impulsores de la actividad emprendedora en la provincia, la Ilustración 28 pone de manifiesto la importancia superlativa que los expertos otorgan a la *educación y formación* como el factor más relevante a la hora de impulsar la creación de empresas en la provincia, ya que el 53,1% de los mismos se inclinan por señalarlo. Específicamente, una mayoría de las respuestas destacan el papel de las universidades y de las unidades de apoyo al emprendimiento como facilitadores del proceso emprendedor. Casi un tercio de los expertos consultados (31,3%) inciden en la *infraestructura comercial y profesional*, en términos de disponibilidad y acceso a servicios profesionales para los emprendedores, así como en el *estado del mercado laboral*, como relevantes facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia. Un 28,1% de las respuestas se centran en factores de índole demográfico (las *capacidades emprendedoras* de los individuos) y contextuales (el *contexto político institucional y social* y los *programas gubernamentales*). Por su parte, las *normas sociales y culturales* son señaladas por una cuarta parte de los expertos consultados, las *políticas gubernamentales* de apoyo al emprendimiento, por el 21,9%, la *transferencia de I+D*, por el 15,6% y la *apertura y barreras del mercado*, por el 12,5%. Finalmente, menos de un 10% de las respuestas destacan como posibles facilitadores el *apoyo financiero* (9,4%), el *clima económico* (9,4%) y el *acceso a infraestructura física* (3,1%).

Ilustración 28. Factores citados por los expertos como facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia



3.4 Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora

Tomando como referencia las mismas categorías utilizadas para el análisis de obstáculos y facilitadores de la actividad emprendedora, los expertos consultados han descrito una serie de recomendaciones encaminadas a mejorar el contexto en el que se lleva a cabo la actividad emprendedora en la provincia.

Tal y como puede apreciarse en la Ilustración 29, los expertos coinciden abrumadoramente (97%) en recomendar la puesta en marcha de *políticas gubernamentales* que apuestan firmemente por el compromiso con el emprendimiento, situándolo en un plano de mayor

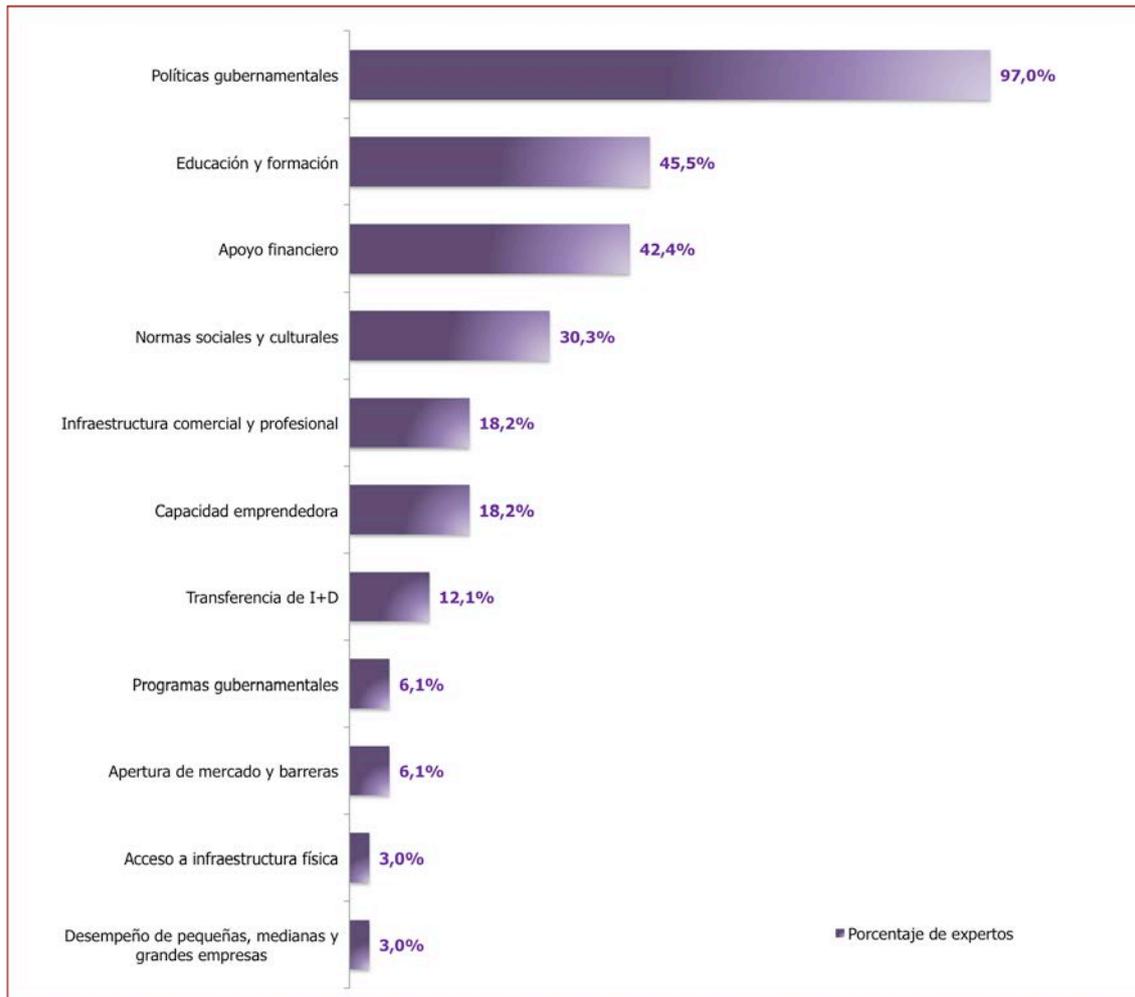
relevancia; que faciliten el acceso y el conocimiento de los valiosos recursos y capacidades disponibles en el ecosistema provincial; y que garanticen la eficaz coordinación entre los diferentes agentes e instituciones.

El segundo grupo de recomendaciones concentra entre el 30,3% y el 45,5% de las respuestas emitidas por los expertos y se compone de *educación y formación, apoyo financiero y normas sociales y culturales*. Con respecto a la *educación y formación* (45,5%), las recomendaciones de los expertos giran fundamentalmente en torno a la necesidad de fomentar la adquisición de conocimientos y competencias emprendedoras en todas las etapas escolares; el refuerzo del papel de la universidad como agente impulsor de iniciativas emprendedoras de alto potencial; y la creación de programas específicos de formación a empresas establecidas para aumentar la competitividad de las mismas. Por su parte, las recomendaciones relacionadas con el *apoyo financiero* (42,4%) hacen especial hincapié en la facilitación del acceso al crédito y otros instrumentos financieros no bancarios (business angels, capital riesgo y semilla) a los emprendedores; el establecimiento de instrumentos de financiación que permitan la puesta en marcha rápida y eficaz de nuevas iniciativas emprendedoras; y la simplificación de los trámites necesarios para el acceso a las herramientas de financiación. Finalmente, las recomendaciones emitidas con respecto a las *normas sociales y culturales* (30,3%) ponen el foco principalmente en la necesidad de difundir la cultura emprendedora, a través de la comunicación y difusión del éxito emprendedor y de la promoción de referentes del ecosistema provincial.

Finalmente, un tercer grupo de recomendaciones aportado por menos del 20% de los expertos consultados abarca los siguientes elementos: *infraestructura comercial y profesional* (18,2%), *capacidad emprendedora* (18,2%), *transferencia de I+D* (12,1%), *programas gubernamentales* (6,1%), *apertura de mercado y barreras* (6,1%),

acceso a infraestructura física (3%) y desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas (3%).

Ilustración 29. Recomendaciones para mejorar el contexto de la actividad emprendedora en la provincia

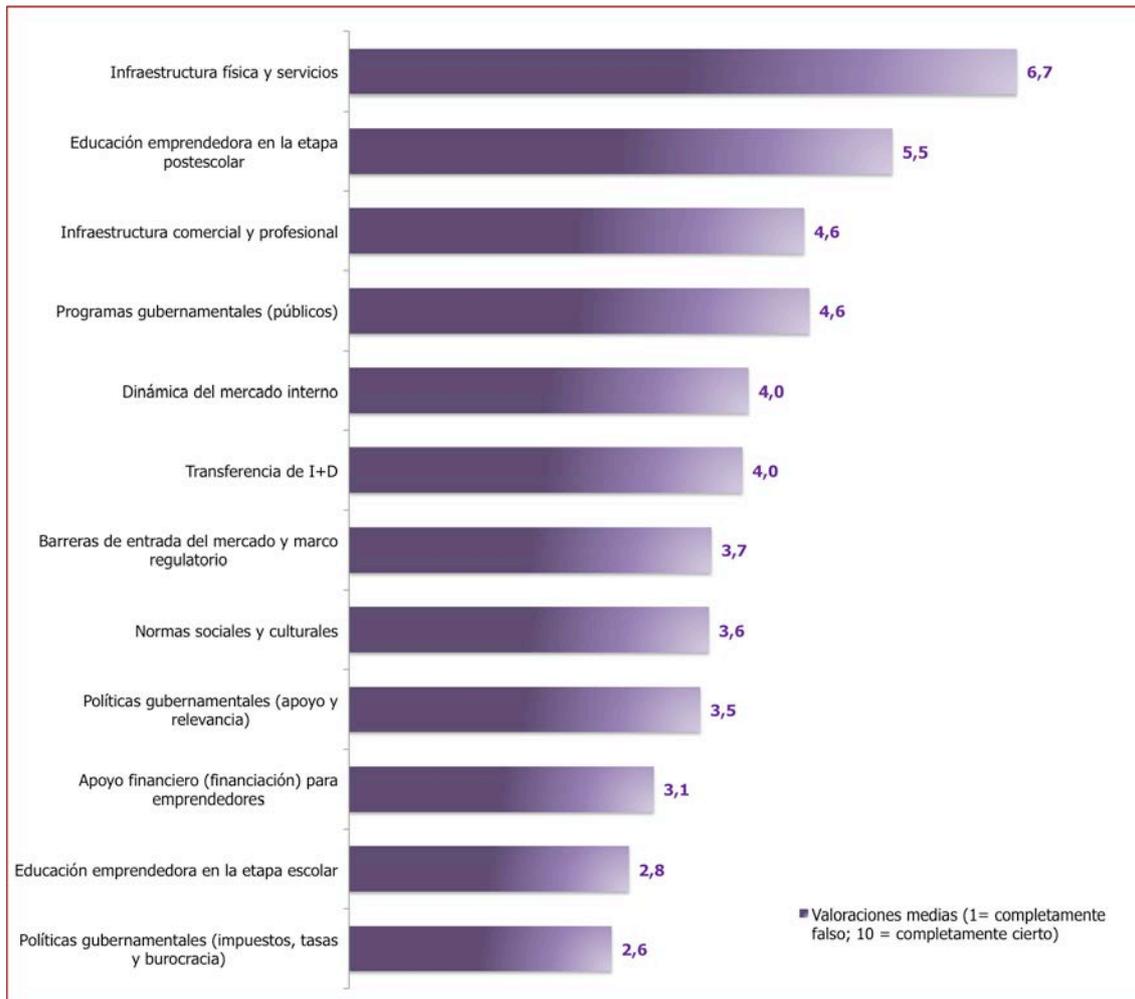


3.5 Valoración del entorno emprendedor

Los resultados de las valoraciones de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cádiz se reflejan en la Ilustración 30. Estos valores corresponden a los componentes principales calculados a partir de las respuestas a una amplia selección de preguntas para cada uno de los nueve factores contextuales del entorno, dando lugar a un conjunto de 12 factores valorados en una escala de 1 a 10.

El factor con una mayor valoración por parte de los expertos es la existencia de adecuados *accesos a las infraestructuras físicas* (6,7 puntos) necesarias para la implantación y funcionamiento de las empresas. Otros factores que exhiben valores limítrofes al punto medio de la escala son la *educación emprendedora en la etapa postescolar* (5,5 puntos), la *infraestructura comercial y profesional de la provincia* (4,6 puntos) y *los programas gubernamentales de apoyo al emprendedor* (4,6 puntos). Seis factores son valorados por los expertos con una puntuación media que oscila entre 3 y 4 puntos. Concretamente, dichos factores son: *dinámica del mercado interno* (4 puntos), *transferencia de I+D* (4 puntos), *barreras de entrada del mercado y marco regulatorio* (3,7 puntos), *normas sociales y culturales* (3,6 puntos), *políticas gubernamentales en términos de apoyo y relevancia al fenómeno emprendedor* (3,5 puntos) y *apoyo financiero para los emprendedores* (3,1 puntos). Finalmente, cabe destacar la escasa contribución a la actividad emprendedora en la provincia que atribuyen los expertos a la *educación emprendedora en la etapa escolar* (2,8 puntos) y a las *políticas gubernamentales, en términos de impuestos, tasas y burocracia* (2,6 puntos).

Ilustración 30. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en la provincia



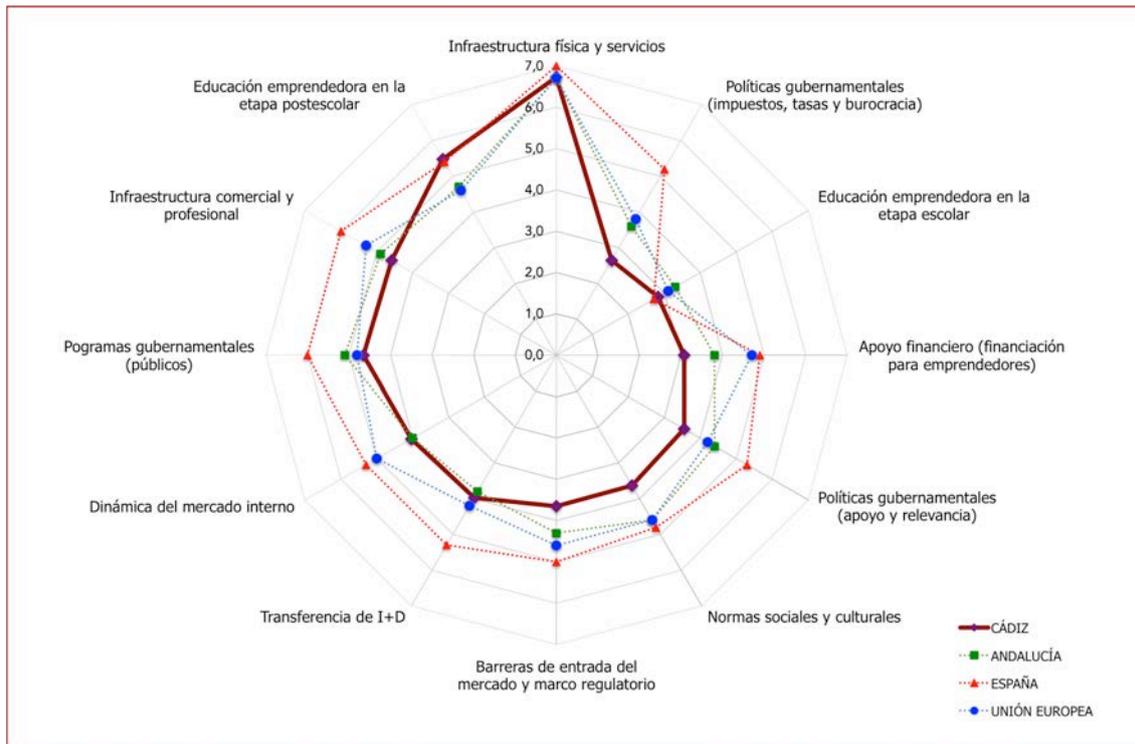
3.6 Comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y la Unión Europea

La comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y países GEM de la Unión Europea (Ilustración 31) ofrece una visión oportuna acerca de las condiciones del ecosistema emprendedor de la provincia y las oportunidades de mejora.

Tal y como se desprende de la información suministrada en la Ilustración 31, las respuestas de los expertos consultados muestran que ocho factores reciben una valoración media inferior a las recibidas por los ecosistemas andaluz, español y europeo. Concretamente, dichas condiciones del entorno son: *políticas gubernamentales, en*

términos de impuestos, tasas y burocracia (2,6 puntos), apoyo financiero para los emprendedores (3,1 puntos), políticas gubernamentales, en términos de apoyo y relevancia al emprendimiento (3,5 puntos), normas sociales y culturales (3,6 puntos), barreras de entrada del mercado y marco regulatorio (3,7 puntos), dinámica del mercado interno (4 puntos), programas gubernamentales (4,6 puntos), e infraestructura comercial y profesional (4,6 puntos). Por su parte, las valoraciones medias de la *transferencia de I+D (4 puntos)* y de la *educación emprendedora en la etapa escolar (2,8 puntos)* son ligeramente superiores a las reportadas por los expertos andaluces y españoles, respectivamente. Finalmente, sólo dos factores del entorno provincial parecen situarse en la media de las puntuaciones reportadas por los expertos consultados del resto de ecosistemas: el *acceso a infraestructura física y servicios (6,7 puntos)* y la *educación emprendedora en la etapa postescolar (5,5 puntos)*. Este último factor merece una mención especial, ya que es el único condicionante del entorno que, a la vista de los resultados, facilita de manera más decidida la actividad emprendedora en la provincia, en comparación con los ámbitos regional, nacional y europeo.

Ilustración 31. Comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y países de la Unión Europea



3.7 Conclusiones

El análisis del entorno de la provincia ofrece interesantes elementos para el análisis y reflexión acerca del potencial del ecosistema emprendedor a la hora de impulsar o inhibir el desarrollo de la actividad emprendedora en la provincia.

De un modo abrumador, los expertos parecen coincidir en la necesidad de que los poderes públicos apoyen decididamente al emprendimiento y apuesten por la generación de instrumentos que faciliten el acceso a la financiación de las iniciativas emprendedoras y por la puesta en marcha de políticas que incentiven y valoren la creación de nuevas empresas como un elemento fundamental para la dinamización del entorno social, cultural y económico de la provincia. Existe también cierto consenso a la hora de resaltar a la educación emprendedora como un elemento vertebrador capaz de generar una sociedad más inclusiva y con una percepción más adecuada de las potenciales

oportunidades que pone el entorno a su disposición. Para ello, urge la inclusión de contenidos y materias específicas ligadas al emprendimiento en todas las etapas formativas, así como la apuesta firme y decidida por la universidad como un agente social con la capacidad necesaria para generar iniciativas emprendedoras de alto potencial. Igualmente reseñable parece la aparente infravaloración de la sociedad en la provincia de Cádiz hacia el emprendimiento y la consecuente necesidad de promocionarlo como una opción de carrera atractiva, pudiendo ser recomendable, para ello, la existencia de una mayor coordinación e implicación de los agentes sociales, medios de comunicación e iniciativa privada a la hora de poner en valor el componente social del emprendimiento y los valiosos referentes exitosos de la provincia. Por último, la comparación de los factores condicionantes de la actividad emprendedora en la provincia, con respecto a Andalucía, España y la Unión Europea, parece dibujar un horizonte descorazonador, en el que la provincia se sitúa en una posición claramente desfavorable en la mayoría de los indicadores. A este respecto, llama poderosamente la atención las cuantiosas diferencias que existen con el ecosistema nacional en materias como los impuestos y burocracia relacionadas con la actividad emprendedora, el apoyo y relevancia al emprendimiento proporcionado por los poderes públicos, la infraestructura comercial y profesional, el apoyo financiero a los emprendedores, o los programas de apoyo específico al emprendimiento liderados por instituciones públicas. A la vista de estos resultados, parece razonable insistir a las autoridades gubernamentales del entorno provincial con respecto a la conveniencia de la implementación de políticas y programas destinados al emprendimiento que, de un modo coordinado y eficiente, impulsen la actividad emprendedora en la provincia.

Capítulo 4. Análisis de las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Cádiz

4.1 Introducción

En este capítulo se analizan detalladamente los nueve factores condicionantes descritos en el capítulo anterior y que conforman el ecosistema emprendedor de la provincia de Cádiz. Para ello, se analizarán de manera detallada, las valoraciones medias emitidas por los expertos consultados para cada uno de los diferentes ítems que configuran cada factor contextual.

Si bien es cierto que en el cuestionario original se usa una escala de medida Likert de 9 puntos (1: completamente falso; 9: completamente cierto), estas valoraciones han sido transformadas a una escala 1-5, en la que, consecuentemente, los valores inferiores a 3, serán considerados como desfavorables.

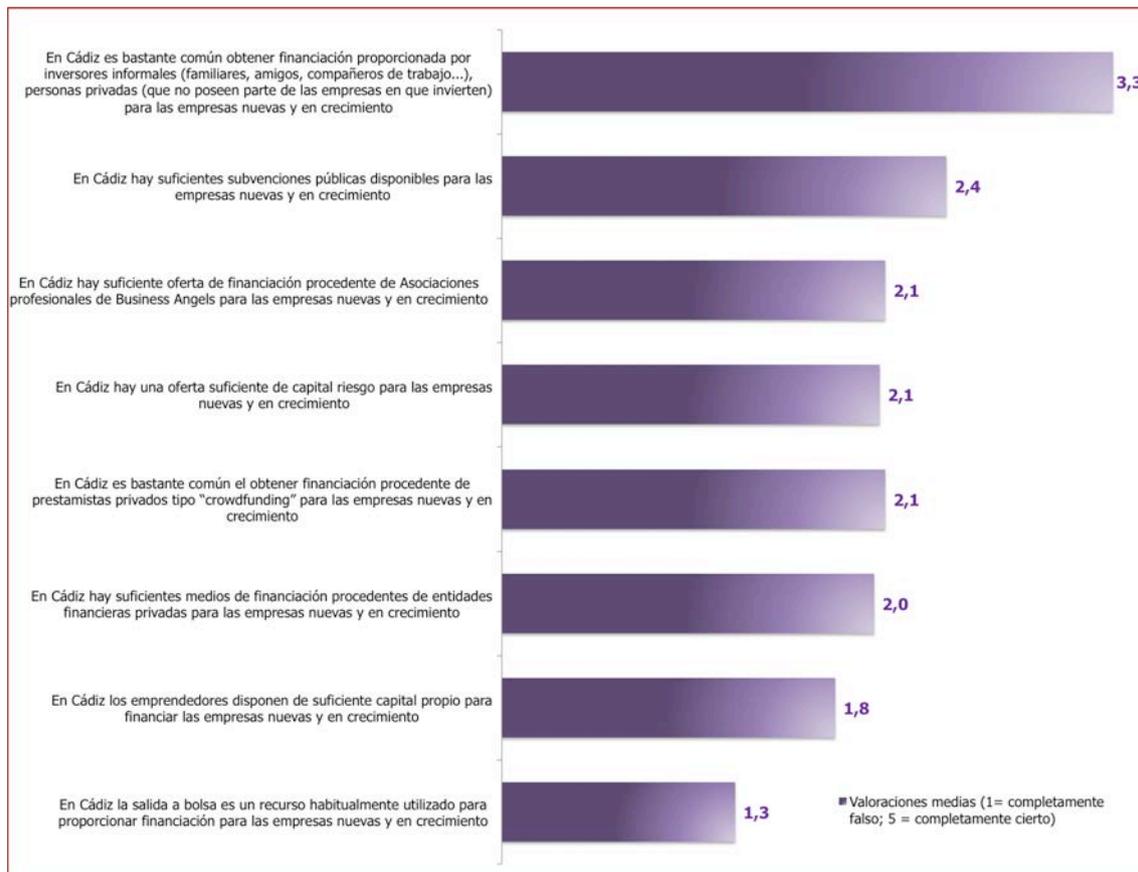
4.2 Apoyo financiero

La Ilustración 32 muestra el detalle de las valoraciones medias de los expertos con respecto a las condiciones existentes en la provincia de Cádiz para acceder a la financiación necesaria para llevar a cabo una actividad emprendedora. Tal y como puede observarse, todos los aspectos considerados, a excepción de uno, son valorados desfavorablemente por los expertos, destacando especialmente la escasa valoración recibida por el acceso a la financiación a través de la salida a bolsa de las empresas nuevas y en crecimiento (1,3 puntos). El resto de puntuaciones negativas se sitúa entre 1,8 puntos (disponibilidad de capital propio suficiente para financiar las empresas nuevas y en crecimiento) y 2,4 puntos (existencia de subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento). La

insuficiente disponibilidad de medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas (2 puntos), de prestamistas privados tipo “crowdfunding” (2,1 puntos), de capital riesgo (2,1 puntos) y de asociaciones profesionales de Business Angels (2,1 puntos) son también reseñados como factores limitantes para el desarrollo de la actividad emprendedora en la provincia de Cádiz.

El único aspecto valorado positivamente (3,3 puntos) corresponde a la financiación proporcionada por los inversores informales, esto es, familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares, además de por inversores particulares que no participan en el capital de la empresa.

Ilustración 32. Apoyo financiero



4.3 Políticas gubernamentales

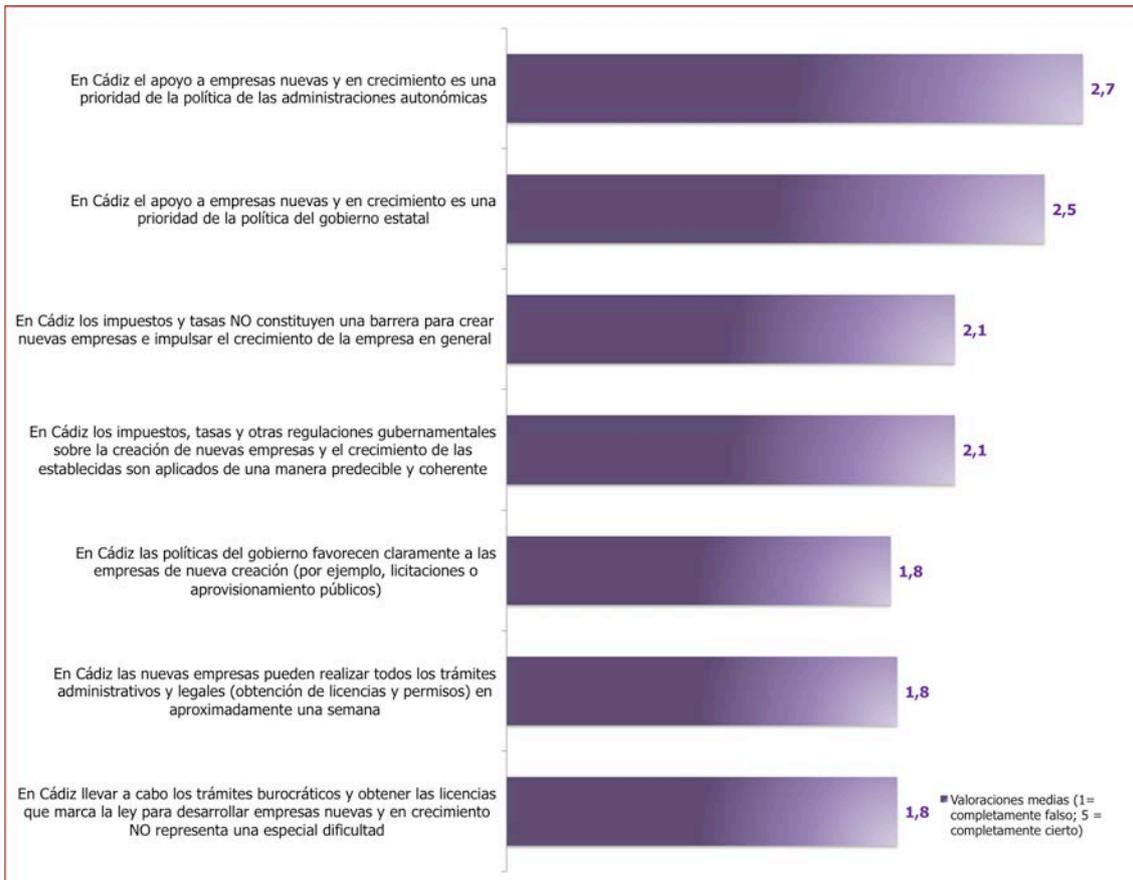
Las respuestas proporcionadas por el panel de expertos y exhibidas en la Ilustración 33 reflejan que ninguna de las siete políticas gubernamentales aplicables en la provincia de Cádiz son valoradas positivamente, ya que todas se sitúan por debajo del punto de medio de la escala (3 puntos).

Tres aspectos son especialmente destacados como relevantes barreras para el desarrollo de la actividad emprendedora en la provincia, ya que han sido evaluados con una puntuación media de 1,8 puntos: la dificultad para llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias marcadas por la ley; el plazo para que las nuevas empresas puedan realizar todos los trámites administrativos y legales necesarios para iniciar la actividad emprendedora; y el escaso ajuste de las políticas del gobierno con las necesidades de las empresas de nueva creación para obtener licitaciones, aprovisionamientos públicos y otros trámites administrativos.

Asimismo, se percibe que los impuestos y tasas no son aplicados de una manera predecible y coherente (2,1 puntos) y que constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento empresarial en general (2,1 puntos).

Por último, los dos aspectos mejor valorados por los expertos son la percepción de que el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno estatal (2,5 puntos) y de la política de las administración autonómica (2,7 puntos).

Ilustración 33. Políticas gubernamentales



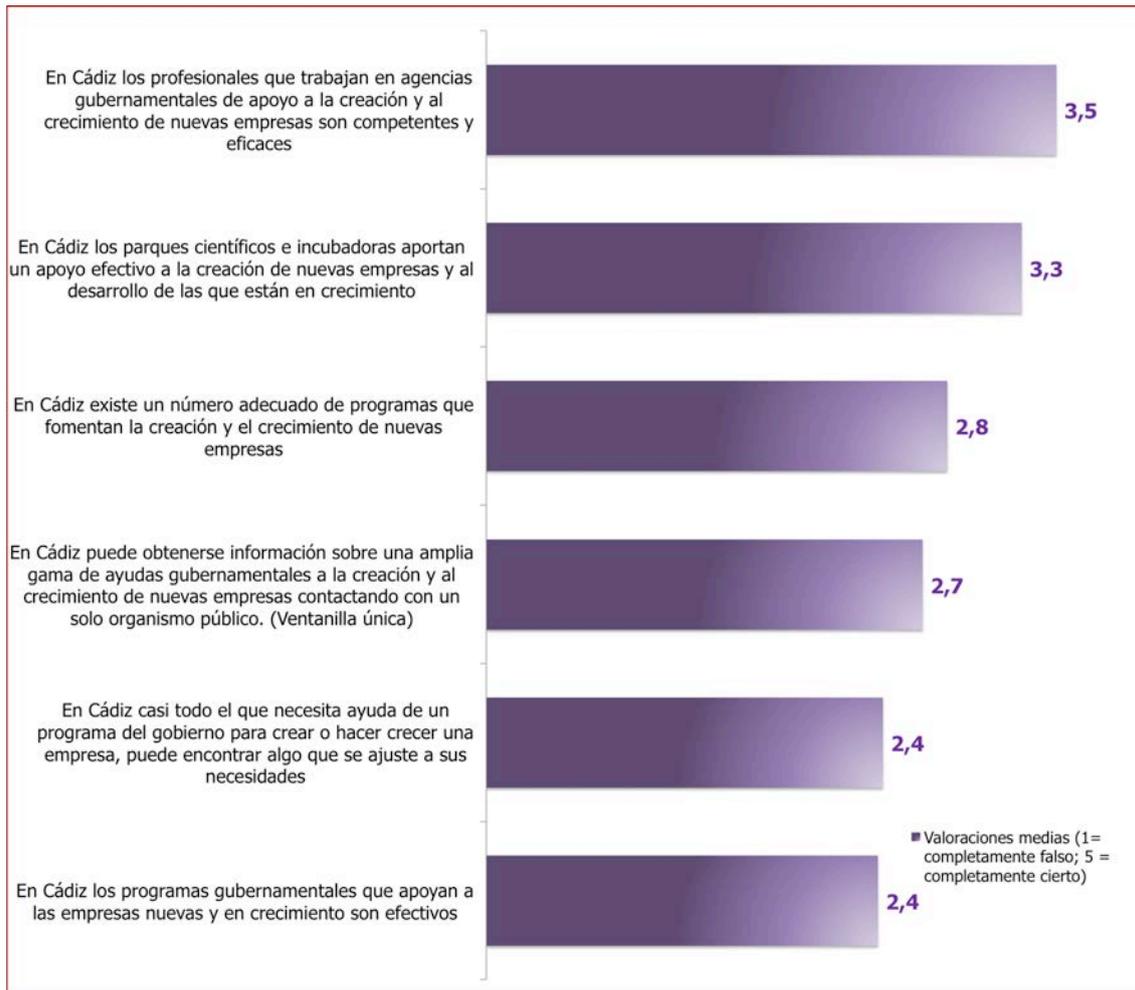
4.4 Programas gubernamentales

Las valoraciones medias otorgadas por los expertos con respecto a los programas gubernamentales son presentadas en la Ilustración 34.

Los dos aspectos que han recibido una valoración positiva para la creación son la competencia y eficacia de los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas (3,5 puntos) y la aportación de los parques científicos e incubadoras (3,3 puntos).

El resto de factores se sitúan entre 2,8 puntos (adecuación del número de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas) y 2,4 puntos (efectividad de los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento y disponibilidad de programas gubernamentales adaptados a las necesidades específicas de cada empresa). En el interior de este intervalo se sitúa la disponibilidad de una *ventanilla única* que permita la obtención de información sobre las ayudas gubernamentales a la creación y el crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo (2,7 puntos).

Ilustración 34. Programas gubernamentales



4.5 Educación y formación emprendedora

Las valoraciones de los expertos consultados acerca de la educación y formación emprendedora en las distintas instituciones educativas aparecen reflejadas en la Ilustración 35.

Tal y como se puede apreciar, existen tres factores que obtienen una valoración positiva con respecto a la adecuación y calidad de la preparación que proporcionan para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. Dichos factores son: la formación en administración, dirección y gestión de empresas (3,6 puntos), el papel de las universidades y centros de enseñanza superior (3,2 puntos) y los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua (3,1 puntos).

En el extremo opuesto, los expertos consideran que en la enseñanza primaria y secundaria no se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas (1,9 puntos), no se aportan conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado (1,9 puntos) y no se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal (2,2 puntos).

Ilustración 35. Educación y formación emprendedora



4.6 Transferencia de I+D

Tomando como referencia la información suministrada por la Ilustración 36, los expertos coinciden en señalar que el estado actual de la ciencia y la tecnología en la provincia de Cádiz permite la creación de empresas de base tecnológica que puedan competir globalmente con éxito, al menos, en un campo concreto, siendo éste el único criterio que recibe una valoración positiva (3,2 puntos). Por el contrario, el panel de expertos pone de manifiesto deficiencias en los siguientes aspectos: igualdad de condiciones entre las empresas nuevas y en crecimiento y las establecidas para el acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías (2,8 puntos); eficiencia a la hora de transferir las nuevas tecnologías, ciencia y otros conocimientos desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento (2,7 puntos); apoyo para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas (2,5 puntos); disponibilidad y adecuación de subvenciones y ayudas gubernamentales a las empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías (2,3 puntos); y desajuste entre la realidad económico-financiera de las empresas nuevas y en crecimiento y el coste de las nuevas tecnologías (2,1 puntos).

Ilustración 36. Transferencia de I + D

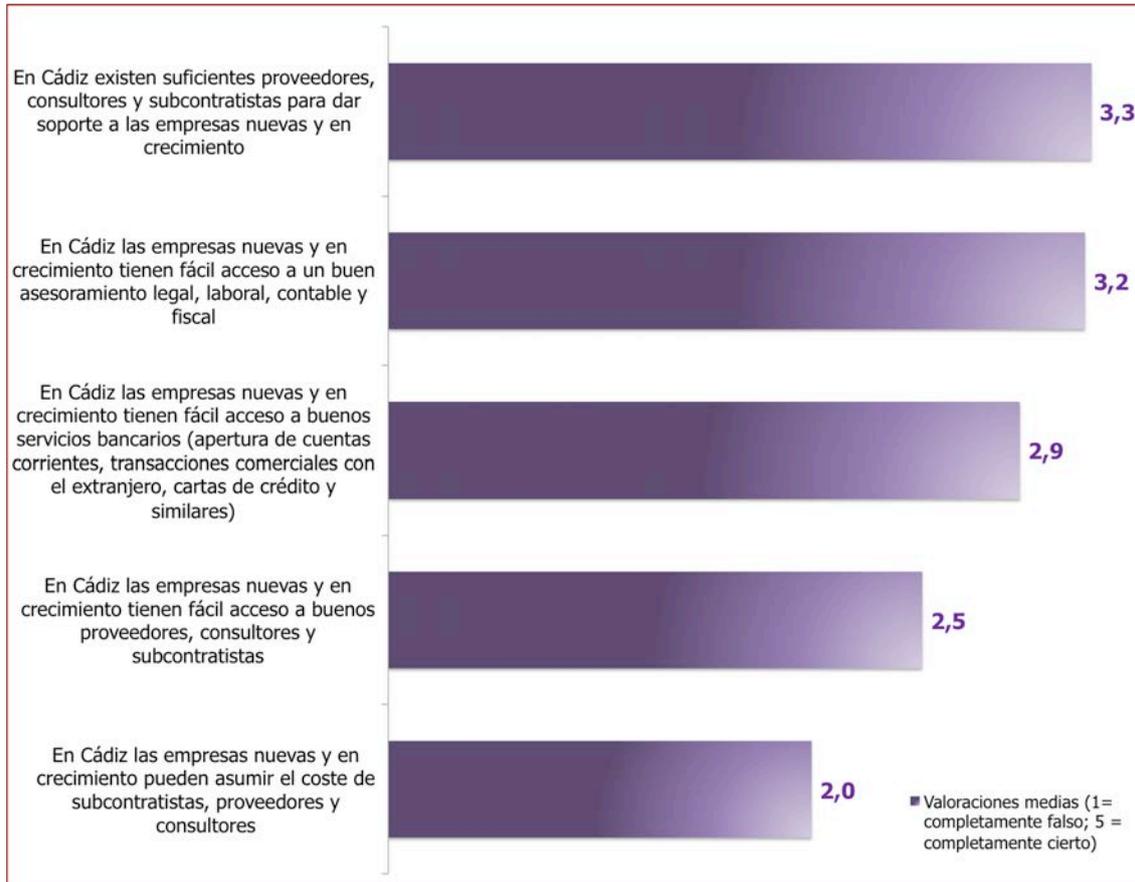


4.7 Infraestructura comercial y profesional

En este epígrafe se analizan las condiciones del entorno relativas a la disponibilidad, acceso y posibilidad de asunción del coste por parte de las empresas nuevas y en crecimiento de una serie de servicios comerciales y profesionales básicos para el desarrollo de la actividad emprendedora en la provincia. En este sentido, la Ilustración 37 pone de manifiesto que las mayores dificultades giran en torno al coste de los subcontratistas, proveedores y consultores (2 puntos), mientras que la oferta existente en la provincia de estos mismos servicios alcanza el nivel más alto de valoración (3,3 puntos). Asimismo, el acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal

también es valorado de un modo positivo (3,2 puntos), en contraposición al acceso a adecuados servicios bancarios (2,9 puntos) y proveedores, consultores y subcontratistas (2,5 puntos), que no parecen ser elementos destacados por los expertos consultados.

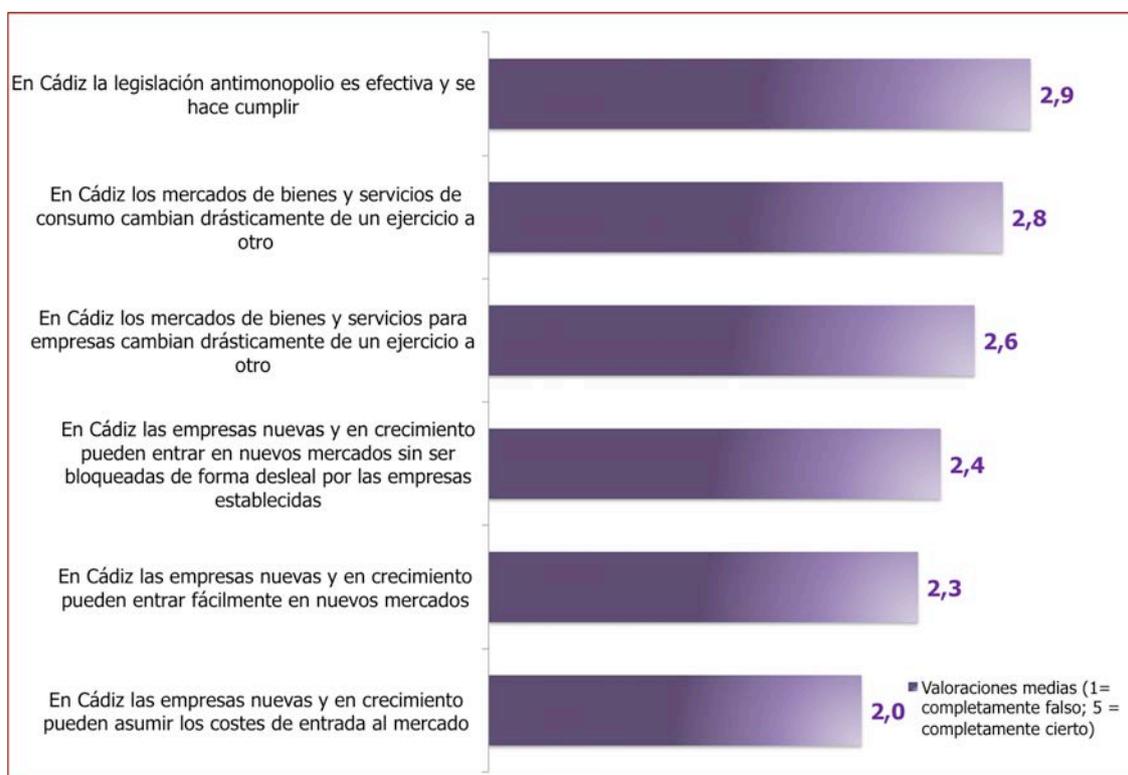
Ilustración 37. Infraestructura comercial y profesional



4.8 Apertura del mercado interno

La Ilustración 38 recoge la opinión de los expertos consultados con respecto a las características de los mercados y las condiciones de entrada en los mismos por parte de las empresas de la provincia de Cádiz. Tal y como puede apreciarse, los seis factores contextuales son valorados de manera negativa, encontrándose en un rango que oscila entre 2,9 puntos (efectividad y cumplimiento de la legislación antimonopolio) y 2 puntos (asunción por parte de las empresas de los costes de entrada al mercado). Las valoraciones emitidas por los expertos ponen de manifiesto que existe un grado de dinamismo relativamente bajo en los mercados de bienes y servicios, tanto de consumo (2,8 puntos) como para empresas (2,6 puntos). Asimismo, los datos ponen el foco en las dificultades que se encuentran las empresas nuevas y en crecimiento para librarse de los bloqueos desleales por parte de las empresas establecidas (2,4 puntos) y, en general, para entrar en nuevos mercados (2,3 puntos).

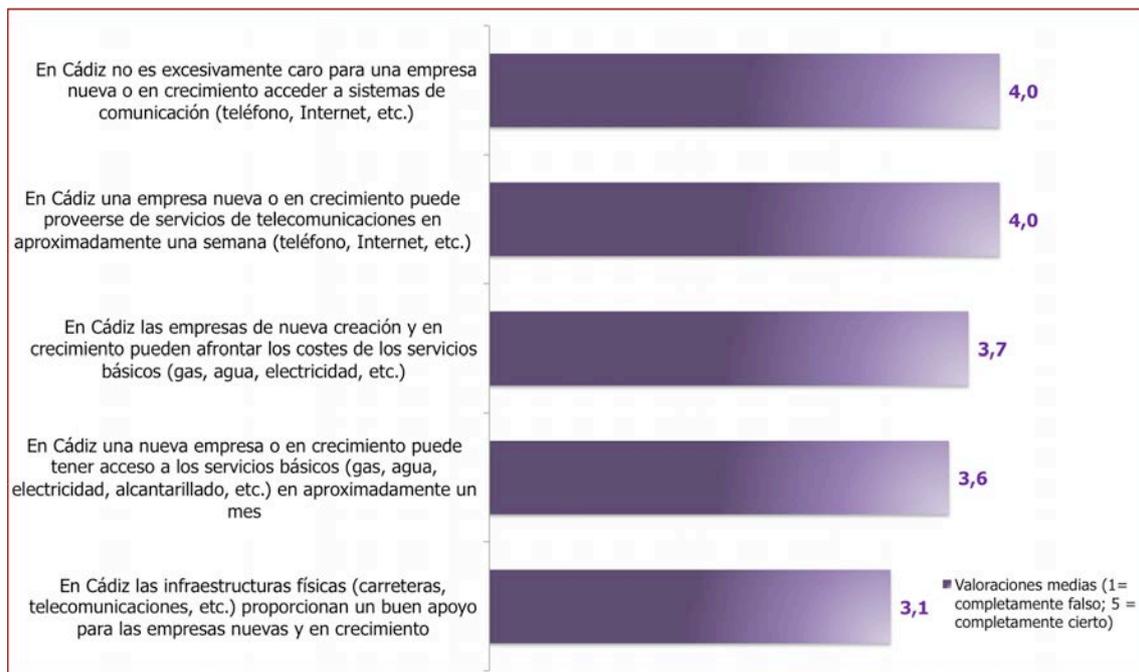
Ilustración 38. Apertura del mercado interno



4.9 Infraestructura física y de servicios

La Ilustración 39 muestra los resultados de las valoraciones medias de los expertos consultados con respecto a la infraestructura física y de servicios de la provincia, destacando que todos los factores son evaluados de manera positiva. Concretamente, los dos factores que reciben una valoración más alta (4 puntos) hacen referencia al coste de acceso a los sistemas de telecomunicaciones (teléfono, Internet, ...) y al tiempo necesario para acceder a dichos servicios. En el mismo sentido, el coste (3,7 puntos) y acceso (3,6 puntos) a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, ...) también son elementos que parecen influir favorablemente en la actividad emprendedora en la provincia. Por último, de la opinión de los expertos consultados, se desprende que las infraestructuras físicas, como carreteras o telecomunicaciones proporcionan un apoyo adecuado a la actividad de las empresas nuevas y en crecimiento (3,1 puntos).

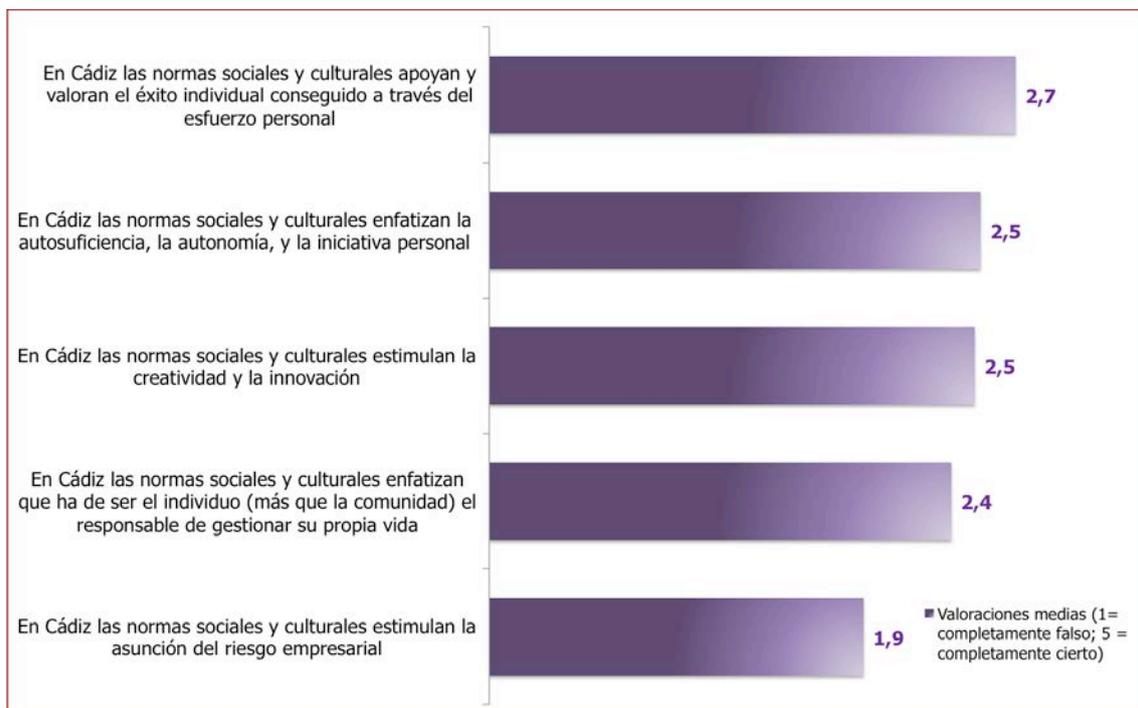
Ilustración 39. Infraestructura física y de servicios



4.10 Normas sociales y culturales

La Ilustración 40 recoge las valoraciones medias de los expertos consultados con respecto a las condiciones del entorno que configuran las normas sociales y culturales en la provincia. En este sentido, todos los elementos son valorados negativamente, llamando poderosamente la atención el escaso estímulo social y cultural a la asunción de riesgos empresariales (1,9 puntos). Además, la información suministrada por los expertos pone de manifiesto que las normas sociales y culturales no permiten que el individuo se haga totalmente responsable de la gestión de su vida personal, cediendo parcialmente dicho papel a la comunidad (2,4 puntos), no estimulan la creatividad y la innovación (2,5 puntos), no enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal (2,5 puntos) y no apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal (2,7 puntos).

Ilustración 40. Normas sociales y culturales



4.11 Conclusiones

Las valoraciones detalladas de los condicionantes que configuran las nueve condiciones del entorno analizadas en el presente informe por su potencial para impulsar o inhibir la actividad emprendedora en la provincia de Cádiz muestran una fotografía general en la que prevalecen las sombras sobre las luces. Tal y como se ha apuntado a lo largo del capítulo, la mayoría de elementos analizados reciben una valoración negativa por parte del panel de expertos. Especialmente llamativa resulta la valoración de las *políticas gubernamentales*, el grado de *apertura del mercado interno* y las *normas sociales y culturales*, dado que ninguno de los aspectos que se incluyen en dichos factores es evaluado positivamente por los expertos. En esta misma línea, también parece necesario poner el foco en el *apoyo financiero* que reciben los emprendedores de la provincia, ya que, según los expertos, el soporte recibido a través de subvenciones, Business Angels, capital riesgo, *crowdfunding*, entidades financieras privadas y mercados bursátiles es insuficiente, obteniendo únicamente valores razonables un instrumento financiero con un recorrido limitado cortoplacista (apoyo proporcionado por inversores informales y privados que no forman parte de la estructura de la empresa). Con respecto a los *programas gubernamentales*, los expertos coinciden en valorar positivamente las competencias de los profesionales que prestan sus servicios en las agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas, así como al rol de apoyo de los parques científicos e incubadoras, pero expresan sus dudas sobre la planificación, desarrollo, información y eficacia de los programas diseñados por las autoridades públicas, lo que podría sugerir la conveniencia de un replanteamiento y/o reformulación de los mismos. De manera inequívoca, los expertos no dudan en señalar a la enseñanza primaria y secundaria como el gran lastre del sistema educativo a la hora de inocular e inspirar conocimientos y valores emprendedores a la sociedad, resaltando, por el contrario, el papel

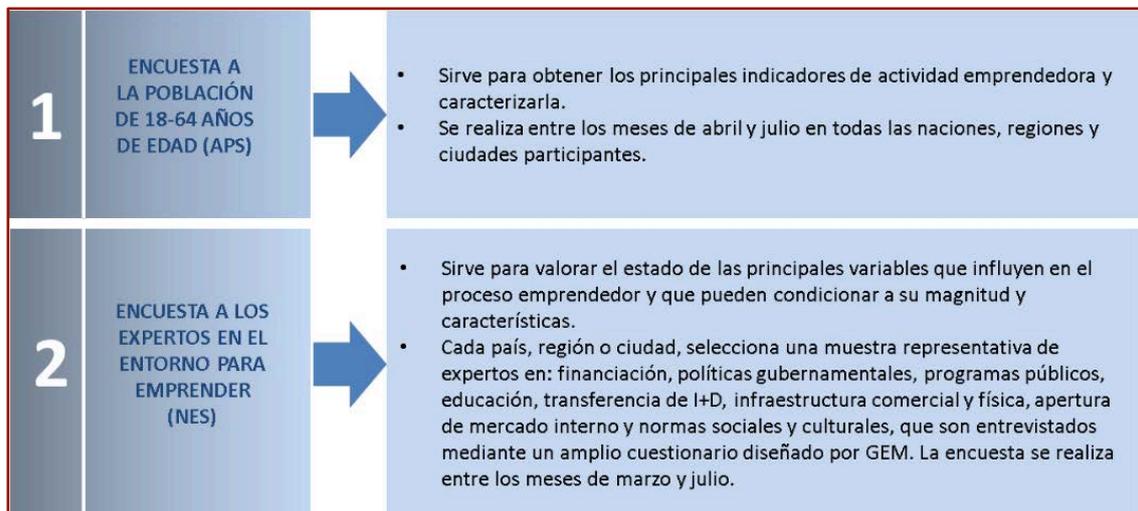
desempeñado por universidades y centros de educación superior a la hora de proporcionar la *educación y formación* adecuadas para el desarrollo de la actividad emprendedora. En esta misma línea, los expertos consideran que en la provincia existe una base adecuada de conocimientos y recursos científicos y tecnológicos a disposición de las nuevas empresas, si bien es cierto que reclaman una mayor implicación de los poderes públicos a la hora de proporcionar subvenciones o programas específicos que contribuyan a sufragar los costes de adquisición de las nuevas tecnologías, así como una gestión más eficaz de los instrumentos de *transferencia de conocimientos, tecnologías, ciencias y otros conocimientos* desde la Universidad de Cádiz al sector empresarial. En este sentido, la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) podría adoptar un rol más proactivo a la hora de canalizar e impulsar el conocimiento específico emanado de los grupos y proyectos de investigación, a través de la creación de nuevas empresas de base tecnológica (EBTs) y de spin-offs universitarias y de la prestación de un apoyo específico y eficiente a los emprendedores universitarios establecidos. Por último, los dos aspectos mejor valorados hacen referencia a las infraestructuras de la provincia. Por una parte, los expertos valoran positivamente todos los elementos relacionados con las *infraestructuras físicas y de servicios*, lo cual, dada la compleja estructura orográfica de la provincia, es un aspecto a reseñar favorablemente y que pone en relieve el esfuerzo de las administraciones públicas por dotar al territorio de una red de comunicaciones y suministros básicos adecuada. Por otra parte, el panel de expertos coincide en destacar la presencia de un conjunto adecuado de *profesionales y asesores* disponibles para los emprendedores, aunque sugiere la conveniencia, en general, de facilitar el acceso y reducir el coste de proveedores, consultores y subcontratistas.

Capítulo 5. Metodología

5.1 Introducción

El proyecto GEM analiza la actividad emprendedora en cada territorio a través de una metodología uniforme y común que posibilite la comparativa entre distintas regiones. Las fuentes de información utilizadas son reflejadas en la Ilustración 41 y se describen en los siguientes apartados.

Ilustración 41. Fuentes de datos GEM



5.2 Encuesta a la población adulta (APS)

La encuesta a la población adulta (APS) es construida a partir de la identificación de una muestra representativa de la población adulta (entre 18 y 64 años) al objeto de obtener estimadores homogéneos del nivel de actividad emprendedora. A la hora de identificar la muestra, se tienen en cuenta cuotas de sexo, edad, zona rural, urbana y otras, con el propósito de minimizar los potenciales sesgos. La encuesta es realizada mediante sistemas CATI, concentrándose la

realización de entrevistas entre las 18 y las 22 horas. La ficha técnica de la encuesta a la población adulta puede consultarse en la Tabla 13.

Tabla 13. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta

Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en la provincia de Cádiz	
Universo	Población residente en la provincia de 18 a 64 años
Población objeto	798,084 individuos
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,00%
Error muestral	+/- 4,38% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período de realización de encuestas	Septiembre de 2019
Trabajo de campo	Instituto Opinometre

A partir de la información proporcionada por la encuesta a la población adulta, se elaboran los indicadores que definen el proceso emprendedor, tal y como propone GEM y muestra la Ilustración 42: emprendimiento potencial, emprendimiento naciente, emprendimiento nuevo, empresas consolidadas y abandonos.

Ilustración 42. Etapas en el proceso emprendedor según metodología GEM



La información obtenida a partir de la encuesta a la población adulta ofrece, además, una visión pertinente acerca del perfil de los emprendedores, variables demográficas, percepciones sobre las oportunidades, capacidades emprendedoras y variables psicológicas y conductuales, entre otros elementos destacados (ver capítulos 1 y 2 del presente informe).

5.3 Encuesta a los expertos

La encuesta a los expertos tiene como objetivo evaluar el estado del entorno que rodea al emprendedor en su territorio y realizar un diagnóstico del mismo. Para ello, se les recaba sus opiniones sobre nueve ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno.

El diagnóstico se elabora a partir de un cuestionario estructurado compuesto por 54 preguntas, en el que 36 expertos seleccionados por sus conocimientos sobre las condiciones del entorno expresan su opinión con respecto al grado en el que cada uno de los nueve factores contextuales anteriormente mencionados favorece o restringe la actividad emprendedora.

Adicionalmente, los expertos también indican, a través de preguntas abiertas, los tres principales obstáculos y facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia así como tres recomendaciones clave para mejorar las condiciones del ecosistema emprendedor de la provincia. Al objeto de facilitar el análisis, estas respuestas abiertas son codificadas en una de las siguientes 19 categorías posibles establecidas por GEM (Tabla 14).

Tabla 14. Categorías para la codificación de las preguntas abiertas NES

Categorías para la codificación de las preguntas abiertas	
1	Apoyo financiero al emprendimiento
2	Políticas gubernamentales
3	Programas gubernamentales
4	Educación y formación
5	Transferencia de I+D
6	Infraestructura comercial y profesional
7	Apertura de mercado y barreras
8	Infraestructura física y de servicios
9	Normas culturales y sociales
10	Capacidad emprendedora
11	Clima económico
12	Estado del mercado laboral
13	Composición de la población
14	Contexto político, institucional y social
15	Crisis económica
16	Corrupción
17	Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas
18	Internacionalización
19	Costes, acceso y regulación laboral
20	Disponibilidad de información crítica

Índice de Tablas

Número	Título	Página
1	GEM: Principales indicadores de Cádiz, Andalucía y España	3
2	Emprendedores potenciales en Cádiz, Andalucía y España	15
3	Actividad emprendedora TEA en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019	18
4	Iniciativas consolidadas en Cádiz, Andalucía y España, 2019	22
5	Tasa de abandono en Cádiz, Andalucía y España, 2019	23
6	Evolución de la percepción de oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses	29
7	Evolución de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender	31
8	Evolución de la percepción del miedo al fracaso como obstáculo para emprender	33
9	Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida	38
10	Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional	39
11	Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico	40
12	Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación	41
13	Ficha técnica de la encuesta a la población adulta	73
14	Categorías para la codificación de las preguntas abiertas NES	75

Índice de Ilustraciones

Número	Título	Página
1	El proceso emprendedor en Cádiz, 2019 (% población 18-64 años)	12
2	El proceso emprendedor en Andalucía, 2019 (% población 18-64 años)	13
3	El proceso emprendedor en España, 2019 (% población 18-64 años)	13
4	Emprendedores potenciales en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019	15
5	El potencial emprendedor por género en Cádiz, 2019	16
6	Actividad emprendedora TEA en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019	19
7	Tasa de actividad emprendedora TEA por provincias andaluzas, 2019	20
8	Tasas de actividad emprendedora según el motivo para emprender de la provincia en Cádiz, Andalucía y España	21
9	Iniciativas consolidadas en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019	23
10	Tasa de abandono en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019	24
11	Distribución por género de los colectivos emprendedores en la provincia de Cádiz, 2019	25
12	Evolución de la percepción de oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses	28
13	Porcentaje de la población que percibe oportunidades para emprender en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019	29
14	Evolución de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender	31
15	Porcentaje de la población que posee conocimientos, habilidades y experiencias para emprender en Cádiz. Comparativa autonómica y nacional, 2019	32
16	Evolución de la percepción del miedo al fracaso como obstáculo para emprender	33
17	Percepción de modelos de referencia en Cádiz, Andalucía y España, 2019	34
18	Oportunidades de negocio por género en la provincia de Cádiz, 2019	35
19	Capacidades emprendedoras por género en la provincia de Cádiz, 2019	35
20	Miedo al fracaso por género en la provincia de Cádiz, 2019	36
21	Modelos de referencia por género en la provincia de Cádiz en la provincia de Cádiz, 2019	37
22	Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida	38
23	Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional	39
24	Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico	40
25	Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación	41
26	Percepciones culturales por género en la provincia de Cádiz, 2019	42
27	Factores citados por los expertos como obstáculos a la actividad emprendedora en la provincia	46

28	Factores citados por los expertos como facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia	48
29	Recomendaciones para mejorar el contexto de la actividad emprendedora en la provincia	50
30	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en la provincia	52
31	Comparación del entorno emprendedor en la provincia, Andalucía, España y países de la Unión Europea	54
32	Apoyo financiero	57
33	Políticas gubernamentales	59
34	Programas gubernamentales	61
35	Educación y formación emprendedora	63
36	Transferencia de I+D	65
37	Infraestructura comercial y profesional	66
38	Apertura del mercado interno	67
39	Infraestructura física y de servicios	68
40	Normas sociales y culturales	69
41	Fuentes de datos GEM	72
42	Etapas del proceso emprendedor según metodología GEM	73

EQUIPO GEM ESPAÑA 2019

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería

GEM Cádiz

GEM Córdoba



GEM Granada



GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



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 Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



