

GEM Jaén

Diagnóstico y acción para un
territorio emprendedor

2024 - 2025

Equipo investigador: Fernández Uclés, Domingo (Coordinador); Barreda Tarrazona, Raquel; Cañas Lozano, Lucas; García Martí, Elia; García Vico, José; Horno Bueno, María de la Paz; Hueso Arrabal, Juan Alberto; Márquez García, Alfonso Miguel; Mudarra Fernández, Ana Belén; Vallejo Martos, Manuel Carlos; Vena Oya, Julio.



Colabora

Aviso Legal: Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Título: Informe GEM Jaén 2024-2025

© Los autores

Coordinación: Domingo Fernández Uclés

Equipo (por orden alfabético): Barreda Tarrazona, Raquel; Cañas Lozano, Lucas; Fernández Uclés, Domingo; García Martí, Elia; García Vico, José; Horno Bueno, María de la Paz; Hueso Arrabal, Juan Alberto; Márquez García, Alfonso Miguel; Mudarra Fernández, Ana Belén; Vallejo Martos, Manuel Carlos; Vena Oya, Julio.

Edita: Fundación Fulgencio Meseguer

ISBN: 978-84-09-79785-1

Depósito legal: J-144-2025

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

Presentación de la vicepresidenta del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA)	5
<i>María del Mar Fuentes Fuentes (Vicepresidenta del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía)</i>	
El emprendimiento como motor del desarrollo de Jaén	6
<i>Fulgencio Meseguer Galán (Presidente de la Fundación Fulgencio Meseguer)</i>	
Una trayectoria al frente del GEM Jaén	7
<i>M.ª Jesús Hernández Ortiz (Catedrática de Organización de Empresas)</i>	
Compromiso con el emprendimiento como motor de progreso en Jaén	8
<i>Domingo Fernández Uclés (Director de la Cátedra de Emprendimiento Fulgencio Meseguer)</i>	
Apoyando el emprendimiento en Jaén	9
<i>Luis Miguel Carmona Ruiz (Diputado de Empleo y Empresa. Diputación Provincial de Jaén)</i>	
¿Qué es el GEM?	10
Resumen ejecutivo	12
Cuadro de indicadores	14
Emprendedor: Flor de Mágina	15
Capítulo 1. Fenómeno emprendedor en Jaén	17
1.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población giennense de 18-64 años	
1.1.1. La percepción de la población giennense sobre sus valores y aptitudes para emprender	
1.1.2. Percepción de la población giennense sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento	18
Emprendedor: Centro ecuestre La Estribera	21
Capítulo 2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Jaén.	23
2.1. Indicadores del proceso emprendedor	
2.2. Potencial emprendedor	24
2.3. Tasa de actividad Emprendedora (TEA)	26
2.4. Empresas Nacientes	28
2.5. Empresas nuevas	29

2.6. Empresas consolidadas	
2.7. Abandono empresarial	31
Emprendedor: Grupo Tecnion	33
Capítulo 3. Valoración de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Jaén	34
3.1. Financiación	35
3.2. Políticas gubernamentales	37
3.3. Programas gubernamentales	38
3.4. Educación y formación en creación de empresas	40
3.5. Transferencia de I+D	41
3.6. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales	
3.7. Dinámica y apertura del mercado interior	42
3.8. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios	43
3.9. Normas sociales y culturales	44
3.10. Comparación del entorno del emprendedor de Jaén, Andalucía y España	45
Emprendedor: Lodeintour / Aovetour	47
Capítulo 4. Análisis de las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Jaén	49
4.1. NECI. Índice sintético de Contexto del Emprendimiento	
4.2. Factores que favorecen la creación de empresas en Jaén	50
4.3. Recomendaciones para mejorar la creación de empresas en la provincia de Jaén	
4.4. Valoración del entorno emprendedor giennense	51
4.5. La inteligencia artificial en el emprendimiento en Jaén en 2024	53
4.5.1 Herramientas digitales, estrategia empresarial y operaciones diarias en Jaén: visión de empresas nacientes y propietarios-gerentes	54
4.5.2. Perspectivas futuras de la inteligencia artificial en el emprendimiento en Jaén	56
4.5.3. El impacto esperado de la inteligencia artificial en los negocios de Jaén	
Emprendedor: Yakart Autocaravanas	58
Relación de los equipos integrantes de la red GEM 2023-2024	60
Patrocinadoresn GEM Andalucía 2024-2025	63
Índice de Tablas	64
Índice de Figuras	

Presentación

Como presidenta del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA), es un honor presentar la sexta edición del Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) de la provincia de Jaén 2024-2025, una publicación que se consolida como una herramienta de consulta para el conocimiento, el análisis y la mejora del ecosistema emprendedor jiennense.

El presente informe tiene como objetivo principal analizar la actividad emprendedora y el contexto que la condiciona, proporcionando información de gran valor para la toma de decisiones por parte de las administraciones públicas y agentes sociales y económicos. Al igual que en ediciones anteriores, se adopta una perspectiva completa que combina las percepciones de los emprendedores, la evaluación de expertos locales y la comparación con los entornos regionales y nacionales. Este enfoque permite identificar las tendencias, fortalezas y áreas de mejora del ecosistema emprendedor de Jaén, facilitando así la definición de políticas, programas y estrategias más eficaces de apoyo al emprendimiento.

Entre los resultados más destacados de esta edición, cabe subrayar el porcentaje de población que manifiesta contar con los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, que supera las medias nacionales y andaluzas. Igualmente, relevante es la reducción del miedo al fracaso, así como la mejor evolución en la consolidación empresarial, con cifras superiores a las medias regionales y nacionales. Estos indicadores reflejan una creciente madurez y resiliencia del tejido productivo provincial.

No obstante, el informe también pone de relieve retos importantes para impulsar la emergencia de nuevas empresas que puede estar frenada por algunas debilidades derivadas de la escasa financiación privada, la necesidad de implementar programas y políticas gubernamentales adaptados a las necesidades del territorio, las restricciones en infraestructuras físicas y comerciales, así como la existencia de normas culturales y sociales que aún no fomentan la iniciativa y la tolerancia al riesgo. Estas áreas de mejora ofrecen una hoja de

ruta para fortalecer el ecosistema emprendedor y contribuir a un aumento sostenido en el tiempo de las personas emprendedoras y sus empresas.

El Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía reafirma, a través de este informe, su compromiso con la producción y difusión de información contrastada y objetiva, orientada a la formulación de políticas públicas basadas en evidencia y a la coordinación de esfuerzos entre los distintos agentes del sistema emprendedor andaluz. La elaboración de este informe ha sido posible gracias al riguroso trabajo de investigación desarrollado por el equipo académico de la Cátedra de Emprendimiento Fulgencio Meseguer de la Universidad de Jaén, cuya aportación es una garantía de la calidad técnica del trabajo.

Confiamos en que esta nueva edición del Informe GEM Jaén 2024-2025 sirva como instrumento de análisis y apoyo para todos los actores implicados en el fomento del emprendimiento y contribuya de manera efectiva al fortalecimiento y consolidación del ecosistema emprendedor de la provincia.



María del Mar Fuentes Fuentes
Vicepresidenta del Observatorio del Ecosistema
Emprendedor de Andalucía (OEEA)

El emprendimiento como motor del desarrollo de Jaén

La Fundación Fulgencio Meseguer nació con el firme propósito de impulsar el desarrollo económico, social y cultural de la provincia de Jaén, promoviendo el talento, la innovación y el emprendimiento como herramientas para construir un futuro más próspero y sostenible.

Desde sus orígenes, la Fundación ha mantenido una vocación transformadora, convencida de que el conocimiento y la colaboración entre instituciones, empresas y ciudadanía son los pilares sobre los que se construyen los territorios que avanzan. Nuestro compromiso se basa en la convicción de que el progreso no puede entenderse sin la implicación colectiva: sin redes que conecten a quienes educan, a quienes crean y a quienes deciden. Por eso, trabajamos para fortalecer esos lazos y generar espacios donde las ideas se traduzcan en proyectos y los proyectos en oportunidades reales para las personas.

En este marco, nuestra alianza con la Universidad de Jaén a través de la Cátedra de Emprendimiento Fulgencio Meseguer representa un compromiso real con la generación y transferencia de conocimiento aplicado al desarrollo del ecosistema emprendedor. El trabajo que se refleja en este Informe GEM Jaén 2024-2025 es fruto de esa colaboración: una herramienta que no solo analiza la realidad del emprendimiento provincial, sino que también inspira acción, orienta políticas y conecta talento con territorio.

El emprendimiento, entendido en su sentido más amplio, es una actitud vital que impulsa la transformación y el cambio. En Jaén, necesitamos seguir apostando por las personas emprendedoras como agentes de innovación y desarrollo, porque son ellas quienes imaginan nuevos caminos, generan empleo de calidad y contribuyen a diversificar y fortalecer nuestro tejido productivo. Desde la Fundación, acompañamos ese impulso con programas, alianzas y proyectos que faciliten el acceso a recursos, formación y acompañamiento.

Desde la Fundación creemos firmemente que el emprendimiento no solo crea empresas, sino también oportunidades, empleo y autoestima colectiva. Por ello, seguiremos apoyando iniciativas que fortalezcan la cultura emprendedora, que reconozcan el valor de quienes se atreven a iniciar proyectos y que impulsen a Jaén hacia un futuro basado en el esfuerzo, la creatividad y la cooperación.

Con este informe reafirmamos nuestro compromiso con la provincia y con todos aquellos que, desde lo local, trabajan para activar el territorio y generar impacto positivo y duradero.



Fulgencio Meseguer Galán
Presidente de la Fundación Fulgencio Meseguer.

Una trayectoria al frente del GEM Jaén

La Cátedra Universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer de la Universidad de Jaén acude, un año más, a su cita con el ecosistema emprendedor para ofrecer información sobre la evolución del emprendimiento en la provincia de Jaén mediante la presentación del Informe GEM Jaén 2024/2025.

Desde el año 2018, he asumido la responsabilidad de liderar el equipo de investigadores que hace posible la elaboración de estos informes anuales en nuestra provincia. Siguiendo la metodología de la red colaborativa mundial Global Entrepreneurship Monitor (GEM), proporcionamos datos contrastables y rigurosos que contribuyen a la mejora de nuestro ecosistema emprendedor.

Es un honor para nosotros que emprendedores naces, empresarios, instituciones públicas y privadas, investigadores y universitarios utilicen nuestros informes para tomar decisiones, comparar con otros ecosistemas, afrontar las dificultades propias del emprendimiento, mejorar su posición y favorecer la creación o consolidación de nuevas iniciativas empresariales.

El camino no ha sido fácil. Hemos tenido que superar problemas de financiación, debido al elevado coste que supone recopilar información rigurosa sobre los emprendedores; de coordinación, ya que el proyecto requiere la colaboración entre equipos a nivel mundial; y de logística, para la elaboración del informe. Sin embargo, ha merecido la pena.

Estamos muy agradecidos a las instituciones que nos han apoyado y han hecho posible la presentación de estos informes: la Diputación Provincial de Jaén, que ha financiado nuestras investigaciones; la Fundación Fulgencio Meseguer, que ha hecho posible la creación de la Cátedra; el Observatorio del Emprendimiento de España, que coordina e impulsa los informes regionales y provinciales; y el Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA), que coordina a todos los investigadores de la Red GEM de Andalucía.

Este año se ha producido un relevo generacional

en la dirección de la Cátedra Universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer. El responsable del informe que hoy presentamos, Domingo Fernández Uclés, es un joven profesor emprendedor que ha asumido la dirección del equipo de investigadores de la Universidad de Jaén, integrado por Alfonso Márquez, Ana Belén Mudarra, Elia García, José García, Juan Alberto Hueso, Julio Vena, Lucas Cañas, Manuel Carlos Vallejo, Mari Paz Horno y Raquel Barreda, quienes han elaborado este nuevo informe GEM de la provincia de Jaén.

Conociendo el rigor y el esfuerzo que este equipo pone en su trabajo, no me cabe duda de que continuarán durante muchos años más elaborando nuevos informes GEM, generando conocimiento y formación sobre emprendimiento, útiles para impulsar y fortalecer la iniciativa emprendedora en nuestro territorio.

Confío de corazón en que mantengan su empeño por mejorar el ecosistema emprendedor de la provincia de Jaén, haciendo gala del espíritu universitario que caracteriza a todo el equipo.



M.^a Jesús Hernández Ortiz
Catedrática de Organización de Empresas

Compromiso con el emprendimiento como motor de progreso en Jaén

Asumir la dirección de la Cátedra Universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer supone una oportunidad para seguir contribuyendo al desarrollo económico y social de la provincia de Jaén desde el conocimiento y la colaboración. Cada nueva edición del Informe GEM Jaén nos invita a mirar más allá de los datos y a comprender qué impulsa y qué limita la capacidad de emprender en nuestro territorio.

Jaén afronta un momento clave. La transformación tecnológica, la necesidad de diversificar y la urgencia de retener y atraer talento nos obligan a pensar cómo queremos construir nuestro futuro. En este contexto, el emprendimiento adquiere un valor estratégico, no solo como motor económico, sino como una forma de generar soluciones, cohesión y oportunidades. Innovar desde Jaén implica reconocer nuestras fortalezas, la cultura del esfuerzo, el compromiso y la cercanía para proyectarlas hacia un entorno global en el que la tecnología y el conocimiento se han convertido en verdaderas palancas del progreso.

Hoy más que nunca es fundamental unir voluntades. Ninguna institución, empresa o persona puede afrontar sola los retos que tenemos por delante. La fortaleza de un ecosistema emprendedor no reside únicamente en el número de iniciativas, sino en la capacidad colectiva para cooperar, compartir conocimiento y avanzar en una misma dirección. Esa visión compartida debe guiar nuestro trabajo desde la Cátedra, orientado a generar información rigurosa, promover la colaboración y contribuir a un desarrollo equilibrado y sostenible para la provincia.

Quiero agradecer la confianza que se ha depositado en mí para afrontar este reto y el compromiso de mis compañeros y compañeras de la Universidad de Jaén, que hacen posible este trabajo con su rigor y esfuerzo. Este informe es también el reflejo de

un equipo que cree en el emprendimiento como herramienta de transformación y en Jaén como un territorio de futuro.



Domingo Fernández Uclés
Director de la Cátedra de Emprendimiento
Fulgencio Meseguer

Apoyando el emprendimiento en Jaén

Desde el Área de Empleo y empresa de la Diputación Provincial de Jaén, quiero expresar mi más firme apoyo y reconocimiento al trabajo riguroso y continuado que, desde la Cátedra Universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer de la Universidad de Jaén, viene realizando desde hace más de 10 años a través del Informe GEM Jaén sobre el emprendimiento en la provincia y el ecosistema que lo configura.

Desde esta Administración, entendemos que disponer de información contrastada, comparable y periódica –como la que aporta el Informe GEM- es indispensable y que junto con otras herramientas de Diagnóstico, Plan Estratégico de la Provincia, Informes del CES provincial, etc., permiten tener un conocimiento de nuestra realidad social, económica y de emprendimiento, así como un apoyo importante en la toma de decisiones que esta administración viene realizando desde hace tiempo.

Sobre la base de lo anterior, durante la última década, la Diputación Provincial de Jaén a través del Área de Empleo, Empresa y Fondos Europeos desde un enfoque de Planificación Estratégica, ha impulsado un conjunto sostenido de programas y proyectos orientados a la mejora de la formación, la recualificación profesional, la igualdad de oportunidades, el apoyo a la promoción empresarial e industrial, y todo sobre un marco de búsqueda del reequilibrio territorial y poblacional.

El conocimiento de las estructuras que crean el emprendimiento en nuestra provincia, unido a las propias particularidades de nuestra población, así como a las nuevas circunstancias que rodean la creación de empresas y empleo, nos han permitido determinar con más precisión, proyectos que redunden positivamente en estos entornos. Atendiendo al conocimiento que da poseer información cierta de nuestros ciudadanos, han surgido iniciativas como la mejora de la Capacitación

Digital de la población, proyectos de Ayudas para jóvenes titulados que desarrollen proyectos empresariales, prácticas de jóvenes titulados en el extranjero, subvenciones para empresas que creen empleo intensivo, etc., en definitiva, un conjunto de acciones que son herramientas principales en la transformación económica y social de nuestros pueblos.

Por último, y enlazando con el inicio de este comentario, destacar que la UJA, en sus más de 30 años de andadura, se ha convertido en uno de los principales ejes de transformación y cambio de esta provincia. La calidad contrastada de sus profesores, así como de los instrumentos de análisis e investigación que han desarrollado, están permitiendo que generaciones de jóvenes estudiantes, hayan accedido a formaciones que están posibilitando cambios presentes y futuros de este territorio.



Luis Miguel Carmona Ruiz
Diputado de Empleo y Empresa.
Diputación Provincial de Jaén.

¿Qué es el GEM?

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) constituye el observatorio sobre emprendimiento más destacado a nivel internacional. Su origen se remonta a 1999, como iniciativa conjunta de la London Business School y el Babson College, y desde entonces se ha consolidado como la principal referencia mundial en el análisis de la actividad emprendedora.

El proyecto GEM se articula a través de una amplia y diversa red de investigadores cualificados y un conjunto de instituciones vinculadas al emprendimiento en más de 80 países, organizados en un consorcio internacional y asociación sin ánimo de lucro. Gracias a esta estructura global, el GEM elabora cada año informes que recogen datos sobre la actividad emprendedora a nivel internacional, nacional, regional y provincial. Asimismo, la red desarrolla estudios monográficos sobre cuestiones específicas de interés para la comunidad académica, el tejido empresarial y los agentes institucionales.

En la edición 2024-2025, el GEM analiza la realidad emprendedora de 51 países de los cinco continentes, mediante encuestas a más de 150.000 personas que representan al 63% de la población mundial y al 78% del PIB global. Además, se han evaluado las condiciones del entorno para emprender en 56 países, a partir de paneles de expertos nacionales y, en el caso de España, también regionales.

Todos los informes se elaboran siguiendo un marco conceptual y teórico común, basado en rigurosas y actualizadas revisiones de la literatura sobre emprendimiento, lo que permite garantizar la comparabilidad internacional (véase Figura 1). En el caso de España, los informes nacionales, autonómicos y provinciales son desarrollados por los miembros del Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) y se encuentran disponibles de manera gratuita en www.gem-spain.com.

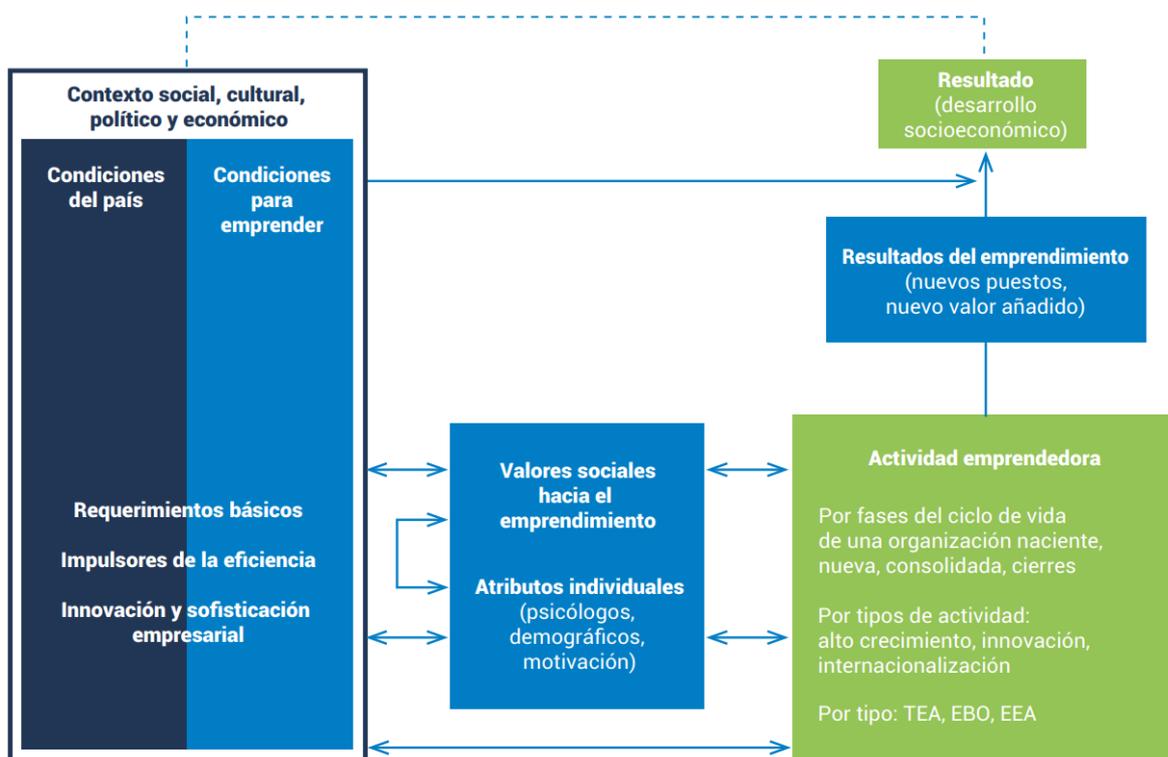


Figura 1. Modelo teórico GEM

¿Cómo obtenemos los datos?

El Observatorio GEM utiliza una metodología uniforme y común para analizar la actividad emprendedora en cada ámbito geográfico, lo cual posibilita que se puedan desarrollar análisis comparativos entre diferentes territorios. Para ello, se emplean tres fuentes de información: una encuesta a la población de 18-64 años, denominada APS (Adult Population Survey); a expertos en emprendimiento, denominada NES (National Expert Survey); y un conjunto de fuentes secundarias de información (artículos

científicos, informes sectoriales, análisis internacionales) que posibilitan la obtención de un mayor nivel de profundidad en la interpretación de los datos.

Poniendo el foco en las encuestas APS y NES, es preciso destacar que ambas están basadas en el marco conceptual del Proyecto GEM, previamente explicado, y que son sometidas a rigurosos controles de calidad que aseguran la homogeneidad de las mismas en todos los territorios. La Tabla 1 refleja las principales características de las mismas.

Universo: Población de 18 a 64 años residente en Jaén
Población objetivo: 392.311 personas (fuente INE)
Muestra: 500 personas
Error muestral: $\pm 4,38\%$ (para el conjunto de la muestra) para un intervalo de confianza del 95,0% (2 sigmas), y bajo el supuesto de máxima indeterminación ($P=Q=50\%$)
Diseño muestral: Distribución proporcional a la población objetivo según ámbito y cruce de sexo por edad agrupada
Metodología: encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI) y online (CAWI)
Periodo de realización de encuestas: de junio a septiembre de 2024

Tabla 1. Ficha Técnica de las encuestas (APS) en Jaén

Para la provincia de Jaén, el estudio de la encuesta APS ha supuesto la realización de 500 encuestas entre la población residente en la provincia de Jaén con edades comprendidas entre 18 y 64 años, realizadas entre junio y sep-

tiembre de 2025. Realizado el trabajo de campo por el Instituto Opinometre. Las entrevistas de la muestra segmentadas por sexo, edad y ámbito se han distribuido de acuerdo con lo recogido en la Tabla 2.

Total	Mujer	Hombre	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urb.
500	253	247	49	98	105	129	119	107	393
%	50,6%	49,4%	9,8%	19,6%	21,0%	25,8%	23,8%	21,4%	78,6%

Tabla 2. Distribución de la muestra APS en Jaén

Resumen ejecutivo

El presente informe constituye la sexta edición del Informe GEM de la provincia de Jaén, cuyo objetivo principal es analizar la actividad emprendedora y el contexto que la condiciona, proporcionando información relevante para la toma de decisiones estratégicas de las administraciones públicas, instituciones académicas y agentes económicos. Al igual que en años anteriores, se adopta una perspectiva integral que combina la percepción de los emprendedores, la evaluación de expertos locales y la comparación con los entornos regional y nacional. Este enfoque permite identificar tendencias, fortalezas y debilidades del ecosistema emprendedor jiennense, así como orientar la implementación de políticas, programas y estrategias de apoyo al emprendimiento en la provincia.

Percepción de oportunidades y potencial emprendedor

En 2024, únicamente el 21 % de la población de 18 a 64 años en Jaén percibe oportunidades favorables para emprender, lo que supone un descenso de 5,35 puntos respecto a 2023. Esta cifra se sitúa por debajo de la media andaluza (30 %) y nacional (29 %), reflejando una visión más cautelosa frente al emprendimiento. A pesar de ello, el 54 % de la población considera tener los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, superando la media nacional (48 %) y andaluza (46 %). La principal barrera percibida sigue siendo el miedo al fracaso, aunque ha descendido de forma notable, del 61,8 % en 2023 al 48 % en 2024, constituyendo la caída más pronunciada de España. Otros factores condicionantes incluyen la percepción de igualdad social (54,7 %), el estatus socioeconómico (47,4 %) y las oportunidades profesionales (44,6 %), reflejando la coexistencia de oportunidades y limitaciones en el potencial emprendedor provincial.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

La intención de emprender en Jaén se situó en el 8,7 % de la población adulta, inferior a la media andaluza (9,9 %) y nacional (11,2 %), mostrando un retroceso respecto a 2023. La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) alcanzó el 5,5 %, colocando a Jaén entre las provincias con menor dinamismo emprendedor del país, junto a Navarra, Asturias, Canarias y La Rioja. La creación de empresas nacientes y nuevas presenta cifras inferiores a los promedios regional y nacional, mientras que la consolidación empresarial destaca con un 8 %, superando a Andalucía (6,3 %) y España (6,8 %), evidenciando la resiliencia del tejido productivo. La tasa de abandono empresarial se situó en 2,3 %, mejor que la media nacional (3,5 %) pero ligeramente por encima de Andalucía (1,6 %), reflejando un equilibrio entre oportunidades y desafíos para la permanencia de los negocios.

Condiciones del entorno emprendedor

El entorno de Jaén se analiza mediante nueve dimensiones evaluadas por expertos: financiación, políticas y programas gubernamentales, educación y formación, transferencia de I+D, infraestructuras comerciales y físicas, apertura del mercado, normas sociales y culturales y NECI (Índice de Contexto Emprendedor). La financiación se realiza principalmente mediante subvenciones públicas, préstamos privados y apoyo informal de amigos y familiares, con escasa presencia de business angels y capital riesgo, reflejando dificultades estructurales. Las políticas y programas gubernamentales obtienen una valoración general baja, evidenciando la necesidad de simplificar trámites y adaptar los programas a las necesidades de los emprendedores. La educación y formación emprendedora resulta adecuada en etapas post-escolares y en escuelas de negocio, mientras que la educación primaria y secundaria requiere refuerzo, especialmente en formación práctica y

competencias blandas. La transferencia de I+D muestra retroceso, salvo en apoyo a empresas de base tecnológica, y se recomienda reforzar la conexión entre investigación y empresas. Las infraestructuras y el mercado presentan mejoras en acceso físico y dinamismo del mercado interno, aunque persisten barreras de acceso y se evidencia la necesidad de internacionalización. Las normas sociales y culturales obtienen valoración baja, con retrocesos respecto a 2023, destacando la aversión al riesgo, escasa creatividad y limitada valoración del esfuerzo individual. En comparación con Andalucía y España, Jaén presenta márgenes de mejora en la mayoría de los factores analizados, aunque destaca positivamente en educación emprendedora en etapa escolar y apertura del mercado interno. El NECI provincial en 2024 se sitúa en 4,1, una cifra ligeramente inferior a la de Andalucía (4,7) y España (4,3), lo que señala oportunidades claras para reforzar el ecosistema emprendedor en el territorio.

Factores impulsores y recomendaciones

Los principales factores que favorecen la creación de empresas en Jaén son los programas gubernamentales (21,1 %) y la transformación digital (18,4 %), seguidos de educación y formación y clima económico (13,2 %). Una menor relevancia presenta los costes laborales, normas culturales, transferencia de I+D y el apoyo financiero (2,6 %). Las recomendaciones de mejora priorizan infraestructuras físicas y de servicios (26,3 %), especialmente transporte y telecomunicaciones; reducción de costes laborales, acceso y regulación, y aumento del apoyo financiero (15,8 %); fortalecimiento de la educación emprendedora desde etapas escolares (13,2 %) y desarrollo de programas gubernamentales adaptados a emprendedores (10,5 %). La inteligencia artificial (IA) y la digitalización emergen como ejes estratégicos para el ecosistema emprendedor en Jaén. La conciencia sobre la IA es alta, con puntuaciones de 5,93–6,07/10, pero

su implementación y formación práctica son limitadas, con valores de 3,05–3,63/10. Las empresas nacientes muestran mayor entusiasmo por la IA y adopción de herramientas digitales, mientras que los propietarios y gerentes consolidados mantienen un enfoque pragmático. La convergencia de ambos perfiles se considera clave para acelerar la transformación digital y potenciar la competitividad del tejido empresarial.

Conclusiones

El ecosistema emprendedor de Jaén presenta un alto potencial, especialmente en educación, emprendimiento femenino y consolidación empresarial, pero enfrenta debilidades significativas en financiación privada, programas y políticas gubernamentales adaptados, infraestructuras físicas y comerciales, así como normas culturales y sociales que fomenten la iniciativa y tolerancia al riesgo. El fortalecimiento del entorno requerirá una estrategia integral que combine la promoción de la formación práctica y competencias blandas, la mejora de la financiación privada, la adaptación de programas gubernamentales, el impulso de la digitalización y la IA, y la consolidación de valores culturales favorables al emprendimiento.

Cuadro de indicadores

Objetivos	Indicadores	Descripción	2023	2024	2025	
Mayor número de emprendedores	TEA	% 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva	4,5	5,4	5,5	↑
Mayor número de mujeres emprendedoras	TEA femenina	% 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva	5	5,9	6,3	↑
Mayor número de empresas consolidadas	Empresas consolidadas	% 18-64 población, Sí: actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses activa	7,3	7,6	8	↑
Menos número de cierres	Empresas que han cerrado	% 18-64 población, Sí: ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses	0,8	3,8	2,3	↓

Tabla 3. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Jaén: perspectiva de resultados.

Flor de Mágina

Nombre de la emprendedora:

María Contreras Gila

Nombre del Negocio:

Flor de Mágina

Ubicación del negocio:

Albánchez de Mágina (Jaén)

Web:

www.flordemagina.es

Año Lanzamiento:

septiembre 1996



Breve descripción de la empresa

Flor de Mágina es una empresa familiar dedicada a la fabricación y distribución de productos de panadería y repostería gourmet totalmente artesanal, cuyo principal objetivo es satisfacer los paladares más exigentes, respetando el entorno, la tradición y la salud de quienes los consumen.

Nuestro objetivo es convertirnos en un referente dentro del sector, distinguiéndonos por la calidad, autenticidad y exclusividad de nuestros productos.

¿Cómo surgió la idea?

Flor de Mágina no es solo una idea, es la continuidad de un legado que comenzó en el año 1890 en un pequeño pueblo de Sierra Mágina, y que gracias a la visión y gestión de María Contreras hoy trasciende nuestras fronteras, haciendo así de una pequeña panadería de pueblo una empresa que cuenta con 6 marcas registradas y que ya ha dado la vuelta al mundo.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

En Flor de Mágina, creemos que emprendedores son todas aquellas personas que tienen la capacidad y el valor necesario para desarrollar su propio proyecto, haciendo así de su sueño una realidad.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo.

El impacto de nuestro proyecto en el entorno es muy importante puesto que aprovechamos las materias primas del entorno para elaborar el producto, las instalaciones están en nuestro pueblo y permite proyectar el nombre y la tradición del vino de Torreperogil al resto del país.

¿En qué medida estás percibiendo que tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

María Contreras empezó trabajando como autónoma, y más tarde creó la sociedad limitada unipersonal "Biomágina Grupo María Contreras Gila", por lo que se trata de un negocio impulsado y perteneciente únicamente a María.

Respecto a su principal apoyo, este siempre fue su padre, de quien heredó además del amor por su negocio la sabiduría y el buen hacer necesario para sacar su negocio al mundo.

Actualmente contamos también en la empresa con la siguiente generación, que lleva años formándose en diversas áreas como administración, negociación o comercio internacional.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio.

Probablemente el obstáculo más importante ha sido la ubicación de la empresa en un entorno rural, en el que apenas había empresas y, por tanto, los servicios de distribución (entrega y recogida de mercancías) era una odisea, por lo que en muchas ocasiones era la empresa la que tenía que hacer la recogida de materia prima y la entrega del producto terminado en las distintas agencias de distribución.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Considero que la ayuda más necesaria para los emprendedores es la ayuda económica puesto que es esencial para reducir las barreras de entrada, ya que

muchos proyectos no llegan a iniciarse por no contar con el capital inicial necesario.

Por otro lado, es fundamental la ayuda formativa. Entendemos que, si emprendes en algún aspecto, es porque conoces la materia sobre la que vas a emprender, pero eso no significa que tengas los conocimientos necesarios sobre finanzas o marketing.

Además, es fundamental el apoyo de entidades, asociaciones y organismos oficiales que contribuyan al desarrollo y la expansión.

¿En qué medida estás percibiendo que el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido

Cuidar el entorno social y medioambiental siempre ha sido una prioridad para Flor de Mágina, por lo que en nuestros productos solo intervienen materias primas naturales, como el aceite de oliva virgen extra de Jaén, aunque sin renunciar a los ingredientes más exclusivos como chocolate bel-

ga o canela de Ceylán, sin incluir ningún tipo de colorantes ni conservantes. Actualmente somos el único obrador de la provincia de Jaén recomendado por la Sociedad Andaluza para el Estudio de Intolerancias Alimentarias (SAEIA).

En esta misma línea, nuestros hornos funcionan con leña de olivo, una fuente de energía renovable que mantiene viva la tradición artesanal, y al provenir de podas y aprovechamientos locales, se integra un modelo de economía circular que reduce la dependencia de combustibles fósiles y favorece un sistema de producción más sostenible.

Algo que os gustaría añadir

En Flor de Mágina buscamos acercar nuestros productos al mayor número posible de consumidores, por lo que valoramos y necesitamos el apoyo de organismos, asociaciones y entidades cuya labor esté orientada a impulsar y facilitar el desarrollo de proyectos como el nuestro.

Fenómeno emprendedor en Jaén

1.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población giennense de 18-64 años

Este capítulo se va a centrar en aspectos relacionados con el plano psicológico y las apreciaciones personales de la población adulta, porque son aptitudes determinantes para que una persona reconozca e identifique oportunidades para crear un nuevo negocio. Por ello, se presentan y analizan las percepciones que posee la población giennense de edad entre 18 y 64 años, en relación con factores de carácter subjetivo y características de los emprendedores. Respecto a las características de los emprendedores se analizan: las aptitudes para reconocer oportunidades; la autoconfianza en sus conocimientos y habilidades para emprender y el miedo al fracaso.

1.1.1. La percepción de la población giennense sobre sus valores y aptitudes para emprender

El emprendimiento se inicia con la detección de una posible oportunidad y la estrategia para materializarla. Es cierto que un entorno empresarial favorable fomenta el surgimiento de nuevas empresas. Sin embargo, la elección de emprender depende en gran medida de

las apreciaciones personales que los emprendedores hacen sobre las oportunidades disponibles en un lugar determinado. A menudo, la oportunidad de negocio no está latente en el entorno, sino que es el propio emprendedor, a través de su actividad innovadora, quien la genera. Por ende, la existencia de un ecosistema propicio no es suficiente; los emprendedores necesitan reconocer y considerar las oportunidades de manera adecuada. Precisamente para entender esto, en el proyecto GEM se pregunta sobre la percepción que tiene la población respecto a la existencia de oportunidades para emprender.

Durante el año 2024, la percepción de oportunidades favorables para emprender en la provincia de Jaén se situó en un 21% entre la población de 18 a 64 años, marcando una bajada de 5,35 puntos porcentuales con respecto a 2023. Este valor sigue siendo inferior al 30% registrado en Andalucía y al 29% de la media nacional. En consecuencia, se puede inferir que la población giennense tiene una visión más cautelosa sobre las oportunidades para iniciar negocios en su provincia, en comparación con los promedios regional y nacional, y con la mayoría de las demás provincias, tal y como se puede apreciar en la Figura 2.

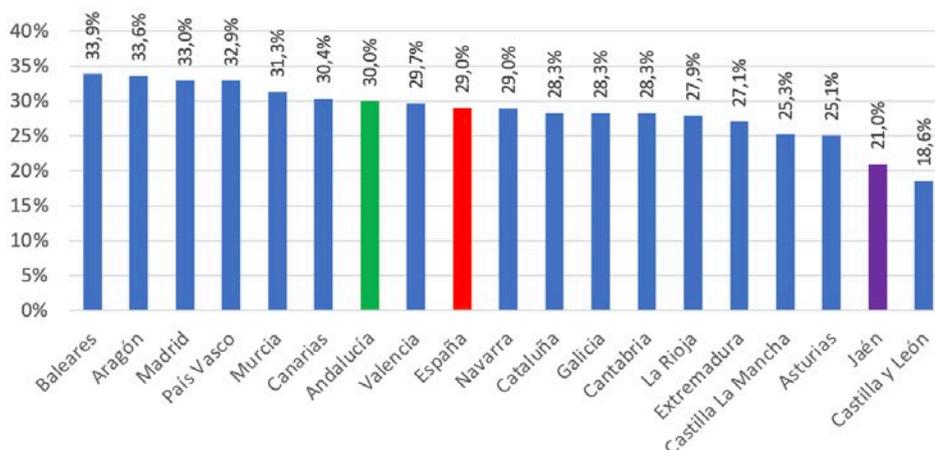


Figura 2. Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2024.

La Figura 3 destaca la volatilidad en la percepción de oportunidades emprendedoras durante los últimos años. Tras el retroceso de 2022, 2023 trajo una recuperación notable, con Jaén alcanzando el 26,35% y Andalucía y España situándose en un 31%. Sin embargo, las expectativas de los emprendedores han vuelto a caer en 2024, bajando Jaén al 21%, la media andaluza al 30%, y España al 29%.

Los datos de 2022 a 2024 revelan una percepción volátil de las oportunidades emprendedoras, con un patrón de recuperación en 2023 seguido de una disminución generalizada en 2024. Jaén se situó consistentemente por debajo de la media andaluza y nacional, registrando los valores más bajos y una caída más pronunciada en 2024, lo que sugiere un panorama menos optimista en la provincia respecto al emprendimiento. En comparación, Andalucía se mantuvo en estos dos últimos años con los porcentajes más altos, mostrando una mayor resiliencia. España, por su parte, experimentó una importante recuperación en 2023 que la equiparó a Andalucía, pero esta no se ha mantenido en 2024.

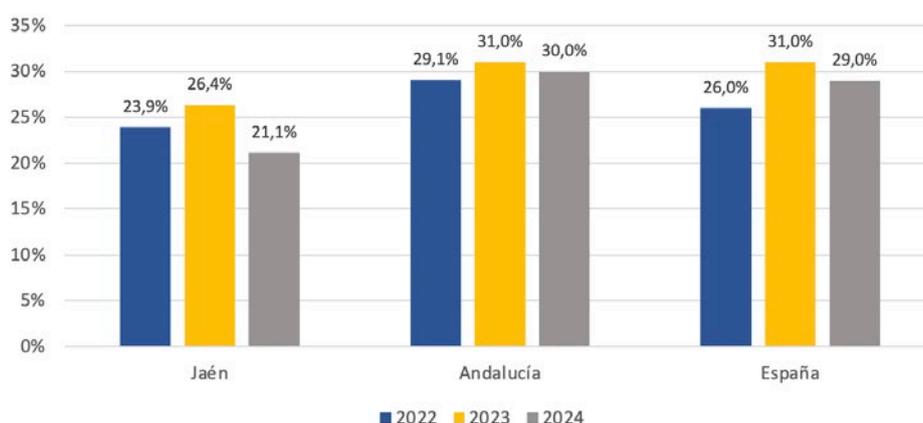


Figura 3. Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén, Andalucía y España, 2022-2024

1.1.2. Percepción de la población giennense sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento

La investigación previa en el ámbito del emprendimiento destaca la importancia de que quienes emprenden posean los conocimientos y habilidades necesarios, así como el contacto con otros emprendedores. Esta interacción facilita el acceso al capital humano y social indispensables para aprovechar las oportunidades detectadas en el entorno (Davidsson, 1995; Deverell y Olson, 2010). Para el desarrollo y concreción de iniciativas emprendedoras, resulta fundamental que las personas reconozcan y confíen en sus propias capacidades. En este contexto, diversos estudios señalan que el nivel educativo de la población constituye un factor relevante en la toma de decisiones relacionadas con el emprendimiento (Campbell et al., 2017).

En relación con la percepción sobre la disponibilidad de capital humano para emprender en 2024, el 54% de la población de Jaén considera

que posee los conocimientos y habilidades necesarios para la creación de una empresa. La figura 4 ilustra la posición relativa de Jaén en el contexto autonómico y nacional. La media nacional, situada en un 48%, es inferior a la tasa giennense, que alcanza el 54%, mientras que la media andaluza, con un 46%, se encuentra por debajo de ambas. Estos datos permiten afirmar que los habitantes de Jaén se perciben como más autoeficaces desde una perspectiva emprendedora en comparación con los promedios español y andaluz.

No obstante, esta percepción de contar con las capacidades necesarias para emprender ha experimentado en 2024 una tendencia generalizada a la baja respecto al año anterior. A nivel nacional, el porcentaje descendió del 53% al 48%; en Andalucía, la caída fue más pronunciada, pasando del 62% al 46%; y en Jaén también se registró un descenso, del 57,7% al 54%. Si bien la reducción a nivel nacional fue de 5 puntos porcentuales, la disminución en Andalucía superó ampliamente esta cifra, alcanzando 16 puntos

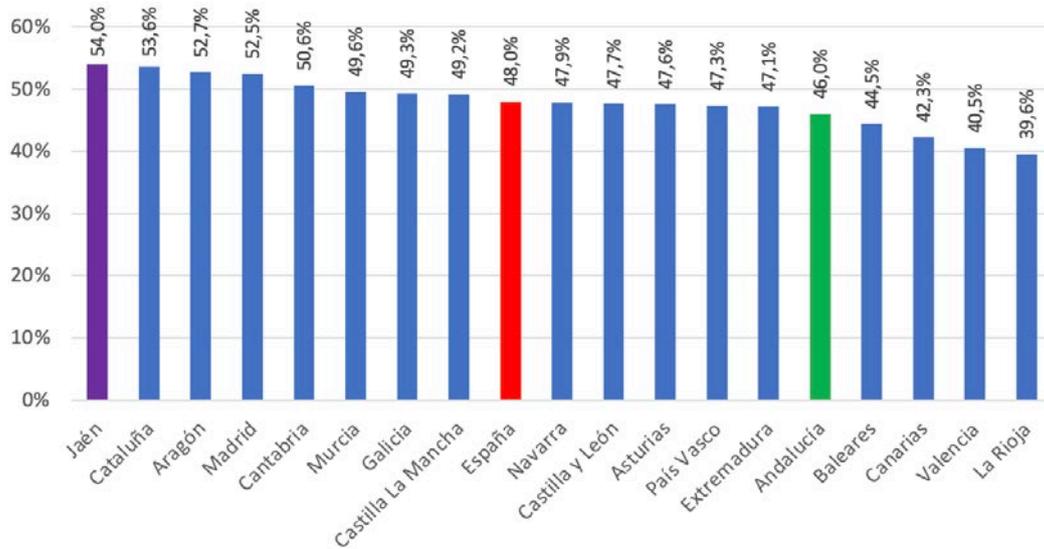


Figura 4. La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2024.

porcentuales, mientras que en Jaén el retroceso fue de 3,7 puntos porcentuales.

El miedo al fracaso, respaldado por evidencia empírica en investigaciones previas, se identifica como un factor que condiciona negativamente la decisión de emprender (Langowitz y Minniti, 2007; Minniti, 2009). El temor a no recuperar la inversión realizada en un nuevo negocio suele frenar iniciativas emprendedoras con potencial de crecimiento. En el año 2024, el 52% de la población española percibe que dicho miedo constituiría un impedimento para iniciar una actividad empresarial, cifra que representa un incremento cercano a cuatro puntos porcentuales en comparación con el año anterior (48,3%).

En Andalucía, para el año 2024, el porcentaje de la población que identifica el miedo al fracaso como un factor limitante en el proceso emprendedor se sitúa en un 51,9%, registrando un aumento cercano a tres puntos porcentuales respecto al 49% registrado en 2023, comportamiento que resulta muy similar al observado a nivel nacional. En el caso específico de Jaén, tanto el miedo al fracaso como la aversión al riesgo se configuran como factores clave que limitan la formación de la intención emprendedora y en la posterior implantación de la empresa. No obstante, en Jaén se observa una notable disminución en la percepción del miedo al fracaso en 2024, que pasa del 61,8% en 2023 al 48% en 2024, una reducción considerablemente mayor que la registrada a nivel andaluz y nacional. Por ello, se constata que la percepción del miedo al fracaso

entre la población de Jaén es inferior (48%) en comparación con la media andaluza (51,9%) y la española (52%). Esta evolución sugiere que dicho temor ha perdido relevancia como factor limitante para emprender en Jaén, y estamos por debajo de la media emprendedora española, andaluza y del resto de comunidades autónomas. Adicionalmente, al indagar sobre las variables que influyen en la decisión de iniciar un nuevo proyecto empresarial, el miedo al fracaso continúa siendo el determinante principal, señalado por un 58,5% de los encuestados, seguido de la percepción sobre la igualdad en la sociedad (54,7%), el estatus social y económico (47,4%), las buenas oportunidades desde una perspectiva profesional (44,6%) y, finalmente, el rol de los medios de comunicación (39,4%) (Tabla 3).

	2024
Miedo al fracaso	58,5%
Concepción más o menos igualitaria de la sociedad	54,7%
Estatus social y económico	47,4%
Buena opción profesional	44,6%
Rol de los medios de comunicación	39,4%

Tabla 4. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén 2024.

En definitiva, y tal como se refleja en la Figura 5, que presenta la comparación del impacto del miedo al fracaso como obstáculo entre las diferentes comunidades autónomas y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, se observa que el índice correspondiente a la provincia de Jaén ha disminuido en 14 puntos porcentuales respecto a 2023 (61,8%). Asimismo, este valor se sitúa por debajo del registrado en cualquier otra comunidad o ciudad autónoma del territorio español.

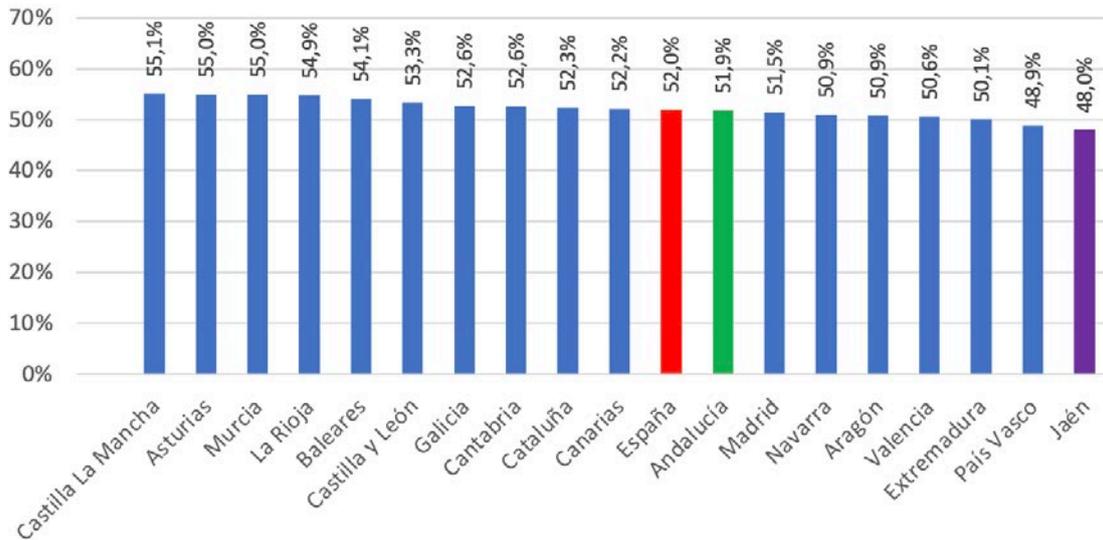


Figura 5. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2024.

Centro ecuestre La Estribera

Nombre del emprendedor:

Diego Antonio Serrano Romero

Nombre del Negocio:

Centro Ecuestre La Estribera

Ubicación del negocio:

Carretera de La Guardia, km.5 (Jaén)

Web: www.laestribera.es

Año Lanzamiento:

2022



Breve descripción de la empresa

Descubre nuestra escuela ecuestre y aprende a domar como un profesional. Descubre la magia de la equitación en nuestra escuela ecuestre. Sumérgete en un ambiente donde la conexión con los caballos se convierte en arte. Aprende las técnicas de doma con maestros profesionales que te guiarán en cada paso. Nuestra escuela es el lugar perfecto para desarrollar tus habilidades ecuestres y experimentar la elegancia y gracia de este deporte.

¿Cómo surgió la idea?

Desde muy joven, siempre tuve una gran afición por los caballos y, a lo largo de los años, llegué a tener mis propios ejemplares. Mi sueño de tener un negocio propio fue creciendo de manera natural, pero la crisis en el sector de la construcción me dejó sin trabajo y me dio el empujón que necesitaba para retomar esa idea que había estado en mi mente durante tanto tiempo. Fue un

proceso lento y desafiante, pero finalmente logré materializar mi sueño.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Ser emprendedor, para mí, representa la oportunidad de gestionar mi propio tiempo y dedicarme a lo que realmente me apasiona. Además, me permite crear un impacto positivo en la comunidad, ofreciendo puestos de trabajo y generando una red de oportunidades para otros. Es, sin duda, un camino de mucha libertad pero también de mucha responsabilidad.

¿Cuáles han sido los obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio?

Uno de los principales obstáculos fue conseguir la financiación inicial. Fue un proceso largo y complicado, lleno de puertas cerradas, pero no me rendí. Aunque al principio todo parecía un desafío insuperable, trabajé incansablemente hasta conseguir los recursos necesarios para dar vida al proyecto. La perseverancia fue clave para poder materializar la idea.

¿En qué medida estás percibiendo que tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

El cuidado del medio ambiente es algo que siempre ha estado en el centro de nuestra filosofía. Dado que nuestro negocio opera en un entorno natural al aire libre, la sostenibilidad es clave. Nuestras instalaciones están ubicadas en un olivar ecológico, y nos aseguramos de que las prácticas que utilizamos sean respetuosas con el entorno. Por ejemplo, abonamos nuestras olivas utilizando estiércol de nuestros propios animales, cerrando el ciclo de manera responsable. Además, hemos implementado un sistema de reciclaje en nuestras instalaciones, y nuestros alumnos están comprometidos con esta práctica. Contamos con un mueble con cubos de reciclaje de diferentes colores para facilitar esta tarea.

¿Qué medidas o ayudas consideras más necesarias para impulsar el emprendimiento?

A mi juicio, lo más importante para impulsar un

negocio es darse a conocer. La visibilidad es crucial, y la publicidad juega un papel fundamental. Sin embargo, el gran reto es contar con los recursos económicos suficientes para poder invertir en marketing, especialmente cuando el presupuesto es limitado en las etapas iniciales. Las ayudas económicas o los programas de subvenciones para emprendedores serían una excelente herramienta para facilitar ese primer paso y reducir las barreras de entrada.

¿En qué medida estás percibiendo que el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido

El cuidado del medio ambiente es algo que siempre ha estado en el centro de nuestra filosofía.

Dado que nuestro negocio opera en un entorno natural al aire libre, la sostenibilidad es clave. Nuestras instalaciones están ubicadas en un olivar ecológico, y nos aseguramos de que las prácticas que utilizamos sean respetuosas con el entorno. Por ejemplo, abonamos nuestras olivas utilizando estiércol de nuestros propios animales, cerrando el ciclo de manera responsable. Además, hemos implementado un sistema de reciclaje en nuestras instalaciones, y nuestros alumnos están comprometidos con esta práctica. Contamos con un mueble con cubos de reciclaje de diferentes colores para facilitar esta tarea.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Jaén

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

Este capítulo analiza en profundidad la actividad y dinámica emprendedora de la provincia de Jaén durante el año 2024, estructurando el análisis conforme a las fases del proceso emprendedor definidas por la metodología del GEM. La tasa de emprendimiento de un territorio, como es el caso de Jaén, depende en gran medida del número de personas dispuestas a iniciar una actividad económica por cuenta propia, lo cual parte de un elemento fundamental: la intención emprendedora de la población adulta. Sin esa intención, el proceso emprendedor no podría desarrollarse.

En este marco, el proyecto GEM mide anualmente distintos indicadores clave: emprendedores potenciales, es decir el porcentaje de la población adulta —entre 18 y 64 años— que no descartan la idea de emprender en los próximos 3 años, la tasa de personas que son propietarios o copropietarios fundadores de iniciativas de nueva creación con una vida inferior a los tres meses, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no excede ese tiempo (tasa de emprendedores con iniciativas nacientes); aquellos cuyas iniciativas se encuentran operativas en el mercado y pagan salarios desde hace entre tres y cuarenta y dos meses (tasa de emprendedores con iniciativas nuevas); y quienes gestionan empresas con más de 42 meses de actividad (tasa de emprendimiento a cargo de iniciativas consolidadas).

Además, se determina la tasa de actividad emprendedora (TEA) de una región o país, principal indicador del proyecto GEM a nivel internacional, que refleja el porcentaje de la población adulta involucrada en la fase central del proceso emprendedor (naciente

y nuevo). Por último, también se cuantifica anualmente el porcentaje de personas adultas que han cerrado o traspasado su negocio en los últimos doce meses, como indicador del abandono de la actividad emprendedora. La Figura 6 ofrece una representación gráfica del proceso emprendedor en la provincia durante el año analizado.

Este capítulo analiza en profundidad la actividad y dinámica emprendedora en la provincia de Jaén durante 2024, siguiendo las fases del proceso emprendedor definidas por la metodología GEM. Se consideran los cuatro perfiles indicados anteriormente: el emprendedor potencial (con intención de emprender), el emprendedor naciente (en proceso de creación o con menos de tres meses de actividad), el emprendedor nuevo (con una empresa de entre tres y cuarenta y dos meses de antigüedad) y el empresario consolidado (propietario o gestor de una empresa con más de 42 meses).

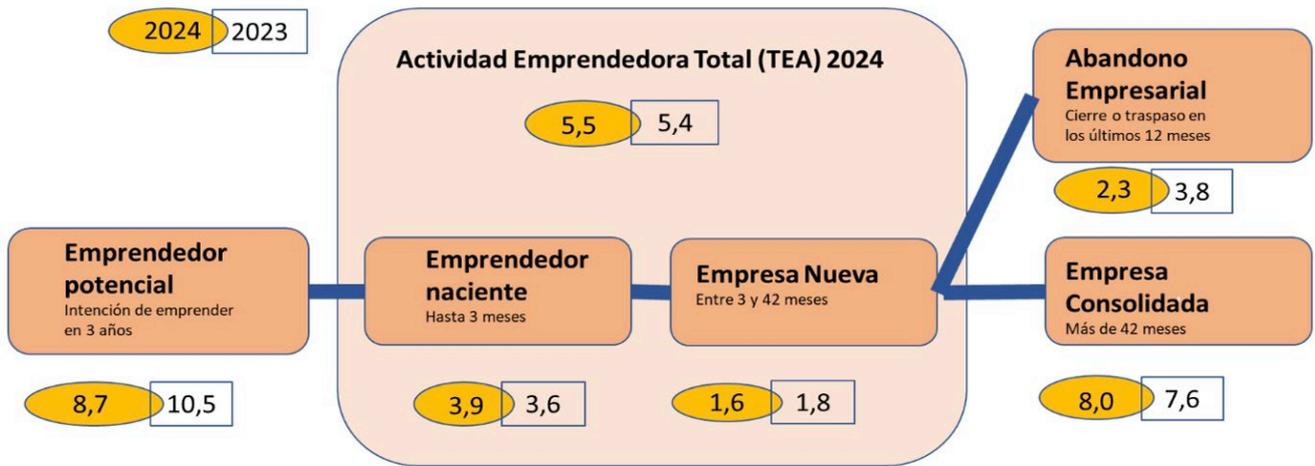


Figura 6. Proceso emprendedor en Jaén 2024 (GEM-Andalucía APS 2023 y 2024)

Los datos de 2024 muestran una disminución en la intención emprendedora en Jaén: el 8,7% de los adultos encuestados manifestó su disposición a emprender en los próximos tres años. Esta cifra está por debajo de las medias de Andalucía (9,9%) y España (11,2%), y además representa un descenso de 1,8 puntos porcentuales respecto a 2023. Esta caída sugiere una reducción en la reserva de futuros emprendedores y podría anticipar dificultades para la generación de nuevas iniciativas si la tendencia se mantiene.

A pesar de la disminución en la intención de emprender, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Jaén aumentó ligeramente en 2024, alcanzando el 5,5% (+0,1 puntos porcentuales). Este crecimiento se debe principalmente al aumento de la tasa de emprendedores nacientes, que llegó al 3,9%, lo que indica que, aunque menos personas planean emprender, quienes deciden hacerlo están comenzando sus proyectos. Sin embargo, la TEA de Jaén sigue siendo menor que la media de España (7,2%) y Andalucía (7%), lo que muestra que la provincia todavía no crea nuevas empresas al ritmo del resto del país. Por otro lado, la tasa de emprendedores nuevos (1,6%) disminuyó un poco y también está por debajo de los promedios nacional (2,7%) y an-

daluz (2,2%). Esta caída en la fase de 'empresas nuevas' podría reflejar dificultades en la supervivencia temprana de los negocios, lo que afectaría la consolidación del tejido empresarial a corto y medio plazo.

A pesar de los retos en las fases iniciales, la provincia muestra una notable resiliencia en la continuidad empresarial. La tasa de abandono experimentó una apreciable disminución, situándose en un 2,3%. Más significativa aún es la evolución de la tasa de empresas consolidadas, que alcanza un nivel del 8%, superando ampliamente tanto la media andaluza (6,3%) como la nacional (6,8%). Estos datos reflejan una mejora en la estabilidad de las empresas jiennenses y, lo que es más importante, un mayor potencial de crecimiento a largo plazo para la actividad emprendedora en la provincia. Esto podría compensar la menor intención de emprender y las dificultades en la fase de empresas nuevas, asegurando así una base empresarial más sólida para el futuro.

2.2. Potencial emprendedor.

En el marco del proyecto GEM, la figura del emprendedor potencial se define por la intención de iniciar un negocio, medida a través de la siguiente pregunta dirigida a la población

adulta (18-64 años): “¿Espera usted crear una empresa en los próximos tres años?” Los datos de 2024 para Jaén muestran que el 8,7 % de su población se identifica con esta categoría, un valor inferior a la media nacional (11,2 %) y a la andaluza (9,9 %). Aún más preocupante es la caída de 1,8 puntos porcentuales respecto a 2023, aunque esta reducción es menos acusada que la registrada en Andalucía (2,8 puntos). A nivel nacional, en cambio, el indicador se ha mantenido estable.

Tal y como se recoge en el informe nacional tras el periodo de incertidumbre vivido en 2020, el proyecto GEM ha evidenciado un aumento de la intención emprendedora en España que no se producía desde 2012. Sin embargo, en 2024 el porcentaje de personas con intención de emprender en los próximos tres años se estanca, manteniendo el 11,2% del año anterior.

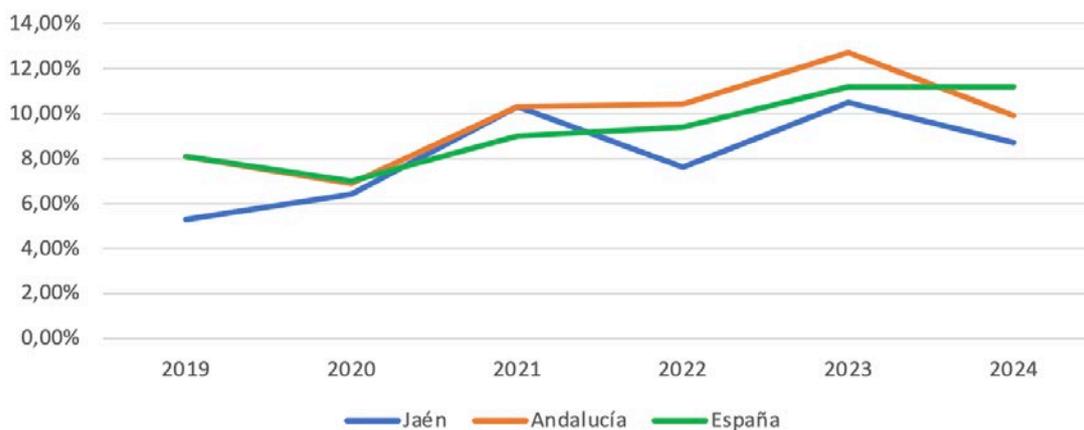


Figura 7: Evolución del potencial emprendedor de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2024).

La evolución temporal, representada en la Figura 7, evidencia esta disparidad: la recuperación de la intención emprendedora observada en 2023 se ha disipado en 2024 tanto en Jaén como en Andalucía, en contraste con la estabilidad del conjunto de España. Esta tendencia sugiere que la población jiennense, y en mayor medida la andaluza, es especialmente sensible a las condiciones del entorno a la hora de plantearse emprender. La actual disminución de emprendedores potenciales en ambos territorios representa una señal de alerta para la futura Tasa de Actividad Emprendedora (TEA). Si no se revierte esta trayectoria, podría producirse una contracción en la creación de nuevas empresas en los próximos años, lo que exige una respuesta estratégica orientada a fortalecer un ecosistema más resistente ante las fluctuaciones externas.

El análisis de los datos de 2024 revela una notable disparidad en la proporción de personas que manifiestan intención de emprender en

las distintas comunidades autónomas. Destacan de forma positiva la Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha y Madrid, todas por encima de la media nacional del 11,2 % (véase Figura 8). Este mayor dinamismo podría estar relacionado con una percepción más favorable del emprendimiento como opción de desarrollo profesional. Si esta tendencia se consolida, es posible que en los próximos años se traduzca en un aumento de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) y en un mayor número de empresas consolidadas, aunque estos efectos no serán inmediatos.

En el extremo opuesto, regiones como el País Vasco, La Rioja, Navarra y Asturias presentan tasas significativamente inferiores al 7,03 %, lo que sugiere un entorno menos propicio para la iniciativa empresarial. En cuanto a la provincia de Jaén, su indicador se sitúa por debajo de la media nacional, aunque se mantiene en niveles cercanos a los del conjunto andaluz.

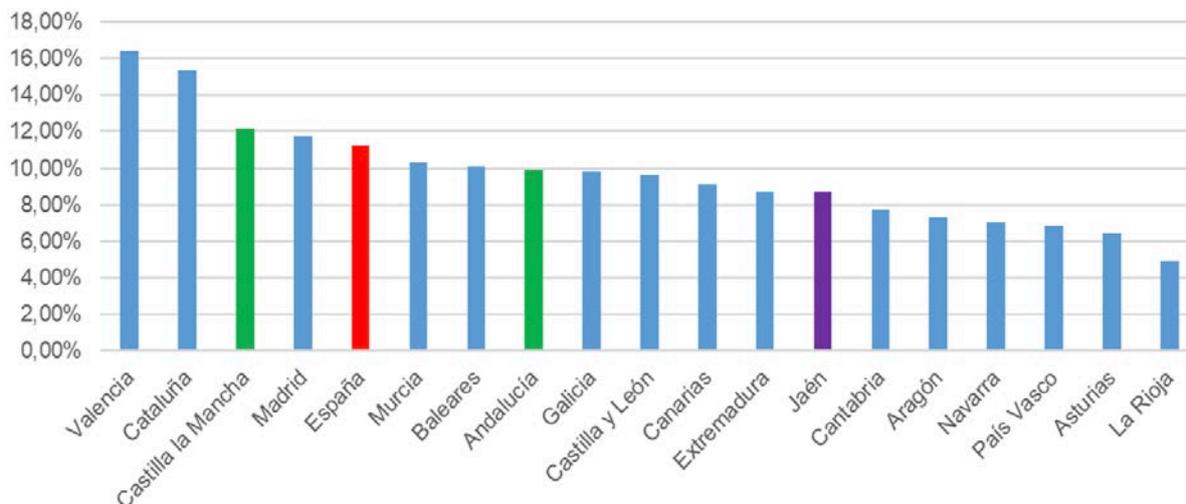


Figura 8: Emprendedores potenciales en las regiones españolas 2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2024)

2.3. Tasa de actividad Emprendedora (TEA)

La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), que abarca iniciativas con menos de tres años y medio de antigüedad —desde las nacientes (menos de tres meses) hasta las nuevas (entre tres y cuarenta y dos meses)—, muestra dinámicas particulares en Jaén durante 2024. Según la Figura 9, la provincia alcanzó un 5,5 %, lo que supone un leve incremento de 0,1 puntos porcentuales respecto al año anterior, impulsado

principalmente por el crecimiento de emprendedores nacientes. Aunque este avance acerca a Jaén a sus niveles prepandemia de 2019 (5,7 %), aún no logra superar los registros anteriores a la crisis sanitaria y económica de 2020-2021, a diferencia de las tendencias nacional y andaluza. Esta brecha persistente plantea un reto para la plena recuperación del dinamismo emprendedor local y podría afectar el desarrollo económico a medio plazo.

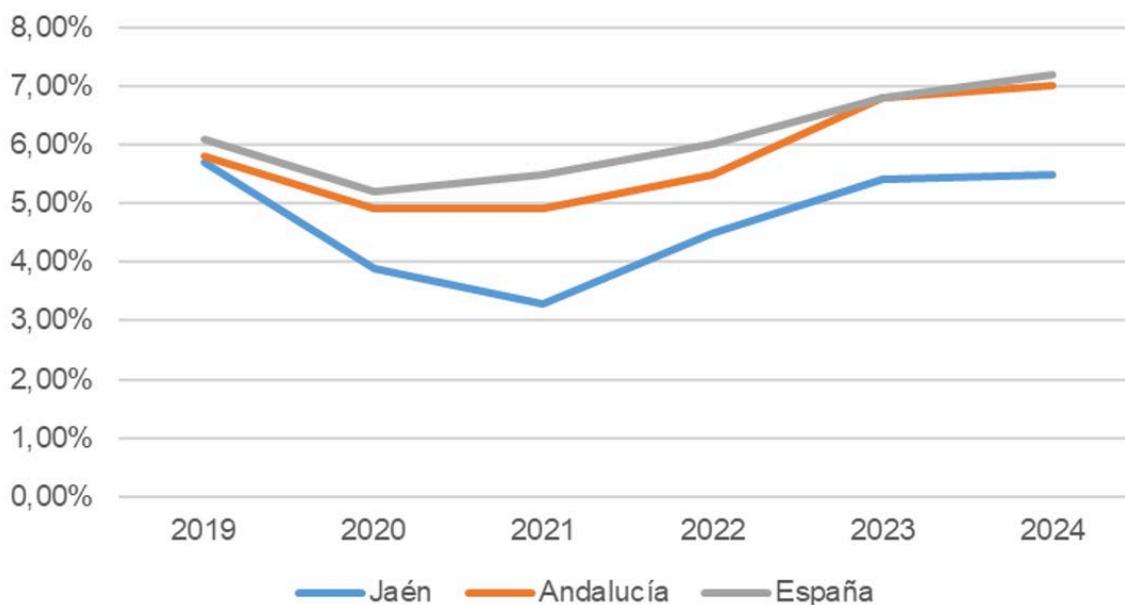


Figura 9: Evolución de la TEA de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Un análisis más detallado de la composición de la TEA en la provincia, representado en la Figura 10, revela un panorama mixto en términos de género. En comparación con 2023, se observa un aumento en la participación tanto de hombres (2,2 puntos porcentuales) como de mujeres (0,4 puntos), con un crecimiento especialmente destacado en el segmento masculino. Esta evolución ha reducido la brecha de género en el emprendimiento potencial en 1,6 puntos, inclinándolo levemente a favor de las mujeres. Aunque el incremento general es positivo, la diferencia en el ritmo de crecimiento podría limitar la equidad y diversidad del ecosistema emprendedor si no se corrige, lo que subraya la necesidad de estrategias específicas para fortalecer la participación femenina.

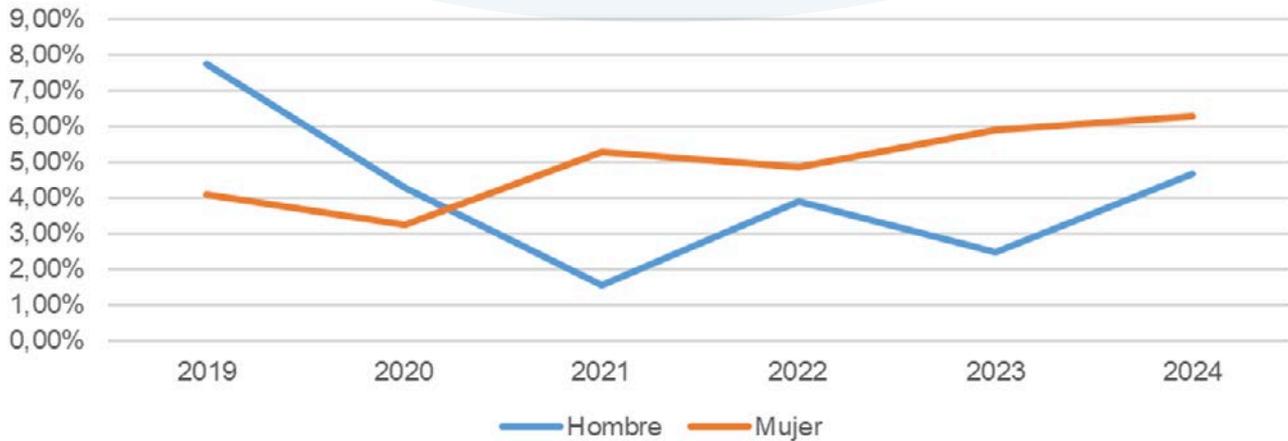


Figura 10. TEA en función del género Jaén (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024)

El panorama de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) a nivel nacional en 2024 muestra una clara heterogeneidad regional, como se refleja en la Figura 11. Destacan por su dinamismo la Comunidad de Madrid, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Baleares, todas ellas por encima del promedio nacional del 7,2%, consolidándose como núcleos de intensa actividad emprendedora.

En contraste, la provincia de Jaén se sitúa por debajo de esta media, lo que refleja un retraso en la generación de nuevas iniciativas empresariales respecto al conjunto del país. Jaén forma parte de un grupo con menor vigor emprendedor, junto a regiones como Navarra, Asturias, Canarias y La Rioja, que registran las tasas más bajas. Esta disparidad geográfica indica la presencia de factores internos que favorecen o limitan la creación de empresas y que, si no se atienden, podrían ampliar las brechas económicas entre las regiones más y menos dinámicas en el futuro cercano.

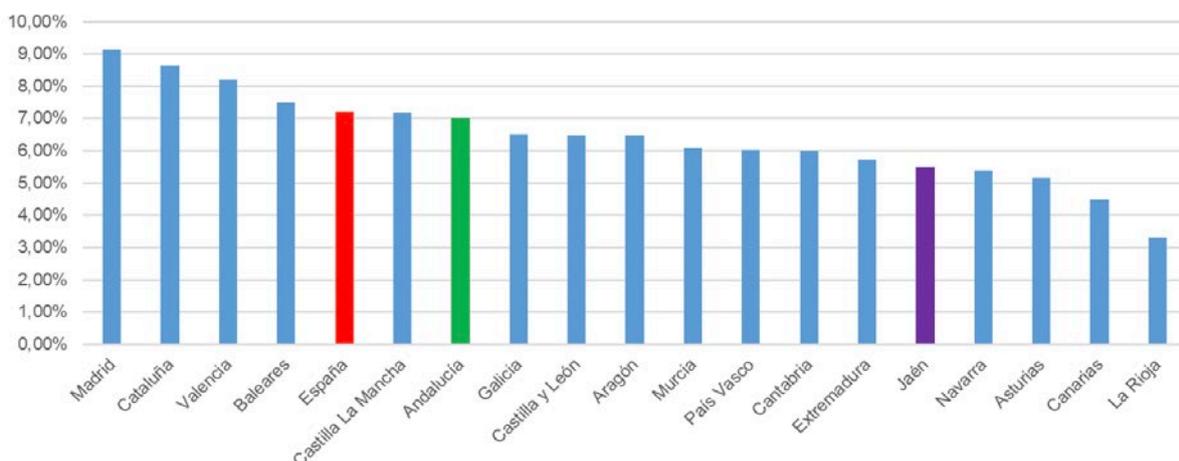


Figura 11: TEA de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

2.4. Empresas Nacientes

En el marco analítico del proyecto GEM, el ciclo de vida empresarial se estructura en cuatro etapas diferenciadas, tal como se muestra en la Figura 12. Cada una de estas fases representa un momento clave en la evolución de las iniciativas emprendedoras, desde su concepción hasta su consolidación y posterior cierre. La fase inicial, conocida como “empresa naciente”, constituye uno de los componentes más relevantes dentro de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), ya que refleja el punto de partida del proceso emprendedor.

Esta categoría agrupa a aquellas iniciativas que, aunque ya han comenzado a organizar sus recursos y operaciones, no han alcanzado aún los tres meses de actividad continua. Se trata de un momento especialmente crítico, caracterizado por altos niveles de incertidumbre, en el que las personas emprendedoras enfrentan desafíos relacionados con la validación del modelo de negocio, el acceso a financiación y la puesta en marcha de sus actividades. Por tanto, el comportamiento de las empresas nacientes ofrece una valiosa señal temprana sobre la vitalidad del ecosistema emprendedor de un territorio.

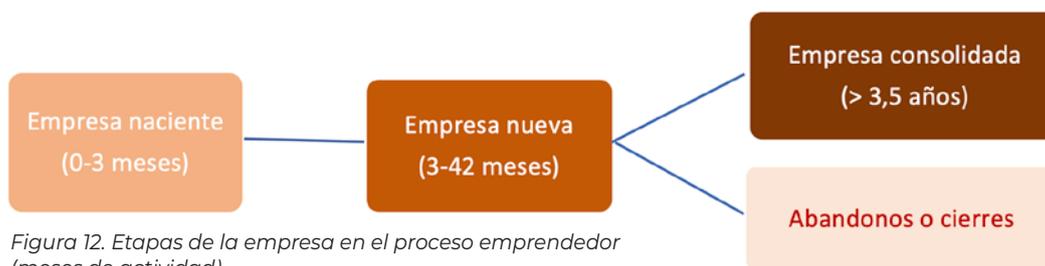


Figura 12. Etapas de la empresa en el proceso emprendedor (meses de actividad).

En 2024, la tasa de empresas nacientes en la provincia de Jaén muestra una evolución positiva, en sintonía con las tendencias detectadas a nivel nacional y autonómico. Este avance representa una continuidad favorable respecto al notable aumento de un punto porcentual registrado en 2023. El crecimiento hasta alcanzar el 3,8 % este año supone una señal prometedora de que la generación de nuevas iniciativas empresariales está cobrando fuerza, acercándose progresivamente a los niveles previos a la pandemia.

No obstante, persiste un contraste relevante: a pesar de esta mejora, Jaén sigue situándose por debajo de las cifras nacionales (4,5 %) y andaluzas (4,8 %). Aunque la diferencia se ha reducido, como se recoge en la Figura 13, esta brecha indica que la provincia aún no alcanza el mismo grado de dinamismo en las etapas iniciales del emprendimiento que el resto del país o su comunidad autónoma. De no corregirse esta desigualdad, podría derivar en un volumen menor de empresas consolidadas a medio plazo, limitando el potencial de crecimiento económico local. Por ello, la capacidad de Jaén para acortar esta distancia en los próximos años será determinante para reforzar su competitividad en el ámbito emprendedor.

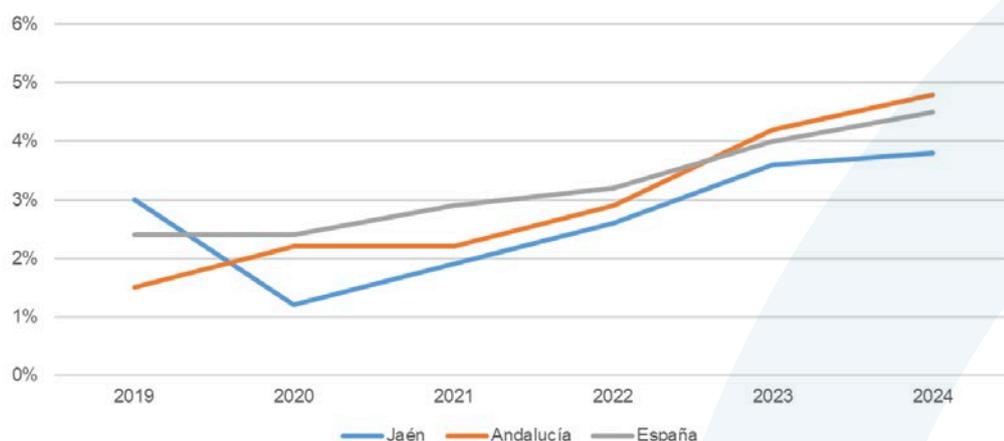


Figura 13: Evolución de las iniciativas nacientes de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

2.5. Empresas Nuevas

Dentro del ciclo de vida emprendedor, la categoría denominada 'empresa nueva' incluye aquellas iniciativas que han superado los tres primeros meses de actividad, dejando atrás la fase naciente, pero que aún no alcanzan los 42 meses en funcionamiento. Esta etapa representa un período crucial para la consolidación y fortalecimiento de los negocios, ya que implica superar los primeros obstáculos relacionados con la estabilidad operativa y el posicionamiento en el mercado.

En 2024, la provincia de Jaén experimentó una ligera disminución en la tasa de empresas nuevas, retrocediendo 0,2 puntos porcentuales respecto al año anterior. Esta caída no fue un fenómeno aislado, ya que tanto Andalucía como España registraron descensos similares, del 0,4% y 0,1%, respectivamente, situando sus tasas en 2,20% y 2,70%. Sin embargo, el contraste resulta significativo: la tasa en Jaén se mantiene en un 1,60%, bastante por debajo de los promedios regional y nacional, los cuales exhiben una mayor proximidad entre sí.

El comportamiento de este indicador en Jaén

durante los últimos cinco años ha seguido, en cierta medida, la tendencia general del país. No obstante, Andalucía ha mostrado una evolución diferenciada; tras una caída importante en 2020, su tasa se estabilizó durante los años siguientes, aunque comenzó a descender nuevamente a partir de 2023. En particular, Jaén sufrió una marcada reducción de nuevas empresas en los años críticos de 2020 y 2021, seguida de un leve repunte en 2022. Sin embargo, el período más reciente (2023-2024) evidencia una continuación de esta ligera declinación, manteniendo la tasa en torno al 1,6%.

Esta persistente fragilidad en la etapa de consolidación empresarial —más acentuada en Jaén frente a la media nacional— representa un desafío importante para la sostenibilidad del ecosistema emprendedor local. De no implementarse medidas que impulsen la supervivencia y el crecimiento de estas nuevas empresas, existe el riesgo de que un menor número logre superar los primeros años decisivos de actividad. Este escenario podría traducirse en una reducción en la generación de empleo y limitar la diversificación económica de la provincia, afectando su desarrollo a medio y largo plazo.

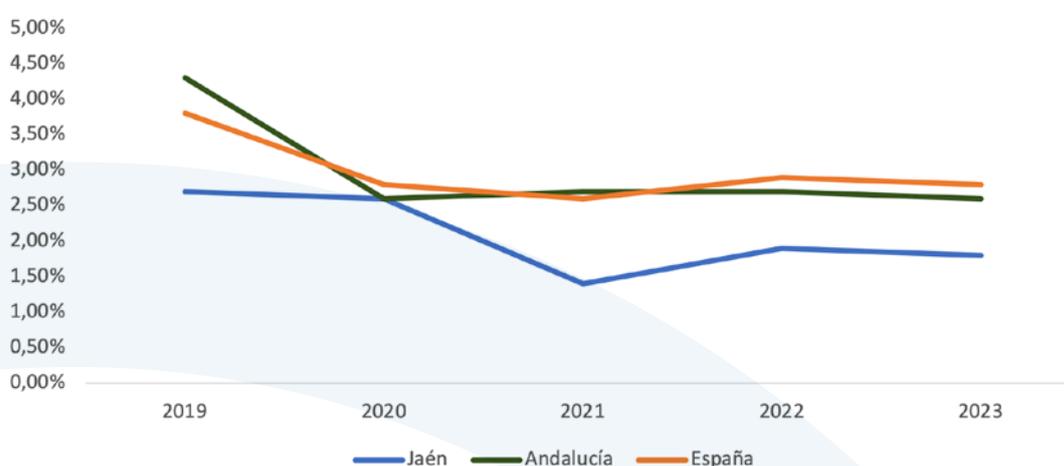


Figura 14. Evolución de las empresas nuevas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024)

2.6. Empresas consolidadas

Dentro del ámbito de la actividad emprendedora, las empresas consolidadas —definidas como aquellas con más de tres años y medio de funcionamiento— representan un indicador fundamental para evaluar la madurez y estabilidad del ecosistema empresarial. Estas organizaciones, al haber superado las etapas iniciales

más vulnerables, reflejan la capacidad de un territorio para fomentar la continuidad y crecimiento sostenible de sus negocios.

Conforme se detalla en la Figura 15, desde 2019, Jaén, Andalucía y España han mostrado tendencias relativamente paralelas en cuanto a la consolidación empresarial, aunque la provincia de Jaén se ha destacado de manera notable

por sus resultados. En 2024, la tasa de consolidación en Jaén alcanzó un sobresaliente 8%, superando ampliamente el 6,3% registrado en Andalucía y el 6,8% a nivel nacional. Este dato pone de manifiesto una fortaleza estructural relevante dentro del tejido productivo local, su-

giriendo que las iniciativas emprendedoras en Jaén tienen una mayor capacidad para superar las fases críticas iniciales y afianzarse en el mercado con éxito, en comparación con otras regiones.

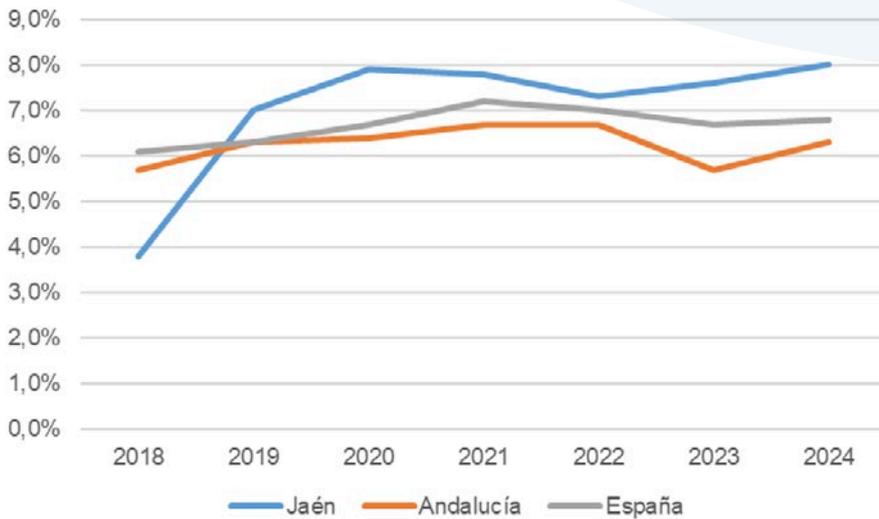


Figura 15. Evolución de las empresas consolidadas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024)

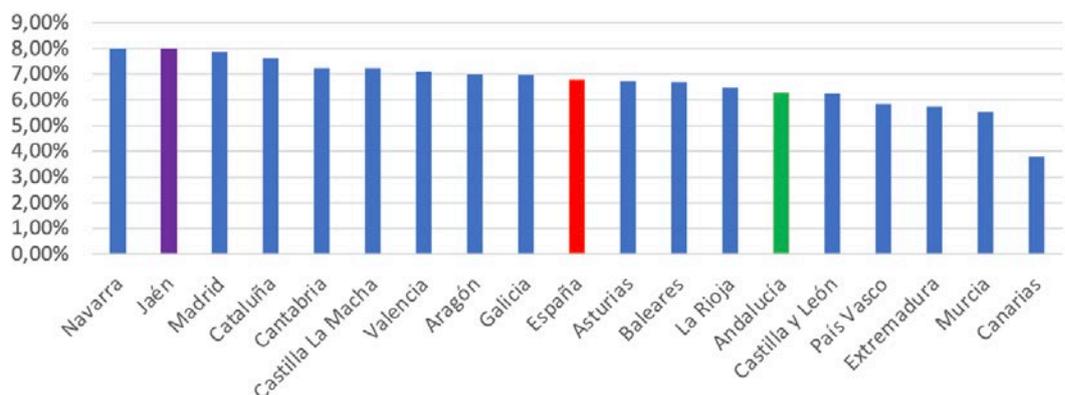
Al analizar el contexto autonómico (Figura 16) para el mismo año, se observa que Navarra lidera la tasa de consolidación empresarial, con Jaén ocupando un puesto destacado a la par, situándose ambas como referentes nacionales en términos de supervivencia y madurez empresarial. Muy cerca de estas se encuentran comunidades como Madrid, Cataluña y Cantabria, que también muestran un desarrollo sólido en esta etapa. En marcado contraste, las regiones con mayores dificultades para mantener sus empresas activas a largo plazo son Canarias, Murcia y Extremadura, que presentan las tasas más bajas y, por ende, enfrentan retos significativos en la retención y crecimiento empresarial.

modelo de resiliencia y madurez económica que podría servir como ejemplo para otras zonas con menor capacidad de estabilización. Esta continuidad en la alta tasa de consolidación, pese a las fluctuaciones en las tasas de emprendedores potenciales y empresas nuevas, sugiere la presencia de un entorno favorable o de factores específicos que facilitan la permanencia y expansión a largo plazo de los negocios una vez establecidos. Este escenario es prometedor para la estabilidad económica y la generación de empleo en la provincia en los próximos años.

El liderazgo sostenido de Jaén junto a Navarra en la consolidación de empresas apunta a un

Finalmente, cabe mencionar que en este análisis no se incluyen datos referentes a las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, lo que limita la visión global del panorama emprendedor en todo el territorio español.

Figura 16. Empresas consolidadas de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024)



2.7. Tasa de abandono empresarial

La tasa de abandono de la actividad empresarial, que mide el porcentaje de personas adultas que han dejado de operar un negocio en los últimos 12 meses, representa el indicador final en el análisis del ciclo emprendedor. Este parámetro permite evaluar la capacidad de

sostenimiento de las iniciativas empresariales en el tiempo y, por tanto, su impacto en la estabilidad económica.

En 2024, la provincia de Jaén alcanzó una tasa de abandono del 2,3 %, lo que supone una caída significativa de 1,5 puntos porcentuales en comparación con 2023. Esta disminución no

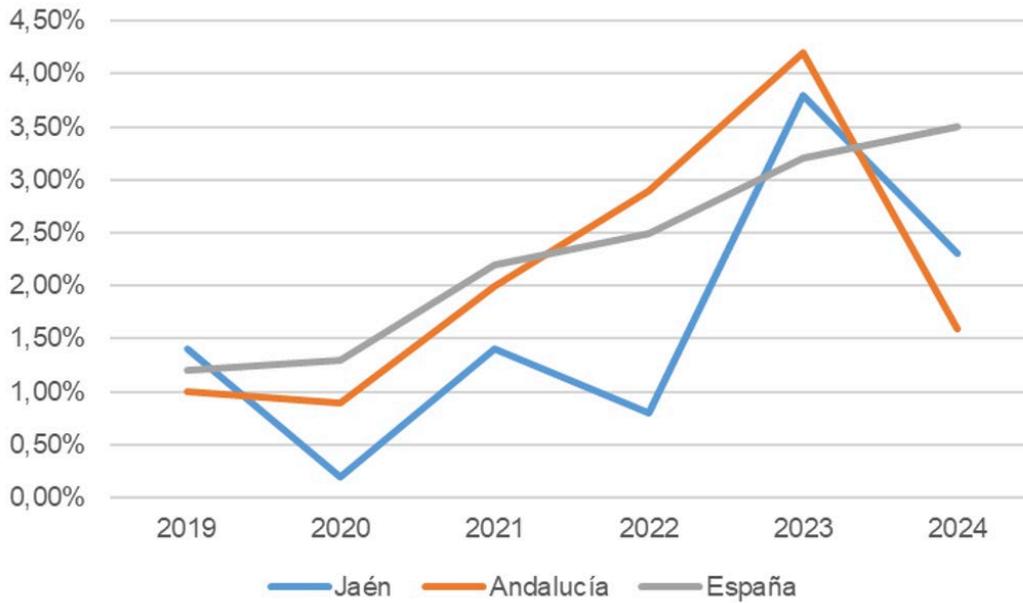


Figura 17. Tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España periodo 2019-2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024)

solo revierte el repunte del año anterior, sino que también restaura la trayectoria favorable que Jaén había mostrado en los tres años previos, cuando sus cifras fueron sistemáticamente inferiores a las de Andalucía y del conjunto del país (ver Figura 17). Un dato especialmente revelador es que, durante el año más crítico de la pandemia en 2021, el abandono empresarial en Jaén se limitó al 0,20 %, una cifra notablemente baja frente al contexto de crisis generalizado.

Este retorno a valores moderados en 2024 podría interpretarse como un síntoma de mayor resistencia del tejido productivo provincial, ya que refleja una menor tendencia al cierre de negocios. De mantenerse esta evolución positiva, se fortalecería la estabilidad económica

local, favoreciendo la acumulación de experiencia empresarial y la permanencia de proyectos a largo plazo.

En contraste, el escenario nacional presenta una dinámica opuesta. En el mismo año, España alcanzó una tasa de abandono del 3,5 %, lo que supone un aumento respecto a ejercicios anteriores. Por su parte, Andalucía mostró una evolución más favorable, con un descenso hasta el 1,6 %, situándose como una de las comunidades con menor nivel de abandono empresarial, junto a regiones como Murcia, Baleares, Aragón y Galicia (ver Figura 18).

El análisis autonómico evidencia una tendencia descendente generalizada en la mayoría de las comunidades, lo que sugiere una me-

jora en la consolidación empresarial a escala estatal. Sin embargo, se observan excepciones significativas, como la Comunidad de Madrid y Cataluña, donde las tasas han aumentado, alertando sobre posibles factores estructurales que dificultan la continuidad de los negocios en estos territorios.

En este contexto, la posición destacada tanto de Jaén como de Andalucía revela un entorno más favorable a la permanencia de iniciativas emprendedoras. Esta situación podría generar efectos positivos a medio y largo plazo, como el fortalecimiento del capital empresarial, un aumento sostenido del empleo y una mejora en la competitividad regional.

Por último, indicar que no se dispone de datos para las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, lo que limita la cobertura completa del análisis nacional.

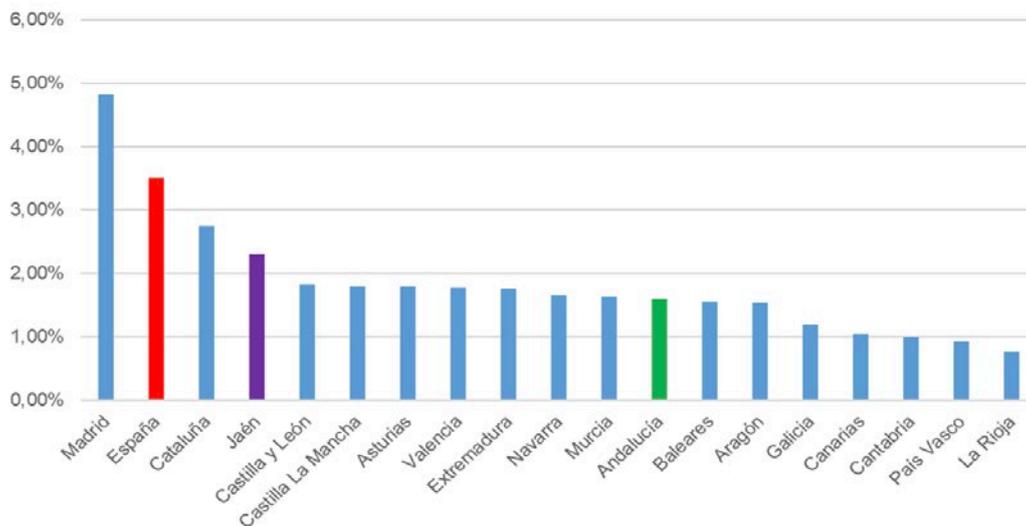


Figura 18: Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2024 (GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2024)

Grupo Tecnion

Nombre del emprendedor:

Gonzalo Casado Fernández
y Margarita Casado Fernández

Nombre del Negocio:

Grupo Tecnion

Ubicación del negocio:

Jaén

Web: www.grupotecnion.es

Año Lanzamiento: 2003



Breve descripción de la empresa

Servicio de prevención de riesgos laborales ajeno.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surgió a raíz de otra empresa que ya teníamos en funcionamiento. Observamos que muchos de nuestros clientes nos solicitaban un servicio concreto que nosotros no ofrecíamos directamente. Inicialmente, derivábamos esa necesidad a otra empresa externa, pero con el tiempo vimos que existía una oportunidad clara de cubrir ese servicio nosotros mismos, con mayor control, calidad y cercanía al cliente.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Tener la valentía de convertir una idea en realidad, asumiendo riesgos y superando incertidumbres. Es también una forma de contribuir al entorno, generar valor y apostar por la inno-

vacación como motor de cambio.

¿Cuáles han sido los obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio?

Uno de ellos fue el proceso de transición de ser intermediarios a convertirnos en prestadores directos del servicio. Esto implicó inversión, formación, adaptación de procesos y mucho trabajo para garantizar una calidad igual o superior a la que recibían los clientes antes.

¿En qué medida estás percibiendo que tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

Cada vez más, los clientes y colaboradores valoran el compromiso social y medioambiental. Creemos que la sostenibilidad no es una opción, sino una obligación.

¿Qué medidas o ayudas consideras más necesarias para impulsar el emprendimiento?

- Financiación adaptada a las necesidades reales de las pymes y emprendedores.
- Simplificación de los trámites administrativos.
- Incentivos para la contratación y crecimiento de nuevos negocios.

Algo que os gustaría añadir

Emprender es un camino lleno de retos, pero también de grandes satisfacciones. Nos gustaría animar a quienes tienen una idea a dar el paso, a rodearse de personas que sumen y a no tener miedo al fracaso.

Valoración de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Jaén

La actividad emprendedora e intraemprendedora se encuentra condicionada a una serie de factores que la pueden fortalecer o retraer en el ecosistema en el que se desenvuelve. La literatura sobre emprendimiento sostiene la relevancia de una serie de factores del entorno a la hora de impulsar o inhibir la actividad emprendedora y su posterior consolidación y crecimiento en el ecosistema en el que se desarrolla.

Tradicionalmente, estos factores han sido categorizados en: (a) actuación gubernamental en materia legislativa, al objeto de legitimar, regular e incentivar el emprendimiento; (b) dotación pública de recursos científicos, técnicos y operativos, así como de instrumentos públicos de financiación; (c) clientes y consumidores que disponen de información plena en relación con los productos y servicios ofrecidos por las empresas; (d) actividades y servicios comerciales y profesionales prestados por agentes, instituciones y empresas (Reynolds et al., 2005; Stan y Van de Ven, 2022).

Por lo general, el ecosistema emprendedor es configurado por un grupo interconecta-

do de personas emprendedoras (potenciales, nuevos, nacientes y consolidadas), de agentes financiadores (empresas, capital riesgo, business angels, bancos), y de organizaciones promotoras (universidades, agencias del sector público) asociadas a la diversidad de iniciativas emprendedoras (social, inclusivo, alto potencial de crecimiento, serial) y con una orientación de generar valor en el territorio (Mason y Brown, 2014).

Considerando este marco conceptual, el proyecto GEM facilita el diagnóstico de una serie de condiciones del entorno vinculadas a la actividad emprendedora a través de la opinión de un grupo de expertos (cuestionario NES) que son encuestados anualmente. Metodológicamente, en la edición GEM Jaén 2025, participaron 38 expertos jiennenses clasificados en función de su representatividad por cada una de las condiciones del entorno consideradas.

Específicamente, GEM analiza nueve dimensiones del entorno (Figura 19): apoyo financiero; políticas gubernamentales; programas gubernamentales; educación y formación



Figura 19. Dimensiones del ecosistema emprendedor analizadas por GEM 2024

empresarial; transferencia de I+D; infraestructura comercial y profesional; apertura del mercado interno; infraestructura física y de servicios; y normas sociales y culturales. Para ello utiliza como instrumento de recogida de información un cuestionario que se somete a la opinión de los expertos anteriormente citados.

Cada una de las personas expertas consultada expresa su opinión respecto al conjunto de las condiciones mencionadas, por medio de un cuestionario que comprende una batería de 56 afirmaciones a valorar respecto al conjunto de las condiciones mencionadas, a través de escalas Likert de 10 puntos (0 = completamente falso; 10 = completamente de acuerdo); así como tres bloques de preguntas abiertas (sin una lista de opciones previamente definida) sobre obstáculos, facilitadores y recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor. Destacar que posteriormente en un proceso interno los resultados se trasladan a una escala de hasta 5 puntos.

Por último, se les plantea que reflexionaran sobre propuestas que a su juicio serían recomendables para fortalecer el contexto emprendedor provincial. La encuesta de expertos se realizó entre los meses de junio y julio del año 2025.

A partir de la edición del año 2019 se incorporó un nuevo indicador que mide de manera sintética la bondad del entorno para facilitar el proceso emprendedor, se trata del indicador denominado NECI o Índice de Contexto de Emprendimiento, su valor representa el promedio de las valoraciones que realizan los

expertos de los distintos ámbitos del entorno territorial. En este capítulo se realiza un análisis sobre cada uno de los factores y realiza un análisis de su evolución en los últimos años.

3.1. Financiación

Entre uno de los principales factores que se tienen que considerar cuando se quiere emprender un negocio es la financiación. Esta que puede ser adquirida desde dos perspectivas, pública o privada, recoge una serie de instrumentos como son los créditos bancarios, business angels, crowdfunding, subvenciones públicas, entidades de capital riesgo, programas de microcréditos, etc., que ayudan a que los emprendedores adquieran los recursos necesarios para la implementación de su idea de negocio. Para el caso concreto de Jaén se observa en la Figura 20 que, en 2024, para el emprendedor su principal fuente de financiación procede de subvenciones públicas destinadas a nuevas empresas o en crecimiento (2,3). Sin embargo, la inversión para las empresas de Jaén está siendo más difícil obtenerla mediante business angels o capital riesgo (1,6). Pero si se tiene en consideración que estas puntuaciones se encuentran sobre 5, se pone de manifiesto que independientemente del tipo de fuente de financiación que se esté tratando todas son escasas en la provincia. A pesar, de ello y tras las subvenciones públicas los expertos consultados consideran que los préstamos de entidades privadas (2,1) y la inversión informal realizada por amigos y familiares son la segunda y tercera fuente de financiación más eficiente para implementar una idea de negocio.

Financiación del proceso emprendedor en Jaén 2018-2023 en la siguiente página



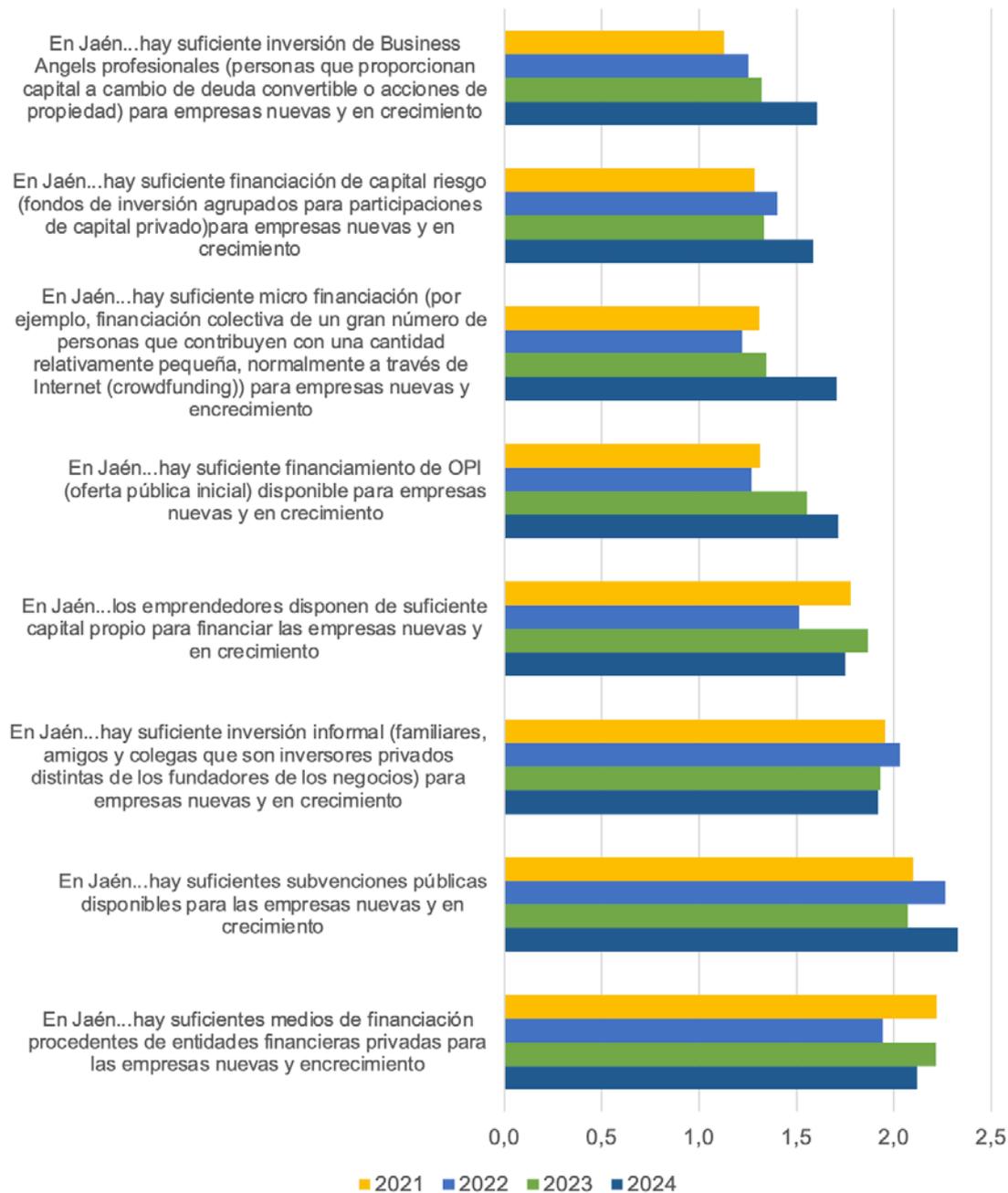


Figura 20: Financiación del proceso emprendedor en Jaén 2021-2024

Comparando con los estudios anteriores, en opinión de las personas consultadas, el modelo de financiación de los procesos de emprendimiento empresarial en la provincia de Jaén en los años 2023, 2022 y 2021, apenas han sufrido cambios en los últimos tres años y se consolida la opinión de que las fuentes financieras proceden fundamentalmente de subvenciones públicas, financiación bancaria e inversión informal de amigos y familiares convirtiéndose estas en las preferidas para la captación de financiación y disminuyendo los resultados de la creación del negocio mediante la aportación de financiación propia. Sin embargo, se ha de destacar que aún se requiere de la

realización de un gran esfuerzo en la mejora de la captación de financiación procedente tanto de Business Angels como de capital riesgo para lo que es necesario la realización de estrategias que hagan atractivas a las empresas de la provincia de Jaén para este tipo de financiadores.

No obstante, como valoración es posible resaltar que en Jaén no existen amplias posibilidades de financiación para las personas que desean iniciar procesos de aprendizaje ya que todas las fuentes de financiación están por debajo de 2,5. Pero es más preocupante la situación si se tiene en consideración que los agentes entrevistados en 2025,

creen que se ha incrementado la dificultad para acceder a servicios de apoyo financiero a un coste razonable, por lo que se hace más difícil el obte-

ner financiación ajena de deudas a través de entidades financieras.

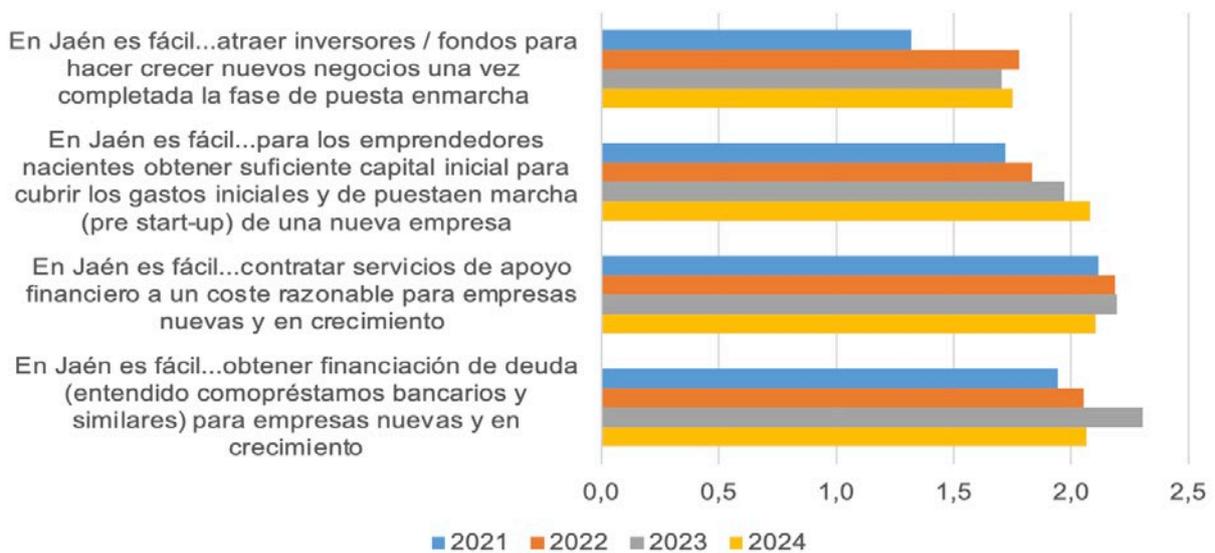


Figura 21: Apoyo financiero en Jaén 2021-2024

Realizando un mayor hincapié en el apoyo financiero (véase Figura 21), los expertos consideran que se ha incrementado con respecto al año 2021 la financiación tanto en el momento inicial donde se tiene que aportar el capital inicial con los que hacer frente a los gastos iniciales y la puesta en marcha de la empresa como para hacer crecer nuevos negocios una vez completada la fase de puesta en marcha. Sin embargo, a pesar del crecimiento en esas dos fases, los niveles aún son muy bajos (menores a 2,5). Pero es más desazonador el hecho de que los expertos creen que en 2024 se ha reducido un 4% la capacidad de obtener financiación de deuda para empresas nuevas o en crecimiento en la provincia de Jaén.

Estos datos tan preocupantes deben de ser frenados mediante estrategias que muestren el atractivo para invertir en la provincia de Jaén y en sus empresas en todas las etapas desde el nacimiento de estas hasta en su madurez. Para ello una estrategia podría ser mostrar el potencial emprendedor que tiene la provincia y poner en valor los productos que realizan las empresas de la provincia.

3.2. Políticas gubernamentales

Según las respuestas del panel de expertos de 2025 (véase Figura 22), en Jaén las políticas gubernamentales están centradas en el registro de nuevas empresas a un coste razonable (2,5/5) y en el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento (2,3/5). Sin embargo, se tendría que hacer mayor hincapié en la temporalidad para realizar los trámites (1,3/5), al apoyo a empresas nuevas y en crecimiento a nivel estatal en la realización de los trámites para conseguir las licencias de marca (1,5/5).

Según el criterio de los expertos y emprendedores, aunque ninguna de las áreas alcanza el aprobado al encontrarse casi todas por debajo de 2,5 sobre el total de los 5 puntos sobre los que se evalúan (a excepción del registro de empresas nuevas en

Jaén a un precio razonable), destaca el continuo crecimiento a lo largo de los años del apoyo de las Administraciones públicas en la creación de empresas sobre todo si se observa el deterioro en la administración estatal la cual ha tenido un retroceso a la creación empresarial de un 10% con respecto al año 2023.

En general, se ha de motivar a las administraciones públicas a que realicen un esfuerzo considerable en el apoyo a la creación empresarial debido a que como se puede observar cualquier valoración está por debajo de 3 por lo que no tenemos políticas gubernamentales que estén ayudando a la creación y tejido empresarial de nuestra provincia ni siquiera mediante licitaciones las cuales alcanzan el 1,9 de valoración.

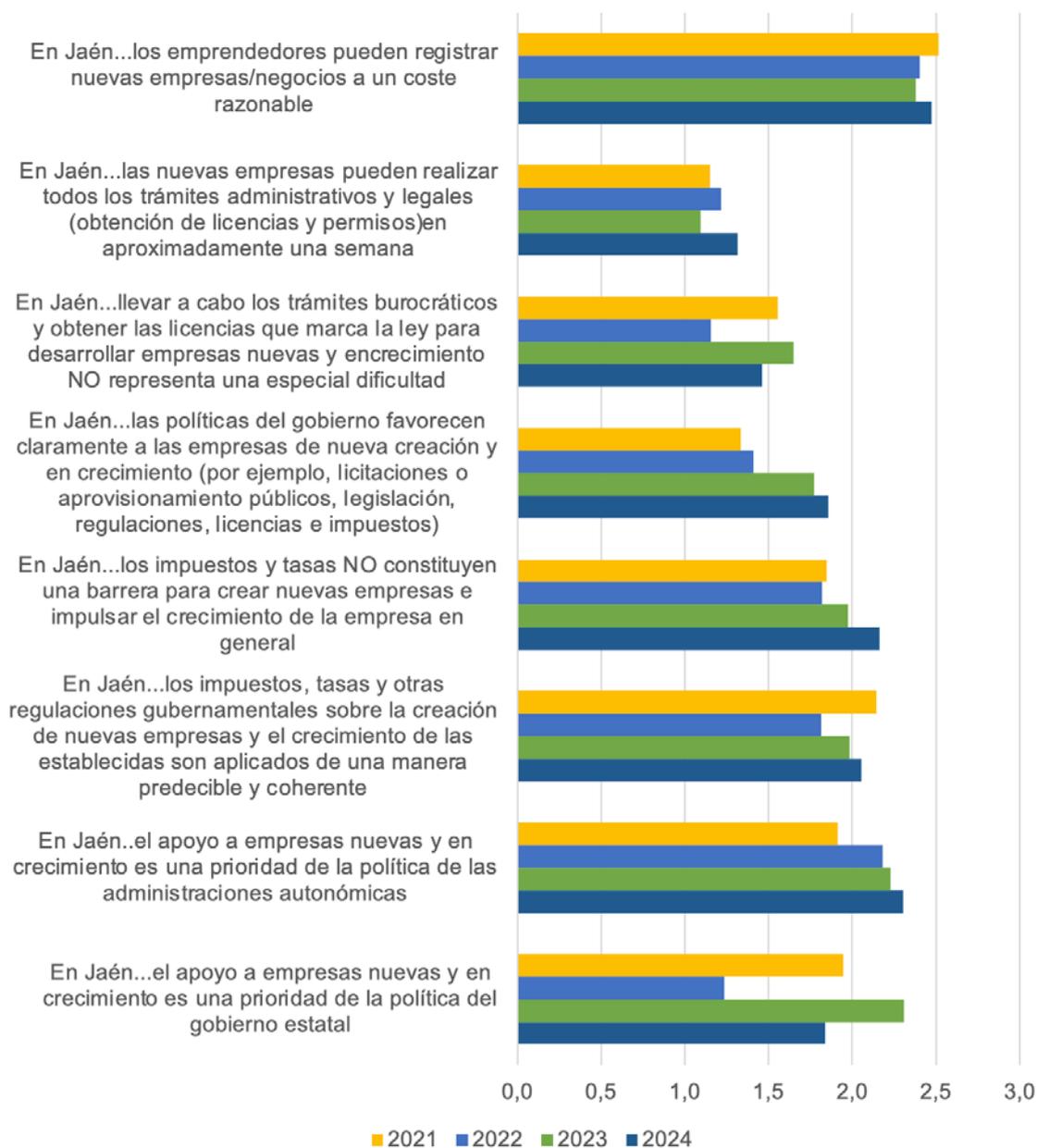


Figura 22: Políticas Gubernamentales periodo 2018-2024

3.3. Programas gubernamentales

Según la opinión de los expertos, en la provincia de Jaén, en cuanto a los programas gubernamentales se refiere no se valora positivamente ningún aspecto en particular ya que ninguno supera el 3,0. Mas concretamente, el aspecto mejor valorado por los expertos son la existencia de incubadoras de empresas que brindan apoyo eficaz a las empresas nuevas y en crecimiento (2,7/5), seguido por los profesionales que trabajan a favor del emprendimiento (2,6/5) y la existencia de un numero adecuado de progra-

mas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas así como la existencia de parques científicos en funcionamiento que alcanzan una puntuación de 2,5 sobre los 5 puntos totales.

El aspecto más negativo indicado es el desajuste que encuentran los emprendedores a la hora de encontrar una ayuda, auspiciada por programas públicos, que se adecue a las necesidades y peculiaridades de su proyecto de creación, consolidación o crecimiento empresarial (1,9/5).

El aspecto más negativo indicado es el desajuste que encuentran los emprendedores a la hora de encontrar una ayuda, auspiciada por programas públicos, que se adecue a las necesidades y peculiaridades de su proyecto de creación, consolidación o crecimiento empresarial (1,9/5).

Con respecto al año 2021, la valoración de las incubadoras ha crecido mucho ya que de no existir en 2018 en 2024 se convierte en el aspecto más destacado por los expertos. Sin embargo, también se ha de poner de manifiesto que algunos de los aspectos que se muestran en la Figura 23 han sufrido un leve retroceso durante el año 2024 como es el caso de el buen funcionamiento de los parques cientí-

ficos que brindan un apoyo eficaz a las empresas nuevas y en crecimiento y los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas por tanto, se debería de tomar medidas que permitan que los programas gubernamentales que se están realizando así como los que se deben de implementar cumplan con las necesidades de los emprendedores. Para ello, una herramienta eficaz podría ser una encuesta que recoja las necesidades de los emprendedores tanto nacientes como los consolidados y una realización de programas en base a los datos obtenidos de la misma.

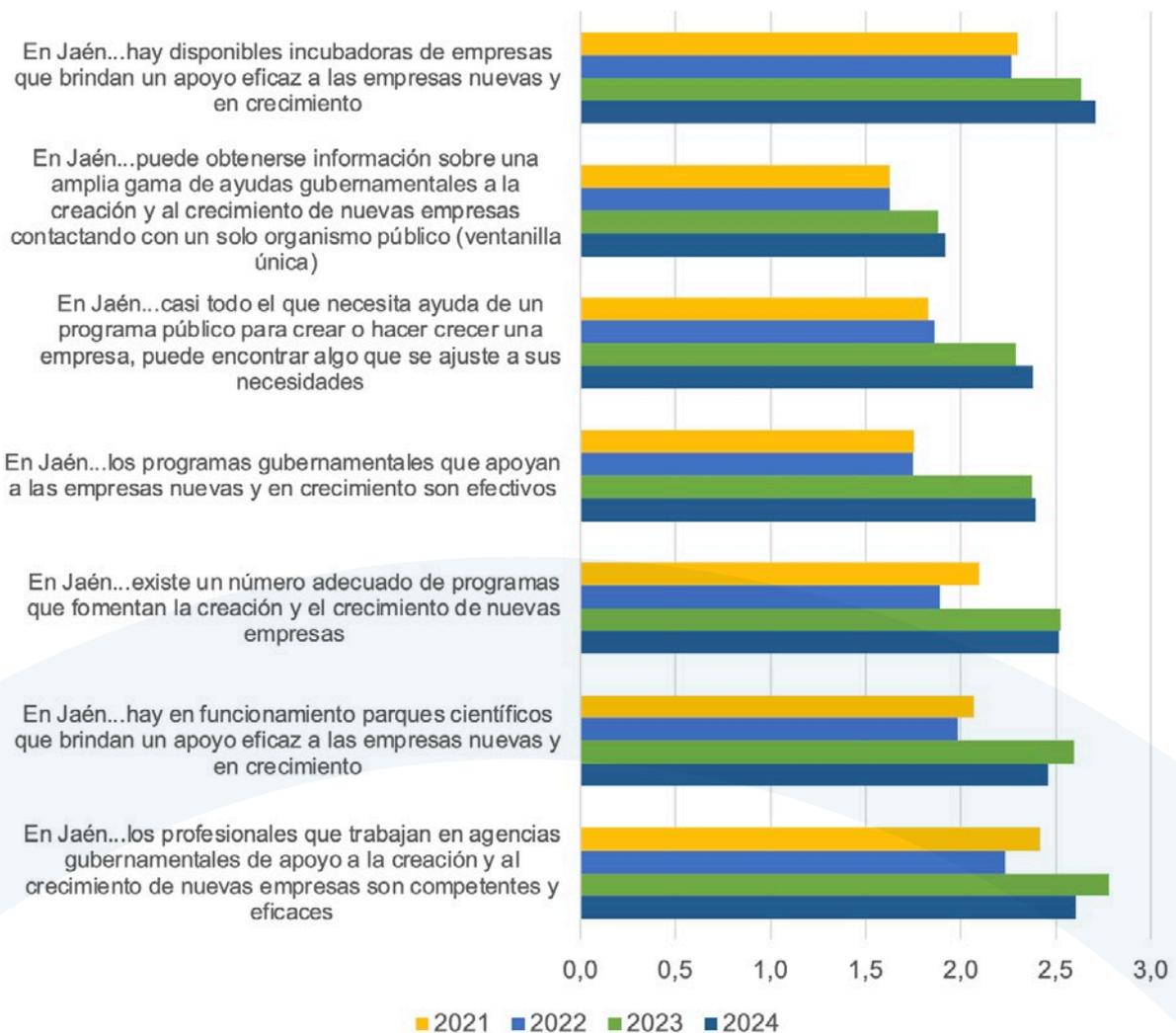


Figura 23: Valoración de los programas gubernamentales periodo 2021-2024

3.4. Educación y formación en creación de empresas

En la Figura 24 se puede observar la valoración de la oferta en educación y formación para fomentar el emprendimiento en la provincia de Jaén y el contenido que existe en educación primaria, secundaria y universitaria sobre la creación y el desarrollo de nuevas empresas.

En Jaén según los expertos se ha de señalar que la calidad de la educación práctica en escuelas de negocios y administración proporciona una preparación muy satisfactoria para los emprendedores (2,9/5) aunque ha sufrido un leve retroceso en 2024 sobre el año anterior. Asimismo, los expertos también destacan el papel realizado por los sistemas de educación vocacional, profesional y continuo que brindan preparación adecuada para iniciar y hacer crecer nuevas empresas (2,7/5). Estos datos ponen a la Universidad como tercer agente para ofrecer la mejor preparación para iniciar y desarrollar nuevas empresas (2,6 en el año

2024) datos que se ha mantenido en el tiempo pero que se deben de mejorar para incrementar el fomento del emprendimiento entre titulados superiores. En cuanto a los agentes que aún no se encuentran realizando el mayor esfuerzo en la educación en emprendimiento se encuentran las enseñanzas primarias y secundarias (1,6/5).

Para poder mejorar la formación en emprendimiento tan necesaria en todas las etapas educativas se tendrían que realizar estrategias educativas que ligan los contenidos de las asignaturas relacionadas con empresa con formaciones teórico-prácticas que impulsen el interés del estudiante sobre el emprendimiento. Estas formaciones lo ideal sería que estuvieran impartidas de forma conjunta tanto por docentes como por expertos en la materia que proporcionen no solo el conocimiento teórico sino las habilidades necesarias para el emprendimiento como son el liderazgo, el trabajo en equipo, habilidades comunicativas, etc.

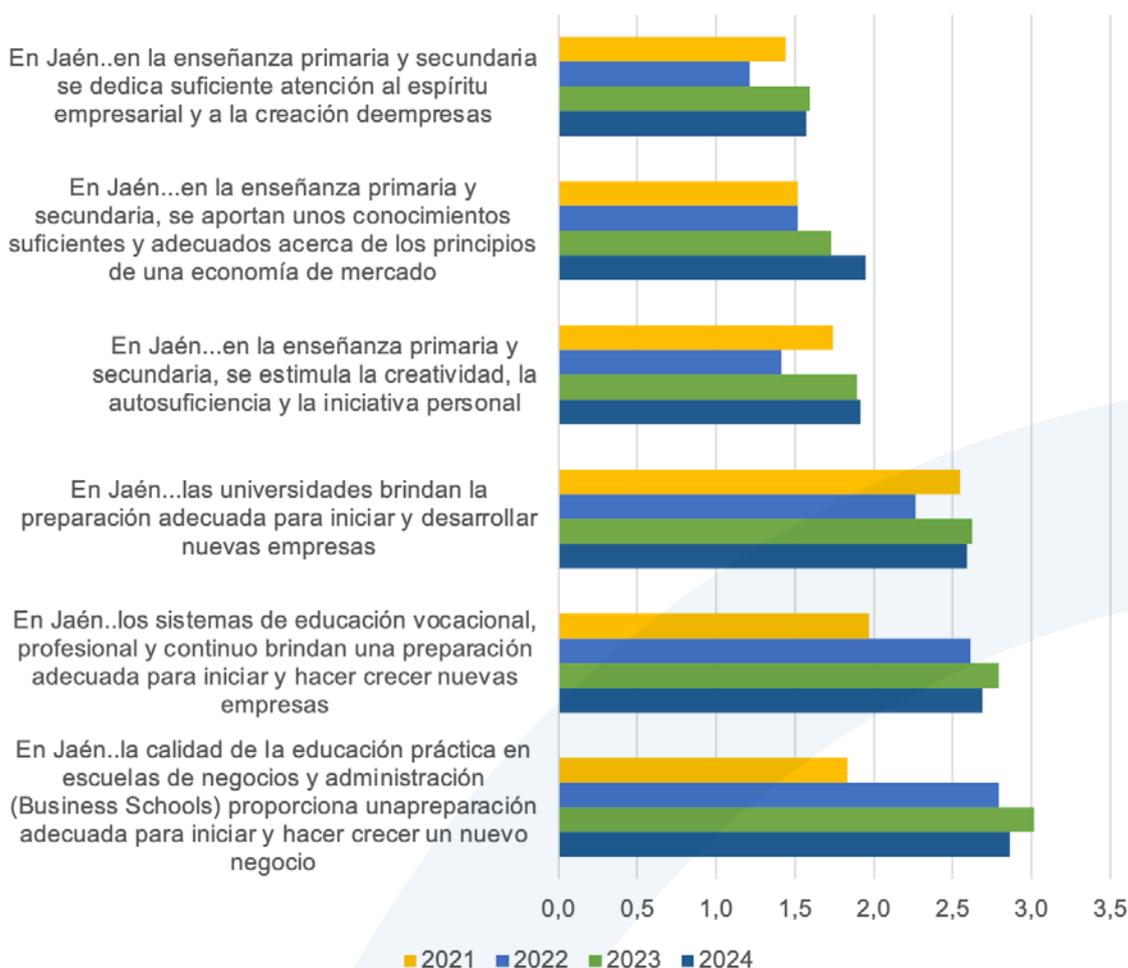


Figura 24: Educación y formación en creación de empresas periodo 2021-2024

3.5. Transferencia de I+D

La Figura 25 refleja la dimensión “Transferencia de I+D” que incluye los aspectos relacionados con la creación, transferencia y acceso a la tecnología. En este sentido, se puede observar como la Universidad se encarga de transferir conocimientos a las empresas nuevas y en crecimiento (2,4/5), así como que se ha equiparado la disponibilidad de nuevos conocimientos tanto para las empresas nuevas y en crecimiento como para las empresas maduras (2,3/5). En términos generales, se aprecia un retroceso en todos los indicadores para el año 2024 a excepción del apoyo realizado por centros y gestores

de investigación en la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global. Por tanto, se requiere un gran esfuerzo en transferencia, lo que indica que aún existe un amplio margen de mejora. Para ello se tendría que realizar un mayor esfuerzo de acercamiento entre agentes investigadores o científicos y empresas, el cual se puede desarrollar mediante programas que expongan las investigaciones que se están realizando a las empresas o bien proponiendo encuentros donde las empresas expongan sus necesidades a los agentes científicos para cubrir las mediante investigación en el área.

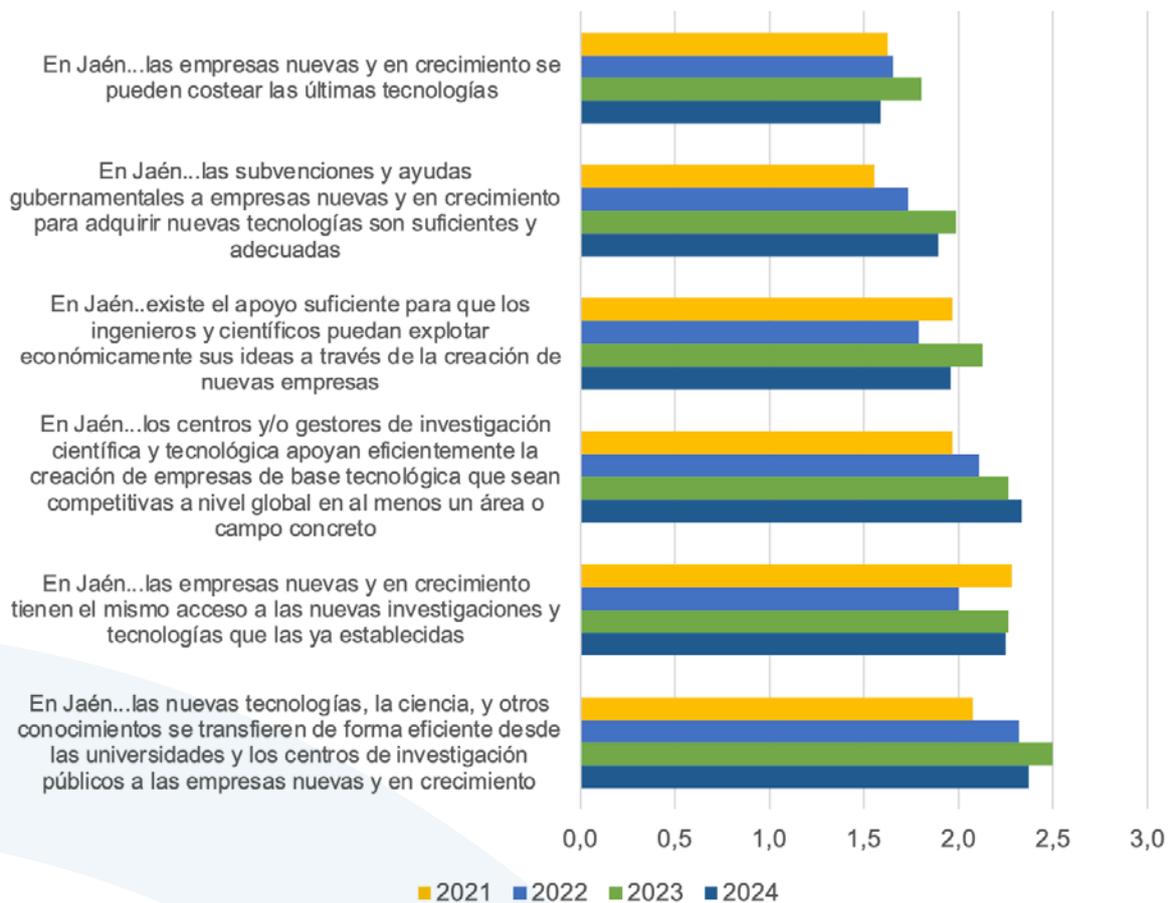


Figura 25: Transferencia de I+D periodo 2021-2024

3.6. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales

La Figura 26 recoge la valoración en relación con el acceso a infraestructuras comerciales y de servicios. Esta dimensión se relaciona con la disponibilidad y calidad de proveedores, servicios de

consultoría, asesoramiento y subcontratación.

Los expertos consultados consideran que en la provincia de Jaén el acceso a infraestructuras comerciales y profesionales ha empeorado en todos los aspectos a excepción de los servicios bancarios y los proveedores, consultores y sub-

contratistas. Todo esto expone los motivos por lo que los datos de ninguno de los aspectos son superiores a 3 sobre 5. Este hecho requiere que se implanten estrategias por parte tanto de agentes públicos como privados para mejorar las infraestructuras de la provincia de Jaén, ya que si se mejoraran estos no sólo beneficiaría a las empresas de la provincia de forma directa, sino que podría ser un motor de atracción de financiación que como se ha expuesto anteriormente tan necesario es para el desarrollo del ecosistema emprendedor de Jaén.

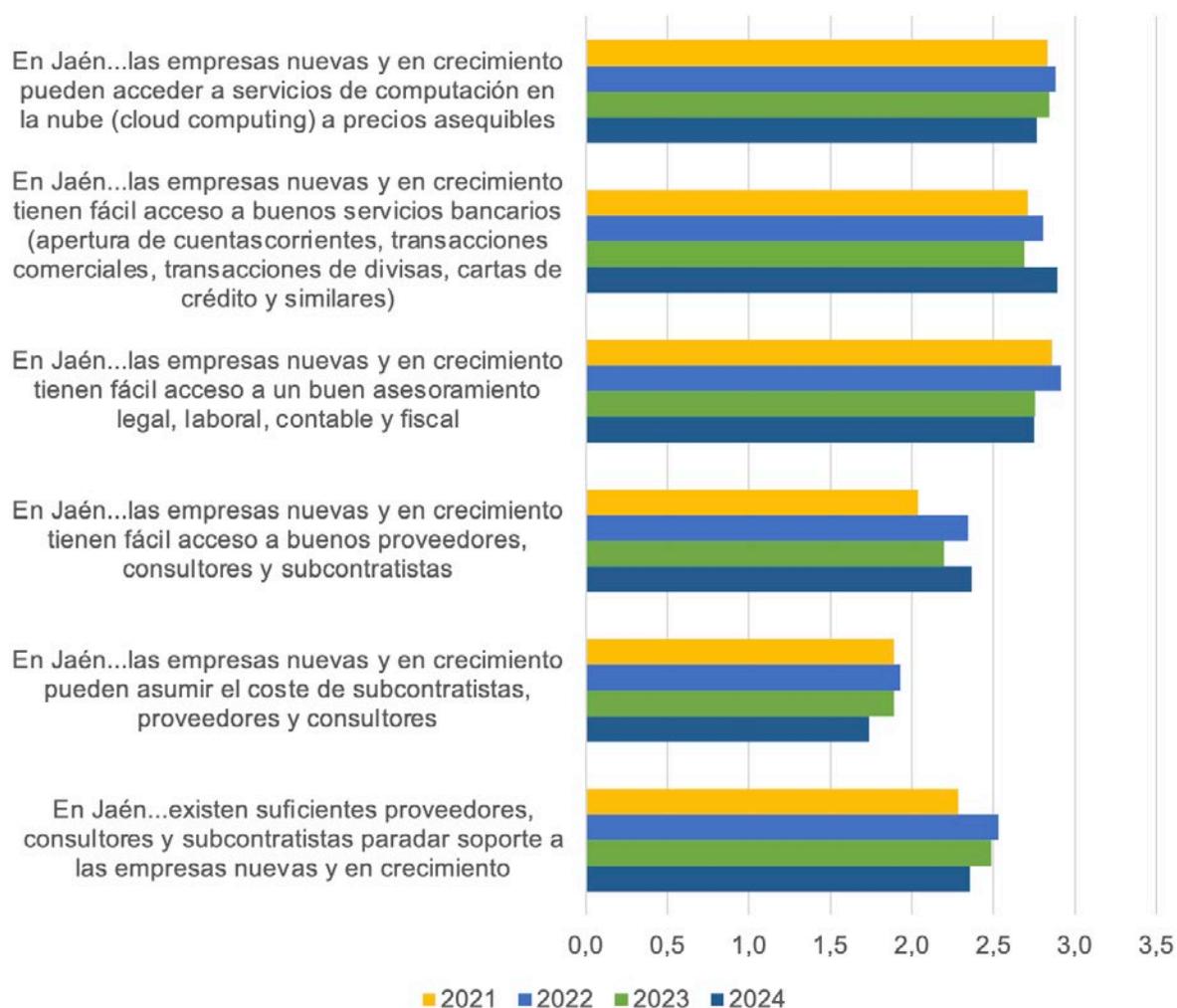


Figura 26: Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales periodo 2021-2024

3.7. Dinámica y apertura del mercado interior

La Figura 27 muestra las condiciones de acceso al mercado. En concreto se observa cómo han mejorado todos los aspectos relacionados con la dinámica y apertura al mercado interior. Mas concretamente, los expertos consideran que se ha producido un cambio drástico en los mercados de bienes y servicios en consideración con el año 2023 (con una variación del 10% de 2023 a 2024). También se pone de manifiesto que la legisla-

ción antimonopolio es efectiva y se hace cumplir (2,3/5), así como que las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas (2,3/5). Por otro lado, se observa un cambio de tendencia en que las empresas nuevas y en crecimiento puedan entrar fácilmente en nuevos mercados (2,1/5) o puedan asumir los costes de entrada al mercado (1,9/5).

A pesar de la tendencia de crecimiento que se observa las calificaciones aún son demasiado bajas,

ya que no alcanzan el 2,5/5 en ningún aspecto. Es por esta razón que se deberían de realizar estrategias que apoyen a las empresas de la provincia de Jaén a que puedan internacionalizar su producto y que frenen limitaciones como son los costes de entrada al mercado o que produzcan un impulso en la innovación que ayude a poder dar respuesta a mercado con una elevada capacidad de cambios.

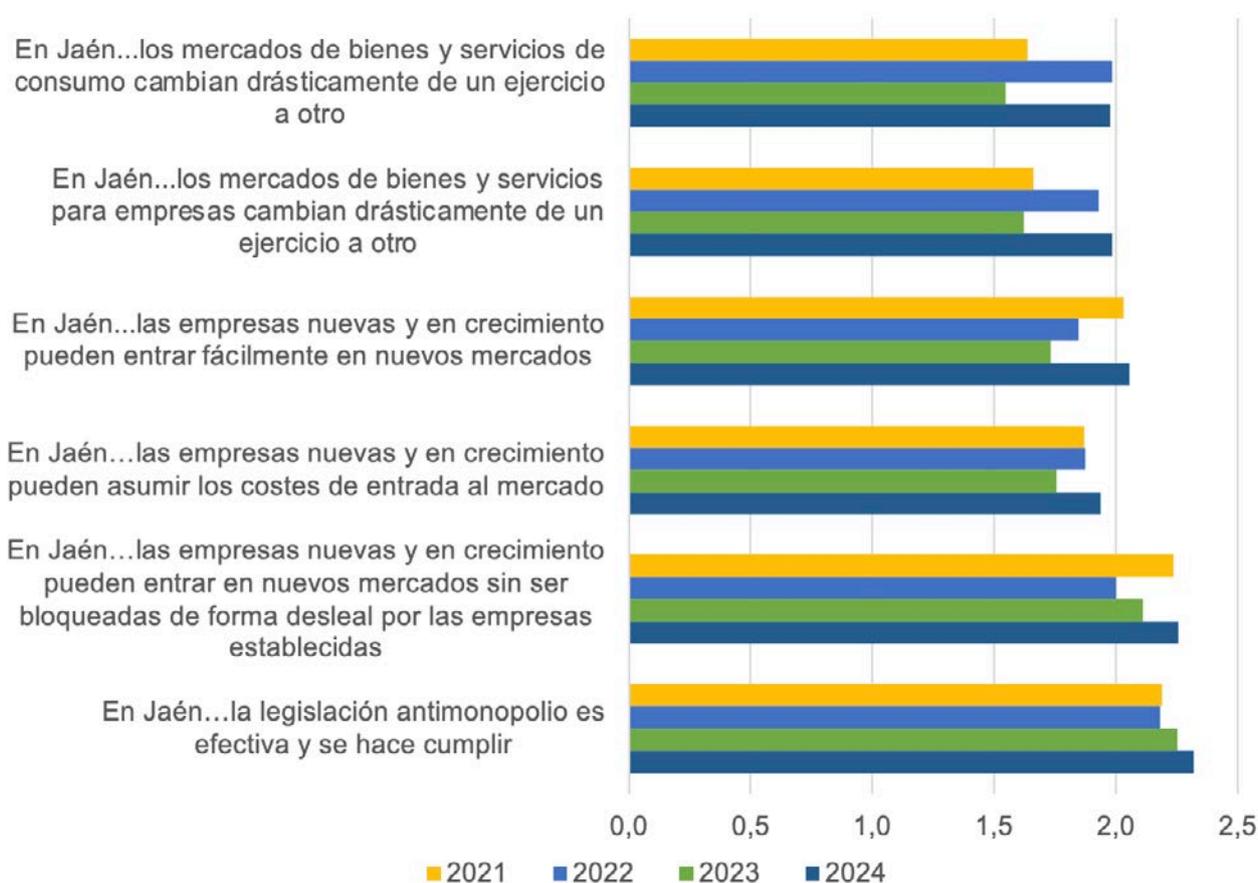


Figura 27: Dinámica y apertura del mercado interior 2021-2024

3.8. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios

Los aspectos a través de los que se mide la percepción de los expertos acerca del grado de acceso a infraestructuras físicas y de servicios en Jaén se muestran en la Figura 28. Los elementos incluidos en este apartado presentan una valoración media de 2,8 (en una escala de puntuación de 1 a 5), superior al registrado el año anterior de 2,5. Sin embargo, aún quedan mucho que trabajar en estos aspectos ya que en la mayoría de ellos se está produciendo un estancamiento. Entre los mejores valorados por los expertos se encuentran la existencia de espacios de producción o manufactura para

alquilar (2,3/5), la capacidad de poder acceder y afrontar a los costes de los servicios básicos (3,1/5), así como la capacidad de acceder a servicios de telecomunicaciones (3,5/5).

Aunque se puede afirmar que se está realizando un esfuerzo importante para que las empresas de la provincia de Jaén puedan acceder a infraestructuras físicas y servicios de calidad, este no ha de aminorarse ya que aún se pueden realizar grandes mejoras dentro de los mismo. Entre estas mejoras se debe de poner especial atención a las infraestructuras físicas y a la creación o puesta en disposición de oficinas asequibles para alquilar a las empresas nuevas y en crecimiento.

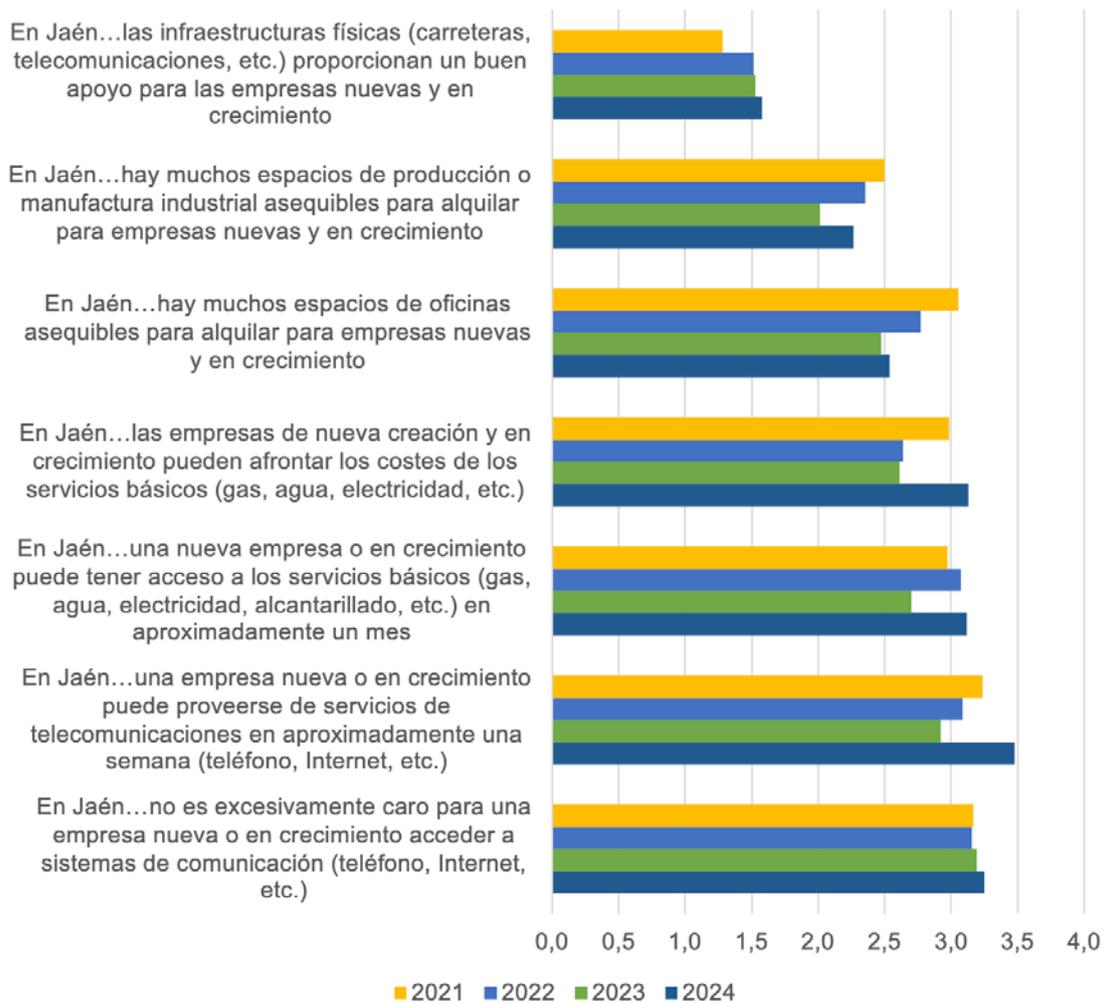


Figura 28: Acceso a infraestructuras físicas y de servicios periodo 2021-2024

3.9. Normas sociales y culturales

Para Jaén, la valoración general de los expertos consultados en el año 2024 sobre los aspectos culturales y sociales relacionados con el emprendimiento (Figura 29), referida a los valores compartidos por la sociedad jiennense y a los comportamientos socialmente aceptados, es baja ya que ninguno de los aspectos supera el 2,1 sobre 5 y además han sufrido un retroceso durante este año. Esto pone de manifiesto que está produciéndose una falta de valores y de normas que no solo está afectando a la pérdida de habilidades blandas en los individuos de la provincia, sino que puede llegar a afectar a la relación que las personas tienen con la sociedad.

Los expertos consideran que la cultura empresarial jiennense se caracteriza por una impor-

tante aversión al riesgo, ligada a una falta de creatividad e innovación. El fundamento de esta baja valoración tal vez pueda encontrarse en la escasa valoración del éxito individual alcanzado a través del esfuerzo personal que se percibe en la provincia; la dependencia que sienten los individuos respecto a la comunidad en su desarrollo empresarial y la escasa importancia que se da a nivel provincial a la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa individual.

Para corregir la situación actual es necesario establecer formaciones que impulsen el desarrollo de las habilidades blandas en todos los niveles educativos, así como la inteligencia emocional. Además, de poner en valor en la provincia mediante agentes tanto públicos como privados el fomento y valoración tanto de las habilidades blandas como de la inteligencia emocional.

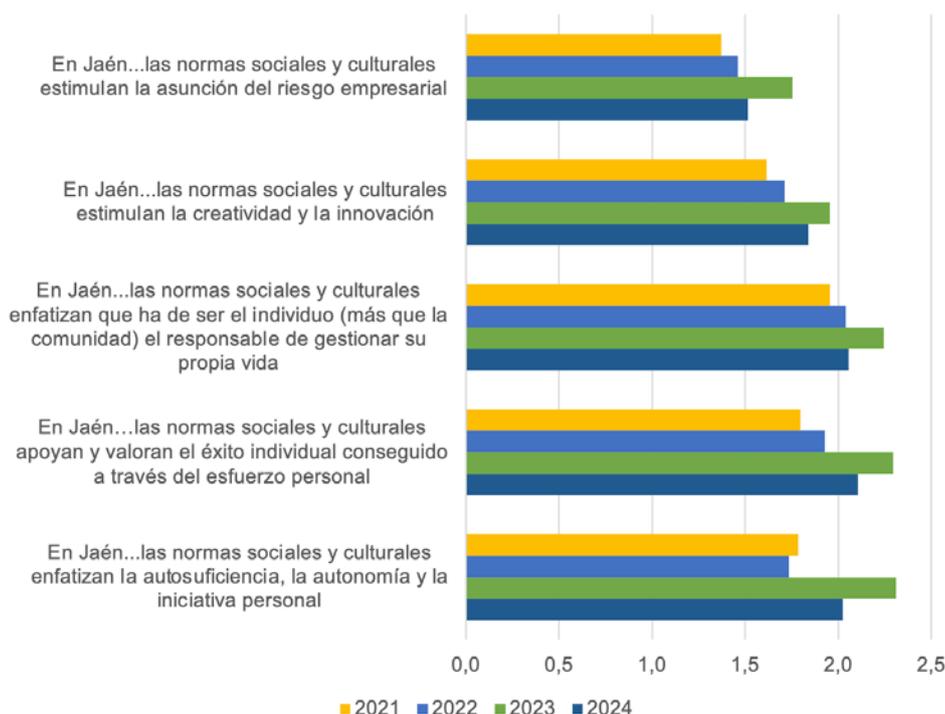


Figura 29: Normas sociales y culturales periodo 2021-2024

3.10. Comparación del entorno del emprendedor de Jaén, Andalucía y España

Una comparación de la valoración de los principales elementos contextuales de Jaén con Andalucía y España ofrece una información que permite comprender aspectos diferenciales de

la provincia de Jaén en relación a estos ámbitos de análisis superiores. La Tabla 9 recoge los datos relacionados con los aspectos que definen el entorno emprendedor de acuerdo con la metodología GEM para el año 2023, en los diferentes ámbitos de análisis considerados.

A partir de los datos de la Tabla 5, la Figura 30 permite apreciar de un modo más visual la comparación entre los diversos ámbitos territoriales considerados, de acuerdo con los principales parámetros que definen el entorno de quienes emprenden. Como puede apreciarse en la imagen, estas conclusiones son consistentes con las alcanzadas en ediciones anteriores de este informe, que han puesto de manifiesto sistemáticamente que la percepción de los expertos

	Jaén	Andalucía	España
Financiación para emprendedores	3,7	3,8	3,8
Facilidad para acceder a la financiación	4	4,2	4
Políticas gubernamentales: Emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,2	5,1	3,3
Políticas gubernamentales: Burocracia e impuestos	3,5	4,1	3,7
Programas gubernamentales	2,4	5,8	4,8
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	3,6	3,4	2,6
Educación y formación emprendedora en la etapa post-escolar	5,4	5,5	5,2
Transferencia de I+D	4,1	4,1	3,7
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	5	5,6	5,8
Dinámica del mercado interno	4	3,6	3,9
Barreras de acceso al mercado interno	4,3	4,5	4
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios	5,5	6,5	6,7
Normas sociales y culturales	3,8	4,3	4,2
NECI	4,1	4,7	4,3

Tabla 5: Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén, Andalucía, España y Unión Europea para el año 2023.

sobre el entorno para emprender en la provincia de Jaén es menos favorable que las que caracterizan al entorno andaluz y español y que se debería de realizar un esfuerzo importante en la mayoría de aspectos relacionados con el emprendimiento especialmente con los relacionados con la existencia y acceso a infraestructuras físicas y de servicios así como con las relacionadas con infraestructuras comerciales y profesionales, con Programas gubernamentales y con políticas gubernamentales que tengan al emprendimiento como principal prioridad.

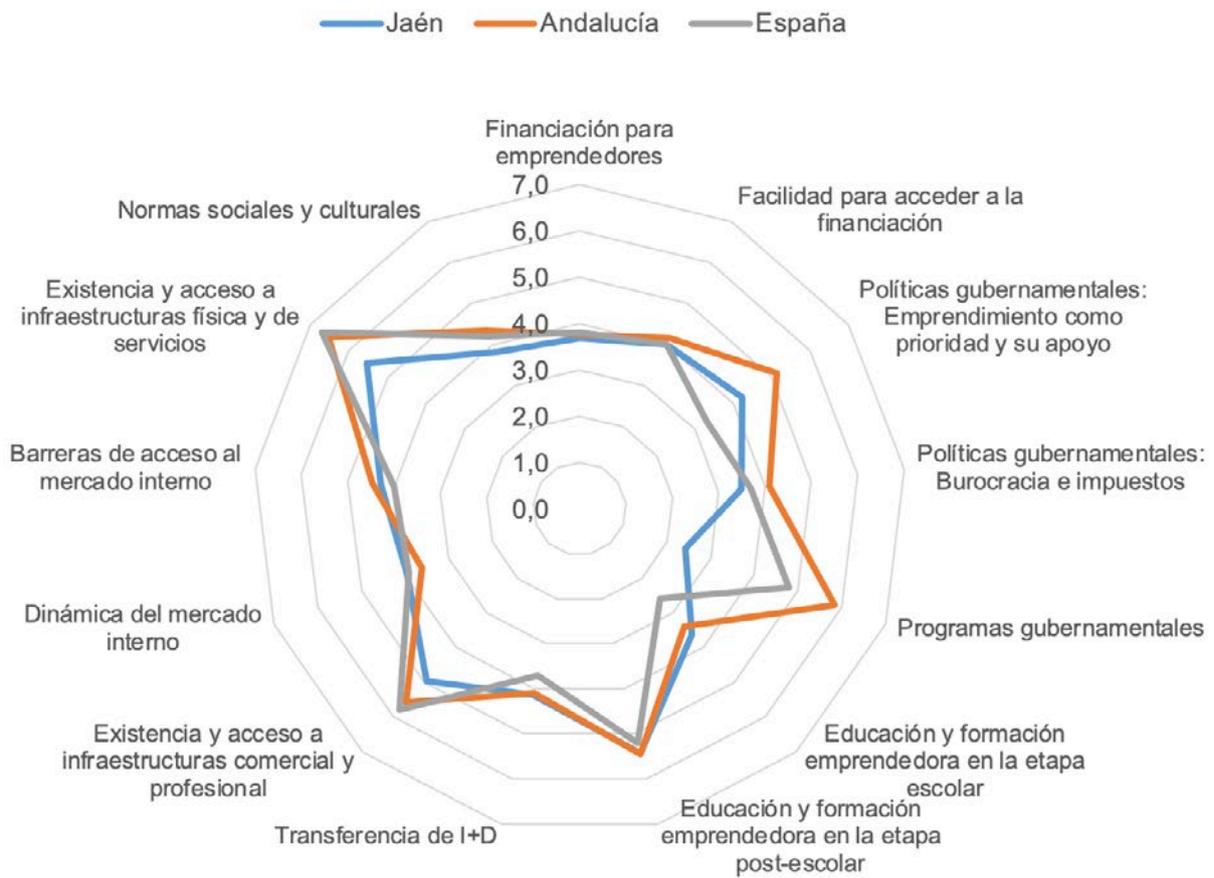


Figura 30: Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Jaén, Andalucía y España

Lodeintour / Aovetour

Nombre del emprendedor:

Raúl Quesada Ruiz

Nombre del Negocio:

LODEINTOUR/AOVETOUR

Ubicación del negocio:

Plaza Fuente Nueva, 7 Martos (Jaén)

RRSS: Oficina de Información Turística de Martos

Año Lanzamiento: 2022



Breve descripción de la empresa

Aprovecha el crecimiento turístico en beneficio del medio, con un plan sostenible e inclusivo diseñado para que el impacto del turismo regenere y dote de economía y cultura el entorno donde se desarrolle la actividad. Creando macro escenarios turísticos que recuperan la biodiversidad primitiva del entorno, guiándonos por el estudio de la biomimesis y biomimética.

LODEINTOUR/AOVETOUR es la primera empresa que no se dedica a catas, se especializa en degustaciones de las diferentes variedades de aceitunas con el maridaje de las diferentes uvas y la mejor combinación de los alimentos adecuados para descubrir el sexto sentido en las personas. Somos capaces de cambiar el sabor del AOVE y aumentar la calidad delante de nuestros usuarios/as consiguiendo la mejor experiencia del mercado.

¿Cómo surgió la idea?

Cuando por motivos de una baja laboral decido seguir formándome en turismo sostenible, regenerativo e inclusivo. El proyecto o idea presenta un modelo de desarrollo rural excepcionalmente bien fundamentado e innovador. Su principal fortaleza reside en la integración coherente de la economía circular, la regeneración ambiental y el desarrollo de capital humano como solución directa al desafío de la despoblación. La metodología, que combina la acción empresarial LODEINTOUR/AOVETOUR con la colaboración público-privada y la co-creación comunitaria, aumenta significativamente sus probabilidades de éxito y arraigo local.

El enfoque en la “regeneración” y “sostenibilidad” son factores diferenciales claves, que nos posiciona a la vanguardia de las nuevas tendencias de desarrollo rural. Si la ejecución se alinea con la planificación detallada, el proyecto no solo tiene el potencial de transformar la realidad socioeconómica de la provincia de Jaén, sino también de consolidarse como un modelo de referencia exportable a otras provincias y comunidades rurales con desafíos similares. Se considera una iniciativa de alto impacto potencial y estratégicamente alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo?

En los inicios de la actividad me rodee de especialista de los diferentes sectores, el diseño de un producto diferenciador en un mercado de continuo cambio es difícil mantenerlo actualizado. Para la creación de la sociedad conté con mi hijo, los guías con personas locales que ya tenían un recorrido amplio en visitas culturales, aún siguen en plantilla. para diseñar los mejores paquetes turísticos en el sector de la economía circular, sostenibilidad e inclusión con un enfoque regenerativo en todas las conté con biólogos y agentes forestales. La fuerza y pasión por mi trabajo lo recibo de Joaquín y Charid dos grandes clientes y personas.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio.

Los permisos medioambientales y la espera de las licencias de apertura hacen que las empresas tengan gastos mucho antes de recibir las primeras facturaciones por su actividad. El posicionamiento en el mercado, frente a la administración pública frena el crecimiento comercial.

¿Qué medidas o ayudas crees que son más necesarias para impulsar el emprendimiento?

La formación y el conocimiento son esenciales para generar un emprendimiento seguro

¿En qué medida estás percibiendo que el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio?

Son pilares fundamentales en todos los proyectos que desarrollamos.

Impacto social:

Diversidad e inclusión social en la empresa. LODEINTOUR/AOVETOUR trabaja con un modelo inclusivo y elimina todas las barreras físicas y psicológicas liderando una accesibilidad universal. En nuestras selecciones de empleo o empresas colaboradoras eliminamos los sesgos cognitivos, culturales, sociales, psicológicos y de género para llegar al equilibrio social deseado. Creando una visión proactiva multicultural en la inclusión universal.

Impacto medioambiental:

Fomento en desarrollo sostenible (sostenibilidad social, ambiental y económica)

Sostenibilidad ambiental:

- Regeneración ecológica: cada ruta o actividad turística se diseña para restaurar el ecosistema, recuperar flora autóctona y favorecer la biodiversidad primitiva.

- Diseño biomimética: se aplican principios de la naturaleza en la infraestructura turística (señalética, miradores, etc.) para minimizar el impacto ecológico.

- Uso de materiales sostenibles: desde la señalización hasta el merchandising, todo se produce con materiales biodegradables, reciclados o de bajo impacto.

- Reducción de la huella turística: educación ambiental a visitantes, movilidad sostenible y control del flujo turístico para evitar la sobreexplotación.

Sostenibilidad social:

- Inclusión y empoderamiento local: se trabaja con comunidades rurales, colectivos vulnerables y emprendedores locales, dándoles herramientas para integrarse al ecosistema turístico.

- Formación: programas de capacitación en turismo sostenible, oficios verdes y atención al visitante.

- Revalorización del patrimonio: las rutas y experiencias promueven la identidad cultural, tradiciones y saberes del territorio.

- Turismo accesible e inclusivo: diseño de experiencias adaptadas para todos los públicos, sin barreras físicas ni sociales.

Sostenibilidad económica:

- Economía circular: se priorizan proveedores locales y materiales de proximidad, fomentando el desarrollo económico de la zona.

- Modelos replicables y escalables: cada proyecto se diseña para poder adaptarse a otras regiones, generando nuevas oportunidades de negocio local.

- Diversificación de ingresos: LODEINTOUR/AOVETOUR combina servicios turísticos, formación, diseño y consultoría, asegurando sostenibilidad financiera.

- Colaboración público-privada: busca sinergias con administraciones y agentes del territorio para maximizar impacto y recursos.

Este enfoque integral posiciona a LODEINTOUR/AOVETOUR como un referente en el nuevo modelo turístico regenerativo, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030.

¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

22 proyectos activados en 2025.

Algo que os gustaría añadir.

Logros y publicaciones

Compromiso de Calidad Turística de SICTED, Apoyo al Emprendimiento ASEM, 3 programas de TVE en “Aquí la Tierra”, diferentes publicaciones en www.jaenhoy.es y SEOBirdLife, diseño de tres proyectos de Turismo Sostenible e Inclusivo en Andalucía y uno en Cantabria, Premios Empresa Social 2025 1º PREMIO ESPECIAL AL MEJOR PROYECTO DE TURISMO SOSTENIBLE, 2º MEJOR INICIATIVA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE y 3º MEJOR MODELO DE NEGOCIO PARA LA DEFENSA DEL MEDIOAMBIENTE.

Análisis de las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Jaén

4.1. NECI. Índice sintético de Contexto del Emprendimiento

La calidad global del entorno emprendedor provincial se calcula a través del Índice de Contexto Emprendedor Nacional (NECI). Este Índice representa el promedio de los indicadores que valoran los expertos entrevistados en cada ámbito territorial analizado por el proyecto GEM. El objetivo principal del NECI es ofrecer, de manera sintética, un indicador agregado de las valoraciones que realizan los expertos, facilitando la comparación entre diferentes ecosistemas.

En la Figura 31 podemos observar que el ecosistema emprendedor en Jaén presenta en el año 2024 un valor de 4,1, lo que lo sitúa por debajo del valor medio de Andalucía (4,7) y del valor medio de España (4,3). Señalar también que la idoneidad del entorno jiennense para facilitar el proceso emprendedor se ha reducido levemente con respecto al año 2023, en el que el valor del índice NECI fue de 4,2.

En 2021, España tenía una puntuación NECI de 5,4, y ocupaba el puesto 10 de los 49 países que participaron en el informe. En 2022 esta puntuación cayó a 4,0, tendencia que continuó en 2023 en que descendió hasta un 3,8. No obstante, el dato de 2024 (4,3) pone de relieve la mejora de la percepción de los expertos respecto al contexto emprendedor a nivel nacional, lo que sitúa a España en el puesto 38 de los 56 países evaluados en el informe GEM Global.

En 2024 los expertos del panel nacional siguen valorando las condiciones del entorno para emprender peor que la media de los expertos que forman los 17 paneles de las comunidades autónomas (CC. AA.), pero mejor que la media de nuestra provincia. El que las condiciones del entorno se gestionen en un ámbito más local sigue favoreciendo que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces a la hora de estimular el comportamiento emprendedor de cada CC. AA., aunque en el caso de la provincia de Jaén esta percepción sea diferente.

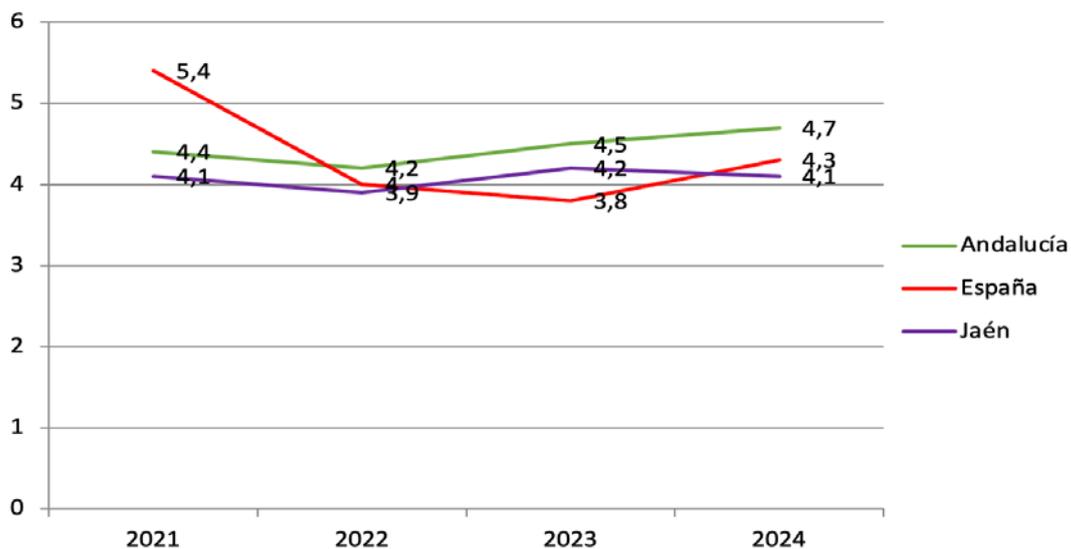


Figura 31: Índice NECI. Comparativa entre Jaén, Andalucía y España 2021-2024

4.2. Factores que favorecen la creación de empresas en Jaén

Los expertos consultados en 2024 identifican una gran variedad de factores impulsores que explican las condiciones favorables para el emprendimiento en virtud de una serie de dimensiones establecidas por la metodología GEM y que pueden estimular a los futuros emprendedores.

En la Figura 32 se detallan los principales factores que favorecen, según la opinión de los expertos consultados, la creación de empresas, impulsando así la actividad emprendedora en la provincia de Jaén. El aspecto más destacado ha sido los programas gubernamentales, aspecto en el que han coincidido el 21,1 de los expertos. El siguiente factor más considerado por los expertos es la Transformación digital, hacia el que han apuntado el 18,4% de ellos). Estos dos primeros factores ponen de

relieve una sustancial mejora en su posición respecto al año anterior (14,3% para ambos en 2023). Algo más atrás, pero al mismo nivel (13,2%) se posicionan dos factores: Educación y formación y Clima económico, que evolucionan de forma dispar respecto a los datos del año 2023 (Educación y formación reduce su relevancia y Clima Económico la incrementa). Con menor peso (7,9%), pero de nuevo coincidente, aparecen los factores Contexto político, institucional y social y Capacidad para el emprendimiento (que eleva sustancialmente su relevancia desde el 2,9% de 2023). Y, por último, los aspectos menos destacados son las Nuevas oportunidades de negocio, los Costes laborales, acceso y regulación, las Normas culturales y Sociales, la Infraestructura Comercial y profesional, la transferencia de I+D, las Políticas Gubernamentales y el Apoyo financiero al emprendimiento, valorados por un 2,6% de los expertos.



Figura 32: Factores que favorecen la creación de empresas en el año 2024 (en %)

4.3. Recomendaciones para mejorar la creación de empresas en la provincia de Jaén

En lo que se refiere a las recomendaciones de los expertos para seguir mejorando el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora en la provincia de Jaén, se insiste en los aspectos recogidos en la Figura 33.

Estas recomendaciones se centran en primer lugar en la mejora de las infraestructuras físicas y de servicios, propuesta por un 26,3% de los expertos; una recomendación recurrente en la provincia es la mejora de la red de carreteras y el tráfico ferroviario y las telecomunicaciones, aspecto que se pone de manifiesto año tras año en las opiniones recogidas. Le sigue en importancia (18,4) las recomendaciones relacionadas

con el factor Costes laborales, acceso y regulación y con el Apoyo financiero para el emprendimiento (15,8), que permiten reducir el coste de emprender y aprovechar así las oportunidades de negocio.

También recomiendan no olvidar medidas de gran alcance, como un mayor énfasis en la educación emprendedora desde la etapa escolar (13,2%) y en el desarrollo de Programas gubernamentales que apoyen a las empresas nacientes

y las ayuden a consolidarse (10,5%).

Finalmente, algunos expertos apuestan por mejorar aspectos relacionados con el Contexto político, institucional y social y los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento (ambos con el 5,3%), y en menor medida por medidas relacionadas con la mejora de Transferencia de I+D o que contemplen el Diferente desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas (los dos con un 2,6%).

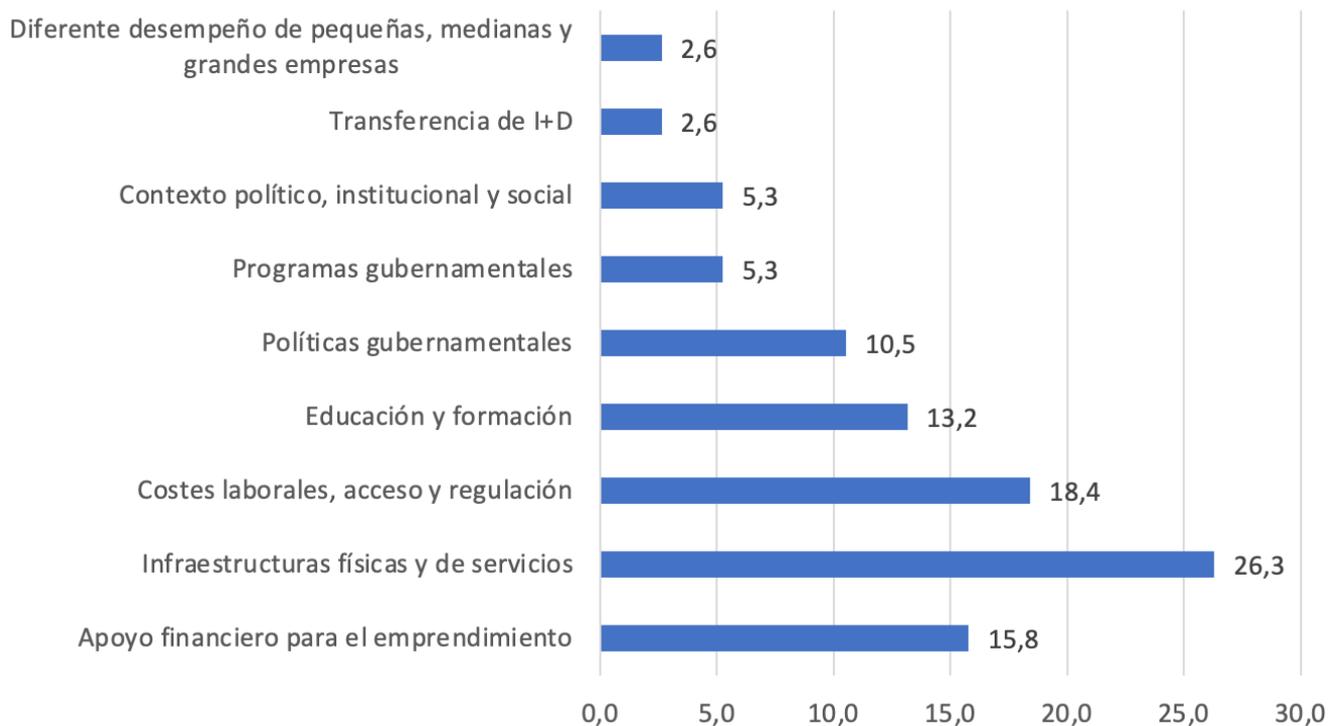


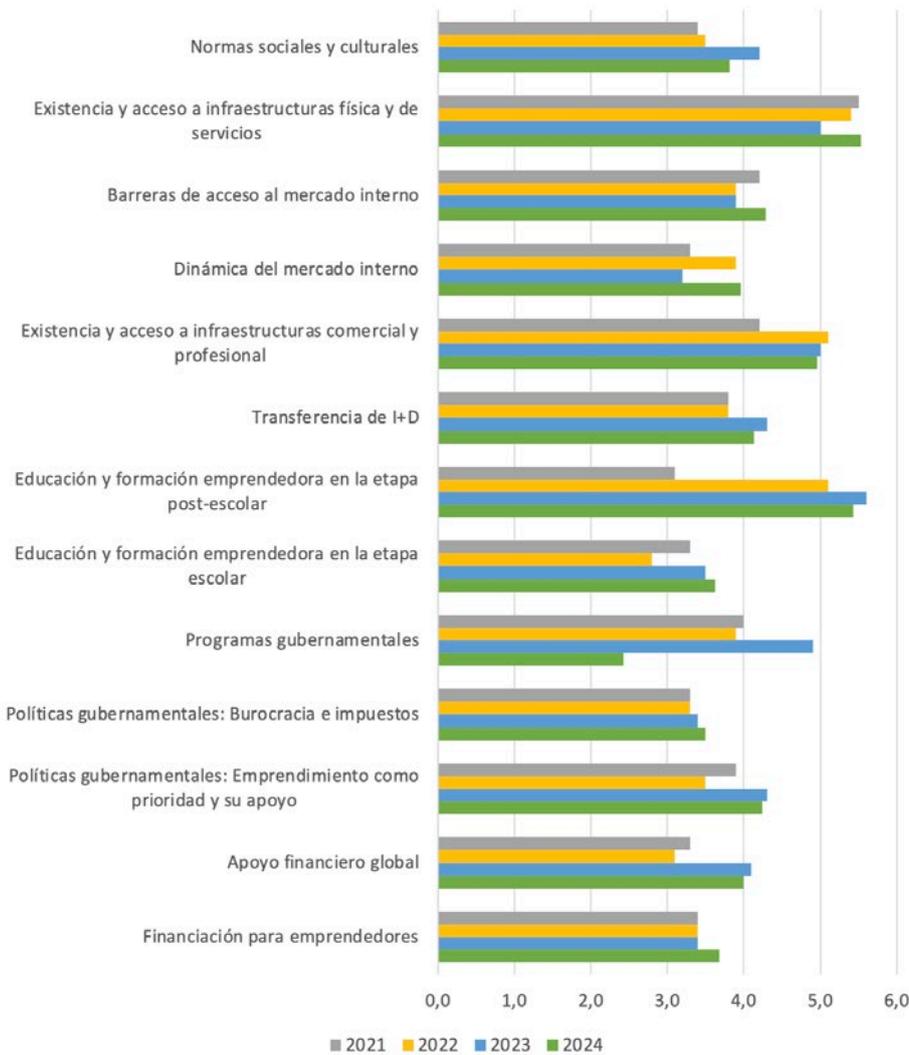
Figura 33: Áreas con recomendaciones de mejora por parte de los expertos

4.4. Valoración del entorno emprendedor giennense

Este es el sexto informe GEM que se presenta de la provincia de Jaén, es por ello que en la Figura 34 se puede apreciar la evolución de la valoración del entorno emprendedor giennense por parte de los expertos restringida a los 4 últimos años.

Un primer resultado significativo (véase Figura 34), es que la evaluación a través de 13 indicadores valorados en una escala Likert de 0 a 10 (siendo 10 la valoración máxima), que hacen los expertos en 2024 del entorno emprendedor giennense no

es, en general, positiva. Esto es así en la medida en que solamente 3 del total de 13 indicadores son valorados con 5 o con un valor ligeramente superior a 5. Aludimos a acceso a infraestructuras física y de servicios (la mejor valorada con 5,5), educación y formación emprendedora en la etapa post escolar (valorada en 5,4) y dinámica del mercado interno (valorada en 5). Este resultado está en línea con los arrojados por informes de años anteriores en los que, con carácter general, se observa igualmente que la valoración del entorno emprendedor giennense que hacen los expertos no es positiva.



Un análisis más pormenorizado de los 13 indicadores revela que, en 2024, los expertos han mejorado su valoración en 6 de ellos, a saber, la existencia de acceso a infraestructuras física y de servicios, la dinámica del mercado interno, las barreras de acceso al mercado interno, la educación y la formación emprendedora en la etapa escolar, las políticas gubernamentales que reducen la burocracia y la presión fiscal y de la financiación para emprendedores. De entre todos estos indicadores, destaca sobremanera la dinámica del mercado interno, que ha pasado de una valoración de 3,2 en 2023 a 4 de 2024.

Tal como se aprecia en la Figura 35, en 2024 los expertos empeoran la valoración respecto a

Figura 34. Evolución de la valoración media de las condiciones para emprender en Jaén

2023 de 6 indicadores, manteniéndola en 1 de ellos. No obstante, habría que señalar que en los casos de los indicadores apoyo financiero global, políticas gubernamentales prioritarias de apoyo al emprendimiento, educación y la formación emprendedora en la etapa post escolar y transferencia de I+D, el empeoramiento en las valoraciones en 2024 respecto a 2023 ha sido mínimo, manteniéndose constante en el caso de la dinámica del mercado interno. Destaca especialmente el empeoramiento en la valoración que hacen los expertos del indicador educación y formación emprendedora en la etapa escolar que pasa de una valoración de 4,9 en 2023 a 2,4 en 2024. Aunque en menor medida, también el indicador normas sociales y culturales empeora su valoración en 2024 respecto a la que hacen los expertos en 2023, pasando de 4,2 a 3,8.

En general, los expertos perciben el entorno en Jaén como menos favorable que el existente en Andalucía y muy parecido al que existe en España. De un total de 20 indicadores utilizados, valorados

en escala Likert de 1 a 10, siendo 10 la puntuación máxima, la valoración del entorno emprendedor andaluz que hacen los expertos es superior en 15 de estos 20 indicadores a la de Jaén. En el caso de España, la valoración es superior en 10 de ellos de los 20 indicadores, siendo algo más favorable que en el conjunto de España (Figura 35).

El entorno emprendedor de Jaén tiene como principales puntos fuertes la educación emprendedora (tanto escolar como post-escolar) y el apoyo al emprendimiento femenino, donde incluso supera la media nacional. También destaca en la dinámica del mercado interno y en la conciencia sobre sostenibilidad medioambiental. Sin embargo, presenta claras debilidades en programas gubernamentales (2,4 frente a 4,8 España y 5,8 Andalucía), en infraestructuras físicas y de servicios (5,5 frente a 6,7 nacional), y en normas sociales y culturales, que están por debajo de la media.

En definitiva, podemos decir que el entorno em-

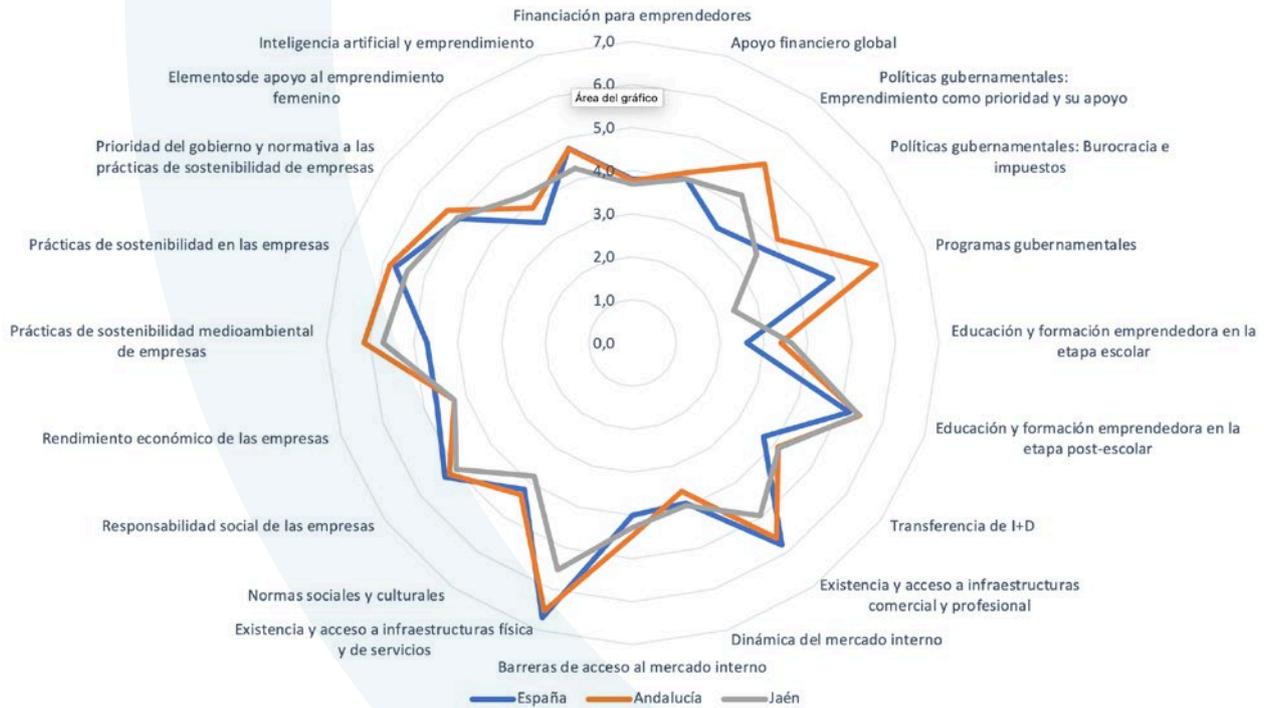


Figura 35: Valoración del entorno emprendedor en 2024. Comparativa entre España, Andalucía y Jaén

El entorno emprendedor de Jaén es valorado por los expertos en un punto intermedio y cuenta con fortalezas en educación, en emprendimiento femenino y sostenibilidad, si bien sufre un fuerte déficit en programas de apoyo institucional y en la percepción cultural hacia emprender. El entorno emprendedor de Andalucía en cambio, sobresale en apoyo político e institucional al emprendimiento y en sostenibilidad, pero tiene problemas de mercado interno y de resultados económicos empresariales. Finalmente, el entorno español presenta un ecosistema más equilibrado en infraestructuras, pero con debilidades claras en educación emprendedora y apoyo político.

4.5. La inteligencia artificial en el emprendimiento en Jaén en 2024

La información contenida en la Figura 36 revela que el panorama del emprendimiento en Jaén en torno a la inteligencia artificial (en adelante IA) en 2024 se caracteriza porque mientras la conciencia sobre su importancia se encuentra en niveles relativamente altos, su implementación práctica y la preparación del ecosistema aún presentan carencias significativas.

Por un lado, los emprendedores giennenses muestran una clara percepción de que la IA es una pieza clave en el futuro empresarial. La concienciación sobre la necesidad de desarrollar e implementar

soluciones de IA obtiene una puntuación de 5,93 sobre 10, y la promoción activa de estas ideas dentro del entorno empresarial alcanza un 6,05. Además, las empresas emergentes no solo empiezan a incluir intencionadamente la IA en sus modelos de negocio (5,95), sino que reconocen que su viabilidad y crecimiento a largo plazo dependen de la implementación activa de estas soluciones (6,07).

Sin embargo, aunque los empleados son en cierta medida conscientes de la necesidad de adquirir competencias en IA (5,07), lo cierto es que el nivel real de formación es bajo. El desarrollo de competencias es un fenómeno poco común en la provincia (3,63), los empleados no alcanzan el nivel adecuado para sus puestos (3,20) y la inclusión de conocimientos relacionados con la IA en la educación postescolar apenas llega a un 3,05. A ello se suma que la formación específica disponible para empresarios y trabajadores se percibe como escasa (3,48). Este déficit de capital humano supone un freno evidente para la competitividad del ecosistema emprendedor jaennense.

Otro aspecto crítico se encuentra en el papel de las instituciones públicas. El apoyo a la implementación de soluciones de IA mediante subvenciones o programas de formación apenas llega a una valoración de 4,26, mientras que la promoción activa de estas tecnologías se queda en 3,84. Estos datos

sugieren que las políticas públicas aún no están alineadas con el ritmo de la innovación empresarial, lo que deja a los emprendedores dependiendo casi exclusivamente de iniciativas privadas.

En cuanto al entorno externo, los resultados muestran una percepción intermedia. Las preocupaciones sobre la seguridad y privacidad de los datos se sitúan en un nivel notable (5,81), lo que indica que la dimensión ética y de confianza está presente en el debate. Sin embargo, los clientes aún muestran una receptividad moderada hacia las herramientas de IA (4,36), lo que refleja que todavía queda camino por recorrer para lograr una adopción más generalizada. En paralelo, los medios de comuni-

cación y las redes sociales destacan cada vez más los dilemas éticos vinculados a la toma de decisiones por parte de algoritmos (5,65), lo que contribuye a mantener un clima de debate en torno al uso responsable de estas tecnologías.

Por tanto, podríamos afirmar que Jaén avanza en la integración de la inteligencia artificial en los negocios, aunque enfrenta carencias de talento, formación y apoyo institucional. Para aprovechar su potencial, será clave invertir en capacitación, reforzar la colaboración universidad-empresa, aplicar políticas públicas activas y generar confianza social.



Figura 36: La inteligencia artificial en el emprendimiento en Jaén en 2024

4.5.1 Herramientas digitales, estrategia empresarial y operaciones diarias en Jaén: visión de empresas nacientes y propietarios-gerentes

El avance de la digitalización obliga a las empresas a replantear sus modelos de negocio y estrategia. En Jaén, un reciente análisis revela diferencias interesantes entre las prioridades que asignan las

empresas nacientes y los propietarios-gerentes consolidados a distintas herramientas tecnológicas clave.

En conjunto, los resultados mostrados en la Figura 37 dejan ver un patrón interesante: las empresas nacientes tienden a valorar de forma más intensa las tecnologías emergentes, especialmente la inteligencia artificial, lo que refleja una orientación

hacia la innovación y la disrupción. En cambio, los propietarios-gerentes mantienen una visión más pragmática y equilibrada, en la que priorizan soluciones ya consolidadas como la nube, el análisis de datos y la presencia digital.

Este contraste sugiere que, para potenciar la transformación digital en Jaén, será necesario construir puentes entre ambas perspectivas. Las empresas

nacientes pueden aportar visión innovadora y audacia tecnológica, mientras que los propietarios-gerentes aportan experiencia, estabilidad y un enfoque más conservador que permite gestionar riesgos. La combinación de ambos enfoques podría ser la clave para un ecosistema empresarial más sólido y competitivo en el marco de la economía digital.

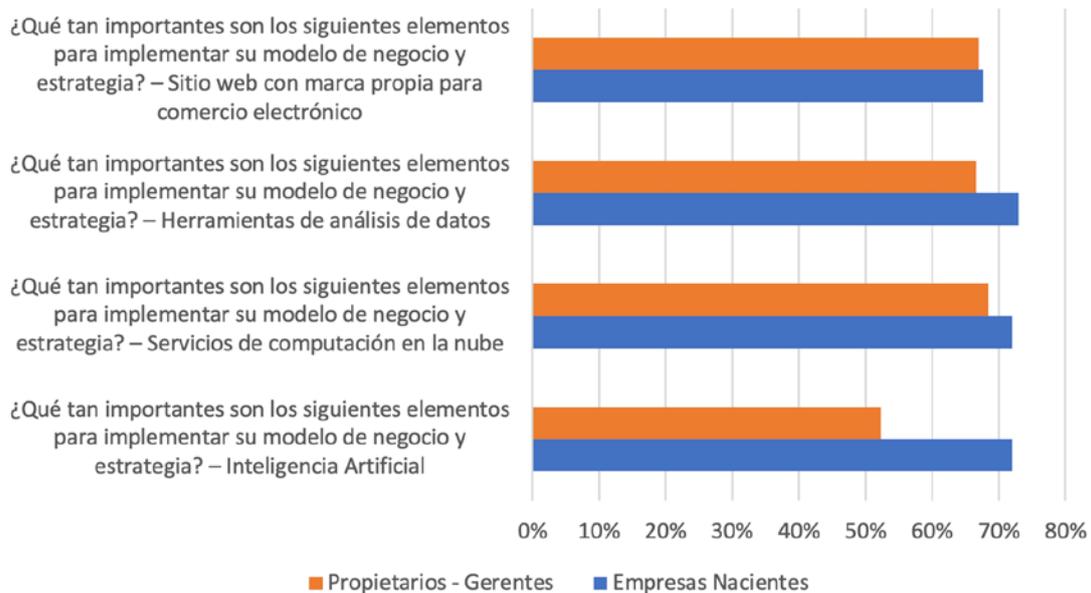


Figura 37: Herramientas para la implementación del modelo de negocio y la estrategia

Para las operaciones diarias (ver Figura 38), tanto las empresas nacientes (74 %) como los propietarios-gerentes (75 %), coinciden en otorgar una importancia elevada y prácticamente idéntica al correo electrónico como medio principal de comunicación con clientes y empleados. Este canal se consolida como una herramienta transversal, indispensable en la operativa diaria de ambos grupos.

En cuanto al marketing por correo electrónico dirigido a clientes, las valoraciones son moderadas y muy similares: 63 % en empresas nacientes y 65 % en propietarios-gerentes. Estos resultados muestran que, aunque se reconoce su utilidad, no se percibe como la herramienta más decisiva en el día a día, sino más bien como un complemento.

La mayor diferencia entre ambos colectivos aparece en la utilización de las redes sociales. Mientras que las empresas nacientes asignan una impor-

tancia muy alta (84 %), los propietarios-gerentes se quedan en un 67 %. Esta brecha refleja una clara orientación de las nuevas empresas hacia la visibilidad digital, la captación de clientes y la construcción de marca, frente a un enfoque más conservador en los negocios consolidados.

Finalmente, el sitio web con marca propia para información y comunicación es valorado de forma destacada por ambos grupos (79 % en nacientes y 73 % en propietarios-gerentes). La ligera diferencia a favor de las empresas nacientes indica que estas lo consideran una herramienta esencial de posicionamiento y legitimidad en el mercado durante sus primeras etapas.

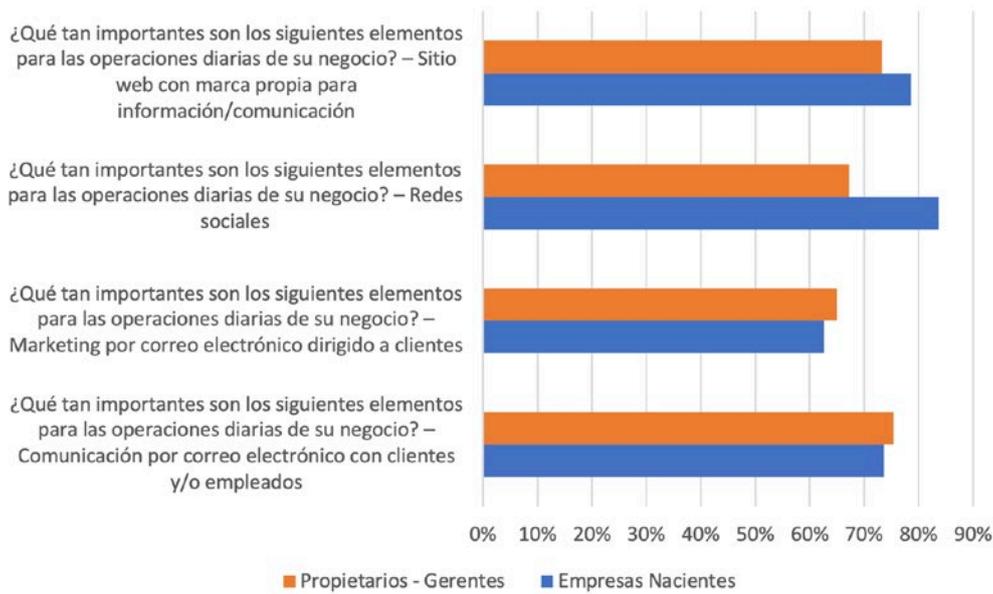


Figura 38: Herramientas para la implementación del modelo de negocio y la estrategia

4.5.2. Perspectivas futuras de la inteligencia artificial en el emprendimiento en Jaén

A la pregunta de qué tan importantes anticipan que serán las herramientas de IA para implementar su modelo de negocio y estrategia en el horizonte de tres años, los resultados muestran una diferencia clara entre empresas nacientes y propietarios-gerentes consolidados.

Tal y como se puede observar en la Figura 39, la diferencia de once puntos porcentuales entre ambos grupos evidencia un desfase en las expectativas: mientras las empresas nacientes miran con entusiasmo el potencial transformador de la IA, los gerentes experimentados mantienen una visión más conservadora. Este contraste no necesariamente es negativo; más bien refleja la coexistencia de dos enfoques complementarios: la audacia innovadora de los emprendedores y la prudencia basada en la experiencia de los gestores consolidados.

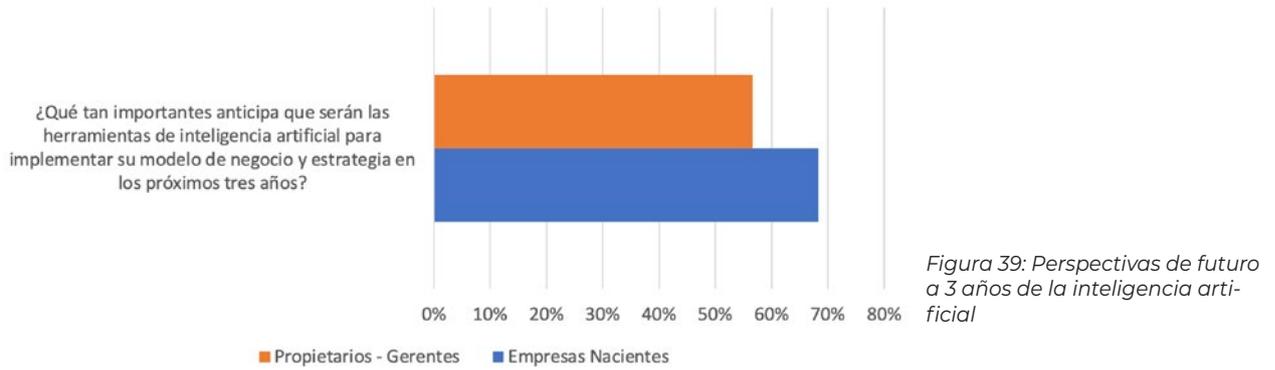
En conjunto, los resultados sugieren que la inteligencia artificial se consolidará progresivamente en Jaén como un elemento estratégico, aunque su velocidad de adopción dependerá del grado de confianza y de las condiciones del ecosistema. El reto estará en reducir la brecha entre expectativas y realidad, generando un terreno común donde la visión disruptiva de las empresas nacientes y la experiencia de los propietarios-gerentes puedan converger para acelerar la transformación digital del tejido empresarial de la provincia.

4.5.3. El impacto esperado de la inteligencia artificial en los negocios de Jaén

La inteligencia artificial (IA) despierta tanto expectativas como preocupaciones entre las empresas de Jaén. Al analizar cómo perciben su impacto futuro las empresas nacientes y los propietarios-gerentes de negocios consolidados, se observa un contraste nítido entre la visión innovadora de los nuevos actores y la cautela de quienes ya gestionan estructuras más establecidas.

La información resumida en la Figura 40 revela que, en el plano de los riesgos, ambos grupos reconocen los desafíos, aunque con distinta intensidad. Los problemas de seguridad de los datos y privacidad preocupan al 72% de las empresas nacientes y al 57% de los propietarios-gerentes. La resistencia de los empleados aparece en un 60% y 51% respectivamente, mientras que la desconfianza de los clientes se percibe en un 65% frente a un 56%. Asimismo, los dilemas éticos en la toma de decisiones con IA alcanzan un 64% en nacientes y un 56% en gerentes. Estas cifras reflejan que, aunque los dos grupos son conscientes de los obstáculos, los emprendedores emergentes muestran una mayor sensibilidad hacia los riesgos, posiblemente porque aún no cuentan con estructuras consolidadas para afrontarlos.

No obstante, es en las oportunidades donde se abre una brecha aún más clara. Las empresas nacientes destacan con fuerza el potencial de la IA para transformar su negocio: un 80% confía en que



traerá aumento de ingresos y crecimiento empresarial, frente a solo un 46% de los propietarios-gerentes. La percepción de personalización mejorada para los clientes llega al 75% entre nacientes, pero apenas al 57% en gerentes. Algo similar ocurre con la mayor productividad y eficiencia (70% frente a 57%) y con el desarrollo innovador de productos y servicios (72% frente a 55%). Incluso en la gestión de riesgos y cumplimiento normativo, las empresas nacientes muestran mayor optimismo (69%) en comparación con los gerentes (56%).

Este contraste evidencia una diferencia fundamental en la forma de proyectar el futuro: mientras las empresas nacientes ven en la IA una palanca de innovación, crecimiento y competitividad, los propietarios-gerentes mantienen una postura más reservada, limitando sus expectativas principalmente a la mejora operativa. La mayor distancia se observa en el impacto sobre los ingresos y el crecimiento,

lo que revela que los emprendedores emergentes asocian la IA con un cambio de paradigma, mientras que los negocios consolidados parecen más centrados en mantener la estabilidad que en apostar por transformaciones disruptivas.

En conjunto, los datos reflejan que el impacto esperado de la inteligencia artificial en Jaén está condicionado por la etapa empresarial. Las startups y nuevas iniciativas se muestran convencidas de que la IA será un factor decisivo de éxito, mientras que las empresas consolidadas valoran más los riesgos y se enfocan en los beneficios incrementales. La convergencia de ambas visiones podría generar un equilibrio necesario: el entusiasmo innovador de los nuevos emprendedores y la prudencia de los gestores experimentados, que juntos podrían guiar una implementación de la IA más sólida, sostenible y competitiva para la provincia.



Figura 40: Impacto de la inteligencia artificial en los negocios

Yakart Autocaravanas

Nombre del emprendedor:

Marta y Francisco José Molina Sola

Nombre del Negocio:

YAKART AUTOCARAVANAS

Ubicación del negocio:

Jaén

Web: www.akartautocaravanas.es

Año Lanzamiento: 2024



Breve descripción de la empresa

Desde 2016 gestionamos el negocio familiar de alojamiento y restauración Casablanca Torreperogil. En 2023 decidimos valorar nuevas vías de inversión y en 2024 iniciamos nuestra actividad en el sector del alquiler de autocaravanas de la mano de Yakart Autocaravanas, como franquiciados. Para nosotros esta inversión es como ampliar el alojamiento con “tres habitaciones más, pero con ruedas”, ofreciendo así a los visitantes de Jaén una forma distinta de viajar, descubrir pueblos, ciudades y parques naturales de nuestra provincia.

¿Cómo surgió la idea?

La idea surgió al plantearnos invertir en más habitaciones para nuestro alojamiento. Sin embargo, vimos que a veces era difícil llenar el establecimiento en un municipio pequeño como Torreperogil. Pensamos entonces en una forma de atraer al viajero a la provincia de una manera más flexible: que pueda re-

correrla en autocaravana, alojándose en diferentes lugares y conociendo mejor el territorio. Creemos firmemente que los pueblos de Jaén, vistos de manera aislada, pueden parecer pequeños, pero unidos tienen un gran potencial turístico.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedores?

Para nosotros, ser emprendedores significa trabajar cada día con constancia, ilusión y visión de futuro para alcanzar nuestros objetivos y contribuir al desarrollo de la provincia. En Casablanca, nuestra visión es alcanzar la excelencia en hostelería, generando valor para clientes, empleados, proveedores y sociedad, con principios de rentabilidad, transparencia, sostenibilidad medioambiental y compromiso social. Con Tu Éxito, Mi Éxito, ampliamos la visión para ayudar a empresarios hosteleros a ser más felices y eficientes, fomentando la profesionalización del sector, mejores condiciones laborales y una oferta gastronómica cohesionada que atraiga turismo de calidad. En Yakart Autocaravanas, nuestro objetivo es impulsar una nueva forma de conocer Jaén, alineada con la tendencia creciente del turismo en autocaravana, y mostrar la riqueza cultural y natural de la provincia.

¿Quiénes han emprendido el negocio contigo? (amistades, colegas, pareja, otros). Si lo hiciste en solitario, quién fue tu principal apoyo

El negocio lo hemos emprendido dos hermanos como socios principales, apoyándonos mutuamente en todo el proceso.

Obstáculos más importantes que has tenido que superar para poner en marcha tu negocio

Al ir de la mano de una franquicia con experiencia consolidada, hemos podido evitar errores habituales de los inicios. Aun así, el principal reto ha sido la adaptación al sector del caravaning, diferente al hostelero, y la necesidad de dar a conocer esta nueva forma de viajar en un mercado todavía emergente en nuestra provincia.

¿Qué medidas o ayudas consideras más necesarias para impulsar el emprendimiento?

Consideramos clave fomentar la creatividad y la capacidad de asumir riesgos entre los jóvenes, mostrándoles que sus ideas pueden convertirse en negocios viables. Sin embargo, tan importante como la creatividad es la formación en gestión empresarial, ya que sin una buena administración los proyectos difícilmente perduran.

¿En qué medida estás percibiendo que el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

Cada vez somos más conscientes de que el turismo debe ser sostenible. En Yakart Autocaravanas fomentamos un modelo de viaje responsable con el entorno:

- Promovemos el turismo de proximidad, animando a descubrir la riqueza natural y cultural de Jaén.
- Apostamos por vehículos eficientes que reducen el impacto ambiental.
- Recomendamos a los clientes el uso de áreas de pernocta reguladas y prácticas de respeto al medio ambiente.

En Casablanca, además, trabajamos con productos locales y de temporada, apoyando al productor cercano y reduciendo la huella de transporte.

Algo que os gustaría añadir

Queremos transmitir que nuestro objetivo no es solo emprender negocios, sino crear experiencias que generen valor a la provincia. Creemos en un turismo que une, que pone en valor lo local y que aporta calidad de vida tanto a los viajeros como a los habitantes de Jaén.

Relación de equipos GEM Andalucía 2024-2025

Nacional

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> Observatorio del Emprendimiento de España ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.) 	<ul style="list-style-type: none"> Ana Fernández-Laviada (Presidenta Ejecutiva del Observatorio) Ignacio Mira Solves (Director GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaría del Observatorio) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España) María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves y María Saiz Santos (Comité de Dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Responsable de Comunicación del Observatorio) Javier Melero Rus (Responsable web del Observatorio) 	<ul style="list-style-type: none"> Observatorio del Emprendimiento de España ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.)

Andalucía

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> María del Mar Fuentes Fuentes (Presidenta) Alfonso M. Márquez García (Secretario) Francisco Liñán (Director Técnico) José Ruiz Navarro Carmen Cabello Medina Carmen Camelo Ordaz Carlos J. Cano Guillén Emilio Morales Fernández José Manuel Sánchez Vázquez Nuria Toledano Garrido Rafael Ventura Fernández María Jesús Hernández Ortiz 	<ul style="list-style-type: none"> Fundación Fulgencio Meseguer

Almería

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Almería 	<ul style="list-style-type: none"> Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) Juan García García José Céspedes Lorente Miguel Pérez Valls Raquel Antolín López 	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Almería Diputación de Almería

Cádiz

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Cádiz 	<ul style="list-style-type: none"> • José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) • Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) • Juan Pablo Diánez González • Julio Segundo Gallardo • Noelia Franco Leal • Jaime Guerrero Villegas • María del Mar Bornay Barrachina 	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Almería • Diputación de Almería

Córdoba

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Loyola Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> • Emilio Morales Fernández (Coordinador) • Joaquín García-Tapiál Arregui • Raquel Puente-Castro 	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Loyola Andalucía

Granada

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Granada 	<ul style="list-style-type: none"> • María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) • Ana María Bojica Bojica • Francisco Javier Melero Rus • Jenny María Ruiz Jiménez • Matilde Ruiz Arroyo 	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Granada • Diputación de Granada • Granada Empresas

Huelva

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Huelva 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuria Toledano Garrido (Coordinadora) • Francisco Liñán Alcalde (Coordinador) • Elena Carbajal Trujillo • Ana M. Domínguez Quintero • Inmaculada Jaén Figueroa • María Jesús Moreno Domínguez 	<ul style="list-style-type: none"> • Cátedra de la Provincia • Diputación de Huelva • Universidad de Huelva

Jaén

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Jaén 	<ul style="list-style-type: none"> • Domingo Fernández Uclés (Coordinador) • Raquel Barreda Tarrazona • Lucas Antonio Cañas Lozano • Elia García Martí • José García Vico • Juan Alberto Hueso Arrabal • María de la Paz Horno Bueno • Alfonso M. Márquez García • Ana Belén Mudarra Fernández • Manuel Carlos Vallejo Martos • Julio Vena Oya 	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de Jaén • Diputación Provincial de Jaén • Cátedra Universitaria de • Emprendimiento Fulgencio Meseguer

Málaga

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Málaga 	<ul style="list-style-type: none"> Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez Martínez 	<ul style="list-style-type: none"> Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promálaga

Sevilla

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla 	<ul style="list-style-type: none"> Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aída del Cubo Molina José Fernández Serrano Juan Alberto Hueso Arrabal Inmaculada Jaén Figueroa Juan A. Martínez Román Ana Pérez Luño Elena Sousa Ginel 	<ul style="list-style-type: none"> Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla E&I (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)

Trabajo de campo GEM España

Institución	Miembros	Colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca) 	<ul style="list-style-type: none"> Josep Ribó Santacreu (Director gerente) Joaquín Vallés Lorente (Dirección y coordinación técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España

Patrocinadores GEM Andalucía 2024-2025

GEM España



enisa



OBSERVATORIO DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE ANDALUCÍA



FUNDACIÓN FULGENCIO MESEGUER

GEM Almería



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA



DIPUTACIÓN DE ALMERÍA



UCA | Universidad de Cádiz



Diputación de Cádiz

COORDINACIÓN Y DESARROLLO ESTRATÉGICO, PRODUCTIVO Y SOCIAL
Planificación y Estrategia en Sectores Económicos



Universidad LOYOLA

GEM Granada



UNIVERSIDAD DE GRANADA



Diputación de Granada

GRANADA EMPRESAS



CÁTEDRA DE LA PROVINCIA



Universidad de Huelva

GEM Jaén



Universidad de Jaén



CÁTEDRA UNIVERSITARIA DE EMPRENDIMIENTO FULGENCIO MESEGUER



DIPUTACIÓN DE JAÉN



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Ayuntamiento de Málaga



PROMÁLAGA



Cátedra de Emprendimiento Sostenible

GEM Sevilla



UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE SEVILLA



INNOVACIÓN, EMPRENDIMIENTO Y EMPRESA FAMILIAR



Emprendimiento e Innovación



Diputación Sevilla

PRODETUR

Índice de tablas

Tabla 1. Ficha Técnica de las encuestas (APS) en Jaén.

Tabla 2. Distribución de la muestra APS en Jaén.

Tabla 3. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Jaén: perspectiva de resultados.

Tabla 4. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén 2023.

Tabla 5. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén, Andalucía España y Unión Europea para el año 2023.

Índice de figuras

Figura 1. Modelo teórico GEM.

Figura 2. Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2024.

Figura 3. Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén, Andalucía y España, 2022-2024.

Figura 4. La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2024.

Figura 5. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2024.

Figura 6. Proceso emprendedor en Jaén 2024.

Figura 7. Evolución del potencial emprendedor de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024.

Figura 8. Emprendedores potenciales en las regiones españolas 2024.

Figura 9. Evolución de la TEA de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024.

Figura 10. TEA en función del género Jaén (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 11. TEA de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2024 (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 12. Etapas de la empresa en el proceso emprendedor (meses de actividad).

Figura 13. Evolución de las iniciativas nacientes de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 14. Evolución de las empresas nuevas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 15. Evolución de las empresas consolidadas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2024 (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 16. Empresas consolidadas, posicionamiento de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2024 (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 17. Tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España periodo 2019-2024 (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 18. Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2024 (GEM Andalucía y GEM España APS 2019-2024).

Figura 19. Dimensiones del ecosistema emprendedor analizadas por GEM 2024.

Figura 20. Financiación del proceso emprendedor en Jaén 2021-2024.

Figura 21. Apoyo financiero en Jaén 2021-2024.

Figura 22. Políticas Gubernamentales periodo 2018-2024.

Figura 23. Valoración de los programas gubernamentales periodo 2018-2024.

Figura 24. Educación y formación en creación de empresas periodo 2018-2024.

Figura 25. Transferencia de I+D periodo 2021-2024.

Figura 26. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales periodo 2021-2024.

Figura 27. Dinámica y apertura del mercado interior 2018-2023.

Figura 28. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios periodo 2021-2024.

Figura 29. Normas sociales y culturales periodo 2021-2024.

Figura 30. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Jaén, Andalucía y España.

Figura 31. Índice NECI. Comparativa entre Jaén, Andalucía y España 2021-2024.

Figura 32. Factores que favorecen la creación de empresas en el año 2024 (en % de expertos).

Figura 33. Áreas con recomendaciones de mejora por parte de los expertos.

Figura 34. Evolución de la valoración media de las condiciones para emprender en Jaén.

Figura 35. Valoración del entorno emprendedor en 2024. Comparativa entre España, Andalucía y Jaén.

Figura 36. La Inteligencia Artificial en el emprendimiento en Jaén en 2024.

Figura 37. Herramientas para la implementación del modelo de negocio y la estrategia.

Figura 38. Herramientas para la realización de las operaciones diarias.

Figura 39. Perspectivas de futura a 3 años de la Inteligencia Artificial.

Figura 40. Impacto de la Inteligencia Artificial en los negocios.

 RED GEM
ESPAÑA
OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO



Informe GEM JAÉN

2024 - 2025



Universidad de Jaén

CÁTEDRA
UNIVERSITARIA DE
EMPRENDIMIENTO
FULGENCIO MESEGUER


 FUNDACIÓN
FULGENCIO
MESEGUER

Colabora

 DIPUTACIÓN
DE JAÉN