



Global
Entrepreneurship
Monitor

Informe

GEM

J a é n

RED GEM ANDALUCÍA/ESPAÑA

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

2020/21



Universidad de Jaén

"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"

Global Entrepreneurship Monitor. Jaén, Andalucía

Depósito Legal: J 140-2022

© Los autores

© Edita: Universidad de Jaén. Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén.

Imprime: Gráficas La Paz de Torredonjimeno

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Esta obra se ha realizado gracias a la colaboración de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía. Ha sido posible gracias a la Asociación sin ánimo de lucro "Observatorio del Emprendimiento GEM España", los equipos investigadores de todas las CCAA, de las provincias de Almería, Cádiz, Córdoba, Jaén, Granada, Málaga y Sevilla, junto a los patrocinadores instituciones, empresas y organizaciones que han colaborado en su realización en cada territorio.

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Jaén 2020/21

<http://www.gem-spain.com/informes-regionales/>

Autores

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

Índice

Presentación del Director del Observatorio GEM de Andalucía	18
Presentación de la Coordinadora del proyecto GEM Jaén	20
Introducción. El proyecto GEM	22
Metodología	26
Balanced Scorecard	30
BSC: perspectiva de resultados	30
BSC: perspectiva de stakeholders	31
BSC: perspectiva de procesos internos	32
BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento	33
Resumen ejecutivo	35
Capítulo 1	
Fenómeno emprendedor	41
1.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población giennense de 18-64 años	41
1.1.1 La percepción de la población giennense sobre sus valores y aptitudes para emprender	41
1.1.2 Percepción de la población giennense sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento	46
1.2. Actividad y dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España y sus características	53
1.2.1 Indicadores del proceso emprendedor	53
1.2.2. Potencial emprendedor	57
1.2.3. Tasa de actividad emprendedora (TEA)	59
1.2.4 Empresas nacientes	61



1.2.5 Empresas nuevas	62
1.2.6 Actividad intraemprendedora	63
1.2.7. Empresas consolidadas	66
1.2.8 Tasa de abandono empresarial	68

Capítulo 2

Análisis del entorno del emprendedor en Jaén	71
2.1. Valoración de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Jaén	73
2.1.1 Financiación	73
2.1.2 Políticas gubernamentales	75
2.1.3 Programas gubernamentales	77
2.1.4 Educación y formación en creación de empresas	79
2.1.5 Transferencia de I+D	82
2.1.6 Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales	84
2.1.7 Dinámica y apertura del mercado interior	86
2.1.8 Acceso a infraestructuras físicas y de servicios	89
2.1.9 Normas sociales y culturales	91
2.1.10 Comparación del entorno del emprendedor de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea	92
2.2. NECI. Índice sintético de Contexto del Emprendimiento	93
2.3. Factores que obstaculizan y favorecen la creación de empresas en Jaén	94
2.4. Recomendaciones para mejorar la creación de empresas en la provincia de Jaén	97
2.5 Valoración del entorno emprendedor jiennense	99

Capítulo 3

El impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora	101
3.1 Percepciones de la población adulta de 18 a 64 años española y andaluza sobre los efectos de la COVID-19	101
3.2 Percepción de los expertos nacionales y andaluces sobre el ecosistema emprendedor en la COVID-19	103
3.3 Percepción de los expertos jiennenses sobre la reactividad y la reinención del emprendimiento en la COVID-19	104
Conclusiones y recomendaciones	106
Bibliografía	109
Anexo. Glosario de términos	111
Índice de tablas	112
Índice de ilustraciones	113
Índice de gráficos	114

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2020/2021

Nacional

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Observatorio del Emprendimiento de España	Presidenta del Observatorio Ana Fernández-Laviada	» Observatorio del Emprendimiento de España
» ENISA	Directora Técnica GEM España Isabel Neira Gómez	» ENISA
	Secretaria del Observatorio Paula San Martín Espina	» Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles
	Equipo Dirección Técnica GEM España Isabel Neira Gómez y Yago Atrio Lema	» Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial
	Comité de dirección del Observatorio Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro y María Saiz	
	Director de Comunicación GEM España Sebastián Pérez Vides	



Andalucía

INSTITUCIÓN			
	» Universidad de Cádiz	» José Ruiz Navarro (Director) » Carmen Camelo Ordaz » Juan Pablo Diánez González » Noelia Franco Leal » José Manuel Sánchez Vázquez » Julio Segundo Gallardo	» Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades
Andalucía » Almería	INSTITUCIÓN		
	» Universidad de Almería	» Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) » José Céspedes Lorente » Juan García García	» Universidad de Almería » Junta de Andalucía
Andalucía » Cádiz	INSTITUCIÓN		
	» Universidad de Cádiz	» Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) » José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) » Juan Pablo Diánez González » Noelia Franco Leal » Julio Segundo Gallardo » Carmen Virués Vega	» Universidad de Cádiz IEDT » Diputación de Cádiz
Andalucía » Córdoba	INSTITUCIÓN		
	» Universidad Loyola	» Esteban Almirón Navarro (Coordinador) » Emilio Morales Fernández » Joaquín García-Tapial » Mercedes Pérez Millán	» Universidad Loyola
Andalucía » Granada	INSTITUCIÓN		
	» Universidad de Granada	» María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) » Ana María Bojica » Francisco Javier Melero Rus » Jenny María Ruiz Jiménez » Matilde Ruiz Arroyo	» Universidad de Granada

Andalucía » Málaga	INSTITUCIÓN		
	» Universidad de Málaga	» Rafael Ventura Fernández (Coordinador)	» Universidad de Málaga
		» Sofía Louise Martínez	» Ayuntamiento de Málaga
			» Cátedra Emprendimiento
			» Promalaga
Andalucía » Jaén	INSTITUCIÓN		
	» Universidad de Jaén	» María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora)	» Universidad de Jaén
		» Manuel Carlos Vallejo Martos	
		» Elia García Martí	
		» María de la Paz Horno Bueno	
		» Raquel Barreda Tarrazona	
		» María Gutiérrez Salcedo	
		» Lucas Cañas Lozano	
		» Julio Vena Oya	
		» José García Vico	
Andalucía » Sevilla	INSTITUCIÓN		
	» Universidad Pablo de Olavide	» Carmen Cabello Medina (Coordinadora)	» Universidad Pablo de Olavide
	» Universidad de Sevilla	» Francisco Liñán (Coordinador)	» INNLAB
		» Aida del Cubo	» Universidad de Sevilla
		» Antonio Carmona Lavado	» PYMED (Gr. Investigación)
		» Inmaculada Jaén Figueroa	» Prodetur (Diputación de Sevilla)
		» Ana Pérez Luño	
		» Elena Sousa Ginel	
		» José Fernández Serrano	

Aragón

INSTITUCIÓN		
» Universidad de Zaragoza	» Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director)	» Fundación Emprender en Aragón
	» Consuelo González Gil (Co-Director)	» Cátedra Emprender
	» Elisabet Garrido Martínez	» Departamento de Industria, Com- petitividad y Desarrollo
	» Jaime Gómez Villascuerna	Empresarial del Gobierno de Aragón - unir competitividad
	» Juan Pablo Maícas López	
	» Javier Montero Villacampa	
	» Raquel Ortega Lapiedra	
	» Sergio Palomas Doña	



Asturias

INSTITUCIÓN

- | | | |
|-------------------------|---|---|
| » Universidad de Oviedo | » Jesús Ángel del Brío González (Co-Director) | » Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo |
| | » Manuel González Díaz (Co-Director) | » Caja Rural de Asturias |
| | » Begoña Cueto Iglesias | |
| | » María Mitre Aranda | |
| | » Virginia Barba Sánchez | |
| | » Matías Mayor Fernández | |

Baleares

INSTITUCIÓN

- | | | |
|-------------------------------------|--|---|
| » Universidad de las Islas Baleares | » Julio Batle Lorente (Director) | » Institut de Innovació Empresarial- Govern Balear |
| | » María Sard Bauzá (Directora Técnica) | » Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius |
| | » Bartolomé Deyá Tortella | » Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. |
| | » Francina Orfila Sintés | » Universitat de les Illes Balears |
| | » César Llorente López | |
| | » Joan Garau Vadell | |
| | » M. Vanessa Díaz Moriana | |
| | » Marco Antonio Robledo Camacho | |

Canarias

INSTITUCIÓN

- | | | |
|---|--------------------------------------|---|
| » Universidad de Las Palmas de Gran Canaria | » Rosa M. Batista Canino (Directora) | » Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo |
| » Universidad de La Laguna | » Alicia Bolívar Cruz | » Universidad de Las Palmas de Gran Canaria |
| | » Alicia Correa Rodríguez | » Universidad de La Laguna |
| | » Ana L. González Pérez | |
| | » Carmen Inés Ruiz de la Rosa | |
| | » Desiderio García Almeida | |
| | » Desiderio Gutiérrez Taño | |
| | » Domingo Verano Tacoronte | |
| | » Francisco J. García Rodríguez | |
| | » Esperanza Gil Soto | |
| | » Pino Medina Brito | |
| | » Silvia Sosa Cabrera | |

Cantabria

INSTITUCIÓN		
» Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	» Ana Fernández-Laviada (Directora)	» SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Industria, Turismo, Innovación, Transporte y Comercio
	» Paula San Martín Espina (Directora Técnica)	» Santander Universidades
	» Andrea Pérez Ruiz	
	» Carlos López Gutiérrez	
	» Estefanía Palazuelos Cobo	
	» Javier Montoya del Corte	
	» Lidia Sánchez Ruiz	
	» Elsa Diez Busto	

Cataluña

INSTITUCIÓN		
» Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	» Carlos Guallarte (Director)	» Universitat Autònoma de Barcelona
» Universitat Autònoma de Barcelona	» Enric Genescà	» Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç
	» Joan Lluís Capelleras	» Generalitat de Catalunya Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
	» Marc Fíguls	
	» Teresa Obis	

Castilla La Mancha

INSTITUCIÓN		
» Universidad de Castilla-La Mancha	» Juan José Jiménez Moreno (Director)	» Universidad de Castilla-La Mancha
	» Ángela González Moreno (Directora Técnica)	» Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha
	» Francisco José Sáez Martínez	» Fundación Globalcaja HXXII
	» Rafael Minami Suzuki	
	» Llanos López Muñoz	
	» Adrián Rabadán Guerra	
	» José M ^a Ruiz Palomo	

Castilla y León

INSTITUCIÓN

- | | | |
|---|---|-----------------------|
| » Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León | » Mariano Nieto Antolín (Co-Director) (†)
» Nuria González Álvarez (Co-Directora)
» Constantino García Ramos
» Daniel Alonso Martínez
» José Luis de Godos Díez | » Universidad de León |
|---|---|-----------------------|

Ceuta

INSTITUCIÓN

- | | | |
|--------------------------|---|--|
| » Universidad de Granada | » Gabriel García-Parada Ariza (Director)
» José Aguado Romero
» Juan Miguel Alcántara Pilar
» Lázaro Rodríguez Ariza
» Manuel Hernández Peinado
» Sara Rodríguez Gómez | » Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada
» PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A. |
|--------------------------|---|--|

Comunidad Autónoma de Madrid

INSTITUCIÓN

- | | | |
|----------------------------------|---|--|
| » Universidad Autónoma de Madrid | » Isidro de Pablo López (Director)
» Begoña Santos Urda
» Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid)
» Iván Soto San Andrés (Deusto Business School Madrid)
» Adriana Pérez Encinas
» Miguel Angoitia Grijalba
» Yolanda Bueno Hernández | » Fundación para el Conocimiento Madrid
» Comunidad de Madrid
» Universidad Autónoma de Madrid |
|----------------------------------|---|--|

Comunidad Valenciana

INSTITUCIÓN		
» Universidad Miguel Hernández de Elche	» José María Gómez Gras (Director)	» Universidad Miguel Hernández de Elche
	» Ignacio Mira Solves (Director Técnico)	» Generalitat Valenciana. Consejería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo
	» Jesús Martínez Mateo	» Air Nostrum
	» Marina Estrada de la Cruz	» Aligrupo
	» Antonio J. Verdú Jover	» Catral Garden
	» M. ^a José Alarcón García	» Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana
	» M. ^a Cinta Gisbert López	» Fundación Juan Perán-Pikolinos
	» Lirios Alós Simó	» Fundación Manuel Peláez Castillo
	» Domingo Galiana Lapera	» Escuela de Empresarios (EDEM)
	» M. ^a Isabel Borreguero Guerra	» Grupo Eulen
		» Grupo Soledad
		» Seur
		» Vectalia

Extremadura

INSTITUCIÓN		
» Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	» Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo)	» Universidad de Extremadura
	» M. ^a de la Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica)	» Junta de Extremadura
	» Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos)	» Sodiex
	» J. Carlos Díaz Casero	» Avante Extremadura
	» Manuel Almodóvar González	» CC. NN. Almaraz-Trillo
	» María Calzado Barbero	» Philip Morris Spain, S.L.
	» Nuria Ramos Vecino	» Grupo Ros Multimedia
	» Roberto Alejandro Hernández Renner	» Diputación de Badajoz
		» Tambo
		» Tany Nature

Galicia

INSTITUCIÓN

- | | | |
|--|--|--|
| » Universidad de Santiago de Compostela (USC) | » Loreto Fernández Fernández (Directora) | » Universidade de Santiago de Compostela (USC) |
| » Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) | » Isabel Neira Gómez (Directora Técnica) | » Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) |
| | » Sara Fernández López | » Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia) |
| | » Emilio Ruzo Sanmartín | |
| | » David Rodeiro Pazos | |
| | » Marta Portela Maseda | |
| | » Jacobo Feás Vázquez | |
| | » Nuria Calvo Babío | |
| | » Lucía Rey Ares | |
| | » Alberto Vaquero García | |
| | » Pilar Piñeiro García | |
| | » Guillermo Andrés Zapata Huamani | |
| | » Yago Atrio Lema | |
| | » Norberto Penedo Rey | |
| | » Fany Suárez Mansilla | |
| | » Enrique Gómez Fernández | |

La Rioja

INSTITUCIÓN

- | | | |
|--|--|--|
| » Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja | » Luis Alberto Ruano Marrón (Director) | » Agencia de Desarrollo Económico |
| | » Juan Manuel Domínguez Ortega (Coordinador Técnico) | » de La Rioja (Gobierno de La Rioja) |
| | » Sara Calvo (Coordinadora Académica) | » Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) |
| | » Andrés Morales | » Iberaval Sociedad de Garantía |
| | » José Eduardo Rodríguez Oses | » Recíproca |
| | » Lara Mata | » Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas |
| | | » Grupo OJA |
| | | » JIG Digital |

Melilla

INSTITUCIÓN

- | | | |
|--------------------------|---|--------------------------|
| » Universidad de Granada | » María del Mar Fuentes Fuentes (Directora) | » Universidad de Granada |
| | » Ana María Bojica | |
| | » Jenny María Ruiz Jiménez | |
| | » Matilde Ruiz Arroyo | |
| | » Rocío Llamas Sánchez | |

Murcia

INSTITUCIÓN

- | | | |
|-------------------------|--|---|
| » Universidad de Murcia | » Alicia Rubio Bañón (Co-Directora) | » Consejería de Industria, Empresa y Portavocía |
| | » Antonio Aragón Sánchez (Co-Director) | » Instituto de Fomento de la Región de Murcia |
| | » Catalina Nicolás Martínez | » Bankia |
| | » Gabriel Lozano Reina | » Fondo Europeo de Desarrollo Regional |
| | » Gregorio Sánchez Marín | » Centro Iniciativas Municipales de Murcia |
| | » Joaquín Longinos Marín Rives | » Cátedra de Emprendedores |
| | » José Andrés López Yepes | » Universidad de Murcia |
| | » Juan Samuel Baixauli Soler | |
| | » María Belda Ruiz | |
| | » María Feliz Madrid Garre | |
| | » Mercedes Palacios Manzano | |
| | » Nuria Nevers Esteban Lloret | |

Navarra

INSTITUCIÓN

- | | | |
|---|--|---|
| » Universidad Pública de Navarra-INARBE | » Ignacio Contin Pilart (Co-Director) | » Universidad Pública de Navarra-INARBE |
| » Universidad de La Rioja | » Martín Larraza Kintana (Co-Director) | » Gobierno de Navarra - CEIN |
| » King's College London (UK) | » Raquel Orcos Sánchez | |
| | » Víctor Martín Sánchez | |

País Vasco

INSTITUCIÓN		
» Universidad del País Vasco UPV/ EHU	» María Saiz (Directora Ejecutiva)	» Universidad del País Vasco
» Deusto Business School	» José L. González-Pernía (Director Técnico)	» Universidad de Deusto
» Mondragón Unibertsitatea	» Aimar Basañez Zulueta	» Mondragon Unibertsitatea
» Universidad del País Vasco UPV/ EHU	» David Urbano	» Grupo Spri Taldea
» Universitat Autònoma de Barcelona	» Iñaki Peña	» Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras
	» Jon Hoyos	» Diputación Foral de Bizkaia
	» Nathaly Pinzón Rubio	» Diputación Foral de Guipúzcoa
	» Nerea González	» Diputación Foral de Álava
	» Rebeca Martín Diez	» FESIDE
		» Observatorio Vasco de Emprendimiento

Trabajo de campo GEM España

INSTITUCIÓN		
» Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	» Josep Ribó (Director gerente)	» Observatorio del Emprendimiento de España RED GEM España
	» Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	

Investigadores del Equipo GEM Jaén



María Jesús Hernández Ortiz

mjhernan@ujaen.es

Coordinadora del equipo GEM Jaén
Catedrática de Universidad.
Departamento de Organización de
Empresas y Marketing y Sociología de la
Universidad de Jaén



Manuel Carlos Vallejo Martos

mvallejo@ujaen.es

Catedrático de Universidad.
Departamento de Organización de
Empresas Marketing y Sociología de la
Universidad de Jaén



Elia García Martí

egarcia@ujaen.es

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



María de la Paz Horno Bueno

mphorno@ujaen.es

Profesora Titular de Universidad.
Departamento de Economía Financiera
y Contabilidad de la Universidad de
Jaén.



Raquel Barreda Tarrazona

rbarreda@ujaen.es

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



María Gutiérrez Salcedo

msalcedo@ujaen.es

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



Lucas Cañas Lozano

llozano@ujaen.es

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



Julio Vena Oya

jvena@ujaen.es

Profesor Sustituto Interino.
Departamento de Organización de
Empresas, Marketing y Sociología
de la Universidad de Jaén. Área de
Comercialización e Investigación de
Mercados



José García Vico

jgvico@ujaen.es

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



Presentación del Director del Observatorio GEM de Andalucía



José Ruiz Navarro

Director del equipo GEM de Andalucía

Catedrático Emérito de la Universidad de Cádiz

En tiempos de incertidumbres la información y la colaboración es más valiosa que nunca. Por esa razón, la labor que desde el Observatorio del Emprendimiento de España hacen los equipos territoriales con la elaboración de los informes anuales del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es más necesaria en estos momentos. La dirección estratégica del proceso emprendedor requiere de métricas rigurosas y homogéneas que permitan su gobernanza.

GEM nace de esa premisa. Es el proyecto de investigación colaborativa internacional en materia emprendedora más importante del mundo. Moviliza cada año cientos de miles de consultas y recopila la opinión de miles de expertos sobre el fenómeno emprendedor en todo el mundo. Esa información permite comparar la evolución de la creación de empresas y de las principales variables que la condicionan entre distintos territorios y emitir recomendaciones que impulsen y mejoren los resultados del proceso.

En nuestro país la organización y ejecución del proyecto corresponde a la asociación sin ánimo de lucro Observatorio del Emprendimiento de España con presencia en todas las CCAA. Está organizado en 19 equipos de investigadores del entorno académico y empresarial que moviliza cada año a más de 180 personas de 90 instituciones, universidades, empresas y organizaciones trabajando en red para analizar el fenómeno emprendedor. El equipo de Andalucía inició en el año 2002, junto con Cataluña y Extremadura, la regionalización del proyecto en España y, posteriormente, su provincialización a partir de 2018. La diversidad y extensión de Andalucía justifica y motiva esa iniciativa ya que el fenómeno emprendedor no tiene caracterís-



ticas homogéneas en todo su territorio. Es preciso profundizar en el conocimiento de las peculiaridades provinciales para emitir diagnósticos más precisos sobre el fenómeno emprendedor que permitan corregir barreras y apalancar oportunidades específicas de manera más acertada.

Esa es la finalidad principal del trabajo de los más de 40 investigadores de las universidades de Almería, Cádiz, Jaén, Granada, Málaga, Pablo de Olavide y Sevilla. Estos equipos, junto a las instituciones que los apoyan, hacen posible obtener una perspectiva territorial más rica en matices de las intenciones emprendedoras, empresas emergentes, consolidaciones de proyectos, abandonos, aspectos del entorno emprendedor cercano y de una amplia batería de determinantes del proceso de creación de empresas.

Como en todo proyecto que pretenda ser útil en tiempos inciertos la labor colaborativa también en materia de investigación es imprescindible. En esa labor colaborativa, destaca el esfuerzo y rigor del equipo GEM de Jaén dirigido por la catedrática María Jesús Hernández Ortiz que ha logrado formar un equipo de expertos conocedores y estudiosos de la economía y empresas jienense formado por María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora), Manuel Carlos Vallejo Martos, Elia García Martí, María de la Paz Horno Bueno, Raquel Barreda Tarrazona, Lucas Antonio Cañas Lozano, María Gutiérrez Salcedo, Julio Vena Oya y José García Vico.

El trabajo que han desarrollado en este informe permite identificar los rasgos diferenciadores de la provincia de Jaén en una materia de gran importancia para el desarrollo futuro de su economía. Los indicadores y métricas que ofrecen permiten conocer mejor las características del tejido empresarial emergente en la zona, del ecosistema que lo rodea y sugerir medidas para su potenciación. Es un ejemplo de la utilidad del trabajo universitario y del valor del conocimiento para construir una sociedad más próspera.

Es para mí un orgullo y una satisfacción presentar esta nueva edición del Informe GEM de Jaén, felicito sinceramente a sus autores, a los expertos e instituciones que han participado y les agradezco las valiosas aportaciones que hacen.

José Ruiz Navarro

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

Presentación de la Coordinadora del proyecto GEM Jaén



María Jesús Hernández Ortiz

Coordinadora del Equipo GEM Jaén
Catedrática de la Universidad de Jaén

En 2019 se presentó el primer informe GEM de la provincia de Jaén correspondiente al periodo 2018/2019, con grandes dificultades por las limitaciones que la COVID-19 nos impuso en materia de colaboración entre personas y divulgación de los resultados. A pesar de que las limitaciones continúan, el Equipo GEM de la Universidad de Jaén se siente orgulloso de haber podido incorporarse a esta red de investigadores que conforman la Asociación Red GEM España, desde el observatorio GEM Andalucía, y presentar el tercer informe GEM de la provincia de Jaén correspondiente al periodo 2020/2021.

La Asociación Red GEM España, es una organización sin ánimo de lucro que tiene entre sus fines la investigación, el estudio, la transferencia y la difusión de los conocimientos y técnicas relacionados con el fenómeno emprendedor y la creación y desarrollo de empresas, así como de aquellos ámbitos vinculados con la innovación, el crecimiento económico y otros vitales para el desarrollo de cualquier país, región o provincia. Son más de 20 años analizando y estudiando en profundidad el fenómeno emprendedor, con una metodología rigurosa, lo que hace de sus informes, con todos sus indicadores y detallada información, puedan ser una referencia obligada para cualquiera que quiera conocer el complejo fenómeno emprendedor.

El informe que presentamos siguiendo la metodología GEM, está organizado en dos partes diferenciadas. En la primera, como en los años anteriores, estudiamos el fenómeno emprendedor en Jaén, comparando nuestra situación con los datos de España y Andalucía, y aunque no se realice en nuestro informe también se puede comparar con los 45 países que participan en el Global Entrepreneurship Monitor, porque se emplea

la misma metodología. La segunda parte del informe analiza el entorno emprendedor jiennense, los elementos que facilitan u obstaculizan el emprendimiento en la provincia. Para ello, utilizamos como fuentes primarias las encuestas realizadas a una muestra 500 personas, representativa de la población adulta Jiennense entre 18 y 64 años, lo que denominamos la APS y las respuestas de 36 expertos cualificados que opinan sobre diferentes aspectos del contexto para emprender, el denominado NES.

Somos conscientes que el informe que presentamos nos muestra con sus datos los momentos de crisis económica y de incertidumbre sanitaria en la que nos encontramos. El porcentaje de la población adulta jiennense (de 18 a 64 años de edad) involucradas en actividades de emprendimiento en fase inicial desciende, con respecto a años anteriores. El indicador TEA alcanzó en 2020 el 3,9% en la provincia. No obstante, el potencial emprendedor en la provincia de Jaén es el 6,4%, quedando reflejado en el informe que este indicador aumenta con respecto a años anteriores, por lo que podemos ver que, a pesar de la crisis sanitaria y económica provocada por la Covid-19, una parte de la población considera el emprendimiento como alternativa para mejorar la situación, a este hecho hay que unirle que la provincia de Jaén presenta un porcentaje de abandono empresarial muy reducido en relación con Andalucía y España, denotando la capacidad de reactividad del empresariado jiennense, que ha sido capaz de reinventar sus modelos de negocio con la finalidad de reducir el impacto de la crisis en términos de actividad económica.

En este sentido, queremos remarcar el principal objetivo de este informe, dar la mayor información posible sobre la creación de empresas y el fenómeno emprendedor en la provincia de Jaén. El estudio muestra una fotografía actualizada del estado del emprendimiento en nuestro territorio y el diagnóstico de los principales indicadores del proceso emprendedor en la provincia de Jaén. Estamos seguros que este informe podrá ser utilizado por reguladores, docentes, investigadores, asesores..., y lo más importante, para la toma de decisiones que pueden impulsar el crecimiento de la productividad de nuestra provincia. Esto, es lo que, año tras año, nos anima y da fuerzas a seguir trabajando, con más ganas si cabe.

No quiero terminar esta introducción sin mostrar mi agradecimiento a todas las personas que han hecho posible este trabajo, a los miembros del observatorio GEM Andalucía y la inestimable ayuda de su director José Ruiz Navarro, al equipo del observatorio de emprendimiento de España, a mis compañeros del equipo GEM-JÁEN y no debemos olvidar la aportación de las personas encuestadas, ya que gracias a ellos hemos tenido información del emprendimiento en la provincia de Jaén. ¡Ha sido un placer trabajar con ellos y queremos seguir haciéndolo en los próximos informes!

María Jesús Hernández Ortiz

Coordinadora del Equipo GEM Jaén
Catedrática de la Universidad de Jaén

Introducción

El proyecto GEM

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

El proyecto internacional *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) nació hace ya más de veinte años de la mano de London Business School y Babson College para medir de manera homogénea el fenómeno emprendedor en diferentes territorios. GEM es el observatorio sobre emprendimiento más destacado a nivel internacional. Con carácter anual analiza el fenómeno emprendedor y lo recoge en Informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias a la amplia y diversa red mundial de investigadores cualificados que la integran y a un conjunto de instituciones que se encuentran estrechamente vinculadas al emprendimiento en más de 80 países. La Red se organiza a través de un Consorcio Internacional y asociación sin ánimo de lucro.

Se pretende facilitar un mayor conocimiento de los procesos de creación de empresas, su comparación y posibilitar la emisión de recomendaciones para su impulso y mejora. Asimismo, miembros investigadores de GEM elaboran anualmente informes sobre temas monográficos tales como: emprendimiento y género, educación y formación emprendedora, emprendimiento rural, emprendimiento de alto potencial de crecimiento, financiación del emprendimiento, emprendimiento social, emprendimiento corporativo, emprendimiento senior, de las empresas familiares y situación del emprendimiento ante la crisis del COVID-1, entre otros.

Sus resultados e informes pueden ser consultados de manera gratuita en las páginas webs internacional y nacional. De manera específica, los informes de GEM España y de las comunidades autónomas y provincias que participan en el proyecto se encuentran a disposición de la población en <http://www.gem-spain.com/>.

GEM ofrece un sistema de información y análisis que permite evaluar la adecuación de las políticas y acciones emprendidas por los gobiernos, centrándose en los procesos de crea-

ción de empresas, con una metodología homologada a escala internacional que permite la comparación entre diferentes territorios y países. Una de las claves del reconocimiento internacional del proyecto GEM es la posibilidad de comparación interterritorial, a través de la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio analizado. Esta medición y la posibilidad de comparación permiten observar el impacto de las políticas públicas en cada territorio, además de otras variables, sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo.

En algunos países, como es el caso de España, los informes de carácter nacional se complementan y detallan con otros de ámbito regional que permiten tomar decisiones mejor enfocadas a la diversidad territorial. Este es el caso de Andalucía, región pionera en la introducción del proyecto y de su difusión en España, en donde la existencia de un capacitado equipo regional ha permitido que, desde el año 2003, se pueda conocer el fenómeno del emprendimiento de una forma objetiva y rigurosa.

Este proceso de desagregación del análisis se ha llegado a plantear hasta arribar al ámbito provincial, como se pone de manifiesto en el presente informe, enfocado en la provincia de Jaén, en donde se comenzó a realizar de forma desagregada en el año 2018, gracias al trabajo realizado por un grupo de profesores y profesoras pertenecientes al Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología y Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Jaén.

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

- la encuesta APS (*Adult Population Survey*) que se dirige a la población adulta (de 18 a 64 años de edad) de cada ámbito geográfi-

co analizado, con la pretensión de detectar las características específicas de los emprendedores y los principales indicadores del proceso emprendedor. Se han realizado 400 entrevistas en la provincia de Jaén para este propósito;

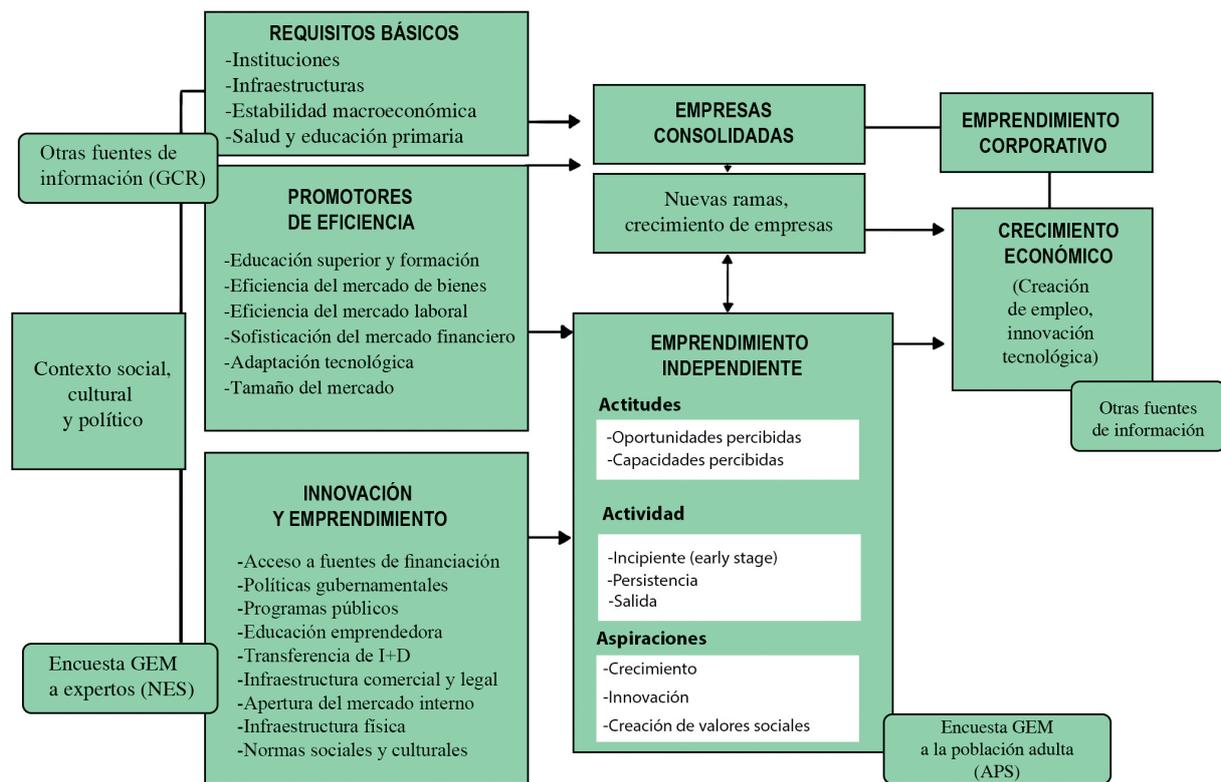
- un cuestionario denominado NES (*National Experts Survey*) el cual se dirige a un panel de expertos de cada territorio. Este cuestionario permite evaluar los factores contextuales que podrían obstaculizar e impulsar el proceso emprendedor. Se seleccionan 36 personas para formar parte de este panel, y se caracterizan por presentar un perfil profesional diverso, cuyo denominador común es la vinculación con el tema del emprendimiento desde una u otra perspectiva.

Adicionalmente GEM utiliza un conjunto de variables secundarias, económicas y sociales, obtenidas de fuentes contrastadas a escala internacional (Fondo Monetario Internacional, OCDE, ONU, US Census, Eurostat, UE, INE y otras)

La información recabada con esta herramienta integral de información, a través de las tres fuentes indicadas, las cuales se completan y complementan mutuamente, se trata y elabora proporcionando datos de las áreas fundamentales que nutren la investigación relacionada con el emprendimiento: (a) los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población adulta activa; (b) la actividad emprendedora y sus características y (c) el contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor. La información obtenida se emplea como base para la realización de los distintos apartados que integran los informes, entre ellos el que aquí se detalla correspondiente a la provincia de Jaén.

Los informes que se generan desde el Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) se sustentan sobre un marco teórico que se ha venido perfeccionando en años recientes en el seno del Consorcio (véase Ilustración 1) y se complementan con informes como *Global Competitiveness Report (GCR)*, *Doing Business*, entre otros.

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



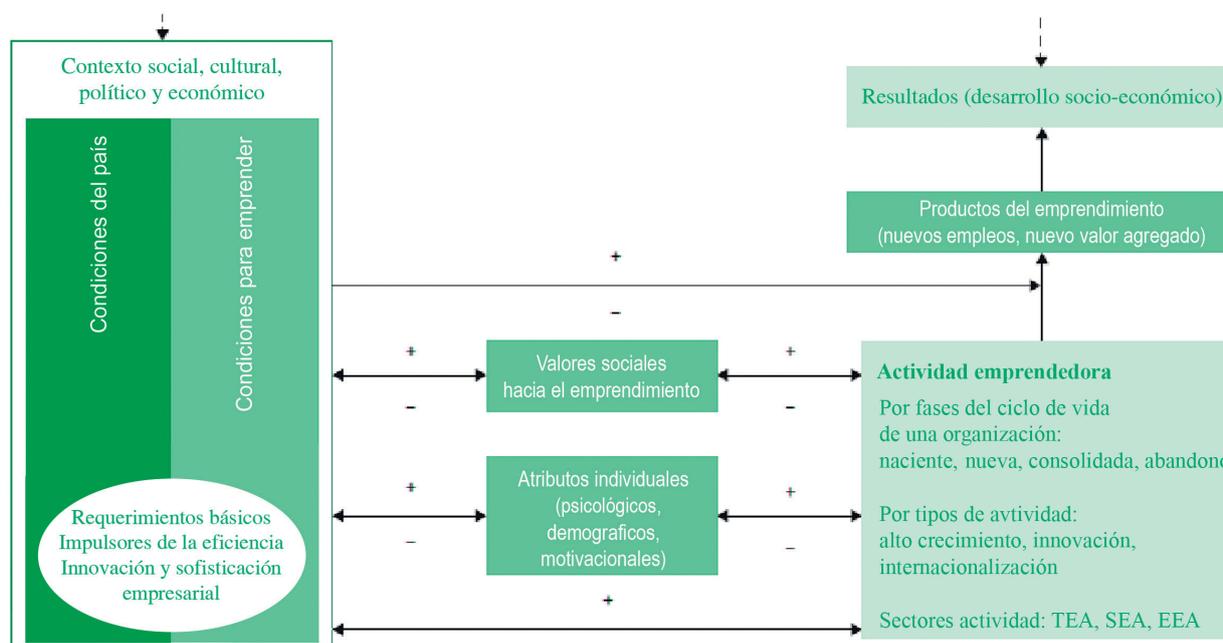
Fuente: GEM Global Report (Kelley et al., 2011).

El marco teórico expuesto se caracteriza por su dinamismo y adaptabilidad ya que el progreso en la investigación del fenómeno emprendedor aporta cada año nuevos detalles que se van incorporando al esquema. Así, tras haber constatado que el desarrollo y las características del emprendimiento están relacionados con el del estadio de desarrollo y competitividad de los países, se consideró imprescindible plasmar este hecho en el marco, añadiendo para ello tres niveles de competitividad: el de los países menos desarrollados, el de los países de desarrollo intermedio y el de los países más desarrollados¹.

La ilustración 2 recoge la revisión que en el año 2015 se realizó del marco conceptual del GEM estableciéndose relaciones (bidireccionales en su mayor parte) entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella.

¹ El Global Competitiveness Report (GCR) cita a los países mediante las expresiones anglosajonas: factor driven, efficiency driven e innovation driven para indicar su nivel de desarrollo desde el estadio más bajo al más elevado. Para más información, consultar los informes GCR en su website: <http://www.weforum.org>.

Ilustración 2. Modelo Conceptual GEM revisado



Fuente: GEM Global Report (Kelley *et al.*, 2016, p. 13).

El modelo considera que el proceso emprendedor participa en un círculo endógeno de desarrollo económico y social. Para familiarizarnos con el funcionamiento de este círculo, resulta necesario conocer por lo menos (1) la opinión pública en general de una sociedad hacia el emprendimiento, (2) la información

que nos pueda aportar el propio colectivo emprendedor y (3) las observaciones que puedan dirigirnos distintos agentes económicos y sociales implicados activamente en el impulso del emprendimiento.

Metodología

Para ofrecer una explicación más amplia y precisa del fenómeno emprendedor. Sobre la base de este modelo se ha diseñado la metodología que permite elaborar informes a diferentes niveles. El proyecto 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. El Observatorio GEM se basa principalmente en dos fuentes que se recogen en la Ilustración 3.

Ilustración 3. Fuentes de datos GEM

- 1** Encuesta a la población de 18-24 años de edad (APS)
 - Sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizarla.
 - Se realiza entre los meses de julio y noviembre en todas las naciones, regiones y ciudades participantes.
- 2** Encuesta a los expertos en el entorno para emprender (NES)
 - Sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características.
 - Cada país, región o ciudad, selecciona una muestra representativa de expertos en: financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de ID, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales, que son entrevistados mediante un amplio cuestionario diseñado por GEM. La encuesta se realiza entre los meses de julio y octubre.

Fuente: Informe GEM Andalucía (2020/2021)



Con respecto a la encuesta a la población adulta (APS), se construye tomando como base una muestra representativa de la población adulta con edades comprendidas entre 18 y 64² años con el fin de alcanzar una serie de indicadores homogéneos de la actividad emprendedora de la población de cada ámbito geográfico analizado. Con el fin de identificar la muestra y de reducir los posibles sesgos, se consideran variables tales como sexo, edad,

zona rural y urbana, entre otras. Finalmente, cabe mencionar que la encuesta APS es elaborada a través de sistemas CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) focalizándose la realización de encuestas principalmente entre las 18 y las 22 horas. Para la provincia de Jaén se han realizado 500 entrevistas a la población adulta. La ficha técnica de la encuesta a la población adulta realizada en Jaén puede consultarse en la Tabla 1.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Jaén

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN ADULTA EN LA PROVINCIA DE JAÉN	
Universo	Población residente en la provincia de Jaén de 18 a 64 años
Población objetivo	402.505 individuos
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,0%
Error muestral	±4,38% para el conjunto de la muestra
Varianza	máxima indeterminación (p=q=50%)
Período realización de encuestas	Junio-Julio de 2020
Trabajo de campo	Instituto Opinometre

De las entrevistas realizadas 245 han sido respondidas por mujeres y 255 han sido respondidas por hombres. En cuanto a los intervalos de edad la distribución y número de entrevistas se recogen en la tabla 2.

Tabla 2. Entrevistas por intervalo de edad realizadas en Jaén

Edad	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años
Entrevistas	63	99	105	115	118

Si consideramos el ámbito en el que se encuadra el municipio de residencia de la persona entrevistada, 391 las han respondido habitantes del ámbito urbano y 109 del ámbito rural.

La encuesta a la población de 18-64 años, constituye la herramienta de información que proporciona los datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor

(emprendimiento potencial, emprendimiento naciente, emprendimiento nuevo, empresas consolidadas y abandonos), tal y como se entiende en GEM, el cual se describe en Ilustración 3.

² Nótese que anteriormente se hizo referencia a la población adulta como aquella comprendida en la franja de edad de entre los 18 y 64 años. Esto causa cierta discrepancia en el caso español, para el que la edad de jubilación está fijada en los 65 años. Por ello, para permitir las comparaciones internacionales, no se encuestan personas con 65 años o más.

Ilustración 3. El proceso emprendedor según el proyecto GEM



Fuente: Informe GEM España (2020/2021)

La encuesta APS también aporta información, entre otros aspectos, sobre los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población adulta, las motivaciones de las personas involucradas en el proceso emprendedor, el perfil de los emprendedores o las necesidades de financiación.

Para la evaluación y el diagnóstico del entorno en el que se desenvuelve el emprendedor se elabora la encuesta a personas expertas (NES). Para el caso de Jaén se han consultado a 36 expertos en diferentes áreas. La encuesta a expertos tiene como objetivo evaluar el estado del entorno que rodea al emprendedor en su comunidad. Para ello, se consulta su opinión sobre los siguientes elementos que condicionan y caracterizan el entorno para emprender:

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

cuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

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

1. Capacidad para emprender: se refiere a la existencia de capacidad emprendedora de la población; comprensión de los mercados (de oferta y de demanda); conocimiento, posesión y adquisición de las habilidades necesarias para emprender; reconocimiento de que emprender es un esfuerzo de equipo y que requiere múltiples habilidades; conocimiento del personal especializado que se ha de contratar; capacidad para gestionar el riesgo empresarial; experiencia empresarial; y a la orientación empresarial dentro de negocios corporativos.
2. Clima económico: se refiere a si existe un clima económico general propicio para crear empresas; y a la influencia de la tasa de desempleo sobre la actividad emprendedora.
3. Características de la plantilla: se hace referencia a la disponibilidad y accesibilidad tanto de personas en general, como de

personas con ciertas habilidades, dentro de la plantilla. Se recogen también en este apartado las referencias al coste de los trabajadores en general y al coste de los trabajadores con habilidades en particular.

4. Composición de la población: se refiere a factores demográficos de la región tales como el tamaño de la población y la diversidad de la población. En este último caso, se hace referencia a si existe una integración multicultural o bien fragmentación étnica o religiosa.
5. Contexto político, institucional y social: se refiere a la existencia de un clima político general que propicia la creación de empresas; eficiencia o ineficiencia de la administración política; sistema judicial; tasa de criminalidad; y a la corrupción (en la administración, en la sociedad o en las prácticas empresariales).

Asimismo, en virtud de sus conocimientos y experiencia se les consulta sobre los factores, que, a su juicio, favorecen o dificultan la actividad emprendedora, invitándoles, además, a realizar recomendaciones para mejorar *el ecosistema emprendedor giennense*.

Balanced Scorecard

Los informes GEM contemplan un *Balanced Scorecard (BSC)*³, una herramienta de gestión en forma de Cuadro de Mando Integral que permite relacionar una serie de objetivos e indicadores con los resultados y desempeños obtenidos.

La estructura de este informe sintético permite mostrar los principales indicadores de manera integrada, para tener una visión de conjunto del estado del emprendizaje en la provincia de Jaén en 2020 mediante la inclusión de varios cuadros sintéticos que agrupan la información atendiendo cuatro perspectivas diferentes: de resultados, de *stakeholders*, de procesos internos y de aprendizaje, y crecimiento de la actividad emprendedora en Jaén.

Estos cuadros ofrecen una síntesis de los principales indicadores del Informe anual haciendo más fácil su lectura, permitiendo una mejor visualización de sus relaciones, y faci-

lita las acciones estratégicas de gobernanza. Además, con la finalidad de conocer cuál ha sido la evolución de los resultados obtenidos, se presenta la información tanto para los años 2019 y 2020. De esta forma, a partir del BSC, se obtiene una perspectiva global de diferentes tipos de indicadores y resultados, complementada con un análisis temporal de los mismos.

BSC: perspectiva de resultados

Los indicadores que caracterizan el fenómeno emprendedor desde la **perspectiva de sus resultados** se muestran en la Tabla 3.

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

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

OBJETIVOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	2019	2020	➔
Mayor número de emprendedores	TEA	% 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva	5,7	3,9	➔
Mayor número de mujeres emprendedoras	TEA femenina	% 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva	4,1	3,4	➔
Mayor número de empresas consolidadas	Empresas consolidadas	% 18-64 población, Sí: Actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses de funcionamiento	7,0	7,9	➔
Menor número de cierres (efectivos)	Empresas que han cerrado	% 18-64 población, Sí: Ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses	1,4	0,2	⬇

Los análisis de los indicadores reflejan que el valor de la TEA ha sufrido una reducción de casi dos puntos porcentuales (1,8), mientras que para el caso de las mujeres esta reducción se sitúa en 0,7 puntos porcentuales. Los resultados expresan que la población adulta jaennense ha ido disminuyendo su predisposición a crear iniciativas nuevas y nacientes, siendo la reducción del colectivo de emprendedoras menos acentuada.

Sin embargo, la perspectiva de resultados revela que el porcentaje de la población que posee y dirige empresas ha aumentado casi un punto porcentual (0,9) y la tasa de abandonos empresariales se ha reducido drásticamente. Las tendencias de los distintos resultados para la provincia de Jaén se encuentran en

consonancia con los existentes a nivel andaluz y nacional.

BSC: perspectiva de stakeholders

En relación con los indicadores y resultados referidos a la **perspectiva de stakeholders** la Tabla 4 recoge sus resultados para el año 2020. El valor del NECI (índice sintético del entorno para emprender) en Jaén se encuentra por debajo del de Andalucía (4,5) y el de España (4,7). Debido a un cambio en la escala de medida sólo se incluyen los resultados del año 2020.

Tabla 4. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Jaén: perspectiva de stakeholders

OBJETIVOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	2020
Valoración del entorno para emprender	Índice del Contexto del Entorno Territorial (NECI)	Promedio de los indicadores del entorno que valoran los expertos	4,1
Apoyo financiero	Valoración del panel de expertos sobre las condiciones de acceso a la financiación por los emprendedores (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de acceso a la financiación por parte de los emprendedores	3,4
Apoyo financiero	Porcentaje de inversores informales en la sociedad	% 18-64 población, Sí: he prestado dinero para poner en marcha un negocio	2,2
Imagen positiva del emprendedor	Porcentaje de población que considera que crear una empresa es una buena salida profesional	% Sí: Emprender es una buena elección de carrera profesional	54,2
Imagen positiva del emprendedor	Porcentaje de población que considera que hay buena cobertura de los emprendedores en los medios de comunicación	% 18-64 población, Sí: En mi país, los medios de comunicación prestan mucha atención al fenómeno emprendedor	51,5
Mejora de programas gubernamentales	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de programas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de percepción de la situación de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas	4,7
Apoyo al emprendedor en todas las fases	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de políticas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de políticas, medidas y apoyo para creación de empresa propia	3,3

BSC: perspectiva de procesos internos

La **perspectiva de procesos internos**, que se muestra en la Tabla 5, recoge información sobre la percepción de oportunidades de negocio, la identificación de emprendedores potenciales, la imagen del emprendedor y los trámites para poner en marcha una actividad empresarial.

La percepción de oportunidades para emprender ha reducido considerablemente con respecto al año anterior, al igual que sucede en el territorio andaluz y en el conjunto de España. Sin embargo, la población jiennense con intención de emprender en un futuro se

ha visto incrementada en más de un punto porcentual con respecto al año 2019, aumentando también la valoración que la población emite sobre el status social del emprendedor. Por último, los expertos han valorado más positivamente que en el año anterior las políticas gubernamentales referidas a la reducción de trámites y plazos de tramitación para la creación de empresas.

Tabla 5. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Jaén: perspectiva de procesos internos

OBJETIVOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	2019	2020	↓
Percepción de oportunidades de negocio	Porcentaje de la población que considera que existen buenas oportunidades de negocio	% 18-64 población, Sí: ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses	24,4	15,1	↑
Detección de emprendedores potenciales	Porcentaje de la población con intención futura de emprender	% 18-64 población, Sí: Espera poner en marcha un nuevo negocio en los 3 próximos años (emprendedores potenciales)	5,3	6,4	↓
Imagen del emprendedor	Valoración de la población sobre el estatus social del emprendedor	% 18-64 población, Sí: asocia un alto estatus a los emprendedores que tienen éxito	56,4	64,6	↑
Reducción de trámites y plazos de tramitación	Valoración del panel de expertos sobre los impuestos, trámites y tiempo necesarios para la puesta en marcha de una empresa (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de Política gubernamentales, titulado trámites y burocracia en la creación de una empresa propia.	1,4	2,8	↑

BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento

Con respecto a la **perspectiva de aprendizaje y crecimiento** como se muestra en Tabla 6, todos los indicadores experimentan un incremento con respecto al año 2019 a excepción de la valoración de la población sobre su capacidad para dirigir empresas que disminuye

en dos puntos porcentuales. Esta situación se reproduce en el contexto andaluz, excluyendo la opinión de la población andaluza sobre su capacidad de gestionar empresas que se incrementa y la efectividad de la educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria que se mantiene con el mismo valor que en el año 2019.

Tabla 6. Regional *Entrepreneurial Scorecard* en el caso de Jaén: perspectiva de aprendizaje y crecimiento

OBJETIVOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	2019	2020	
Transferencia I+D	Evaluación del nivel de transferencia de I+D (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque Transferencia Tecnológica e I+D	1,9	4,2	
Coordinación entre instituciones	Evaluación del nivel de asistencia integral de las instituciones de promoción (valorado de 1 a 5)	Valoración de los expertos sobre si se puede obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactando con un solo organismo público.	1,4	3,8	
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de educación y formación, con estudios de primaria y secundaria, y en creación de empresas	1,2	2,5	
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en formación profesional y universidad	Componente principal resumen del bloque de educación y formación en formación profesional y Universidad en Creación de Empresas	2,6	5,3	
Mejoras en formación	Valoración de la población sobre su capacidad para dirigir empresas	% Tiene habilidades, conocimientos para crear una nueva empresa	54	52	

Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo del informe GEM Jaén 2020 permite ofrecer una panorámica de los principales indicadores de la actividad emprendedora y de la dinámica empresarial, de las oportunidades de crear empresas, de las percepciones y aptitudes de los jiennenses, del entorno emprendedor de Jaén y del impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora de la provincia.

Actividad emprendedora en Jaén

Considerando las distintas etapas del proceso emprendedor, con respecto a la fase de concepción, que contempla el potencial de la población para emprender un negocio, el 6,4% de la población encuestada tiene intención de emprender en los próximos tres años, situándose 0,6 puntos por debajo de la media andaluza y española que muestran valores similares (7%).

La población puede materializar su intención de emprender involucrándose en la etapa de actividad emprendedora, que se estima de

acuerdo con el indicador de actividad emprendedora total TEA (*Total Entrepreneurial Activity*). La TEA total registrada en la población jiennense de 18 a 64 años de edad en el año 2020 es de 3,9%, alejada de la nacional (5,2%) y de la andaluza (4,9%). Profundizando en el análisis comparativo el valor de la provincia de Jaén se encuentra entre los últimos puestos del ranking que considera a todas las regiones españolas. El 1,2% de esta población se refiere a personas que se situaban en el nivel de iniciar un negocio naciente (de menos de 3 meses), mientras que el 2,7% se corresponde con aquella población que se definía como propietarios que se ocupaban de nuevas empresas (entre 3 y 42 meses de vida).

En relación con la fase de dinámica emprendedora el porcentaje de personas con negocios consolidados (con más de 42 meses de funcionamiento) en la provincia de Jaén se eleva hasta el 7%, superando el valor recogido en el informe GEM nacional para España (6,7%) y en el informe GEM Regional para la región andaluza (6,4%).

La tasa de cierre o abandono efectivo (el negocio no ha continuado funcionando dirigido

por otras personas) en Jaén adquiere el valor de 0,2% muy por debajo del de España y Andalucía que reflejan un valor de un 1%.

Desde una perspectiva de género, los resultados indican que en la provincia de Jaén la tasa de actividad emprendedora total femenina de un 3,4%, lo que pone de manifiesto que las mujeres jiennenses tienen una menor presencia en comparación con los hombres en el proceso emprendedor de creación de empresas en el año 2020.

Si consideramos los motivos para emprender la información recabada pone de manifiesto que la principal razón de las personas involucradas en negocios nacientes y nuevos es la de ganarse la vida porque el trabajo escasea (73,7%), seguida del deseo de marcar una diferencia en el mundo (47%). El principal motivo es coincidente en el ámbito provincial, regional y nacional, si bien el segundo factor motivador sufre variaciones en virtud del entorno geográfico, ya que para los españoles y los andaluces la segunda razón para emprender la identifican con la creación de riqueza o una renta muy alta.

Desde el punto de vista de la cantidad necesaria para iniciar un negocio la respuesta más frecuente (moda) en Andalucía son 6.000 euros, mientras que si consideramos a España esta cantidad tendríamos que incrementarla hasta alcanzar los 20.000 euros. La financiación del capital inicial para los proyectos que se desarrollan en la provincia de Jaén es posible identificarla con fondos públicos (subvenciones) y préstamos de instituciones financieras, no considerándose como un recurso principal las inversiones de familiares y amigos, tal como sucede en el ámbito andaluz en el que los promotores indican que un 92,3% de los inversores son personas con las que mantienen relaciones familiares y personales.

En cuanto a la actividad emprendedora desarrollada por los empleados de una organización (intraemprendimiento) el 1,4% de los jiennenses ha participado activamente en un proyecto de intraemprendimiento en los últimos tres años, y el 1% lo hace en la actua-

lidad; un porcentaje pequeño si lo comparamos con el 3,9% de la actividad emprendedora (TEA). Las tasas de intraemprendimiento en Andalucía (0,7%) y España (1%) son muy similares a la provincial. Asimismo, el 0,4% de la población ha liderado este tipo de proyectos en los últimos tres años mientras que el 0,4% los lidera actualmente.

Valores, percepciones y aptitudes de la población jiennense

Del análisis de los valores, percepciones y aptitudes de la población jiennense se pueden destacar algunas fortalezas y debilidades con respecto a Andalucía y España. El porcentaje de población que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses en la provincia de Jaén (15,1%) es ligeramente inferior al porcentaje andaluz (17,4%) y a la media nacional (16,5%). Por ello, podemos considerar que la población jiennense tiene una percepción no muy optimista sobre las oportunidades de negocio.

El miedo al fracaso y la aversión al riesgo son factores clave en la formación de la intención emprendedora y en la posterior implantación de la empresa. En Jaén el 70,5% de la población considera que el miedo al fracaso sería un factor que les frenaría en el inicio de la actividad emprendedora. Esta valoración es muy superior a la media española (64%) y a la media andaluza (63,5%). Jaén tiene uno de los valores más altos en relación con esta barrera al emprendizaje si realizamos una comparación con todas las comunidades autónomas españolas.

En relación con la percepción de los jiennenses sobre los aspectos socio-culturales, por un lado, se puede resaltar la opinión del colectivo emprendedor en Jaén en relación con el papel que realizan los medios de comunicación para visualizar y dar a conocer casos de éxito de empresarios, es más favorable (51,5%) que el convencimiento que tienen los

emprendedores andaluces (49,7%) y los españoles (50,4%).

La dimensión cultural del emprendimiento sobre la concepción más o menos igualitaria de la sociedad se explica en Jaén afirmando que el 71,21% de los encuestados giennenses prefieren que todo el mundo tenga estándares de vida similares. Esta cifra es superior a los datos de España (67,8%) y similar a los de Andalucía (72,2%).

Si consideramos la propiedad y dirección de una empresa como opción profesional deseable, esta es considerada como adecuada por el 54,2% de los giennenses encuestados, cifra inferior a la media andaluza (55,8%) y española (54,9%). Otro elemento cultural es el estatus social y económico del emprendedor. En Jaén el 64,6% de los encuestados afirma que los emprendedores poseen un elevado estatus social y económico. Esta valoración es superior a la media andaluza (62,3%) y a la media española (59,1%).

El 51,2% de la población adulta de entre 18 y 64 años de la provincia de Jaén afirma tener los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes para materializar una oportunidad de negocio con éxito. La media española (51,9%) es muy similar, mientras que la media andaluza es un poco más baja (43,6%).

Condiciones del entorno para emprender en Jaén

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

En términos generales, los expertos realizan un diagnóstico desfavorable del entorno para

emprender en la provincia de Jaén. De los 12 factores considerados sólo dos son considerados como propicios para el estímulo de la actividad emprendedora al obtener una valoración igual o superior al punto medio de la escala utilizada (1-10 puntos): la existencia de infraestructura comercial y profesional (6,2) y la educación y formación emprendedora en la etapa post escolar (5,3).

Las principales deficiencias se identifican con la educación emprendedora recibida por los estudiantes de Jaén en la etapa escolar (2,5), las políticas gubernamentales en materia de burocracia e impuestos (2,8) y las medidas de apoyo recibidas por las políticas gubernamentales (3,3).

La valoración realizada por el panel de expertos andaluces con respecto a las condiciones del entorno no es tampoco propicio dado que únicamente tres de los factores considerados superan el valor medio de la escala: existencia y acceso a infraestructura física y de servicios (6,6); programas gubernamentales (5,1); y, educación y formación emprendedora en la etapa post escolar (5). Las principales deficiencias se identifican en la educación emprendedora recibida por los estudiantes de la región en etapa escolar (3,2), las políticas gubernamentales en materia de burocracia e impuestos (3,6) y el apoyo financiero prestado a los emprendedores (3,8).

Los expertos que configuran el panel nacional son un poco más optimistas que los giennenses y andaluces ya que consideran que cinco de los factores favorecen la actividad de los emprendedores: existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional (6,47), existencia y acceso a infraestructura física y de servicios (5,92), programas gubernamentales (5,66) y educación y formación emprendedora etapa post escolar (5,12). En este ámbito territorial los factores que más limitan la actividad emprendedora se identifican con: la educación y formación emprendedora etapa escolar (2,18), las políticas gubernamentales desde el punto de vista de burocracia e impuestos (3,8); y las normas sociales y culturales (4,30).

A partir de la opinión de las 534 personas expertas entrevistadas de los países europeos miembros de la EU28⁴, sólo el acceso a infraestructura física y de servicios (6,5) y el acceso a la infraestructura comercial y profesional (5,4) son factores que favorecen los procesos de creación empresarial en Europa. Por el contrario, la educación y formación emprendedora en edad escolar (3,2), las políticas gubernamentales relacionadas con la burocracia e impuestos (3,7) y la transferencia de I+D (4,2) son considerados como las condiciones peor valoradas en relación con el ecosistema emprendedor europeo.

En términos comparativos con respecto a Andalucía, España y los países miembros de la Unión Europea que participan en el GEM, Jaén solamente destaca en la valoración de la educación superior con respecto al área comparativa. Asimismo, existe una diferencia en la consideración sobre el acceso a las infraestructuras profesionales y comerciales siendo las giennenses consideradas muy similares a las de España y valoradas mejor que las andaluzas o las de la Unión Europea.

Los principales obstáculos para el emprendimiento en España son la escasez o ineficiencia de las políticas gubernamentales y el limitado apoyo financiero recibido por los emprendedores. En Andalucía se reproduce la opinión de los expertos, aunque alterando el orden de los factores ya que los expertos andaluces en su gran mayoría (80%) consideran la escasez de recursos financieros la principal limitación para el desarrollo de nuevos negocios, seguida de las políticas gubernamentales (67,5%). Para el caso de Jaén los obstáculos se identifican con el acceso a infraestructura física (27,8%), las normas sociales y culturales (13,9%) y el clima económico (13,9%).

Si consideramos los principales elementos que favorecen al ecosistema emprendedor a nivel español se identifican con la transferencia de I+D (90,6%) y la infraestructura comercial y profesional (59,4%), mientras que los

expertos andaluces señalan los programas gubernamentales (38,2%) y coinciden con los nacionales en la existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional (35,3%). Los expertos giennenses consideran como principal elemento facilitador la capacidad para el emprendimiento (15,2%) y con una importancia similar (indicada por el 12,1% de los expertos) la educación y formación, las políticas gubernamentales y el contexto político, institucional y social.

En lo relativo al Índice de Contexto de Emprendimiento (NECI), que representa el promedio de los doce indicadores que valoran los expertos entrevistados, para la provincia de Jaén se sitúa en el 4,1, debajo del español (4,7), el europeo (4,6) y el de Andalucía (4,5).

Las principales recomendaciones que realizan los expertos de Jaén para la mejora del entorno emprendedor son: la mejora del acceso a infraestructura física, la mejora del contexto político, institucional y social, la potenciación de la educación emprendedora desde las etapas más tempranas de la educación, la mejora en la adecuación de los programas gubernamentales para adecuarse a las necesidades del emprendedor, y el incremento en el apoyo financiero al emprendimiento.

A escala nacional y andaluza las principales recomendaciones de los expertos giran en torno a la revisión de políticas gubernamentales, especialmente las fiscales para lograr una reducción de las cotizaciones de los autónomos, el despliegue de políticas de incentivos para sectores no esenciales y una revisión de la normativa para reducir los trámites, siendo necesario corregir las debilidades de los trámites digitales puestas de manifiesto durante la pandemia. En el ámbito de la educación se plantea como necesario dotar de calidad/cantidad a los programas de creación de empresas que promuevan competencias/valores desde la infancia hasta la formación universitaria. Asimismo, se considera la necesidad de ampliar las opciones y condiciones de financiación al alcance de los emprendedores.

⁴ En la edición del año 2020 los países que participaron en la encuesta NES fueron Alemania, Austria, Bulgaria, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Grecia, Italia, Latvia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia y Suecia.



Impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora giennense

El año 2020 se ha caracterizado por la crisis sanitaria a nivel internacional generada por el COVID-19 y que motivó la declaración por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020 de pandemia internacional. La crisis sanitaria desencadenó una serie de eventos inesperados de índole económica y social. Uno de esos acontecimientos fue la puesta en marcha de estados de alarma en España y en otros muchos países. Este estado de alarma no solo limitaba la movilidad de la población, sino la reducción de la actividad económica a sectores esenciales para atender las necesidades básicas de la población y de la crisis sanitaria. En consecuencia, en el año 2020, el tejido empresarial español ha experimentado una reducción de su actividad, una reinversión organizativa y múltiples retos de supervivencia.

En un intento de conocer el impacto de la COVID-19 sobre la actividad emprendedora española, andaluza y giennense, el Observatorio GEM ha tratado de analizar el cambio en el nivel de ingreso familiar, los modelos de referencia, la generación de oportunidades de negocio y el apoyo desde las instituciones gubernamentales.

En relación con el *ingreso familiar* tanto a nivel nacional como andaluz las preguntas introducidas en la APS ponen de manifiesto que se un elevado porcentaje de la población no involucrada ha visto disminuido su nivel de ingresos (40%), siendo esta reducción más intensa entre la población involucrada en procesos de emprendimiento, situándose en torno al 60%. También existe en torno a un 2% de la población que manifiesta que su nivel de ingresos se ha incrementado.

En relación con los *modelos de referencia* una cantidad considerable de personas no involucradas ponen de manifiesto que conocen empresarios que han tenido que cerrar sus

negocios (40,3% en España y 43,4% en Andalucía), los datos se intensifican negativamente cuando atendemos a las respuestas de la población involucrada, ya que los porcentajes anteriores aumentan hasta 53% en España y el 56,7% en Andalucía. Estos datos ponen de manifiesto que la incidencia de la crisis sanitaria sobre el tejido empresarial en Andalucía ha sido más negativo que a nivel nacional.

Si consideramos la *generación de oportunidades de negocio* que ha supuesto la pandemia, el 79,7% de las empresas consolidadas españolas consideran que la COVID-19 no había generado oportunidades de negocio, siendo más escépticos en Andalucía (84,7%). Una posible explicación puede estar vinculada a las dificultades que experimentaron diversos sectores no esenciales e incluso debido a las restricciones derivadas del distanciamiento social y confinamiento. Los emprendedores nacientes tampoco consideran que la crisis sanitaria y sus consecuencias hayan supuesto un incremento en las oportunidades de negocio, siendo esta la opinión del 66,5% de ellos si atendemos la encuesta nacional; y la del 66,4% de los andaluces. En relación con los emprendedores nuevos mantienen la misma opinión que los anteriores colectivos ya el 80,3% de los andaluces consideran que no han originado nuevas oportunidades al igual que el 59,5% de los españoles.

Si consideramos el *apoyo recibido de las instituciones gubernamentales* el 69,1% de las personas involucradas en iniciativas consolidadas en España considera que las instituciones no han tenido una respuesta eficiente ante la alarma socio-sanitaria generada por el COVID-19, esta valoración negativa se eleva hasta el 72,2% para Andalucía. La situación de desagrado se reproduce en el colectivo de emprendedores nacientes (65,2% para España y el 58,6% para Andalucía), atemperándose en el colectivo de emprendedores nuevos en España (43,8%), pero manteniéndose en apreciables niveles de preocupación en Andalucía (64,2%).

Adicionalmente, el proyecto GEM 2020 incorporó un conjunto de preguntas para consul-

tar al panel de expertos sobre la capacidad de respuesta y eficacia del ecosistema emprendedor para hacer frente a los cambios ocasionados por la COVID-19, las cuales fueron trasladadas a la encuesta NES provincial.

Los expertos giennenses creen que el gobierno no ha adoptado medidas efectivas para evitar la pérdida masiva de empresas nuevas y en crecimiento debido a la pandemia de COVID-19 (4,1). La opinión sobre la ausencia de efectividad de las medidas adoptadas para evitar la pérdida de empresas se reproduce en el espacio autonómico (4,9) y de forma más intensa a nivel nacional (2,75). Desde el punto de vista de las personas trabajadoras y los clientes en empresas nuevas y en crecimiento y el grado de protección recibido desde las instituciones públicas los expertos provinciales también consideran que han sido insuficientes (4,6), este juicio es coincidente con el de los expertos nacionales (3,14); estas valoraciones divergen con la andaluza, ya que los expertos andaluces han valorado de manera favorable la protección brindada a trabajadores y clientes (5,4).

Si consideramos el papel ejercido por los actores públicos y las medidas adoptadas para que las empresas se ajusten a la nueva realidad económica creada por el COVID-19, el resultado de la consulta en la provincia de Jaén refleja que éstas no han sido efectivas (4,4), conclusión similar se desprende de los datos del entorno andaluz (4,4) y nacional (2,83).

La percepción del panel de expertos destaca de manera inequívoca una respuesta más positiva por parte de los emprendedores que de las instituciones gubernamentales que componen el ecosistema emprendedor. El panel giennense ha valorado de manera especialmente destacada la capacidad de ajuste de los emprendedores para adaptar sus productos y servicios tradicionales a la coyuntura específica de la COVID-19 (6,5), al igual que los andaluces (7,3) y los españoles (6,50). El anterior ajuste se ha visto complementado con una reinversión en la forma de hacer negocios por parte del empresariado giennense (5,8), el andaluz (6,1) y el nacional (6,4).

Los expertos españoles entrevistados han valorado favorablemente la reinversión de los emprendedores mediante la implantación del trabajo remoto desde casa (6,72); fórmula de desempeño laboral que también se ha materializado en Andalucía (7,1) y en la provincia de Jaén (6,0).

Por último, resaltar la colaboración de los emprendedores giennenses en las nuevas actividades, desafíos y retos sociales derivados de la COVID-19 (5,4) en consonancia con sus homólogos en Andalucía (6,3) y España (5,75). La nueva situación ha supuesto para el empresariado iniciar procesos de renovación materializado en la búsqueda activa de nuevas oportunidades en el ámbito nacional (6,06), autonómico (6,2) y provincial (5,5).

Capítulo 1

Fenómeno emprendedor



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. Se presentan y analizan las percepciones que posee la población giennense de edad de 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; el miedo al fracaso y su capital social. En cuanto a sus percepciones sobre factores de carácter subjetivo se aborda el análisis de la cultura emprendedora considerando valores como: la equidad en los estándares de vida; el valor del emprendi-

miento como orientación profesional y para la obtención de estatus económico y social; y las facilidades percibidas para la creación de empresas.

1.1.1

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

Las iniciativas emprendedoras surgen con la identificación de una posible oportunidad y la forma de explotarla. Estas iniciativas se incrementan cuando las condiciones del entorno son favorables para la creación de empresas. Aun así, la decisión de emprender está ligada a apreciaciones personales de los emprendedores sobre las oportunidades de emprendimiento en una determinada zona geográfica. Pues en ocasiones la oportunidad de negocio no está en el entorno para ser identificada, sino que es creada por la actuación innovadora del emprendedor. Por ello no es suficiente con que el entorno favorezca la creación

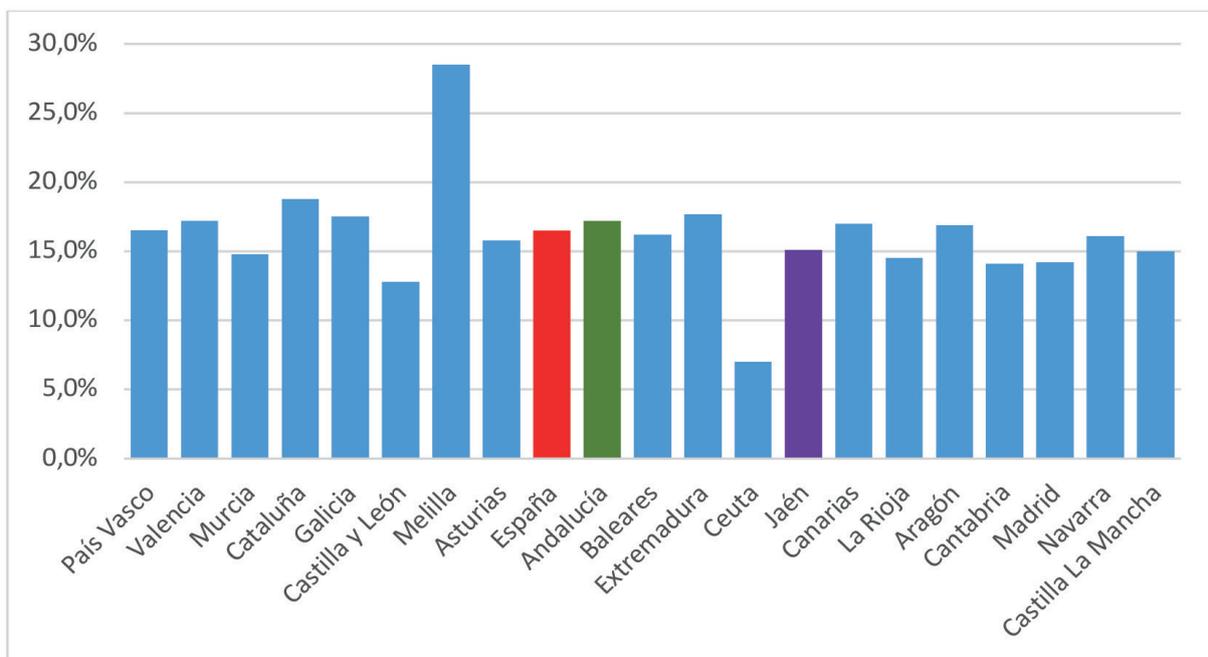


empresarial, sino que son los emprendedores los que han de ser conscientes de las oportunidades de emprender y percibir las de modo favorable y adecuado.

Para dar respuesta a estas cuestiones, en el proyecto GEM se pregunta específicamente a la población sobre su percepción de la existencia de oportunidades para emprender, diferenciando entre los individuos involucrados en un proceso emprendedor de aquellos que no lo están. En el año 2020 el 15,1% de la po-

blación giennense de entre 18 y 64 años valora subjetivamente que en los próximos seis meses habrá oportunidades favorables para la creación de empresas en la provincia de Jaén. Este porcentaje es inferior al porcentaje andaluz (17,2%) y a la media nacional (16,5%). En concreto, está más cercano a la media de todos los datos de España. Por ello, es posible considerar que la población giennense tiene una percepción similar al resto de España sobre las oportunidades de negocio que ofrece su entorno (Gráfico 1).

Gráfico 1. Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020

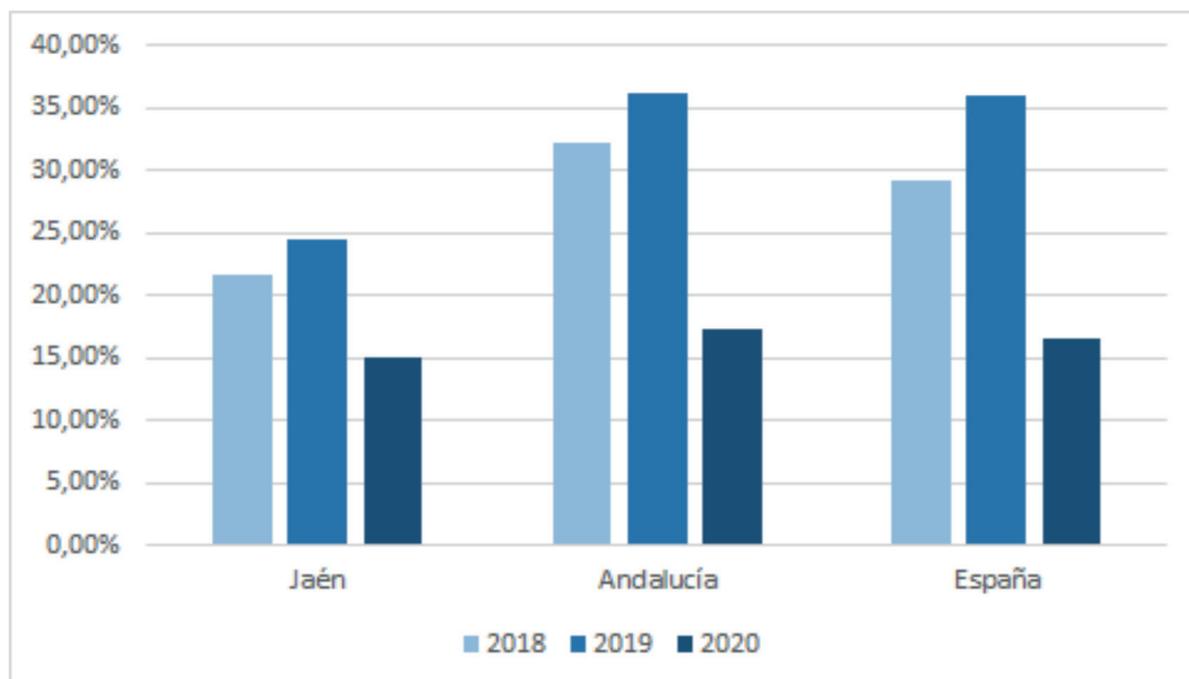


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al Gráfico 2, relacionado con la evolución de la percepción de las oportunidades emprendedoras, se observa una mejora del año 2019 con respecto 2018, pero un empeoramiento en el año 2020, debido sobre todo a la crisis provocada por el COVID-19. Aun así, este empeoramiento no ha sido tan destacable en la provincia de Jaén, como en Andalucía y en España, ya que en estos ámbitos las caídas de las percepciones a corto plazo para

emprender han superado los 19 puntos porcentuales frente a los 9,3 en Jaén. Para el año 2020 las expectativas intuidas por la población se han nivelado en los tres ámbitos territoriales a pesar de partir los giennenses de una apreciación alejada de las existentes en el contexto autonómico y nacional.

Gráfico 2. Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020



Fuente: Elaboración propia

El informe GEM nacional recoge que apenas hay diferencias de percepción entre los individuos involucrados en un proceso emprendedor (16,3%) de aquellos que no lo están (16,5%). Esto supone un cambio respecto al año 2019, en el que había una diferencia de más de cuatro puntos porcentuales en la percepción de oportunidades de los emprendedores (39,7%) respecto a los que no lo eran (35,6%).

La investigación previa sobre emprendimiento señala que el proceso emprendedor suele comenzar a partir de la percepción de una oportunidad de negocio, y resulta clave que quien emprende disponga de los conocimientos y habilidades para ello y tenga contacto con otros emprendedores, lo que le permite disponer del capital humano y del capital social necesarios para responder a la oportunidad detectada en el entorno (Davidsson, 1995; Deverell y Olson, 2010)

Para desarrollar y materializar el emprendimiento es básico que las personas conozcan y confíen en sus propias capacidades para

emprender. En este sentido, estudios previos consideran que el nivel educativo de la población es un factor importante a la hora de tomar la decisión de emprender (Campbell et al., 2017), pero es incluso más relevante el que los individuos perciban que tienen los conocimientos y habilidades específicos para hacerlo (Arenius y Minniti, 2005).

La metodología GEM mide la apreciación personal sobre la capacidad de convertir una oportunidad de negocio en una realidad empresarial con la pregunta: ¿tiene los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un negocio? Respecto a la percepción de la disponibilidad de capital humano para emprender, más de la mitad de la población de la provincia de Jaén (51,2%) considera que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa.

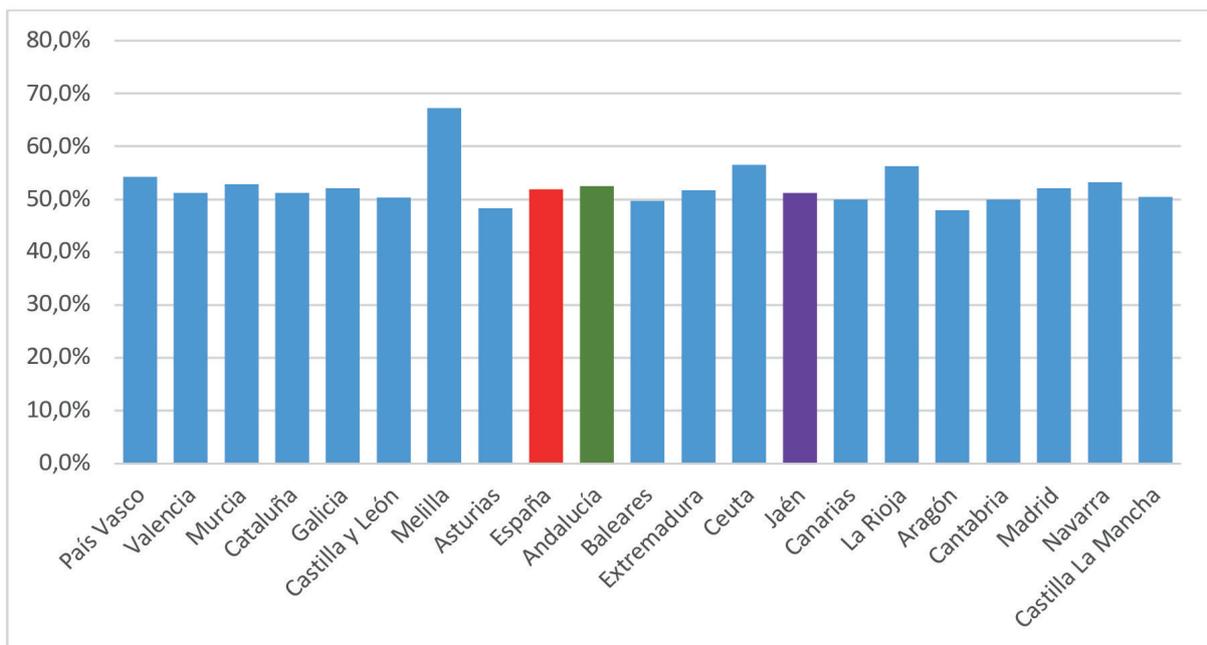
El Gráfico 3 muestra la posición relativa de Jaén en la comparativa autonómica y nacional. La media española (51,9%) es muy similar. Esta valoración alcanza el máximo en el País Vasco con un 54,3%. En relación con

la percepción sobre la existencia de autoeficacia emprendedora en la población adulta andaluza en el año 2020, el 52,5% considera que poseen los conocimientos y habilidades necesarios, porcentaje ligeramente superior al de la población española y giennense con percepciones favorables sobre sus capacidades para realizar el emprendimiento con éxito.

En el año 2020 el porcentaje de la población giennense que muestra autoconfianza en sus conocimientos y habilidades para emprender disminuye 2,8 puntos con respecto al 54% que mostraban en el año 2019. A nivel nacional la

tendencia es la contraria ya que el porcentaje de la población que tiene esta percepción aumenta ligeramente respecto al 50,8% del año 2019, lo que refleja que la situación de incertidumbre vivida a causa de la crisis sanitaria no impide que más de la mitad de la población española perciba que puede emprender apoyándose en el valor de su capital humano. La tendencia nacional se reproduce a nivel andaluz, incrementándose la confianza de la ciudadanía en un 2,2% con respecto al año anterior.

Gráfico 3. La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020



Fuente: Elaboración propia.

De los informes GEM nacional y andaluz se desprende que el mayor nivel de autoconfianza en los conocimientos para emprender lo reporta la población involucrada en el proceso emprendedor. En España el 83,2% de las personas involucradas en un proceso de emprendizaje considera que tiene suficientes conocimientos y habilidades para emprender, respecto al 47,6% de las no involucradas, Para Andalucía los datos son muy similares, el mayor nivel de seguridad en su capacidad y conocimiento lo manifiestan la población involucrada el proceso emprendedor con un

81,4%, frente al 48,7% manifestado por los no emprendedores.

Estos datos reflejan, en línea con estudios previos, que la autoconfianza en los conocimientos para emprender es un factor que poseen los emprendedores en mayor medida que los no emprendedores. La autoconfianza en los conocimientos para emprender influye en las aspiraciones, decisiones y el esfuerzo de todas las personas (Boyd y Vozikis, 1994), y juega un papel importante en el desarrollo de la intención de establecer y gestionar una

nueva aventura (Kickul et al.,2008; Mueller y Dato-On, 2008). Sin embargo, la experiencia previa de un emprendedor le dota de esta característica clave.

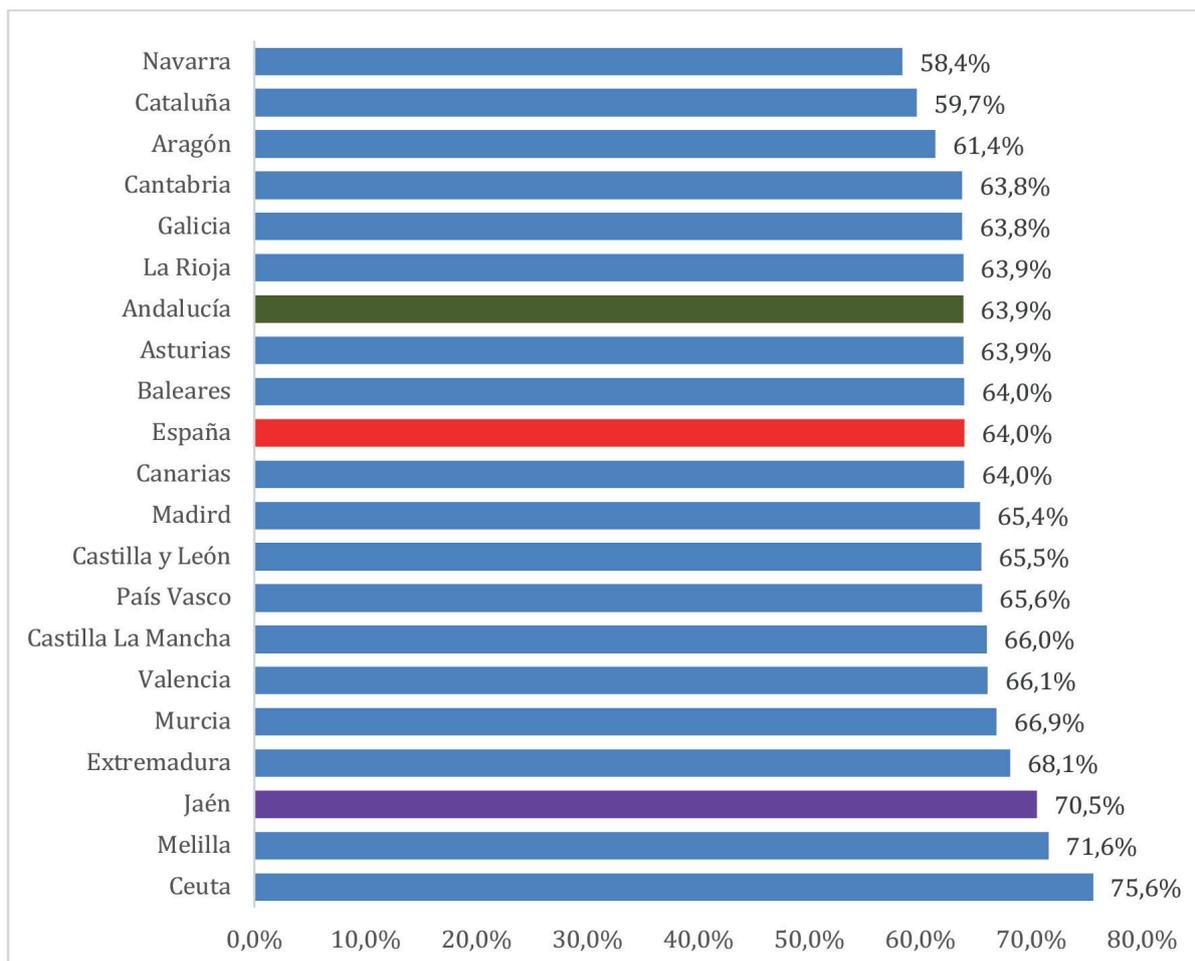
El miedo al fracaso, tal y como se ha contrastado empíricamente con investigaciones previas, constituye un factor que limita la decisión de emprender (Langowitz y Minniti, 2007; Minniti, 2009). El riesgo de no recuperar el dinero invertido en un nuevo negocio a menudo detiene iniciativas emprendedoras con potencial de crecimiento. En el año 2020, el 64% de la población española percibe que el miedo al fracaso les impediría poner en marcha un nuevo negocio, un aumento considerable respecto al 55,1% del año anterior. La incertidumbre desencadenada por la crisis de la Covid-19 y las medidas gubernamentales que se han ido implantando con muy poca antelación pueden, según el informe GEM de España 2020, explicar la resistencia de la población a tomar decisiones que supongan desembolsos importantes, sin tener la certeza de conocer el entorno al que deberán enfrentarse. El aumento del miedo al fracaso es especialmente acusado en el caso de las personas involucradas en un proceso emprendedor.

En Andalucía para el año 2020, el porcentaje de la población que indica tener miedo al fra-

caso como elemento limitador de un proceso de aprendizaje se sitúa en el 63,9% incrementándose como ha sucedido en el ámbito nacional, ya que este indicador para el año 2019 alcanzó un valor de 55,4%..

Para el caso de Jaén, el miedo al fracaso y la aversión al riesgo también son factores clave limitantes en la formación de la intención emprendedora y en la posterior implantación de la empresa. En Jaén, el 70,5% de la población considera que el miedo al fracaso sería un factor que les frenaría en el inicio de la actividad emprendedora. Esta valoración es un poco superior a la media española (64%) y a la media andaluza (63,9%). El valor de esta limitación se ha aumentado con respecto al año 2019 (59,6%) en un 18,3%. El Gráfico 4 recoge la importancia comparativa de este obstáculo en relación con las distintas comunidades autónomas y ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Ceuta (75,6%) es el enclave territorial que tiene el valor más alto de la clasificación, siendo Navarra (58,4%) donde menor es el miedo al fracaso al inicio de la actividad emprendedora. La población de Jaén sólo es superada en el temor al fracaso por los habitantes de las dos ciudades autónomas españolas.

Gráfico 4. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2020



Fuente: Elaboración propia.

1.1.2

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

El proyecto GEM analiza diversas motivaciones para emprender. Si bien hasta la edición de 2019 se consideraban las motivaciones principalmente por oportunidad y por necesidad, desde la pasada edición, y tras un importante proceso de reflexión y análisis, se ha optado por consultar a las personas involucradas en alguna de las fases del proceso emprendedor

(empresa naciente, nueva o consolidada): (a) si se emprende para marcar una diferencia en el mundo; (b) si es para crear riqueza o una renta muy alta; (c) si es para continuar una tradición familiar; o (d) si es para ganarse la vida porque el trabajo escasea⁵.

A nivel nacional para el caso de las iniciativas TEA, el motivo más destacado entre mujeres y hombres es "ganarse la vida porque el trabajo escasea", indicando que la actividad empresarial tiene un alto componente de actividad como medio de vida frente a otras opciones profesionales.

⁵ Las preguntas se realizan siguiendo una escala de Likert del 1 (totalmente en desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo) a la pregunta en qué medida su motivo para crear un negocio se debía a alguna de las citadas categorías. Las respuestas no son excluyentes, por lo que una misma persona puede verse reflejada en diferentes aspectos.

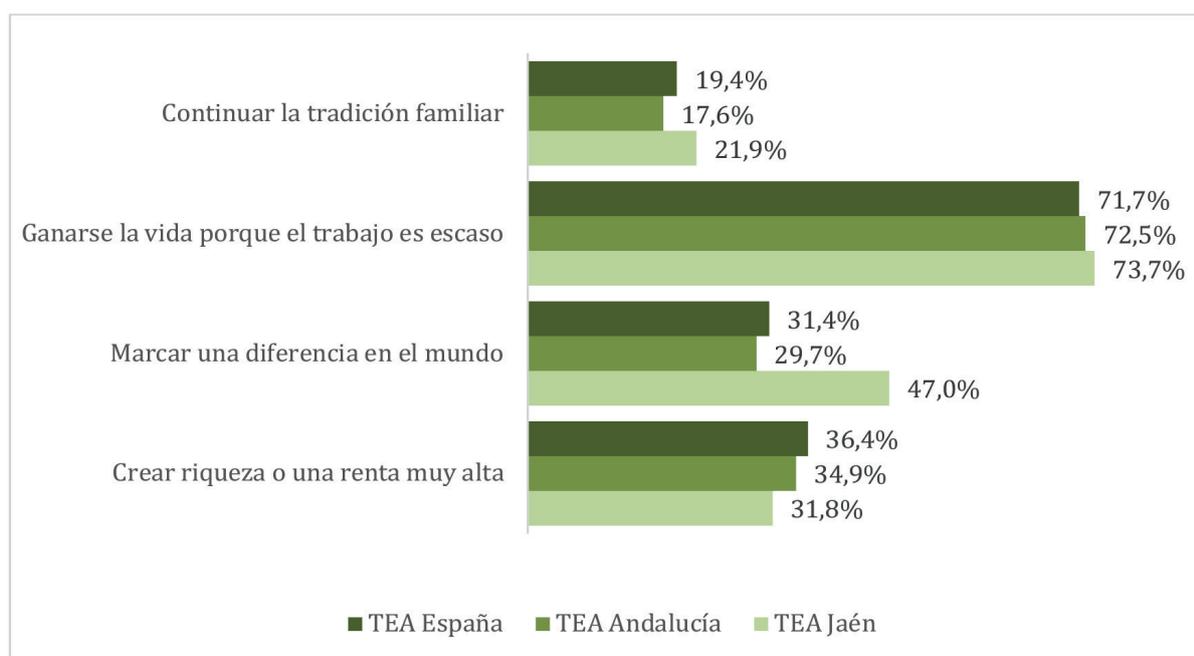
En relación con los resultados obtenidos de la población andaluza, si realizamos un análisis detallado distinguiendo entre iniciativas nacientes y nuevas en relación con las consolidadas, encontramos que el motivo más destacado para emprender de los hombres y de las mujeres involucrados en negocios nacientes y nuevos es "ganarse la vida porque el trabajo escasea" (hombres: 72,7%; mujeres: 71,7%), mientras que el segundo motivo más relevante es "crear una riqueza o una renta muy alta" (hombres: 36,4%; mujeres: 33%).

Para las personas que residen en la provincia de Jaén y en relación con las iniciativas TEA, el principal motivo para emprender lo constituye al igual que en el contexto nacional y andaluz

el "ganarse la vida debido a que el trabajo escasea" (73,7%), seguido del deseo de "marcar una diferencia en el mundo" (47%). En relación con los resultados del año 2019, los jaennenses han cambiado su principal estímulo para emprender, ya que en este periodo manifestaban que su principal aliciente era el de "crear riqueza o una renta más alta" (77,4%); seguido por el argumento de crear un negocio como medio de vida (61,3%); incrementándose éste su peso en un 12,4%.

En el Gráfico 5 se muestran los motivos para emprender en el año 2020 en Jaén, Andalucía y España.

Gráfico 5. Motivos para emprender en Jaén, Andalucía y España. 2020



Fuente: Elaboración propia.

La actitud de las personas hacia la actividad emprendedora se ve condicionada por el entorno y la cultura en la que están inmersas, siendo por tanto relevante conocer los valores sociales que las personas perciben del entorno para establecer su influencia sobre el emprendimiento. El nivel de apoyo social del contexto institucional puede canalizar la relación

entre las percepciones de los individuos y la acción emprendedora (Farashah, 2015).

El informe GEM argumenta que los valores predominantes en la sociedad son factores condicionantes que también intervienen en las motivaciones personales hacia el emprendimiento. Estos valores que se consideran en el GEM poseen múltiples dimensiones, como

la importancia de la equidad en las condiciones de vida, la consideración de la actividad emprendedora como una buena salida profesional, la creencia de que los emprendedores de éxito tienen un estatus social más alto, o el papel desempeñado de los medios de comunicación en la difusión de las acciones emprendedoras.

Un individuo suele tomar la decisión de emprender en función de la información disponible sobre otras alternativas laborales accesibles, y para ello tiene en cuenta no sólo factores de carácter objetivo, sino también factores de carácter subjetivo como la percepción sobre sus valores y aptitudes para

emprender, así como la cultura asociada al emprendimiento. La metodología GEM considera cinco variables que influyen en las motivaciones personales de los emprendedores y que condicionan su decisión de emprender. Estos factores son: el miedo al fracaso, la cultura sobre la concepción más o menos igualitaria de la sociedad, el considerar el emprendimiento como una buena opción profesional, el estatus social y económico del emprendedor, y el papel de los medios de comunicación e internet en la difusión de los casos exitosos de emprendimiento. La Tabla 7 presenta los resultados obtenidos entre la población jiennense.

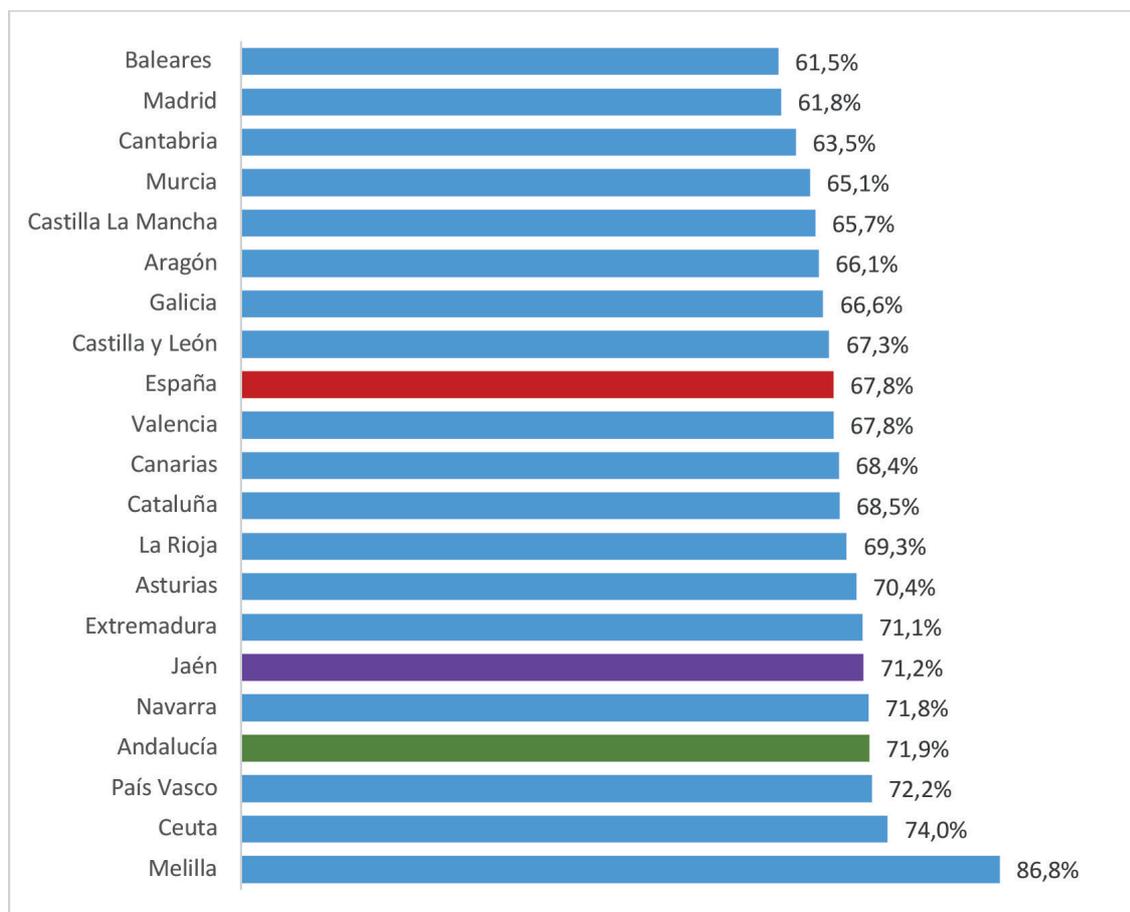
Tabla 7. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén 2020

	Ítem	Respuesta (%)			Variación
		2018	2019	2020	
Miedo al fracaso	¿El miedo al fracaso sería un obstáculo para que usted creara una empresa?	47,2%	59,5%	70,5%	+
Concepción más o menos igualitaria de la sociedad	En Jaén, la mayoría de las personas preferirían que todo el mundo tuviese unos estándares de vida similares.	72,0%	68,9%	71,2%	+
Consideración como buena opción profesional	En Jaén, la mayoría de la gente considera que crear una empresa es una opción profesional deseable.	55,0%	53,9%	54,2%	+
Estatus social y económico	En Jaén, los emprendedores exitosos tienen un alto nivel de estatus y respeto.	51,8%	56,4%	64,65%	+
Papel de los medios de comunicación e internet	En Jaén a menudo se ven historias sobre empresas nuevas exitosas en medios de comunicación y/o internet.	44,8%	43,2%	51,51%	+

En el Gráfico 6 se muestra la percepción de la población en relación con la similitud de los niveles de vida como valor cultural de la sociedad. El 71,21% de los encuestados jiennenses prefieren que todo el mundo tenga estándares de vida similares, lo que supone un incremento con respecto al año 2019 en el cual este valor se situaba en el 68,95%. Esta cifra es superior a los datos de España (67,7%), en el cual ha per-

didado significación este sentimiento, ya que en el año anterior se situaba en el 69%; y similar a los datos de Andalucía (72,2%), contexto en el cual este aprecio social se ha incrementado, ya que en el año 2019 se situó en el 69,5%. Entre regiones destaca Melilla, Ceuta y País Vasco con unos mayores deseos de estándares de vida similares, mientras que en el otro extremo y valorando en mayor medida los valores individualistas encontramos a Baleares y Madrid.

Gráfico 6. Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional 2020

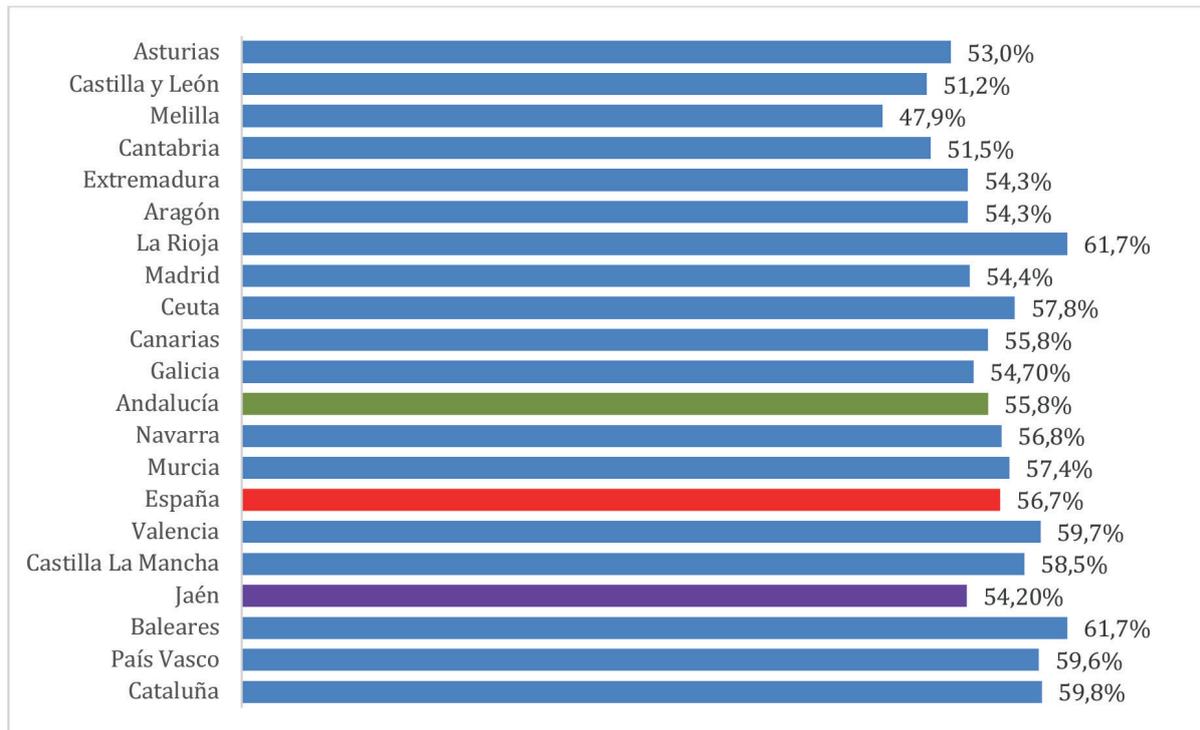


Fuente: Elaboración propia.

Tal y como muestra el Gráfico 7, el emprendimiento como buena elección profesional es considerado como adecuado en Jaén por el 54,2% de los encuestados, cifra inferior a la media andaluza (55,8%) y española (56,7%); se trata de una situación similar a la del año anterior, en el cual el 57,3% de la población adulta española consideraba que la creación y gestión de un negocio constituía un ade-

cuado medio de vida, frente al 56,7% de los andaluces y el 53,9% de los giennenses. Un análisis territorial pone de manifiesto que la zona geográfica que mejor valora el emprendimiento como buena elección profesional es la población de las Islas Baleares y La Rioja (61,7%), mientras que la de Melilla (47,9%) es la que peor valoración realiza.

Gráfico 7. Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional 2020

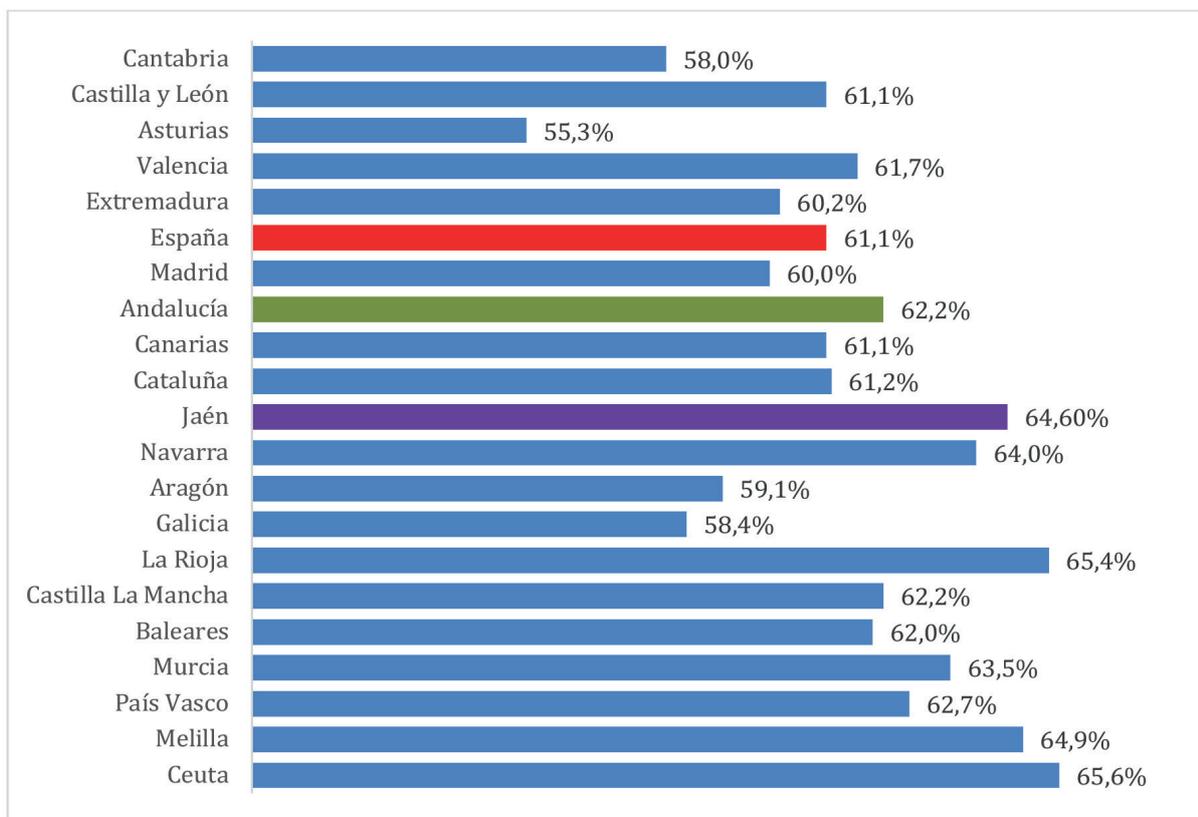


Fuente: Elaboración propia.

En lo que se refiere al estatus social y económico del emprendedor en Jaén, el 64,6% de los encuestados considera que triunfar al emprender proporciona un buen estatus social y económico como muestra en el Gráfico 8. Esta valoración es superior a la media nacional (61,1%) y similar a la media andaluza (62,2%). Para el conjunto de España el dato supera en casi tres puntos porcentuales al del año 2019 (57,8%), al igual que sucede en Andalucía cuyo valor para este año fue de 57,6%. Para la provincia de Jaén el incremento inte-

ranual ha sido más elevado ya que partíamos de una valoración de un 56,43% de población que consideraba que en su entorno el emprender con éxito brinda un buen estatus económico y social.

En la ciudad autónoma de Ceuta es donde consideran en mayor medida que el estatus social y económico del emprendedor es elevado con un 65,6% y en Asturias es donde dicha consideración es más baja 55,3%.

Gráfico 8. Estatus social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2020

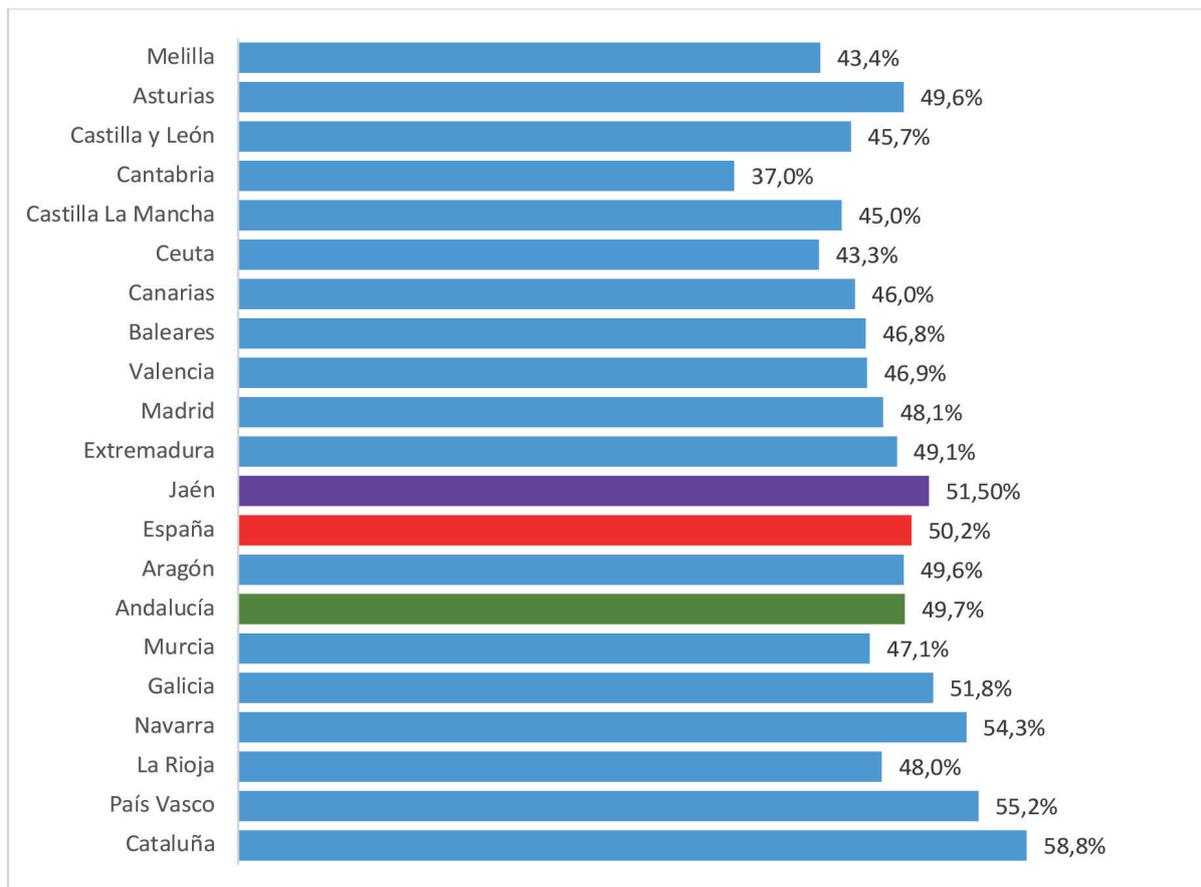
Fuente: Elaboración propia.

Por último, en la provincia de Jaén el 51,5% de los encuestados afirma que los medios de comunicación e internet tienen un papel importante y de relevancia en la difusión de los casos exitosos de emprendimiento en la zona de referencia. El Gráfico 9 refleja que este porcentaje es similar al de España (50,2%) y al de Andalucía (49,7%). Comparando los datos actuales con los del año 2019 las personas residentes en Jaén han aumentado de forma apreciable su consideración sobre el papel que juegan los medios de comunicación ya que en la encuesta del año pasado el valor se establecía en un 43,28%. En España, sin embargo, se ha reducido la consideración de que los medios publican a menudo noticias sobre

emprendedores de éxito (54% en 2019); mientras Andalucía se desbarata la tendencia creciente en la opinión positiva hacia el papel de los medios alcanzada en 2019, con un 55,2% para este año.

En los datos podemos observar como Cataluña (58,8%) es la comunidad autónoma donde se percibe que los medios de comunicación e internet tienen un papel relevante en la difusión de casos de emprendimiento exitosos y Cantabria (37%) es la zona donde menos se percibe esta realidad. Los medios de comunicación permiten visualizar casos de éxito que ayudan a la sociedad a desarrollar actitudes favorables hacia el emprendimiento.

Gráfico 9. Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional 2020



Fuente: Elaboración propia.

Según el informe GEM España resultados consolidados a nivel estatal parecen indicar que, si bien la población considera que en el año 2020 hay menos oportunidades para emprender, también considera que se ha dado menos publicidad a esta actividad profesional, motivado sin duda por la relevancia de otras preocupaciones sociales como la de la crisis sanitaria.

Asimismo, indica que la cultura española está evolucionando hacia la percepción de que cada persona debe recibir en consonan-

cia con lo que aporta, en lugar de buscar una equidad en los estándares de vida provista por los poderes públicos, valorando positivamente el estatus social y económico de los emprendedores de éxito. Esta orientación es defendida por autores como Krueger et al. (2013); en contraposición otros economistas como Collier et al. (2020) y Mazzucato (2018) argumentan que las políticas que han fomentado el individualismo no son propicias para generar iniciativas que favorezcan un crecimiento que corrija las desigualdades y estimulen la innovación.

1.2.

Actividad y dinámica empresarial en Jaén, Andalucía y España y sus características

1.2.1

Indicadores del proceso empresarial

La actividad empresarial es ampliamente concebida en la literatura existente como un proceso que incluye la identificación, evaluación y explotación de oportunidades de negocio. Bajo esta perspectiva, el proyecto GEM estudia la actividad empresarial considerando una serie de fases del proceso empresarial. En el citado proceso se consideran diferentes etapas que abarcan desde que una persona manifiesta una intención para emprender en los próximos 3 años hasta que el negocio se consolida o bien se abandona. Entre ambos momentos temporales se encuentra la etapa en la que una persona está involucrada en una iniciativa empresarial naciente o nueva.

Esta conceptualización basada en múltiples etapas permite medir los niveles de actividad empresarial con indicadores de las distintas fases temporales del proceso que atraviesa la persona empresarial⁶, facilitando su análisis a través de los siguientes indicadores vinculados al proceso empresarial⁷:

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

⁶ Este enfoque de los indicadores de actividad empresarial ofrecidos por el proyecto GEM está en línea con la concepción del emprendimiento como un proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades de negocio, que fue propuesto por Shane y Venkataraman (2000).

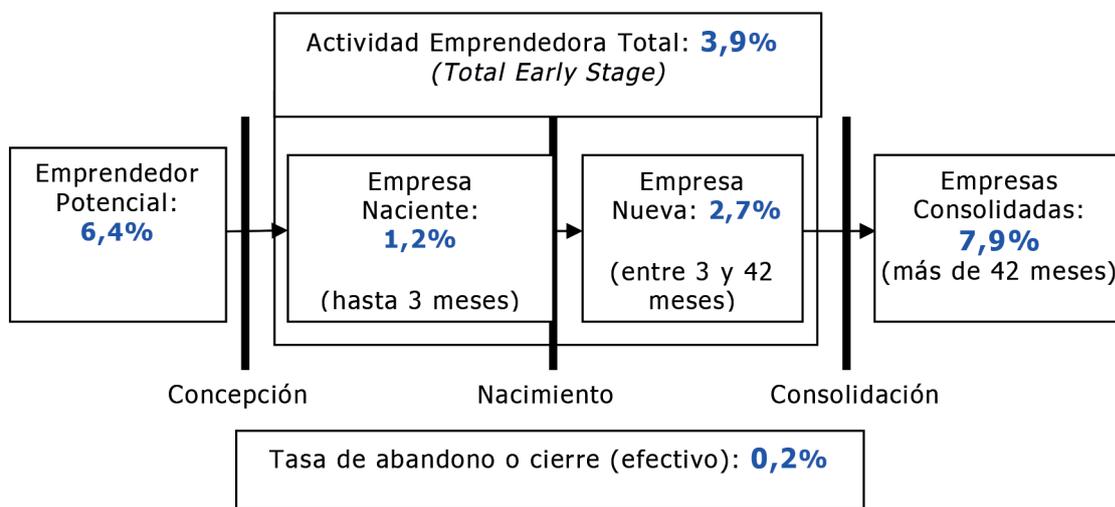
⁷ Para estimar los indicadores asociados al proceso empresarial, el proyecto GEM hace una distinción entre empresas nacientes, nuevas y consolidadas en base al tiempo transcurrido desde el momento en que un negocio comienza a pagar salarios, bien sea a los empleados o al propio emprendedor. Esta perspectiva es coherente con los criterios que, según Katz y Gartner (1988), permiten identificar a una organización emergente dentro del proceso empresarial, es decir, antes de su existencia definitiva en el mercado. En concreto, estos autores consideran que el intercambio, entendido como la realización de transacciones económicas (p. ej., la venta de productos o servicios, pago de salarios, etc.), es una de las cuatro propiedades que sirve como variable de muestreo para identificar a organizaciones emergentes.

De forma más específica, los indicadores ofrecidos ayudan a valorar cuál es la participación de la población adulta en iniciativas emprendedoras que se encuentran en distintos puntos en el tiempo, La Ilustración 4 recoge los indicadores del proceso emprendedor descrito para la provincia de Jaén. La Ilustración 5 y la Ilustración 6 muestran los datos más relevantes sobre la actividad emprendedora en el conjunto de la Comunidad Andaluza y España lo que permite la comparación entre los distintos territorios; y en la Tabla 8 se recoge una comparativa de los distintos componentes del

proceso emprendedor para España, Andalucía y Jaén.

El análisis de estos indicadores refleja la situación de la actividad emprendedora en el ámbito territorial analizado en un momento determinado. Resulta interesante conocer los valores de cada uno de los indicadores para la provincia de Jaén en el año 2020, ya que este año ha estado marcado por la pandemia originada por la COVID-19, siendo también adecuado examinar la dinámica de la actividad emprendedora con respecto al año 2019.

Ilustración 4. El proceso emprendedor en Jaén (% población 18-64 años)⁸



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)⁹.

Según los datos recogidos, la actividad emprendedora total o indicador TEA alcanzó en 2020 el 3,9%, lo que significa que 3,9 de cada 100 personas de la población adulta jiennense están involucradas en actividades de emprendimiento en fase inicial a mediados del año 2020. Esta cifra se situó por debajo de la media andaluza (4,9%) y de la media española (5,2%). Si analizamos la evolución interanual con respecto al año 2019, en los tres ámbitos considerados se ha visto reducida, pero con mayor intensidad en la provincia de Jaén

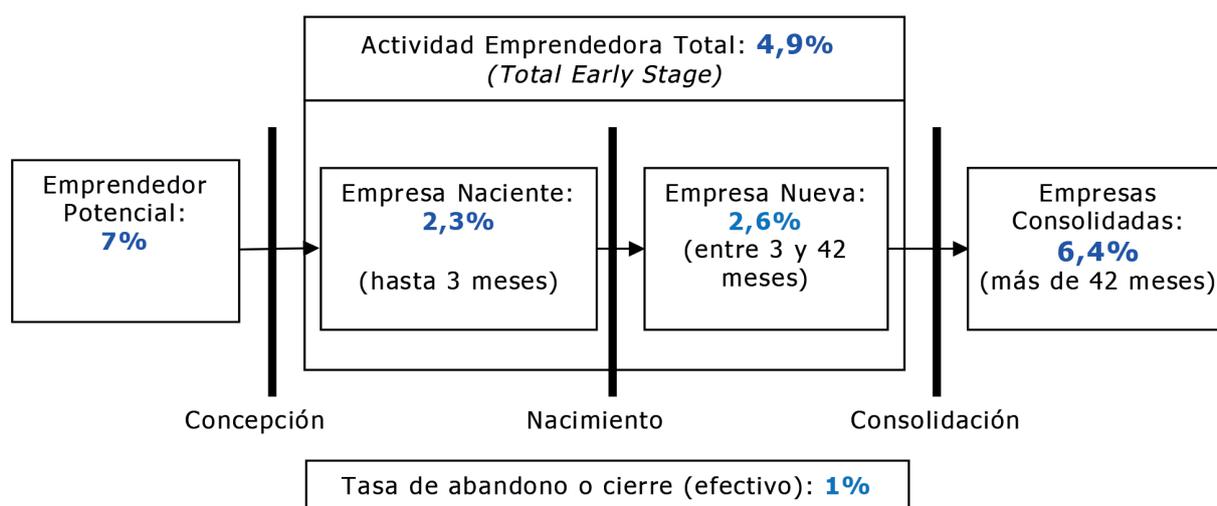
en donde esta reducción alcanza 1,8 puntos porcentuales, siendo más atenuadas tanto en España y Andalucía, espacios en los cuales se ha reducido de forma similar 0,9 puntos porcentuales.

El indicador TEA de Jaén se compone de un 1,2% que corresponde a personas emprendedoras con negocios nacientes, y de un 2,7% que corresponde a aquellas con negocios nuevos. En términos significativos, esto supone que por cada emprendedor naciente iden-

⁸ Nótese que la suma de las iniciativas nacientes y nuevas puede ser superior a la TEA del periodo debido a que algunos emprendedores pueden estar desarrollando ambos tipos de iniciativas simultáneamente.

⁹ Reynolds et al. (2005), ob. cit.

Ilustración 5. El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años)



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)¹⁰.

tificado en Jaén en 2020 había el equivalente a 2,2 emprendedores nuevos; esta ratio sugiere que una parte relevante de los negocios identificados están transitando de un estado naciente a nuevo, y que la actividad emprendedora es mayor en negocios que han pagado salarios por un periodo de entre 3 y 42 meses en lugar de los que los que se encuentran en marcha sin haber pagado salarios por menos de tres meses.

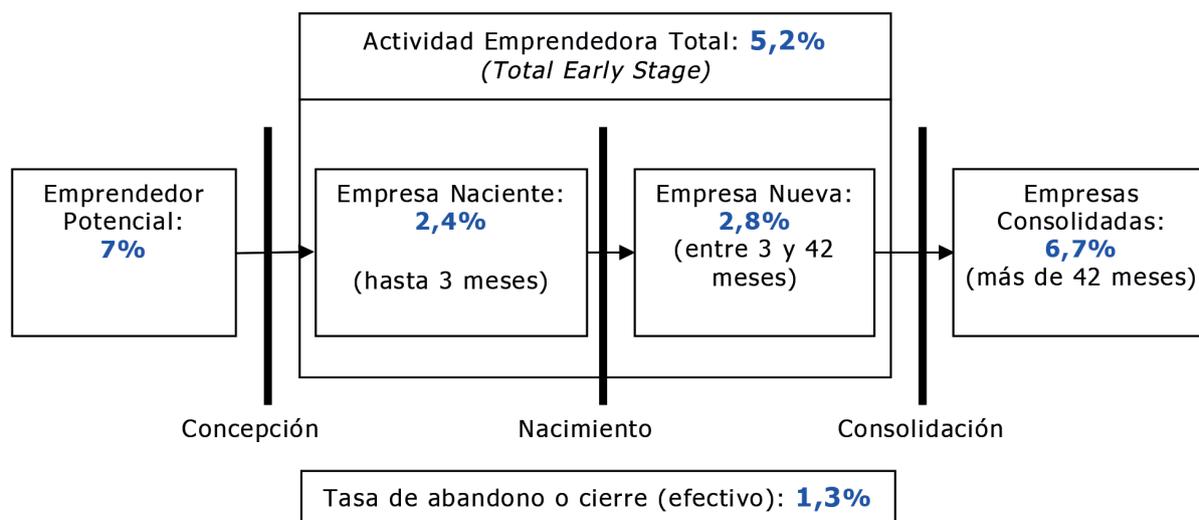
Si descomponemos el indicador TEA en iniciativas nacientes y nuevas se observan diferencias entre los distintos ámbitos geográficos y los dos periodos considerados. En la provincia de Jaén las empresas nacientes (hasta 3 meses) se han visto reducidas en 1,8 puntos porcentuales con respecto al año 2019, en Andalucía esta disminución ha sido de 0,8 puntos mientras que en España se ha

mantenido el mismo porcentaje. La reducción puesta de manifiesto para Jaén de empresa-riado naciente ha supuesto que se sitúe en la mitad del dato de España (2,4) y el de Andalucía (2,3).

El porcentaje de empresas nuevas (entre 3 y 42 meses) en la provincia de Jaén alcanza el valor de 2,7% superando a la referencia andaluza (2,6%) y situándose ligeramente debajo del dato nacional (2,8%). Si observamos la evolución con respecto al año anterior de los emprendedores nuevos giennenses comprobamos que se mantienen en el mismo nivel que en el año 2019, situación que no ha sido similar en Andalucía donde se han visto reducidos drásticamente (en 1,7 puntos porcentuales) al igual que en España, en donde la disminución se ha producido en 1 punto porcentual.

¹⁰ Reynolds et al. (2005), ob. cit.

Ilustración 6. El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años)



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)¹¹.

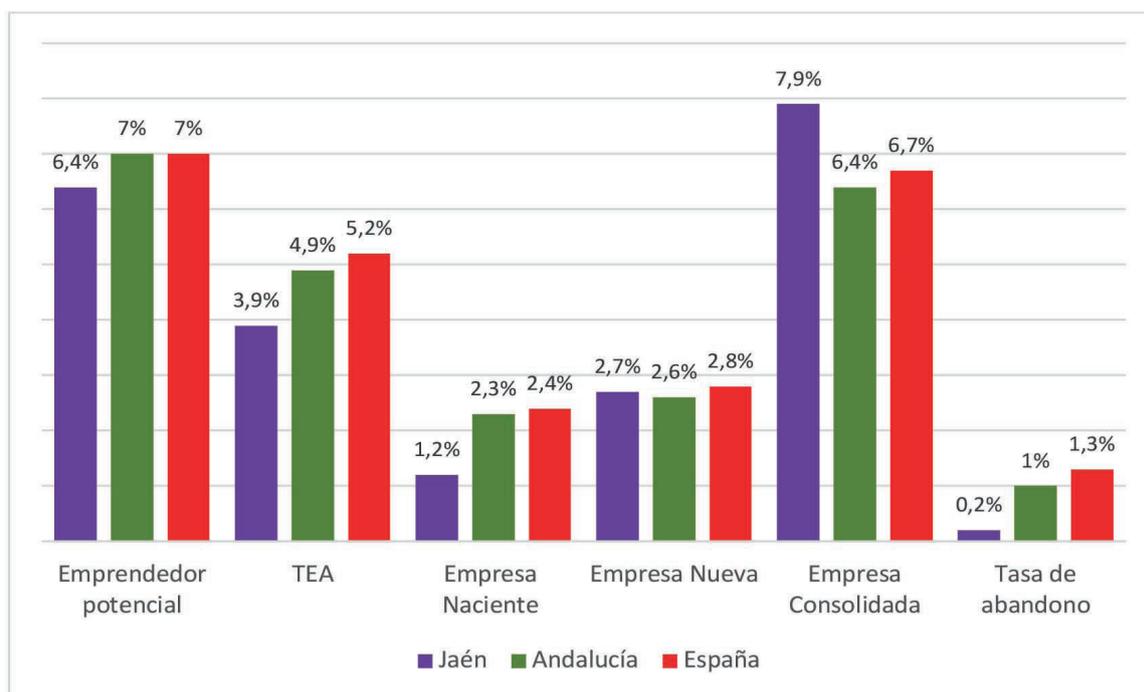
Tabla 8. Dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España. 2020

	Emprendedor Potencial	Tea	Empresa Naciente	Empresa Nueva	Empresa Consolidada	Abandono
Jaén	6,4%	3,9%	1,2%	2,7%	7,9%	0,2%
Andalucía	7%	4,9%	2,3%	2,6%	6,4%	1%
España	7%	5,2%	2,4%	2,8%	6,7%	1,3%

La tasa de empresas consolidadas para Jaén en el año 2020 se eleva a un 7,9%, alrededor de un punto y medio superior a la media andaluza (6,4%) y la media de España (6,7%). El porcentaje de empresas consolidadas en Jaén se ha incrementado en 0,9 puntos porcentuales con respecto al año 2019, manteniéndose prácticamente constante en Andalucía (6,3% para el año 2019), incrementándose ligeramente si consideramos el territorio nacional (6,30% para el año 2019). Estos datos reflejan que las empresas consolidadas han resistido mejor los efectos de la crisis sanitaria, económica y social derivadas de la pandemia que las empresas nuevas especialmente en los ámbitos autonómico y nacional.

Desde el punto de vista de abandono o cierre definitivo de los negocios en Jaén las personas que abandonaron su negocio en 2020 fue el 0,2%, lo que sitúa a la provincia muy por debajo de la media registrada en Andalucía (1%) y España (1,3%). Con respecto al año 2019 la tasa de cierre empresarial se ha reducido drásticamente en 1,2 puntos porcentuales. El descenso de los ceses en la actividad también se ha producido en Andalucía (en 2019 el valor fue de 1,1%) y en España (en 2019 se situó en 1,6%), aunque con mucha menos intensidad. La tabla 8 y el gráfico 10 recogen la dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España detectada para el año 2020.

¹¹ Reynolds et al. (2005), ob. cit.

Gráfico 10. Dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España 2020

Fuente: Elaboración propia.

Este es el tercer informe GEM que se realiza en la provincia de Jaén, habiéndose introducido, como se ha indicado con anterioridad, modificaciones metodológicas en el año 2019 con respecto a ediciones anteriores, por lo que aún es pronto para hacer un análisis longitudinal temporal de la evolución emprendedora en Jaén en los últimos años. No obstante, a continuación, profundizaremos en las distintas etapas del proceso emprendedor giennense en el año 2020.

1.2.2.

Potencial emprendedor

El proceso emprendedor comienza con la intención de querer crear una empresa, en el proyecto GEM a la parte de la población que tiene esta intención se le denomina empen-

dedor potencial. Para ello, en la encuesta a la población adulta¹² (de 18 a 64 años de edad) realizada para detectar las características específicas de los emprendedores y los condicionantes de la creación de empresas, se le ha preguntado: ¿espera usted crear una empresa en los próximos 3 años?

En la Tabla 9 se recoge que Jaén para el año 2020 presenta un potencial emprendedor (6,4%), seis décimas de punto por debajo de la comunidad autónoma andaluza y de la de España (ambas con el 7%). Con respecto al año 2019 en la provincia de Jaén se ha producido un incremento del potencial emprendedor de 1,1 puntos porcentuales. Si el análisis lo trasladamos al ámbito andaluz el potencial emprendedor se ha visto reducido pasando de un valor de 8,1% en el año 2019 al 7% de la edición actual. Si la esfera comparativa la aumentamos al territorio nacional el comportamiento del potencial emprendedor se repro-

¹² En términos de la metodología GEM: Adult Population Survey (APS)

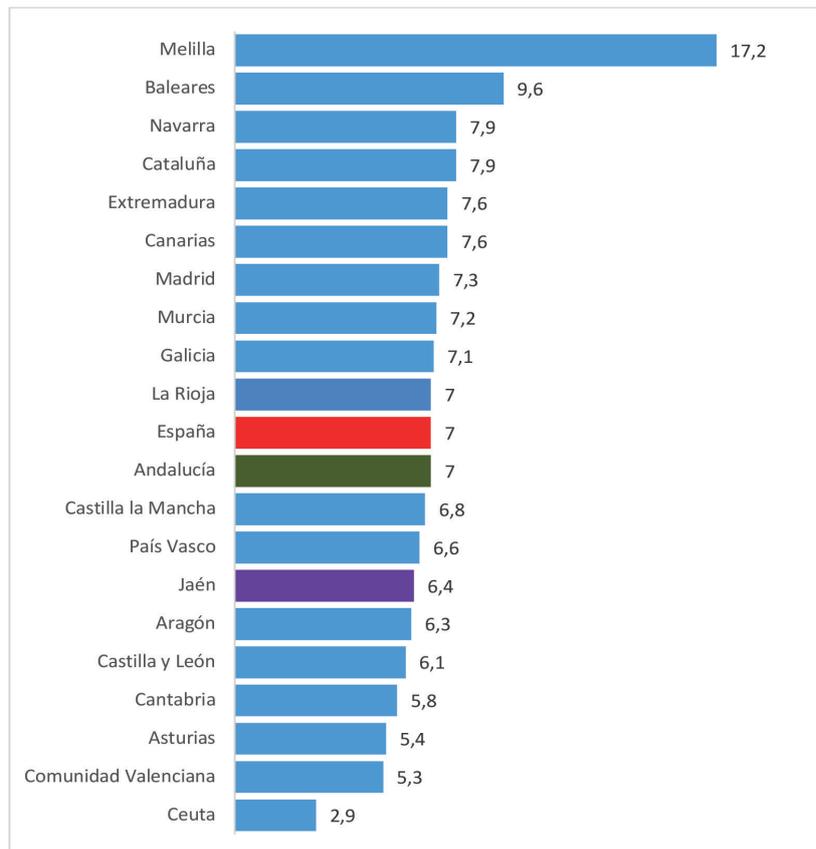
duce, viéndose también reducido con la misma intensidad. Este indicador es el que nutre la TEA de los próximos años, ya que algunas de estas intenciones se materializarán en negocios nacientes. Pese a su reducción respecto al año anterior en España y Andalucía, existe una base latente de futuros emprendedores que podrían empezar su actividad emprendedora una vez que se hayan superado las consecuencias de la COVID-19, que para la provincia de Jaén parece no haber tenido repercusión negativa.

Tabla 9. El potencial emprendedor en Jaén, Andalucía y España 2020

	Emprendedor potencial	
	2019	2020
Jaén	5,3%	6,4%
Andalucía	8,1%	7 %
España	8,1%	7%

Si consideramos los emprendedores potenciales atendiendo a las distintas regiones españolas para el año 2020 el Gráfico 11 recoge la situación de la provincia de Jaén en relación con el resto de territorios y España. El valor de Jaén se encuentra entre los últimos puestos del ranking de potenciales emprendedores de las regiones españolas, superando, sin embargo, a la Comunidad Valenciana, Asturias, Cantabria, Castilla-León, Aragón, y Ceuta, ciudad autónoma que ocupa el último puesto. En contraste la ciudad autónoma de Melilla se sitúa en primer lugar de la relación, duplicando la tasa de las Islas Baleares que se encuentra en el segundo, muy alejada de ella se encuentra también el valor medio de España y Andalucía.

Gráfico 11. Emprendedores potenciales en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020



Fuente: Elaboración propia.

1.2.3.

Tasa de actividad emprendedora (TEA)

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

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

En Jaén el 3,9% de la población está implicada en el desarrollo de una nueva actividad

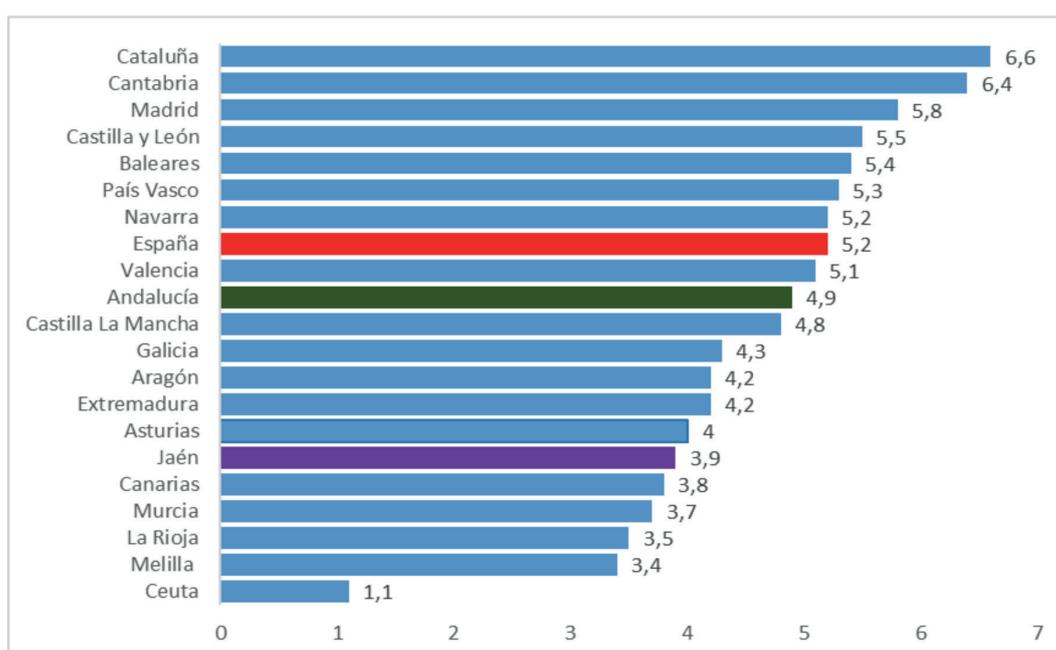
emprendedora. La TEA recogida en la provincia de Jaén (Tabla 10) es inferior en 1 punto a la de la Comunidad Andaluza, y 1,3 puntos inferior a la media española. Si comparamos el indicador con el del año 2019 en el entorno provincial, en el autonómico y en el nacional, en todos ellos se ha visto reducido, pero especialmente en la provincia de Jaén.

Tabla 10. Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén, Andalucía y España 2020

	TEA	
	2019	2020
Jaén	5,7%	3,9%
Andalucía	5,8%	4,9%
España	6,1%	5,2%

El Gráfico 12 compara la TEA del periodo analizado para cada Comunidad Autónoma y nos muestra que la Comunidad Andaluza ocupa la décima posición, estando por debajo de la media española. La TEA de la provincia de Jaén, tiene una posición menos relevante, pues queda por detrás de 14 comunidades autónomas incluida la andaluza.

Gráfico 12. Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020



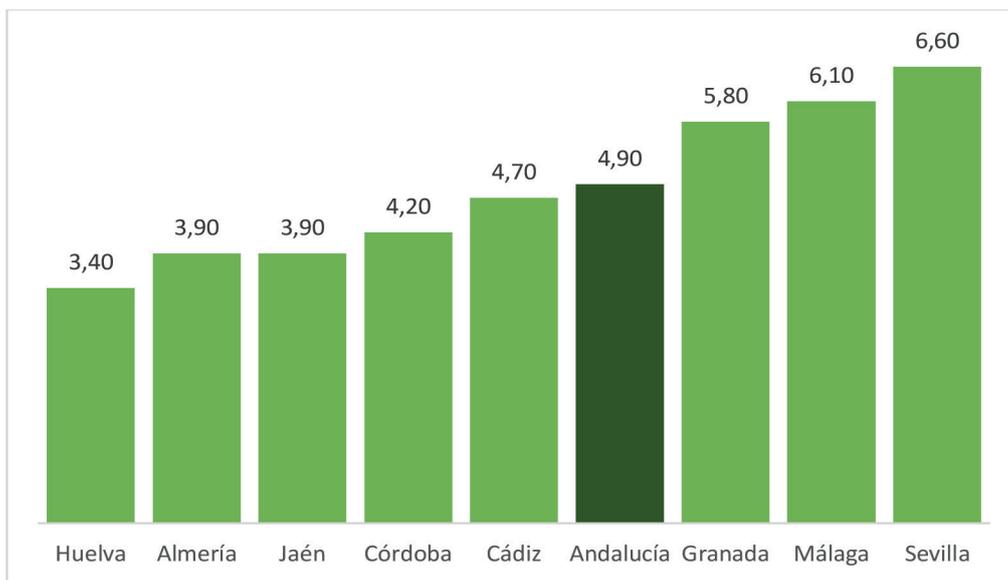
Fuente: Elaboración propia.

El valor máximo de este indicador es alcanzado por Cataluña (6,6%), mientras que Ceuta se sitúa en el polo opuesto al obtener la cifra más baja (1,1%). Como se ha comentado anteriormente, la TEA andaluza es de 4,9%, situándose por debajo de la media española y ocupando una posición intermedia en la comparativa entre regiones.

El Gráfico 13 refleja los datos de la TEA para cada una de las diferentes provincias anda-

luzas. El ranking de la TEA es liderado por la provincia de Sevilla (6,6%), que junto a la provincia de Málaga (6,1%) y Granada (5,8%), superan la media andaluza. Próximo a este valor TEA de la media andaluza, se encuentra la provincia de Cádiz (4,7%). Por debajo de este valor, se sitúan el resto de provincias andaluzas (Córdoba: 4,2%; Jaén: 3,9%; Almería: 3,9%; Huelva: 3,4%).

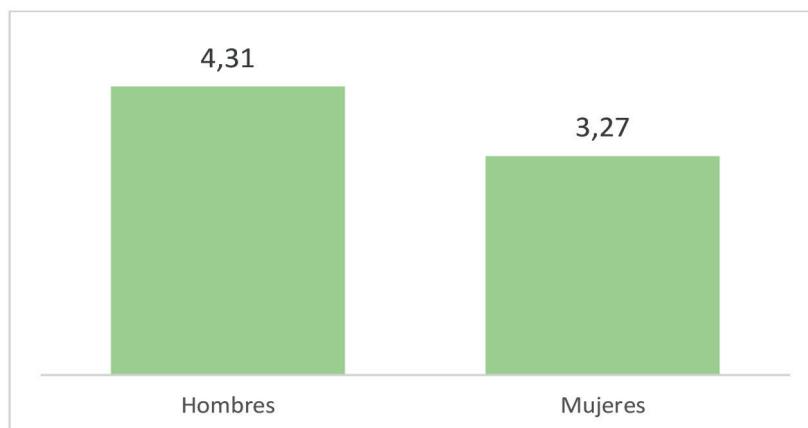
Gráfico 13. TEA en las provincias andaluzas 2020



Fuente: Elaboración propia.

Si realizamos una desagregación de la TEA por sexo encontramos que existe una brecha de género en el proceso emprendedor en la provincia de Jaén desfavorable para las mujeres, ya que mientras la TEA para el año 2020 de las mujeres jiennenses era del 3,27% para los hombres se situaba en el 4,31%. Siendo esta situación persistente desde que en la provincia se comenzó a realizar el estudio GEM en el año 2018, si bien hay que resaltar que con respecto al año 2019 esta brecha se ha visto reducida de forma apreciable, ya que dicho año alcanzó el máximo del trienio con una diferencia de 3,6 puntos porcentuales en detrimento de las mujeres. El gráfico 14 presenta la participación por género de los jiennenses en empresas nacientes y nuevas.

Si el análisis lo extendemos a todas las fases del proceso emprendedor la situación de desigualdad se sigue manifestando, ya que mientras que el 11,37% de los hombres están involucrados en una actividad emprendedora en Jaén, este nivel se reduce al 8,98% para las mujeres.

Gráfico14. Distribución de TEA según género provincia de Jaén 2020

Fuente: Elaboración propia.

Considerando el informe GEM de Andalucía las mujeres andaluzas también tienen una menor presencia en comparación con los hombres durante el proceso emprendedor en el año 2020. Las mujeres representan un menor porcentaje en el emprendimiento potencial, lo que a su vez se traduce en que están menos involucradas que el colectivo masculino en las iniciativas nacientes y nuevas. En este sentido, los datos revelan que la presencia masculina (57,2%) es mayor que la femenina (42,8%) en este tipo de iniciativas.

El informe GEM de España cuando realiza una descomposición del proceso emprendedor por sexo pone de manifiesto que existan diferencias a considerar. En concreto encontramos de forma pronunciada una menor participación relativa de las mujeres en la fase previa al proceso, es decir, en el emprendimiento potencial, y también a medida que las iniciativas se consolidan. Para el año 2020, a nivel nacional, la TEA femenina se situó en 4,8%, mientras que la masculina se elevó hasta el 5,6%.

Esta situación se encuentra en consonancia con investigaciones que han encontrado que existen factores contextuales de tipo cultural y social que hacen que emprender pueda ser una opción menos atractiva para las mujeres, encontrándose condicionada su puesta en marcha por la dificultad al acceso a los recursos y/o la necesidad de compaginarla con la

vida personal, factores que también supeditan los resultados logrados, haciendo que su consolidación vaya decreciendo.

En 2020, y como fruto de la pandemia ocasionada por la Covid-19, la información recopilada en el espacio nacional muestra que tanto la TEA femenina como la TEA masculina han bajado, si bien, este descenso ha sido más acentuado para las mujeres, abriéndose levemente la brecha de género que había venido descendido desde el año 2005.

1.2.4.

Empresas nacientes

En el proceso emprendedor, el primer paso es la empresa naciente, que es aquella que tiene una vida de hasta tres meses. Es decir, desde el momento de inicio de la actividad hasta el tercer mes de vida. La tabla 11 recoge el porcentaje de empresas nacientes en Jaén en el año 2020, junto con las de Andalucía y España. El gráfico 15 muestra de manera visual la evolución de las empresas nacientes en Jaén, Andalucía y España en los últimos tres años.

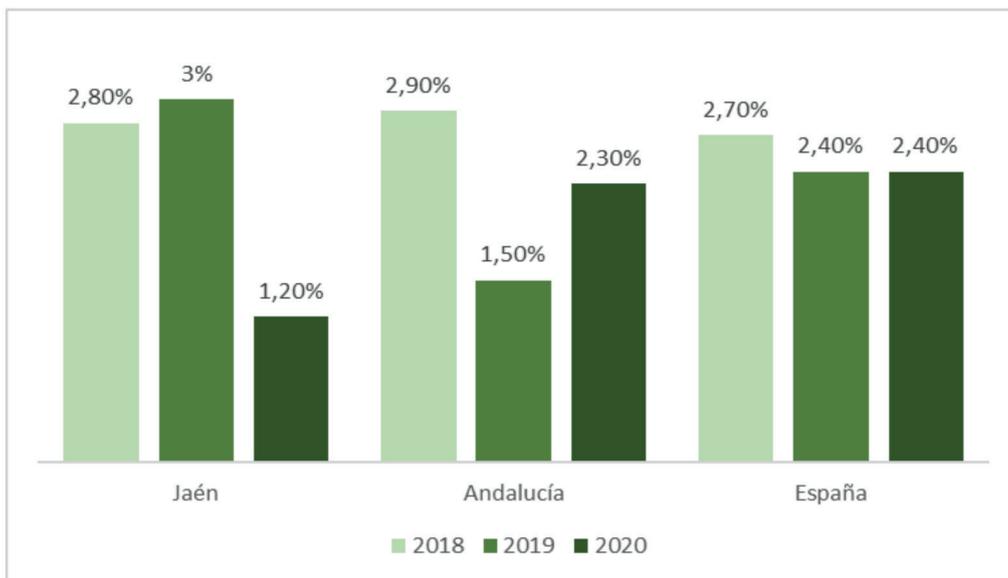
Tabla 11. Empresas nacientes en Jaén, Andalucía y España. 2020

	Empresas nacientes	
	2019	2020
Jaén	3%	1,2%
Andalucía	1,5%	2,3%
España	2,4%	2,4%

Se puede observar en la tabla 11 que las empresas nacientes en Jaén han representado

en el año 2020 un 1,2%. Este dato está 1,1 puntos por debajo de los datos de Andalucía y 1,2 puntos por debajo de los datos de España. Mientras que, en Andalucía, según se muestra en el Gráfico 15, en el año 2019 hubo un retroceso en empresas nacientes, en 2020 se recuperó la tendencia alcista. En el caso de Jaén, la propensión de crecimiento iniciada en el año 2018 se ha visto truncada en el año 2020. En España se ha mantenido el porcentaje de empresas nacientes en los dos últimos años del periodo.

Gráfico 15. Evolución de las empresas nacientes en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020



Fuente: Elaboración propia.

1.2.5. Empresas nuevas

Tras la empresa naciente el segundo paso de la actividad emprendedora es la empresa nueva. La empresa nueva es aquella que ha dejado de ser naciente porque ha superado los tres primeros meses de actividad y aún no ha llegado a los 42 meses de actividad. Es decir, son empresas cuya vida está entre 3 y 42 meses. La Tabla 12 recoge el porcentaje de empresas nuevas en Jaén, Andalucía y Es-

paña en el año 2020. El Gráfico 16 muestra la evolución de las empresas nuevas en Jaén, Andalucía y España en los últimos tres años.

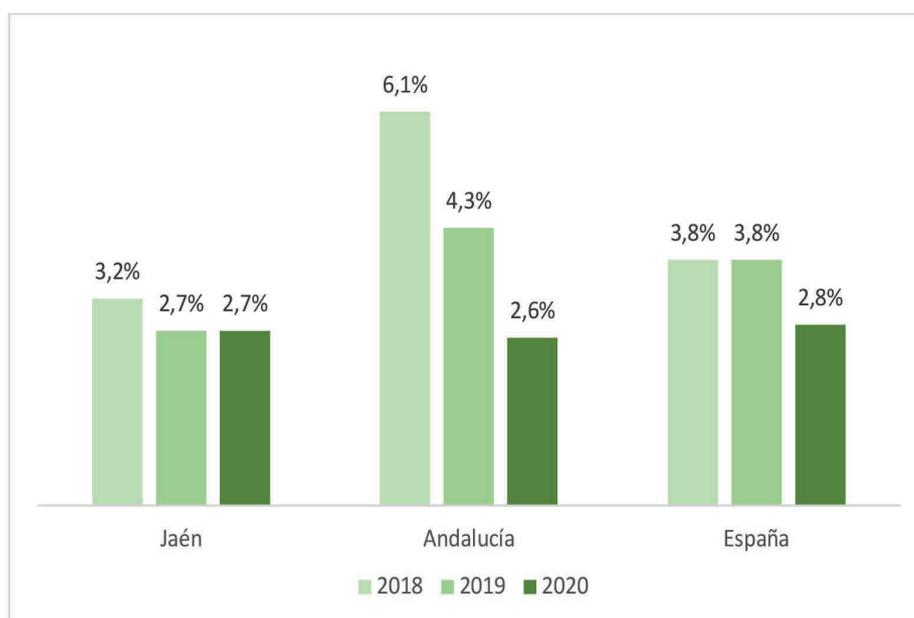
Como se contempla en la Tabla 12 el porcentaje de empresas nuevas en Jaén representa un 2,7% en el año 2020, una décima por debajo de la media andaluza y dos décimas por debajo de la media de España.

Tabla 12. Empresas nuevas en Jaén, Andalucía y España 2020

	Empresas Nuevas	
	2019	2020
Jaén	2,7%	2,7%
Andalucía	4,3%	2,6%
España	3,8%	2,8%

En concreto, viendo la evolución de las empresas nuevas (Gráfico 16), se puede afirmar que en Jaén la tendencia es decreciente, aunque leve. En Andalucía, la tendencia es también decreciente y más preocupante que en Jaén, mientras que en España la evolución de empresas nuevas también ha decrecido sobre todo del año 2019 al 2020.

Gráfico 16. Evolución de las empresas nuevas en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020



Fuente: Elaboración propia.

1.2.6.

Actividad intraemprendedora

El análisis de la actividad emprendedora de la población jiennense realizado más arriba se puede completar con la **actividad intraemprendedora** de las organizaciones y empresas o emprendimiento corporativo. Desde la perspectiva de la metodología GEM¹³, la actividad intraemprendedora es concebida como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores (EEA

Entrepreneurial Employee Activity) de organizaciones cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs*, *spin-outs*, *start-ups*). Teniendo en cuenta que GEM entrevista a la población adulta de 18-64 años, este indicador refleja el porcentaje de empleados que en los últimos tres años han sido parte del desarrollo y liderazgo de iniciativas innovadoras y emprendedoras para sus empleadores como parte de las actividades que desempeñan en su trabajo¹⁴.

¹³ Para mayor detalle, revisar los trabajos de World Economic Forum (2016), Guerrero et al. (2016) y Bosma et al. (2013).

¹⁴ Desde la perspectiva del capital humano, las organizaciones que tienen una orientación emprendedora promueven este tipo de actividad (intra)emprendedora que a su vez genera una serie de bondades para aquellos empleados que las desarrollan, tales como experiencias y habilidades muy particulares que refuerzan su capital humano (Guerrero y Peña-Legazkue, 2013).

En la Tabla 13 se recoge el porcentaje de la población adulta giennense de 18 a 64 años que realiza una actividad de intraemprendimiento, tanto su participación actual como en el año

2019, también se diferencia entre las personas que se involucran activamente y las que lideran los proyectos intraemprendedores.

Tabla 13. El intraemprendimiento en Jaén 2020

	2019	2020	Variación
Participación activa intraemprendedora en los últimos 3 años	1%	1,4%	↑
Participación activa intraemprendedora actual	7%	1%	↓
Liderazgo intraemprendedor en los últimos 3 años	0,5%	0,4%	↓
Liderazgo intraemprendedor actual	0,3%	0,4%	↑

Se puede observar en la Tabla 13 que el 1,4% de los giennenses ha participado activamente en un proyecto de intraemprendimiento en los últimos tres años y el 1% lo hace en la actualidad, un porcentaje pequeño si lo comparamos con el 3,9% de la actividad emprendedora (TEA). Asimismo, el 0,4% de la población ha liderado este tipo de proyectos en los últimos tres años mientras que el 0,4% los lidera actualmente. Estos datos son bastante preocupantes, pues reflejan un descenso importante desde que se realiza el informe GEM en Jaén (año 2018) de la participación activa intraemprendedora y del liderazgo intraemprendedor.

En el periodo 2018 a 2020 la participación activa intraemprendedora de la población se ha reducido drásticamente hasta situarse en un 1 %, reduciéndose un 6% este último año con respecto al año 2019. Se trata de una tendencia generalizada tanto en el contexto nacional como en el autonómico, aunque con declives

más suavizados en estos ámbitos ya que se partía de tasas de intraemprendimiento de la población inferiores a las que se declaraban en Jaén. En el año 2020 la provincia de Jaén se encuentra en niveles similares a los de España (1,2%) y superan a los de Andalucía (0,7%).

Si se amplía el análisis y se retrotrae un trienio, preguntando quien ha emprendido en los últimos tres años, la tasa para la provincia de Jaén se eleva hasta el 1,4%, incrementándose cuatro décimas con respecto al año anterior, pero acusando de nuevo una caída considerable al ampliar el periodo de análisis hasta el año 2018. Comparativamente se supera tanto a la media nacional (1,3%) como a la autonómica (0,9%).

Acotando el emprendimiento corporativo a las personas empleadas los resultados se recogen en la tabla 14.

Tabla 14. El intraemprendimiento en Jaén (% empleados). 2020

	2019	2020	Variación
Participación activa intraemprendedora en los últimos 3 años	2,6%	3,5%	↑
Participación activa intraemprendedora actual	1,7%	2,5%	↑
Liderazgo intraemprendedor en los últimos 3 años	1,2%	1%	↓
Liderazgo intraemprendedor actual	0,8%	1%	↑

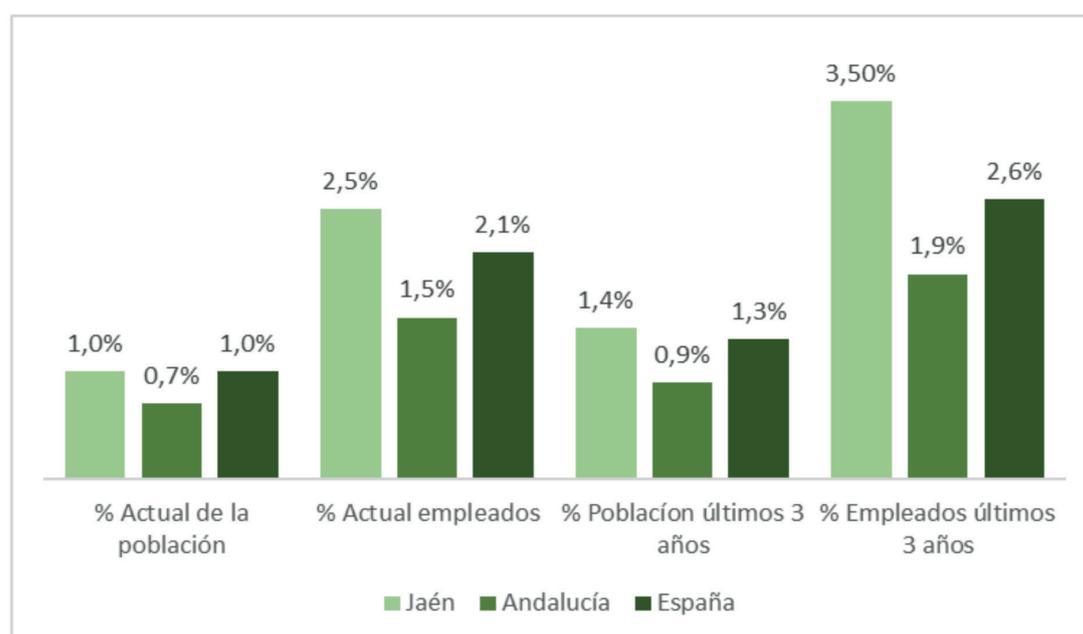
El porcentaje de empleados que participaron activamente en el intraemprendimiento en los últimos 3 años en Jaén representó el 3,5% en el año 2020, superando el valor del año anterior, pero muy alejado del recogido para el año 2018. De nuevo Jaén supera la media nacional (2,1%) y duplica la de la Comunidad Autónoma de Andalucía (1,5%), espacios en los cuales la participación de los empleados en actividades de intraemprendimiento se ha visto reducida con respecto al año 2019, especialmente en Andalucía donde esta reducción ha sido de más del 44%.

El liderazgo intraemprendedor en los últimos 3 años fue ejercido por el 1% de los emplea-

dos, al igual que el liderazgo intraemprendedor actual en el año 2020. Estos datos reflejan una cierta recuperación de la proporción de empleados implicados o liderando un proyecto de intraemprendimiento en Jaén, respecto a los datos de 2019, aunque los datos aún están lejos de los del año 2018.

Observando el Gráfico 17.i, se puede afirmar que los datos del intraemprendimiento de la población adulta general y la población empleada en la actualidad durante los últimos 3 años en Jaén son mejores que los del resto de Andalucía y de España.

Gráfico 17.i. Intraemprendimiento de la población adulta general y la población empleada en la actualidad y durante los últimos 3 años, en Jaén, Andalucía y España 2020



Fuente: Elaboración propia.

1.2.7.

Empresas consolidadas

El análisis de la dinámica de la actividad emprendedora, culmina con las empresas consolidadas (las que se encuentran desempeñando una actividad económica durante más de 3,5 años) y los abandonos o cierres que se han producido en los últimos doce meses. La Tabla 15 recoge las iniciativas consolidadas en Jaén, junto con las de Andalucía y España. El Gráfico 17 muestra de manera visual la evolución de iniciativas consolidadas en estos tres ámbitos en el último trienio.

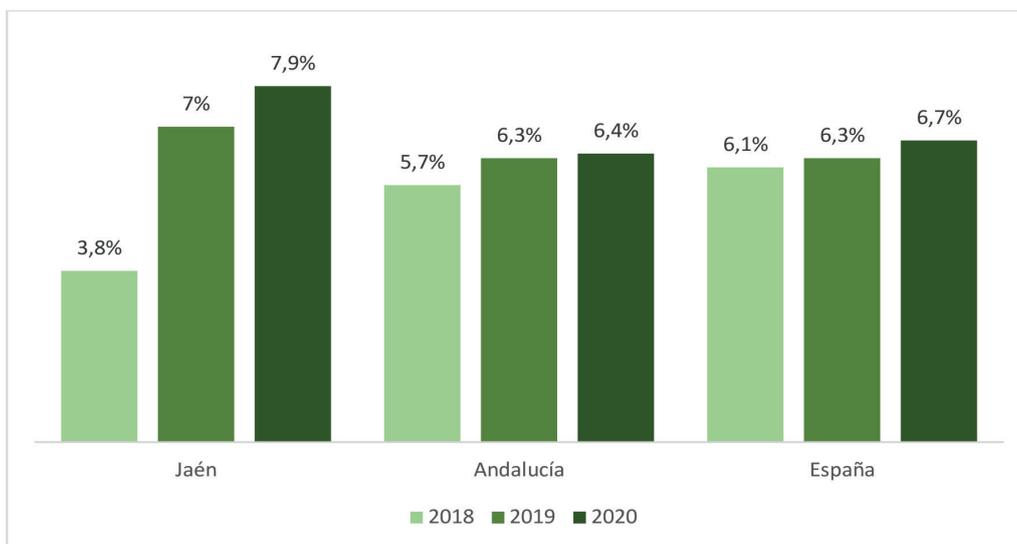
Tabla 15. La tasa de consolidación empresarial en Jaén, Andalucía y España 2020

	Empresas Consolidadas		
	2019	2020	Variación
Jaén	7%	7,9%	↑
Andalucía	6,3%	6,4%	↑
España	6,3%	6,7%	↑

Se observa en la Tabla 15 que la tasa de empresas consolidadas en Jaén (7,9%) se encuentra por encima de la media de Andalucía y de España. El número de empresas consolidadas se ha incrementado de forma acumulada en el conjunto de los tres años de referencia para los tres ámbitos geográficos de análisis. Para el caso de Jaén el incremento interanual ha sido del 0,9%.

Como se puede comprobar en el Gráfico 17 la provincia de Jaén recogía una tasa de consolidación empresarial comparativamente muy baja (3,8%) en el año 2018 si consideramos la que reflejaba Andalucía (5,7%) y especialmente España (6,1%). A pesar de la desfavorable situación de partida Jaén ha incrementado de forma considerable en 2020 la cantidad de empresas consolidadas gozando de una evolución más que favorable, lo que la ha llevado a situarse, a pesar de la crisis del COVID-19 muy por encima de los datos de la Comunidad Autónoma de Andalucía de España.

Gráfico 17. Evolución de la Tasa de consolidación empresarial en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020



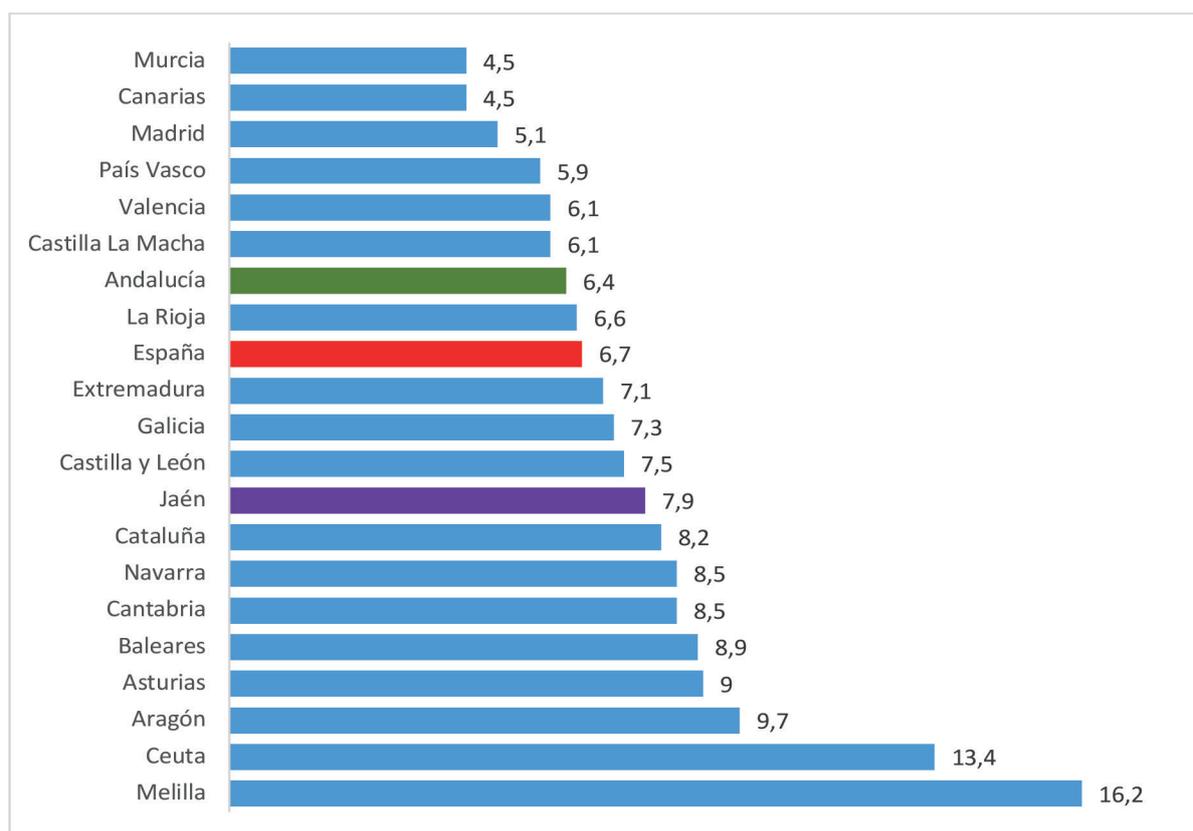
Fuente: Elaboración propia.

Si relacionamos la evolución de nuestra comunidad con el entorno español ambos contextos han sufrido una evolución similar a lo largo del periodo analizado, aunque la tasa española ha sido superior en casi todos los años considerados, a pesar de ello la tasa de empresas consolidadas de Andalucía se ha ido incrementando, situándose cerca de la media española. En concreto, en el año 2020, la tasa andaluza alcanzó el 6,4%, mientras que la de España se cifró en un 6,7%.

Desplegando el análisis considerando las distintas comunidades y las dos ciudades autó-

nomas (Gráfico 18), la provincia ocupa el noveno lugar en tasa de empresas consolidadas respecto a las comunidades autónomas. Es decir, en Jaén hay proporcionalmente más emprendedores consolidados que en España y en muchas comunidades autónomas. Con respecto al año 2019, Jaén ha retrocedido dos puestos en esta clasificación por comunidades y ciudades autónomas, siendo precisamente Ceuta y Melilla con su incremento en la tasa de consolidación empresarial quienes han motivado el retroceso de Jaén en dos posiciones.

Gráfico 18. Tasa de consolidación empresarial en Jaén. Comparativa autonómica y nacional. 2020



Fuente: Elaboración propia

El valor de la tasa de consolidación empresarial en Andalucía supone que se sitúe, como se ha indicado, por debajo de España, pero también de la mayoría de las Ciudades y Comunidades Autónomas analizadas. En concreto,

únicamente ocupa una posición superior a la Comunidad Valenciana, Castilla la Mancha, País Vasco, Comunidad de Madrid, Canarias y Murcia.

La profundidad de análisis andaluz permite realizar una distinción por género, que pone de manifiesto que es en la fase de consolidación de empresas donde se detecta una de las mayores diferencias entre ambos colectivos para el año 2020. Los hombres representan un 65,6% de las empresas consolidadas frente al colectivo femenino que sólo supone el 34,4%. A nivel nacional la brecha de género también es patente, aunque se suaviza un poco ya que dentro de la población de empresarios consolidados que fueron identificados en el último año también se observa una mayor representación masculina (55,9% del total) que femenina (44,1%).

Estos datos reflejan no solo que las mujeres siguen teniendo una menor presencia en las primeras etapas del proceso emprendedor, sino que la brecha emprendedora respecto a los hombres se acentúa a medida que se desarrolla las distintas fases del proceso emprendedor y alcanza su máximo cuando se produce la consolidación de las iniciativas emprendedoras.

1.2.8.

Tasa de abandono empresarial

Otro indicador del proceso emprendedor lo constituye la tasa de abandono de la actividad empresarial, medido como el porcentaje de personas adultas que han cerrado o abandonado un negocio en los últimos 12 meses. En Jaén, las personas involucradas en estos abandonos empresariales representaron el 0,2% de la población encuestada en 2020. En comparación con el TEA (3,9%), se trata de una cifra baja y que se ha visto disminuida con respecto al año anterior en más de un 85%. Esto supone un dato muy positivo, que apunta a la sostenibilidad en el tiempo de las actividades emprendedoras iniciadas. En la Tabla 16 se exponen las tasas de cierre empresarial para Jaén, Andalucía y España.

Tabla 16. La tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España 2020

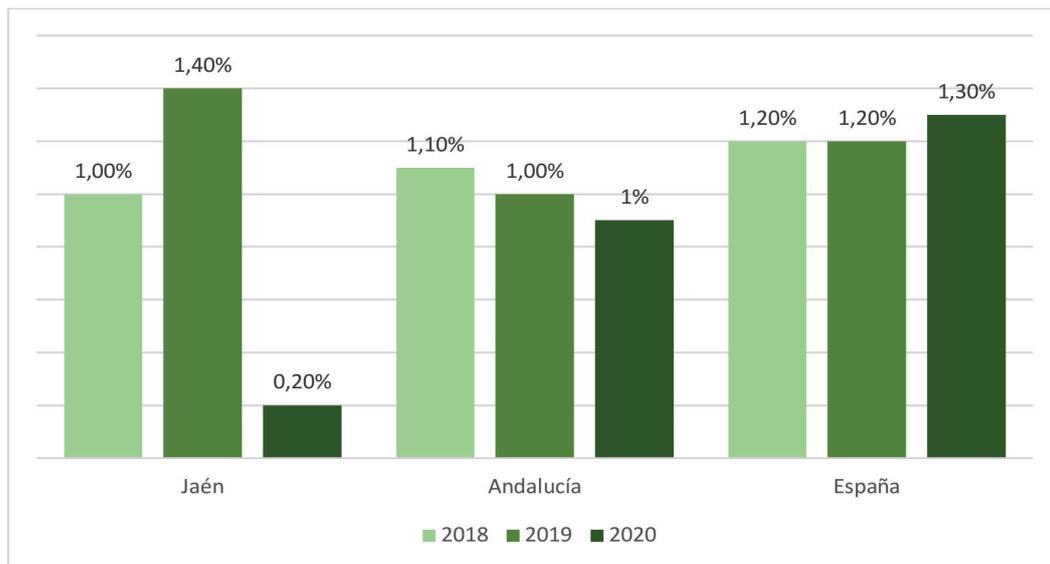
	Abandono empresarial		
	2019	2020	Variación
Jaén	1,4%	0,2%	↓
Andalucía	1%	1%	→
España	1,2%	1,3%	↑

En el Gráfico 19 se aprecia que, a partir del año 2018, la tasa de abandono empresarial en Andalucía se ha reducido ligeramente, alcanzando un 1% en el año 2020. De igual forma, este indicador para España se ha visto minorado desde el año 2018, situándose en un 1,3% en el año de referencia.

Si profundizamos en las causas que han motivado el abandono de la actividad empresarial considerando los datos de APS del informe GEM para España, la principal causa que manifiestan las personas encuestadas se identifica con la falta de rentabilidad del negocio (38%), seguidas a distancia por otras razones (15,4%) y por la incidencia del COVID-19 (14,2%). Entre los motivos con menos peso manifestados se encuentran los impuestos y la burocracia (1,1%) y los problemas para obtener financiación (2,6%). Por último, destacar que muy pocas personas indican que el cierre ha sido planificado con antelación (1,7%).

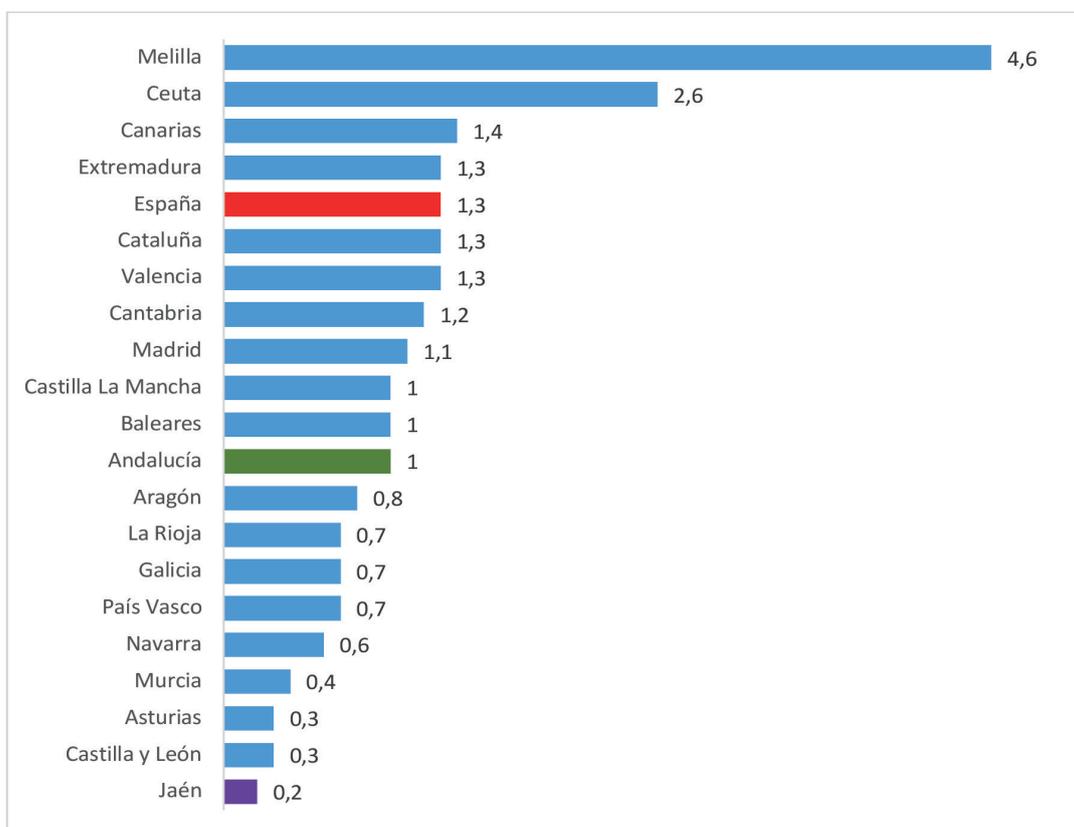
El valor del indicador de cierres empresariales (el negocio no ha continuado su actividad dirigida por otras personas) para Jaén además de ser inferior al de Andalucía y España, lo es también si lo relacionamos con todas las comunidades y ciudades autónomas que conforman el estado español como se recoge en el Gráfico 20. A excepción de Melilla y Ceuta que alcanzan una tasa de cierres de 4,6% y 2,6% respectivamente, las diferencias interregionales son pequeñas, debido a que la mayor parte de las Comunidades Autónomas se sitúan a alrededor de un punto porcentual por encima o por debajo de España.

Gráfico 19 Evolución de los cierres empresariales en Jaén, Andalucía y España 2018-2020



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 20. Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020



Fuente: Elaboración propia.

En Andalucía la tasa de abandono de las empresas sigue siendo mayor en el caso de las mujeres (55,6%) respecto a los hombres (44,4%). Los resultados obtenidos al estudiar el abandono reciente de un negocio en el ám-

bito nacional muestran una situación distinta ya que los cierres promovidos por hombres se sitúan en un 53,9% frente a 46,1% de renuncias a seguir desarrollando la actividad económica iniciadas por mujeres.

Capítulo 2

Análisis del entorno del emprendedor en Jaén

La actividad emprendedora e intraemprendedora está 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 (1) actuación gubernamental en materia legislativa, al objeto de legitimar, regular e incentivar el emprendimiento; (2) dotación pública de recursos científicos, técnicos y operativos, así como de instrumentos públicos de financiación; (3) clientes y consumidores que disponen de información plena acerca de los productos y servicios ofrecidos por las empresas; (4) actividades y servicios comerciales y profesionales prestados por agentes, instituciones y empresas (Reynolds et al., 2005; Stan y Van de Ven, 2021; Autio et al. 2014).

Por lo general, el ecosistema emprendedor es configurado por un grupo interconectado 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 que son encuestados anualmente. Metodológicamente, en la edición GEM Jaén 2020, participaron 36 expertos jiennenses clasificados en función de su representatividad por cada una de las condiciones del entorno consideradas.

Específicamente, GEM analiza nueve dimensiones del entorno (Ilustración 7): apoyo financiero; políticas gubernamentales; programas gubernamentales; educación y formación emprendedora; 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 some-

te a la opinión de los expertos anteriormente citados.

Ilustración 7. Dimensiones del ecosistema emprendedor analizadas por GEM 202



Fuente: Informe GEM Málaga (2019).

Cada una de personas expertas consultada expresa su opinión respecto al conjunto de las condiciones mencionadas, por medio de un cuestionario que comprende una batería de 54 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.

Por último, se les planteó que reflexionaran sobre tres propuestas que a su juicio serían recomendables para fortalecer el contexto emprendedor provincial. La encuesta de expertos, al igual que la APS, se realizó entre los meses de junio y julio de 2020.

Los resultados obtenidos reflejan por tanto la opinión de los expertos en un momento de absoluta incertidumbre sobre el futuro económico en general, y de los emprendedores de modo particular.

A partir de la edición del año 2019 se incorpora un nuevo indicador que mide de manera sintética la bondad del entorno para facilitar el proceso emprendedor: el 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, para posteriormente evaluarlos de forma comparativa.

2.1.

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

2.1.1.

Financiación

Todos los emprendedores y empresas necesitan recursos financieros para poder iniciar y consolidar sus proyectos empresariales, por lo que recurren a diferentes fuentes de financiación (créditos bancarios, Business Angels, Crowdfunding, subvenciones públicas, entidades de capital riesgo, programas de microcréditos, etc.) para conseguir los recursos necesarios para llevarlos a cabo. Para el caso concreto de Jaén se observa en el Gráfico 21 que para el emprendedor su principal fuente de financiación son las subvenciones públi-

cas disponibles, es decir, el dinero que necesitan lo proporcionan los programas públicos de subvenciones, ya que no disponen de suficientes recursos económicos propios para iniciar su proyecto emprendedor (3,6), y tampoco consideran que haya suficiente oferta para financiarse de recursos provenientes de asociaciones profesionales de business angels (2,7), ni de entidades de capitales riesgo (3,0).

Según dicha ilustración, los expertos consultados consideran como segunda opción de fuente de financiación las entidades financieras privadas (4,4), siendo los inversores informales, es decir, familiares y amigos (family, friends and fools) la tercera opción de financiación (3,9).

Por otro lado, en la provincia de Jaén se detectan deficiencias en ofertas de nuevas formas de financiación tipo Crowdfunding o de naturaleza análoga, llegando a valorarse sólo con un 2,4. Así como tampoco se considera la salida a bolsa de una empresa como recurso de autofinanciación, llegando a ser el ítem peor valorado (2,0).

Gráfico 21. Financiación del proceso emprendedor en Jaén 2020

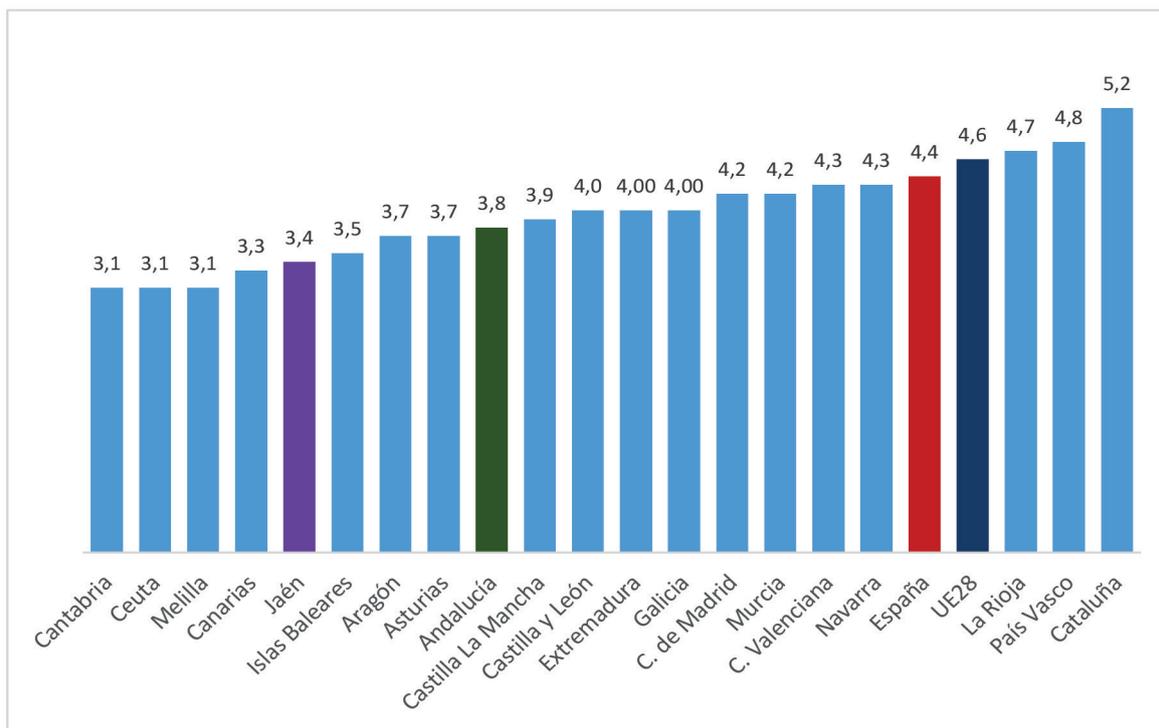


Fuente: elaboración propia.

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 no han sufrido cambios en los últimos tres años y se consolida la opinión de que las fuentes financieras proceden fundamentalmente de subvenciones públicas y de financiación bancaria, resultando necesario para la creación del negocio la aportación de financiación propia, que en el año 2020 desplaza el crédito procedente de los Business Angels. Como valoración es posible resaltar que en Jaén no existen amplias posibilidades de financiación para las personas que desean iniciar procesos de emprendizaje ya que ninguna de las fuentes de financiación supera un valor de 5.

Considerando la excepción detectada en Cataluña, donde la valoración media de los expertos se sitúa en 5,2 puntos, la opinión de todos los paneles de expertos autonómicos y el nacional es unánime en relación con el insuficiente apoyo financiero que encuentran los emprendedores a la hora de iniciar o desarrollar la actividad emprendedora (Gráfico 22). Andalucía se sitúa en la horquilla inferior del ranking, con una puntuación media de 3,8 puntos, superando tan sólo a Asturias (3,7), Aragón (3,7), Islas Baleares (3,5), Canarias (3,3), Melilla (3,1), Ceuta (3,1) y Cantabria (3,1). Si consideramos los países UE 28 el valor dado por los expertos se sitúa en un 4,6.

Gráfico 22. Apoyo financiero: comparación regional



Fuente: elaboración propia.

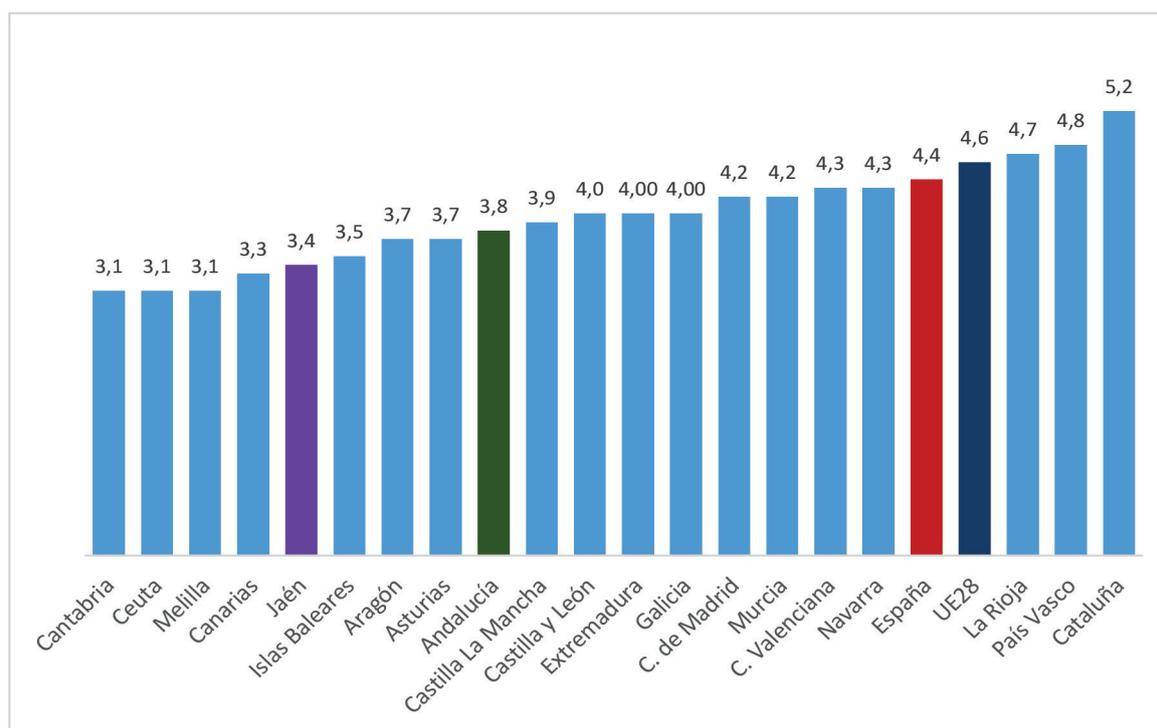
2.1.2. Políticas gubernamentales

Según las respuestas del panel de expertos (véase Gráfico 23), en Jaén el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica (5,2) y del gobierno estatal (5,0). El resto de las políticas gubernamentales aplicables en la provincia de Jaén, no llegan al aprobado. Por el contrario, según se desprende del Informe GEM España¹⁵ las políticas gubernamentales se siguen percibiendo como un obstáculo para el emprendimiento (4,6), encontrándose frenada por las tasas e impuestos, que se mantuvieron incluso sin percibir ingresos

durante el periodo de mayor incidencia del COVID-19. Según el criterio de los expertos y emprendedores los programas y medidas que el gobierno fue implantando a lo largo del año 2020 para atenuar los efectos económicos derivados de la pandemia no fueron suficientes para la supervivencia del tejido empresarial.

En la provincia de Jaén, los expertos no creen que sean fáciles, y por supuesto, tampoco ágiles, los trámites burocráticos para la creación de una empresa (3,0), en relación con este aspecto opinan que las nuevas empresas no pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana (2,1), y que los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales suponen una barrera a la hora de tramitar la creación o el propio crecimiento de la empresa (3,9).

Gráfico 23. Políticas Gubernamentales



Fuente: elaboración propia.

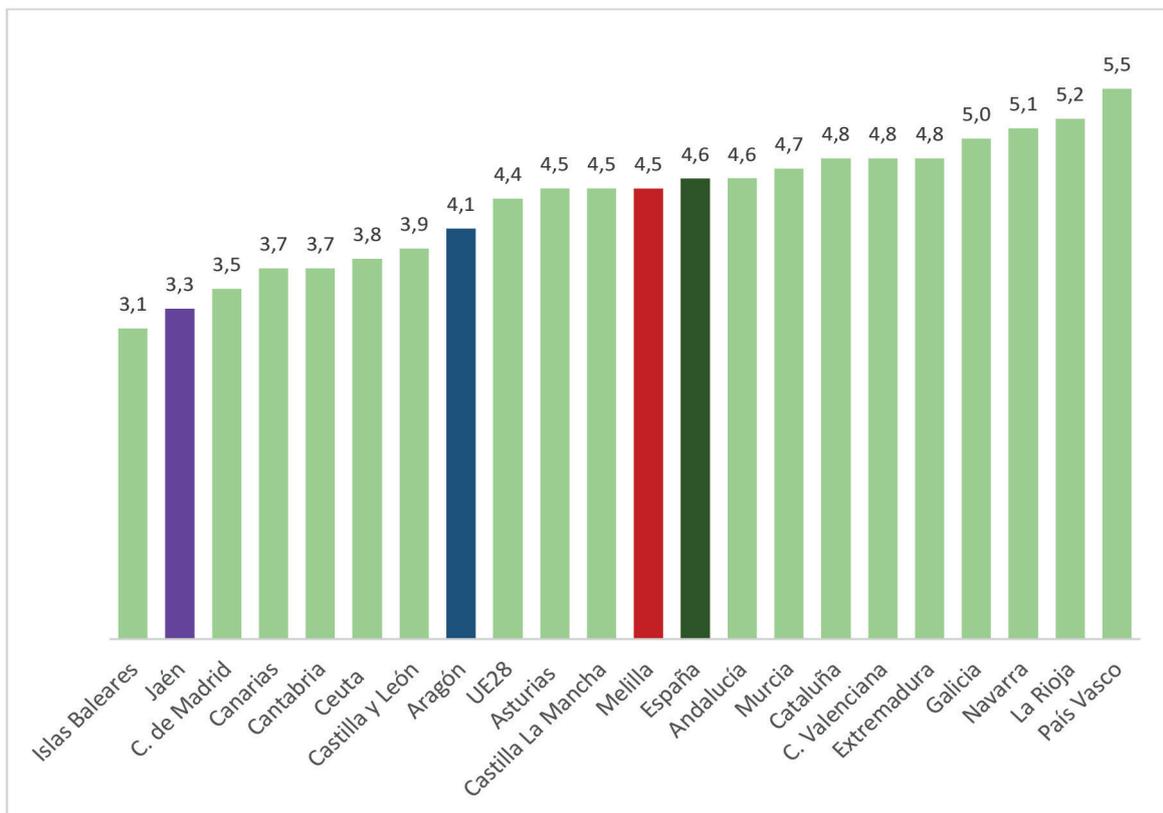
¹⁵ En los informes nacional y regionales las valoraciones de las políticas gubernamentales se desglosan en: a) emprendimiento como prioridad y su apoyo y b) burocracia e impuestos.

La percepción de los expertos de la provincia de Jaén en relación con las políticas públicas ha mejorado en el último trienio, especialmente en relación con la opinión favorable sobre el apoyo que las que las empresas nuevas y en crecimiento reciben de las administraciones estatal y autonómica. Esta apreciación ha duplicado su valor desde el año 2018 (2,5 y 2 respectivamente).

La opinión de los expertos autonómicos con respecto a las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento se encuentra recogida en el Gráfico 24, que refleja que sólo los expertos autonómicos de País Vasco (5,5), La

Rioja (5,2), Navarra (5,1) y Galicia (5,0) valoran favorablemente esta dimensión, alcanzando puntuaciones superiores a la de la media española y andaluza (4,6). Concretamente, la puntuación alcanzada en este factor coloca a Andalucía en el escalafón medio de la comparativa, a una distancia reducida de los tres territorios anteriormente mencionados y a 1,5 puntos de Islas Baleares (3,1), que es la comunidad autónoma peor valorada por los expertos en este factor. Si ampliamos el espacio de estudio a nivel europeo la valoración dada a este factor (4,4) es inferior a la española en dos décimas.

Gráfico 24. Políticas gubernamentales (medidas de apoyo): comparación regional



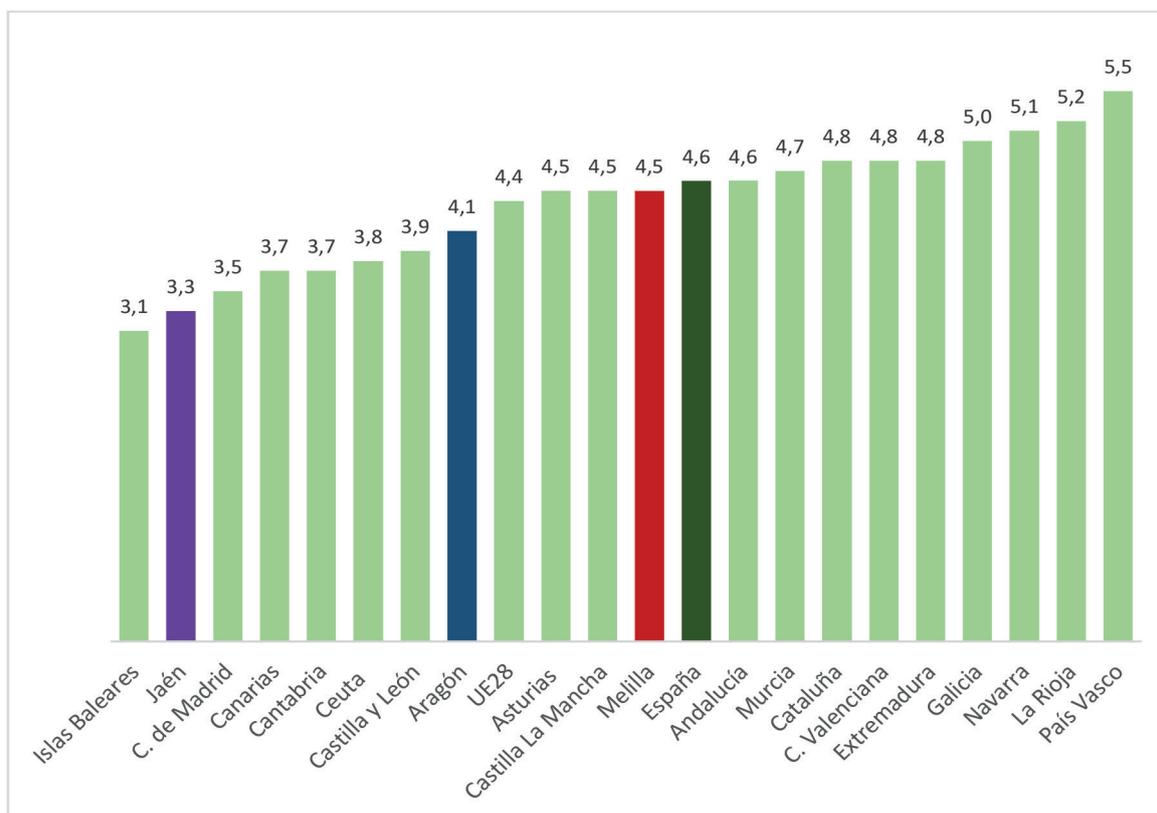
Si consideramos la burocracia e impuestos dentro de las políticas gubernamentales detectamos que los expertos andaluces indican categóricamente que los impuestos y burocracia a la que se ven sometidos los emprendedores en Andalucía suponen un obstáculo

considerable para su actividad, en comparación con el resto del territorio nacional. La puntuación alcanzada por Andalucía (3,6) sólo supera a la concedida por los expertos cántabros (3,5), baleares (3,5) y canarios (3,1) y se encuentra por debajo de la media española

(3,9) y la de los países UE 28 (3,7). Los territorios con evaluaciones más favorables han

sido La Rioja (5,5) y Navarra (5,0), tal y como se recoge en el Gráfico 25.

Gráfico 25. Políticas gubernamentales (burocracia e impuestos): comparación regional



Fuente: elaboración propia.

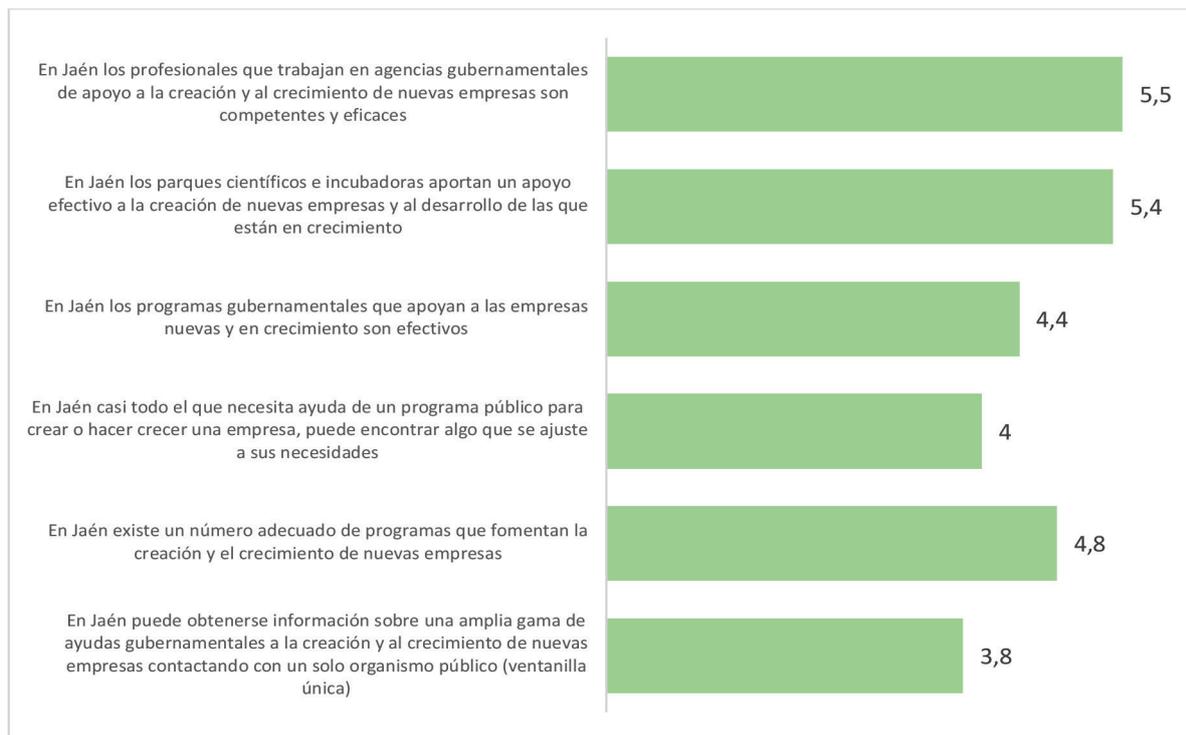
2.1.3.

Programas gubernamentales

Ante la pregunta sobre los programas gubernamentales para el estímulo de la creación y consolidación empresarial, los expertos españoles sitúan su valor medio en un 5,7 y los an-

daluces lo estiman en un 5,1. Si descendemos a la provincia de Jaén podemos realizar un análisis más detallado considerando las distintas preguntas que configuraban este apartado. El Gráfico 26 recoge los resultados para el año 2020.

Gráfico 26. Programas gubernamentales



Fuente: elaboración propia.

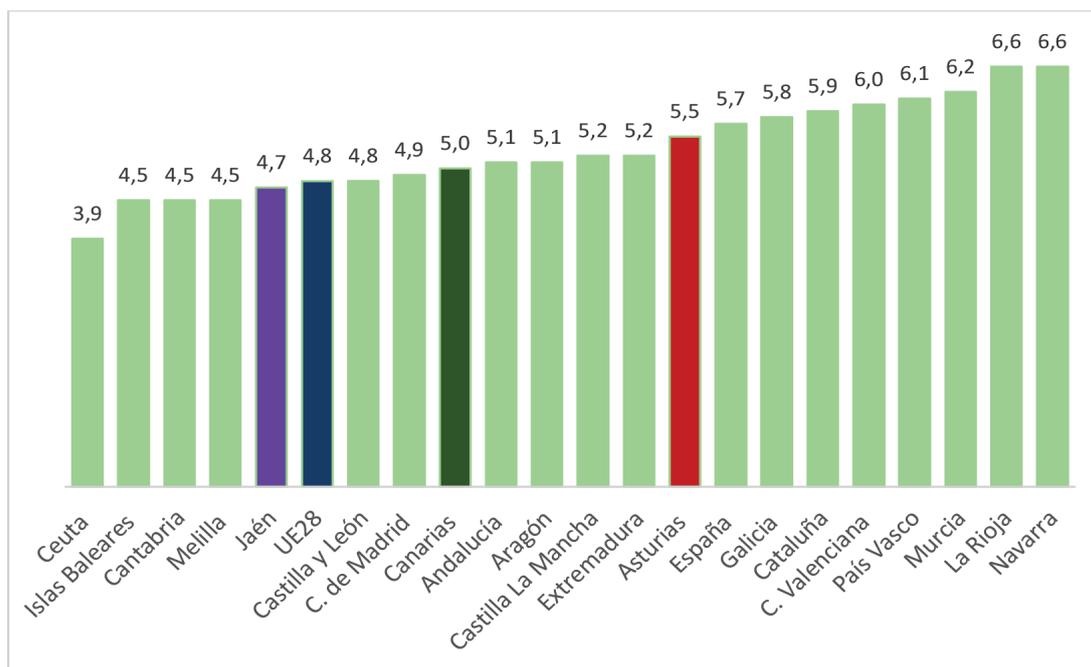
Según la opinión de los expertos, en la provincia de Jaén, en cuanto a los programas gubernamentales se refiere, se valora positivamente la competencia y eficacia de los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas a la hora de asesorar al emprendedor (5,5) y el apoyo efectivo de los parques científicos e incubadoras de empresas para fomentar el emprendimiento (5,4).

Sin embargo, los expertos consideran que debería existir un mayor número de programas que fomenten la creación y el crecimiento de nuevas empresas (4,8), considerando que es complicado obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo (3,8).

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 (4,0). A la situación anterior hay que unirle el hecho de que los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento no son suficientemente efectivos (4,4).

Con respecto al año 2018, la valoración media de los distintos aspectos que componen la dimensión de los programas gubernamentales casi se ha duplicado, incrementándose en todos los apartados, permaneciendo constante la conveniencia que dentro del ecosistema emprendedor jiennense tienen los profesionales que desarrollan su actividad en las agencias gubernamentales, el papel que desempeñan los parques científicos-tecnológicos y las incubadoras de empresas, junto a la existencia de programas de apoyo a emprendedores.

Gráfico 27 Programas gubernamentales: comparación regional

Fuente: elaboración propia.

La comparativa regional de las opiniones de los expertos en relación con los programas gubernamentales pone de manifiesto la enorme distancia existente en esta materia, entre Andalucía y las comunidades autónomas que obtienen las valoraciones más elevadas, en concreto Navarra (6,6), La Rioja (6,6), Murcia (6,2), País Vasco (6,1) y la Comunidad Valenciana (6,0). A pesar de estas diferencias, los andaluces aprueban el papel de los programas gubernamentales de apoyo específico al emprendimiento, reflejando una valoración media de 5,1 puntos. Destacar que los especialistas europeos no consideran que en el espacio de los países UE28 gocen de un aprobado (4,8), situándose muy alejada del dato español (5,7). Focalizando el análisis al ámbito provincial encontramos que los expertos jaennenses no consideran que los programas gubernamentales que afectan a los emprendedores incidan de forma especialmente positiva en el fomento de creación de empresas ya que obtienen una valoración media de 4,7.

2.1.4.

Educación y formación en creación de empresas

El estudio nacional y los regionales realizan una valoración sobre la educación y formación emprendedora en distintos niveles de enseñanza, distinguiendo entre educación y formación emprendedora en etapa escolar y postescolar. Para los expertos nacionales existen grandes diferencias por etapas ya que la valoración asignada a la educación básica se sitúa en el valor numérico 2,2 mientras que para el escalón superior alcanza la importancia de 5,1. En Andalucía el posicionamiento es similar, aunque la valoración es mayor en etapa escolar que para el caso de España ya que alcanza un 3,2 mientras que en la post-escolar baja una décima (5).

Los expertos jaennenses tienen una sensación similar a la expuesta anteriormente, al considerar que en Jaén en la enseñanza primaria y secundaria no se dedica suficiente

atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas (2,8), inferior a la valoración andaluza. Por el contrario, los expertos consideran que en los niveles post-obligatorios el alumnado recibe preparación adecuada para iniciar y desarrollar nuevas empresas, desta-

cando el papel que desempeñan las escuelas de negocios y administración, los sistemas de educación vocacional, profesional y la Universidad de Jaén. El Gráfico 28 agrupa la información de esta dimensión para la provincia de Jaén.

Gráfico 28. Educación y formación en creación de empresas



Fuente: elaboración propia.

Como se puede apreciar, en la provincia de Jaén, las que obtienen mejor valoración en cuanto a la educación en creación de empresas (y crecimiento empresarial), son la formación específica en administración, dirección o gestión de empresas (5,6), y la formación profesional (FP), la formación continua (5,5), que igualmente cuentan con ciclos específicos sobre esta materia, y las universidades y centros de enseñanza superior que alcanzan el 5,1, lo que significa que, en general, dentro del sistema educativo, se considera al nivel de educación superior como el que más estimula y enfatiza el espíritu emprendedor.

El resto de valoraciones se sitúan por debajo del nivel medio. Aunque consideramos que es vital potenciar el emprendimiento desde las etapas más tempranas de la educación (primaria y secundaria), para que esta alternativa se encuentre dentro de sus posibilidades profesionales de futuro del alumno. En cambio, el

panel de expertos no valora positivamente las actividades que en este sentido se realizan en las primeras etapas de la educación, llegando a valorarlo sólo con 2,8.

En relación con el último trienio, la posición en la clasificación conjunta de los distintos ítems se ha mantenido constante atendiendo a la opinión expresada por los expertos jaenenses, si bien es adecuado destacar que hasta el año 2019 las respuestas no permitían que ninguna de las preguntas superasen el nivel medio de la escala, en el año 2020 la formación universitaria y post-obligatoria es considerada favorablemente en la provincia de Jaén.

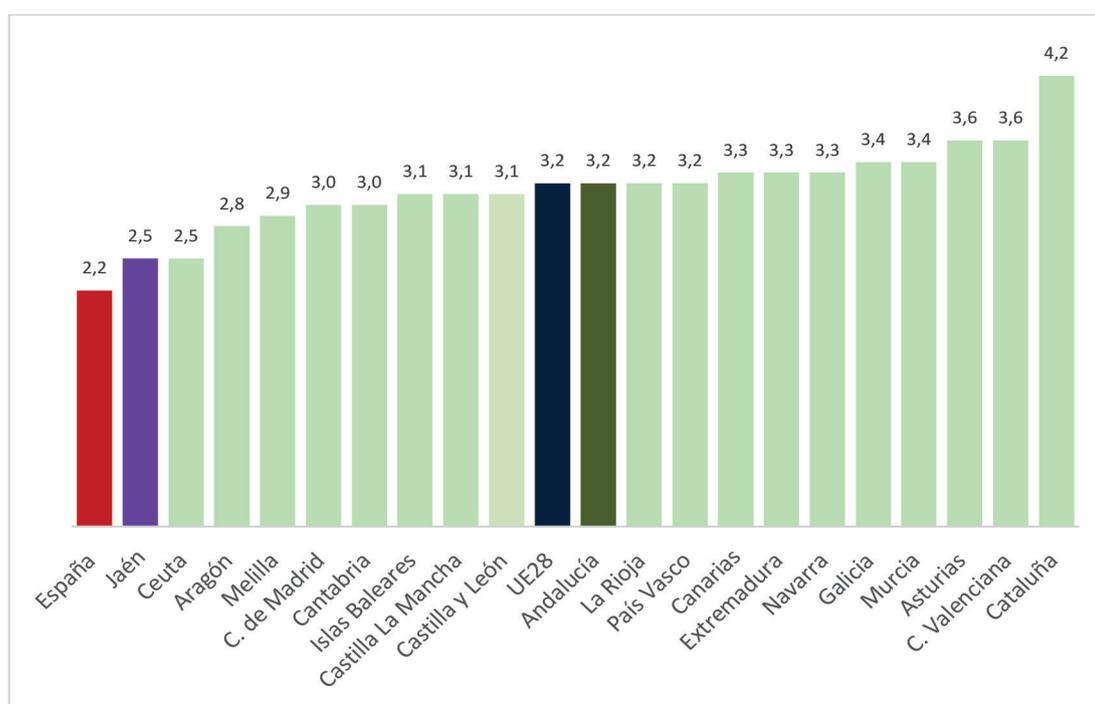
Considerando los informes GEM nacional y andaluz, el análisis comparativo regional nos permite distinguir en materia de formación emprendedora entre las etapas escolar y post-escolar. En relación con la etapa escolar

la información obtenida se recoge en el Gráfico 29. Los expertos de todas las Comunidades y de las dos Ciudades Autónomas otorgan puntuaciones negativas a los planes de estudios, en materia emprendedora, que son ofrecidos en las etapas escolares de Primaria y Secundaria, y todas ellas se sitúan por encima de la valoración a nivel nacional que sólo alcanza el valor de 2,2 y muy alejada de la UE28 (3,2). En Andalucía, la puntuación obtenida (3,2) sitúa a nuestra comunidad en una posición central,

en línea con la valoración europea y equidistante de la valoración media nacional y de la de Cataluña, que es el territorio que obtiene la puntuación más elevada (4,2).

La atención al aprendizaje en creación de empresas en educación primaria y secundaria en Jaén (2,5) se posiciona exclusivamente en línea con la valoración nacional situándose muy alejada de la UE28 y de todos los territorios autonómicos.

Gráfico 29. Educación y formación emprendedora en etapa escolar: comparación regional



Fuente: elaboración propia.

En el ámbito de la educación post-escolar el Gráfico 30 recoge la comparativa autonómica y el valor de la UE28, del mismo se desprende que once de los veintinueve equipos autonómicos de expertos dan un aprobado al papel de la educación y formación emprendedora en las etapas educativas superiores, destacando las valoraciones obtenidas por parte de Melilla (5,7), Murcia (5,7), Ceuta (5,5) y Cataluña (5,5). Andalucía alcanza una puntuación de 5 puntos, situándose en el punto central de la comparativa territorial, en sintonía con la opinión nacional (5,1). En relación con los países

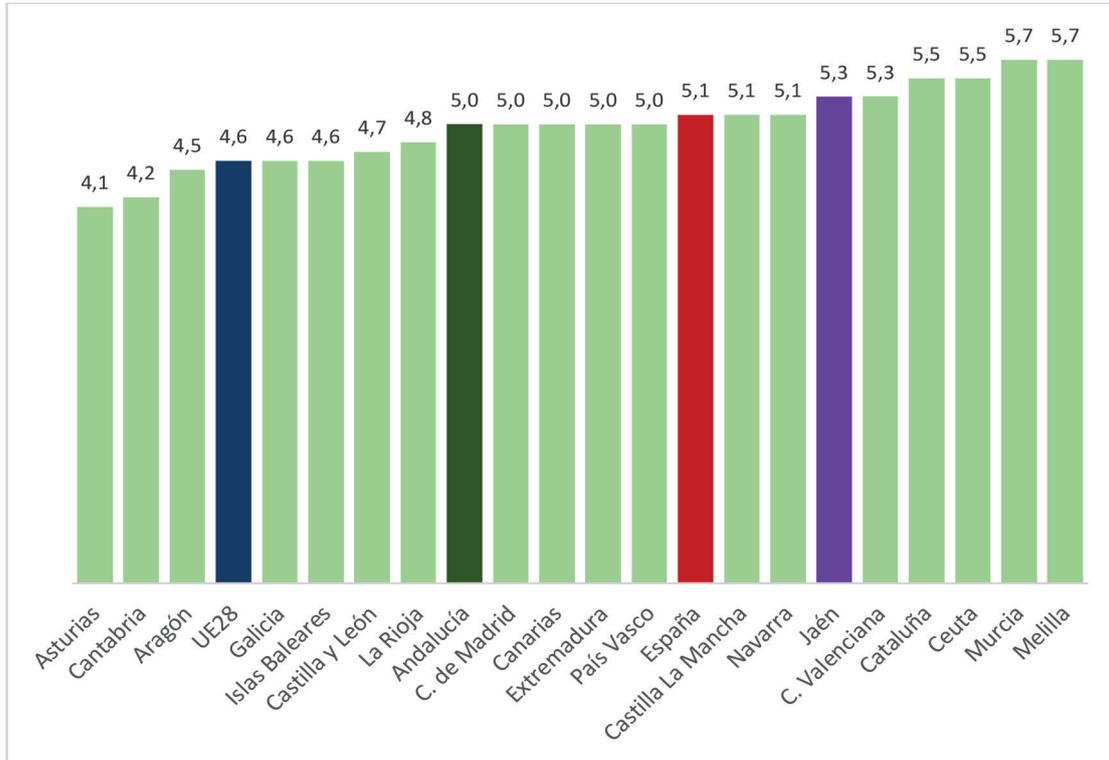
de la UE que participan en el estudio GEM la evaluación se encuentra alejada del escenario español en su conjunto y de la mayoría de las desagregaciones territoriales con autonomía legislativa y ejecutiva que configuran el estado español. Únicamente Asturias (4,1), Cantabria (4,2) y Aragón (4,5) no superan la tasa de la UE28 (4,6).

La imagen de la educación superior para evaluadores jaenenses es muy favorable, posicionando a la provincia entre las valoraciones más elevadas del territorio español con una

puntuación de 5,3, muy cercana a la Región de Murcia y a la Ciudad Autónoma de Melilla

que son las áreas territoriales que encabezan la lista.

Gráfico 30. Educación y formación emprendedora en etapa post-escolar: comparación regional



Fuente: elaboración propia.

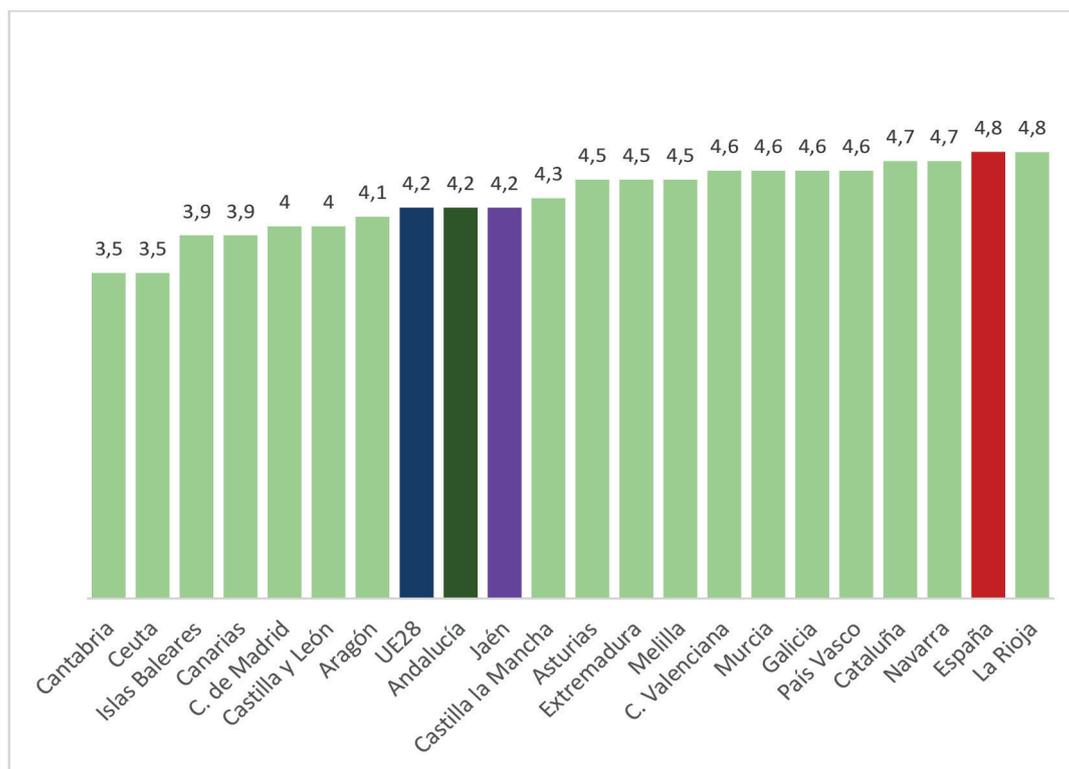
2.1.5. Transferencia de I+D

Atendiendo a la información recogida en los distintos estudios GEM Regionales en todas las Comunidades y en las dos Ciudades Autónomas y sintetizada en el Gráfico 31 se materializa una valoración negativa por parte de los paneles expertos en lo que respecta al impacto de la transferencia de I+D en el desarrollo de la actividad emprendedora en cada uno de los territorios. Las evaluaciones oscilan entre los 4,8 puntos obtenidos por La Rioja y los 3,5 puntos de Cantabria, situándose Andalucía en un punto intermedio entre ambos extremos

(4,2). Para el conjunto de España la estimación alcanza un valor de (4,8), mientras que para los países UE28 la cifra se establece en 4,2.

La creencia de que es necesario un mayor empeño en la transferencia de I+D para estimular el ecosistema emprendedor es compartida en la provincia de Jaén (4,2), manifestándose valoraciones similares a las existentes en los espacios autonómico y europeo, pero un poco alejada del nacional.

Gráfico 31. Transferencia de I+D: comparación regional



Fuente: elaboración propia.

En el Gráfico 32 se analizan las condiciones del entorno relativas a la transferencia de la I+D (Investigación y Desarrollo), para el desarrollo de nuevas iniciativas y el crecimiento y consolidación de las ya existentes para la provincia de Jaén.

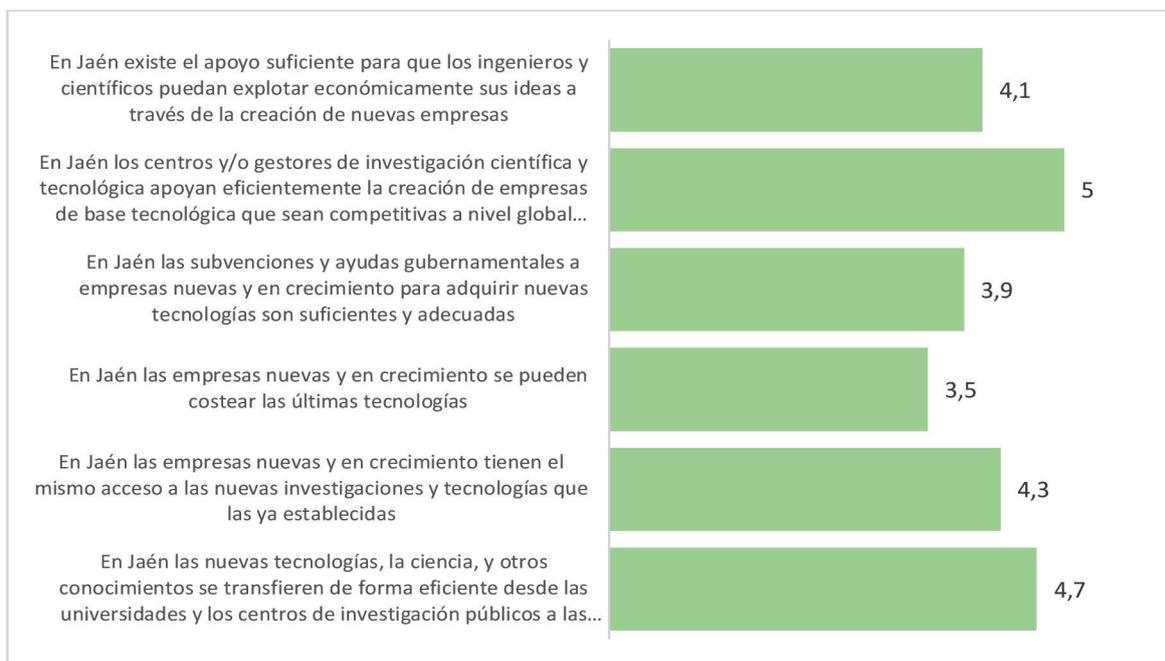
Para Jaén los expertos realizan una buena valoración (5,0) del apoyo que los centros y/o gestores de investigación científica y tecnológica realizan a las empresas de base tecnológica para que estas sean competitivas a nivel global en al menos un área o campo concreto. También valoran bastante positivamente (4,7) la transferencia de conocimiento, tecnología y ciencia desde las universidades y centros de investigación públicos hacia la empresa (especialmente nuevas y en crecimiento), en definitiva, a la sociedad.

Por otro lado, se puede considerar como aceptable la valoración (4,3) que se hace sobre que las empresas de nueva creación puedan acceder a las nuevas tecnologías al mismo nivel que cualquier otra empresa ya consolidada.

En cambio, no valoran positivamente el apoyo económico que reciben los científicos e ingenieros para poner en marcha sus ideas, con la valoración de un 4,1, como tampoco consideran que tenga recursos económicos las nuevas empresas y las ya consolidadas para financiar las nuevas tecnologías (3,5). En este mismo sentido, se considera que en la provincia de Jaén no existen suficientes ayudas gubernamentales para poder financiar la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías en el entramado empresarial (3,9).

En los últimos tres años la consideración de los expertos ha sufrido una variación muy positiva en todos los ítems consultados re-

Gráfico 32. Transferencia de I+D



Fuente: elaboración propia.

lacionados con la transferencia de I+D, especialmente con respecto año 2019, periodo en el cual se recogen valores mínimos, especialmente en la consideración sobre la imposibilidad de costear la incorporación de la tecnología (1,3) y la insuficiencia de ayudas y subvenciones gubernamentales para hacer frente a este tipo de inversiones empresariales (1,5).

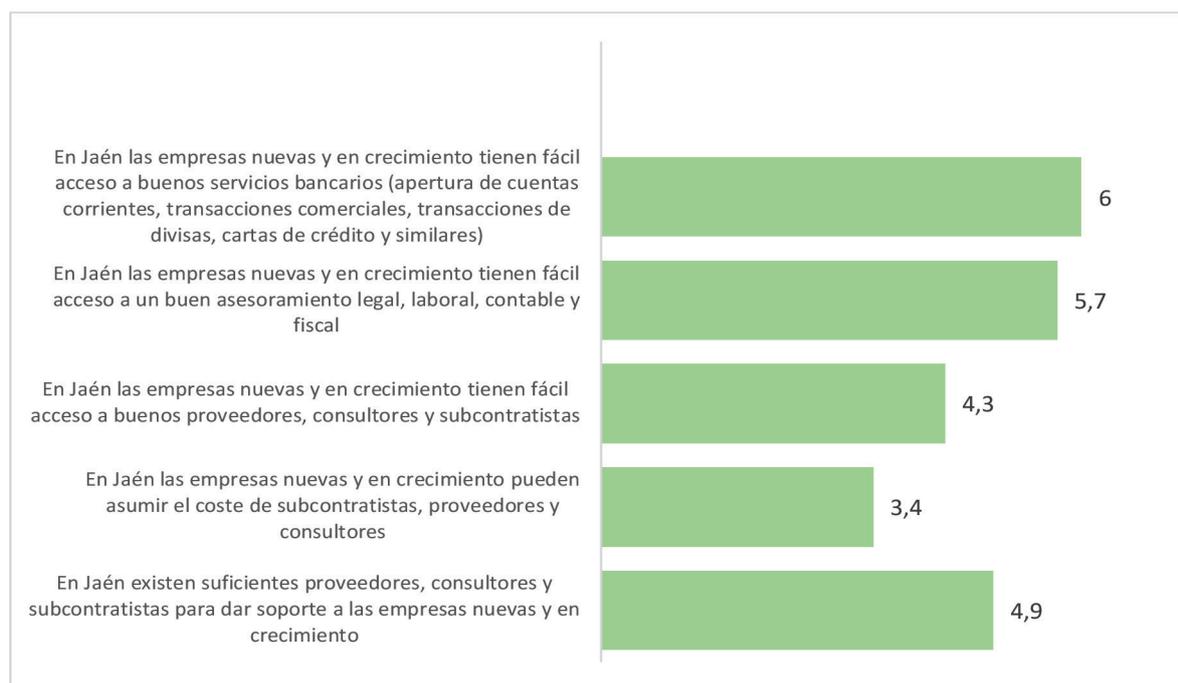
En este sentido, señalan que no existen suficientes proveedores, consultores o subcontratistas para dar soporte a las nuevas empresas (4,9) y, entre los que hay, consideran que no son de suficiente calidad (4,3) y tienen un elevado coste para este tipo de empresas en crecimiento (3,4).

2.1.6.

Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales

Las valoraciones sobre el acceso a infraestructuras comerciales y profesionales de los expertos jaennenses se muestran en la Ilustración 32. Así, mientras los expertos consideran que las nuevas empresas sí tienen un fácil acceso a asesoramiento legal, laboral contable y fiscal (5,7), así como a buenos servicios bancarios (6,0); no opinan igual sobre la infraestructura relacionada con proveedores.

Gráfico 33 Acceso a infraestructuras comerciales y profesional



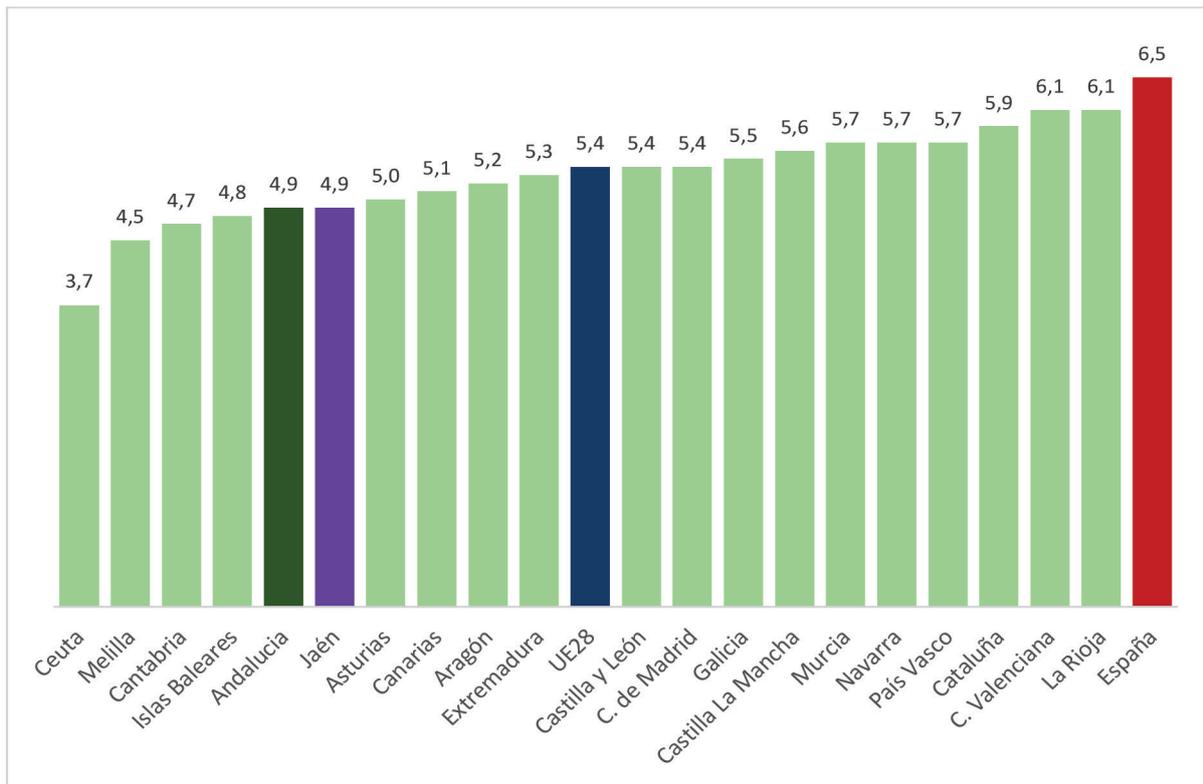
Fuente: elaboración propia.

En este sentido, señalan que no existen suficientes proveedores, consultores o subcontratistas para dar soporte a las nuevas empresas (4,9) y, entre los que hay, consideran que no son de suficiente calidad (4,3) y tienen un elevado coste para este tipo de empresas en crecimiento (3,4).

En relación con la evolución temporal del juicio de los expertos, éste ha sufrido una evolución ascendente en el último trienio, especialmente con respecto al año 2019, con respecto al cual, al menos, se ha duplicado el valor asignado a cada uno de los componentes analizados.

El acceso a infraestructuras comerciales y profesionales es valorado de manera muy positiva por la mayoría de los cuadros de expertos autonómicos (Gráfico 34), dado que sólo Andalucía (4,9), Baleares (4,8), Cantabria (4,7), Melilla (4,5) y Ceuta (3,7) obtienen puntuaciones inferiores a 5 puntos. En el extremo opuesto, la percepción de los expertos nacionales (6,5) sitúa a España por encima de las comunidades mejor valoradas (La Rioja y Comunidad Valenciana, ambas con 6,1), asimismo supera a la media de los países UE28 (5,4) en más de un punto.

Gráfico 34. Acceso a infraestructura comercial profesional: comparación regional.



Fuente: elaboración propia.

La valoración media de los expertos consultados para el ámbito giennense (4,9) pone de manifiesto que se encuentra alineada con la opinión de los andaluces, considerándose necesario realizar un esfuerzo para mejorar determinados aspectos en relación con este factor, que garanticen un adecuado estímulo a los procesos de emprendimiento de la ciudadanía.

tar la percepción unánimemente negativa de todos los expertos autonómicos con respecto a la rigidez del mercado interior a la hora de impulsar la actividad emprendedora, situándose incluso detrás de la valoración de los expertos del grupo UE28 (4,9), que también consideran que la dinámica del mercado interior no es la más propicia para estimular los procesos de generación de empresas.

2.1.7.

Dinámica y apertura del mercado interior

Los estudios GEM autonómicos y el nacional en relación con la dimensión de la dinámica del mercado distinguen entre la dinámica del mercado propiamente dicha y las barreras de acceso al mercado interior. En relación con el primer rasgo (ver Gráfico 35) es posible resal-

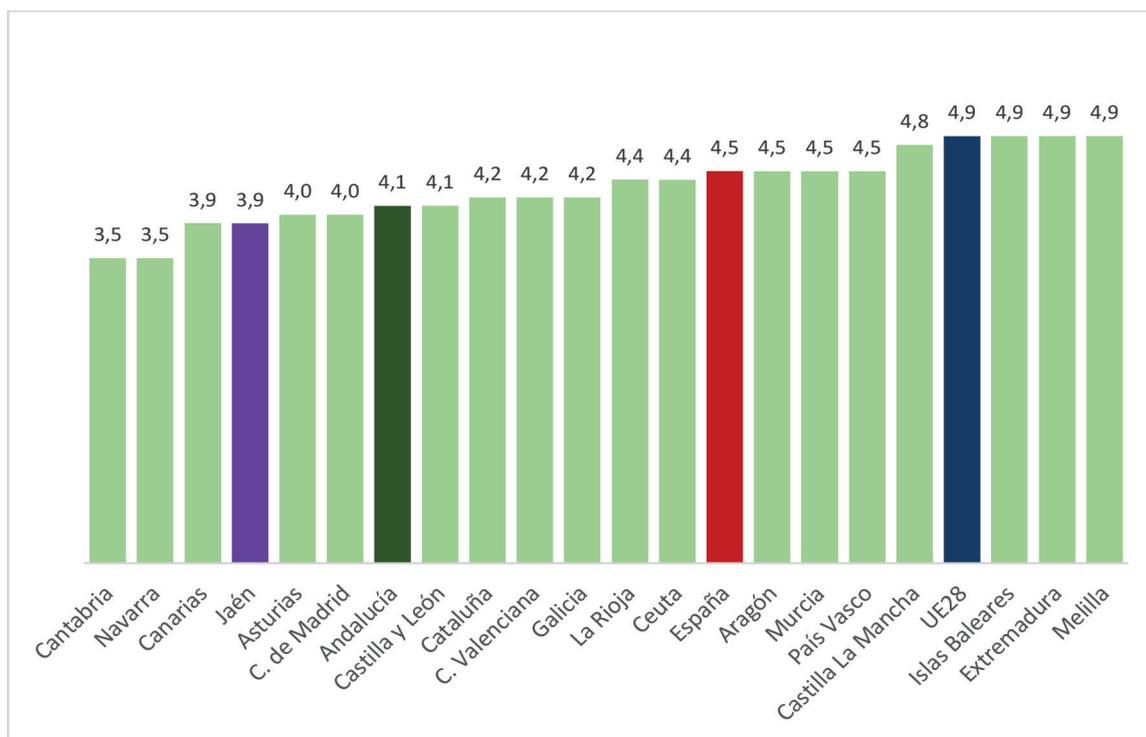
En España sólo se acercan a la valoración media de la escala con un 4,9 la ciudad autónoma de Melilla, Extremadura y las Islas Baleares. Andalucía se sitúa en el extremo inferior de la comparativa autonómica (4,1), superando sólo las puntuaciones de la Comunidad de Madrid (4,0), Asturias (4,0), Canarias (3,9), Navarra (3,5) y Cantabria (3,5). A nivel nacional España se sitúa en un 4,5.

Jaén, con una tasación media de 3,9, se sitúa en las últimas posiciones dentro del estudio comparativo geográfico, en consonancia con la valoración de nuestra comunidad autóno-

ma, pero alejada de la consideración de los expertos nacionales y europeos. Sólo los expertos cántabros y los navarros poseen peor

sensación, en relación con la dinámica del mercado interior, que los expertos giennenses.

Gráfico 35. Dinámica del mercado interior: comparación regional



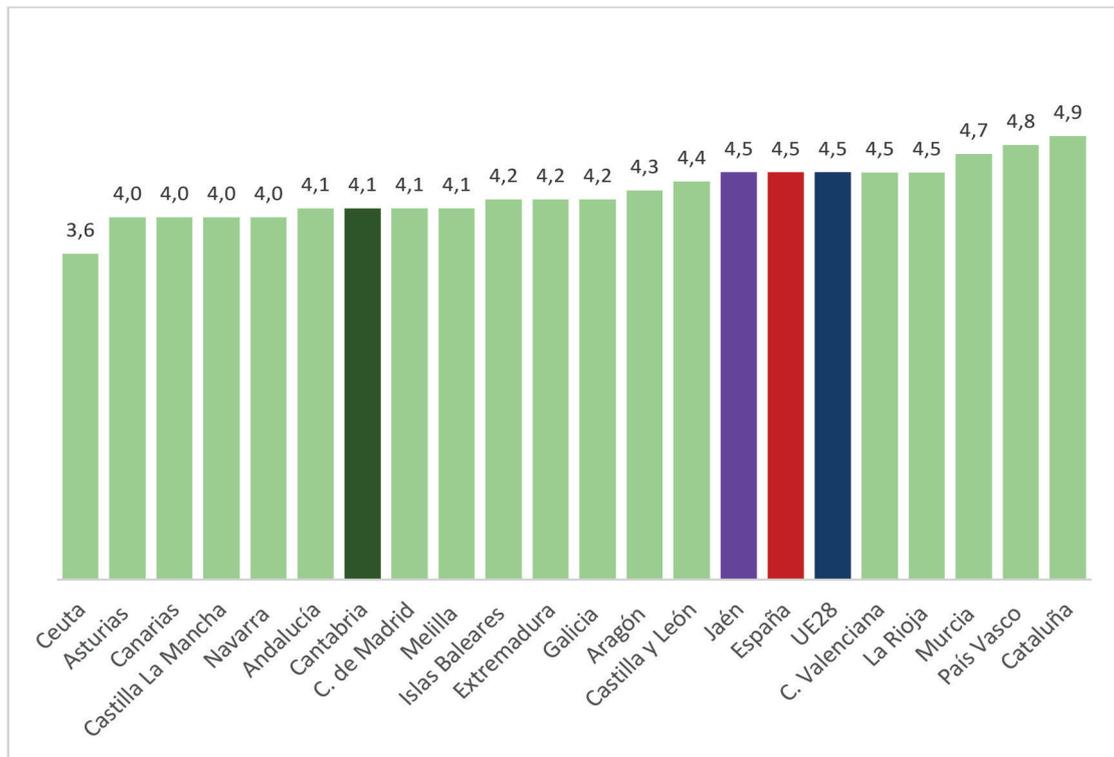
Fuente: elaboración propia.

Si consideramos la dimensión relativa a las barreras del mercado interior todos los equipos de expertos se pronuncian en el mismo sentido (ver Gráfico 36), coinciden en identificar las barreras de acceso al mercado interior como un elemento negativo de los ecosistemas emprendedores. Con una valoración de 4,1 puntos, Andalucía se sitúa en el vagón de cola, en la línea de las puntuaciones obtenidas por Navarra (4,0), Castilla La Mancha (4,0), Canarias (4,0), Asturias (4,0) y Ceuta (3,6), y muy alejada de las valoraciones de Cataluña (4,9), País Vasco (4,8) y Murcia (4,7). Asimismo, la opinión de los especialis-

tas internacionales UE28 se equipará con la del equipo español (4,5).

El panel giennense se suma a la opinión de los españoles y los europeos otorgando una puntuación similar (4,5), lo cual supone que, a pesar de considerar la existencia de elementos limitantes desde el punto de vista de las barreras de acceso, su juicio se encuentra entre los más favorables de los emitidos. Por tanto, en relación con Jaén las barreras de acceso del mercado interior es sólo uno de los factores que restringen los procesos de puesta en marcha de nuevos negocios.

Gráfico 36. Barreras de acceso al mercado interior: comparación regional



Fuente: elaboración propia.

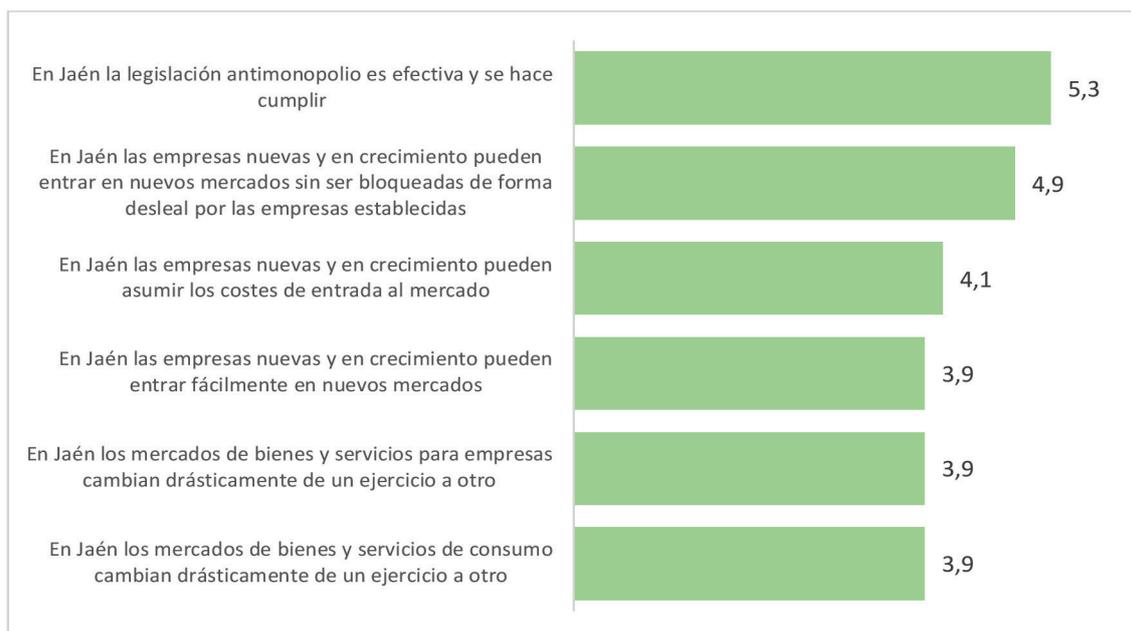
Para Jaén, las opiniones de los expertos varían en virtud de la pregunta formulada en relación con los aspectos referenciados con anterioridad, siendo recogidas en el Gráfico 37. En general, se observan valoraciones negativas para el entorno de las empresas de la provincia de Jaén, sobre todo por los mercados tan cambiantes que se detectan, tanto a nivel de consumo final (3,9) como entre empresas (3,9).

En concreto, señalan que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden entrar fácilmente a nuevos mercados (3,9), debido a los altos costes que deben asumir (4,1) y los blo-

queos desleales que reciben por las empresas ya establecidas (4,9). Respecto a esto último, sin embargo, consideran que la legislación antimonopolio es bastante efectiva y/o se hace cumplir (5,3).

La evolución trienal de la opinión de los expertos ha evolucionado desde una posición pesimista con valoraciones que en el año 2019 apenas superaban el 2 en relación con el acceso al mercado y el cumplimiento de la legislación antimonopolio, a alcanzar un valor mínimo de 3,9.

Gráfico 37. Dinámica y apertura del mercado interior



Fuente: elaboración propia.

2.1.8.

Acceso a infraestructuras físicas y de servicios

Los elementos que miden el grado de acceso a infraestructuras físicas en Jaén se muestran en el Gráfico 38. A excepción de la valoración de las infraestructuras físicas tales como carreteras, tren, etc. (4,4), las valoraciones en relación con el resto de elementos son favorables.

Destaca la rapidez con que las empresas nuevas o en crecimiento pueden acceder a los servicios básicos como el agua, gas, electricidad, etc. (7) o las telecomunicaciones (6,8). Además, los expertos consideran que estos servicios no son caros, pudiendo ser asumidos por las empresas de nueva creación (7,3).

En relación con el año 2020, por primera vez en el análisis provincial, se recaba la consideración sobre la existencia de espacios para oficinas, producción o manufactura asequibles para empresas nuevas y en crecimen-

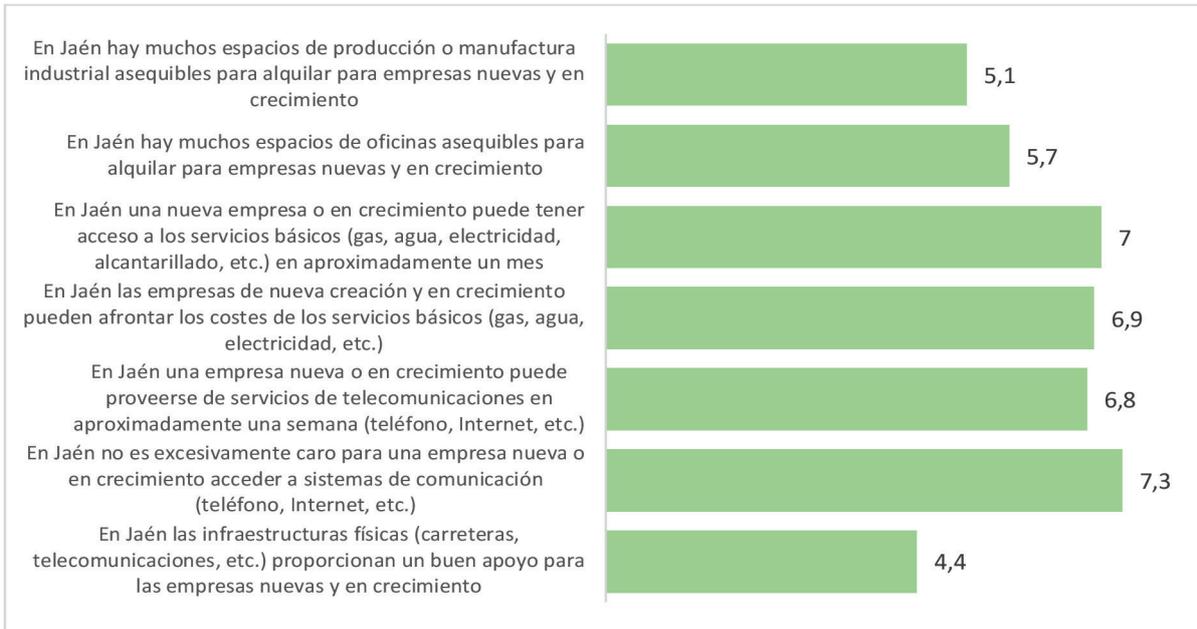
to, estimando los expertos que la oferta es aceptable, especialmente en relación con la infraestructura destinada a albergar actividades de servicios o oficinas (5,7).

En el último periodo de tres años, de nuevo, la evolución de la opinión de los expertos ha sido positiva desde un punto de vista de las valoraciones alcanzadas en los distintos apartados, especialmente en relación con la inmediatez de acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.) para las empresas de nueva creación.

A nivel nacional la existencia y acceso a infraestructura física y de servicios es la segunda condición del entorno para el emprendizaje mejor valorada por los expertos después de la existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional, alcanzado el valor de 5,9. A pesar de ello la evaluación nacional se encuentra superada por casi todas las comunidades y ciudades autónomas, tal y como se muestra en el Gráfico 39.

Ahondando en el análisis de los espacios autonómicos encontramos, en términos generales, que el acceso a infraestructuras físicas y

Gráfico 38. Acceso a infraestructuras físicas



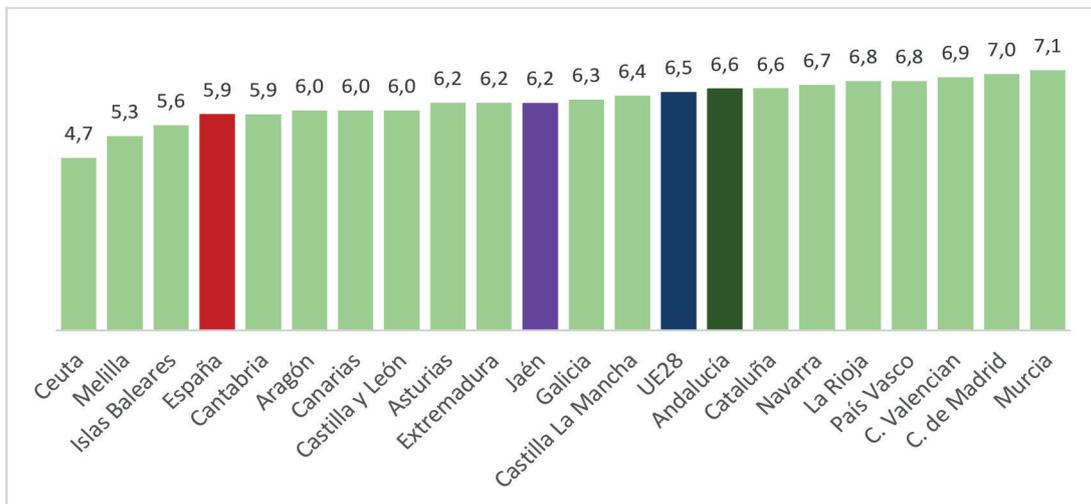
Fuente: elaboración propia.

de servicios es el aspecto mejor valorado por los expertos de todas las Comunidades y Ciudades Autónomas. Sólo Ceuta (4,7) se sitúa por debajo del punto medio de la escala. De manera destacada, Murcia (7,1) y la Comunidad de Madrid (7,0) se sitúan como los territorios con puntuaciones más elevadas, siendo notoria también la valoración otorgada por el panel de expertos andaluces en esta dimensión (6,6). Ampliando el análisis al entorno

europeo UE28 (6,5) la percepción también es propicia, superando a la estatal y en línea con la andaluza.

Incorporando a la provincia de Jaén en el benchmarking nacional y por comunidades y ciudades autónomas, el valor medio obtenido de 6,2 puntos le supone situarse por encima de la valoración española, de las dos ciudades autónomas y de cinco comunidades.

Gráfico 39. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios: comparación regional



Fuente: elaboración propia.

2.1.9.

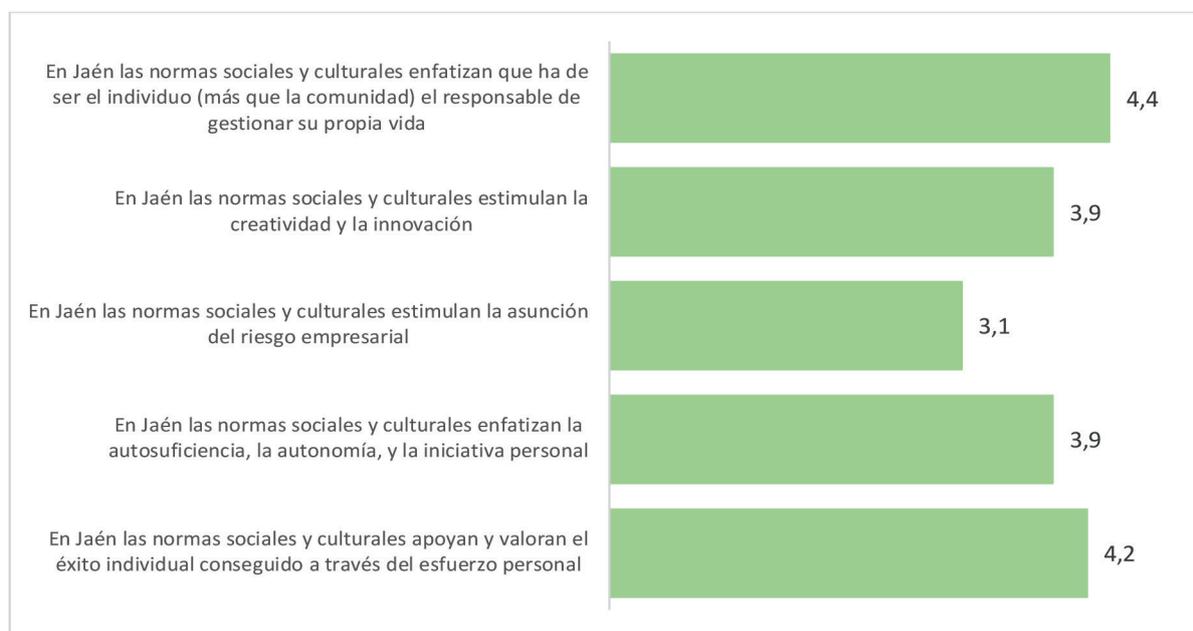
Normas sociales y culturales

Para Jaén la valoración general de los aspectos culturales y sociales (Gráfico 40), referida a valores compartidos por la sociedad jiennense y comportamientos socialmente aceptados, es baja.

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

importante aversión al riesgo (3,1), ligada a una falta de creatividad e innovación (3,9). Las bases que pueden sustentar esta escasa valoración pueden deberse a la escasa valoración del éxito individual alcanzado a través del esfuerzo personal que se realiza en la provincia (4,2); la dependencia que siente el individuo de la comunidad en su desarrollo empresarial (4,4) y la escasa autosuficiencia e iniciativa individual (3,9).

Gráfico 40. Normas culturales y sociales



Fuente: elaboración propia.

Continuando con el análisis temporal de los últimos tres años, las percepciones de los expertos han mejorado considerablemente, pero siguen valorando de forma similar las limitaciones que suponen las normas culturales y sociales para los procesos de emprendimiento en la provincia.

Considerando la comparación interregional (Gráfico 41), la valoración de los evaluadores internacionales UE28 alcanza un valor de 4,5 superando a la española (4,3) que es equivalente a la andaluza. Descendiendo al ámbito

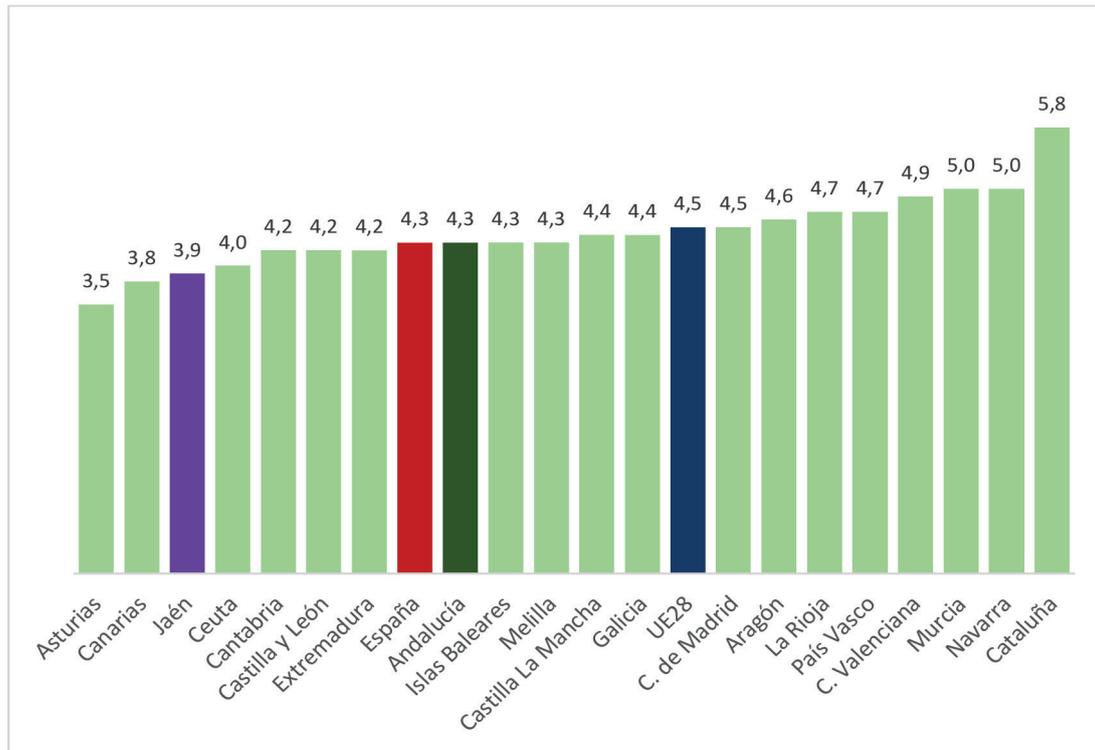
autonómico la valoración general sobre el papel de las normas sociales y culturales como elementos estimuladores de la actividad emprendedora sigue siendo considerado como negativo, dado que sólo se atiende como factor positivo en Cataluña (5,8), Navarra (5,0) y Murcia (5,0). La peor valoración corresponde a Cantabria (3,5) y el resto de los territorios nacionales obtienen valoraciones que no superan los 4,9 puntos de la Comunidad Valenciana.

Jaén, con un promedio de 3,9, forma parte de la triada de territorios que peor consideración

poseen en relación con el estímulo que las pautas sociales ejercen sobre sus habitantes

para la creación de actividades empresariales entre sus habitantes.

Gráfico 41. Normas sociales y culturales: comparación regional



Fuente: elaboración propia.

2.1.10.

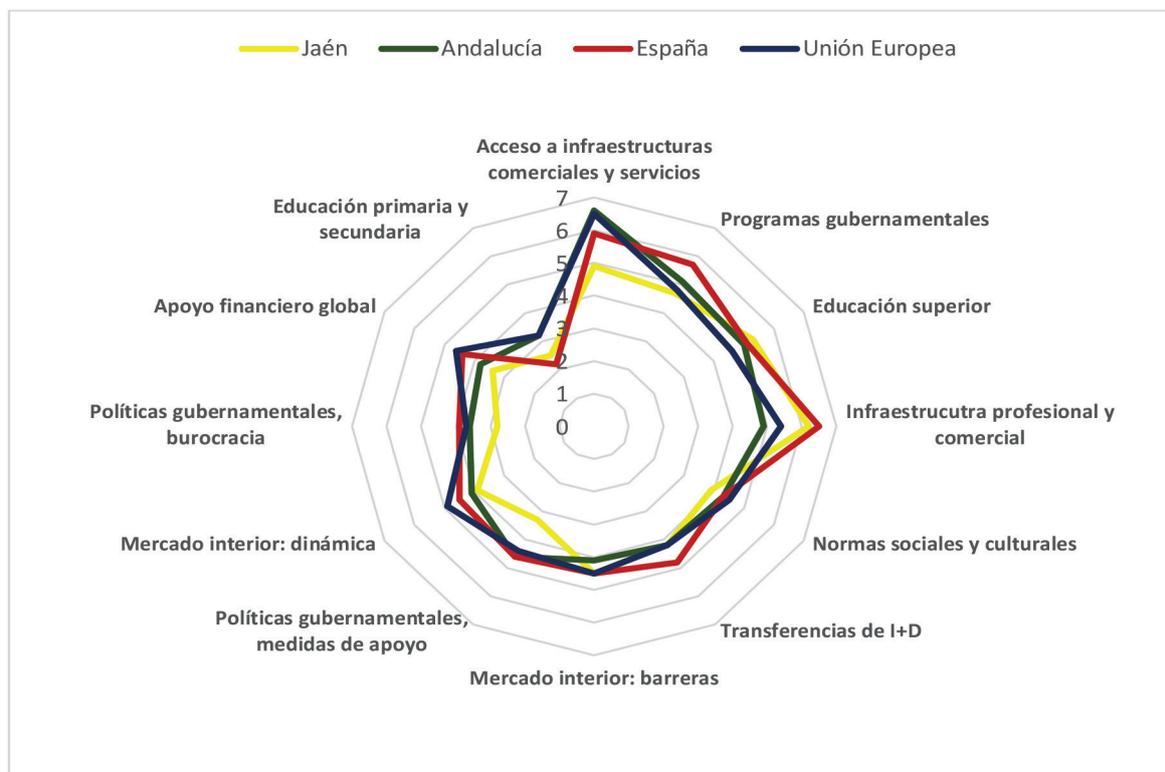
Comparación del entorno del emprendedor de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea

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

En base a la información recogida en el Gráfico 42, la provincia de Jaén está por debajo

en todos los factores analizados al realizar la comparación con Andalucía, España y los países GEM de la Unión Europea. Sólo existen dos excepciones a la afirmación anterior que vienen dadas por la valoración de la educación superior, mejor considerada por el panel de expertos giennense que sus homónimos andaluces, españoles y europeos; a la que debemos de añadir la dimensión referente a las infraestructuras profesionales y comerciales, en relación a la cual, con una tasación similar a la de Andalucía, supera la nacional y la europea.

Gráfico 42. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea



Fuente: elaboración propia.

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

2.2. NECI. Índice sintético de Contexto del Emprendimiento

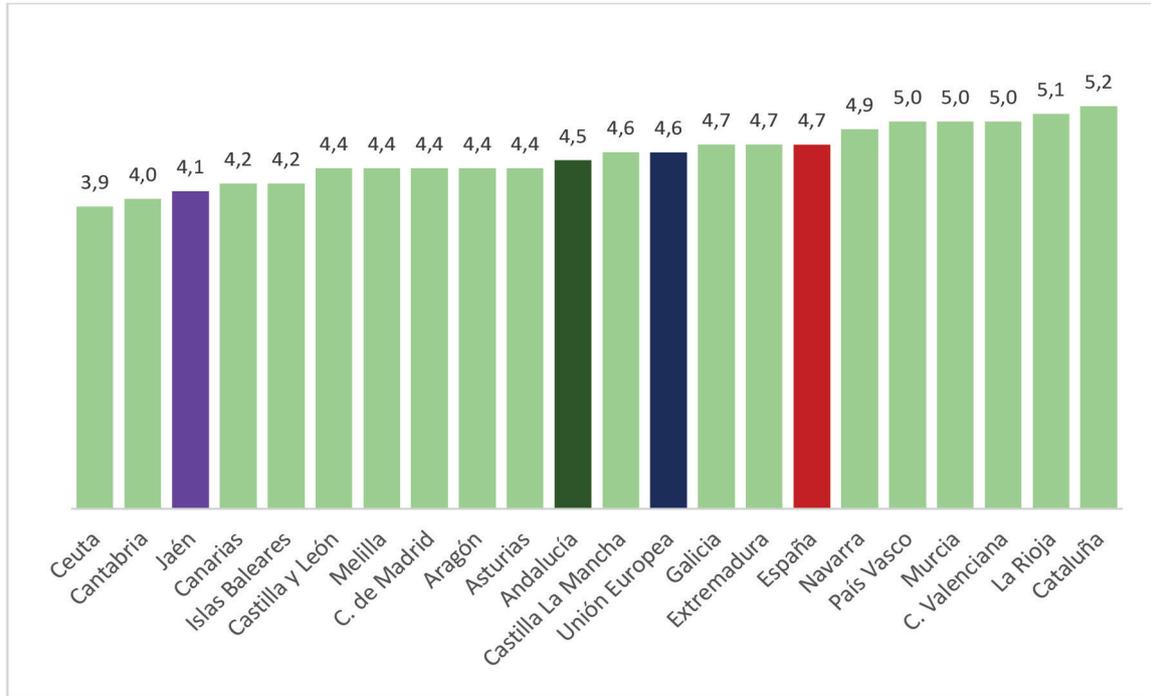
El Índice de Contexto de Emprendimiento (NECI) representa el promedio de los indicadores que valoran los expertos entrevistados en cada ámbito territorial analizado por el proyecto GEM. El objetivo principal del NECI es ofrecer, de manera sintética, un indicador agregado de las valoraciones que realizan los expertos, facilitando la comparación entre diferentes ecosistemas.

En el Gráfico 43 podemos observar que el ecosistema emprendedor en Jaén representa un valor de 4,1 en una escala Likert de 10 puntos, que se sitúa por debajo del valor medio de España (4,7), de la Unión Europea (4,6) y de

Andalucía (4,5). La bondad del entorno gien-nense para facilitar el proceso emprendedor ha disminuido con respecto al año 2019, ya

que el valor del índice NECI para este año fue de 4,47, situándose casi en el mismo valor que el de Andalucía (4,5)

Gráfico 43. Índice NECI comparativa regional



Fuente: elaboración propia.

Descendiendo a los escenarios autonómicos y atendiendo a la información acopiada en el Gráfico 43, la comunidad que mayor estimación muestra es la de Cataluña con un valor de 5,2 y la que menor la ciudad autónoma de Ceuta con un valor de 3,8. En relación con la comunidad autónoma de Andalucía, como ya hemos indicado, presenta una valoración de 4,5, la cual coincide con la tasación obtenida en la edición anterior y se sitúa ligeramente por debajo del valor medio de España y del valor medio de los países que componen la Unión Europea. En cualquier caso, dado que las diferencias son muy pequeñas entre algunos territorios, este ranking debe ser considerado con suma prudencia.

Realizando un análisis de benchmarking el ecosistema emprendedor español se posiciona en el top 20 respecto al total de países participantes en la edición GEM 2020 que, en el

contexto europeo, lidera el ecosistema de los Países Bajos (6,3).

2.3.

Factores que obstaculizan y favorecen la creación de empresas en Jaén

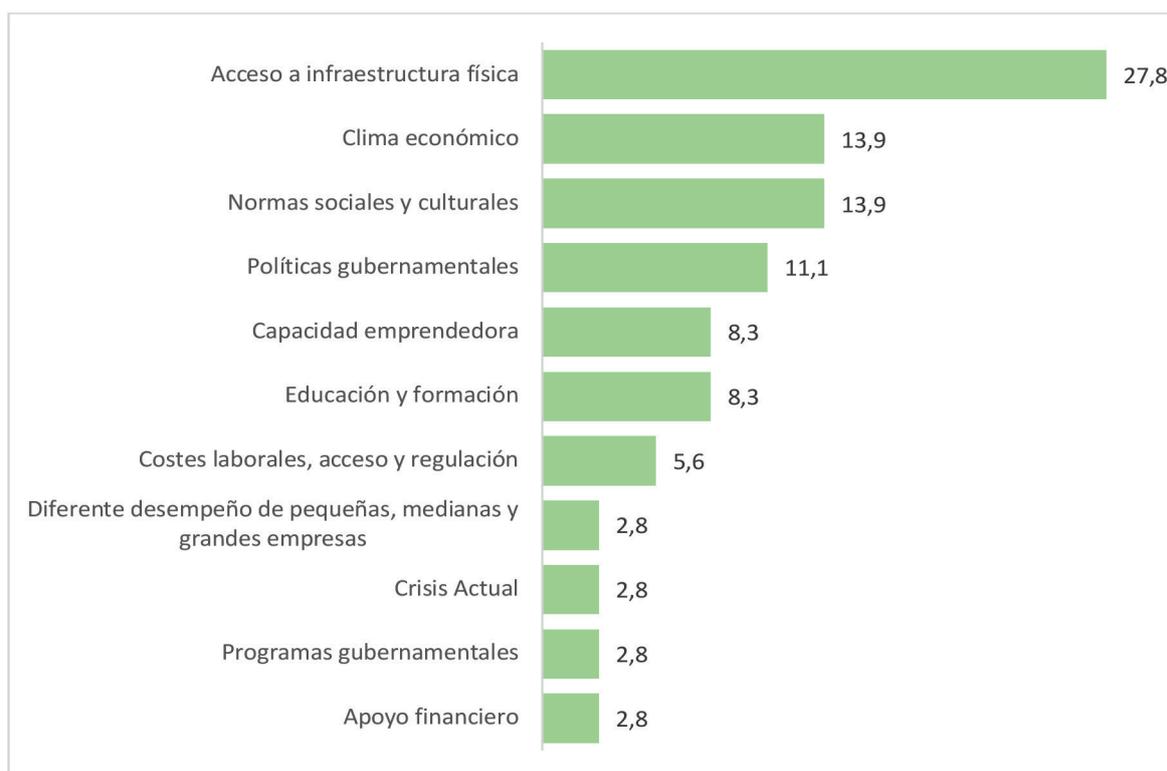
Los expertos han evaluado los elementos que explican las condiciones para el emprendimiento, considerando si obstaculizan o favorecen la creación de empresas, en virtud de tres bloques de preguntas abiertas (sin una lista de opciones previamente definida) sobre obstáculos, facilitadores y recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor.

En el Gráfico 45 se detallan los principales obstáculos que las personas expertas encuentran en los procesos de creación de empresas en la provincia de Jaén (lo ha señalado por un porcentaje igual o superior al 10 % de los encuestados) son, en primer lugar, el acceso a infraestructura física (27,8%), en segundo lugar, las normas culturales y sociales y el clima económico (13,9 %), y en tercer lugar las políticas gubernamentales con un 11,1 %. También cabe destacar que un porcentaje reducido de los expertos, menos del 3%, apuntan al apoyo financiero, los programas gubernamentales, la crisis actual y la diferencia en el desempeño de pequeñas, medianas y gran-

des empresas, como los obstáculos menores en el proceso de creación de la empresa.

Con respecto al año 2019, la mayor parte de las principales dificultades que los expertos consideraron en relación con adecuado funcionamiento del ecosistema emprendedor han permanecido, ya que siguen considerando como limitaciones significativas las políticas gubernamentales y el contexto político, social e intelectual de la provincia de Jaén. Por el contrario, en el año 2020 no han considerado como un obstáculo el apoyo financiero a disposición de los emprendedores.

Gráfico 44. Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Jaén (en %).



Fuente: elaboración propia.

El informe GEM de Andalucía destaca como principal impedimento para el proceso emprendedor la escasez e ineficiencia del apoyo financiero, ya que el 80% de las respuestas emitidas por los expertos coinciden en dicho aspecto. La ausencia de políticas gubernamentales adecuadas y eficaces en materia

fiscal, social y legislativa es reseñada por el 65,7% de las respuestas, ocupando el tercer lugar el débil apoyo social y cultural que encuentran los emprendedores andaluces (37,1%).

En el ámbito estatal los tres principales obstáculos para emprender en España han sido las políticas gubernamentales, el acceso a la financiación y la crisis económica.

En sentido opuesto el principal factor que ha impulsado la actividad emprendedora en la provincia de Jaén (Gráfico 46) ha sido la capacidad de la población de Jaén para emprender (15,2%), seguido muy de cerca por otros tres con un 12,1% que son: la educación y formación, las políticas gubernamentales y el contexto político, institucional y social.

Asimismo, entre los factores a los que los expertos le dan menos importancia en el proceso de creación de empresas encontramos la infraestructura comercial y profesional, las características de la fuerza de trabajo, la percepción de la composición de la población y el apoyo financiero para el emprendimiento, todos con un 3%.

Gráfico 45. Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Jaén (%)



Fuente: elaboración propia.

En el año 2019 los expertos giennenses resaltan como principales facilitadores de los procesos de emprendimiento a la educación y formación y al estado del mercado laboral, seguidos, a cierta distancia, por los programas y las políticas gubernamentales.

Con respecto a los factores que potencian la actividad emprendedora en Andalucía, el elemento más valorado por los expertos, alcanzando el 38,2% de las respuestas emitidas, es

la existencia de programas gubernamentales adecuados y contextualizados a las necesidades específicas de los emprendedores. Destacan en segundo lugar, con un 35,3%, las infraestructuras comerciales y profesionales de la región, en términos de disponibilidad y acceso a servicios profesionales para los emprendedores. En tercer lugar, se resalta el acceso a infraestructuras físicas (29,4%).

En lo relativo a las condiciones del entorno que han actuado como fuerzas impulsoras de la actividad emprendedora en España, las dos más importantes han sido: la transferencia de I + D (90,6%) y la infraestructura comercial y profesional (59,4%). Los expertos españoles consultados han destacado que el uso de las tecnologías, plataformas y la transformación digital de las empresas favorecieron la supervivencia y la creación de nuevos negocios derivados de las nuevas condiciones del mercado debido a las restricciones de distanciamiento social.

Asimismo, los expertos españoles entrevistados reconocen el papel de diversos técnicos o profesionales durante la pandemia, que han capacitado y orientado al colectivo emprendedor en los procesos de transformación digital, en relación con los ceses temporales o definitivos de operaciones, en lo relativo a la gestión de la plantilla de personal, entre otras dificultades, a las que han tenido que enfrentarse el colectivo emprendedor español.

A cierta distancia de los dos factores anteriores se resalta el papel desempeñado por los programas gubernamentales (28,1%) y las políticas gubernamentales (21,9%).

2.4.

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

A los expertos se les ha pedido que sugieran una serie de recomendaciones encaminadas a mejorar el contexto en el que se lleva a cabo la actividad emprendedora, tomando como referencia las mismas categorías utilizadas para el análisis de obstáculos y elementos impulsores de la actividad emprendedora.

El Gráfico 46 recoge las recomendaciones para mejorar la actividad emprendedora que

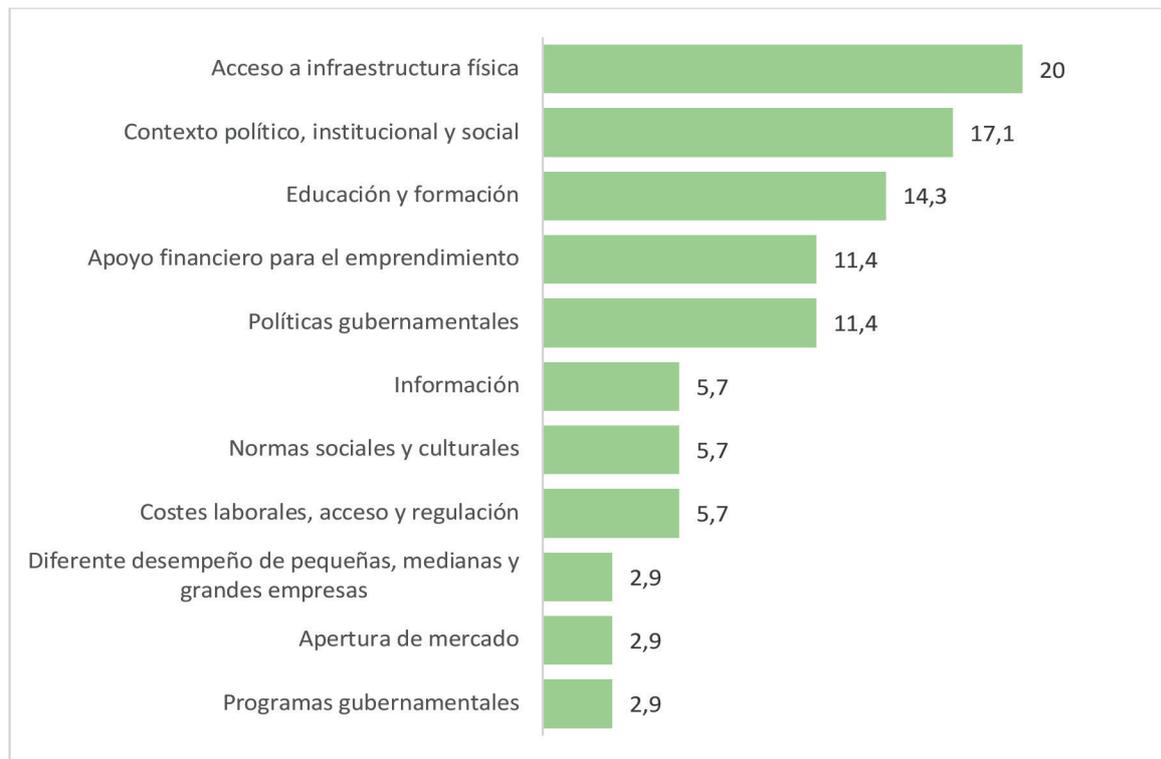
los expertos jiennenses han considerado para la provincia Jaén, recomiendan principalmente (señaladas por un porcentaje igual o superior al 10 % de los encuestados): la mejora del acceso a infraestructuras físicas (20%), cambios en el contexto político, institucional y social (17,1%), educación y formación (14,3%), el despliegue de políticas gubernamentales que fomenten el emprendimiento y fortalezcan el ecosistema emprendedor (11,4%) y el aumento del apoyo financiero a los procesos de creación y consolidación empresarial (11,4%).

Los resultados también revelan que hay una serie de aspectos que, si bien se referencia son de escasa importancia para los expertos, como son los programas gubernamentales, apertura del mercado y diferente desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas (resaltados todos ellos sólo por un 2,9 % de las personas consultadas).

Atendiendo a los resultados obtenidos en el año 2019 encontramos que perdura la necesidad prioritaria de mejorar en relación con la educación y formación, el contexto político, institucional y social, las políticas gubernamentales y los programas gubernamentales. Resaltar que la recomendación de mejorar los programas gubernamentales, ya no es preeminente para los expertos jiennenses en el año 2020. El acceso a la infraestructura física, inquirido en la actual edición como aspecto preferente de mejora, sin embargo, el año anterior fue resaltado exclusivamente por un 5,6% de las personas que participaron en la investigación.

Ampliando el análisis a Andalucía, el Informe GEM andaluz prepondera un conjunto de cuatro recomendaciones. En primer lugar, las recomendaciones relacionadas con el apoyo financiero (65,7%) se focalizan, sobre todo, en la necesidad de implementar instrumentos eficaces privados y públicos que faciliten el acceso al crédito y a otros instrumentos no bancarios (business angels, capital riesgo y semilla) a los emprendedores y que contribuyan a superar las dificultades asociadas a la compleja situación social, sanitaria y económica a la que deben enfrentarse.

Gráfico 46. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Jaén (en %)



Fuente: elaboración propia.

Los programas gubernamentales constituyen el objeto de la segunda recomendación (54,3%), recalcando la oportunidad de implementar programas gubernamentales que aborden específicamente y sin dilación las necesidades y problemáticas específicas de los emprendedores andaluces, ahondando en la necesidad de evitar duplicidades y retrasos administrativos.

En tercer lugar, con un 51,4% de las respuestas emitidas por los expertos, se sitúa la importancia de que las autoridades públicas diseñen políticas gubernamentales contextualizadas a la realidad del emprendedor, especialmente en lo que se refiere a la política fiscal.

La última recomendación mayoritaria se encuentra vinculada con el papel desempeñado por la educación y la formación (42,9%). En relación con esta dimensión los expertos consideran que debería fomentarse de manera más decidida la adquisición de conocimientos

y competencias emprendedoras en todas las etapas escolares y potenciar el rol de la universidad como agente dinamizador de iniciativas emprendedoras con un alto grado de conocimientos y tecnologías específicas.

Los expertos que participan en el panel nacional coinciden, desde la edición de 2016, en la necesidad de seguir fortaleciendo las políticas gubernamentales. En este aspecto plantean una revisión de políticas fiscales para lograr una reducción de las cotizaciones de los empresarios autónomos y relacionarlas con su nivel de ingresos, especialmente si consideramos el contexto socioeconómico actual influido decisivamente por la pandemia del COVID-19. Otra actuación recomendada es la revisión de la normativa actual con la finalidad de reducir los trámites, así como atender las debilidades en los trámites digitales que se evidenciaron durante el confinamiento (especialmente en lo vinculado a la gestión con Hacienda y Seguridad Social). En relación con las políticas gubernamentales proponen esta-

blecer un paquete presupuestario de apoyo a los sectores más desfavorecidos (considerados no esenciales) durante las restricciones de distanciamiento social.

La segunda recomendación guarda relación con la educación-formación. Proponen dotar de calidad/cantidad a los programas de creación de empresas que promuevan competencias/valores desde la infancia hasta la formación universitaria, para de esta manera evitar la fuga de talento en España. Asimismo, la recomendación se extiende a revisar los contenidos de los programas de formación en creación de empresas para que no solo incluyan aspectos vinculados con el funcionamiento de la empresa, sino también la gestión de esta en contextos digitales.

Por último, la tercera recomendación del panel de expertos nacionales se centra en el apoyo financiero a los emprendedores. Se aconseja ampliar las opciones y condiciones de financiación y promover la cultura de la inversión privada (business angels) o esquemas público-privados orientados a la reactivación del tejido empresarial.

VID-19, se han introducido dos factores adicionales relacionados con esta situación, en concreto se encuentran relacionadas con el impacto de la COVID-19 en las políticas gubernamentales y la reactividad y reinención del emprendimiento a causa de la pandemia.

A modo de resumen, considerando los distintos factores que han sido explicitados de forma individualizada a lo largo de este capítulo, podemos concluir que la dotación de los componentes del ecosistema emprendedor giennense es, a juicio de los expertos, deficiente para el estímulo decidido de los procesos de creación de empresas, ya que sólo dos de los factores (infraestructura comercial y profesional y la educación superior) tienen una valoración superior a 5 puntos.

En relación con la crisis provocada por el COVID-19 los expertos giennenses entrevistados no han valorado favorablemente la respuesta del Gobierno en lo relativo a la puesta en marcha de medidas ajustadas a la excepcionalidad de la nueva realidad socioeconómica. Por el contrario, aplauden de forma decidida la respuesta de los emprendedores giennenses, elogiando su capacidad de reactividad ante la situación sobrevenida, reinventando sus modelos de negocio para atenuar el impacto de la crisis en términos de actividad económica y pérdida de puestos de trabajo.

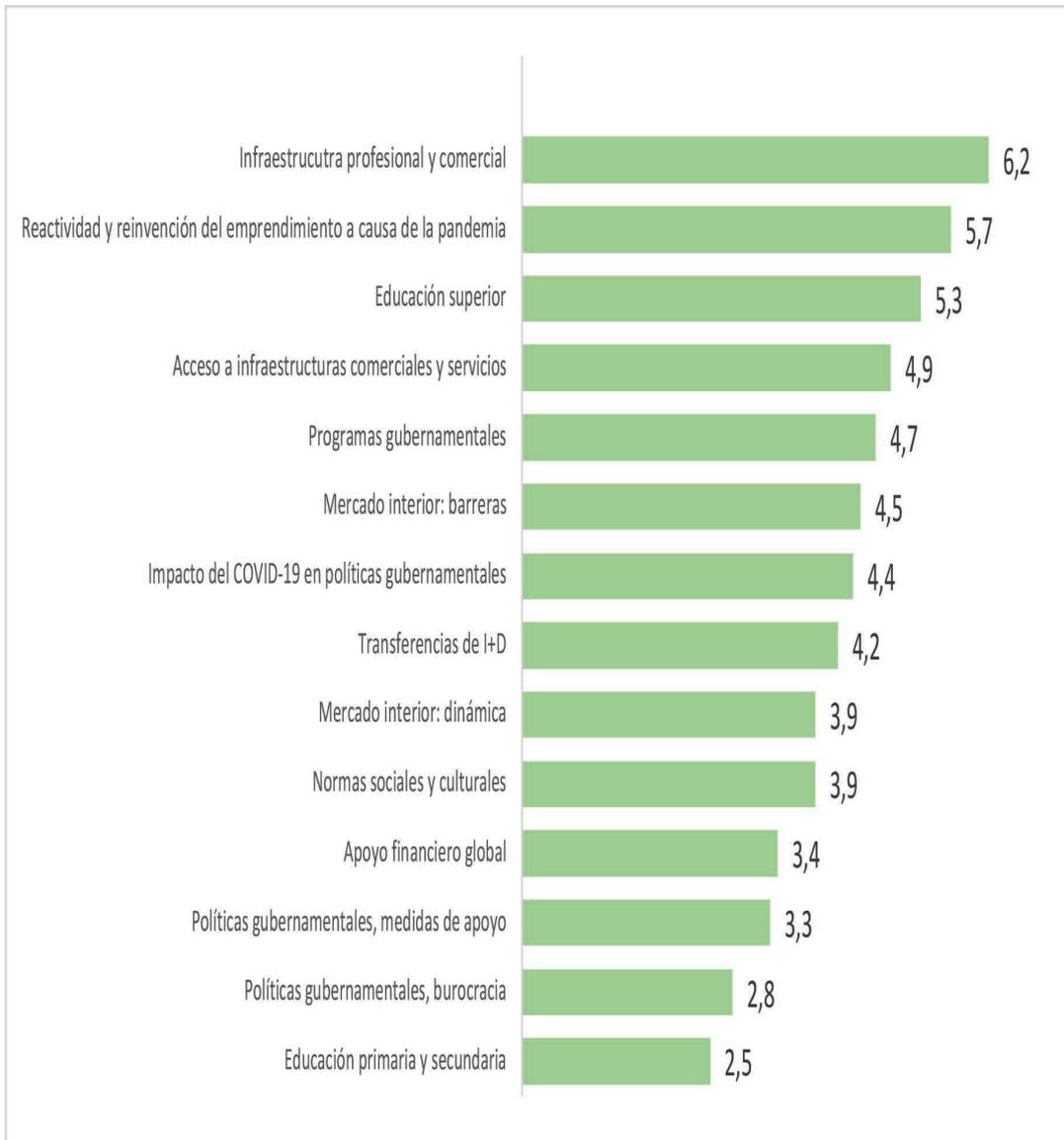
2.5.

Valoración del entorno emprendedor giennense

El Gráfico 47 muestra la valoración de las condiciones del entorno que han asignado los 36 expertos giennenses entrevistados en el año 2020¹⁶. Para esta edición, considerando la situación extraordinaria creada por el CO-

¹⁶ Para comparar la influencia adicional que cada uno de los componentes del entorno puede tener sobre la creación de empresas se pidió a los expertos que valorasen en escala Likert de 1 a 10 puntos el nivel de deficiencia o adecuación de cada uno de los factores.

Gráfico 47. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén



Fuente: elaboración propia.

Capítulo 3

El impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora

3.1.

Percepciones de la población adulta de 18 a 64 años española y andaluza sobre los efectos de la COVID-19

El inicio de la década actual se había entendido como una nueva etapa que se caracterizaría por oportunidades y retos, sin embargo, los hechos han sido los contrarios a consecuencia de la pandemia internacional generada por el COVID-19. El año 2020 se ha caracterizado por una importante reducción de la actividad económica, enfocándose ésta en sectores esenciales para atender las necesidades básicas de una población sumergida en una gran crisis sanitaria.

La contención de los efectos sobre la población del COVID-19 trajeron consigo la promulgación de sucesivos estados de alarma que se han aplicado en Jaén, en Andalucía y en toda España y cuyas consecuencias para el tejido empresarial han sido muy negativas,

materializadas en una importante reducción de su actividad, cierres de empresas, aplicación de ERTes y la consecuente necesidad de reinversión de los negocios y el establecimiento de múltiples retos de supervivencia.

El Observatorio de Emprendimiento de España, consciente de la situación, ha puesto en marcha distintas iniciativas seguimiento y análisis de la situación de la actividad emprendedora en nuestro país, con la finalidad de llegar a conclusiones relacionadas con efectos del COVID-19. Así, se desarrolló y publicó el informe "Situación del emprendimiento en España ante la crisis de la COVID-19. Análisis y recomendaciones" (Fuentes et al., 2020). En ese informe se recogía la percepción y situación de una muestra de emprendedores durante el confinamiento. La encuesta sobre el impacto del COVID-19 en la actividad emprendedora en España fue realizada entre los días 20 y 30 de abril de 2020, abarcó todo el territorio nacional y los resultados son desagregados a nivel de CCAA. La muestra final empleada fue de 4314 empresarios utilizando como técnica de muestreo la de bola de nieve lineal. Para corregir las diferencias en los tamaños muestrales de las diferentes CCAA, se

optó por ponderar según la población en edad de trabajar (18-64) en cada una de ellas.

A pesar de las potenciales limitaciones atribuibles al estudio sus resultados permitieron realizar un análisis de la situación en aquellos momentos y realizar un decálogo de recomendaciones.

Continuando con esta línea de trabajo, posteriormente, en colaboración con el Observatorio Mapfre de Finanzas sostenibles, se publicó el informe "Impacto de la COVID-19 en el emprendimiento en España.

Para la Comunidad Autónoma de Andalucía, con una muestra de 575 empresarios, se elaboró y publicó el informe "Situación del emprendimiento en Andalucía ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado con España y recomendaciones", que reflejaba la situación económica y empresarial en Andalucía ante la crisis de la COVID-19 (Fuentes-Fuentes et al., 2020).

Además, el proyecto GEM consideró adecuado adaptar su metodología con el objetivo de conocer y analizar el impacto de la COVID-19 a nivel local, regional, nacional e internacional. El Observatorio GEM introdujo en la encuesta APS un conjunto de preguntas relativas a los efectos de la COVID-19 en la población adulta de 18-64 años al objeto de conocer sus efectos sobre el ingreso familiar, los modelos de referencia, la generación de oportunidades de negocio y el apoyo desde las instituciones gubernamentales. Las conclusiones obtenidas, de forma resumida, ha sido las siguientes:

a) La disminución de ingresos afectó al 40,4% a la población no involucrada en el proceso emprendedor; mientras que esta cifra alcanzó al 59,7% de la población involucrada, lo que pone de manifiesto que son colectivos vulnerables a los ciclos de la actividad económica.

Para el caso de Andalucía los datos muestran el mismo sentido, el 40% de la población no involucrada indica que sus ingresos han disminuido, mientras que esta cifra se eleva en el caso de la población relacionada con procesos de emprendimiento, elevándose hasta el 61,8%.

b) La gran mayoría, el 62% de los emprendedores involucrados en la fase TEA (empresas nacientes y nuevas), y el 69% de los consolidados, consideran que la actuación del gobierno en la crisis no ha sido eficiente.

En el contexto andaluz en lo relativo a la percepción del colectivo involucrado en la actividad emprendedora sobre el apoyo recibido de las instituciones gubernamentales, el 72,2% de los mismos considera que las instituciones gubernamentales no tuvieron una respuesta eficiente ante la situación. Esta percepción negativa se reduce para los emprendedores nuevos (64,2%) y nacientes (58,6%), mostrando una opinión más favorable sobre la actuación y respuesta de los gobiernos a la crisis ocasionada por la COVID-19.

c) Los emprendedores son más proclives a la percepción de oportunidades. El 31,5% de los emprendedores en fase TEA y el 18,5% en el caso de los consolidados consideran que la crisis ha supuesto nuevas oportunidades de negocio, frente al 16,5% de la población en general.

En Andalucía el 84,7% de las empresas consolidadas consideran que la COVID-19 no ha generado un mayor número de oportunidades de negocio. Este porcentaje es menor en las empresas nacientes (66,4%) y en las empresas nuevas (80,3%). La contundencia con la que los emprendedores consolidados perciben una falta de oportunidad en la crisis sanitaria pone de manifiesto la situación negativa a la que han tenido que hacer frente en sus negocios, sobre todo para aquellos sectores no esenciales.

d) Los emprendedores se han visto rodeados en un 53% de iniciativas que han cerrado. Esta percepción es menos negativa en la población en general, la cual, a pesar de no estar involucrada en iniciativas o redes, se han visto rodeadas de un 40% de iniciativas que han cerrado.

Respecto a las personas adultas andaluzas no involucradas en el proceso emprendedor, el 43,4% señaló que conocía a personas emprendedoras que cerraron su empresa en

2020; en contraste, el porcentaje de personas involucradas en el proceso emprendedor que conocen a emprendedores que habían cerrado su empresa era superior (56,7%). Estas tendencias muestran una clara disminución, a nivel andaluz y nacional, en los modelos de referencia vinculados a nuevos emprendimientos.

A modo de conclusión es posible considerar que a pesar de la crisis sanitaria, social y económica creada por el COVID-19 los emprendedores continúan mostrando su resiliencia y tratando de adaptarse a nuevos modelos de negocio. En este sentido, más del 25,6% de los emprendedores no reportan cambios en sus expectativas de crecimiento en 2020, y el 24,1% han realizado actividades de innovación en productos o servicios para adaptarse a la situación de crisis.

3.2.

Percepción de los expertos nacionales y andaluces sobre el ecosistema emprendedor en la COVID-19

Al igual que sucedió con la población adulta y con el propósito de complementar la información proporcionada por ella, el Observatorio GEM incluyó una serie de preguntas en la encuesta NES con la finalidad de analizar de qué manera respondieron los emprendedores y el gobierno a la COVID-19.

Desde el punto de vista de los 36 expertos españoles entrevistados en 2020, el ecosistema emprendedor español tuvo una mejor respuesta a la Covid-19 por parte de sus emprendedores que por parte de las instituciones gubernamentales. Los expertos españoles han valorado favorablemente la reinención de los emprendedores mediante la implantación del trabajo remoto desde casa (6,72), el ajuste de sus productos y servicios (6,50), desarrollo de

nuevas formas de hacer negocios (6,39), buscando de nuevas oportunidades (6,06) y colaborando en los desafíos actuales (5,75).

En relación con la actuación gubernamental, excepto los procesos de digitalización de expedientes (5,56), se considera inadecuada en lo relativo a la puesta en marcha de medidas ajustadas a la realidad socioeconómica (2,83) para reducir el cierre e impacto en el tejido empresarial (2,75) y en la protección de los trabajadores (3,14).

En nuestra comunidad autónoma la percepción del panel de expertos destaca, también, de manera inequívoca una respuesta más positiva por parte de los emprendedores que de las instituciones gubernamentales que forman parte del ecosistema emprendedor.

Se ha valorado de manera especialmente destacada la capacidad de ajuste de los emprendedores para adaptar sus productos y servicios tradicionales a la coyuntura específica de la COVID-19 (7,3), así como su predisposición para aceptar la implantación del teletrabajo (7,1). En el mismo sentido, los expertos también han resaltado la colaboración de los emprendedores en las nuevas actividades, desafíos y retos sociales derivados de la COVID-19 (6,3) y el proceso de renovación al que se han visto sometidos, materializado en la búsqueda activa de nuevas oportunidades (6,2) y formas de hacer negocio (6,1).

Por el contrario, los expertos andaluces entrevistados han percibido de manera muy negativa la efectividad de las medidas gubernamentales implementadas para hacer frente a la COVID-19. Al contrario que los expertos nacionales sólo han valorado de manera favorable la protección de los trabajadores y clientes de empresas nuevas y en crecimiento (5,4). Las actuaciones aplicadas no han evitado la pérdida real de empresas (4,9), no se han traducido en un incremento de la tramitación digital de expedientes (4,8) y, sobre todo, han adolecido de un ajuste certero a la realidad económica provocada por la pandemia (4,4).

3.3.

Percepción de los expertos jaennenses sobre la reactividad y la reinención del emprendimiento en la COVID-19

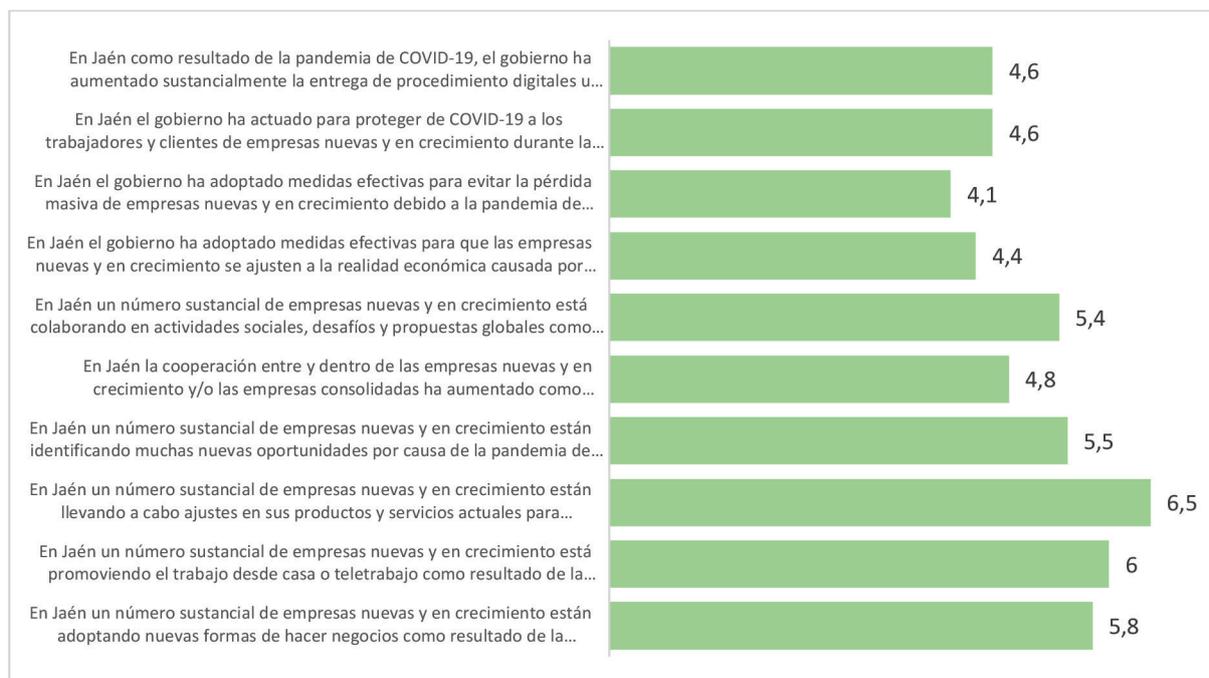
Para los estudios provinciales, en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se introdujeron una serie de preguntas dirigidas a los paneles de expertos de cada provincia relacionadas con los efectos del COVID-19 sobre la actividad emprendedora. Se realizaron preguntas relacionadas con nuevas formas de realizar negocios, la adopción de métodos de teletrabajo, la adaptación de los productos y servicios ofertados, desarrollo de la cooperación entre empresas, colaboración del empresario en actividades sociales para atenuar los efectos que sobre la población ha supuesto la pandemia y valoración del papel desempeña-

do por las distintas administraciones públicas. El Gráfico 44 reúne los resultados expresados por las personas consultadas.

En relación con la respuesta de las empresas jaennenses nuevas y en crecimiento a la situación extraordinaria creada a nivel internacional, los expertos resaltan que las empresas de la provincia han reaccionado realizando ajustes en los productos y servicios actuales al nuevo escenario económico creado por la pandemia (6,5), adoptando nuevos modelos de desempeño laboral basados en el teletrabajo (6) y desarrollando nuevas formas de realizar sus negocios tradicionales (5,8).

Las empresas nuevas y en crecimiento, según los expertos, también han sido capaces de identificar nuevas oportunidades de negocio generadas por la crisis sanitaria (5,5). Asimismo, han sido conscientes de que la situación ha afectado de forma generalizada a toda la población, colaborando en actividades sociales, desafíos y propuestas globales (5,4).

Gráfico 44. Reactividad y reinención del emprendimiento en Jaén como consecuencia de la COVID-19



Fuente: elaboración propia.

En relación con la actuación gubernamental la percepción es similar a la expresada a nivel nacional y andaluz. En Jaén como resultado de la pandemia de COVID-19, el gobierno no ha incrementado sustancialmente la entrega de procedimiento digitales u online de regulaciones/normativas para empresas nuevas y en crecimiento (4,6). Se considera que el gobierno no ha actuado, en gran medida, para proteger de COVID-19 a los trabajadores y clientes de empresas nuevas y en crecimiento

durante la pandemia (4,6), así como, tampoco se considera que se hayan adoptado medidas muy efectivas para que las empresas nuevas y en crecimiento se ajusten a la realidad económica causada por la pandemia (4,4).

Por último, se opina que tampoco se han adoptado, por parte del gobierno, medidas efectivas para evitar la pérdida masiva de empresas nuevas y en crecimiento debido a la pandemia (4,1).

Conclusiones y recomendaciones

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

Los resultados que se han obtenido en la primera fase del proceso emprendedor, muestran que el potencial emprendedor en la provincia de Jaén se ha incrementado hasta alcanzar una tasa del 6,4%, reduciéndose la distancia existente entre nuestra provincia con respecto a Andalucía y España. Sin embargo, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) ha empeorado con respecto al año anterior, alcanzando el 3,9%, siguiendo la tónica de descenso de nuestra comunidad autónoma y el territorio nacional. Considerando la desagregación del potencial emprendedor y la TEA por sexo se

detecta que en ambos parámetros existe una brecha de género en la provincia de Jaén desfavorable para las mujeres.

El indicador TEA incluye tanto la fase de nacimiento de la empresa como la de su consideración como empresa nueva. En cuanto a los emprendedores nacientes (cuyos proyectos están aún en proceso de lanzamiento, o llevan en funcionamiento hasta 3 meses), el 1,2% de la población indica que se encuentra lanzando un negocio en 2020. Mientras que en relación con los emprendedores nuevos (cuyas empresas llevan en funcionamiento de 3 a 42 meses), el 2,6% de la población jiennense los posee y gestiona. En concreto, por cada emprendedor naciente hay 2,1 emprendedores nuevos, aproximadamente. Esta circunstancia puede ser indicativa de una actividad emprendedora relativamente elevada en los años inmediatamente anteriores a la recogida de estos datos. Otro dato destacable, es que la aportación del intraemprendimiento de los empleados en la provincia (3,5%) es muy similar a la TEA, cuestión que supone un suplemento para el desarrollo de procesos emprendedores, si esta cifra se materializa en el futuro.

La población giennense emprende principalmente por necesidad, ya que manifiestan que se involucran en negocios nacientes y nuevos para “ganarse la vida porque el trabajo escasea”, seguido del deseo de marcar una diferencia en el mundo. El principal motivo es coincidente en el ámbito provincial, regional y nacional, si bien el segundo factor motivador sufre variaciones en virtud del entorno geográfico, ya que para los españoles y los andaluces la segunda razón para emprender la identifican con la creación de riqueza o una renta muy alta.

El año 2020 comenzó con la esperanza de continuar con la recuperación de la crisis de años anteriores. No obstante, el impacto de la COVID-19 frustró esas expectativas y trastocó notablemente la actividad emprendedora y su ecosistema, esta situación queda reflejada en la percepción que la población consultada posee en relación con las oportunidades favorables para la creación de empresas que existirán en los próximos seis meses en la provincia de Jaén (15,1%), las cuales se han reducido con respecto al año anterior y se sitúan por debajo de las manifestadas por los andaluces y los españoles.

A pesar de una disminución del optimismo sobre las posibilidades que ofrece el entorno para crear negocios en los próximos meses, casi la mitad de la población giennense entrevistada considera que tiene las habilidades necesarias para emprender (51,2%), siendo uno de los principales elementos limitantes de la acción emprendedora que deriva en la creación de una empresa el miedo al fracaso, indicado por el 70,5% de la población, superando la tasa andaluza (63,9%) y la española (64%). A pesar de la anterior barrera los jienenses, consideran el emprendimiento como una buena elección profesional (54,2%).

En relación con las empresas consolidadas y las que abandonaron definitivamente la actividad los datos reportados son favorables. Jaén, incrementa su tasa de consolidación empresarial hasta alcanzar el 7,9%, superando a la de la mayoría de las comunidades y ciudades autónomas españolas e incluso la nacional. Si consideramos los cierres de empresas la tasa giennense se ha reducido (0,2%), mostrando

un valor más bajo que cualquiera de los territorios autonómicos españoles. Esta particularidad hace pensar en la sostenibilidad en el tiempo de la dinámica emprendedora de la provincia de Jaén.

Si consideramos los aspectos socio-culturales abordados en este informe, la apreciación de la población giennense es muy similar a la que existe en el contexto autonómico y nacional. Los resultados recogidos en el informe para 2020 indican que Jaén tiene niveles bastante cercanos a los andaluces y en sintonía con los nacionales en cuanto a las percepciones de equidad en relación con los estándares de vida y el estatus social y económico que ofrece el emprendimiento. Asimismo, Jaén tiene niveles por encima de los nacionales y autonómicos en cuanto a la valoración del papel de los medios de comunicación en el fomento del emprendimiento.

En relación con el estudio de las condiciones del entorno que influyen sobre el ecosistema emprendedor de la provincia de Jaén, las valoraciones atribuidas por el panel de expertos giennenses a las distintas dimensiones consideradas por la metodología GEM, es inferior a la considerada por los paneles de expertos andaluces, nacionales y europeos, excepto en la evaluación de la educación superior (5,3) y la correspondiente a las infraestructuras comerciales y profesionales (4,9) disponibles en la provincia, en relación con la cual, aunque la valoración se sitúa por debajo de la media española y europea, se iguala a la andaluza. En el espacio educativo el principal déficit se identifica en la educación y formación emprendedora en etapa escolar, en relación con la cual Jaén se sitúa, al igual que España, en la posición terminal con sólo un valor de 2,2.

Considerando la importancia que tiene para la creación y el desarrollo de empresas la transferencia de I+D se elogia el papel desempeñado y el apoyo que los centros y/o gestores de investigación científica y tecnológica realizan a las empresas de base tecnológica para que estas sean competitivas (5,0). Sin embargo, resulta necesaria una mejora en las ayudas económicas que los investigadores y científicos reciben para desarrollar y aplicar sus ideas y proyectos, a lo que hay que unirle la

dificultad que las empresas nuevas y consolidadas encuentran a la hora de encontrar financiación adecuada para la incorporación de nuevas tecnologías a su cadena de valor.

Los emprendedores y empresas necesitan recursos financieros para iniciar y consolidar sus proyectos empresariales, sobresaliendo como elemento limitante la escasez crónica de financiación que limita el tamaño de las inversiones de capital de los nuevos proyectos en Andalucía. Los expertos giennenses tampoco consideran que en la provincia existan suficientes fuentes de financiación a las que pueden recurrir los emprendedores para financiar sus proyectos, aunque no lo identifican con una barrera esencial. Ante la insuficiencia de fondos propios para afrontar las inversiones requeridas en los procesos de generación de negocios, las posibilidades de obtención de fondos al alcance de los emprendedores giennenses se asocian con programas públicos de subvenciones (5) y la financiación tradicional de las entidades financieras (4,4).

Las normas sociales y culturales que concurren en Jaén no estimulan adecuadamente a las personas emprendedoras, viéndose limitadas por una considerable aversión al riesgo que supone el reto empresarial y la mitigación del valor social atribuido a la iniciativa personal y autosuficiencia. A pesar de las barreras indicadas, se considera que el principal factor que ha impulsado la actividad emprendedora de la provincia de Jaén ha sido la capacidad de la población de Jaén para emprender.

El indicador agregado NECI pone de manifiesto este estado. La evaluación del NECI giennense (4,1) comparativamente con el ámbito nacional e internacional coloca al ecosistema provincial en los últimos puestos de la clasificación territorial superando sólo a la ciudad autónoma de Ceuta (3,9) y a la comunidad de Cantabria (4,0).

A nivel general, se aprecia que en la provincia de Jaén los factores del entorno favorecen menos la creación de empresas que en el contexto andaluz, español y europeo. Los expertos consideran que la dotación de factores para la creación de empresas en la provincia de Jaén, es inadecuada o deficiente.

La pandemia ha cambiado las condiciones relativas al entorno en el que se desarrolla el fenómeno emprendedor en los distintos ámbitos territoriales analizados por el proyecto GEM, entre ellos la provincia de Jaén. El Observatorio GEM ha prestado una especial atención a la incidencia del COVID-19 sobre los fenómenos emprendedores y en relación con empresas nacientes, nuevas y consolidadas; impulsando estudios monográficos que han abordado la situación. En relación con la crisis sanitaria, económica y social generada por la pandemia y las dificultades existentes, el desempeño realizado por el colectivo emprendedor giennense ha sido notable, ajustando sus ofertas de productos y servicios a los cambios que inesperadamente se produjeron, desarrollando y aplicando fórmulas de teletrabajo y adaptando sus fórmulas tradicionales de realizar los negocios.

En Jaén los especialistas inquiridos no consideran que el gobierno haya adoptado medidas muy efectivas para que las empresas nuevas y en crecimiento se ajusten a la nueva realidad socioeconómica emanada de la pandemia ni para evitar el cierre masivo de empresas. Asimismo, consideran que tampoco se han desarrollado por parte de las administraciones públicas actuaciones adecuadas tendentes a proteger a los trabajadores y clientes de empresas nuevas y en crecimiento.

Las principales recomendaciones que los expertos giennenses consideran para desarrollar la actividad emprendedora en la provincia giran en torno a la necesidad de mejorar el acceso a la infraestructura física; cambios en el contexto político, institucional y social y el desarrollo de la creatividad y el emprendimiento a través de la educación y formación para permitir impulsar el espíritu emprendedor en la provincia y lograr el objetivo ampliamente compartido de la transformación, innovación, competitividad y sostenibilidad del tejido productivo.

Asimismo, se propone el despliegue de políticas gubernamentales que estimulen el emprendimiento y fortalezcan el ecosistema emprendedor, coadyuvadas por adecuadas fórmulas de apoyo financiero para la creación y consolidación empresarial.

Bibliografía

- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D. & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, 43(7), 1097-1108.
- Bosma, N., Wennekers, S., Guerrero, M., Amorós, J.E., Martiarena, A. y Singer, S. (2013). Global Entrepreneurship Monitor: Special report on entrepreneurial employee activity. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Boyd, N. G. & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Campbell, B.A., Kryscynski, D. y Olson, D.M. (2017). Bridging strategic human capital and employee entrepreneurship research: A labor market frictions approach. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3): 344-356.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship Regional Development*, 7(1): 41-62.
- Deverell, E., & Olsson, E. K. (2010). Organizational culture effects on strategy and adaptability in crisis management, *Risk Management*, 12(2), 116-134. DOI: 10.1057/rm.2009.18.
- Farashah, A. D. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4), 452-476.
- Fuentes-Fuentes, M., Neira, I., Batista-Canino, R.M., Batle, J., Fernandez-Laviada, A., Mira, I., Peña-Legazkue, I., & Saiz, M. (2020). *Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado y recomendaciones*. Observatorio del Emprendimiento de España, Santander.
- Fuentes-Fuentes, M., Ruiz-Navarro, J., Barrada-Tarrazona, R., Camelo-Ordaz, C., Del Cubo-Molina, A., Franco-Leal, N., Martínez-Martínez, S.L., & Terán-Moreno, E. (2020). *Situación del emprendimiento en Andalucía ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado con España y recomenda-*

- ciones. Observatorio del Emprendimiento de España, Santander.
- Guerrero, M., Peña-Legazkue, I. (2013). The effect of intrapreneurial experience on corporate venturing: Evidence from developed economies. *International Entrepreneurship and Management Journal* 9, 397–416 .
 - Guerrero, M., Peña, I., González-Pernía, J.L. y Montero, J. (2020). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2019-2020. Ed. Universidad de Cantabria.
 - Katz, Jerome & Gartner, William (1988). Properties of Emerging Organizations. *The Academy of Management Review*. 13 (3), 429-441.
 - Kelley, D., Bosma, N.S., Amorós, J.E. (2011): Global Entrepreneurship Monitor 2010. Babson College. London Business School.
 - Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D. & Barbosa, S. D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens? *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
 - Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
 - Mason, C. y Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. Paper prepared for a workshop of the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs, The Hague, Netherlands, 7th November 2013.
 - Minniti, M. (2009). *Gender issues in entrepreneurship*. Now Publishers Inc.
 - Lorenzo, J.D., Rojas, A. y Ruiz-Navarro, J. (2007): Regional Entrepreneurial Scorecard. *Cuadernos de Gestión*, Vol. 8, nº 2, pp. 29-46. ISSN: 1131-6837.
 - Mueller, S. L. & Dato-On, M. C. (2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(01), 3-20.
 - Observatorio del Emprendimiento de España (2021). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2020- 2021*. Ed. Universidad de Cantabria.
 - Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles (2021). *Impacto de la Covid-19 en el emprendimiento en España*. Ed. Observatorio del Emprendimiento de España.
 - Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
 - Ruiz-Navarro, J.; Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Sánchez-Vázquez, J.M.; Segundo-Gallardo, J. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor*. Comunidad Autónoma de Andalucía. Informe 2020-2021.
 - Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
 - Stam, E. & Van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809-832.

Anexo



Glosario de términos

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

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

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

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

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

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

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

NECI: Índice sintético de contexto del emprendimiento. Se trata de un indicador agregado que representa el promedio de las valoraciones que realizan los expertos de los distintos ámbitos del entorno territorial, facilitando, de este modo, la comparación entre diferentes ecosistemas.

Índice de tablas

Tabla 1.	Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Jaén	27	Tabla 8.	Dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España	56
Tabla 2.	Entrevistas por intervalo de edad realizadas en Jaén	27	Tabla 9.	El potencial emprendedor en Jaén, Andalucía y España 2020	58
Tabla 3.	Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Jaén: perspectiva de resultados ³¹		Tabla 10.	Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén, Andalucía y España 2020	59
Tabla 4.	Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Jaén: perspectiva de stakeholders	32	Tabla 11.	Empresas nacientes en Jaén, Andalucía y España 2020	62
Tabla 5.	Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Jaén: perspectiva de procesos internos	33	Tabla 12.	Empresas nuevas en Jaén, Andalucía y España 2018-2020	63
Tabla 6.	Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de aprendizaje y crecimiento	34	Tabla 13.	El intraemprendimiento en Jaén 2020	64
Tabla 7.	Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén 2020	48	Tabla 14.	El intraemprendimiento en Jaén (% empleados) 2020	65
			Tabla 15.	La tasa de consolidación empresarial en Jaén, Andalucía y España 2020	66
			Tabla 16.	La tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España 2020	68

Índice de ilustraciones

Ilustración 1.	Modelo Conceptual GEM y fuentes de información que lo nutren	24	Ilustración 5.	El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años)	55
Ilustración 2.	Modelo Conceptual GEM revisado	25	Ilustración 6.	El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años)	56
Ilustración 3.	Fuentes de datos GEM	26	Ilustración 7.	Dimensiones del ecosistema emprendedor analizadas por GEM 2020	72
Ilustración 4.	El proceso emprendedor en Jaén (% población 18-64 años)	54			

Índice de gráficos

Gráfico 1.	Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020	42	Gráfico 11.	Emprendedores potenciales en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020	58
Gráfico 2.	Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020	43	Gráfico 12.	Tasa de Actividad Emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020	59
Gráfico 3.	La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020	44	Gráfico 13.	TEA en las provincias andaluzas 2020	60
Gráfico 4.	El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2020	46	Gráfico 14.	Distribución de TEA según género provincia de Jaén 2020	61
Gráfico 5.	Motivos para emprender en Jaén, Andalucía y España 2020	47	Gráfico 15.	Evolución de las empresas nacientes en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020	62
Gráfico 6.	Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional 2020	49	Gráfico 16.	Evolución de las empresas nuevas en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020	63
Gráfico 7.	Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional 2020	50	Gráfico 17.i.	Intraemprendimiento de la población adulta general y la población empleada en la actualidad y durante los últimos 3 años, en Jaén, Andalucía y España 2020	65
Gráfico 8.	Estatus social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2020	51	Gráfico 17.	Evolución de la Tasa de consolidación empresarial en Jaén, Andalucía y España, 2018-2020	66
Gráfico 9.	Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional 2020	52	Gráfico 18.	Tasa de consolidación empresarial en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020	67
Gráfico 10.	Dinámica emprendedora en Jaén, Andalucía y España 2020	57	Gráfico 19.	Evolución de los cierres empresariales en Jaén, Andalucía y España 2018-2020	69
			Gráfico 20.	Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2020	69

Gráfico 21.	Financiación del proceso emprendedor en Jaén 2020	73	Gráfico 35.	Dinámica del mercado interior: comparación regional	87
Gráfico 22.	Apoyo financiero: comparación regional	74	Gráfico 36.	Barreras de acceso al mercado interior: comparación regional	88
Gráfico 23.	Políticas gubernamentales	75	Gráfico 37.	Dinámica y apertura del mercado interior	89
Gráfico 24.	Políticas gubernamentales (medidas de apoyo): comparación regional	76	Gráfico 38.	Acceso a infraestructuras físicas	90
Gráfico 25.	Políticas gubernamentales (burocracia e impuestos): comparación regional	77	Gráfico 39.	Acceso a infraestructuras físicas y de servicios: comparación regional	90
Gráfico 26.	Programas Gubernamentales	78	Gráfico 40.	Normas culturales y sociales	91
Gráfico 27.	Programas gubernamentales: comparación regional	79	Gráfico 41.	Normas sociales y culturales: comparación regional	92
Gráfico 28.	Educación y formación en creación de empresas	80	Gráfico 42.	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender. Comparativa de Jaén, Andalucía, España y Unión Europea	93
Gráfico 29.	Educación y formación emprendedora en etapa escolar: comparación regional	81	Gráfico 43.	Índice NECI comparativa regional	94
Gráfico 30.	Educación y formación emprendedora en etapa post-escolar: comparación regional	82	Gráfico 44.	Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Jaén	95
Gráfico 31.	Transferencia de I+D: comparación regional	83	Gráfico 45.	Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Jaén (%)	97
Gráfico 32.	Transferencia de I+D	84	Gráfico 46.	Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Jaén (en %)	98
Gráfico 33.	Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales	85	Gráfico 47.	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén	100
Gráfico 34.	Acceso a infraestructura comercial y profesional: comparación regional	86			



Universidad
de Jaén