



Informe GEM Provincia de Sevilla



2018/19



Informe GEM
Provincia de Sevilla
2018-2019



Informe GEM Provincia de Sevilla 2018-2019

ISBN 978-84-09-17571-0

Autores: Liñán, Francisco; Cabello Medina, Carmen; Fernández Serrano, José; Carmona Lavado, Antonio; Jaén Figueroa, Inmaculada; del Cubo Molina, Aída.

Edita:

Inn-Lab, Centro Propio de Investigación sobre Innovación, Emprendimiento y Empresa Familiar de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla.

Grupo de Investigación PYMED (Ref.: SEJ-128), de la Universidad de Sevilla

Colaboran:

Cátedra Andalucía Emprende de la Universidad de Sevilla

Inn-Lab, Centro Propio de Investigación sobre Innovación, Emprendimiento y Empresa Familiar de la Universidad Pablo de Olavide

Patrocina:

Prodetur, S.A.

MIEMBROS DEL EQUIPO GEM SEVILLA*Universidad Pablo de Olavide***Carmen Cabello Medina (Coord.)**

Carmen Cabello es Catedrática de Universidad, adscrita al Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide, y doctora en Organización de Empresas por la Universidad de Cádiz. Coordina el Centro Propio de Investigación INN-LAB de la UPO, sobre innovación, emprendimiento y empresa familiar. Cuenta con dos sexenios de investigación y ha participado en diversos Proyectos competitivos en convocatorias del Plan Nacional de I+D, centrados en el estudio de las variables explicativas de la innovación empresarial. Los dos más recientes, como IP, analizan la cooperación empresarial para la innovación entre empresas intensivas en conocimiento y las oportunidades para la innovación intersectorial. Ha realizado diversas estancias de investigación, entre las que destaca la realizada en la Universidad de Twente (Holanda). Los resultados de su investigación se han publicado en revistas internacionales, entre las destacan R&D Management, Industry and Innovation, Journal of Business Research y British Journal of Management, entre otras.

Antonio Carmona Lavado

Antonio Carmona es profesor titular del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla. Imparte las asignaturas de Economía de la Empresa y Creación de Empresas y Gestión de la Innovación, y es coordinador de la asignatura Actividad Emprendedora del Máster de Dirección de Empresas. Sus líneas de investigación se centran en la innovación radical, la innovación en servicios, la innovación en modelo de negocio, la innovación intersectorial, la innovación abierta y los programas de aceleración de startups, así como en la experiencia del cliente. Ha publicado en revistas académicas internacionales tales como Industrial Marketing Management, Journal of Business Research, British Journal of Management, R&D Management o Industry and Innovation.

Aída del Cubo Molina

Aída del Cubo es Técnico Superior de Apoyo a la Investigación en el Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, doctoranda en el Programa de Administración y Dirección de Empresas. Forma parte del personal técnico del Centro Propio de Investigación INN-LAB de la UPO. Ha sido ponente en XVI Iberian International Business Conference (2018) o en II Workshop Extenda, internacionalización de empresas (2014), entre otros. Colaboradora en CIMA Project R339: Performance Measurement y en el Proyecto Excelencia: Colaboración, gestión del riesgo y mecanismos de gobierno en las pymes: generadores de competitividad y emprendimiento internacional (Ref.: ECO2014-57023-P).

*Universidad de Sevilla***Francisco Liñán (Coord.)**

Francisco Liñán es Professor in Entrepreneurship and Innovation en la Faculty of Business and Law, Anglia Ruskin University (Cambridge, UK), a tiempo parcial, y Profesor Titular de Universidad en la Universidad de Sevilla. Su área de especialización es el emprendimiento y, en particular, los aspectos cognitivos del proceso emprendedor. Es responsable del Grupo de Investigación PYMED (PAIDI: SEJ-128). Ha publicado numerosos artículos altamente citados en revistas académicas indexadas, así como una veintena de capítulos de libro en editoriales internacionales. Es miembro del consejo editorial de Entrepreneurship Theory & Practice y de International Entrepreneurship and Management Journal. Ha dirigido proyectos y contratos de investigación financiados por el Plan Nacional de I+D y la OCDE, entre otros, y ha participado en proyectos financiados por la UE. Ha sido director del Máster en Desarrollo de Emprendedores. Es Vicedecano de Investigación, Transferencia y Emprendimiento, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla.

**José Fernández Serrano**

José Fernández es Profesor Titular de Universidad en la Universidad de Sevilla. Su área de especialización es el emprendimiento, la calidad del tejido productivo y sus vínculos con el desarrollo territorial. Miembro del grupo de investigación SEJ-128 "Las pymes y el desarrollo económico", es autor de numerosos artículos en revistas académicas de impacto, así como de capítulos de libros sobre temática emprendedora. Ha dirigido proyectos y contratos de investigación financiados por el Plan Nacional de I+D y la OCDE y fue secretario de la Sociedad de Economía Mundial y de la Cátedra Banca Jóvenes Emprendedores.

**Inmaculada Jaén Figueroa**

Inmaculada Jaén ha realizado su tesis doctoral "Estudio de los valores y la intención empresarial de los graduados universitarios en España" en la Universidad de Sevilla (2014). Ha publicado una docena de trabajos de investigación, en revistas académicas indexadas o capítulos de libros en editoriales internacionales de prestigio. Pertenece al grupo de investigación PYMED (PAIDI Ref.: SEJ-128). Ha sido miembro del equipo de investigación del proyecto "Inclusive Entrepreneurship Country Policy Evaluation-Spain", financiado por la OCDE. También es miembro investigador del proyecto "Estudio longitudinal sobre el proceso de surgimiento de emprendedores de alto impacto" (Plan Nacional de I+D, Ref.: ECO2016-75655-P), actualmente en realización (2017-2020).



Asociación RED GEM

Unidad	Institución	Miembros
Equipo Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo (Director de gestión en CISE) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez José María Biedma Ferrer
	Universidad de Cádiz Universidad de Granada Universidad de Jaén Universidad de Málaga Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	<u>Coordinadores Equipos Provinciales:</u> Luis López Molina María del Mar Fuentes Fuentes María Jesús Hernández Ortiz Rafael Ventura Fernández Carmen Cabello Medina Francisco Liñán

Sumario

Presentación Prodetur	1
Prólogo Informe GEM Sevilla 2018-2019.....	2
Introducción	9
El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)	9
Balance Scorecard	9
Resumen Ejecutivo	11
Actividad emprendedora.....	11
Valores, percepciones y aptitudes de la población	11
Condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla	12
Conclusiones.....	12
1. Capítulo I	13
1.1. Introducción.....	13
1.2. Potencial emprendedor.....	16
1.3. Actividad emprendedora.....	17
1.4. Dinámica emprendedora	19
1.5. Conclusiones	22
2. Capítulo II	25
2.1. La importancia de los valores, las percepciones y las aptitudes en el emprendimiento	25
2.2. Las percepciones sobre las oportunidades de negocio	26
2.3. Capacidades para emprender, miedo al fracaso y modelos de referencia.....	28
2.3.1. Percepciones sobre las capacidades para emprender en la provincia de Sevilla	29
2.3.2. El miedo al fracaso entre la población sevillana	31
2.3.3. Modelos de referencia en la provincia de Sevilla.....	32
2.4. Percepciones sobre valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género	34
2.5. Percepción sobre la propia cultura y su influencia en el emprendimiento.....	34
2.6. Percepciones culturales y género	36
2.7. Conclusiones	37
3. Capítulo III	39
3.1. Introducción.....	39
3.2. Factores que obstaculizan la creación de empresas	39
3.3. Factores que favorecen la creación de empresas.....	40
3.4. Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora.	41
3.5. Valoración del entorno emprendedor.....	43
3.6. Comparación del entorno emprendedor de la Provincia, Andalucía, España y Unión Europea ..	44
3.7. Conclusiones	45
4. Capítulo IV	47

4.1.	Introducción	47
4.2.	Apoyo financiero	47
4.3.	Políticas gubernamentales.....	47
4.4.	Programas gubernamentales	48
4.5.	Educación y formación emprendedora.....	49
4.6.	Transferencia de I+D	50
4.7.	Infraestructura comercial y profesional.....	51
4.8.	Apertura del mercado interno.....	51
4.9.	Infraestructura física y de servicios	53
4.10.	Normas sociales y culturales.....	53
4.11.	Condiciones específicas de la empresa familiar	54
4.12.	Conclusiones	54
5.	Capítulo V	59
5.1.	La segmentación territorial de la provincia de Sevilla	59
5.2.	Análisis territorial de la actividad emprendedora en Sevilla.....	60
5.3.	Análisis territorial de las percepciones sobre emprendimiento en Sevilla	66
5.4.	Análisis territorial de la cultura emprendedora en Sevilla.....	69
5.5.	Conclusiones	71
6.	Capítulo VI	73
6.1.	Introducción	73
6.2.	Encuesta a la población adulta.....	73
6.3.	Encuesta a los expertos	74
7.	Índice de Tablas	77
8.	Índice de Gráficos.....	77
9.	Índice de figuras.....	79

Presentación Prodetur

La actividad emprendedora está adquiriendo cada vez mayor relevancia en la actualidad como motor de la innovación, el crecimiento y la creación de empleo. Esto no sólo es cierto en grandes metrópolis, sino que el emprendimiento supone también una de las mejores estrategias de desarrollo territorial en zonas urbanas de tamaño medio, e incluso en zonas rurales, mediante la puesta en valor de forma innovadora de los recursos locales disponibles en las mismas.

Desde esta filosofía, la promoción del emprendimiento y la actividad empresarial es una de las razones de ser de Prodetur, S.A., sociedad instrumental de la Diputación de Sevilla que tiene como objetivos la innovación, la promoción y el desarrollo económico local en la Provincia de Sevilla. Entre sus ejes principales de actuación, destaca el fomento del empleo y el apoyo al tejido empresarial sevillano. Para lograr ese objetivo, nuestra entidad tiene diseñada un amplio abanico de medidas de apoyo a los emprendedores y empresarios.

Sin embargo, el emprendimiento es un fenómeno complejo en el que intervienen muchas variables y condicionantes. Por ese motivo, no es fácil saber exactamente cuáles son las motivaciones de esos emprendedores, los recursos con los que cuentan, o las barreras a las que se tienen que enfrentar. En este sentido, como en otros muchos aspectos en los que las entidades públicas actúan para promover el desarrollo económico y social de los territorios, resulta fundamental contar con información especializada, fiable y relevante. Sólo a partir del conocimiento específico que esa información proporciona será posible el diseño de medidas efectivas y eficaces para el logro de tal objetivo, y la consiguiente mejora del bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor, Observatorio Global de Emprendimiento en español) surgió hace ya veinte años precisamente para proporcionar esa información detallada sobre el proceso de emprendimiento en sus distintas fases, y para permitir la comparación entre distintos

territorios de forma homogénea. En su origen, y todavía, es un proyecto que se centra en los distintos ámbitos nacionales de los países participantes. Sin embargo, su elevado éxito le ha convertido en una de las grandes referencias internacionales sobre el estudio del proceso emprendedor. Por ese motivo, en el caso español, hace ya tiempo que el proyecto se ha ampliado para abarcar el ámbito regional. De esta forma, desde 2003 se viene realizando un Informe GEM Andalucía, que sin duda proporciona un conocimiento más cercano sobre la realidad emprendedora en nuestro entorno. No obstante, aún no es suficiente. La realidad andaluza todavía es heterogénea y las particularidades de cada provincia –y de zonas específicas dentro de las mismas– no quedan recogidas en el informe regional.

Por todo ello, desde Prodetur hace tiempo que venimos sintiendo la necesidad de conocer en profundidad las características del proceso de emprendimiento en Sevilla. Y por ello, nos resulta especialmente satisfactorio la presentación de este primer Informe GEM Provincia de Sevilla 2018/2019, que viene a cubrir el vacío existente en este ámbito provincial. Este Informe realiza una excelente labor en la descripción del proceso emprendedor sevillano, tanto desde la perspectiva de la información obtenida de la encuesta a la población adulta, como desde la opinión de un amplio elenco de expertos en el ecosistema emprendedor local.

Este Informe nos muestra, por ejemplo, que la proporción de sevillanos que perciben oportunidades para emprender es mayor que en el resto de Andalucía y España, o que hay una mayor cantidad de personas con intención de emprender, en términos relativos, de las que hay en Andalucía, estando el nivel notablemente más cerca de la media española. Igualmente, nos indica que la tasa de emprendimiento es mayor para las mujeres sevillanas que para los hombres, y en ambos casos está por encima de la media española.

Como contrapunto, el Informe también nos alerta sobre aspectos que requieren atención. Por ejemplo, que la tasa de cierres o traspasos de empresas es superior en Sevilla en comparación con Andalucía y España. O que los expertos valoran el ecosistema emprendedor sevillano de forma menos favorable que para el conjunto de España, en casi todos los aspectos analizados.

Finalmente, el Informe también realiza una comparación, limitada sin duda por el tamaño de la muestra analizada, entre tres distintas zonas de la provincia de Sevilla –la propia ciudad de Sevilla, la corona metropolitana, y el resto de la provincia-. Los resultados permiten, una vez más, poner de manifiesto las diferencias existentes entre las tres áreas, e identificar diferentes prioridades para la acción en cada uno de esos ámbitos territoriales. Sin duda, esta información será muy relevante para el diseño e implementación por parte de Prodetur de medidas específicas en cada ámbito.

En conjunto, por tanto, tan solo cabe congratularse de la elaboración de este Informe, al que Prodetur ha contribuido con su apoyo. Confiamos en que sea el primero de una larga serie de informes y estudios que permitan –desde ese conocimiento específico- contribuir decisivamente al fortalecimiento del ecosistema emprendedor sevillano y, a la postre, a la mejora de los niveles de vida, ocupación y bienestar de la población de la provincia.

No nos queda más que felicitar al equipo que lo ha elaborado, coordinado por los profesores Carmen Cabello, de la Universidad Pablo de Olavide, y Francisco Liñán, de la Universidad de Sevilla, por su magnífica labor que, en sí misma, supone un ejemplo de colaboración entre ambas instituciones universitarias sevillanas.

D. Fernando Rodríguez Villalobos
Presidente de la Diputación de Sevilla

Prólogo Informe GEM Sevilla 2018-2019

Seventeen years ago, the President of the European Union, Romano Prodi, urged Europe to embrace entrepreneurship as the path towards sustainable growth, employment and prosperity, “Our lacunae in the field of entrepreneurship needs to be taken seriously because there is mounting evidence that the key to economic growth and productivity improvements lies in the entrepreneurial capacity of an economy.”¹

However, one of the bottlenecks constraining policy makers around the globe was a paucity of data and measurement of exactly that phenomenon deemed central to revitalizing European economic growth and prosperity – entrepreneurship. Without the requisite measurement of entrepreneurship and its antecedents, it was difficult to analyze and come to an understanding of which policy approaches were the most fruitful. The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) filled this missing gap by providing thought leaders in public policy and business with the first and most compelling internationally comparative measures of entrepreneurial activity.

Considerable knowledge has been garnered from the annual GEM reports. Most strikingly, the seeming paradox posed by the high entrepreneurship rates in developing countries, such as Uganda, was reconciled by distinguishing between necessity and opportunity entrepreneurship.

More recently has come the awareness that the national measures of entrepreneurship do not suffice for understanding a phenomenon that is local in nature. Both theory and empirical evidence point to entrepreneurship as responding to the local context and not only the national institutions.

Hace diecisiete años, el Presidente de la Unión Europea, Romano Prodi, instó a Europa a adoptar el emprendimiento como el camino hacia el crecimiento sostenible, el empleo y la prosperidad, “Debemos afrontar con seriedad nuestras lagunas en [el ámbito del emprendimiento], ya que hay sobradas pruebas de que la clave del crecimiento económico y del desarrollo de la productividad radican en la capacidad empresarial de una economía.”¹

Sin embargo, uno de los cuellos de botella que limitan a los responsables políticos de todo el mundo ha sido la escasez de datos y mediciones exactas sobre el fenómeno considerado fundamental para revitalizar el crecimiento económico y la prosperidad de Europa: el emprendimiento. Sin la necesaria medición del emprendimiento y sus antecedentes, era difícil analizar y llegar a comprender qué enfoques políticos serían los más fructíferos. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) llenó este vacío, proporcionando las primeras y más convincentes medidas comparativas internacionales de la actividad emprendedora a los líderes en la política pública y en la empresa.

Los informes anuales del GEM han aportado un conocimiento considerable. Lo más sorprendente, la aparente paradoja que plantean las altas tasas de emprendimiento en los países en desarrollo, como Uganda, se resolvió mediante la distinción entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad.

Más recientemente se ha tomado conciencia de que las medidas nacionales en materia de emprendimiento no son suficientes para comprender un fenómeno que es de naturaleza local. Tanto la teoría como la evidencia empírica apuntan a que el emprendimiento responde al contexto local, y no sólo a las instituciones nacionales.

¹ Discurso de Romano Prodi “Hacia una nuevo espíritu empresarial Europeo”. Instituto de Empresa Madrid, 7 febrero 2002, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/SPEECH_02_49

The GEM Seville is a very welcome contribution to the now strong tradition of studies at the national level. One of the great strengths of the study is that it is conducted at the local level and thus affords comparisons across regions within the national context of Spain. This report not only has a solid and compelling methodological foundation, but it also delivers results and insights that are unique and pioneering. Most strikingly, the study highlights key differences and roles played by entrepreneurship in the context of Seville and Andalusia compared to the rest of the country. Not only does Seville exhibit a greater rate of entrepreneurship than does the rest of the country, but all of the elements of the localized entrepreneurial ecosystem are compared to that for the rest of Spain. The physical infrastructure is identified as being particularly strong and conducive to entrepreneurship in Seville relative to the rest of the country. By contrast, the social and cultural norms are considerably less conducive to entrepreneurship in Seville than is generally the case in Spain.

This publication has been compiled by an expert team of scholars and researchers. Their craftsmanship in weaving together this thoughtful and insightful study on entrepreneurship in a regional context within Spain is apparent throughout the study. It serves as a blueprint for analyzing entrepreneurship in a regional context that will no doubt guide researchers and thought leaders in policy and business across the globe.

Prof. David Audretsch
Indiana University

El GEM Sevilla es una contribución muy bienvenida a la ya larga trayectoria de estudios a nivel nacional. Una de las grandes fortalezas del estudio es que se realiza a nivel local y, por lo tanto, permite realizar comparaciones entre regiones dentro del contexto nacional español. Este informe no sólo tiene una base metodológica sólida y convincente, sino que también ofrece resultados y perspectivas que son singulares e innovadores. De forma llamativa, el estudio destaca las diferencias clave y los roles desempeñados por el emprendimiento en el contexto de Sevilla y Andalucía en comparación con el resto del país. Sevilla no sólo cuenta con una tasa de emprendimiento mayor que el resto del país, sino que todos los elementos identificados del ecosistema emprendedor sevillano se comparan con los del resto de España. La infraestructura física se identifica como particularmente sólida y propicia para el emprendimiento en la provincia. Por el contrario, las normas sociales y culturales son considerablemente menos favorables para el emprendimiento en Sevilla que en el resto de España.

Esta publicación ha sido elaborada por un equipo de expertos académicos e investigadores. Su destreza para entretener esta investigación rigurosa y esclarecedora sobre el emprendimiento en un contexto regional dentro de España es evidente a lo largo de todo el estudio. Sirve de modelo para analizar el emprendimiento en un contexto regional que, sin duda, guiará a los investigadores y a los líderes políticos y empresariales de todo el mundo.

Queremos primero de todo dar al equipo *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)-Sevilla* nuestra más calurosa bienvenida al proyecto *GEM-España*. Nos llena de satisfacción acoger un equipo que trae consigo nuevas preguntas e inquietudes, y especialmente, un equipo que siente la necesidad de estudiar el emprendimiento enraizado en su territorio local. El consorcio nacional *GEM-España* lleva casi dos décadas analizando el fenómeno de la creación de empresas y está representado por un amplio grupo de investigadores que estudian este fenómeno en todas las Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas del Estado. Cabe señalar que el equipo *GEM Andalucía* es uno de los equipos pioneros que contribuyó activamente a la formación del consorcio nacional, e igualmente, es uno de los equipos pioneros que ha reconocido la diversidad del territorio andaluz y se ha comprometido a analizar distintas realidades emprendedoras reflejadas en sus diferentes provincias. Con este afán de obtener un mayor rigor y precisión en nuestras mediciones, nace el equipo *GEM Sevilla* a quien estamos profundamente agradecidos por su concienzuda labor de investigación, por su rica aportación de datos y por sus inspiradoras reflexiones dirigidas al tejido emprendedor sevillano. Este primer *Informe GEM Sevilla 2018-2019* es el resultado del valioso trabajo realizado por este distinguido equipo.

Un activo importante que caracteriza al proyecto GEM es su contrastada metodología para medir el emprendimiento. Esta metodología ha sido testada y aplicada en más de cien países por prestigiosos investigadores (www.gemconsortium.org). Solamente en España entrevistamos cada año a más de 20.000 personas para conocer su propensión para emprender, y en paralelo, recogemos la opinión de más de 400 expertos cualificados acerca del contexto que ofrecen distintos puntos de España para la creación de empresas (www.gem-spain.com). Esta abundancia de datos permite realizar un diagnóstico pormenorizado de la salud del emprendimiento en distintas regiones españolas al tiempo que ofrece la posibilidad de analizar su evolución en el tiempo comparándola con la de otros lugares extranjeros. A diferencia de la mayoría de los estudios GEM (nacionales y sub-nacionales), el Informe *GEM-*

Sevilla ofrece un estudio diferenciado del emprendimiento, debido a que concentra su atención en el emprendimiento local. Así, en el Informe se afirma que el emprendimiento en Sevilla tiene unas peculiaridades que la distinguen de otras provincias andaluzas y regiones españolas. Por ejemplo, tal y como se indica en el informe, la actividad emprendedora de la mujer es relativamente elevada si se compara con la de otros territorios, y es además superior a la de los hombres. Las autoridades públicas sevillanas implicadas en el fomento del emprendimiento, además de otros agentes del ecosistema emprendedor local (comunidad inversora, instituciones académicas, grandes empresas intraempreendedoras, etc.), encontrarán en este Informe abundante información para reflexionar y poner en marcha actuaciones que mejoren la cantidad y calidad de las empresas de nueva creación. Felicitamos al equipo *GEM-Sevilla* por esta iniciativa y por su aportación de información inaudita de la provincia de Sevilla en su conjunto, así como de sus distintas zonas dentro de la misma provincia.

La publicación de este Informe no hubiese sido posible sin la cuidadosa labor de investigación de un equipo doctamente coordinado por la profesora Carmen Cabello (Universidad Pablo de Olavide) y el profesor Francisco Liñán (Universidad de Sevilla, Anglia Ruskin University). La acertada orientación apuntada por el profesor José Ruiz Navarro (Universidad de Cádiz) desde el equipo *GEM Andalucía* hacia un análisis más local del emprendimiento, ha dado origen a una nueva meditación y a un abanico de oportunidades para comprender mejor el fenómeno emprendedor local e incidir sobre él de manera más efectiva a través de la actuación orquestada de distintos actores de un ecosistema emprendedor geográficamente menos dispersado. Consideramos que el equipo *GEM-Sevilla* es un valioso referente para participar en esa reflexión sobre el contexto emprendedor sevillano. No cabe duda que aún existe un largo camino por recorrer para transitar desde una visión GEM (Global Entrepreneurship Monitor) hacia una nueva perspectiva LEM (Local Entrepreneurship Monitor) mediante la cual se logre ahondar en la idiosincrasia emprendedora sevillana, propiciando así una interacción más cercana entre la comunidad

universitaria y otros actores locales del ecosistema emprendedor. Este informe *GEM-Sevilla* no es más que una semilla y un primer paso de esta singladura. Siendo GEM un proyecto colectivo y colaborativo, no quisiéramos terminar sin antes reiterar nuestra más cariñosa felicitación y agradecimiento a quienes de una manera u otra han hecho posible el lanzamiento de este prometedor proyecto *GEM-Sevilla*.

Iñaki Peña Legazkue
Dirección Técnica GEM-España
Profesor Titular, Deusto Business School

A final de los años noventa, un grupo de profesores universitarios, liderados por el profesor José María Vecina de la Universidad Autónoma de Barcelona, creamos en la Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa (ACEDE) una sesión denominada “Función Empresarial y Creación de Empresas”. Aún no se hablaba de emprendedores en España y la imagen del empresario no era muy apreciada en determinados ámbitos.

Nos movía el convencimiento que los territorios sin empresas de calidad, sin personas capaces de emprender proyectos novedosos, sin empresarias y empresarios con capacidad de tejer complicidades con otros agentes sociales y con instituciones públicas y educativas, eran territorios con un importante lastre para su desarrollo económico y social.

Esta iniciativa fue el germen y semillero de lo que hoy es la Asociación Red GEM España, el observatorio de emprendimiento más importante de nuestro país unido a la iniciativa de investigación colaborativa más importante del mundo en la materia. GEM comenzó su andadura en España en el año 2000 y su regionalización con las iniciativas de las universidades Autónoma de Barcelona, Cádiz y Extremadura en 2003.

Hoy somos muchos más. Todas las comunidades y ciudades autónomas tienen la posibilidad de acceder a la información GEM regionalizada y el equipo GEM de España se ha convertido en un referente mundial. Ha sido un camino largo pero satisfactorio. Hoy se asume el papel estratégico del fenómeno emprendedor en el desarrollo, en la creación de empleo y en el bienestar social.

El observatorio GEM, su modelo, ha contribuido a la percepción de que el desarrollo económico y empresarial es labor de muchos agentes e instituciones. Es el resultado de la inteligencia colaborativa de la población, de sus capacidades emprendedoras, de la cooperación de sus instituciones y de la apuesta por la educación que hace más accesible la igualdad de oportunidades y la innovación. Estos argumentos se han mostrado de manera clara en las investigaciones de vanguardia en la creación y desarrollo del tejido empresarial. No es posible crear y hacer crecer empresas de alto potencial sin un ecosistema

propicio que dinamice las relaciones entre las capacidades humanas y los recursos. El concepto es un elemento esencial de las políticas públicas para lograr un desarrollo económico sostenible. Este aspecto social de un fenómeno que comienza con la voluntad y capacidad de las personas está presente en el modelo GEM que pone especial atención en impulsar la integración en igualdad de la mujer en el proceso emprendedor.

En Andalucía, el menor nivel de desarrollo económico y empresarial, fue un acicate para trabajar por una sociedad más dinámica, innovadora y emprendedora. El primer informe GEM de Andalucía se publicó en 2003 y desde entonces se ha ofrecido información agregada y comparada del fenómeno emprendedor en la región. El equipo investigador ha sido consciente de la dificultad de analizar un territorio tan diverso por las características específicas de la historia de Andalucía, de su estructura económica, extensión territorial, capital humano, prioridades políticas y ecosistema empresarial. Las grandes áreas metropolitanas, el asentamiento de la población, la historia de la pionera pero fallida industrialización andaluza del siglo XIX, el potencial de sus actividades agropecuarias, el desarrollo de su sistema universitario e investigador, la tradición internacional de sus empresas exportadoras, son razones que demandaban un análisis más desagregado de su ecosistema emprendedor.

Gracias a la iniciativa de un grupo de investigadores de las universidades de Almería, Cádiz, Jaén, Granada, Málaga, Pablo de Olavide y Sevilla, que han buscado sus propias fuentes de financiación, ha sido posible por primera en el trabajo de campo para el informe de 2018 iniciar esa desagregación de los componentes territoriales que tiene el ecosistema emprendedor de Andalucía. Esto ha supuesto el crecimiento de la red GEM con profesionales de gran valía investigadora y con valores compartidos. La generosidad y capacidad de estas personas marcan un importante hito en el devenir del proyecto GEM en Andalucía y España.

Este proceso de crecimiento del observatorio GEM adquiere un aspecto a destacar en el caso de Sevilla por dos razones relevantes. La primera, por el diseño colaborativo que han logrado sus responsables, la profesora Carmen Cabello Medina

de la Universidad Pablo de Olavide y el profesor Francisco Liñán de la Universidad de Sevilla. La creación de un equipo participado por investigadores destacados de ambas universidades genera importantes sinergias y es un ejemplo de la cooperación que exige el funcionamiento de un eficiente ecosistema emprendedor. Es muy alentador el modelo adoptado y la capacidad que ambos muestran para conformar un equipo de alto potencial. La segunda razón es la idiosincrasia de la provincia de Sevilla. Por su peso poblacional, estructura económica, su historia, entorno institucional y atractivo inversor, exigía desde hace tiempo un análisis diferenciador. El informe ofrece información inédita de gran valor para los responsables de las políticas relacionadas con la materia. Es destacable el esfuerzo que los autores hacen distinguiendo entre la ciudad de Sevilla, los diferentes niveles de áreas metropolitanas y el resto de la provincia. Los resultados y conclusiones refrendan los rasgos propios de la aventura de emprender en Sevilla y de su importancia para el resto de Andalucía.

GEM Sevilla es una muestra del espíritu emprendedor que necesita Andalucía y España. Es un ejemplo de la utilidad del trabajo universitario ofreciendo información y conocimientos de calidad. Muestra que el valor de un territorio reside principalmente en la voluntad y capacidad de las personas que lo conforman para acometer juntas con éxito proyectos e iniciativas que implican dificultad y riesgo. Es una gran satisfacción poder prologar esta primera edición y felicitar sinceramente a sus autores por la valiosa aportación que nos hacen.

José Ruiz Navarro
Director del equipo GEM de Andalucía

Introducción

El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

El Global Entrepreneurship Monitor es un observatorio internacional iniciado en 1999, de la mano de London Business School y Babson College, que tiene como objetivo analizar el fenómeno emprendedor y generar información rigurosa y de calidad que esté disponible para el público en general y, en particular, para los stakeholders interesados en el fomento de la iniciativa emprendedora.

Desde los inicios del proyecto, en los que el país era la unidad de análisis, se han ido incorporando al estudio las regiones de algunos de los países participantes. En el último año, por iniciativa del Equipo GEM Andalucía, se decidió incorporar también a las provincias andaluzas. De entre ellas, cinco (Sevilla, Cádiz, Granada, Jaén y Málaga) ya forman parte activa del proyecto GEM.

Desde GEM se realizan anualmente informes de ámbito global, nacional, regional y local, gracias a una red de equipos de investigadores en los países que lo integran. Esta red está organizada en forma de consorcio internacional y asociación sin ánimo de lucro, y sus informes pueden consultarse gratuitamente en <http://www.gemconsortium.org> y en <http://www.gem-spain.com/> (para los informes de GEM España).

Algunas características del proyecto GEM le han hecho merecedor de reconocimiento internacional:

- Se generan datos primarios sobre el emprendimiento.
- Se centra en el emprendedor individual.
- Se reconoce el emprendimiento como un proceso en el que deben ser consideradas las diferentes etapas.
- Utiliza la misma metodología en todo el mundo. Precisamente, una de los grandes logros de GEM es haber logrado el diseño y aplicación de una metodología común para todos los países y regiones. Ello permite la obtención de indicadores homogéneos sobre la actividad emprendedora y, por tanto, la

comparación del fenómeno del emprendimiento entre diferentes territorios.

Siguiendo la metodología GEM, este primer informe de la provincia de Sevilla, proporciona datos sobre tres áreas fundamentales que ayudan a explicar el fenómeno del emprendimiento:

- La actividad emprendedora y sus características (Capítulo 1).
- Los valores, percepciones y aptitudes de la población adulta activa (Capítulo 2).
- El contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor (Capítulos 3 y 4).

Además, se incluye un capítulo monográfico (Capítulo 5) donde se realiza un análisis territorial del emprendimiento para la provincia de Sevilla.

Finalmente, el Capítulo 6 está dedicado a explicar los aspectos metodológicos del estudio.

Balance Scorecard

Este apartado muestra, de forma sintética, la información más relevante contenida en este primer Informe GEM de la provincia de Sevilla 2018/2019. A modo de Cuadro de Mando Integral o Balance Scorecard, y a través de los principales indicadores del estudio, se ofrece una visión de conjunto del estado del emprendimiento en la provincia en el citado período. Al ser éste el primer año del informe provincial, no puede ofrecerse, como sería deseable, la comparación con los indicadores del año anterior. En su defecto mostramos la comparación con los resultados para Andalucía, España y UE.

La Tabla 1, muestra los indicadores relativos a las percepciones de la población sevillana de 18-64 años entrevistada y el porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de entre 0 y 3,5 años (TEA, Total Entrepreneurial Activity) así como indicadores relativos a 15 factores del entorno, según la valoración realizada por los expertos consultados (escala Likert 1-5). Todo ello comparándolo con la media regional, nacional y europea, cuando es posible.

Tabla 1. Balanced Scorecard GEM Sevilla 2018 (comparación con Andalucía y España)

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	España	Andalucía	Sevilla
Percibe modelos de referencia (conoce personas que han emprendido)	33,4%	nd	37,5%
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	29,1%	32,2%	36,7%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias requeridas para emprender	48,5%	52,4%	49,0%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo al momento de emprender	43,1%	43,9%	43,5%
Considera que la mayoría de la población española preferiría tener el mismo nivel de vida	71,5%	72,0%	71,6%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	6,8%	5,1%	6,2%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,7%	1,1%	2,3%
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angels</i>	3,8%	2,8%	nd

TEA, porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	España	Andalucía	Sevilla
TEA Total	6,4%	8,8%	7,5%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,0%	8,5%	7,6%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,8%	9,1%	7,2%

Distribución del TEA, tomado como 100%	España	Andalucía	Sevilla
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	22,5%	29,7%	30,0%
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	70,8%	65,6%	65,0%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	6,7%	4,7%	5,0%

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

Tabla 2. Valoraciones de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor de la provincia de Sevilla (escala 1-5)

	Sevilla	Andalucía	España	U.E.
Apoyo financiero global	2,2	2,3	2,7	2,9
Políticas gubernamentales: apoyo y relevancia	2,5	2,4	2,9	2,6
Políticas gubernamentales: impuestos, tasas y burocracias	2,6	2,0	2,5	2,4
Programas gubernamentales para emprendedores	3,2	3,1	3,3	2,8
Educación emprendedora en la etapa escolar	1,9	1,8	2,1	2,0
Educación emprendedora en la etapa postescolar	2,8	2,9	3,3	2,9
Transferencia de I+D	2,3	2,3	2,8	2,5
Infraestructura comercial y profesional	2,8	3,0	3,1	3,1
Dinámica del mercado interno	2,5	2,6	2,9	2,9
Barreras de entrada al mercado y marco regulatorio de entrada	2,5	2,3	2,8	2,8
Infraestructura física y servicios	4,1	3,7	3,7	3,9
Normas sociales y culturales	2,5	2,4	3,0	2,6
Marco legal y apoyo gubernamental a la empresa familiar	3,1	nd	nd	nd
Confianza de la sociedad en la empresa familiar, comparada con la no familiar	3,2	nd	nd	nd
Percepción de la dirección profesional frente a la familiar en la empresa familiar	3,8	nd	nd	nd

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES), 2018

Resumen Ejecutivo

Actividad emprendedora

El análisis de las distintas etapas que conforman el proceso emprendedor en la provincia de Sevilla ofrece información muy relevante sobre la dinámica de emprendimiento en este territorio. En primer lugar, cabe destacar que más de un 20% de la población adulta sevillana se encuentra implicada en alguna medida en el proceso de emprendimiento (20,9%). Se trata de un porcentaje similar al que se da en el conjunto de Andalucía y de España. En este colectivo incluimos a los emprendedores potenciales (6,2%), la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, 7,5%) y a los emprendedores consolidados y los abandonos (conjuntamente representan el 7,2% de la población adulta).

En el caso de los emprendedores potenciales, la provincia de Sevilla destaca entre las más dinámicas de Andalucía, junto con Málaga, si bien el nivel de potencial emprendedor es todavía inferior a la media nacional. Como dato adicional, cabe señalar que la brecha de género en la intención de emprender es del 0,7% en Sevilla, con una tasa del 6,5% para los hombres, y del 5,8% para las mujeres. Brecha claramente inferior a las existentes en Andalucía (1,8%) y en España (2,2%).

La TEA incluye a los emprendedores nacientes y nuevos. En el caso de Sevilla, ambos colectivos de emprendedores destacan por encima de la media nacional, lo que parece indicar que Sevilla se posiciona de forma favorable en España en relación al nivel de actividad emprendedora. En este caso, además, se observa que la TEA para las mujeres (7,6%) es superior a la de los hombres (7,2%). Esto se debe a la mayor tasa de mujeres (5,2%) frente a la de hombres (4,0%) que son emprendedores nuevos. Se trata de un dato sorprendente que debe ser resaltado y seguirse su evolución en próximos ejercicios. Por su parte, la motivación para emprender es mayoritariamente el aprovechamiento de una oportunidad (65%), mientras que los que lo hacen por necesidad representan el 30%.

Finalmente, en relación a la dinámica emprendedora, la provincia de Sevilla parece

enfrentar ciertas debilidades. En efecto, la tasa de emprendedores consolidados es menor, mientras que la tasa de abandonos es superior, a las medias andaluza y española.

Valores, percepciones y aptitudes de la población

Del estudio de las percepciones de la población sevillana encuestada hay que destacar ciertas fortalezas para la provincia. Para empezar, el 36,71% de la población considera que el mercado ofrece buenas oportunidades de negocio, un dato muy por encima de la media regional y nacional. Por tanto, parece que la detección de oportunidades de negocio como paso previo al emprendimiento no es un obstáculo para la población sevillana. A lo que se le suma que el 6.2% de la población adulta ha manifestado su intención de emprender en los próximos 3 años, nivel superior a la media regional, aunque inferior a la del conjunto de la nación. Por el contrario, hasta un 49% de la población sevillana considera que posee las capacidades y habilidades necesarias para emprender, situándose en esta ocasión levemente por encima de la media nacional pero alejada de la andaluza que se sitúa en el 52,4%. Otro indicador favorable para la provincia es el que se refiere al conocimiento de modelos de referencia que supera con creces la media española.

También merece la pena destacar los niveles ofrecidos por el indicador de miedo al fracaso, que es visto como un importante obstáculo para emprender por el 43,5% de la población sevillana, nivel que sitúa a la provincia en torno a la media de Andalucía y España.

Respecto a los aspectos socio-culturales la situación provincial debe ser considerada como favorable: Sevilla posee niveles similares o superiores a la media española respecto a la equidad sobre los estándares de vida o respecto a la visión del emprendimiento como una buena salida profesional que brinda un buen estatus socioeconómico. Asimismo, la población sevillana destaca el papel divulgador favorable que los medios de comunicación realizan sobre la actividad emprendedora.

Condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla

Para conocer las condiciones del entorno emprendedor en la provincia de Sevilla, se consultaron 39 expertos en emprendimiento. La información proporcionada por estos expertos permite realizar un diagnóstico del ecosistema emprendedor, identificar sus principales carencias e ineficiencias, así como sus precursores, y proponer acciones que contribuyan a fortalecerlo.

En general, los expertos realizan un diagnóstico no demasiado favorable del entorno para emprender en la provincia de Sevilla. De quince factores considerados sólo aprueban cinco: los programas gubernamentales para los emprendedores (3,2), la infraestructura física y los servicios profesionales (4,1), y tres factores relacionados con las empresas familiares (el marco legal y apoyo gubernamental para estas empresas (3,1); la confianza que generan en la sociedad en comparación con las empresas no familiares (3,2); y la percepción favorable hacia la dirección profesional de estas empresas (3,8)). Las carencias más importantes tienen que ver con el apoyo financiero a los emprendedores y la educación emprendedora en la etapa escolar.

Esta fotografía poco favorecedora del ecosistema emprendedor en la provincia no se aleja mucho de lo que reflejan los informes GEM para Andalucía, España y Unión Europea (en los que los factores del entorno reciben notas igualmente bajas).

Parece que el principal obstáculo para emprender tiene que ver con la falta de apoyo financiero (el 64,1% de los expertos lo incluyen entre los tres principales obstáculos). Como contrapartida, la infraestructura comercial y los servicios en la provincia actúan como el más importante facilitador de la actividad emprendedora (el 66,7% de los expertos incluyeron este factor entre los 3 principales facilitadores).

La educación y la formación para emprender representan un claro desafío en el ecosistema. El mismo porcentaje de expertos (30,8%) consideran que actúa como un obstáculo y

como un facilitador. Las carencias en formación emprendedora en todos los niveles de sistema educativo coexisten con interesantes iniciativas de fomento del emprendimiento, especialmente desde las universidades.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en este primer informe ofrecen datos contrapuestos sobre el panorama emprendedor en la provincia de Sevilla. Por una parte, la provincia destaca dentro de Andalucía en gran cantidad de indicadores. Del mismo modo, también destaca respecto a la media española en una buena parte de esos indicadores. Esto estaría indicando un nivel de emprendimiento relativamente positivo.

Sin embargo, los expertos consultados señalan la existencia de considerables debilidades en el entorno provincial. Con carencias y una amplia necesidad de mejorar las condiciones de ese entorno.

Esta aparente contradicción puede estar indicando el comienzo de una fase de dinamismo emprendedor que habría surgido de forma autónoma, sin basarse en una infraestructura institucional suficientemente consolidada. Si este es el caso, sería importante trabajar activamente en la mejora del entorno para el emprendimiento, a fin de evitar que sus carencias puedan estrangular el dinamismo observado.

Capítulo I

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Sevilla

1.1. Introducción

Este capítulo analiza la actividad y la dinámica emprendedora en la provincia de Sevilla y realiza una comparación con la media andaluza y española. Para ello, se analizan las distintas fases del proceso de creación de empresas, a través de unos indicadores que permiten valorar la participación de la población adulta en las iniciativas emprendedoras, desde la fase en la que la persona tiene intención de emprender hasta la gestión de un negocio nuevo o establecido, incluso el momento en el que abandona la actividad empresarial.

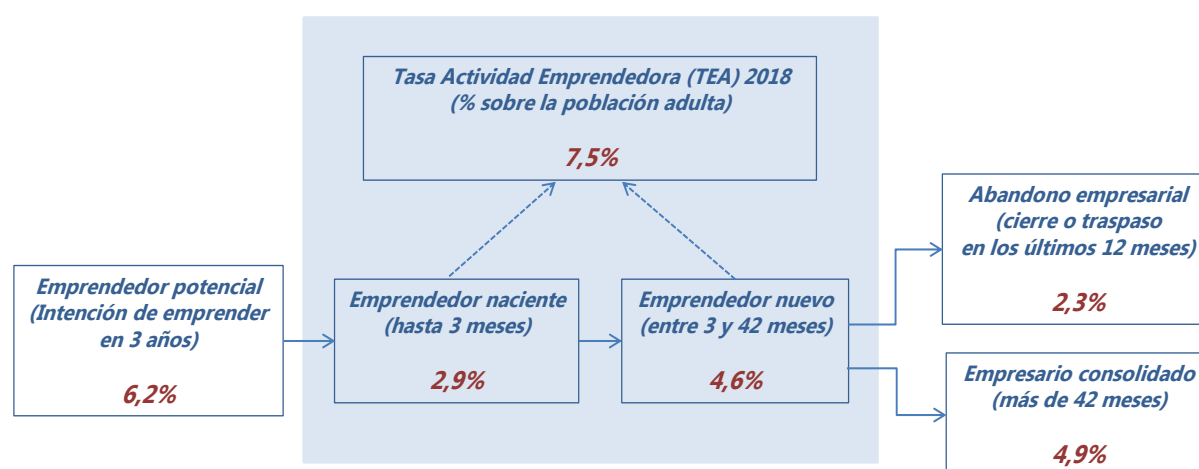
En la primera fase del proceso emprendedor (apartado 1.2.), que abarca la intención de emprender y, posteriormente, la concepción de un proyecto empresarial, se analiza la tasa de emprendedores potenciales (primer indicador), que comprende el porcentaje de **emprendedores potenciales** o personas de la población adulta

(de 18 a 64 años) que han mostrado su intención de crear una empresa en los próximos 3 años.

La segunda fase (continuación de la anterior) implica el nacimiento de la empresa y, posteriormente, su consideración como empresa nueva (apartado 1.3.). Los indicadores asociados a esta fase son tres:

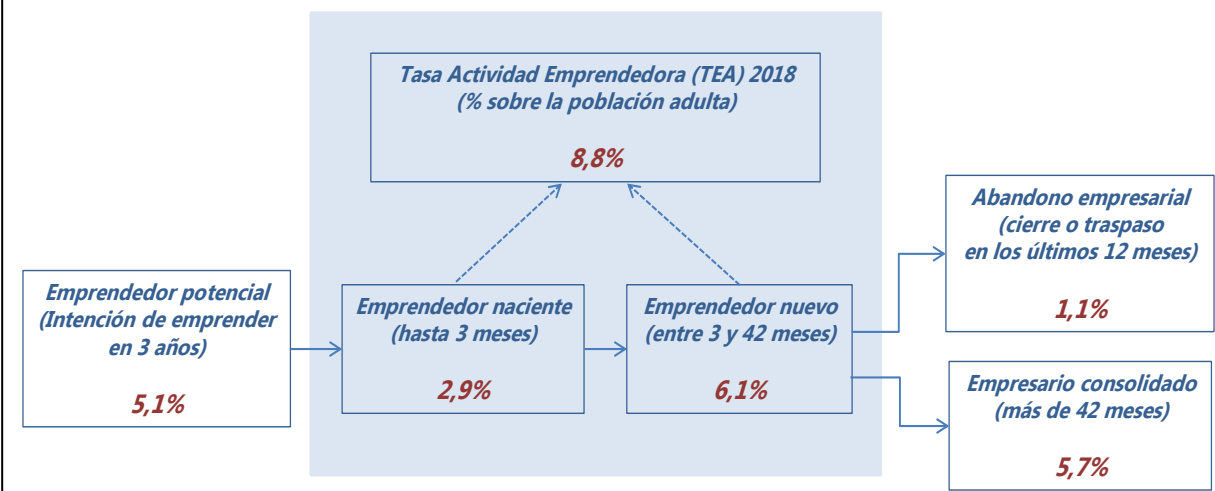
- el porcentaje de **emprendedores nacientes** o personas adultas que están poniendo en marcha una empresa en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que no ha pagado salarios por más de tres meses;
- el porcentaje de **emprendedores nuevos** o personas adultas que poseen y gestionan un negocio que ha pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses, y que, por lo tanto, no se ha consolidado;

Gráfico 1.1. El proceso emprendedor en Sevilla, 2018



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

Gráfico 1.2. El proceso emprendedor en Andalucía, 2018



Fuente: Informe GEM Andalucía, 2018

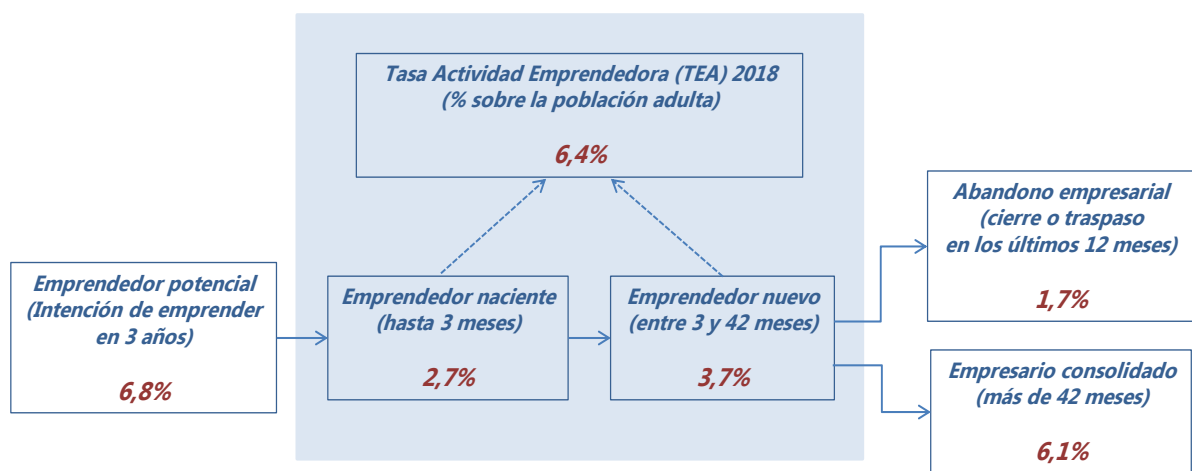
- y la **tasa de actividad emprendedora total (TEA)** o en fase inicial, que corresponde a la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.

La tercera fase (apartado 1.4.), analiza, por un lado, la consolidación del proyecto empresarial, y por el otro, el abandono de la empresa (ya sea por traspaso o por cierre). Los indicadores asociados son: el porcentaje de **empresarios consolidados** o personas adultas que poseen y gestionan un negocio que ya se ha afincado en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses; y el porcentaje de personas adultas

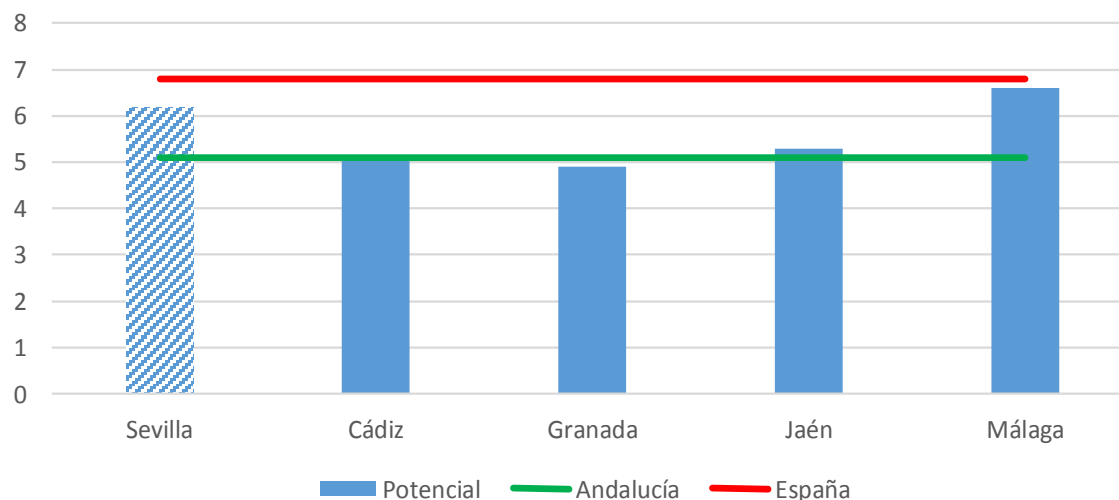
que han **abandonado** un negocio en los últimos 12 meses (cierres o traspasos).

Los procesos emprendedores descritos para el caso sevillano, andaluz y español, se representan en los Gráficos 1.1, 1.2 y 1.3, respectivamente (para el caso de Andalucía, la suma de los emprendedores nacientes y nuevos es superior a la TEA del periodo, se debe a que se recogen en las dos categorías algunos emprendedores que desarrollan ambos tipos de iniciativas de forma simultánea). Como se observa, en primer lugar, en el Gráfico 1.1, hasta un 20,9% de la población de Sevilla se haya relacionada de alguna forma con la actividad emprendedora.

Gráfico 1.3. El proceso emprendedor en España, 2018



Fuente: Informe GEM España, 2018

Gráfico 1.4. Porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años, 2018

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

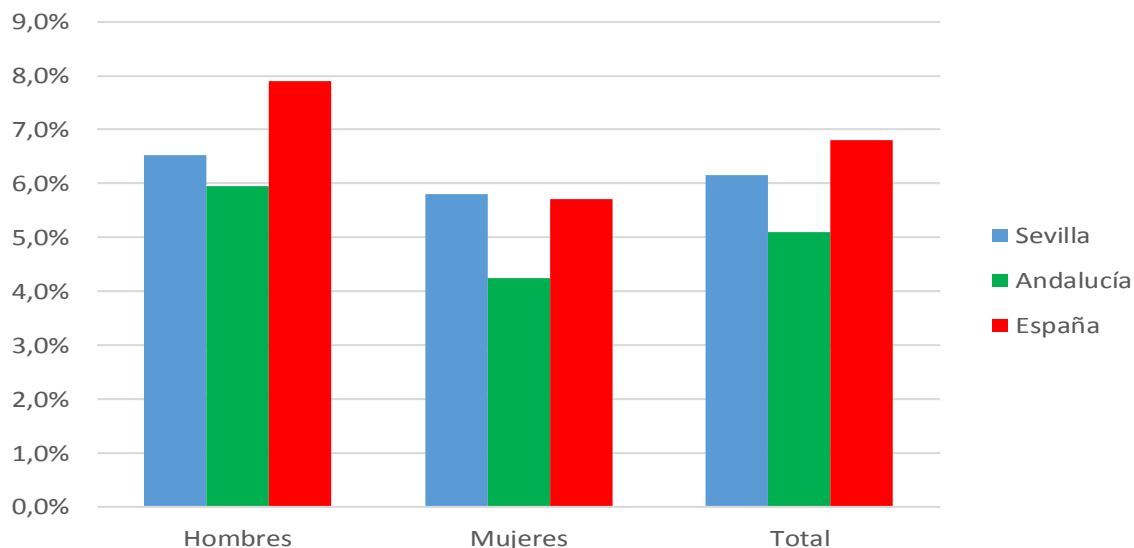
Aquí incluimos, desde el 6,2% que tiene intención de crear una empresa, hasta el 2,3% que ha cerrado o traspasado la suya en el último año. Es decir, uno de cada cinco sevillanos está relacionado con el emprendimiento. Se trata de una proporción muy similar a la media española (21,0%), y levemente superior a la andaluza (20,7%).

Si nos centramos ahora en el potencial emprendedor, este representa el 6,2% de la población encuestada, 1,1 puntos por encima de la media andaluza y menos de un punto por debajo de la media española (seis décimas). Esa situación intermedia implica que Sevilla es una de las provincias que destaca en Andalucía por la cantidad de personas que se plantean crear una empresa. Sin embargo, no podemos considerarla entre las provincias destacadas a nivel nacional.

Si avanzamos en el proceso, vemos que la tasa de actividad emprendedora medida por la TEA se sitúa por debajo del nivel alcanzado por la media andaluza, a 1,3 puntos. En cambio, la diferencia con la media española es favorable, situándose 1,1 puntos por encima y alcanzando el 7,5% de la población. Si se descompone esta tasa, la población sevillana que son emprendedores nacientes supone el 2,9% (con negocios de menos de 3 meses de actividad

efectiva) y el 4,6% de la población son emprendedores nuevos (considerando aquí aquellos negocios que llevan más de 3 meses de actividad, pero menos de 42). Estas cifras están por encima de la media española en los dos casos (nacientes y nuevas). La tasa de emprendedores nacientes coincide con la media andaluza, y en el caso de los emprendedores nuevos se sitúa por debajo.

A pesar de estos niveles de actividad emprendedora, el número de empresas que se encuentran consolidadas en Sevilla (con más de 42 meses de actividad), y que alcanza el 4,9% de los encuestados, es algo más de un punto inferior a la media española, que es del 6,1% de la población. Además, también se encuentra algo por debajo de la media andaluza, si bien a una distancia menor. En cuanto a la tasa de cierre de negocios, que en Sevilla asciende al 2,3% de los encuestados, se sitúa a 1,2 puntos por encima de la tasa correspondiente a Andalucía y a seis décimas del nivel nacional. Por tanto, cabe decir que en Sevilla hay menos empresarios al frente de negocios consolidados, y que los que hay cierran y traspasan sus negocios con mayor frecuencia que en el resto de Andalucía y de España.

Gráfico 1.5. El potencial emprendedor por género en Sevilla, 2018

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

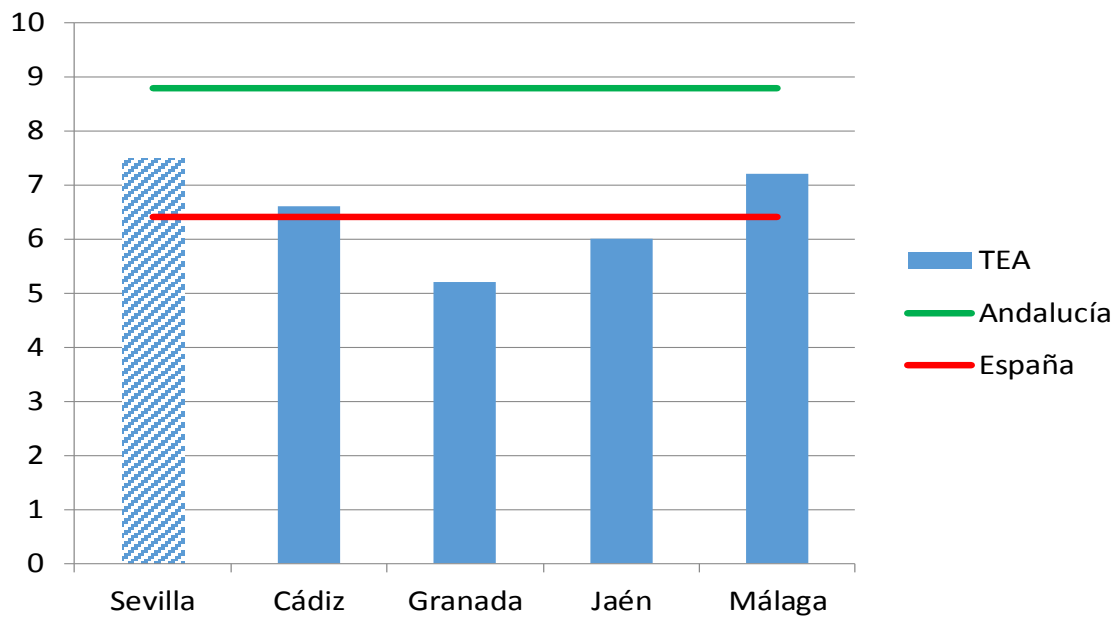
1.2. Potencial emprendedor

Este apartado analiza el porcentaje de la población adulta española que se identifica como emprendedor potencial. Para el caso de la provincia de Sevilla, alcanzó el 6,2% en 2018. Este nivel, en sí mismo, se encuentra cercano a las cifras española y andaluza, como se ha dicho. Se puede decir que la provincia de Sevilla no destaca especialmente en este aspecto. Sin embargo, si comparamos este dato con la tasa de emprendedores nacientes y nuevos, vemos que la cifra es inferior a la observada en la TEA (7,5%). Esto podría hacer pensar que esos emprendedores potenciales no son suficientes para contribuir en el futuro a mantener los niveles actuales de actividad emprendedora en la fase inicial. No obstante, debemos tener en cuenta que cada año se renueva (al menos parcialmente) la población potencialmente emprendedora, por lo que no necesariamente nos encontramos ante una situación de “escasez de vocaciones emprendedoras”.

Desde el punto de vista regional, el Gráfico 1.4 muestra el porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los 3 años siguientes a 2018. Se ha comparado el nivel de este indicador (potencial emprendedor) para las

provincias de Sevilla, Cádiz, Granada, Jaén y Málaga, para las que existe un suficiente tamaño muestral que permite obtener datos fiables. Además, se compara con la media para Andalucía y España. De las provincias analizadas, lideran Málaga (6,6%) y Sevilla (6,2%) con unas tasas de emprendedores potenciales por encima de la media andaluza y acercándose a los valores medios de España. Llama la atención el hecho de que son provincias donde el nivel de desempleo (ver datos de la EPA 2018) es menor en comparación con las restantes provincias analizadas y algo por debajo del nivel de Andalucía. Esto podría estar relacionado con la prevalencia de unas condiciones más favorables en cuanto a la existencia de mercados, recursos, etc. Es posible, que en la provincia de Sevilla existan mayores oportunidades para emprender un negocio debido a que se trata de una economía más dinámica.

También resulta interesante comparar los datos de emprendimiento potencial por sexos. Tradicionalmente, la participación de la mujer en actividades emprendedoras ha sido menor que la masculina, y estas diferencias persisten todavía hoy en día en el contexto español (Informe GEM 2018). El género se considera uno de los factores sociodemográfico que

Gráfico 1.6. Tasa de actividad emprendedora (TEA) por provincias, 2018

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

caracteriza a las personas que están involucradas en el proceso emprendedor. En el Gráfico 1.5, se muestra el potencial emprendedor por género, teniendo en cuenta que estamos analizando este indicador en función del sexo de la población encuestada. La pregunta que se realiza a la población es: “¿Esperas comenzar un negocio, sólo o con otros, incluyendo cualquier tipo de auto-empleo, en los próximos tres años?”. Como se puede observar el porcentaje de hombres que esperan crear una empresa es del 6,5%, situándose por encima de la media de Sevilla para el total de la población encuestada. Para el caso de las mujeres, el potencial emprendedor se encuentra en el 5,8%, en un nivel 0,7 puntos por debajo del de los hombres. En la literatura encontramos varias teorías que explican los motivos que hacen que las mujeres tengan una menor propensión a la creación de empresas en todas las fases del proceso emprendedor. Por ejemplo, desde la existencia de las barreras de acceso a las oportunidades en las mismas condiciones que los hombres, hasta la construcción social de los diferentes roles en la elección de una carrera profesional.

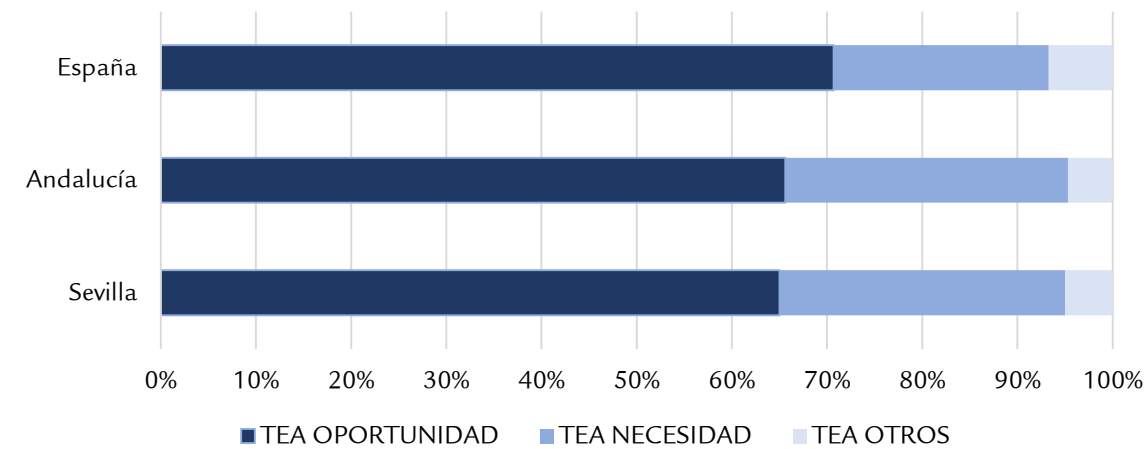
1.3. Actividad emprendedora

En este apartado se analiza el porcentaje de población adulta que ha creado empresas de menos de 3 meses (emprendedores nacientes) y el porcentaje de población que tiene y gestiona un negocio de tres meses a tres años y medio (emprendedores nuevos). La suma del porcentaje de emprendedores nacientes y de emprendedores nuevos constituye el principal indicador que se elabora en este informe y se trata de la tasa de actividad emprendedora total (TEA).

Tabla 1.1. Indicadores en la fase inicial del proceso emprendedor

	Nacientes	Nuevos	TEA
Sevilla	2,9	4,6	7,5
Cádiz	2,2	4,4	6,6
Granada	2,0	3,2	5,2
Jaén	2,8	3,2	6,0
Málaga	2,2	5,0	7,2
Andalucía	2,9	6,1	8,8
España	2,7	3,7	6,4

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

Gráfico 1.7. Tasa de actividad emprendedora según el motivo para emprender, 2018

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

En el caso de la provincia de Sevilla, la TEA para el año 2018 alcanzó un 7,5% de población involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial. Este nivel se situó entre la media española (6,4%) y la andaluza (8,8%), al igual que ocurría con la tasa de emprendimiento potencial. Si bien, en este caso, el dato para Andalucía es superior al nacional, al revés que en el apartado anterior.

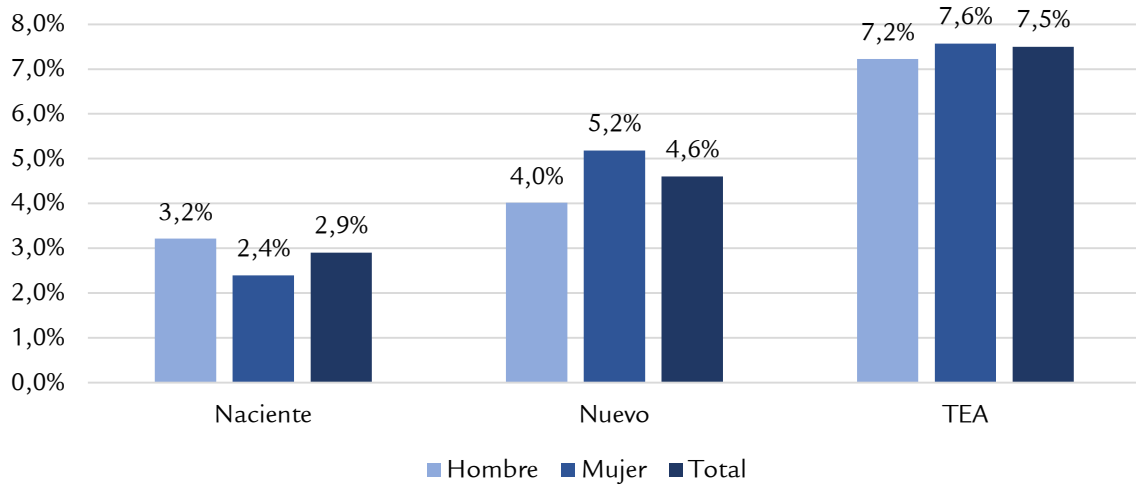
Dentro de esta fase, el 4,6% de la población adulta se corresponde con aquellas que poseen y gestionan negocios nuevos, mientras que, el 2,9% se encuentra poniendo un negocio en marcha (naciente). Por lo tanto, para el año 2018 la participación de la población sevillana en negocios nuevos es superior a la participación en negocios nacientes. Esto puede ser reflejo de una mayor tasa de emprendimiento naciente en años anteriores, que se refleja ahora en el nivel de emprendedores nuevos. Sin embargo, al ser este el primer informe específico para la provincia, carecemos de datos sobre años anteriores. Si analizamos la ratio entre los dos componentes de la TEA, significaría que, por cada 10 emprendedores nacientes hay aproximadamente 16 emprendedores nuevos (ver Tabla 1.1).

En el Gráfico 1.6 se muestra una comparación entre las provincias analizadas en este estudio, para la actividad emprendedora total. Hay tres

provincias que se encuentran por encima de la media española, Sevilla, Málaga y Cádiz (en orden descendente). No obstante, destaca la gran similitud entre las provincias de Sevilla y Málaga.

También es importante analizar los distintos motivos que impulsan a las personas a crear una empresa. Destacan fundamentalmente dos tipos de motivaciones. Por un lado, las personas involucradas en el proceso emprendedor pueden estar motivadas por la identificación de una oportunidad de negocio. Por otro, otras están motivadas por una necesidad económica (la falta de una alternativa laboral). Además, se incluye un tercer grupo que recoge otros motivos.

El Gráfico 1.7 muestra la TEA según los motivos de emprender para la provincia de Sevilla, en comparación con la media andaluza y la española. Como ocurre en esos ámbitos territoriales más amplios, en Sevilla la mayoría de la población emprendedora identifica una oportunidad como principal motivación para crear un negocio. En concreto, un 65% de las personas lo indican así, similar al caso andaluz (65,6%) y algo inferior si lo comparamos con España (70,7). En cuanto a las personas emprendedoras motivadas por necesidad, en Sevilla son un 30%, también muy cercano al 29,7% de Andalucía y algo por encima del caso

Gráfico 1.8. Indicadores de emprendimiento por género en Sevilla, 2018 (fase inicial)

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

de España (22,6). El resto de posibles motivos para emprender representan para el caso de Sevilla un 5% del total, muy cerca del nivel para Andalucía (4,7%) y algo inferior al de España (6,7%).

Al igual que en el apartado anterior, es de interés analizar la población adulta emprendedora en la provincia de Sevilla, desde una perspectiva de género. Como puede observarse en el Gráfico 1.8, el valor de la TEA para las mujeres es ligeramente superior a la TEA para los hombres. Esto se debe a la mayor tasa de emprendedoras nuevas en la provincia puesto que, en el caso de las emprendedoras nacientes, su prevalencia es todavía inferior a la de los hombres.

Esta circunstancia se contradice con una amplia literatura que encuentra repetidamente una menor participación de la mujer en la actividad emprendedora. Por ello, teniendo en cuenta el tamaño de la muestra analizada, no se puede descartar que esté dentro del margen de error en el ajuste. No obstante, también puede haber una explicación significativa. En el caso de los emprendedores nacientes, el hombre se sitúa 0,8 décimas por encima de la mujer. Algo que tiene una clara explicación con la teoría sobre la brecha existente entre el emprendimiento masculino y femenino. Todavía, los hombres se plantean con más frecuencia crear una empresa (como vimos en el apartado anterior), y también

es más probable que se lancen a hacerlo. Sin embargo, el porcentaje de mujeres emprendedoras nuevas se ha situado en la provincia de Sevilla por encima del porcentaje para los hombres. Esto podría deberse a que la tasa de supervivencia de las empresas creadas por mujeres es más alta, o que ellas se hacen cargo de algunas de las empresas que inicialmente fueron puestas en marcha por un hombre.

1.4. Dinámica emprendedora

Este apartado analiza la fase de consolidación del proceso emprendedor. Se trata de empresas que han superado las fases anteriores y llevan más de 3 años y medio operando en el mercado. Para ello, el indicador que hemos definido al comienzo de este capítulo es el empresario consolidado que se calcula sobre la población de 18-64 años de edad. Por lo tanto, esta fase se centra en la creación de empresas sostenibles en el tiempo. Otro escenario posible es el abandono del negocio ya sea por traspaso de la actividad o por el cierre definitivo. Como es lógico, no todas las iniciativas emprendedoras serán capaces de avanzar en el proceso emprendedor y convertirse en negocios maduros.

Para la provincia de Sevilla, la población adulta que se identifica como empresarios

consolidados representa un 4,9% en 2018, algo más de un punto porcentual por debajo de la media española (Gráfico 1.9). Es decir, en Sevilla hay proporcionalmente menos emprendedores consolidados que en España.

Si comparamos con la TEA, y más concretamente con la tasa de nuevos emprendedores (4,6%), el nivel alcanzado por la participación de la población adulta en la fase consolidada es algo superior (4,9%). Este dato es relevante, puesto que las nuevas empresas están acotadas entre 3 meses y 3 años y medio de vida, mientras que las empresas consolidadas incluyen las que tiene cualquier edad superior a esos tres años y medio. Cabría esperar que la tasa de empresarios consolidados fuese claramente superior, como ocurre en el caso de España. Esto podría estar indicando que la duración media de las empresas en Sevilla es relativamente baja. Es sin duda un aspecto que precisaría de una investigación más detallada. Y, de confirmarse, podría estar denotando una debilidad importante del tejido emprendedor sevillano.

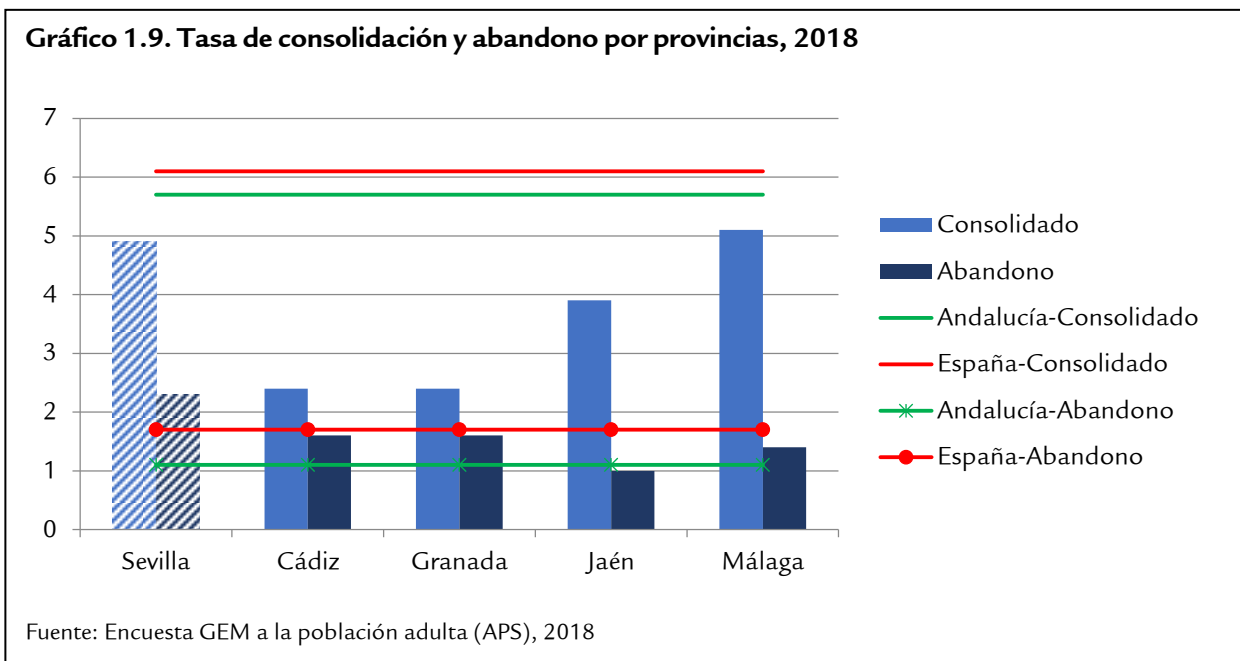
Otro indicador a tener en cuenta, es el número de empresarios que abandonan su empresa. En Sevilla, las personas involucradas en estos abandonos empresariales representaron el 2,3% de la población encuestada en 2018. En comparación con el TEA, se trata de una cifra baja. Esto supone un dato positivo, que apunta

hacia la sostenibilidad en el tiempo de las actividades emprendedoras iniciadas.

Aunque los motivos de abandono son varios, existen concretamente dos que podemos considerar como principales. En primer lugar, el tener una oportunidad para vender el negocio (25,6% de los casos) y, en segundo lugar, que el negocio no era rentable (24,4% de los casos). El tercer motivo que puede considerarse más habitual, es el comienzo de la jubilación (15,7%). El resto de los motivos (dificultad de obtener financiación; burocracia o impuestos; motivos familiares o personales; y el surgimiento de otra oportunidad o empleo) por los cuales las personas se encuentran involucradas en un abandono presentan porcentajes menores.

Sin embargo, no todos los abandonos significan que el negocio se haya cerrado definitivamente, sino que en algunos casos puede haberse producido un traspaso, como se deduce de alguno de los motivos señalados en el párrafo anterior. En concreto, de las personas que han abandonado el negocio, más de la mitad (representando una tasa del 1,4%) representan cierres definitivos del negocio. En cambio, un 39% aproximadamente de los abandonos fueron debidos a un traspaso de la actividad (representando el 0,9% de la población encuestada).

Como en apartados anteriores, analizamos a continuación los indicadores de la fase



consolidada del proceso emprendedor para las provincias para las cuales disponemos de datos. Se comparan también los resultados obtenidos para la media andaluza y española. En el Gráfico 1.9 se observa que las dos provincias que destacan por tener una situación similar, son Sevilla y Málaga, en relación a la tasa de consolidación de empresas (4,9% y 5,1%, respectivamente). En la tasa de abandono se aprecia una mayor diferencia. Para Sevilla, cerca de un punto porcentual por encima de la de Málaga.

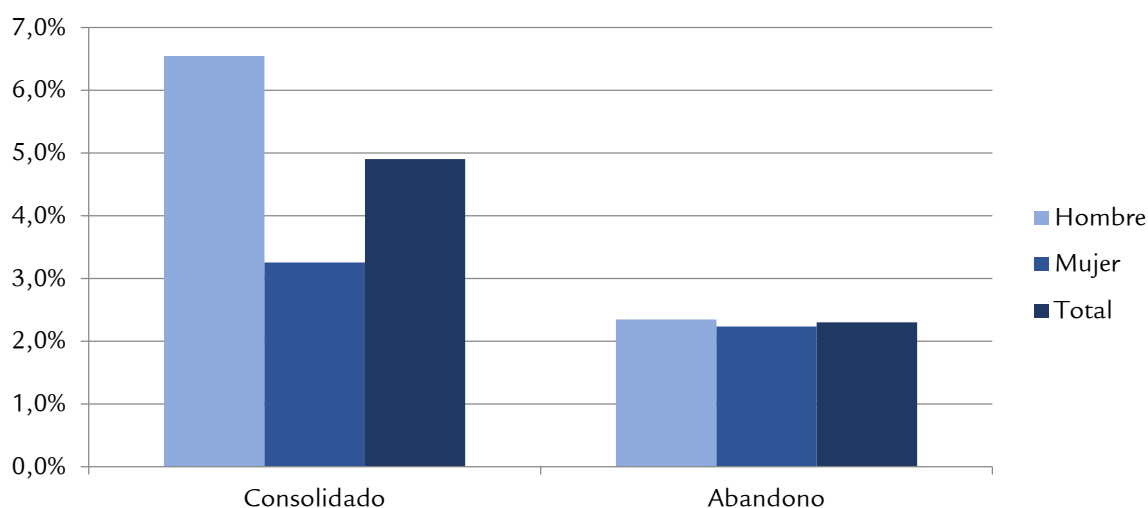
Todas las provincias analizadas tienen tasas de consolidación por debajo de la media española, observándose una mayor distancia en las provincias de Cádiz y Granada. La tasa de consolidación para Andalucía se sitúa a cuatro décimas de la media española y por encima de las provincias analizadas. En cuanto al porcentaje de personas que han abandonado la actividad empresarial, solo en el caso de la provincia de Sevilla la tasa se sitúa por encima de la media española. Y en el otro extremo se sitúa Jaén, con la menor tasa de abandono (1% de los casos).

En la fase de consolidación, también se mantienen las diferencias de género (ver Gráfico 1.10). Incluso se acentúan. Por ejemplo, el porcentaje de empresarios consolidados hombres (6,5%) para la provincia de Sevilla en 2018 casi duplica el porcentaje de empresarias

consolidadas (3,3%). Estas diferencias no se observan de forma tan acusadas para la media española, donde un 6,6% de los hombres son empresarios consolidados, mientras que el 5,6% de las mujeres son empresarias consolidadas (GEM España, 2018). De hecho, el menor nivel de emprendedores consolidados en Sevilla con respecto a España se explica prácticamente en su totalidad por la menor presencia femenina.

En el caso de los abandonos de la actividad empresarial, no se aprecian diferencias significativas en cuanto a hombres y mujeres en Sevilla en 2018. En este caso, la tasa de abandono se sitúa en el 2,3% y el 2,2%, respectivamente. Un nivel que se mantiene por encima de la media española (1,7%). Las diferencias en cuanto al género, las observamos en el destino de los negocios que son traspasados. Una parte menor de los hombres que abandonan traspasan sus negocios (tasa del 0,4% sobre el total de la población masculina), mientras que en el caso de las mujeres esa proporción es mucho mayor (tasa del 1,5% de la población femenina). Por lo tanto, el cierre definitivo de un negocio se lleva a cabo por el 2% de los hombres, y tan sólo el 0,8% de las mujeres. Es posible que esta diferencia esté relacionada con los motivos que llevan a las personas a abandonar sus negocios. Parece que las mujeres expresan un mayor apego a su negocio. Para el caso de los hombres, la razón

Gráfico 1.10. Indicadores de emprendimiento por género en Sevilla, 2018 (fase inicial)



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

principal es haber tenido una oportunidad para vender el negocio. Sin embargo, en el caso de las mujeres el motivo más frecuente es la jubilación o que el negocio no es rentable.

1.5. Conclusiones

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

Los resultados que se han obtenido en la primera fase del proceso emprendedor, muestran para la provincia de Sevilla un porcentaje de emprendedores potenciales o personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han mostrado su intención de crear una empresa en los próximos 3 años, que alcanzó el 6,2% en 2018. Así, Sevilla junto con las provincias de Málaga (6,6%) y Jaén (5,3%) son las que se sitúan por encima de la media andaluza y acercándose a los valores medios de España. La mayor presencia relativa de oportunidades para emprender, al menos en las provincias de Sevilla y Málaga, puede ser una explicación a la hora de decidir crear un negocio, ya que se observan niveles de desempleo menores que en el resto de provincias analizadas (según datos de la Encuesta de Población Activa 2018).

Para la segunda fase del proceso, la población involucrada en actividades emprendedoras (TEA) en la provincia de Sevilla, alcanzó un nivel del 7,5% en 2018. Este valor se situó entre la media española (6,4%) y la andaluza (8,8%). Este indicador incluye tanto la fase de nacimiento de la empresa como la de su consideración como empresa nueva. En cuanto a los emprendedores nacientes (cuyos proyectos

están aún en proceso de lanzamiento, o llevan en funcionamiento hasta 3 meses), el 2,9% se encuentra poniendo un negocio en marcha en 2018. Mientras que para los emprendedores nuevos (cuyas empresas llevan en funcionamiento de 3 a 42 meses), el 4,6% de la población sevillana poseen y gestionan negocios nuevos, participación que es superior a la de negocios nacientes. En concreto, por cada 10 emprendedores nacientes hay 16 emprendedores nuevos, aproximadamente. Esto puede ser indicativo de una actividad emprendedora relativamente elevada en los 2 o 3 años inmediatamente anteriores a la recogida de estos datos.

Otro resultado que encontramos con respecto a la TEA, hace referencia a la similitud entre las provincias de Sevilla y Málaga, con niveles por encima de la media española. El hecho de que sean las dos provincias que más aportan al PIB andaluz, y donde se localizan las dos metrópolis mayores de la región, sin duda es un factor impulsor del emprendimiento.

Tras el estudio de la población involucrada en actividades emprendedoras en la fase inicial, analizamos la participación en la fase de consolidación del proyecto empresarial (más de 42 meses) y el abandono o cierre de un negocio en los últimos 12 meses. Para la provincia de Sevilla en 2018, los empresarios consolidados representan un 4,9%, un valor por debajo de la media española, y un 2,3% los abandonos empresariales. Esta última cifra, si bien es superior al dato para España, muestra un nivel sustancialmente más bajo en comparación con la TEA. Esto nos hace pensar en la sostenibilidad en el tiempo de la dinámica emprendedora de la provincia de Sevilla.

Si nos fijamos con más detalle en el porcentaje de abandonos empresariales (2,3%), vemos que más de la mitad (1,4%) representan cierres definitivos, y el resto (0,9%) corresponde a traspasos de negocios que continúan en marcha con otro propietario. En conjunto, los motivos más habituales para abandonar el negocio son: tener una oportunidad para vender el negocio (25,6% de los casos); que el negocio no era

rentable (24,4% de los casos); y el comienzo de la jubilación (15,7%).

Por último, otro aspecto de interés ha sido el relativo a las diferencias de género observadas en las distintas fases del proceso emprendedor. Para el caso de Sevilla en el año 2018, el porcentaje de hombres que esperan crear una empresa (potencial emprendedor) es del 6,5%, por encima del de las mujeres (5,8%). Por lo tanto, se mantiene la brecha entre hombres y mujeres en intención emprendedora.

En cambio, en la fase inicial del proceso, el valor de la TEA para mujeres (7,6%) es ligeramente superior a la TEA para hombres (7,2%). No obstante, esta igualdad se da por la mayor presencia de mujeres entre los emprendedores nuevos. En cambio, el porcentaje de emprendedores nacientes hombres se sitúan por encima del de las mujeres, lo que está más de acuerdo con la literatura sobre la menor participación de la mujer en la actividad emprendedora. Resulta sorprendente esa elevada presencia de mujeres entre los emprendedores nuevos. Se trata de un fenómeno que sin duda se debe investigar. Será muy interesante comprobar si en el año 2019 y siguientes se confirma esta situación. Por otro lado, al apreciarse unas diferencias tan reducidas en los valores de la TEA entre hombres y mujeres, no puede descartarse que se deba a algún error de medición.

Finalmente, en la fase de consolidación, es donde se mantienen las diferencias de forma acusada. Así, en la provincia de Sevilla en 2018, el porcentaje de empresarios consolidados hombres (6,5%) casi duplica el porcentaje de empresarias consolidadas (3,3%). Al tratarse de las empresas que llevan más años en funcionamiento, este dato pone de relieve la menor participación que era tradicional hasta hace poco, de las mujeres en la actividad emprendedora. Estas diferencias no se observan para los abandonos empresariales, que están muy equilibrados entre los dos sexos. Sin embargo, cuando entramos en mayor detalle, la brecha la encontramos en los traspasos y los cierres definitivos. En el caso de las mujeres, éstas traspasan sus negocios en mayor medida, mientras que en el caso de los hombres, éstos

cierran definitivamente un porcentaje mayor que las mujeres.

Para finalizar, cabe decir que los datos aquí presentados muestran una imagen de Sevilla como provincia emprendedora y dinámica, con unos niveles muy considerables de actividad en todas las fases del proceso de emprendimiento. Se puede afirmar, si bien con la precaución propia de trabajar con datos limitados, que Sevilla se encuentra en un lugar destacado dentro del panorama del emprendimiento en Andalucía.

Capítulo II

Fenómeno Emprendedor:

Valores, percepciones y aptitudes de la población en Sevilla

2.1. La importancia de los valores, las percepciones y las aptitudes en el emprendimiento

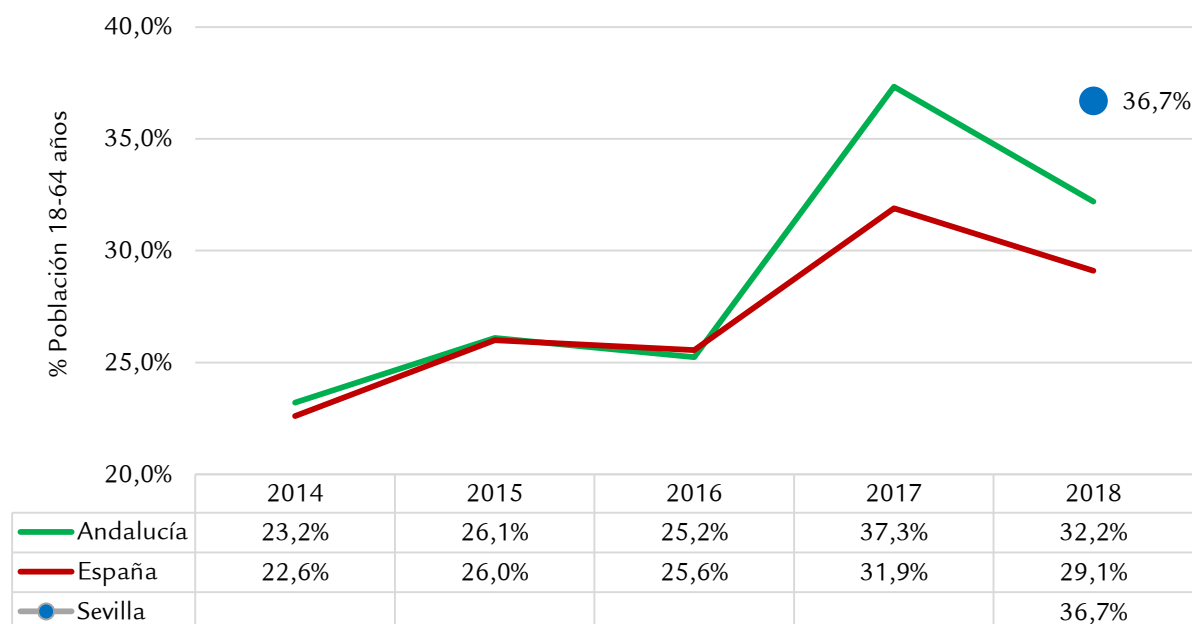
La etapa más temprana de todo proceso emprendedor se inicia con la identificación de oportunidades de negocio, pero para poner efectivamente en marcha una nueva empresa se necesita también que exista una voluntad -una motivación manifiesta- que las explote y unas capacidades iniciales que permitan la creación y el posterior desarrollo del negocio. En otras palabras, la creación de empresas requiere de una conexión entre oportunidades, motivación y capacidad para explotarlas: el emprendedor ha de identificar una oportunidad y ser capaz de reunir los recursos necesarios para explotarla.

Para analizar la complejidad de este proceso emprendedor, la literatura especializada ha

planteado un enfoque multidisciplinar donde se enlazan factores económicos, pero también psicológicos y sociológicos. Se construye así un marco de estudio donde la decisión final de crear una empresa puede ser analizada mediante una serie de determinantes que ayudan a entender los procesos cognitivos del emprendedor. Este enfoque cognitivo representa el estudio de cómo se desarrolla el pensamiento y cómo funciona la mente cuando adquiere e interpreta la información que recibe; la forma en que el cerebro procesa los impulsos y la información que el emprendedor recibe de su entorno. Se trata de entender mejor porqué unas personas identifican oportunidades y otras no; o porqué algunos deciden aprovechar esas oportunidades convirtiéndose en emprendedores, y otros no.

Precisamente, la encuesta a la población adulta

Gráfico 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses



Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

del GEM, que se realiza a personas de edades comprendidas entre 18 y 64, incluye una serie de preguntas que tienen por objetivo identificar cómo la población percibe su potencial emprendedor a través de la percepción de las oportunidades para emprender, las razones que les motivan a ello, la valoración personal de sus capacidades para iniciar y desarrollar un proyecto empresarial, así como la percepción sobre la cultura que les rodea en relación al emprendimiento². Estas son algunas de las cuestiones que serán objeto de análisis en este segundo capítulo, prestando atención a los principales resultados obtenidos para la provincia de Sevilla en 2018.

Este estudio se enriquece gracias a dos perspectivas complementarias. Por una parte, en este tipo de análisis es fundamental diferenciar si la persona está involucrada en el proceso emprendedor o no. Para ello, la metodología del GEM distingue la población involucrada (aquellas personas que están iniciando un negocio o son propietarias de negocios ya establecidos) de la población no involucrada (las personas que no están relacionadas con ninguna actividad empresarial) para dar una visión más específica del impacto de esas percepciones en el fenómeno emprendedor (Informe GEM España 2017/18). Por otra parte, se realiza un estudio desde la perspectiva de género que desde 2015 se incluye en los informes nacionales del GEM y que permite comprender mejor las posibles discrepancias entre géneros a la hora de emprender.

2.2. Las percepciones sobre las oportunidades de negocio

Según Ardichvili *et al.* (2003)³ la identificación de una oportunidad de negocio representa la etapa más esencial de todo el proceso emprendedor, por ello, resulta de vital importancia conocer las percepciones que tienen los individuos sobre

dichas oportunidades. En el proyecto GEM esta variable se analiza mediante el porcentaje de población de 18 a 64 años que contestan afirmativamente a la pregunta de si, en su opinión, existen buenas oportunidades de negocio para emprender en el área donde reside en los próximos seis meses.

En este sentido, el 2017 estuvo caracterizado por un aumento considerable de la percepción de oportunidades para crear un negocio tanto en Andalucía como en España. A nivel nacional, se puede hablar de cifras históricas puesto que por primera vez se superaba la barrera del 30 por ciento (un 31,9% en concreto), el valor más alto desde 2008, probablemente influenciada por la recuperación económica de la economía española. En 2018, España muestra un cierto retroceso de dos puntos porcentuales situándose en el 29,1%, aunque sigue siendo un nivel muy por encima de los obtenidos en la última década de crisis (Gráfico 2.1).

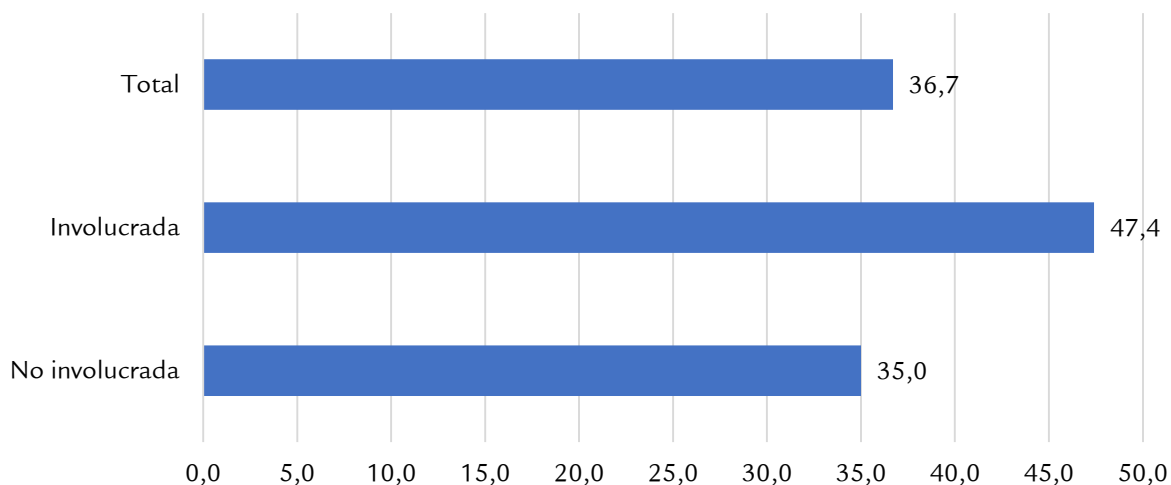
Por su parte a nivel regional, en 2017 Andalucía ganaba más de 12 puntos porcentuales respecto a 2016 y rebasaba el 37%, un dato que demostraba que eran más las personas que creían que el mercado ofrecía buenas oportunidades para iniciar un negocio en el conjunto general de la población andaluza. En 2018, Andalucía, aunque con una caída más pronunciada, continúa destacando en el ranking nacional con una tasa del 32,2% (Gráfico 2.1), situándose en la segunda posición tras la Comunidad de Madrid e igualada con Cataluña.

En este resultado regional, sin duda Sevilla ha desempeñado un importante papel. En 2018, Sevilla destaca por un nivel de percepción de oportunidades emprendedoras alto en el contexto nacional. De manera detallada, el porcentaje de la población que considera que existen oportunidades para crear una empresa en los próximos seis meses alcanza la cifra de 36,7%, siete puntos porcentuales por encima de la media nacional, y más de 4 puntos por encima del dato para Andalucía.

² Ribeiro-Soriano, D.E. (2014) Creación de Empresas y Emprendimiento de Estudiante a Empresario (1). Editorial: Pearson Educación. ISBN: 978-84-205-5910-0.

³ Ardichvili, A., Cardozo, R., y Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.

Gráfico 2.2. Percepción de opor. (%) pob. total, involucrada y no involucrada en la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

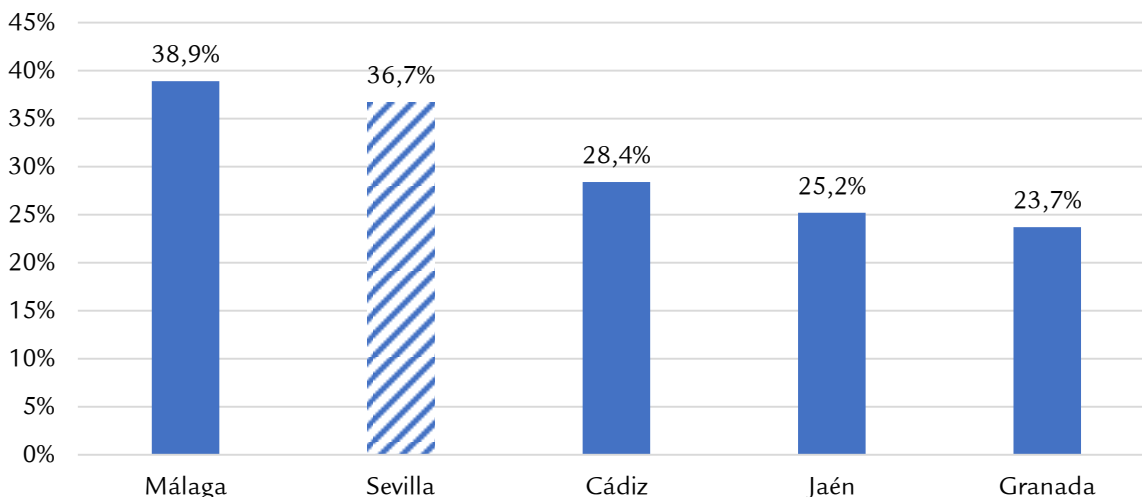
Está ampliamente documentado en la literatura especializada que los emprendedores son personas que perciben con más facilidad las oportunidades de negocio que ofrece el mercado.

De esta manera, en 2017, el 44,0% de la población involucrada española había manifestado percibir oportunidades para emprender en los próximos 6 meses, un porcentaje en torno a 12 puntos porcentuales superior al de la población no involucrada. En 2018, se mantiene esa horquilla entre estos grupos de población pero dentro del contexto

marcado por el leve retroceso anteriormente comentado, alcanzando un nivel de 42,7% para la población involucrada frente al 29,1% de la no involucrada.

Para el caso de Sevilla, la horquilla entre las dos poblaciones es similar al caso español, con una diferencia que gira en torno a 12 puntos porcentuales, si bien los niveles son lógicamente superiores en ambos casos: el porcentaje de población involucrada que percibe oportunidades se sitúa casi cinco puntos porcentuales por encima de la media nacional

Gráfico 2.3. Porcentaje de población que percibe buenas condiciones en los próximos 6 meses para crear una empresa en el área donde vive. Provincias andaluzas disponibles en la muestra



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

hasta alcanzar el 47,4%, frente al 35,0% de la población no involucrada (Gráfico 2.2).

La comparación de este indicador entre las provincias andaluzas para las que existen datos se recoge en el Gráfico 2.3. En 2018, Sevilla se encuentra en el segundo nivel de percepción de oportunidades de las provincias andaluzas de la muestra, solo superada por Málaga, la provincia mejor situada con casi un 39%. Ambas provincias superan de manera clara el nivel del 30 por ciento de su población con buenas percepciones de negocio. El resto de las provincias se alejan de este nivel y se sitúan por debajo de la media nacional. Así, Cádiz, tercera en el ranking, alcanza un nivel del 28,4% mientras que Jaén se sitúa en torno al 25% y Granada roza el 24%.

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

En este apartado se analizan tres características asociadas a los emprendedores que son de vital importancia a la hora de analizar el proceso emprendedor. Las dos primeras tienen que ver con dos de los rasgos psicológicos de los emprendedores más estudiados en la investigación especializada del emprendimiento y están claramente relacionadas con la decisión de crear una empresa (así como el posterior éxito o fracaso de la misma); nos estamos refiriendo a la autoeficacia y a la tolerancia al riesgo. La tercera característica recoge un elemento del entorno más cercano al emprendedor que actúa como factor de motivación para el emprendimiento; nos referimos al conocimiento de otros emprendedores que pueden actuar como modelos de referencia para la persona.

Respecto al primero, en la literatura especializada el control percibido sobre la conducta hace referencia a la percepción que tienen las personas sobre su capacidad para realizar con éxito las distintas tareas necesarias para la creación de una empresa. Sin embargo, a la hora de decidir emprender, el elemento esencial es el que el individuo considere que posee esos conocimientos o habilidades, aunque

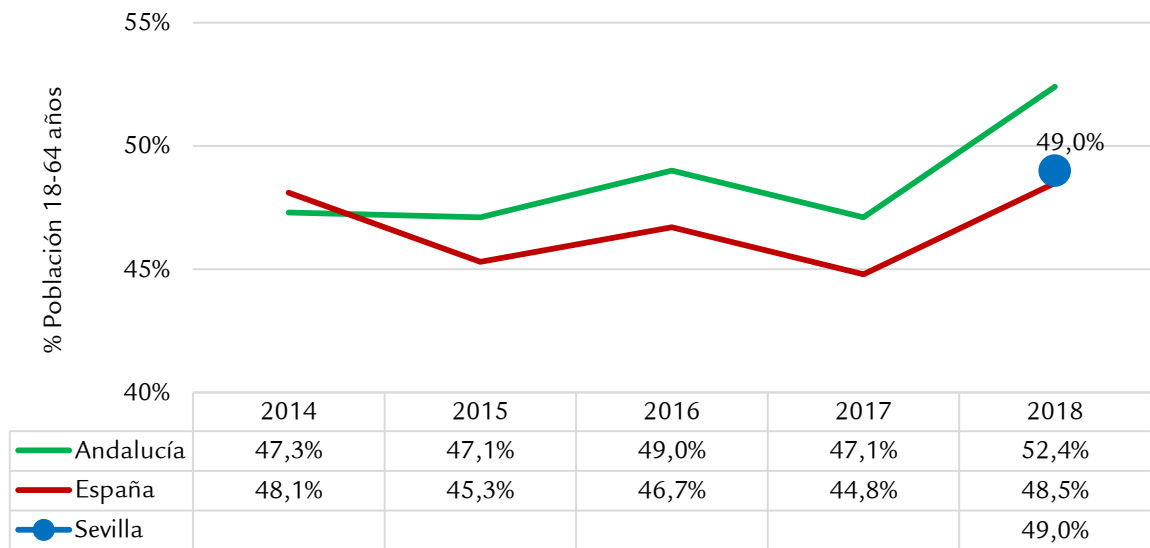
esa percepción no sea del todo correcta. Este concepto de control percibido guarda relación con el concepto denominado autoeficacia (sentirse capaz de realizar una actividad de forma satisfactoria), ampliamente empleado en la literatura especializada. Las personas que piensan que van a ser capaces de controlar y dominar el proceso de emprendimiento experimentarán una mayor intención de llevarlo a cabo.

En segundo lugar, la otra característica que se suele asociar a los emprendedores es la tolerancia al riesgo. Toda actividad empresarial conlleva riesgos, el más común, la posible pérdida de dinero. En este sentido, el miedo al fracaso percibido es un importante componente del riesgo vinculado a la creación de una empresa que puede actuar como inhibidor de los comportamientos emprendedores. Una reducción de este miedo incrementa notablemente las probabilidades de decidir crear una empresa (Informe GEM España 2018/19).

En tercer lugar, cada persona recibe la influencia específica de su entorno más cercano o entorno local (familia, amigos, grupo étnico o social al que pertenece, etc.), que condicionan la forma en que la persona percibe el mundo (sus valores, actitudes y motivaciones). Si ese entorno se caracteriza por un contacto positivo, continuado y permeable con el mundo empresarial, es más probable que la persona tome conciencia de que esa salida profesional existe y que es satisfactoria. Trabajos como el de Bosma et al. (2012)⁴ ponen de manifiesto la importancia de conocer a otros emprendedores para decidir emprender. Estas personas actúan como modelos de referencia, motivando a los individuos a emprender, dándoles apoyo moral y los consejos que puedan necesitar.

La encuesta de población adulta del GEM incluye un conjunto de preguntas dirigidas a analizar precisamente estas tres características emprendedoras y que son objeto de análisis en los siguientes subapartados.

⁴ Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M. V., y Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424.

Gráfico 2.4. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender

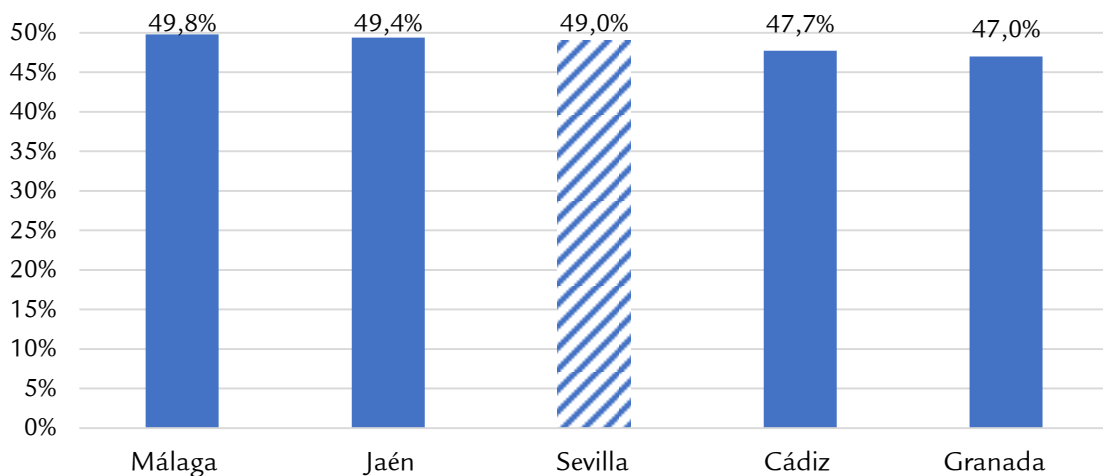
Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

2.3.1. Percepciones sobre las capacidades para emprender en la provincia de Sevilla

En primer lugar, la percepción sobre la posesión de conocimientos y habilidades para emprender de la población española de 18 a 64 años es uno de los indicadores más estables a lo largo de todo el horizonte temporal considerado del GEM. En 2017, se situaba en el 44,8%, en España, un porcentaje que aumentaba hasta el 81,3% en el caso de la población involucrada, lo

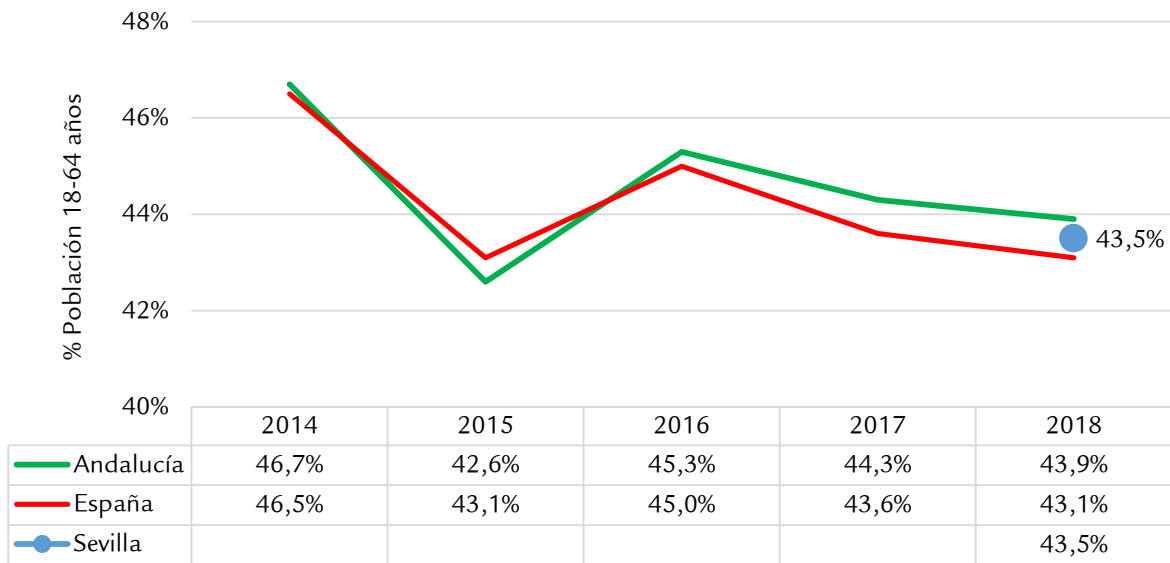
que confirma que es una percepción muy importante para emprender. En 2018, este indicador se caracteriza por un crecimiento de casi cuatro puntos porcentuales hasta situarse en el 48,5% (el 83,8% para la población involucrada) (Gráfico 2.4).

Los resultados son más favorables en el contexto andaluz: Andalucía se sitúa en los últimos años entre las comunidades autónomas con una mayor percepción sobre las habilidades de la

Gráfico 2.5. Percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender 2018. Provincias andaluzas

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

Gráfico 2.6. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender



Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

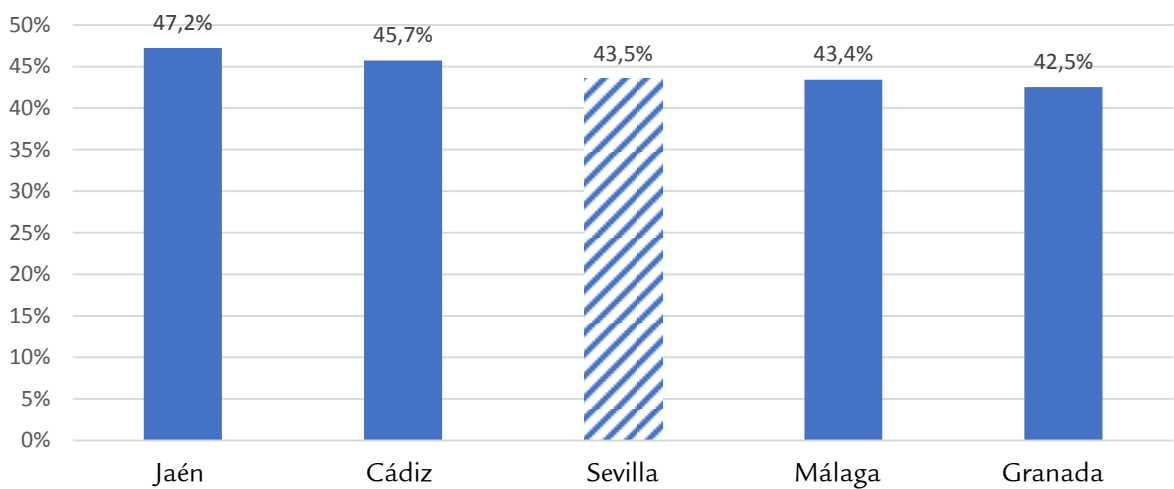
población para emprender, junto a Cataluña o Castilla la Mancha.

Al igual que en años anteriores, en 2018 el 52,4% de los andaluces afirmaban que poseían las capacidades necesarias para crear una empresa; casi cuatro puntos porcentuales por encima de la media nacional, posicionándose como la segunda región en el ranking nacional (Gráfico 2.4), solo superada por Cataluña.

En este contexto, los resultados obtenidos en Sevilla sitúan a la provincia por encima de la media nacional: casi el 49% de los sevillanos encuestados perciben que tienen las capacidades necesarias para montar una empresa, elevándose ese porcentaje al 80,6% para la población involucrada sevillana frente al 44,4% de la no involucrada.

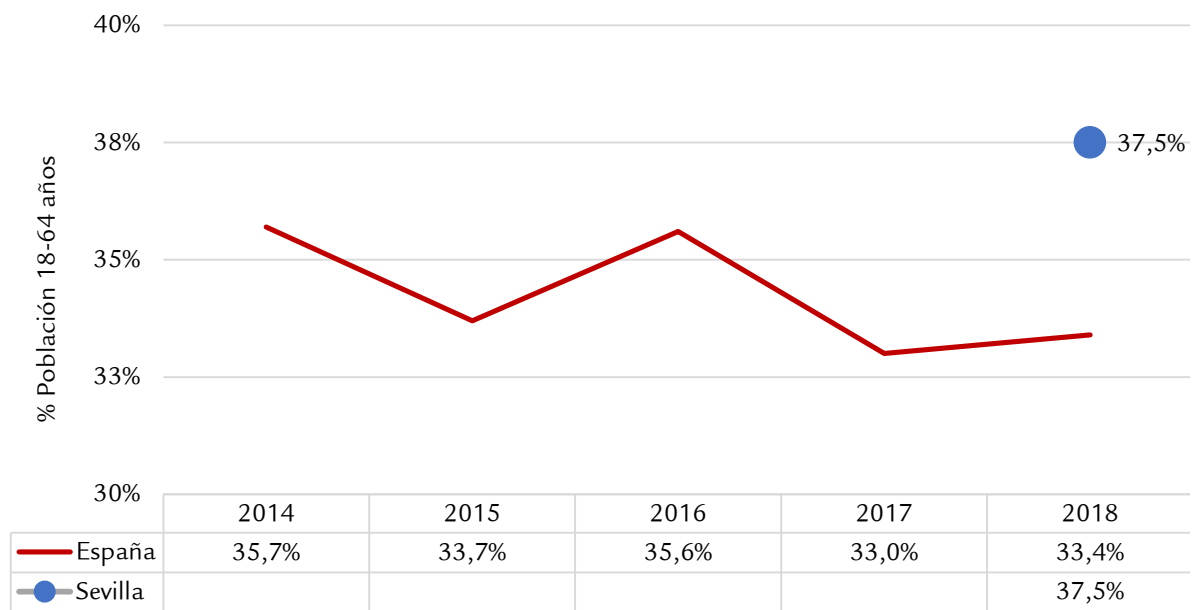
Ese porcentaje total, sitúa a la provincia en una

Gráfico 2.7. Percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender 2018. Provincias andaluzas



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

Gráfico 2.8. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia



Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

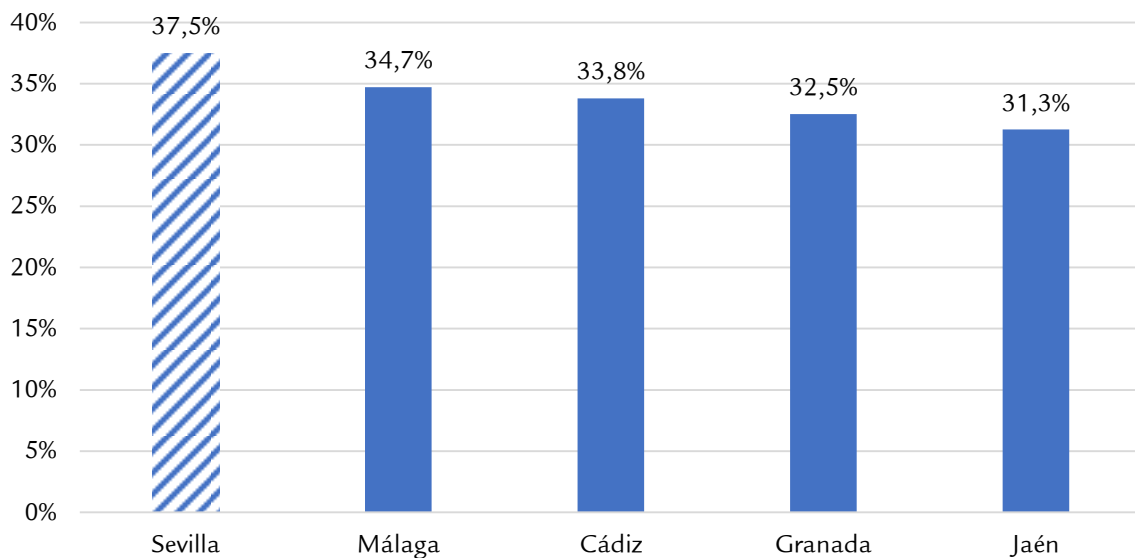
posición intermedia en términos regionales: por detrás de Jaén y, en particular, de Málaga, pero por delante de Cádiz y Granada -la provincia andaluza con el menor registro en este indicador- (Gráfico 2.5). No obstante, el rango de diferencias entre estas provincias no llega a 3 puntos porcentuales.

2.3.2. El miedo al fracaso entre la población sevillana

La encuesta GEM presenta un indicador en el

que la persona entrevistada responde si el miedo al fracaso resulta ser un obstáculo para emprender. En 2018, un 43,1% del conjunto de la población adulta en España respondió afirmativamente a esta cuestión, nivel que se mantiene relativamente estable desde 2015 si exceptuamos el pequeño repunte en 2016 (Gráfico 2.6). Ese porcentaje disminuye casi en 10 puntos porcentuales, hasta situarse en el 32,7% para la población involucrada, 2 puntos

Gráfico 2.9. Percepción de la existencia de modelos de referencia 2018. Provincias andaluzas



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

Tabla 2.1. Percepción de la población sevillana sobre sus valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género, 2018

% de la población española de 18-64 años que considera que	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	hombres	mujeres	total	hombres	mujeres	total
... existen oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	59,5%	35,0%	47,2%	40,6%	29,3%	35,0%
... posee los conocimientos y habilidades para emprender	78,8%	81,9%	80,2%	49,2%	40,0%	44,4%
... el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	30,1%	33,4%	31,9%	46,4%	43,9%	45,2%
... conoce a otras personas que han emprendido el año	76,6%	63,8%	70,9%	39,2%	26,6%	32,7%

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

porcentuales menos que 2017, pero 6 más que en 2016.

En 2018, las cifras andaluzas mostraban una disminución del miedo al fracaso, situándose en un nivel intermedio en el panorama nacional (43,9%), aunque por encima de la media. De esta forma, este indicador se mantiene ligeramente por encima de la media española, como viene ocurriendo en los últimos años (Gráfico 2.6).

En esta ocasión Sevilla prácticamente comparte el segundo nivel más bajo de miedo al fracaso en el contexto andaluz junto a Málaga, rondando el 43 % y situándose así prácticamente en la media nacional (Gráfico 2.7). Este porcentaje cae hasta el 32,3% cuando se considera la población

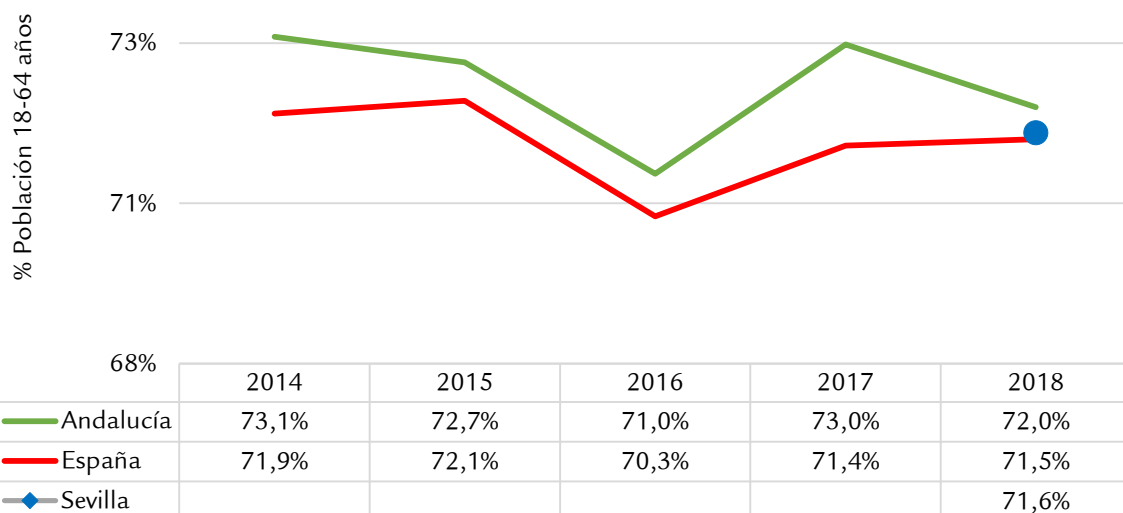
sevillana involucrada.

2.3.3. Modelos de referencia en la provincia de Sevilla

Finalmente, la encuesta introduce un indicador, relacionado con los modelos de referencia, expresado a través del porcentaje de población con conocimiento de personas que han emprendido en los últimos 12 meses en su zona de residencia. De nuevo, se trata de un indicador bastante estable a nivel nacional situándose entre el 33% y el 35,7% de la población encuestada en los últimos cinco años.

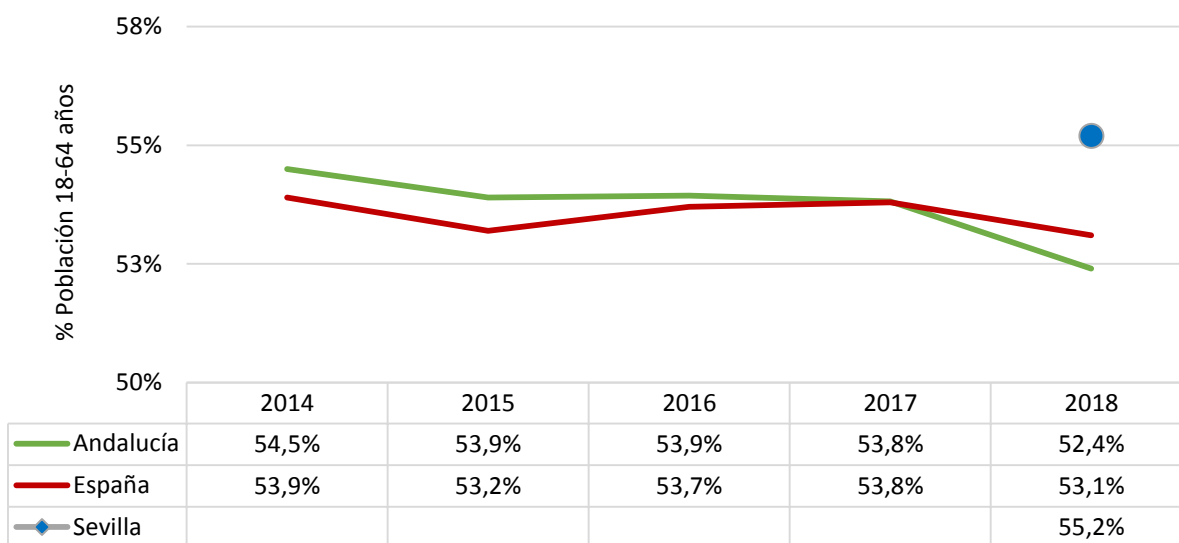
De manera detallada, en el 2017 alcanzaba un valor del 33% de la población española de 18 a 64 años entrevistada, porcentaje que se elevaba más de 20 puntos porcentuales hasta alcanzar el

Gráfico 2.10. Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida



Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

Gráfico 2.11. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción personal



Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

54,4% para el caso de la población involucrada.

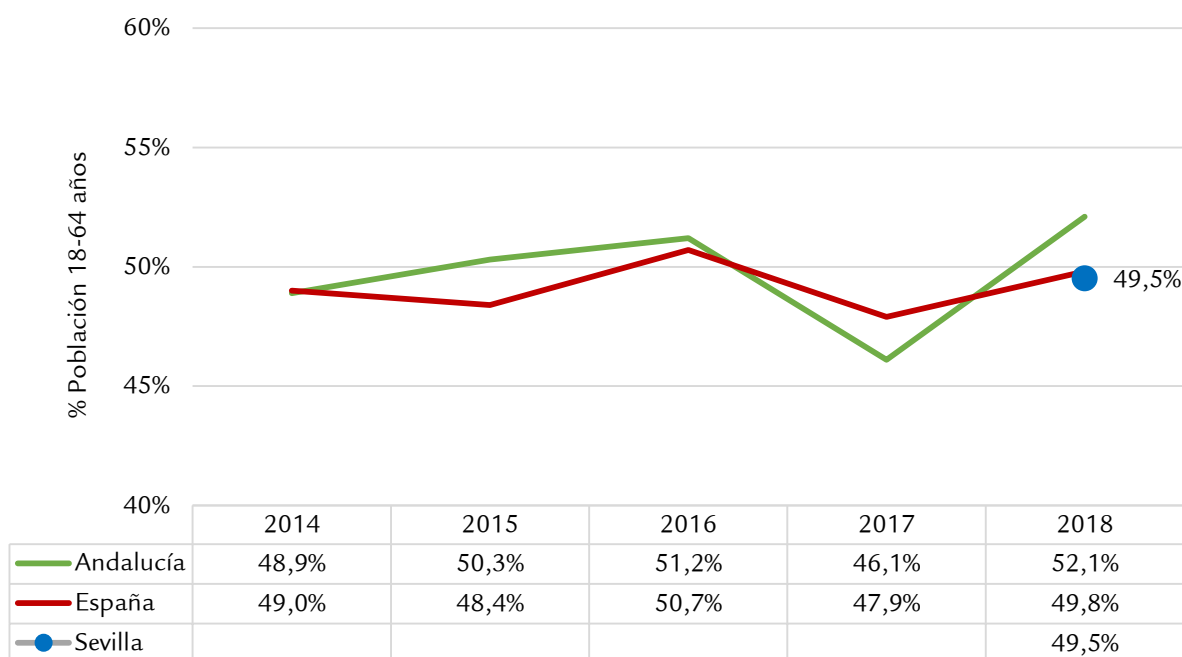
En 2018, estos niveles prácticamente no se han movido, con un ascenso de medio punto para el caso de la población total (Gráfico 2.8).

De nuevo, Andalucía destaca en el ranking nacional para esta variable: en 2018 era la tercera región por debajo de Extremadura y Aragón.

Para la provincia de Sevilla, el porcentaje

asciende al 37,5% de la población adulta, situándose por encima de la media nacional (Gráfico 2.8 y Gráfico 2.9) y colocándose la primera en el ranking de provincias andaluzas de la muestra con más de seis puntos de distancia respecto a Jaén, la provincia que cierra el ranking. En particular, destaca sus niveles en la población involucrada donde ese porcentaje se eleva hasta el 70,5%.

Gráfico 2.12. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico



Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

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

Desde el año 2015, el informe GEM incluye en este apartado un análisis desde la perspectiva de género. Tradicionalmente, los hombres se caracterizan por un nivel más alto de emprendimiento que las mujeres, razón por la cual la investigación académica ha tratado de buscar una explicación. El análisis cognitivo de las percepciones y los valores pueden ayudar a esclarecer parte de esta situación. La Tabla 2.1 muestra los indicadores sobre los valores y las actitudes de la sociedad sevillana desagregados por género, diferenciando los grupos formados por las personas involucradas en el proceso emprendedor y las que no lo están. Como se ha comentado, la percepción de buenas oportunidades de negocio, la percepción de la posesión de los conocimientos y habilidades necesarias y la percepción sobre modelos emprendedores pueden actuar como impulsores del emprendimiento, mientras que el miedo al fracaso lo puede obstaculizar. En este sentido, el patrón entre hombres y mujeres sevillanos difiere en algunos aspectos respecto a la población española.

En el caso de Sevilla se observan algunos matices y los indicadores difieren entre los grupos considerados. En este sentido, en la población involucrada, los hombres obtienen porcentajes muy superiores en percepción de oportunidades (59% vs 35%) y en los modelos de referencia (76% vs 63%) y, en menor medida, porcentajes inferiores en el miedo al fracaso. La menor diferencia entre hombres y mujeres está en la percepción sobre la posesión de los conocimientos y habilidades, pero este indicador es favorable para las mujeres (casi en el 82% para las mujeres frente a menos del 80% de los hombres).

Por el contrario, para la población no involucrada, los hombres se caracterizan por niveles superiores en percepción de oportunidades y capacidades (40% vs 29% y 49% vs 39% respectivamente) pero también en miedo

al fracaso (46% vs 43%). Asimismo, las mujeres destacan por un menor conocimiento de modelos de conducta (26,6%) respecto a los hombres (39,2%).

2.5. Percepción sobre la propia cultura y su influencia en el emprendimiento

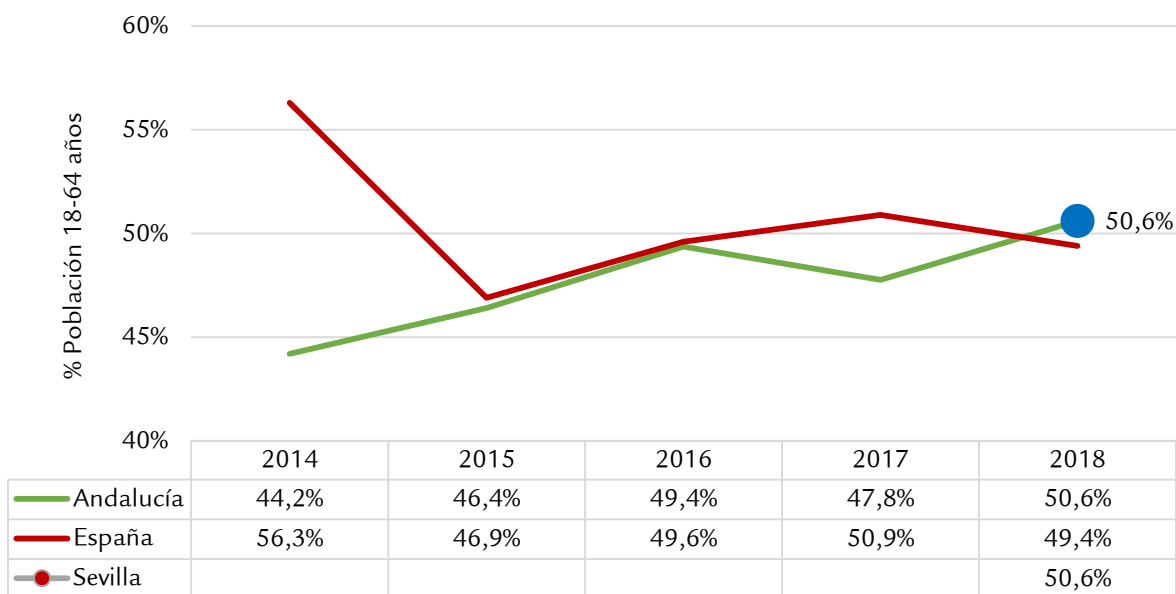
Las percepciones y los valores de la población que se han descrito en los apartados anteriores suelen estar condicionados por la cultura existente en el país (Informe GEM España 2018/19). La influencia del entorno sobre el emprendedor existe desde mucho antes de que éste haya desarrollado su intención de emprender.

La formación de los valores personales y de las actitudes se produce desde la infancia, en la medida en que participamos en el proceso de socialización. Así, una sociedad cuyas normas y valores culturales son más proclives al emprendimiento llevarán a las personas a desarrollar valores, actitudes e intenciones más favorables hacia el comportamiento emprendedor. Este efecto se produce directamente, mediante la asimilación de esos valores culturales, y también indirectamente, mediante la creación de leyes e instituciones en esa sociedad que serán más favorables para los emprendedores, por lo que la creación de empresas será más fácil y tendrá consecuencias más positivas para el territorio.

Este apartado presenta una breve descripción de la opinión de la población adulta encuestada sobre cuatro aspectos socio-culturales que podrían influir en su comportamiento emprendedor. En concreto, se pregunta sobre su (i) opinión acerca de la equidad en las condiciones de vida, (ii) si ser emprendedor puede ser considerado como una buena opción profesional, (iii) si se percibe que el estatus socio-económico de los emprendedores es alto y (iv) el papel que cumplen los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento.

Los Gráficos 2.10 a 2.13 recogen la evolución reciente para estos indicadores.

Gráfico 2.13. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación



Fuente: Informes GEM y encuesta a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

En este sentido, comenzando con el panorama nacional, la evolución del porcentaje de la población española que preferiría que existiera equidad en los estándares de vida para el año 2018 fue del 71,5%, nivel prácticamente idéntico al año anterior y en línea con los valores obtenidos desde 2013 (Gráfico 2.10). Es un indicador que no presenta diferencias significativas entre la población involucrada y no involucrada.

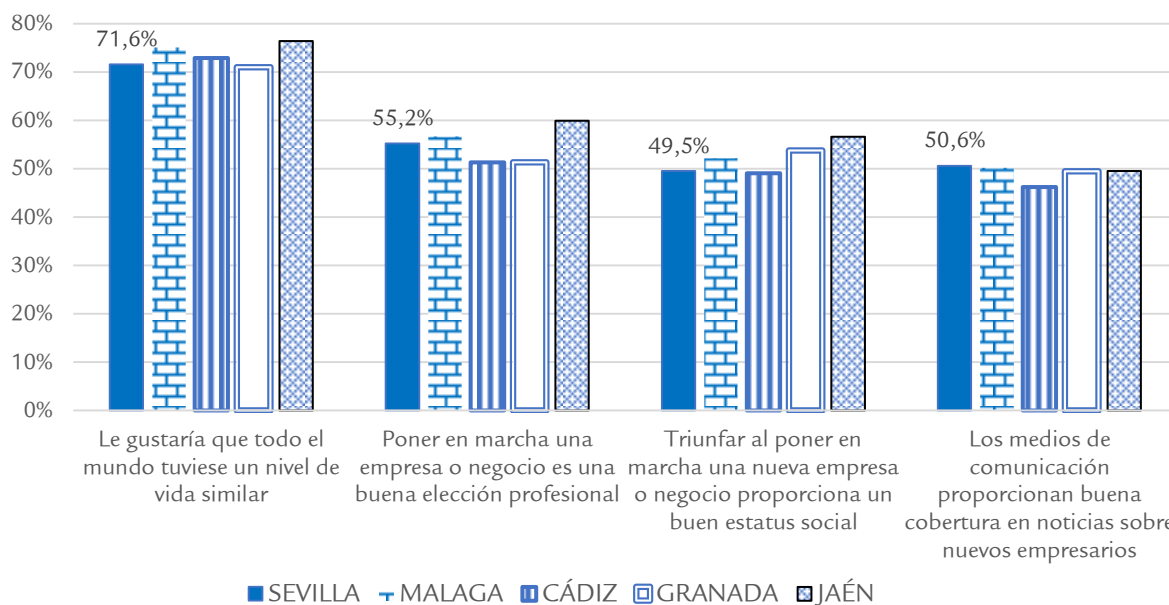
Respecto a la opinión que tienen las personas sobre el emprendimiento como opción profesional (Gráfico 2.11) y hasta qué punto resulta ser una profesión deseable, en España, el 53,1% de la población española considera en 2018 que el emprendimiento es una buena opción profesional, un porcentaje que disminuye ligeramente hasta el 52,9% para la población involucrada en el proceso emprendedor, algo que no pasaba desde 2013; desde entonces la población involucrada siempre había mostrado un porcentaje mayor que la población total.

Por su parte, el 49,8% de la población entrevistada considera que ser emprendedor brinda un estatus social y económico, 2 puntos porcentuales más que en 2017 y en línea con los

niveles obtenidos en el último quinquenio (Gráfico 2.12). De nuevo, al igual que 2017, la población involucrada presenta niveles (44,9%) por debajo de la población total.

Finalmente, el 49,4% de la población adulta española considera que en 2018 en España los medios de comunicación han mostrado a menudo historias de los emprendedores de éxito (Gráfico 2.13), un porcentaje que aumenta en torno a 5 puntos porcentuales para el caso de la población involucrada.

En este contexto, Andalucía se sitúa algo por debajo de la media nacional a la hora de considerar al emprendimiento como buena salida profesional (Gráfico 2.11), mientras que en la consideración de que triunfar al poner en marcha una empresa proporciona un buen estatus social (Gráfico 2.12) y el papel de los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento (Gráfico 2.13), se ha situado en este último año por encima de la media nacional. De manera similar, en 2018 –al igual que en los años anteriores– las cifras mostraban un mayor deseo de igualdad de nivel de vida con respecto a la media española (Gráfico 2.10).

Gráfico 2.14. Percepción sobre aspectos socio-culturales de la población 2018. Varias provincias

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2018

En este sentido, para la provincia de Sevilla los resultados muestran una percepción socio-cultural respecto al emprendimiento para el 2018, con niveles más cercanos a la media española que a la andaluza. En primer lugar, se sitúa en un nivel similar al nacional respecto a la preferencia de equidad en los estándares de vida (Gráfico 2.10), el segundo nivel más bajo de las provincias andaluzas (Gráfico 2.14).

En segundo lugar, se sitúa levemente por debajo de la media nacional respecto al porcentaje de la población que considera que ser emprendedor brinda un estatus social y económico, lo que le lleva a una posición intermedia en el ranking provincial de la región (Gráficos 2.12 y 2.14). En tercer lugar, se sitúa levemente por encima de la media nacional, cuando se pregunta por la buena cobertura en los medio de comunicación sobre los emprendedores (Gráfico 2.13), encabezando en esta ocasión el ranking regional junto a Málaga (Gráfico 2.14). Finalmente, Sevilla destaca sobre todo en el panorama nacional por su nivel alcanzado de porcentaje de población que considera la puesta en marcha de una empresa como buena elección profesional (55,2%) (Gráfico 2.11), un nivel cercano al de Málaga, aunque ambas provincias se quedan

por debajo de Jaén, que roza el 60% (Gráfico 2.14).

A nivel de población involucrada y no involucrada para la provincia de Sevilla, la diferencia entre los grupos se sitúa en torno a 3 puntos porcentuales a favor del colectivo de población involucrada para todas las variables excepto para la importancia de los medios de comunicación donde esa diferencia se eleva más de 6 puntos (49,7% de la población no involucrada frente al 55,9% de la sí involucrada).

2.6. Percepciones culturales y género

Al igual que con los valores y actitudes, se ha realizado un análisis de los indicadores desde una perspectiva de género, observando si los sevillanos y sevillanas tienen percepciones distintas en relación a la cultura emprendedora de la provincia (véase la Tabla 2.2). En esta ocasión, se observa como las diferencia entre población involucrada y no involucrada son menores que en las percepciones sobre valores y capacidades, sin embargo se observan interesantes diferencias entre hombres y mujeres dentro de esos dos colectivos, especialmente entre la población involucrada.

Así en primer lugar, el indicador relativo a la equidad sobre los estándares de vida se decanta de manera clara hacia las mujeres involucradas en el emprendimiento: este grupo de población prefieren en mayor medida (casi 20 puntos porcentuales más que los hombres) la equidad que el género masculino. Por el contrario, los porcentajes se invierten para la población no involucrada donde son los hombres los que muestran ese mayor interés por la equidad. Una posible explicación puede ser el movimiento feminista resurgido en los últimos años. Por una parte, en el mundo empresarial se quiere luchar por eliminar ese techo de cristal, lo que lleva a la mujer emprendedora a exigirla de manera contundente y, por otra parte, impulsa una mayor sensibilidad de la población masculina en general sobre esta problemática.

En segundo lugar, destaca también que los hombres involucrados en el emprendimiento consideran que se difunden menos noticias positivas en relación a los emprendedores de éxito que las mujeres, al contrario que en la población no involucrada. En tercer lugar, las cifras se decantan a favor de los hombres en los dos colectivos, población involucrada y no involucrada, sobre el emprendimiento como buena salida laboral, mostrando esa tendencia masculina del emprendimiento. Finalmente, sobre el estatus social y económico que proporciona el emprendimiento, no se observan

diferencias significativas por género en la población involucrada, si bien en la población no involucrada los hombres superan a las mujeres en unos 8 puntos porcentuales.

2.7. Conclusiones

En términos generales los resultados para 2018 muestran a una provincia de Sevilla que se sitúa por encima de la media regional (compartiendo con Málaga en muchos sentidos ese liderazgo sobre percepciones y aptitudes favorables para el emprendimiento). En primer lugar, la población sevillana destaca por un nivel de percepción de oportunidades alto en el contexto nacional: más de un 36% de los encuestados consideran que existen buenas oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses frente al 29% de la media nacional. Casi la mitad de la población sevillana encuestada percibe que posee las habilidades necesarias para emprender y el miedo al fracaso se sitúa entre los más bajos a nivel regional (en torno al 43%); estos niveles se sitúan en torno a la media nacional.

Respecto a los aspectos socio-culturales analizados en este informe, la situación de la provincia de Sevilla se puede calificar como de favorable dentro del contexto nacional. Los resultados obtenidos en este informe para 2018 muestran que Sevilla posee niveles similares a la media nacional en las percepciones relativas a la

Tabla 2.2. Percepción de la población sevillana sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2018

% de la población sevillana de 18-64 años que considera que	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	hombres	mujeres	total	hombres	mujeres	total
	... la mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida	65,1%	85,0%	73,8%	75,4%	67,3%
... para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional	62,2%	53,7%	58,5%	59,9%	49,8%	54,7%
... para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico	51,5%	51,5%	51,5%	53,4%	45,5%	49,2%
... a menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación	51,9%	61,1%	55,5%	51,7%	48,3%	49,9%

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

equidad de los estándares de vida y al estatus social y económico que brinda el emprendimiento. En cambio, posee niveles por encima de la media nacional en aquellas relativas al papel de los medios de comunicación en el fomento del emprendimiento y, sobre todo, respecto al emprendimiento como buena opción profesional.

Estos resultados solo mejoran cuando se tiene en cuenta la población más cercana al emprendimiento, es decir, la que hemos denominado población involucrada.

Finalmente, desde un punto de vista de género, aun siendo cautelosos porque se carece de una perspectiva a más largo plazo, se observan ciertos cambios favorables para una mayor participación de la mujer sevillana en el emprendimiento. En este sentido, un menor miedo al fracaso, así como de los conocimientos y habilidades necesarias para emprender de las mujeres involucradas en el proceso emprendedor son indicadores muy relevantes para que se produzca ese cambio y que se ve reforzado por una percepción de las mujeres de la cultura del emprendimiento de éxito más favorable.

Capítulo III

Entorno: Obstáculos, Facilitadores y Recomendaciones

3.1. Introducción

El proceso de creación de empresas está fuertemente condicionado por una serie de factores ambientales que pueden tanto favorecer como inhibir la actividad emprendedora. La importancia del entorno para emprender ha dirigido la atención de gobiernos, empresas e instituciones hacia el enfoque de Ecosistema Emprendedor, que enfatiza la interdependencia entre los diferentes actores y factores de dicho ecosistema⁵. Utilizando la perspectiva de Ecosistema Emprendedor, los esfuerzos de los agentes pueden orientarse a la mejora del contexto del emprendimiento y la innovación.

El proyecto GEM contempla un conjunto de diez condiciones del entorno con potencial impacto en la actividad emprendedora:

1. Apoyo financiero
2. Políticas gubernamentales (que agrupa políticas de *apoyo y relevancia* y políticas relacionadas con *impuestos, tasas y burocracia*)
3. Programas gubernamentales
4. Educación y formación emprendedora (agrupando la recibida en la educación primaria y secundaria o *etapa escolar* y en la educación superior o *etapa postescolar*)
5. Transferencia de I+D
6. Infraestructura comercial y profesional
7. Apertura del mercado interno (que agrupa la *dinámica del mercado y las barreras y marco regulatorio de entrada*)
8. Infraestructura física y de servicios
9. Normas sociales y culturales

10. Condiciones específicas de la empresa familiar (agrupando el *marco legal y apoyo gubernamental*, la *confianza de la sociedad* hacia estas empresas y la *percepción sobre la dirección profesional frente a la familiar*)

El diagnóstico de estas condiciones para emprender se ha realizado a partir de la opinión de 39 expertos seleccionados en la provincia de Sevilla. Mediante un cuestionario estructurado, los expertos expresan su opinión respecto al grado en que cada una de las diez condiciones del entorno favorece la actividad emprendedora. Las respuestas fueron sometidas a un análisis de componentes principales del que han resultado 15 condiciones (las valoraciones para cada una de ellas aparecen más adelante en este capítulo, recogidas en el Gráfico 3.4).

Además, a los expertos se les pregunta a través de cuestiones abiertas sobre lo que consideran los principales obstáculos y facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia de Sevilla, así como las recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla dicha actividad. Estas respuestas abiertas han sido codificadas en alguna de las 20 categorías contempladas por GEM, que se detallan en el capítulo de Metodología.

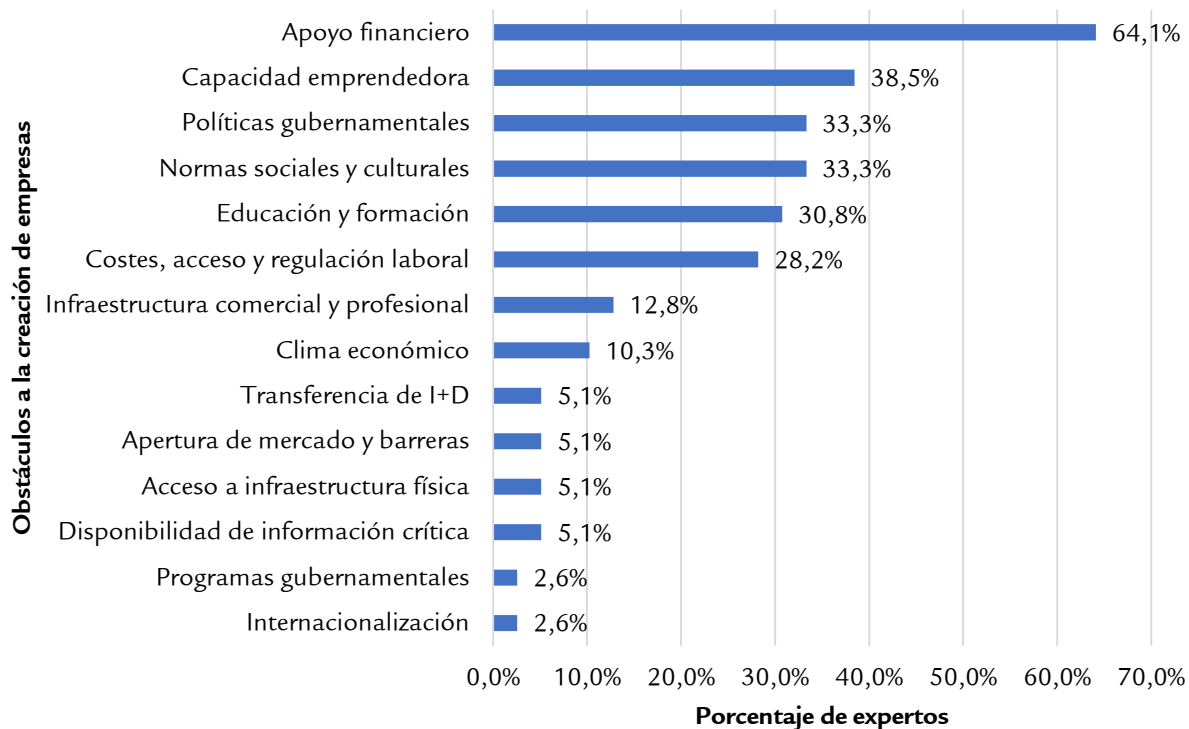
A continuación, se describen los resultados obtenidos.

3.2. Factores que obstaculizan la creación de empresas

Los principales obstáculos para emprender destacados por los expertos figuran en el Gráfico 3.1. La falta de apoyo financiero es considerada, con diferencia, el principal obstáculo a la actividad emprendedora (destacado por más de un 60% de los expertos consultados). Un segundo grupo de factores inhibidores del emprendimiento, destacados por aproximadamente una tercera parte de los expertos (entre el 28,2% y el 38,5%), está

⁵ Para una revisión sobre el enfoque de Ecosistemas Emprendedores, puede consultarse el número especial de Small Business Economics en 2017 (vol. 49).

Gráfico 3.1. Factores citados por los expertos como obstáculos a la actividad emprendedora en la provincia



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018Sevilla

referido a condiciones de diversa naturaleza: por un lado, las carencias en la capacidad emprendedora, junto con ciertas deficiencias en educación y formación (relacionadas principalmente con la carencia de formación en emprendimiento en el sistema educativo), así como las normas sociales y culturales, no están favoreciendo el emprendimiento; por otro lado, las políticas gubernamentales junto con los costes y la regulación laboral y las dificultades de acceso a personal cualificado por parte de los emprendedores, también lastran la creación de empresas en la provincia.

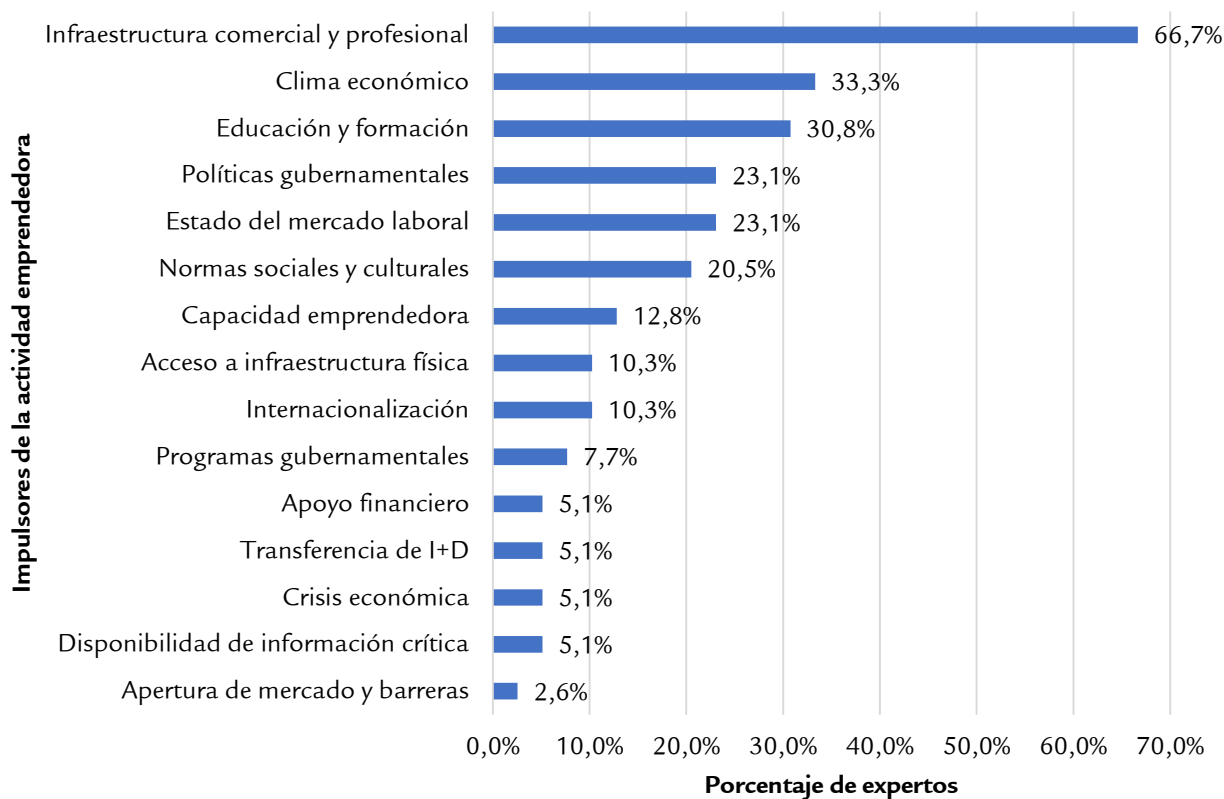
Menos de un 15% de los expertos (entre el 12,8% y el 2,6%) destacan otros posibles obstáculos a la actividad emprendedora: la infraestructura comercial y profesional, el clima económico, la transferencia de I+D, la apertura del mercado y barreras de entrada, el acceso a la infraestructura física, la disponibilidad de información crítica, las políticas gubernamentales y la internacionalización.

3.3. Factores que favorecen la creación de empresas

En cuanto a los principales facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia (Gráfico 3.2), un 66,7% de los expertos coinciden en destacar la *infraestructura comercial y profesional*, esto es, la facilidad de acceso a servicios profesionales para los emprendedores (contables, consultores, abogados, servicios de tecnologías de la información, etc.).

Aproximadamente una tercera parte de los expertos (entre el 30,8% y el 33,3%) también señalan el *clima económico* junto con la *educación y formación* como importantes facilitadores del emprendimiento. En relación con este último (educación y formación), aunque también se incluía entre los principales obstáculos a la actividad emprendedora, gran parte de los expertos coinciden en destacar el rol de las universidades, a través de sus acciones de formación específica y de fomento del emprendimiento, como un importante facilitador de la creación de empresas.

Gráfico 3.2. Factores citados por los expertos como facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

Entre una cuarta y quinta parte de los expertos (del 23,1% al 20,5%) señalan las políticas gubernamentales, el estado del mercado laboral y las normas sociales y culturales, como facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia.

Menos de un 15% de los expertos destacan otros posibles facilitadores: la capacidad emprendedora, el acceso a infraestructura física, la internacionalización, los programas gubernamentales, el apoyo financiero, la transferencia de I+D, la crisis económica, la disponibilidad de información crítica y la apertura del mercado y barreras de entrada.

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

Los expertos consultados han realizado un conjunto de recomendaciones para mejorar el contexto de la actividad emprendedora (Gráfico 3.3).

Estas recomendaciones han sido encuadradas dentro de las mismas categorías utilizadas para el análisis de obstáculos y facilitadores.

Hay cuatro elementos en los que se concentran la mayor parte de las recomendaciones de los expertos (entre el 38,5% y el 48,7%): *Educación y formación*, *Apoyo financiero*, *Infraestructura comercial y profesional* y *Políticas gubernamentales*.

Respecto a *Educación y formación* para el emprendimiento, las recomendaciones de los expertos se refieren fundamentalmente a: la educación en competencias favorables al emprendimiento desde la etapa primaria; la inclusión de asignaturas de emprendimiento en los estudios universitarios; el impulso a la creación de startups por parte de los egresados con perfiles técnicos; el establecimiento de programas de formación y mentorización tanto para universitarios como para estudiantes de formación profesional, con objeto de que desarrollen competencias,

valores y actitudes necesarios para emprender; el énfasis en la función social del emprendimiento.

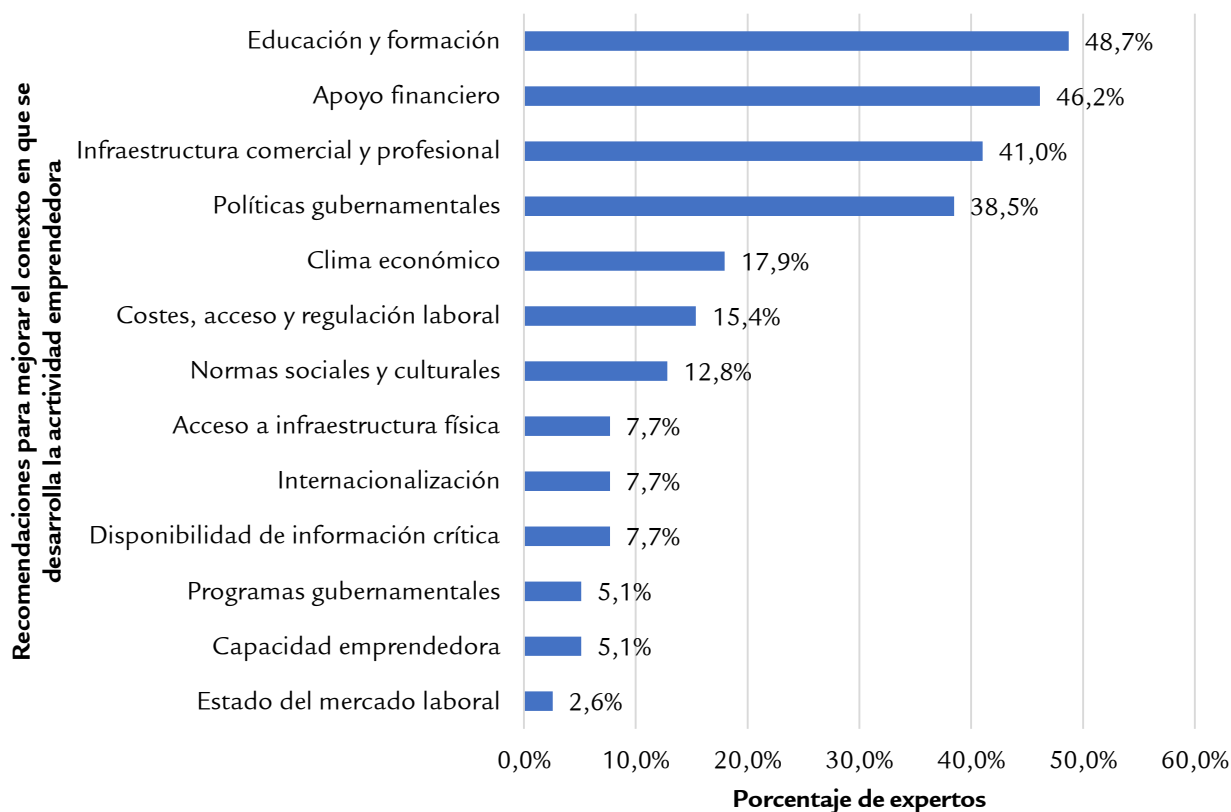
En relación con el *Apoyo financiero*, la mayor parte de las recomendaciones están referidas a: el establecimiento de medidas que faciliten el acceso a la financiación por parte de los emprendedores; mayor información sobre las opciones de financiación disponibles, así como sobre las ayudas existentes en los ámbitos autonómico, estatal y comunitario; un compromiso inequívoco de la banca en la financiación del emprendimiento; el desarrollo de otros instrumentos de financiación no bancaria (business angels, capital riesgo y semilla); un diseño más eficaz de las rondas de financiación (destinadas a startups con el grado de madurez adecuado); y el establecimiento de métricas que permitan conocer el rendimiento de la inversión pública en distintas fases del proceso de emprendimiento.

En cuanto a la *Infraestructura comercial y profesional*, destacan recomendaciones relativas a: la mejora de

la coordinación entre los agentes que forman parte del ecosistema emprendedor; la creación de una red de mentores y asesores que tengan experiencia como emprendedores (aprovechando la disponibilidad para colaborar por parte de muchos seniors); una mayor especialización de los programas de aceleración en sectores con potencial impacto en el territorio (donde se localizan clientes y partners potenciales); proporcionar acompañamiento en los primeros años de vida de la empresa; y analizar con rigor la eficacia de los programas de apoyo al emprendimiento.

En el cuarto grupo de recomendaciones, sobre *Políticas gubernamentales*, los expertos recomiendan el establecimiento de políticas que demuestren un compromiso real de las administraciones públicas con el emprendimiento; que refuercen el ecosistema emprendedor de la provincia y faciliten el conocimiento y utilización de los recursos existentes en dicho ecosistema; y que garanticen la sinergia y la coordinación entre las iniciativas procedentes de las diferentes instituciones.

Gráfico 3.3. Recomendaciones para mejorar el contexto de la actividad emprendedora en la provincia



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

3.5. Valoración del entorno emprendedor

A partir de la valoración realizada por los expertos de las 10 condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla, se realizó un análisis de componente principales que dio lugar a un conjunto de 15 factores (Gráfico 3.4) valorados en una escala 1-5. Se considera que determinado factor del entorno favorece la actividad emprendedora cuando presenta un valor superior a 3.

Los resultados mostrados reflejan que, en opinión de los expertos, sólo 5 de los 15 factores del entorno favorecen la actividad emprendedora en la provincia. La *infraestructura física*, referida a las telecomunicaciones, la red de carreteras y el acceso a servicios básicos (electricidad, teléfono, internet, etc.), representa un destacado facilitador de la actividad emprendedora (4,1). Los *programas específicos* de apoyo al emprendimiento también

favorecen la creación de empresas, aunque de forma más moderada (3,2).

Los tres factores que describen el contexto de la empresa familiar (el *marco legal y el apoyo gubernamental*, la *confianza de la sociedad* hacia estas empresas y la *percepción sobre la dirección profesional frente a la familiar*) parecen configurar un entorno favorable para el emprendimiento relacionado con este tipo de empresas.

El resto de factores considerados no alcanzan el umbral de 3 puntos y, por tanto, en opinión de los expertos, no están favoreciendo la actividad emprendedora en la provincia. Debe destacarse en este grupo la pobre contribución que se le atribuye a la educación emprendedora en la etapa escolar (*educación primaria y secundaria*), con la puntuación más baja de todos los factores (1,9).

Gráfico 3.4. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en la provincia



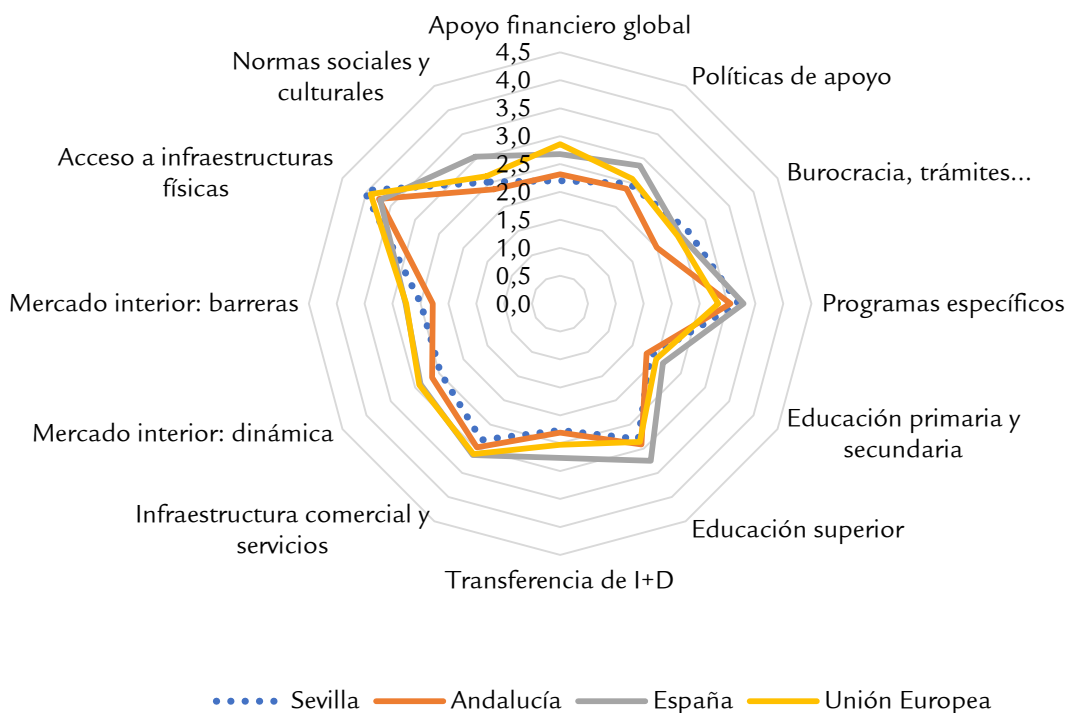
Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

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

Las condiciones del entorno emprendedor en la provincia de Sevilla descritas en el epígrafe anterior no son muy diferentes de las que se dan en el contexto andaluz, español e incluso europeo⁶, tal como se muestra en el análisis comparativo descrito en este apartado⁷. El Gráfico 3.5, muestra que el perfil del contexto para emprender es bastante similar en los cuatro ámbitos analizados. En todos ellos el principal facilitador de la actividad emprendedora es el acceso a las infraestructuras físicas. La provincia de Sevilla es, además, el ámbito en el que esta condición del entorno recibe una valoración más alta.

La condición del entorno menos facilitadora de la actividad emprendedora en todos los niveles de análisis es la educación primaria y secundaria. En la provincia de Sevilla, este elemento recibe una valoración incluso inferior a la otorgada en el nivel de España y países de la UE y sólo ligeramente superior a la de Andalucía. Finalmente, hay condiciones de las analizadas que conforman en la provincia de Sevilla un entorno menos facilitador de la actividad emprendedora en comparación con los ámbitos regional, nacional y europeo: el apoyo financiero (2,2), la educación superior (2,8), la transferencia de I+D (2,3), la infraestructura comercial y de servicios (2,8) y la dinámica del mercado interior (2,5).

Gráfico 3.5. Comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y países de la U.E.



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES), 2018

⁶ En esta edición los países participantes en el NES fueron Alemania, Austria, Chipre, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Suecia.

⁷ El análisis comparativo no incluye los tres factores relacionados con la empresa familiar, al no estar disponible esta información en el nivel de Andalucía, España y Unión Europea.

3.7. Conclusiones

Esta primera aproximación al entorno para emprender en la provincia de Sevilla, ofrece interesantes elementos para la reflexión.

Parece haber cierto consenso entre los expertos sobre el hecho de que el principal obstáculo a la actividad emprendedora en la provincia de Sevilla es la falta de apoyo financiero (un 64% de los expertos lo incluyeron entre los que consideraban los 3 principales obstáculos). En la comparación con el entorno para emprender en Andalucía, España y los países de la UE, la provincia de Sevilla presenta la situación más desfavorable en relación con esta condición del entorno. En este sentido, un gran número de expertos ha realizado recomendaciones que ayuden a reducir las dificultades financieras al emprender, no sólo mediante el desarrollo de nuevos instrumentos de financiación, sino mejorando la información y el acceso a los recursos existentes.

Hay también cierto consenso en cuanto a que el principal facilitador de la actividad emprendedora en la provincia de Sevilla es la infraestructura comercial y profesional (casi el 67% de los expertos lo incluyeron entre los que consideraban los 3 principales facilitadores), esto es, la disponibilidad y fácil acceso a los servicios profesionales demandados por los emprendedores. Aun así, parece que queda mucho por mejorar en cuanto a esta condición del entorno, teniendo en cuenta que la situación en la provincia es nuevamente más desfavorable que en los otros contextos analizados (Andalucía, España y países de la UE). También se da un consenso destacable para otros obstáculos (la capacidad emprendedora, las políticas gubernamentales, las normas sociales y culturales y la educación y la formación) y facilitadores (el clima económico y la educación y formación), en los que coinciden aproximadamente una tercera parte de los expertos. Es interesante el caso de la educación y formación, una realidad multidimensional con algunos aspectos que obstaculizan el emprendimiento (carencias en la formación en emprendimiento en todos los niveles del sistema educativo) y otros que lo impulsan (acciones de formación específica e iniciativas de fomento del

emprendimiento desde las universidades, entre otros). En cualquier caso, tanto la educación primaria y secundaria como la educación superior, como facilitadores de la actividad emprendedora, se encuentran en una situación bastante desfavorable en comparación con España y los países de la UE.

Capítulo IV

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

4.1. Introducción

En este capítulo se analizan de forma detallada las 10 condiciones del entorno que configuran el ecosistema emprendedor de la provincia de Sevilla. En concreto, se analizarán de forma detallada, las valoraciones medias dadas por el panel de expertos consultado para cada uno de los diferentes elementos o ítems que incluyen cada condición del entorno.

Aunque en el cuestionario original se utiliza una escala de medida de 9 puntos en la que los expertos expresan su opinión, indicando el valor 1, completamente falso, y el valor 9, completamente cierto, estas medidas han sido transformadas a una escala 1-5. Por tanto, un valor inferior a 3 se considerará desfavorable, y a partir del mismo favorable.

4.2. Apoyo financiero

Con respecto a las condiciones del entorno imperantes en la provincia de Sevilla para obtener financiación para desarrollar una actividad emprendedora, se puede observar en el Gráfico 4.1, que todos los aspectos considerados, a excepción de uno, reciben una valoración relativamente desfavorable por parte de los expertos, siendo especialmente negativa la financiación a través de la salida a bolsa de las empresas, ya sean nuevas o estén en crecimiento, la cual obtiene una valoración de 1,3 (en una escala de 5 puntos). El resto se sitúan entre 1,9 (disponibilidad de suficiente capital propio y de capital riesgo) y 2,5 (financiación de las entidades financieras privadas). También aparece reflejada la insuficiente financiación procedente de campañas de crowdfunding (2,4), subvenciones públicas (2,3) y business angels (2,2).

El único aspecto valorado positivamente (3,5) corresponde a la financiación proporcionada por

inversores informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares), además de por particulares que no llegan a participar en el capital de la empresa, es decir, por las famosas 3Fs. Desgraciadamente, esta fuente financiera únicamente aporta un capital inicial de partida.

4.3. Políticas gubernamentales

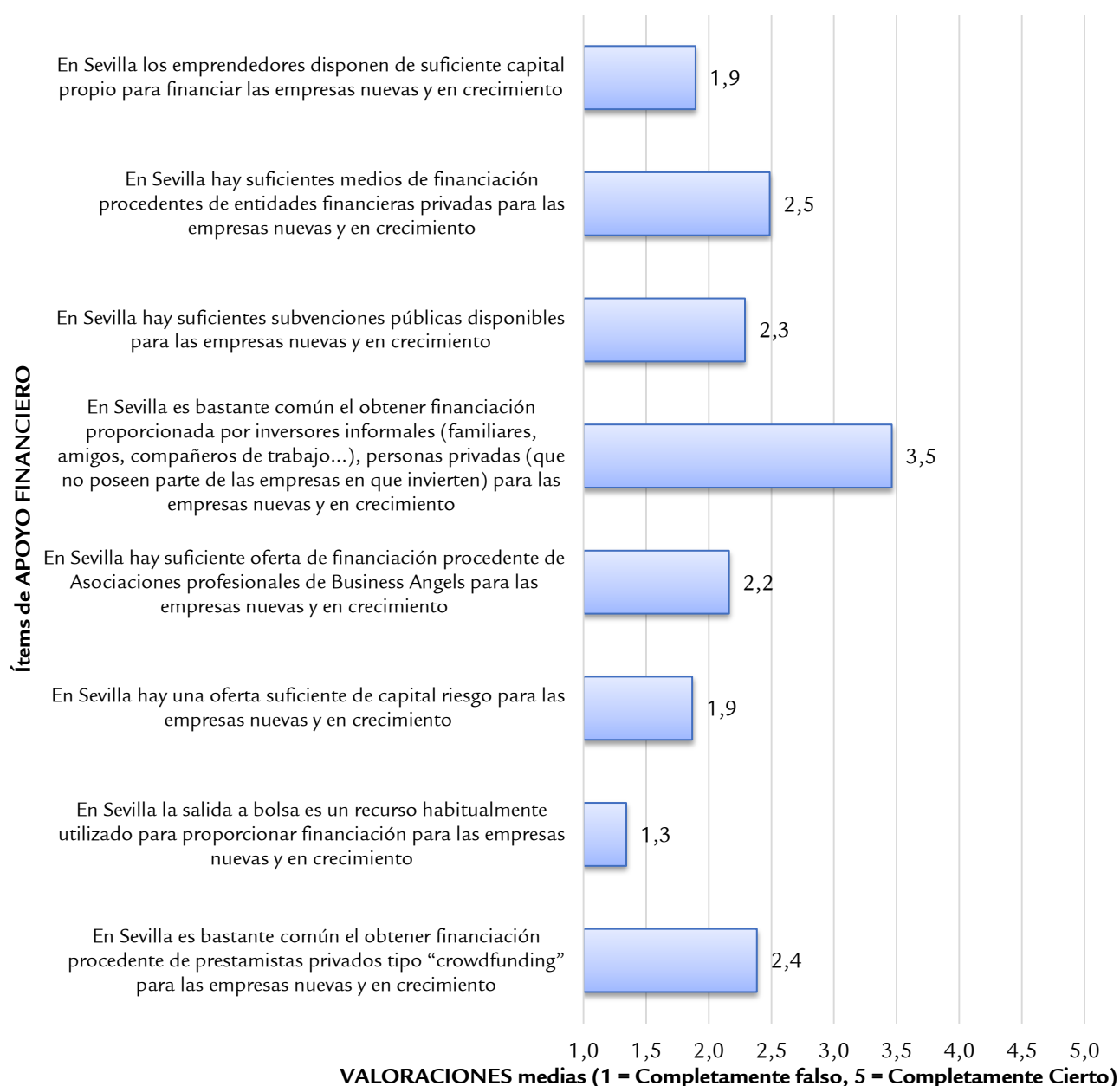
Según las respuestas del panel de expertos (véase el Gráfico 4.2), ninguna de las siete políticas gubernamentales aplicables en la provincia de Sevilla, llegan al aprobado, todas las valoraciones medias caen por debajo del punto medio de la escala (3). No obstante, ninguna de ellas se sitúa por debajo de 2,5, estando todas las puntuaciones en un rango inferior a 0,5 (entre 2,3 y 2,8), por lo que, al no existir diferencias relevantes a destacar, los resultados se comentarán por bloques temáticos.

El aspecto peor valorado (2,3) corresponde a que no se observa que las políticas del gobierno favorezcan claramente a las empresas de nueva creación facilitándoles que puedan contratar con la administración pública. Relacionado con este punto, tampoco se ve como una prioridad de la política de las administraciones autonómicas (2,7), el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento, y menos aún en el caso del gobierno estatal (2,4).

El “menos malo” de estos aspectos (2,8) se refiere al plazo para que las nuevas empresas puedan realizar todos los trámites administrativos y legales, lo que viene acompañado de cierto grado de dificultad a la hora de llevarlos a cabo (2,7).

Asimismo, se percibe que los impuestos y tasas suponen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general (2,4), a lo que se suma la poca predictibilidad y coherencia en la aplicación de impuestos, tasas y

Gráfico 4.1. Apoyo financiero



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

otras regulaciones gubernamentales destinados a tal fin (2,6).

4.4. Programas gubernamentales

Las valoraciones medias que dan los expertos en relación a los programas gubernamentales, presentadas en el Gráfico 4.3, son positivas en general.

Destaca la aportación de los parques científicos e incubadoras (3,7) y de los programas de fomento de la creación de empresas y de su crecimiento (3,5),

los cuales parecen adaptarse a las necesidades de los distintos proyectos empresariales (3,1). Entendemos que aquí se incluyen los programas de aceleración de startups presentes en la capital de la provincia (AOF en El Cubo, programa Minerva, etc.) pero también la red de CADEs de la Junta de Andalucía en la provincia de Sevilla.

La competencia y eficacia de los profesionales que trabajan en las agencias de apoyo al emprendimiento también reciben un "aprobado" (3,1). Esto podría estar reflejando la heterogeneidad de programas existentes o

diferencias entre Sevilla capital y resto de la provincia.

Un aspecto preocupante, no obstante, es que se planteen ciertas dudas acerca de la efectividad de estos programas (2,8).

Casi aceptable se considera el acceso a la información a través de un solo organismo público (Ventanilla única) sobre ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas (2,9).

4.5. Educación y formación emprendedora

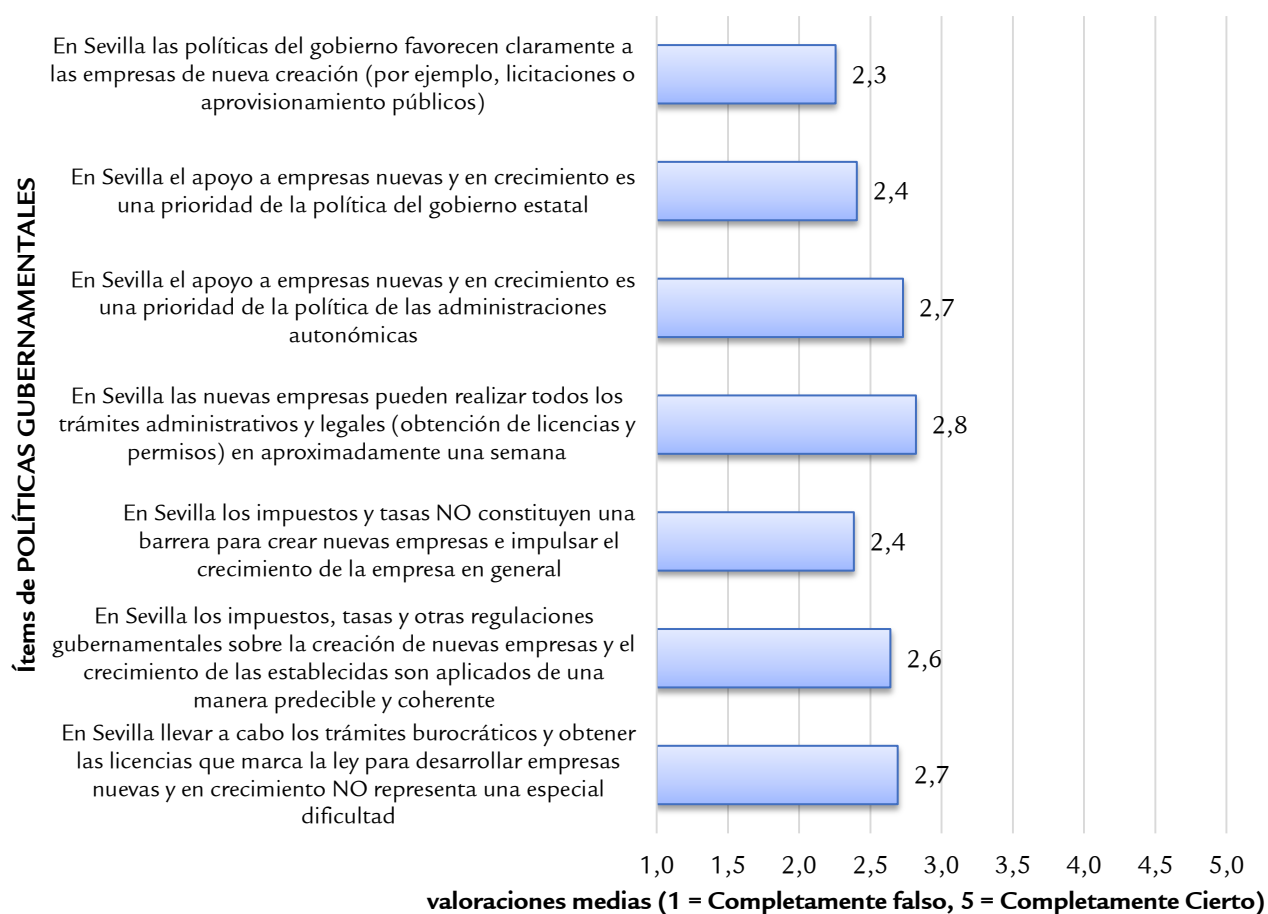
La valoración que hacen los expertos sobre la educación y formación emprendedora en las distintas instituciones educativas aparecen en el Gráfico 4.4.

Como se puede apreciar, las únicas que obtienen un nivel mínimamente aceptable en cuanto a la educación en creación de empresas (y crecimiento empresarial) son la formación específica en administración, dirección o gestión de empresas (2,9), y la formación profesional (FB) y la formación continua (2,9), que igualmente cuentan con ciclos específicos sobre esta materia.

Las universidades y centros de enseñanza superior no obtienen en general una buena valoración (2,4), aunque seguramente existan diferencias apreciables entre las titulaciones (el grado de ADE parece recibir un aprobado según se desprende de lo explicado en el párrafo anterior).

En la enseñanza primaria y secundaria es donde los expertos señalan las mayores carencias educativas, especialmente con respecto al fomento del espíritu emprendedor y la creación de empresas (1,7), la

Gráfico 4.2. Políticas gubernamentales



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

peor valorada. Tampoco se estimula la creatividad, la autosuficiencia o la iniciativa personal (2), y menos aún se enseñan los principios de la economía de mercado (1,9).

4.6. Transferencia de I+D

En este epígrafe se analizan las condiciones del entorno relativas a la transferencia de la I+D (Investigación y Desarrollo). El Gráfico 4.5 muestra que el estado actual de la ciencia y la tecnología en la provincia de Sevilla permite según los expertos la creación de empresas de base tecnológica que pueden competir globalmente con éxito, especialmente en determinados campos (3,5). Sin embargo, la valoración de los demás elementos contemplados está por debajo de 2,5.

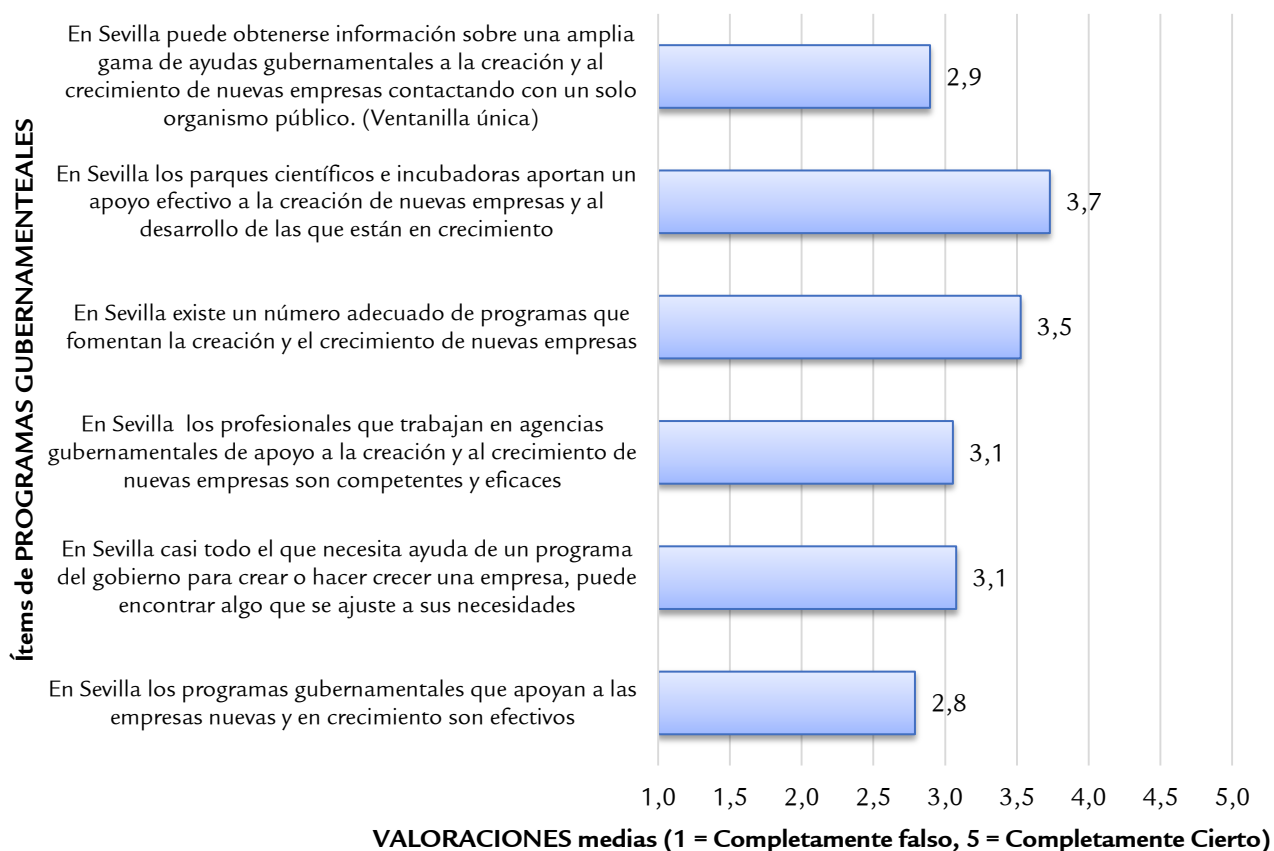
El principal problema parece residir en que las empresas jóvenes o con potencial de crecimiento no

pueden asumir el coste de las nuevas tecnologías (1,7), para lo cual faltan subvenciones y ayudas públicas (1,9).

Otro aspecto a tener en cuenta es cierta ineficiencia de los sistemas de transferencia de conocimiento de las universidades y los centros de investigación públicos, que hace que dicho conocimiento no llegue con facilidad a las empresas nuevas y en crecimiento (2,1), estando en desventaja a la hora de acceder a nuevas investigaciones y tecnologías con respecto a las empresas ya establecidas (2,2).

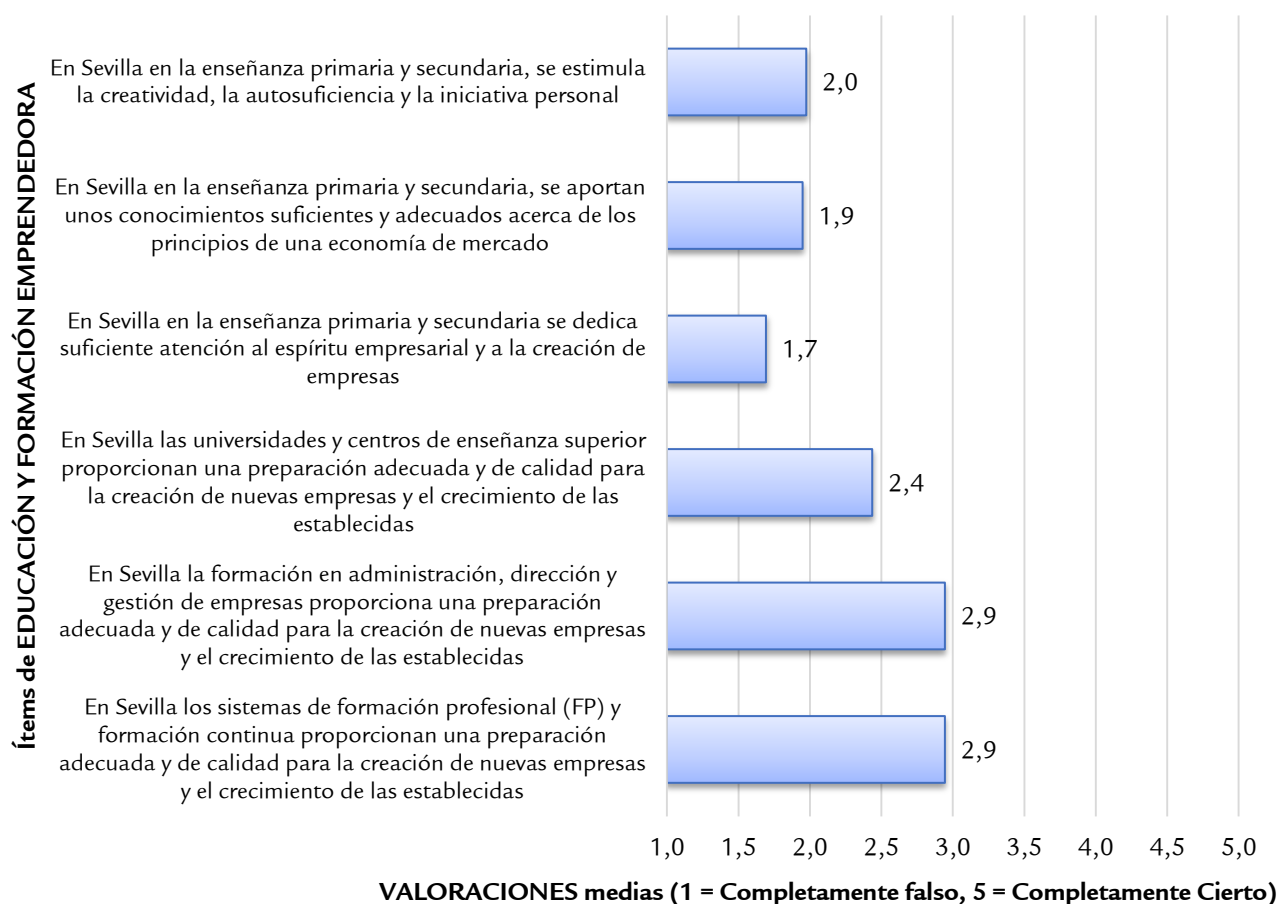
Por último, existe un escaso apoyo a los ingenieros y científicos para que creen sus propias empresas para explotar económicamente sus invenciones (2,3). Este aspecto estaría también relacionado con la legislación sobre spin-offs de las universidades.

Gráfico 4.3. Programas gubernamentales



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

Gráfico 4.4. Educación y formación emprendedora



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

4.7. Infraestructura comercial y profesional

En el Gráfico 4.6 se puede comprobar cómo, en opinión de los expertos, las nuevas empresas y en crecimiento tienen un número adecuado de proveedores, consultores y subcontratistas a los que pueden acudir (3,4), si bien el acceso a los mejores no resulta ser tan fácil (2,6), y su coste no suele ser asumible (2). Esto coloca en una situación de desventaja a estas empresas.

Por otra parte, el acceso a servicios bancarios adecuados para el desarrollo de sus actividades es satisfactorio (3,2).

Finalmente, disponer de buenos servicios de asesoría (legal, laboral, contable y fiscal) no parece representar un grave problema para las nuevas empresas o en crecimiento (2,9).

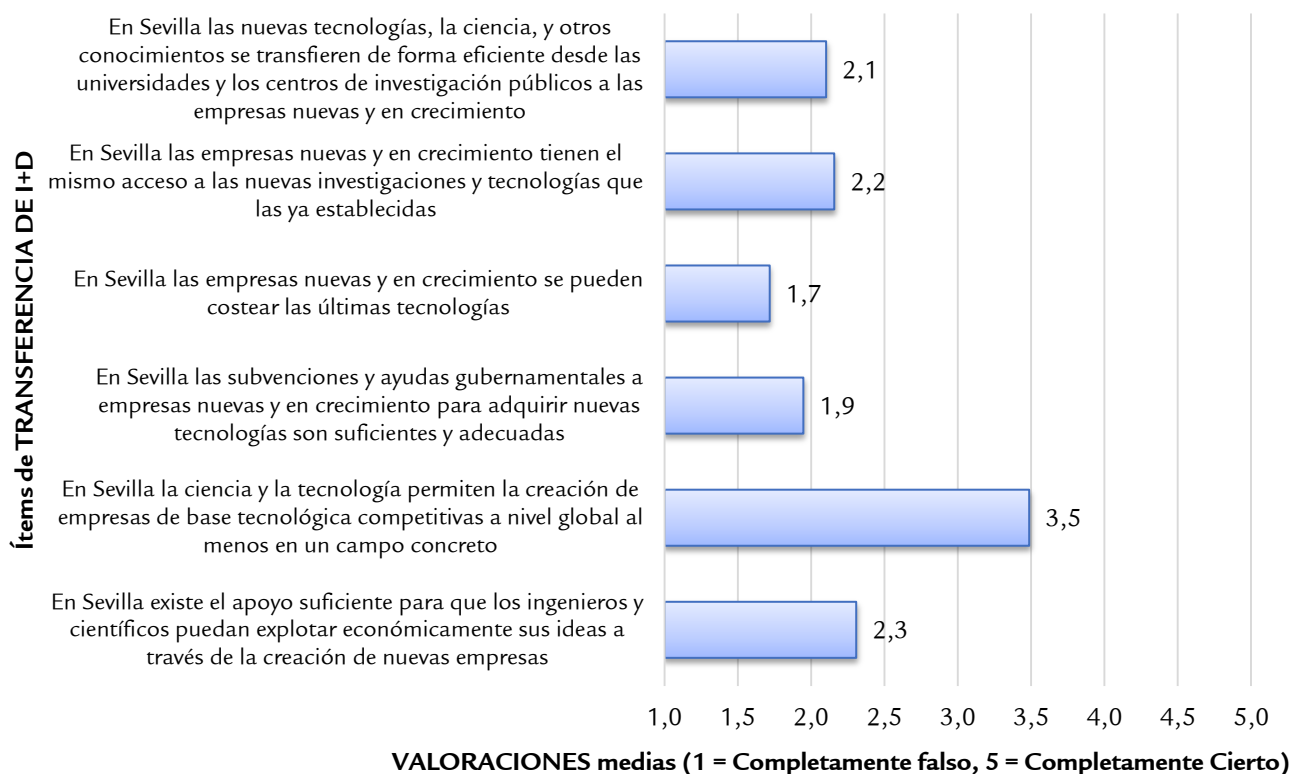
4.8. Apertura del mercado interno

El Gráfico 4.7, recoge las características de los mercados y las condiciones de entrada en los mismos por parte de las empresas de la provincia de Sevilla. De acuerdo con las valoraciones del panel de expertos, existe un grado de dinamismo relativamente bajo en los mercados de bienes y servicios tanto de consumo (2,4) como para empresas (2,5).

Sin embargo, las empresas de reciente creación y en crecimiento encuentran algunas dificultades a la hora de entrar en los nuevos mercados (2,5), así como de asumir el coste que ello conlleva (2,3).

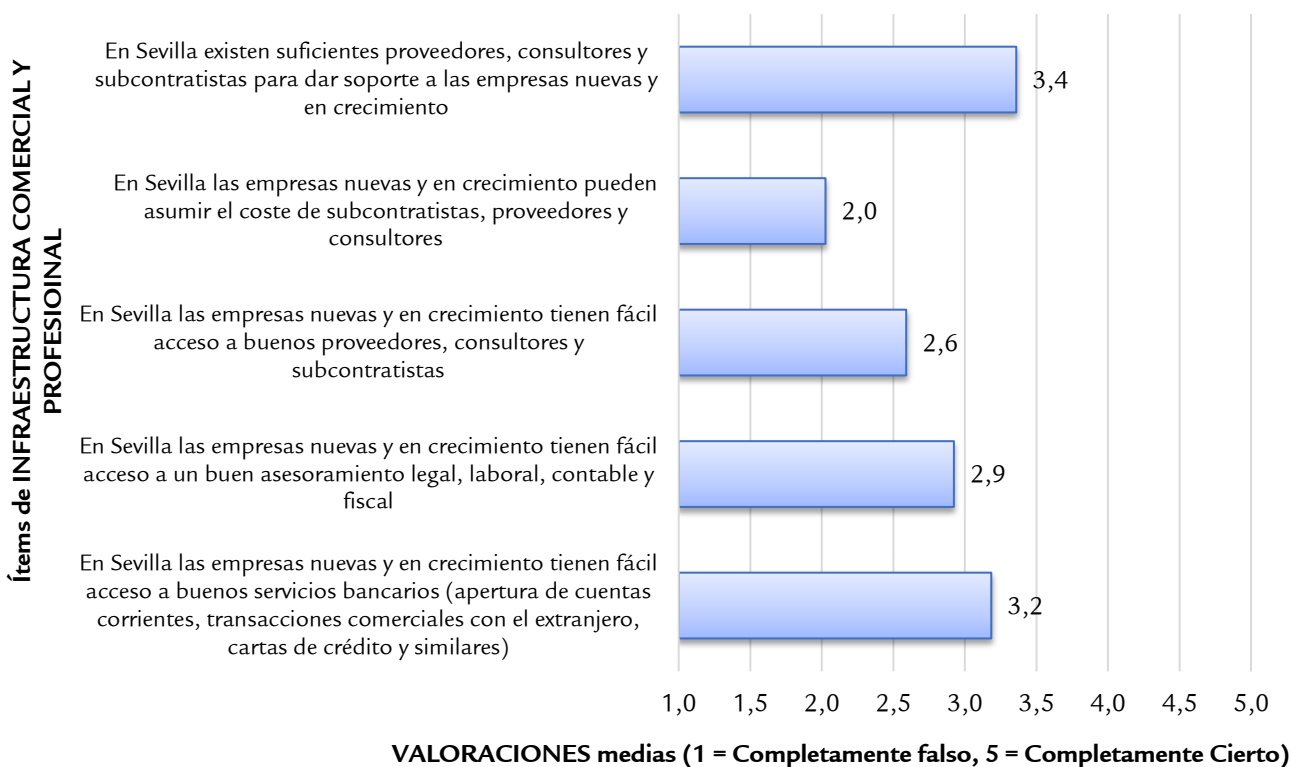
Tampoco parecen librarse del todo de los bloqueos desleales de las empresas ya establecidas que tratan de defender su cuota de mercado (2,7). En este sentido, la legislación antimonopolio roza el nivel de aceptación (2,9).

Gráfico 4.5. Transferencia de I+D



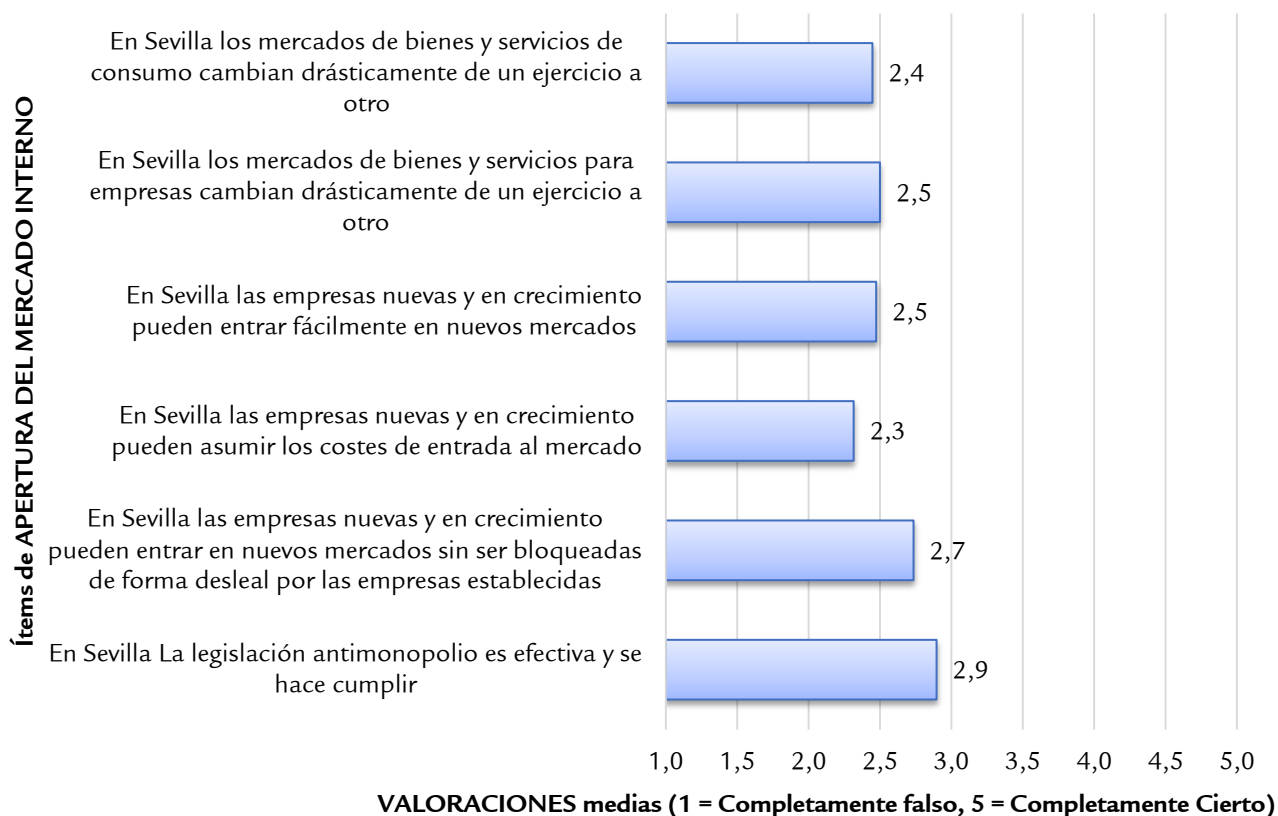
Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

Gráfico 4.6. Infraestructura comercial y profesional



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

Gráfico 4.7. Apertura del mercado interno



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

4.9. Infraestructura física y de servicios

Las condiciones del entorno para emprender en relación a la infraestructura física y de servicios, mostrada en el Gráfico 4.8, son valoradas por los expertos muy positivamente.

En general, se puede afirmar que las nuevas empresas y en crecimiento disponen de unas buenas infraestructuras físicas como son carreteras o telecomunicaciones, etc. (4).

Los servicios de comunicación, que incluyen Internet y telefonía, se pueden contratar a un coste razonable (4) y en un plazo relativamente corto (4,3).

Similares conclusiones se pueden sacar del acceso a los servicios básicos de agua, electricidad, etc. en cuanto a coste (3,8) y plazo de contratación (4,1).

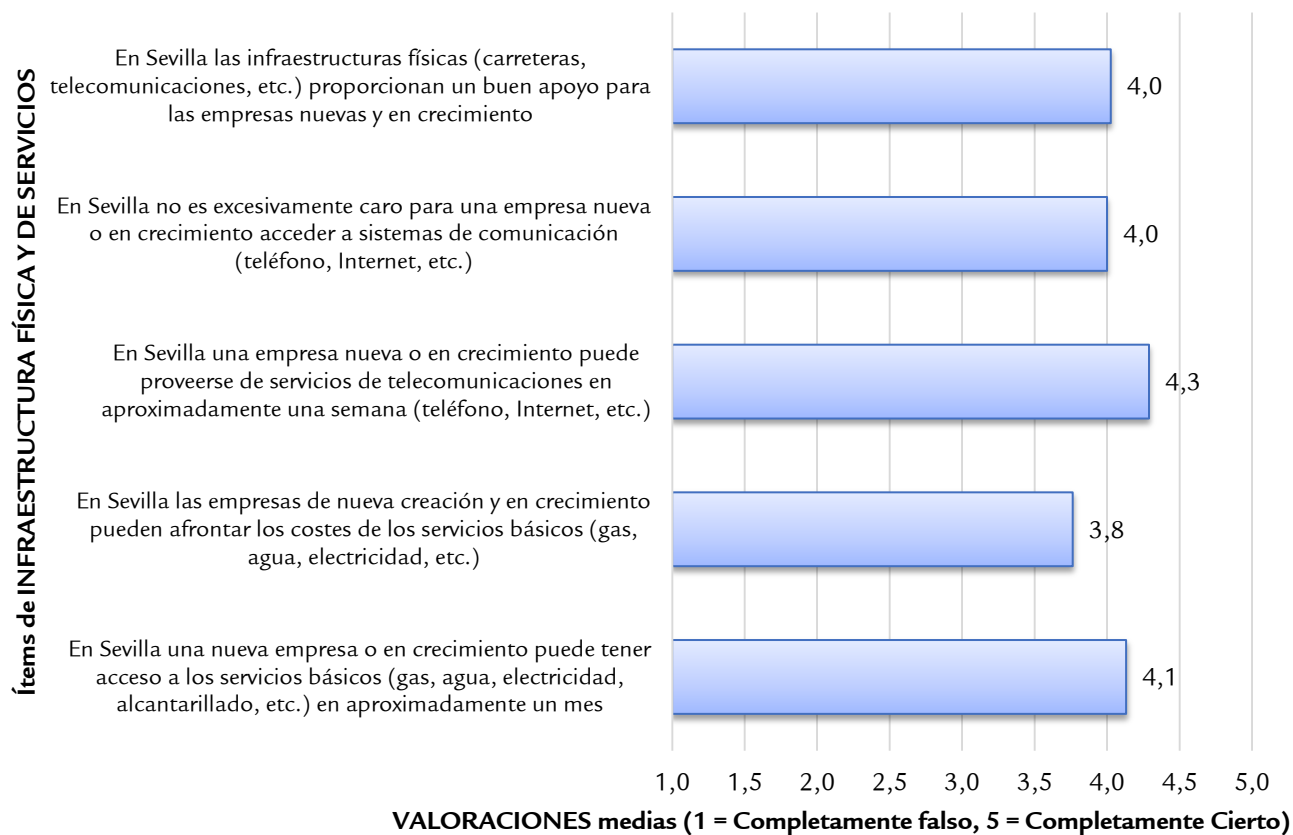
4.10. Normas sociales y culturales

El Gráfico 4.9 incluye la valoración del panel de expertos sobre los aspectos de las condiciones del entorno que conforman las normas sociales y culturales. El resultado más llamativo es la poca disposición a asumir riesgos empresariales (2) en la provincia de Sevilla, la cual es una de las dimensiones de la orientación emprendedora de las empresas.

Las normas sociales y culturales tampoco contribuyen a estimular la creatividad y la innovación (2,4).

Relacionado con el aspecto anterior se encuentra que las normas sociales y culturales no favorecen la iniciativa personal, la autonomía o la autosuficiencia (2,6), haciendo que el individuo no se haga totalmente responsable de la gestión de su vida personal, cediendo en parte a la comunidad dicho papel (2,7). No obstante, el éxito individual derivado del esfuerzo personal parece comenzar a

Gráfico 4.8. Infraestructura física y de servicios



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

reconocerse (2,9), aunque aún queda camino por recorrer.

4.11. Condiciones específicas de la empresa familiar

Este apartado se dedica a las condiciones del entorno específicas de las empresas familiares, cuyos aspectos se pueden ver en el Gráfico 4.10.

En primer lugar, señalar la mayor confianza que generan las empresas familiares frente a las no familiares (3,2). Sin embargo, se cree que su gestión debería de recaer mejor en equipos profesionales en vez de en la familia (3,8).

Aunque las asociaciones de la empresa familiar han jugado un papel importante en mejorar las condiciones para las empresas familiares (3,3), aún se percibe un insuficiente apoyo institucional en forma de políticas públicas y programas (2,6) o de leyes y regulaciones que promuevan su desarrollo (2,8).

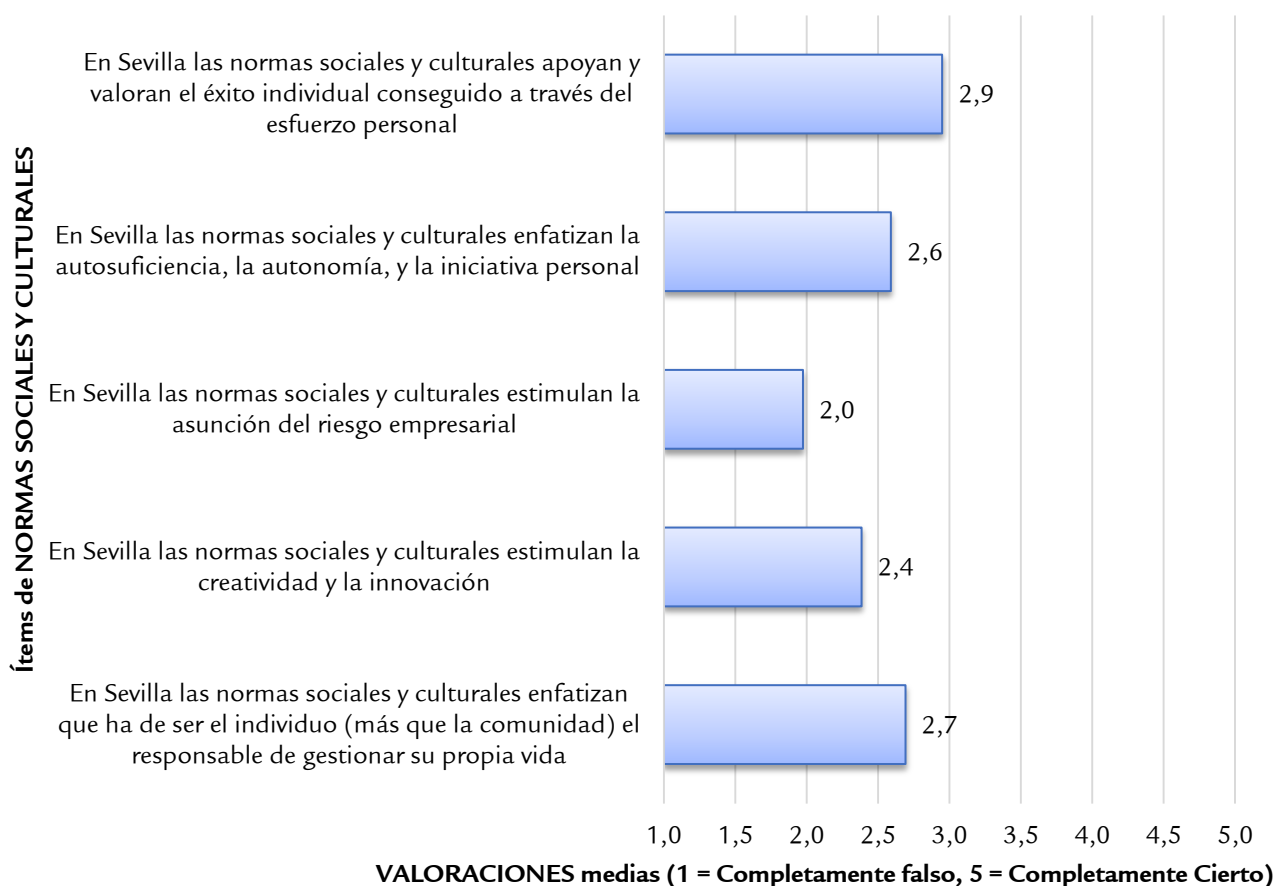
La sucesión y transferencia de la empresa familiar a la siguiente generación, aunque con un amplio margen de mejora, se ve favorecida por la existencia de leyes y regulaciones específicas (3,1), y también por un asesoramiento legal especializado (3,6).

4.12. Conclusiones

De cara a obtener conclusiones, se expondrá en primer lugar lo que está funcionando relativamente bien, para explicar después los puntos débiles que deben ser mejorados.

Los aspectos de las condiciones del entorno en la provincia de Sevilla para las empresas nuevas y en crecimiento que obtienen una valoración positiva son:

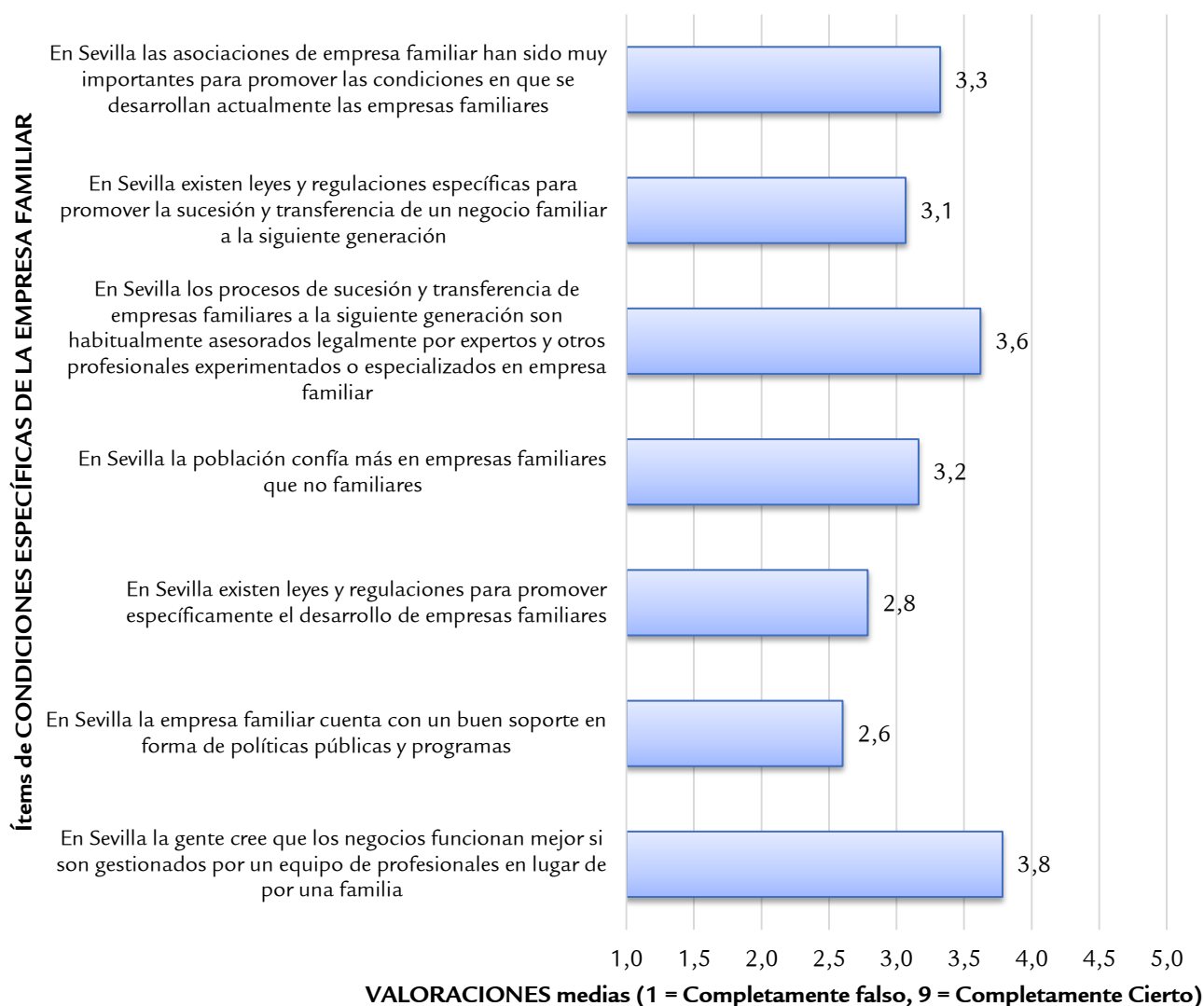
Gráfico 4.9. Normas sociales y culturales en la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

- La disponibilidad de carreteras, de telecomunicaciones, así como de agua, electricidad, teléfono, Internet, etc., no suponen ningún impedimento a la actividad emprendedora. Además, se pueden contratar servicios básicos o de comunicación a un coste y en un plazo razonables (dentro de “infraestructura física y de servicios”).
- Existe una oferta ajustada a las necesidades de las nuevas empresas y en crecimiento, que incluye parques científicos, incubadoras, aceleradoras, o programas específicos, con un personal mínimamente preparado (dentro de “programas gubernamentales”).
- La empresa familiar goza de una buena reputación en términos de confianza, y se beneficia de una legislación favorable y un asesoramiento especializado para los procesos de sucesión a la siguiente generación (dentro de “consideración de la empresa familiar”).
- Se pueden encontrar suficientes proveedores, consultores y subcontratistas, y disponer de buenos servicios bancarios (dentro de “infraestructura comercial y profesional”).
- Se puede obtener financiación inicial a través de los inversores informales y particulares (dentro de “apoyo financiero”).
- El estado actual de la ciencia y la tecnología permite la creación de empresas de base tecnológica que pueden competir a nivel global (dentro de “transferencia de I+D”).
- Se prepara adecuadamente en el ámbito de la administración, dirección y gestión de empresas (dentro de “educación y formación emprendedora”).

Gráfico 4.10. Condiciones específicas de la empresa familiar



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018

- Se cuenta con un dinamismo moderado en los mercados (dentro de “apertura del mercado interno”).

A pesar de estos puntos fuertes, existe un amplio margen de mejora en numerosos aspectos.

Con respecto a la financiación, en general, se pone de manifiesto la escasez de recursos financieros que se destinan a la actividad emprendedora. Como se ha anticipado, se observa que una valoración relativamente positiva para la financiación de inversores informales o de las 3Fs, que proporciona un capital mínimo para iniciar el negocio. Sin embargo, la disponibilidad de otras fuentes

financieras necesarias en etapas posteriores de desarrollo de la empresa es valorada negativamente. Y curiosamente peor valoradas conforme mayores son las necesidades de financiación: crowdfunding, business angels, capital riesgo, y finalmente, salida a bolsa. Esta situación puede responder a un bajo nivel de renta en la zona, pero también a una falta de apoyo de la población a las nuevas iniciativas empresariales que puedan redundar en crecimiento económico, y una mayor riqueza para la provincia de Sevilla. Resulta especialmente llamativo el caso del crowdfunding, en donde las aportaciones pueden realizarse incluso a partir de sólo 5 euros, y hay proyectos que no alcanzan ni siquiera el

objetivo mínimo, que también es muy bajo. Otras iniciativas como eventos de microfinanciación colectiva (por ejemplo, *Sunday Soap*, organizado por la asociación Sevilla Up), tampoco acaban recibiendo todo el respaldo ciudadano que sería deseable.

Las políticas gubernamentales deberían tener más clara su prioridad en apoyar la creación de nuevas empresas o impulsar el crecimiento de las empresas establecidas, facilitando los contratos públicos, clarificando y reduciendo impuestos y tasas, o agilizando los trámites burocráticos. En este sentido, podría establecerse por ley un porcentaje mínimo de contratación que obligatoriamente tuvieran que realizarse con nuevas empresas, o una exención de impuestos en los primeros años de vida o hasta que se alcanza cierto nivel de facturación o beneficios.

La educación y formación emprendedora sigue siendo la gran asignatura pendiente. El sistema educativo no fomenta decididamente el espíritu emprendedor, ni apuesta por la enseñanza de competencias emprendedoras tales como la creatividad, iniciativa, autosuficiencia, etc. Esto es bastante evidente cuando se pregunta a los estudiantes de primer curso de universidad por su intención de emprender. Se trata de una inversión a largo plazo, que tardará muchos años en dar sus frutos, pero totalmente necesaria en un mundo como el actual, en el cual las nuevas tecnologías cambian constantemente las reglas del juego.

La transferencia de la I+D es mejorable en varios aspectos. Por una parte, las universidades y centros de investigación públicos deberían estar más orientados a la transferencia de conocimiento útil a las empresas, y facilitar que los ingenieros y científicos puedan convertir sus invenciones en innovaciones y llevarlas al mercado. Esto pasa por un cambio en el sistema de incentivos a los que se somete al personal de investigación, más orientado hacia la publicación en revistas académicas de alto factor de impacto, que hacia la obtención de patentes que se puedan licenciar o a tener un impacto real positivo en la sociedad en forma de creación de un tejido empresarial fuerte, y de empleo, en última instancia.

Aunque parece haber suficientes proveedores, consultores y subcontratistas, el acceder a los mejores y asumir su coste no es siempre posible. De nuevo, apostar por las empresas de la provincia, dándoles volumen de negocio para que puedan mejorar sus operaciones es una opción.

El acceso a los nuevos mercados por parte de las empresas jóvenes y con potencial de crecimiento no es una tarea fácil, lo que se ve agravado por el coste que supone, y por las acciones de las empresas establecidas. Este problema podría aliviarse en parte, como se ha comentado anteriormente, si estas empresas tuvieran ciertas ventajas en las licitaciones o aprovisionamientos públicos (programas gubernamentales).

Se valora muy negativamente la inexistencia de una cultura de asunción de riesgos empresariales, lo cual se relaciona con no probar lo nuevo, con no darle oportunidades a las empresas locales, con preferir lo “seguro” y “probado” que normalmente viene de empresas grandes o multinacionales extranjeras.

El hecho de que las normas sociales y culturales no estimulen la creatividad y la innovación, implica que de alguna forma se castiga al diferente, al que se atreve a apartarse de la norma, al que inventa algo nuevo, en vez de apoyar a los que tienen ideas originales, y buscan ir más allá de lo ya conocido.

Del mismo modo, actitudes como la iniciativa personal, la autonomía y la autosuficiencia tampoco se perciben como fuertes en la sociedad. Por tanto, y en especial en las nuevas generaciones, se debería fomentar la idea de que no se puede esperar a que siempre haya un puesto de trabajo disponible, a que otros creen, a que otros inicien proyectos. Se trataría de generar confianza en los jóvenes para que no tengan complejos a la hora de poner en marcha sus propios negocios. Este cambio sociocultural debe comenzar en la enseñanza primaria y secundaria, en donde existen grandes carencias en este sentido.

Capítulo V

Análisis territorial del emprendimiento en Sevilla

5.1. La segmentación territorial de la provincia de Sevilla

A nadie se le escapa que existe una gran diversidad en las características económicas y emprendedoras dentro de la provincia de Sevilla. Para un emprendedor, no es lo mismo plantearse poner en marcha su proyecto en Sevilla capital, o hacerlo en algún pequeño pueblo de las sierras Sur o Norte. De este modo, la propia justificación que existe para llevar a cabo un informe provincial sobre actividad emprendedora en la provincia de Sevilla (conocer con más detalle la realidad del emprendimiento en ese territorio concreto), se puede aplicar para justificar la necesidad de una mayor desagregación dentro de la provincia.

No obstante, esta posibilidad de desagregación se ve limitada por la necesidad de obtener y analizar una muestra lo suficientemente grande como para que los resultados sean representativos. Cuanto mayor sea el nivel de desagregación que queramos aplicar, mayor será el tamaño muestral necesario. En última instancia, para poder realizar un análisis diferenciado en cada uno de los 106 municipios de la provincia, necesitaríamos entrevistar a más de 10.000 adultos en la provincia, lo que resultaría económicamente inviable. Además,

creemos que tampoco estaría justificado desde el punto de vista investigador, ya que muchas de las localidades sevillanas comparten características y circunstancias, por lo que su realidad emprendedora es básicamente asimilable.

Por ello, en este primer informe GEM de la provincia de Sevilla, hemos aplicado un criterio esencialmente pragmático para dividir la provincia en las tres zonas geográficas que vamos a analizar en este capítulo: la ciudad de Sevilla, el resto del área metropolitana, y el resto de la provincia. Si tenemos en cuenta el tamaño muestral (500 adultos), y las características económicas y sociales en las tres zonas, creemos que -no sin limitaciones- esta clasificación permite obtener una panorámica sobre las diferencias en emprendimiento dentro de la provincia. Por simplicidad, en el resto del capítulo utilizaremos Sevilla para referirnos a la capital provincial.

A continuación, procede identificar cuáles son los municipios que conforman el área metropolitana de Sevilla. A este respecto, cabe decir que el Decreto 267/2009 de 9 de junio de 2009 (BOJA 9 de julio) de la Junta de Andalucía aprobó el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana (POTAU) de Sevilla. En

Tabla 5.1. Distribución territorial comparada según la definición de Área Metropolitana

Zona geográfica	POTAU 2009		Orden 2003	
	Habitantes (%)	Muestra	Habitantes (%)	Muestra
Zona 1. Sevilla ciudad	688.711 (35,5%)	182 (36,4%)	688.711 (35,5%)	182 (36,4%)
Zona 2. Resto zona metropolitana	850.307 (43,8%)	229 (45,8%)	532.621 (27,5%)	151 (30,2%)
Zona 3. Resto de la provincia	400.869 (20,7%)	89 (17,8%)	718.555 (37,0%)	167 (33,4%)
Total	1.939.887 (100%)	500 (100%)	1.939.887 (100%)	500 (100%)

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Estadística, 2018

él se identifican 46 municipios como pertenecientes a esa aglomeración urbana, o zona metropolitana de Sevilla. Su utilización como referencia en nuestro estudio, sin embargo, presenta algunos problemas. En primer lugar, como se observa en la Tabla 5.1, la población del resto de la provincia (la zona no metropolitana) es considerablemente pequeña. Allí viven unos 400.000 mil habitantes, menos de la mitad que la zona metropolitana sin incluir Sevilla, y aproximadamente un 20% del total provincial. Además, la muestra que corresponde a esta tercera zona sería demasiado pequeña para poder interpretar los resultados con confianza.

En cambio, si retrocedemos algo más en el tiempo, la Orden de la Consejería de Turismo y Deporte de 14 de marzo de 2003 (BOJA 27 de marzo) aprueba el mapa de comarcas de Andalucía. En esa norma se define la comarca metropolitana de Sevilla como compuesta por 22 municipios. Como se puede observar en la Tabla 5.1, cuando se usa esta definición, el reparto de la población en las tres zonas identificadas es mucho más equitativo. Del mismo modo, la muestra de la que disponemos está repartida de forma mucho más equilibrada en esta ocasión.

Finalmente, en el Gráfico 5.1 comparamos esta clasificación con la que se establece en el

POTAU. Como se puede observar, la diferencia corresponde a los municipios que forman la segunda corona metropolitana, más alejados de Sevilla, que en 2003 no se consideraron dentro del área metropolitana, y en 2009 sí lo hicieron. Por todo ello, y aun siendo conscientes de las limitaciones que puede conllevar, vamos a usar la clasificación de la Orden 2003 para este estudio. De esta forma, incluiremos como “Resto de la provincia” los municipios que están señalados en rojo en el Gráfico 5.1, junto con los señalados en amarillo.

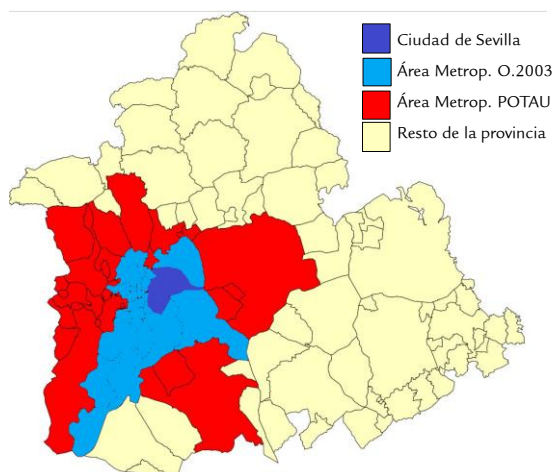
De esta forma, la fiabilidad de los resultados obtenidos es razonable, ya que la distribución muestral entre las tres zonas es más equilibrada. Así, incluso en el caso menos favorable (el resto de la zona metropolitana, donde la muestra es más pequeña) los resultados que presentamos en este capítulo tendrán siempre un margen de error menor al 8%. Teniendo en cuenta las circunstancias de este estudio, se trata de una fiabilidad muy razonable.

5.2. Análisis territorial de la actividad emprendedora en Sevilla

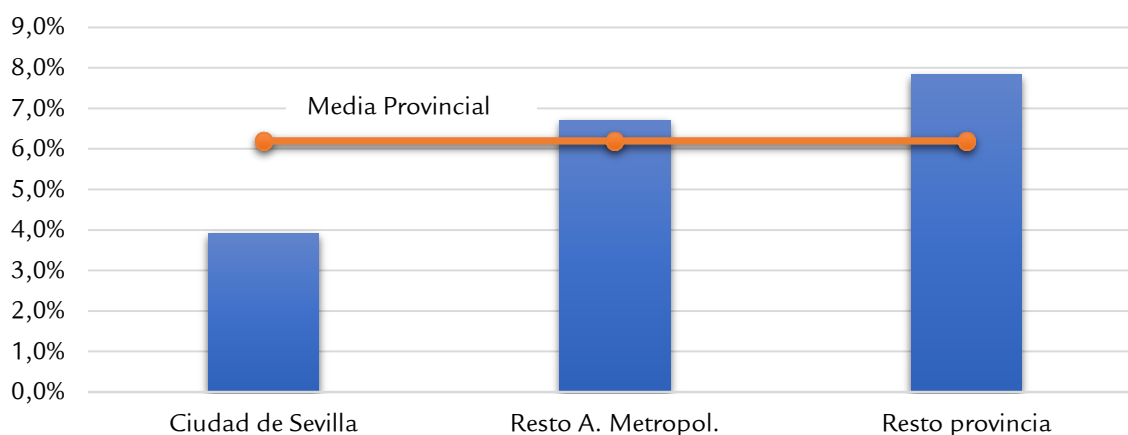
Cabe razonablemente pensar que pueden existir diferencias en los niveles de participación en la actividad emprendedora en función de la situación geográfica dentro de la provincia de Sevilla. En esta sección vamos a estudiar esta circunstancia para cada una de las fases del proceso de emprendimiento.

Comenzamos este análisis centrándonos en el estudio del emprendimiento potencial (Gráfico 5.2). Se puede observar que existe una considerable disparidad intra-provincial. En la ciudad de Sevilla, el 3,9% de la población adulta está considerando la posibilidad de crear una empresa en los próximos tres años. Comenzamos este análisis centrándonos en el estudio del emprendimiento potencial (Gráfico 5.2). Se puede observar que existe una considerable disparidad intra-provincial. En la ciudad de Sevilla, el 3'9% de la población adulta está considerando la posibilidad de crear una empresa en los próximos tres años.

Gráfico 5.1. Segmentación territorial de la provincia de Sevilla



Fuente: Elaboración propia

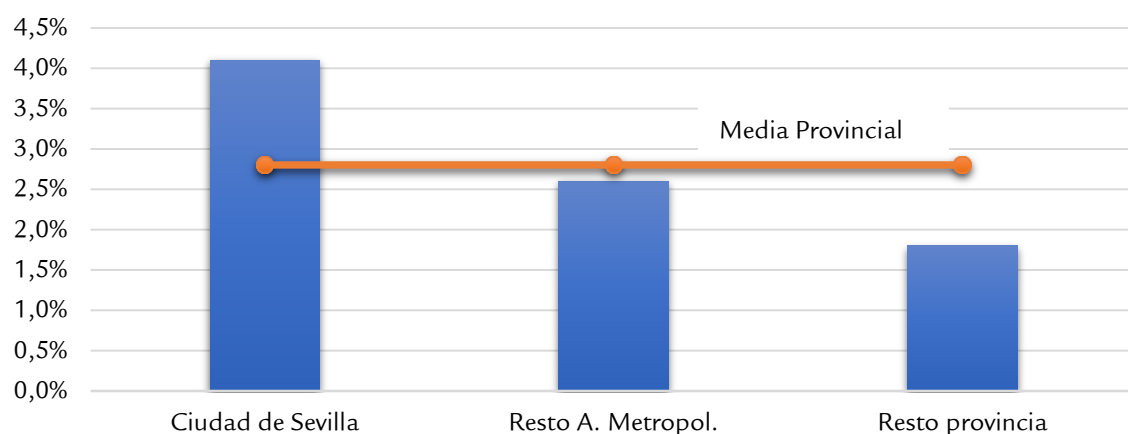
Gráfico 5.2. Tasa de emprendedores potenciales según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

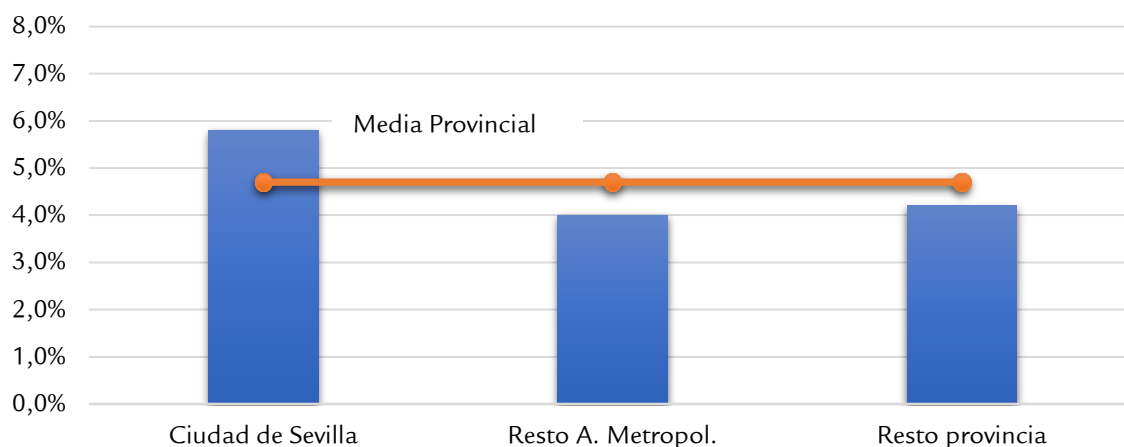
En cambio, en el resto de la zona metropolitana, ese porcentaje se eleva hasta el 6,7%, e incluso sube hasta el 7,8% en el resto de la provincia. Parece, por tanto, que el potencial emprendedor aumenta notablemente a medida que nos alejamos de la ciudad de Sevilla. No obstante, sería necesario conocer la motivación que tienen estos individuos para plantearse la creación de una empresa. No es lo mismo hacerlo para aprovechar una oportunidad que por falta de alternativas. En esta ocasión, sin embargo, el tamaño muestral no nos permite investigar este

factor de forma significativa.

Por otra parte, la disponibilidad de alternativas también puede ser relevante. En la ciudad de Sevilla existe una mayor oferta de empleo asalariado en empresas de mayor tamaño, o en la administración, por lo que es razonable que haya menos personas que se planteen crear su propia empresa. En cambio, a medida que nos alejamos de la capital provincial, la ausencia de otras alternativas puede provocar que más personas se planteen esta opción.

Gráfico 5.3. Tasa de emprendedores nacientes según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

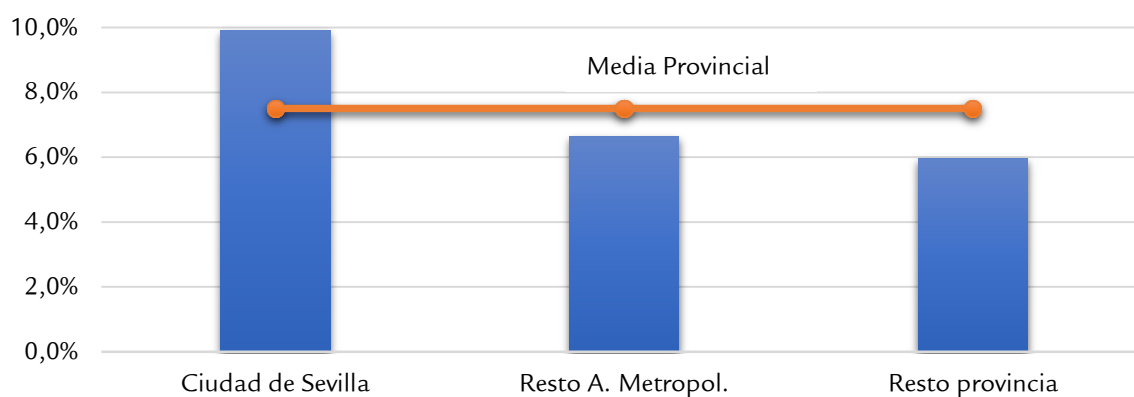
Gráfico 5.4. Tasa de emprendedores nuevos según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

La situación se invierte cuando nos fijamos en las personas que están actualmente creando una empresa (emprendedores nacientes), según se observa en el Gráfico 5.3. La tasa que se registra en la ciudad de Sevilla es del 4,1%, muy similar a la de emprendedores potenciales, y superior a las medias de Andalucía (2,9%) y de España (2,7%). En el resto del área metropolitana, el emprendimiento naciente es del 2,6% (casi en la media provincial), mientras que desciende hasta el 1,8% en el resto de la provincia. En nuestra opinión, esto sería reflejo de la existencia de un entorno más fértil en la ciudad de Sevilla, con mayor oferta de instalaciones y servicios de apoyo (incubadoras, formación, etc.), así como

un acceso más fácil a posibles clientes y proveedores. También puede haber un elemento relacionado con la disponibilidad de los recursos necesarios, ya sean estos la financiación, la mano de obra cualificada, o las infraestructuras necesarias. Las condiciones relativas a esa disponibilidad de recursos parecen ser menos favorables a medida que nos alejamos de la capital provincial.

De esta forma, aunque hay que tener precaución a la hora de establecer relaciones entre los distintos colectivos, podemos comparar las cifras de potenciales y nacientes en cada territorio. En la ciudad de Sevilla, el porcentaje de personas que considera crear una empresa en

Gráfico 5.5. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

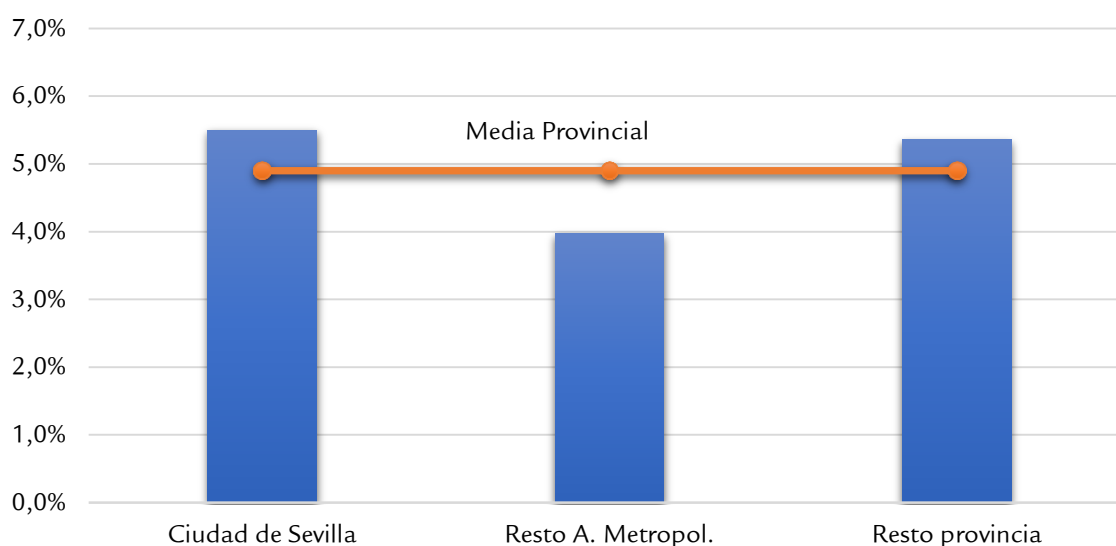
los próximos tres años es similar al de personas que la están creando actualmente. Son relativamente pocos los que se lo plantean, pero parecen tener una considerable facilidad para intentarlo. En el área metropolitana (sin Sevilla), la relación es de 2,6 emprendedores potenciales por cada naciente. Por último, en el resto de la provincia, existen 4,3 potenciales por cada persona que está creando una empresa. Aquí el porcentaje de personas que se lo plantean es bastante más elevado, pero son muy pocos los que llegan a intentar hacer realidad su proyecto.

A pesar de que este es el primer año que se realiza el informe GEM en la provincia de Sevilla, la información sobre los emprendedores nuevos nos proporciona una cierta perspectiva sobre la dinámica emprendedora en los años anteriores. En efecto, los nuevos emprendedores crearon su empresa a partir de comienzos de 2015. Los que existen en la actualidad son el resultado de restar los cierres de la cifra de nuevas empresas creadas. Si las tasas de creación han sido relativamente altas en los últimos años, y la situación de crecimiento económico ha permitido a muchas

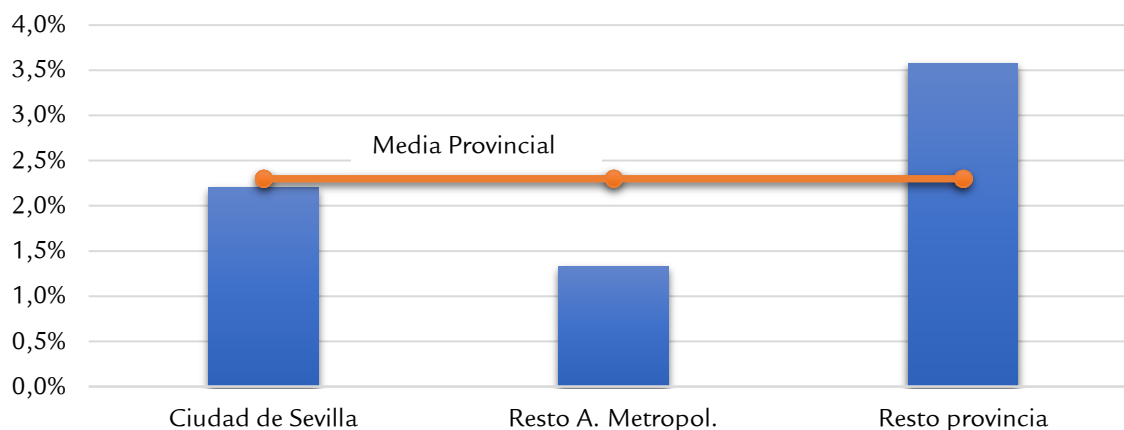
de esas empresas sobrevivir, tendremos una tasa de emprendimiento nuevo elevada. Lo contrario ocurrirá si se han creado pocas empresas nuevas o han cerrado una parte significativa de las mismas.

Pues bien, en el caso de la ciudad de Sevilla, la tasa de nuevos emprendedores es del 5,8%, como se observa en el Gráfico 5.4. Se trata de un valor cercano a la media de Andalucía (6,1%), y notablemente superior al dato de España (3,7%). A partir de ahí, podemos deducir que en la ciudad de Sevilla el nivel de emprendimiento ha sido relativamente alto en los últimos años. En cambio, en el resto del área metropolitana y de la provincia, la tasa de emprendedores nuevos es notablemente más baja (4,0% y 4,2%, respectivamente). Si bien estas cifras son todavía mayores que la media nacional (lo que apunta a unos últimos años relativamente favorables también en la provincia), parecen confirmar los indicios apuntados antes sobre la existencia de condiciones menos favorables para emprender que las que se dan en la ciudad de Sevilla.

Gráfico 5.6. Tasa de empresarios consolidados según zonas de la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

Gráfico 5.7. Tasa de abandono empresarial según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés), incluye tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos. Lógicamente, el nivel de actividad emprendedora ha de ser más alto en Sevilla, tanto por su mayor tasa de nacientes, como por la de nuevos empresarios. En efecto, como se observa en el Gráfico 5.5, la TEA en Sevilla es del 9,9% de la población adulta, por encima de la media de Andalucía (8,8%). En cambio, en el resto del área metropolitana y de la provincia, el nivel de actividad emprendedora se sitúa en niveles más modestos, del 6,6% en la zona más cercana a la capital, y del 6,0% en la más alejada. Estas cifras no se pueden considerar negativas, no obstante, pues son cercanas a la media española (6,4%).

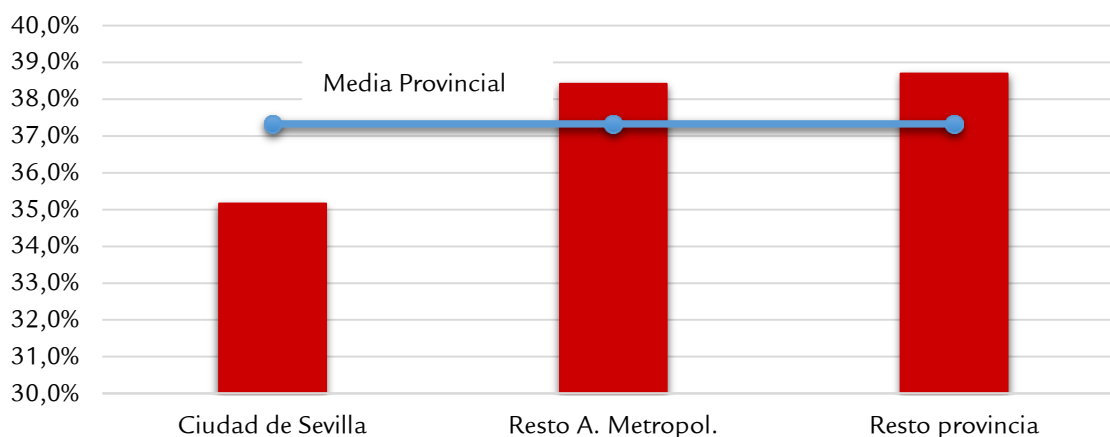
Cabe apuntar, por tanto, que la ciudad de Sevilla tiene unos niveles de actividad emprendedora total (TEA) considerablemente sólidos, al nivel de las zonas más dinámicas del país. Por su parte, el resto del área metropolitana y de la provincia, presentan unos niveles de TEA bastante próximos a la media nacional, por lo que no parece que se encuentren en una situación especialmente negativa.

La siguiente etapa viene dada por aquellas personas que tienen una empresa consolidada. Es decir, con más de 3 años y medio de existencia. Una tasa elevada de empresarios

consolidados puede ser el resultado de una economía que lleva varios años siendo muy dinámica. Pero también puede reflejar una economía de micro-empresas, con un número relativamente alto de trabajadores independientes y/o pequeños empresarios con pocos asalariados a su cargo.

En el caso de la provincia de Sevilla, como se observa en el Gráfico 5.6, la tasa de empresarios consolidados en el resto de la provincia es relativamente alta, del 5,4%, bastante similar a la media de Andalucía (5,7%). No obstante, coincide con un nivel de emprendedores nuevos y nacientes más reducido. Por ello, nos atrevemos a considerar que sería un ejemplo del segundo tipo de economía.

En cambio, en la ciudad de Sevilla, la tasa de empresarios consolidados es del 5,5%. Este nivel, si bien es todavía inferior a la media nacional (6,1%), coincide con un alto ritmo de creación de nuevas empresas y de emprendimiento naciente. Por ello, cabe pensar que la ciudad de Sevilla encaja en la primera categoría de economía relativamente dinámica. El resto de la zona metropolitana, en cambio, se caracteriza por un nivel relativamente bajo de empresarios consolidados. Parece, por tanto, que los empresarios consolidados tienden a concentrarse en mayor medida en la ciudad de Sevilla que en el resto del área metropolitana.

Gráfico 5.8. Adultos que conocen a un modelo de referencia según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

Por último, en esta sección vamos a hacer referencia al abandono de proyectos empresariales. Aquí incluimos el caso de las empresas que se cierran, pero también el de las que se traspasan y continúan existiendo bajo la titularidad de un nuevo propietario. Como se observa en el Gráfico 5.7, en el caso de la ciudad de Sevilla, esta tasa es del 2,2%, que es más alta que la media nacional (1,7%). Sin embargo, esa cifra se corresponde con una tasa de cierre de empresas del 1,1% (levemente inferior a la media nacional del 1,2%), y una tasa de traspasos de empresas que continúan funcionando con otro propietario del 1,1% (muy superior al 0,5% que se da a nivel nacional).

En el resto de la zona metropolitana, por su parte, la tasa de abandonos es notablemente baja (1,3%). Además, se puede subdividir en una tasa de cierres del 0,7% y un nivel equivalente de traspasos. Es decir, la tasa de cierres definitivos de empresas es realmente baja en esta zona, aproximadamente la mitad que la media nacional. Así pues, si bien es cierto que hay menos empresas consolidadas en la zona, también lo es que se cierran muy pocas.

En cambio, en el resto de la provincia, la perspectiva es menos positiva. El nivel de abandonos es considerablemente alto (3,6%), correspondiendo la mayor parte a cierres de empresas (2,4%), mientras que la cifra de traspasos (1,2%) es bastante similar a la de la

ciudad de Sevilla. En concreto, y siempre con la precaución del reducido número de casos (que puede restar representatividad a las cifras), un tercio de los traspasos producidos en el resto de la provincia se deben a la jubilación del empresario. Sin duda, la mayor edad media de la población en estas comarcas es un factor relevante para explicar esta dinámica.

Como resumen de este apartado, podemos presentar un panorama relativamente esperanzador para la ciudad de Sevilla, en la que existe un nivel comparativamente alto de emprendedores nacientes y nuevos, indicando una positiva dinámica emprendedora. Esto se complementa, además, con un número relativamente bajo de cierres y de traspasos. Parece que está empezando a desarrollarse un ecosistema emprendedor que sirve de sustento a la actividad emprendedora de la ciudad. Como punto a considerar, no obstante, la tasa de emprendedores potenciales es muy baja.

El nivel de dinamismo es menos elevado en la zona metropolitana, con un nivel medio de emprendedores nacientes y nuevos, pero destacando por una tasa muy reducida de cierres y traspasos.

En el resto de la provincia, en cambio, las tasas de emprendimiento naciente son muy bajas, aunque existe una base de micro-empresas y trabajadores autónomos consolidados. Sin

embargo, éstas se están cerrando a un ritmo relativamente elevado, lo que no deja de ser un motivo de preocupación.

5.3. Análisis territorial de las percepciones sobre emprendimiento en Sevilla

Una vez analizado el nivel de actividad relacionada con el emprendimiento existente en las distintas zonas de la provincial de Sevilla, resulta interesante a continuación analizar las posibles diferencias existentes en estas zonas en lo que se refiere a las percepciones relacionadas con el emprendimiento.

Así, en primer lugar, vamos a considerar la existencia de modelos de conducta de emprendedores cercanos. Para ello, analizamos la proporción de la población que conoce personalmente a alguien que ha emprendido en los últimos 2 años. La existencia de estos modelos puede ser determinante para que la persona se plantee crear su propia empresa, o –si ya se lo ha planteado– para que dé el paso y comience a crearla. Parece lógico suponer que la existencia de más o menos modelos de conducta emprendedora alrededor depende de la tasa de emprendedores nacientes y nuevos. Si hay muchos de ellos creando una empresa, es más fácil que cada persona conozca a algún emprendedor. Por ello, cabría esperar que los habitantes de la ciudad de Sevilla conociesen a más modelos de referencia, ya que las tasas de

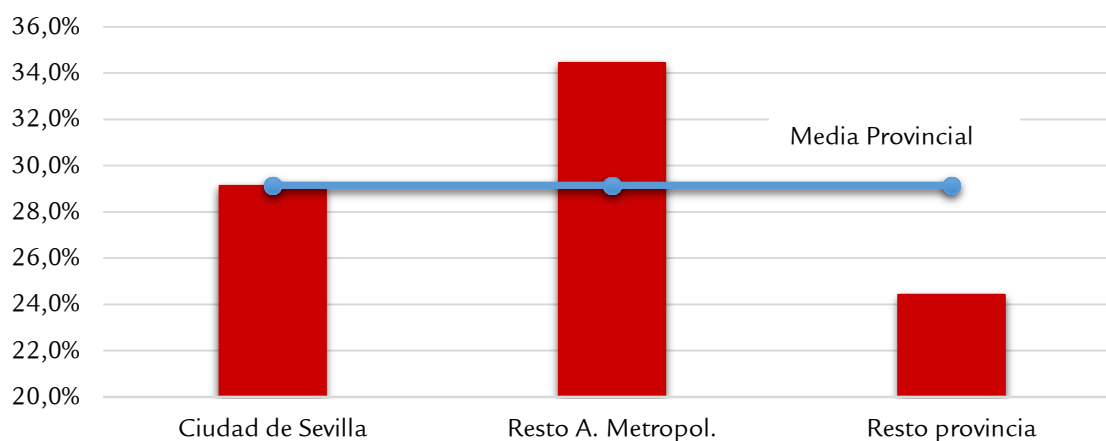
emprendimiento naciente y nuevo son más altas allí.

Sin embargo, los datos no concuerdan con esta impresión previa. En efecto, tal y como se muestra en el Gráfico 5.8, la proporción de personas que conocen a un emprendedor reciente es del 35,2% en Sevilla, claramente por debajo de la media provincial (37,3%), y de los valores correspondientes al resto del área metropolitana (38,4%) y de la provincia (38,7%). En todo caso, el valor para la ciudad de Sevilla es todavía superior a la media nacional (33,4%).

Esta aparente contradicción podría explicarse, creemos, por el tamaño de los núcleos de población propios de cada zona. De esta forma, a medida que los municipios son más pequeños, es más probable que sus habitantes conozcan a una mayor proporción de vecinos y sepan a qué se dedican. En cambio, en la ciudad de Sevilla y los municipios de mayor tamaño de la zona metropolitana (Alcalá de Guadaira o Dos Hermanas, como casos más evidentes), este grado de conocimiento es menos frecuente. Esto explicaría por qué, a pesar de que hay menos emprendedores nacientes y nuevos en la provincia, hay más personas que conocen de su existencia.

El siguiente elemento a considerar será el de la percepción de existencia de oportunidades para emprender. La mayor o menor presencia de

Gráfico 5.9. Adultos que ven oportunidades de crear en 6 meses según zonas de la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

oportunidades (según la percepción de los encuestados) puede influir significativamente en la decisión de poner en marcha un proyecto de nueva empresa. Cabe a priori establecer una asociación entre tasa de emprendedores potenciales y existencia de oportunidades, pues es más probable que tenga intención de crear una empresa el que ha detectado la existencia de una oportunidad. Sin embargo, tampoco esta relación se cumple en el caso de la provincia de Sevilla.

En la ciudad de Sevilla, la tasa de adultos que consideran que existen buenas oportunidades para emprender en los siguientes 6 meses es del 29,1%. Esta cifra es algo inferior a la media Andaluza (32,2%), y se sitúa en la media nacional (29,1%). Por tanto, el entorno urbano de Sevilla parece constituir un aceptable caldo de cultivo para el emprendimiento.

En el resto del área metropolitana, la percepción de oportunidades es superior (34,4%). Si a esto unimos, por el lado de la creación empresarial, su elevada tasa de emprendedores potenciales y su nivel medio de actividad naciente; y por el lado opuesto, la baja tasa de abandonos y cierres, parece que en la zona metropolitana también se dan unas condiciones favorables

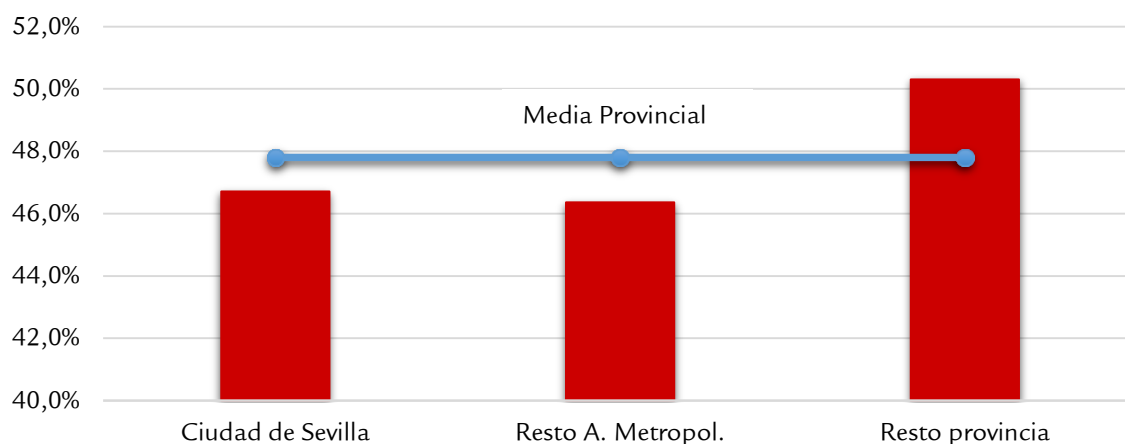
para el emprendimiento, aunque no estén todavía tan desarrolladas como en Sevilla ciudad.

Finalmente, el resto de la provincia se caracteriza por un nivel claramente menor de percepción de oportunidades (24,4%). Esto sería reflejo de un entorno económico menos dinámico, en el que las condiciones de recursos y mercados no son las más favorables para el emprendimiento.

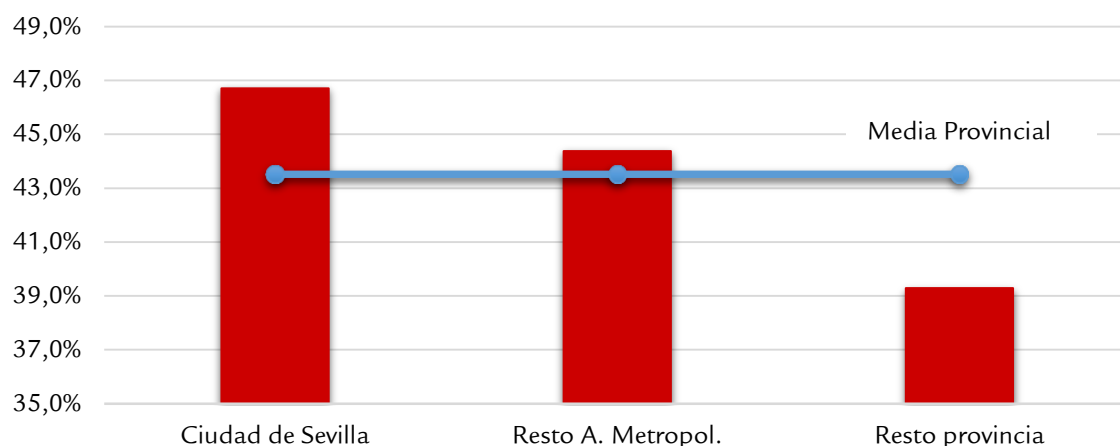
Además de detectar la existencia de oportunidades, es importante que la persona se sienta con la confianza suficiente sobre la posesión de los conocimientos y habilidades necesarias para emprender. De lo contrario, incluso si identifica una oportunidad, es menos probable que actúe para aprovecharla.

En este sentido, según se observa en el Gráfico 5.10, los habitantes del resto de la provincia son los que manifiestan tener en mayor proporción los conocimientos necesarios para emprender (50,3%). Esta cifra está muy cerca de la media andaluza (52,4%), y es superior a la nacional (48,5%). En cambio, los niveles en Sevilla y en su área metropolitana son muy similares entre sí (46,7% y 46,4%, respectivamente), tan sólo ligeramente por debajo de las medias nacional y provincial.

Gráfico 5.10. Adultos que tienen conocimientos para emprender según zonas de la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

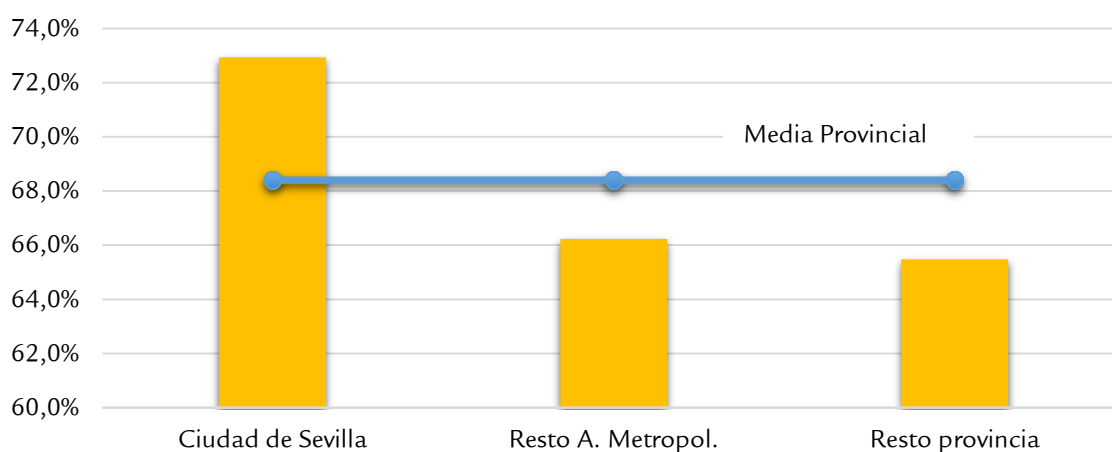
Gráfico 5.11. Miedo al fracaso como freno al emprendimiento según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

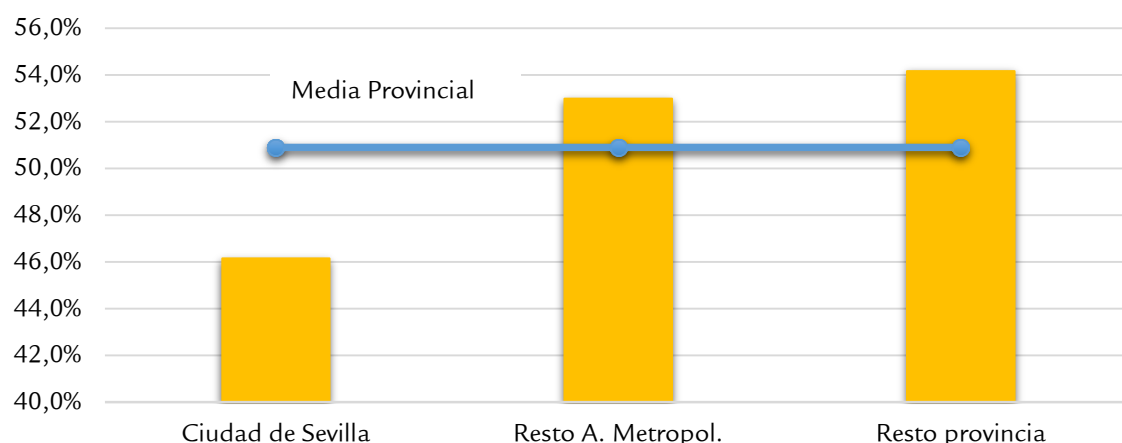
Debido al limitado tamaño muestral, en este primer informe sobre la provincia de Sevilla no ha sido posible realizar un análisis conjunto de los niveles de emprendimiento para aquellas personas que simultáneamente afirman tener los conocimientos y detectar una oportunidad. No obstante, a nivel agregado, sí se observa una gran diferencia. En términos generales, es mucho más probable que lleven a cabo comportamientos emprendedores aquellas personas que creen tener los conocimientos necesarios y haber detectado una oportunidad. Por ello, es importante continuar desarrollando la formación sobre capacidades emprendedoras

y sobre detección de oportunidades de negocio.

Frente a los conocimientos y oportunidades, que pueden facilitar la decisión de involucrarse en el emprendimiento, el miedo a fracasar puede ser un poderoso inhibidor de estos comportamientos. En el caso de la provincia de Sevilla, un 43,5% de sus habitantes afirman que el miedo al fracaso les frenaría a la hora de crear una empresa. Estas cifras están muy próximas a la media andaluza (43,9%) y la nacional (43,1%). En su conjunto, por tanto, el miedo al fracaso en la creación de empresas no parece suponer un factor diferencial para la población sevillana frente a la del resto de la Comunidad Autónoma

Gráfico 5.12. Importancia social de la equidad en niveles de vida según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

Gráfico 5.13. Emprender como buena opción profesional según zonas de la provincia de Sevilla

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

o de España.

Sin embargo, de nuevo existen diferencias importantes entre las distintas zonas de la provincia. Así, como se observa en el Gráfico 5.11, ese miedo está más presente entre la población de la ciudad de Sevilla (46,7%) y, en menor medida, entre la población del área metropolitana (44,4%). En ambos casos, esa proporción es algo superior a la media provincial. En cambio, en el resto de la provincia, esta proporción es notablemente más reducida (39,3%).

Cabe afirmar, por tanto, que a medida que nos alejamos de la ciudad de Sevilla, la preocupación por las consecuencias de un fracaso en el proyecto emprendedor supone una barrera menos importante. Esto puede representar un indicador positivo sobre la actitud emprendedora en las zonas menos urbanas.

Sin embargo, también puede ser reflejo de una concepción del emprendimiento a menor escala, que implica menos planificación, menor necesidad de financiación, etc. Esta circunstancia serviría para explicar no sólo el menor miedo al fracaso, sino la mayor percepción de conocimientos para emprender. En todo caso, el hecho de que en la provincia se perciban menos oportunidades para emprender supone sin duda una limitación importante para el desarrollo del emprendimiento en esa zona.

5.4. Análisis territorial de la cultura emprendedora en Sevilla

De forma complementaria a las percepciones sobre el proceso de emprendimiento, otro elemento importante a tener en cuenta es el relativo a las características de la cultura predominante en relación al emprendimiento. Para analizar este aspecto, el GEM incluye tres variables sobre la valoración social del emprendimiento, así como una cuarta variable sobre la importancia asignada a la equidad en los niveles de vida.

Respecto a esta última cuestión, la media provincial (68,4%) es algo inferior al dato correspondiente a España (71,5%), con una gran mayoría de sevillanos que consideran que en este país se prefiere que exista un nivel de vida uniforme para toda la población. Este aspecto, a priori, podría representar un obstáculo al emprendimiento, ya que la creación de empresas representa en numerosas ocasiones un intento de mejorar el nivel de vida propio (no incluimos aquí al emprendimiento social, cuyo objetivo se relaciona con mejorar las condiciones de vida de determinados colectivos sociales, o de la sociedad en su conjunto).

Pues bien, como se observa en el Gráfico 5.12, esa percepción sobre la preferencia por la equidad en la sociedad es notablemente más prevalente en la ciudad de Sevilla (72,9%),

mientras que los niveles son más bajos y más parecidos entre sí en la zona metropolitana y el resto de la provincia (66,2% y 65,5%, respectivamente). Esto podría quizá relacionarse con las diferencias en niveles de vida y condiciones económicas entre las zonas rurales y las urbanas, que puede hacer a los habitantes de las primeras percibir falta de atención hacia sus condiciones.

En lo que se refiere a la valoración social del emprendimiento, por su parte, se observa también una situación más favorable en el resto de la provincia, frente a las respuestas obtenidas en la ciudad de Sevilla. Así, si nos fijamos primero en la medida en la que emprender se considera una buena opción profesional, los resultados se reflejan en el Gráfico 5.13. A nivel agregado, los datos para la provincia (50,9%) son algo menores que los de la media nacional (53,1%). Sin embargo, la proporción de personas que comparten esta consideración cae hasta el 46,2% en la ciudad de Sevilla.

En cambio, la consideración del emprendimiento como opción profesional es notablemente más favorable en el área metropolitana (53,0%) y en el resto de la provincia (54,2%). De esta forma, a medida que nos alejamos de la ciudad, el emprendimiento se percibe como una mejor opción profesional.

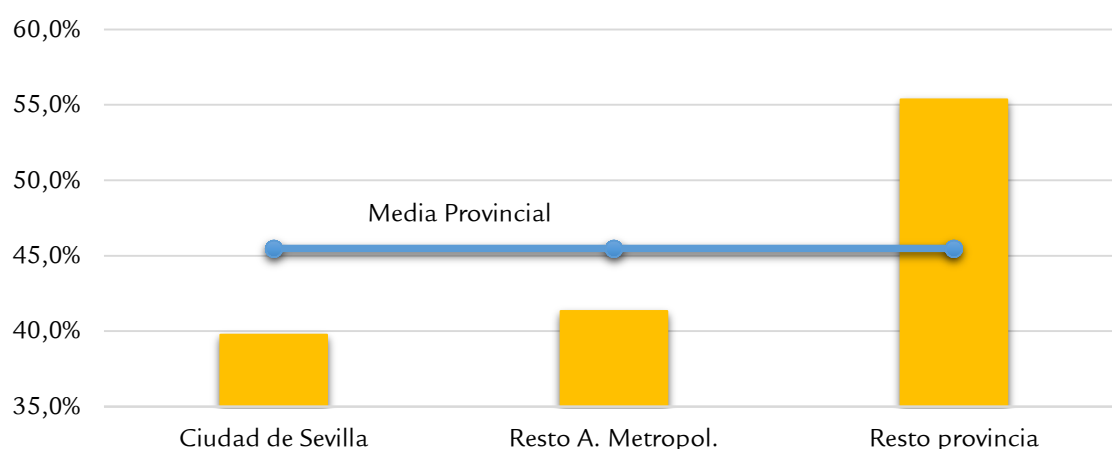
El Gráfico 5.14, por su parte, nos muestra la proporción de la población que considera que crear y desarrollar una empresa con éxito proporciona un elevado estatus social y económico. De nuevo, como en los casos anteriores, se observa que el nivel medio en la provincia (45,5%) se encuentra cercano al nivel medio para el conjunto de España (49,8%).

No obstante, vuelven a existir diferencias notables entre las demás zonas analizadas. En esta ocasión, el porcentaje de adultos que comparten esta opinión es del 39,8% en la ciudad de Sevilla, mientras que sube un poco (hasta el 41,3%) en el resto del área metropolitana.

Por el contrario, en el resto de la provincia esa proporción se dispara hasta el 55,4%. Sin duda, el hecho de que existan menos alternativas profesionales en las zonas rurales es un elemento relevante para explicar la positiva valoración que existe acerca del estatus económico y social que se otorga a los emprendedores de éxito.

Por último, recogemos en el Gráfico 5.15 las respuestas relativas a la atención que los medios de comunicación prestan al emprendimiento. En esta variable, se repite un patrón bastante similar al de la anterior. La proporción de adultos en la provincia que consideran que los medios de comunicación prestan atención al

Gráfico 5.14. Emprender proporciona status según zonas de la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

empredimiento y las nuevas empresas (46,3%) se sitúa muy cerca del dato correspondiente a España (49,4%), si bien en esta ocasión el dato está algo por debajo de la media nacional.

Al igual que antes, el dato para Sevilla ciudad y su área metropolitana están por debajo de esa media provincial (41,8% y 45,0%, respectivamente). Mientras que es en el resto de la provincia donde este porcentaje alcanza niveles más elevados (del 52,4%). Las zonas más alejadas de la ciudad de Sevilla perciben que los medios de comunicación prestan gran atención a las nuevas empresas.

A modo de resumen de esta sección, se puede afirmar que los datos sobre cultura emprendedora para el conjunto de la provincia de Sevilla coinciden en gran medida con la media nacional. Por ello, cabe suponer que la cultura predominante en la provincia es bastante representativa de la española. Sin embargo, se observan notables diferencias según las distintas zonas analizadas dentro de la provincia.

La ciudad de Sevilla es el territorio donde la población percibe una cultura menos favorable. De un lado, son los que en mayor medida piensan que la sociedad da una gran importancia a la existencia de niveles de vida uniformes. Del otro, son menos personas las que consideran que el emprendimiento está considerado una buena opción profesional, da estatus, o se reconoce en los medios. Cabe

pensar que, en Sevilla, al existir una realidad social más compleja con más alternativas profesionales, el emprendimiento compite como salida frente a otras opciones vitales como las oposiciones, el trabajo asalariado, o incluso el voluntariado.

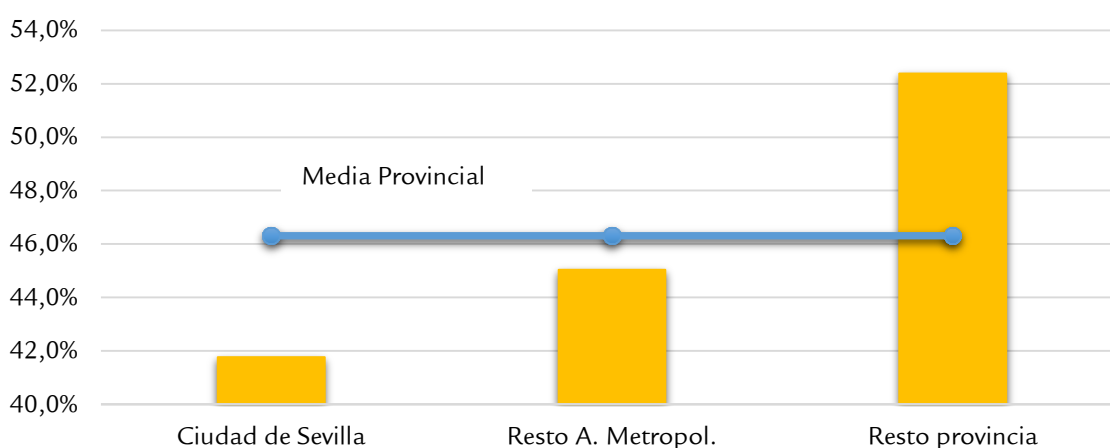
Fuera del área metropolitana, las percepciones sobre cultura se invierten. La importancia de la equidad en los niveles de vida pierde peso, mientras que se considera que el emprendimiento tiene mayor reconocimiento social. Podría estarse produciendo una cierta idealización del emprendimiento como salida profesional que puede proporcionar empleo y riqueza en zonas con relativamente menos alternativas.

Finalmente, la zona metropolitana se encuentra en una situación intermedia. Probablemente esto se pueda explicar por la coexistencia de núcleos de población más cercanos a los propios de Sevilla, con otros más identificados con los del resto de la provincia. Para clarificar esta circunstancia, y de cara a futuros informes, sería interesante analizar la percepción de cultura emprendedora en función del tamaño de la localidad.

5.5. Conclusiones

Tras analizar los principales indicadores sobre actividad, percepciones personales y cultura emprendedora, cabe concluir que existen

Gráfico 5.15. Medios prestan atención al emprendimiento según zonas de la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) de Sevilla, 2018

algunas diferencias muy notables entre las tres zonas en las que hemos dividido la provincia de Sevilla para su análisis. Por ello, si el fomento del emprendimiento se plantea como un objetivo relevante de la actuación pública, es necesario resaltar que la efectividad de las medidas propuestas dependerá de las circunstancias específicas del territorio donde se va a actuar.

En nuestro caso, los datos permiten identificar la existencia de notables diferencias en cuanto a la dinámica emprendedora entre la ciudad de Sevilla, por un lado, el resto de la zona metropolitana, por otro, y finalmente el resto de la provincia.

En Sevilla capital, existe un nivel de emprendimiento efectivo (naciente y nuevo) elevado, y una prevalencia relativamente alta de emprendedores consolidados. En cambio, la futura “cantera” de emprendedores (emprendedores potenciales) es notablemente baja. Este último elemento es preocupante. Además, tiene relación probablemente con las percepciones menos favorables hacia el emprendimiento y una cultura menos emprendedora. Sería importante actuar para mejorar las percepciones y la cultura, lo que sin duda contribuiría a elevar el nivel de potenciales emprendedores. En este sentido, no solo el Ayuntamiento de Sevilla, sino también asociaciones como Sevilla Capital Inteligente, o Sevilla Up, junto con otros agentes relevantes, deben seguir actuando para reforzar el ecosistema emprendedor de la ciudad.

En el área metropolitana (excluida la propia capital), la actividad emprendedora se sitúa en torno a la media provincial, lo cual representa un nivel de dinamismo bastante aceptable. Además, a favor de esta zona, cabe decir que la tasa de emprendedores potenciales es notablemente mayor que en Sevilla, mientras que la de abandono de empresas (cierres y traspasos) es muy reducida. Las percepciones personales son más favorables que en la ciudad, en especial lo relativo a la existencia de modelos de referencia y detección de oportunidades para emprender. Esto probablemente explica el mayor nivel de potencial emprendedor. La cultura

emprendedora parece ser más favorable que en la ciudad en algunos aspectos, pero no en todos. Parece, por tanto, que existen unas condiciones bastante favorables para la actividad emprendedora y que, si no se traduce en mayores tasas es, posiblemente, por la necesidad de reforzar los servicios de apoyo y los recursos disponibles (junto con una estrategia de difusión de la información sobre los servicios existentes).

Por último, en las zonas más alejadas de la provincia, fuera del área metropolitana, destaca especialmente la desproporción entre la gran cantidad de emprendedores potenciales y la baja tasa de nacientes, junto con la elevada cifra de abandonos. Si a eso unimos el bajo nivel de detección de oportunidades, se puede interpretar que las características económicas y sociales en esta tercera zona no son suficientemente favorables para el emprendimiento. En este caso, es importante, mediante la formación y los servicios de apoyo, difundir la idea de que las empresas en esta tercera zona deben de orientarse a un mercado mucho más amplio que el local, si es que quieren ser viables y sobrevivir. Pero para ello, parece necesario mejorar las condiciones que favorecen el funcionamiento de las empresas, mejorando las infraestructuras necesarias (en particular, las relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación).

Terminamos señalando que este estudio es probablemente el primero que, con una metodología consolidada y comparable, ofrece un diagnóstico sobre los aspectos principales del proceso de emprendimiento en la provincia de Sevilla. Con las limitaciones de las que sin duda adolece, estamos convencidos de que será una herramienta muy útil para que tanto las entidades privadas, como sobre todo las públicas, puedan diseñar programas de actuación y medidas más efectivas y adaptadas a las circunstancias locales. Son precisamente las entidades como la Diputación de Sevilla, a través de su sociedad instrumental Prodetur, las destinatarias principales de este informe.

Capítulo VI

Metodología

6.1. Introducción

El proyecto GEM analiza la actividad emprendedora en cada territorio mediante una metodología común que permita las comparaciones entre territorios. Las fuentes de información utilizadas para dicho análisis son las que se muestran en la Figura 6.1.

6.2. Encuesta a la población adulta

La encuesta a la población adulta (APS) parte de la identificación de una muestra representativa de la población adulta y permite obtener estimadores homogéneos del nivel de actividad emprendedora.

En la identificación de la muestra se establecen cuotas de sexo, edad, zona rural, urbana y otras, para garantizar la ausencia de sesgos. La encuesta es realizada mediante sistemas CATI y concentra la

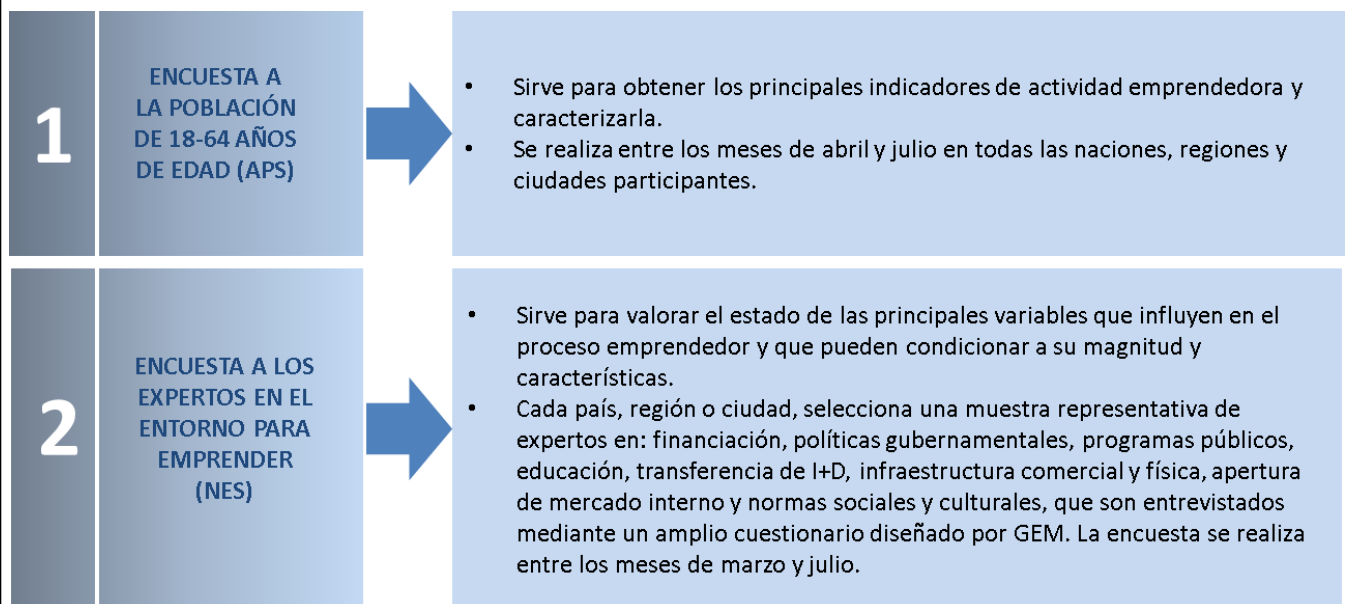
realización de las entrevistas en la franja horaria de 18 a 22 horas.

La Tabla 6.1, refleja la ficha técnica de la encuesta a la población adulta de la provincia de Sevilla.

A partir de la información proporcionada por la encuesta a la población adulta, se elaboran los indicadores que describen el proceso emprendedor, según la propuesta de GEM: emprendimiento potencial, emprendimiento naciente, emprendimiento nuevo, empresas consolidadas y abandonos (Figura 6.2).

La encuesta recaba, además, información sobre el perfil de los emprendedores, el emprendimiento femenino, las percepciones sobre las oportunidades de negocio, de capacidades y de miedo al fracaso, así como sobre el conocimiento de modelos de conducta emprendedora.

Figura 6.1. Fuentes de datos



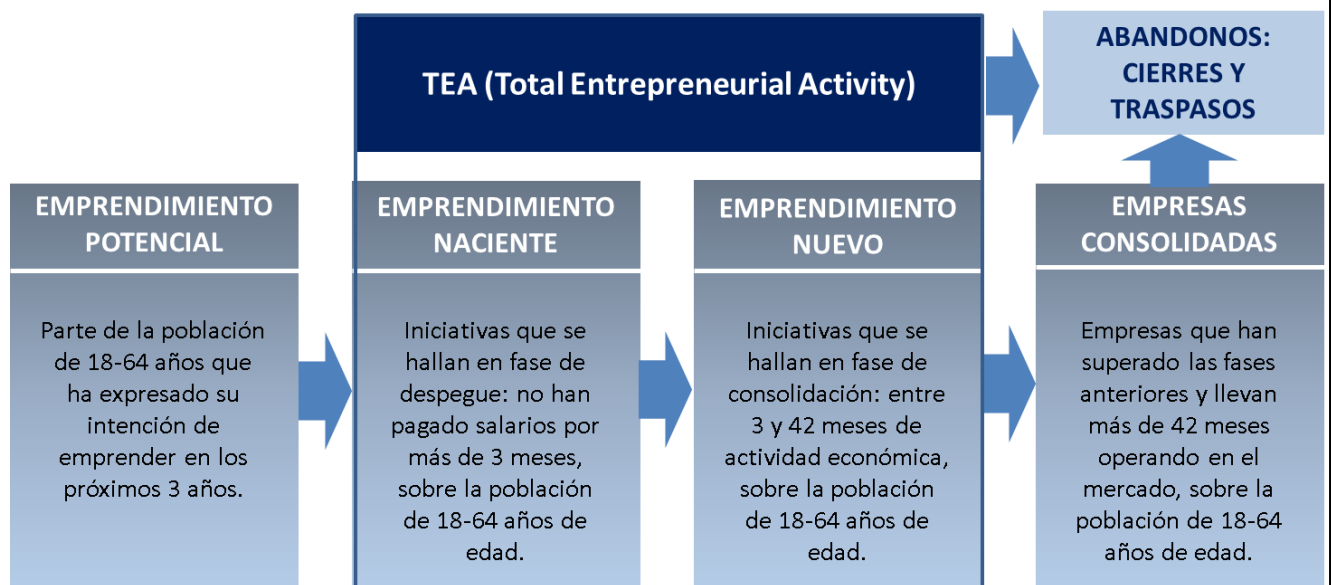
Fuente: GEM

Tabla 6.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta

Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Sevilla	
Universo	Población residente en la provincia de 18 a 64 años
Población objeto	1.240.334
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,00%
Error muestral	+4,38 para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período de realización de encuestas	Junio-Julio de 2018
Trabajo de campo	Instituto Opinometre

Fuente: Instituto Opinometre

Figura 6.2. Etapas en el proceso emprendedor



Fuente: GEM

6.3. Encuesta a los expertos

La encuesta a los expertos tiene como objetivo realizar un diagnóstico del entorno para emprender, en relación con 10 condiciones del entorno:

- 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
- Normas sociales y culturales
- Condiciones específicas de la empresa familiar

El diagnóstico se construye a partir de un cuestionario estructurado, en el que los expertos expresan su opinión respecto al grado en que cada condición del entorno favorece la actividad emprendedora.

A los expertos también se les pide (mediante preguntas abiertas) que indiquen 3 obstáculos y 3 facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia, así como 3 recomendaciones para mejorar el contexto para emprender. Para facilitar el análisis, estas respuestas abiertas son codificadas en una de 20 categorías posibles establecidas por GEM (Tabla 6.2)

- Años de experiencia en el área (promedio): 11,3 años.
- Perfil: 38,5% emprendedor, 7,7% inversor, financiador o banquero, 20,5% gestor de políticas públicas, 35,9% proveedor de servicios y apoyo a empresas, 48,7% educador, profesor o investigador, 25,6% otros (gestores de aceleradoras, crowdfunding, periodista, intraemprendedor, etc.). El total es superior al 100% debido a que varios expertos combinan más de un perfil.

Tabla 6.2. Categorías para la codificación de las preguntas abiertas

1	Apoyo financiero al emprendimiento
2	Políticas gubernamentales
3	Programas gubernamentales
4	Educación y formación
5	Transferencia de I+D
6	Infraestructura comercial y profesional
7	Apertura del mercado
8	Infraestructura física y de servicios
9	Normas culturales y sociales
10	Capacidad para emprender
11	Clima económico
12	Características del mercado de trabajo
13	Composición de la población (presencia de extranjeros)
15	Crisis
16	Corrupción
17	Resultados diferentes para las pequeñas, medianas y grandes empresas
18	Internacionalización
19	Costes, acceso y regulación laboral
20	Información

Fuente: GEM

En esta edición del informe se obtuvieron respuestas de 39 expertos en emprendimiento⁸, con el siguiente perfil:

- Género: 71,8% hombres y 28,2% mujeres.
- Edad (promedio): 47,82 años.
- Nivel educativo: 67,7% estudios de postgrado (máster, doctorado...), 30,8% estudios universitarios y 2,6% vocacional/profesional

⁸ La metodología GEM tiene establecido un mínimo de 36 expertos.

Índice de Tablas

Tabla 1. Balanced Scorecard GEM Sevilla 2018 (comparación con Andalucía y España).....	10
Tabla 2. Valoraciones de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor de la provincia de Sevilla (escala 1-5).....	10
Tabla 1.1. Indicadores en la fase inicial del proceso emprendedor.....	17
Tabla 2.1. Percepción de la población sevillana sobre sus valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género, 2018.....	32
Tabla 2.2. Percepción de la población sevillana sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2018.....	37
Tabla 5.1. Distribución territorial comparada según la definición de Área Metropolitana.....	59
Tabla 6.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta.....	74
Tabla 6.2. Categorías para la codificación de las preguntas abiertas.....	75

Índice de Gráficos

Gráfico 1.1. El proceso emprendedor en Sevilla, 2018.....	13
Gráfico 1.2. El proceso emprendedor en Andalucía, 2018.....	14
Gráfico 1.3. El proceso emprendedor en España, 2018.....	14
Gráfico 1.4. Porcentaje población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años, 2018.....	15
Gráfico 1.5. El potencial emprendedor por género en Sevilla, 2018.....	16
Gráfico 1.6. Tasa de actividad emprendedora (TEA) por provincias, 2018.....	17
Gráfico 1.7. Tasa de actividad emprendedora según el motivo para emprender, 2018.....	18
Gráfico 1.8. Indicadores de emprendimiento por género en Sevilla, 2018 (fase inicial).....	19
Gráfico 1.9. Tasa de consolidación y abandono por provincias, 2018.....	20
Gráfico 1.10. Indicadores de emprendimiento por género en Sevilla, 2018 (fase inicial).....	21
Gráfico 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses.....	25
Gráfico 2.2. Percepción de opor. (%) pob. total, involucrada y no involucrada en la provincia de Sevilla.....	27
Gráfico 2.3. Porcentaje de población que percibe buenas condiciones en los próximos 6 meses para crear una empresa en el área donde vive. Provincias andaluzas disponibles en la muestra.....	27
Gráfico 2.4. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender.....	29
Gráfico 2.5. Percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender 2018 Provincias andaluzas.....	29

Gráfico 2.6. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender.....	30
Gráfico 2.7. Percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender 2018. Provincias andaluzas	30
Gráfico 2.8. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia.....	31
Gráfico 2.9. Percepción de la existencia de modelos de referencia 2018. Provincias andaluzas.....	31
Gráfico 2.10. Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida.....	32
Gráfico 2.11. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción personal.....	33
Gráfico 2.12. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico.....	33
Gráfico 2.13. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación..	35
Gráfico 2.14. Percepción sobre aspectos socio-culturales de la población 2018. Varias provincias.....	36
Gráfico 3.1. Factores citados por los expertos como obstáculos a la actividad emprendedora en la provincia.....	40
Gráfico 3.2. Factores citados por los expertos como facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia.....	41
Gráfico 3.3. Recomendaciones para mejorar el contexto de la actividad emprendedora en la provincia.....	42
Gráfico 3.4. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en la provincia.....	43
Gráfico 3.5. Comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y países de la U.E.....	44
Gráfico 4.1. Apoyo financiero.....	48
Gráfico 4.2. Políticas gubernamentales.....	49
Gráfico 4.3. Programas gubernamentales.....	50
Gráfico 4.4. Educación y formación emprendedora.....	51
Gráfico 4.5. Transferencia de I+D.....	52
Gráfico 4.6. Infraestructura comercial y profesional.....	52
Gráfico 4.7. Apertura del mercado interno.....	53
Gráfico 4.8. Infraestructura física y de servicios.....	54
Gráfico 4.9. Normas sociales y culturales en la provincia de Sevilla.....	55
Gráfico 4.10. Condiciones específicas de la empresa familiar.....	56
Gráfico 5.1. Segmentación territorial de la provincia de Sevilla.....	60
Gráfico 5.2. Tasa de emprendedores potenciales según zonas de la provincia de Sevilla.....	61
Gráfico 5.3. Tasa de emprendedores nacientes según zonas de la provincia de Sevilla.....	61
Gráfico 5.4. Tasa de emprendedores nuevos según zonas de la provincia de Sevilla.....	62
Gráfico 5.5. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) según zonas de la provincia de Sevilla.....	62
Gráfico 5.6. Tasa de empresarios consolidados según zonas de la provincia de Sevilla.....	63
Gráfico 5.7. Tasa de abandono empresarial según zonas de la provincia de Sevilla.....	64

Gráfico 5.8. Adultos que conocen a un modelo de referencia según zonas de la provincia de Sevilla.....65

Gráfico 5.9. Adultos que ven oportunidades de crear en 6 meses según zonas de la provincia de Sevilla.....66

Gráfico 5.10. Adultos que tienen conocimientos para emprender según zonas de la provincia de Sevilla....67

Gráfico 5.11. Miedo al fracaso como freno al emprendimiento según zonas de la provincia de Sevilla.....68

Gráfico 5.12. Importancia social de la equidad en niveles de vida según zonas de la provincia de Sevilla.....68

Gráfico 5.13. Emprender como buena opción profesional según zonas de la provincia de Sevilla.....69

Gráfico 5.14. Emprender proporciona status según zonas de la provincia de Sevilla.....70

Gráfico 5.15. Medios prestan atención al emprendimiento según zonas de la provincia de Sevilla.....71

Índice de figuras

Figura 6.1. Fuentes de datos.....73

Figura 6.2. Etapas en el proceso emprendedor.....74

