



Informe GEM

Provincia de Sevilla



2019/20



Informe GEM
Provincia de Sevilla
2019-2020



Informe GEM Provincia de Sevilla 2019-2020

ISBN 978-84-09-26191-8

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:

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

Patrocina:

Prodetur, S.A.

Imagen de portada diseñada por Freepik: [designed by Mindandi - Freepik.com](https://www.freepik.com)

MIEMBROS DEL EQUIPO GEM SEVILLA

Universidad Pablo de Olavide

Carmen Cabello Medina (Coord.)



Catedrática de Universidad en el Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide. Coordina el Centro Propio de Investigación INN-LAB de la UPO, sobre innovación, emprendimiento y empresa familiar. Ha dirigido varios proyectos de investigación del Plan Nacional de I+D y contratos de investigación con empresas e instituciones. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad de Twente (Holanda) y ha publicado en revistas internacionales, entre las que destacan: R&D Management, Industry and Innovation, Journal of Business Research y British Journal of Management. Actualmente, es Directora del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide.

Antonio Carmona Lavado



Profesor titular del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide. 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



Técnico Superior de Apoyo a la Investigación en la Universidad Pablo de Olavide, en el Departamento de

Universidad de Sevilla

Francisco Liñán (Coord.)



Profesor de la Universidad de Sevilla especializado en el emprendimiento y el proceso emprendedor. Responsable del Grupo de Investigación PYMED (PAIDI: SEJ-128). Autor de numerosas contribuciones altamente citadas en este ámbito. 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. Es Vicedecano de Investigación, Transferencia y Emprendimiento, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla.

José Fernández Serrano



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



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

Universidad Pablo de Olavide

Organización de Empresas y Marketing y Profesora Sustituta Interina en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla. 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 el Proyecto "Modelo Explicativo de la Innovación en las Alianzas establecidas por Empresas Intensivas en Conocimiento. Análisis de Oportunidades para la Innovación Intersectorial" (ECO 2016-78882-R), y es parte del equipo de trabajo del Proyecto internacional del King's College London "Emprendiendo en Tiempos de Covid".

Universidad de Sevilla

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 Almería Universidad de Cádiz Universidad de Granada Universidad de Jaén Universidad Loyola (Córdoba) Universidad de Málaga Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	<u>Coordinadores Equipos Provinciales:</u> Carlos Jesús Cano Guillén Carmen Camelo Ordaz y José Manuel Sánchez Vázquez María del Mar Fuentes Fuentes María Jesús Hernández Ortiz Esteban Almirón Navarro Rafael Ventura Fernández Carmen Cabello Medina Francisco Liñán

Sumario

Presentación Prodetur.....	1
Prólogo Informe GEM Sevilla 2019-2020.....	3
Introducción	
El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor).....	5
Balanced Scorecard	5
Resumen Ejecutivo	7
Conclusiones.....	8
Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Sevilla	
1.1. Introducción	11
1.2. Potencial emprendedor.....	14
1.3. Actividad emprendedora.....	16
1.4. Dinámica emprendedora.....	18
1.5. Conclusiones.....	21
Capítulo 2: Fenómeno Emprendedor: Oportunidades, motivaciones y capacidades para crear empresas en Sevilla	
2.1. Valores, percepciones y 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
2.4. Percepciones de la población sobre sus valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género	31
2.5. Percepción de la población sevillana sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento.....	32
2.6. Percepciones culturales y género.....	34
2.7. Conclusiones.....	36
Capítulo 3: Entorno: Obstáculos, Facilitadores y Recomendaciones	
3.1. Introducción	37
3.2. Factores que obstaculizan la creación de empresas	38
3.3. Factores que favorecen la creación de empresas	39
3.4. Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora...40	
3.5. Valoración del entorno emprendedor.....	42
3.6. Comparación del entorno emprendedor de la Provincia, Andalucía, España y Unión Europea	43
3.7. Conclusiones.....	44
Capítulo 4: Análisis de las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla	
4.1. Introducción	47
4.2. Apoyo financiero	48

4.3.	Políticas gubernamentales	49
4.4.	Programas gubernamentales	49
4.5.	Educación y formación emprendedora	50
4.6.	Transferencia de I+D.....	51
4.7.	Infraestructura comercial y profesional	52
4.8.	Apertura del mercado interno.....	53
4.9.	Infraestructura física y de servicios	53
4.10.	Normas sociales y culturales	55
4.11.	Conclusiones.....	55
Capítulo 5: Análisis territorial del emprendimiento en Sevilla		
5.1.	La segmentación territorial de la provincia de Sevilla	59
5.2.	Análisis territorial de la actividad emprendedora en Sevilla.....	59
5.3.	Análisis territorial de las percepciones sobre emprendimiento en Sevilla	65
5.4.	Análisis territorial de la cultura emprendedora en Sevilla	68
5.5.	Conclusiones.....	71
Capítulo 6: Metodología		
6.1.	Introducción	73
6.2.	Encuesta a la población adulta	73
6.3.	Encuesta a los expertos	74
Capítulo 7: Evaluación del impacto a corto plazo de la crisis del COVID-19		
7.1.	Introducción	77
7.2.	Situación de la actividad y decisiones adoptadas.....	78
7.3.	Expectativas de futuro.....	81
7.4.	Medidas solicitadas	84
7.5.	Conclusiones y recomendaciones	85
Índice de Tablas.....		91
Índice de Gráficos.....		91
Índice de Figuras.....		93

Presentación Prodetur

El estudio y la investigación sobre la incidencia de los procesos emprendedores en la provincia de Sevilla continúa siendo una prioridad para la Diputación de Sevilla, a través de Prodetur, que desarrolla de esta forma uno de sus principales puntos de su objeto y finalidad social.

Tras los resultados del primer informe emitido por la red de investigadores del GEM la pasada anualidad, continuamos apoyando esta importante labor que permite detectar y valorar la actualidad de la actividad emprendedora en Sevilla y su comparativa a nivel autonómico y estatal.

El documento que se presenta contiene estudios sobre los principales aspectos del emprendimiento en la provincia de Sevilla, abarcando líneas de investigación tales como actividades, oportunidades, capacidad de creación de empresas, obstáculos, facilidades, o recomendaciones, todo ello situado en el entorno territorial de influencia. El análisis de la situación de partida permite analizar los resultados y potenciar la cultura innovadora y emprendedora, imprescindibles para garantizar el avance social y económico en nuestro territorio.

Este año, los informes sobre temas monográficos tales como emprendimiento y género, emprendimiento rural, emprendimiento corporativo y otros se han visto condicionados en gran medida por la situación creada por el COVID19 hasta la fecha. Ante la grave crisis económica y productiva que la pandemia ha provocado es necesario profundizar en el estudio de la situación a corto plazo y colaborar con medidas reparadoras, entre las cuales, Prodetur ha desarrollado varias iniciativas urgentes para paliar en lo posible las consecuencias socioeconómicas que nos han sobrevenido, y que han supuesto un duro golpe a la dinámica empresarial y emprendedora.

El equipo investigador ha analizado las diversas fases del proceso emprendedor, y apunta la necesidad de advertir sobre la participación de la población en las iniciativas y los resultados de las mismas, analizadas desde la comparativa de los resultados obtenidos en el informe anterior, con sus fortalezas y debilidades. Destaca entre otras conclusiones que, si bien la provincia de Sevilla lleva a cabo una actividad emprendedora importante con respecto a la media andaluza y nacional, sus condiciones del entorno se encuentran actualmente limitadas. De estas y otras conclusiones que se exponen en este informe, tomamos nota y fijamos nuestro esfuerzo en apoyar cualquier iniciativa o actuación tendente al fortalecimiento de nuestro tejido empresarial.

Con esta finalidad, Prodetur continuará favoreciendo esta iniciativa, que redundará en un diagnóstico de la situación actual y ofrece una información de calidad que nos permite diseñar y planificar correctamente nuestras herramientas y líneas de trabajo, dirigidas a ejecución de proyectos que mejoren nuestra situación socioeconómica y, por tanto, la calidad de vida de nuestros municipios.

Agradecemos y felicitamos, una vez más, la encomiable labor realizada por todo el equipo encargado de la elaboración de este informe, miembros de la Universidad de Sevilla y de la Universidad Pablo de Olavide coordinados por Carmen Cabello y Francisco Liñán, y confiamos en que esta labor prosiga y se materialice en próximos informes.

D. Fernando Rodríguez Villalobos
Presidente de la Diputación de Sevilla

Prólogo Informe GEM Sevilla 2019-2020

El equipo GEM de Sevilla presenta un nuevo informe provincial en un contexto de incertidumbre y crisis provocado por la COVID-19. En esta situación la información y recomendaciones que aporta son más valiosas que nunca. El impulso del espíritu emprendedor que el proyecto GEM persigue es un recurso estratégico de primera magnitud para superar la pandemia. Las capacidades emprendedoras de la población y de los territorios son palancas esenciales para lograr resiliencia y hacer frente a la crisis.

El observatorio GEM contribuye a ese importante reto impulsando y difundiendo conocimientos y proponiendo medidas para mejorar las capacidades emprendedoras de la población de un territorio y de su entorno. GEM facilita información rigurosa del proceso de creación de empresas y del entorno que lo condiciona, colabora a establecer un sistema de gobernanza, a evaluar medidas y a emitir recomendaciones. Lo hace desde una perspectiva comparada entre territorios y abierta al aprendizaje a lo largo del tiempo.

Ello es posible gracias a la naturaleza colaborativa de un proyecto de investigación sin precedentes. Los más de quinientos investigadores de las principales universidades de todo el mundo, los numerosos patrocinadores e instituciones que ayudan a su financiación y los más de seiscientos expertos que

cada año ofrecen sus opiniones, son los principales recursos estratégicos de un proyecto sin parangón.

En Andalucía el proyecto ha logrado movilizar un valioso equipo humano de las principales universidades de la región. GEM no sería posible sin ese espíritu colaborativo y sin el liderazgo compartido de sus componentes.

En ese ámbito de cooperación la Universidad Pablo de Olavide y la Universidad de Sevilla se han distinguido creando un excelente equipo que lideran de manera compartida la profesora Carmen Cabello Medina y el profesor Francisco Liñán.

El resultado de su trabajo es este Informe del GEM Sevilla, un documento útil que esperamos contribuya al mejor conocimiento y progreso de una provincia con importantes recursos y oportunidades que ahora, más que nunca, demanda un dinámico y colaborativo espíritu emprendedor.

Les felicito por el trabajo desarrollado y la RED GEM España le agradece la valiosa aportación que hacen al observatorio de emprendimiento.

José Ruiz Navarro

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

Introducción

El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

El Global Entrepreneurship Monitor es un observatorio internacional creado en 1999, por iniciativa de London Business School y Babson College. Su objetivo es el estudio del fenómeno emprendedor y la generación de información rigurosa y de calidad, que pueda estar 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 2018, por iniciativa del Equipo GEM Andalucía, se decidió incorporar también a las provincias andaluzas. Siete de las ocho provincias 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 participan en el observatorio. Asimismo, los investigadores del GEM elaboran informes sobre temas monográficos tales como emprendimiento y género, emprendimiento rural, emprendimiento corporativo y otros. En particular, en este año, se ha elaborado el informe que analiza la Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19.

La red de investigadores se organiza 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).

El reconocimiento internacional del que se ha hecho merecedor el proyecto GEM tiene que ver con el hecho de generar datos primarios sobre el emprendimiento, utilizando la misma metodología en todo el mundo, lo que 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, y abordando además otros temas de especial relevancia en el ámbito de la provincia, este informe proporciona un análisis riguroso sobre los aspectos que ayudan a explicar el fenómeno del emprendimiento en la provincia de Sevilla en el último año:

- La actividad emprendedora y la dinámica empresarial (Capítulo 1).
- Las oportunidades, motivaciones y capacidades para crear empresas (Capítulo 2).
- El contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor (Capítulos 3 y 4).
- El análisis territorial del emprendimiento en la provincia (Capítulo 5).
- Los aspectos metodológicos del estudio son detallados en el Capítulo 6.
- Por último, se incluye un capítulo monográfico (Capítulo 7) que evalúa el impacto a corto plazo de la crisis del COVID-19 en la actividad empresarial en la provincia de Sevilla, en comparación con Andalucía y España.

Balanced Scorecard

Este apartado muestra, de forma sintética, la información más relevante contenida en el Informe GEM de la provincia de Sevilla 2019/2020. A modo de Cuadro de Mando Integral o Balanced 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. Así, 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).

Tabla 1. Balanced Scorecard GEM Sevilla 2019

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	España	Andalucía	Sevilla	Sevilla 2018
Percibe modelos de referencia (conoce personas que han emprendido)	42,1%	nd	47,3%	37,5%
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	36,1%	36,2%	42,2%	36,7%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias requeridas para emprender	50,8%	50,3%	52,2%	49,0%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo al momento de emprender	55,1%	55,4%	52,9%	43,5%
Considera que la mayoría de la población española preferiría tener el mismo nivel de vida	69,0%	69,5%	67,0%	71,6%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	8,1%	8,1%	11,0%	6,2%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,6%	1,4%	1,8%	2,3%
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angels</i>	3,3%	4,1%	4,0%	nd

TEA, porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	España	Andalucía	Sevilla	Sevilla 2018
TEA Total	6,1%	5,8%	7,9%	7,5%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,0%	6,8%	7,2%	7,6%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,3%	4,8%	8,5%	7,2%

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), 2019 y 2018

En primer lugar, destaca que las percepciones de los sevillanos sobre diversos aspectos relacionados con el emprendimiento son más positivas que las del conjunto de los españoles y de los andaluces (Tabla 1). Así, por ejemplo, un 47,3% conoce personalmente a alguien que ha emprendido en los últimos dos años.

Un 42,2% afirma percibir buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses, y el 52,2% cree poseer las habilidades necesarias para emprender. Del mismo modo, el miedo al fracaso es un obstáculo para el 52,9% de la población sevillana. Todas estas cifras son sustancialmente mayores que las que se

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

Condiciones del Ecosistema Emprendedor	Unión Europea	España	Andalucía	Sevilla	Sevilla 2018
Apoyo financiero global	2,9	3,0	2,4	2,3	2,2
Políticas gubernamentales, medidas de apoyo	2,6	3,3	2,7	2,5	2,5
Políticas gubernamentales, burocracia	2,5	3,1	2,4	2,6	2,6
Programas gubernamentales	2,9	3,5	3,1	3,2	3,2
Educación primaria y secundaria	2,2	1,9	2,2	2,1	1,9
Educación superior	2,8	3,3	2,9	2,9	2,8
Transferencia de I+D	2,6	3,2	2,5	2,4	2,3
Infraestructura comercial y servicios	3,1	3,6	2,9	3,1	2,8
Mercado interior: dinámica	3,0	3,2	2,5	2,5	2,5
Mercado interior: barreras	2,8	3,1	2,7	2,8	2,5
Acceso a infraestructuras físicas	3,8	3,9	3,7	3,8	4,1
Normas sociales y culturales	2,8	2,9	2,7	2,6	2,5

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES), 2019 y 2018

obtuvieron para Sevilla en 2018, aunque esto puede deberse (al menos en parte) al cambio metodológico producido.

Con estas percepciones, no es extraño que haya más personas en Sevilla que se plantean crear una empresa en los próximos 3 años (11,0%), de las que hay en Andalucía y España. Estos emprendedores potenciales, además, son un porcentaje claramente mayor que el que existía en 2018 (6,2%).

Del mismo modo, también ha crecido respecto al año anterior el porcentaje de los adultos involucrados en la creación de nuevas empresas (TEA), alcanzando el 7,9%. Esa subida se da sobre todo en el caso de los hombres (8,5%), aunque en las mujeres (7,2%) el dato aún está por encima de las tasas correspondientes en Andalucía y España.

La Tabla 2, por su parte, muestra la información sobre los indicadores relativos a 12 factores del entorno, basados en la valoración realizada por los expertos consultados (escala Likert 1-5), en comparación con la media regional, nacional y europea.

Resumen Ejecutivo

1.1.1. 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 aproximadamente el 25% de la población adulta sevillana se encuentra implicada en alguna medida en el proceso de emprendimiento (25,6%). Se trata de un porcentaje superior al que se da en el conjunto de Andalucía (21,6%) y de España (22,1%). En este colectivo incluimos a los emprendedores potenciales (11,0%), la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, 7,9%) y a los emprendedores consolidados y los abandonos (conjuntamente representan el 6,7% de la población adulta).

En el caso de los emprendedores potenciales, la provincia de Sevilla destaca como la más dinámica de Andalucía, siendo el nivel de potencial emprendedor

también claramente superior a la media nacional. En cuanto a la brecha de género en la intención de emprender, ha crecido en Sevilla este año hasta el 3,0%, pero es inferior a la de Andalucía (4,0%) y muy similar a la de España (2,8%). Esta mayor brecha se ha debido al gran aumento del potencial emprendedor masculino, mucho mayor que el aumento del potencial emprendedor femenino.

La TEA incluye a los emprendedores nacientes y nuevos. En el caso de Sevilla, ambos colectivos de emprendedores destacan por encima de las medias nacional y andaluza, lo que parece indicar que Sevilla se posiciona como una provincia con un nivel alto de actividad emprendedora. Se repite aquí la existencia de una brecha de género, ya que la TEA para las mujeres (7,2%) es inferior a la de los hombres (8,5%). Esto se debe tanto a una mayor tasa masculina de emprendimiento nuevo, como sobre de emprendimiento naciente. No se confirma, por tanto, el dato del año pasado en el que la tasa de mujeres emprendedoras nuevas era superior a la de los hombres. Pero esa diferencia en los nuevos emprendedores es bastante pequeña (4,9% para hombres, 4,5% para mujeres). El motivo señalado con más frecuencia para emprender es el de “marcar una diferencia en el mundo” (66,4% de los emprendedores lo señalan), seguido de “ganarse la vida porque el trabajo escasea” (52,6% lo señalan)¹.

Finalmente, en relación con 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. En este último aspecto, no obstante, cabe apuntar que en Sevilla no hay más cierres de empresas, sino más traspasos. Lo cual no es necesariamente algo negativo.

1.1.2. 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 42,2%

¹ Los encuestados pueden marcar más de un motivo.

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, la detección de oportunidades de negocio no parece ser un obstáculo para el emprendimiento de la población sevillana. A esto se añade que hasta un 52,2% de la población sevillana afirma poseer las capacidades y habilidades necesarias para emprender, de nuevo por encima de las medias nacional y andaluza. Igualmente, un 47,3% manifiesta conocer al menos un modelo de referencia emprendedor.

Finalmente, este año se observa un cambio relativo en la percepción del miedo al fracaso como obstáculo para emprender. Aunque son más que el año pasado los que perciben este obstáculo (52,9%), esta cifra es también inferior a las medias andaluza y española. De esta forma, las percepciones sobre emprendimiento de los sevillanos son más favorables que las del conjunto de Andalucía y de España.

Respecto a los aspectos socio-culturales, la situación provincial también debe ser considerada como relativamente favorable. En efecto, Sevilla posee niveles superiores a las medias de Andalucía y España respecto a la visión del emprendimiento como una buena salida profesional, y que también brinda un buen estatus socioeconómico. Asimismo, la visión sobre el papel divulgador favorable de los medios de comunicación sobre la actividad emprendedora es similar a la media andaluza.

1.1.3. Condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla

El análisis de las condiciones del entorno emprendedor en la provincia de Sevilla se basa en la información proporcionada por 36 expertos en emprendimiento, que permite realizar el diagnóstico del ecosistema emprendedor, mediante la identificación de sus principales inhibidores y precursores, y la propuesta de recomendaciones de acciones que contribuyan a fortalecerlo.

En general, la valoración que los expertos realizan de las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla no es muy favorable. De doce factores considerados sólo aprueban tres: la infraestructura física y los servicios profesionales

(3,8), los programas gubernamentales para los emprendedores (3,2), y la infraestructura comercial y profesional (3,1). Las tres condiciones del entorno emprendedor con peor valoración son la educación emprendedora en la etapa escolar (2,1), el apoyo financiero a los emprendedores (2,3) y la transferencia de I+D (2,4). La situación no ha variado sustancialmente en comparación con lo reflejado en el informe del año anterior, esto es, persiste una valoración relativamente desfavorable sobre las condiciones del entorno para emprender, lo que nos obliga a los actores del ecosistema a una seria reflexión sobre la eficacia de las actuaciones de fomento del emprendimiento acometidas desde distintos ámbitos.

Aunque la situación no es sustancialmente mejor en el conjunto de Andalucía, España y Unión Europea, las puntuaciones que reciben las condiciones del entorno para emprender en la provincia se encuentran entre las más bajas, en comparación con dichos ámbitos geográficos.

La mayor parte de los expertos consideran que los principales obstáculos al emprendimiento tienen que ver con las políticas gubernamentales (factor destacado por el 72,2% de los expertos) y con la falta de apoyo financiero (66,7% de los expertos). Como contrapartida, entre los principales facilitadores se encuentran la infraestructura comercial y profesional (36,1% de los expertos) y el acceso a la infraestructura física (30,6% de los expertos).

Las recomendaciones de los expertos se han centrado mayoritariamente (94,4%) en las políticas gubernamentales, proponiendo reducir la burocracia, aumentar los incentivos fiscales, concentrar esfuerzos en los sectores estratégicos y asegurar la cooperación interinstitucional en el apoyo al emprendimiento.

Conclusiones

Tal como ya se puso de manifiesto en el informe del pasado año, el análisis realizado dibuja un panorama del emprendimiento en la provincia con luces y sombras.

Por un lado, 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. En particular, señalamos el sustancial aumento del potencial emprendedor y de las percepciones sobre emprendimiento como datos muy prometedores de cara al futuro.

Sin embargo, el entorno para emprender que perciben los expertos presenta importantes debilidades que persisten en el tiempo (ya fueron identificadas en el informe del año anterior), y que necesitan ser corregidas.

Se trata, por tanto, de dos diagnósticos aparentemente contrapuestos sobre la situación del emprendimiento en la provincia: una actividad emprendedora que destaca sobre la media andaluza y nacional, por un lado, y unas condiciones del entorno para emprender bastante limitadas. La explicación posible ya fue apuntada en el informe del año anterior: puede que la actividad emprendedora esté teniendo lugar de forma autónoma y al margen de las oportunidades y facilidades que podría ofrecer un ecosistema emprendedor más consolidado. Si este es el caso, urge que los actores del ecosistema trabajen para modificar las condiciones del entorno, y evitar de este modo el estrangulamiento del dinamismo emprendedor en la provincia.

Capítulo 1

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Sevilla

1.1. Introducción

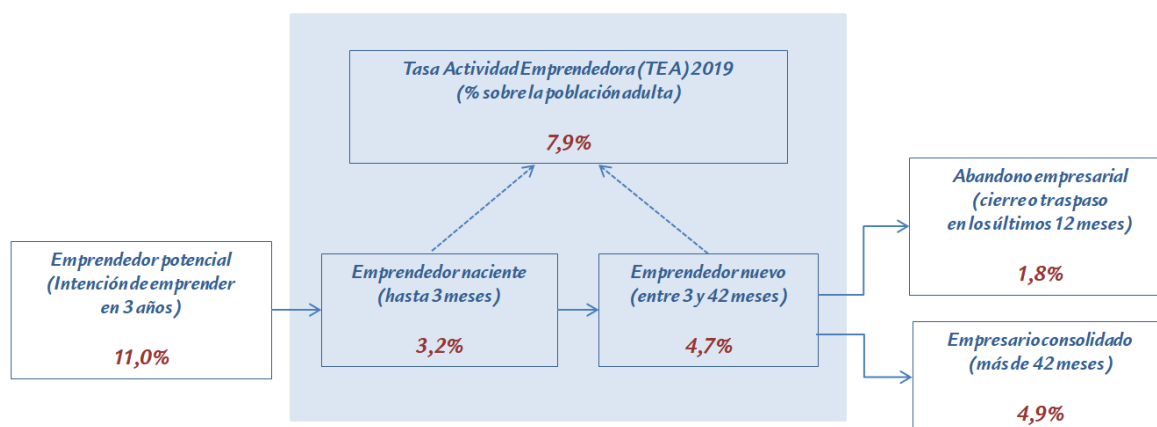
Este capítulo analiza la actividad y la dinámica emprendedora en la provincia de Sevilla, realizando una comparación con la media andaluza y española. Para ello, se examinan las distintas fases del proceso de creación de empresas. Los indicadores utilizados permiten valorar la participación de la población 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, e 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 personas de la población adulta (entre 18 y 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:

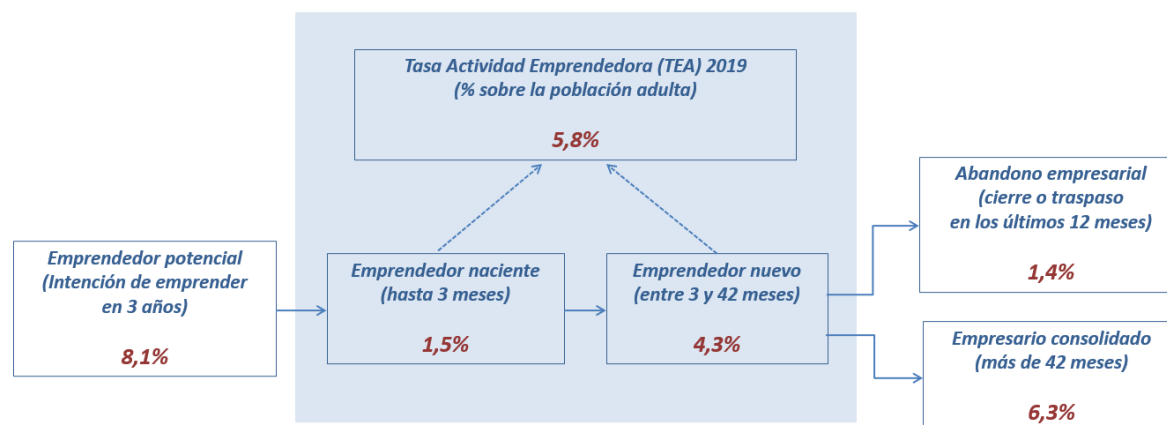
- el porcentaje de **emprendedores nacientes**, o personas adultas que están poniendo en marcha una empresa en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que no ha pagado salarios por más de tres meses;
- el porcentaje de **emprendedores nuevos**, o personas adultas que poseen y 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; nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.
- Y la **tasa de actividad emprendedora total (TEA)**, o en fase inicial, que corresponde a la suma de ambos porcentajes de emprendedores.

Gráfico 1.1: El proceso emprendedor en Sevilla en 2019



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla 2019

Gráfico 1.2: El proceso emprendedor en Andalucía en 2019



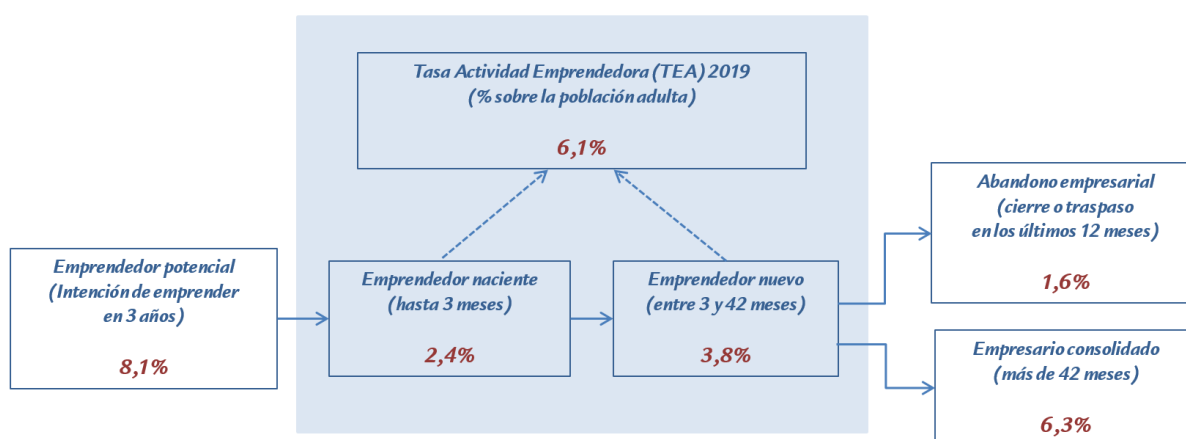
Fuente: Informe GEM Andalucía, 2019

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

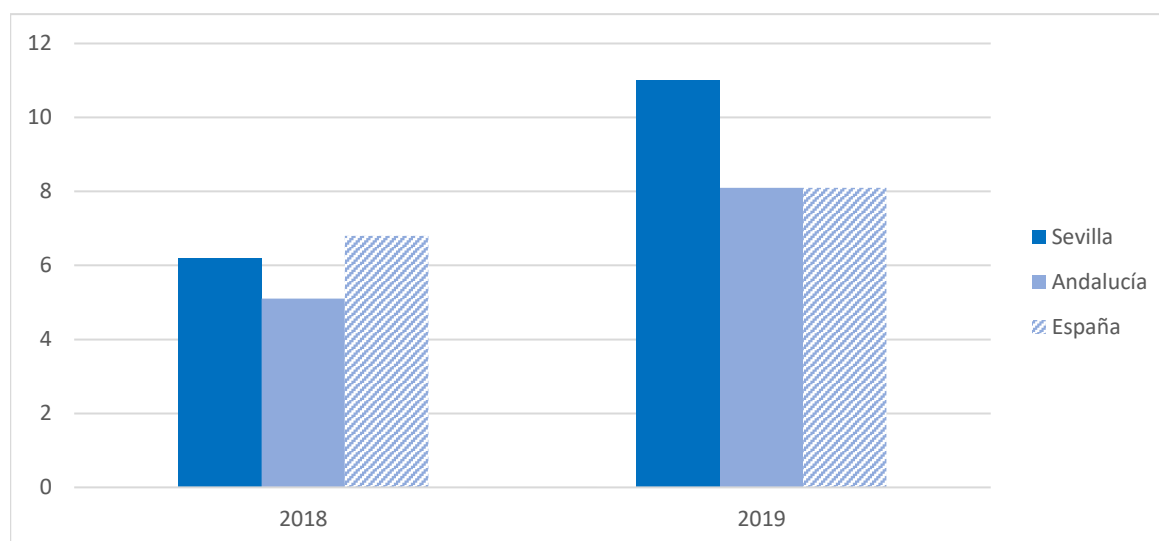
(para el caso de España, la suma de los emprendedores nacientes y nuevos es superior a la TEA del periodo, se debe a que se recogen en las dos categorías algunos emprendedores que desarrollan ambos tipos de iniciativas de forma simultánea). Como se observa, en primer lugar, en el **Gráfico 1.1**, hasta un 25,6 de la población de Sevilla se haya relacionada de alguna forma con la actividad emprendedora, lo que supone un aumento importante de casi 5 puntos porcentuales con respecto al año anterior (20,9% en 2018). Aquí incluimos, desde el 11,0% que tiene intención de crear una empresa, hasta el 1,8% que han cerrado o traspasado la suya en el último año.

Gráfico 1.3: El proceso emprendedor en España en 2019



Fuente: Informe GEM España, 2019

Gráfico 1.4: Porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años (2018-2019)



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS) 2019

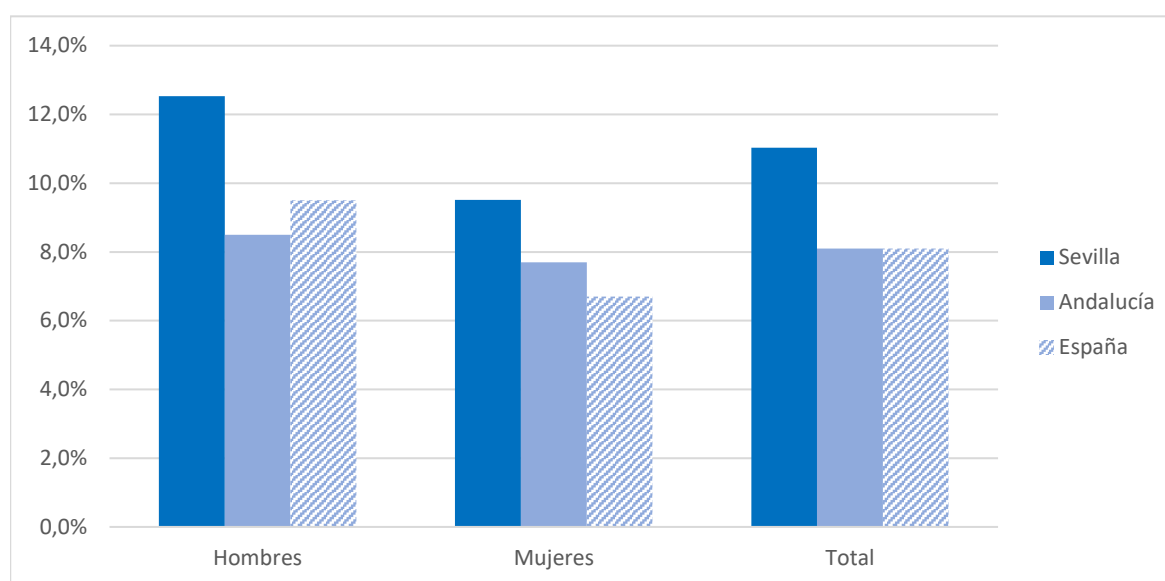
Es decir, uno de cada cuatro sevillanos está relacionado con el emprendimiento. Se trata de una proporción que se sitúa por encima de la media española (22,1%), y de la media andaluza (21,3%).

Si nos centramos ahora en el potencial emprendedor, este representa el 11,0% de la población encuestada, casi 5 puntos más que el año anterior (6,2%). Por lo tanto, el aumento que se observa en el porcentaje de personas relacionadas con el emprendimiento se debe fundamentalmente a este indicador. La intención de crear una empresa se sitúa en Sevilla 2,9 puntos porcentuales por encima de la media andaluza y la española. Esa situación implica que Sevilla no solo es una de las provincias que destaca en Andalucía por la cantidad de personas que se plantean crear una empresa, sino que también destaca si la comparamos con el resto de las comunidades autónomas, solo superada en este indicador por la región murciana (Informe GEM Andalucía 2019-2020). En el siguiente apartado tratamos de comprender con mayor detalle el perfil de estos emprendedores potenciales y las causas del sustancial aumento producido este año.

Si avanzamos en el proceso, vemos que la tasa de actividad emprendedora medida por la TEA se

sitúa en el 7,9% de la población adulta. Esto representa 2,1 puntos por encima del nivel alcanzado por la media andaluza. En cambio, la diferencia con la media española es menor, situándose 1,8 puntos por encima. Si se descompone esta tasa, la población sevillana que son emprendedores nacientes supone el 3,2% (con negocios de menos de 3 meses de actividad efectiva) y el 4,7% de la población son empresas de nueva creación (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 y de la media andaluza en los dos casos (nacientes y nuevas).

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 y a la media andaluza, que se sitúan ambas en el 6,3% de la población. En cuanto a la tasa de abandono empresarial, que en Sevilla asciende al 1,8% de los encuestados, se sitúa cuatro décimas por encima de la tasa correspondiente a Andalucía y a dos décimas del nivel nacional. Por tanto, cabe decir que en Sevilla

Gráfico 1.5: El potencial emprendedor por género en Sevilla en 2019

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla 2019

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.

1.2. Potencial emprendedor

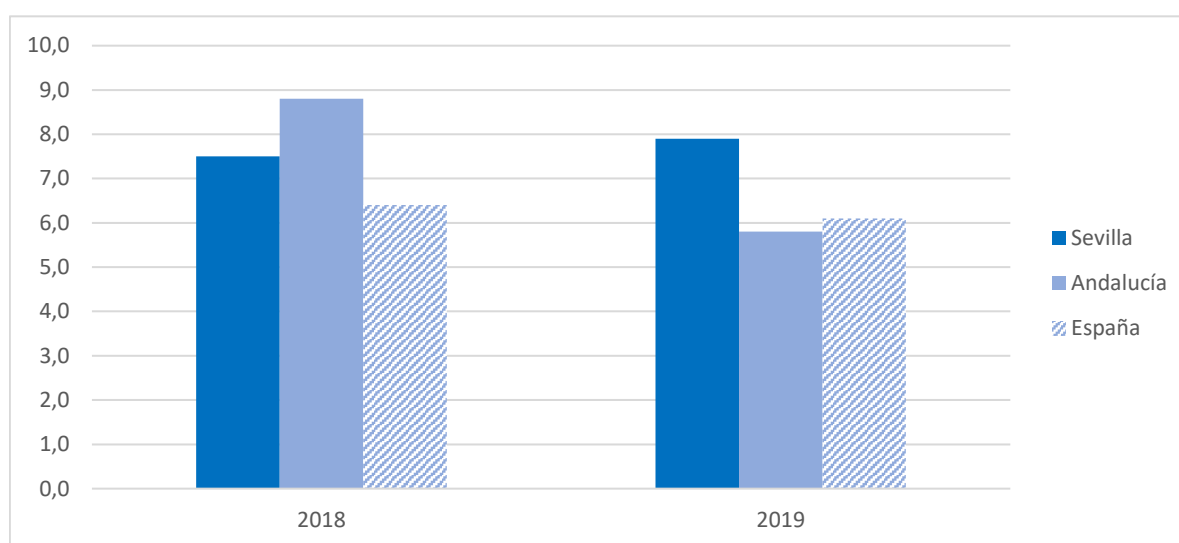
Este apartado analiza el porcentaje de la población adulta que se identifica como emprendedor potencial. Para el caso de la provincia de Sevilla, alcanzó el 11,0% en 2019. Este nivel se encuentra casi 3 puntos porcentuales por encima de las cifras española y andaluza, como se ha comentado. Se puede decir que la provincia de Sevilla destaca especialmente en este aspecto. Si comparamos este dato con la tasa de emprendedores nacientes y nuevos, vemos que la cifra es superior a la observada en la TEA (7,9%). Esto podría hacer pensar que esos emprendedores potenciales podrán contribuir en el futuro a elevar los niveles actuales de actividad emprendedora en la fase inicial. Además, debemos tener en cuenta que en el caso de que la población potencialmente emprendedora continuara con una tendencia creciente, podría significar que se estaría produciendo un aumento de la vocación emprendedora.

El **Gráfico 1.4** muestra el porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender

en los 3 años siguientes. Se ha comparado el nivel de este indicador (potencial emprendedor) para el año 2018, año de inicio de este informe provincial, y el año 2019 en la provincia de Sevilla. Además, se compara con la media para Andalucía y España. La provincia de Sevilla con una tasa de emprendedores potenciales del 11%, se sitúa por encima de la media andaluza y de los valores medios de España.

El aumento de tasa de emprendedores potenciales para el año 2019, respecto al año anterior, ha sido mayor para el caso de la provincia de Sevilla, de casi 5 puntos porcentuales. Este aumento es claramente superior al producido en Andalucía (de 3,0 puntos) y en España (1,3 puntos). Así, si en 2018 Sevilla ya estaba por encima de Andalucía en porcentaje de emprendimiento potencial (y cercana a la media española), el sustancial aumento producido en 2019 consolida a la provincia como una de las de mayor potencial emprendedor del país.

Entre las posibles causas, y aunque se ha producido una pequeña disminución de la tasa de desempleo para la provincia de Sevilla en el año 2019 con respecto al año anterior, la tasa se mantiene todavía bastante elevada (ver datos de

Gráfico 1.6: Tasa de actividad emprendedora (TEA) (2018-2019)

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla, 2018 y 2019

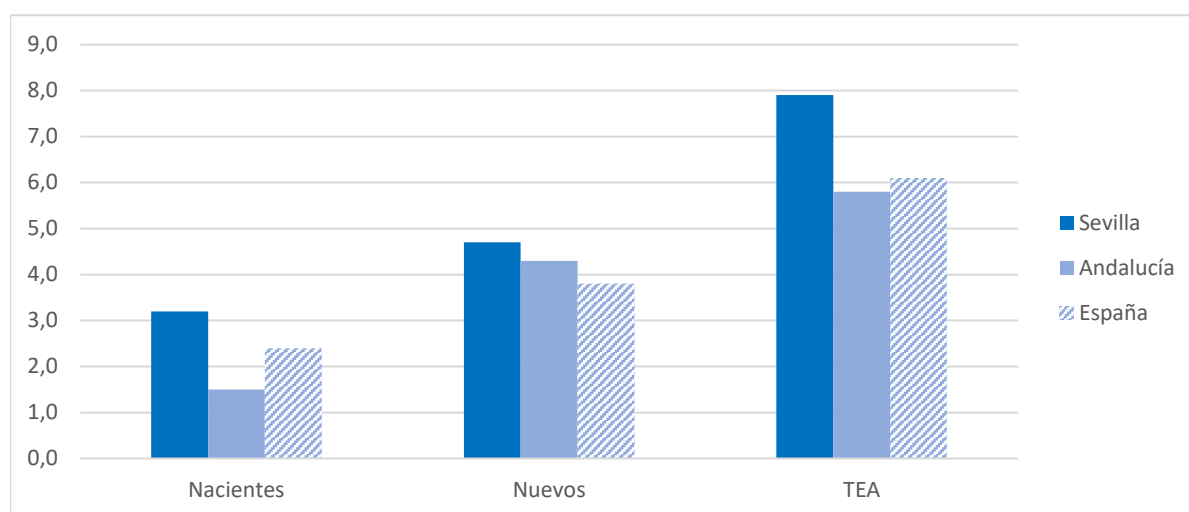
la EPA 2019) encontrándose por encima de la media española y algo por encima de la de Andalucía. Esto podría estar relacionado con la prevalencia de una motivación por necesidad (tener que ganarse la vida) a la hora de tomar la decisión de crear una empresa. La motivación para emprender será analizada más adelante en este capítulo donde señalaremos el cambio de metodología iniciada en este segundo informe. Además, parece observarse un cambio de actitud más favorable hacia el emprendimiento como opción de salida profesional en Sevilla.

También resulta interesante comparar los datos de emprendimiento potencial por sexos que recogemos en el **Gráfico 1.5**. 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 España 2019-2020). En el caso de Sevilla, en concreto, se observa cómo el porcentaje de hombres que esperan crear una empresa en los siguientes tres años es del 12,5% en 2019. Este nivel se sitúa claramente por encima de la media de Sevilla para el total de la población encuestada. Además, hay

que resaltar que este indicador prácticamente se ha duplicado con respecto al año anterior (6,5%). Para el caso de las mujeres, el potencial emprendedor se encuentra en el 9,5% en 2019 (frente a un nivel del 5,8% en 2018, lo que supone un incremento de 3,7 puntos porcentuales), a una distancia de 3 puntos por debajo del de los hombres. Es importante señalar que la brecha de género ha aumentado con respecto al año 2018 para este indicador. 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. Entre ellas se pueden citar, 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 profesional².

En todo caso, cabe afirmar que tanto las mujeres como los hombres han aumentado su interés por emprender de forma notable. Las causas de que

² Liñán, F., Jaén, I., & Martín, D. (2020). Does entrepreneurship fit her? Women entrepreneurs, gender role orientation and entrepreneurial culture. *Small Business Economics*. Online First. DOI: 10.1007/s11187-020-00433-w

Gráfico 1.7: Tasa de actividad emprendedora (Nacientes y Nuevos), 2019

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla, 2019

ese aumento haya sido muy superior en los hombres quedan pendientes de un análisis en mayor profundidad.

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 nuevos constituye el principal indicador que se elabora en este informe y se trata de la tasa de actividad emprendedora total (TEA).

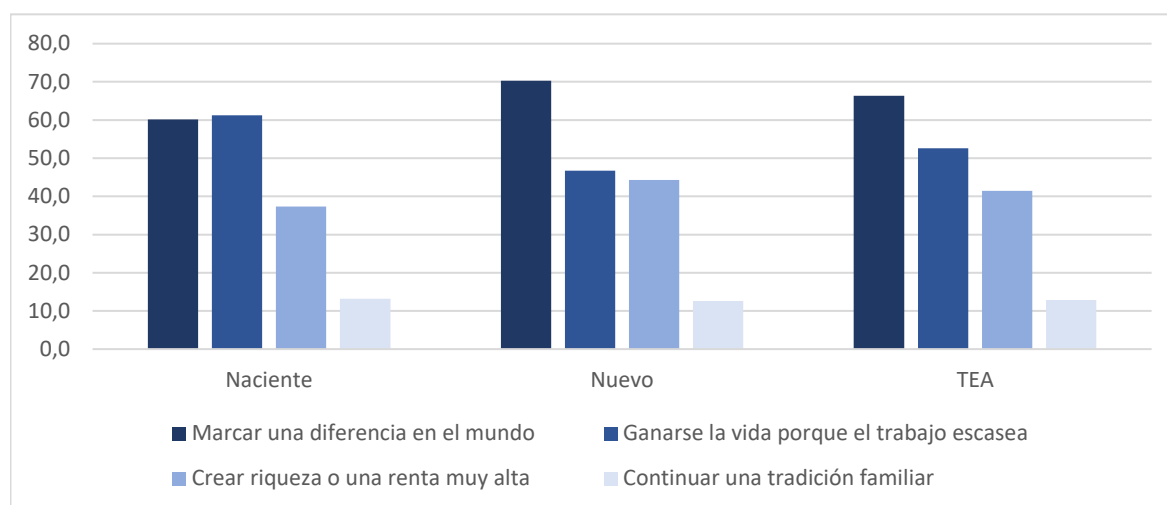
En el caso de la provincia de Sevilla, la TEA para el año 2019 alcanzó un 7,9% de población involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial, que supone una mejora con respecto al año anterior de 0,4 puntos porcentuales. Este nivel se situó claramente por encima de la media andaluza (5,8%) y de la española (6,1%) (**Gráfico 1.6**), al igual que ocurría con la tasa de emprendimiento potencial. El aumento producido en la TEA sevillana en 2019 respecto a 2018 contrasta con las reducciones en las tasas equivalentes en Andalucía y en España.

Dentro de esta fase, el 4,7% de la población adulta se corresponde con aquellas que poseen y

gestionan negocios nuevos, mientras que, el 3,2% se encuentra poniendo un negocio en marcha (naciente). Por lo tanto, para el año 2019 la participación de la población sevillana en negocios nuevos es superior a la participación en negocios nacientes. Esto mismo ocurría en el año anterior. Se puede explicar por la senda de crecimiento de la tasa de emprendimiento naciente en años anteriores, que se refleja ahora en el nivel de emprendedores nuevos. Sin embargo, se trata del segundo informe específico para la provincia de Sevilla, por lo que, carecemos de datos anteriores a 2018.

Si analizamos la ratio entre los dos componentes de la TEA, los datos ponen de manifiesto que, por cada 10 emprendedores nacientes hay aproximadamente 15 emprendedores nuevos (**Gráfico 1.7**). Esta mayor presencia de emprendedores nuevos se repite en Andalucía y España, y se justifica porque la fase de nuevo emprendedor es habitualmente más larga que la de naciente.

De la información provincial que se desprende del Informe GEM de Andalucía 2019-2020, la provincia de Sevilla se sitúa a la cabeza de la región en nivel de actividad emprendedora total. Y, como se ha comentado, se encuentra por encima de la

Gráfico 1.8: Tasa de actividad emprendedora según el motivo para emprender en 2019

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla 2019

media española. Se trata de una situación que se mantiene de forma similar al año anterior.

También es importante analizar los distintos motivos que impulsan a las personas a crear una empresa. A partir de este informe con los datos de 2019, se ha producido un cambio de metodología y en lugar de diferenciar fundamentalmente entre dos tipos de motivaciones (necesidad y oportunidad), destacan cuatro motivos para emprender. Además, estos motivos no son excluyentes entre sí; es decir, una persona puede emprender por varios de estos motivos a la vez.

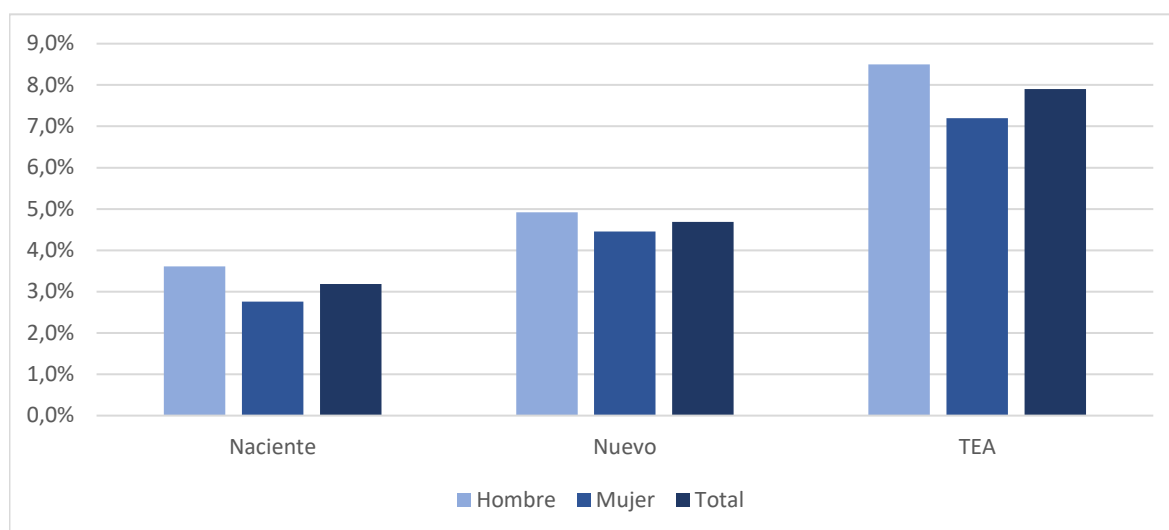
En el **Gráfico 1.8** se muestran las distintas motivaciones de las personas involucradas en este proceso emprendedor en la provincia de Sevilla. El 66,4% del indicador TEA corresponde a personas emprendedoras que han mostrado su acuerdo con el motivo de “marcar una diferencia en el mundo” para crear una empresa. Este porcentaje aumenta hasta el 70,3% en el caso de los emprendedores nuevos y disminuye en hasta el 60,2% en los emprendedores nacientes.

El segundo motivo más frecuente es el de “ganarse la vida porque el trabajo escasea”. El porcentaje de acuerdos para este motivo en el caso del indicador TEA es del 52,6%. Este porcentaje baja al 46,7% para los emprendedores nuevos y aumenta hasta el 61,3% para los emprendedores en fase naciente. Es decir,

muchos lo intentan como alternativa al trabajo escaso, pero una parte importante de ellos no llega a ponerla en marcha, y por eso este motivo es más escaso entre los que sí la han puesto en marcha.

En tercer lugar, se encuentra el motivo “crear riqueza o una renta muy alta”, que representa el 41,5 del indicador TEA. El porcentaje aumenta hasta 44,3% entre las personas emprendedoras nuevas y disminuye hasta el 37,3% entre las personas emprendedoras nacientes. Por último, se encuentran las personas que están de acuerdo con el motivo “continuar una tradición familiar” que se corresponde con un 12,9% para el indicador TEA. Este porcentaje se reparte de forma bastante equitativa entre los emprendedores nuevos (12,6%) y los emprendedores nacientes (13,2%).

Al igual que se ha desarrollado 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 1.9**, el valor de la TEA para los hombres es superior a la TEA para las mujeres y se sitúa por encima de la media sevillana. Esta circunstancia es la observada en la literatura que encuentra repetidamente una menor participación de la mujer en la actividad

Gráfico 1.9: Indicadores de emprendimiento por género en Sevilla en 2019 (fase inicial)

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla 2019

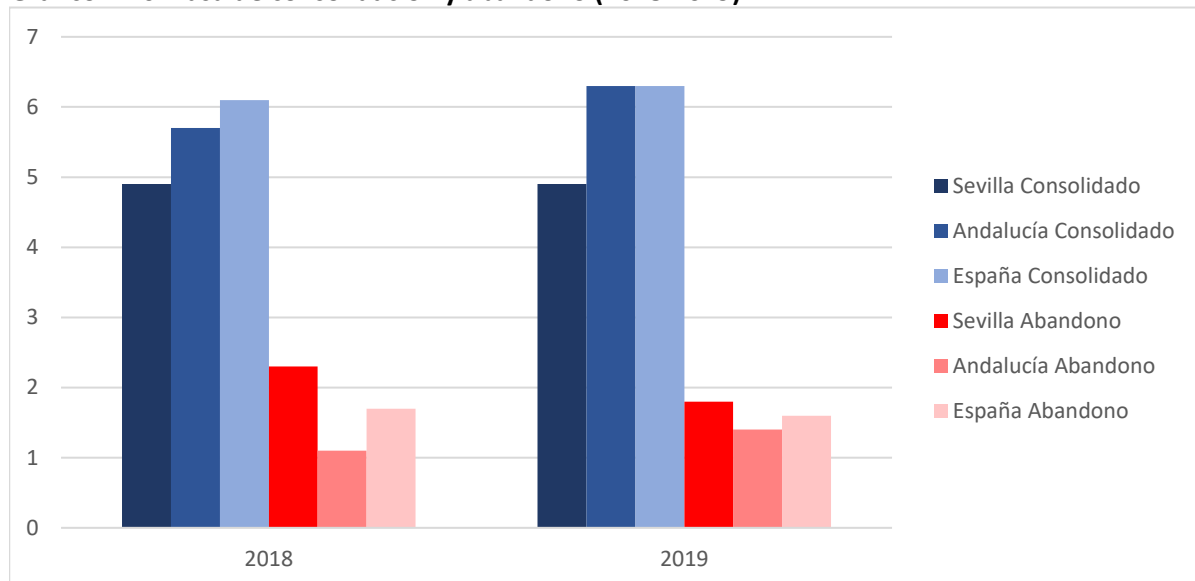
empresaria. Sin embargo, contrasta con los datos del año anterior (primer informe GEM Sevilla 2018-2019) donde se observaba la prevalencia en el caso de las mujeres, que se debía a una mayor tasa de emprendedoras nuevas en la provincia en el año 2018.

En este sentido, los datos de 2019 siguen poniendo de manifiesto una tendencia al acercamiento de ambas tasas (masculina y femenina). Para los emprendimientos nacientes, la distancia entre la tasa femenina y la masculina es de 8 décimas, mientras que en el caso de los emprendimientos nuevos se acorta la distancia a la mitad. Se trata de una circunstancia similar a la observada en España. Se puede decir, por lo tanto, que la brecha de género sigue disminuyendo. Se confirma esa tendencia a la baja de las diferencias entre hombres y mujeres a la hora de emprender que se han ido reduciendo notablemente y supone la diferencia más baja en toda su serie histórica (ver informe GEM España 2019-2020). Para Andalucía, esta tendencia se confirma aún más, observándose un aumento del número de mujeres emprendedoras que se traduce en una mayor participación en las iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas superando claramente a las de los hombres (ver informe GEM Andalucía 2019-2020).

Aunque en líneas generales, todavía los hombres se plantean con más frecuencia crear una empresa, y también es más probable que se lancen a hacerlo, la brecha de género sigue su tendencia a la baja. A este acercamiento puede contribuir el hecho de que la tasa de supervivencia de las empresas creadas por mujeres es más alta (como se muestra en el siguiente apartado) y que la tasa de abandono en las mujeres es más baja que en los hombres.

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. Por el contrario, 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

Gráfico 1.10: Tasa de consolidación y abandono (2018-2019)

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla 2019

las iniciativas emprendedoras serán capaces de avanzar en el proceso emprendedor y convertirse en negocios maduros.

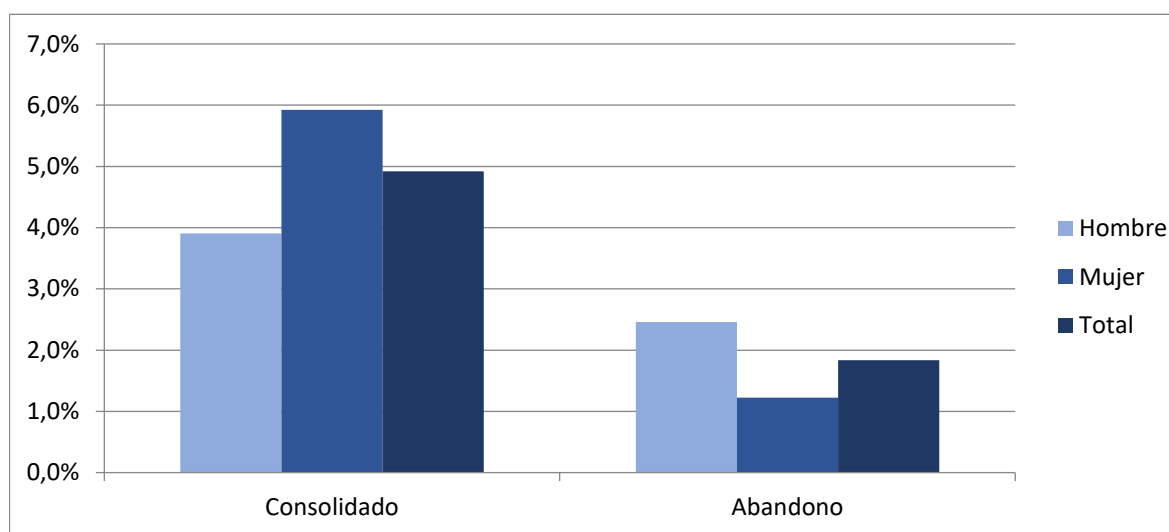
Para la provincia de Sevilla, la población adulta que se identifica como empresarios consolidados se mantiene con respecto al año anterior y representa un 4,9% en 2019. Esto supone 1,4 puntos porcentuales por debajo de la media española y andaluza (**Gráfico 1.10**). Es decir, en Sevilla hay proporcionalmente menos emprendedores consolidados que en España y en Andalucía.

Si comparamos con la TEA, y más concretamente con la tasa de nuevos emprendedores (4,7%), 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. El hecho de que no sea así podría estar indicando que la duración media de las empresas en Sevilla es relativamente corta. 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 1,8% de la población encuestada en 2019, que supone una bajada de cinco décimas con respecto a los datos del año anterior. En comparación con el TEA, se trata de una cifra baja. Esto supone un dato positivo, y se refuerza la idea que apunta hacia la sostenibilidad en el tiempo de las actividades emprendedoras iniciadas.

Aunque los motivos de abandono son varios, existe concretamente uno que podemos considerar como principal. Se trata de que “el negocio no era rentable” (57,7% de los casos). En segundo lugar, se encuentra “el haber tenido algún tipo de incidente” (14,4% de los casos). El tercer motivo que puede considerarse más habitual es “tener una oportunidad para vender el negocio” (14,4% de los casos) y, por último, “el comienzo de la jubilación” (13,8%). Al tratarse de una muestra pequeña, el resto de los motivos (por ejemplo, dificultad de obtener financiación; burocracia o impuestos; motivos familiares o

Gráfico 1.11: Tasa de consolidación y abandono por género en Sevilla en 2019

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), Sevilla 2019

personales; o el surgimiento de otra oportunidad o empleo) no han sido señalados por las personas que se encuentran involucradas en un abandono.

También hay que recordar que 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 algunos de los motivos señalados en el párrafo anterior. En concreto, de las personas que han abandonado el negocio, algo más de la mitad, un 1,0% representan cierres definitivos del negocio. En cambio, alrededor de un 44% aproximadamente de los abandonos fueron debidos a un traspaso de la actividad (representando el 0,8% de la población encuestada).

Finalmente, podemos comparar estos datos con los resultados obtenidos para la media andaluza y española en la consolidación y abandono de la actividad empresarial. Se observa en el **Gráfico 1.10** que la tasa de consolidación todavía se encuentra algo por debajo de la de Andalucía y de la de España. Por el contrario, un dato positivo que se recoge para el año 2019 es que se está acortando la distancia que existía entre la tasa de abandonos empresariales de Sevilla y las medias andaluzas y españolas (por ejemplo, a solo dos décimas de la media española).

Como en apartados anteriores, analizamos a continuación los indicadores de la fase consolidada y abandono del proceso emprendedor por género. En la fase de consolidación, se observan diferencias de género a favor de las mujeres (ver **Gráfico 1.11**). Se ha producido un cambio importante respecto al año anterior donde la diferencia era a favor de los hombres. Por ejemplo, el porcentaje de empresarios consolidados mujeres (5,9%) para la provincia de Sevilla en 2019 se sitúa 2 puntos porcentuales por encima del porcentaje de empresarios consolidados hombres (3,9%). Estas diferencias no se observan en el mismo sentido para la media andaluza, donde los niveles son muy similares (los empresarios consolidados hombre son un 6,4%, frente a un 6,2% para las empresarias consolidadas mujeres) (GEM Andalucía 2019-2020). De hecho, esta menor diferencia en Andalucía se puede explicar en una parte importante debido a los resultados obtenidos para la provincia de Sevilla.

En el caso de los abandonos de la actividad empresarial, se aprecian diferencias importantes en cuanto a hombres y a mujeres en Sevilla en el año 2019. En este caso, la tasa de abandono se sitúa en el 2,5% y el 1,2%, respectivamente. De esta forma, el nivel de abandonos en los hombres se mantiene bastante por encima de la media

española (1,6%). En cambio, ocurre lo contrario en las mujeres. Las diferencias en cuanto al género, no se observan en el destino de los negocios que son traspasados. Ya que, el porcentaje de los hombres que abandonan y traspasan sus negocios coincide con el porcentaje de las mujeres (tasa del 0,8% sobre el total de la población masculina y femenina, en ambos casos). Por lo tanto, la diferencia se concentra en el cierre definitivo de un negocio que se lleva a cabo por el 1,7% de los hombres, y tan sólo el 0,5% de las mujeres. Si relacionamos los cierres con los motivos que llevan a las personas a abandonar sus negocios, no se encuentra una posible explicación para estas diferencias. Parece que la razón principal para el cierre del negocio, tanto para los hombres como para las mujeres es que el negocio no es rentable. No obstante, debemos ser prudentes, puesto que las reflexiones sobre los abandonos (cierres y traspasos) puede estar condicionada por el reducido tamaño de la muestra.

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 en España. En este sentido, hemos podido observar las variaciones que se han producido en los distintos indicadores con respecto al año 2018 (primer informe GEM para la provincia de Sevilla).

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 11,0% en 2019. Este nivel se encuentra casi 3 puntos porcentuales por encima de las cifras española y andaluza. Se trata de una tendencia creciente, que podría significar un aumento de la vocación emprendedora. Si se confirma esta tendencia, se estaría poniendo de manifiesto un mayor reconocimiento y consideración del emprendimiento en la sociedad sevillana. Entre las posibles causas, la falta de alternativas es un aspecto relevante. Así, aunque la tasa de desempleo para la provincia de Sevilla ha disminuido con respecto al año anterior, se mantiene todavía bastante elevada (ver datos de la EPA 2019).

Para la segunda fase del proceso, la población involucrada en actividades emprendedoras (TEA) en la provincia de Sevilla, alcanzó un nivel del 7,9% en 2018. Este valor se situó por encima de la media andaluza (5,8%) y de la española (6,1%). 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, y no llevan funcionando más de 3 meses), el 3,2% de los sevillanos adultos se encuentra poniendo un negocio en marcha en 2019. Mientras que para los emprendedores nuevos (cuyas empresas llevan en funcionamiento de 3 a 42 meses), el 4,7% 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 15 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.

Como se desprende del Informe GEM Andalucía 2019-2020, la provincia de Sevilla se sitúa a la cabeza de las provincias analizadas en la región para la actividad emprendedora total. Además, se encuentran por encima de la media española. También hay que tener en cuenta que es una de las provincias que más aportan al PIB andaluz, y

donde se localiza una de las metrópolis mayores de la región, lo que 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 2019, los empresarios consolidados representan un 4,9%, un valor por debajo de la media española, y un 1,8% los abandonos empresariales. Esta última cifra, supone una bajada de cinco décimas con respecto a los datos del año anterior y se sitúa ligeramente superior al dato para España (1,6%). Se trata de un nivel sustancialmente más bajo en comparación con la TEA. Esto supone un dato aún más positivo que en año anterior, reforzando aún más la idea que apunta hacia la sostenibilidad en el tiempo de las actividades emprendedoras iniciadas.

Si nos fijamos con más detalle en el porcentaje de abandonos empresariales (1,8%), vemos que algo más de la mitad (1,0%) representan cierres definitivos, y el resto (0,8%) corresponde a traspasos de negocios que continúan en marcha con otro propietario. Además, entre los motivos más habituales para abandonar el negocio destaca la falta de rentabilidad del negocio (57,7% de los casos). En cambio, un 14,4% tuvo la oportunidad de vender el negocio, y otro 13,8% lo cerró o traspasó por su jubilación.

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 2019, el porcentaje de hombres que esperan crear una empresa (potencial emprendedor) es del 12,5%, por encima del de las mujeres (9,5%). Por lo tanto, se mantiene la brecha entre hombres y mujeres en intención emprendedora. Pero es importante señalar que las potenciales emprendedoras sevillanas también son un porcentaje claramente superior a las andaluzas y españolas.

Para la fase inicial del proceso, el valor de la TEA para los hombres (8,5%) es superior a la TEA para las mujeres (7,2%) en algo más de un punto porcentual. No obstante, también aquí se observa un acercamiento de ambas tasas. En este sentido, para los emprendimientos nacientes, la distancia entre la tasa femenina y la masculina es de 8 décimas. Mientras, la distancia se acorta a la mitad en el caso de los emprendimientos nuevos. Resulta interesante observar que, aunque este año la presencia de mujeres entre los emprendedores nuevos no es mayor, se encuentra muy cerca de la tasa de emprendedores nuevos hombres.

Finalmente, en la fase de consolidación, es donde se mantienen las diferencias de forma acusada, en este caso a favor de las mujeres. Por lo tanto, se ha producido un cambio importante respecto al año anterior donde la diferencia era a favor de los hombres. Así, en la provincia de Sevilla en 2019, el porcentaje de empresarios consolidados mujeres (5,9%) se sitúa a 2 puntos porcentuales del porcentaje de empresarios consolidados hombres (3,9%). Al tratarse de las empresas que llevan más años en funcionamiento, este dato pone de relieve la reducción de la brecha de género en la actividad emprendedora.

En cuanto a los abandonos de la actividad empresarial, se aprecian diferencias importantes en cuanto a hombres y a mujeres en Sevilla en el año 2019. En este caso, la tasa de abandono es el doble para los hombres (2,5%) que para las mujeres (1,2%). Esta diferencia se concentra en el caso de los cierres definitivos de negocio, donde la tasa para los hombres es del 1,7%, mientras que en las mujeres es del 0,5%. Las diferencias que se han observado en los cierres no parece que estén relacionadas con los motivos que llevan a las personas a abandonar sus negocios. En efecto, la razón principal, tanto para los hombres como para las mujeres, es que el negocio no es rentable. No obstante, cabe pensar que el umbral de rentabilidad aceptable (cuántos beneficios consideramos suficientes) es más bajo para 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 emprendedor. 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 2

Fenómeno Emprendedor: Oportunidades, motivaciones y capacidades para crear empresas en Sevilla

2.1. Valores, percepciones y aptitudes en el emprendimiento

La etapa más temprana de todo proceso emprendedor se inicia con la identificación de una oportunidad de negocio, pero para poner efectivamente en marcha una nueva empresa se necesita también la voluntad manifiesta para explotarla 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 capacidades: el emprendedor ha de identificar una oportunidad en su entorno y ser capaz de reunir los recursos necesarios para su explotación.

Para analizar la complejidad de este proceso emprendedor, la literatura especializada ha planteado un enfoque multidisciplinar donde se enlazan factores económicos, 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 factores que ayudan a entender los procesos cognitivos del emprendedor³. 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 entorno⁴. 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 no⁵.

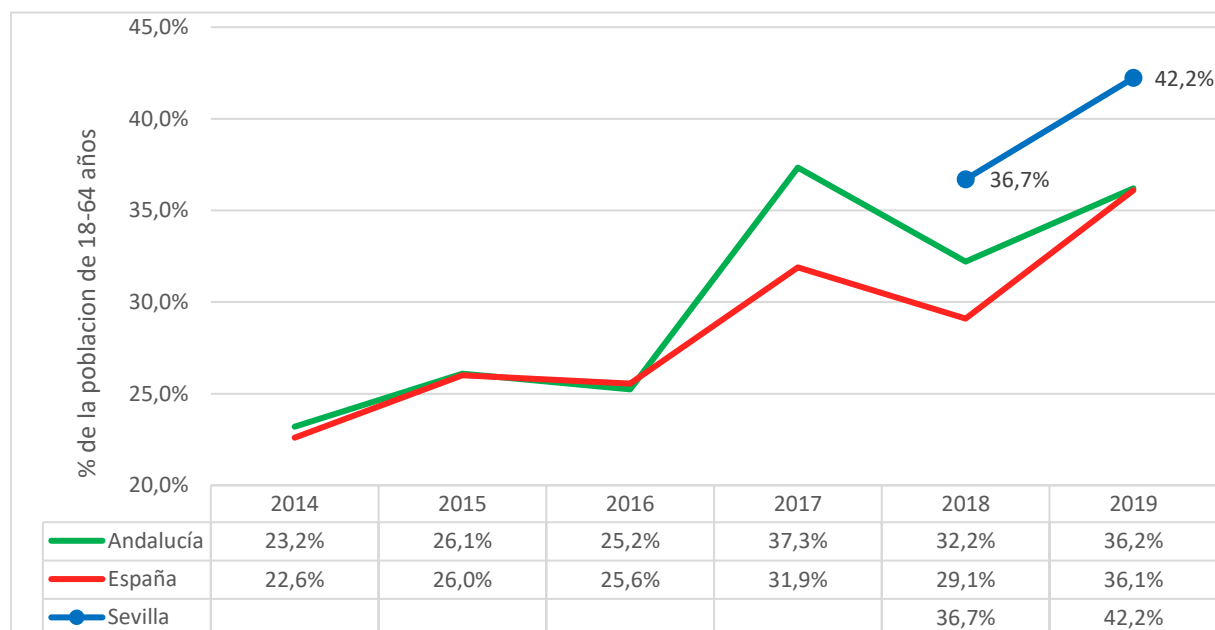
Precisamente, la encuesta a la población adulta del GEM, que se realiza a personas de edades comprendidas entre 18 y 64, incluye una serie de preguntas que tienen por objetivo identificar cómo la población percibe su potencial emprendedor a través de la percepción de las oportunidades para emprender, la valoración personal de sus capacidades para iniciar y desarrollar el proyecto, así como la percepción sobre la cultura que les rodea con relación al emprendimiento. 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 2019. No obstante, es importante señalar que se ha producido un cambio metodológico en esta parte de la encuesta a la población adulta, por lo que los datos de 2019 no son enteramente comparables con los de años anteriores.

Este estudio se ampliará además con 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

³ Gregoire, D. A., Barr, P. S. y Shepherd D. A. (2010). *Cognitive Processes of Opportunity Recognition: The Role of Structural Alignment*. *Organization Science*, 21(2), 413-431.

⁴ Nielsen, S. L., Klyver, K., Evald, M. y Bager, T. (2012). *Entrepreneurship in Theory and Practice: paradoxes in play*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar.

⁵ Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., Mcdougall, P. P., Morse, E. A. y Smith, J. B. (2004). *The Distinctive and Inclusive Domain of Entrepreneurial Cognition Research*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), 505-518.

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

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

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 incluido en los informes nacionales del GEM desde 2015 y que permite comprender mejor las posibles discrepancias entre hombres y mujeres a la hora de emprender.

2.2. Las percepciones sobre las oportunidades de negocio

La identificación de una oportunidad de negocio representa la etapa esencial de todo el proceso emprendedor⁶, 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

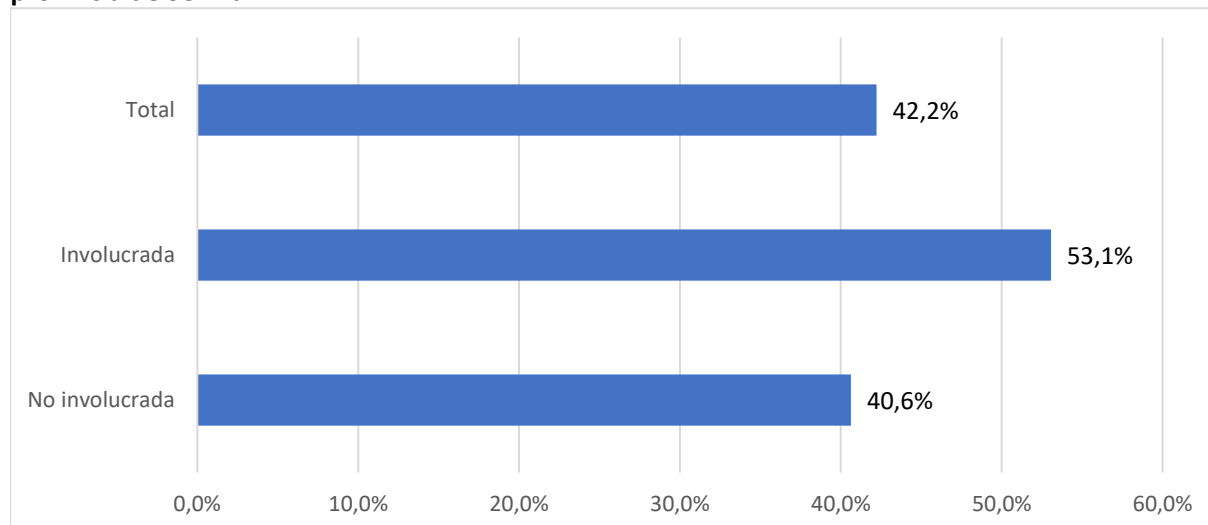
negocio para emprender en el área donde reside en los próximos seis meses.

En este sentido, desde 2017 se observa una clara tendencia positiva en todos los niveles territoriales que hacía patente la recuperación de la economía española. Efectivamente, ese año estuvo caracterizado por un aumento considerable de la percepción de oportunidades para crear un negocio tanto en España como en Andalucía. A nivel nacional, se puede hablar de cifras históricas puesto que se superaba la barrera del 30 por ciento (un 31,9% en concreto), el valor más alto desde 2008. Aunque en 2018, España mostró un leve retroceso de dos puntos porcentuales, el avance se hace patente en 2019 con un fuerte crecimiento de 7 puntos, superando el 36% de la población encuestada. Cifras que sitúan todo este período por encima de los niveles de 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

⁶ 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 oportunidad (%) población total, involucrada y no involucrada en la provincia de Sevilla



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

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, a pesar de la caída, Andalucía continuaba destacando en el ranking nacional con una tasa del 32,2% (**Gráfico 2.2**), situándose en la segunda posición, tras la Comunidad de Madrid, e igualada con Cataluña (Informe GEM España, 2018). De nuevo, 2019 es un año favorable para la región con un nivel que la sitúa en torno a la media nacional (36,2%) aunque pierde su diferencial positivo.

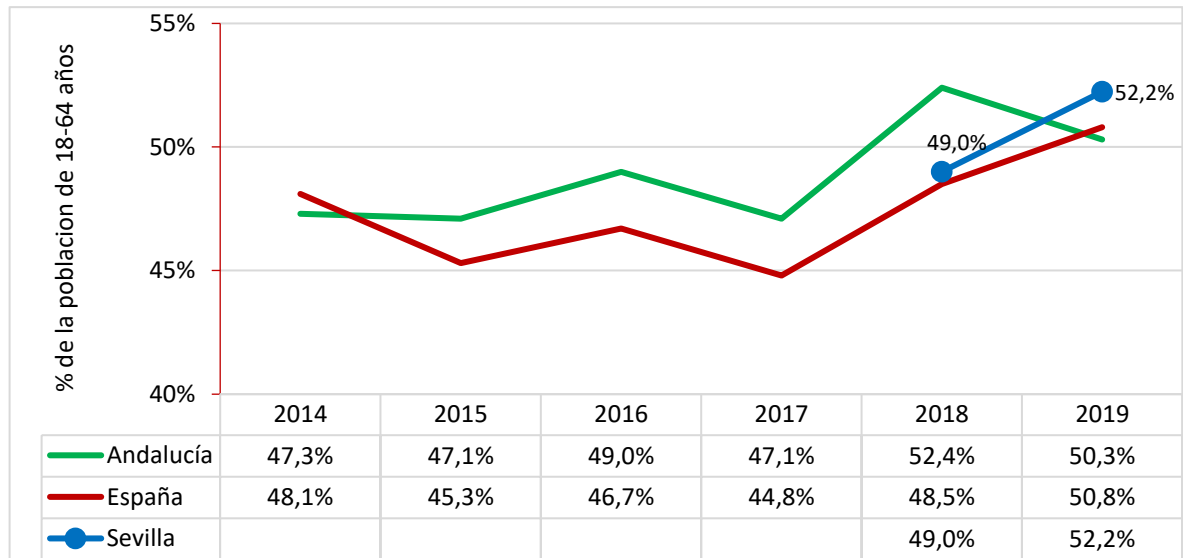
En estos resultados regionales, sin duda Sevilla ha desempeñado un papel destacado. Si ya en 2018 Sevilla destacaba por su alto nivel de percepción de oportunidades emprendedoras con un 36,7% - siete puntos porcentuales por encima de la media nacional, y más de 4 puntos por encima del dato andaluz-, en 2019 continúa esa tendencia y se sigue caracterizando por un elevado nivel (42,2% de la población encuestada, 6 puntos porcentuales por encima de las otras medias comentadas).

Los datos del GEM permiten mostrar cómo los emprendedores son personas que perciben con más facilidad las oportunidades de negocio que ofrece el mercado. Es lo que en la metodología del GEM se denomina “la población involucrada”.

Desde 2017 se ha observado un salto cualitativo hacia arriba en la proporción de adultos que perciben buenas oportunidades para emprender, reflejo de las mejores condiciones económicas en España. En 2019 se reafirma esa mejora. Concretamente, el 39,7% de la población involucrada cree que en los próximos meses existirán buenas oportunidades de negocio, mientras que el 35,6% de la población no involucrada lo percibe de la misma manera. Existe por lo tanto una diferencia de en torno a 4 puntos porcentuales entre ambos colectivos (Informe GEM España, 2020).

Para el caso de Sevilla, la horquilla entre las dos poblaciones supera los 12 puntos porcentuales para los años disponibles, con niveles superiores en ambos casos. Concretamente, en 2019, el porcentaje de población involucrada que percibe oportunidades se sitúa casi 13 puntos porcentuales por encima del conjunto nacional, hasta alcanzar el 53,1%, frente al 40,6% de la población no involucrada (véase el **Gráfico 2.2** y la **Tabla 2.1** más adelante).

Gráfico 2.3: Evolución de la percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender



Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

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 son rasgos psicológicos relacionados 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.

Respecto al primero, el concepto de “autoeficacia” (sentirse capaz de realizar una actividad de forma satisfactoria) es 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 cabo⁷. Sin embargo, a la hora de decidir emprender, el elemento esencial es que el individuo considere que posee

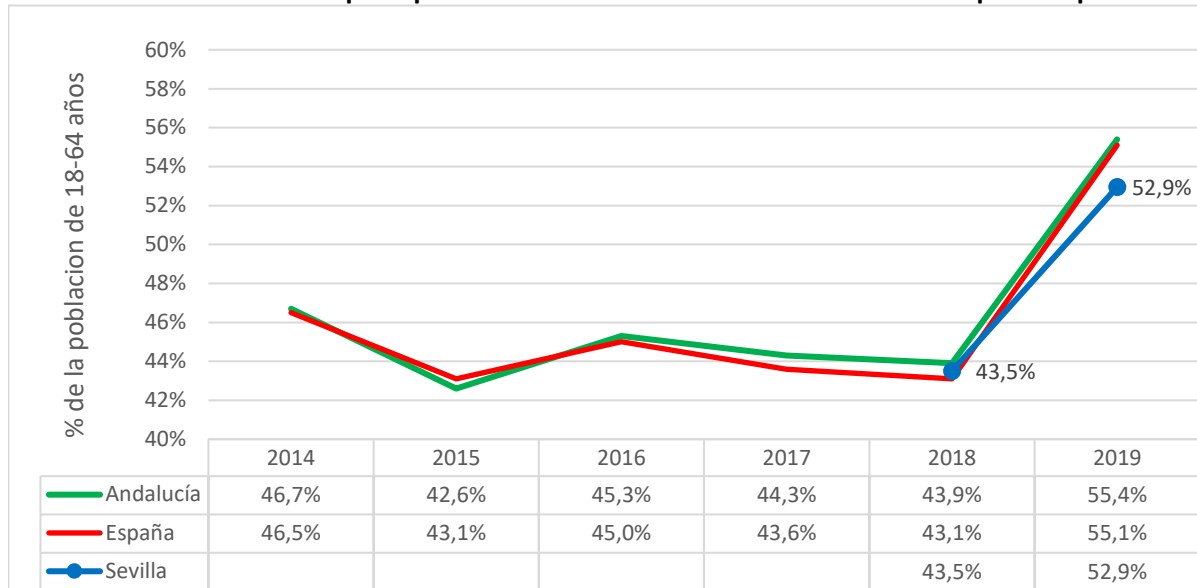
esos conocimientos o habilidades, aunque esa percepción no sea del todo correcta.

En segundo lugar, la otra característica que se suele asociar a los emprendedores es la tolerancia al riesgo⁸. Toda actividad empresarial conlleva riesgos, el más común, la posible pérdida de dinero. En este sentido, el miedo al fracaso es un importante componente del riesgo vinculado a la creación de una empresa que puede actuar como potenciador o inhibidor de los comportamientos emprendedores. Una reducción de este miedo incrementa notablemente las probabilidades de decidir crear una empresa.

La tercera característica recoge un elemento del entorno más cercano al emprendedor que actúa como factor motivador; nos referimos al conocimiento de otros emprendedores que pueden actuar como modelos de referencia para la persona. Cada persona recibe la influencia específica de su entorno más cercano o entorno local (familia, amigos, grupo étnico o social al que

⁷ Liñán, F., & Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685-701.

⁸ Moriano, J.A. y y González, A. (2014). Aspectos psicológicos y de creatividad en la generación de negocios. En Domingo Ribeiro Soriano (varios autores): *Creación de empresas y emprendimiento: de estudiante a empresario*. Madrid: Pearson. Cap. 3, pp. 45-67.

Gráfico 2.4: Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

pertenece, etc.), que condicionan la forma en que 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 satisfactoria⁹. Trabajos como el de Bosma et al. (2012)¹⁰ 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, consejos e incluso financiación.

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.

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 continúa siendo 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 caracterizó por un crecimiento de casi cuatro puntos porcentuales hasta situarse en el 48,5% (el 83,8% para la población involucrada) (**Gráfico 2.3**). En 2019, continúa esa evolución creciente hasta llegar al 50,8%.

Los resultados de esta variable habían sido muy favorables en el contexto andaluz para el trienio 2015-2018. Así, 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, solo superada por Cataluña. Sin embargo, la cifra de 2019 muestra un cierto

⁹ Castro, I. y Casillas, J.C. (2014). Plan de negocio: de la idea a la implementación. En Domingo Ribeiro Soriano (varios autores): Creación de empresas y emprendimiento: de estudiante a empresario. Madrid: Pearson. Cap. 4, pp 86-102.

¹⁰ 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.

Tabla 2.1: Percepción de la población sevillana sobre sus valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género, 2019

% 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	54,5%	51,9%	53,1%	42,5%	38,5%	40,6%
... posee los conocimientos y habilidades para emprender	77,2%	83,5%	80,4%	48,4%	47,1%	47,7%
... el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	56,3%	50,7%	53,4%	47,9%	57,8%	52,9%
... conoce a otras personas que han emprendido el último año	55,5%	58,2%	56,9%	52,5%	38,8%	45,9%

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

retroceso y Andalucía se sitúa levemente por debajo de la media nacional con un valor de 50,3% (**Gráfico 2.3**).

En este contexto, los resultados obtenidos en 2019 para Sevilla la sitúan de manera clara por encima de estos valores medios: mientras que, en 2018, el 49% de los sevillanos encuestados percibían que tenían las capacidades necesarias para montar una empresa, en 2019 Sevilla logra situarse dos puntos porcentuales por encima de los niveles regionales y nacionales, y asciende hasta el 52,2% (80,4% para la población involucrada frente al 47,7% de la no involucrada) (**Gráfico 2.3**).

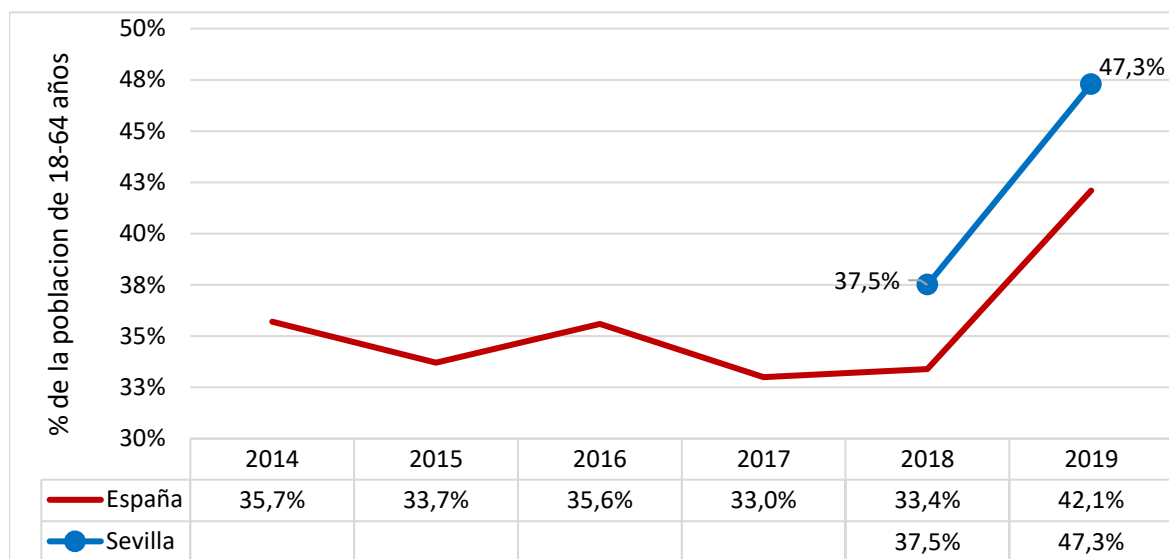
2.3.2. El miedo al fracaso entre la población sevillana

La encuesta GEM presenta un indicador en el que la persona entrevistada responde si considera que el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender. Los últimos datos de 2019 muestran un aumento claro de este indicador, que sube casi 10 puntos en todos los niveles territoriales. Sin duda, la nueva metodología para realizar esta pregunta ha afectado a los resultados. En 2018, un 43,1% del conjunto de la población adulta en España respondió afirmativamente a esta cuestión, nivel que se mantenía relativamente estable desde 2015 si exceptuamos el pequeño repunte en 2016 (**Gráfico 2.4**). En cambio, en 2019 se sitúa por encima del 55 por ciento de la población nacional. Esta tendencia es similar a la que ocurre para el caso andaluz. En 2018, las cifras regionales mostraban una disminución del miedo al fracaso

respecto al 2017, situándose en un nivel intermedio en el panorama nacional (43,9%), aunque por encima de la media. Esta tendencia continúa en 2019, y Andalucía alcanza un valor del 55,4%, solo 3 décimas por encima del conjunto nacional. En esta ocasión, Sevilla comparte esta tendencia desfavorable, ganando casi diez puntos porcentuales en 2019 hasta situarse en 52,9%, aunque se sitúa por debajo de los niveles medios nacionales y regionales en unos tres puntos, mostrando pequeñas diferencias entre la población involucrada y no involucrada (**Tabla 2.1**).

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 trataba de un indicador bastante estable a nivel nacional situándose entre el 33% y el 35,7% de la población encuestada entre 2014 y 2018. Sin embargo, se observan cambios relevantes para 2019, posiblemente influidos por el cambio metodológico. De manera detallada, tanto en 2017 como en 2018 esta proporción se situaba en un valor cercano al 33% de la población española de 18 a 64 años entrevistada (**Gráfico 2.5**), porcentaje que se elevaba casi en 20 puntos porcentuales hasta alcanzar el 54,4% para el caso de la población involucrada (Informe GEM España, 2018-2019). En cambio, el dato disponible para 2019 sí muestra una tendencia creciente muy

Gráfico 2.5: Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

apreciable, hasta situarse en el 42,1% de la población encuestada.

Para la provincia de Sevilla, el porcentaje ascendía al 37,5% de la población adulta en 2018, situándose cuatro puntos por encima de la media nacional (**Gráfico 2.5**). En 2019, estas distancias no solo continúan, sino que se incrementan, hasta situarse en el 47,3%, más de cinco puntos porcentuales por encima del conjunto nacional. Además, este porcentaje sube hasta casi al 57% para la población involucrada en el emprendimiento (**Tabla 2.1**).

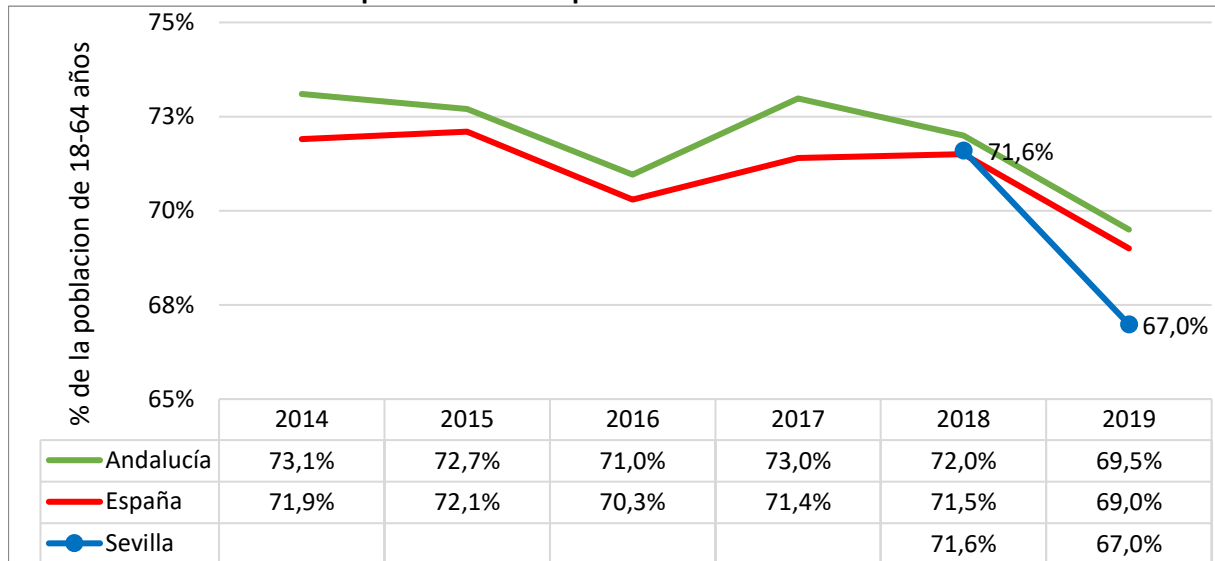
2.4. Percepciones de la población sobre sus valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género

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. En este sentido, el patrón entre hombres y mujeres sevillanos difiere en algunos aspectos respecto a la media española donde, tanto en la población involucrada como en la no involucrada, los indicadores son tradicionalmente más favorables para el colectivo masculino.

Como puede observarse, en 2019 la población no involucrada cumple con los principios señalados anteriormente y la población masculina presenta indicadores más favorables que la femenina. Los hombres que no participan en el emprendimiento se caracterizan por niveles superiores en percepción de oportunidades, capacidades y conocimiento de emprendedores (42,5% vs 38,5%; 48,4% vs 47,1% y 52,5% vs 38,8%, respectivamente) pero también por un menor miedo al fracaso (47,9% vs 57,8%).

Sin embargo, no sucede igual con la población involucrada. En este colectivo, hay un mayor porcentaje de mujeres que afirman poseer las habilidades emprendedoras necesarias (83,5% vs 77,2%), así como conocer a otros emprendedores (58,2% vs 55,5%). Estos indicadores, a su vez, pueden explicar esa menor percepción de miedo al fracaso que también muestran frente a los hombres (50,7% vs 56,3%). Sí que existe un mayor

Gráfico 2.6: Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

porcentaje de hombres que perciben buenas oportunidades de negocio. Sin embargo, como acabamos de comentar, entre la población involucrada el resto de las variables analizadas son más favorables entre las mujeres.

2.5. Percepción de la población sevillana sobre su 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 socialización¹¹. Así, una sociedad cuyas normas y valores culturales son más proclives al emprendimiento llevarán a las personas a desarrollar valores, actitudes e

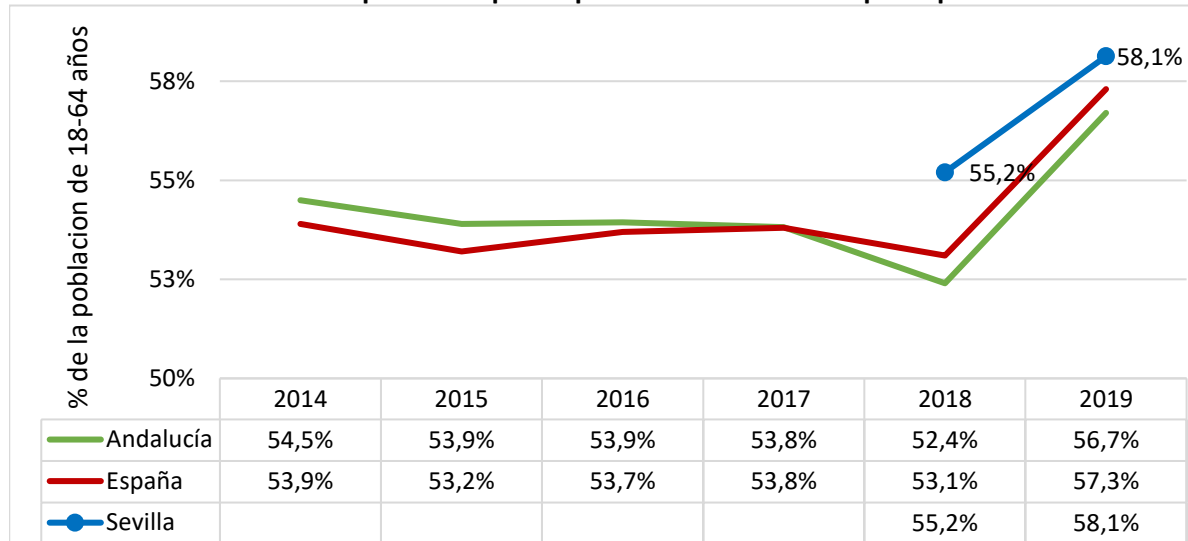
intenciones más favorables hacia el comportamiento emprendedor¹². Este efecto se produce directamente, mediante la asimilación de esos valores culturales, y también indirectamente, mediante la creación de leyes e instituciones en esa sociedad que serán más favorables para los emprendedores, por lo que la creación de empresas será más fácil y tendrá consecuencias más positivas para el territorio¹³.

Este apartado presenta una breve descripción de la opinión de la población adulta encuestada sobre cuatro aspectos socioculturales 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 socioeconómico de los emprendedores suele ser alto y (iv) el papel que cumplen los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento.

¹¹ Liñán, F. y Fernández-Serrano, J. (2014). *El emprendedor*. En Domingo Ribeiro Soriano (varios autores): *Creación de empresas y emprendimiento: de estudiante a empresario*. Madrid: Pearson. Cap. 1, pp. 3-24.

¹² Jaén, I. y Liñán, F. (2013). *Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital*. *International Journal of Manpower*, 34(8), 939-960.

¹³ Liñán, F., Fernández-Serrano, J. y Romero, I. (2013). *Necessity and Opportunity Entrepreneurship: The Mediating Effect of Culture*. *Revista de Economía Mundial*, 33, 21-47.

Gráfico 2.7: Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción personal

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

Los **Gráficos 2.6 a 2.9** recogen la evolución reciente para estos indicadores. También en este caso, el cambio introducido en la metodología de obtención de los datos hace que no se puedan comparar directamente con años anteriores, por lo que las variaciones observadas respecto a 2018 deben ser tomadas con precaución.

Si comenzamos con el panorama nacional, la evolución del porcentaje de la población española que preferiría que existiera una 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 2.6**). En 2019, este indicador pierde dos puntos porcentuales hasta situarse en el 69%, su nivel más bajo de toda la serie.

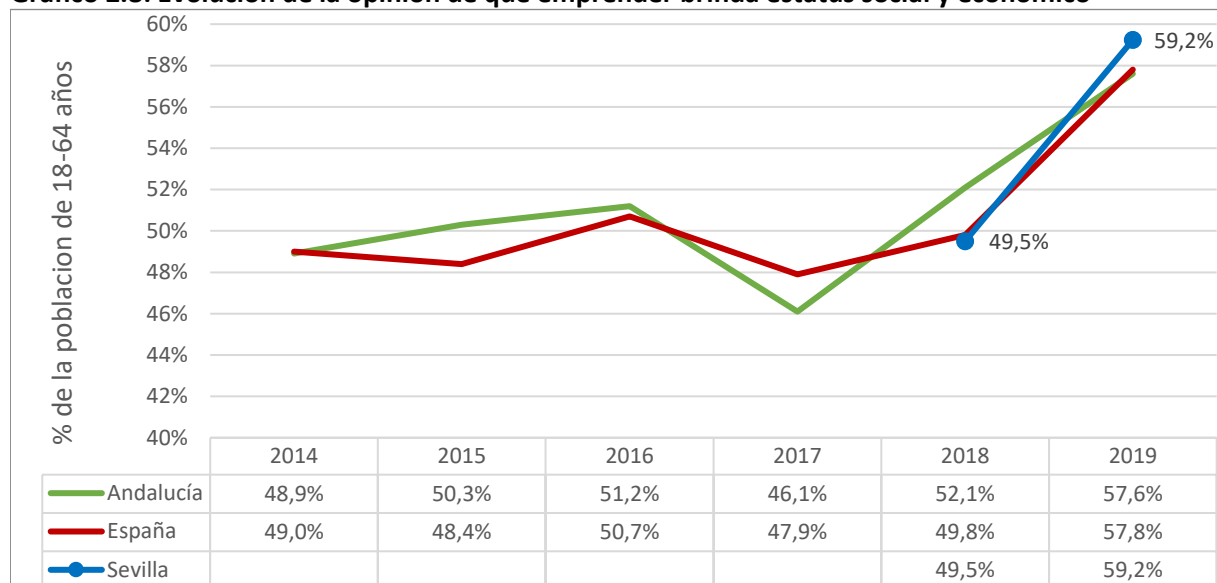
Respecto a la opinión que tienen las personas sobre el emprendimiento como opción profesional deseable (**Gráfico 2.7**), el 53,1% de la población española consideraba en 2018 que el emprendimiento es una buena opción profesional, un porcentaje que se eleva por encima del 57% para el año 2019.

Algo similar ocurre cuando se pregunta si ser emprendedor brinda un buen estatus social y económico: el 49,8% en 2018 respondían afirmativamente a esta cuestión, 2 puntos porcentuales más que en 2017 y en línea con los

niveles obtenidos en el último quinquenio (**Gráfico 2.8**). En 2019, este porcentaje muestra un crecimiento muy significativo y se eleva hasta el 57,8% de la población encuestada.

Finalmente, el 49,4% de la población adulta española consideraba en 2018 que los medios de comunicación mostraban a menudo historias de emprendedores de éxito (**Gráfico 2.9**), un porcentaje que aumenta en torno a 4,5 puntos porcentuales para el año 2019, hasta situarse en el 54%.

Por su parte, en 2019, Andalucía se sitúa algo por debajo de la media nacional a la hora de considerar al emprendimiento como buena salida profesional (56,7%) (**Gráfico 2.7**). Este mismo año, ha logrado converger e incluso superar la media nacional en la consideración del emprendimiento como generador de un buen estatus social (con un 57,6%) (**Gráfico 2.8**) y en el papel de los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento (que sube al 55,2%) (**Gráfico 2.9**). Por su parte, y al igual que en los años anteriores, las encuestas mostraban un mayor deseo de igualdad de nivel de vida con respecto a la media española, aunque con diferencias marginales (69,5% vs 69%) (**Gráfico 2.6**).

Gráfico 2.8: Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

Analizando el ámbito provincial sevillano, al igual que en 2018, los resultados de 2019 para Sevilla muestran una percepción sociocultural favorable, con una evolución que se puede calificar de positiva respecto al año anterior. En primer lugar, se sitúa dos puntos por debajo de la media nacional y regional en términos de considerar una mayor equidad en los estándares de vida (67%) (**Gráfico 2.6**). En segundo lugar, supera la media nacional y regional respecto al porcentaje de población que considera que ser emprendedor brinda un alto estatus social y económico, con un nivel que roza el 60% (**Gráfico 2.8**), lo que muestra que los sevillanos consideramos al emprendimiento como una actividad que genera gran valor.

En tercer lugar, se sitúa en torno a la media regional (55%), cuando se pregunta por la buena cobertura en los medios de comunicación sobre los emprendedores (**Gráfico 2.9**). Finalmente, en cuarto lugar, Sevilla destaca 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 (58.1%) (**Gráfico 2.7**), algo muy positivo para el emprendimiento provincial.

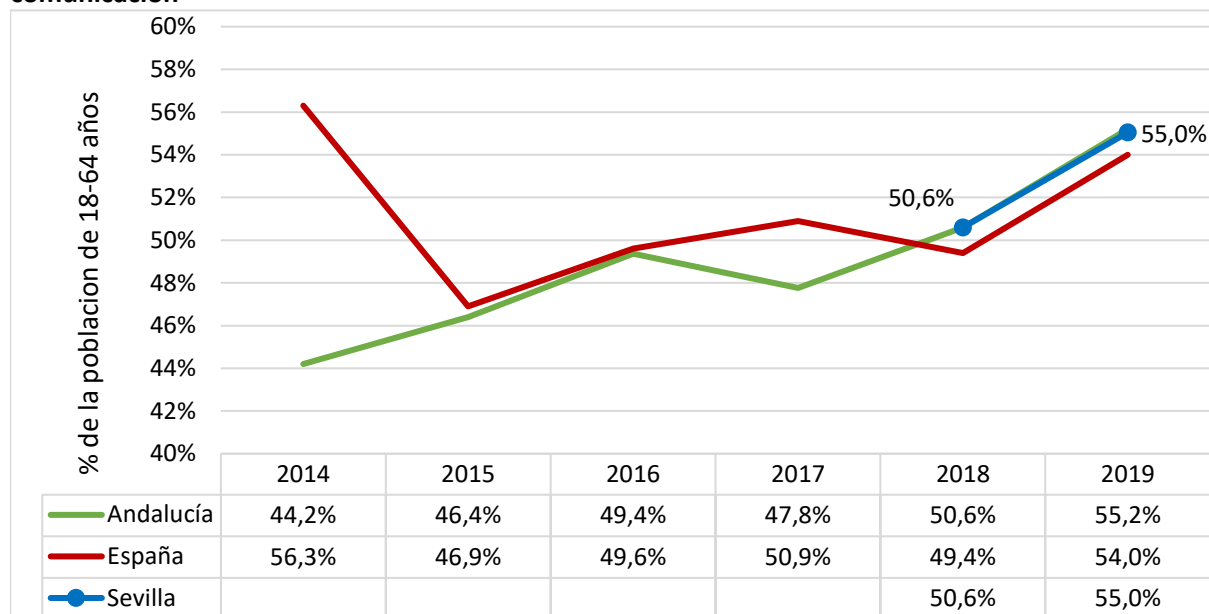
En este sentido, a nivel de población involucrada y no involucrada para la provincia de Sevilla (**Tabla**

2.2), las diferencias entre los dos grupos son muy marcadas (con diferencias que superan los seis puntos porcentuales) para el caso de la equidad y del papel de los medios -a favor del colectivo involucrado-. Mientras, esas diferencias están por debajo de los 3 puntos porcentuales para la percepción del emprendimiento como buena elección profesional, y para la opinión de que genera alto estatus económico.

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 con la cultura emprendedora de la provincia (véase la **Tabla 2.2**). Como en el año anterior, se observa que las diferencias entre población involucrada y no involucrada son menores que en las percepciones sobre valores y capacidades. Sin embargo, hay que destacar interesantes diferencias entre hombres y mujeres dentro de estos dos colectivos.

Así en primer lugar, el indicador relativo a la importancia que la sociedad da a la equidad sobre los estándares de vida es mucho mayor en los hombres involucrados en el emprendimiento (casi

Gráfico 2.9: Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación


Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

16 puntos porcentuales por encima que los hombres no involucrados). Por el contrario, estos porcentajes se invierten para la población no involucrada, donde son las mujeres las que muestran ese mayor interés por la equidad.

No es fácil interpretar estos resultados, máxime cuando son opuestos a los obtenidos en 2018. Probablemente, el cambio metodológico ha influido en esta transformación. En todo caso, nuestra interpretación va en línea con el aumento de la participación femenina en el emprendimiento (disminución de la brecha de género) que se viene observando en los últimos años. Así, entre los hombres y mujeres que se

involucran en el emprendimiento, la proporción de quienes perciben que la equidad tiene gran importancia social es muy parecida (76,5% los hombres, 74,3% las mujeres). Por el contrario, el menor nivel de este indicador en la población que no se involucra en el emprendimiento se debe a la baja tasa señalada por los hombres.

En segundo lugar, destaca también que los hombres involucrados en el emprendimiento consideran que se difunden más noticias positivas en relación con los emprendedores de éxito que las mujeres (64,2 % vs 58%), al contrario que en la población no involucrada (aunque con diferencias menos acentuadas). Por otro lado, las cifras se

Tabla 2.2: Percepción de la población sevillana sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2019

% de la población española de 18-64 años que considera que	Involucrada en el proceso emprendedor			No involucrada en el proceso emprendedor		
	emprendedor			proceso emprendedor		
	hombres	mujeres	total	hombres	mujeres	total
... la mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida	76,5%	74,3%	75,4%	60,8%	71,1%	65,8%
... para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional	58,0%	61,1%	59,6%	57,4%	58,4%	57,9%
... para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico	58,8%	57,9%	58,3%	63,0%	55,6%	59,4%
... a menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación	64,2%	58,0%	60,9%	53,2%	55,3%	54,2%

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

decantan a favor de los hombres en los dos colectivos, población involucrada y no involucrada, sobre la percepción de mayor estatus social y económico que proporciona el emprendimiento. Finalmente, y de manera destacable, las mujeres en ambos colectivos (en particular, entre las mujeres involucradas) se muestran más convencidas que los hombres sobre el emprendimiento como buena salida laboral, lo cual es un reflejo del mayor papel de la mujer en la creación de empresas en los últimos años en España.

2.7. Conclusiones

En términos generales los resultados para 2019 muestran a Sevilla como una provincia que se sitúa por encima de la media a nivel regional en las percepciones y aptitudes favorables para el emprendimiento analizadas. Por tanto, ocupa un lugar relevante a nivel nacional. En primer lugar, la población sevillana destaca por un nivel de percepción de oportunidades alto en el contexto nacional: un 42,2% de los encuestados consideran que existen buenas oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses frente al 36,1% de la media nacional. El 52,2% de la población sevillana encuestada percibe que posee las habilidades necesarias para emprender y el miedo al fracaso se sitúa en el 52,9%, niveles, ambos, algo más favorables que la media nacional.

Respecto a los aspectos socioculturales analizados en este informe, la situación de la provincia de Sevilla se puede calificar de favorable, reforzando los resultados obtenidos el año anterior. Los valores obtenidos en este informe 2019 muestran que Sevilla posee niveles inferiores a la media nacional en las percepciones relativas a la equidad de los estándares de vida. En cambio, posee niveles por encima del conjunto nacional en el papel de los medios comunicación en el emprendimiento, así como en el estatus social y económico que brinda el emprendimiento y, en particular, respecto al emprendimiento como buena opción profesional. Estos resultados incluso 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 particular para la población involucrada. En este sentido, un menor miedo al fracaso, junto con una mayor percepción de autoeficacia para emprender en las mujeres involucradas en el proceso emprendedor son indicadores muy relevantes para que se produzca ese cambio. Además, estos factores se ven reforzados por unas percepciones de las mujeres de una cultura más favorable hacia el emprendimiento. Habrá que estar atentos a futuros informes para ver si esta tendencia se vuelve estructural.

Capítulo 3

Entorno: Obstáculos, Facilitadores y Recomendaciones

3.1. Introducción

El proceso de creación de empresas no sólo está determinado por las características de la población potencialmente emprendedora, por sus valores, percepciones y capacidades. La actividad emprendedora se encuentra, además, fuertemente condicionada por factores ambientales que pueden tanto inhibir como favorecer la creación de nuevos negocios.

El conocimiento de estos factores y de su posible impacto sobre el emprendimiento es crucial para que los actores comprometidos con el fenómeno emprendedor (gobiernos, universidades, asociaciones empresariales, etc.) puedan diseñar actuaciones que permitan superar las principales debilidades y potenciar los recursos más estratégicos del ecosistema.

En este sentido, la importancia del entorno para emprender queda reflejada en el enfoque de Ecosistema Emprendedor ¹⁴, que enfatiza la interdependencia entre los diferentes actores y factores de dicho ecosistema y la importancia de que los esfuerzos de los agentes se orienten a la mejora del contexto del emprendimiento y la innovación.

El proyecto GEM contempla un conjunto de nueve 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

Siguiendo la metodología del Observatorio GEM, el diagnóstico de estas condiciones del entorno para emprender se ha realizado a partir de la opinión de 36 expertos seleccionados en la provincia de Sevilla.

A través de cuestiones abiertas los expertos describen los principales obstáculos y facilitadores de la actividad emprendedora en la provincia, así como las recomendaciones sobre actuaciones que, en su opinión, contribuirían a mejorar el contexto en el que se desarrolla dicha actividad. Estas respuestas abiertas se codifican en alguna de las 20 categorías contempladas por GEM, que se detallan en el capítulo de Metodología.

Además, mediante un cuestionario estructurado, los expertos expresan su opinión respecto al grado en que cada una de las nueve condiciones del entorno favorece la actividad emprendedora. Estas respuestas se someten a un análisis de componentes principales del que han resultado 12 condiciones (las valoraciones para cada una de

¹⁴ Para una revisión sobre el enfoque de Ecosistemas Emprendedores, puede consultarse el número especial de *Small Business Economics* en 2017 (vol. 49), así como el

trabajo de Maroufkhani, Wagner y Wan Ismail, *Entrepreneurial ecosystems: a systematic review*, en *Journal of Enterprising Communities*, 12, pp. 545-564.

ellas aparecen más adelante en este capítulo, recogidas en el **Gráfico 3.4**).

A continuación, se describen los resultados obtenidos, en primer lugar, en relación con los obstáculos, facilitadores y recomendaciones y, en segundo lugar (en el capítulo IV), respecto a las condiciones del entorno para emprender.

3.2. Factores que obstaculizan la creación de empresas

Los principales obstáculos a la creación de empresas mencionados por los expertos quedan recogidos en el **Gráfico 3.1**.

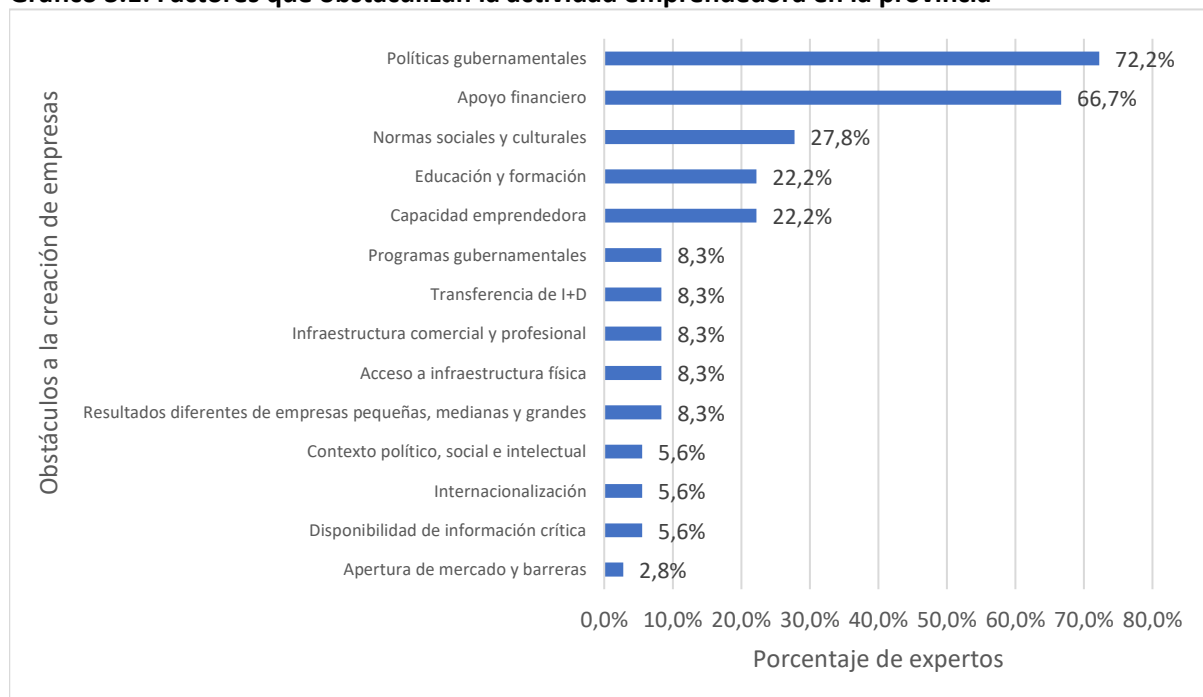
Hay dos factores que destacan claramente sobre los demás, al ser citados por más de dos tercios de los expertos. El primero de ellos, las políticas gubernamentales, recoge aquellos obstáculos relacionados con políticas públicas que pudieran estar dificultando la actividad emprendedora, tales como los elevados impuestos, la burocracia, el exceso de regulación, las licencias de apertura, etc. El segundo factor que reúne un alto consenso

de los expertos en cuanto a su papel inhibitor del emprendimiento está relacionado con la falta de apoyo financiero, para el que los expertos mencionan las dificultades de acceso a la financiación tanto pública como privada (business angels, family offices, capital riesgo) y la escasez de instrumentos financieros adecuados y de incentivos públicos para la creación de empresas.

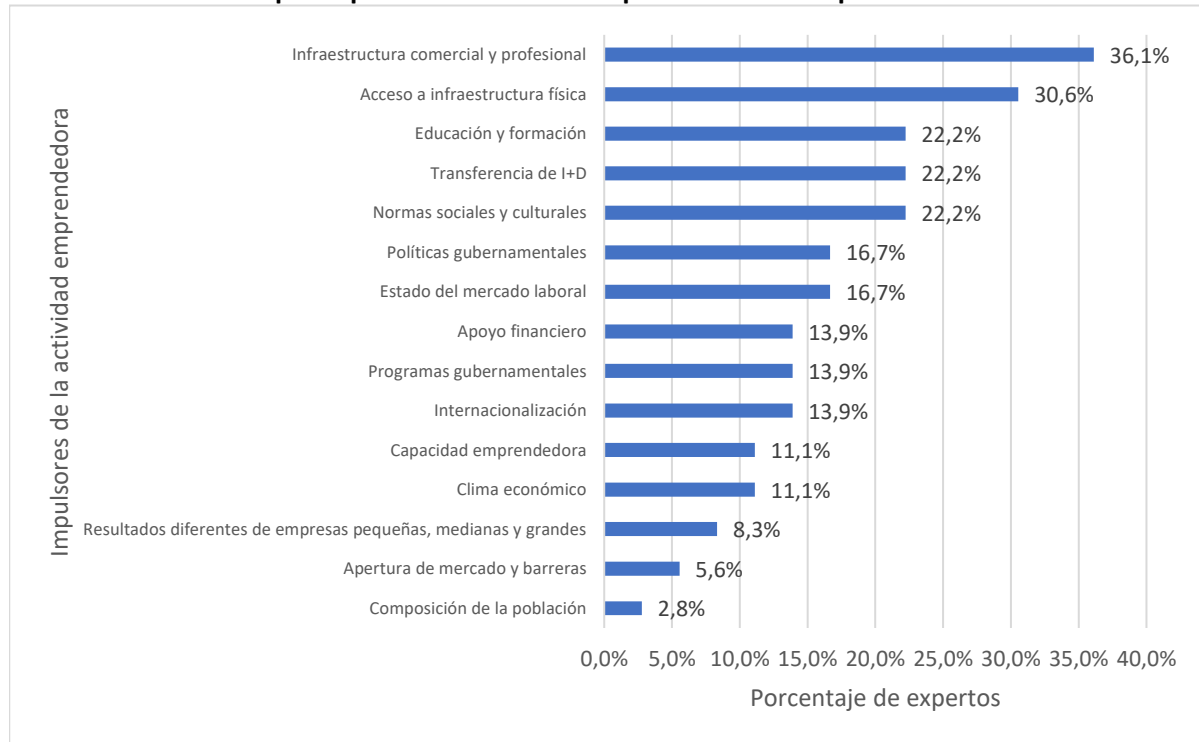
Un segundo grupo de factores considerados obstáculos a la actividad emprendedora en la provincia, destacados por aproximadamente la cuarta parte de los expertos (entre el 22% y el 27%), están relacionados con las normas sociales y culturales, la falta de educación y formación emprendedora y la escasa capacidad emprendedora de la población.

Finalmente, menos del 10% de los expertos (entre el 8,3% y el 2,8%) se han referido al papel obstaculizador de los programas gubernamentales, a ciertas ineficiencias en la transferencia de I+D y en la infraestructura comercial y profesional, a dificultades de acceso a

Gráfico 3.1: Factores que obstaculizan la actividad emprendedora en la provincia



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

Gráfico 3.2: Factores que impulsan la actividad emprendedora en la provincia

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

infraestructuras físicas (por ejemplo, los costes de suministros), a las desventajas de las pequeñas empresas, al contexto político, social e intelectual, a los problemas para la internacionalización, a la escasa disponibilidad de información crítica y a la existencia de barrera en ciertos mercados, como factores que lastran la creación de empresas en la provincia.

3.3. Factores que favorecen la creación de empresas

En cuanto a los factores que impulsan la actividad emprendedora¹⁵ (Gráfico 3.2), más de un tercio de los expertos (36,1%) destacan la infraestructura comercial y profesional de la provincia, esto es, la facilidad de acceso a servicios profesionales para

los emprendedores (contables, consultores, abogados, servicios de tecnologías de la información, etc.).

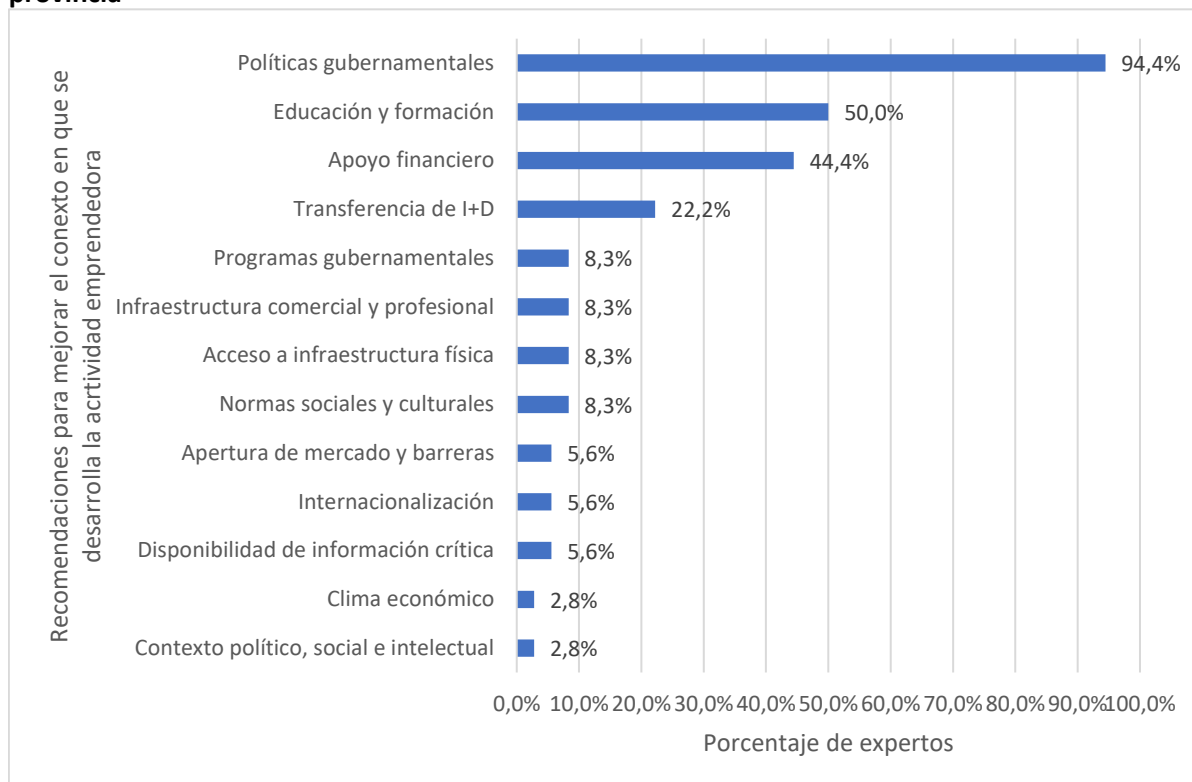
El acceso a la infraestructura física de la provincia también se considera un impulsor del emprendimiento por un grupo considerable de expertos (el 30,6%), que destacan la disponibilidad de espacios y otras infraestructuras para el emprendimiento (como espacios de coworking), y la facilidad de acceso a las tecnologías de información y comunicaciones.

El 22,2% de los expertos coinciden en mencionar la educación y la formación (por ejemplo, la mayor formación en emprendimiento de los egresados

¹⁵ No debe extrañar que algunos factores aparezcan a la vez como destacados facilitadores y obstaculizadores de la actividad emprendedora, así como en el grupo de recomendaciones. A los expertos se les formulan preguntas abiertas, cuyas respuestas deben codificarse y encuadrarse en alguno de los 20 factores establecidos en la metodología GEM, que se relacionan en el capítulo sobre metodología. De este modo, un experto puede mencionar en su respuesta circunstancias relacionadas con la educación y la formación

que obstaculizan la actividad emprendedora. Ese mismo experto, u otro diferente, puede referirse a otros aspectos de la educación y la formación que actúan como facilitadores y, además, proponer recomendaciones para su mejora. Todas estas respuestas quedarían codificadas como factor "educación y formación", en el primer caso como inhibidor, en el segundo caso como facilitador del emprendimiento y, en el tercer caso como recomendación para mejorar el contexto emprendedor.

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



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

universitarios y el aumento de oferta de formación en emprendimiento), la transferencia de I+D (por ejemplo, mediante el impulso de la creación de empresas de base tecnológica desde las universidades y centros de I+D) y las normas sociales y culturales (por ejemplo, la mayor percepción en la sociedad de la importancia de la empresa como motor económico y de creación de empleo), como facilitadores de la actividad emprendedora.

Finalmente, menos de un 20% de los expertos (entre el 16,7% y el 2,8%) destacan como facilitadores del emprendimiento factores relacionados con las políticas gubernamentales (por ejemplo, por el creciente compromiso de los responsables políticos y las administraciones con el emprendimiento), el estado del mercado laboral (por ejemplo, en el sentido de que el desempleo impulsa las iniciativas emprendedoras), el apoyo financiero (por ejemplo, por un acceso más competitivo a los servicios financieros gracias a las Fintech), los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, la internacionalización

(por ejemplo, en cuanto a las oportunidades que proporciona la globalización y las tecnologías de la información para la creación de nuevos negocios born global), la capacidad emprendedora (por ejemplo, en lo relativo al talento de los nuevos emprendedores), el clima económico (en relación, por ejemplo, con el impacto de la evolución del sector del turismo en la generación de iniciativas emprendedoras), ciertos incentivos para las pequeñas empresas al iniciar un nuevo negocio (ayudas a autónomos), la apertura del mercado (en cuanto a las oportunidades que representa la demanda local) y la composición de la población (en relación con la proliferación de los denominados “nómadas digitales”).

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

Además de identificar los principales obstáculos y facilitadores de la actividad emprendedora, los expertos han formulado un conjunto de recomendaciones que ayudarían a mejorar las

condiciones en las que dicha actividad tiene lugar (**Gráfico 3.3**).

El factor que concentra la mayor parte de recomendaciones de los expertos (el 94,4%) es el relativo a las políticas gubernamentales. Las propuestas realizadas se concentran fundamentalmente en reducir la burocracia asociada a la puesta en marcha de un nuevo negocio, aumentar los incentivos fiscales, la importancia de concentrar esfuerzos en los sectores estratégicos de la provincia y la coordinación y cooperación interinstitucional para apoyar el emprendimiento y la innovación.

La mitad de los expertos realizan recomendaciones relacionadas con la educación y la formación, proponiendo más y mejor formación en emprendimiento en todos los niveles educativos. Las propuestas también se refieren a la realización de esfuerzos para formar a los profesores responsables de fomentar el espíritu emprendedor e inspirar a sus alumnos, y a la formación no sólo en las materias de gestión empresarial, sino también en idiomas.

El tercer gran grupo de recomendaciones (realizadas por el 44,4% de los expertos) gira alrededor del apoyo financiero a los emprendedores. Los expertos proponen crear instrumentos financieros públicos (incluyendo capital semilla) suficientemente dotados y con posibilidades de asumir niveles de riesgo medio y alto en proyectos innovadores, agilizar la resolución del apoyo financiero, articular una fiscalidad favorable a la inversión privada en los proyectos de emprendimiento, extender el apoyo financiero a las empresas con 2 o 3 años de vida (que ya han podido redefinir su mercado objetivo) y facilitar el acceso a los niveles de financiación por encima de 10.000 €.

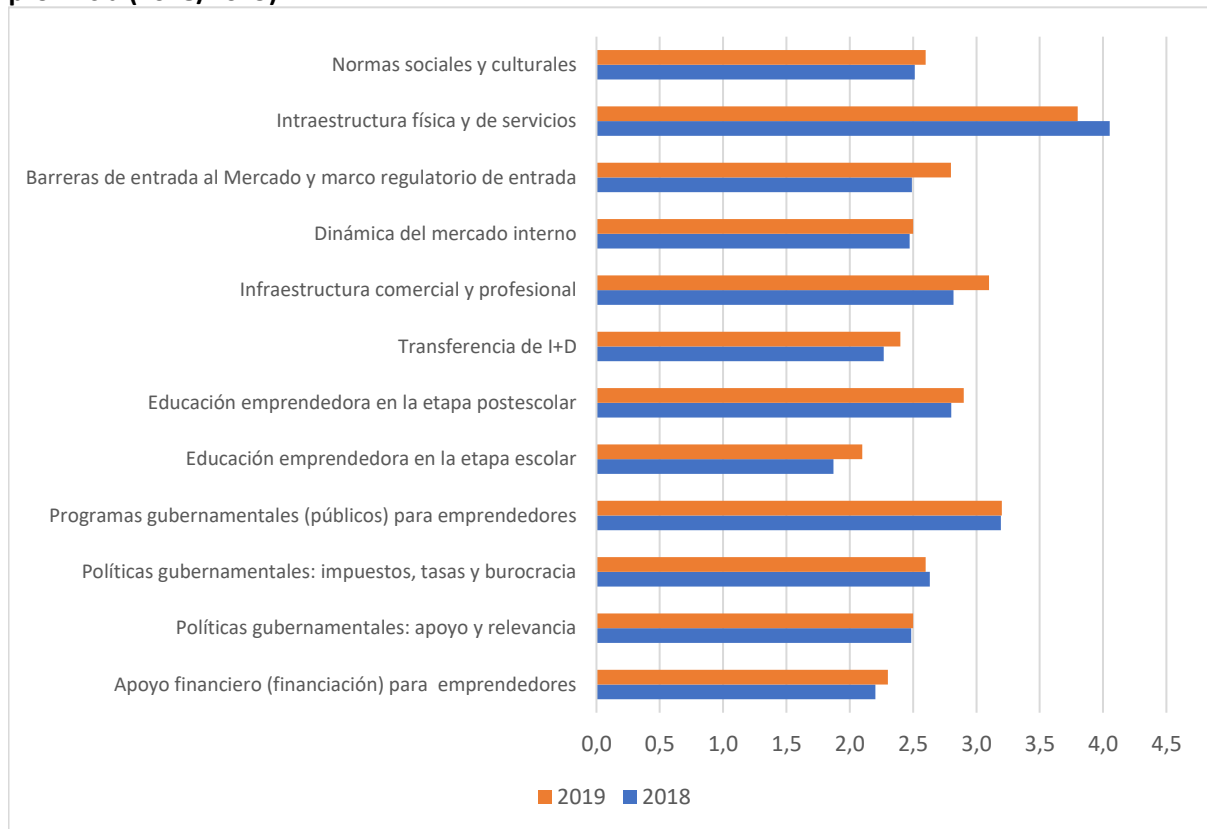
Aproximadamente un quinta parte de los expertos (el 22,2%) realiza recomendaciones relacionadas con la transferencia de I+D, para la que proponen mejorar la conexión entre los resultados de la investigación y los proyectos de jóvenes emprendedores y/o empresas, flexibilizar la legislación para facilitar el desarrollo comercial de los resultados de la investigación, crear hubs

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



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

Gráfico 3.5: Comparación valoración media de las condiciones del entorno para emprender en la provincia (2018/2019)



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2018/2019

especializados en sectores alternativos al turismo o la aeronáutica y, en general, intensificar la colaboración entre los actores generadores de conocimiento (universidades y centros de investigación) y los emprendedores.

Menos de un 10% de los expertos han realizado recomendaciones relacionadas con los programas gubernamentales (por ejemplo, la creación efectiva de la oficina única), la infraestructura comercial y profesional (en relación con la necesidad de contar con mentores experimentados que apoyen el nacimiento del proyecto), el acceso a infraestructura física (habilitando un mayor número de espacios para el emprendimiento), las normas sociales y culturales (reconociendo el valor del empresario y la cultura del esfuerzo), la apertura del mercado (fomentando la entrada y asentamiento de emprendedores extranjeros), la internacionalización (aprovechando nuestra posición estratégica como punto de conexión entre Europa, Latinoamérica y África), la disponibilidad de información crítica (articulando

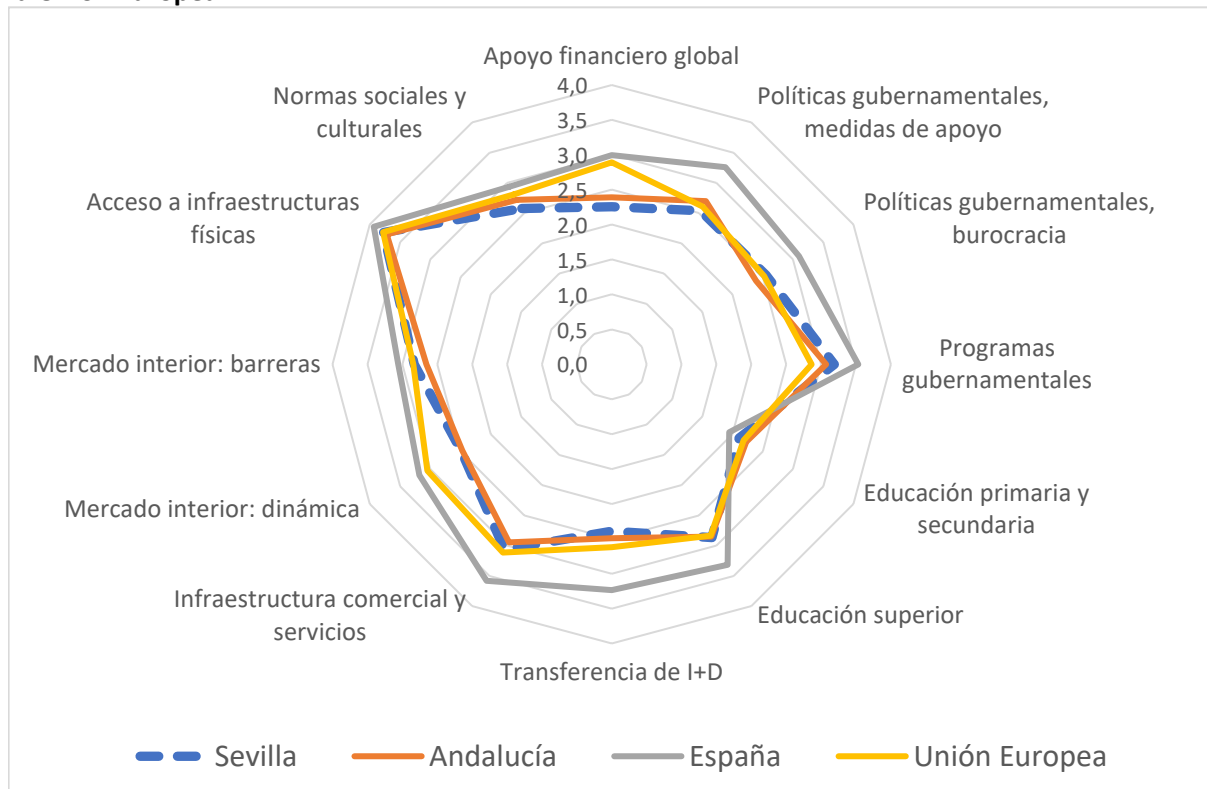
puntos de acceso único a toda la información estratégica para emprendedores), clima económico (posicionando a la provincia como referente internacional para atracción de inversiones) y el contexto político social e institucional (impulsando una mayor visibilización del ecosistema emprendedor de la provincia).

3.5. Valoración del entorno emprendedor

A partir de la valoración realizada por los expertos de las 9 condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla, se realizó un análisis de componente principales que dio lugar a un conjunto de 12 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 3 de los 12 factores del entorno favorecen la actividad emprendedora en la provincia. La infraestructura física, referida a las

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



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

telecomunicaciones, la red de carreteras y el acceso a servicios básicos (electricidad, teléfono, internet, etc.), representa una condición favorable a la actividad emprendedora (3,8). Los programas específicos de apoyo al emprendimiento también favorecen la creación de empresas, aunque de forma más moderada (3,2). La infraestructura comercial y profesional, referida a la existencia y fácil acceso a proveedores, consultores, subcontratistas y servicios bancarios a un coste asumible por las nuevas empresas, es también considerada una condición favorable para emprender en la provincia (3,1).

El resto de los 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, un año más, la escasa contribución de la educación emprendedora en la etapa escolar

(educación primaria y secundaria), con la puntuación más baja de todos los factores (2,1). Si comparamos esta valoración con la obtenida en el período anterior (Informe 18-19), el **Gráfico 3.5** muestra que la importancia relativa de cada una de las condiciones del entorno permanece estable.

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

Las condiciones del entorno emprendedor en la provincia de Sevilla analizadas en la sección anterior no difieren esencialmente de las que se dan en el contexto andaluz, pero representan un contexto más desfavorable al emprendimiento en comparación con el español y europeo¹⁶.

El **Gráfico 3.6** muestra que, en nuestra provincia, el apoyo financiero, las políticas gubernamentales

¹⁶ En esta edición, además de España, los países participantes en el NES fueron Italia, Reino Unido, Suecia, Polonia, Alemania, Portugal, Luxemburgo, Irlanda, Chipre, Bulgaria, Letonia, Croacia, Eslovenia y Eslovaquia.

de apoyo al emprendimiento, la transferencia de I+D, la dinámica del mercado interno, y las normas sociales y culturales son más desfavorables que en los restantes ámbitos analizados (Andalucía, España y Europa). Además, no hay ninguna condición del entorno que represente una ventaja comparativa de la provincia en relación con dichos ámbitos.

En todos los casos, la condición más favorable para la actividad emprendedora es el acceso a las infraestructuras físicas y la más desfavorable es la educación emprendedora en los niveles de primaria y secundaria.

3.7. Conclusiones

Las opiniones de los expertos consultados, en relación con los facilitadores e inhibidores del emprendimiento, así como sus recomendaciones y valoraciones de las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Sevilla, nos proporcionan valiosos elementos para la reflexión.

Hay bastante consenso entre los expertos en considerar que las políticas gubernamentales representan uno de los principales obstáculos a la actividad emprendedora, en el sentido de que los impuestos, la burocracia, el exceso de regulación, las licencias de apertura etc., que se desprenden de tales políticas disuaden a los potenciales emprendedores de poner en marcha un nuevo negocio. Además, en términos comparativos, las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento en la provincia resultan peor valoradas que las de los otros ámbitos geográficos considerados (Andalucía, España y Unión Europea). Por esta razón, la mayor parte de recomendaciones tienen que ver con que tales políticas contemplen el aumento de los incentivos fiscales a los emprendedores, la reducción de la burocracia asociada a la creación de una empresa, la concentración de esfuerzos en sectores estratégicos de la provincia, así como la cooperación y coordinación entre instituciones para apoyar el emprendimiento y la innovación.

La mayor parte de los expertos también coincide en señalar la falta de apoyo financiero como un importante obstáculo al emprendimiento en la provincia: el acceso a la financiación pública y privada es difícil y faltan instrumentos financieros e incentivos públicos a la creación de empresas. De hecho, en términos de apoyo financiero al emprendimiento, la provincia de Sevilla es el contexto con peor valoración, en comparación con los ámbitos de Andalucía (en este caso sólo con una ligera diferencia), España y Unión Europea. En consecuencia, una gran parte de las recomendaciones apuntan a apoyar financieramente no sólo las empresas de nueva creación sino también las que se encuentran en sus primeros años de vida, facilitando el acceso a niveles de financiación por encima de 10.000 €, a la creación de instrumentos financieros públicos que contemplen la asunción de niveles medio y alto de riesgo en proyectos innovadores, a la resolución ágil de las ayudas financieras y a incentivar fiscalmente la inversión privada en nuevas empresas.

Las normas sociales y culturales tampoco contribuyen a impulsar el emprendimiento en la provincia. Este es un elemento del contexto emprendedor en el que Sevilla también recibe la peor puntuación en comparación con la media de Andalucía, España y la Unión Europea, y que sólo podrá mejorarse a largo plazo con el esfuerzo conjunto de todos los agentes del ecosistema.

Conectado con lo anterior, los expertos también expresan sus dudas sobre la capacidad emprendedora de la población, en cuanto al débil arraigo del espíritu emprendedor en la población o la posesión de habilidades emprendedoras.

Es importante señalar 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 especial, la educación primaria es la

condición del entorno de la provincia peor valorada por los expertos, aunque nos encontramos en niveles similares a la media de Andalucía, España y Unión Europea. Las recomendaciones no sólo apuntan a más y mejor formación de los estudiantes en todos los niveles educativos, sino también a la formación de los profesores responsables de fomentar el espíritu emprendedor e inspirar a sus alumnos, así como a la formación de los emprendedores en materias de gestión empresarial e idiomas.

No todo son malas noticias. Hay importantes facilitadores del emprendimiento en los que coinciden una parte considerable de los expertos: tanto la infraestructura comercial y profesional (disponibilidad de servicios profesionales para emprendedores tales como consultores, abogados, servicios TIC, etc.) como la infraestructura física (disponibilidad espacios coworking, facilidad de acceso a servicios básicos de electricidad, teléfono, etc.) contribuyen a impulsar la actividad emprendedora en la provincia. Además, la valoración que se da a ambos elementos nos sitúa en los niveles de la Unión Europea (aunque ligeramente por debajo de la media nacional).

Capítulo 4

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

4.1. Introducción

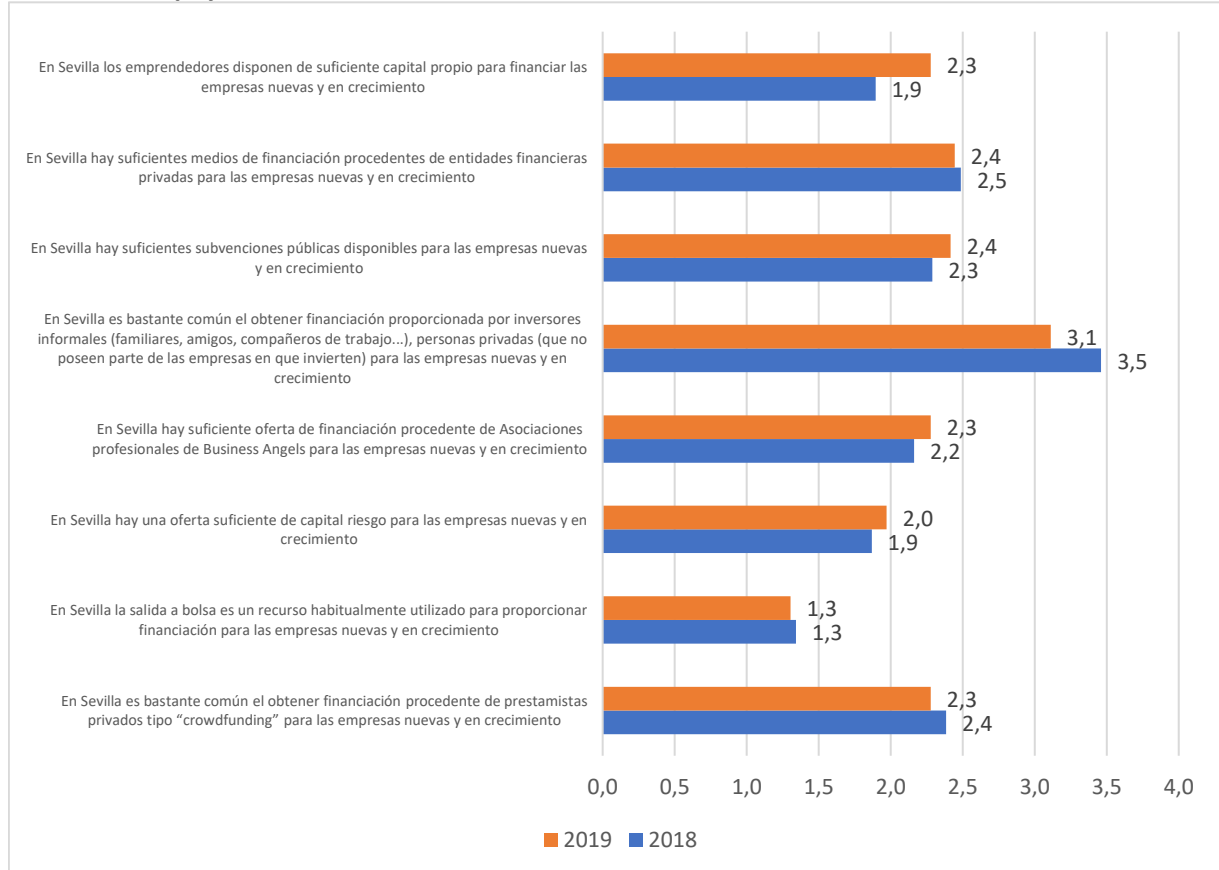
En el presente capítulo se examinan de forma detallada las 9 condiciones del entorno que conforman el ecosistema emprendedor de la provincia de Sevilla, es decir, se analizarán las valoraciones medias dadas por el panel de expertos consultado para cada uno de los ítems o elementos que integran cada condición del entorno.

Al igual que en la edición anterior, las opiniones de los expertos se expresan en una escala 1-5 (resultado de transformar la escala de respuesta de 9 puntos del cuestionario original, en la que el valor 1 indicaba

“complemente falso”, y el valor 9 “complemente cierto”), por lo que un valor inferior a 3 se considerará desfavorable, y a partir del mismo favorable.

Los gráficos que se presentan incluyen los datos de 2019, primera barra en naranja, y los datos de 2018, segunda franja en azul. En primer lugar, se comentan detalladamente las valoraciones medias de los expertos para 2019, para terminar en el último párrafo con una comparación con las valoraciones dadas en 2018.

Gráfico 4.1: Apoyo financiero



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

4.2. Apoyo financiero

Las condiciones del entorno para obtener financiación para el desarrollo de actividades emprendedoras en 2019 son en general poco favorables según el panel de expertos. Como puede observarse en el **Gráfico 4.1**, todos los aspectos puntúan por debajo de 3 (valor neutro en una escala de 5 puntos), menos la financiación proporcionada por inversores informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares) y por particulares que no tienen parte del capital de la empresa, que es ligeramente positiva (3,1).

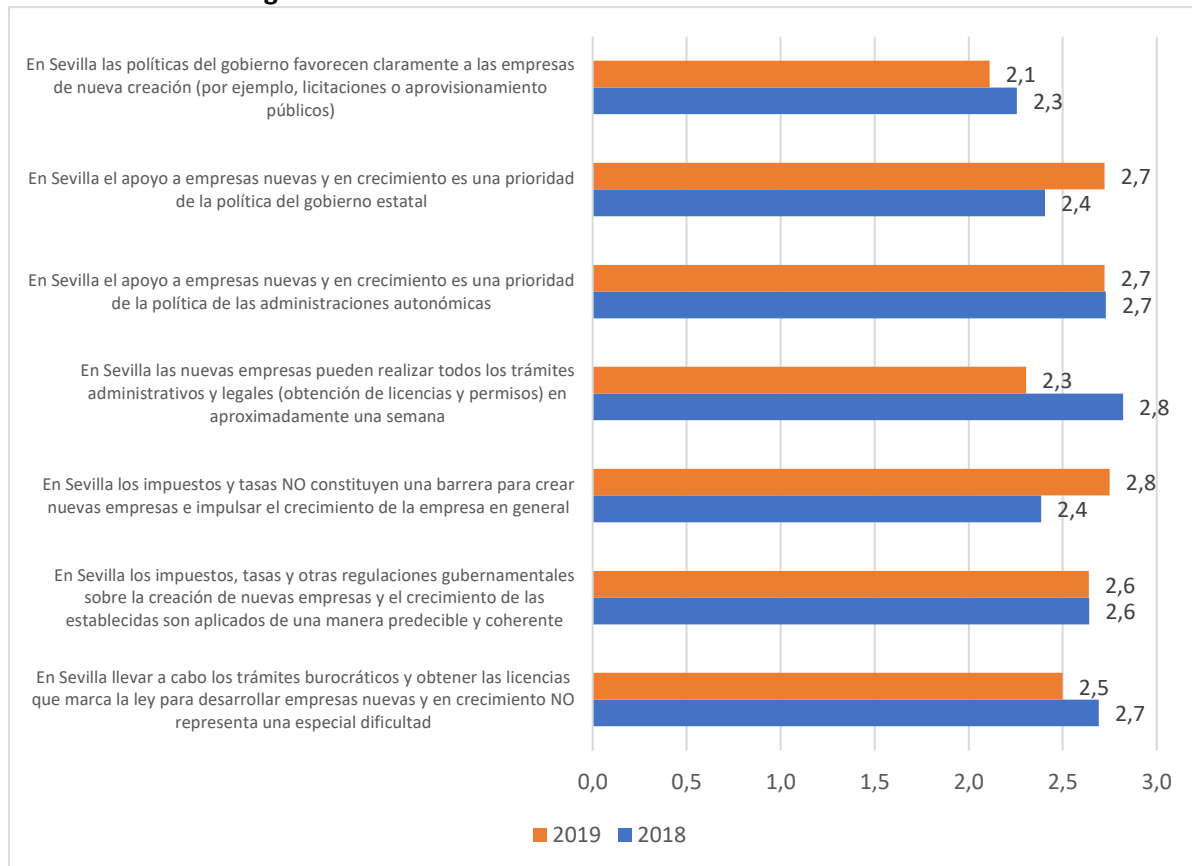
Con una valoración no muy negativa se encuentran con una puntuación de 2,4 la financiación de las entidades financieras privadas y las subvenciones públicas, y con una puntuación de 2,3, la disponibilidad de suficiente capital propio, la financiación de business angels y mediante campañas

de crowdfunding. Algo más desfavorablemente se valora la oferta de capital riesgo (2,0), y la financiación a través de la salida a bolsa de las empresas es sin duda la peor valorada (1,3).

En general, se pone de manifiesto que la situación es relativamente mejor en la etapa inicial en la vida de una startup o nueva empresa (3Fs)¹⁷, y va empeorando conforme se avanza en etapas posteriores, y especialmente en las etapas de crecimiento o expansión (venture capital y mercado de capitales).

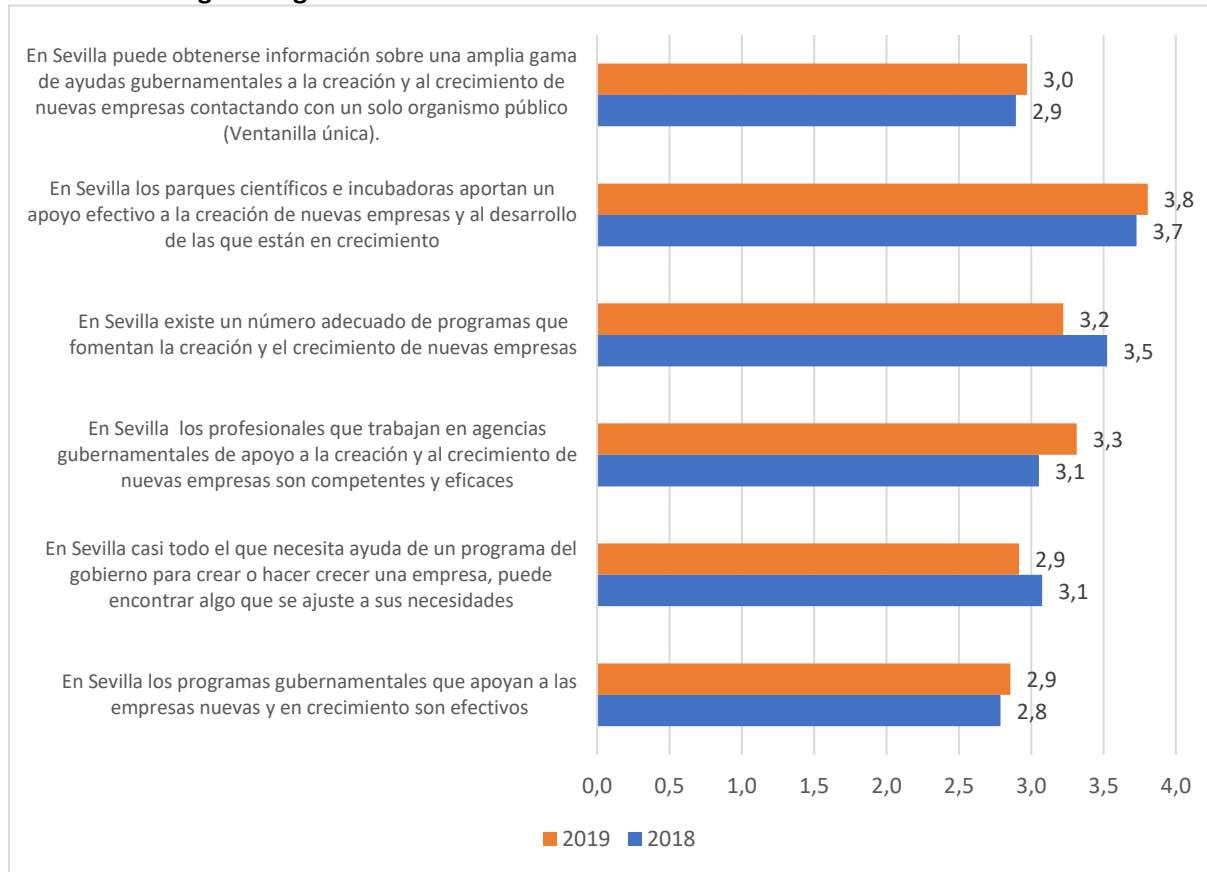
Comparando los resultados del presente informe (2019) con los del informe anterior (2018), no se encuentran diferencias importantes, salvo un pequeño retroceso en la financiación proporcionada por inversores informales y personas privadas, que disminuye 0,4, el cual se ve compensado en la misma cuantía por la disponibilidad de capital propio.

Gráfico 4.2: Políticas gubernamentales



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

¹⁷ 3Fs = inversores informales (familia, amigos y "locos"), del inglés Family, Friends & Fools.

Gráfico 4.3: Programas gubernamentales

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

4.3. Políticas gubernamentales

Con relación a las políticas gubernamentales que afectan a la provincia de Sevilla, el panorama que en 2019 observan los expertos es en todas ellas desfavorable, con una valoración media siempre por debajo del 3, aunque superior a 2 (véase el **Gráfico 4.2**).

Lo peor valorado (2,1) es que no se cree que las políticas del gobierno favorezcan a las empresas de nueva creación en licitaciones y aprovisionamientos públicos. No obstante, la consideración del apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento como una prioridad, tanto en las políticas del gobierno estatal como en las de administraciones autonómicas, no salen tan mal paradas (ambas con un 2,7).

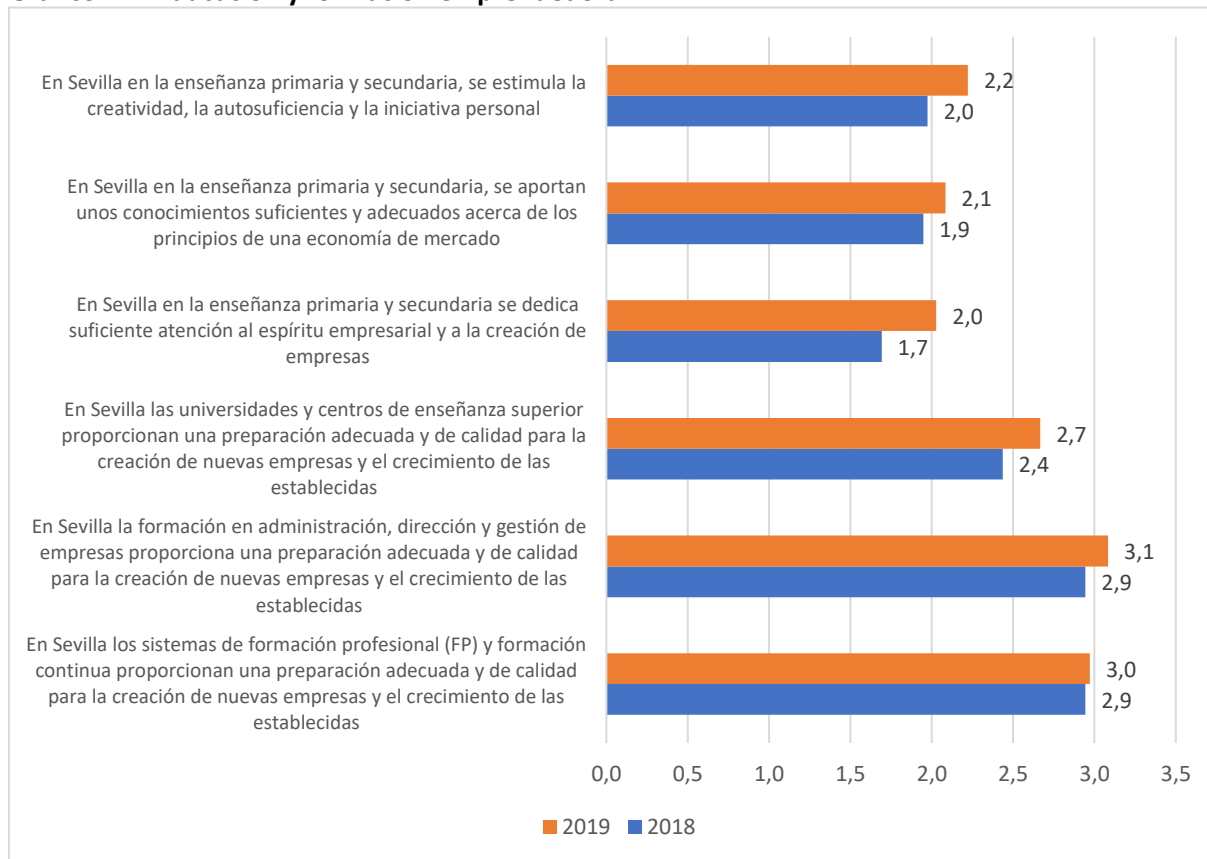
Casi no se percibe que los impuestos y tasas sean una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general (2,8), si bien la predictibilidad y coherencia en la aplicación de impuestos, tasas y otras regulaciones

gubernamentales destinados a tal fin reciben una valoración más baja (2,6). Por su parte, los trámites burocráticos y legales (licencias, permisos, etc.) que deben llevar a cabo las nuevas empresas implican cierta dificultad (2,5) y sus plazos no son muy cortos (2,3).

En 2019, en comparación con 2018, se incrementan los plazos para los trámites administrativos y legales (el indicado disminuye en 0,5), aunque los impuestos y tasas se ven menos como una barrera para la creación y el crecimiento de las empresas (aumenta en 0,4). No obstante, se vislumbra una pequeña mejora (de 0,3) en la consideración como prioridad del apoyo a estas empresas por parte del gobierno central. El resto de elementos se mantiene o no varía sustancialmente.

4.4. Programas gubernamentales

Los programas gubernamentales son valorados positivamente en general por los expertos en 2019, según se muestra en el **Gráfico 4.3**.

Gráfico 4.4: Educación y formación emprendedora

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

Los parques científicos e incubadoras son vistos como los que más aportan a la actividad emprendedora (3,8), y también se valora adecuadamente (3,2), aunque en menor medida, el número de programas de fomento de la creación de empresas y de su crecimiento, siendo considerada aceptable la competencia de los profesionales que trabajan en estas agencias de apoyo al emprendimiento (3,3). En la provincia de Sevilla, se incluirían aquí también los programas de aceleración de startups como Andalucía Open Future-El Cubo o el programa Minerva, así como la red de CADEs de la Junta de Andalucía.

No obstante, los expertos no tienen del todo claro que los programas gubernamentales de ayuda a la creación y/o expansión de las empresas se ajusten a las necesidades de todo tipo de proyectos, ni tampoco su efectividad en general (como un 2,9 en ambos aspectos).

Se puede considerar que aprueba (3,0) la información que se puede obtener a través de un solo organismo

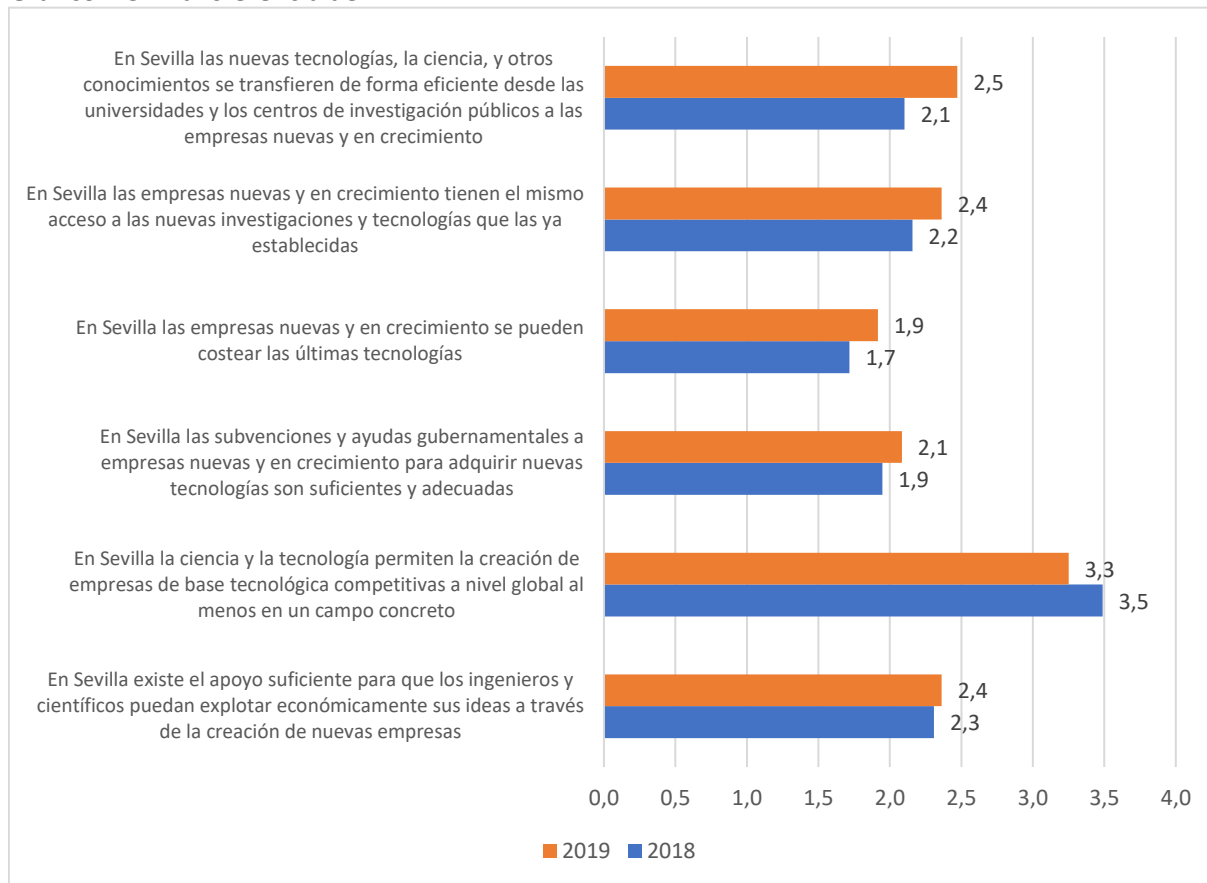
público (Ventanilla única) sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas.

En este caso, las diferencias entre 2019 y 2018 no son relevantes. Quizás señalar lo que parece una valoración menos positiva (en 0,3) de la adecuación del número de programas de apoyo a la creación y crecimiento de las nuevas empresas.

4.5. Educación y formación emprendedora

Los expertos tienen una visión más bien negativa en 2019 de la educación y formación que se proporciona desde las instituciones educativas para la creación de empresas y el desarrollo de las ya establecidas (**Gráfico 4.4**).

Consiguen un nivel aceptable la formación en administración, dirección o gestión de empresas (3,1), y los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua (3,0), pero la preparación en materia de emprendimiento o crecimiento

Gráfico 4.5: Transferencia de I+D

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

empresarial no se considera suficiente en ningún nivel de enseñanza. Las universidades y centros de enseñanza superior están más cerca de alcanzar el aprobado (2,7), pero seguramente por el hecho de que hay carreras específicas (GADE, etc.) que compensan su ausencia total en otras titulaciones. Sin embargo, la situación en la enseñanza primaria y secundaria es más preocupante en cualquiera de los aspectos preguntados: fomento del espíritu emprendedor y de la creación de empresas (2,0), enseñanza de los principios de la economía de mercado (2,1), o el estímulo de la creatividad, la autosuficiencia o la iniciativa personal (2,2).

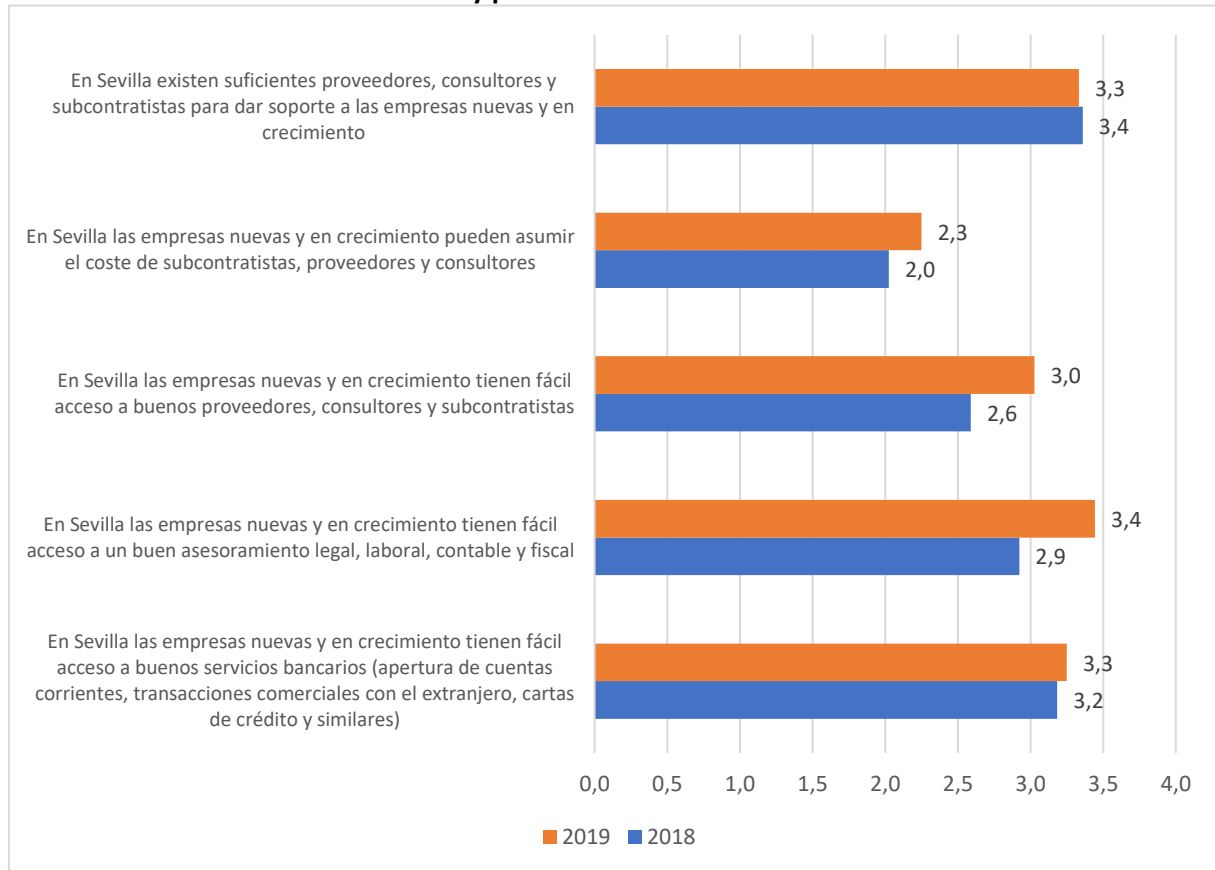
En 2019 se aprecia una mejora generalizada con respecto a 2018 en todos los ítems, aunque las diferencias son mínimas. Sólo la preparación en temas empresariales de las universidades y centros de enseñanza superior y el fomento del espíritu emprendedor en la enseñanza primaria y secundaria aumentan algo más (en 0,3), pero sin alcanzar el punto neutro de 3.

4.6. Transferencia de I+D

Los resultados de la consulta a los expertos sobre las condiciones del entorno relativas a la transferencia de I+D (Investigación y Desarrollo) se recogen en el **Gráfico 4.5**, quienes se inclinan por pensar que en 2019 el estado actual de la ciencia y la tecnología dentro de la provincia de Sevilla permite la creación de empresas de base tecnológica que podrían competir con éxito de forma global en campos concretos (3,3). Sin embargo, el resto de los elementos alrededor de la transferencia de I+D no acompañan.

Según los expertos, el mayor obstáculo proviene de que las empresas nuevas y en crecimiento no podrían hacer frente al coste de las nuevas tecnologías (1,9), faltando subvenciones y ayudas públicas para su adquisición (2,1).

A lo anterior se añade la desventaja que tienen con respecto a las empresas ya establecidas para acceder a nuevas investigaciones y tecnologías (2,4), y

Gráfico 4.6: Infraestructura comercial y profesional

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

tampoco existe un apoyo claro a los ingenieros y científicos para que exploten económicamente sus invenciones mediante la creación de empresas (2,4).

Finalmente, señalan las dificultades de las universidades y los centros de investigación públicos para transferir eficientemente tecnología o nuevo conocimiento a las empresas jóvenes o con potencial de crecimiento (2,5).

Es precisamente en el último aspecto mencionado en donde los expertos ven que se ha avanzado en eficiencia de 2019 a 2018 (aumento de 0,4). Los demás aspectos no presentan diferencias destacables entre los dos años.

4.7. Infraestructura comercial y profesional

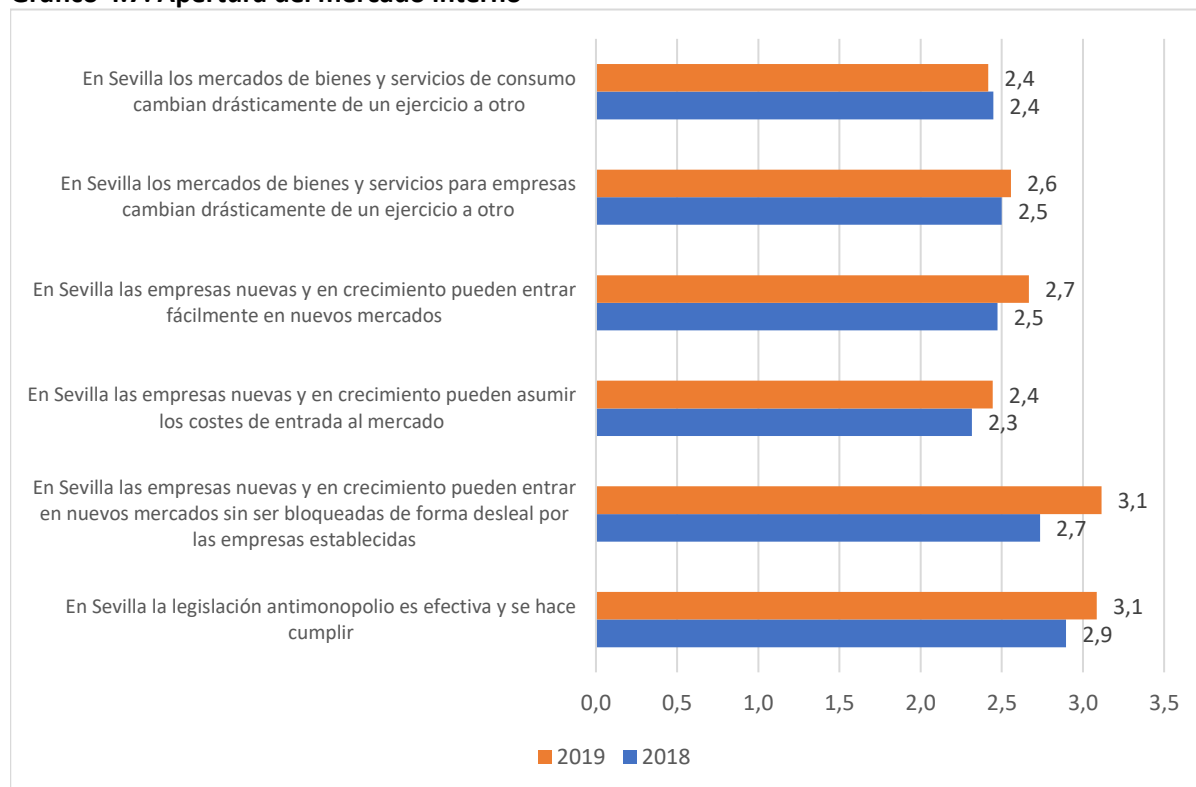
Como se desprende del **Gráfico 4.6**, los expertos en 2019 afirman que si bien las nuevas empresas y en crecimiento tienen un número suficiente de

proveedores, consultores y subcontratistas con los que contratar (3,3), pudiendo acceder sin mucha dificultad a los que trabajan con calidad (3,0), su coste no es muy asumible para las mismas (2,3).

Además, el acceso fácil tanto a buenos servicios de asesoría (legal, laboral, contable y fiscal) (3,4) como a buenos servicios bancarios (3,3), no parece ser un problema para las empresas nuevas o en crecimiento.

Por tanto, la infraestructura comercial y profesional es satisfactoria, excepto por el coste relativamente alto de los proveedores, consultores y subcontratistas.

Se podría afirmar que en esta condición del entorno la situación es más favorable en general en 2019 que en 2018, sobre todo en la facilidad para el acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal (sube en 0,5), y a buenos proveedores, consultores y subcontratistas (con 0,4 más).

Gráfico 4.7: Apertura del mercado interno

Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

4.8. Apertura del mercado interno

En este epígrafe se pregunta a los expertos sobre las características de los mercados y las condiciones de entrada en los mismos para las empresas de la provincia de Sevilla.

Como puede apreciarse en el **Gráfico 4.7**, el grado de dinamismo en 2019 es más bien bajo (pocos cambios drásticos) en los mercados de bienes y servicios, tanto de consumo (2,4) como para empresas (2,6).

Por otro lado, según los expertos, las empresas nuevas y en crecimiento ni pueden asumir los costes de entrada a los nuevos mercados (2,4), ni pueden entrar fácilmente a los mismos (2,7).

Los expertos también creen que los bloqueos desleales de las empresas ya establecidas a los nuevos entrantes en los mercados no parecen producirse (3,1), y la legislación antimonopolio parece cumplirse y ser efectiva (3,1).

Entre 2019 y 2018 apenas se producen cambios a señalar, con la excepción de que las empresas establecidas ya no parecen bloquear tanto a las nuevas empresas y en crecimiento cuando quieren entrar en nuevos mercados (pasa de 2,7 a 3,1, un 0,4 más).

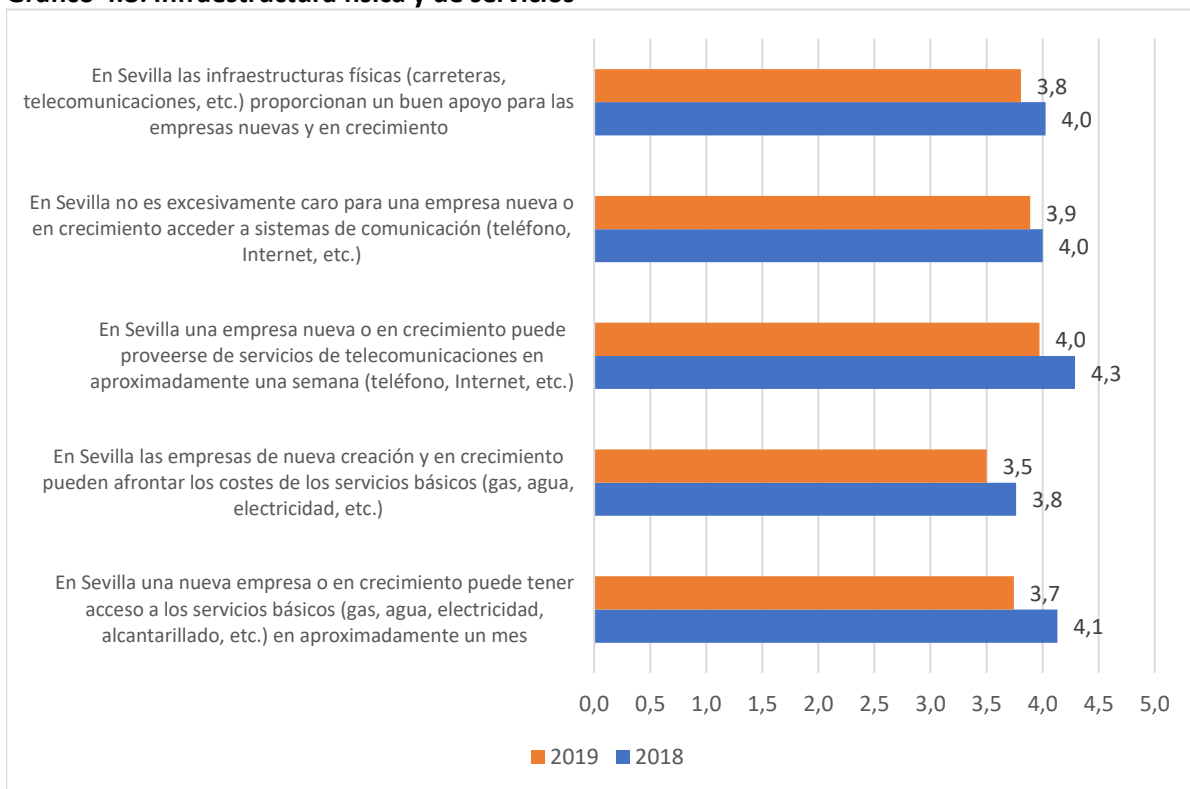
4.9. Infraestructura física y de servicios

La infraestructura física y de servicios de la que disponen las empresas nuevas y en crecimiento en 2019 sería en general adecuada para los expertos, como se refleja en el **Gráfico 4.8**, con una puntuación mínima de 3,5.

Se contaría con unas buenas infraestructuras físicas de carreteras, telecomunicaciones, etc. (3,8).

Los servicios de sistemas de comunicación (Internet, telefonía, etc.) se podrían contratar a un coste no muy alto (3,9) y en un plazo alrededor de una semana (4,0).

Gráfico 4.8: Infraestructura física y de servicios

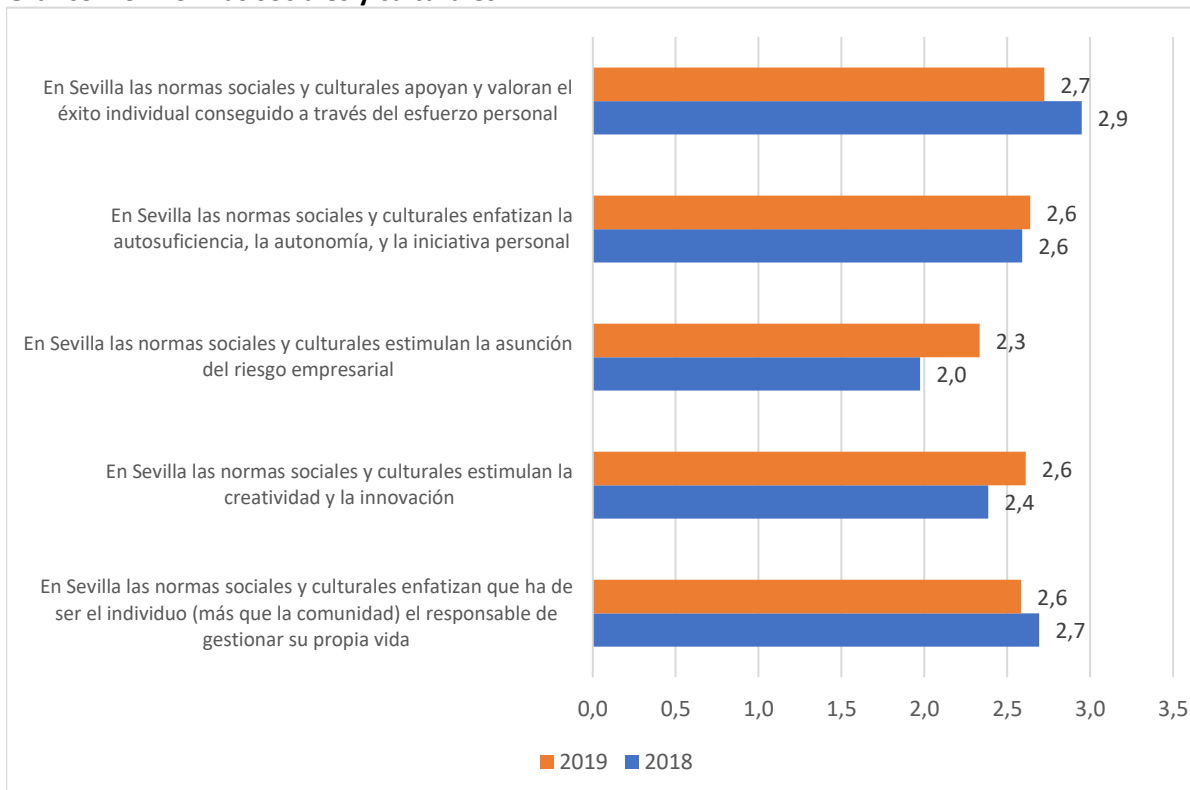


Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

Con respecto a los servicios básicos de agua, electricidad, gas, alcantarillado, etc., sus costes

serían asumibles (3,5), y su plazo de contratación estaría en torno a un mes (3,7).

Gráfico 4.9: Normas sociales y culturales



Fuente: Encuesta GEM a los expertos (NES) de Sevilla, 2019

La valoración de esta condición del entorno de los expertos en 2019 es más negativa que en 2018 en todos los ítems, siendo más evidente en el plazo de acceso a los servicios básicos (0,4 de diferencia), a su coste (0,3 de diferencia), y el plazo de provisión para los servicios de telecomunicaciones (0,3 de diferencia).

4.10. Normas sociales y culturales

Los expertos no tienen una opinión favorable sobre las normas sociales y culturales vinculadas a la actividad emprendedora que imperan en la provincia de Sevilla, como puede verse en el **Gráfico 4.9**.

Destaca lo poco que las normas sociales y culturales favorecen que se asuman riesgos empresariales (2,3). Este resultado es relevante si se tiene en cuenta que la asunción de riesgo es, junto con la innovación, la proactividad, la agresividad competitiva y la autonomía, una de las dimensiones de la orientación emprendedora de las empresas¹⁸.

Las normas sociales y culturales ni contribuyen a estimular la creatividad y la innovación (2,6), ni fomentan la iniciativa personal, la autonomía o la autosuficiencia (2,6), ni ayudan a que el individuo (en vez de la comunidad) se haga responsable de la gestión de su vida personal (2,6). En este contexto, tampoco se reconoce el éxito individual derivado del esfuerzo personal (2,7).

El panorama en 2019 no difiere mucho del que hay en 2018, con el conjunto de normas sociales y culturales por debajo de nuevo del valor neutro de 3. Únicamente en la asunción de riesgo empresarial se ha progresado un poco (mejora de 0,3).

4.11. Conclusiones

En primer lugar, se presentarán los puntos más fuertes o favorables, para a continuación, exponer los puntos débiles o negativos.

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:

- Las carreteras, telecomunicaciones, servicios de agua, electricidad, teléfono, Internet, etc., permiten el desarrollo normal de la actividad emprendedora, a lo que se une que los servicios básicos o de comunicación no son caros y se obtienen en un plazo más bien corto. No obstante, conviene advertir de que esta condición del entorno parece empeorar con respecto al año anterior (“infraestructura física y de servicios”).
- Los parques científicos, incubadoras, aceleradoras, etc. aportan un apoyo efectivo a la creación de empresas y su desarrollo, y el número de programas específicos de apoyo al emprendimiento y el crecimiento empresarial se considera adecuado, contando además con unos profesionales competentes (dentro de “programas gubernamentales”).
- Existe una oferta suficiente de proveedores, consultores y subcontratistas, y se dispone de buenos servicios de asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal, así como buenos servicios bancarios (dentro de “infraestructura comercial y profesional”).
- La financiación inicial a través de los inversores informales y particulares parece estar mínimamente asegurada (dentro de “apoyo financiero”).
- El estado actual de la ciencia y la tecnología permitiría la creación de empresas de base

¹⁸ Lumpkin, G.T. y Dess, G.G. (1996): “Clarifying the entrepreneurial orientation construct and liking it to

performance”. *Academy of Management Review*, 21(1), pp. 71-91.

tecnológica competitivas globalmente (dentro de “transferencia de I+D”).

- La formación en el ámbito de la administración, dirección y gestión de empresas es adecuada (dentro de “educación y formación emprendedora”).
- Se cuenta con unos mercados relativamente estables, las empresas establecidas no bloquean la entrada en nuevos mercados a las empresas jóvenes o en crecimiento, y la ley antimonopolio parece funcionar bien (dentro de “apertura del mercado interno”).

Los aspectos que pueden ser mejorados son los siguientes:

- La financiación, excepto en etapas iniciales, al igual que en el año previo, es escasa, es decir, en general existen pocos recursos financieros que se destinen a la actividad emprendedora. La financiación de inversores informales o de las 3Fs, necesaria para comenzar un nuevo negocio, no supone un obstáculo. Sin embargo, a partir de ese punto, la disponibilidad de fuentes financieras para financiarse en etapas posteriores de desarrollo de la empresa ya no es suficiente. Es más, la situación empeora cuando crecen las necesidades de financiación: crowdfunding, business angels, capital riesgo, y con la valoración más negativa, la salida a bolsa. Esta situación podría estar relacionada con la poca confianza en las nuevas iniciativas o en las empresas de la provincia de Sevilla por parte de los inversores en particular, pero también de la sociedad en general. Existen fuentes financieras que conllevan un desembolso muy asumible por los particulares, hablamos de crowdfunding o jornadas de microfinanciación colectiva, pero se echa en falta ese apoyo a lo local, al darle una oportunidad al emprendedor del barrio o del pueblo, lo cual está muy presente en otras regiones

españolas como Cataluña. Por ejemplo, el éxito de la cocina catalana se explica en parte por la mentalidad abierta a nuevas experiencias gastronómicas de la sociedad catalana, dispuesta a probar y pagar el alto precio de estos restaurantes que innovan y arriesgan¹⁹. Cuando la población no muestra interés por las propuestas de valor originales, el emprendedor o empresario puede llegar a la conclusión de que no merece la pena innovar porque el mercado no es receptivo a lo nuevo. En otras palabras, los consumidores o el tejido empresarial también pueden contribuir con sus decisiones de compra. Esta falta de apoyo se podría justificar también por una menor renta per cápita, pero llama la atención que cada vez proliferan más los salones de juegos y las casas de apuestas. ¿Y si este dinero se destinara al juego de “invertir en start ups”? Esto implica igualmente, como se ha sugerido, mirar con mejores ojos al empresario sevillano, consumir sus productos o visitar sus establecimientos, de esta forma se le está dando la oportunidad de superarse. Por otro lado, las grandes fortunas de la provincia de Sevilla, con notables excepciones, tampoco parecen estar apostando fuerte por los emprendedores de la zona, es decir, no están asumiendo el papel de business angels. Es curioso como inversores de fuera sí ven potencial en las start ups de nuestra tierra (dentro de “apoyo financiero”).

- Las políticas gubernamentales siguen sin favorecer en este año a las empresas de nueva creación en licitaciones y aprovisionamientos públicos. Tampoco está claro que sea una prioridad el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento, ni a nivel estatal ni a nivel autonómico, lo que se refleja en la carga que suponen los impuestos y tasas vigentes (aunque menor que el año pasado), en la falta de predictibilidad y coherencia en su aplicación, así como en la dificultad y la

¹⁹ Bernardo, M., Escalante, R. y Arbussà, A. (2018): “Analysis of the Catalan Haute Cuisine Success: The Role of Education

and Network Creation”. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 3(1), pp. 84-111.

duración de los plazos de los trámites burocráticos y legales. Por tanto, sería necesario establecer condiciones específicas en las licitaciones o contratos públicos para que las nuevas empresas tuvieran ciertas ventajas, reducir la presión fiscal a las empresas y simplificar todo tipo de trámites administrativos (dentro de “políticas gubernamentales”).

- La enseñanza primaria y secundaria continúan sin prestar suficiente atención a la educación emprendedora en este año, lo que se observa en que no se estimula la creatividad, ni se favorece la iniciativa, y mucho menos se fomenta el espíritu emprendedor. Las competencias emprendedoras no son una prioridad del sistema educativo. Asignaturas de creación de empresas deberían incluirse en todos los niveles educativos, con una metodología más experiencial. No obstante, gran parte del profesorado carece de formación teórica y práctica en esta materia (dentro de “educación y formación emprendedora”).
- A pesar de que existe potencial para crear empresas de base tecnológica para competir a nivel global, los sistemas de transferencia de la I+D no parecen funcionar de forma eficiente, aunque se mejora con respecto al informe anterior. Las universidades y centros de investigación públicos tendrían que ayudar más a los ingenieros y científicos a fundar nuevas empresas que lleven al mercado las innovaciones que generan, y puedan así generar riqueza. Sin duda, un cambio en la política de promoción del personal docente e investigador (PDI) en las Universidades, en donde la transferencia de conocimiento a través de licenciar patentes o utilizar la fórmula de la spin-off fuera tan importante como la publicación en revistas académicas de alto factor de impacto, contribuiría a aprovechar ese potencial. Con el nuevo sexenio de transferencia parece que comienzan a darse los primeros pasos en esa dirección. También habría que mejorar las subvenciones y ayudas públicas dirigidas a las empresas nuevas y en crecimiento para que puedan acceder a las nuevas tecnologías en igualdad de condiciones que las empresas establecidas, dado su elevado coste (dentro de “transferencia de I+D”).
- Asumir el coste de los proveedores, consultores y subcontratistas supone un inconveniente para las empresas nuevas y en crecimiento, debiéndose aún trabajar en hacer más fácil el acceso a los que trabajan con un mínimo de calidad, a pesar de la mejora en el último año en este aspecto. Uno de los problemas que subyace es que, aunque hay un número suficiente de proveedores, consultores y subcontratistas, los que realmente son buenos parecen ser relativamente pocos, por lo que pueden exigir un mayor precio. La inversión en formación podría ser la solución, a lo que podrían contribuir las políticas y los programas gubernamentales, orientando las ayudas a resolver este tipo de carencias formativas (dentro de “infraestructura comercial y profesional”).
- Los costes de entrada en nuevos mercados resultan altos para las empresas nuevas y en crecimiento, y tienen dificultades para entrar en los mismos, al igual que en el informe previo. En este punto, haría falta un mayor apoyo institucional con programas que asesoren en la internacionalización de la empresa, pero también en el crecimiento en mercados más cercanos (dentro de “apertura del mercado interno”).
- La ausencia de una cultura de asunción de riesgos empresariales, aunque mejora ligeramente en este informe, es de nuevo uno de los grandes puntos débiles del entorno para emprender en la provincia de Sevilla. Las normas sociales y culturales no favorecen la creatividad, ni la innovación, ni la iniciativa personal, ni la autonomía, ni la autosuficiencia.

Tampoco se reconoce ni valora el éxito individual derivado del esfuerzo personal, delegando el individuo en la comunidad parcialmente la gestión de su propia vida. Esta inacción se podría explicar por creer que “no se puede” alcanzar una posición más ventajosa, es decir, por complejos o por falta de confianza en las propias posibilidades. En este escenario, ni siquiera se intenta mejorar, y menos aún innovar. Es más, la sociedad incluso “no ve con buenos ojos”, al menos al principio, a quienes aspiran a más o tienen altas miras, sobre todo en el entorno rural. Curiosamente, el miedo a ser criticado por “salirse del plato” ya comienza en la escuela con el acoso escolar. Cuando se llega a la edad adulta son muy pocos los que se atreven a ir más allá de lo que se espera de ellos o de la “etiqueta” que les han puesto, lo cual es más grave aún en los pueblos, en los que es más habitual “encasillar” y “controlar” a la gente. El dicho “nadie es profeta en su tierra” no es casual. Ante este panorama, la persona que quiere diferenciarse de la masa en lo que hace, podría optar por irse a otro sitio en donde sí se la valore, o por “tirar la toalla”, acomodarse y no salir de su “zona de confort”, sin complicarse la vida para mejorar, y conformándose con lo que posee. Este cambio cultural podría comenzar con algo tan simple como el respeto al diferente, con aplaudir lo original, y con un fuerte rechazo social a los que tratan de “aniquilar”, con su visión limitada del mundo, a los que tienen algo distinto que ofrecer, no permitiendo que se les “corten las alas” a personas con talento y un gran potencial. Esta tarea corresponde en gran parte a la educación primaria y secundaria, pero también al ámbito familiar (dentro de “normas sociales y culturales”).

Capítulo 5

Análisis territorial del emprendimiento en Sevilla

5.1. La segmentación territorial de la provincia de Sevilla

Al igual que se hizo en el anterior Informe GEM Provincia de Sevilla 2018-2019²⁰, resulta de gran interés conocer las diferencias existentes dentro de la provincia en cuanto a las percepciones y a la actividad emprendedoras. Para un emprendedor, no es lo mismo plantearse la puesta en marcha de su proyecto en Sevilla ciudad, que hacerlo en alguna localidad del Aljarafe cercana a la capital, o hacerlo en algún pequeño pueblo de las sierras Sur o Norte.

Sin embargo, para llevar a cabo esta desagregación es necesario obtener y analizar una muestra lo suficientemente grande como para que los resultados sean representativos. De esta forma, se ha decidido mantener la división realizada en el Informe anterior. En efecto, 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. Así, el área metropolitana la consideramos compuesta por 22 municipios cercanos a la capital. 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 relativamente equitativo.

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 hablaremos de Sevilla para referirnos a la capital provincial.

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 8,2%. Teniendo en cuenta las circunstancias de este estudio, se trata de una fiabilidad aceptable, si bien obliga a ser precavidos en nuestras afirmaciones.

5.2. Análisis territorial de la actividad emprendedora en Sevilla

Como se puso de manifiesto en el primer Informe GEM Provincia de Sevilla 2018-2019, existen 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.

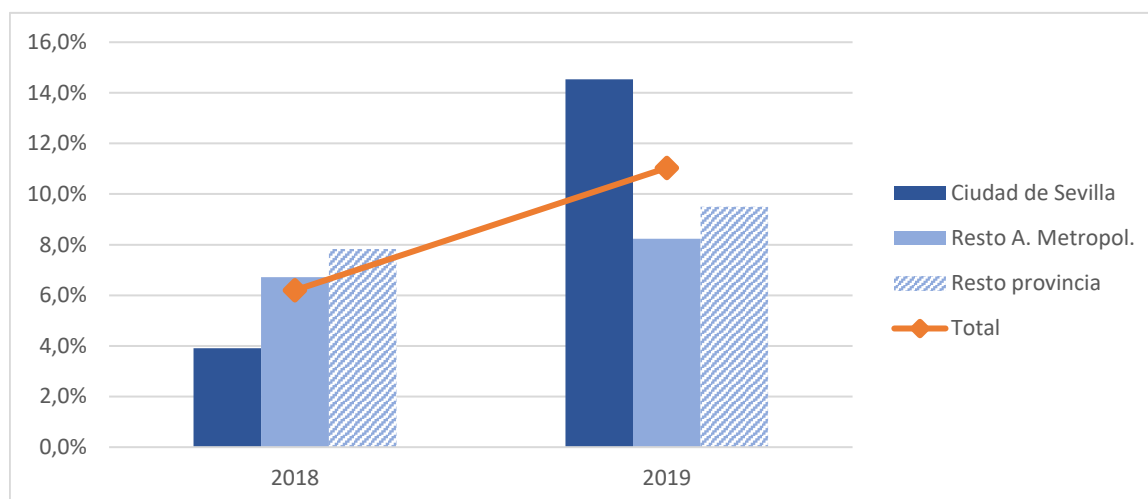
Comenzamos este análisis centrándonos en el estudio del emprendimiento potencial (**Gráfico 5.1**). Se puede observar que existe una considerable disparidad intra-provincial. En la ciudad de Sevilla, el 14,5% de la población adulta está considerando la posibilidad de crear una empresa en los próximos tres años. En cambio, los niveles son menos destacados, aunque también altos, tanto en el resto de la zona

Tabla 5.1: Distribución de la muestra

Zona geográfica	Distribución	
	Habitantes (%)	Muestra
Zona 1. Sevilla ciudad	688.711 (35,5%)	202 (40,4%)
Zona 2. Resto zona metropolitana	532.621 (27,5%)	154 (30,9%)
Zona 3. Resto de la provincia	718.555 (37,0%)	143 (28,7%)
Total	1.939.887 (100%)	500 (100%)

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

²⁰ <http://institucional.us.es/gemsevilla/informes-anales/>

Gráfico 5.1: Tasa de emprendedores potenciales según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

metropolitana (el 8,2%), como en el resto de la provincia (9,5%).

Estos resultados suponen un marcado contraste con los obtenidos el pasado año. En general, se observa un aumento del nivel de emprendedores potenciales en toda Sevilla. Esto está en línea con los resultados obtenidos para España y Andalucía, lo que parece indicar un cambio generalizado en todo el país. Sin embargo, en nuestra provincia ese aumento se concentra especialmente en la ciudad de Sevilla, que ha pasado en un solo año de tener un nivel muy inferior a la media provincial (3,9% en 2018) a tenerlo muy superior (14,5% en 2019). Es de destacar que, a pesar de que las muestras son pequeñas y los márgenes de error elevados, esta diferencia es estadísticamente significativa.

Cabe pensar que las iniciativas puestas en marcha en los últimos años en la ciudad (tales como Sevilla Capital Inteligente, Sevilla UP, Start-up Weekends, etc.) han reforzado ese cambio de tendencia y contribuido activamente a esa sustancial elevación del potencial emprendedor en Sevilla. Como se verá más adelante, se ha producido en toda la provincia (pero especialmente en Sevilla ciudad) un cambio favorable en la percepción de la cultura emprendedora.

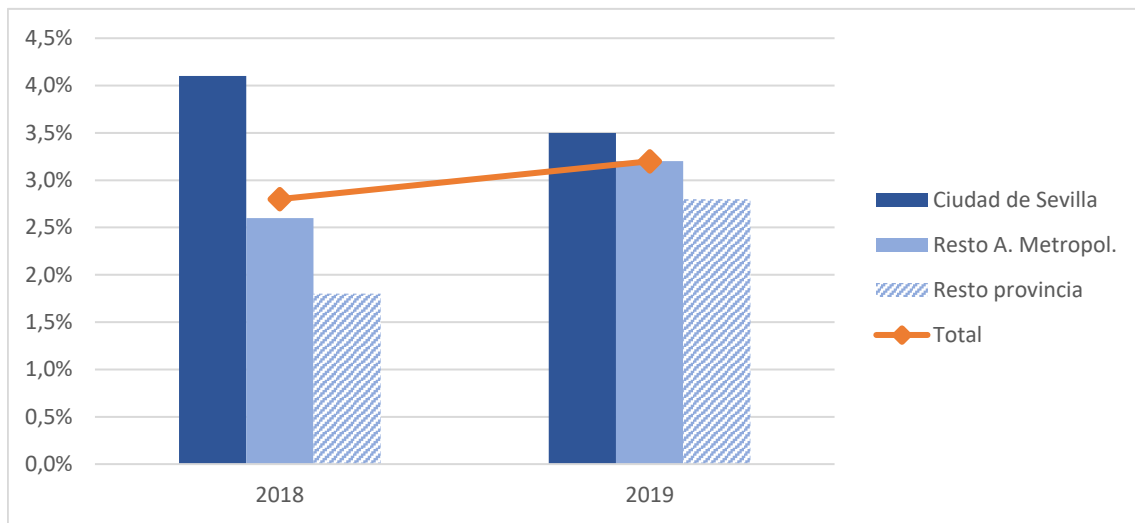
No obstante, sería conveniente conocer la motivación que tienen estos individuos para plantearse la creación de una empresa. No es lo mismo hacerlo

para marcar una diferencia en el mundo, que por ganarse la vida ya que el trabajo escasea. En esta ocasión, sin embargo, el tamaño muestral no nos permite investigar este factor de forma significativa.

En el informe anterior mencionábamos la mayor disponibilidad de alternativas laborales en la ciudad de Sevilla para explicar que menos personas se planteen crear su propia empresa. En cambio, durante el final de 2018 y en 2019 las perspectivas económicas comenzaron a ser menos halagüeñas. Esto se traduce en peores perspectivas para encontrar un empleo asalariado. Y puede que también haya contribuido al aumento de la intención de emprender.

Una situación algo distinta se observa cuando nos fijamos en las personas que están actualmente creando una empresa (emprendedores nacientes), según muestra el **Gráfico 5.2**. La tasa que se registra en la ciudad de Sevilla es del 3,5%, claramente superior a las medias de Andalucía (1,5%) y de España (2,4%). En el resto del área metropolitana, el emprendimiento naciente es del 3,2% (justo en la media provincial), mientras que desciende levemente hasta el 2,8% en el resto de la provincia.

En conjunto, respecto al año anterior, se observa un pequeño descenso en la tasa de nacientes en Sevilla ciudad (aunque sigue siendo mayor que la media provincial), mientras que aumenta de forma apreciable en las otras dos áreas de la provincia

Gráfico 5.2: Tasa de emprendedores nacientes según zonas de la provincia

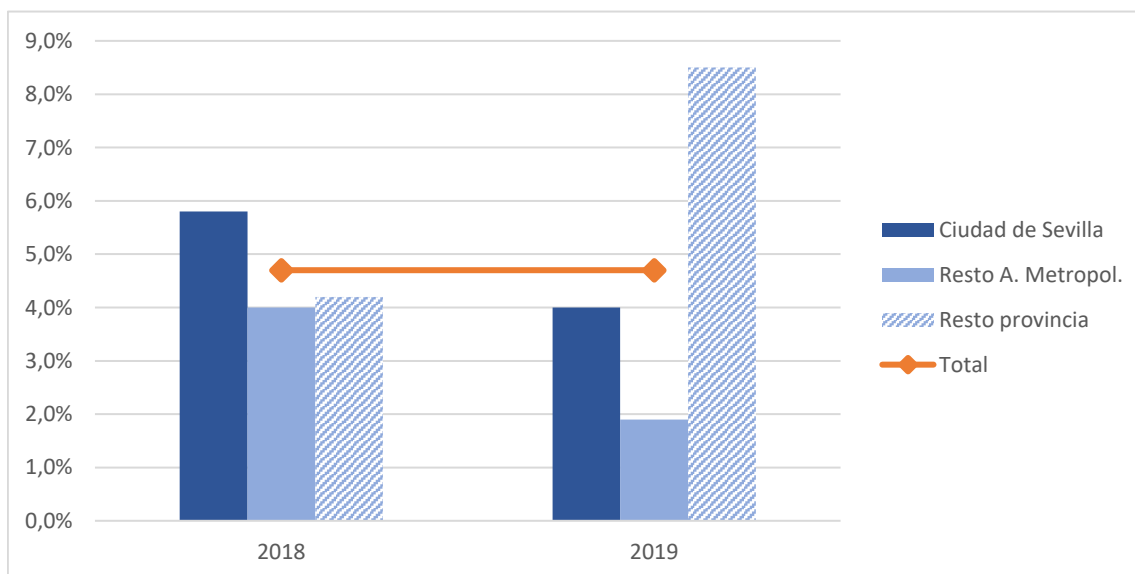
Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

(sobre todo en la zona más alejada). Es de destacar que la tasa de nacientes en las tres zonas de la provincia de Sevilla es superior a las medias andaluza y española.

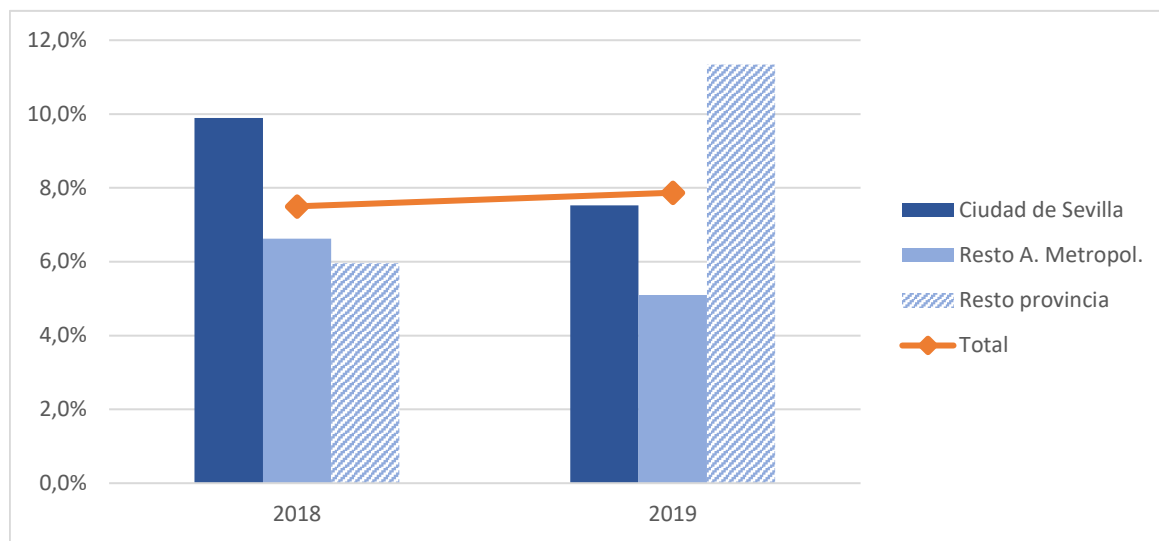
En todo caso, se confirma la tendencia a que la actividad emprendedora naciente disminuya a medida que los municipios tienen un carácter más rural (**Gráfico 5.2**). Esto sería reflejo de la existencia de un entorno más fértil en la ciudad de Sevilla, con mayores instalaciones y servicios de apoyo (incubadoras, 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, el sustancial aumento en emprendedores potenciales (se plantean crear una empresa próximamente) en la ciudad no se ha

Gráfico 5.3: Tasa de emprendedores nuevos según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

Gráfico 5.4: Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

trasladado todavía a los emprendedores nacientes. No obstante, cabe esperar que -si se sigue reforzando el apoyo al emprendimiento- en los próximos años aumente la tasa de nuevos emprendedores. Todo esto, claro está, una vez se supere la crisis causada por el covid-19.

En lo que se refiere a emprendedores nuevos (**Gráfico 5.3**), el mantenimiento de la media provincial respecto al año anterior esconde importantes diferencias en cada una de las zonas. Tanto en la ciudad de Sevilla, como en el área metropolitana se ha producido un descenso notable del número de emprendedores nuevos, pasando del 5,8% al 4,0% y del 4,0% al 1,9%, respectivamente. Esto puede deberse a que una parte de los que eran nuevos el año anterior se han consolidado, mientras que otros han podido abandonar. Por el contrario, son pocos los nacientes del año anterior que se mantienen operativos en 2019. Esto podría suponer que existe algún problema que afecta a las posibilidades de supervivencia de los nuevos proyectos empresariales en Sevilla y su área metropolitana.

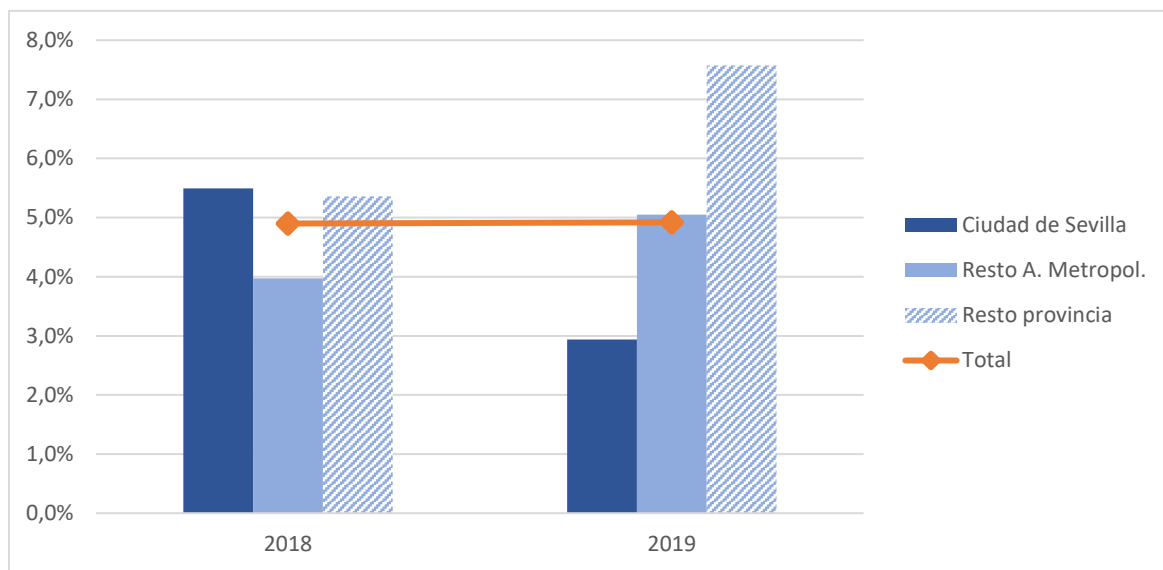
En cambio, en la zona más rural y alejada de la capital, la tasa de emprendedores nuevos se ha duplicado respecto al año anterior, pasando del 4,2% al 8,5%. En este caso, es importante tener en cuenta la existencia de un considerable margen de error por el reducido tamaño muestral. A pesar de ello, no obstante, cabe asegurar que se ha producido un aumento en el

porcentaje de la población que tiene empresas nuevas en esta zona.

La tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA, por sus siglas en inglés), incluye tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos. En el conjunto de la provincia, como se indicó en el capítulo 1, se observa un pequeño incremento respecto al año anterior. Sin embargo, de nuevo, se aprecian notables diferencias en la evolución según las zonas geográficas. Por una parte, tanto en la ciudad de Sevilla como en su área metropolitana, los niveles son inferiores al año anterior (baja de 9,9% a 7,5% y de 6,6% a 5,1%. Respectivamente). No obstante, cabe recordar que en el caso de Sevilla ciudad, este nivel es todavía superior a la media Andaluza (5,8%) y a la española (6,1%).

Por su parte, el resto de la provincia aumenta notablemente su tasa de actividad emprendedora respecto al año anterior, pasando del 6,0% al 11,3%. Esto se debe tanto a una mayor proporción de nacientes como de nuevos emprendedores. Entre las posibles explicaciones, como se comenta más abajo respecto a los empresarios consolidados, se puede mencionar el posible traslado de empresas nuevas desde la ciudad y su zona metropolitana.

En todo caso, se ha producido un vuelco respecto al año anterior en los niveles relativos de cada zona. Si en 2018 Sevilla ciudad destacaba por encima del resto,

Gráfico 5.5: Tasa de empresarios consolidados según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

en 2019 se sitúa cercana a la media provincial, mientras que la zona más alejada ha pasado a liderar la actividad emprendedora.

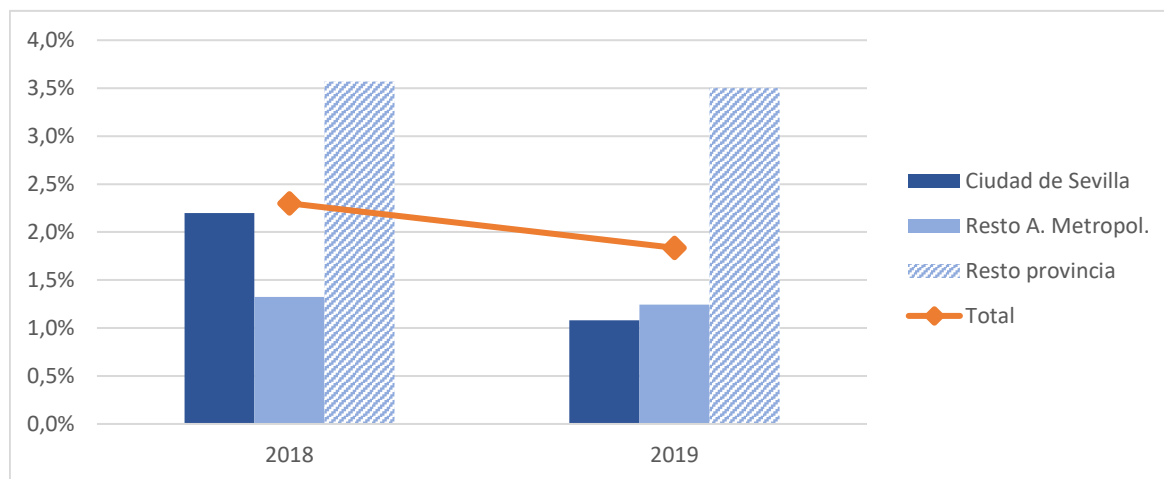
La siguiente etapa viene dada por aquellas personas que tienen una empresa consolidada (**Gráfico 5.5**); es decir, con más de 3 años y medio de existencia. Una tasa elevada de empresarios consolidados puede ser el resultado de una economía que lleva varios años siendo muy dinámica. Pero también puede reflejar una economía de microempresas, con un número relativamente alto de trabajadores independientes y pequeños empresarios con pocos asalariados a su cargo.

En el caso de la provincia de Sevilla, la tasa de empresarios consolidados también ha sufrido variaciones notables en las distintas zonas en las que la hemos dividido para este estudio, a pesar de que el nivel medio se ha mantenido constante respecto al año anterior (4,9%). En la zona rural, los empresarios consolidados se han incrementado desde un nivel que ya era relativamente alto (5,4%) hasta alcanzar el 7,6% de los adultos en 2019. En el área metropolitana también se produce un aumento, si bien no tan notable, pasando desde el 4,0% en 2018 al 5,0% en 2019.

Por el contrario, la tasa de empresarios consolidados en la ciudad de Sevilla se reduce casi a la mitad (del 5,5% al 2,9%). Este patrón es parecido a lo que ocurría con los emprendedores nuevos y, a falta de un estudio más detallado, nos hace plantearnos la posibilidad de que se estén comenzando a producir traslados de empresas (y empresarios) desde Sevilla hacia su zona metropolitana y, sobre todo, hacia el resto de la provincia. En este sentido, el desarrollo de parques empresariales y áreas comerciales e industriales está siendo intenso en la provincia en los últimos años²¹. Por ejemplo, la actividad en sus polígonos industriales en municipios como Bollullos de la Mitación, Brenes o Carmona, entre otros (que no están incluidos en la zona metropolitana tal y como la hemos definido) está creciendo de forma significativa recientemente.

Por último, vamos a finalizar el análisis de la dinámica emprendedora provincial con una 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 5.6**, en el caso de la ciudad de Sevilla, esta tasa es del 1,1%. Es decir, se sitúa por debajo tanto de la media andaluza (1,6%)

²¹ Cabe mencionar, por ejemplo, el programa de inversión en espacios empresariales de la Diputación de Sevilla.

Gráfico 5.6: Tasa de abandono empresarial según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

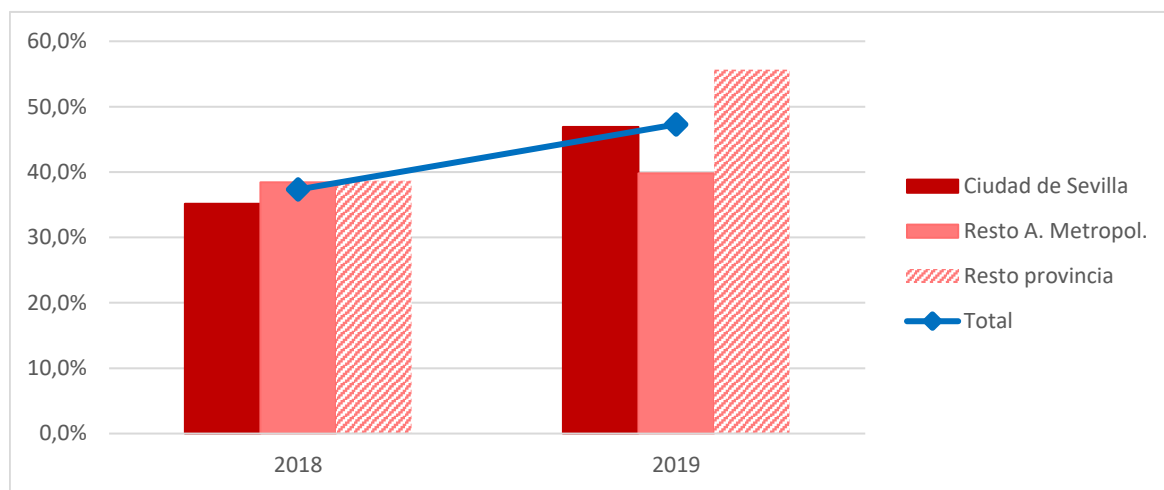
como de la media nacional (1,6%). En la zona metropolitana, el porcentaje de adultos que han cerrado o traspasado su negocio en el último año es muy similar, del 1,2%. Por último, en el resto de la provincia se eleva hasta el 3,5%. En las tres zonas se produce un descenso con respecto al año anterior, si bien es mucho más acusado en la ciudad de Sevilla.

Al hablar de abandonos, la división entre cierres y traspasos es importante. No obstante, el reducido número de casos en la muestra nos hacen ser prudentes en las afirmaciones. Con todo, las diferencias entre las tres zonas en los cierres definitivos son relativamente escasas (entre 0,6% y 1,4%). En cambio, en los traspasos observamos una notable diferencia. Mientras que en Sevilla ciudad ningún encuestado manifiesta haber traspasado su negocio, en la zona más alejada lo hace un 2,1% de la muestra.

En comparación con el año anterior, las tasas de abandono en la zona metropolitana y en el resto de la provincia son muy similares. Se produce un descenso muy leve, desde el 1,3% al 1,2% en aquella, y desde el 3,6% al 3,5% en ésta. Como indicábamos en el informe anterior, la mayor edad media de la población rural y la consiguiente jubilación de una parte de los empresarios en activo, puede ser la explicación para el mayor nivel de traspasos en la zona más alejada de la capital provincial. Por su parte, en la ciudad de Sevilla se reduce la tasa de abandono a la mitad (del 2,2% al 1,1%).

A modo de resumen, cabe afirmar que se han producido algunos cambios relevantes respecto al año anterior en la dinámica emprendedora y empresarial de las distintas zonas de la provincia de Sevilla. Así, destaca en primer lugar el enorme aumento de emprendedores potenciales en la ciudad de Sevilla como elemento positivo. En cambio, en sentido contrario, es preocupante el descenso del porcentaje de empresarios consolidados en la ciudad. Este fenómeno va acompañado de una elevación sustancial de la proporción de emprendedores nuevos y consolidados entre la población de las zonas rurales. Finalmente, en lo que se refiere a la zona metropolitana, el cambio más notable es el que se refiere al descenso en el porcentaje de emprendedores nuevos.

El panorama que se presenta es relativamente esperanzador para la ciudad de Sevilla, en la que existe un nivel comparativamente alto de emprendedores potenciales y nacientes, junto con un nivel de emprendedores nuevo aceptable (situado en torno a las medias andaluza y española). Esto indica una positiva dinámica emprendedora, en línea con el fortalecimiento del ecosistema emprendedor que sirve de sustento a la actividad emprendedora de la ciudad. Como nota negativa, en cambio, es necesario investigar los motivos que explican el descenso en la tasa de empresarios consolidados. Un patrón parecido se observa, a menor escala, en la zona metropolitana.

Gráfico 5.7: Adultos que conocen a un modelo de referencia según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

En el resto de la provincia, en cambio, todas las tasas superan las medias andaluza y española, por lo que hay que hablar de un área con un desarrollo emprendedor importante en el año 2019. El único factor que puede preocupar es la elevada tasa de abandonos, aunque más de la mitad de estos son traspasos. Sería importante identificar qué factores han impulsado este desarrollo en 2019 para seguir potenciándolos.

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 provincia 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. Es importante recalcar el cambio de metodología producido en la encuesta en relación con las preguntas de esta sección. Por ello, las comparaciones con el año anterior deben tomarse con cautela.

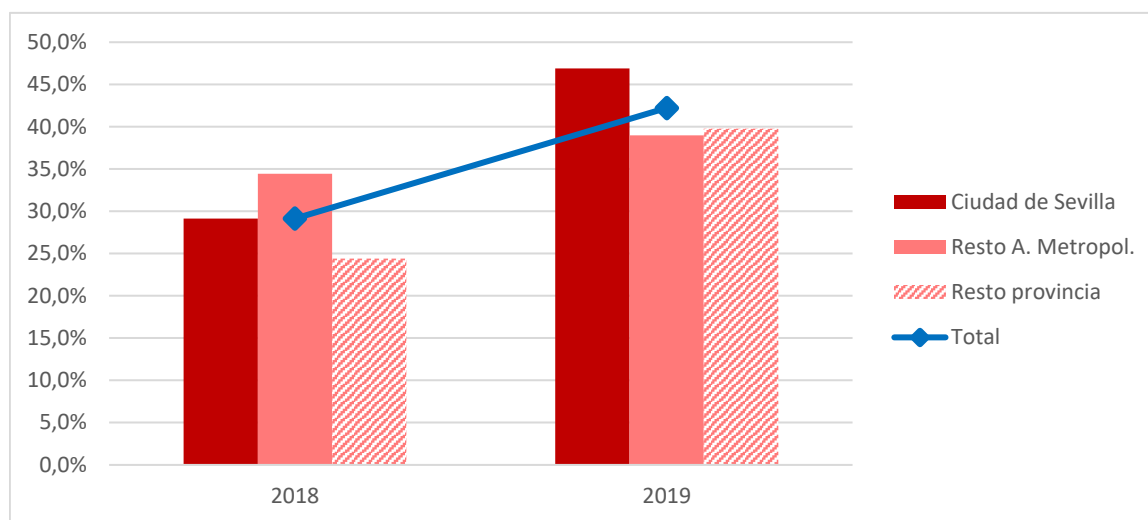
Vamos a considerar, en primer lugar, la existencia de modelos de conducta de emprendedores cercanos. Para ello, analizamos la proporción de la población que conoce personalmente a alguien que ha emprendido en los últimos 2 años. La existencia de estos modelos puede ser determinante para que la persona se decida a crear su propia empresa. El

Gráfico 5.7 muestra un crecimiento importante respecto a 2018, especialmente en el caso de la ciudad de Sevilla (pasa del 35,2% al 46,9%) y en la zona más alejada y rural (pasa del 38,7% al 55,7%). En la zona metropolitana, en cambio, permanece bastante estable (del 38,4% al 39,8%).

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 empresas, es más fácil que cada persona conozca a algún emprendedor. No obstante, también es relevante el grado de relación que la persona tenga con esos emprendedores. Si el contacto con ellos es más estrecho, es más probable que esté al tanto de la actividad a la que se dedican. En cambio, si apenas los conoce, puede no ser consciente de que esas personas han emprendido.

Por una parte, las elevadas tasas de emprendedores nacientes y nuevos en la ciudad de Sevilla en el año 2018 pueden explicar un mayor conocimiento de modelos de referencia en 2019. A eso habría que añadir el creciente interés por el emprendimiento (elevada tasa de emprendedores potenciales en 2019), que probablemente haga a los encuestados estar más atentos para identificar esos modelos de referencia.

En cambio, en las zonas rurales, no es tan fácil explicar ese aumento, más allá del cambio metodológico. Cabe aventurar, quizá, que esté

Gráfico 5.8: Adultos que ven oportunidades de crear en 6 meses según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

relacionado con el aumento de los emprendedores nuevos y empresarios consolidados. Si se han trasladado desde otras localidades (especialmente Sevilla ciudad), es posible que los habitantes de estos municipios (pequeños) estén más al tanto de su llegada, y por eso hayan manifestado conocer a alguien que ha emprendido.

El siguiente elemento que consideramos es la percepción de existencia de oportunidades para emprender (**Gráfico 5.8**). La mayor o menor presencia de oportunidades (según la percepción de los encuestados) puede influir bastante en la decisión de poner en marcha un proyecto de nueva empresa. A priori, debe haber una asociación entre la tasa de emprendedores potenciales y la existencia de oportunidades, pues es más probable que tenga intención de crear una empresa aquel que ha detectado la existencia de una oportunidad. Como muestra el **Gráfico 5.8**, esta relación se cumple (aproximadamente) en el caso de la provincia de Sevilla. En general, la proporción de quienes identifican oportunidades aumenta en las tres zonas (si bien puede deberse al cambio metodológico).

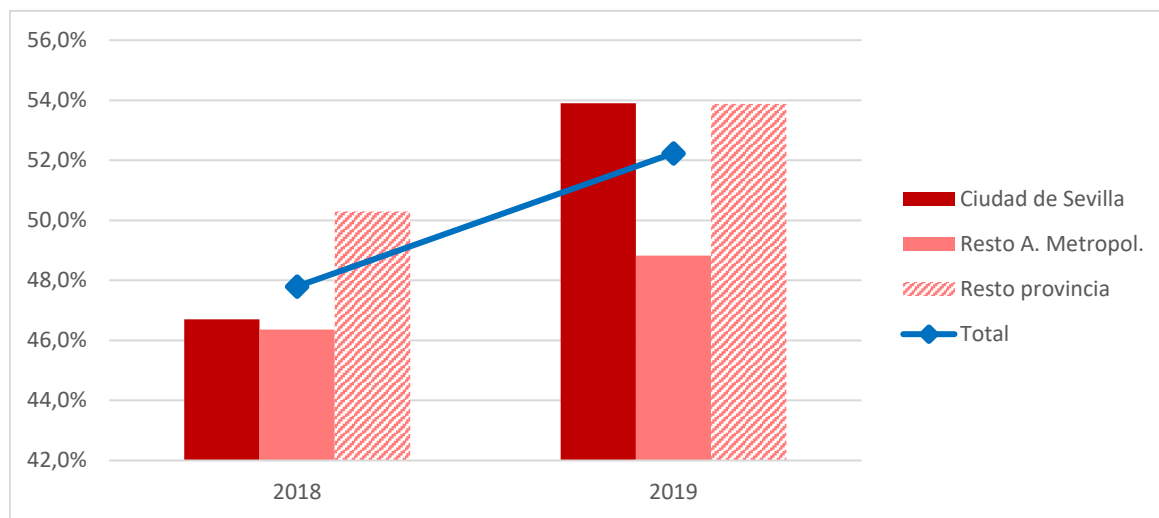
En la ciudad de Sevilla, el 46,9% de adultos consideran que existen buenas oportunidades para emprender en los siguientes 6 meses. Esta cifra es claramente superior a la media andaluza (36,2%) y a la nacional (36,0%). Por tanto, el entorno urbano de Sevilla

parece constituir un caldo de cultivo bastante favorable para el emprendimiento.

En el resto del área metropolitana y en el resto de la provincia, la percepción de oportunidades es muy similar (39,0% y 39,8%, respectivamente), claramente inferior a la ciudad de Sevilla, aunque todavía por encima de las medias andaluza y española. De esta forma, cabe afirmar que ambas zonas son percibidas por sus habitantes como entornos relativamente abundantes en oportunidades para emprender. Si a esto unimos la relativamente elevada tasa de emprendedores potenciales y nacientes (en comparación con Andalucía y España), cabe hablar de unas condiciones relativamente favorables para el desarrollo del potencial emprendedor de la población.

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, el **Gráfico 5.9** muestra el aumento producido respecto a 2018. Como hemos dicho antes, las comparaciones entre estos dos años hay que hacerlas con precaución debido al cambio metodológico producido. No obstante, cabe señalar que tanto en la ciudad de Sevilla como en la zona rural el nivel de conocimiento que expresan los

Gráfico 5.9: Adultos que tienen conocimientos para emprender según zonas de la provincia

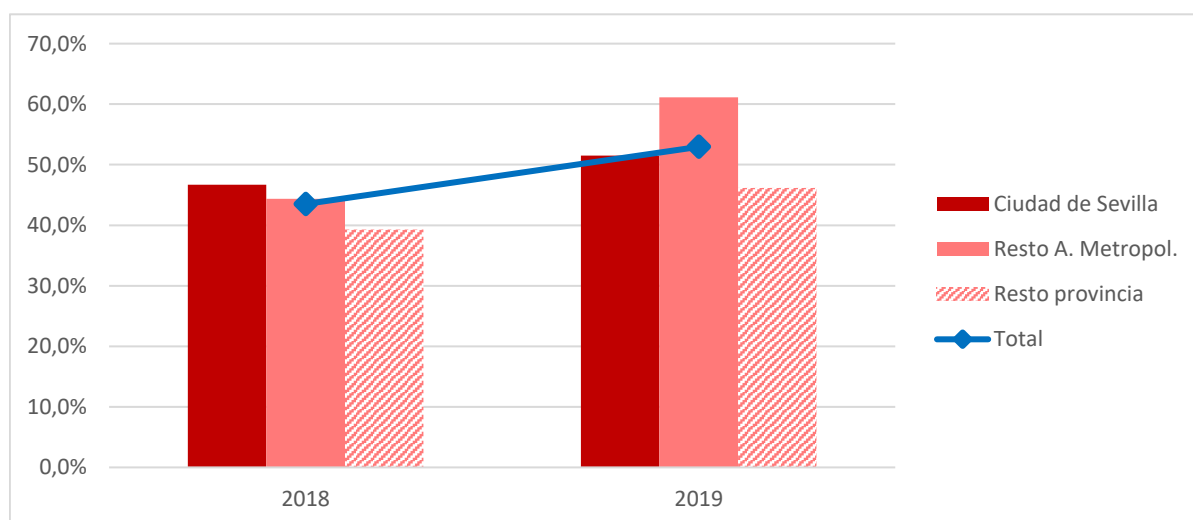
Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

encuestados es similar (53,9%), claramente por encima de la zona metropolitana (48,8%), y también superior a las medias andaluza (50,3%) y española (50,8%).

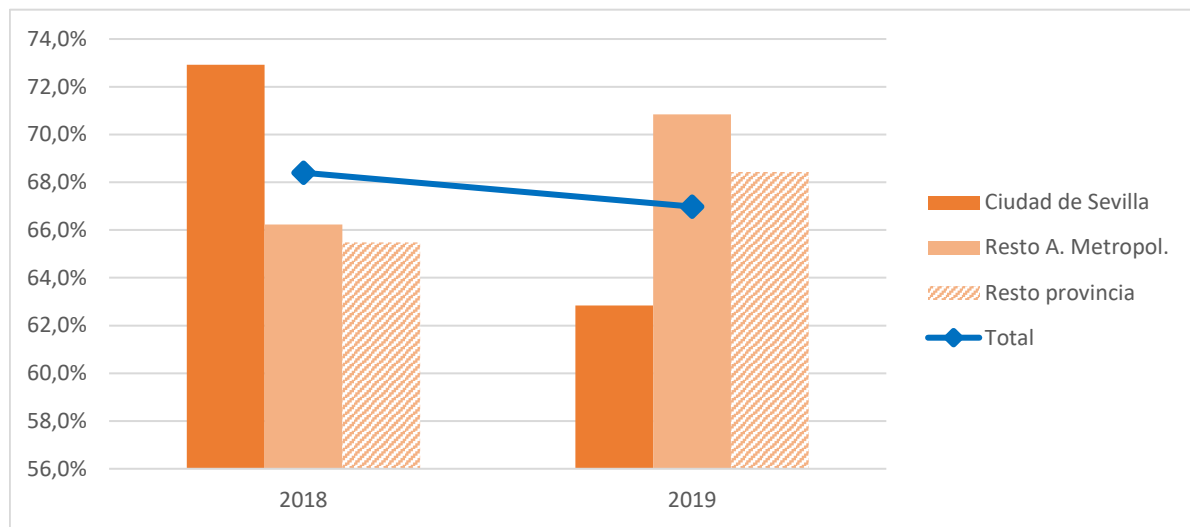
Si bien no es posible analizar en detalle el efecto conjunto que produce detectar buenas oportunidades y tener los conocimientos para emprender, debido al limitado tamaño muestral, a nivel agregado sí se puede afirmar que es importante. De hecho, el patrón que se observa para la existencia de oportunidades (la zona metropolitana por debajo de Sevilla y del resto de la provincia), se repite en el caso de los conocimientos para emprender, y

también en la tasa de emprendedores potenciales (**Gráfico 5.1**). Por tanto, es probable que los mayores niveles de estas variables en la ciudad de Sevilla estén contribuyendo a su elevada tasa de emprendedores potenciales.

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, el **Gráfico 5.10** resume los principales resultados obtenidos. Como se puede observar, un 52,9% de sus habitantes afirman que el miedo al fracaso les frenaría a la hora de crear una

Gráfico 5.10: Miedo al fracaso como freno al emprendimiento según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

Gráfico 5.11: Importancia social de la equidad en niveles de vida según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

empresa. Estas cifras son incluso mejores que las correspondientes a Andalucía (55,4%) y a España (55,1%). En su conjunto, por tanto, el miedo al fracaso en la creación de empresas no parece suponer un factor diferencial que frene la actividad emprendedora de la población sevillana frente a la del resto de la Comunidad Autónoma o de España.

Sin embargo, de nuevo existen diferencias importantes entre las distintas zonas de la provincia. Así, como se observa en el **Gráfico 5.10**, ese miedo está más presente entre la población del área metropolitana (61,1%). Esa proporción es claramente superior a la media provincial. En cambio, en la ciudad de Sevilla (51,5%) y sobre todo en el resto de la provincia (46,2%), esta proporción es más reducida.

Por tanto, cabe afirmar que en esas zonas rurales 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 esa área.

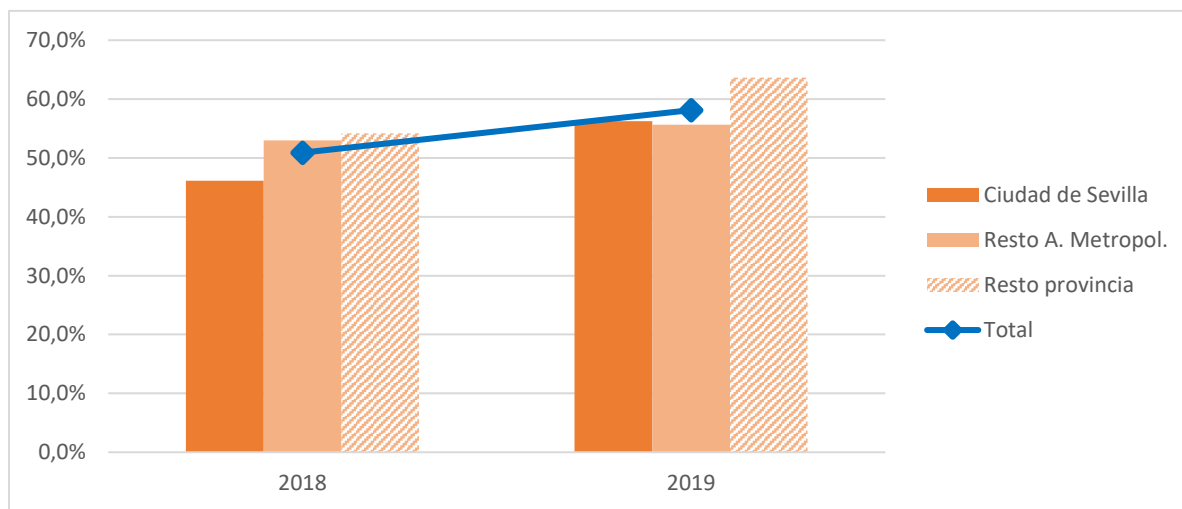
En definitiva, los resultados sobre percepciones emprendedoras para el año 2019 muestran un panorama relativamente favorable en las zonas rurales (resto de la provincia), con mayor conocimiento de modelos de referencia, elevados niveles de detección de oportunidades y conocimientos, y menor miedo al fracaso). Sin embargo, esto también puede ser reflejo de una concepción del emprendimiento a menor escala, que

implica menos planificación, menor necesidad de financiación, etc. Ante esto, no cabe más que seguir reforzando la formación en emprendimiento y los servicios de apoyo.

5.4. Análisis territorial de la cultura emprendedora en Sevilla

La percepción sobre la valoración social y cultural del emprendimiento en el entorno es relevante, porque influye en la decisión individual de emprender. Para analizar este aspecto, el GEM incluye tres variables sobre la valoración social del emprendimiento. También se incluye una variable sobre la importancia asignada a la equidad en los niveles de vida. Las variables analizadas en este apartado también se han visto afectadas por el cambio metodológico, por lo que de nuevo las comparaciones con el año anterior deben tomarse con precaución.

Comenzando por la última de las variables mencionadas (**Gráfico 5.11**), más de las dos terceras partes de los sevillanos (67,0%) consideran que en este país se prefiere que exista un nivel de vida uniforme para toda la población. Esta media provincial es algo inferior al dato correspondiente a Andalucía (69,5%) y a España (69,0%). 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

Gráfico 5.12: Emprender como buena opción profesional según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

emprendimiento social, cuyo objetivo se relaciona con mejorar las condiciones de vida de determinados colectivos sociales, o de la sociedad en su conjunto).

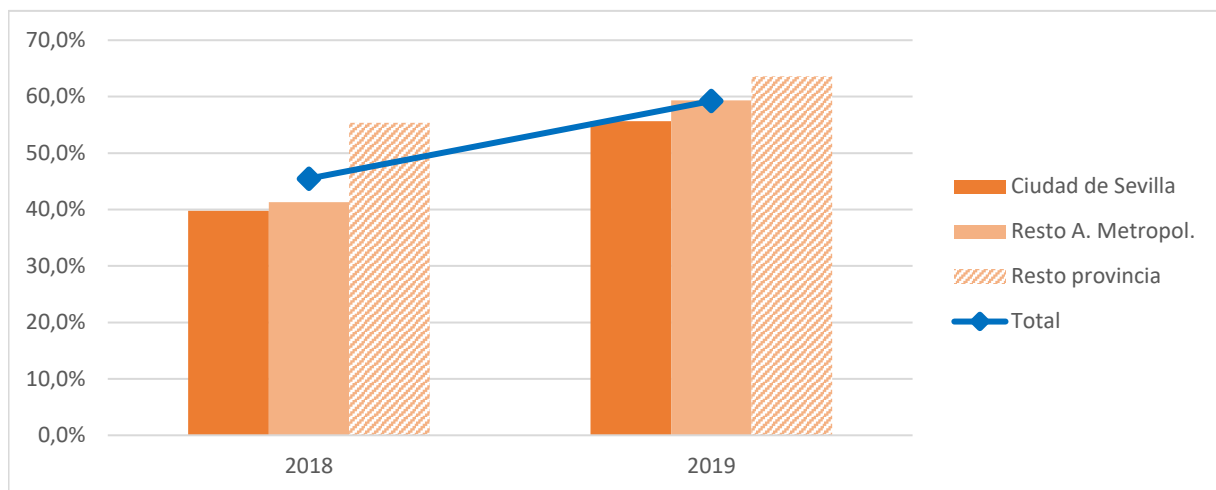
Pues bien, como se observa en el **Gráfico 5.11**, en 2019 esa percepción sobre la preferencia por la equidad en la sociedad es claramente menor en la ciudad de Sevilla (62,8%), mientras que los niveles son más altos y parecidos entre sí en la zona metropolitana y el resto de la provincia (70,8% y 68,4%, respectivamente). Esto supone un cambio sustancial respecto al año anterior que podría deberse al cambio metodológico. Parece que, con la nueva forma de medir esta variable, la población de las grandes ciudades podría darle menos importancia a este aspecto (el indicador también baja notablemente en Madrid, por ejemplo), Mientras, en otros entornos menos urbanizados, el nuevo cuestionario obtiene respuestas similares o algo mayores que el anterior.

En lo que se refiere a la valoración social del emprendimiento, por su parte, se observa 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, el **Gráfico 5.12** muestra un aumento generalizado en las tres zonas geográficas. Parte de esta subida puede deberse al cambio en el formato de la pregunta (también sube la media andaluza -

56,7%- y la nacional -57,3%-). No obstante, es de destacar que en las distintas zonas de la provincia de Sevilla la subida es mayor.

De esta forma, Sevilla (56,3%) y su área metropolitana (55,6%) se sitúan muy cerca de la media andaluza, mientras que la zona rural (63,6%) supera ampliamente ese nivel. Se mantienen, en líneas generales, los resultados relativos obtenidos el año anterior, siendo la población de las zonas rurales la que en mayor medida considera que emprender supone una buena opción profesional. Es de destacar la gran subida en la ciudad de Sevilla (más de 10 puntos porcentuales respecto al año anterior), que coincide con el aumento de emprendedores potenciales en la ciudad, poniendo de manifiesto una vez más la importancia de una cultura favorable al emprendimiento para que las personas individuales decidan emprender.

El siguiente aspecto analizado es el relativo a 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, el **Gráfico 5.13** muestra un aumento generalizado de los niveles en las tres zonas analizadas respecto al año anterior. Este aumento también se da en Andalucía y en España (cambio metodológico). Sin embargo, el aumento es mucho mayor en Sevilla, cuya media provincial (59,2%) se

Gráfico 5.13: Emprender proporciona estatus según zonas de la provincia

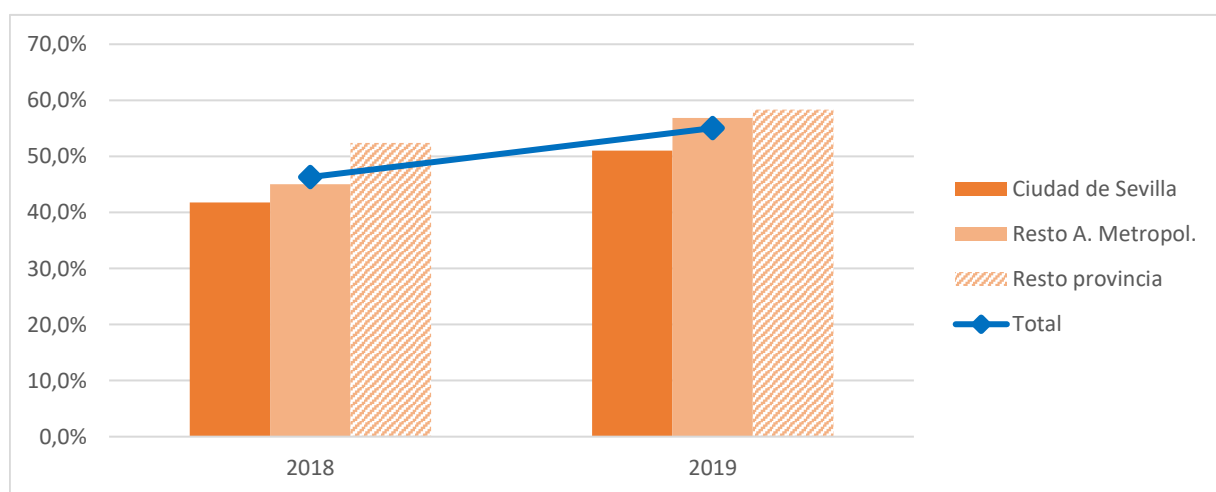
Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

sitúa en 2019 por encima de las medias andaluza (57,6%) y española (57,3%).

Si nos fijamos en las distintas zonas geográficas, vemos que se repite el mismo patrón que el año anterior (el porcentaje aumenta a medida que nos alejamos de la ciudad de Sevilla), y también el mismo que en el resto de los indicadores de cultura que estamos analizando en esta sección. En concreto, el porcentaje de adultos que comparten esta opinión es del 55,7% en la ciudad de Sevilla, subiendo hasta el 59,3% en el resto del área metropolitana, y alcanzando el 63,6% en el resto de la provincial. Sin duda, el hecho de que existan menos alternativas profesionales en las zonas rurales es un elemento

relevante para explicar la valoración tan positiva del estatus económico y social que se otorga a los emprendedores de éxito.

Por último, recogemos en el **Gráfico 5.14** 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. En primer lugar, en relación con el año pasado, todas las zonas suben su nivel de respuestas positivas, entre 8 y 10 puntos porcentuales. En segundo lugar, esta subida es mayor que la que se produce en el conjunto de Andalucía y de España. Por lo tanto, la proporción de adultos en la provincia que consideran que los medios de comunicación prestan

Gráfico 5.14: Medios prestan atención al emprendimiento según zonas de la provincia

Fuente: Encuesta GEM a la población adulta (APS), España 2019

atención al emprendimiento y las nuevas empresas (55,0%) se sitúa por encima del dato correspondiente a España (54,0%), y casi alcanzando al de Andalucía (55,2%).

En tercer lugar, se repite el patrón territorial observado el año anterior, y que también se da en otras preguntas de esta sección. La valoración sobre este aspecto es más positiva a medida que nos alejamos de la ciudad de Sevilla. Así, en la capital provincial la proporción de adultos que responden de forma afirmativa es del 51,0%. En su área metropolitana, ese porcentaje asciende al 56,9%. Y en la zona rural se eleva aún más hasta el 58,3%.

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 algunas diferencias apreciables según las distintas zonas analizadas dentro de la provincia. Además, es importante recordar que las comparaciones con el año anterior deben hacerse con precaución, debido al cambio metodológico producido en 2019.

La ciudad de Sevilla es el territorio donde, en términos relativos, la población percibe una cultura menos favorable. En efecto, las personas que opinan que el emprendimiento está considerado una buena opción profesional, da estatus, o se reconoce en los medios son un porcentaje más bajo que en las otras áreas. En cambio, se ha reducido mucho el porcentaje de personas que piensan que la sociedad da una gran importancia a la existencia de niveles de vida uniformes, lo cual podría actuar de estímulo al emprendimiento como forma de mejorar la situación personal. Esta combinación de respuestas ofrece una visión de la cultura emprendedora en la ciudad relativamente favorable que ha contribuido, probablemente, a la elevación de la tasa de emprendedores potenciales.

A medida que nos alejamos de la capital provincial, la percepción sobre el reconocimiento social de los emprendedores es cada vez más favorable, siendo mayor aún en la zona rural. En cambio, la importancia

asignada a la equidad en los niveles de vida es más alta, lo que podría restar algo de impulso al interés por emprender. El resultado, por tanto, es menos claro que en el caso de la ciudad de Sevilla. Y quizá sea esto lo que está frenando el despegue definitivo en la tasa de emprendedores potenciales fuera de la ciudad de Sevilla.

Por otra parte, no debemos olvidar que un entorno social y cultural favorable es uno de los elementos que potencia el emprendimiento, pero no el único, ni necesariamente el más importante. Hace falta que existan recursos disponibles y que las personas posean las capacidades necesarias para emprender con éxito. Por eso, la cultura relativamente favorable en las zonas rurales supone un importante punto de partida, pero debe ser complementada con servicios de formación, asesoramiento y apoyo, que proporcionen la formación y conocimientos necesarios, así como el acceso a la gran variedad de recursos (financieros, físicos, humanos, tecnológicos, etc.) necesarios para emprender, cuestión que ha sido abordada en los capítulos 3 y 4.

5.5. Conclusiones

Tras analizar los principales indicadores sobre actividad, percepciones personales y cultura emprendedoras, cabe concluir que existen 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, se detecta este año una gran cantera de emprendedores potenciales, que se une a un nivel muy elevado de emprendedores nacientes, y un nivel bastante razonable de emprendedores nuevos. La combinación de estos datos nos permite hablar de unas perspectivas de futuro muy favorables

al emprendimiento. Además, esto coincide con una mejora sustancial de las percepciones personales y una cultura que se interpreta como relativamente favorable al emprendimiento. En nuestra opinión, esto puede indicar que todos los esfuerzos realizados en los últimos años para potenciar el ecosistema emprendedor en la ciudad están comenzando a dar resultados muy prometedores.

En cambio, en el lado menos positivo, la tasa de emprendedores consolidados pasa a ser muy baja. Sería importante analizar las causas de este fenómeno. Como una primera hipótesis, podríamos hablar del traslado de algunas empresas a municipios más pequeños. Adicionalmente, además de seguir reforzando el ecosistema emprendedor de la ciudad, sería importante invertir también en la mejora del suelo empresarial existente en el municipio.

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. Sin embargo, este año se observa una considerable reducción en la tasa de emprendedores nuevos, que contrasta con el aumento de los empresarios consolidados. Las percepciones personales son las menos favorables de las tres zonas, lo que puede estar detrás de la relativamente baja tasa de emprendedores potenciales (comparada con el resto de la provincia). En cuanto a la percepción sobre cultura emprendedora en esta área, en general se observa un nivel intermedio. En todo caso, destaca la mayor importancia que se otorga a la equidad social en esta zona. Parece, por tanto, que existen unas condiciones relativamente favorables en el área metropolitana para la actividad emprendedora. En todo caso, parece necesario reforzar la formación y los servicios de apoyo, así como el acceso a los recursos necesarios para el emprendimiento. La ampliación de la oferta disponible en este sentido (junto con una estrategia de difusión de la información sobre los servicios existentes) debería contribuir a mejorar las percepciones personales sobre emprendimiento e,

indirectamente, el nivel de emprendedores potenciales.

Por último, en las zonas más alejadas de la provincia, fuera del área metropolitana, destaca especialmente el aumento de todos los indicadores de actividad emprendedora disponibles (salvo los abandonos, que disminuyen levemente). Por lo tanto, el panorama ha mejorado respecto al año anterior. Las percepciones personales y culturales sobre emprendimiento, además, son casi tan positivas como en la ciudad de Sevilla (salvo por la mayor importancia otorgada a la equidad social). Destaca especialmente el enorme aumento en los emprendedores nuevos y los empresarios consolidados.

Este panorama relativamente positivo en la zona rural puede estar reflejando el esfuerzo realizado desde las administraciones para impulsar las actividades de fomento y apoyo al emprendimiento en las zonas rurales. No obstante, como hemos indicado más arriba, la tasa de emprendedores nacientes sigue siendo la más baja de la provincia, indicando que todavía se perciben numerosas dificultades para poner efectivamente en marcha un proyecto empresarial. Por lo tanto, continúa siendo necesario reforzar servicios y recursos de apoyo, junto con el impulso a la mejora de las infraestructuras necesarias (en particular, las relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación).

Con esta segunda edición del Informe GEM Provincia de Sevilla, queremos seguir contribuyendo al mejor conocimiento de la dinámica y las percepciones sobre emprendimiento de la población sevillana. 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 6

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.

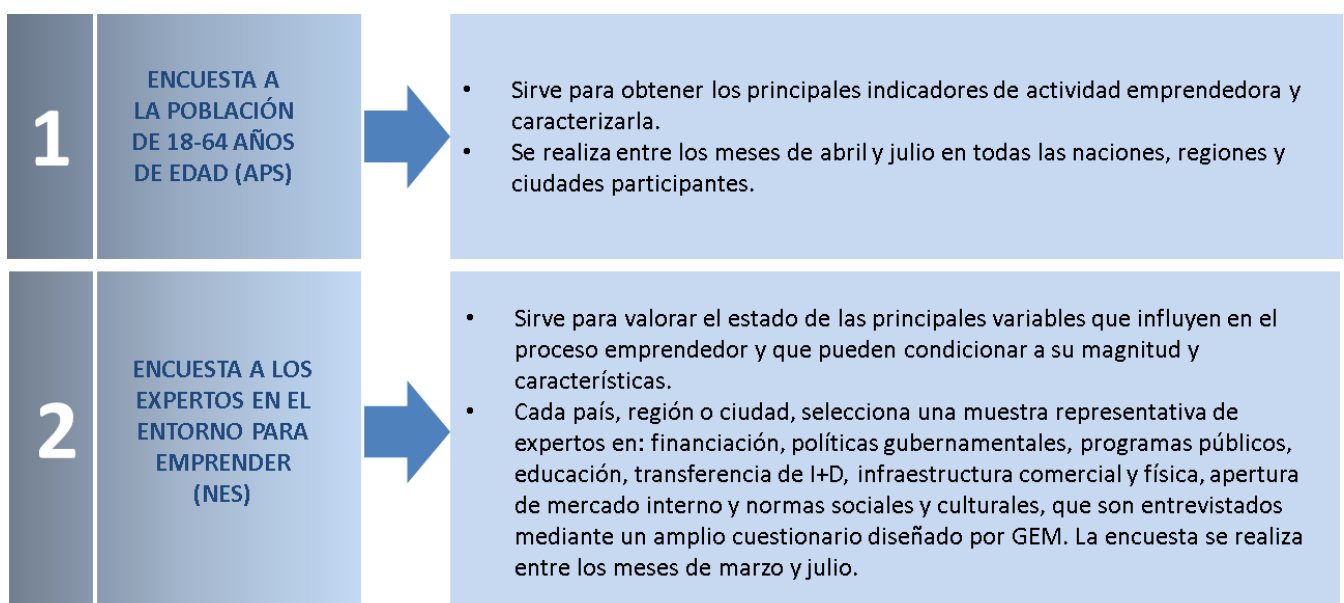
En la identificación de la muestra se establecen cuotas de sexo, edad, zona rural, urbana y otras, para garantizar la ausencia de sesgos. La encuesta es realizada mediante sistemas CATI y concentra la realización de las entrevistas en la franja horaria de 18 a 22 horas.

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



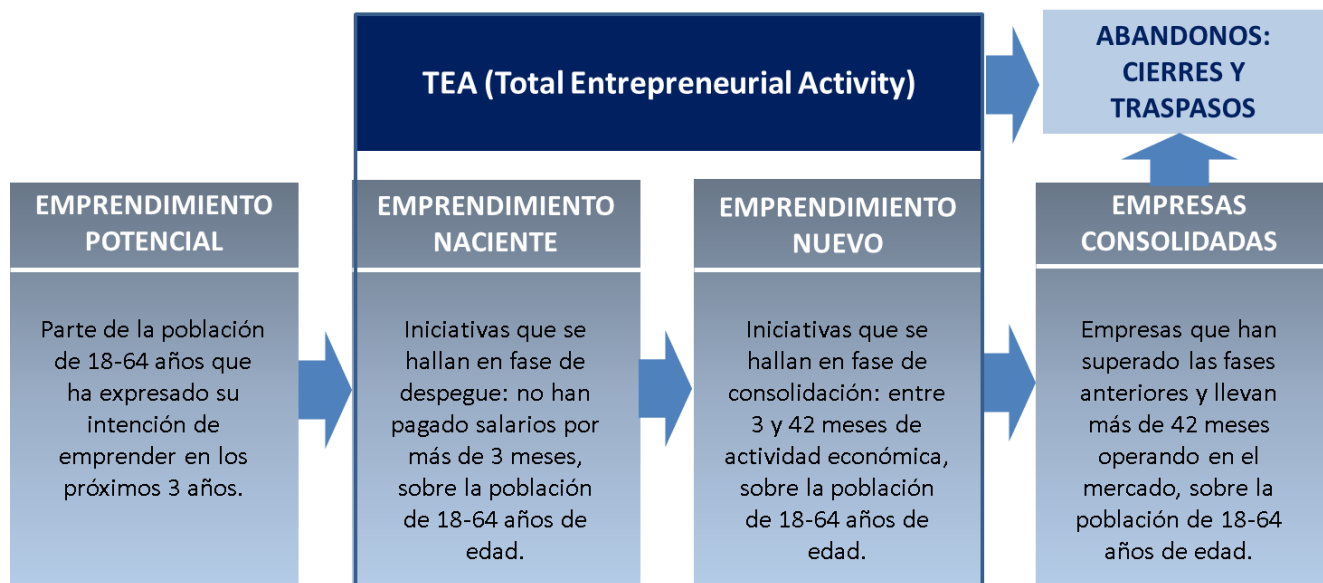
Fuente: GEM

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

Universo	Población residente en la provincia de 18 a 64 años
Población objeto	1.236.996 individuos
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,00%
Error muestral	±4,38% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período de realización de encuestas	Septiembre de 2019
Trabajo de campo	Instituto Opinometre

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 9 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

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 y 3 medidas urgentes que implantarían para reactivar el emprendimiento. Para facilitar el análisis, estas respuestas abiertas son codificadas en una de 20 categorías posibles establecidas por GEM (Tabla 6.2)

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 (extranjeros)
14	Contexto político, institucional y social
15	Crisis
16	Corrupción
17	Resultados diferentes para las Pymes
18	Internacionalización
19	Costes, acceso y regulación laboral
20	Información

Fuente: GEM

En esta edición del informe se obtuvieron respuestas de 36 expertos en emprendimiento²², con el siguiente perfil:

- Género: 77,8% hombres y 22,2% mujeres.
- Edad (promedio): 47,74 años.
- Nivel educativo: 62,86% estudios de postgrado (máster, doctorado...) y 37,14% estudios universitarios. Muchos de los expertos (36%)

están especializados en el campo de la Economía.

- Años de experiencia en el área (promedio): 13,97 años.
- Perfil: 36,1% emprendedor, 5,6% inversor, financiador o banquero, 30,6% gestor de políticas públicas, 33,3% proveedor de servicios y apoyo a empresas, 27,8% educador, profesor o investigador, 16,7% otros (gestores de aceleradoras, activista del ecosistema profesional y emprendedor, coach de emprendimiento colectivo, asesor, etc.). El total es superior al 100% debido a que varios expertos combinan más de un perfil.

²² La metodología GEM tiene establecido un mínimo de 36 expertos.

Capítulo 7

Evaluación del impacto a corto plazo de la crisis del COVID-19

7.1. Introducción

El Informe GEM 19-20 se construye con datos recogidos a lo largo de 2019, a partir de cuestionarios tanto de la población como de los expertos, por lo que las secciones anteriores no pueden reflejar el impacto del COVID-19 en la actividad emprendedora de la provincia.

Entre los días 20 y 30 de abril de 2020, desde el Observatorio del Emprendimiento de España (Red GEM España) se lanzó una encuesta dirigida a cualquier empresario/a, abarcando todo el territorio nacional, con objeto de medir el impacto del COVID-19 en las actividades y recursos para los emprendedores que se encuentran en distintas fases de sus respectivos negocios, sus

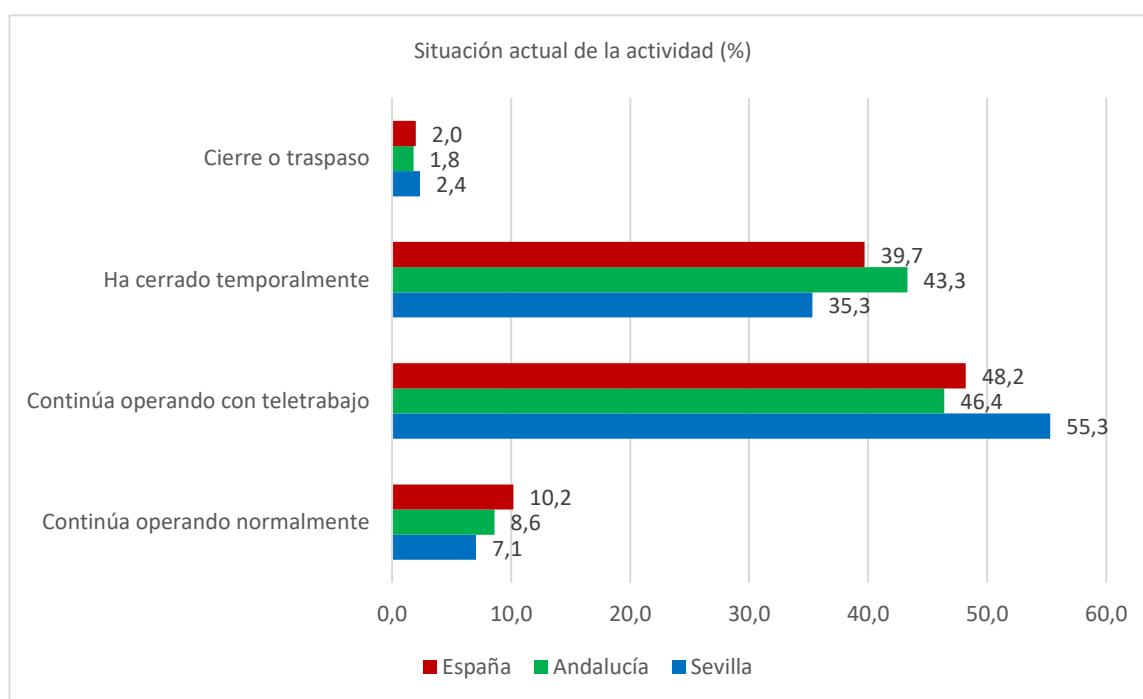
expectativas, planes de futuro y medidas demandadas a las administraciones.

La muestra final incluía 4.314 empresarios/as a nivel nacional, 575 en Andalucía y 92 en la provincia de Sevilla. Los datos han sido desagregados a nivel de CCAA y de provincias.

Este capítulo muestra, de forma comparativa, las respuestas obtenidas tanto en la provincia de Sevilla, como en Andalucía y España, agrupados alrededor de tres bloques:

- La situación de la actividad y las decisiones adoptadas.
- Las expectativas de futuro
- Las medidas solicitadas

Gráfico 7.1: Cómo ha afectado a la actividad de negocio



Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

El capítulo finaliza con un conjunto de recomendaciones derivadas de los resultados de la encuesta.

7.2. Situación de la actividad y decisiones adoptadas

Respecto a la situación de la actividad, las características del tejido productivo y del fenómeno emprendedor en Andalucía han hecho que el impacto del COVID-19 haya sido diferente al del resto de España. Sevilla, aun cuando comparte características comunes dentro del ámbito andaluz, presenta también sus propios rasgos diferenciales en cuanto a ese impacto.

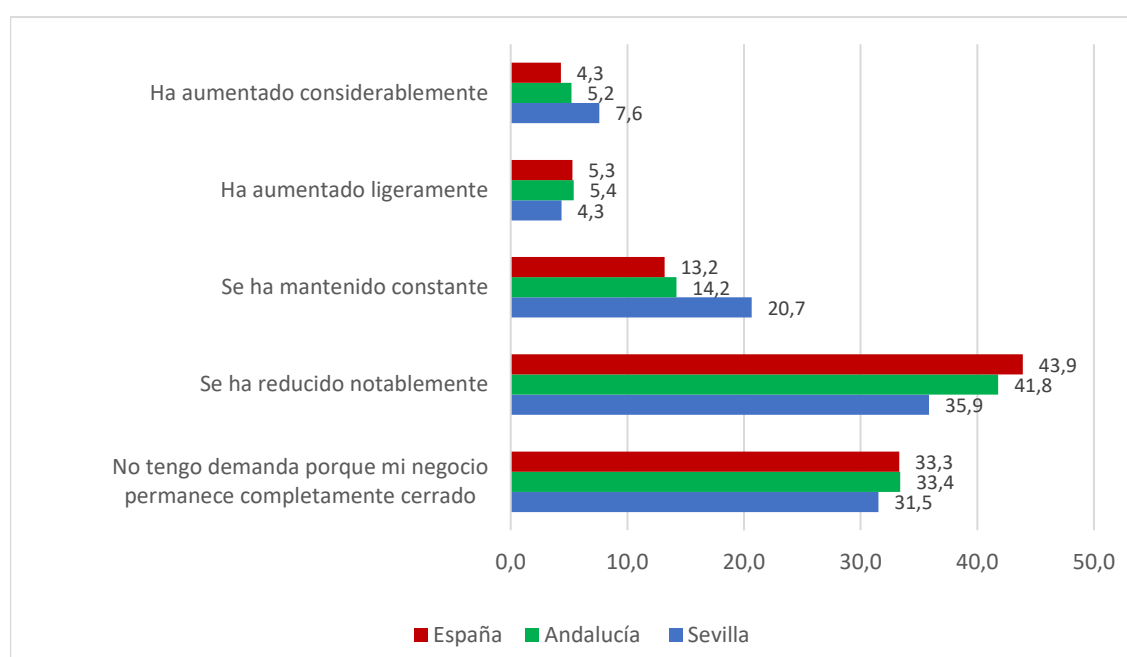
En lo relativo al impacto sobre la actividad del negocio (**Gráfico 7.1**), hay dos características diferenciales que destacan sobre el resto. En primer lugar, los cierres temporales han sido menos numerosos que en España y, sobre todo, que en Andalucía. En segundo lugar, también es mayor el porcentaje de empresas que continúan la actividad mediante teletrabajo, superando ampliamente la media nacional y regional.

En cuanto a la proporción de aquellos emprendedores que dicen continuar su actividad con normalidad, Sevilla se encuentra en niveles inferiores a los de Andalucía y España, si bien la distancia en esta variable es menor. Lo mismo ocurre con los cierres o traspasos, donde Sevilla acusa una incidencia mayor (el 2,4%) de la que se produce en los ámbitos regional y nacional.

El COVID-19 ha tenido también un indudable impacto en la demanda, ya que dos tercios de las empresas sevillanas afirman que su demanda ha desaparecido (porque los negocios permanecen cerrados) o se ha reducido notablemente.

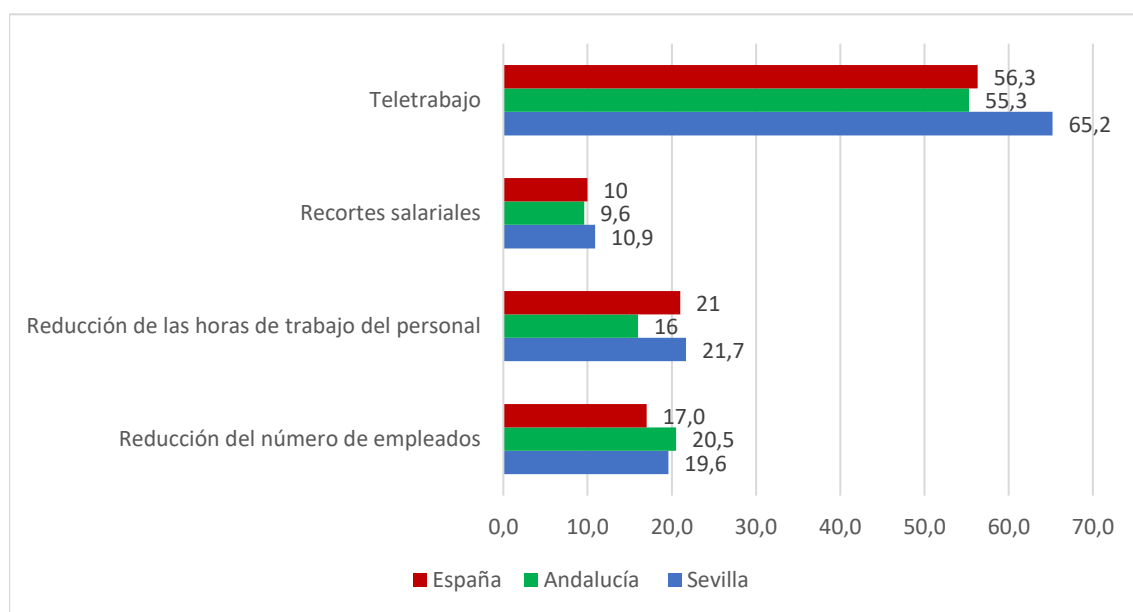
Pese a la contundencia de estos datos, puede decirse que el impacto ha sido menos desfavorable que en los ámbitos regional y nacional (**Gráfico 7.2**). En este sentido, hay que señalar el menor porcentaje de empresas que indican que su demanda se ha reducido notablemente (35,9%), muy por debajo de los niveles andaluz y español. Lo mismo ocurre con las cifras relacionadas con el mantenimiento de la demanda, donde Sevilla se sitúa notablemente

Gráfico 7.2: Cómo ha afectado a la demanda



Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

Gráfico 7.3: Medidas de urgencia tomadas por las empresas en el ámbito del empleo



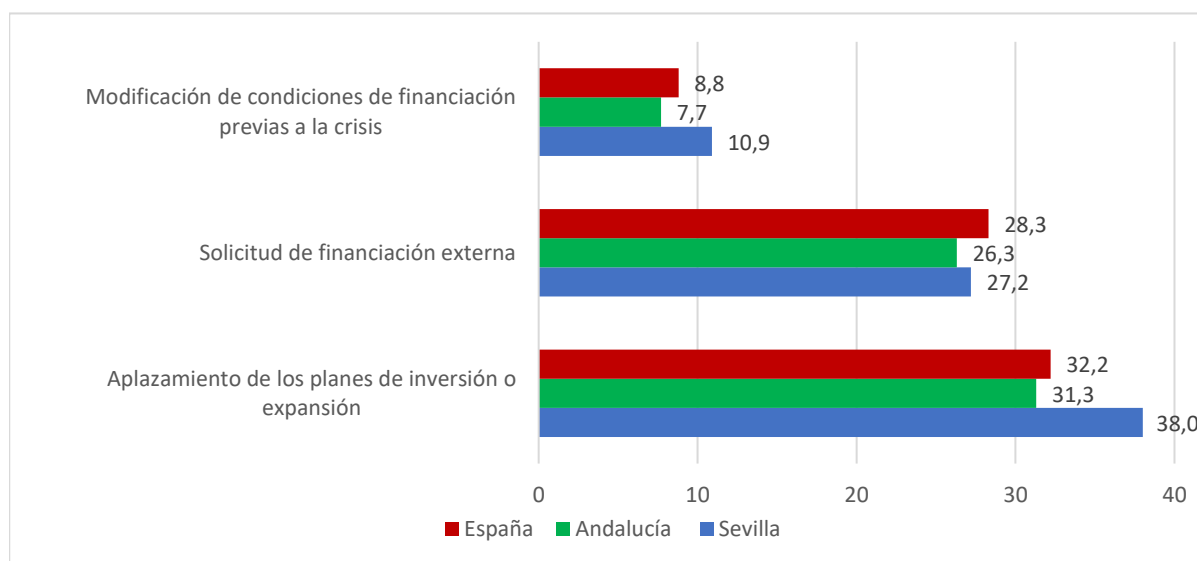
Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

por encima, superando el 20% de las encuestas realizadas. La provincia es también el ámbito con el mayor porcentaje de empresas que afirman que su demanda ha crecido (7,6%) y con el porcentaje menor del grupo que ha sufrido una pérdida de toda la demanda por su cierre (con casi dos puntos menos que las cifras regionales y nacionales).

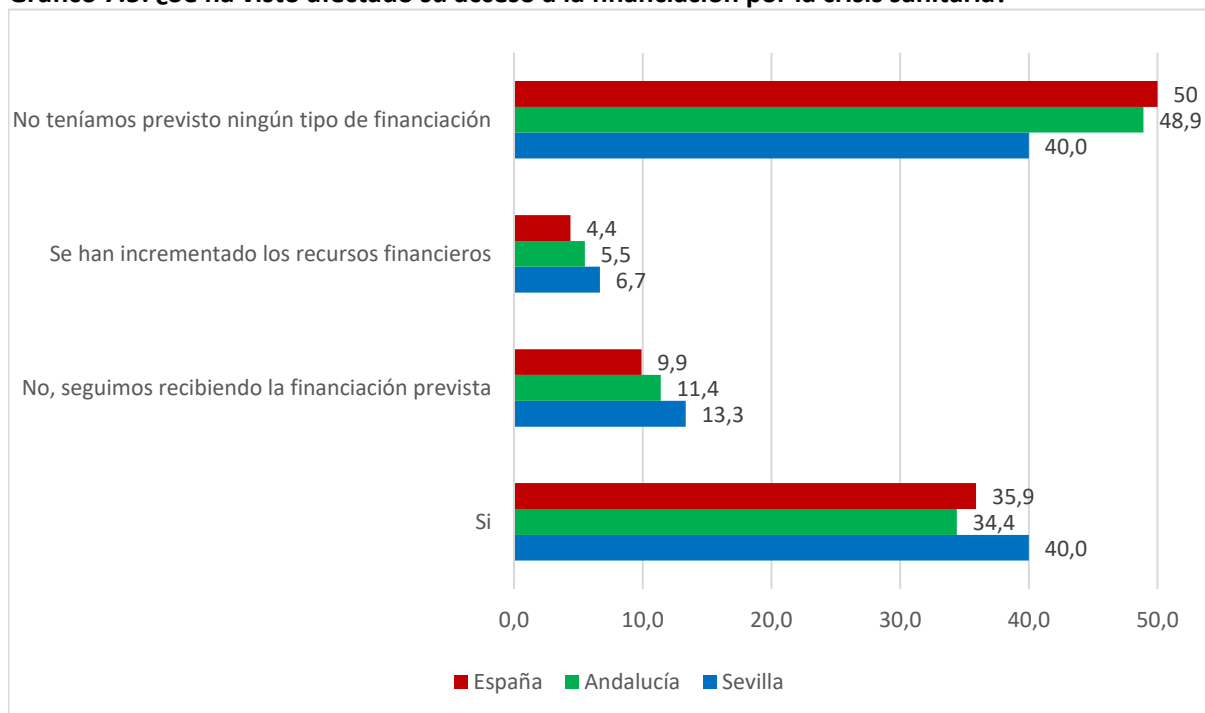
El impacto del COVID-19 en el empleo (**Gráfico 7.3**) en la provincia de Sevilla se ha traducido para

la mayor parte de las empresas de la muestra (65,2%) en el uso del teletrabajo que, en términos comparativos, es claramente superior al porcentaje en los ámbitos regional y nacional. Interpretar con rigor estos datos requeriría un análisis más pormenorizado por tipos de empresas y sectores. Esto es, aunque un mayor uso del teletrabajo podría estar asociado a superiores capacidades de adaptación tecnológica, es el tipo

Gráfico 7.4: Medidas de urgencia tomadas por las empresas en el ámbito financiero



Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

Gráfico 7.5: ¿Se ha visto afectado su acceso a la financiación por la crisis sanitaria?

Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

de actividad desarrollado por la empresa lo que determina mayores posibilidades en la utilización de esta medida.

Aunque para el resto de las medidas las diferencias son mucho menores, se observa que el porcentaje de empresas de la provincia que han recurrido a recortes salariales y reducción de las horas de trabajo es ligeramente superior a los de Andalucía y el conjunto de España. Sin embargo, es Andalucía donde un mayor porcentaje de empresas ha reducido el número de empleados.

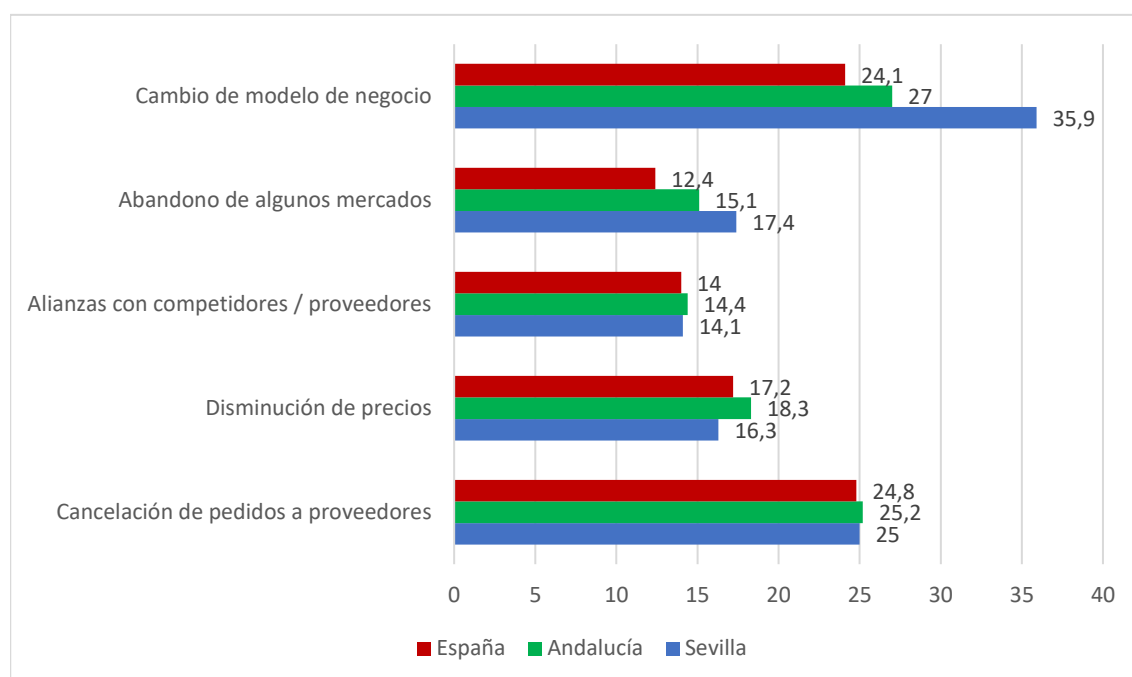
El COVID-19 también ha obligado a las empresas a adoptar medidas urgentes en el ámbito financiero (**Gráfico 7.4**). En la provincia de Sevilla, la respuesta más habitual (38%) ha consistido en aplazar sus planes de inversión o expansión, al igual que ocurre en los ámbitos andaluz y nacional. Sin embargo, el porcentaje de empresas que acuden a esa medida es superior en la provincia.

En segundo lugar, una parte importante (27,2%) de las empresas de la provincia también han tenido que solicitar financiación externa. En cambio, han sido un grupo relativamente minoritario las que han modificado las

condiciones de financiación previas a la crisis (un 10,9% en la provincia). En general, los niveles de adopción de estas dos respuestas financieras a la crisis son similares en los escenarios andaluz y español y se alejan de ese nivel provincial.

Respecto a la financiación (**Gráfico 7.5**), aunque el 40% de las empresas sevillanas afirman que su financiación se ha visto afectada -4 puntos más que la media regional-, los valores son comparativamente más favorables para la provincia. De hecho, es superior el porcentaje de empresas sevillanas que aseguran que siguen recibiendo igual o incluso más financiación que antes. Por último, son relativamente menos las empresas encuestadas que no tenían previsto ningún tipo de financiación (40%, frente a alrededor del 50% en España y en Andalucía).

El **Gráfico 7.6** muestra las medidas adoptadas por las empresas en el ámbito de la cadena de valor. En la provincia de Sevilla, la medida más común (35,9% de las empresas) tiene que ver con el cambio en el modelo de negocio, que es también la medida más utilizada en el conjunto de Andalucía, aunque en un porcentaje inferior en

Gráfico 7.6: Medidas de urgencia tomadas por las empresas en el ámbito de la cadena de valor

Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

casi 10 puntos. Esta diferencia aumenta a casi 12 puntos si se compara con el porcentaje a nivel España. Por tanto, en la provincia de Sevilla es donde más se ha aplicado esta medida. Esto puede estar indicando una mayor flexibilidad y agilidad de las empresas sevillanas para responder a un shock externo como el causado por el COVID-19.

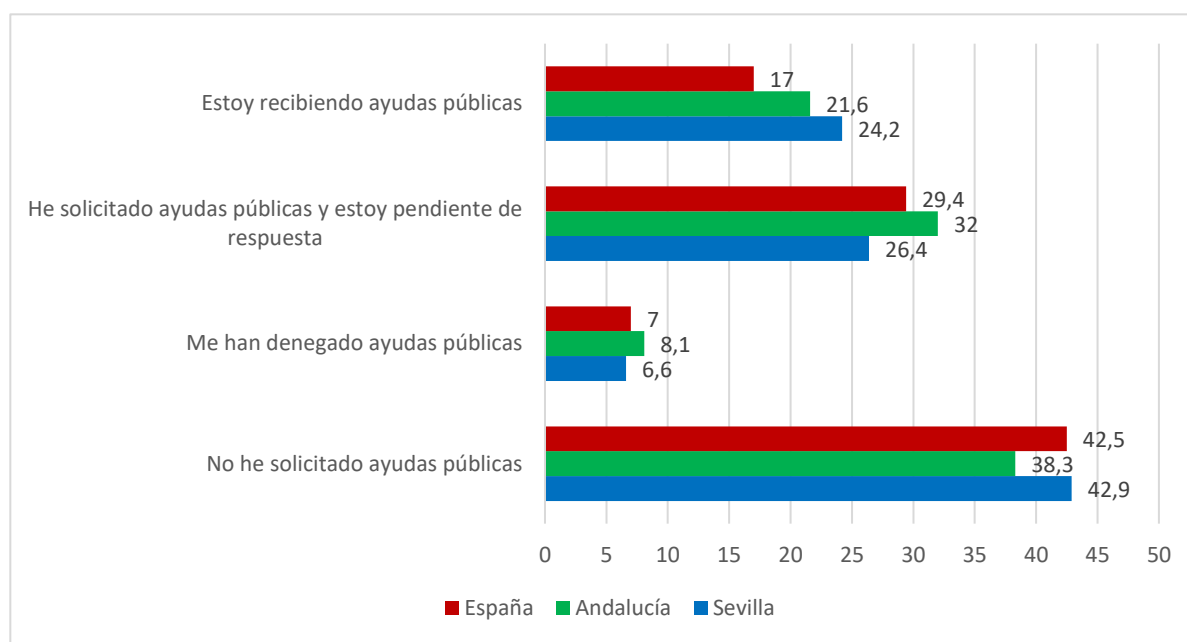
La segunda medida más utilizada es la cancelación de pedidos a proveedores (una cuarta parte de las empresas). Este porcentaje es prácticamente idéntico al que se da tanto en Andalucía como en España. La tercera respuesta, por orden de importancia, de las empresas sevillanas ha consistido en el abandono de algunos mercados (17,4%), lo cual ha ocurrido con más frecuencia que en Andalucía y España. En cuarto lugar, las empresas han tenido que optar por la disminución de precios (16,3%) en un porcentaje tan sólo levemente inferior a las regionales y nacionales. Por último, el establecimiento de alianzas con competidores y proveedores es la medida utilizada por un menor número de empresas en la provincia (14,1%), en porcentajes bastante cercanos a los que se dan en los ámbitos provincial y andaluz.

Una parte importante de las empresas sevillanas han reaccionado también solicitando ayudas públicas para contrarrestar los efectos del COVID-19. No obstante, tal como se observa en el **Gráfico 7.7**, el grupo más numeroso lo forman las empresas de la muestra que no ha solicitado ningún tipo de ayudas. A la fecha de realización de la encuesta, aproximadamente una cuarta parte de las empresas de la muestra en la provincia (el 24,2%) ya estaban recibiendo ayudas, siendo este porcentaje superior al de Andalucía y España. También para la provincia, alrededor de una cuarta parte habían solicitado ayudas públicas y estaban a la espera de respuesta, esta vez en niveles inferiores al de la región y del país. El grupo de empresas a las que habían denegado ayudas públicas era el más reducido en los tres ámbitos objeto de estudio (6,6%).

7.3. Expectativas de futuro

En pleno estado de alarma, la mayor parte de las empresas analizadas esperaban un impacto muy negativo o algo negativo, tanto en la provincia, como en Andalucía y España (**Gráfico 7.8**). Si quisiéramos destacar un elemento distintivo en el

Gráfico 7.7: Solicitud y recepción de ayudas públicas

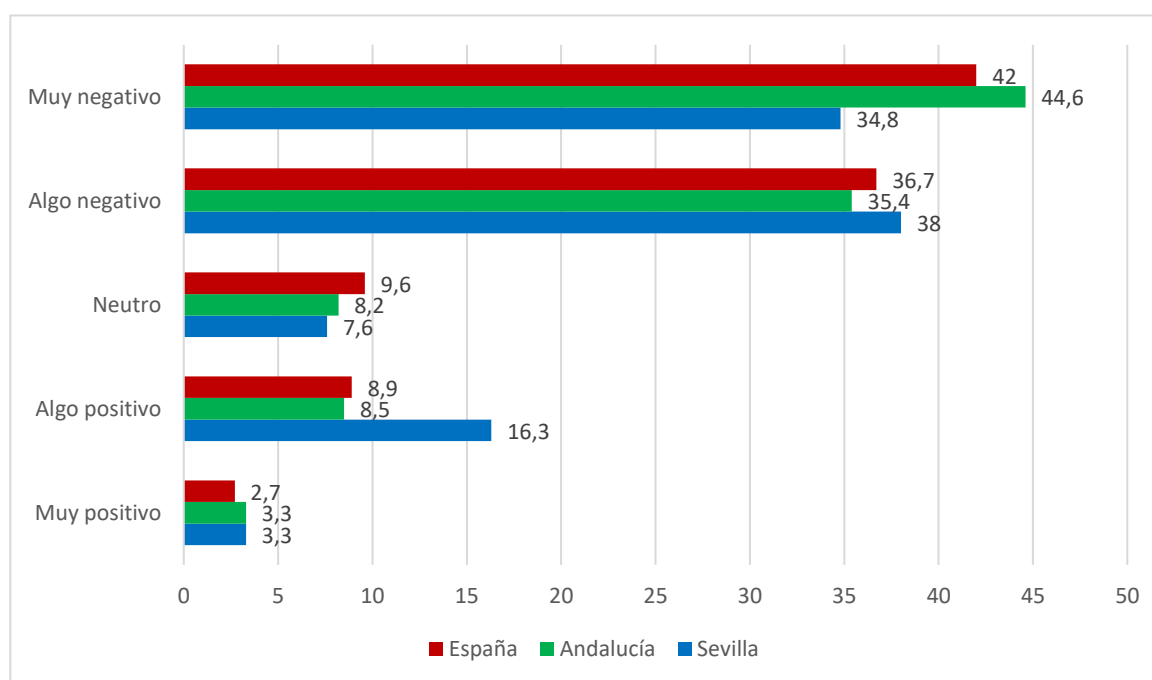


Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

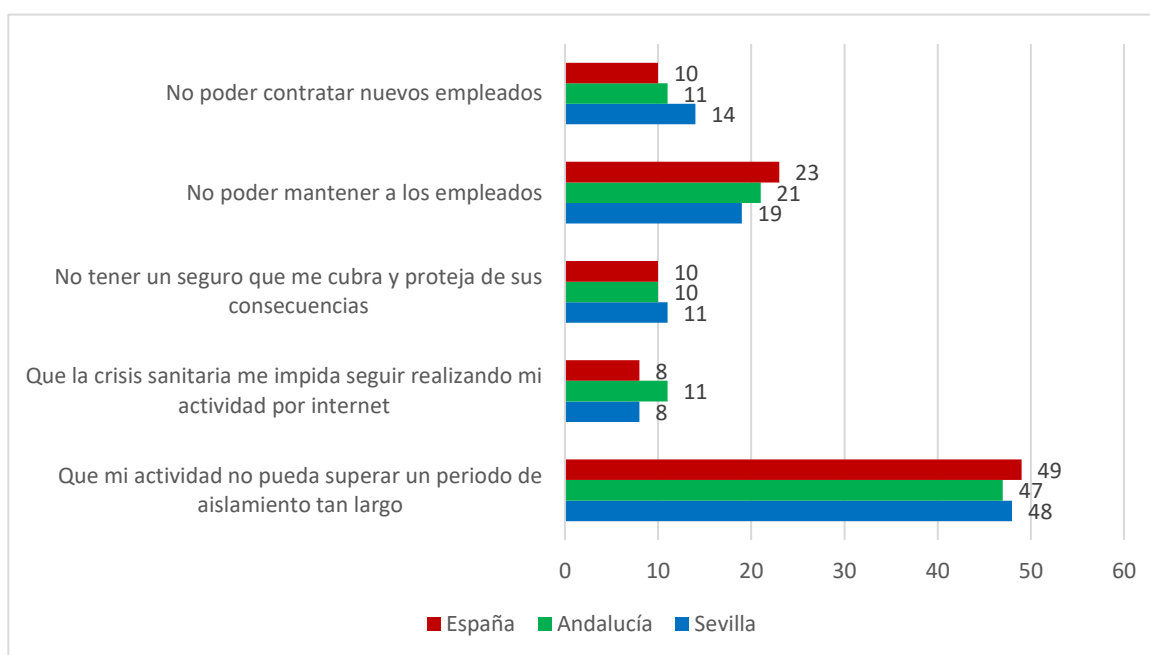
ámbito provincial, podríamos señalar el hecho de que, en Sevilla, la proporción de empresas que esperan un impacto “muy negativo” (34,8%) es inferior al de Andalucía y España (44,6% y 42%, respectivamente). Si a estas sumamos las que esperan un impacto “algo negativo” (38%), casi las

tres cuartas partes de las empresas sevillanas tienen una perspectiva negativa sobre el futuro próximo. Ese porcentaje llega casi al 80% en Andalucía y España.

Gráfico 7.8: Impacto esperado de la crisis sanitaria



Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

Gráfico 7.9: Preocupaciones inmediatas del impacto de la crisis

Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

También es reseñable el porcentaje de empresas en la provincia que espera un impacto “algo positivo” (16,3%). Se trata de una proporción que prácticamente duplica los porcentajes en la región (8,5%) y el país (8,9%). En conjunto, por tanto, a pesar de la perspectiva claramente negativa, los emprendedores y empresarios sevillanos tienen una visión menos pesimista.

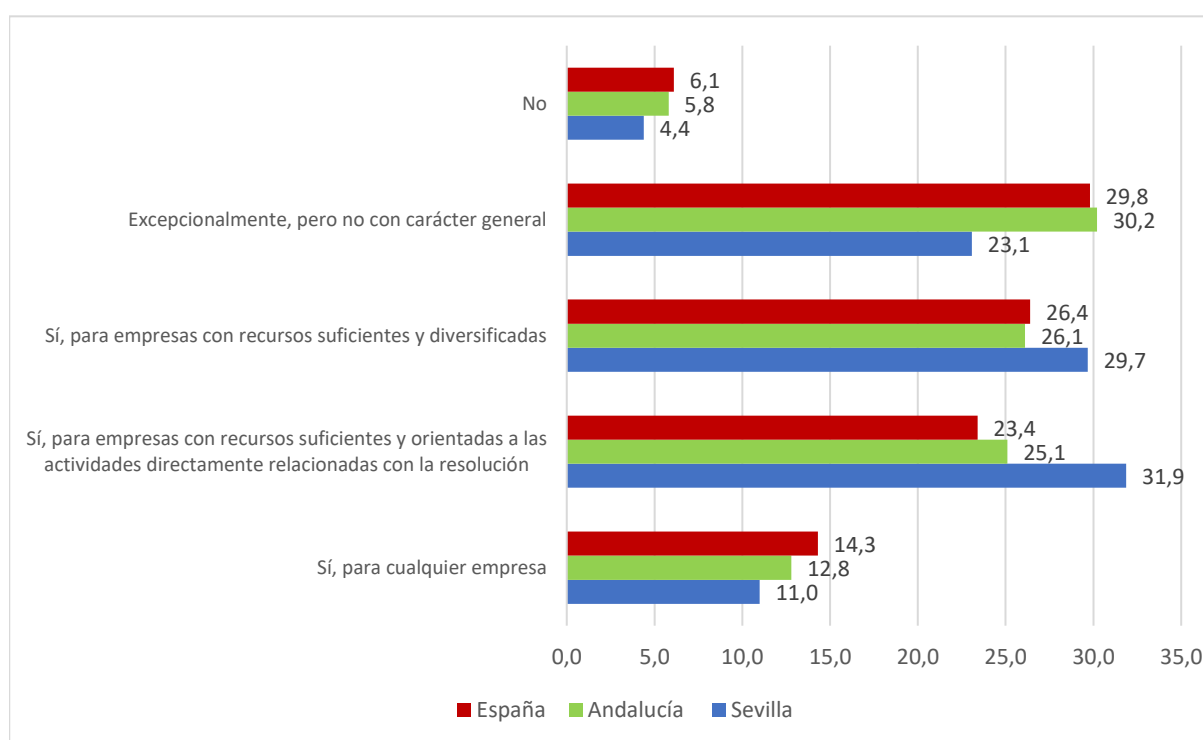
El impacto negativo que se espera se traduce en un conjunto de preocupaciones inmediatas que se recogen en el **Gráfico 7.9**. En general, la preocupación más extendida (que afecta a casi la mitad de las empresas analizadas en Sevilla, Andalucía y España) tiene que ver con la propia supervivencia de la empresa; esto es, el temor a que la actividad no pudiera superar el período de aislamiento al que obligó el estado de alarma. La segunda preocupación más común entre las empresas en los tres ámbitos de estudio (alrededor de una quinta parte) está relacionada con el miedo a no poder mantener el empleo.

Las tres restantes preocupaciones son minoritarias y tienen niveles parecidos de prevalencia. En todo caso, el temor a no poder contratar nuevos empleados es algo más

frecuente (especialmente en Sevilla, con un 14%). El no contar con un seguro que proteja a la empresa de los efectos de la pandemia y el miedo a no poder continuar la actividad por internet son las preocupaciones inmediatas que afectan a porcentajes más reducidos de empresas, siendo el patrón bastante similar en los tres ámbitos geográficos analizados.

Pese a todo, cuando se les ha preguntado por las nuevas oportunidades en el mercado tras el estado de alarma (**Gráfico 7.10**), parece existir mayor optimismo en el reconocimiento de oportunidades en Sevilla que en Andalucía y España. De esta forma, tan sólo el 4,4% de las empresas encuestadas consideran que no hay nuevas oportunidades en el mercado. Este porcentaje es levemente inferior a las empresas andaluzas y españolas que no ven nuevas oportunidades. Además, también son menos las que creen que sólo habrá oportunidades de forma excepcional (23,1%), notablemente menos que sus homólogos en la región y en el conjunto nacional. En conjunto, por tanto, el 27,5% de las empresas sevillanas señalan estas visiones menos

Gráfico 7.10: Nuevas oportunidades en el mercado



Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

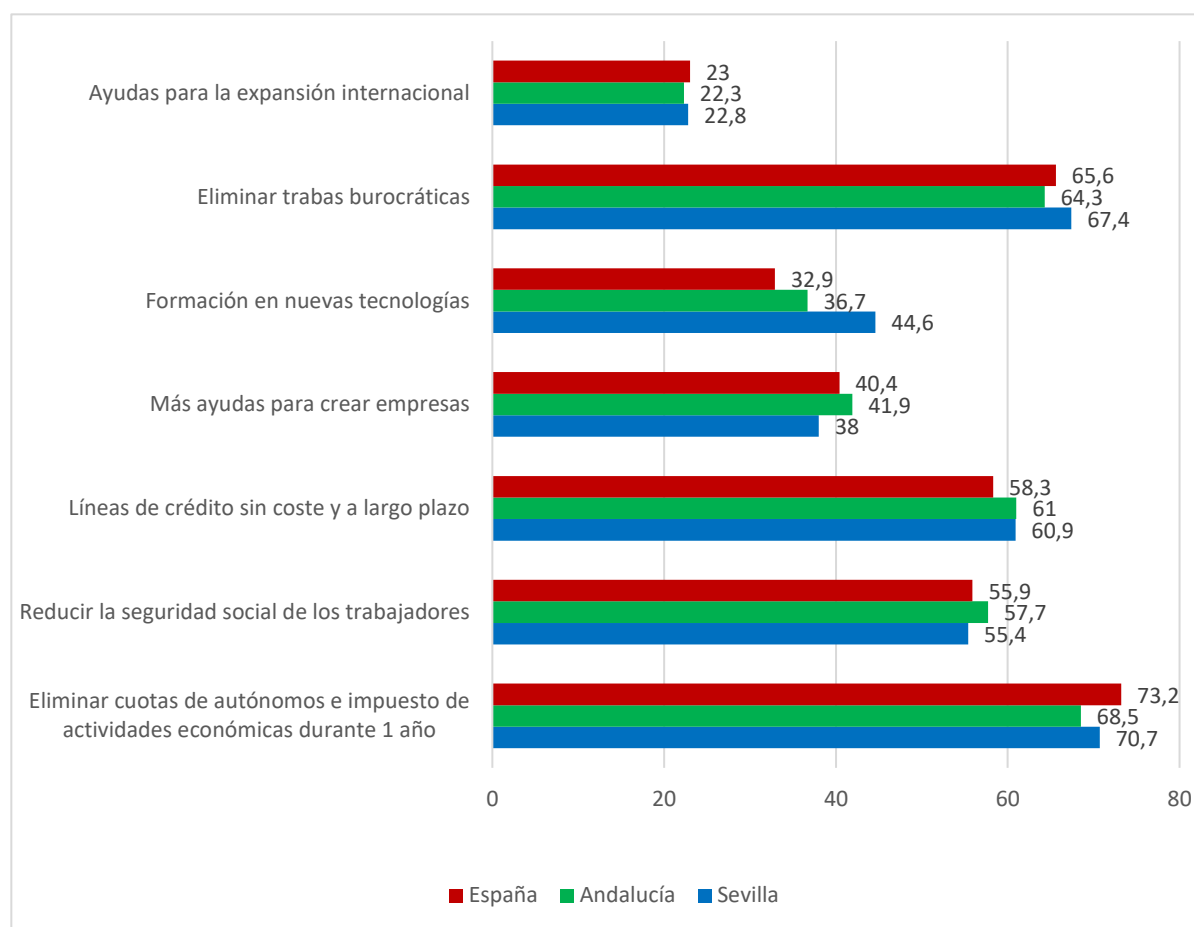
favorables (frente a un 36% en Andalucía y España).

Esta mayor predisposición al reconocimiento de oportunidades es más acentuada para los que opinan que estarán unidas a las necesidades relacionadas con la pandemia y siempre que se cuente con los recursos para su explotación. De esa opinión son el 31,9% de las empresas sevillanas (casi 7 puntos porcentuales por encima del nivel regional, y 8,5 puntos por encima del nacional). Los encuestados también opinan con mayor frecuencia que existirán oportunidades para las empresas con recursos y elevada diversificación. En Sevilla, ese porcentaje roza el 30% de las empresas encuestadas (unos tres puntos y medio por encima de las medias andaluza y española).

Finalmente, son relativamente menos los encuestados en Sevilla que opinan que existirán nuevas oportunidades para cualquier empresa (11%), frente a los niveles algo más favorables en los casos de Andalucía (12,8%) y España (14,3%).

7.4. Medidas solicitadas

El **Gráfico 7.11** refleja las prioridades de las empresas en cuanto a las medidas que deberían adoptarse desde las administraciones públicas. Al igual que para otros apartados de este capítulo, es difícil observar un patrón que diferencie las empresas analizadas en la provincia de Sevilla de las que corresponden a los ámbitos de Andalucía y España. En este sentido, hay un acuerdo generalizado (más del 50% de las empresas) sobre la necesidad de eliminar cuotas de autónomos e impuesto de actividades económicas durante un año, eliminar las trabas burocráticas, establecer líneas de crédito sin coste a largo plazo y reducir los costes de seguridad social de los trabajadores, por este orden. Si exceptuamos el caso de las líneas de crédito, los empresarios encuestados solicitan a la administración -como aspecto fundamental- menos presencia en su actividad diaria.

Gráfico 7.11: Medidas solicitadas a las administraciones públicas

Fuente: Encuesta GEM-COVID 2020

La única demanda en la que se puede observar una diferencia importante entre las empresas sevillanas y las del conjunto regional y nacional es la que se refiere a la formación tecnológica. Este aspecto es el quinto más demandado por las empresas de Sevilla, en un porcentaje (44,6%) superior al del conjunto de Andalucía (36,7%) y de España (32,9%). Podría decirse que el mayor grado de utilización de teletrabajo en las empresas de la provincia (que se mostraba en el **Gráfico 7.3**), va acompañado de mayores necesidades de formación en nuevas tecnologías.

El establecimiento de más ayudas para crear empresas es una medida reclamada por alrededor del 40% de las empresas en los tres ámbitos geográficos considerados. Cabe mencionar, no obstante, que en Sevilla son relativamente menos (38%) los que la reclaman, mientras que en Andalucía y España son más (41,9% y 40,4%,

respectivamente). Por último, parece que los planes de expansión internacional pasan a un segundo plano en el escenario de supervivencia dibujado por el COVID-19 y sólo entre el 22% y el 23% de las empresas reclaman medidas de apoyo a la internacionalización.

7.5. Conclusiones y recomendaciones

La información contenida en este capítulo debe tomarse con cautela, ya que se basa en datos recabados cuando habían transcurrido 50 días del estado de alarma. El efecto de la evolución de la pandemia y de las consiguientes medidas adoptadas durante los meses siguientes está aún por determinar. El próximo Informe GEM 2020-2021 proporcionará información mucho más precisa sobre el impacto de la pandemia en la actividad emprendedora de la provincia y sobre las medidas a adoptar para reactivarla.

Aun así, y teniendo también en cuenta que el número de empresas participantes es limitado, el análisis mostrado en este capítulo, basado en el estudio GEM-COVID-19, podría servir para derivar algunas conclusiones y recomendaciones que representan desafíos prioritarios.

Las recomendaciones que se proponen se agrupan en cuatro categorías: a) las de reactivación de la actividad económica paralizada por la pandemia; b) la búsqueda de nuevas oportunidades que surgen para la transformación de los territorios; c) el desarrollo de una administración eficaz y amigable; y d) el impulso de un ecosistema emprendedor con base en el conocimiento y la innovación.

Seguiremos esta misma estructura, adaptando el discurso a la realidad provincial sevillana.

7.5.1. Reactivación de la actividad económica

Para contrarrestar el efecto negativo de la pandemia y reactivar la actividad económica de las empresas, recomendamos las siguientes medidas:

- El análisis realizado refleja una sustancial caída de la **demanda**, tal como es percibida por emprendedores y empresarios. Para aproximadamente una tercera parte de los encuestados en la provincia la demanda se había reducido notablemente, y para otro tercio, el cierre del negocio había anulado la demanda. La disminución en el consumo debe atribuirse no solo a la reducción de ingresos para las familias sino también a la enorme incertidumbre y falta de expectativas de futuro. En este escenario, se hacen imprescindibles medidas de carácter financiero y fiscal que reactiven la demanda.
- El impacto sobre el **empleo** se ha visto lógicamente reflejado en pérdidas de empleo, reducción de horas de trabajo y recortes salariales. Por supuesto, las previsiones de cifras de desempleo realizadas por diferentes organismos deberán ser contrarrestadas con medidas de choque (que además contribuirán

a compensar la caída de la demanda). En tal sentido, más de la mitad de las empresas de la muestra solicitan la reducción de los costes de seguridad social de los trabajadores.

Pero el empleo se ha visto también afectado de otro modo: para más de la mitad de las empresas de la muestra, este impacto se ha traducido en teletrabajo. Y todo indica que el teletrabajo viene para quedarse, lo que abre un gran debate sobre el futuro del trabajo, sobre nuevas formas de organización y nuevas relaciones de empleo que deberán ser reguladas. En este sentido, el Real Decreto-Ley 28/2020 ha aprobado una primera regulación sobre las relaciones laborales en régimen de teletrabajo. Se impondrán nuevas reglas de juego que requerirán una adaptación profunda de las empresas existentes y nuevas formas de pensar por parte de los emprendedores que inicien un nuevo negocio.

- El **equilibrio financiero** de las empresas se ha visto claramente alterado por el COVID-19: dos terceras partes de las empresas de la muestra han tenido que acudir a financiación externa y/o aplazar sus planes de inversión o expansión. En tal sentido, más de la mitad de las empresas reclaman la oferta de líneas de crédito sin coste y a largo plazo. Más allá de las ayudas por parte de instituciones financieras tradicionales y administraciones públicas, los expertos aconsejan fomentar el uso de fórmulas alternativas (crowdfunding, bonos anticipados de consumo, contratos de impacto social, etc), ajustados a los diferentes tamaños empresariales, de forma que se inyecte liquidez al sistema y se faciliten los planes de inversión y reestructuración.

7.5.2. Nuevas oportunidades

A pesar de que inicialmente se pensó en un efecto breve y pasajero del COVID-19 sobre la economía, la evolución reciente parece indicar que será mucho más duradero. Las siguientes recomendaciones pretenden facilitar el desarrollo

y aprovechamiento de las nuevas oportunidades que están surgiendo.

- En el momento de realización de la encuesta, una parte importante de las empresas ya estaban adoptando medidas de urgencia entre las que destacaban los cambios en sus respectivos **modelos de negocio**. Efectivamente, la crisis provocada por el COVID-19 ha obligado a reconfigurar elementos esenciales en el modelo de negocio de las empresas: sus recursos y actividades clave, las relaciones con los clientes, la propia propuesta de valor, etc.

La **digitalización** representa la columna vertebral de muchas de estas transformaciones. Las empresas que no realicen dicha transformación podrían verse seriamente perjudicadas. En Sevilla, merece la pena destacar la firme apuesta del tejido empresarial local por el teletrabajo y el cambio de modelo de negocio. No obstante, para lograr la necesaria transformación digital, las empresas necesitarán no sólo apoyo financiero, sino también formación en capacidades tecnológicas, tal como han expresado más de una tercera parte de las empresas de la muestra (en Sevilla casi la mitad) que reclaman el establecimiento de medidas relacionadas con la formación en nuevas tecnologías.

7.5.3. Una administración eficaz y amigable

En este contexto, las administraciones deben proporcionar un entorno amigable y ágil que facilite y resuelva con eficacia las gestiones de las empresas en sus relaciones con la administración.

- **Reducir la burocracia** representa una responsabilidad inaplazable por parte de la administración, en unas circunstancias en las que las empresas deben tomar decisiones en

condiciones de elevada incertidumbre y con escaso tiempo de reacción (dos terceras partes de las empresas de la muestra reclaman la eliminación de trabas burocráticas).

- La crisis del COVID-19 debe convertirse en la oportunidad inexcusable para la potenciación definitiva de la **e-administración** y la unificación de estándares digitales en todas las administraciones.

En este sentido, el desarrollo de la administración digital en Sevilla es bastante desigual, dependiendo de la administración que consideremos²³. Así, la Diputación de Sevilla tenía en 2019 un grado de "madurez digital" para interactuar con ciudadanos y empresas del 84,7%, situándose como la segunda Diputación en España. En cambio, numerosos ayuntamientos tienen menos desarrollado su administración digital. Por su importancia, cabe mencionar que el Ayuntamiento de Sevilla sólo llegaba al 30,7% de "madurez digital" mientras la media de los ayuntamientos analizados fue del 64,5%.

7.5.4. Impulso al ecosistema emprendedor

Por último, y más allá de los resultados de la encuesta, la recuperación va a requerir la actuación de personas emprendedoras, ya sea de forma independiente o dentro de las organizaciones (intraemprendimiento), con capacidades organizativas y proactividad hacia el establecimiento de redes de colaboración.

En general, las medidas propuestas están relacionadas con la necesidad de mejorar las capacidades emprendedoras de los agentes económicos (emprendedores y empresarios) como uno de los elementos esenciales que dinamizan y hacen posible la asunción de riesgo en situaciones de incertidumbre.

²³ <https://ticnegocios.camaradesevilla.com/wp-content/uploads/2020/02/ey-la-administracion-digital-en-espana.pdf> (acceso octubre 2020).

- El fomento y consolidación de los ecosistemas emprendedores es una responsabilidad ineludible para todos los actores implicados. Los **ecosistemas emprendedores** pueden desempeñar un papel decisivo en dicha recuperación, estimulando y facilitando el desarrollo de las iniciativas de nuevos negocios, ya sea de emprendedores individuales o corporativos. El desarrollo del ecosistema debe ser resultado de un firme proceso de colaboración entre las empresas, las instituciones, las administraciones públicas, y el sistema educativo, en especial las universidades y los centros de investigación localizados en el territorio.
- El ecosistema emprendedor sevillano debería aprovechar las sinergias potenciales que podrían generarse mediante la **colaboración de las distintas universidades** existentes en la provincia, así como de sus centros tecnológicos que son referencia, no solo a nivel regional, si no también, nacional.
- Se hace necesario, además, extender la **formación en emprendimiento** en el sistema educativo en general, y en las Universidades, en particular, así como el impulso de los *spinoffs* de alto potencial de crecimiento.

Índice de Tablas

Tabla 1. Balanced Scorecard GEM Sevilla 2019.....	6
Tabla 2. Valoraciones de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor de la provincia de Sevilla (escala 1-5).....	6
Tabla 2.1. Percepción de la población sevillana sobre sus valores y actitudes para emprender desde la perspectiva de género, 2019.....	30
Tabla 2.2. Percepción de la población sevillana sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento desde la perspectiva de género, 2019.....	35
Tabla 5.1. Distribución de la muestra.....	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, 2019.....	11
Gráfico 1.2. El proceso emprendedor en Andalucía, 2019.....	12
Gráfico 1.3. El proceso emprendedor en España, 2019.....	12
Gráfico 1.4. Porcentaje población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años (2018-2019).....	13
Gráfico 1.5. El potencial emprendedor por género en Sevilla, 2019.....	14
Gráfico 1.6. Tasa de actividad emprendedora (TEA) (2018-2019).....	15
Gráfico 1.7. Tasa de actividad emprendedora (Nacientes y Nuevos), 2019.....	16
Gráfico 1.8. Tasa de actividad emprendedora según el motivo para emprender, 2019.....	17
Gráfico 1.9. Indicadores de emprendimiento por género en Sevilla, 2019 (fase inicial).....	18
Gráfico 1.10. Tasa de consolidación y abandono por provincias (2018-2019).....	19
Gráfico 1.11. Tasa de consolidación y abandono por género en Sevilla, 2019.....	20
Gráfico 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades de negocio para emprender en los próximos 6 meses.....	26
Gráfico 2.2. Percepción de oportunidad (%) población total, involucrada y no involucrada en la provincia de Sevilla.....	27
Gráfico 2.3. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos, habilidades y experiencias para emprender.....	28
Gráfico 2.4. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender.....	29
Gráfico 2.5. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia.....	31
Gráfico 2.6. Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida.....	32

Gráfico 2.7. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción personal.....	33
Gráfico 2.8. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico.....	34
Gráfico 2.9. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios.....	35
Gráfico 3.1. Factores que obstaculizan la actividad emprendedora en la provincia.....	38
Gráfico 3.2. Factores que impulsan la actividad emprendedora en la provincia.....	39
Gráfico 3.3. Recomendaciones para mejorar el contexto de la actividad emprendedora.....	40
Gráfico 3.4. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en la provincia.....	41
Gráfico 3.5. Comparación valoración media de las condiciones del entorno para emprender en la provincia (2018/2019).....	42
Gráfico 3.6. Comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y países de la U.E.....	43
Gráfico 4.1. Apoyo financiero.....	47
Gráfico 4.2. Políticas gubernamentales.....	48
Gráfico 4.3. Programas gubernamentales.....	49
Gráfico 4.4. Educación y formación emprendedora.....	50
Gráfico 4.5. Transferencia de I+D.....	51
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.....	54
Gráfico 5.1. Tasa de emprendedores potenciales según zonas de la provincia.....	60
Gráfico 5.2. Tasa de emprendedores nacientes según zonas de la provincia.....	61
Gráfico 5.3. Tasa de emprendedores nuevos según zonas de la provincia.....	61
Gráfico 5.4. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) según zonas de la provincia.....	62
Gráfico 5.5. Tasa de empresarios consolidados según zonas de la provincia.....	63
Gráfico 5.6. Tasa de abandono empresarial según zonas de la provincia.....	64
Gráfico 5.7. Adultos que conocen a un modelo de referencia según zonas de la provincia.....	65
Gráfico 5.8. Adultos que ven oportunidades de crear en 6 meses según zonas de la provincia.....	66
Gráfico 5.9. Adultos que tienen conocimientos para emprender según zonas de la provincia	67
Gráfico 5.10. Miedo al fracaso como freno al emprendimiento según zonas de la provincia.....	67
Gráfico 5.11. Importancia social de la equidad en niveles de vida según zonas de la provincia.....	68
Gráfico 5.12. Emprender como buena opción profesional según zonas de la provincia.....	69
Gráfico 5.13. Emprender proporciona status según zonas de la provincia.....	70
Gráfico 5.14. Medios prestan atención al emprendimiento según zonas de la provincia.....	70

Gráfico 7.1. Cómo ha afectado a la actividad de negocio.....	77
Gráfico 7.2. Cómo ha afectado a la demanda.....	78
Gráfico 7.3. Medidas de urgencia tomadas por las empresas en el ámbito del empleo.....	79
Gráfico 7.4. Medidas de urgencia tomadas por las empresas en el ámbito financiero.....	79
Gráfico 7.5. ¿Se ha visto afectado su acceso a la financiación por la crisis sanitaria?.....	80
Gráfico 7.6. Medidas de urgencia tomadas por las empresas en el ámbito de la cadena de valor.....	81
Gráfico 7.7. Solicitud y recepción de ayudas públicas.....	82
Gráfico 7.8. Impacto esperado de la crisis sanitaria.....	82
Gráfico 7.9. Preocupaciones inmediatas del impacto de la crisis.....	83
Gráfico 7.10. Nuevas oportunidades en el mercado.....	84
Gráfico 7.11. Medidas solicitadas a las administraciones públicas.....	85

Índice de Figuras

Figura 6.1. Fuentes de datos.....	73
Figura 6.2. Etapas en el proceso emprendedor.....	74

