

INFORME, GEM JAÉN 2023 - 2024



Equipo investigador:

María Jesús Hernández Ortiz (coordinadora)

José García Vico

M^a Paz Horno Bueno

Lucas Cañas Lozano

Manuel Carlos Vallejo Martos

Julio Vena Oya

Elia García Martí

María Gutiérrez Salcedo

Raquel Barreda Tarrazona

Alfonso M. Márquez García

Domingo Fernández Uclés

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

Título: Informe GEM Jaén 2023-2024

© Los autores

Coordinación: María Jesús Hernández Ortiz

Equipo (por orden alfabético): Raquel Barreda Tarrazona; Lucas Cañas Lozano; Domingo Fernández Uclés; Elia García Martí; José García Vico; María Gutiérrez Salcedo; María de la Paz Horno Bueno; Alfonso Miguel Márquez García; Manuel Carlos Vallejo Martos; Julio Vena Oya.

© Los autores

Edita: Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA)

ISBN: 978-84-09-70286-2

Depósito legal: J-144-2025

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

ÍNDICE

Presentación de la vicepresidenta del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA)	5
¿Qué es el GEM?	6
¿Cómo obtenemos los datos?	7
Resumen ejecutivo	8
Executive Summary	10
Cuadro de indicadores	12
Emprendedor: Papatán	15
Emprendedor: Úrsula Sánchez	16
Capítulo 1 Fenómeno emprendedor en Jaén	17
1.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población giennense de 18-64 años	
1.1.1. La percepción de la población giennense sobre sus valores y aptitudes para emprender	
1.1.2. Percepción de la población giennense sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento	18
Emprendedor: Embutidos Carchelejo	21
Capítulo 2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Jaén.	23
2.1. Indicadores del proceso emprendedor	
2.2. Potencial emprendedor	24
2.3. Tasa de actividad Emprendedora (TEA)	25
2.4. Empresas Nacientes	28
2.5. Empresas nuevas	29
2.6. Empresas consolidadas	
2.7. Abandono empresarial	31
Emprendedor: Miólnir Cybersec	32

Capítulo 3. Valoración de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Jaén	34
3.1. Financiación	35
3.2. Políticas gubernamentales	37
3.3. Programas gubernamentales	38
3.4. Educación y formación en creación de empresas	39
3.5. Transferencia de I+D	40
3.6. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales	41
3.7. Dinámica y apertura del mercado interior	42
3.8. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios	43
3.9. Normas sociales y culturales	44
3.10. Comparación del entorno del emprendedor de Jaén, Andalucía y España	
Emprendedor: Isaycri Mágina	47
Capítulo 4. Análisis de las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Jaén	49
4.1. NECI. Índice sintético de Contexto del Emprendimiento	
4.2. Factores que favorecen la creación de empresas en Jaén	50
4.3. Recomendaciones para mejorar la creación de empresas en la provincia de Jaén	
4.4. Valoración del entorno emprendedor giennense	51
Emprendedor: Tierras Vivas Bio	53
Relación de los equipos integrantes de la red GEM 2023-2024	55
Índice de Tablas	58
Índice de Figuras	

Presentación

Es un honor presentar el Informe GEM Jaén 2023-2024, un documento que refleja el esfuerzo y la dedicación de un equipo de investigadores de la Universidad de Jaén comprometidos con el análisis del ecosistema emprendedor de la provincia, y la colaboración entre las instituciones y la comunidad emprendedora de Jaén. Este informe proporciona una visión detallada del estado actual del emprendimiento provincial, su evolución y posicionamiento respecto a la media regional y nacional.

Los datos utilizados para este análisis forman parte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el más importante observatorio mundial de emprendimiento que desde 1999 mide de una forma única y rigurosa la actividad emprendedora en diferentes economías y territorios. La metodología de este informe se centra en las personas que emprenden, con diferentes géneros, edades, procedencia y niveles socioeconómicos, permitiendo entender la diversidad del emprendimiento. Esta cuestión es un aspecto esencial para ofrecer una imagen más cercana de la realidad emprendedora de la provincia, entender el tipo de negocios que son creados y los factores que pueden apoyarlos. Hay que tener en cuenta que la diversidad de los emprendedores fortalece la resiliencia y adaptabilidad del entorno emprendedor, y promueve la inclusión y equidad, permitiendo que más personas participen y se beneficien del crecimiento económico generado por el emprendimiento.

El informe GEM Jaén está estructurado en varias secciones para proporcionar una visión completa y detallada del ecosistema emprendedor provincial. Comienza con una contextualización del fenómeno emprendedor entre la población, seguida de un análisis de la actividad emprendedora y la dinámica empresarial. A continuación, se examinan los factores que condicionan el entorno del emprendedor, incluyendo aspectos como la financiación, la educación y la transferencia de conocimiento. Finalmente, se ofrece un análisis de las condiciones del entorno para emprender, destacando las áreas de mejora y las oportunidades identificadas por los expertos.

El equipo de investigadores que han elaborado el informe forma parte del recién creado Observa-

torio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA), integrado por un nutrido equipo de investigadores universitarios que realiza análisis e informes en las diferentes provincias andaluzas y a nivel regional sobre la actividad emprendedora y los agentes que impulsan el ecosistema regional. El OEEA, presidido por la Catedrática María Jesús Hernández de la Universidad de Jaén, nace con la vocación de ser un referente de información para las administraciones, instituciones, agentes, emprendedores e investigadores que necesiten implementar políticas y acciones de impulso a las personas que quieren emprender o consolidar las empresas creadas.

Desde estas líneas queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a los colaboradores e instituciones que apoyan el trabajo que se realiza por el OEEA y lo hacen posible. Nos enorgullece formar parte del ecosistema andaluz de emprendimiento y contribuir, con nuestros análisis y actividades, a crear un entorno más favorable para los emprendedores y emprendedoras de nuestra tierra.



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

¿Qué es el GEM?

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) constituye el observatorio sobre emprendimiento más destacado a nivel internacional. La relevancia de este observatorio se basa en la creciente importancia e interés que la comunidad académica nacional e internacional, el tejido empresarial y los agentes institucionales le otorgan al estudio y análisis del emprendimiento.

Dada la destacada relevancia de este observatorio, el proyecto GEM se encuentra constituido por una amplia y diversa red mundial de investigadores cualificados y un conjunto de instituciones que están estrechamente vinculadas al emprendimiento en más de 80 países. La citada red se organiza a través de un consorcio internacional y asociación sin ánimo de lucro.

El objetivo de este observatorio se basa en medir y estudiar el fenómeno emprendedor, a través del desarrollo de un conjunto de informes a nivel provincial, regional, nacional y global. Dichos resultados e informes pueden ser consultados de manera gratuita en las páginas webs internacional y nacional. De manera específica, los informes de GEM España y de las comunidades autónomas y provincias que participan en el proyecto son elaborados por los miembros del Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) y se encuentran a disposición de la población en <http://www.gem-spain.com/>.

Todos estos informes son elaborados a partir de un marco conceptual común basado en profundas y actualizadas revisiones de la literatura sobre emprendimiento (Figura 1).

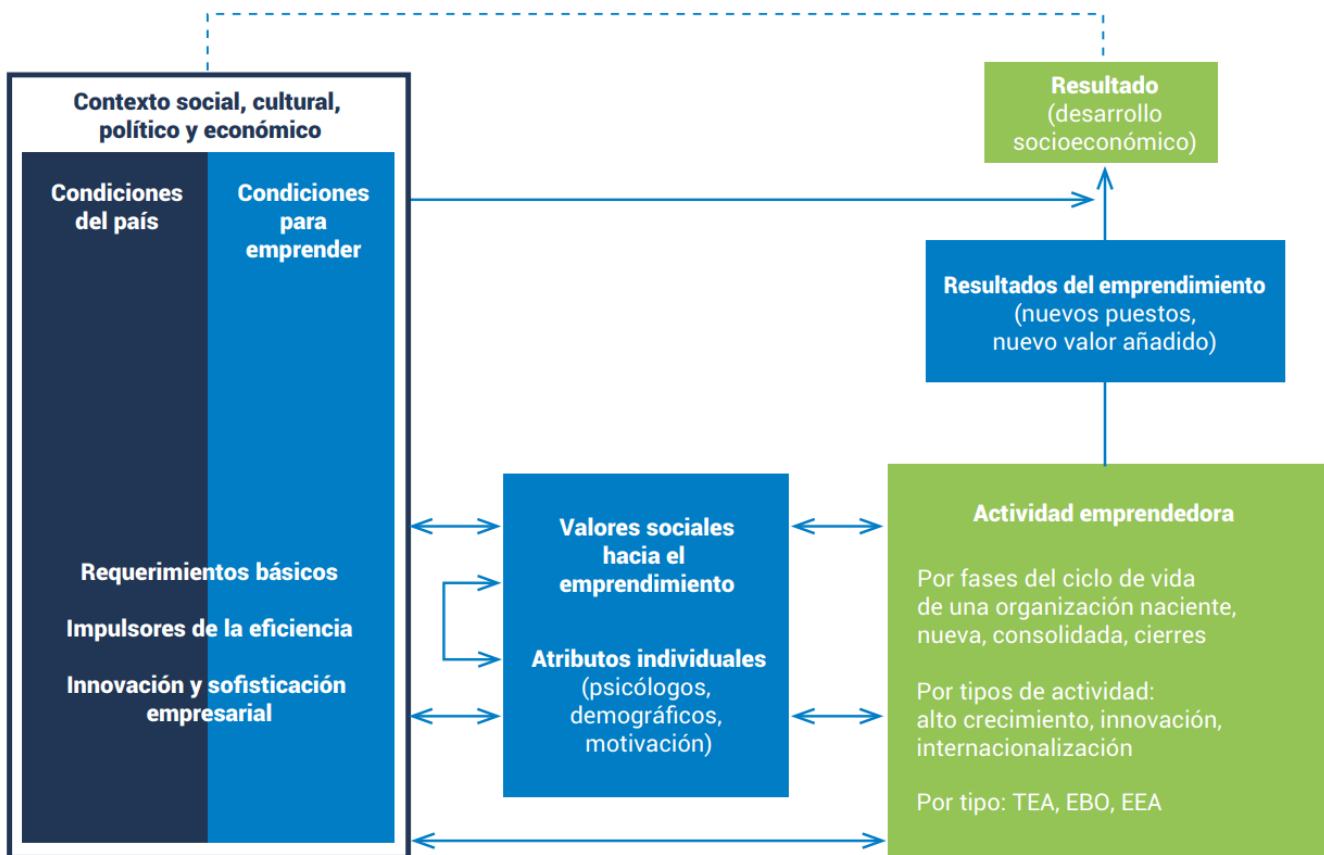


Figura 1. Modelo teórico GEM

¿Cómo obtenemos los datos?

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

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

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

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

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

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

tiembre de 2024. Realizado el trabajo de campo por el Instituto Opinometre. Las entrevistas de la muestra segmentadas por sexo, edad y ámbito se han distribuido de acuerdo con lo recogido en la Tabla 2.

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

Tabla 2. Distribución de la muestra APS en Jaén

Resumen ejecutivo

Fenómeno emprendedor en Jaén

En 2023 casi el 26,4% de la población giennense de entre 18 y 64 años considera que en los próximos meses habrá oportunidades favorables para emprender en nuestra provincia, superando el 23,9 del año 2022. No obstante, nos situamos bastante por debajo del 31% que registran Andalucía y el conjunto de España, en donde también se registra un aumento respecto al año pasado, en el que, en general, las expectativas de oportunidades favorables para emprender se redujeron respecto a 2021.

El 57,7% de la población de Jaén considera que tiene los conocimientos y habilidades para crear una empresa, superando el 53% de España, aunque por debajo del 62% andaluz. En todo caso, pone de manifiesto la percepción de que hay capital humano capacitado para emprender. Esta valoración en Jaén ha experimentado un aumento considerable desde el 45,2% de 2022, en línea con lo sucedido en el conjunto de Andalucía que en 2022 registró un 47,9%, y de España que alcanzó un 46,5%.

A pesar de que se considera que hay capital humano con conocimientos y habilidades para emprender, el miedo al fracaso limita que aparezcan más iniciativas. Tanto en España como en Andalucía el porcentaje de la población que indica tener miedo al fracaso como elemento limitador para emprender está alrededor del 49%, mientras que en Jaén registra un 61,8%. Aunque ha disminuido respecto al 68,9% de 2022 todavía es sensiblemente superior al andaluz y al nacional, que han bajado alrededor de 10 puntos porcentuales respecto a 2022, mientras que en Jaén lo ha hecho en 7 puntos porcentuales en el mismo periodo.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Jaén, Andalucía y España.

En 2023, el 10,5% de los adultos encuestados en Jaén manifestó su intención de emprender en los próximos tres años, lo que representa un aumento de 2,9 puntos porcentuales respecto

a 2022. No obstante, el potencial emprendedor de la provincia sigue por debajo de la media nacional y de la andaluza.

En 2023, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Jaén experimentó un aumento, alcanzando el 5,4% estimulada por el crecimiento de la tasa de emprendedores nacientes. No obstante, la TEA de Jaén se mantiene por debajo de los niveles medios de España y de Andalucía, que en ambos casos se sitúa en un 6,8 %.

El desglose de la TEA por sexo revela que la participación femenina en las iniciativas empresariales nacientes y nuevas supera a la masculina, con una diferencia significativa de 3,4 puntos porcentuales.

La evolución de la tasa de empresas nacientes en la provincia de Jaén sigue una dinámica similar a la observada a nivel nacional y autonómico, experimentando un aumento respecto a 2022, de 1 punto porcentual. Este crecimiento supera al registrado a nivel nacional (incremento de 0,9 puntos porcentuales), aunque no alcanza el de la Comunidad Autónoma de Andalucía (incremento de 1,3 puntos porcentuales).

En 2023, la tasa de empresariado nuevo se ha mantenido casi estable en comparación con el año anterior, con una disminución de solo 0,1 puntos porcentuales, lo que ha permitido que su participación en la TEA se mantenga.

La tasa de empresas consolidadas en Jaén se ha incrementado en el año 2023 con respecto al año 2022, alcanzando el 7,6%. Sin embargo, en el mismo período, esta tasa ha experimentado una disminución tanto a nivel nacional como en Andalucía. Situándose en una tasa del 5,7% en la comunidad andaluza y en un 6,7% en España.

La tasa de abandono empresarial ha aumentado de forma drástica en el año 2023 en la provincia de Jaén pasando de sólo un 0,8% en el año 2022 a un 3,8%, superando el valor medio de España, circunstancia que no se producía desde hace un lustro.

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

Destaca la preocupación por la financiación, especialmente por la escasez de inversores profesionales privados o business angels, Crowdfunding, micro financiación u oferta pública de financiación, siendo las entidades financieras y las subvenciones las principales alternativas de financiación junto con las inversiones procedentes de amigos y familiares.

Se insta, entre los programas gubernamentales, a realizar un mayor hincapié en la temporalidad para realizar los trámites, al apoyo a empresas nuevas y en crecimiento a nivel estatal y a la realización de los trámites para conseguir las licencias de marca.

Los expertos ponen de relieve el buen trabajo realizado por las escuelas de negocios y los sistemas de educación vocacional, profesional y continuo en la educación en emprendimiento en Jaén. También que existe una buena transferencia entre la ciencia y las empresas por parte de la universidad o centros de investigación. Consideran que en la provincia de Jaén ha empeorado el acceso a subcontratistas, consultores y proveedores dado el coste de los mismos, si bien ha mejorado la efectividad y cumplimiento de la legislación antimonopolio, a pesar de que ha empeorado la facilidad de entrada a nuevos mercados, así como el coste de entrada a los mismos.

Del mismo modo, revelan que se ha sufrido un retroceso en las infraestructuras físicas y de servicios, lo que demuestra la pérdida de capacidad adquisitiva que tienen las empresas de la provincia y que se ha producido una leve mejora en los aspectos culturales y sociales relacionados con el emprendimiento, aunque estos siguen presentando niveles bajos.

La provincia de Jaén presenta mejores niveles sobre facilidad a la financiación, las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, la educación emprendedora escolar y post-escolar y la valoración de transferencia en investigación y desarrollo que la media de Andalucía y de España.

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

Las condiciones del entorno para emprender mejoran según la valoración de los expertos. Consideran que el contexto Jiennense es más favorable que el existente en el conjunto de España, pero menos que el de Andalucía. En concreto, han mejorado 8 de los 13 indicadores analizados, destacando la “educación emprendedora en la etapa post-escolar”, los “programas gubernamentales globales”, la “transferencia en I+D entre la Universidad y la empresa”, las “políticas gubernamentales” (emprendimiento como prioridad y su apoyo), las “normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento”, así como el “apoyo financiero global”. La “educación emprendedora en etapa escolar” y las “políticas gubernamentales” que reducen la burocracia y la presión fiscal, aunque mejoran, siguen siendo los aspectos con peor valoración.

La valoración del entorno jiennense se distingue por tener una mayor valoración que el español y el andaluz acerca de “la educación y formación emprendedora en la etapa post-escolar y escolar”, “las políticas gubernamentales de emprendimiento”, las “prácticas de sostenibilidad medioambiental de empresas” y el “apoyo financiero global”, que están por encima del nivel regional y nacional.

No obstante, destaca de manera importante la menor valoración que hacen los expertos jiennenses de la “dinámica del mercado interno” o el “acceso a la infraestructura física y de servicios” con respecto a los expertos nacionales y regionales.

Executive summary

Entrepreneurial phenomenon in Jaén

In 2023 almost 26.4% of the population of Jaén aged between 18 and 64 consider that in the coming months there will be favourable opportunities for entrepreneurship in our province, exceeding the 23.9% of the year 2022. However, we are well below the 31% recorded in Andalusia and Spain as a whole, where there is also an increase compared to last year, in which, in general, expectations of favourable opportunities for entrepreneurship were reduced compared to 2021.

57.7% of the population of Jaén consider that they have the knowledge and skills to set up a company, exceeding the 53% in Spain, although below the 62% in Andalusia. In any case, this shows the perception that there is human capital capable of entrepreneurship. This assessment in Jaén has experienced a considerable increase from 45.2% in 2022, in line with what happened in Andalusia as a whole, which in 2022 registered 47.9%, and in Spain, which reached 46.5%.

Although it is considered that there is human capital with the knowledge and skills for entrepreneurship, the fear of failure limits the emergence of more initiatives. In both Spain and Andalusia, the percentage of the population indicating fear of failure as a limiting element for entrepreneurship is around 49%, while in Jaén it is 61.8%. Although it has decreased with respect to 68.9% in 2022, it is still significantly higher than the Andalusian and national percentages, which have decreased by around 10 percentage points with respect to 2022, while in Jaén it has decreased by 7 percentage points in the same period.

Entrepreneurial activity and business dynamics in Jaén, Andalusia and Spain.

In 2023, 10.5% of adults surveyed in Jaén expressed their intention to become an entrepreneur in the next three years, which represents an increase of 2.9 percentage points compared to 2022. However, the entrepreneurial potential of

the province is still below the national and Andalusian averages.

In 2023, the Entrepreneurial Activity Rate (TEA) in Jaén experienced an increase, reaching 5.4%, stimulated by the growth in the rate of new entrepreneurs. Nevertheless, the TEA in Jaén remains below the average levels for Spain and Andalusia.

The breakdown of the TEA by sex reveals that female participation in nascent and new business initiatives exceeds male participation, with a significant difference of 3.4 percentage points.

The evolution of the rate of nascent business in the province of Jaén follows a similar dynamic to that observed at national and regional level, experiencing an increase with respect to 2022. This growth exceeds that recorded at national level, although it does not reach that of Andalusia.

In 2023, the rate of new entrepreneurs has remained almost stable compared to the previous year, with a decrease of only 0.1 percentage points, which has allowed its share in the TEA to be maintained.

The rate of consolidated companies in Jaén has increased in 2023 compared to 2022, reaching 7.6%. However, in the same period, this rate has experienced a decrease both nationally and in Andalusia.

The rate of business abandonment has increased drastically in the year 2023 in the province of Jaén from only 0.8% in the year 2022 to 3.8%, exceeding the average value for Spain, a circumstance which had not occurred for five years.

Assessment of the factors that condition the entrepreneurial environment in Jaén

Concern about financing stands out, especially due to the scarcity of professional private investors or business angels, crowdfunding, micro-financing or public financing, with financial entities and subsidies being the main financing alternatives together with investments from friends and family.

Among the government programs, greater emphasis is urged to be placed on the temporary nature of the procedures, support for new and growing companies at state level and the completion of procedures to obtain trademark licenses.

The experts highlight the good work done by business schools and vocational, professional and continuing education systems in entrepreneurship education in Jaén. Also that there is a good transfer between science and business by the university or research centers. They consider that access to subcontractors, consultants and suppliers in the province of Jaén has worsened due to the cost of these, although the effectiveness and compliance with antitrust legislation has improved, although the ease of entry to new markets has worsened, as has the cost of entry to these markets.

Similarly, they reveal that there has been a setback in physical and service infrastructures, which shows the loss of purchasing power of companies in the province, and that there has been a slight improvement in cultural and social aspects related to entrepreneurship, although these are still at low levels.

The province of Jaén has better levels of access to finance, government policies to support entrepreneurship, school and post-school entrepreneurial education and the evaluation of research and development transfer than the average for Andalusia and Spain.

Analysis of the conditions of the entrepreneurial environment in the province of Jaén

According to the experts' assessment, the conditions of the entrepreneurial environment are improving. They consider that the context in Jaén is more favourable than in Spain as a whole, but less so than in Andalusia. Specifically, 8 of the 13 indicators analysed have improved, highlighting 'entrepreneurial education in the post-school stage', 'global government programs', 'R&D transfer between university and business', 'government policies' (entrepreneurship as a priority and its support), 'social and

cultural norms supporting entrepreneurship', as well as 'global financial support'. Entrepreneurship education at school' and 'government policies' that reduce bureaucracy and tax burden, although improving, are still the worst rated aspects.

The evaluation of the Jaén environment stands out for having a higher evaluation than the Spanish and Andalusian environments for 'entrepreneurial education and training at the post-school and school stage', 'government policies on entrepreneurship', 'environmental sustainability practices of companies' and 'overall financial support', which are above the regional and national levels.

However, the lower evaluation of 'internal market dynamics' or 'access to physical and service infrastructure' done by experts from Jaén compared to national and regional experts is particularly noteworthy.

Cuadro de indicadores

Objetivos	Indicadores	Descripción	2020	2021	2022	2023	Variación
Mayor número de emprendedores	TEA	% 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva	3,9	3,3	4,5	5,4	+
Mayor número de mujeres emprendedoras	TEA femenina	% 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva	3,4	5,2	5	5,9	+
Mayor número de empresas consolidadas	Empresas consolidadas	% 18-64 población, Sí: Actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses de funcionamiento	7,9	7,8	7,3	7,6	+
Menos número de cierres	Empresas que han cerrado	% 18-64 población, Sí: Ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses	0,2	1,4	0,8	3,8	+

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

Objetivos	Indicadores	Descripción	2020	2021	2022	2023	Variación
Apoyo financiero	Valoración del panel de expertos sobre las condiciones de acceso a la financiación por los emprendedores (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de acceso a la financiación por parte de los emprendedores	1,7	1,6	1,6	1,7	+
Imagen positiva del emprendedor	Porcentaje de población que considera que crear una empresa es una buena salida profesional	% 18-64 población, Sí: Emprender es una buena elección de carrera profesional	54,2	-	50,6	44,6	-
Imagen positiva del emprendedor	Porcentaje de población que considera que hay buena cobertura de los emprendedores en los medios de comunicación	% 18-64 población, Sí: En mi país, los medios de comunicación prestan mucha atención al fenómeno emprendedor	51,5	-	42,1	38,2	-
Mejora de programas gubernamentales	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de programas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de percepción de la situación de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas	2,3	2	1,9	2,4	+
Apoyo al emprendedor en todas las fases	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de políticas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de políticas, medidas y apoyo para creación de empresa propia	1,7	1,9	1,8	2,1	+

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

Objetivos	Indicadores	Descripción	2020	2021	2022	2023	Variación
Percepción de oportunidades de negocio	Porcentaje de la población que considera que existen buenas oportunidades de negocio	% 18-64 población, Sí: ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses	15,07	29,18	23,68	26,35	+
Detección de emprendedores potenciales	Porcentaje de la población con intención futura de emprender	% 18-64 población, Sí: Espera poner en marcha un nuevo negocio en los 3 próximos años (emprendedores potenciales)	6,4	10,3	7,6	11,2	+
Imagen del emprendedor	Valoración de la población sobre el estatus social del emprendedor	% 18-64 población, Sí: asocia un alto estatus a los emprendedores que tienen éxito	64,65	-	-	56,67	-
Reducción de trámites y plazos de tramitación	Valoración del panel de expertos sobre los impuestos, trámites y tiempo necesarios para la puesta en marcha de una empresa (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de políticas gubernamentales, titulado trámites y burocracia en la creación de una empresa propia.	1,7	1,7	1,5	1,7	-

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

Objetivos	Indicadores	Descripción	2020	2021	2022	2023	Variación
Transferencia I+D	Evaluación del nivel de transferencia de I+D (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque Transferencia Tecnológica e I+D	2.1	1.9	1,9	2,2	+
Coordinación entre instituciones	Evaluación del nivel de asistencia integral de las instituciones de promoción (valorado de 1 a 5)	Valoración de los expertos sobre si se puede obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactando con un solo organismo público.	1.9	1.6	1,6	1,9	++
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de educación y formación emprendedora en estudios de primaria y secundaria	1.6	3.1	1,4	1,7	+
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en formación profesional (FP) y universidad (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de educación y formación emprendedora en FP y universidad	2.7	4.2	2,6	2.8	+
Mejoras en formación	Valoración de la población sobre su capacidad para crear y dirigir empresas	% Tiene habilidades, conocimientos para crear una nueva empresa	51.5%	50.4%	45,2%	57,7%	+

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

Papatán

Nombre del emprendedor:

Antonio Caballero Conchillo

Nombre del Negocio:

Vermut Papatán SL

Ubicación del negocio:

Torreperogil (Jaén)

Web:

www.papatan.es

Año Lanzamiento:

septiembre 2023



Breve descripción de la empresa

Vermut Papatán SL se dedica a la elaboración de vermouth y vino naranja a partir de la variedad de uva Jaén Blanco, autóctona de la localidad de Torreperogil, una zona con gran tradición en la elaboración de vinos, "una isla de viñedos en un mar de olivos".

En poco más de un año de existencia hemos conseguido diversos reconocimientos a nivel nacional e internacional en base a las características de nuestro producto:

- Natural: una maceración en frío y lenta, permite obtener los sabores naturales de los botánicos.
- Pureza: usamos botánicos enteros o troceados, nunca molidos, lo que permite identificar cualquier impureza en los ingredientes.
- Autóctono: vino de uvas que crecen en los campos de Torreperogil y un alto porcentaje de los botánicos son autóctonos de la provincia.

- Semidulce: con menos azúcares que permiten que resalten otros matices.

¿Cómo surgió la idea?

La idea es el resultado al reto planteado de dinamizar socioeconómicamente nuestro entorno a partir de los recursos del mismo.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Emprender es una forma de relacionarse y estar en la vida, va mucho más allá del ámbito empresarial, puesto que valores como: valentía, inconformismo, la capacidad de asumir riesgos, el trabajo en equipo, persistencia... determinan mi manera de afrontar la vida en cualquier aspecto y no solo como emprendedor.

¿Cómo crees que contribuye tu negocio a tu entorno?

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

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

Las premisas eran claras en este sentido:

- En el centro de la idea estará la necesidad de generar empleo en la localidad y ofrecer a los ciudadanos recursos para no tener que abandonar su pueblo.
- Utilizar como materia prima principal los recursos que ofrecía la zona con la intención de elaborar un producto km 0.
- Enfocar la responsabilidad social corporativa al entorno más cercano sería una de las características que permite diferenciar nuestro vermouth. Por ello, la producción es en pequeños lotes realizados en un proceso artesanal muy cuidado.

¿Qué retos supone la digitalización para tu negocio?

El impacto de la digitalización en nuestra empresa se relaciona con la aplicación a dos aspectos:

La gestión administrativa y el desarrollo de la estrategia de marketing.

Úrsula Sánchez

Nombre del emprendedor:

Úrsula Sánchez

Nombre del Negocio:

Úrsula Sánchez y la Niña de Graná

Ubicación del negocio:

Torredonjimeno (Jaén)

Año Lanzamiento:

Úrsula Sáncha 2019 y 2024.
La Niña de Graná 2025



Breve descripción de la empresa

Úrsula Sánchez: es una marca con prendas confeccionadas a medida de fiesta, novia y flamenca, aunque el grueso de las ventas es destinado al sector flamenca.

LA niña de Graná: es una marca de prendas de flamenca y prendas con aire flamenco confeccionadas por talla y también de todo tipo de complementos necesarios para completar un look flamenco.

¿Cómo surgió la idea?

Úrsula Sánchez nace por el amor a la moda en general y a la moda flamenca en particular por parte de la diseñadora y CEO.

La moda flamenca, es un producto que se vende por temporada, es decir, las ventas suelen ser coincidentes con ferias y romerías que se concentran en unos 6/8 meses al año.

La Niña de Graná (LNG) surge en un principio como complementaria a Úrsula Sánchez. Es una marca con un precio más económico al ser fabricada por talla y donde no es necesaria la venta física. En LNG, damos la posibilidad de completar un look de flamenca en solo un click, ofreciendo una relación calidad/precio inmejorable.

También ofrecemos la posibilidad de vestir de flamenca sin traje de flamenca, produciendo prendas cómodas y con motivos flamencos para poder asistir a una feria o evento de la forma más cómoda posible y al mejor precio y permitiendo a su vez estrenar todos los años.

Ambas líneas de negocio van dirigidas a dos clientelas diferentes, pudiendo nutrirse la una de la otra con lo que abarcan así un abanico de clientas bastante amplio.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Emprender para mí significa poder elegir a qué dedicarme el resto de mi vida de forma vocacional. Significa libertad, lucha, sacrificio y una satisfacción indescriptible con el cumplimiento de objetivos.

¿Cómo crees que contribuye tu negocio a tu entorno?

Soy la única diseñadora que hay en Torredonjimeno y en los pueblos de alrededor, la única con tienda física y que ofrece colección, complementos y servicio de modistería.

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

No tiene un gran impacto social, lo concibo actualmente como un negocio más que presta un servicio a la comunidad innovador que anteriormente no existía en la zona. En cuanto al producto ofrecido en la tienda online, existen algunas alternativas pero tampoco existe ninguna página que ofrezca tanta variedad ni el mismo tipo de producto que el que ofrece La Niña de Graná.

¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

LNG pretende ofrecer algo que ya existía, pero con una relación calidad precio superior y con mayor oferta de productos. También ofrecemos la posibilidad de probar el producto en tienda física y en showrooms temporales en diferentes zonas o una compra online rápida para las personas que no tienen tiempo. Además, somos unas de las pocas marcas de flamenca que permitimos la devolución de los trajes en compras online.

¿Qué retos supone la digitalización para tu negocio?

Retos altos y necesarios para poder llevar a cabo las dos líneas de negocio. Sin página web y trabajo y promoción del producto en web y en RRSS no podría existir la línea de LNG. Para que ambas marcas puedan coexistir, un alto porcentaje de las ventas de esta línea debe de ser online.

Además, es necesaria la contratación de un CRM para la gestión de clientes y un ERP para el análisis de datos financiero para controlar el stock y para facturación.

FENÓMENO EMPRENDEDOR EN JAÉN

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

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

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

Las iniciativas emprendedoras surgen con la identificación de una posible oportunidad y la forma de explotarla. Estas iniciativas se incrementan cuando las condiciones del entorno son favorables para la creación de empresas. Aun así, la decisión de emprender está ligada a apreciaciones personales de los emprendedores sobre las oportunidades de emprendimiento en una

determinada zona geográfica. Hay ocasiones en las que la oportunidad de negocio no está en el entorno para ser identificada, sino que es creada por la actuación innovadora del emprendedor. Por ello no es suficiente con que el entorno favorezca la creación empresarial, sino que son los emprendedores los que han de ser conscientes de las oportunidades de emprender y percibir las de modo favorable y adecuado. Para dar respuesta a estas cuestiones, en el proyecto GEM se pregunta específicamente a la población sobre su percepción de la existencia de oportunidades para emprender.

En el año 2023, el 26,35% de la población giennense de entre 18 y 64 años valora subjetivamente que en los próximos seis meses habrá oportunidades favorables para la creación de empresas en la provincia de Jaén. Este porcentaje es inferior al porcentaje andaluz y a la media nacional, alcanzando ambas el 31%. Por ello, es posible considerar que la población giennense tiene una percepción sobre sus valores para emprender por debajo de la media regional y nacional, pero similar a otras provincias, tal como se puede apreciar en la Figura 2.

A pesar de estar por debajo de la media, se observa un aumento en la percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén en comparación con 2022 (23,9%). Esta tendencia al alza también se refleja en Andalucía (29,1%) y a nivel nacional (26%).

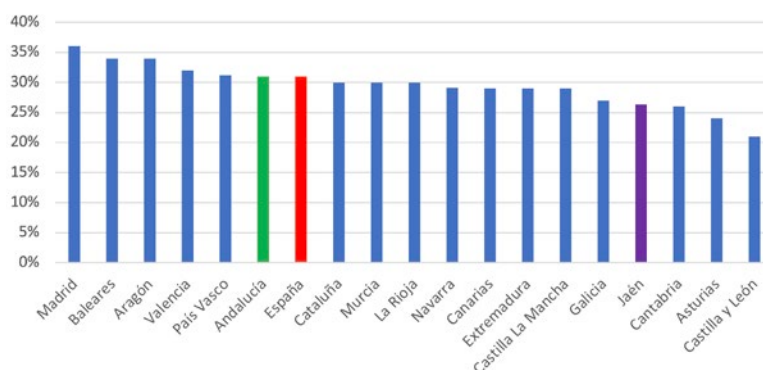


Figura 2. Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2023

Fuente: Elaboración propia.

La Figura 3 evidencia una fluctuación en la percepción de oportunidades emprendedoras en los últimos años. Tras el retroceso experimentado en 2022, los datos de 2023 indican una recuperación significativa, llegando a los niveles pre-pandemia. En 2021 la percepción de oportunidades para emprender fue del 29,2% en Jaén, 32,6 % en Andalucía y 30% en España, en 2022 hubo una disminución generalizada, en Jaén el 23,9 %, en Andalucía del 29,1% y en España del 26%. En cambio, en 2023, ha habido un incremento de dichas perspectivas, de manera que en Jaén se alcanza el 26,35% y en Andalucía y España el 31%.

Los datos revelan una notable volatilidad en la percepción de oportunidades emprendedoras en los últimos años. Tras un ligero incremento en 2021, tanto Jaén, Andalucía como España experimentaron una significativa disminución en 2022. Sin embargo, en 2023 se observa una recuperación generalizada, aunque con matices regionales, porque España supera los niveles de 2021, sin embargo, Andalucía y Jaén no logran alcanzarlos por completo.

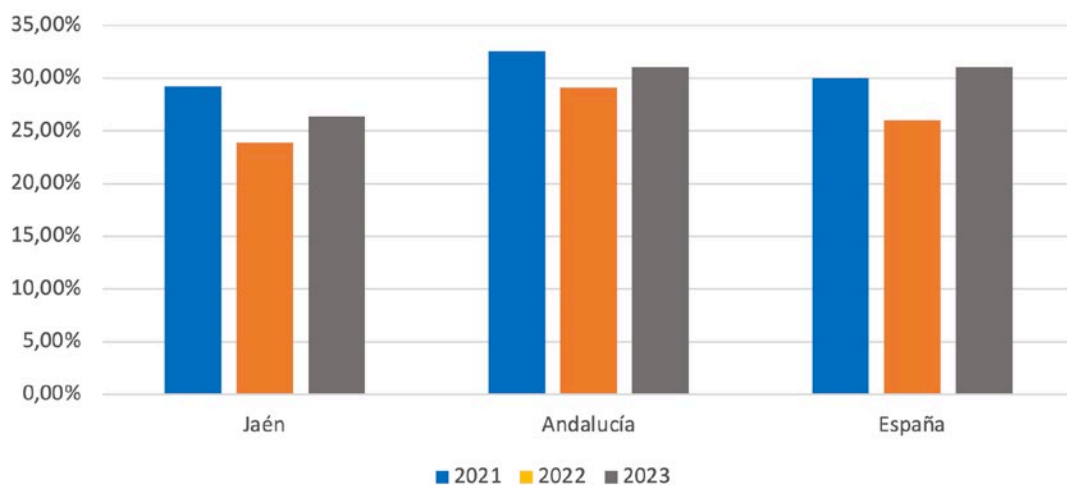


Figura 3. Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén, Andalucía y España, 2021-2023

Fuente: Elaboración propia.

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

La investigación previa sobre emprendimiento señala que resulta clave que quien emprenda disponga de los conocimientos y habilidades para ello y tenga contacto con otros emprendedores, lo que le permite disponer del capital humano y del capital social necesarios para responder a la oportunidad detectada en el entorno (Davidsson, 1995; Deverell y Olson, 2010). Para desarrollar y materializar el emprendimiento es básico que las personas conozcan y confíen en sus propias capacidades para emprender. En este sentido, estudios previos consideran que el nivel educativo de la población es un factor importante a la hora de tomar la decisión de emprender (Campbell et al. 2017).

Respecto a la percepción de la disponibilidad de capital humano para emprender en 2023, el

57,70% de la población de Jaén considera que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa. La figura 4 muestra la posición relativa de Jaén en la comparativa autonómica y nacional. La media española (53%) es inferior a la giennense (45,2%), y la andaluza es superior a ambas, al alcanzar el 62%. Esto nos conduce a afirmar que los giennenses se consideran más autoeficaces desde el punto de vista emprendedor que la media española y a la vez un poco menos que la población andaluza. Esta percepción de poseer los conocimientos necesarios para emprender ha seguido en 2023 una tendencia al alza con respecto al año anterior. A nivel nacional ha pasado del 46,5% al 53%; a nivel andaluz del 47,9% al 62% y en el caso de Jaén ha aumentado también, del 45,2% al 57,7%. La subida nacional de 4,6 puntos porcentuales se ve superada ampliamente por la andaluza (14,1 puntos porcentuales), y por la de Jaén (12,5 puntos porcentuales).

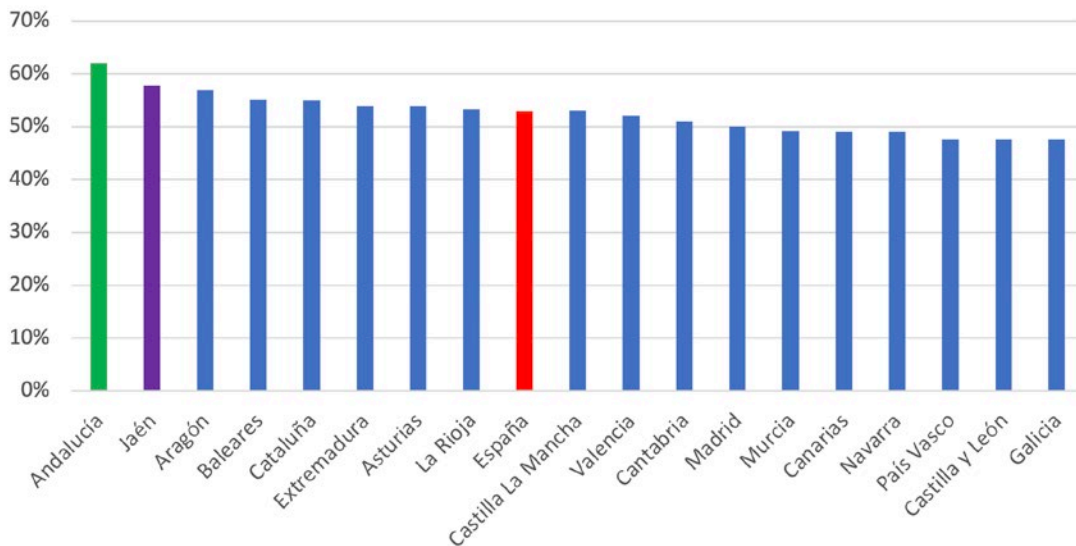


Figura 4. La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2023.

Fuente: Elaboración propia.

El miedo al fracaso, tal y como se ha contrastado empíricamente con investigaciones previas, constituye un factor que limita la decisión de emprender (Langowitz y Minniti, 2007; Minniti, 2009). El riesgo de no recuperar el dinero invertido en un nuevo negocio a menudo detiene iniciativas emprendedoras con potencial de crecimiento. En el año 2022, el 58,5% de la población española percibe que el miedo al fracaso les impediría poner en marcha un nuevo negocio, prácticamente igual que el año anterior (58,4%).

En Andalucía para el año 2022, el porcentaje de la población que indica tener miedo al fracaso como elemento limitador de un proceso de emprendimiento se sitúa en el 59,5%, aumentando muy sutilmente, apenas 6 décimas, algo más de lo que ha sucedido en el ámbito nacional. Para el caso de Jaén, el miedo al fracaso y la aversión al riesgo también son factores clave limitantes en la formación de la intención emprendedora y en la posterior implantación de la empresa. En el caso concreto de Jaén, el miedo al fracaso en 2022, como factor que frenaría a la población para el inicio de una actividad emprendedora, arroja valores superiores a los del año anterior, pasando su valor del 63% en 2021 al 68,9% en 2022. Un aumento que ha sido superior que la tendencia que ha acontecido en el caso español y andaluz. Por ello, se constata que esta percepción del miedo al fracaso es muy superior en el caso de los giennenses, 68,9%, frente al 59,5% andaluz y al 58,5% espa-

ñol. De ahí que se pueda deducir que el miedo al fracaso que puedan experimentar los giennenses sea una de las causas para que se limite su capacidad para emprender, y de ahí que estén por debajo de la media española y andaluza. Además, al preguntarles sobre las variables que les influyen en su decisión de emprender un nuevo proyecto empresarial, sigue siendo la primera determinante el miedo al fracaso con un 68,87%, seguida de las buenas opciones desde un punto de vista profesional con un 50,63% y por último el rol de los medios de comunicación con 42,03% (Tabla 7).

	2023
Miedo al fracaso	61,8%
Concepción más o menos igualitaria de la sociedad	59,7%
Estatus social y económico	56,7%
Buena opción profesional	44,6%
Rol de los medios de comunicación	38,2%

Tabla 7. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén 2023.

Fuente: Elaboración propia.

En definitiva y tal como se puede observar en la figura 5, donde se recoge la importancia comparativa del obstáculo del miedo al fracaso en relación con las distintas comunidades autónomas y ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, el valor que este indicador arroja para la provincia de Jaén, a pesar de haber bajado 7 puntos porcentuales respecto a 2022 y haber reducido su diferencial respecto a las demás, está todavía por encima del de cualquier otra Comunidad o Ciudad Autónoma española.

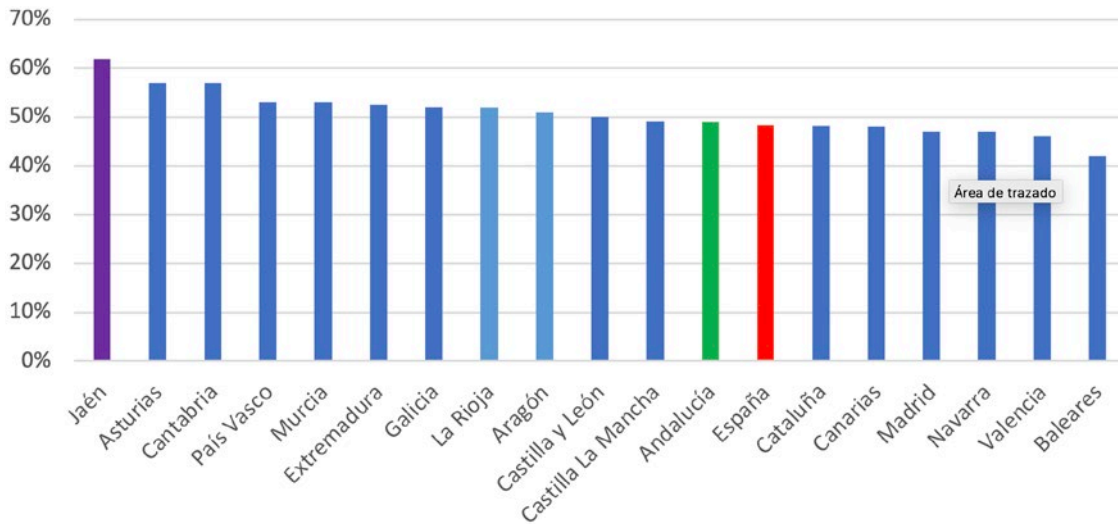


Figura 5. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2022

Fuente: Elaboración propia.

Embutidos Carchelejo

Nombre del emprendedor:

Hermanos Gonzalez Lomas

Nombre del Negocio:

Embutidos Carchelejo S.L.U.

Ubicación del negocio:

Carchelejo (Jaén)

Web: www.embutidoscarchelejo.com

Año Lanzamiento:

1ª Generación 1965 - 2ª Generación 1993



Breve descripción de la empresa

Elaboración de productos cárnicos curados y cocidos de cerdo blanco, ibérico, pavo, pollo y ternera. Nuestra empresa se encuentra certificada por los estándares internacionales de seguridad alimentaria BRC e IFS (ambas normas, BRC e IFS, son estándares internacionales que se aplican para certificar la calidad de los procesos en las empresas de alimentación). Es miembro fundador y pertenece a la Junta Directiva del Consorcio del chorizo español y se encuentra certificada por estándares del Consorcio para etiquetar la gama de chorizo que elabora y comercializa en los mercados internacionales.

La gama de productos de pavo y pollo están amparados y certificados por la marca Halal de la Junta islámica de Córdoba, lo que nos permite la comercialización de estos elaborados con la comunidad musulmana, cumpliendo con los más altos estándares de seguridad para esta exigente y creciente población.

Tenemos certificado SAE nivel 3 que nos permite la exportación a países 3º con los que hay convenio con el Reino de España para la comercialización de productos de origen animal.

La empresa tiene como misión la comercialización de elaborados cárnicos saludables y seguros para nuestros consumidores que respeten el medio ambiente y que generen valor añadido para la empresa, los empleados, los proveedores, los clientes, así como, para el entorno social donde desarrolla su actividad.

Tenemos una clara vocación internacional lo que nos hace estar presentes con nuestros elaborados en más de 30 países, suponiendo hoy un 20% de nuestra facturación.

¿Cómo surgió la idea?

La empresa fue fundada en 1965 por Bernardino González y Juana Lomas, quienes comenzaron con un modesto obrador de embutidos. El verdadero impulso y crecimiento llegaron con la incorporación de la segunda generación que no solo favoreció el desarrollo de nuevos productos, sino que también permitió la expansión comercial, abarcando todo el mercado nacional y abriendo nuevos horizontes en mercados internacionales.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Crear, innovar, desarrollar el proyecto en el que crees, ilusionar a los equipos con los que trabajas para que formen parte integrante del proyecto, compartir, crear valor y riqueza en el entorno en el que nos movemos, asumir riesgos y superar desafíos.

¿Cómo crees que contribuye tu negocio a tu entorno?

Arraigamos a las personas al territorio, diversificando la economía en el entorno rural en el que estamos, dando vida al pueblo y generando expectativas para que la población joven no tenga que marcharse a otros lugares. Compartimos valores y creamos riqueza para el municipio.

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

Respetar el entorno social y medioambiental en el que desarrollamos nuestra actividad es parte fundamental del ADN de nuestra empresa. Los consumidores buscan productos de empresas comprometidas con la sostenibilidad, con el bienestar de sus empleados, proveedores y clientes y que contribuyan a mejorar la sociedad a través de sus impuestos. Elaboramos productos con altos estándares de calidad y seguros.

El 30% de la energía que consumimos proviene de instalaciones solares sitas en las cubiertas de nuestras instalaciones. Además, tratamos las aguas residuales antes de su vertido a la red para minimizar su impacto ambiental.

Tenemos implantados planes de igualdad y de acoso en nuestra empresa que garanticen la libertad de todos nuestros trabajadores y la igualdad de retribuciones entre hombres y mujeres, canales libres de comunicación e integración de todas las personas en igualdad de condiciones.

¿Qué retos supone la digitalización para tu negocio?

Para nosotros, la digitalización representa una oportunidad y un claro ejemplo de ello es nuestra integración continua con proveedores y clientes, así como la trazabilidad en tiempo real y la información actualizada constantemente de todos nuestros procesos y operaciones.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN JAÉN, ANDALUCÍA Y ESPAÑA.

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

Este capítulo examina la actividad y la dinámica emprendedora en la provincia de Jaén durante el año 2023, analizando las distintas fases del proceso emprendedor establecidas por la metodología GEM. Se consideran las siguientes categorías: el emprendedor potencial, que son aquellas personas con intención de emprender; el emprendedor naciente, que abarca a quienes están creando una empresa y/o han pagado salarios en los últimos tres meses; el emprendedor nuevo, que incluye a quienes han creado una empresa en los últimos 42 meses; y el empresario consolidado, que hace referencia a las personas propietarias y gestoras de una empresa con más de 42 meses de antigüedad. La figura 6 recoge de forma gráfica el proceso emprendedor de la provincia de Jaén con referencia al año 2023.

Según los datos de 2023, el 10,5% de los adultos encuestados en Jaén manifestó su intención de emprender en los próximos tres años. Esta cifra representa un aumento del 2,9% en comparación con 2022, aunque sigue siendo infe-

rior a la media de Andalucía (12,75%) y de España (11,20%).

En 2023, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en Jaén experimentó un aumento, alcanzando el 5,4%, un 0,90% más, impulsada principalmente por el crecimiento de la tasa de emprendedores nacientes (3,6%). No obstante, la TEA de Jaén se mantiene por debajo de los niveles medios tanto de España (6,8%) como de Andalucía, que también se sitúa en el mismo porcentaje (6,8%). Por otro lado, la tasa de nuevos emprendedores registró un ligero descenso con respecto al año anterior estableciéndose en 1,8%, ubicándose también por debajo de la media española (2,8%) y andaluza (2,6%).

En relación con la continuidad de las empresas, se ha registrado un notable aumento en la tasa de abandono empresarial, alcanzando el 3,8%. Sin embargo, la estabilidad de las empresas consolidadas se sitúa en un 7,6%, superando tanto la media andaluza (5,7%) como la nacional (6,7%). Estos datos reflejan una mejora en la estabilidad y un mayor potencial de crecimiento para la actividad emprendedora en Jaén.

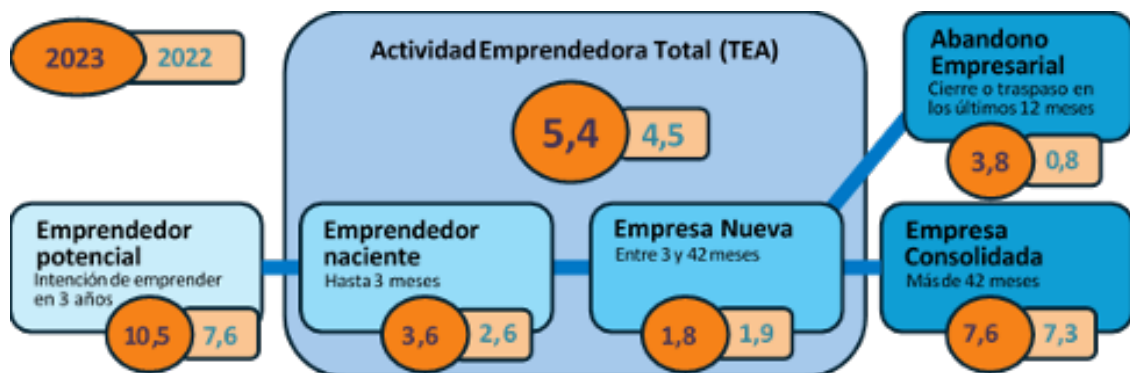


Figura 6. Proceso emprendedor en Jaén 2023.

Fuente: GEM-Jaén APS 2022 y 2023.

2.2. Potencial emprendedor

El proyecto GEM define como “emprendedor potencial” a aquella persona que expresa la intención de crear una empresa. En el marco de una encuesta dirigida a la población adulta (de 18 a 64 años), cuyo objetivo es caracterizar a los emprendedores y analizar los factores que influyen en la creación de empresas, se formula la siguiente pregunta: “¿espera usted crear una empresa en los próximos 3 años?”.

Los resultados obtenidos en Jaén durante 2023 indican que el 10,5% de la población encuestada se considera emprendedor potencial. Este porcentaje se encuentra por debajo de la media nacional (11,2%) y andaluza (12,7%). Sin embargo, destaca un aumento de 2,9 puntos porcentuales respecto a 2022 en la provincia de Jaén, superando los incrementos registrados a nivel andaluz (2,3 puntos) y nacional (1,8 puntos)

La Figura 7 muestra la evolución del porcentaje

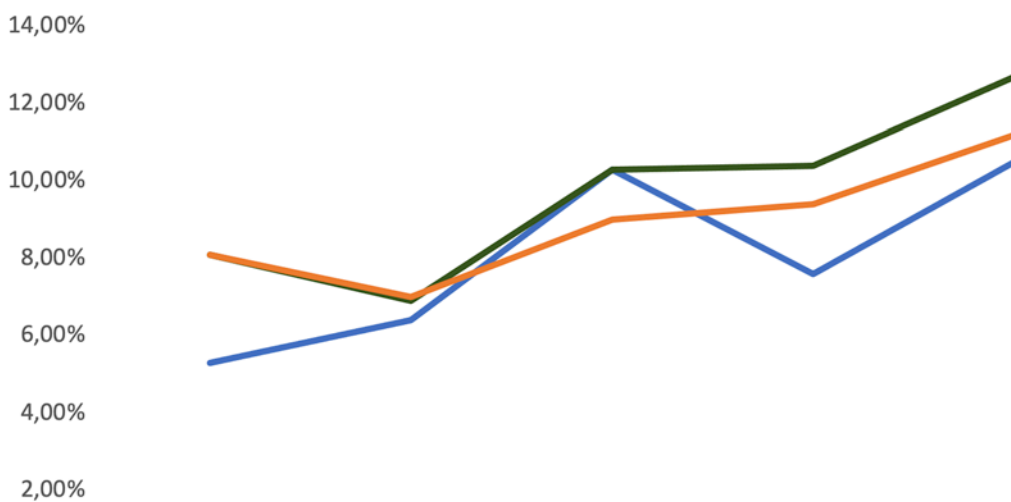


Figura 7. Evolución del potencial emprendedor de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2023

Según el informe GEM de España, en 2023, las comunidades autónomas de Valencia, Cataluña, Andalucía, Canarias e Islas Baleares superaron la media nacional de la tasa de emprendedores potenciales (11,10%), tal y como se desprende de la Figura 8. Esta mayor tasa es posible atribuirla a una percepción más favorable del emprendimiento como salida profesional en estas regiones. Tal situación podría impulsar un aumento en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) y en el número de empresas consolidadas en 2024 y

de adultos que prevén emprender en los próximos tres años. En los tres ámbitos territoriales analizados, la tendencia es similar: una caída significativa en 2020 debido al impacto del Covid-19, seguida de una notable recuperación en 2023, que supera los niveles previos a la pandemia y se extiende de manera generalizada. La única excepción a este patrón de crecimiento se observa en 2022, cuando se registra un leve estancamiento en España y Andalucía, aunque de forma más pronunciada en Jaén. La dinámica de la intención emprendedora en la provincia de Jaén revela que la población local es más sensible a los factores ambientales al considerar la posibilidad de emprender.

Tanto en Jaén como en España y Andalucía, la tasa de emprendedores potenciales ha aumentado en comparación con el año anterior. Este incremento sugiere que podríamos esperar una mayor tasa TEA en los próximos años, un efecto que ya empieza a observarse en este año.

en los años siguientes, aunque este efecto no se manifestará de inmediato. Por el contrario, comunidades como el País Vasco, La Rioja, Navarra y Cantabria registran tasas de emprendedores potenciales inferiores al 6,5%, por debajo de la media nacional, lo que indica una visión menos positiva del emprendimiento en esas zonas. En el caso de la provincia de Jaén, su tasa se aproxima a la media nacional, aunque sigue siendo inferior a la de Andalucía.

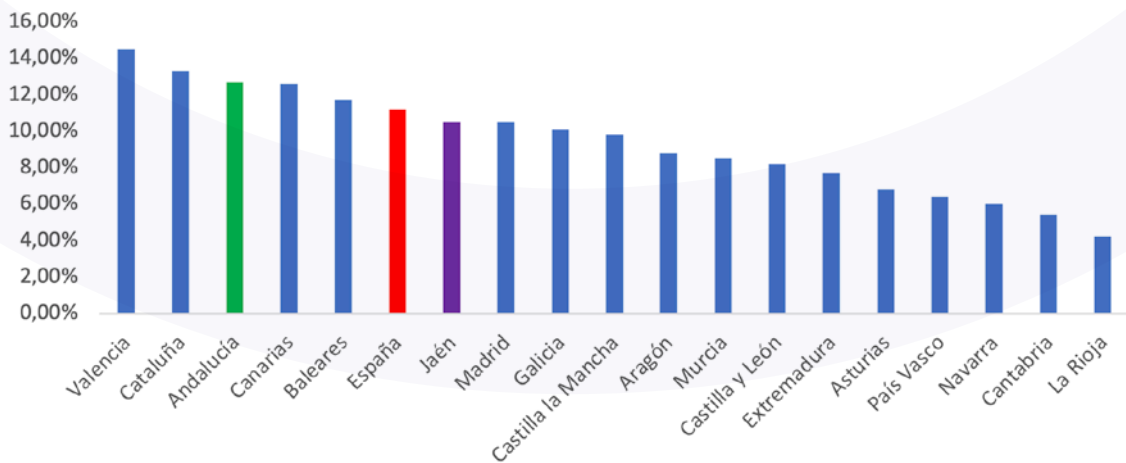


Figura 8. Emprendedores potenciales en las regiones españolas 2023.

Fuente: GEM Andalucía y GEM España APS 2023

2.3. Tasa de actividad Emprendedora (TEA)

La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) es un indicador que mide las iniciativas empresariales con una antigüedad inferior a tres años y medio, abarcando tanto a las empresas nacientes (con menos de tres meses de existencia) como a las nuevas (de entre tres y cuarenta y dos meses). La Figura 9 muestra la evolución de la TEA en Jaén, comparándola con las de Andalucía y España.

En 2023, la tasa en Jaén alcanzó el 5,4%, lo que representa un aumento de 0,9 puntos porcentuales en comparación con el año anterior. Este incremento se explica por el crecimiento en el número de emprendedores nacientes. Con este avance, Jaén se acerca a los niveles de 2019 (5,7%), previos a la crisis de 2020 y 2021. No obstante, a diferencia

de lo que ocurre a nivel nacional y en Andalucía, Jaén aún no ha superado los valores registrados antes de la pandemia.

Como se ilustra en la Figura 10 el porcentaje de emprendedoras creció en todas las fases del proceso emprendedor en comparación con 2022, registrando un aumento de 1 punto porcentual en la TEA. Por el contrario, el porcentaje de emprendedores experimentó una leve disminución con respecto al año anterior. Este cambio resulta positivo en términos de la participación femenina en la creación de empresas nacientes y nuevas, lo que amplía la brecha de género en el emprendimiento potencial a favor de las mujeres, mientras que la tasa de participación masculina disminuye en 1,42 puntos.

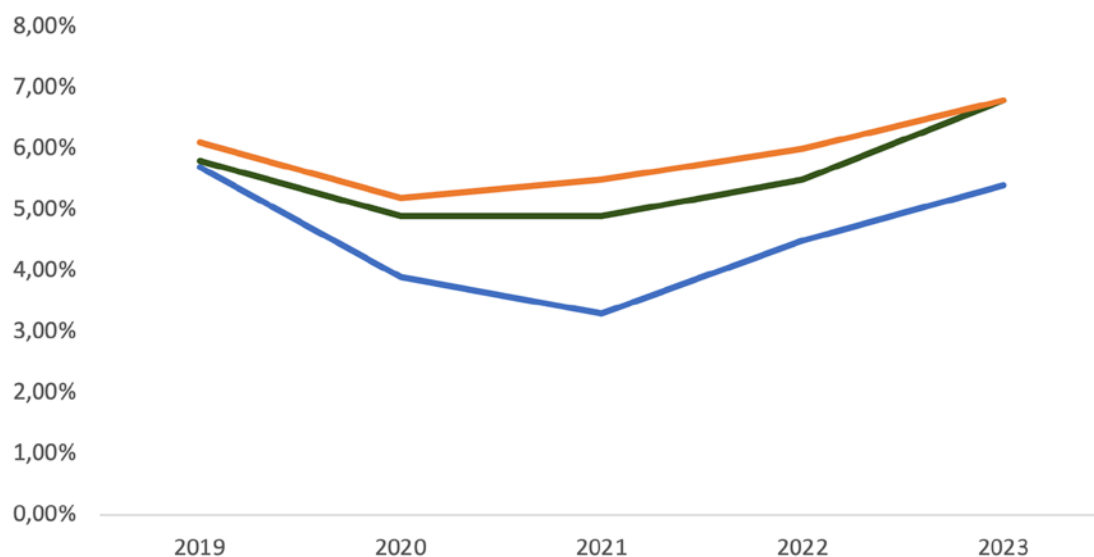


Figura 9. Evolución de la TEA de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023.

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

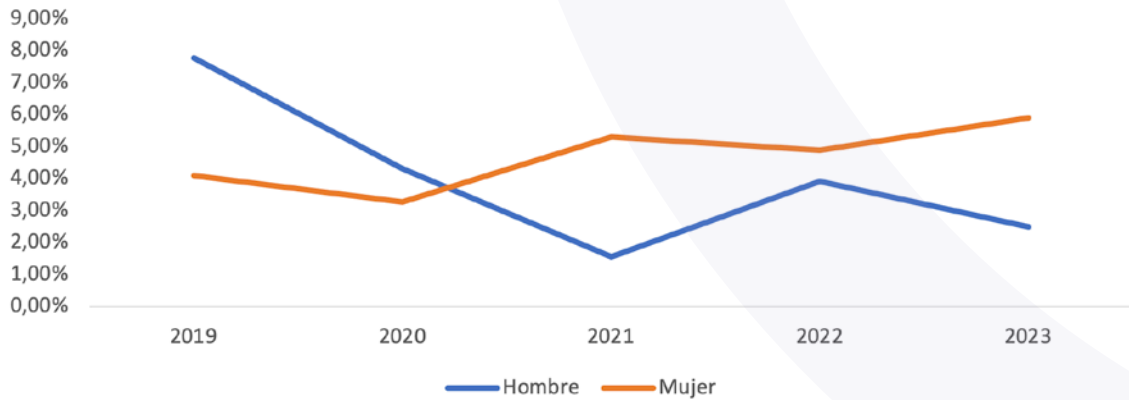


Figura 10. Evolución TEA en función del género Jaén 1999-2023.

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

La evolución de la TEA desglosada por sexos ha mostrado diferencias según los distintos ámbitos geográficos del estudio GEM. En Jaén, la participación femenina en la TEA ha aumentado en 2023 (Tabla 8), mientras que a nivel andaluz la distribución de participación entre hombres y mujeres es casi equitativa, con un 6,9% de hombres frente al 6,7% de mujeres. En el ámbito nacional, las diferencias son más pronunciadas, ya que la TEA femenina se sitúa en un 6,1%, mientras que la masculina alcanza el 7,5%.

	TEA 2022		TEA 2023	
	Mujer (%)	Hombre (%)	Mujer (%)	Hombre (%)
Jaén	4,9	3,9	5,9	2,5
Andalucía	5,2	6,7	6,7	6,9
España	5,9	6,0	6,1	7,5

Tabla 8. TEA en función del género 2022-2023.

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

La TEA nacional en 2023 presenta diferencias notables entre regiones (Figura 11). Baleares, Valencia y la Comunidad de Madrid encabezan la actividad emprendedora, con valores superiores al promedio nacional de 6,8%. Un segundo grupo, que incluye a Cataluña, Castilla-La Mancha y Andalucía, también se sitúa por encima de la media española. En contraste, Jaén se encuentra por debajo de dicho promedio, mientras que Asturias, Canarias y La Rioja registran las tasas más bajas.

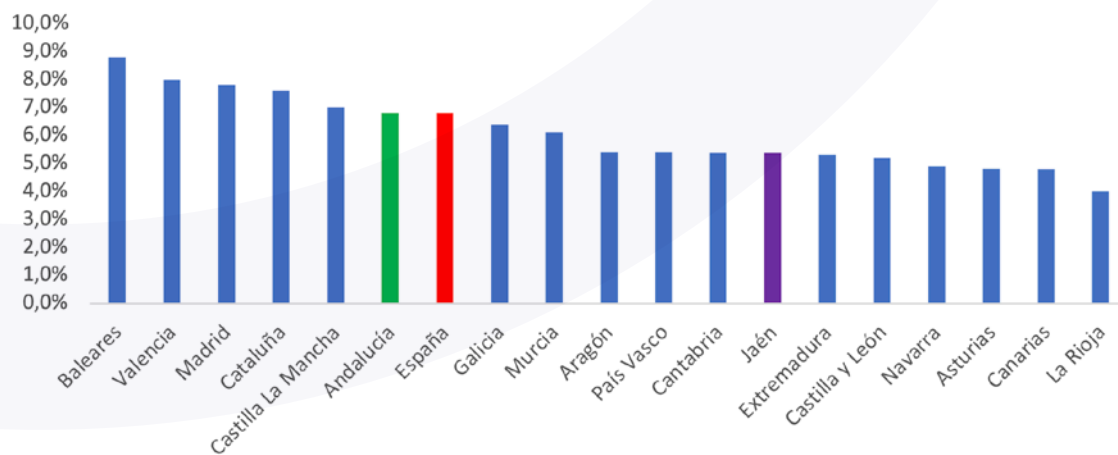


Figura 11. TEA de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2023

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

2.4. Empresas Nacientes

Dentro del estudio del emprendimiento, el proyecto GEM establece un marco de referencia compuesto por cuatro etapas que abarcan el ciclo de vida de una empresa (ver Figura 12). La fase inicial, conocida como “empresa naciente”, es clave y forma parte del cálculo de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA). Se considera empresa naciente a aquella cuya antigüedad no supera los tres meses desde el inicio de sus actividades.

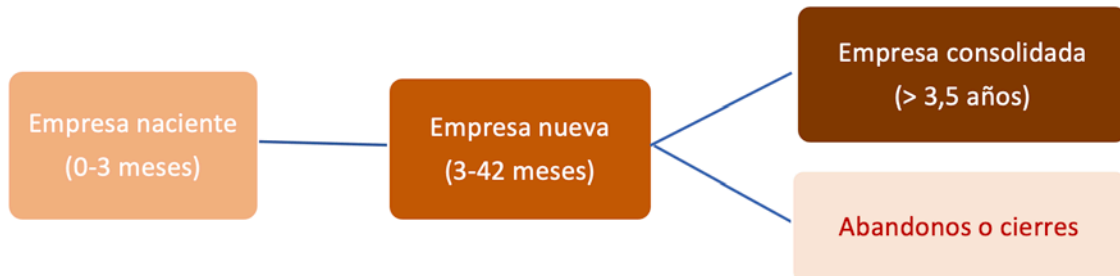


Figura 12. Etapas de la empresa en el proceso emprendedor (meses de actividad).

Fuente: Elaboración propia.

La evolución de la tasa de empresas nacientes en la provincia de Jaén sigue una dinámica similar a la observada a nivel nacional y autonómico, experimentando un aumento respecto a 2022 (Figura 13). Aunque este incremento es inferior al de Andalucía, supera al registrado en el conjunto de España. Cabe recordar que, en 2022, la tasa de empresas nacientes en Jaén era relativamente baja (2,6%) en comparación con el resto de España. El aumento al 3,6% en 2023 representa una mejora significativa aunque la provincia aún se sitúa por debajo de las tasas de España (4%) y Andalucía (4,2%).

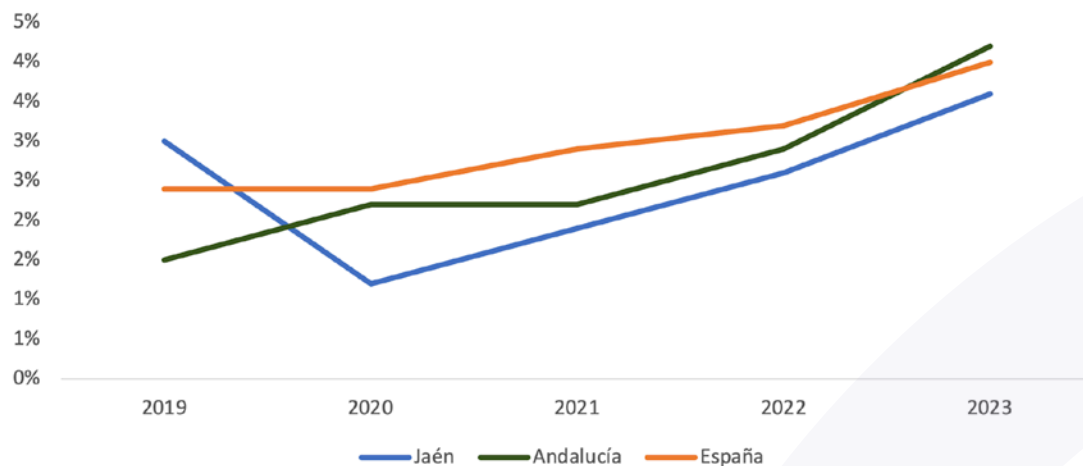


Figura 13. Evolución de las iniciativas nacientes de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

2.5. Empresas Nuevas

Una empresa nueva es aquella que ha dejado de ser naciente, ya que ha superado los tres primeros meses de actividad en el mercado pero que, aún, no ha alcanzado los 42 meses de funcionamiento. Es decir, son empresas cuya antigüedad oscila entre los 3 y los 42 meses. En 2023 la tasa de empresas nuevas en la provincia de Jaén experimentó una leve disminución de 0,1 puntos (Figura 14). Lo mismo ocurrió en Andalucía y en España, donde las tasas de empresas nuevas también se redujeron en 0,1 puntos, alcanzando el 2,60% y el 2,80%, respectivamente. Las tasas de Andalucía y España son bastan-

te similares mientras que la de Jaén es inferior a ambas, situándose en el 1,80%.

En los últimos cinco años la evolución de este indicador en la provincia de Jaén ha seguido una tendencia similar a la observada a nivel nacional. Por el contrario, En Andalucía, tras la caída experimentada en 2020, el indicador se mantuvo estable en los años posteriores, aunque en 2023 sufrió una ligera disminución. En Jaén el número de empresas nuevas disminuyó drásticamente durante los años 2020 y 2021, repuntando en 2022. Sin embargo, en el último período de análisis, experimentó una leve caída, situándose en el 1,8%.

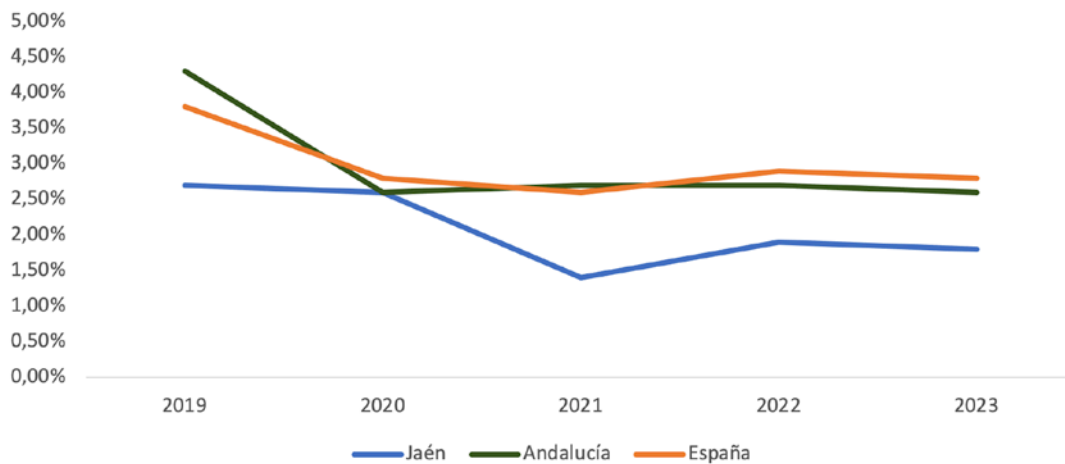


Figura 14. Evolución de las empresas nuevas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

2.6. Empresas consolidadas

En el marco del análisis de la actividad emprendedora, también se examinan las empresas consolidadas, definidas como aquellas que cuentan con más de tres años y medio de actividad económica (Figura 15).

Desde 2019 la dinámica de consolidación empresarial en Jaén, Andalucía y España ha seguido una tendencia similar, aunque Jaén destaca

por superar las tasas nacionales y autonómicas. En 2023 la tasa de consolidación en Jaén alcanzó el 7,6%, superando considerablemente el 5,7% de Andalucía y el 6,7% de España. Al comparar estos datos con las cifras de empresas consolidadas de 2022, se observa que en Jaén el proceso de consolidación de nuevas empresas es más sólido en comparación con el resto de su entorno geográfico.

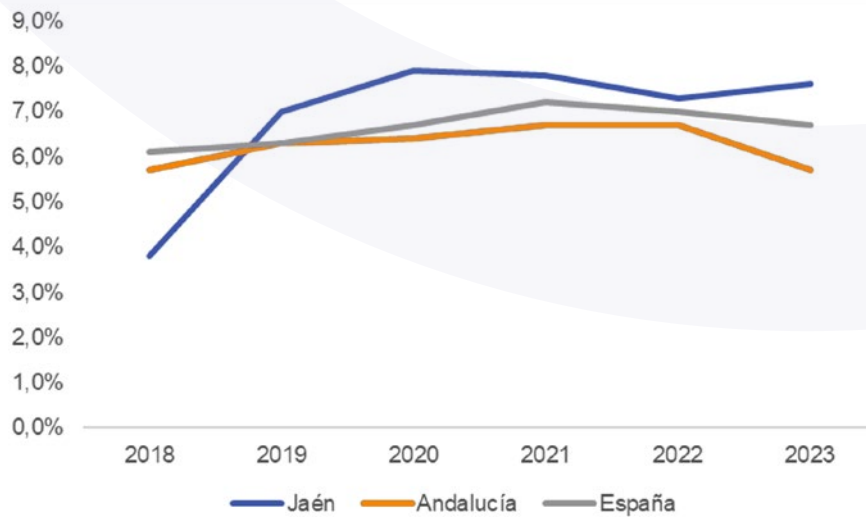


Figura 15. Evolución de las empresas consolidadas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

Al ampliar el análisis a las comunidades autónomas en 2023 (Figura 16), se observa que Baleares lidera la tasa de consolidación empresarial, seguida por Navarra, la Comunidad de Madrid, Aragón y Asturias. En el extremo opuesto, las comunidades con las tasas más bajas son Canarias, la Comunidad de Murcia y Castilla-La

Mancha. Jaén se encuentra a menos de un punto porcentual de las comunidades que lideran el proceso en España, con la excepción de Baleares, que experimentó un crecimiento exponencial de esta tasa en 2023. Es importante señalar que no se disponen de datos de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

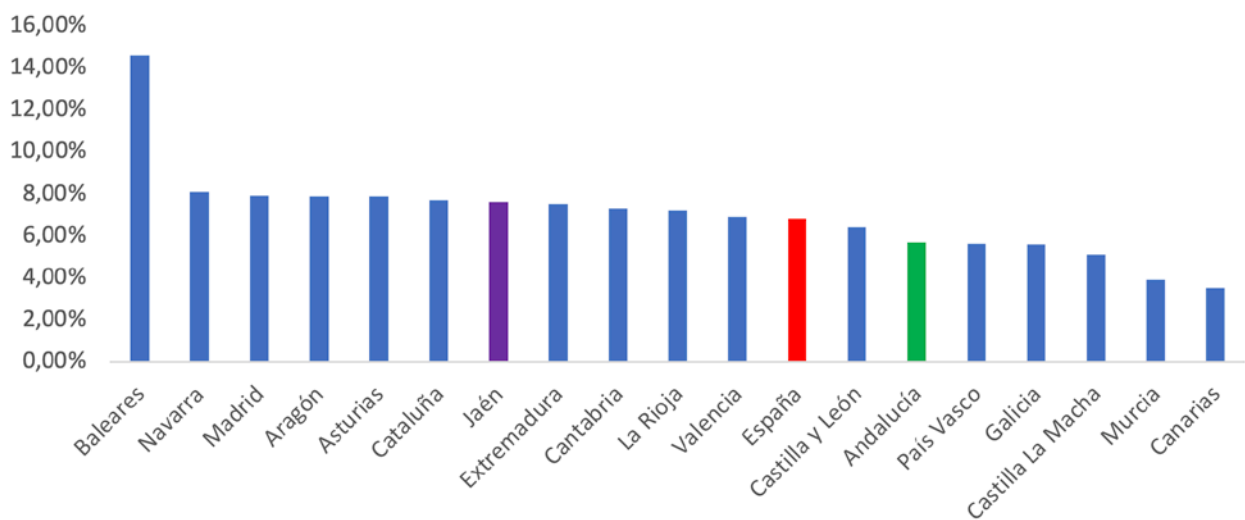


Figura 16. Empresas consolidadas, posicionamiento de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2023

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

2.7. Tasa de abandono empresarial

La tasa de abandono de la actividad empresarial, entendida como el porcentaje de adultos que han cerrado o dejado un negocio en los últimos 12 meses, constituye el último de los indicadores clave del proceso emprendedor.

En 2023 el 3,8% de las personas en Jaén aban-

donaron sus negocios, lo que representa un aumento significativo de 3 puntos porcentuales en comparación con el año anterior. Durante los tres años previos, la provincia había mostrado tasas de abandono bajas, inferiores a las registradas a nivel nacional y autonómico (Figura 17). Un ejemplo de ello es 2021, en plena crisis sanitaria de la COVID-19, cuando

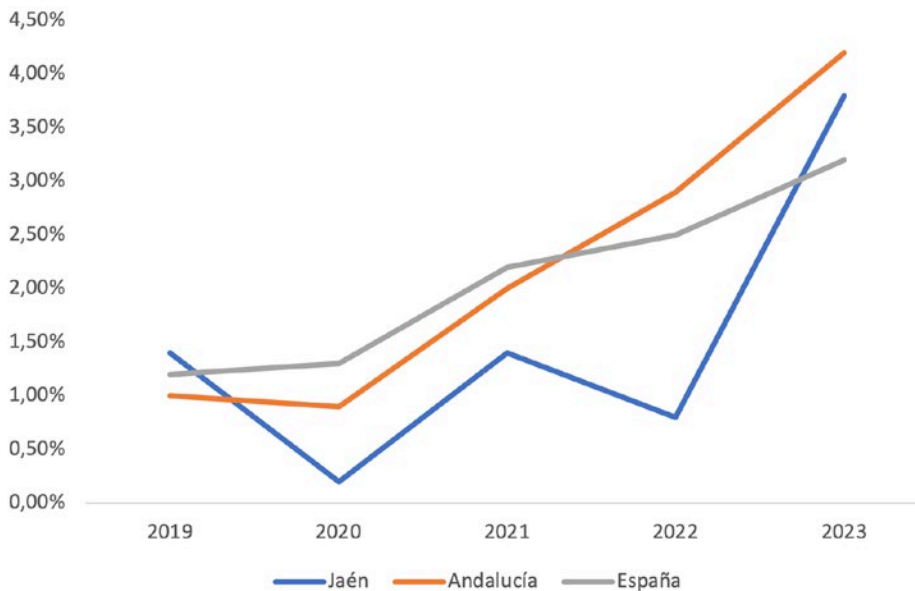


Figura 17. Tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España periodo 2019-2023.

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

la tasa de abandono fue apenas del 0,20%. Sin embargo, esta tendencia favorable se revirtió en 2023, lo que refleja un cambio negativo para la provincia.

A nivel nacional la tasa de abandono empresarial en 2023 se situó en el 3,2%, experimentando un aumento respecto a años anteriores. En Andalucía esta tendencia al alza es aún más pronunciada, con una tasa del 4,2%, superando el valor nacional, situado en un 3,2%. Esta cifra coloca a Andalucía, como se muestra en la Figura 18, junto con Canarias, Baleares y la Comunidad de

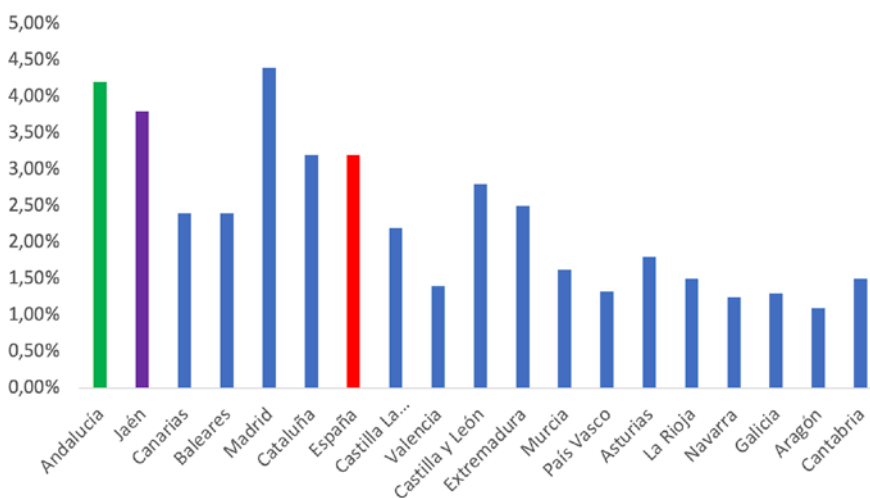


Figura 18. Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2023

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2019-2023

Madrid, entre las comunidades autónomas con las tasas de abandono más altas. El estudio a nivel nacional revela un incremento generalizado de esta tasa en la mayoría de las comunidades autónomas, con la excepción de las ubicadas en la cornisa cantábrica. No se disponen de datos para las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Miólnir Cybersec

Nombre del emprendedor:

Álvaro Solás Lara

Nombre del Negocio:

Miólnir Cybersec SL

Ubicación del negocio:

Linares, concretamente en la Incubadora de Empresas Tecnológicas. Campus Científico Tecnológico.

Año Lanzamiento:

noviembre de 2023



Breve descripción de la empresa

Miólnir Cybersec es una consultora de ciberseguridad, que tiene como misión la de salvaguardar los activos críticos de nuestros clientes y garantizar la continuidad de sus operaciones en un entorno cada vez más complejo y amenazante. Nos comprometemos a brindar servicios en los ámbitos de seguridad de la información, como sistemas de gestión y cumplimiento legal (GRC), integraciones técnicas, formación y concienciación, respuesta ante incidentes, análisis forense y peritaje informático de la más alta calidad, respaldados por un equipo de expertos altamente capacitados y preparados.

Nos esforzamos en comprender las necesidades y casuística de cada cliente para poder ofrecer servicios y soluciones personalizadas y ajustadas que aborden sus necesidades. Trabajamos en estrecha relación con nuestros clientes para identificar, mitigar y prevenir todas las amenazas a las

que se enfrentan y están expuestos como ataques de malware, intrusiones, multas por incumplimientos, etc.

Estamos comprometidos en mantenernos a la vanguardia de las últimas noticias, tendencias y tecnologías en materia de ciberseguridad, con el objetivo de asegurar que nuestros clientes estén protegidos contra las constantes amenazas emergentes.

¿Cómo surgió la idea?

Miólnir nace como marca en el año 2020 en plena pandemia del Covid-19, sobreviviendo a la misma, hasta que en 2023 y tras la unión de varios profesionales del sector de la ciberseguridad, se crea Miólnir Cybersec S.L. para impulsar la marca resiliente y aumentar su presencia en el sector, así como sus capacidades en diferentes ámbitos como el gobierno de la seguridad, el cumplimiento normativo, la formación y concienciación, los servicios de respuesta ante incidentes y la protección de las organizaciones desde un punto de vista cercano gracias a la unión de la experiencia de sus cuatro socios.

Miólnir Cybersec emerge como una empresa vibrante y ágil en el panorama empresarial con un objetivo claro: proporcionar servicios de vanguardia en el campo de la seguridad informática a empresas y entidades gubernamentales de todas las escalas, tanto a nivel nacional como internacional.

Nuestro compromiso va más allá de la mera prestación de servicios, nos esforzamos por democratizar el acceso al mundo digital, asegurando que incluso las organizaciones de menor envergadura o con recursos limitados puedan beneficiarse de nuestra experiencia y soluciones.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí significa tener libertad y la capacidad de crear.

Cuando hablo de libertad, me refiero a que puedo dedicarme a lo que más me gusta y hacerlo donde quiera y con quien quiera.

Cuando hablo de crear, es que puedo generar riqueza, aportando a mi alrededor a mi tierra, y que mejor sitio que en Jaén.

¿Cómo crees que contribuye tu negocio a tu entorno?

Miólnir Cybersec contribuye a la provincia de Jaén de diversas maneras, enfocándose en impulsar la seguridad digital, el desarrollo económico y la innovación tecnológica.

- Miolnir ayuda a las empresas de Jaén a proteger sus sistemas y datos frente a ciberataques, lo que garantiza la continuidad de sus operaciones y fortalece la confianza en los negocios digitales.

- La empresa tiene como objetivo la creación de oportunidades laborales en el ámbito tecnológico, fomentando la contratación de talento local y formando profesionales en áreas clave como ciberseguridad, análisis de riesgos y desarrollo tecnológico.

- Miolnir organiza talleres, cursos de sensibilización en ciberseguridad dirigidos a empresas, instituciones educativas y ciudadanos de Jaén. Esto eleva el nivel de conocimiento sobre la importancia de la seguridad digital en la región

proyectar el nombre y la tradición del vino de Torreperegril al resto del país.

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

El impacto social y medioambiental se está consolidando como un pilar fundamental para Miolnir Cybersec por lo que desde la empresa se realizan las siguientes acciones.

- Reducción de la huella de carbono: Implementamos medidas para minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones tecnológicas. Utilizamos servidores y servicios en la nube eficientes desde el punto de vista energético, lo que nos permite reducir el consumo de electricidad y las emisiones asociadas. Además, fomentamos el teletrabajo y las reuniones virtuales como alternativas a los desplazamientos, contribuyendo así a la disminución de nuestra huella de carbono.

- Ciberseguridad ética: Adoptamos prácticas éticas en todas nuestras soluciones, garantizando que no solo protejan a las empresas, sino que también respeten los derechos de los usuarios y fomenten el uso responsable de la tecnología. Además, trabajamos únicamente con proveedores que cumplen estrictos estándares de sostenibilidad y responsabilidad social, asegurando que toda nuestra cadena de valor esté alineada con nuestros principios.

- Colaboración con el tejido empresarial local: Apoyamos activamente a las empresas de la región en su proceso de transformación digital, asegurando-

nos de que adopten tecnologías de manera segura y sostenible.

- Concienciación medioambiental: Promovemos en nuestra organización una cultura de respeto por el medio ambiente. Hemos implementado prácticas como el reciclaje en nuestras oficinas, la reducción del uso de papel mediante la digitalización de procesos y la optimización de recursos tecnológicos para alargar su vida útil. Estas acciones están diseñadas para minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones diarias.

Además, colaboramos con la asociación medioambiental AMECO: <https://asociacionameco.org/>

¿Qué retos supone la digitalización para tu negocio?

La digitalización plantea importantes retos para Miolnir Cybersec, tales como el aumento de las ciberamenazas, que nos exige innovar constantemente para protegernos tanto a nosotros como a nuestros clientes, y la rápida evolución tecnológica, que requiere integrar herramientas avanzadas como la inteligencia artificial. También enfrentamos la escasez de talento especializado, el cumplimiento de normativas cambiantes y la gestión segura y ética de grandes volúmenes de datos.

Además, debemos concienciar a las empresas sobre la importancia de la ciberseguridad en su transformación digital, competir en un mercado global y resolver la integración de sistemas antiguos. Superar estos desafíos demanda innovación, formación continua y un enfoque proactivo para adaptarnos a un entorno digital en constante cambio.

VALORACIÓN DE LOS FACTORES QUE CONDICIONAN EL ENTORNO DEL EMPRENDEDOR EN JAÉN

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

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

Por lo general, el ecosistema emprendedor es configurado por un grupo interconectado de personas emprendedoras (potenciales, nuevos, nacientes y consolidadas), de agentes financiadores (empresas, capital riesgo, business

angels, bancos), y de organizaciones promotoras (universidades, agencias del sector público) asociadas a la diversidad de iniciativas emprendedoras (social, inclusivo, alto potencial de crecimiento, serial) y con una orientación de generar valor en el territorio (Mason y Brown, 2014).

Considerando este marco conceptual, el proyecto GEM facilita el diagnóstico de una serie de condiciones del entorno vinculadas a la actividad emprendedora a través de la opinión de un grupo de expertos (cuestionario NES) que son encuestados anualmente. Metodológicamente, en la edición GEM Jaén 2024, participaron 36 expertos jiennenses clasificados en función de su representatividad en cada una de las condiciones del entorno consideradas.

Específicamente, GEM analiza nueve dimensiones del entorno (Figura 19): apoyo financiero; políticas gubernamentales; programas gubernamentales; educación y formación emprendedora; transferencia de I+D; infraestructura comercial y profesional; apertura del mercado interno; infraestructura física y de servicios; y normas sociales y culturales. Para ello utiliza como instrumento de recogida de información un cuestionario que se somete a la opinión de los expertos anteriormente citados.



Figura 19. Dimensiones del ecosistema emprendedor analizadas por GEM 2023

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

Por último, se les plantea que reflexionaran sobre propuestas que a su juicio serían recomendables para fortalecer el contexto emprendedor provincial. La encuesta de expertos se realizó entre los meses de junio y julio del año 2024.

A partir de la edición del año 2019 se incorporó un nuevo indicador que mide de manera sintética la bondad del entorno para facilitar el proceso emprendedor, se trata del indicador denominado NECI o Índice de Contexto de Emprendimiento, su valor representa el promedio de las valoraciones que realizan los expertos de los distintos ámbitos del entorno territorial. En este capítulo se realiza un análisis sobre cada uno de los factores, así como de su evolución en los últimos años.

3.1. Financiación

Todos los emprendedores y empresas necesitan recursos financieros para poder iniciar y consolidar sus proyectos empresariales, por lo que recurren a diferentes fuentes de financiación (créditos bancarios, business angels, crowdfunding, subvenciones públicas, entidades de capital riesgo, programas de microcréditos, etc.) para conseguir los recursos necesarios para llevarlos a cabo. Para el caso concreto de Jaén, se observa en la Figura 20 que, en 2023, la principal fuente de financiación de los emprendedores fueron las subvenciones públicas destinadas a nuevas empresas o en crecimiento. Sin embargo, las empresas no disponen de suficientes recursos económicos propios para iniciar su proyecto emprendedor y tampoco consideran que haya suficiente oferta para financiarse de recursos provenientes de asociaciones profesionales de business angels, ni de entidades de capital riesgo, Crowdfunding, micro financiación u oferta pública de financiación. Por lo que se evidencia que existen deficiencias en ofertas de nuevas formas de financiación tipo crowdfunding o de naturaleza análoga, así como tampoco se considera la salida a bolsa de una empresa como recurso de autofinanciación.

Según dicho gráfico los expertos consultados consideran como segunda opción de fuente de financiación a través de programas públicos de subvenciones (2,1), siendo los préstamos de entidades financieras privadas la primera opción de financiación (2,2).

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



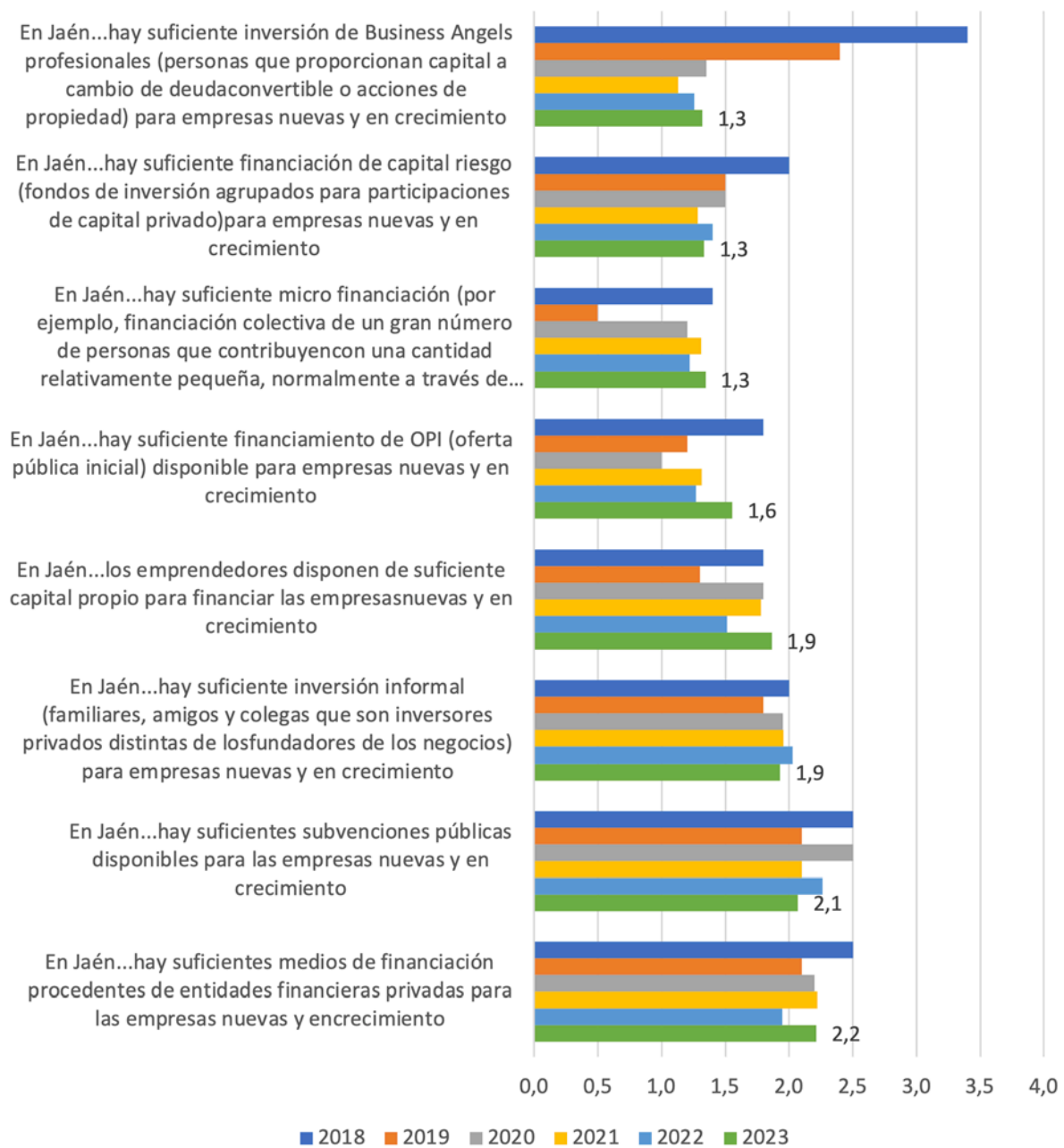


Figura 20. Financiación del proceso emprendedor en Jaén 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

Comparando con los estudios anteriores, en opinión de las personas consultadas, el modelo de financiación de los procesos de emprendimiento empresarial en la provincia de Jaén, apenas ha sufrido cambios en los últimos tres años y se consolida la opinión de que las fuentes financieras proceden fundamentalmente

de subvenciones públicas y de la financiación bancaria, convirtiéndose estas en las preferidas para la captación de financiación, consolidándose de este modo la tendencia a la disminución de la creación de negocios mediante aportación de fondos propios que acontece desde 2018.

No obstante, como valoración es posible resaltar que en Jaén no existen amplias posibilidades de financiación para las personas que desean iniciar procesos de emprendizaje, ya que todas las fuentes de financiación están por de-

bajo de 2,5. Sin embargo, los agentes entrevistados en 2023 sí creen que hay facilidad para acceder a servicios de apoyo financiero a un coste razonable y obtener financiación ajena a través de entidades financieras.

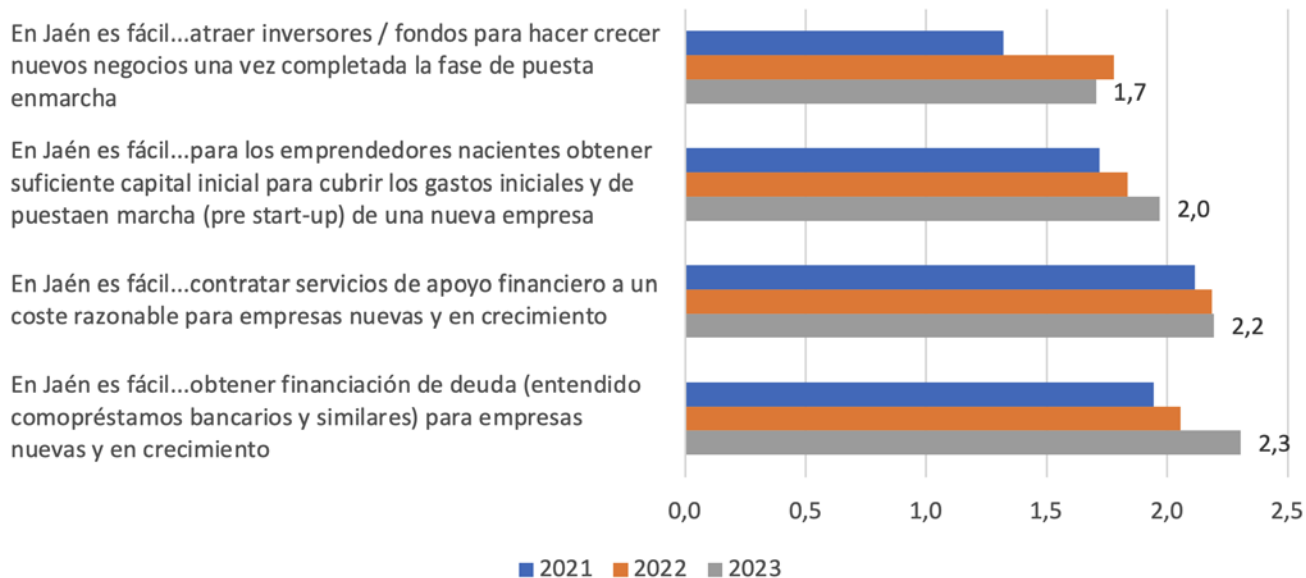


Figura 21. Apoyo financiero en Jaén 2021-2023

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al apoyo financiero (Figura 21) los expertos consideran que se ha incrementado con respecto al año 2021 a pesar de seguir exhibiendo niveles muy bajos (menores a 2,5).

3.2. Políticas gubernamentales

Según las respuestas del panel de expertos de 2023 (Figura 22), en Jaén las políticas gubernamentales están centradas en el registro de nuevas empresas a un coste razonable (2,4) y en el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento (2,2). Sin embargo, se tendría que hacer mayor hincapié en la temporalidad para realizar los trámites, al apoyo a empresas nuevas y en crecimiento a nivel estatal y a la realización de los trámites para conseguir las licencias de marca (1,2).

Según el criterio de los expertos y emprendedores, destaca para datos de 2023 el apoyo a empresas y emprendimiento como política gubernamental, con una puntuación de 2,3 que, a pesar de la

subida con respecto a años anteriores, sigue siendo una valoración muy mejorable. La coherencia de los impuestos y tasas que son aplicados por la creación de empresas o el crecimiento de las existentes, así como la barrera que estos supondrían a la hora de crear la empresa solo alcanza el 2, que no favorece al emprendimiento.

En general, se puede observar que cualquier valoración está por debajo de 3 por lo que no tenemos políticas gubernamentales que estén ayudando a la creación de tejido empresarial en nuestra provincia, ni siquiera mediante licitaciones las cuales alcanzan el 1,8 de valoración.

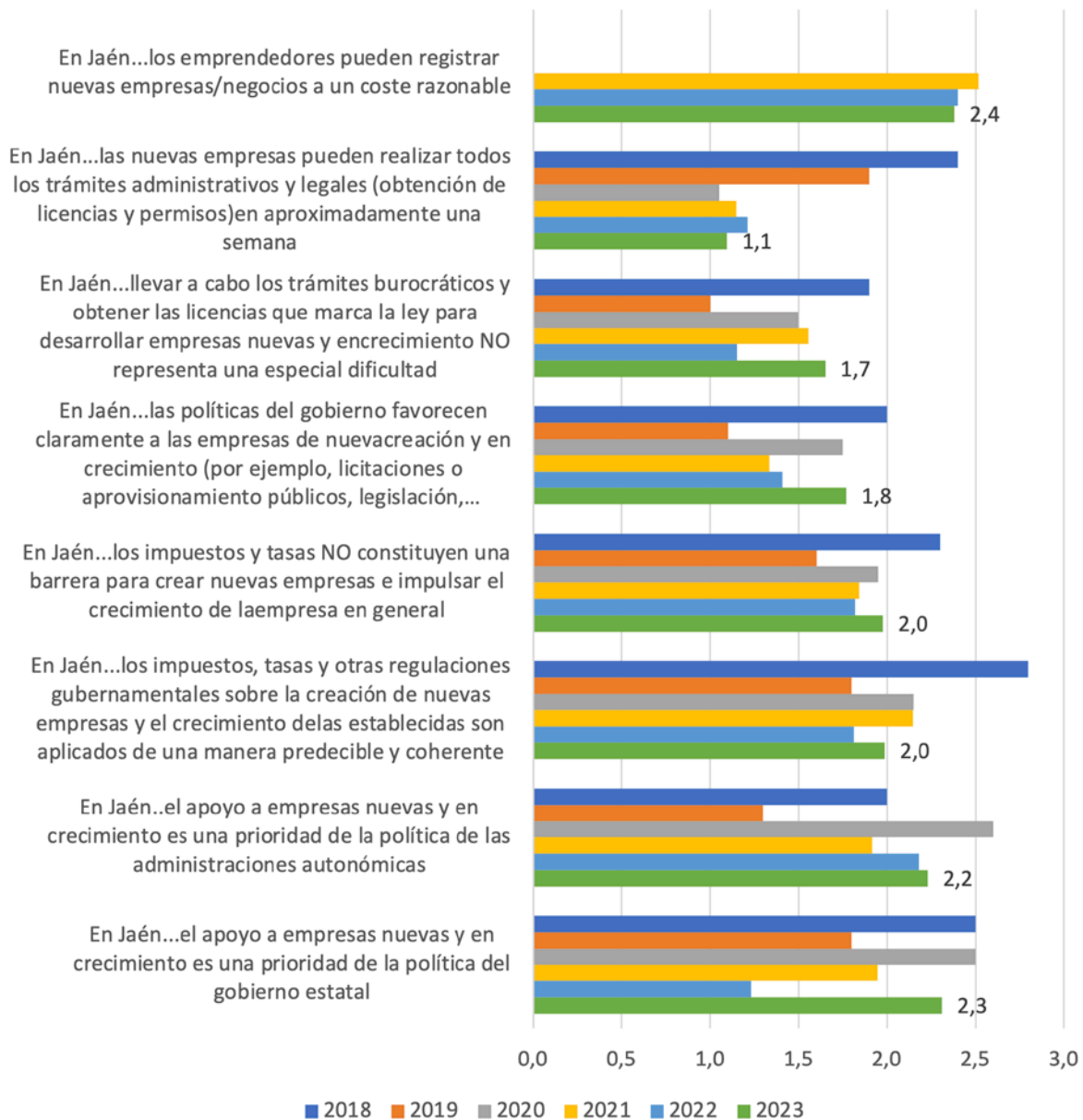


Figura 22. Políticas Gubernamentales periodo 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

3.3. Programas gubernamentales

Según la opinión de los expertos, en la provincia de Jaén, en lo que a los programas gubernamentales se refiere, no se valora positivamente ningún aspecto en particular ya que ninguno supera el 3,0. Más concretamente, el aspecto mejor valorado por los expertos son los profesionales que trabajan a favor del emprendimiento (2,8), seguido de la disponibilidad de incubadoras de empresas que brindan apoyo a las mismas (2,6) y del funcionamiento de parques científicos que tienen una misma finalidad (2,6).

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

Con respecto al año 2018, la valoración de las incubadoras ha crecido mucho ya que de no existir en 2018, en 2022 se convierte en el segundo aspecto más destacado por los expertos. El apoyo de los profesionales vuelve a situarse como el factor más valorado tras la caída experimentada en años anteriores.

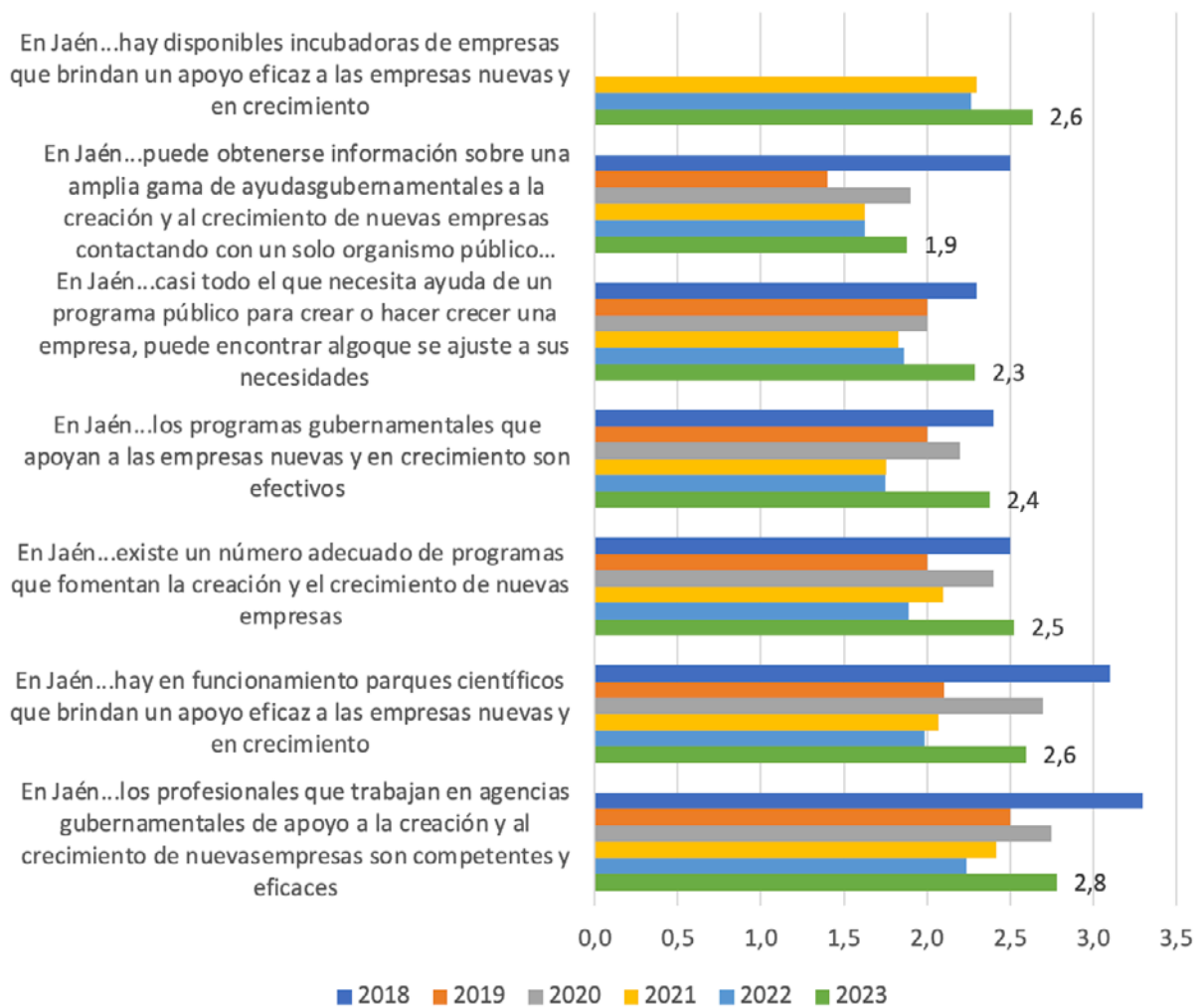


Figura 23. Valoración de los programas gubernamentales periodo 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

3.4. Educación y formación en creación de empresas

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

En Jaén es la Universidad la que ofrece la mejor preparación para iniciar y desarrollar nuevas empresas y con el paso del tiempo esta formación se ha mantenido (2,6 en el año 2023). En educación

primaria y secundaria se están realizando esfuerzos año tras año para incrementar entre el alumnado el espíritu empresarial y los conocimientos necesarios para ponerlo en práctica. Los datos muestran que, a pesar de la caída en las valoraciones desde el año 2018 se observa un crecimiento en 2023. También hay que poner de manifiesto el papel de las escuelas de negocios en la educación en emprendimiento en Jaén con un 3,0 de valoración, seguido de los sistemas de educación vocacional, profesional y continuo que alcanzan el 2,8 de puntuación.

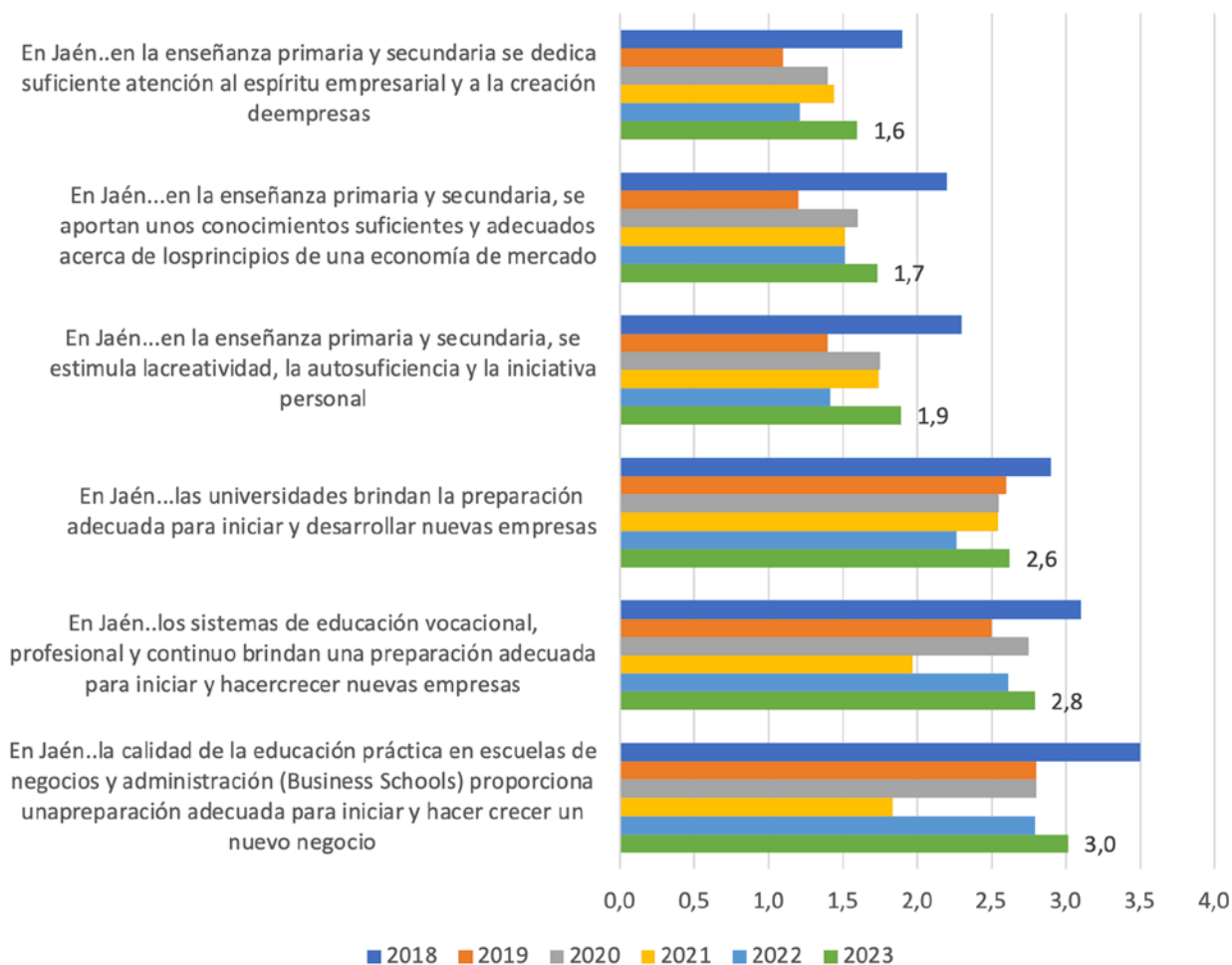


Figura 24. Educación y formación en creación de empresas periodo 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

3.5. Transferencia de I+D

La Figura 25 refleja la dimensión “Transferencia de I+D” que incluye los aspectos relacionados con la creación, transferencia y acceso a la tecnología. En este sentido, se puede observar como cada vez es más fácil para las nuevas empresas y las empresas en crecimiento costearse las últimas tecnologías, así como adquirir subvenciones o ayudas gubernamentales que costeen la adquisición de las mismas (2 en 2023). También se está produciendo un avance en el apoyo que los

ingenieros o científicos podrían necesitar para explotar económicamente sus ideas (2,1 en 2023). Los expertos destacan que existe una buena transferencia entre la ciencia y las empresas por parte de la universidad o centros de investigación (2,5 en 2023).

En términos generales, se aprecia un avance en todos los indicadores en el año 2023, pero que no se equipara a la valoración recibida en el año 2018. A pesar del crecimiento de estas valoraciones se puede ver que existe aún un amplio margen de mejora.

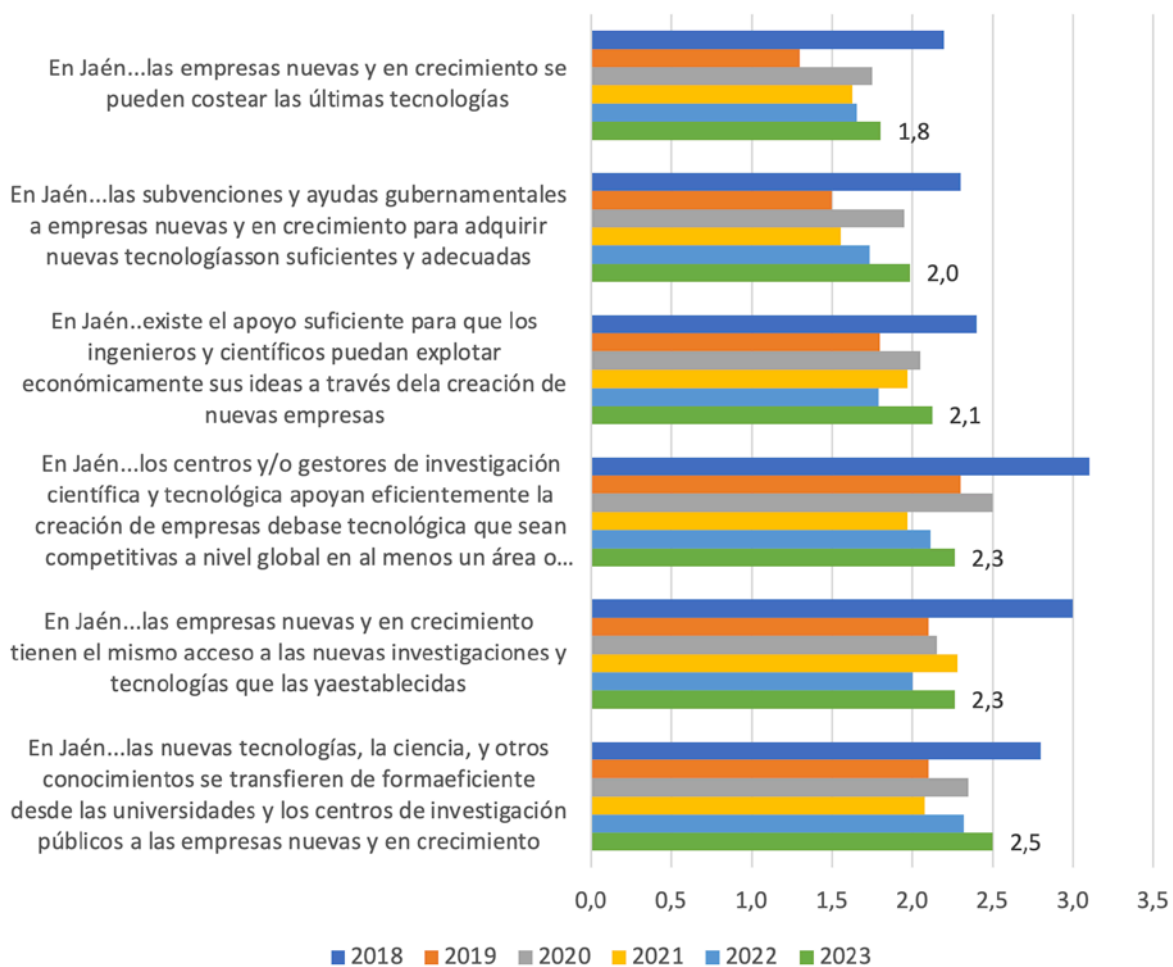


Figura 25. Transferencia de I+D periodo 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

3.6. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales

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

Los expertos consultados consideran que en la provincia de Jaén ha empeorado el acceso asequible a los servicios de computación en la nube para las nuevas empresas y empresas en crecimiento (2,8 en 2023), así como el

acceso al asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal de calidad (2,8 en 2023). También se tiene que trabajar en el coste que tienen de subcontratistas, consultores y proveedores (2,2 en 2023). Del mismo modo, se puede observar que se está complicando el acceso a servicios bancarios de calidad por parte de las nuevas empresas y empresas en crecimiento en la provincia de Jaén (2,7 en 2023).

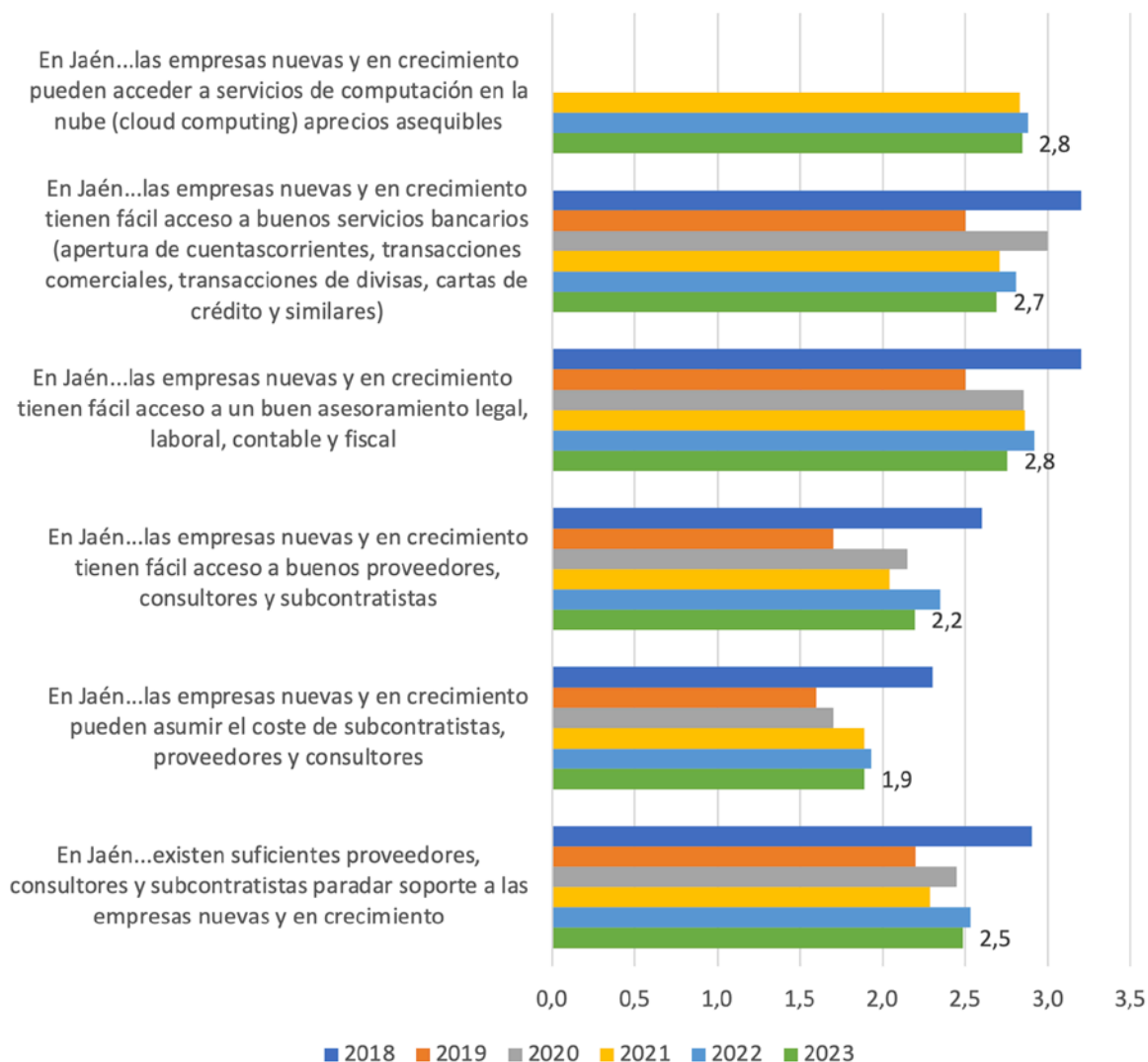


Figura 26. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales periodo 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

3.7. Dinámica y apertura del mercado interior

En la Figura 27 se muestran las condiciones de acceso al mercado. En concreto, se observa cómo ha mejorado la valoración sobre la efectividad y el cumplimiento de la legislación antimonopolio (2,3 en 2023), así como el acceso de las empresas nuevas y en crecimiento a nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas (2,1 en 2023). Por contra, se observa una caída en la facilidad de acceso a

nuevos mercados para las empresas nuevas y en crecimiento (1,7 en 2023) o en las posibilidades que tienen de asumir los costes de entrada al mercado (1,8 en 2023). Del mismo modo, ha caído la valoración de los mercados de bienes y servicios para empresas y de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.

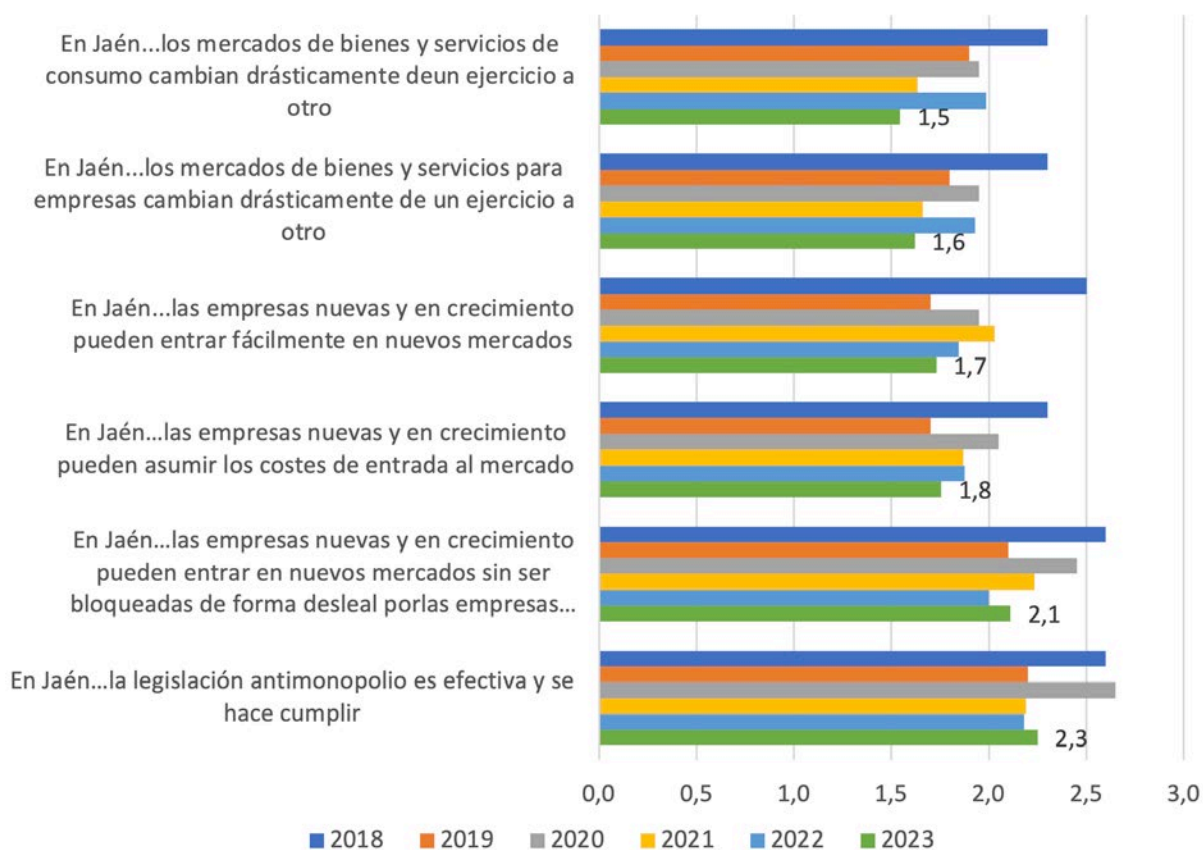


Figura 27. Dinámica y apertura del mercado interior 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

3.8. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios

Los aspectos a través de los que se mide la percepción de los expertos acerca del grado de acceso a infraestructuras físicas y de servicios en Jaén se muestran en la Figura 28. Los elementos incluidos en este apartado presentan una valoración media de 2,5 (en una escala de puntuación de 1 a 5), inferior al 2,67 que se registró el año anterior en este aspecto, y la peor de la serie histórica recogida en esta serie de informes desde el año 2018. El empeoramiento en la percepción media de los expertos se traslada a gran parte de los ítems incluidos en este bloque, a excepción de que en Jaén no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación.

En el resto de los aspectos considerados, los expertos perciben un deterioro en la situación respecto al año anterior. Así ocurre en la valoración del alquiler de espacios de producción o manufactureros industriales a precios asequibles (2,0 en 2023), o en la capacidad de tener acceso y afrontar los costes de los servicios básicos y de comunicaciones, lo que demuestra la pérdida de capacidad adquisitiva que tienen las empresas de la provincia.

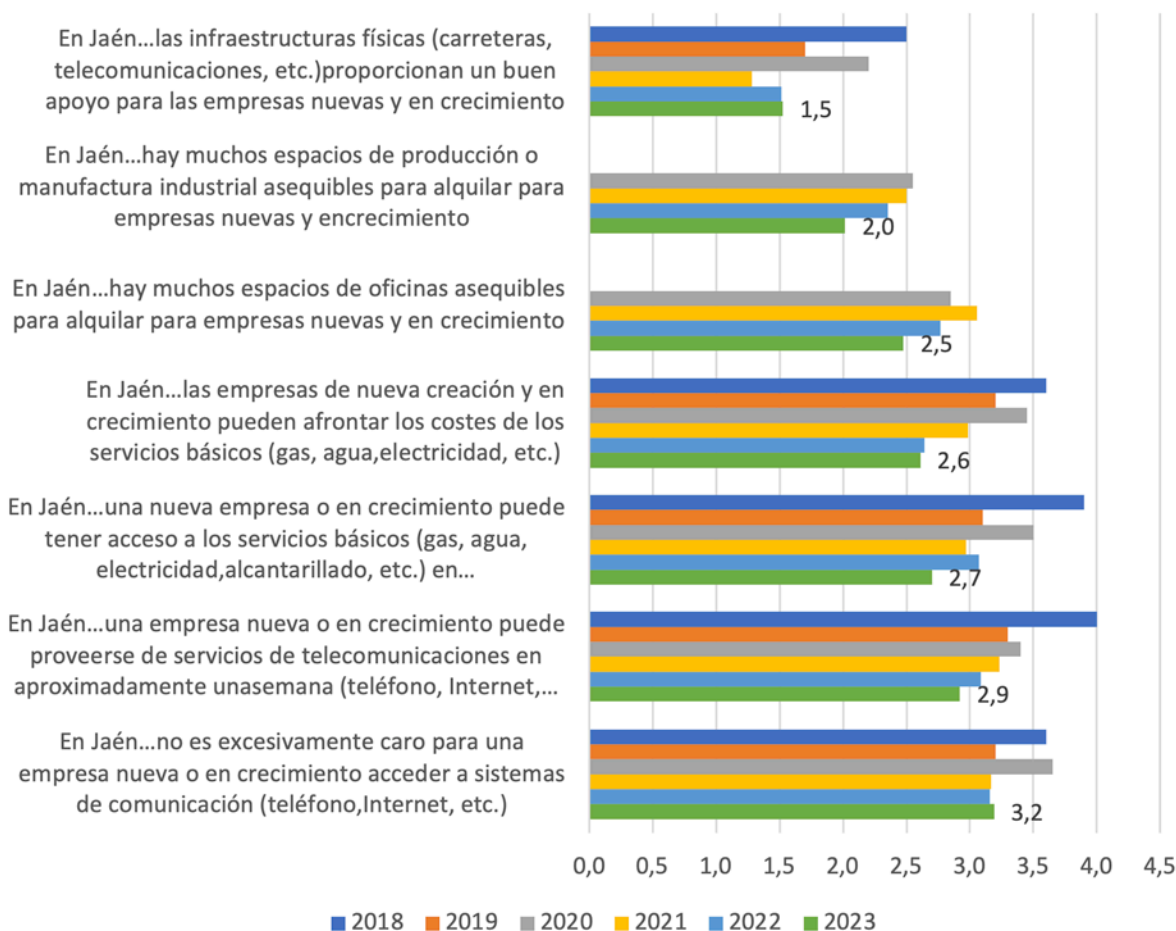


Figura 28. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios periodo 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

3.9. Normas sociales y culturales

Para Jaén, la valoración general de los expertos consultados en el año 2023 sobre los aspectos culturales y sociales relacionados con el emprendimiento (Figura 29), referida a los valores compartidos por la sociedad jiennense y a los comportamientos socialmente aceptados, es baja. Esta circunstancia ha venido repitiéndose de manera consistente en los sucesivos estudios realizados desde el año 2018, y se intensifica en el año 2022, en el que los aspectos incluidos en esta faceta del análisis obtienen una evaluación media de 1,76 (en una escala de 1 a 5), la menor de toda la serie histórica analizada. En 2023 se observa un repunte a 2,1, lo que supone un cambio de tendencia.

Los expertos consideran que la cultura empresarial jiennense se caracteriza por una importante aversión al riesgo, ligada a una falta de creatividad e innovación. El fundamento de

esta baja valoración tal vez pueda encontrarse en la escasa valoración del éxito individual alcanzado a través del esfuerzo personal que se percibe en la provincia; la dependencia que sienten los individuos respecto a la comunidad en su desarrollo empresarial y la escasa importancia que se da a nivel provincial a la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa individual.

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

Una comparación de la valoración de los principales elementos contextuales de Jaén con Andalucía y España ofrece una información que permite comprender aspectos diferenciales de la provincia de Jaén en relación a estos ámbitos de análisis superiores. La Tabla 9 recoge los datos relacionados con los aspectos que definen el entorno emprendedor de acuerdo con la metodología GEM para el año 2023, en los diferentes ámbitos de análisis considerados.

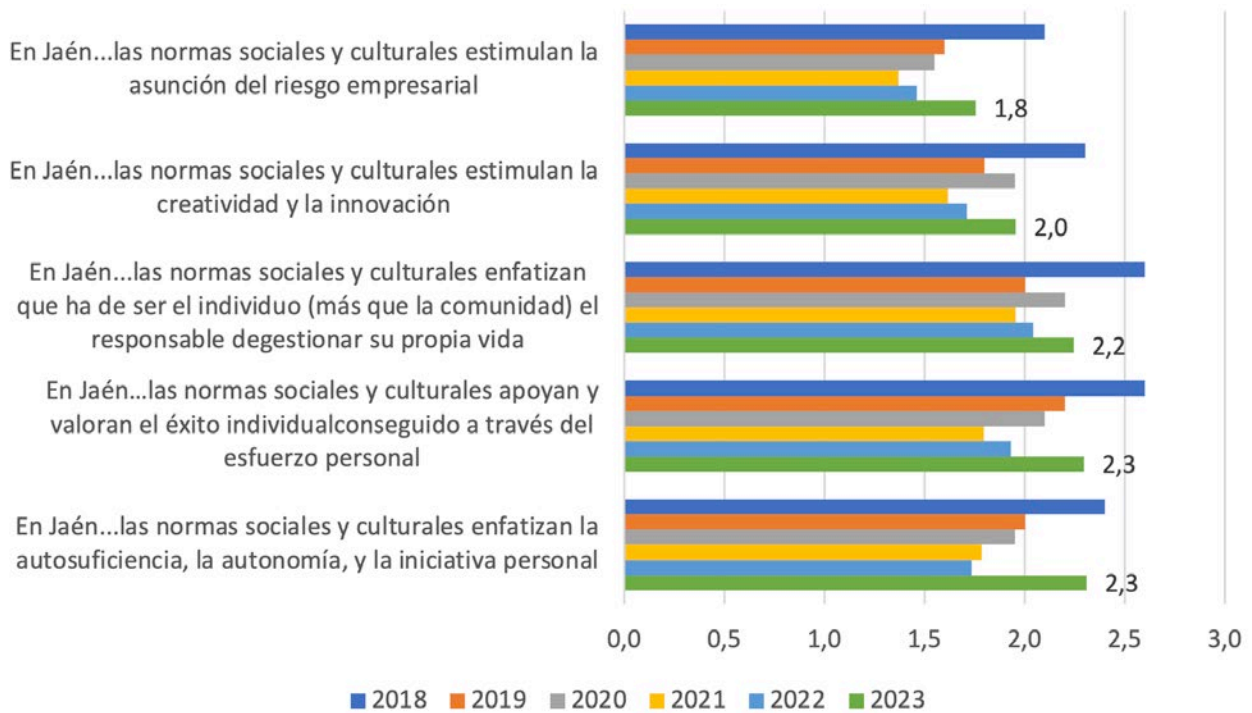


Figura 29. Normas sociales y culturales periodo 2018-2023

Fuente: Elaboración propia

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

Tabla 9. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén, Andalucía, España y Unión Europea para el año 2023.

Fuente: Elaboración propia

A partir de los datos de la Tabla 3, la Figura 30 permite apreciar de un modo más visual la comparación entre los diversos ámbitos territoriales considerados, de acuerdo con los principales parámetros que definen el entorno de quienes emprenden. Como puede apreciarse en la imagen, la provincia de Jaén está por debajo en gran parte de los factores analizados al realizar la compara-

ción con Andalucía y España. No obstante, existen excepciones a la afirmación anterior que vienen dadas por la facilidad de acceso a la financiación, las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, la educación emprendedora escolar y post-escolar y la valoración de transferencia en investigación y desarrollo.

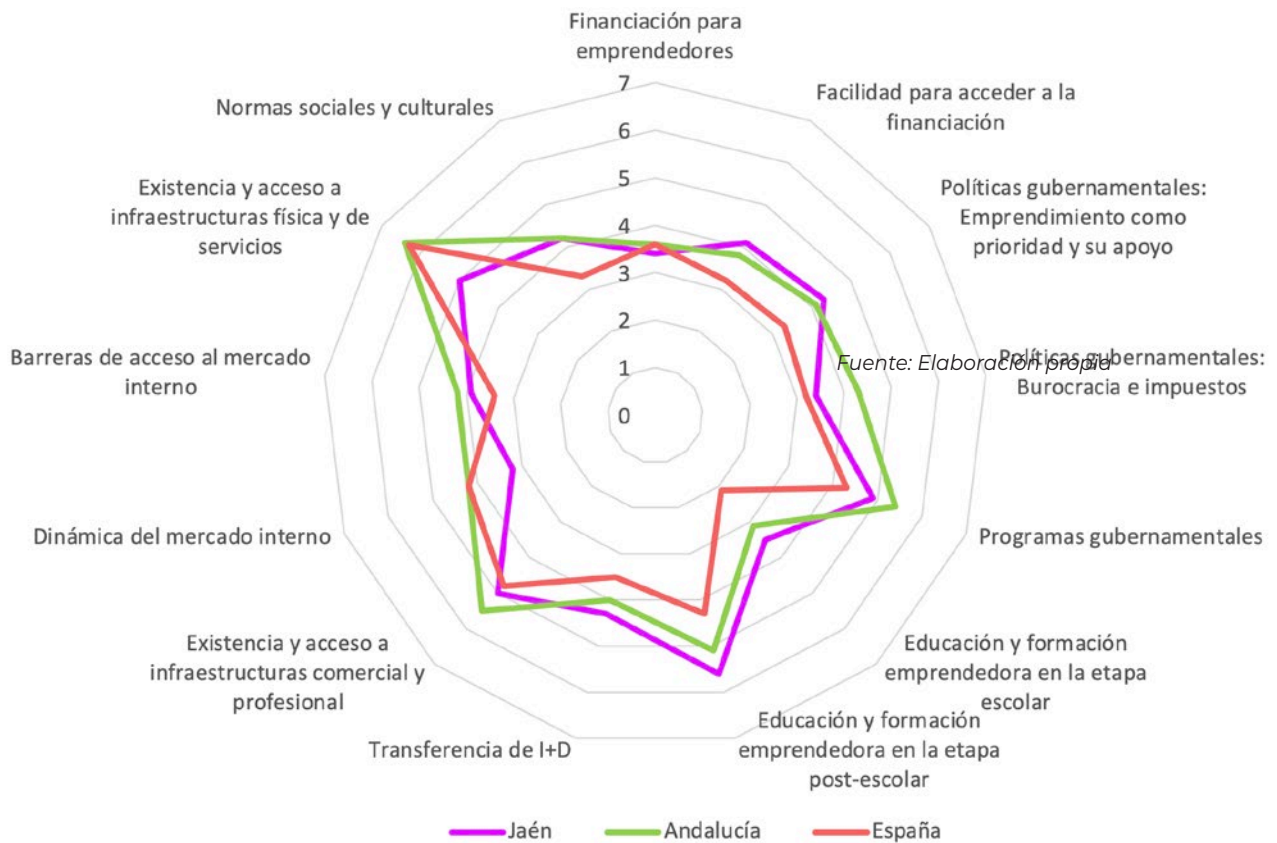


Figura 30. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Jaén, Andalucía y España

Fuente: Elaboración propia

Estas conclusiones son consistentes con las alcanzadas en ediciones anteriores de este informe, ya que ponen de manifiesto sistemáticamente que la percepción de los expertos sobre el entorno para emprender en la provincia de Jaén es menos favorable que la tienen respecto al entorno para emprender existente en Andalucía y España.

Isaycri Mágina

Nombre del emprendedor:

Isabel López López

Nombre del Negocio:

Isaycri Magina S.L.U.

Ubicación del negocio:

Jódar

Año Lanzamiento:

2000



Breve descripción de la empresa

La promotora inicia su trayectoria empresarial en el año 2000, impulsada por una breve experiencia laboral en un establecimiento local de venta de productos fitosanitarios. Esta oportunidad le permitió establecer un primer contacto con los responsables de las explotaciones agrarias y conocer en detalle la gestión que realizaban de las mismas. Su actividad inicial se centró en ofrecer asesoramiento sobre cultivos alternativos como espárrago blanco y verde, tomate cherry, pimiento del piquillo, calabacín, alcachofa entre otros, en el ámbito del olivar y venta de productos fitosanitarios, impulsada por la disponibilidad de tierras de labor propiedad de la administración, las cuales fueron puestas a disposición de los agricultores y agricultoras del municipio.

En 2012, la empresa inició un proceso de diversificación ampliando su oferta de productos y servicios. En este proceso, se incluyó la prestación de servicios necesarios para la explotación de

fincas rústicas, así como la producción y comercialización de hortalizas frescas. Gracias a la colaboración con agentes especializados, la empresa logró exportar sus productos a mercados internacionales como Suiza, Alemania y Francia, y, en ocasiones esporádicas, también a Finlandia.

¿Cómo surgió la idea?

Desde pequeña he acompañado a mi familia en la recolección de aceitunas y en diversas tareas agrícolas. Aunque es un sector tradicionalmente muy masculinizado, siempre me ha atraído y me he sentido cómoda en él. De hecho, a una edad temprana completé todos los módulos de los cursos de capacitación agraria que en total sumaban ocho. Mi interés por la agricultura, mi inquietud personal, mi capacidad para relacionarme y resolver problemas, junto con la oportunidad que surgió con la cesión de terrenos públicos a agricultoras y emprendedores privados, fueron los factores que impulsaron mi aventura empresarial.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí, emprender es una manera de canalizar mi inquietud personal y mi deseo de crecer, tanto a nivel personal como económico, dejando atrás la dependencia de los jornales por cuenta ajena que antes eran la principal fuente de ingresos de mi familia. Emprender es no depender de nadie más y construir algo que beneficie tanto a mi familia como a la sociedad. En todo este proceso el apoyo de mi marido ha sido fundamental; él siempre me ha animado a luchar por lo que creo.

¿Cómo crees que contribuye tu negocio a tu entorno?

Creo que mi empresa juega un papel clave en el mantenimiento de la actividad agrícola, ya que son pocas las empresas que hoy en día ofrecen servicios integrales para la explotación de fincas rústicas. Además, generamos un volumen significativo de empleo anual, lo que contribuye a asegurar el mantenimiento de la población de la zona rural de Sierra Mágina.

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

Nuestra actividad tiene un alto impacto tanto ambiental como social. Desde el punto de vista ambiental, los tratamientos que realizamos en las fincas agrícolas no emplean productos herbicidas y se basan en tratamientos mecánicos de biomasa, lo que ayuda a mantener la calidad de los suelos. En cuanto al aspecto social, destacamos la creación de empleos y nuestra política de promover la contratación de mujeres. De hecho, algunas actividades como la de manipulación y comercialización de productos hortícolas, son realizadas en un 90% por mujeres.

¿Qué retos supone la digitalización para tu negocio?

Siempre estamos adaptándonos en la organización de nuestras actividades, nuestros procesos y la forma en que nos relacionamos con proveedores, clientes y la Administración, así como en la manera de prestar nuestros servicios. Además, garantizar que haya trazabilidad entre los productores y el mercado es un esfuerzo constante que forma parte de todo nuestro proceso.

ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN LA PROVINCIA DE JAÉN

4.1. NECI. Índice sintético de Contexto del Emprendimiento

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

En la Figura 31 podemos observar que el ecosistema emprendedor en Jaén presenta en el año 2023 un valor de 4,2, lo que lo sitúa por debajo del valor medio de Andalucía (4,5), y por encima del valor medio de España (3,8). Señalar también que la idoneidad del entorno jaennense para facilitar el proceso emprendedor ha aumentado con respecto al año 2022, en el que el valor del índice NECI fue de 3,9.

En 2021, España tenía una puntuación NECI de 5,4, y ocupaba el puesto 10 de los 49 países que participaron en el informe. En 2022 esta puntuación cayó a 4,0, y en 2023 ha bajado aún más, hasta un 3,8, situando a España en el puesto 47 de los 49 países evaluados en el informe GEM Global.

En 2023 los expertos del panel nacional siguen valorando peor que la media de los expertos que forman los 17 paneles de las comunidades autónomas (CC. AA.) las condiciones del entorno para emprender, y también de la media de los expertos en nuestra provincia. El que las condiciones del entorno se gestionen en un ámbito más local sigue favoreciendo que los programas y medidas sean percibidos como más eficaces a la hora de estimular el comportamiento emprendedor de cada CC. AA y, en este caso, de la provincia de Jaén.

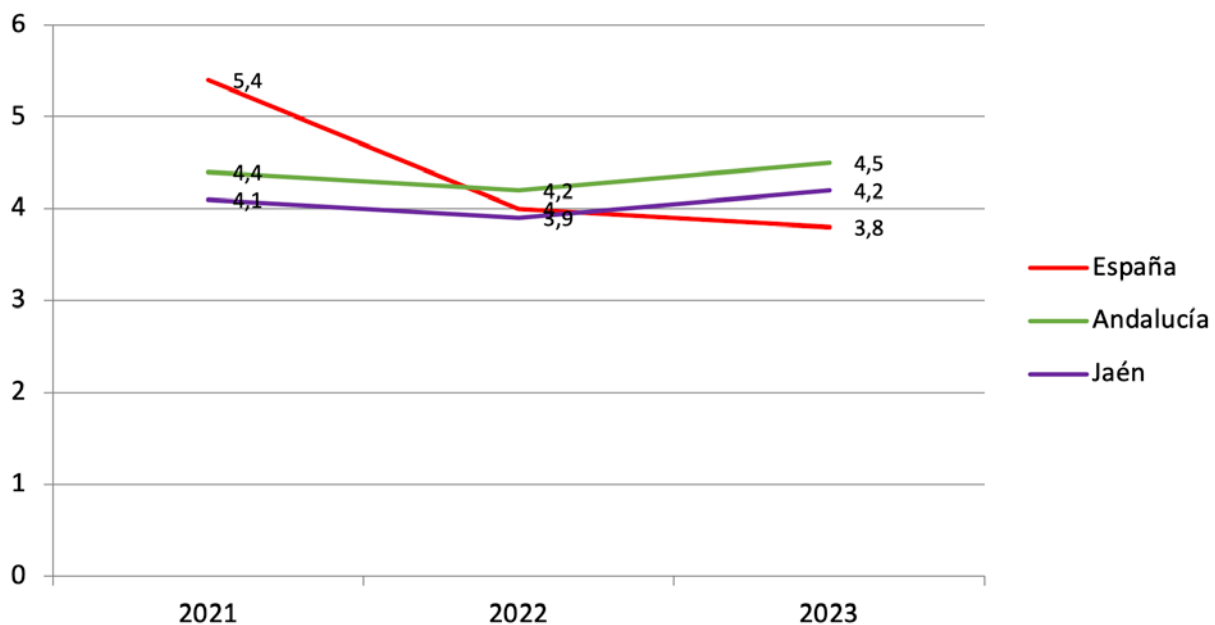


Figura 31. Índice NECI. Comparativa entre Jaén, Andalucía y España 2021-2023

Fuente: Elaboración propia

4.2. Factores que favorecen la creación de empresas en Jaén

Los expertos consultados en 2023 identifican una gran variedad de factores impulsores que explican las condiciones favorables para el emprendimiento en virtud de una serie de dimensiones establecidas por la metodología GEM y que pueden estimular a los futuros emprendedores.

En la Figura 32 se detallan los principales factores que favorecen, según la opinión de los expertos consultados, la creación de empresas, impulsando así la actividad emprendedora en la provincia de Jaén. El aspecto más destacado ha sido las nuevas oportunidades de negocio, aspecto en el que han coincidido el 22,9 de los expertos. La educación y la formación que se puede recibir en Jaén le si-

gue en reconocimiento (20,0%), siendo mejor valorado que en años anteriores. A mayor distancia se posicionan los programas gubernamentales (14,3%) que mejoran su valoración respecto al año anterior. La transformación digital se señala como nuevo elemento que favorece el emprendimiento en nuestra provincia reconocido por un 14,3% de los expertos. Las políticas gubernamentales se valoran por un 11,4% de los expertos y aumentan la valoración con respecto al año anterior (3,6%). Y, por último, los aspectos menos destacados son las características de la fuerza de trabajo (5,7%), la infraestructura comercial y profesional, la capacidad para el emprendimiento, composición de la población percibida y crisis económica, valorados por un 2,9% de los expertos.

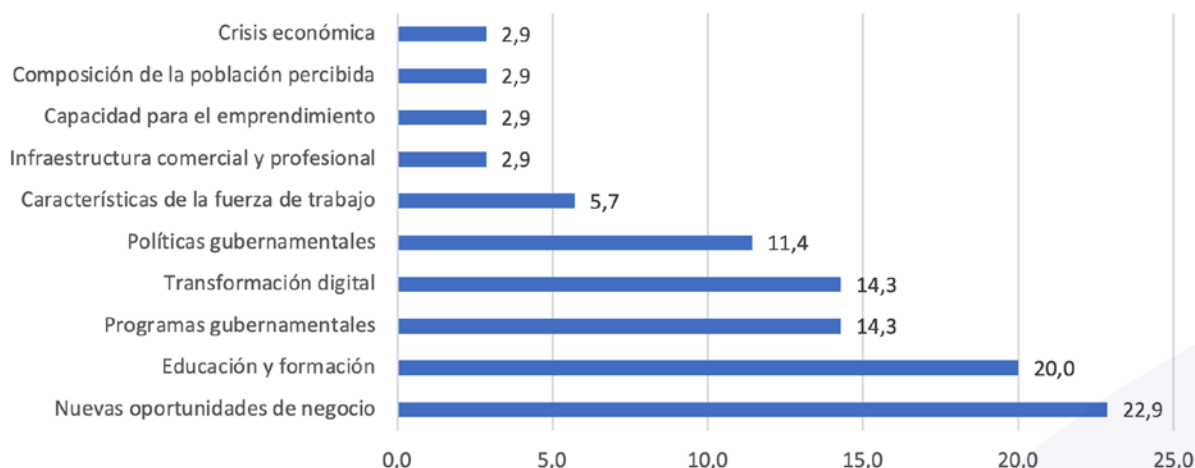


Figura 32. Factores que favorecen la creación de empresas en el año 2023 (en %)

Fuente: Elaboración propia

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

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

Estas recomendaciones se centran en primer lugar en la mejora de las infraestructuras físicas y de servicios propuesta por un 28,6% de los expertos, una recomendación recurrente en la provincia es la mejora de la red de carreteras y el tráfico ferroviario y las

telecomunicaciones. Le sigue en importancia la recomendación de mejorar los programas y las políticas gubernamentales (14,3%) que permitan reducir el coste de emprender y aprovechar las oportunidades de negocio.

También recomiendan no olvidar medidas de gran alcance, como el apoyo financiero al emprendimiento en consonancia con las necesidades del emprendedor y su proceso de emprendimiento; una mayor difusión de la educación emprendedora desde la etapa escolar (11,4%); la mejora de la infraestructuras comercial y profesional apostando con mayor fuerza por el desarrollo de los secto-

res industriales y tecnológicos, especialmente en tecnologías digitales (8,6%).

Algunos expertos apuestan por la internacionalización como elemento clave para ha-

cer viables las empresas nacientes (5,7%), el impulso de las capacidades para el emprendimiento (2,9%) y la apuesta por nuevas formas de hacer negocios (2,9%).

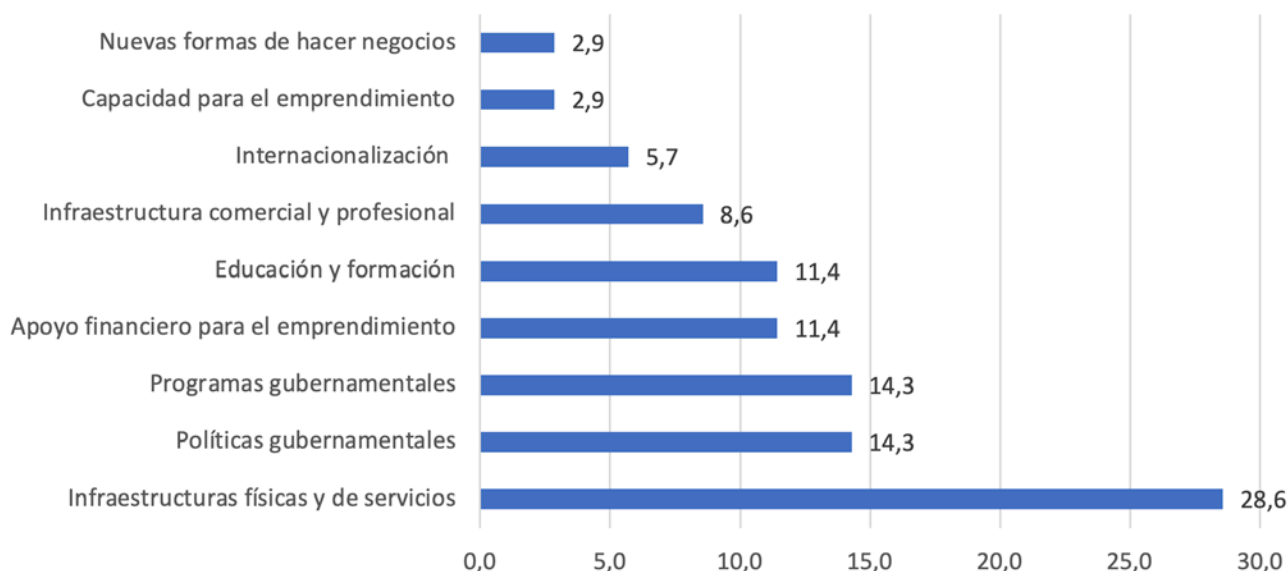


Figura 33. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Jaén (en %)

Fuente: Elaboración propia

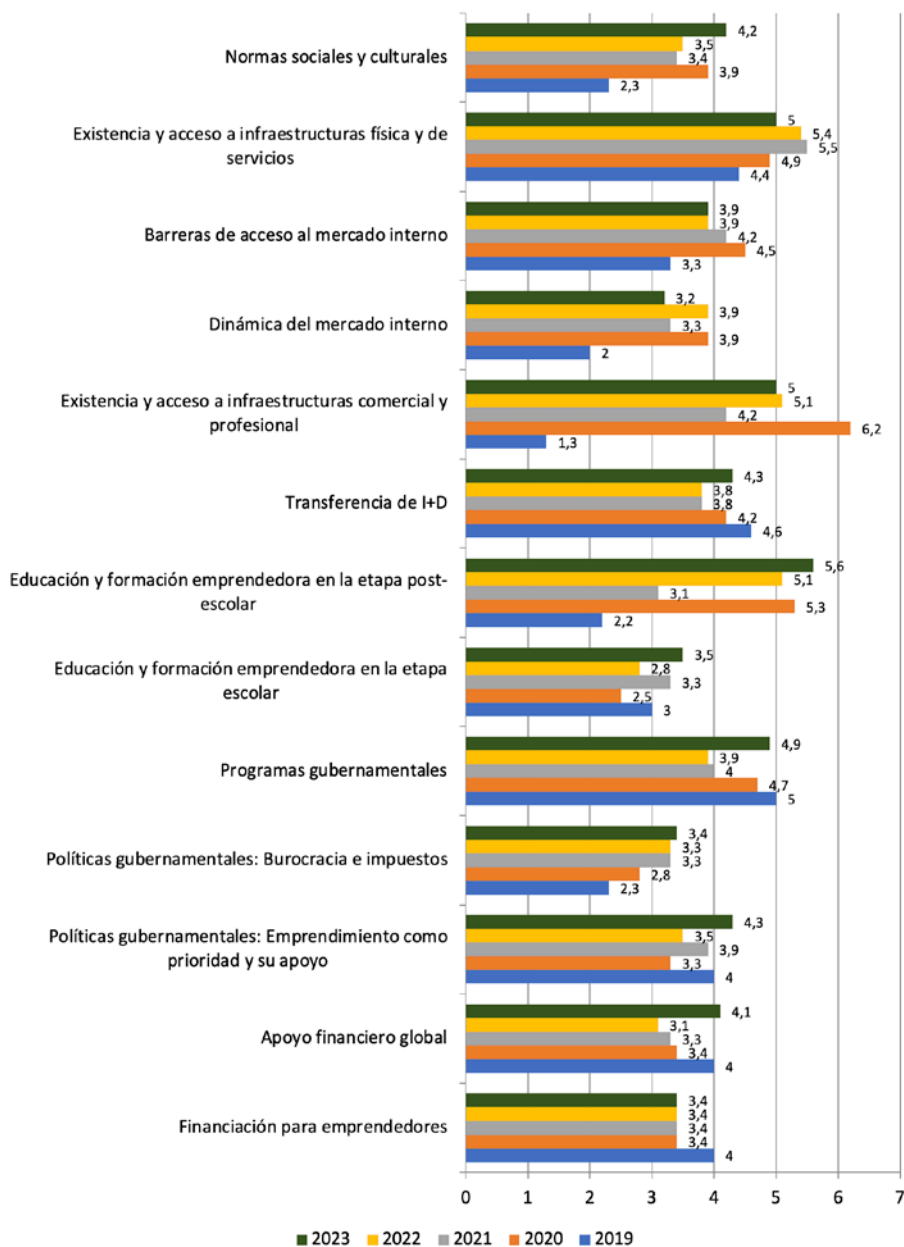
4.4. Valoración del entorno emprendedor jiennense

Este es el quinto informe GEM que se presenta de la provincia de Jaén, es por ello que en la Figura 34 se puede apreciar la evolución de la valoración del entorno emprendedor jiennense por parte de los expertos en estos cinco años.

Analizando esta evolución, vemos que en 2023 ha mejorado una parte importante de los indicadores (8 de 13) que se utilizan para la valoración global que hacen los expertos en una escala Likert de 0 a 10 (siendo 10 la valoración máxima) de las condiciones del entorno para emprender. En 2023 los expertos han mejorado su valoración de la educación emprendedora en la etapa post-escolar, de los programas gubernamentales globales, de la transferencia en I+D entre la Universidad y la empresa, de las políticas gubernamen-

tales (emprendimiento como prioridad y su apoyo), de las normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento y del apoyo financiero global. También mejoran los indicadores peor valorados por los expertos como son: la educación y la formación emprendedora en la etapa escolar, en 2022 la valoración fue de 2,8 y en 2023 de 3,5 y las políticas gubernamentales que reducen la burocracia y la presión fiscal, en 2022 se valoraba en un 3,3 y en 2023 con un 3,4.

Sin embargo, empeora la valoración del acceso a infraestructuras física y de servicios, del acceso a infraestructura comercial y profesional y de la dinámica del mercado interno. Por último, los expertos consideran que las barreras de acceso al mercado interno y la financiación insuficiente para los emprendedores permanece en el tiempo al ser valorado igual que en años anteriores.



En general, los expertos perciben el entorno en Jaén como menos favorable que el existente en Andalucía y un poco más favorable que en el conjunto de España (Figura 35). No obstante, cabe destacar que en Jaén la educación y formación emprendedora en la etapa post-escolar y escolar, las políticas gubernamentales de emprendimiento, las prácticas de sostenibilidad medioambiental de empresas y el apoyo financiero global están por encima del nivel regional y nacional. No obstante, destaca de manera importante la menor valoración que hacen los expertos jiennenses de la dinámica del mercado interno o el acceso a la infraestructura física y de servicios con respecto a los expertos nacionales y regionales.

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

Fuente: Elaboración propia

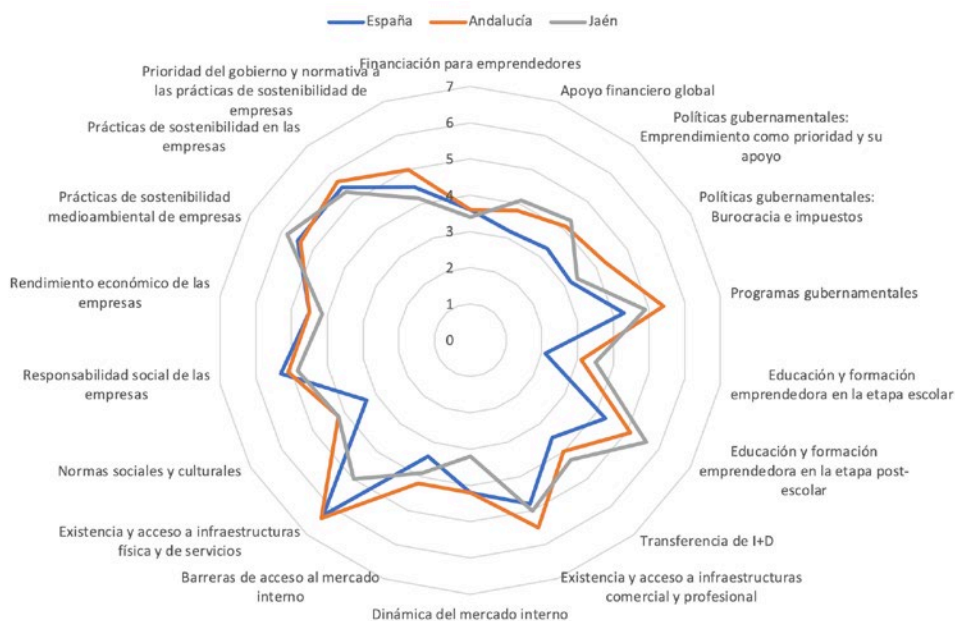


Figura 35. Valoración del entorno emprendedor en 2023. Comparativa entre España, Andalucía y Jaén

Fuente: Elaboración propia

Tierras Vivas Bio

Nombre del emprendedor:

Lorenza Olivares Brémond

Nombre del Negocio:

Tierras Vivas Bio

Ubicación del negocio:

Jaén

Web: www.tierrasvivas.es

Año Lanzamiento:

noviembre 2012



Breve descripción de la empresa

Tierras Vivas Bio es una empresa dedicada a la venta minorista de productos ecológicos certificados de alimentación, cosmética y hogar. Cuenta con un establecimiento físico ubicado junto al mercado de abastos, en el casco histórico de la ciudad de Jaén y una tienda online con más de 2000 referencias y distribución a toda la península. Tras más de una década en el mercado, actualmente somos el primer comercio ecológico especializado a nivel provincial.

Nuestra misión es ofrecer alimentos saludables y de alta calidad organoléptica y nutricional a personas que buscan cuidar su salud y la del planeta, apostando por productos sanos, frescos, artesanos y de proximidad, comercializados de la forma más directa y honesta posible.

Cerca de nuestros clientes y de lo que importa, en Tierras Vivas estamos convencidos de que comer bien, no es sólo alimentarse bien, sino tam-

bién promover formas de producción y consumo más amables y conscientes que cultiven un mejor futuro para todos.

Por eso, en Tierras Vivas cada compra se convierte en una invitación a pasar a la acción y a sentirse parte del cambio. ¿Nuestro lema? Elige bien. Come bien. Vive mejor.

¿Cómo surgió la idea?

La idea de negocio surge a lo largo de 2012 fruto de una evolución personal vinculada a mi faceta profesional como periodista ambiental. Gracias a ella, tuve la oportunidad de conocer, de un lado, a pequeños agricultores, ganaderos y artesanos agroalimentarios ecológicos que, incapaces de encontrar un mercado estable y adaptado a las especiales características de sus modelos productivos (por volumen, estacionalidad o mayores costes de producción...) no se sentían suficientemente valorados, de otro, a un número creciente de consumidores, principalmente de zonas urbanas, que buscaban buenos alimentos de proximidad, sin encontrarlos. Parecía evidente que ambas realidades debían terminar por confluir y es así como nace Tierras Vivas. Hoy, nuestra empresa ha logrado posicionarse como el "socio" especializado de referencia para muchos de estos pequeños productores, al tiempo que ofrece una alternativa de consumo diferente, más cercana y confiable, a sus clientes.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor no es la opción más fácil. Ser emprendedor implica aprender a lidiar con la incertidumbre; ser capaz de conciliar enormes niveles de responsabilidad y autoexigencia, con la necesidad de estar siempre avanzando, siempre en movimiento, siempre cuestionándote a ti mismo y a la realidad que te rodea. Ser emprendedor, además, supone acceder de forma voluntaria a desdibujar, a veces más de lo saludable, la línea que separa lo personal de lo profesional, porque emprender no es un medio sino una forma de vida. Una vez leí que el "verdadero emprendedor", tarde o temprano, terminará siéndolo y estoy de acuerdo con ello. En mi opinión, una persona emprendedora es una persona inconformista por naturaleza que encuentra en la empresa la manera de materializar su particular visión del mundo.

¿Cómo crees que contribuye tu negocio a tu entorno?

Como nos alimentamos no solo impacta en nuestra salud sino también y de forma muy visible en nuestro entorno, tanto a nivel social y económico como ambiental. Apostar, por ejemplo, por alimentos de temporada y de cercanía, contribuye a revitalizar nuestras áreas rurales y a frenar la despoblación, reduciendo al mismo tiempo nuestra huella de carbono. Si estos alimentos, además, son ecológicos, mitigamos el efecto contaminante de los pesticidas y fertilizantes químicos, mejorando la biodiversidad y la calidad de nuestros acuíferos. El mundo agrario es, asimismo, depositario de un ingente patrimonio genético (en tanto que guardián de variedades tradicionales y razas autóctonas), paisajístico y cultural. En Tierras Vivas ayudamos a las personas a tomar conciencia de estos valores diferenciales y a poner su granito de arena para generar sistemas agroalimentarios más resilientes que nos permitan hacer frente al contexto de crisis global en el que nos ha tocado vivir.

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

En el caso de Tierras Vivas, nuestro impacto social y ambiental, no es tanto una necesidad como una razón de ser. Evidentemente, la perfección es inalcanzable, todo es un proceso, pero tratamos de tomar las mejores decisiones posibles. En este sentido, sólo trabajamos con productos certificados; apostamos por la producción nacional y de temporada; desarrollamos una cuidada política de reciclaje de nuestros residuos; fomentamos la compra a granel para minimizar el uso de plásticos y la reutilización de envases; hemos optado por soluciones de movilidad eléctrica en el reparto de última milla y promovemos la realización de pedidos conjuntos en lo que hemos denominado “grupos de compra”. Asimismo, también formamos a nuestros clientes en cocina de aprovechamiento para evitar el desperdicio alimentario y, en general, tratamos de crear espacios de intercambio que les animen a llevar un estilo de vida más sostenible. En este sentido,

desde sus inicios, una de las señas de identidad de nuestro proyecto ha sido la realización periódica de actividades divulgativas y de ocio educativo, como encuentros con productores, talleres y visitas a fincas, al objeto de reconectar el campo y la ciudad porque, lo que no se conoce, no se valora y, por ende, es imposible que se cuide.

¿Qué retos supone la digitalización para tu negocio?

En la actualidad, el éxito de cualquier proyecto empresarial, independientemente de su volumen de negocio, pasa inexorablemente por la digitalización, tanto de sus procesos de gestión como de sus canales de venta y estrategias de marketing. Es un gran reto, sobre todo para las micropymes, debido a la importante inversión tanto financiera como de recursos (formación, tiempo...) que requiere. En este sentido, actualmente, Tierras Vivas se encuentra en plena reestructuración de sus herramientas de gestión interna gracias a la implementación de nuevas soluciones digitales que, esperamos, nos ayuden a ser más eficientes, dar un mejor servicio y captar nuevos clientes gracias a una estrategia de venta omnicanal.

Relación de los equipos integrantes de la red GEM 2023

Andalucía

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> » María Jesús Hernández Ortiz (Presidenta) » María del Mar Fuentes (Vicepresidenta) » Alfonso M. Márquez García (Secretario) » Francisco Liñán Alcalde (Director Técnico) » José Ruiz Navarro (Fundador) » Carmen Cabello Medina (Fundadora) » Carmen Camelo Ordaz (Fundadora) » Carlos J. Cano Guillen (Fundador) » Mercedes Pérez Millán (Fundadora) » José M. Sánchez Vázquez (Fundador) » Nuria Toledano (Fundadora) » Rafael Ventura Fernández (Fundador) 	» Fundación Fulgencio Meseguer

Andalucía » Almería	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
	» Universidad de Almería	<ul style="list-style-type: none"> » Carlos J. Cano Guillen (coordinador) » Juan García García » José J. Céspedes Lorente » Miguel Pérez Valls 	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Almería » Diputación de Almería

Andalucía » Cádiz	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
	» Universidad de Almería	<ul style="list-style-type: none"> » José M. Sánchez Vázquez (coord.) » Carmen Camelo Ordaz (coord.) » Juan P. Diane González » Julio Segundo Gallardo » Noelia Franco Leal » Jaime Guerrero Villegas » María del Mar Bornay Barrachina 	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Cádiz IEDT » Diputación de Cádiz

	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Andalucía » Córdoba	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad Loyola Andalucía 	<ul style="list-style-type: none"> » Mercedes Pérez Millán (coord.) » Esteban Almirón » Emilio J. Morales Fernández » Joaquín García-Tapial Arregui » Francisco Javier Melero Rus 	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad Loyola Andalucía
Andalucía » Granada	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Granada 	<ul style="list-style-type: none"> » María del Mar Fuentes (coord.) » Matilde Ruiz » Ana Bojica » Jenny María Ruiz Jiménez » Francisco Javier Melero Rus 	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Granada » Diputación Provincial de Granada (Granada Empresas) » Unión Europea-Fondo Social Europeo » España Emprende » Cámara de Comercio de España » Cámara de Comercio de Granada
Andalucía » Huelva	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Huelva 	<ul style="list-style-type: none"> » Francisco Liñán Alcalde (coord.) » Nuria Toledano (coord.) Elena Carvajal Trujillo Francisco José Barba Ramos Ana M. Domínguez Quintero Inmaculada Jaén Figueroa 	<ul style="list-style-type: none"> » Cátedra de la Provincia » Universidad de Huelva » Diputación de Huelva

	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Andalucía » Jaén	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Jaén 	<ul style="list-style-type: none"> » María Jesús Hernández Ortiz (coord.) » José García Vico » M^a Paz Horno Bueno » Lucas Cañas Lozano » Manuel Carlos Vallejo Martos » Julio Vena Oya » Elia García Martí » María Gutiérrez Salcedo » Raquel Barreda Tarrazona » Alfonso M. Márquez García » Domingo Fernández Uclés 	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Jaén » Diputación de Jaén » Cátedra universitaria de Emprendimiento Fulgencio Meseguer
Andalucía » Málaga	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Málaga 	<ul style="list-style-type: none"> » Rafael Ventura Fernández (Coord.) » Sofía Louise Martínez Martínez 	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Málaga » Ayuntamiento de Málaga » Cátedra de Emprendimiento Sostenible » Promálaga
Andalucía » Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Sevilla 	<ul style="list-style-type: none"> » Carmen Cabello Medina (Coord.) » Francisco Liñán (Coord.) » Antonio Carmona Lavado » Aida del Cubo » José Fernández Serrano » Juan Alberto Hueso Arrabal » Inmaculada Jaén Figueroa » Juan Antonio Martínez Román » Ana Pérez Luño » Elena Sousa Ginel 	<ul style="list-style-type: none"> » Universidad Pablo de Olavide » INNLAB » Universidad de Sevilla » Entrepreneurship & Innovation (Gr. Investig.) » Prodetur (Diputación de Sevilla)

ÍNDICE DE TABLAS

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

Tabla 2. Distribución de la muestra APS en Jaén.

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

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

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

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

Tabla 7. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Jaén 2023.

Tabla 8. TEA en función del género 2022-2023.

Tabla 9. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Jaén, Andalucía, España y Unión Europea para el año 2023.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo teórico GEM.

Figura 2. Percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2023.

Figura 3. Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Jaén, Andalucía y España, 2021-2023.

Figura 4. La capacidad emprendedora en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2023.

Figura 5. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional 2023.

Figura 6. Proceso emprendedor en Jaén 2023.

Figura 7. Evolución del potencial emprendedor de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023.

Figura 8. Emprendedores potenciales en las regiones españolas 2023.

Figura 9. Evolución de la TEA de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023.

Figura 10. Evolución TEA en función del género Jaén 1999-2023.

Figura 11. TEA de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2023.

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

Figura 13. Evolución de las iniciativas nacientes de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023.

Figura 14. Evolución de las empresas nuevas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023.

Figura 15. Evolución de las empresas consolidadas de Jaén, Andalucía y España durante el periodo 2019-2023.

Figura 16. Empresas consolidadas, posicionamiento de Jaén en relación con las comunidades autónomas 2023.

Figura 17. Tasa de abandono empresarial en Jaén, Andalucía y España periodo 2019-2023.

Figura 18. Tasa de abandono o cierre de negocios en Jaén. Comparativa autonómica y nacional 2023.

Figura 19. Dimensiones del ecosistema emprendedor analizadas por GEM 2023.

Figura 20. Financiación del proceso emprendedor en Jaén 2018-2023.

Figura 21. Apoyo financiero en Jaén 2021-2023.

Figura 22. Políticas Gubernamentales periodo 2018-2023.

Figura 23. Valoración de los programas gubernamentales periodo 2018-2023.

Figura 24. Educación y formación en creación de empresas periodo 2018-2023.

Figura 25. Transferencia de I+D periodo 2018-2023.

Figura 26. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales periodo 2018-2023.

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

Figura 28. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios periodo 2018-2023.

Figura 29. Normas sociales y culturales periodo 2018-2023.

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

Figura 31. Índice NECI. Comparativa entre Jaén, Andalucía y España 2021-2023.

Figura 32. Factores que favorecen la creación de empresas en el año 2023 (en % de expertos).

Figura 33. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Jaén (en % de expertos).

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

Figura 35. Valoración del entorno emprendedor en 2023. Comparativa entre España, Andalucía y Jaén.



INFORME GEM JAÉN

2023 - 2024

