



# Informe GEM Andalucía 2022 - 2023



Observatorio del  
Ecosistema  
Emprendedor de  
Andalucía



# Informe GEM Andalucía 2022-2023

Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía

## Dirección Técnica:

- Francisco Liñán (Coordinador)
- Inmaculada Jaén
- José Fernández Serrano

## Redacción:

- Capítulo 1: Mari Paz Horno y Alfonso Márquez (U. Jaén)
- Capítulo 2: Emilio Morales (U. Loyola)
- Capítulo 3: María del Mar Bornay y Jaime Guerrero (U. Cádiz)
- Capítulo 4: Juan Antonio Martínez (U. Sevilla)

Esta edición es propiedad del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía; Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

## Citar:

Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (2023): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM Andalucía 2022-2023*. Ed. OEEA, Jaén.

Agradecimientos por su labor de revisión: José Ruiz Navarro (OEEA), María Jesús Hernández Ortiz (OEEA), María del Mar Fuentes Fuentes (OEEA), Raquel Barreda Tarazona (GEM Jaén).

© Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía

© Los autores: María del Mar Bornay, José Fernández Serrano, Jaime Guerrero, Mari Paz Horno, Inmaculada Jaén, Francisco Liñán, Alfonso Márquez, Juan Antonio Martínez, Emilio Morales.

ISBN: 978-84-09-54534-6

D.L.: J 523-2023

Disponible en [www.gem-spain.com](http://www.gem-spain.com)



# Contenidos

Prólogo: Prof <sup>a</sup> Emérita Slavica Singer	1
Introducción: Prof. Emérito José Ruiz Navarro	5
¿Qué es el GEM?	9
¿Cómo obtenemos los datos?	11
Resumen Ejecutivo	13
Executive Summary	17
Cuadro de indicadores	21
Capítulo 1. Percepciones sobre emprendimiento	25
1.1. ¿Qué percibe la población?	25
1.2. Diferencias territoriales en las percepciones sobre emprendimiento	30
1.3. Percepciones de los expertos	32
Capítulo 2. El proceso emprendedor	39
2.1. Indicadores del proceso emprendedor	39
2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	42
2.3. Perspectiva nacional y por CC.AA. del proceso emprendedor	45
2.4. Perspectiva por provincias del proceso emprendedor	47

<b>Capítulo 3. Perfil de la persona emprendedora</b>	<b>49</b>
3.1.Motivación	49
3.2.Edad	51
3.3.Formación	52
3.4.Renta	54
<b>Capítulo 4. Potencial de las iniciativas emprendedoras</b>	<b>57</b>
4.1.Tamaño del tejido empresarial	57
4.2.Sector de actividad	60
4.3.Nivel tecnológico e innovación	61
4.4.Orientación internacional	64
4.5.Digitalización	65
4.6.Orientación a la sostenibilidad	66
<b>Índice de Figuras</b>	<b>67</b>
<b>Relación de equipos GEM Andalucía 2022</b>	<b>71</b>
<b>Patrocinadores GEM 2022</b>	<b>75</b>

# Prólogo

## Prof<sup>a</sup> Emérita Slavica Singer

Twenty years of researching entrepreneurship capacity of Andalusia using Global Entrepreneurship Monitor (GEM) conceptual framework provides a unique database for identifying trends and features of entrepreneurial activity of individuals, changes in entrepreneurial environment in which they are active and in interactions between individuals and their respective entrepreneurial context.

Global Entrepreneurship Monitor survey was born in 1999 when a group of researchers from the Babson College and London Business School implemented the surveys in ten the most developed countries (G7: Canada, France, Germany, Italy, Japan, UK and U.S.A, joined by Denmark, Finland and Israel). The research on phenomena of entrepreneurial behaviour was intrigued by questions why some countries have more intensive entrepreneurial activity than others, and what governments can do in order to make institutional and policy context more supportive to entrepreneurial activities of individuals.

Veinte años de investigación sobre la capacidad emprendedora de Andalucía utilizando el marco conceptual de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) proporciona una base de datos única para identificar tendencias y características de la actividad emprendedora de los individuos, cambios en el entorno emprendedor en el que están activos y en las interacciones entre los individuos y sus respectivos contextos emprendedores.

La encuesta Global Entrepreneurship Monitor nació en 1999 cuando un grupo de investigadores de Babson College y London Business School implementaron las encuestas en diez de los países más desarrollados (G7: Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y EE. UU., junto con Dinamarca, Finlandia e Israel). La investigación sobre los fenómenos del comportamiento emprendedor se interesó por las preguntas de por qué algunos países tienen una actividad emprendedora más intensa que otros, y qué pueden hacer los gobiernos

From then, the Global Entrepreneurship Monitor has been grown into the largest global survey of entrepreneurship, using the conceptual framework which theoretical foundations are tested through intensive work of researchers across the globe. At the same time, the GEM indicators became an important input for developing evidence-based policies or analysis on international (e.g. OECD), to national or sub-national levels.

Besides checking and diagnosing national and sub-national entrepreneurship capacity GEM indicators have informational value for monitoring the progress toward achieving UN sustainable development goals. Reading about the history of Andalusia, I found a very interesting connection between GEM survey and the regional motto: Andalusia for herself, Spain and Humanity. For last twenty years GEM Andalusia provides insights into first two promises (Andalucía por sí, para España) and now using the UN Sustainable Development Goals perspective it will be fully in the line of the inscription of the Andalusian flag.

Pioneering work of GEM Andalusia team led by Professor Ruiz Navarro should be recognized as an important contribution to understand that the phenomenon of entrepreneurial activities is contextual, depending on sub-national entrepreneurial ecosystem. By introducing GEM Andalusia in 2003, Professor Ruiz Navarro's team enriched the GEM conceptual framework with the regional dimension and called for wakening up sub-national actors in designing a stimulative institutional and policy context in which an individual can

para que el contexto institucional y político apoye más las actividades emprendedoras de los individuos.

Desde entonces, el Global Entrepreneurship Monitor se ha convertido en la mayor encuesta mundial sobre emprendimiento, utilizando el marco conceptual cuyos fundamentos teóricos se prueban a través del trabajo intensivo de investigadores de todo el mundo. Al mismo tiempo, los indicadores GEM se convirtieron en un insumo importante para desarrollar políticas basadas en evidencia o análisis a nivel internacional (por ejemplo, OCDE), nacional o subnacional.

Además de verificar y diagnosticar la capacidad empresarial nacional y subnacional, los indicadores GEM tienen valor informativo para monitorear el progreso hacia el logro de los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU. Leyendo sobre la historia de Andalucía, encontré una conexión muy interesante entre la encuesta GEM y el lema regional: Andalucía por sí, para España y la Humanidad ("Andalucía por sí, España y la Humanidad"). Durante los últimos veinte años, GEM Andalucía proporciona información sobre las dos primeras promesas (Andalucía por sí, para España) y ahora, utilizando la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, estará completamente en la línea de la inscripción de la bandera andaluza.

El trabajo pionero del equipo de GEM Andalucía dirigido por el profesor Ruiz Navarro debe reconocerse como una contribución importante para comprender que el fenómeno de las actividades

develop their intentions into entrepreneurial activities.

empendedoras es contextual, dependiendo del ecosistema emprendedor subnacional. Al presentar GEM Andalucía en 2003, el equipo del profesor Ruiz Navarro enriqueció el marco conceptual de GEM con la dimensión regional y llamó a despertar a los actores subnacionales en el diseño de un contexto institucional y político estimulante en el que un individuo pueda desarrollar sus intenciones en actividades emprendedoras.

Slavica Singer, Ph.D., Professor Emerita  
UNESCO Chair in Entrepreneurship Education  
J.J. Strossmayer University in Osijek, Croatia  
GEM Croatia team leader, from 2002



# Introducción

Prof. Emérito José Ruiz Navarro

## La creación de empresas: veinte años del proyecto GEM en Andalucía

Nuestro propósito hace veinte años, cuando en 2003 publicamos el primer informe GEM sobre la creación de empresas en Andalucía, fue ofrecer información rigurosa y comparable sobre la dinámica de un fenómeno social complejo. El fin último era, y sigue siendo, facilitar su gobernanza y converger con sociedades más avanzadas, con Europa y otras regiones españolas para modernizar el tejido empresarial. Algo crucial para el desarrollo económico y el bienestar social. El comportamiento de la población andaluza ante este reto y los condicionantes de su entorno, se han recogido en los informes anuales gracias a las más de 50.000 personas encuestadas, la opinión de los casi 1.000 expertos consultados y el trabajo de los 130 investigadores que han participado en los informes de estos años. A todas estas personas, a las empresas e instituciones colaboradoras y a la red nacional e internacional GEM, mis agradecimientos.

El principal rasgo a destacar de lo observado en estos años es el carácter social del fenómeno emprendedor, que atañe al comportamiento individual de las personas (a sus iniciativas, percepciones, miedos y capacidades creativas), a sus relaciones con los demás actores del ecosistema social, a la bondad de este, y a los recursos disponibles de su entorno (institucionales, educativos y tecnológicos, principalmente). En definitiva, el fenómeno responde a un enfoque sistémico menos cercano a la visión individualista de la “destrucción creativa” de Schumpeter y más a la visión coral, cercana a la “construcción creativa” que propone David Audretsch.

El cambio social más relevante de este proceso ha estado protagonizado por las mujeres. Las mujeres emprendedoras andaluzas y españolas conquistan territorios hasta ahora vedados y alcanzan en estos 20 años tasas similares a la de los hombres. De ser prácticamente la mitad en 2003 crecen de manera espectacular y sostenida, principalmente desde 2011, hasta casi igualar la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de los hombres en 2022. Aunque en todos

los países de referencia crece la igualdad entre mujeres y hombres Andalucía y España lideran este cambio global.

La población de Andalucía ahora emprende menos. La TEA (porcentaje de personas involucradas en crear una empresa sobre la población total) ha descendido 0,7 puntos (del 6,2% en 2003 al 5,5% en 2022) una cifra similar al descenso que experimenta España (-0,8). Este comportamiento contrasta poderosamente con las diferencias al alza que han experimentado países como Francia (+7,5), EEUU (+7,3), Reino Unido (+6,5) o Alemania (+3,9). Andalucía tuvo un periodo sostenido de crecimiento superior al de España entre los años 2011 a 2018, año que alcanzó su máximo histórico (8,8%) y que actualmente queda lejos de EEUU (19,2%), Reino Unido (12,9%), Francia (9,2%) o Alemania (9,1%).

Este descenso va unido a un aumento del pesimismo, al igual que en el resto de España, lo que contrasta con las tendencias de otros territorios. En Andalucía el porcentaje de personas que perciben buenas oportunidades para crear empresas ha descendido más de 10 puntos, pasa del 39,3% en 2003 al 29,1% en 2022. La evolución es de signo contrario en países como EEUU (sube 27 puntos), Alemania (+26) o Reino Unido (+9).

Andalucía se vuelve más conservadora en este periodo. El miedo a fracasar en una iniciativa empresarial se eleva 21,8 puntos, del 37,7% de la población en 2003 al 59,5% en 2022. Esta tendencia es similar a la de otros territorios y se encuentra dentro del rango observado en países que van de los 22,1 puntos de aumento del Reino Unido, los 20 de EEUU, los 18,4 de España, los 14,2 de Alemania o los 12,3 de Francia.

Un aspecto esperanzador es que mejora el perfil de la formación de las personas emprendedoras. En 2003 el grupo más numeroso eran las personas con estudios secundarios (45%), los universitarios solo alcanzaban el 23%; en 2022 las personas con estudios superiores llegan al 40,6%. Esta mejora se observa también en la formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa.

La innovación en productos o servicios aumenta, puede que haya influido el cambio en la formación. Las iniciativas que se consideran novedosas pasan del 16,3% al 33,7%, una subida sustancialmente superior a la que se experimenta en España (del 23,8% al 27%). Siguiendo una tendencia global, las iniciativas industriales pierden protagonismo en la estructura sectorial, concentradas principalmente en los servicios, pasan de representar el 14,4% en 2003 al 13,9% del total en 2022.

Estos comportamientos más sobresalientes de la población aparecen acompañados por factores del entorno que los condicionan. Los tres obstáculos del entorno más citados por los expertos en 2003 fueron el acceso a la financiación, las normas sociales y culturales y el déficit de formación. Veinte años después, las explicaciones se han vuelto más sutiles. La

necesidad de reforzar la coordinación de las políticas públicas favorecedoras del ecosistema, y las correcciones de las desventajas financieras que suponen las cargas fiscales y regulatorias en las etapas iniciales de las empresas emergentes y el déficit de formación, son las barreras más señaladas. Respecto a esta última, la formación empresarial en la etapa escolar sigue siendo donde Andalucía presenta una valoración más baja en comparación con España y con los países más avanzados. La mejora en la transferencia de conocimientos científicos y tecnológicos a las nuevas empresas no alcanzaba el aprobado en 2003 y, aunque ahora lo roza, no logra situar su valoración en el nivel de los territorios más avanzados.

Los datos que ha ofrecido GEM en estos años muestran que en una sociedad avanzada la capacidad de emprender es un atributo de la población que puede desarrollarse y aprenderse, que tiene carácter sistémico e institucional, que el reto pasa por crear comunidades dinámicas que propicien la confianza, disminuyan las desigualdades y aumenten las relaciones de colaboración.

Como decía Carlos Gardel en su tango "Volver", veinte años son nada. Pocos, probablemente, para determinados cambios en la estructura económica de un territorio y suficientes para apreciar la evolución de la sociedad andaluza y de su dinámica empresarial. El proyecto GEM ha supuesto para mí una dedicación destacada en mi devenir académico. Desde su comienzo he tenido la gran suerte de contar con excelentes colaboradores que han hecho posible lo que no ha sido fácil: realizar año tras año un análisis exhaustivo del fenómeno emprendedor. Ha sido un reto superado gracias a los apoyos recibidos que se explicitan en cada uno de los informes anuales de este periodo. A partir de ahora la dirección del proyecto GEM en Andalucía pasa a muy buenas manos y lo dirigirá la Catedrática de Organización de Empresas de la Universidad de Jaén, María Jesús Hernández Ortiz, como presidenta del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía. Estoy seguro que, gracias a su excelencia académica y profesional y a la de los compañeros que le acompañan, entre ellos, la Catedrática María del Mar Fuentes de la Universidad de Granada y el Catedrático Francisco Liñán de la Universidad de Sevilla, lograrán avanzar en este reto compartido por un gran equipo de investigadores de la práctica totalidad de las universidades andaluzas. A todos ellos mi agradecimiento por su labor y por su compromiso con el proyecto GEM. Seguiremos colaborando en este y otros frentes para impulsar el progreso de Andalucía.

**José Ruiz Navarro**

**Director de GEM Andalucía 2002-2023**

**Catedrático Emérito de Organización de Empresas, Universidad de Cádiz**



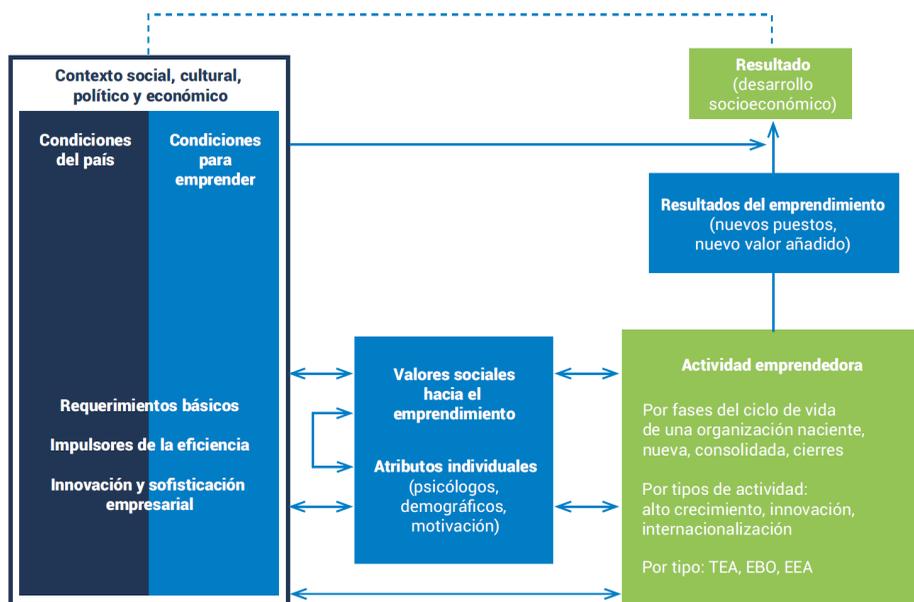
# ¿Qué es el GEM?

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el observatorio sobre emprendimiento más destacado del mundo. Su importancia radica en su capacidad para obtener datos homogéneos y comparables sobre el proceso de emprendimiento a nivel internacional de forma continuada desde 1999. Su contribución es fundamental para conocer el fenómeno emprendedor. Para ello se basa en un marco conceptual común a partir de la literatura sobre emprendimiento (Figura 1).

El proyecto GEM lo forma una amplia y diversa red mundial de investigadores cualificados y un conjunto de instituciones estrechamente vinculadas al emprendimiento en más de 80 países. El Observatorio del Emprendimiento en España (<http://www.gem-spain.com/>) desarrolla el proyecto GEM y elabora los informes de GEM España y de las comunidades autónomas y provincias que participan en el proyecto. El Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA) es la asociación sin ánimo de lucro que aglutina a todos los investigadores GEM en su territorio.

Figura 1.  
Marco teórico  
GEM revisado

Fuente: Informe  
GEM Global  
(2022)





# ¿Cómo obtenemos los datos?

El Observatorio GEM utiliza una metodología uniforme y común para analizar la actividad emprendedora en cada ámbito geográfico, lo cual posibilita que se puedan desarrollar análisis comparativos entre diferentes territorios. Para ello, se emplean tres fuentes de información:

- una encuesta a la población de 18-64 años, denominada APS (Adult Population Survey);
- una encuesta a expertos en emprendimiento, denominada NES (National Expert Survey);
- un conjunto de fuentes secundarias de información (artículos científicos, informes sectoriales, análisis internacionales) para posibilitar una mejor interpretación de los datos.

Las encuestas APS y NES están basadas en el marco conceptual del Proyecto GEM, previamente explicado, y son sometidas a rigurosos controles de calidad que aseguran la homogeneidad de las mismas en todos los territorios.

**Tabla 1. Ficha técnica de las encuestas (APS) en Andalucía**

**Universo:** Población de 18 a 64 años residente en Andalucía

**Población objetivo:** 5.412.992 individuos (fuente INE)

**Muestra:** 6.924 individuos

**Error muestral:**  $\pm 1,18\%$  (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 septiembre de 2022

**Tabla 2. Distribución de la muestra APS en Andalucía**

Total	Mujer	Hombre	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano
6924	3451	3473	804	1267	1652	1733	1467	827	6097
100,0	49,8	50,2	11,6	18,3	23,9	25,0	21,2	11,9	88,1



# Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo del Informe GEM Andalucía 2022-2023 ofrece una visión general de los principales indicadores que describen el contexto emprendedor de nuestra región, las diferentes fases del proceso emprendedor, el perfil de las personas que emprenden y el potencial de las iniciativas emprendedoras.

## Contexto emprendedor

En el año 2022 se ha producido un descenso en el porcentaje de personas que reconocen la existencia de oportunidades emprendedoras en su entorno, situándose dicha tasa en el 29,1% frente al 31,6% del año 2021. Esta caída se produce tras el importante repunte en 2021 respecto al 2020 (cuando se situó en el 17,4%). En la misma línea, es preciso destacar que se ha producido un aumento en el porcentaje de personas que reconocen el miedo al fracaso como un importante inhibidor de la actividad emprendedora. Este aumento ha sido significativo en el caso de la población involucrada en el emprendimiento, pasando del 38,4% (en el informe de 2021), al 45,2% actual. A pesar de esta desfavorable evolución, Andalucía se sitúa como la segunda región española en cuanto a porcentaje de población que reconoce oportunidades para emprender (tan solo superada por Canarias) y en posiciones destacadas tanto en conocimientos y habilidades para emprender como en conocer personalmente a emprendedores.

Respecto a la valoración de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender, los resultados indican que Andalucía se mantiene ligeramente por encima de la media nacional. En este sentido, destacan la mejora que se ha producido en las políticas gubernamentales que tienen como prioridad el emprendimiento (2021: 4,0 puntos; 2022: 4,3 puntos) y la dinámica del mercado interno (2021: 3,2 puntos; 2022: 3,9 puntos). Por el contrario, la percepción de los expertos empeora en varios aspectos, destacando especialmente el impacto de la burocracia y los impuestos (del 4,5 al 3,8) o la existencia y el acceso a la infraestructura (tanto física y de servicios -6,8 a 6,0- como comercial y profesional

-5,7 a 5,2-). En 2022, por tanto, se ha deteriorado la percepción global que los expertos tienen sobre el ecosistema emprendedor en Andalucía. Por su parte, entre los factores que más están contribuyendo al emprendimiento en Andalucía, el 22,9% señala las políticas públicas de apoyo a las empresas y al ecosistema emprendedor; seguido de la infraestructura (tecnológica) (17,1%) y los condicionantes en el mercado de trabajo (elevado paro) que empujan a las personas hacia el autoempleo (11,4%). En sentido opuesto, las principales recomendaciones de los expertos se centran en mejorar las políticas gubernamentales (reduciendo la excesiva burocracia), indicado por un 25% de los expertos; seguido de resolver la escasez de financiación (22,2%) y la necesidad de mejorar la formación en emprendimiento (22,2%).

### **Proceso emprendedor**

En el año 2022, la actividad emprendedora en iniciativas de hasta tres años y medio (TEA) ha aumentado en más de medio punto porcentual respecto a los niveles del año 2021 (del 4,9% al 5,5%), a pesar del aumento de la tasa de abandono empresarial (sube del 2,0% al 2,9%). Esta mayor tasa de actividad emprendedora es la consecuencia lógica del aumento del porcentaje de personas con intención de emprender, que ya creció en 2021 (hasta el 10,3%) y se mantiene para este año en el 10,4%. La brecha de género ha aumentado en la actividad emprendedora reciente al aumentar al 0,7% en 2022 (TEA hombres 5,9%, TEA mujeres 5,2%) desde el 0,1% en 2021. En cambio, la brecha ha disminuido notablemente en emprendimiento potencial a sólo un 1,1% (10,9% en hombres, 9,8% en mujeres) desde un 2,2% anterior. Por su parte, continúa aumentando, aunque levemente, el porcentaje de actividad emprendedora consolidada, alcanzando el 6,8% (solo dos décimas por debajo de la media nacional), lo cual define a nuestra región como un territorio con la capacidad suficiente para mantener las empresas consolidadas, pese a las dificultades derivadas de la situación sociosanitaria. En este grupo, existe un claro predominio de hombres (8,1%) frente a mujeres (5,4%), manteniéndose prácticamente igual la brecha que se observaba en el año 2021

### **Perfil de la persona que emprende**

En 2022, la motivación principal de las personas que emprenden continúa siendo la necesidad de ganarse la vida porque el trabajo escasea (74,5%). No obstante, es preciso resaltar la existencia de un número creciente de personas que manifiestan motivaciones relacionadas con la creación de riqueza (44,5%). En cambio, han descendido otras como el deseo de marcar una diferencia en el mundo (39,6%) o el mantenimiento de una tradición familiar (19,8%). El análisis del perfil de las personas que emprenden permite identificar rasgos característicos para cada uno de los distintos grupos. Así, los emprendedores potenciales se concentran en el intervalo de edad de los 25 a 44 años (suman un 61%), su nivel de estudios mayoritario es educación primaria o secundaria (suman 60%) y

predominan los niveles de renta bajos (43,2%). Por otro lado, la tasa de actividad emprendedora (TEA) comparte tramo de edad con los emprendedores potenciales entre los 25 y los 44 años (suman 62,9%). En cuanto a nivel de estudios, predominan los emprendedores con educación primaria (27,7%) seguidos de aquellos con máster (19,8%) y grado (18,5%). Por último, los emprendedores consolidados se sitúan mayoritariamente en los tramos de edad comprendidos entre los 45-54 años (29,6%) y sobre todo los 55-64 años (35,4%), su nivel educativo mayoritario es educación primaria (31,3%) y predominan aquellos con niveles de renta altos (39,4%).

### **Potencial de las iniciativas emprendedoras**

El análisis del perfil de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas permite ofrecer una visión apropiada del potencial de crecimiento del tejido emprendedor andaluz. A nivel global, nuestra región presenta un tamaño empresarial similar al del conjunto nacional: predominan las microempresas, es decir, las empresas que tienen un máximo de nueve trabajadores (96,2%). Si nos centramos en la muestra de emprendedores andaluces sobre la que se elabora este informe, se observa en primer lugar, que tanto las empresas recientes como las consolidadas han aumentado de tamaño en el año 2022 con respecto a 2021. No obstante, el porcentaje de empresas que cuentan con 20 o más empleados es muy reducido, tanto para las primeras (4,1%, más del doble que en 2021), como para las segundas (2,9%). Por contra, la percepción de los emprendedores sobre las expectativas de crecimiento de sus iniciativas emprendedoras ha descendido. Así, el 18,0% de los emprendedores recientes considera que su empresa estará formada por más de cinco empleados en los próximos cinco años, lo que supone una reducción de punto y medio respecto al dato del año anterior. Aunque en menor medida, el emprendimiento consolidado también reduce esas expectativas hasta el 12,5%, frente al 13,3% del año 2021.

Con respecto al sector de actividad, la mayoría de las iniciativas nacientes y nuevas se desarrollan en el sector terciario, ya sea proporcionando servicios a empresas (36,5%) o al consumidor (46,3%). Un comportamiento similar se observa en las empresas consolidadas. Por otro lado, la mayoría de las empresas, tanto nacientes y nuevas (91,1%), como consolidadas (90,9%) presenta un escaso nivel tecnológico, así como reducidos niveles de innovación, tanto en producto (empresas recientes 66,3%; empresas consolidadas 84,8%), como en proceso (empresas recientes 69,1%; empresas consolidadas 84,5%). En cuanto a la orientación internacional, cabe destacar el aumento de la internacionalización de las empresas tanto recientes (el 27,1% de estas empresas exportan en alguna medida) como consolidadas (el 26,6% exportan). Esto representa un incremento del 2,4% (en empresas nacientes) y del 4,8% (en las establecidas), respectivamente, con respecto al año 2021. El informe incluye también una serie de indicadores relacionados con la digitalización de las empresas andaluzas. En este sentido, hay que destacar que el 82,2% de las iniciativas nacientes y el 74,5% de las empresas consolidadas reconocen que no podrían funcionar sin

tecnologías digitales. Además, se observa que un porcentaje significativo de las mismas habían planificado la implementación de nuevas tecnologías digitales antes de la pandemia (recientes 29,1%; consolidadas 39,1%), si bien sólo el 9,2% de las iniciativas consolidadas reconoce haber adoptado tecnologías digitales como respuesta a la crisis sanitaria. Por otro lado, la mayoría de los emprendedores considera las implicaciones sociales (recientes: 68,0%; consolidados: 67,8%) o ambientales (recientes: 66,7%; consolidados: 71,5%) a la hora de gestionar sus negocios e, igualmente, prioriza el impacto social o ambiental de los mismos frente a otro tipo de variables (recientes: 53,7%; consolidados: 54,6%). No obstante, estos datos han disminuido respecto al año anterior.

# Executive Summary

The executive summary of the GEM Andalucía 2022-2023 Report offers an overview of the main indicators describing the entrepreneurial context of our region, the different phases of the entrepreneurial process, the profile of entrepreneurial people and the potential of entrepreneurial initiatives.

## Entrepreneurial context

In 2022 there has been a decrease in the percentage of people who recognize the existence of entrepreneurial opportunities in their environment, standing at 29.1% compared to 31.6% in 2021. This drop occurs after the significant rebound in 2021 compared to 2020 (when it stood at 17.4%). Along the same lines, it should be noted that there has been an increase in the percentage of people who recognize the fear of failure as an important inhibitor of entrepreneurial activity. This increase has been significant in the case of the population involved in entrepreneurship, moving from 38.4% (in the 2021 report) to 45.2% in 2022. Despite this unfavourable evolution, Andalusia ranks as the second Spanish region in terms of the percentage of the population that recognizes entrepreneurial opportunities (only surpassed by the Canary Islands) and in prominent positions both in entrepreneurial knowledge and skills and in personally knowing entrepreneurs.

Regarding the experts' assessment of the environmental conditions for entrepreneurship, the results indicate that Andalusia remains slightly above the national average. In this sense, they highlight the improvement that has occurred in government policies prioritizing entrepreneurship (2021: 4.0 points; 2022: 4.3 points) and the dynamics of the internal market (2021: 3.2 points; 2022: 3.9 points). On the contrary, the perception of the experts worsens in several aspects, highlighting especially the impact of bureaucracy and taxes (from 4.5 to 3.8) or the existence and access to infrastructure (both physical and services [6.8 to 6.0] and commercial and professional [5.7 to 5.2]). In 2022, therefore, the experts' global perception about the entrepreneurial ecosystem in Andalusia has deteriorated. In addition, among the

factors that are contributing most favourably to entrepreneurship in Andalusia, 22.9% point to public policies to support companies and the entrepreneurial ecosystem; followed by (technological) infrastructure (17.1%) and the conditions in the labour market (high unemployment) that push people towards self-employment (11.4%). In the opposite direction, the main recommendations from the experts focus on improving government policies (reducing excessive bureaucracy), indicated by 25% of the experts; followed by solving the shortage of financing (22.2%) and the need to improve entrepreneurship education and training (22.2%).

## Entrepreneurial process

In 2022, entrepreneurial activity in initiatives of up to three and a half years (TEA) has increased by more than half a percentage point compared to the 2021 levels (from 4.9% to 5.5%), despite the increase in the business abandonment rate (rising from 2.0% to 2.9%). This greater entrepreneurial activity rate is the logical consequence of the increase in the percentage of people with the intention of starting a venture, which already grew in 2021 (up to 10.3%) and remains at 10.4% this year. The gender gap has widened in early-stage entrepreneurial activity, increasing from 0.1% in 2021 to 0.7% in 2022 (TEA men 5.9%, TEA women 5.2%). Instead, the gap has decreased remarkably in potential entrepreneurship to only 1.1% (10.9% in men, 9.8% in women) from a previous 2.2%. In addition, the percentage of consolidated entrepreneurial activity continues to increase, albeit slightly, reaching 6.8% (only 0.2% below the national average), which defines our region as a territory with sufficient capacity to maintain consolidated firms, despite the difficulties derived from the socio-sanitary situation. In this group, there is a clear predominance of men (8.1%) over women (5.4%), keeping the 2021 gap virtually constant.

## Profile of entrepreneurs

In 2022, the main motivation of people who start a business continues to be the need to earn a living because work is scarce (74.5%). However, it is necessary to highlight the existence of a growing number of people who manifest wealth creation motivations (44.5%). On the other hand, other motives have decreased, such as the desire to make a difference in the world (39.6%) or maintaining a family tradition (19.8%). The profile analysis of entrepreneurial people makes it possible to identify characteristic features for each of the different groups. Thus, potential entrepreneurs are concentrated in the age range of 25 to 44 years (61% of the total), their most frequent education level is primary or secondary education (60%) and predominantly in the low income category (43.2%). On the other hand, the age of early-stage entrepreneurs (TEA) concentrates around the same age range between 25 and 44 years (62.9%). In terms of educational level, entrepreneurs with primary education predominate

especially 55-64 years (35.4%), their most frequent educational level is primary education (31.3%) and a higher income level is predominant (39.4%).

### Potential of entrepreneurial initiatives

The analysis of the profile of entrepreneurial initiatives and consolidated companies allows us to offer an appropriate vision of the growth potential of the Andalusian entrepreneurial fabric. At a global level, our region presents an average business size similar to that of the national average: microenterprises predominate, that is, companies with a maximum of nine workers (96.2%). If we focus on the sample of Andalusian entrepreneurs (the focus of this report), it can firstly be observed that both early-stage and consolidated companies have increased in size in 2022 compared to 2021. However, the percentage of companies that have 20 or more employees is very low, both for the former (4.1%, more than double that in 2021), and for the latter (2.9%). In contrast, the entrepreneurs' perception about the growth expectations of their entrepreneurial initiatives has decreased. Thus, 18.0% of recent entrepreneurs consider that their company will have more than five employees in the next five years, which represents a 1.5% reduction compared to the data from the previous year. Although to a lesser extent, consolidated entrepreneurs also reduce these expectations to 12.5%, compared to 13.3% in 2021.

Regarding the sector of activity, most of the nascent and new initiatives are developed in the tertiary sector, either providing services to companies (36.5%) or to the consumer (46.3%). A similar behaviour is observed in consolidated companies. On the other hand, most of the companies, both nascent and new (91.1%), and consolidated (90.9%) present a low technological level, as well as reduced levels of both product (recent companies 66.3%; consolidated companies 84.8%) and process (recent companies: 69.1%; consolidated companies: 84.5%) innovation. As regards international orientation, it is worth noting the increase in the internationalization of companies, both recent (27.1% of these companies export to some extent) and consolidated (26.6% export). This represents an increase of 2.4% (in early-stage companies) and 4.8% (in established ones), respectively, compared to 2021. The report also includes a series of indicators related to the digitization of Andalusian companies. In this sense, it should be noted that 82.2% of the early-stage initiatives and 74.5% of the consolidated companies recognize that they could not function without digital technologies. In addition, it is observed that a significant percentage of them had planned the implementation of new digital technologies before the pandemic (early-stage 29.1%; consolidated 39.1%), although only 9.2% of the consolidated firms recognize having adopted digital technologies in response to the health crisis. On the other hand, most entrepreneurs (27.7%) followed by those with a master's (19.8%) and a graduate (18.5%) degree. Lastly, consolidated entrepreneurs are mostly in the age ranges between 45-54 years (29.6%) and consider the social (early-stage 68.0%; consolidated 67.8%) or environmental (early-stage 66.7%; consolidated: 71.5%) implications when managing its businesses. Likewise, they also

prioritize their social or environmental impact over other types of variables (early-stage 53.7%; consolidated 54.6%). However, these data have decreased compared to the previous year.

# Cuadro de indicadores

Percepciones de la población adulta sobre emprendimiento (%)	2022	2021	España
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en auto-empleado en los 2 últimos años	45,8	42,6	41,0
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	29,1	32,6	26,0
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un negocio	47,9	52,3	47,0
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	59,5	58,9	58,0
Percibe que es fácil iniciar un negocio	37,5	38	32,0
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	10,4	10,3	9,4
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	2,9	2,0	2,5
Ha actuado como inversor informal o como un business angel	4,8	5,0	4,4
<b>TEA: Población adulta en iniciativas emprendedoras (%)</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>España</b>
TEA Total	5,5	4,9	6
TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	5,2	4,8	5,9
TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	5,9	4,9	6
<b>Empresas consolidadas: Población adulta en iniciativas &gt; 3,5 años (%)</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>España</b>
Empresas consolidadas Total	6,8	6,7	7,0
Empresas consolidadas Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	5,4	5,3	6,5
Empresas consolidadas Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	8,1	8,2	7,5

Distribución del TEA	2022	2021	España
<b>Motivación</b>			
TEA - Para marcar una diferencia en el mundo	39,6	47,2	39,0
TEA - Para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	44,5	40,0	39,0
TEA - Para continuar una tradición familiar	19,8	23,6	24,0
TEA - Para conseguir un sustento porque el trabajo escasea	74,5	70,6	71,0
<b>Sector</b>			
TEA del sector extractivo o primario	3,3	3,2	2,0
TEA del sector transformador	13,9	15,4	13,0
TEA del sector de servicios a empresas	36,5	32,2	38,0
TEA del sector orientado al consumo	46,3	49,2	46,0
TEA rural (tasa porcentual)	4,5	5,9	5,0
<b>Tamaño</b>			
TEA sin empleados	36,9	46,1	42,0
TEA de 1-5 empleados	49,0	47,9	48,0
TEA de 6-19 empleados	10,0	4,3	8,0
TEA de 20 y más empleados	4,1	1,6	3,0
<b>Nivel Tecnológico</b>			
TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo	91,1	92,1	90,0
TEA iniciativas con nivel tecnológico medio	5,0	3,5	5,0
TEA iniciativas con nivel tecnológico alto	3,9	4,4	5,0
<b>Internacionalización</b>			
TEA iniciativas que exportan en algún grado	27,1	24,7	27,0
<b>Innovación</b>			
TEA innovación en producto	33,7	22,3	27,0
TEA innovación en proceso	30,9	29,7	26,0
<b>Crecimiento</b>			
TEA iniciativas que esperan crear al menos 20 empleos en los próximos 5 años	6,1	6,0	5,0
<b>EEA: Población adulta en iniciativas (intra)empresarias (%)</b>			
Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)empresarias en los últimos 3 años	5,5	1,7	6,0
Población que actualmente desarrolla y lidera iniciativas (intra)empresarias	2,5	1,6	2,0

<b>Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor (Escala Likert 1-10)</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>España</b>
Financiación suficiente para emprendedores	3,3	4,0	3,8
Facilidad para acceder a la financiación de los emprendedores	3,5		3,9
Políticas gubernamentales: Emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,3	4,0	2,9
Políticas gubernamentales: Burocracia e impuestos	3,8	4,5	3,3
Programas gubernamentales	5,3	5,4	4,2
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	2,8	2,8	2,8
Educación y formación emprendedora en la etapa post-escolar	4,7	4,7	5,1
Transferencia de I+D	3,7	3,8	3,4
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	5,2	5,7	5,2
Dinámica del mercado interno	3,9	3,2	4,2
Barreras de acceso al mercado interno	4,2	4,7	4,1
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios	6,0	6,8	6,4
Normas sociales y culturales	3,9	4,2	3,3
Recuperación de las consecuencias del COVID-19	5,3		5,3
Responsabilidad social de las empresas	5,3		4,8
Rendimiento económico de las empresas	4,2		4,4
Prácticas de sostenibilidad medioambiental de empresas	5,5		5,5
Prácticas de sostenibilidad en las empresas	5,5		5,3
Prioridad del gobierno y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas	4,9		4,7
<b>NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)</b>	<b>4,2</b>		<b>4,0</b>



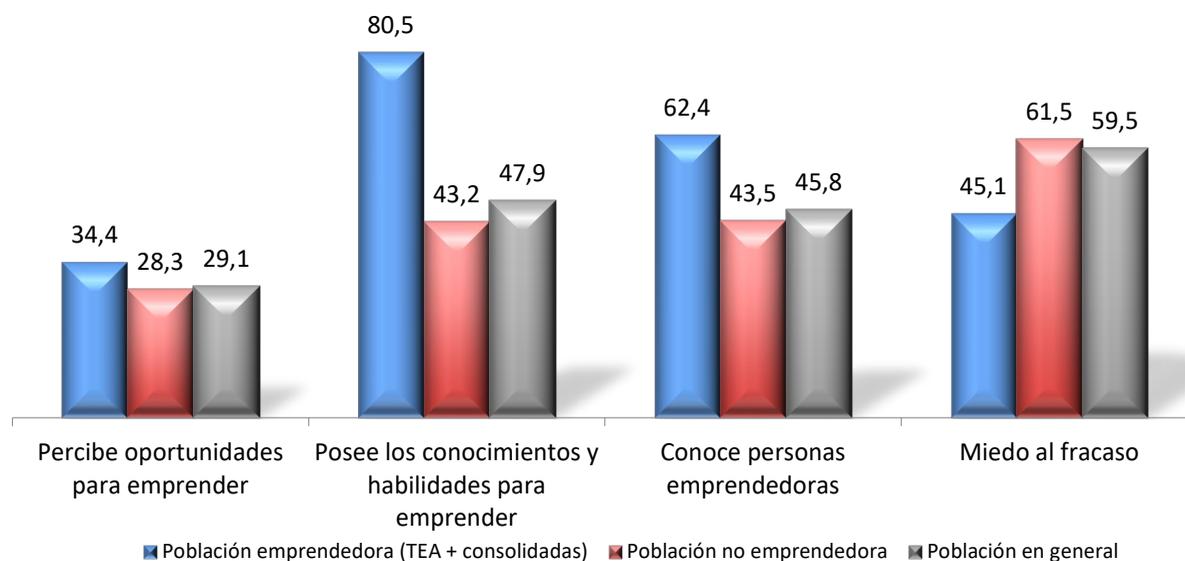
# Capítulo 1

## Percepciones sobre emprendimiento

### 1.1. ¿Qué percibe la población?

Figura 1.1.1. Percepciones sobre valores y actitudes en 2022

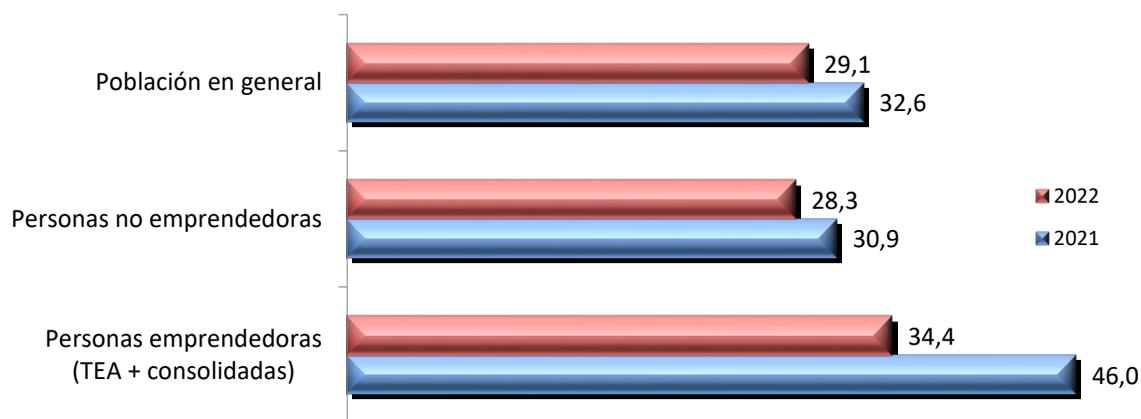
Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



En Andalucía, el 80,5% de las personas emprendedoras consideran que tienen los conocimientos y habilidades para hacerlo. Aunque un porcentaje menor, el 62,4%, conoce a otras personas que están emprendiendo y que pueden utilizar como modelos de referencia, aprendiendo de sus experiencias. Sin embargo, solo el 34,4% de las personas emprendedoras perciben oportunidades para emprender. Además, existe una limitación al emprendimiento, y es el miedo al fracaso, que lo percibe casi la mitad de las personas emprendedoras (45,1%), llegando incluso a alcanzar el 61,5% para el caso de las personas no emprendedoras, lo que explica que lo perciba el 59,5% del total de la población.

### Figura 1.1.2. Percepción de oportunidades para emprender

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



La percepción de oportunidades sigue diferenciando a las personas que emprenden del resto de la población. En 2022, el porcentaje más alto, el 34,4% de emprendedores perciben oportunidades para emprender. Sin embargo, son solo el 28,3% de las personas que no emprenden las que perciben estas oportunidades, lo que resulta en una media para la población general del 29,1%.

En todo caso, con carácter general, la percepción de oportunidades ha disminuido con respecto al año 2021 en toda la población, siendo un indicador de la pérdida de confianza emprendedora en Andalucía. En el caso concreto de las personas emprendedoras, se reduce del 46% que alcanzaba en 2021 al 34,4% en 2022. Una reducción sustancial.

Si analizamos la percepción de oportunidades en función del sexo, se percibe un porcentaje superior entre los hombres emprendedores (36,4%), respecto de las mujeres emprendedoras (31,7%), que son conscientes de que existen oportunidades para sus proyectos. En cambio, entre personas no emprendedoras las diferencias son mínimas.

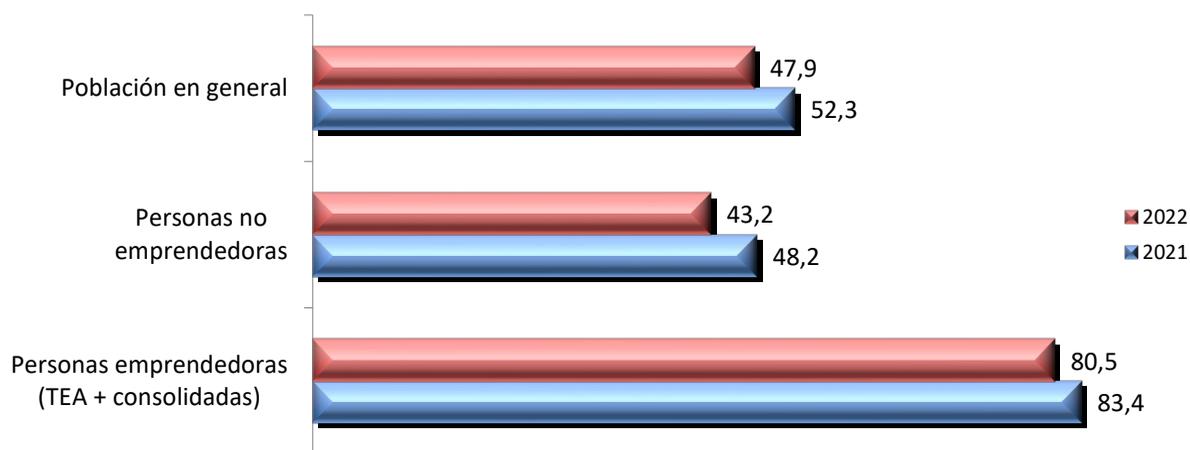
### Figura 1.1.3. Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

		
Personas emprendedoras (TEA + consolidadas)	31,7	36,4
Personas no emprendedoras	27,9	28,8
Población en general	28,3	29,8

### Figura 1.1.4. Conocimientos y habilidades para emprender

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



En el año 2022, en comparación con el año 2021, se observa una ligera disminución en el porcentaje de personas emprendedoras que considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para emprender, ya que en 2022 se sitúa en el 80,5% frente al 83,4% del año anterior. Tendencia a la baja que se observa también para el resto de la población, aunque de forma más acusada.

En función del sexo, se observa que en ambos grupos (personas emprendedoras y no emprendedoras), el porcentaje de hombres que creen tener los conocimientos y habilidades necesarios para emprender es ligeramente superior al de las mujeres. En el caso de personas emprendedoras, 81,7% hombres y 78,9% mujeres. Sin embargo, esa diferencia se acentúa más para los casos de las personas no emprendedoras, que alcanza un 7%, y casi un 8% para la población en general.

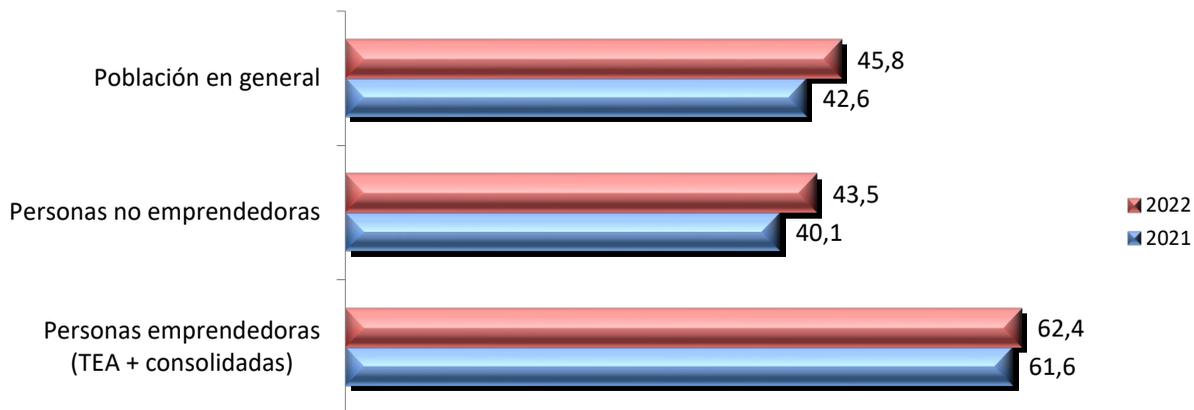
### Figura 1.1.5. Conocimientos y habilidades para emprender en función del sexo

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



### Figura 1.1.6. Conoce personas emprendedoras

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



En 2022 con respecto a 2021, ha aumentado ligeramente el porcentaje de personas que conocen a otras personas que están emprendiendo en los dos grupos de la población analizados. En el caso de las personas emprendedoras pasa del 61,6% de 2021 al 62,4% de 2022; mientras que en el grupo de personas no emprendedoras pasa del 40,1% a 43,5%. Esto da como resultado un aumento medio en la población en general, desde el 42,6% hasta el 45,8%. Los datos parecen constatar una mayor visibilidad del emprendimiento, especialmente entre la población no emprendedora.

En este sentido, cabe destacar que el porcentaje de mujeres emprendedoras que conocen a otras personas que emprenden alcanza el 64,1%, superior al de los hombres que es del 61,1%. En cambio, para las personas no emprendedoras, es superior el porcentaje de hombres que conocen a otras personas emprendedoras. Esto estaría indicando que el conocimiento de modelos de conducta emprendedor es un factor más importante para que las mujeres se decidan a emprender.

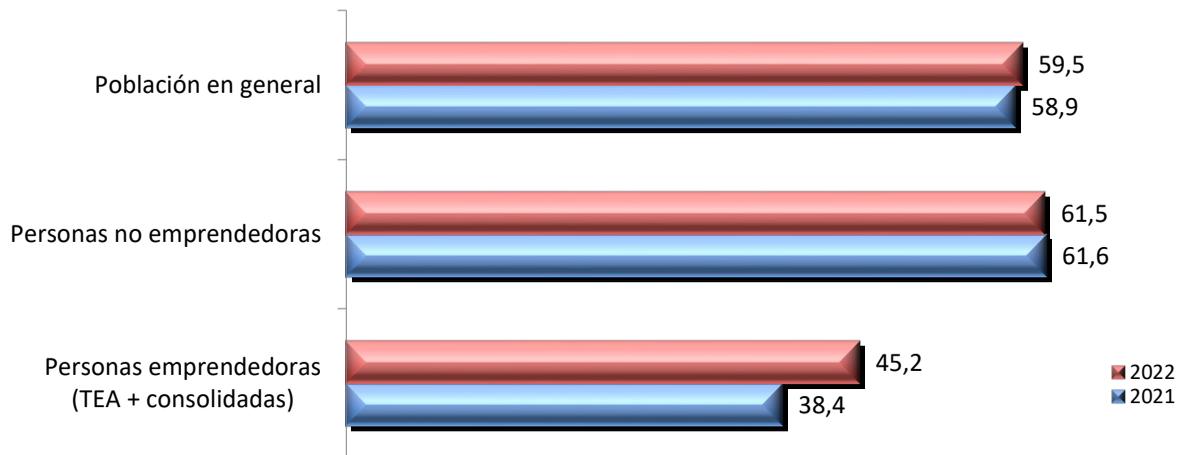
### Figura 1.1.7. Conoce personas emprendedoras en función del sexo

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



### Figura 1.1.8. Miedo al fracaso

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022

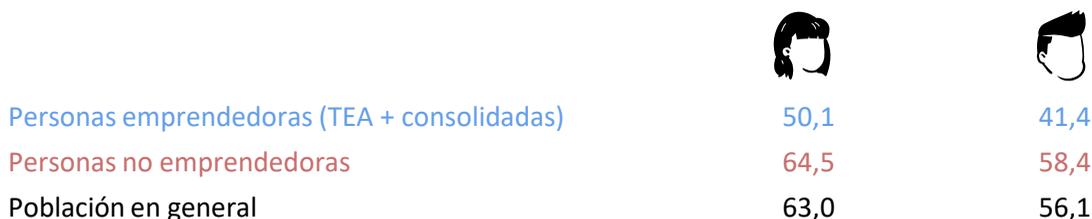


El miedo al fracaso en Andalucía ha aumentado de forma importante en el año 2022 con respecto al año anterior, para el caso de las personas emprendedoras, al pasar del 38,4% de 2021 al 45,2% de 2022. En cambio, no ha sufrido prácticamente cambios entre las personas no emprendedoras, que presentan un porcentaje prácticamente idéntico (61,5% en 2022 y 61,6% en 2021). Como resultado, el porcentaje de la población general que percibe miedo al fracaso pasa del 58,9% en 2021 al 59,5% en 2022.

En función del sexo, hay que resaltar que el porcentaje de mujeres que tiene miedo al fracaso es superior al de los hombres en cualquier grupo de la población (empreendedoras, no emprendedoras y población en general). Si bien, la diferencia más notable se observa en el caso de personas emprendedoras, ya que la mitad de las mujeres muestran miedo al fracaso, en cambio solo el 41,4% de los hombres lo manifiestan. En este sentido, las mujeres emprendedoras pueden ser menos optimistas, o puede que sean más conscientes de los riesgos que implica emprender.

### Figura 1.1.9. Miedo al fracaso en función del sexo

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



## 1.2. Diferencias territoriales en las percepciones sobre emprendimiento

Figura 1.2.1. Percepción de oportunidades para emprender por comunidades

Fuente: GEM-España APS 2022

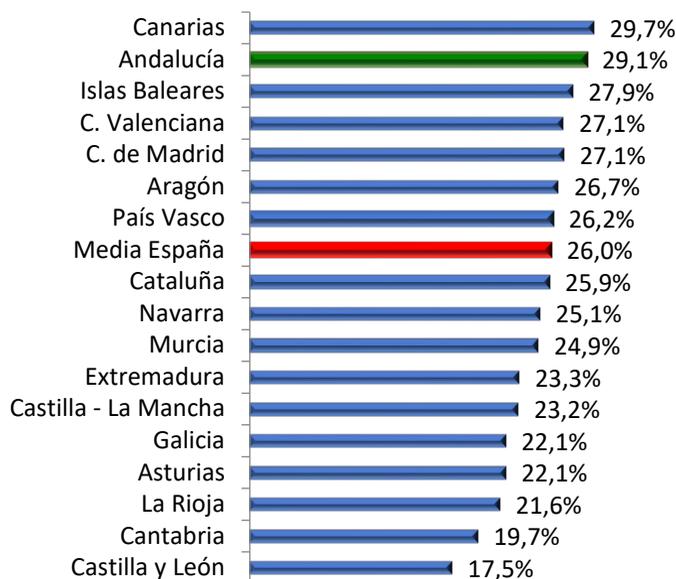
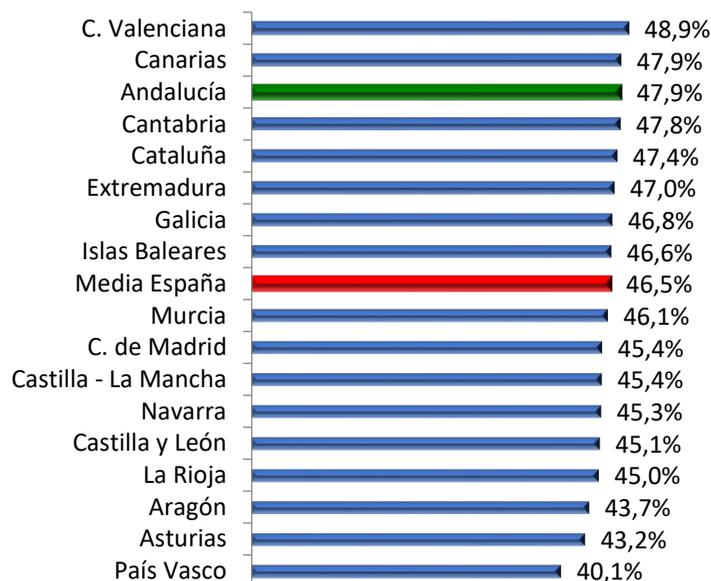


Figura 1.2.2. Conocimientos y habilidades para emprender por comunidades

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



En 2022, el 29,1% de la población andaluza percibe oportunidades para emprender. Este porcentaje sitúa a Andalucía como la segunda región con mayor percepción de oportunidades para emprender, solo superada por Canarias (con un nivel solo ligeramente superior, un 29,7%). Así mismo, este nivel se sitúa 3,1 puntos porcentuales por encima de la media de España.

Por otra parte, hay que destacar también que el 47,9% de la población andaluza considera que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para emprender. De esta forma, Andalucía se sitúa como una de las comunidades con la mejor percepción en este sentido de España, con un nivel que está un 1,4% por encima de la media nacional.

Conjuntamente, estos dos factores (existen oportunidades y se tienen los conocimientos y habilidades) suponen una buena situación relativa. De esta forma, deberían servir para que una mayor proporción de andaluces se plantease crear una empresa (emprendimiento potencial), y llegasen a ponerla en marcha (emprendimiento naciente). En el siguiente capítulo veremos si esto realmente es así.

En 2022, Andalucía también destaca como la comunidad con un mayor nivel de conocimiento de emprendedores. Concretamente, el 45,8% de la población conoce personalmente a otras personas que han emprendido en los últimos dos años. Este porcentaje está claramente por encima de la media de España (41,3%).

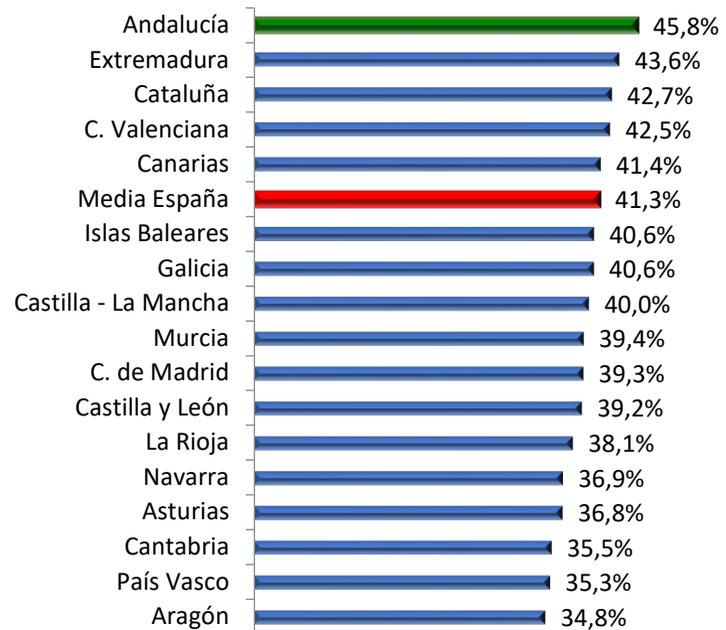
Este factor, de nuevo, contribuye a que las personas en Andalucía, al tener más modelos de referencia emprendedora cercana, puedan tener una mayor propensión a plantearse la creación de una empresa.

En cambio, en relación a la percepción del miedo al fracaso como barrera que impide la creación de empresas, puede observarse que Andalucía (con un 59,5%) se encuentra en una posición intermedia y bastante cercana al conjunto de España (58,5%).

Al presentar Andalucía un mayor miedo al fracaso que la media, su situación es relativamente desfavorable. Pero al ser la diferencia reducida, cabe pensar que no tendrá un efecto demasiado negativo sobre las intenciones de emprender.

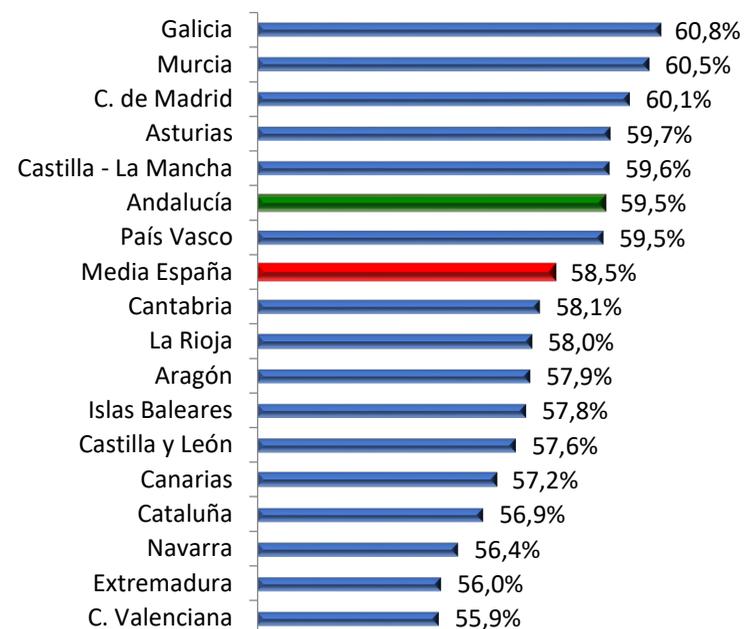
### Figura 1.2.3. Conocimiento de otros emprendedores por comunidades

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



### Figura 1.2.4. Miedo al fracaso por comunidades

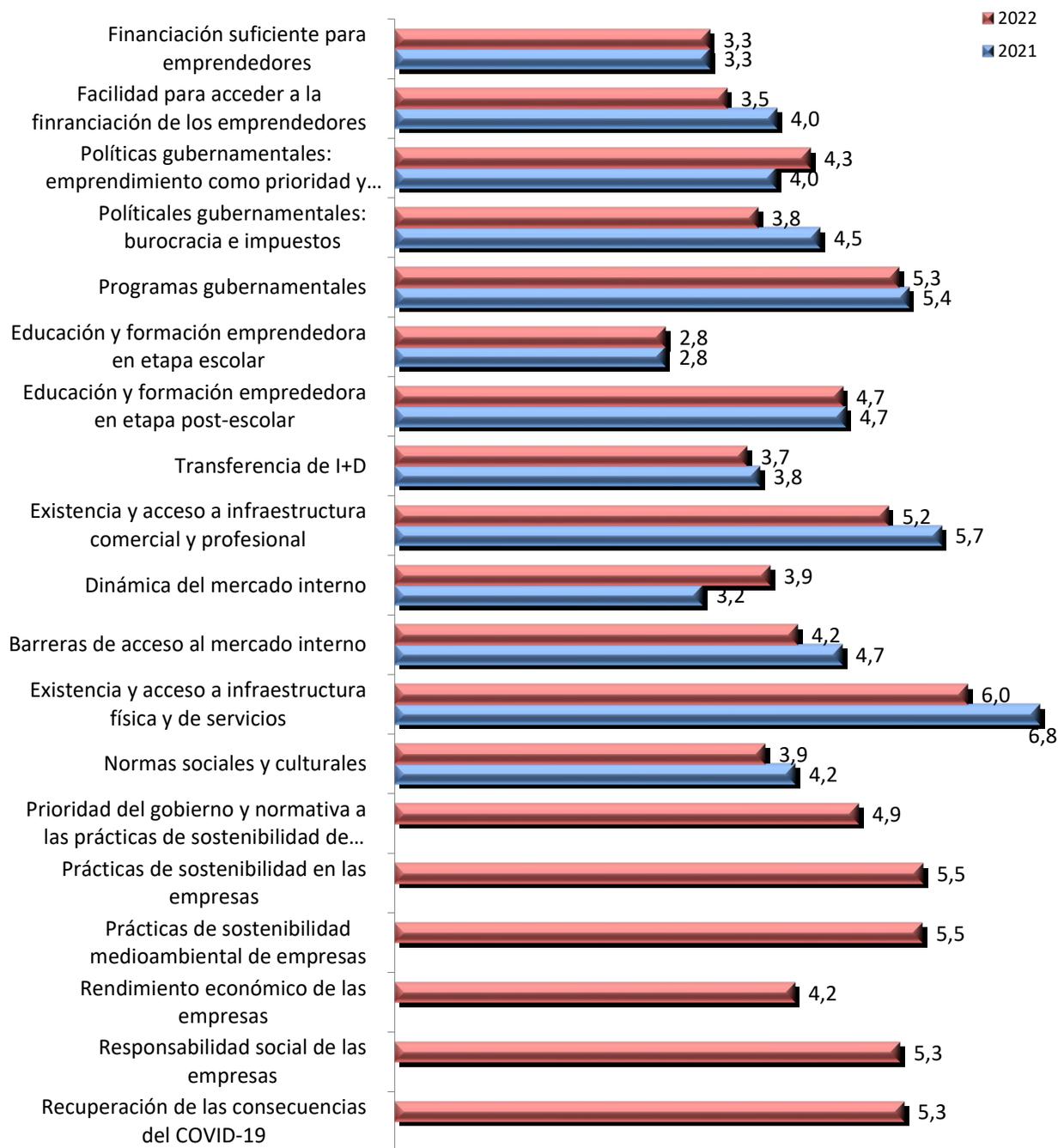
Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



## 1.3. Percepciones de los expertos

Figura 1.3.1. Valoración media (1-10) de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender

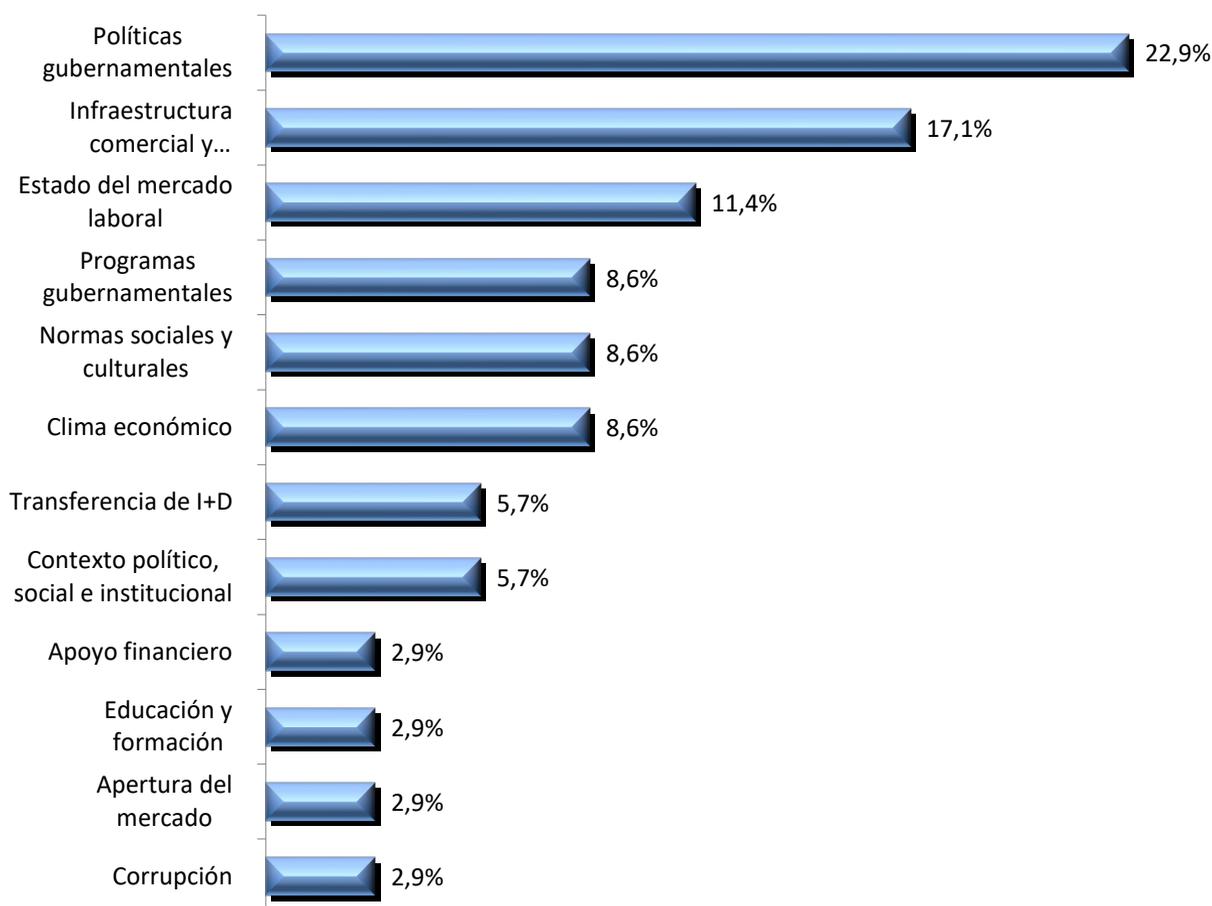
Fuente: GEM-Andalucía NES 2021 y 2022



En 2022 los expertos consideran que varios aspectos del entorno para emprender han empeorado. Siguen señalando como la principal carencia del entorno la necesidad de mejorar la educación y formación emprendedora en etapa escolar (2,8), al igual que ocurre en el conjunto nacional. La falta de financiación (3,3) y la facilidad para acceder a ella (3,5) son las siguientes limitaciones en importancia. Esta última incluso ha empeorado este año. La transferencia de I+D es el cuarto aspecto menos valorado en Andalucía (3,7), aunque ligeramente mejor que en España (3,4). Perciben que las políticas gubernamentales para la reducción de la burocracia y los impuestos han empeorado en 2022 (3,8) respecto a 2021 (4,5), retrocediendo casi a la valoración de 2020 (3,6). Igualmente ha empeorado el acceso a infraestructuras físicas y de servicios (6,0) y comercial y profesional (5,2), aunque siguen situándose por encima del punto medio (5) y cerca de España (6,4 y 5,2, respectivamente). La principal mejora respecto a 2021 es la dinámica del mercado interno, y también una mejora en las políticas gubernamentales para apoyar y priorizar el emprendimiento.

**Figura 1.3.2. Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en Andalucía**

Fuente: GEM-Andalucía NES 2022



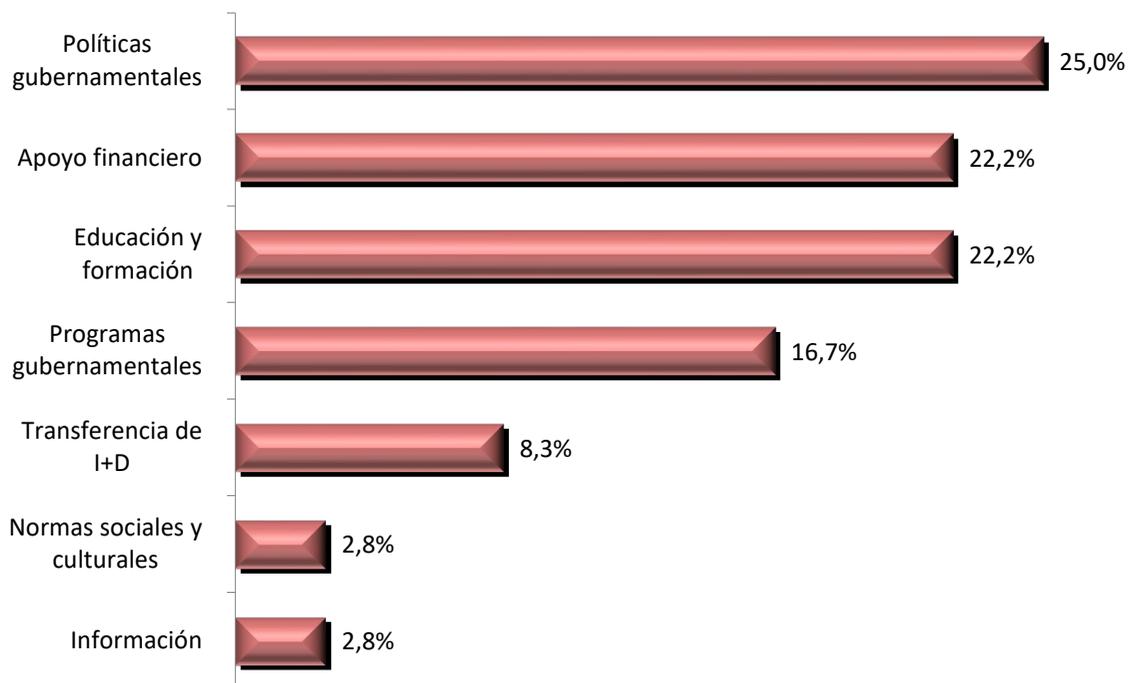
Por su parte, en opinión de los expertos, el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Andalucía es aceptable. El rendimiento económico de las empresas (4,2) y la prioridad que el gobierno asigna a las prácticas de sostenibilidad de las empresas (4,9) son los aspectos menos valorados, aunque por encima de la media española (4,0 y 4,7, respectivamente).

Las políticas gubernamentales que generan ecosistemas sólidos de emprendimiento son el principal apoyo a la actividad emprendedora, junto con la bajada de impuestos y las reformas legales para la simplificación administrativa (22,9%). El crecimiento de las nuevas tecnologías y su aplicación configuran una infraestructura comercial y profesional de apoyo (17,1%). Además, la situación del mercado laboral impulsa el emprendimiento por necesidad (11,4%). Otros aspectos mencionados en menor medida (8,6% de expertos en cada caso) incluyen medidas de apoyo a la creación de empresas (e.g., Andalucía Emprende), las iniciativas e instituciones que apoyan a las personas emprendedoras; la visibilización y reconocimiento del emprendimiento (cultura de apoyo); y las oportunidades de negocio en agricultura, turismo, economía circular y sostenibilidad.

Entre los obstáculos que perjudican el emprendimiento, los expertos destacan especialmente que hay que reducir la burocracia, agilizar y simplificar trámites y cohesionar el ecosistema, reduciendo duplicidades (25%).

**Figura 1.3.3. Medidas que perjudican la actividad emprendedora en Andalucía en 2022**

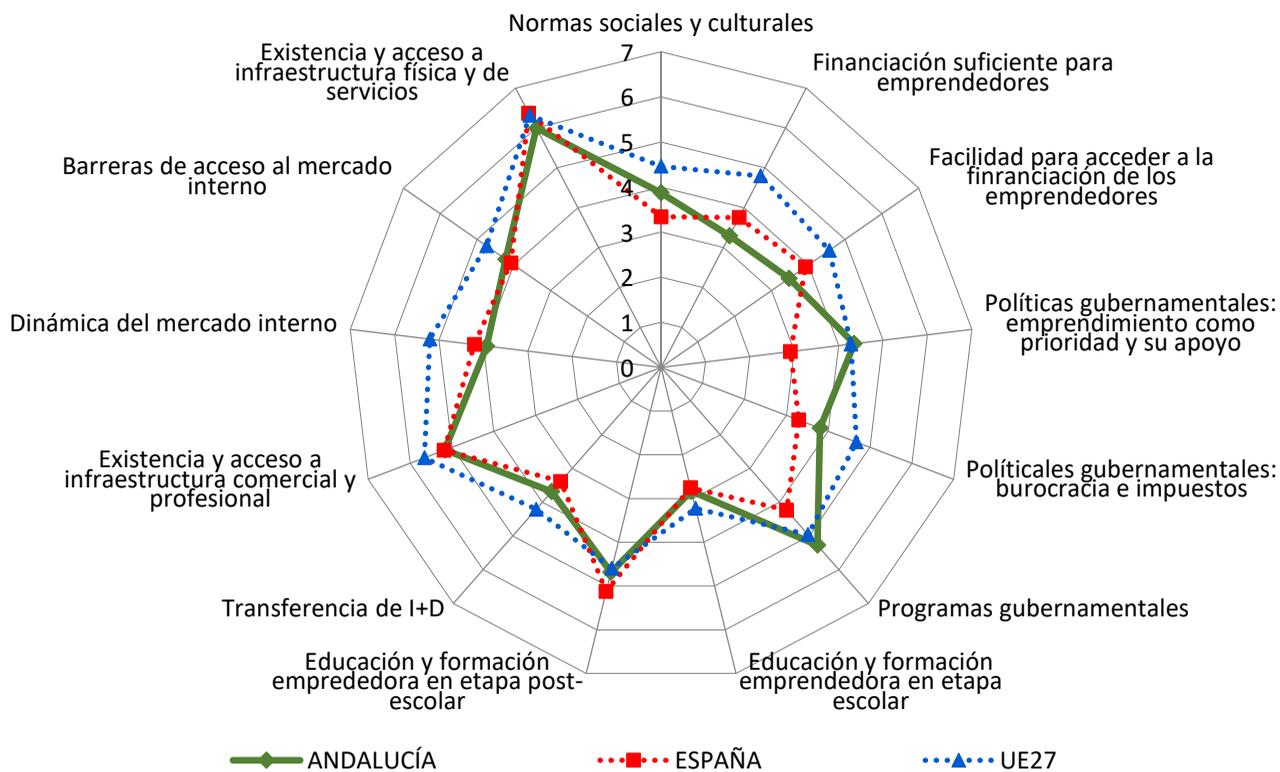
Fuente: GEM-Andalucía NES 2022



También es importante mejorar la financiación, tanto semilla como de desarrollo (22,2%). La educación y formación empresarial es clave, estimulando la iniciativa en todas las fases educativas (22,2%). En cuarto lugar, reclaman que las ayudas no se centren solo en la creación, una mentorización financiera y más atención en entornos rurales y pequeños núcleos urbanos (16.7%). En menor medida, consideran importante apoyar el trabajo en parques tecnológicos (8,3%).

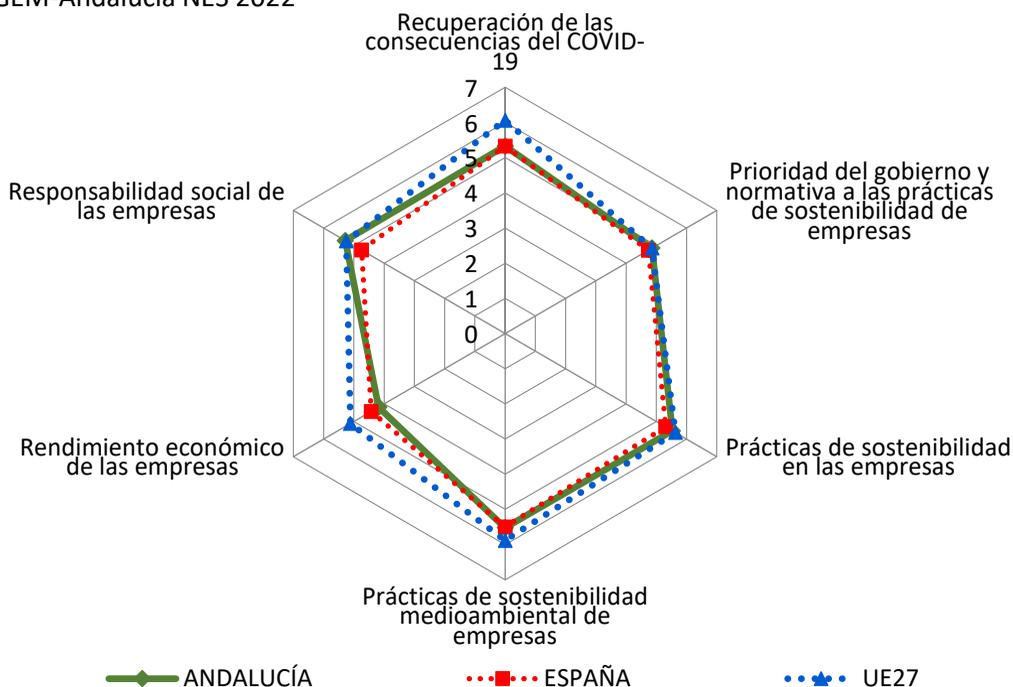
En comparación con España, Andalucía destaca por la mejor valoración de los expertos sobre los programas públicos (5,3 frente a 4,2) y las políticas de apoyo al emprendimiento (4,3 y 3,8 frente a 2,9 y 3,3), así como en relación a las normas sociales y cultura (3,9 frente a 3,3). En cambio, Andalucía está peor valorada que España en existencia (3,3 frente a 3,8) y facilidad de acceso (3,5 frente a 3,9) a la financiación para emprendedores. En cambio, respecto a la UE, la percepción sobre Andalucía es bastante menos favorable en general. Sólo la supera levemente en programas gubernamentales (5,3 frente a 5,0) y en formación post-primaria (4,7 frente a 4,6), igualándola en políticas que priorizan el emprendimiento (4,3).

**Figura 1.3.4. Valoración de expertos sobre las condiciones del entorno para emprender**  
Fuente: GEM-Andalucía NES 2022



## Figura 1.3.5. Valoración de expertos sobre la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Fuente: GEM-Andalucía NES 2022



La valoración de las condiciones existentes en relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible no presenta diferencias elevadas en Andalucía frente a España y la UE. La sostenibilidad en las empresas, la sostenibilidad medioambiental, y la responsabilidad social de las empresas crean condiciones favorables para emprender en Andalucía (puntuación superior a 5), en niveles similares a los registrados para España y la UE. Tan sólo en responsabilidad social se sitúa algo por encima de la media española.

En cambio, el rendimiento económico de las empresas en Andalucía (4,2) es el aspecto peor valorado, situándose más bajo que España (4,4) y ambos claramente por debajo de la UE (5,1). El segundo aspecto peor valorado en Andalucía es la prioridad que el gobierno y la normativa dan a las prácticas de sostenibilidad de las empresas (4,9), que presenta un nivel similar a la UE, y levemente por encima de la media española (4,7).

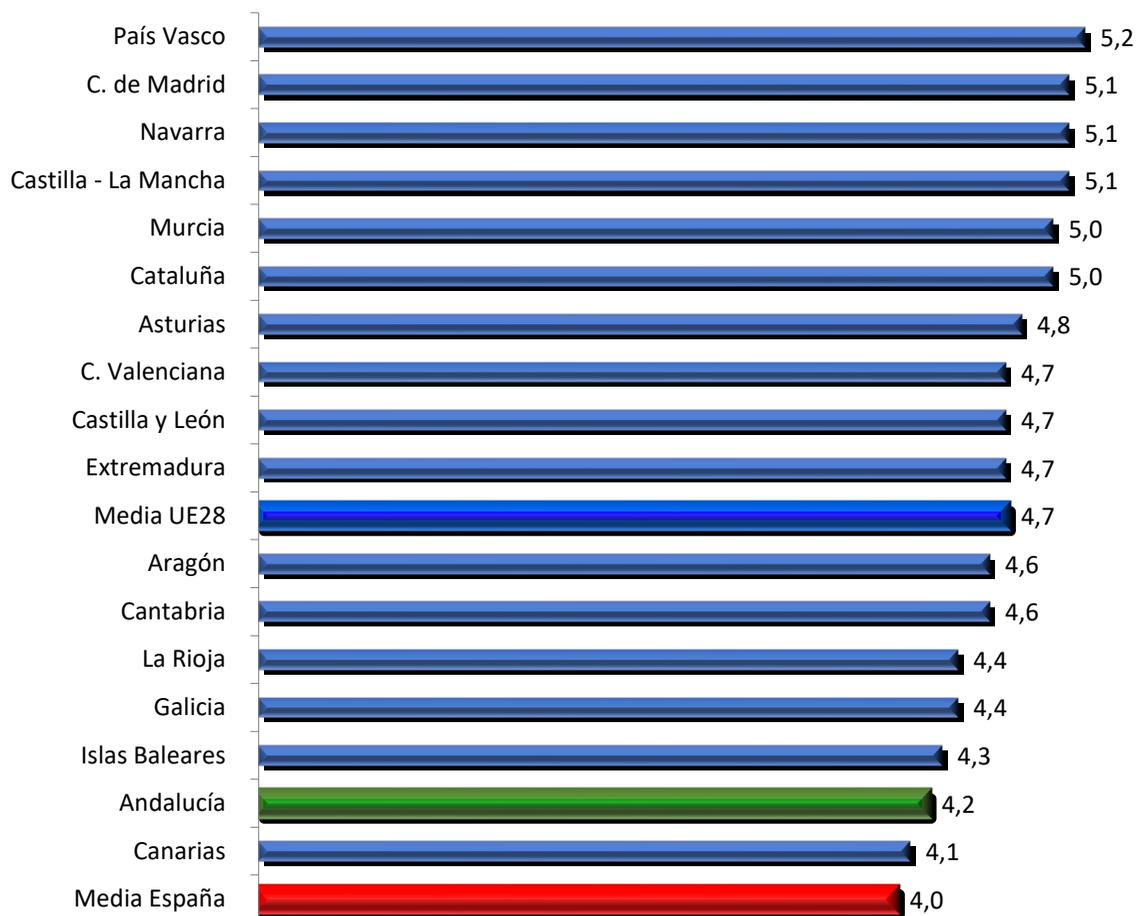
Finalmente, en cuanto a la recuperación de las consecuencias del COVID-19, Andalucía converge con España en este aspecto (5,3), aunque los expertos de la UE27 lo valoran de forma más positiva (6,1). Este resultado está en línea con el impacto económico del COVID, que ha sido más negativo en España de lo que lo ha sido en el conjunto de la UE.

La valoración del índice de contexto de emprendimiento que evalúa la calidad del entorno para emprender sitúa a Andalucía algo mejor (4,2) que la media nacional (4,0). No obstante, estamos lejos de las comunidades con niveles más altos, como el País Vasco (5,2), Madrid, Navarra y Castilla-La Mancha (5,1) y Murcia y Cataluña (5,0). Del mismo modo, Andalucía se sitúa por debajo de la media de la UE (4,7). Esta valoración del contexto de emprendimiento en Andalucía en 2022 implica también un ligero retroceso respecto al valor de 2021 (4,4), que hacen que se posicione en la parte baja de la clasificación autonómica (sólo por delante de Canarias).

La posición de España con un nivel inferior a todas las autonomías puede sorprender. No obstante, puede explicarse porque los expertos nacionales son diferentes a los de cada región. Los expertos regionales han sido más optimistas en su valoración del entorno cercano emprendedor que los expertos nacionales.

### Figura 1.3.6. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) en 2022

Fuente: GEM-Andalucía NES 2022





## Capítulo 2

# El proceso emprendedor

### 2.1. Indicadores del proceso emprendedor

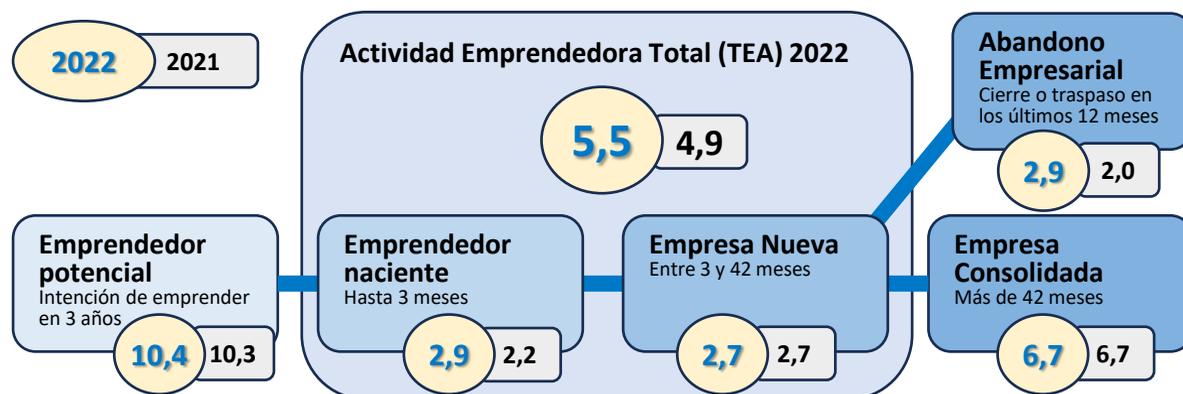
El proceso emprendedor consta de varias fases o etapas que comienzan con la intención de crear una empresa (emprendedor potencial). En Andalucía, el 10,4% de los adultos se plantea crear una empresa en los siguientes 3 años. Esta cifra se mantiene sin grandes variaciones respecto al año anterior, y es claramente superior a la media española (9,4%).

Durante 2022 ha aumentado la tasa de actividad emprendedora reciente (TEA) de Andalucía hasta el 5,5%. Esto se debe al incremento de la tasa de emprendedores nacientes (2,9%), aunque todavía es inferior a la media española (3,2%). En cambio, la tasa de emprendedores nuevos no varió respecto al año pasado (2,7%) y se sitúa casi al nivel de la española (2,8%).

La tasa de abandono empresarial ha crecido (2,9%), aunque la estabilidad en las empresas consolidadas (6,7%) dan una imagen de cierta estabilidad y crecimiento sostenido futuro de la actividad emprendedora si las circunstancias del entorno no varían significativamente.

Figura 2.1.1. Proceso emprendedor en Andalucía 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



En 2022 los porcentajes de emprendedoras aumentan respecto a 2021 en todas las fases del proceso emprendedor (+0,6% en emprendedoras potenciales, +0,4% en TEA, +0,1% en empresas consolidadas). Este factor es claramente positivo y ayuda a reducir la brecha de género en emprendimiento potencial, donde la tasa masculina disminuye en medio punto y la diferencia por sexos se reduce a la mitad (pasa de 2,2 puntos en 2021 a 1,1 en 2022). En las empresas consolidadas la tasa masculina se reduce un 0,1%, contribuyendo a la leve reducción de la brecha en 2 décimas (del 2,9 al 2,7)

En cambio, la brecha de género en la TEA, que seguía una tendencia a la reducción en los últimos años y casi había desaparecido en 2021, ha vuelto a aumentar hasta 0,7 puntos (5,9% en hombres, 5,2% en mujeres). El análisis del perfil de los emprendedores en el capítulo 3 puede ayudar a esclarecer este fenómeno.

**Figura 2.1.2. Emprendimiento potencial, TEA y consolidadas en función del sexo**  
Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022

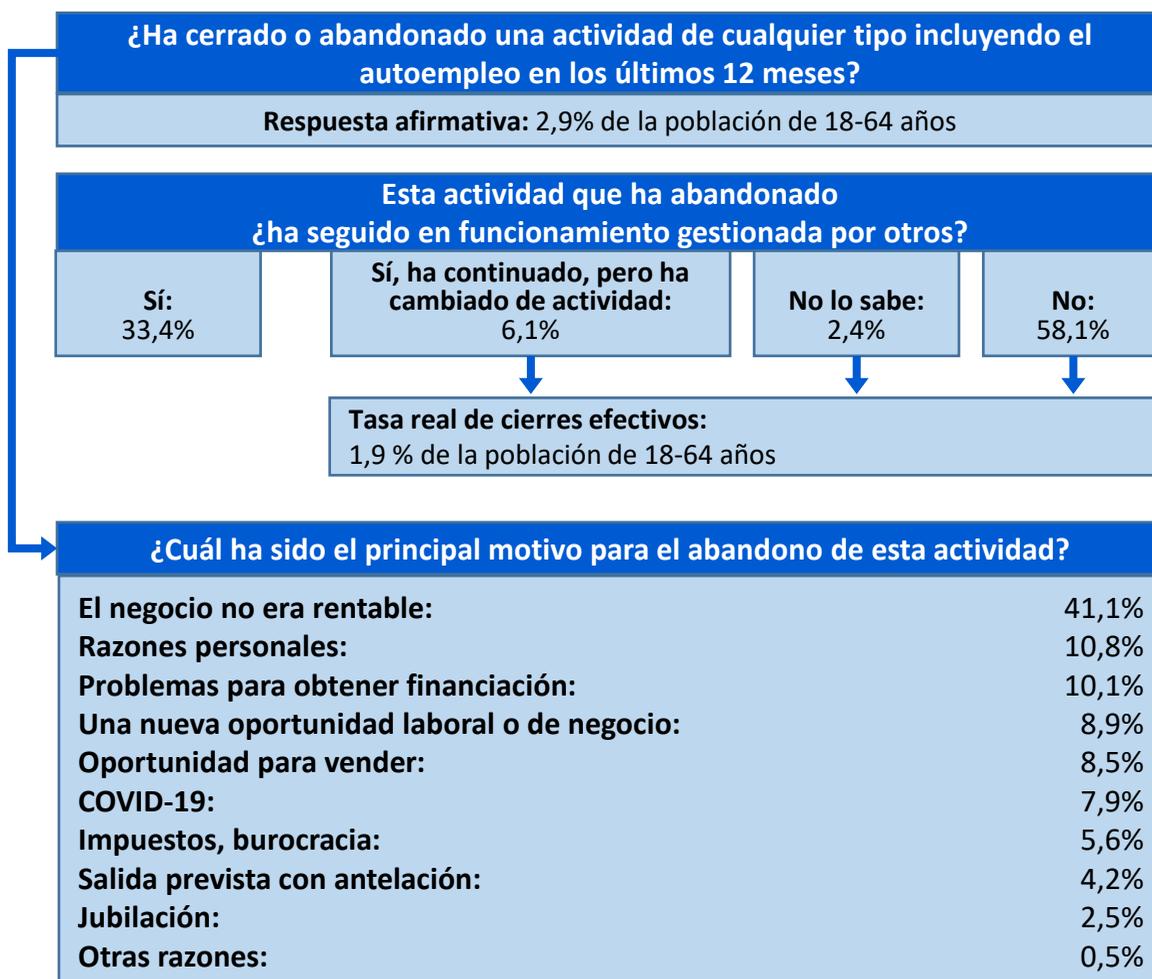


En 2022 el 2,9% de la población emprendedora andaluza ha abandonado su actividad empresarial. Es importante señalar, no obstante, que sólo el 1,9% ha cerrado definitivamente el negocio. En cambio, un 1,0% adicional (el 33,4% de los casos) ha traspasado el negocio y otra persona ha retomado la actividad.

La principal razón alegada para justificar los cierres de negocio ha sido la falta de rentabilidad (41,1% de los casos). Le sigue, muy de lejos, la existencia de motivos personales (10,8%) y los problemas para obtener financiación (10,1%). A continuación, aparecen dos motivos relacionados con una oportunidad alternativa, ya sea la de un empleo o emprender otro negocio (8,9%) o la de una oferta para vender el negocio (8,5%). Las consecuencias acumuladas por las crisis del COVID-19 todavía tienen algún peso en 2022 (7,9%).

Figura 2.1.3. Abandono de la actividad empresarial en Andalucía en 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



## 2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Figura 2.2.1. Evolución del potencial emprendedor de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2003-2022

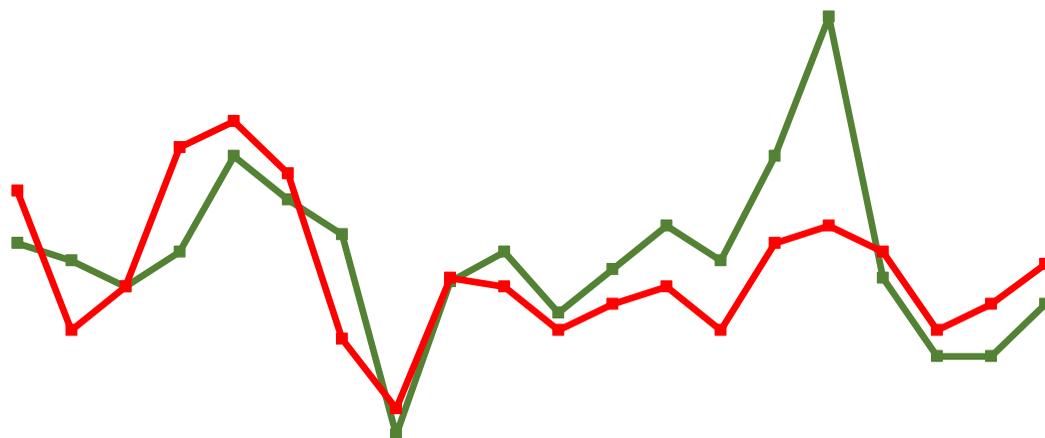


En los últimos veinte años, la dinámica de la actividad emprendedora se ha analizado a través de los valores temporales de los indicadores del proceso emprendedor. Estos muestran mayor variabilidad del emprendimiento potencial en Andalucía en comparación con España. La pandemia tuvo un efecto negativo en 2020 similar en la región y en el conjunto nacional, aunque no tan acusado como el que provocó la crisis financiera en 2009. En 2022, continúa la tendencia creciente del año anterior, aunque con subidas moderadas (menor en Andalucía que en España). La mejora del mercado de trabajo ha contribuido a que no se dispare la intención de emprender por pura necesidad (como sí ocurrió en 2010-2012). El emprendimiento potencial en Andalucía se mantiene por encima del 10% de la población y puede suponer un crecimiento sostenido de la actividad emprendedora durante los próximos años, si las condiciones del entorno económico y social lo permiten.

De manera similar, durante 2022 los índices de emprendedores recientes (TEA) de Andalucía y España aumentaron hasta el 5,5% y el 6,0%, respectivamente, sumando +0,6% y +0,5% a los valores registrados durante 2021. De esta manera, se mantiene una considerable similitud en los ciclos de ambos territorios a lo largo del tiempo, con diferencias relativamente pequeñas (con la excepción de 2018). En 2022 prácticamente se ha recuperado el nivel de actividad emprendedora reciente (TEA) que existía antes de la pandemia (en 2019).

Figura 2.2.2. Evolución de la TEA de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2003-2022



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Andalucía	6,2	6,0	5,7	6,1	7,2	6,7	6,3	4,0	5,8	6,1	5,4	5,9	6,4	6,0	7,2	8,8	5,8	4,9	4,9	5,5
España	6,8	5,2	5,7	7,3	7,6	7,0	5,1	4,3	5,8	5,7	5,2	5,5	5,7	5,2	6,2	6,4	6,1	5,2	5,5	6,0

La tasa de empresas consolidadas en Andalucía se ha mantenido en 2022 en el mismo nivel que en 2021 (6,7%), situándose a solo 0,2 puntos de España. En Andalucía se observa una cierta tendencia creciente desde 2016 de las empresas consolidadas, mientras que en España se ha mantenido mucho más estable en el tiempo.

Figura 2.2.3. Evolución de las iniciativas consolidadas de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2003-2022



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Andalucía	6,7	7,0	7,4	4,3	6,4	8,8	5,4	7,5	6,6	8,7	7,1	5,0	5,3	3,1	4,5	5,7	6,3	6,4	6,7	6,7
España	4,8	7,8	7,7	5,5	6,4	9,1	6,4	7,7	8,9	8,7	8,4	7,0	7,7	6,2	7,0	6,1	6,3	6,7	7,2	7,0

Figura 2.2.4. Evolución de los cierres efectivos de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2003-2022



En las empresas consolidadas, parece que se confirma la tendencia a la equiparación de las tasas de Andalucía y España, después de la brecha territorial que se abrió desde 2012 hasta 2016, en los que se pasó de una tasa similar (8,1% en ambos territorios) a que Andalucía se situase en la mitad que España (3,1% y 6,2%, respectivamente).

Por último, los datos correspondientes a la tasa de cierres efectivos muestran un repunte importante de este indicador en Andalucía, situando en 2022 el índice de cierres empresariales en el 1,9%. Sin embargo, el índice de cierres en España durante 2022 ha mantenido en el mismo valor (1,5%) que presentaba en 2021. En 2020 se alcanzaron mínimos en este indicador desde la crisis financiera (a pesar de la pandemia). Está por ver si el repunte observado desde entonces se debe sólo a los efectos del COVID-19, en cuyo caso cabe pensar que se estabilizará y reducirá en un futuro.. En función de los motivos aducidos para cerrar, no parece que la pandemia siga siendo el factor principal.

## 2.3. Perspectiva nacional y por CC.AA. del proceso emprendedor

Figura 2.3.1. Emprendedores potenciales en las regiones españolas

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2022

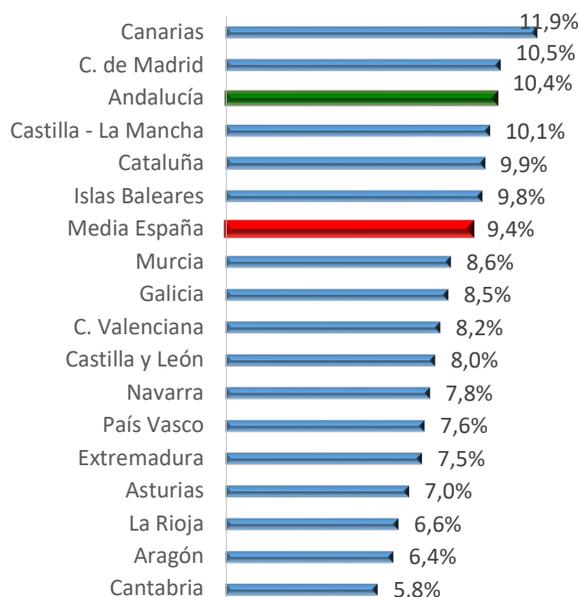
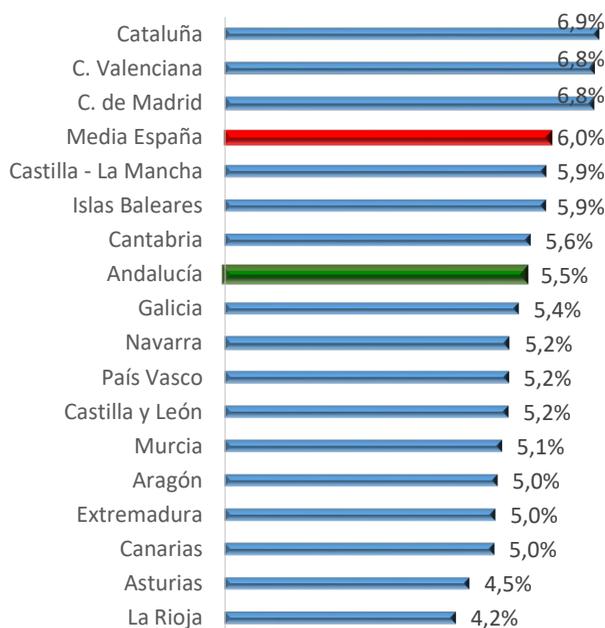


Figura 2.3.2. TEA en las regiones españolas

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2022



Andalucía (10,4%), junto con Canarias, la Comunidad de Madrid, Castilla La Mancha, Cataluña e Islas Baleares, es una de las regiones españolas que presenta en 2022 tasas de emprendedores potenciales por encima de la media española (9,4%). En este sentido, las positivas percepciones que la población de Andalucía y Canarias tiene sobre emprendimiento (recogidas en el capítulo 1) contribuyen a explicar este mayor potencial emprendedor. Estos valores anticipan posibles repuntes del porcentaje de emprendedores recientes (TEA) durante 2023 y de los porcentajes de empresas consolidadas, aunque este efecto no es inmediato y puede tardar varios años en ocurrir. En la parte inferior de la clasificación destacan Cantabria, Aragón y La Rioja, con valores por debajo de la media española e inferiores al 7% (en línea con la peor percepción de su población).

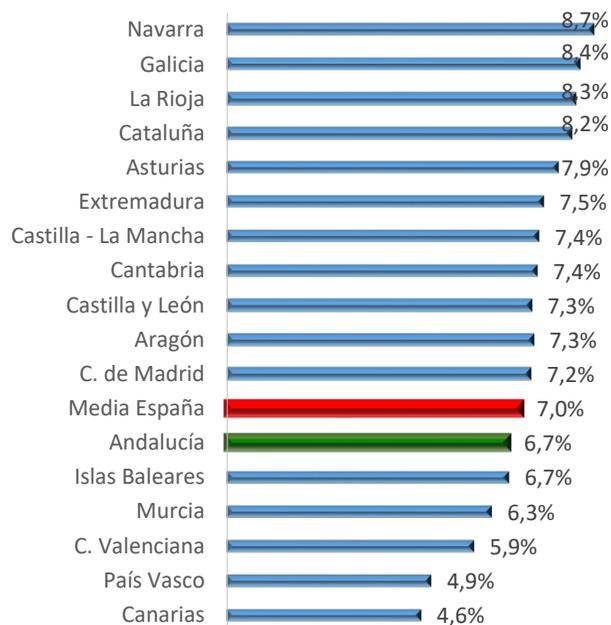
En cambio, el índice TEA de Andalucía en 2022 (5,5%) se sitúa en una posición intermedia, inferior a la media española y al de seis regiones españolas, y superior al de las 10 regiones restantes. Andalucía mejora su posición respecto al año anterior, cuando se situaba justo en la mitad de la tabla. En particular, destaca el caso de Cataluña, la Comunidad Valenciana y la Comunidad de Madrid, que en 2022 tienen tasas de emprendimiento reciente (TEA), por encima del 6,0% de la media española. Es evidente que la conversión de las intenciones en acciones (creación de la empresa) no sólo depende de las percepciones personales, sino también, en buena medida, de las condiciones del entorno (capítulo 1).

Por lo que respecta a las empresas consolidadas, la tasa de Andalucía (6,7%) se encuentra muy cercana, pero por debajo de la media española (7,0%), y es superior al de otras cinco regiones. No obstante, a pesar de mantenerse respecto a 2021, y haberse acercado a la media de España (por el leve descenso en el conjunto nacional), desciende una posición hasta situarse en el puesto 12 de las regiones españolas (en 2021 se situó en el puesto 11). Este indicador no sólo está relacionado con los valores registrados en años anteriores en la tasa de emprendedores potenciales y en la TEA. También depende de la supervivencia de las nuevas empresas y de la tasa de cierres. Por lo demás, existe una notable estabilidad en este ranking, tendiendo las regiones a ocupar posiciones similares en los sucesivos años.

Por último, la tasa media de abandono empresarial en 2022 fue del 2,5% en España, mientras que Andalucía (2,9%) se situó por encima, junto con Castilla y León, Navarra, Canarias, Islas Baleares y la Comunidad de Madrid. En general, se observa un aumento en la mayoría de las comunidades (salvo la cornisa cantábrica). Andalucía es una de las regiones en las que más crecen los abandonos respecto a 2021 (+0,9%). No obstante, es importante recordar que sólo el 1,9% de esos abandonos son cierres completos, mientras que el otro 1,0% corresponde a los traspasos de empresa (la empresa continúa existiendo con otro propietario y gestor).

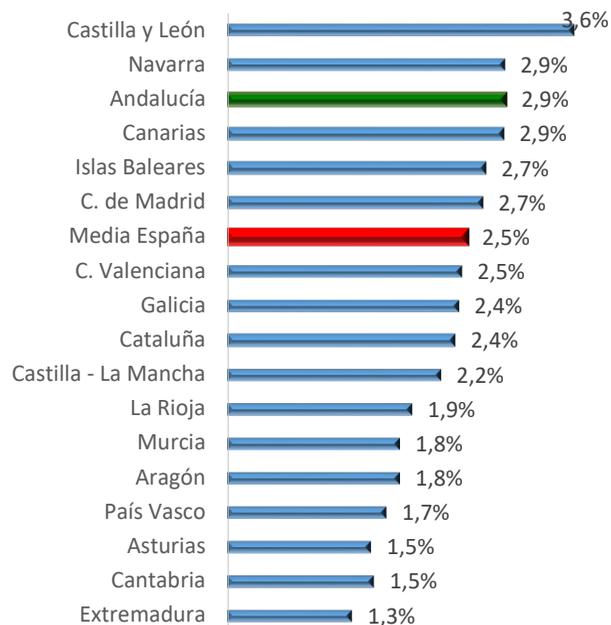
**Figura 2.3.3. Iniciativas consolidadas en las regiones españolas**

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2022



**Figura 2.3.4. Abandono empresarial en las regiones españolas**

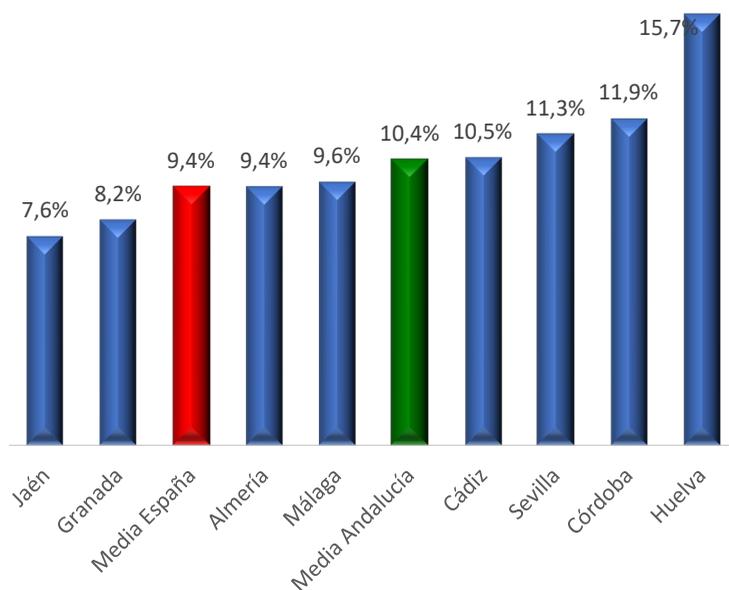
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS 2022



## 2.4. Perspectiva por provincias del proceso emprendedor

Figura 2.4.1. Emprendedores potenciales en las provincias andaluzas

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS

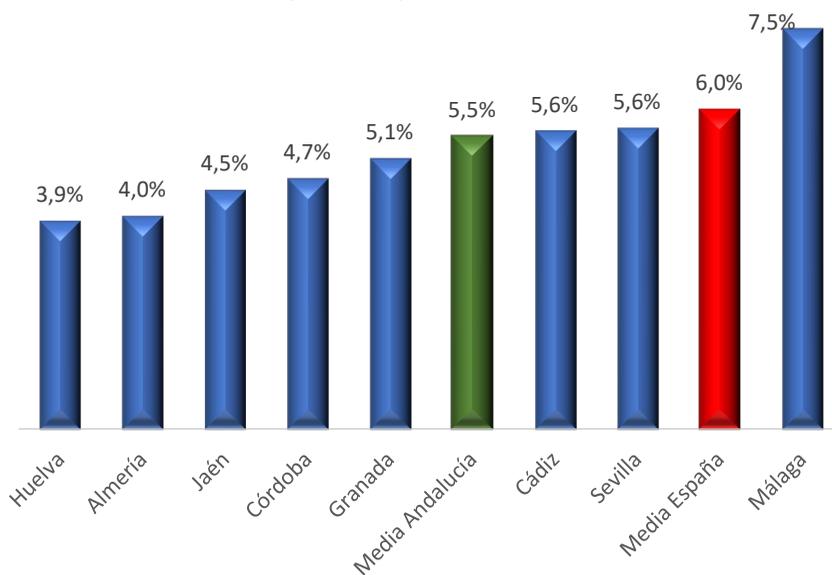


Los valores provinciales de la tasa de emprendedores potenciales de 2022 muestran en la clasificación el ascenso de las provincias de Huelva (15,7%) y Córdoba (11,9%), que aumentan sustancialmente su potencialidad al pasar de los últimos lugares en 2021 a los primeros en 2022. Le siguen las provincias de Sevilla (11,3%) y Cádiz (10,5%) que también se sitúan por encima de la media andaluza (10,4%). Por debajo de Andalucía se sitúan las provincias de Málaga (9,6%) y Almería (9,4%) (que superan al conjunto de España), junto con Granada (8,2%) y Jaén (7,6%) que cierran la clasificación provincial.

Los valores provinciales de la TEA de 2022 muestran la posición de liderazgo de la provincia de Málaga (7,5%), por encima de la media de España (6,0%), seguida por las provincias de Sevilla y Cádiz (5,6% ambas), por encima de la media de Andalucía (5,5%). Por debajo de la media andaluza se encuentran las provincias de Granada (5,1%), Córdoba (4,7%), Jaén (4,5%), Almería (4,0%) y Huelva (3,9%).

Figura 2.4.2. TEA en las provincias andaluzas

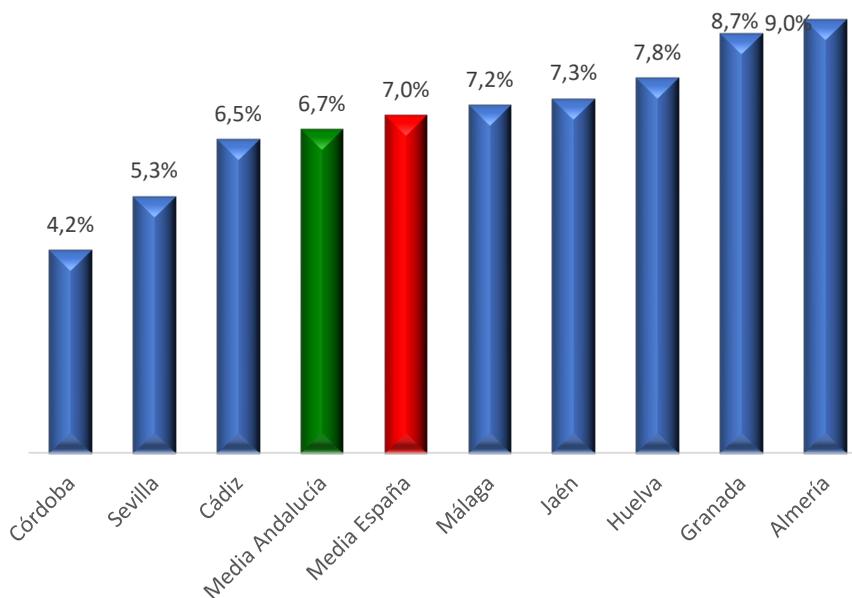
Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS



En 2022, Almería (9,0%) vuelve a liderar la clasificación provincial de iniciativas consolidadas, seguida por las provincias de Granada, Huelva, Jaén y Málaga, con valores superiores a la media de España y de Andalucía. Cierran la lista las provincias de Cádiz, Sevilla y Córdoba. Se mantiene prácticamente el mismo orden entre provincias respecto a 2021.

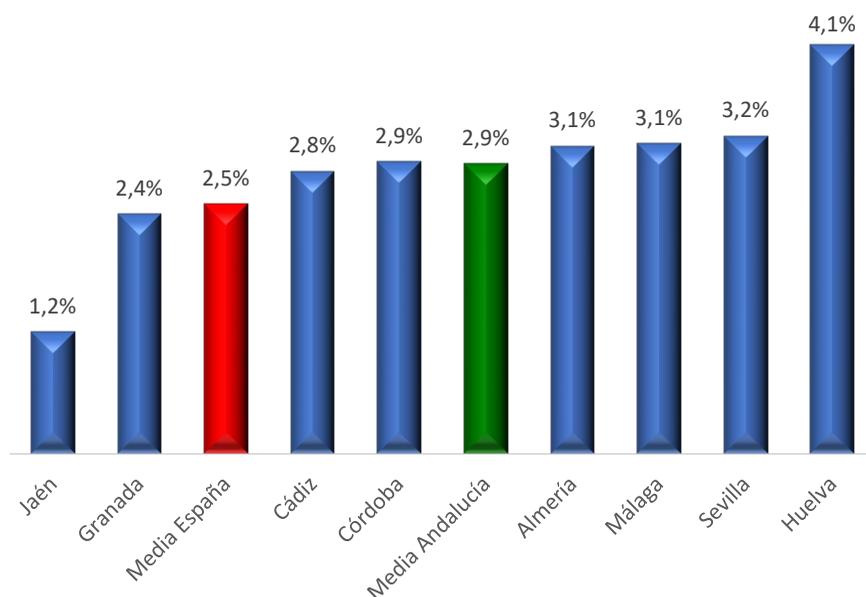
**Figura 2.4.3. Iniciativas consolidadas en las provincias andaluzas**

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS



**Figura 2.4.4. Abandono empresarial en las provincias andaluzas**

Fuente: GEM-Andalucía y GEM España APS



Huelva (4,1%) lidera la clasificación provincial de la tasa de abandono en 2022, con un sustancial aumento respecto a 2021. También la mayoría de las restantes provincias aumentan su tasa. Jaén (1,2%) y Granada (2,4%) constituyen la excepción, con descensos de 0,6 puntos ambas, que las sitúan en la parte más baja de la clasificación.

## Capítulo 3

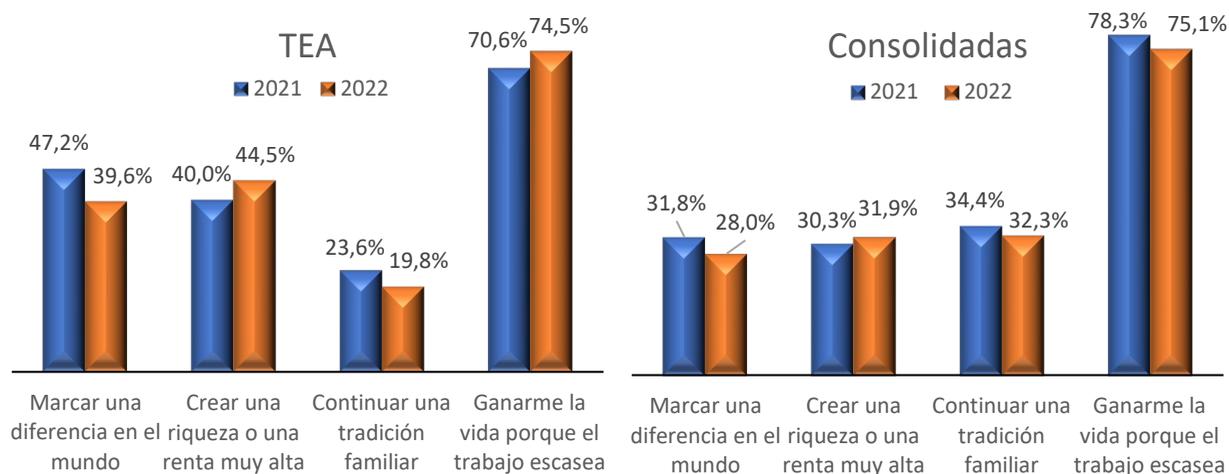
# Perfil de la persona emprendedora

### 3.1. Motivación

La motivación de las personas emprendedoras en el año 2022 presenta cambios con respecto al año anterior. En concreto, para los emprendedores recientes, la principal motivación sigue siendo la “escasez de puestos de trabajo” (74,5%), mientras que la segunda pasa a ser la “creación de riqueza o renta muy alta” (44,5%), que crece y supera a “Marcar una diferencia en el mundo” (39,6%). Por su parte, para los líderes de empresas consolidadas, la motivación más citada también es “la escasez de puestos de trabajo” (75,1%), seguida de “Continuar una tradición familiar” (32,3%). No obstante, a pesar de que la “escasez de puestos de trabajo” es la principal motivación en ambos grupos de emprendedores, su tendencia en los emprendedores recientes es creciente (pasando del 70,6% al 74,5%), mientras que en las empresas consolidadas presenta una tendencia contraria, pasando del 78,3% al 75,1%.

Figura 3.1.1. Motivaciones de las personas emprendedoras 2021 y 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021-2022



En el año 2022, y al igual que en el año 2021, la motivación principal para hombres y mujeres, tanto en empresas recientes (TEA) como en consolidadas, sigue siendo el poder ganarse la vida debido a la escasez de puestos de trabajo. No obstante, respecto a los emprendedores recientes, mientras que para las mujeres la segunda motivación para emprender es “marcar una diferencia en el mundo”, para los hombres es “crear una riqueza o una renta muy alta”. En ambos sexos, la motivación menos señalada es la de “continuar una tradición familiar”. También cabe destacar que la riqueza y elevados ingresos es la única motivación que crece en importancia tanto para hombres como para mujeres.

En el caso de las empresas consolidadas, para los hombres “la creación de riqueza o una renta muy alta” es la segunda de las motivaciones clave. Por su parte, la segunda motivación señalada por las mujeres es la de “continuar una tradición familiar”, seguida de “marcar una diferencia en el mundo”. El orden de las motivaciones por sexo se mantiene respecto al año 2021 y pone de manifiesto que para las mujeres que dirigen empresas consolidadas, lograr elevados ingresos es un factor menos decisivo.

**Figura 3.1.2. Motivaciones de las personas involucradas en el proceso emprendedor en función del sexo**

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021-2022

	<b>TEA</b>			
				
	2021	2022	2021	2022
Marcar una diferencia en el mundo	46,0	46,6	48,3	34,5
Crear una riqueza o una renta muy alta	37,3	43,5	42,7	45,8
Continuar una tradición familiar	22,7	17,4	24,8	22,1
Ganarme la vida porque el trabajo escasea	75,9	75,3	65,5	74,0

	<b>Empresas Consolidadas</b>			
				
	2021	2022	2021	2022
Marcar una diferencia en el mundo	35,3	28,0	29,8	28,6
Crear una riqueza o una renta muy alta	26,1	24,1	32,9	37,5
Continuar una tradición familiar	37,0	28,3	32,6	35,1
Ganarme la vida porque el trabajo escasea	78,6	74,9	78,1	75,6

## 3.2. Edad

La distribución de edad de la mayoría de los emprendedores potenciales en Andalucía se concentra en edades entre 25 y 44 años, mientras que los emprendedores recientes (TEA) se distribuyen más uniformemente entre los 25 y 54 años. La distribución de los que lideran empresas consolidadas va incrementándose a medida que lo hace la edad, alcanzando un mayor porcentaje en el intervalo de edad comprendido entre los 55 y 64 años (36%).

En términos generales, esto ha supuesto un ligero cambio con respecto a los datos del año 2021. Aumentan todos los emprendedores (potenciales, recientes y consolidados) en el intervalo de 35 a 44 años, mientras que descienden en el siguiente tramo de edad (45 a 54 años). Los consolidados, además, descienden en el último tramo (55-64 años).

Figura 3.2.1. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

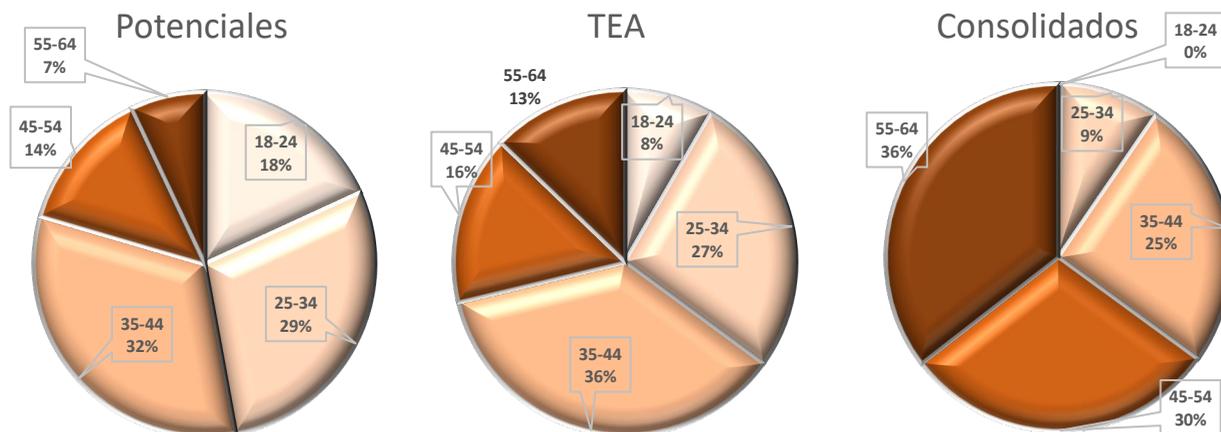
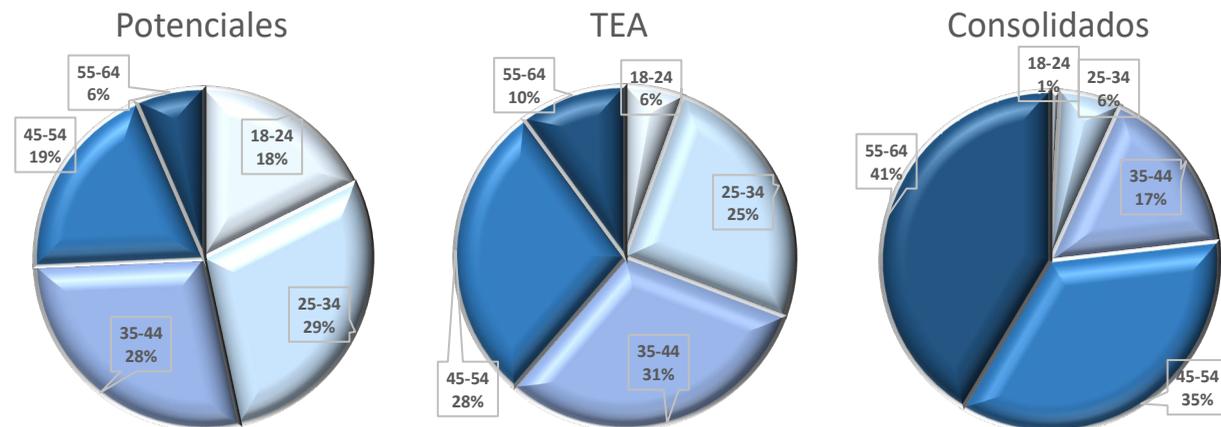


Figura 3.2.2. Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2021

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021



### 3.3. Formación

En el 2022, la distribución de los emprendedores en Andalucía por niveles de estudio, en el caso de los emprendedores potenciales, se centra principalmente en estudiantes de primaria, representando casi un 31%. El resto de los emprendedores potenciales está repartido homogéneamente entre los niveles de secundaria, FP superior y universitario. En concreto, representa el 19,1% en secundaria, 16,8% en FP superior, 18,1% en grado y el 12,8% en máster. Por su parte, los emprendedores recientes (TEA) muestran niveles de estudios universitarios elevados, alcanzando el 40,6% (18,5% para grado, 19,8% para máster y 2,3% para doctorado). El nivel de primaria y secundaria suponen el 27,7% y el 14,6% respectivamente. Finalmente, los emprendedores consolidados presentan datos similares a los emprendedores potenciales para los niveles no universitarios. También cabe resaltar que los emprendedores consolidados con estudios a nivel de grado representan un 25,5%, es decir, uno de cada cuatro. El porcentaje de emprendedores consolidados con estudios de máster suponen menos del 8%, un porcentaje claramente inferior que en los emprendedores potenciales y los recientes.

Los datos también muestran el escaso peso de los estudios de doctorado en el perfil de los emprendedores en los tres grupos analizados, aunque claramente menor en el caso de los empresarios consolidados frente a los emprendedores potenciales y recientes).

**Figura 3.3.1. Distribución de las personas emprendedoras por educación en 2022**

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

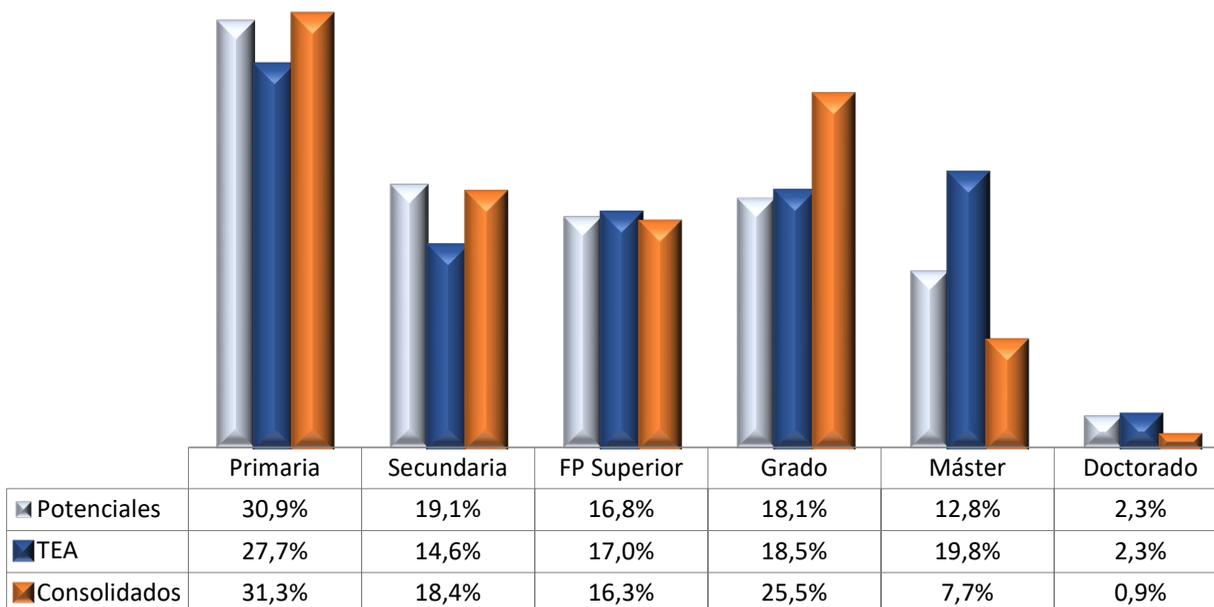
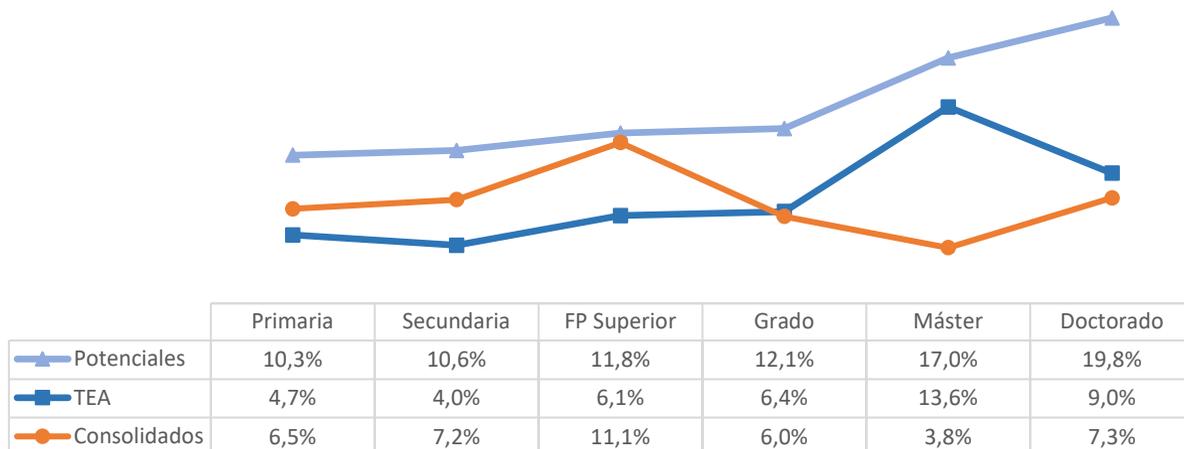


Figura 3.3.2. Tasa de participación emprendedora por educación en 2022

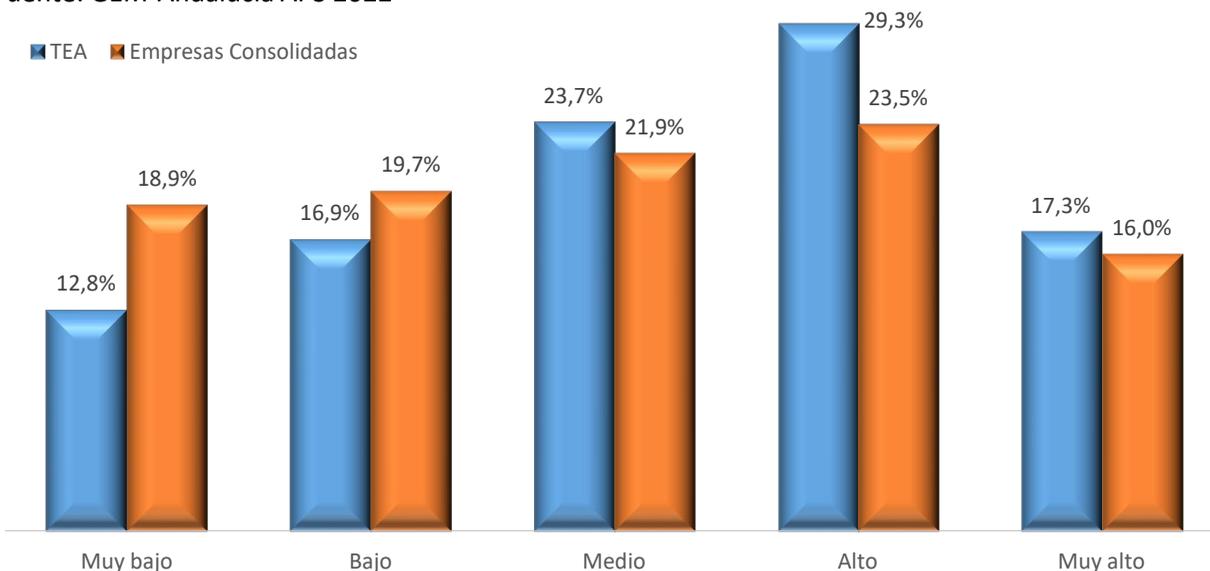
Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



La tasa de emprendimiento por nivel de estudios en 2022 presenta un comportamiento diferente para cada grupo analizado. Para los emprendedores potenciales, dicha tasa aumenta continuamente con el nivel de estudios. Para los recientes (TEA) alcanza su máximo en los estudios de máster. En cuanto a los consolidados, las tasas se distribuyen más homogéneamente. Con respecto al nivel de formación específica, puede calificarse como “medio-alto” tanto en el emprendimiento reciente (53,0% señalan nivel medio o alto) como en los empresarios consolidados (45,4% señalan esos niveles).

Figura 3.3.3. Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa en 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



## 3.4. Renta

La distribución del nivel de renta de los emprendedores, en esta edición 2022, se ha comportado de manera desigual si comparamos los diferentes tipos de emprendedores. En el caso los emprendedores potenciales, las rentas más bajas son las que más han participado en el emprendimiento, representando más del 43%. Por su parte, los emprendedores recientes, presentan un mayor equilibrio entre las rentas más bajas (36,8%) y las más altas (35,1%). Finalmente, con respecto a los emprendedores consolidados, son las rentas más altas, con un 39%, las que más participan en este colectivo. Cabe resaltar que las rentas medias participan menos en el emprendimiento en todas las etapas: potenciales, recientes (TEA) y consolidados.

Las mujeres manifiestan un menor conocimiento financiero que los hombres en los dos grupos analizados (TEA y consolidados).

Figura 3.4.1. Distribución de las personas emprendedoras por nivel de renta en 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

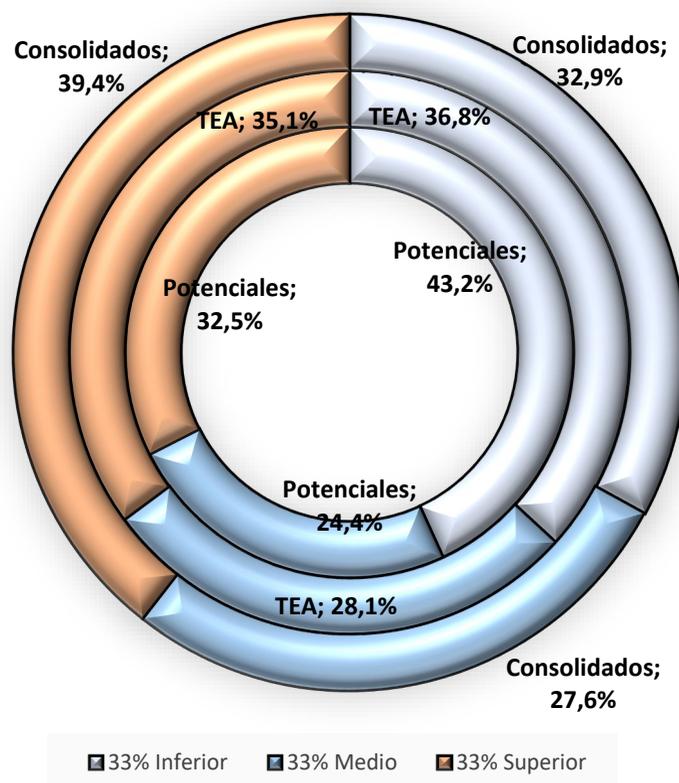


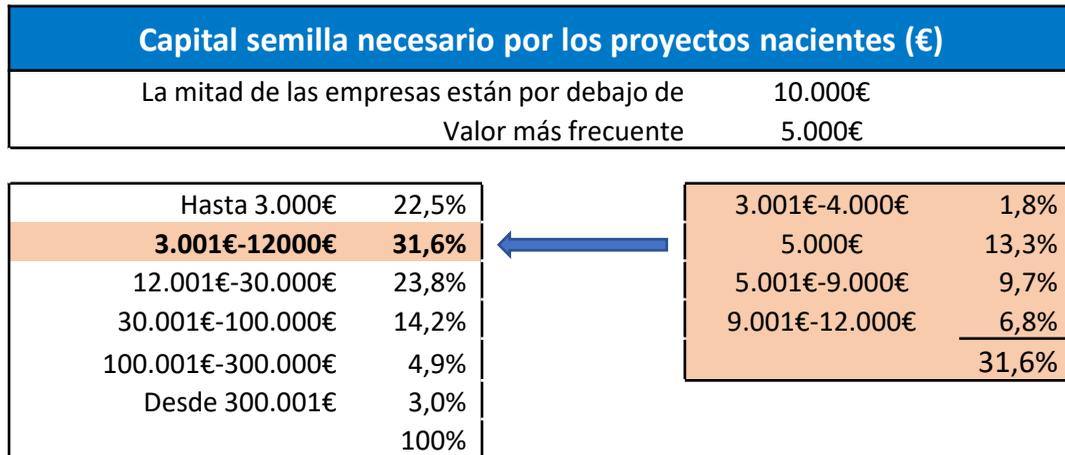
Figura 3.4.2. Nivel de conocimiento financiero según sexo en 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

	TEA		Empresas Consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Bajo	37,3%	28,6%	35,3%	28,0%
Medio	40,1%	44,8%	41,2%	47,3%
Alto	22,6%	26,6%	23,5%	24,7%

Figura 3.4.3. Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes en 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

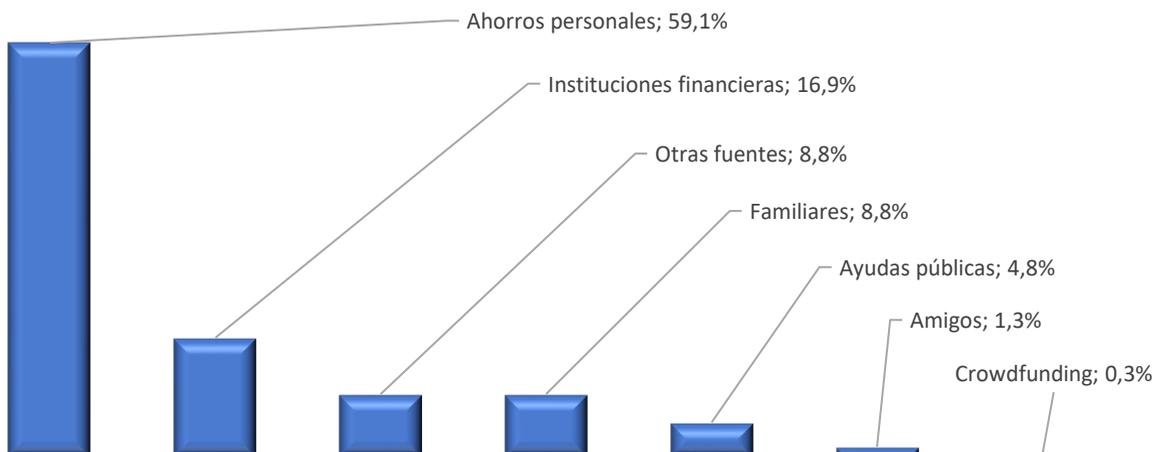


En el año 2022, en Andalucía, el capital semilla necesario para los proyectos nacientes se encuentra por debajo de los 10.000 € en el 50% de los casos. En concreto, la inversión más frecuente se sitúa alrededor de los 5.000 €.

En cuanto a las fuentes de origen del capital, en más del 59% de las ocasiones procede de los ahorros personales del emprendedor. Como recursos complementarios, en 2022, las instituciones financieras constituyen un 16,9% del capital semilla, mientras que las familias y otras fuentes suponen el 17,6%. El 6,4% restante, procede de ayudas públicas, amigos y crowdfunding.

Figura 3.4.4. Fuente de origen del capital semilla (promedio) en 2022

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022





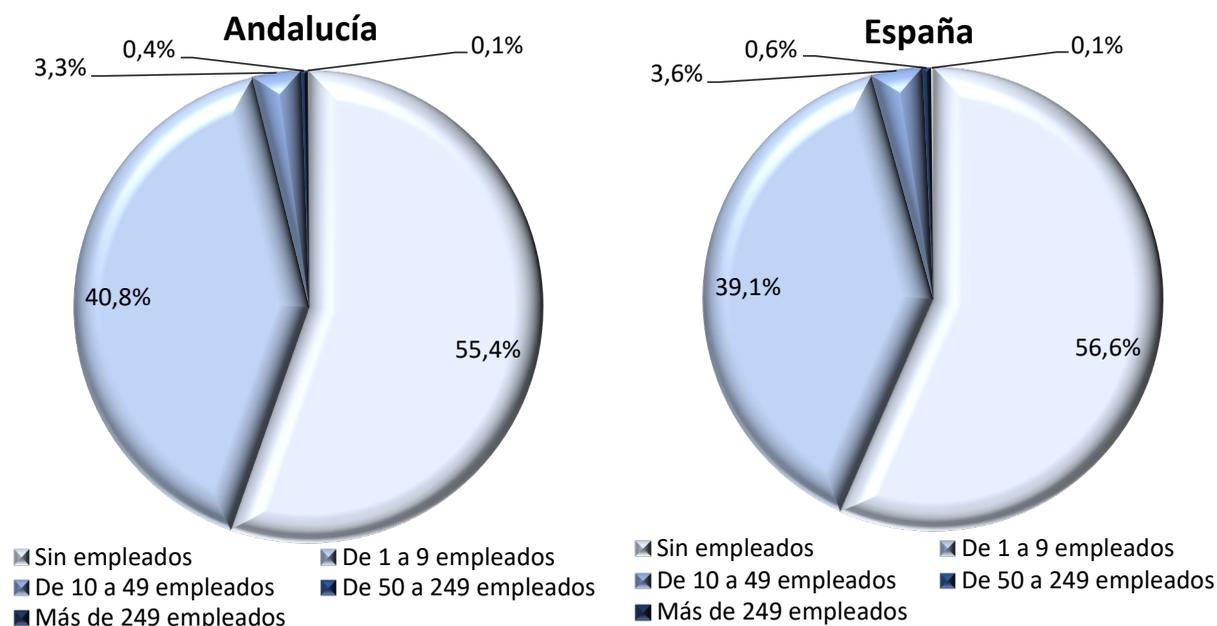
## Capítulo 4

# Potencial de las iniciativas emprendedoras

### 4.1. Tamaño del tejido empresarial

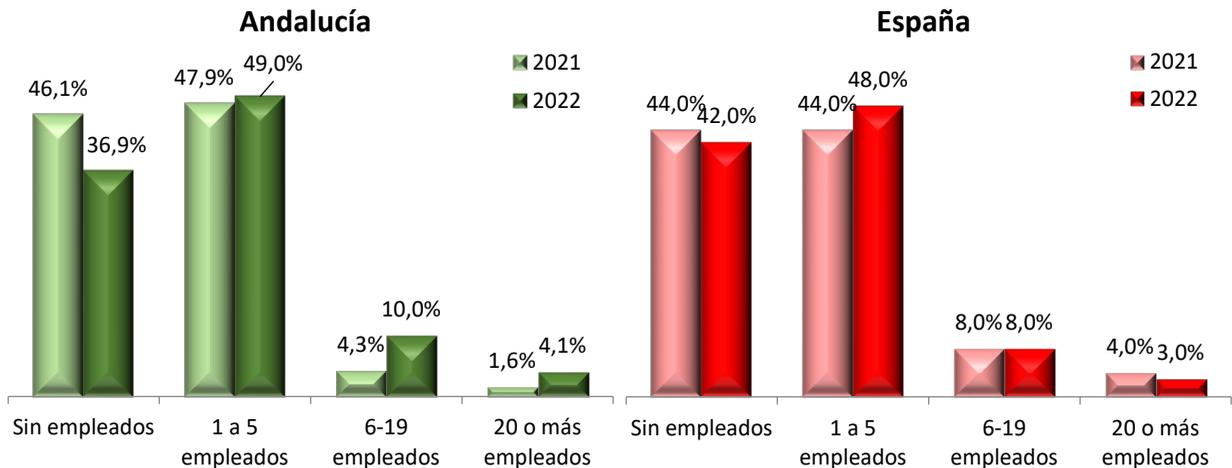
Figura 4.1.1. Distribución por tamaño (número de empresas) del tejido empresarial andaluz y español en 2022

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)



Los datos ponen de manifiesto la hegemonía de las microempresas en el tejido empresarial andaluz y español. Concretamente, el 96,2% de las empresas andaluzas tienen menos de 10 empleados, mientras que las unidades productivas sin trabajadores representan algo más de la mitad del tejido productivo regional (55,4%). Las pequeñas y medianas andaluzas constituyen el 3,7% del total de empresas y las grandes solo el 0,1% del total. En términos comparativos, las cifras son muy similares a los promedios nacionales en todos los tramos.

Figura 4.1.2. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en número de empleados. TEA  
Fuente: GEM-Andalucía y España APS 2021 y 2022



La evolución de la actividad emprendedora reciente (TEA) en Andalucía refleja un aumento en todos los tramos de tamaño, salvo en la categoría sin empleados (que se reduce en un 9,2%). Destaca la evolución positiva a escala regional en los tramos de 6 a 19 empleados (+5,7%) y de 20 y más empleados (+2,5%), contrastando con el estancamiento o leve retroceso de esas cifras en el conjunto nacional. Algo similar ocurre con el tamaño de las empresas consolidadas de la región. Se reducen las empresas en el tramo sin empleados y aumentan en las restantes categorías, especialmente en el tramo de 1 a 5 empleados, en línea con las cifras de las empresas consolidadas en el conjunto español.

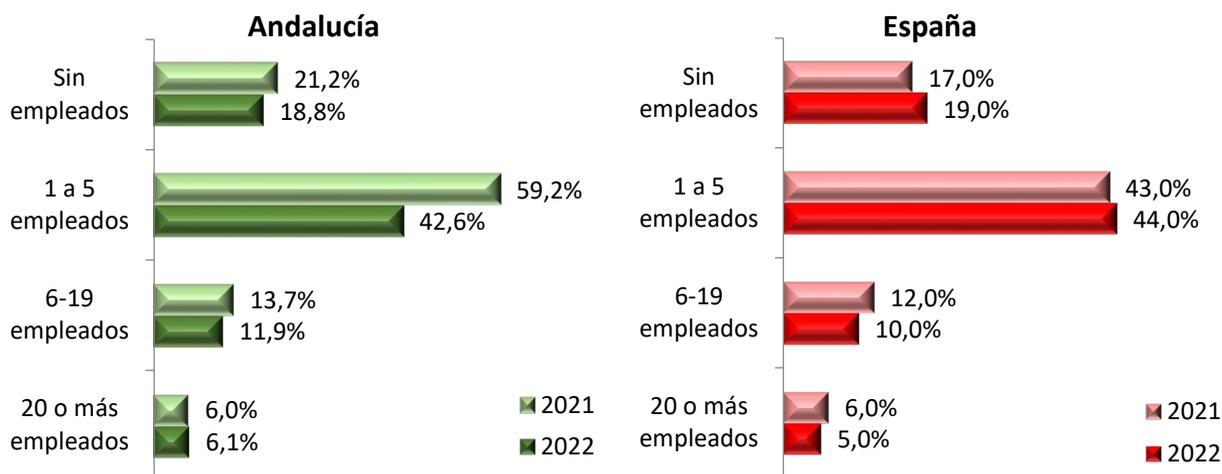
Figura 4.1.3. Tamaño de las iniciativas emprendedoras en número de empleados. Consolidadas

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



Figura 4.1.4. Expectativas de creación de empleo en 5 años. TEA

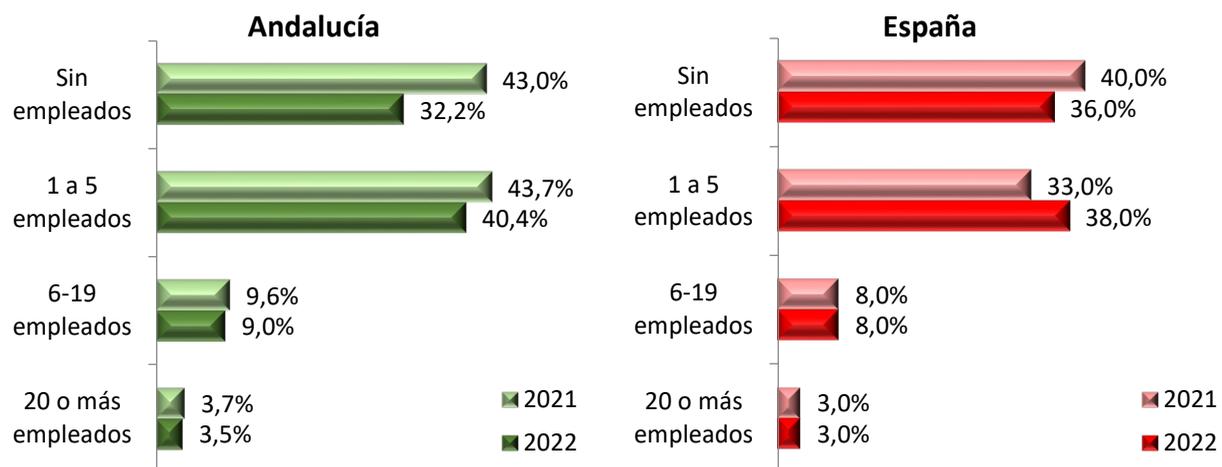
Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



Las expectativas de creación de empleo han empeorado en las empresas recientes (TEA) andaluzas en 2022, particularmente entre aquellas que esperan tener de 1 a 5 empleados en 5 años. Solo se mantiene el porcentaje de empresas más ambiciosas (esperan tener 20 o más empleados). Estas expectativas se asemejan en general a las que existen en el conjunto de España. En las empresas consolidadas, las expectativas empeoran para todos los intervalos de creación de empleo. En este colectivo hay un mayor porcentaje que no se atreve a hacer una predicción. En todo caso, la comparación con España refleja unas expectativas algo más positivas en Andalucía.

Figura 4.1.5. Expectativas de creación de empleo en 5 años. Consolidadas

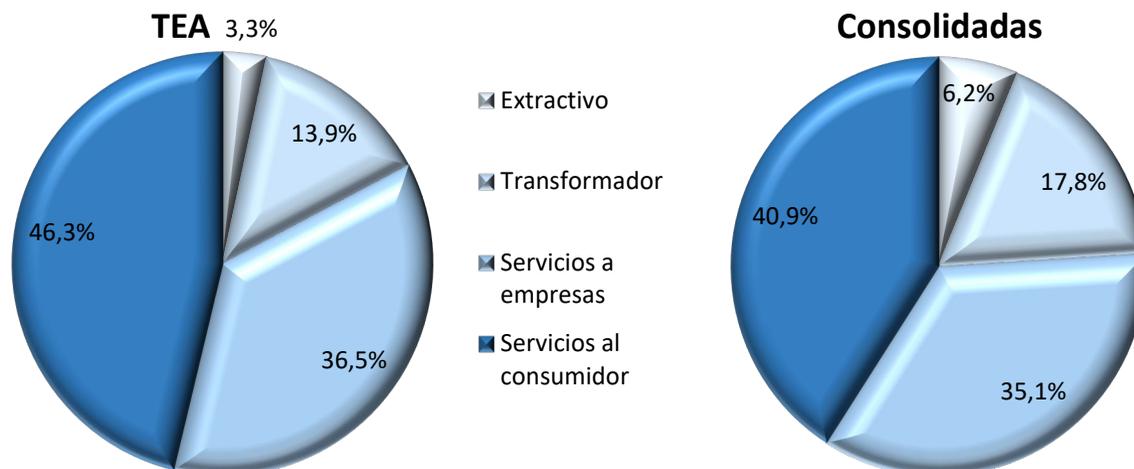
Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



## 4.2. Sector de actividad

Figura 4.2.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



Los emprendedores andaluces (TEA) se concentran fundamentalmente en los servicios (82,8%), aunque orientados en mayor medida al consumidor (46,3%). Le sigue el sector de transformación (13,9%) y marginalmente del sector extractivo (3,3%). En el caso de las empresas consolidadas, se reduce el peso total del sector servicio (76%), mientras que la participación del sector transformador aumenta y se duplica la importancia del sector extractivo en este conjunto de empresas.

El análisis por sexos muestra más mujeres emprendedoras recientes (TEA) en las actividades de servicios al consumidor (+16,9%) y menor participación que los hombres en los servicios a empresas (-11%) y el sector transformador (-5,9%). Entre las empresas consolidadas destaca la relativa especialización femenina en los servicios a consumidores (+13,4%) y en el extractivo (+3,1%), y su menor cuota en el sector transformador (-10,9%).

Figura 4.2.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad y sexo en 2022. TEA y Consolidadas

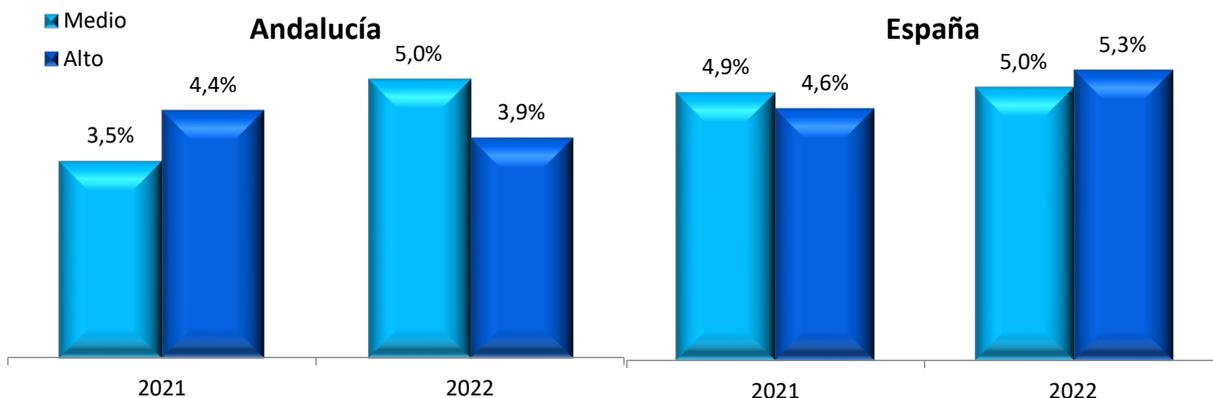
Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

Sector	TEA		Consolidadas	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Extractivo	3,4%	3,4%	8,1%	5,0%
Transformador	10,7%	16,6%	11,3%	22,2%
Servicios a empresas	30,5%	41,5%	31,7%	37,3%
Servicios al consumidor	55,4%	38,5%	48,9%	35,5%

## 4.3. Nivel tecnológico e innovación

Figura 4.3.1. Nivel tecnológico del sector de las iniciativas emprendedoras. TEA

Fuente: GEM-Andalucía y España APS 2021 y 2022



Las actividades de nivel tecnológico medio o alto solo representan el 8,9% del total de iniciativas emprendedoras recientes (TEA) en 2022, un crecimiento del 1% respecto a 2021, si bien con una leve reducción en la alta tecnología (-0,5%) y un avance moderado en el nivel medio (+1,5). No obstante, este emprendimiento tecnológico ha sido inferior al nacional. En el conjunto de España, este emprendimiento supone el 10,3% del total, con mayor presencia de las iniciativas de alto nivel tecnológico.

Las empresas consolidadas andaluzas con nivel tecnológico medio o alto (9,1%) aumentan respecto a 2021 (+0,5%). Pero este aumento es inferior al del conjunto nacional, tanto en el nivel medio (-0,1% frente a +1,8% en España), como en el alto (+0,6% frente a +2,0%).

Figura 4.3.2. Nivel tecnológico del sector de las iniciativas emprendedoras. Consolidadas

Consolidadas

Fuente: GEM-Andalucía y España APS 2021 y 2022

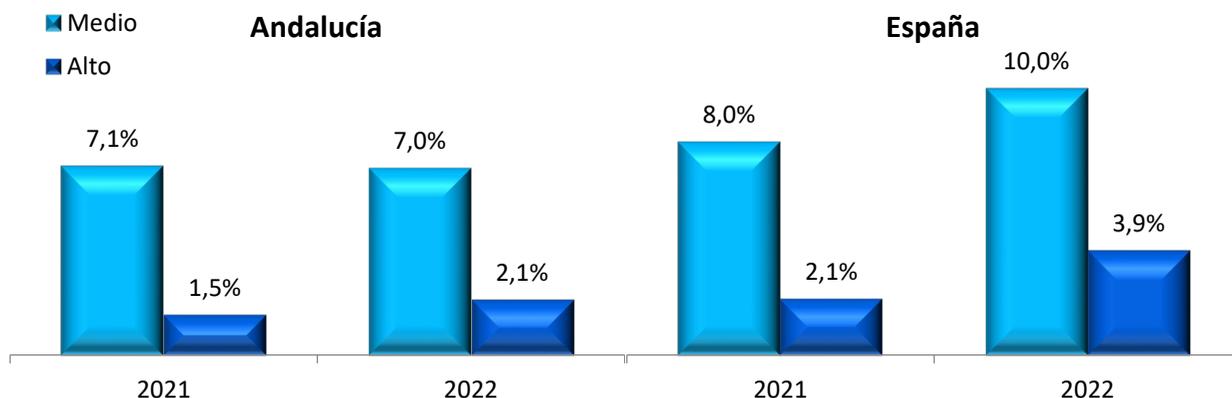
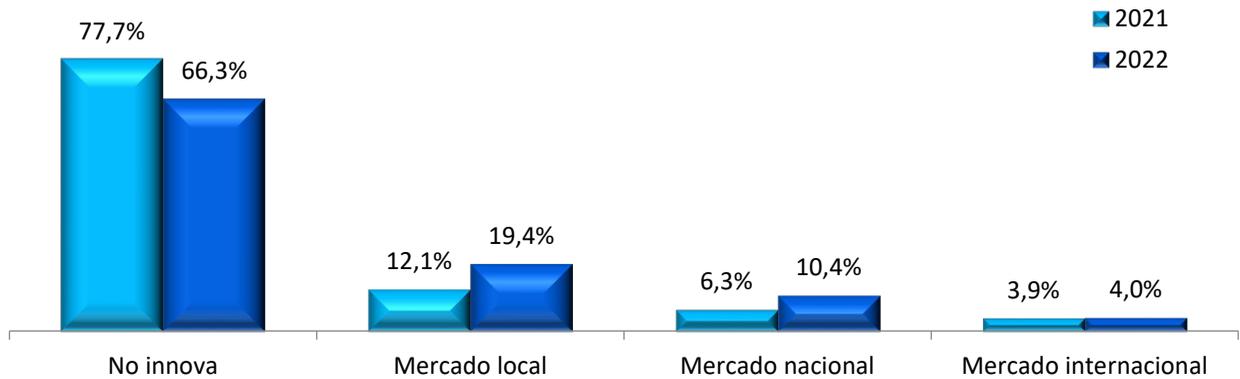


Figura 4.3.3. Ámbito de innovación en producto. TEA

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022

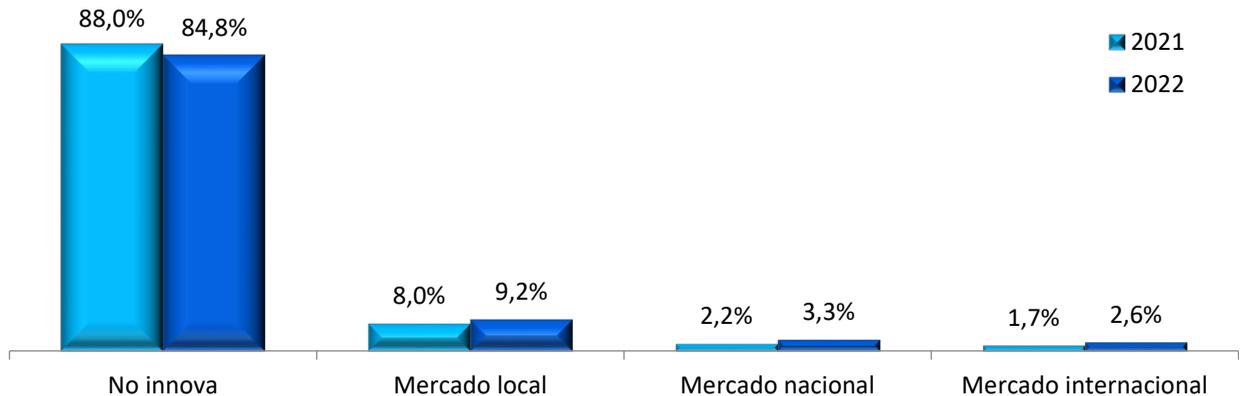


La innovación en productos realizada por los emprendedores andaluces (TEA) ha crecido el 11,4% en 2022, hasta alcanzar el 33,7% del total de las nuevas iniciativas. Estas novedades y mejoras en bienes y servicios tienen al mercado local como destino preferente (19,4%), seguido del mercado nacional (10,4%), ambos con una tendencia al alza frente a 2021. Las innovaciones orientadas al mercado internacional son claramente inferiores (4%).

Las empresas consolidadas andaluzas son menos innovadoras en producto que las empresas nacientes o nuevas de la región en 2022. Solo el 15,2% de las empresas consolidadas han introducido novedades y mejoras de este tipo, con un leve aumento (+3,2%) respecto a las cifras de 2021. Estas innovaciones se orientan principalmente al mercado local (9,2%), seguido del ámbito nacional. La pequeña cuota de mercado internacional (2,6%) de estos nuevos productos ha experimentado un esperanzador incremento en el último año.

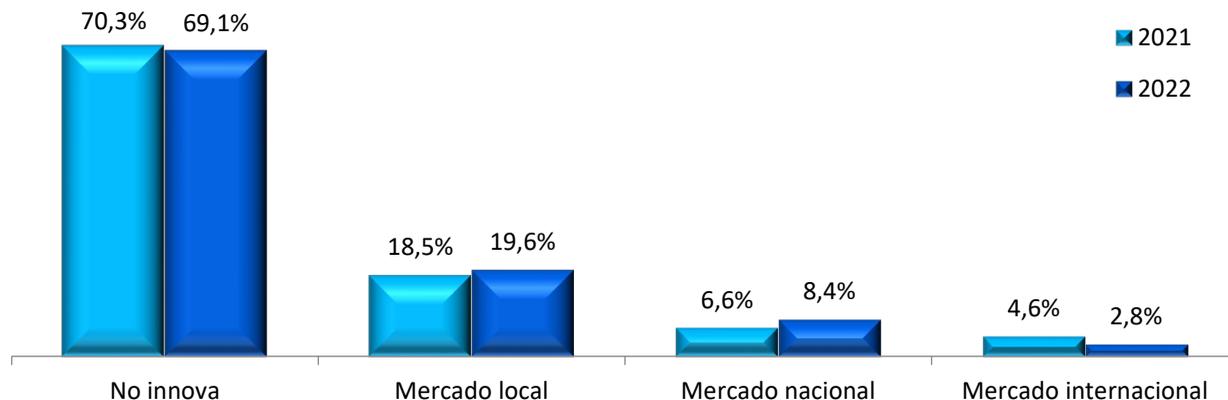
Figura 4.3.4. Ámbito de innovación en producto. Consolidadas

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



**Figura 4.3.5. Ámbito de innovación en proceso. TEA**

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022

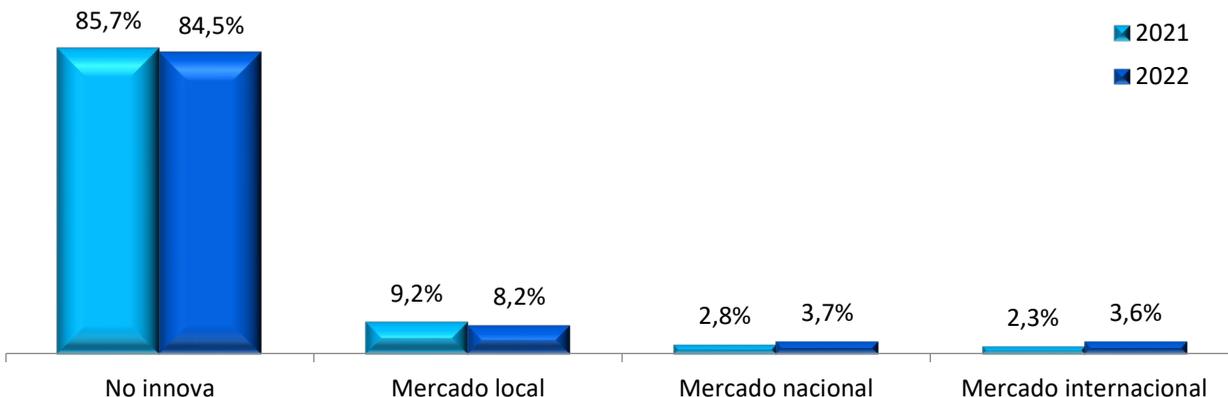


Asimismo, los datos señalan que el 30,9% de los emprendedores andaluces (TEA) han realizado innovaciones en procesos durante 2022, con un leve incremento respecto al pasado año (+1,2%). Son innovaciones para el mercado local (19,6%) y en menor medida nacional (8,4%), aumentando ambas levemente respecto a 2021, mientras que las novedades orientadas al mercado exterior muestran una tendencia negativa en este año.

La innovación en proceso tiene menor peso entre las empresas consolidadas de la región. Algo más del 15% declaran haber introducido este tipo de novedades y mejoras en 2022, aumentando levemente frente a 2021 (+1,2%). El mercado local es el destino prioritario de este tipo de innovaciones (8,2%), aunque con una tendencia decreciente (-1%). Por el contrario, las empresas consolidadas de la región han aumentado las innovaciones en procesos para los mercados nacional e internacional en el último ejercicio.

**Figura 4.3.6. Ámbito de innovación en proceso. Consolidadas**

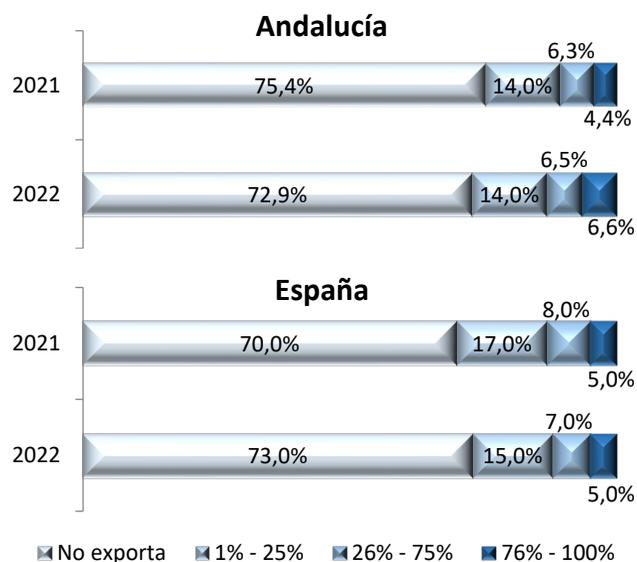
Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



## 4.4. Orientación internacional

Figura 4.4.1. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras. TEA

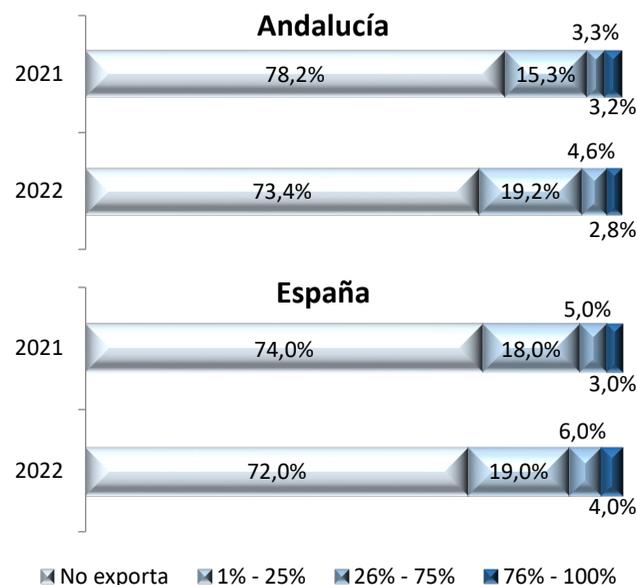
Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022



El 27,1% de los emprendedores andaluces (TEA) declaran haber realizado exportaciones en el año 2022, un 2,5% más que en 2021. Este aumento se concentra en los emprendedores cuyo volumen exportador supera el 75% de las ventas (+2,2%). En cambio, para la mayoría de los emprendedores exportadores, las ventas en el extranjero no superan el 25% del total de su cifra de negocios. De este modo, en 2022 se equipara el nivel de internacionalización del tejido emprendedor andaluz con el promedio nacional (27%), el cual ha sufrido un retroceso (-3%). En ambos casos, el mejor comportamiento se observa en las empresas con elevada intensidad exportadora, poniendo de manifiesto la mayor presencia de proyectos con vocación global.

Figura 4.4.2. Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras. Consolidadas

Fuente: GEM-Andalucía APS 2021 y 2022

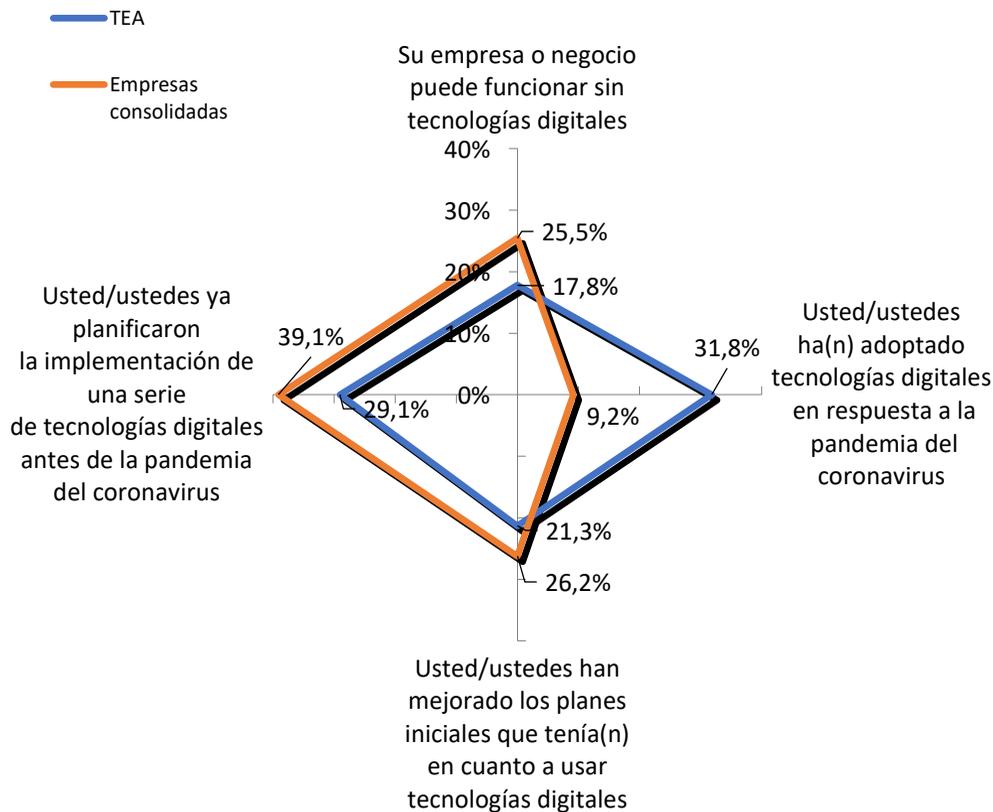


Las empresas consolidadas exportadoras de Andalucía (26,6%) han aumentado en un 4,8% en 2022, respecto al año anterior. En este caso, el aumento de la cuota de internacionalización se produce en los tramos inferior (hasta el 25%) y medio (hasta el 75%), mientras que disminuye levemente el tramo superior de la escala de internacionalización (-0,4%), marcando una tendencia diferente a la apreciada en el ejercicio entre las empresas nacientes y nuevas de la región. En el conjunto de España, las empresas consolidadas exportadoras (28%) han experimentado un crecimiento anual que ha afectado a todos los tramos de internacionalización. Las empresas consolidadas parecen seguir una senda de internacionalización más gradual que las recientes (TEA).

## 4.5. Digitalización

Figura 4.5.1. Digitalización de las iniciativas emprendedoras

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022

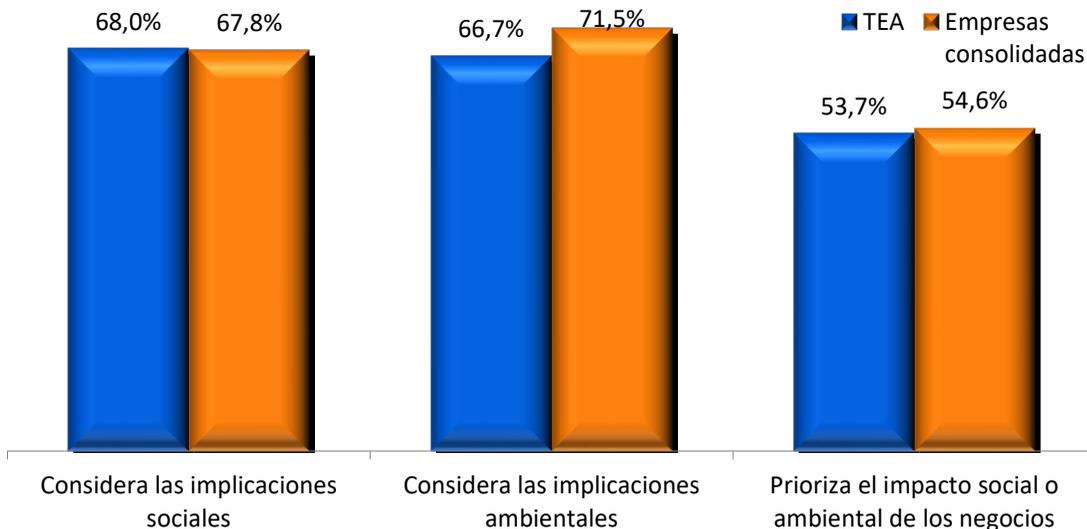


La digitalización ha sido un factor clave para el emprendimiento en Andalucía en 2022. Más del 82% de las iniciativas emprendedoras (TEA) necesitan utilizar las nuevas tecnologías digitales en su negocio, mientras que solo el 17,8% consideran que pueden prescindir de ellas. La adaptación al contexto pospandemia ha impulsado la digitalización de casi un tercio de los emprendedores andaluces (31,8%). Antes de la pandemia un porcentaje similar de iniciativas emprendedoras (29,1%) ya habían planificado la implementación de tecnologías digitales en sus proyectos. Estos planes experimentaron una mejora posterior en un número reseñable de casos (21,3%), favoreciendo el proceso de digitalización del tejido empresarial. El efecto de la pandemia en la transformación digital no ha sido tan acusado entre las empresas consolidadas (solo en el 9,2% de los casos). El 39,1% de ellas ya contemplaba la digitalización en su planificación, aunque han precisado un ajuste de mejora de dichos planes (26,2%) mayor que en los nuevos negocios. Por el contrario, son más las empresas consolidadas (25,1%) que declaran poder prescindir de las tecnologías digitales en su actividad.

## 4.6. Orientación a la sostenibilidad

Figura 4.6.1. Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras. TEA y consolidadas

Fuente: GEM-Andalucía APS 2022



La mayoría de los emprendedores recientes (TEA) andaluces afirman tener en cuenta las implicaciones sociales (68%) y ambientales de su actividad (66,7%), siendo más de la mitad de ellos (53,7%) los que consideran prioritario el impacto social y ambiental de sus negocios. Por tanto, parece existir una notable conciencia de los emprendedores sobre la sostenibilidad. No obstante, ese nivel de concienciación ha disminuido levemente respecto a 2021. Esta orientación hacia la sostenibilidad alcanza niveles similares en las empresas consolidadas, con una sensibilidad ligeramente mayor (+4,8%) hacia el impacto ambiental de su actividad (frente al impacto social) en estas empresas andaluzas. También en este caso se observa una reducción del nivel de concienciación respecto a 2021.

Por tanto, una vez superada la pandemia, parece que se ha reducido la intensidad de preocupación social y ambiental de los emprendedores y las empresas andaluzas.

# Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Marco teórico GEM revisado	9
<b>Figura 1.1.1.</b> Percepciones sobre valores y actitudes en 2022	25
<b>Figura 1.1.2.</b> Percepción de oportunidades para emprender	26
<b>Figura 1.1.3.</b> Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo	26
<b>Figura 1.1.4.</b> Conocimiento y habilidades para emprender	27
<b>Figura 1.1.5.</b> Conocimiento y habilidades para emprender en función del sexo	27
<b>Figura 1.1.6.</b> Conoce personas emprendedorea	28
<b>Figura 1.1.7.</b> Conoce personas emprendedoras en función del sexo	28
<b>Figura 1.1.8.</b> Miedo al fracas	29
<b>Figura 1.1.9.</b> Miedo al fracaso en función del sexo	29
<b>Figura 1.2.1.</b> Percepción de oportunidades para emprender por comunidades	30
<b>Figura 1.2.2.</b> Conocimiento y habilidades para emprender por comunidades	30
<b>Figura 1.2.3.</b> Conocimiento de otros emprendedores por comunidades	31
<b>Figura 1.2.4.</b> Miedo al fracaso por comunidades	31
<b>Figura 1.3.1.</b> Valoración media (1-10) de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender	32
<b>Figura 1.3.2.</b> Percepción de los apoyos a la actividad emprendedora en Andalucía	33
<b>Figura 1.3.3.</b> Medidas que perjudican la actividad emprendedora en Andalucía en 2022	33
<b>Figura 1.3.4.</b> Valoración de expertos sobre las condiciones del entorno para emprender	35

<b>Figura 1.3.5.</b> Valoración de expertos sobre la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible	36
<b>Figura 1.3.6.</b> Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) en 2022	37
<b>Figura 2.1.1.</b> Proceso emprendedor en Andalucía 2022	39
<b>Figura 2.1.2.</b> Emprendimiento potencial, TEA y consolidadas en función del sexo	40
<b>Figura 2.1.3.</b> Abandono de la actividad empresarial en Andalucía en 2022	41
<b>Figura 2.2.1.</b> Evolución del potencial emprendedor de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022	42
<b>Figura 2.2.2.</b> Evolución de la TEA de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022	43
<b>Figura 2.2.3.</b> Evolución de las iniciativas consolidadas de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022	43
<b>Figura 2.2.4.</b> Evolución de los cierres efectivos de Andalucía y España durante el periodo 2003-2022	44
<b>Figura 2.3.1.</b> Emprendedores potenciales en las regiones españolas	45
<b>Figura 2.3.2.</b> TEA en las regiones españolas	45
<b>Figura 2.3.3.</b> Iniciativas consolidadas en las regiones españolas	46
<b>Figura 2.3.4.</b> Abandono empresarial en las regiones españolas	46
<b>Figura 2.4.1.</b> Emprendedores potenciales en las provincias andaluzas	47
<b>Figura 2.4.2.</b> TEA en las provincias andaluzas	47
<b>Figura 2.4.3.</b> Iniciativas consolidadas en las provincias andaluzas	48
<b>Figura 2.4.4.</b> Abandono empresarial en las provincias andaluzas	48
<b>Figura 3.1.1.</b> Motivaciones de las personas emprendedoras 2021 y 2022	49
<b>Figura 3.1.2.</b> Motivaciones de las personas involucradas en el proceso emprendedor en función del sexo	50
<b>Figura 3.2.1.</b> Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2022	51
<b>Figura 3.2.2.</b> Distribución de las personas emprendedoras por edad en 2021	51

<b>Figura 3.3.1.</b> Distribución de las personas emprendedoras por educación en 2022	52
<b>Figura 3.3.2.</b> Tasa de participación emprendedora por educación en 2022	53
<b>Figura 3.3.3.</b> Nivel de formación específica relacionada con la puesta en marcha de una empresa en 2022	53
<b>Figura 3.4.1.</b> Distribución de las personas emprendedoras por nivel de renta en 2022	54
<b>Figura 3.4.2.</b> Nivel de conocimiento financiero según sexo en 2022	54
<b>Figura 3.4.3.</b> Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes en 2022	55
<b>Figura 3.4.4.</b> Fuente de origen del capital semilla (promedio) en 2022	55
<b>Figura 4.1.1.</b> Distribución por tamaño (número de empresas) del tejido empresarial andaluz y español en 2022	57
<b>Figura 4.1.2.</b> Tamaño de las iniciativas emprendedoras en número de empleados. TEA	58
<b>Figura 4.1.3.</b> Tamaño de las iniciativas emprendedoras en número de empleados. Consolidadas	58
<b>Figura 4.1.4.</b> Expectativas de creación de empleo en 5 años. TEA	59
<b>Figura 4.1.5.</b> Expectativas de creación de empleo en 5 años. Consolidadas	59
<b>Figura 4.2.1.</b> Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad	60
<b>Figura 4.2.2.</b> Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad y sexo en 2022. TEA y Consolidadas	60
<b>Figura 4.3.1.</b> Nivel tecnológico del sector de las iniciativas emprendedoras. TEA	61
<b>Figura 4.3.2.</b> Nivel tecnológico del sector de las iniciativas emprendedoras. Consolidadas	61
<b>Figura 4.3.3.</b> Ámbito de innovación en producto. TEA	62
<b>Figura 4.3.4.</b> Ámbito de innovación en producto. Consolidadas	62
<b>Figura 4.3.5.</b> Ámbito de innovación en proceso. TEA	63
<b>Figura 4.3.6.</b> Ámbito de innovación en proceso. Consolidadas	63
<b>Figura 4.4.1.</b> Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras. TEA	64



<b>Figura 4.4.2.</b> Orientación internacional de las iniciativas emprendedoras. Consolidadas	64
<b>Figura 4.5.1.</b> Digitalización de las iniciativas emprendedoras	65
<b>Figura 4.6.1.</b> Orientación a la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras. TEA y Consolidadas	66

# Relación de Equipos GEM

Institución	Miembros	Colaboradores
<b>España</b>		
Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica) Paula San Martín Espina (Secretaria) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica) María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves y María Saiz (Comité de Dirección) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial
<b>Andalucía</b>		
Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía	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
<b>Almería</b>		
Universidad de Almería	Carlos J. Cano Guillen (coordinador) Juan García García José J. Céspedes Lorente	Universidad de Almería Diputación de Almería

Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Cádiz</b>		
Universidad de Cádiz	José M. Sánchez Vázquez (coordinador) Carmen Camelo Ordaz (coordinadora) Juan P. Dianeiz González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz
<b>Córdoba</b>		
Universidad Loyola Andalucía	Mercedes Pérez Millán (coordinadora) Esteban Almirón Emilio J. Morales Fernández Joaquín García-Tapial Arregui Francisco Javier Melero Rus	Universidad Loyola Andalucía
<b>Granada</b>		
Universidad de Granada	María del Mar Fuentes (coordinadora) Matilde Ruiz Ana Bojica Jenny María Ruiz Jiménez Francisco Javier Melero Rus	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
<b>Huelva</b>		
Universidad de Huelva	Francisco Liñán Alcalde (coordinador) Nuria Toledano (coordinadora) Elena Carvajal Trujillo Francisco José Barba Ramos Ana M. Domínguez Quintero Inmaculada Jaén Figueroa	Cátedra de la Provincia Universidad de Huelva Diputación de Huelva

Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Jaén</b>		
Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortiz (coordinadora) José García Vico M <sup>a</sup> 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 Ana Belen Mudarra Fernández	Universidad de Jaén
<b>Málaga</b>		
Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga
<b>Sevilla</b>		
Universidad Pablo de Olavide  Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) 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 Cinel	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla Entrepreneurship & Innovation (Gr. Investig.) Prodetur (Diputación de Sevilla)



# Patrocinadores GEM 2022

España



Andalucía



Almería



Cádiz



Córdoba



Granada



Huelva



Jaén



Universidad de Jaén



Málaga



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Ayuntamiento de Málaga



Sevilla



UNIVERSIDAD PABLO OLAVIDE SEVILLA



UNIVERSIDAD D SEVILLA 1505



Entrepreneurship & Innovation



PRODETUR







# Informe GEM Andalucía 2022 - 2023