

# INFORME GEM

## PROVINCIA DE HUELVA

### 2023-2024

GEM



#### Patrocinadores



CÁTEDRA  
DE LA PROVINCIA



Universidad  
de Huelva



Observatorio del  
Ecosistema  
Emprendedor de  
Andalucía

#### Colaboradores y promotores



# Informe GEM provincia de Huelva 2023-2024

Coordinadores: Francisco Liñán y Nuria Toledano

Equipo investigador: Francisco Liñán, Nuria Toledano, Inmaculada Jaén Figueroa, Elena Carvajal Trujillo, Ana Domínguez Quintero

Citación: Liñán, F.; Toledano, N.; Jaén-Figueroa, I.; Carvajal-Trujillo, E.; Domínguez-Quintero, A. (2024). Informe GEM Provincia de Huelva 2023-2024. Ed. Universidad de Huelva. Documentos UHU N° 15.

ISBN: 978-84-10326-56-9

Depósito Legal: H 55-2025

<http://www.oeea.es/>

© Los autores

Edita Universidad de Huelva y Cátedra de la Provincia UHU-Diputación de Huelva

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Esta obra se ha realizado gracias al patrocinio de la Cátedra de la Provincia: Universidad de Huelva-Diputación Provincial de Huelva, y a la colaboración de los expertos del ecosistema de la provincia.

Portada: diseño UCC, Universidad de Huelva



<b>Prólogo</b>	<b>1</b>
<b>Presentación</b>	<b>3</b>
El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	7
Metodología del Proyecto GEM	9
Resumen Ejecutivo	13
Cuadro de Indicadores	17
<b>Capítulo 1 Percepciones sobre el emprendimiento en la provincia de Huelva</b>	<b>19</b>
1.1. Introducción	19
1.2. ¿Qué percibe la población?	20
1.3. Conclusiones	30
<b>Capítulo 2 El proceso emprendedor en la provincia de Huelva</b>	<b>31</b>
2.1. Introducción	31
2.2. Etapas del proceso emprendedor	33
2.3. Emprendimiento potencial	36
2.4. Actividad emprendedora	39
2.5. Dinámica emprendedora	43
2.6. Perfil del emprendedor	46
2.7. Conclusiones	48
<b>Capítulo 3 Condiciones del entorno para emprender en la provincia de Huelva</b>	<b>51</b>
3.1. Introducción	51
3.2. Factores que favorecen la actividad emprendedora	53
3.3. Recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor	56
3.4. Valoración de las condiciones del entorno para emprender	58
3.5. Conclusiones	63
<b>Índice de tablas</b>	<b>65</b>
<b>Índice de figuras</b>	<b>67</b>
<b>Relación de equipos GEM 2023</b>	<b>71</b>
<b>Patrocinadores GEM 2023</b>	<b>75</b>



# Prólogo

La Diputación Provincial de Huelva, en el marco de la Cátedra de la Provincia que respalda la Universidad de Huelva, está impulsando la investigación sobre la actividad emprendedora en su territorio. Fruto de ese trabajo, nace este Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Provincia de Huelva 2023-2024, que permite medir la actividad anual emprendedora y ser una herramienta valiosa para influir en la política económica provincial, además de un recurso de calidad en el que pueden confiar las entidades empresariales.

El Informe GEM Provincia de Huelva ha sido elaborado por un equipo de investigadores de la Universidad de Huelva, mediante una metodología común que usan universidades en todo el mundo, que mide el fenómeno emprendedor de una forma homogénea, aportando un conocimiento riguroso sobre el fenómeno del emprendimiento a través de las percepciones de la población, las tasas de actividad en distintas etapas del proceso emprendedor, el perfil de las nuevas empresas creadas y las condiciones del entorno para emprender. Hoy en día, el estudio cuenta con la participación de 115 países y con datos longitudinales que datan de hace más de 20 años. La expansión continua de su papel colaborativo ha hecho que los datos de GEM sean usados por entidades como las Naciones Unidas, el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

El Informe GEM identifica las singularidades propias onubenses y permite adaptar las recomendaciones según las características específicas de cada municipio de la provincia. Que la provincia de Huelva disponga de un estudio de este grado de especialización supone una gran oportunidad para comprender el fenómeno del emprendimiento local y explorar acciones que fomenten la creación de nuevos

negocios que contribuyan a generar riqueza y empleo, evitar la despoblación y reducir la brecha económica y social entre los diferentes municipios.

El recorrido en Andalucía de esta investigación sobre la capacidad emprendedora proporciona a la provincia de Huelva una base de datos única para identificar tendencias y características de la actividad emprendedora, los cambios en el entorno emprendedor en el que están activos y las interacciones entre los individuos y sus respectivos contextos emprendedores.

Es importante conocer también cuáles son los rasgos de las nuevas empresas creadas, en cuanto a los sectores de actividad, expectativas de crecimiento, nivel tecnológico, actividad innovadora e internacionalización, entre otras. Los resultados del análisis reflejan un tejido integrado por nuevas empresas muy concentradas en el sector servicios que, en general, no cuentan con un alto nivel tecnológico ni de innovación y con un grado de internacionalización limitado. Este informe constata que existen factores positivos, como el entorno natural de la provincia que actúa de catalizador para los nómadas digitales, y factores que dificultan el aumento de la actividad empresarial, como las infraestructuras físicas y de comunicación. Este informe ayuda, por tanto, a diagnosticar debilidades y fortalezas y establecer un marco que oriente políticas de cambio realistas y efectivas.

Dentro de la política de apoyo al tejido empresarial onubense que abandera la Diputación Provincial de Huelva, este Informe GEM Provincia de Huelva se levanta como un faro que guía la estrategia común de desarrollo sostenible de los municipios onubenses. El futuro es apasionante y Huelva está llamada a sacar el máximo provecho a sus potencialidades, como el entorno natural privilegiado, su localización geográfica estratégica y su papel efervescente en campos punteros como el del hidrógeno verde.

Cabe destacar en esta experiencia de colaboración con la Universidad de Huelva, a su equipo de investigadores y al profesorado que ha coordinado la realización de este informe, Nuria Toledano y Francisco Liñán, con el deseo de que sea el primero de muchos proyectos que permitan difundir y dar transferencia y aplicación al conocimiento existente en nuestra provincia.

David Toscano Contreras  
Presidente de la Diputación Provincial de Huelva

# Presentación

La utilización del tiempo, su buena gestión, es un elemento esencial en los proyectos estratégicos. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un proyecto que permite la vigilancia, gestión y el impulso de los procesos de creación de empresas, ha requerido tiempo y esfuerzos para su consolidación, relevancia mundial y despliegue en España.

Nace a finales de los años noventa del pasado siglo impulsado por el profesor Paul Reynolds y la colaboración de la London Business School y el Babson College. En este tiempo, la participación de un alto número de universidades y centros de investigación de más de cien países ha creado una red internacional de más de quinientos investigadores y expertos que cada año radiografían, analizan, comparan y emiten recomendaciones sobre el fenómeno emprendedor.

España se incorpora en los albores del proyecto. A final de los años noventa, un grupo de profesores universitarios, liderados por el profesor José María Veciana de la Universidad Autónoma de Barcelona, creamos en la Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa (ACEDE) su primera sección denominada “Función Empresarial y Creación de Empresas”. Aún no se hablaba de emprendedores en España y la imagen del empresario no era muy apreciada en determinados ámbitos. Estábamos convencidos que los territorios sin empresas de calidad, sin personas capaces de emprender proyectos novedosos, sin empresarias y empresarios con capacidad de tejer complicidades con otros agentes sociales y con instituciones públicas y educativas, eran territorios con un importante lastre para su desarrollo económico y social.

Para este fin, tener información comparada de lo que sucedía en nuestro país con otros territorios era esencial. Este convencimiento, y no sin dificultades, nos llevó a participar en el proyecto GEM España en el año 2000 y a iniciar su regionalización con

las iniciativas de las universidades Autónoma de Barcelona, Cádiz y Extremadura en 2003. Esta iniciativa fue creciendo e incorporando compañeros de otras universidades. Años después dio lugar al Observatorio del Emprendimiento de España RED GEM en la que actualmente están representadas todas las Comunidades Autónomas a través de los equipos regionales del Observatorio.

España tiene una gran relevancia internacional en GEM, por el volumen de información que incorpora y por el dinamismo de sus equipos regionales. Entre estos equipos, el de Andalucía ha sido uno de los más destacados. Fue creciendo en tamaño, por el volumen de los datos muestrales y por el número de investigadores de las distintas universidades que fue incorporando. Este crecimiento fue mejorando el conocimiento de las características del fenómeno por provincias, e incluso por comarcas, de la extensa geografía andaluza. El proceso da lugar a que en 2018 se plantee crear un observatorio específico para la región integrado en la red del Observatorio del Emprendimiento de España y en la internacional del GEM. El reto culmina cinco años más tardes con la creación del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (OEEA) gracias a la iniciativa de un grupo de investigadores de las universidades de Almería, Cádiz, Jaén, Granada, Loyola, Málaga, Pablo de Olavide y Sevilla. En 2023 se incorpora una investigadora de la Universidad de Huelva y en 2024 lo hace otra de la Universidad de Córdoba, reforzando de esta forma el mapa regional de todas las provincias andaluzas.

La experiencia académica y pertenencia de estos investigadores a redes internacionales de la importancia del GEM y del GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresas de alto potencial de crecimiento, hacen único al nuevo Observatorio para mejorar el desarrollo del proyecto GEM y acometer otros nuevos que permitan el diseño y la evaluación de las políticas y acciones desplegadas en este ámbito.

Este primer informe GEM que se elabora sobre la provincia de Huelva es un hito importante ya que completa el mapa de los informes GEM provinciales. Mejora la información disponible sobre la provincia y consecuentemente mejora la de Andalucía. La especificidad de la economía de Huelva requería de un informe propio que pusiese de manifiesto las características diferenciadoras de su proceso emprendedor. Así, se observan aspectos idiosincrásicos de su población en la

identificación de oportunidades, algo más optimista que la de otros escenarios territoriales, muy parecidas en las percepciones sobre sus capacidades y conocimientos, y con algunas barreras importantes como es la del miedo a emprender más alto que el que se detecta en otros territorios. El análisis cualitativo que permite la metodología GEM, a través de las entrevistas a expertos, también recoge luces y sombras del entorno de la provincia que actúan como factores contingentes en el dinamismo emprendedor. La estructura de su sector industrial, la infraestructura portuaria, las energías renovables, el turismo y la agricultura son cartas favorables que juegan a favor de la provincia para mejorar su capacidad de crear empresas, pero aparece limitada por déficits relacionados con sus servicios, sistemas de transportes y tecnologías de comunicación que reciben de los expertos recomendaciones de franca mejora de sus infraestructuras físicas para superar una valoración más baja de su entorno para emprender que el de la media de Andalucía.

El informe es un ejemplo de la colaboración entre los investigadores de la red del OEEA que han formado un equipo experto dirigido por el Catedrático Francisco Liñán de la Universidad de Sevilla y por la profesora titular de la Universidad de Huelva, Nuria Toledano, y conformado por las académicas Elena Carvajal Trujillo, Inmaculada Jaén Figueroa y Ana Dominguez Quintero. Los resultados del informe estoy convencido que servirán no solo para mejorar el conocimiento del proceso emprendedor de la provincia de Huelva, sino que será útil para evaluar y actuar sobre las políticas relacionadas con el fenómeno e influir positivamente en su desarrollo futuro.

Es una gran satisfacción poder prologar esta primera edición y felicitar sinceramente a sus autores por la valiosa aportación que hacen. Enhorabuena a todos.

José Ruiz Navarro

Fundador del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía

Catedrático Emérito de Organización de Empresas por la Universidad de Cádiz

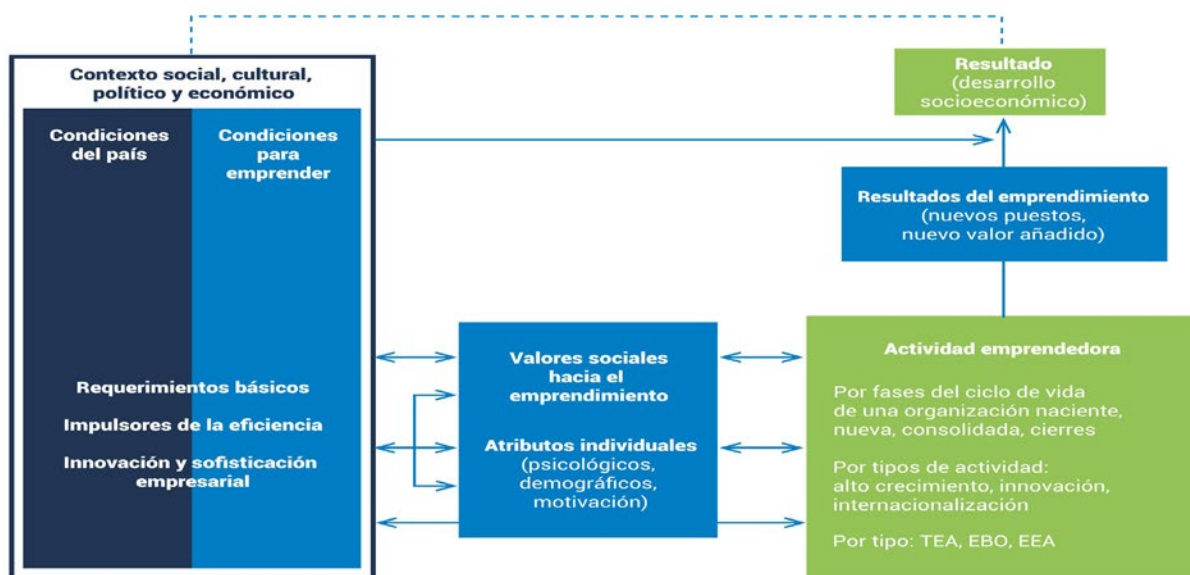


# El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un observatorio internacional creado en 1999 por iniciativa conjunta de London Business School y Babson College, con el objetivo de estudiar la actividad emprendedora. Desde entonces, sus estudios se han extendido por el mundo integrando cada vez un mayor número de equipos investigadores y países en los que se mide el fenómeno emprendedor de una forma homogénea.

Cada año, desde el Observatorio GEM, se generan datos sobre el emprendimiento a partir del diseño y uso de una metodología estable y común en todo el mundo (Figura 1). Los datos son sometidos a rigurosos controles de calidad en cuanto a su traducción a diferentes idiomas, el diseño y la ejecución de encuestas para la obtención de la información y la realización del trabajo de campo. La calidad, el rigor, la estabilidad y la comparabilidad de la información generada por el Observatorio GEM representan una de sus grandes contribuciones al conocimiento del fenómeno emprendedor a nivel mundial, al permitir la realización de estudios comparativos del emprendimiento entre diferentes territorios y el análisis de su evolución a lo largo del tiempo.

Figura 1. Modelo teórico del proyecto GEM



Fuente: GEM España, 2023

Desde el Observatorio GEM, a lo largo de los últimos años, se han elaborado y publicado informes anuales sobre el fenómeno emprendedor en el ámbito internacional, nacional y regional, en los que se analiza de forma armonizada distintas variables indicadoras del emprendimiento en los distintos territorios, lo que permite hacer diagnósticos de la actividad emprendedores a diferentes niveles geográficos. Más recientemente, dentro de la comunidad autónoma de Andalucía, también se han elaborado estudios a nivel provincial.

El presente informe analiza datos sobre el emprendimiento en la provincia de Huelva, recogidos entre mayo y septiembre de año 2023 en una muestra de la población. En concreto, se analizan las percepciones que la población de Huelva y su provincia tiene sobre el emprendimiento en este contexto (Capítulo 1), los índices indicativos del proceso emprendedor (Capítulo 2) y la opinión de expertos sobre las condiciones actuales del entorno de esta provincia para emprender (Capítulo 3).

Este informe se suma así a la serie de informes anuales que se publican desde el GEM, y en los que, para la edición de 2023, han participado un total de 45 países. Los informes realizados por el Observatorio GEM se encuentran disponibles en su página web, [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org), y para el caso de los informes GEM de España, regionales y provinciales en [www.observatoriodelemprendimiento.com/](http://www.observatoriodelemprendimiento.com/). Además, los informes regionales de Andalucía y los correspondientes a sus provincias también se hayan disponibles en la página web del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía ([www.oeea.es](http://www.oeea.es)), en el que se agrupan los investigadores del Observatorio GEM de la comunidad autónoma.

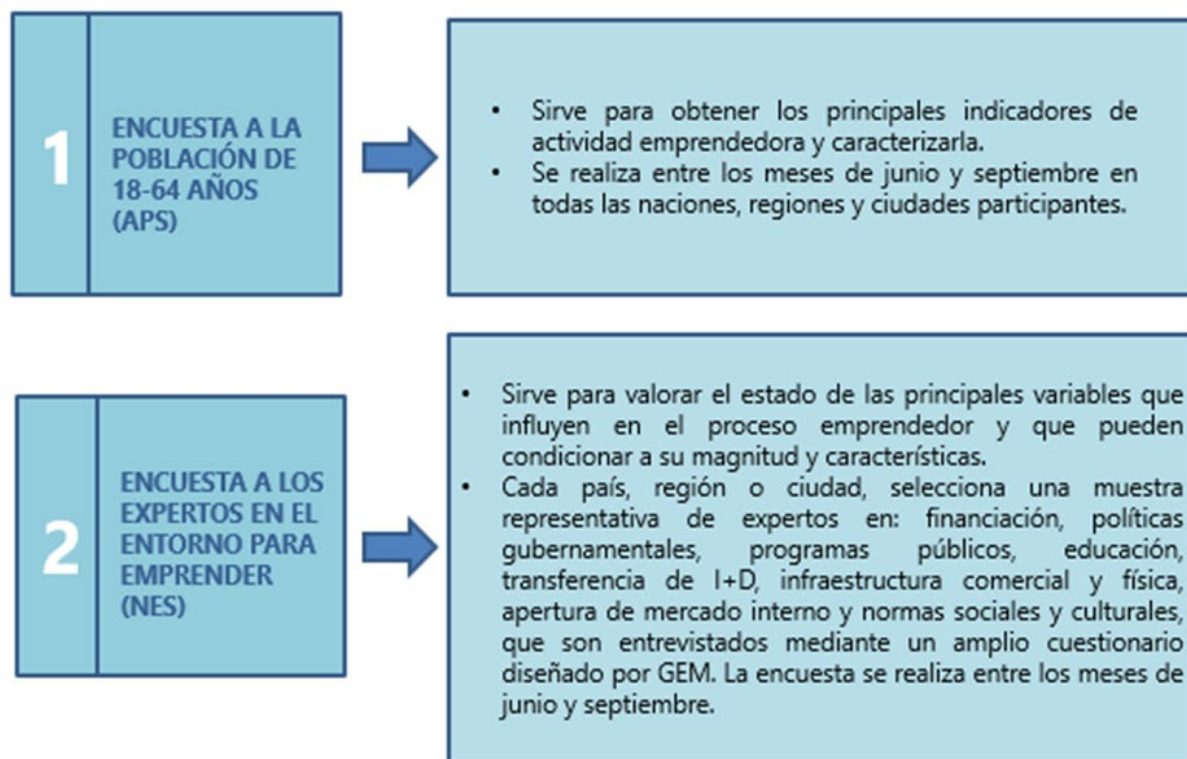
## Metodología del Proyecto GEM

El proyecto GEM analiza la actividad emprendedora en cada territorio siguiendo una metodología específica que es replicada en cada lugar objeto de análisis. La actividad emprendedora considerada integra las diferentes acciones desarrolladas para crear y dirigir un negocio nuevo del que se posee al menos parte de la propiedad, contando como punto de partida la intención para emprender que manifiesta la persona encuestada.

Existen dos fuentes de información principales que se utilizan para el análisis (Figura 2):

- Encuestas a la población (población adulta de entre 18-64 años) (APS, por sus siglas en inglés, Adult Population Survey)
- Encuestas a expertos de diferentes ámbitos del entorno analizado (NES, por sus siglas en inglés, National Expert Survey).

Figura 2. Fuentes de información



Fuente: GEM, España 2023

Las encuestas a la población (APS) parten de la identificación de una muestra representativa de la población adulta y permite obtener estimadores homogéneos del nivel de actividad emprendedora. En la identificación de la muestra se establecen cuotas de género y edad, distinguiendo también entre zonas rurales y urbana para garantizar la ausencia de sesgos.

La realización de las encuestas se lleva a cabo mediante sistemas CATI, lo que supone realizarlas en la franja horaria comprendida entre las 18 horas y las 22 horas. La Tabla 1 refleja la ficha técnica de la encuesta a la población adulta de la provincia de Huelva.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta a la población en la provincia de Huelva

<b>Universo muestral</b>	<b>Población residente de 18 a 64 años</b>
Población objeto	345.963 personas
Muestra	500 personas
Margen de confianza	95,00%
Error muestral	±4,38% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período de realización de encuestas	Junio y septiembre de 2023

Fuente: Instituto Opinometre

La distribución de la muestra APS en Huelva, se muestra en la Tabla 2. La distribución según el género es equilibrada, mientras que la distribución por edades y por área geográfica se ajusta a la estructura de la distribución de la población de la provincia de Huelva.

Tabla 2. Distribución de la muestra APS en la provincia de Huelva

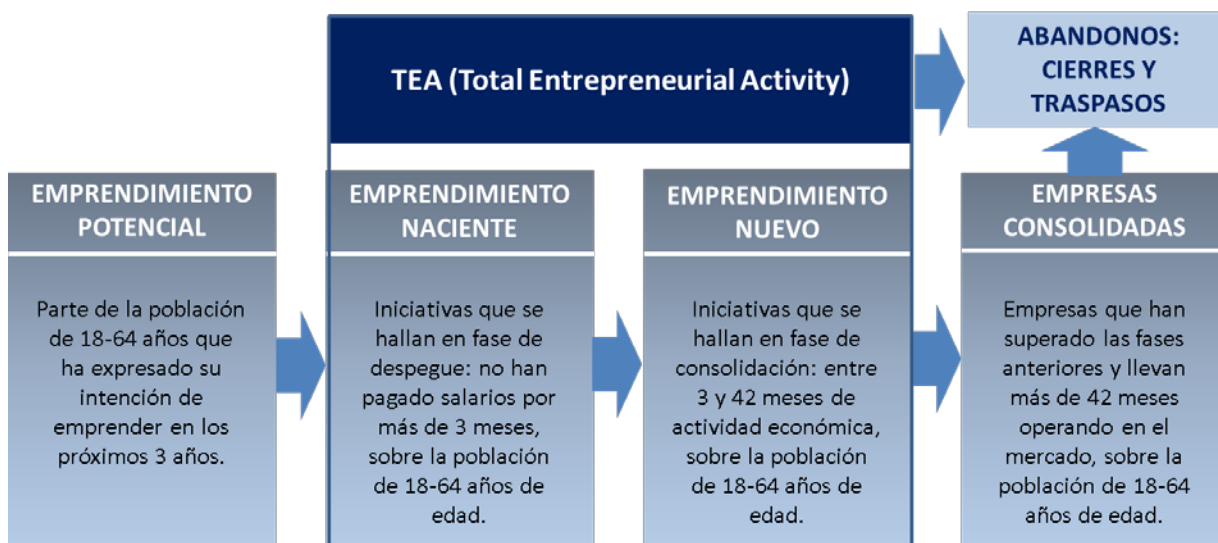
<b>Género</b>		<b>Distribución por edad</b>					<b>Área geográfica</b>		<b>Total</b>
Hombre	Mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
252	248	57	90	123	124	106	95	405	500
50,4%	49,6%	11,4%	18,0%	24,6%	24,8%	21,2%	19,0%	81,0%	100%

Fuente: GEM Huelva APS 2023

A partir de la información proporcionada por la encuesta a la población se elaboran los indicadores que describen el proceso emprendedor según la propuesta metodológica del GEM: emprendimiento potencial, emprendimiento naciente, emprendimiento nuevo, tasa de actividad emprendedora total (TEA, por sus siglas en inglés, Total Entrepreneurial Activity), empresas consolidadas y abandonos empresariales (Figura 3).

Estas encuestas recaban, además, información sobre el perfil de los emprendedores, algunos rasgos del emprendimiento femenino, las percepciones sobre las oportunidades de negocio, las capacidades y la percepción sobre el fracaso empresarial, así como sobre el conocimiento de emprendedores que puedan servir de modelos de la actividad empresarial.

Figura 3. Etapas del proceso emprendedor



Fuente: GEM, España 2023

Por su parte, la encuesta a los expertos (NES) tiene como objetivo realizar un diagnóstico del entorno para emprender en relación con doce condicionantes establecidos por la metodología GEM (ver Capítulo 3). El diagnóstico se construye a partir de un cuestionario estructurado, en el que los expertos expresan su opinión respecto al grado en que cada condición del entorno favorece la actividad emprendedora. Además, mediante preguntas abiertas, se solicita a los expertos su opinión sobre los principales elementos o aspectos del entorno de la provincia de

Huelva que están actuando como facilitadores de la actividad emprendedora en este contexto, así como sus recomendaciones para mejorar el entorno provincial de cara al fomento del emprendimiento.

Las respuestas a estas preguntas son codificadas atendiendo a las 30 categorías establecidas por GEM con el objeto de facilitar el análisis (Tabla 3).

Para el presente informe se obtuvieron respuestas de 36 expertos en emprendimiento (72,2% hombres y 27,8% mujeres) con un promedio de edad de 51 años y un promedio de experiencia en su área de trabajo de 14,5 años. Además, según su formación, el 69,4% cuenta con estudios de postgrado (máster, doctorado) y el 30,6% estudios universitarios. Además, casi el 50% de los expertos consultados, están especializados en el campo de la Economía (empresas o gestión).

Tabla 3. Categorías para la codificación de las preguntas abiertas

1	Apoyo financiero al emprendimiento	16	Corrupción
2	Políticas gubernamentales	17	Resultados diferentes para las Pymes
3	Programas gubernamentales	18	Internacionalización
4	Educación y formación	19	Costes, acceso y regulación laboral
5	Transferencia de I+D	20	Información
6	Infraestructura comercial y profesional	21	Transformación digital
7	Apertura del mercado	22	Sostenibilidad, responsabilidad social
8	Infraestructura física y de servicios	23	Cambio climático
9	Normas culturales y sociales	24	Nivel de desempleo
10	Capacidad para emprender	25	Falta de algunos tipos de profesionales
11	Clima económico	26	Costes de la energía, servicios, inflación
12	Características del mercado de trabajo	27	Nuevas formas de hacer negocios
13	Composición de la población (extranjeros)	28	Emprendimiento femenino
14	Contexto político, institucional y social	29	Nuevas oportunidades de negocio
15	Crisis	30	Modelo de roles

Fuente: GEM, España 2023

## Resumen ejecutivo

### ***Percepciones sobre emprendimiento***

Las percepciones sobre el emprendimiento de la población adulta encuestada en la provincia de Huelva son, en varios aspectos, similares o incluso mejores que las del conjunto de Andalucía o España. Este sería el caso de la percepción sobre la existencia de oportunidades, ya que un 34,8% de los onubenses considera que existen oportunidades de negocio, cifra que es del 31,3% en Andalucía y del 31% en España.

En una situación intermedia se sitúa la percepción sobre la disponibilidad de conocimientos y habilidades para emprender, pues el 56% de los encuestados en la provincia de Huelva contesta afirmativamente, frente a 61,6% en Andalucía y 53% en España. En cuanto a la cercanía personal con emprendedores, en el sentido de conocer directamente a alguien que haya iniciado un negocio propio, los porcentajes son del 50,2%, 53,3% y 48% para el caso de la provincia de Huelva, Andalucía y España, respectivamente.

Hay, sin embargo, algunas opiniones relacionadas con las barreras para emprender que sitúan a Huelva y su provincia en peor condición. Se trata del miedo al fracaso empresarial y la percepción sobre la facilidad/dificultad para crear una nueva empresa. Concretamente, el 60,2% de los onubenses encuestados ha señalado que no emprendería por miedo a fracasar, mientras que ese porcentaje es del 48,8% en Andalucía y del 49% en España. Además, sólo el 24,1% considera que es fácil crear una empresa, frente a un 30% en Andalucía y España.

Con todo, hay que destacar que la población onubense encuestada que se encuentra participando activamente en alguna fase del proceso emprendedor tiene percepciones mucho más favorables sobre el emprendimiento en todos los aspectos analizados, aunque existen diferencias entre las percepciones de los hombres y las mujeres. Cabe resaltar, en este sentido, que frente al 72% de los emprendedores

encuestados que afirma conocer personalmente a personas que hayan creado una empresa, dicho porcentaje, en el caso de las mujeres, se reduce hasta el 59,7%, contando, por tanto, con menos ejemplos cercanos en los que pudieran verse reflejadas. Además, las emprendedoras de la provincia de Huelva perciben especialmente difícil el proceso de emprender (sólo el 16,1% considera que es fácil) y temen en mayor grado que los hombres el fracaso empresarial (32,5% afirma tener miedo al fracaso, frente al 26% de los hombres).

### ***El proceso emprendedor***

El desarrollo del proceso emprendedor en la provincia de Huelva se valora teniendo en cuenta en la población encuestada el potencial emprendedor, los emprendedores involucrados de diversas maneras en dicho proceso, aquellos con empresas consolidadas, así como los que abandonan la actividad empresarial.

El porcentaje de personas encuestadas con intención de crear una empresa en los próximos tres años en la provincia de Huelva ( “emprendedores potenciales”) es del 12,7%, porcentaje que coincide con el de la media andaluza y algo superior al de la media española (11,2%). No obstante, la “Tasa de Actividad Emprendedora” (“TEA”, por sus siglas en inglés) por la que se mide la población involucrada en actividades emprendedoras en un periodo reciente alcanza en la provincia de Huelva el 5%, frente al 6,8% en la población andaluza y española. Este indicador, TEA, se desglosa además distinguiendo a los emprendedores “nacientes”, es decir, involucrados aún en la creación de la empresa, y a los “nuevos” emprendedores, es decir, los que ya han puesto en marcha su nueva empresa. Para la provincia de Huelva, estos datos se corresponden con el 2,6% y el 2,4% de la población encuestada, respectivamente, porcentajes inferiores a los registrados en Andalucía (4,2% y 2,6%) y España (4% y 2,8%).

Igualmente, el porcentaje de empresarios consolidados entre los encuestados en la provincia de Huelva arroja un valor por debajo de la media andaluza y española (el 4,4% frente al 5,7% y 6,7%, respectivamente), mientras que el porcentaje de abandono, con un 3,7% (3,1% correspondiendo a cierre definitivo y 0,6% a traspasos de negocios), resulta más favorable que el de la media andaluza, que alcanza 4,2%, aunque algo superior al dato de España (3,2%).

Asimismo, hay algunas diferencias de género también en este apartado. Entre los

emprendedores potenciales, se haya un porcentaje superior en el ámbito masculino que en el femenino (13,1% frente al 12,3%). En la fase inicial del proceso, el valor de la TEA para mujeres (3,6%) es prácticamente la mitad que para hombres (6,3%), mientras que el porcentaje de hombres entre los emprendedores consolidados (5,1%) es un punto y medio superior al de las empresarias (3,6%). En los abandonos empresariales se invierte la situación, ya que la tasa de abandono de los hombres más que duplica (5,3%) a la de las mujeres (2,0%).

Finalmente, las tasas más altas de emprendimiento TEA corresponden a la población que cuenta con mayor nivel de formación emprendedora (un 44,3% de emprendedores involucrados recientemente en el proceso emprendedor tiene un nivel alto o avanzado de formación específica en emprendimiento).

### ***Condiciones del entorno para emprender***

La valoración de las condiciones del entorno para emprender tiene lugar a partir de una encuesta realizada a una muestra de expertos del ecosistema emprendedor onubense. Los resultados ponen de manifiesto la repercusión positiva de los programas específicos que facilitan a los emprendedores el proceso emprendedor en la provincia de Huelva (16,7% de los expertos señalan este factor).

Otros de los factores mencionados, aunque en menor medida (cada uno de ellos señalado por el 5,6% de los expertos) son la posibilidad de acceder a información relevante, la capacidad para emprender que se manifiesta en la población, el diseño de políticas gubernamentales al respecto, o el contexto político, social e institucional en general.

Asimismo, los expertos subrayan la importancia que pudieran tener sectores como el del hidrógeno verde, o el de las energías renovables, en el futuro del emprendimiento onubense, junto con el rol favorecedor que puede jugar el tejido empresarial existente en el ámbito de la agricultura, el turismo, la actividad productiva del polo industrial o la desarrollada en el puerto de Huelva.

No obstante, se ha reconocido también la carencia de algunos factores estructurales, que son a la vez claves para impulsar y facilitar la actividad emprendedora. En concreto, se percibe insuficiencia en las infraestructuras físicas y de comunicación (carreteras, servicios básicos, tecnologías de comunicación, entre otras).

De forma agregada, los expertos valoran con 3,7 puntos sobre 10 las condiciones del entorno para emprender en la provincia de Huelva, una valoración cercana a la que obtiene la media de España, pero más baja que la que se obtiene en Andalucía (4,5) y en el conjunto de la Unión Europea (4,7), siendo el aspecto que ha recibido una valoración más baja el relativo a la educación y formación emprendedora en etapa escolar (primaria y secundaria) con 1,9 puntos. Además, la valoración de los expertos sobre el progreso en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el contexto de Huelva y su provincia resulta ser también más negativa que la referida a la de Andalucía, España o la Unión Europea.

## Cuadro de indicadores

Tabla 4. Indicadores de resultados de la población encuestada en la provincia de Huelva en relación con Andalucía y España

<b>Percepciones de la población adulta sobre emprendimiento e intenciones emprendedoras (%)</b>	<b>Huelva</b>	<b>Andalucía</b>	<b>España</b>
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en autoempleado en los 2 últimos años	50,2	53,2	48,0
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	34,8	31,3	31,0
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un negocio	56,0	61,6	53,0
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	60,2	48,8	49,0
Percibe que es fácil iniciar un negocio	24,1	30,5	30,0
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	12,7	12,7	11,2
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	3,7	4,2	3,2
Ha actuado como inversor informal o como un business angel	6,4	6,3	5,8
<b>TEA: Población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años (%)</b>	<b>Huelva</b>	<b>Andalucía</b>	<b>España</b>
TEA Total	5,0	6,8	6,8
TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)	3,6	6,7	6,1
TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)	6,3	6,9	7,5
<b>Empresas consolidadas: Población adulta en iniciativas de más de 3,5 años (%)</b>	<b>Huelva</b>	<b>Andalucía</b>	<b>España</b>
Empresas consolidadas Total	4,4	5,7	6,7
Empresas consolidadas Mujeres	3,6	4,3	6,0
Empresas consolidadas Hombres	5,1	7,0	7,4
<b>Distribución del TEA</b>	<b>Huelva</b>	<b>Andalucía</b>	<b>España</b>
<b>Motivación</b>			
Para marcar una diferencia en el mundo	37,9	39,0	38,0
Para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	20,8	41,4	37,0
Para continuar una tradición familiar	13,4	21,0	22,0
Para ganarme la vida porque el trabajo escasea	64,4	60,3	57,0

Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

Tabla 5. Indicadores de resultados sobre los expertos encuestados en la provincia de Huelva en relación con Andalucía y España

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

Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

# Capítulo 1

## Percepciones sobre el emprendimiento en la provincia de Huelva

### 1.1. Introducción

La decisión de crear una empresa es algo personal y, como tal, depende de las percepciones de cada persona sobre diversos aspectos relacionados con el emprendimiento. Por este motivo, el proyecto GEM analiza esas percepciones para los adultos de un territorio.

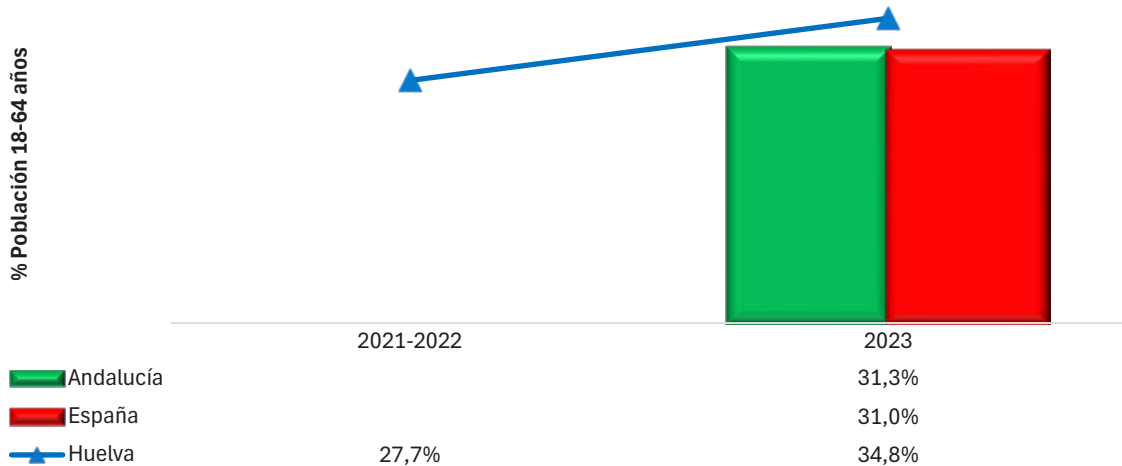
En este capítulo presentamos los datos más relevantes sobre las percepciones de la población encuestada de la provincia de Huelva relativas al emprendimiento. Además, comparamos esos datos con los que se dan en el conjunto de Andalucía y España, lo que nos servirá de referencia para comprender mejor la situación relativa de la población onubense con respecto al emprendimiento.

Por otra parte, analizamos la evolución reciente de los datos de la provincia de Huelva, comparando los datos obtenidos para el 2023 con datos referidos a los años 2021-2022, haciendo uso para ello de una reducida muestra de la población onubense tomada de una muestra general de la comunidad autónoma andaluza para dichos años (2021-2022).

Además, analizamos con más detalle el caso de la población de la provincia de Huelva que está emprendiendo o es propietaria de una empresa: es decir, la población involucrada en el emprendimiento. Siguiendo la metodología del proyecto GEM, dentro de dicha población se distingue entre actividad emprendedora reciente (TEA, por sus siglas en inglés, Total Entrepreneurial Activity) y empresas consolidadas. La TEA es indicativa de las personas que en el momento de ser encuestadas se encuentran en proceso de crear una empresa o que la han creado en los 3 años y medio anteriores. Se trata de proyectos empresariales que están en su fase inicial. Por su parte, con empresarios consolidados nos referimos a aquellos que tienen una empresa con más de 3 años y medio de antigüedad.

## 1.2. ¿Qué percibe la población?

Figura 1.1. Percepción de la población sobre oportunidades para emprender



Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

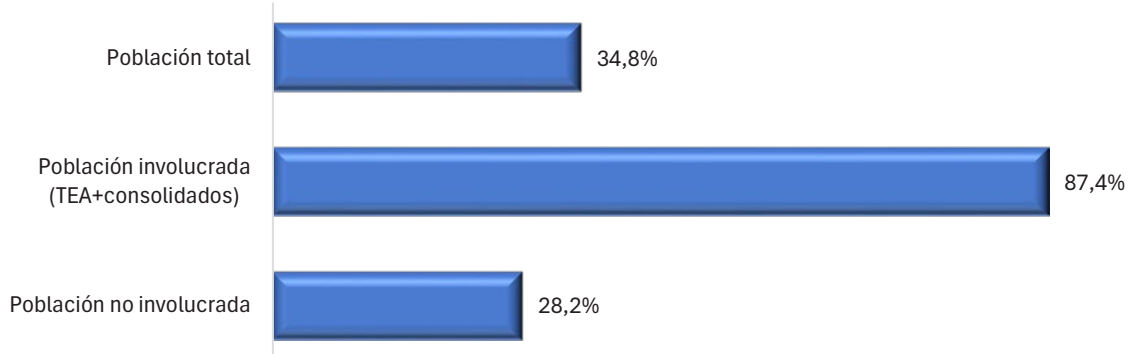
La Figura 1.1 muestra el porcentaje de la población adulta que considera que existen buenas oportunidades para emprender, al menos, en un plazo temporal que abarca los próximos 6 meses. En el caso de la provincia de Huelva ese porcentaje es del 34,8% en 2023, porcentaje que está por encima de los niveles obtenidos en Andalucía (31,3%) y España (31%).

Además, observamos que se ha producido un crecimiento considerable en la provincia de Huelva respecto a la media de los años 2021-2022 (27,7%), de más de 7 puntos porcentuales. El aumento respecto al año anterior también se da en Andalucía y España, pero es menos acentuado. Se puede entender, de algún modo, que la crisis derivada de la pandemia pudo afectar en mayor medida a las percepciones sobre la existencia de oportunidades de los onubenses, las cuales, en 2023, habrían mejorado notablemente.

Por otra parte, diferenciando la población encuestada según su implicación en el emprendimiento (Figura 1.2), se observa la percepción más positiva que tiene el sector de población involucrado en alguna fase del proceso emprendedor en comparación con los no involucrados o con la población total. En concreto, el 87,4% de las personas que están participando en algún proyecto emprendedor (población involucrada)

considera que existen esas buenas oportunidades para el emprendimiento. En cambio, de las personas que no están implicadas, sólo el 28,2% percibe que existen buenas oportunidades. Parece evidente, por tanto, que percibir oportunidades es un factor relevante al tomar la decisión de emprender.

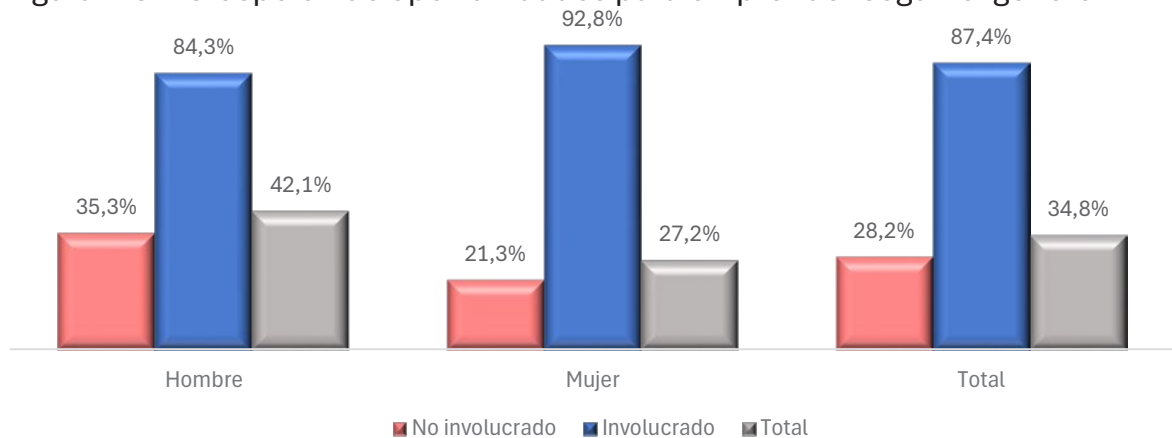
Figura 1.2. Percepción favorable sobre las oportunidades para emprender según población involucrada en emprendimientos



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Considerando la clasificación por género, se repite este patrón general, aunque la diferencia es mayor en las mujeres (Figura 1.3). El porcentaje más alto en la percepción sobre la existencia de buenas oportunidades de negocio se alcanza entre las mujeres involucradas en el emprendimiento (92,8%), mientras que el mínimo se da en las mujeres no involucradas en procesos emprendedores (21,3%). Entre los hombres, en cambio, las diferencias (aunque notables) son menores (84,3% y 35,3%, respectivamente).

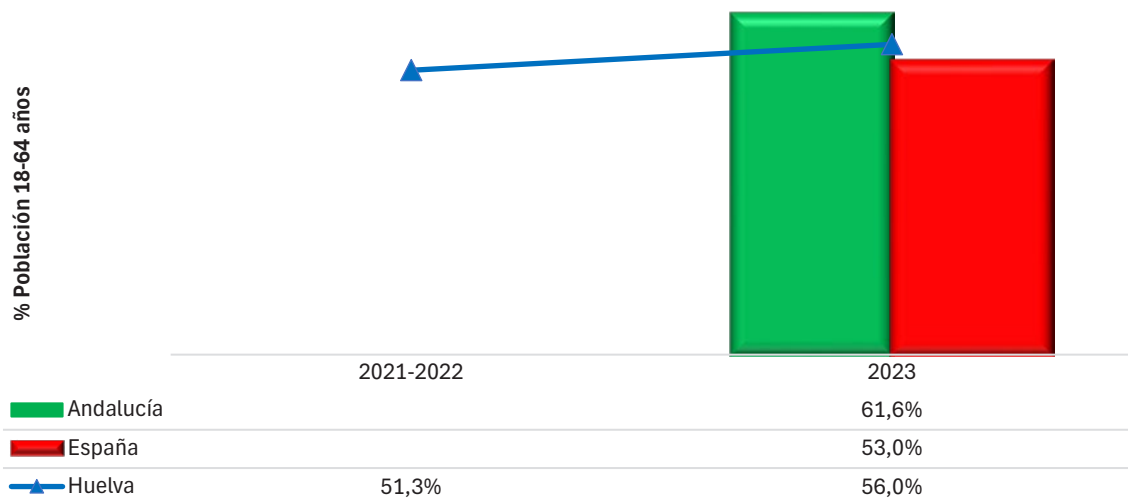
Figura 1.3. Percepción de oportunidades para emprender según el género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Un segundo aspecto relevante se refiere a la percepción de poseer los conocimientos y habilidades necesarios para emprender. Dado que crear una empresa no es algo sencillo, la percepción de tener las capacidades requeridas debiera contribuir a que la persona se decidiera a poner en marcha su proyecto. La Figura 1.4 muestra el porcentaje de adultos en la provincia de Huelva que considera tener esos conocimientos. Ese nivel ha aumentado en casi cinco puntos porcentuales (del 51,3% al 56,0%) en 2023. Esto sitúa a la provincia por encima de la media española, aunque todavía a más de 5 puntos de distancia de la media andaluza, ya que en la región la percepción de conocimientos ha aumentado mucho más respecto a 2022.

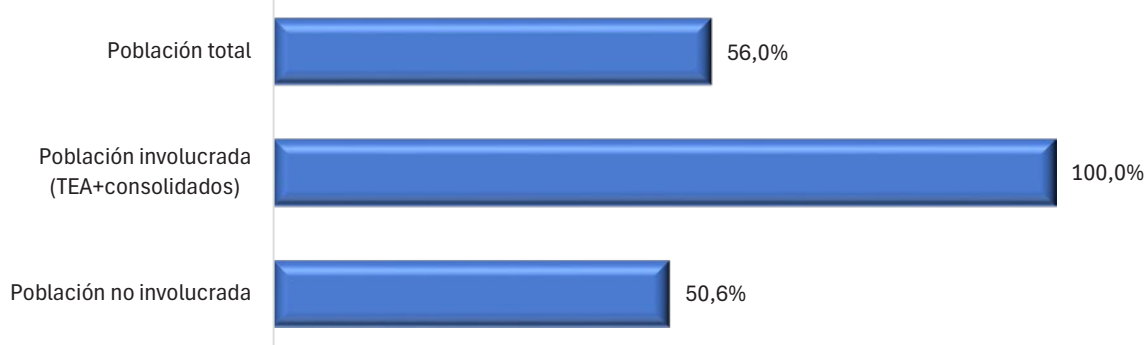
Figura 1.4. Conocimientos y habilidades para emprender



Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

Si analizamos los conocimientos para emprender según la participación en proyectos de emprendimiento, se confirma la importancia de poseer esas capacidades (Figura 1.5). De hecho, todas las personas involucradas en emprendimientos afirman tenerlas. En cambio, solo el 50,6% de las personas no involucradas responde afirmativamente. Esta situación se repite en el conjunto de Andalucía, donde también la totalidad de la población involucrada manifiesta poseer los conocimientos y habilidades necesarios, con una importante mejora desde el año 2022. Se puede afirmar, por tanto, que en 2023 nadie se ha lanzado a crear un proyecto sin el convencimiento de tener esas capacidades. De ahí, la importancia de formar en emprendimiento en todos los niveles educativos.

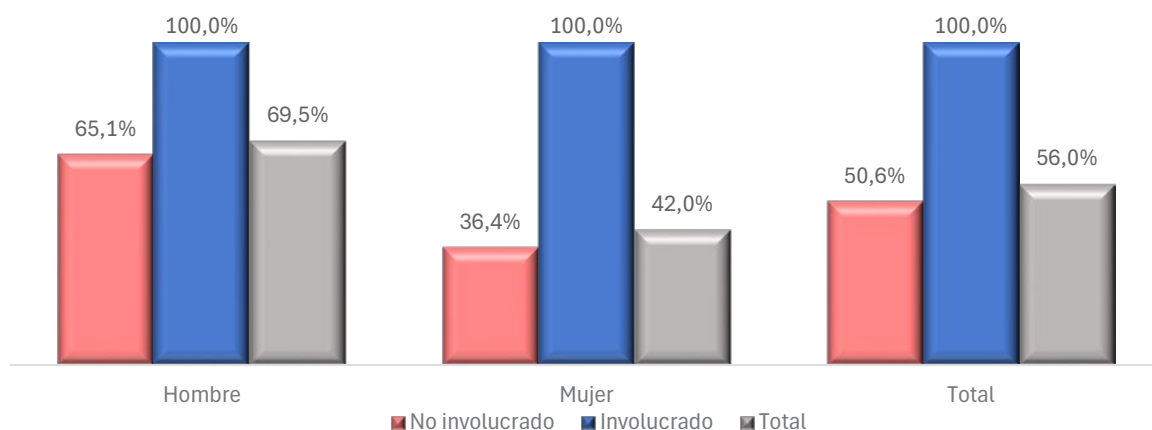
Figura 1.5. Conocimientos y habilidades para emprender según población involucrada en emprendimientos



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

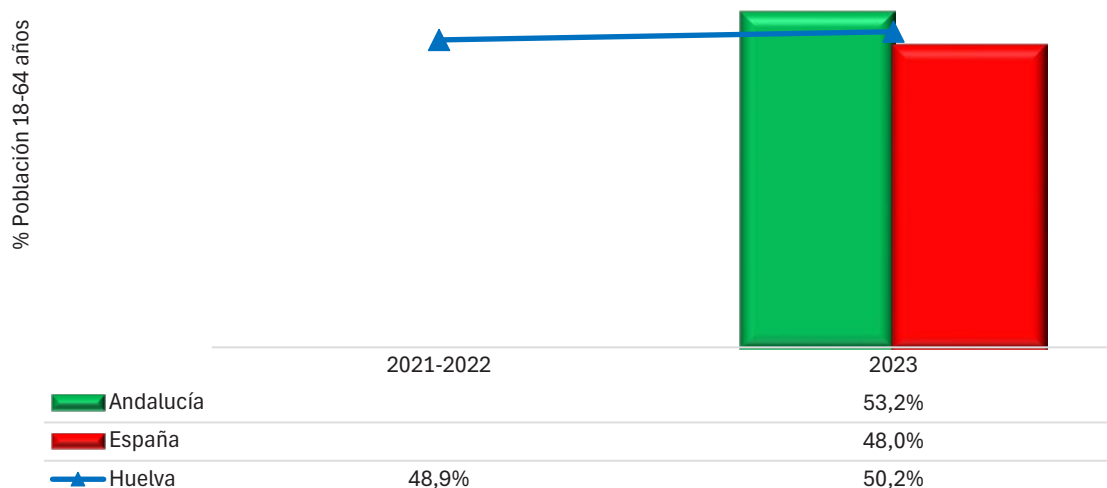
La Figura 1.6, por su parte, recoge las diferencias según el género en la percepción de conocimientos y habilidades para emprender, tanto para la población involucrada en emprendimientos como para la que no lo está. En el primer caso, no existe ninguna diferencia (el 100% de los hombres y mujeres la señalan). En el segundo, en cambio, se observa un nivel mucho más bajo para las mujeres. Mientras que casi dos de cada tres hombres no involucrados afirman poseerlos, en las mujeres es la mitad (alrededor de una cada tres mujeres). Esto, probablemente, se deba a la menor participación que tradicionalmente ha tenido la mujer en el emprendimiento, actividad que solía asociarse, con frecuencia, con el género masculino.

Figura 1.6. Conocimientos y habilidades para emprender según el género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Figura 1.7. Conocimiento de emprendedores en la población



Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

La Figura 1.7 recoge información relacionada con el conocimiento directo que tienen los encuestados sobre personas que hayan puesto en marcha una empresa en los últimos dos años. El conocimiento de otros emprendedores es importante porque proporciona visibilidad y credibilidad a la opción de emprender. Además, los emprendedores conocidos pueden servir, de alguna manera, como modelos para emular comportamientos, si la persona en cuestión decide crear su propia empresa.

Como se observa, la proporción de encuestados que conoce personalmente a una persona que ha emprendido recientemente ha subido ligeramente en 2023, hasta alcanzar la mitad de la población (desde el 48,9% hasta el 50,2%). Este porcentaje se encuentra en una posición intermedia entre los datos de Andalucía (53,2%) y de España (48%).

Sin embargo, el aumento que se observa en la provincia de Huelva es notablemente inferior al observado en la región andaluza y el conjunto del país, donde este conocimiento de emprendedores ha subido entre 7 y 8 puntos respecto a 2022, y alrededor de 10 puntos respecto a 2021. Esto puede ser reflejo, en parte, de su menor tasa de emprendimiento durante los años anteriores. Al ponerse en marcha menos empresas, hay menos emprendedores que puedan servir de modelo de conducta y, previsiblemente, menos personas que puedan conocerlos de forma cercana. Por ello, resulta importante dar visibilidad a los emprendedores, para romper ese círculo vicioso de menos emprendimiento y menos modelos de conducta.

Figura 1.8. Conocimiento de emprendedores según población involucrada en emprendimientos

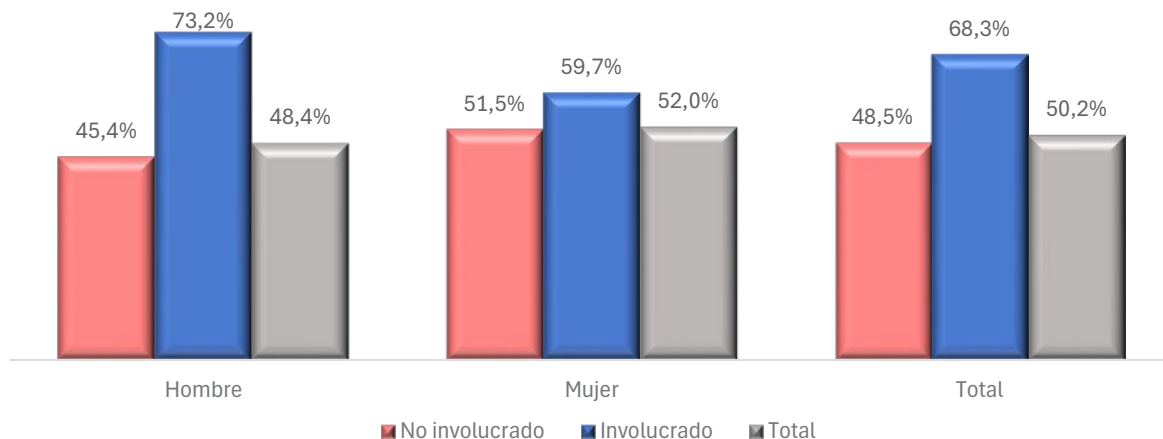


Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Como era de esperar, las personas involucradas en emprendimientos poseen más modelos de conducta emprendedora (68,3%) (Figura 1.8), lo que confirma la importancia que estas referencias tienen para la decisión de emprender.

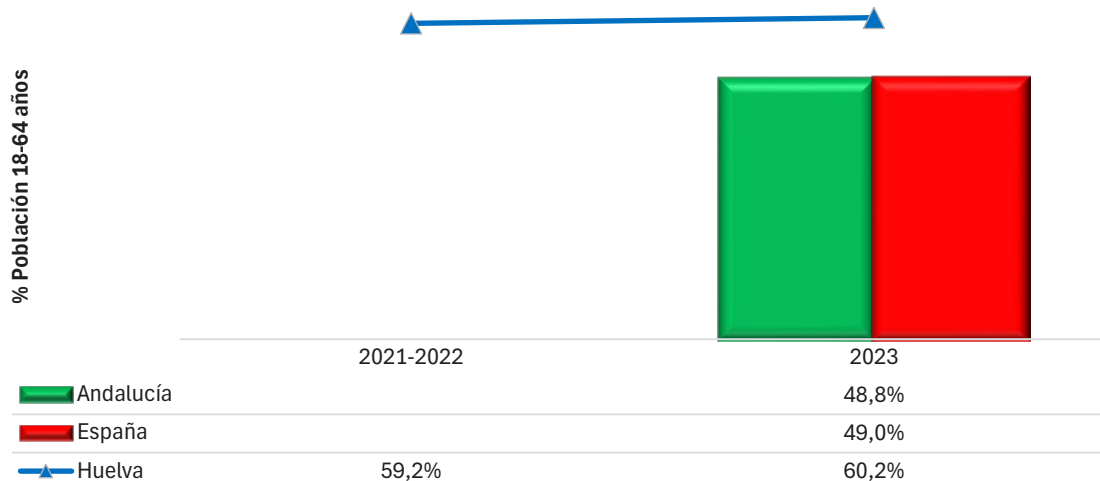
Por género, esa diferencia es notablemente mayor en los hombres (Figura 1.9), con 28 puntos porcentuales de diferencia (73,2% frente a 45,4%). En el caso de las mujeres, la diferencia entre las que están involucradas en emprendimiento y las que no es mucho menor (59,7% frente a 51,5%, solo 8 puntos).

Figura 1.9. Conocimiento de emprendedores según el género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Figura 1.10. El miedo al fracaso como obstáculo para emprender



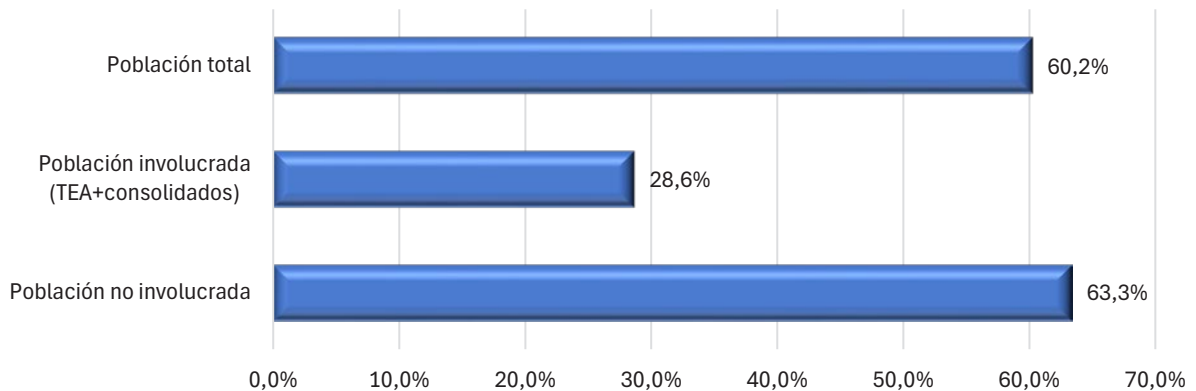
Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

Una de las mayores barreras para emprender es el miedo a que el nuevo proyecto pueda fracasar. Por eso, en el proyecto GEM se pregunta a los encuestados si ese temor les impediría poner en marcha una empresa, aspecto representado en la Figura 1.10. Como se observa, el 60,2% de los encuestados en la provincia de Huelva está de acuerdo con esa apreciación, suponiendo un ligero aumento respecto al dato correspondiente al período anterior (59,2%).

Cuando comparamos dichas cifras con Andalucía (48,8%) y España (49%), este resultado resulta algo preocupante, ya que la provincia de Huelva se encuentra más de 11 puntos por encima de la puntuación observada en ambos contextos. Además, en 2023, la presencia de este miedo al fracaso se redujo notablemente entre la población en el conjunto de Andalucía y en España, cosa que no ocurrió en la provincia de Huelva.

No obstante, si analizamos este dato distinguiendo el caso de las personas involucradas en el emprendimiento (Figura 1.11), vemos que existe un gran contraste. Del conjunto de los encuestados que se encuentra involucrado en algún proceso de emprendimiento sólo el 28,6% considera el temor al fracaso como obstáculo para emprender, lo que supone unos 35 puntos por debajo de los que no participan (63,3%). En este aspecto, la provincia de Huelva está mucho más polarizada que el resto de Andalucía, donde los porcentajes de la población involucrada o no en emprendimientos que perciben el miedo al fracaso como obstáculo alcanzan el 34,2% y el 50,9%, respectivamente.

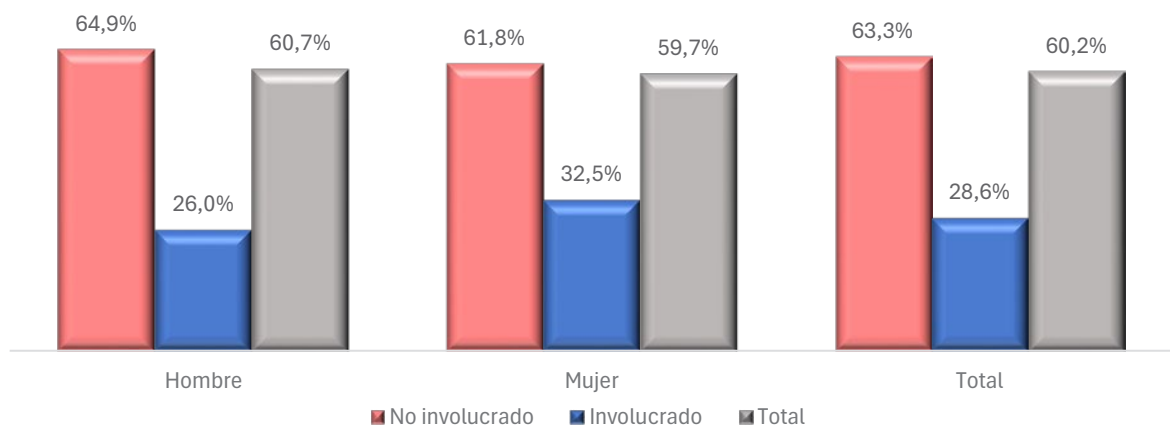
Figura 1.11. El miedo al fracaso como obstáculo para emprender según población involucrada en emprendimientos



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

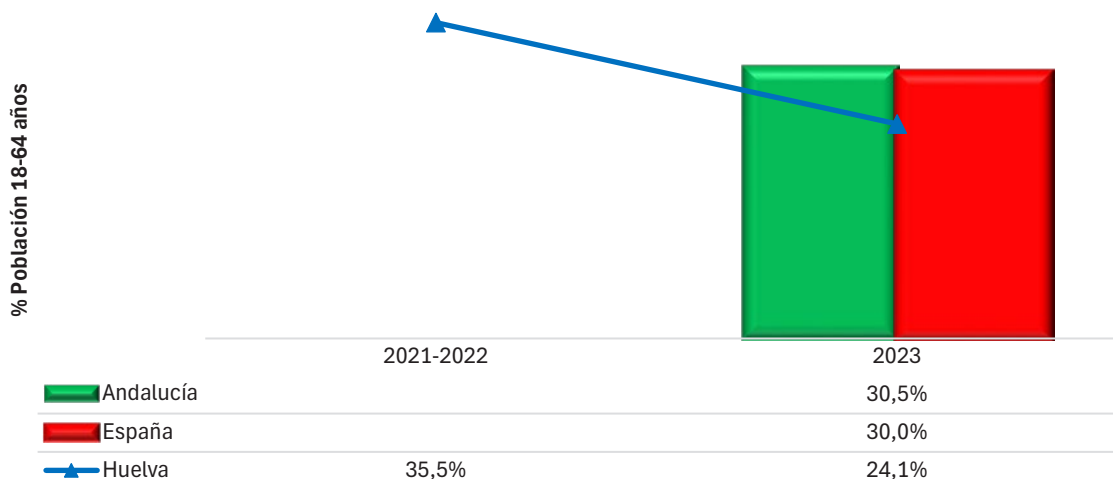
La Figura 1.12 muestra los datos sobre la percepción del miedo al fracaso como freno para emprender en hombres y mujeres. En este aspecto, las diferencias por género son relativamente pequeñas. Para las personas involucradas en procesos de emprendimiento, esta barrera es menos importante entre los hombres (6 puntos menos: 26% frente a 32,5%). En cambio, entre las personas no involucradas, son las mujeres las que perciben en menor porcentaje este miedo al fracaso (3 puntos menos: 61,8% frente a 64,9%).

Figura 1.12. El miedo al fracaso como obstáculo para emprender según el género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Figura 1.13. Percepción de la población sobre la facilidad para crear una empresa



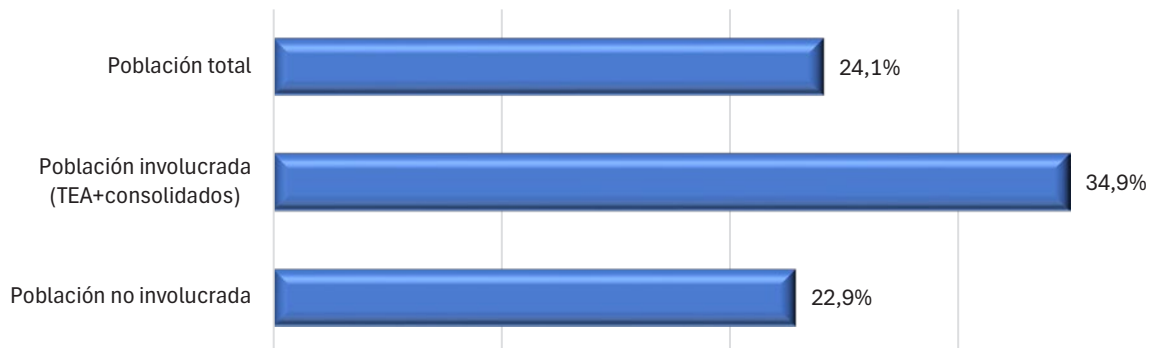
Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

Por otra parte, en la Figura 1.13 se recoge el porcentaje de la población encuestada que considera fácil crear una empresa en su territorio. Como se observa, este porcentaje alcanza el 24,1% en la provincia de Huelva, siendo notablemente más bajo que el que representa a los andaluces (30,5%) y al del conjunto de los españoles (30%). Además, dicho porcentaje ha descendido en 2023 en más de 11 puntos porcentuales con respecto al anterior periodo analizado (2021-2022), en el que llegó a alcanzar el 35,5%,

Este hecho, que puede convertirse en un freno para el emprendimiento, resulta más acusado en la provincia de Huelva que en otros ámbitos territoriales, y, junto con el miedo al fracaso, se convierte en uno de los factores diferenciales negativos en cuanto a las percepciones sobre el emprendimiento en la provincia.

El dato relacionado con la percepción sobre la facilidad para emprender se desglosa en la Figura 1.14 diferenciando entre la población involucrada o no en procesos de emprendimientos. Estos datos reflejan que las personas que están creando o han creado una empresa creen en mayor medida que es fácil hacerlo (34,9%), mientras que dicha percepción se sitúa 12 puntos por debajo (22,9%) en las personas que no están involucradas en ningún proceso emprendedor.

Figura 1.14. Percepción de la facilidad para crear una empresa según población involucrada en emprendimientos



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Por último, si se tiene en cuenta el género, la percepción sobre la facilidad para crear una empresa varía enormemente (Figura 1.15). En general, los hombres perciben que es más fácil emprender que las mujeres (28,8% frente a 19,2%, casi 10 puntos de diferencia). Esa diferencia es algo menor entre la población no involucrada en emprendimientos (26,4% frente a 19,4%, 7 puntos), pero se dispara hasta los 28 puntos (44% frente a 16,1%) entre la población involucrada en el proceso emprendedor. Se puede interpretar, en cierto modo, que las mujeres involucradas en el emprendimiento se enfrentan a más obstáculos que los hombres.

Figura 1.15. Percepción de la facilidad para crear una empresa según el género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

## 1.3. Conclusiones

En este capítulo se han analizado las percepciones de la población encuestada en la provincia de Huelva sobre algunos aspectos relacionados con el emprendimiento. Los resultados muestran algunas variaciones con respecto a los recogidos en Andalucía y España.

Concretamente, en lo que respecta a la percepción de oportunidades de negocio, de las capacidades para emprender o del conocimiento directo de otros emprendedores que puedan servir como modelos, los datos de la provincia de Huelva son más positivos que los del conjunto de Andalucía o España.

En cambio, la concepción que la mayor parte de los encuestados tiene sobre el fracaso empresarial (percibido como uno de los obstáculos más importantes para emprender) o sobre el grado de facilidad/dificultad percibida en el proceso de emprender resulta más negativa para el emprendimiento en la provincia de Huelva que en el resto de Andalucía. No obstante, en ambos casos existe gran diferencia entre la población involucrada en la actividad emprendedora y la que no está inmersa en ningún proceso emprendedor, siendo en este último caso en el que las percepciones de los encuestados resultan más negativas.

Otro aspecto destacable es el de las diferencias registradas en relación con el género en las percepciones sobre emprendimiento. En comparación con los hombres, las mujeres no emprendedoras perciben menos oportunidades, y consideran en menor medida que tienen las capacidades necesarias para emprender. Por otra parte, las mujeres emprendedoras afirman tener menos modelos de conducta emprendedora (conocen personalmente a menos personas que hayan emprendido) que los hombres, lo que puede llevar a que les sea más difícil dar el paso para emprender, al tener menos ejemplos en los que verse reflejadas.

Finalmente, destacar que las emprendedoras de la provincia de Huelva consideran el proceso de emprender como un proceso especialmente difícil y temen en mayor grado que los hombres el fracaso empresarial. En este sentido, un mayor número y visibilidad de modelos de conducta femeninos (mujeres emprendedoras) ayudaría en parte a percibir el emprendimiento en la provincia de Huelva como una opción más factible para las mujeres.

# Capítulo 2

## El proceso emprendedor en la provincia de Huelva

### 2.1. Introducción

En este capítulo analizamos la actividad y la dinámica emprendedora en la provincia de Huelva comparándolas con la media andaluza y española. Para ello, consideramos las distintas fases del proceso de creación de empresas a través de unos indicadores que permiten valorar la participación de la población encuestada en las iniciativas emprendedoras, desde la fase en la que la persona tiene intención de emprender, hasta la gestión de la empresa nueva o la ya establecida, teniendo en cuenta, incluso, la situación de abandono de la actividad empresarial.

Concretamente, en la primera fase del proceso emprendedor, que abarca la intención de emprender y la concepción de un proyecto empresarial, analizamos la tasa de emprendedores potenciales (primer indicador) medido a partir del porcentaje de encuestados (población adulta de 18 a 64 años) que han mostrado su intención de crear una empresa en los próximos 3 años.

En la segunda fase (continuación de la anterior), valoramos tanto el nacimiento de la empresa como su consideración como empresa de nueva creación a partir de tres indicadores principales:

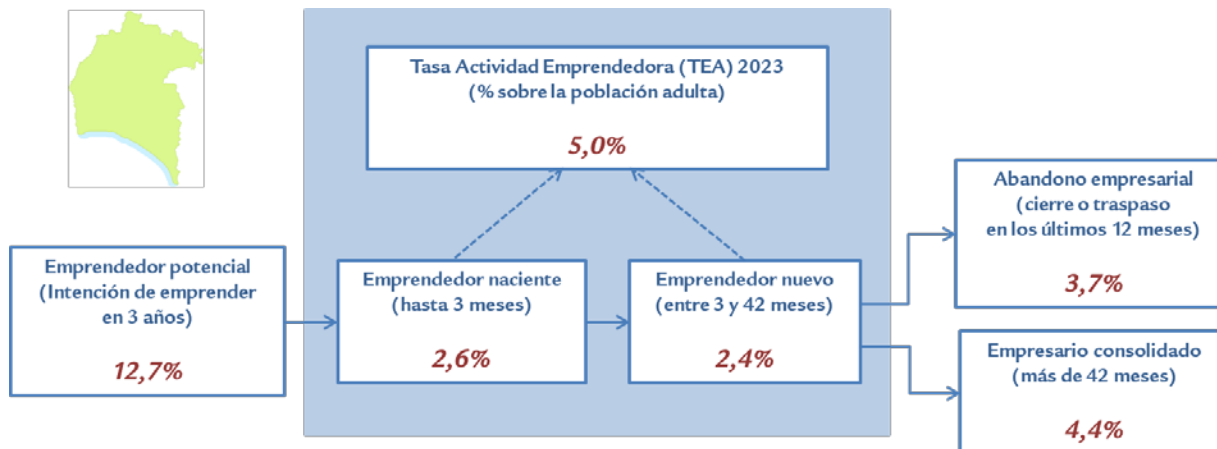
- el porcentaje de “emprendedores nacientes”, es decir, personas que están poniendo en marcha una empresa y en la que han invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero por la que aún no se contabiliza el pago de salarios, al menos por un período superior a tres meses;
- el porcentaje de “emprendedores nuevos”, diferenciándolos de los anteriores al ser personas que ya poseen y gestionan un negocio, habiendo pagado salarios en un intervalo temporal comprendido entre 3 y 42 meses (por tanto, aún sin consolidar);

- la tasa de actividad emprendedora (TEA), que corresponde a la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.

La tercera fase comprende, por un lado, la consolidación del proyecto empresarial, y, por otro, el abandono de la empresa. Su análisis, en esta etapa, lo realizamos a partir de dos indicadores: el porcentaje de empresarios consolidados y el porcentaje de abandono empresarial, es decir, de personas que han puesto fin a su actividad empresarial o que han decidido traspasar su empresa en los últimos 12 meses.

## 2.2. Etapas del proceso emprendedor

Figura 2.1. Secuencia del proceso emprendedor en la población de la provincia de Huelva



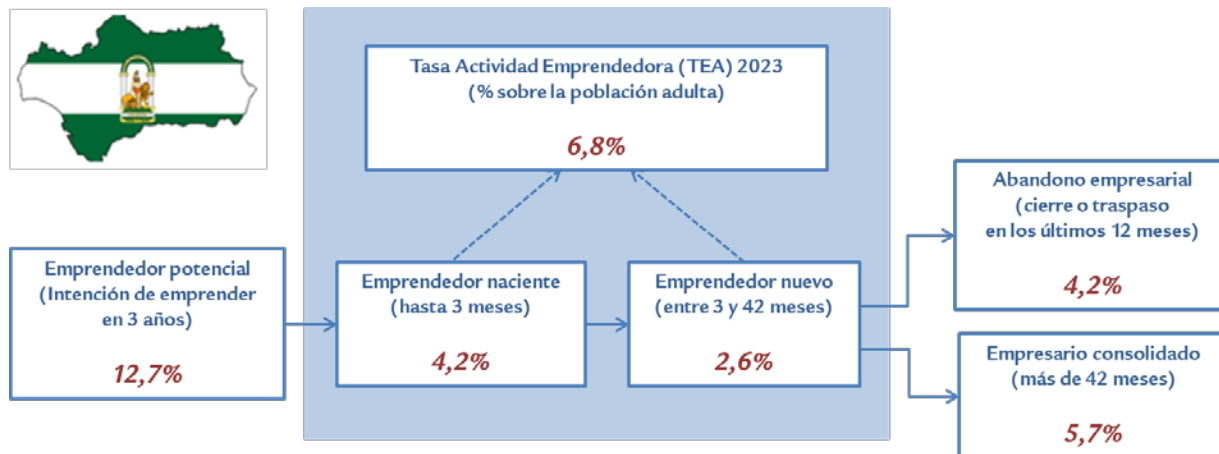
Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Los porcentajes de la población involucrada en las distintas fases del proceso emprendedor para el caso de los encuestados en la provincia de Huelva, Andalucía y España se representan en las Figuras 2.1, 2.2 y 2.3, respectivamente.

En primer lugar, considerado globalmente, cabe resaltar que hasta un 25,8% de la población encuestada en la provincia de Huelva se encuentra involucrada, de alguna forma, en actividades relacionadas con la creación de empresas. Aquí se incluyen todos los porcentajes indicativos de las diversas situaciones emprendedoras que aparecen reflejados en la Figura 2.1, desde el 12,7% que recoge la población con intención de crear una empresa, hasta el 4,4% indicativo del empresariado consolidado, considerando también el 3,7% que ha cerrado o traspasado su empresa durante el último año.

Estos datos revelan que uno de cada cuatro onubenses encuestados está relacionado de alguna manera con el emprendimiento. Aunque se trata de un dato, a priori, alentador, esta proporción es aún inferior a la obtenida en la comunidad autónoma andaluza y en España, donde los porcentajes de personas encuestadas involucradas en el emprendimiento alcanzan el 29,4% y el 27,9%, respectivamente (Figura 2.2. y Figura 2.3).

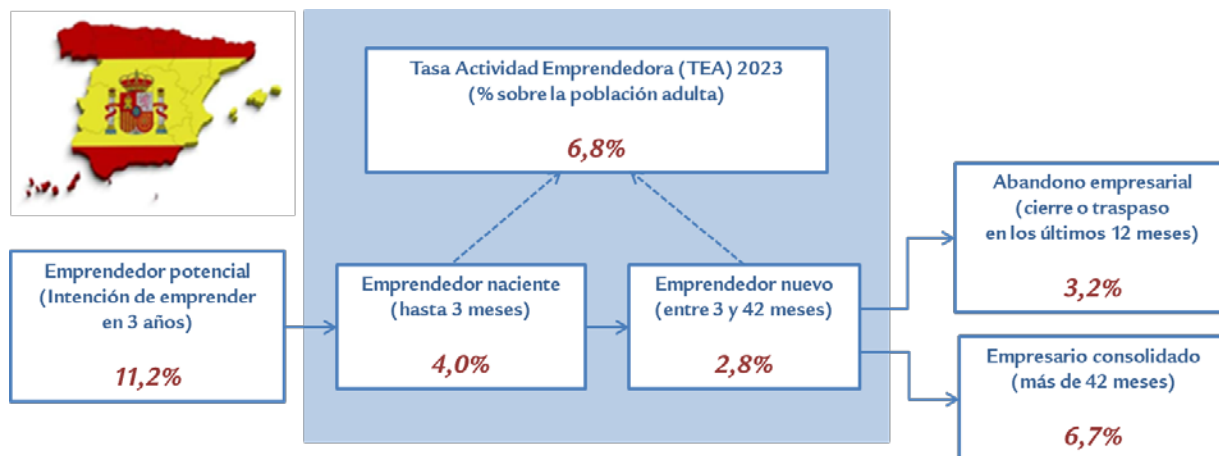
Figura 2.2. Secuencia del proceso emprendedor en la población de Andalucía



Fuente: GEM Andalucía, APS 2023

Con todo, si nos centramos únicamente en valorar el potencial emprendedor, es decir, las personas que manifiestan su intención de crear una empresa, la situación emprendedora en la provincia de Huelva mejora, pues observamos que este porcentaje coincide con el de la población andaluza, representando el 12,7% de la población encuestada, y se encuentra un punto y medio por encima de la media española (11,2%).

Figura 2.3. Secuencia del proceso emprendedor en la población de España



Fuente: GEM España, APS 2023

No obstante, si avanzamos en el análisis del proceso emprendedor, vemos que la TEA, por la que se mide la tasa de actividad emprendedora, alcanza el 5% en la provincia de Huelva, situándose 1,8 puntos por debajo de los niveles alcanzados por la media andaluza y española (6,8%, en ambos casos). Además, al descomponer dicha tasa entre emprendedores nacientes (con negocios en fase de creación o con menos de 3 meses de actividad efectiva) y nuevos emprendedores (con empresas que llevan entre 3 y 42 meses de actividad), las cifras porcentuales no alcanzan en ningún caso las registradas para la media andaluza y española.

Por su parte, la proporción de empresarios consolidados en la provincia de Huelva (con empresas que cuentan con más de 42 meses de actividad) alcanza también un valor inferior a los registrados en Andalucía y España.

En cuanto a la tasa de cierre de negocios se refiere, cabe indicar, a priori, un mejor resultado para Huelva que Andalucía, con un porcentaje inferior al porcentaje registrado en la comunidad autónoma, y sólo unas décimas superando la media de España.

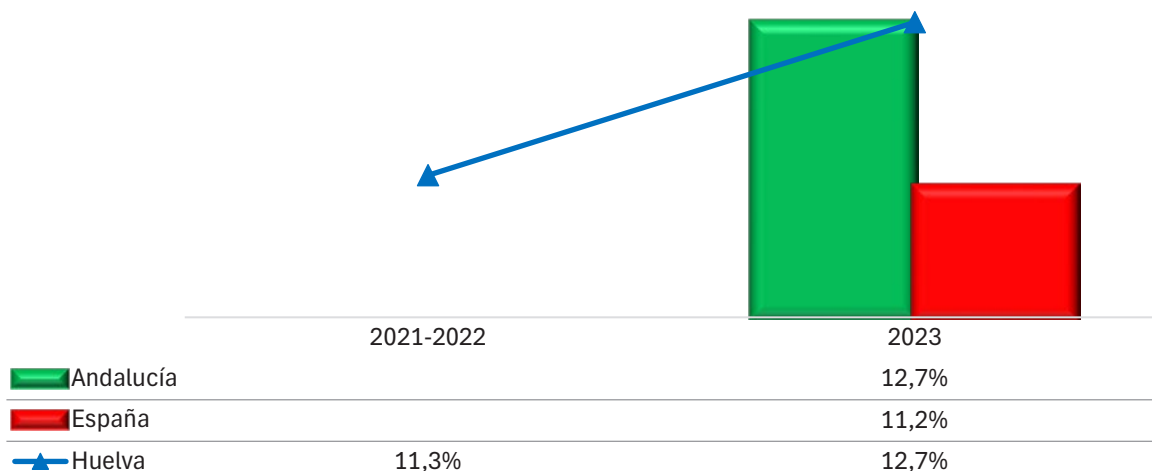
## 2.3. Emprendimiento potencial

En este apartado, analizamos con más detalle el porcentaje de la población encuestada que se identifica como emprendedor potencial. Como se comentó anteriormente, para el caso de la provincia de Huelva dicho porcentaje alcanzó el 12,7% en 2023. Este nivel, se encuentra por encima del registrado en España (11,2%) y al mismo nivel que el obtenido entre la población andaluza (12,7%) (Figura 2.4).

A priori, según la terminología del GEM, un registro de emprendedor potencial podría ser interpretado como indicativo de los registros relacionados con la actividad emprendedora real, registros que son medidos con la denominada TEA. De ahí que, siguiendo esta lógica, pudiera esperarse en la provincia de Huelva una TEA con un porcentaje similar. No obstante, los resultados obtenidos para la población encuestada muestran en Huelva y su provincia una TEA que sólo alcanza el 5,0%.

La diferencia porcentual hallada podría ser interpretada, al menos, de dos formas. Por un lado, desde una percepción pesimista, podría indicar la existencia de importantes obstáculos para crear empresas en la provincia de Huelva, razón por la que el emprendedor potencial no sería indicativo de un emprendimiento real. Por otro, visto desde un lado más positivo, podría apuntar a una situación ventajosa en el futuro, con mayores niveles de actividad emprendedora en fases iniciales y sus correspondientes ascensos en las tasas registradas por la TEA. De hecho, en la Figura 2.4, en la que se

Figura 2.4. Evolución del emprendimiento potencial



Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

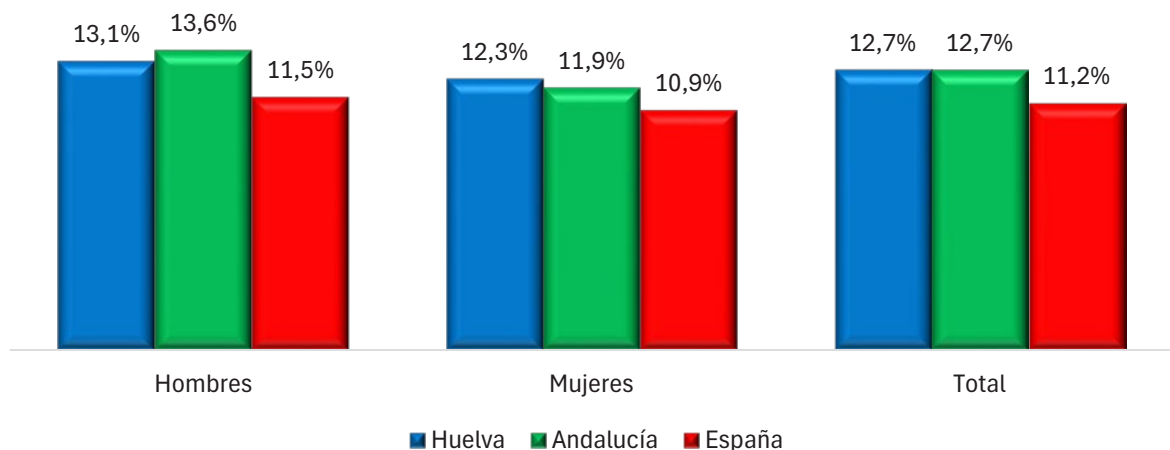
puede apreciar la evolución del emprendimiento potencial teniendo en cuenta la media del período 2021-2022 (11,3%) y el registrado en las encuestas durante el año 2023 (12,7%), observamos que dicha evolución ha sido positiva para Huelva y su provincia, al haber aumentado dicho porcentaje en 1,4 puntos.

Con todo, los datos han de interpretarse con cautela, teniendo en cuenta otros muchos indicadores del contexto económico, social e institucional. Así, igual que antes, podríamos tener interpretaciones positivas y negativas al fijarnos en esta evolución, a priori, favorable.

Por ejemplo, si dicha evolución se correspondiera con datos que reflejen, a su vez, la existencia de buenas oportunidades de negocio, estaríamos hablando de un emprendimiento caracterizado por la oportunidad, y, por tanto, indicativo de situaciones prósperas. Por otro lado, si la creación de la empresa se relaciona con el nivel de desempleo, superior en la provincia de Huelva al de Andalucía y España, pudiéramos estar acercándonos al tipo de emprendimiento conocido en la literatura como emprendimiento por necesidad, vinculándose a la necesidad de crear el propio empleo, y caracterizado por ser, a priori, un emprendimiento más frágil o con menor potencial de crecimiento.

Por otro lado, resulta interesante comparar los datos de emprendimiento potencial atendiendo al género de la población encuestada (Figura 2.5).

Figura 2.5. El emprendimiento potencial según el género



Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

El género es uno de los factores sociodemográfico que, según la literatura, contribuye a la diferenciación en la caracterización de los emprendimientos. Como se puede observar en la Figura 2.5, el porcentaje de hombres que se definiría como emprendedor potencial en la provincia de Huelva alcanza el 13,1%, porcentaje superior al obtenido para la media del total de la población encuestada (12,7%) y superior en 0,8 puntos al registrado para el caso de las mujeres (12,3%).

El perfil del emprendedor potencial en España y Andalucía también muestra, en términos de género, una caracterización similar a la hallada en la provincia de Huelva. En ambos casos los hombres superan porcentualmente a las mujeres (13,6% y 11,5% frente a 11,9% 10,9% respectivamente).

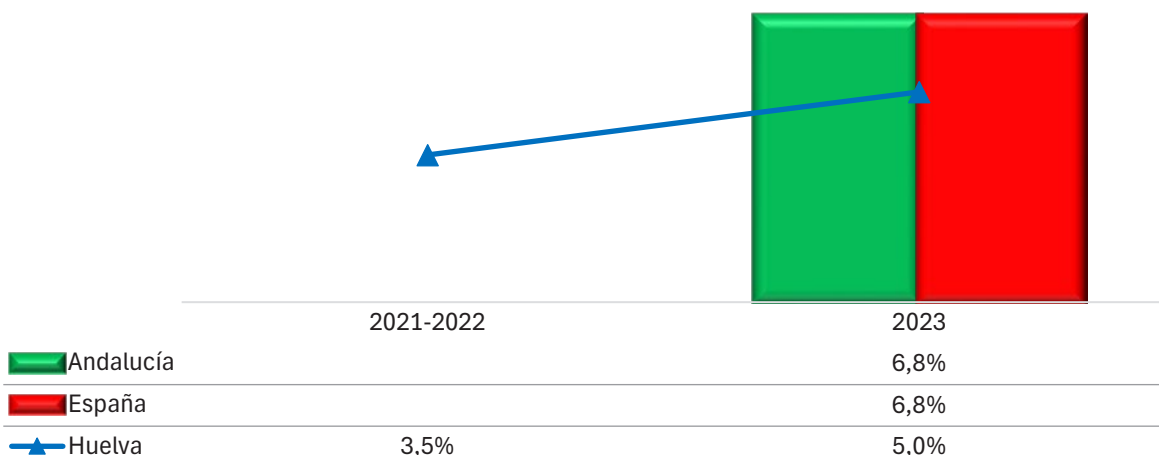
A este respecto, hay que reconocer que, según lo apuntado en diversos estudios, la participación de la mujer en actividades emprendedoras ha sido tradicionalmente menor que la de los hombres. No obstante, estas diferencias parecen estar cambiando tanto en el contexto regional como en el contexto español, de forma paralela a la evolución que se está siguiendo en otras profesiones que en el pasado habían estado ocupadas en mayor medida por hombres.

## 2.4. Actividad emprendedora

En este apartado, analizamos de forma más pormenorizada el porcentaje de la población encuestada que manifiesta encontrarse en el proceso de creación de una empresa (emprendedores nacientes), así como el porcentaje de los que la han creado recientemente, es decir, aquellos que en el momento de realización de la encuesta ya habían puesto en marcha su empresa, aunque dicha empresa contaba con una antigüedad que oscilaba entre 3 y 42 meses (emprendedores nuevos). La suma de ambos porcentajes constituye, como ya se ha indicado previamente, la denominada TEA o tasa de actividad emprendedora.

En la Figura 2.6, se puede apreciar la evolución producida en la TEA en el período reciente. Para la provincia de Huelva, tal y como se apuntó con anterioridad, dicha tasa alcanzó en el año 2023 el 5,0%. Sin embargo, ahora podemos apreciar que tal porcentaje supuso un incremento en 1,5 puntos con respecto al porcentaje registrado durante el período anterior (2021-2022), en el que la TAE estimada alcanzó tan sólo el 3,5%. Con todo, conviene no olvidar que cuando se compara dicha tasa con las otras zonas geográficas que nos sirven de referencia, el nivel de la TEA alcanzado en la provincia de Huelva podría resultar aún bajo (Figura 2.6).

Figura 2.6. Tasa de actividad emprendedora (TEA)

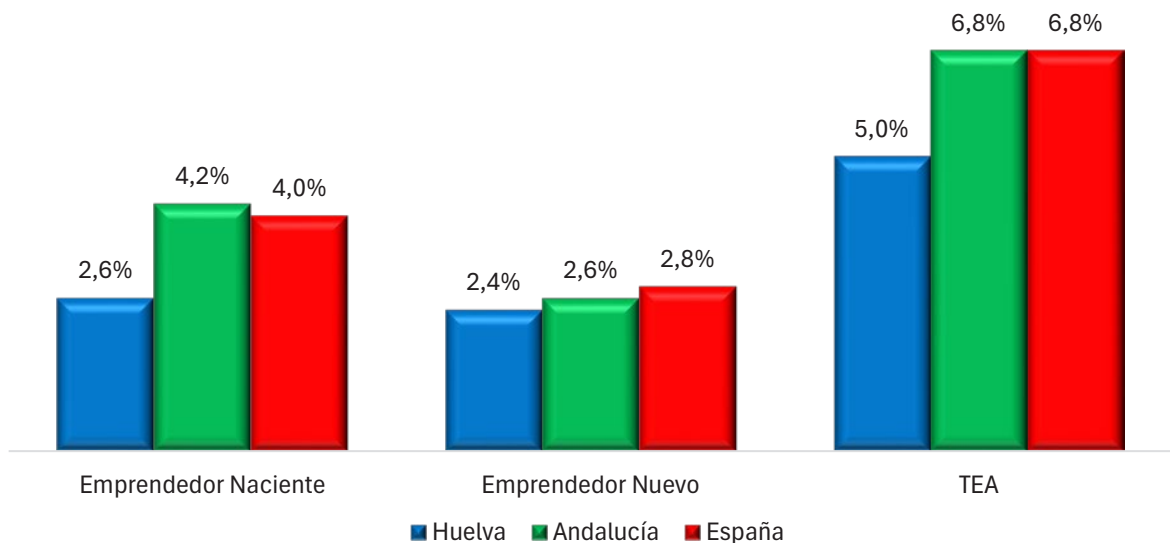


Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

Desglosando el porcentaje anterior en emprendedores nacientes y nuevos, las proporciones se sitúan en el 2,6% y el 2,4%, respectivamente, lo que significaría que por cada 10 emprendedores nuevos habría, aproximadamente, 11 emprendedores nacientes (Figura 2.7). Estas cifras, no obstante, resultan inferiores a las registradas en el contexto andaluz y español.

En concreto, en lo que a emprendedores nacientes se refiere, las distancias halladas entre los porcentajes registrados en la provincia de Huelva y los representativos de la media andaluza (4,2%) y española (4,4%) ascienden a 1,6 y 1,4 puntos respectivamente. Para los emprendedores nuevos, la tasa obtenida en la población encuestada para la provincia de Huelva sigue siendo inferior a la de Andalucía (2,6%) y España (2,8%), aunque las diferencias este caso disminuyen, situándose a 0,2 y 0,4 puntos de distancia, respectivamente, y manteniéndose, por tanto, en unos valores próximos a la media regional y nacional.

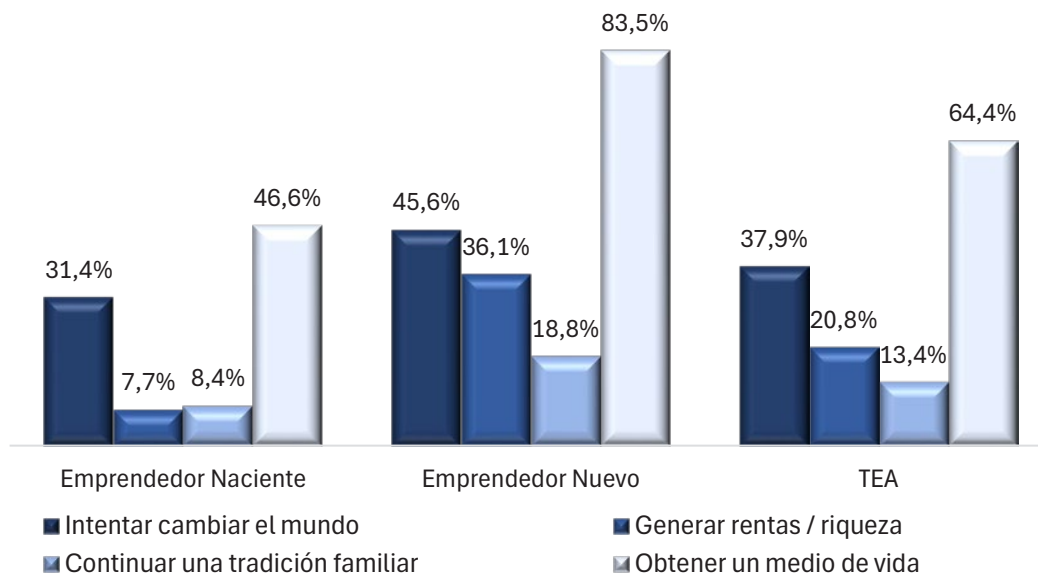
Figura 2.7. TEA, emprendedores nacientes y nuevos



Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

Por otro lado, al analizar la actividad emprendedora resulta interesante conocer, de algún modo, las motivaciones que se hallan detrás de dicha actividad. La Figura 2.8 resume la distribución porcentual de las principales motivaciones para el caso de la población encuestada en la provincia de Huelva, la cual, al permitirse simultáneamente varias motivaciones, podría arrojar una suma superar al 100%.

Figura 2.8. Motivaciones para emprender en la provincia de Huelva



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Según los resultados reflejados en la Figura 2.8, el 64,4% de los emprendedores encuestados habría creado su empresa por necesidad, es decir, para lograr un medio de vida (total TEA). Concretamente, el 83,5% de los emprendedores que ha creado su empresa recientemente (emprendedores nuevos) lo habría hecho, principalmente, por este motivo, mientras que en los emprendedores nacientes dicha motivación, aunque importante, resulta menos significativa (46,6%).

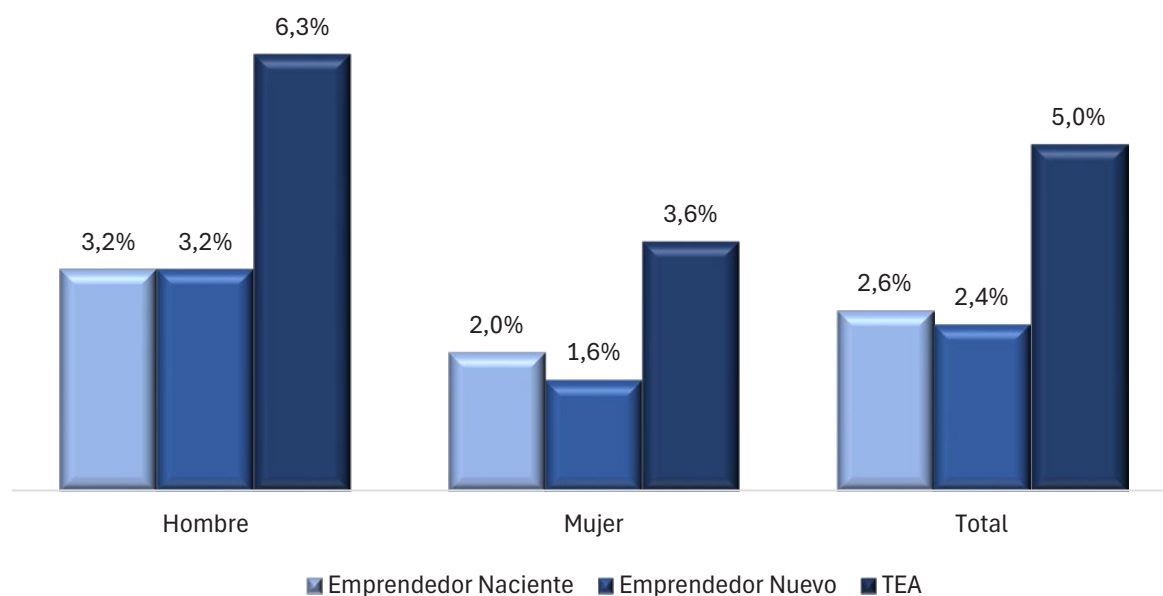
Curiosamente, la segunda motivación señalada para emprender se situaría en el extremo opuesto. “Intentar cambiar el mundo”, razón más relacionada con la ambición personal, fue señalada por el 37,9% de los emprendedores encuestados (TEA). Teniendo en cuenta únicamente los emprendedores nacientes, esta motivación fue señalada por el 45,6%, mientras que por el 31,4% de los nuevos emprendedores.

Por su parte, “generar rentas/riqueza” es la tercera motivación en importancia, señalada por el 20,8% de los emprendedores encuestados (TEA), destacando los emprendedores nuevos de una forma muy significativa (36,1%) y siendo escasamente apuntada por los emprendedores nacientes (7,7%).

Finalmente, “continuar una tradición familiar” fue señalada por un 13,4% de los emprendedores (TEA), destacando en este caso también los emprendedores nuevos (18,8%) frente a los nacientes (8,4%).

Al igual que en el apartado anterior, analizamos también la población emprendedora en la provincia de Huelva en función del género. Como puede observarse en la Figura 2.9, el valor de la TEA para las mujeres es solo un poco más de la mitad que la TEA masculina.

Figura 2.9. Indicadores de la actividad emprendedora según el género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

En este sentido, podría decirse que existe una cierta brecha de género, tanto en los emprendedores nacientes como en los nuevos emprendedores, aunque para éstos últimos las mujeres se sitúan a 1,6 puntos de distancia de los hombres, mientras que en el caso de los nacientes la distancia es algo menor (1,2 puntos).

De alguna manera, estos datos pudieran relacionarse con las percepciones menos favorables que las mujeres encuestadas en la provincia de Huelva mantienen sobre emprendimiento (ver Capítulo 1), y que muestran, en parte, que las mujeres onubenses participan en menor porcentaje que los hombres en la creación de nuevas empresas (emprendedoras nacientes), al tiempo que sus empresas tienen más dificultad para sobrevivir durante los primeros años de vida (emprendedoras nuevas).

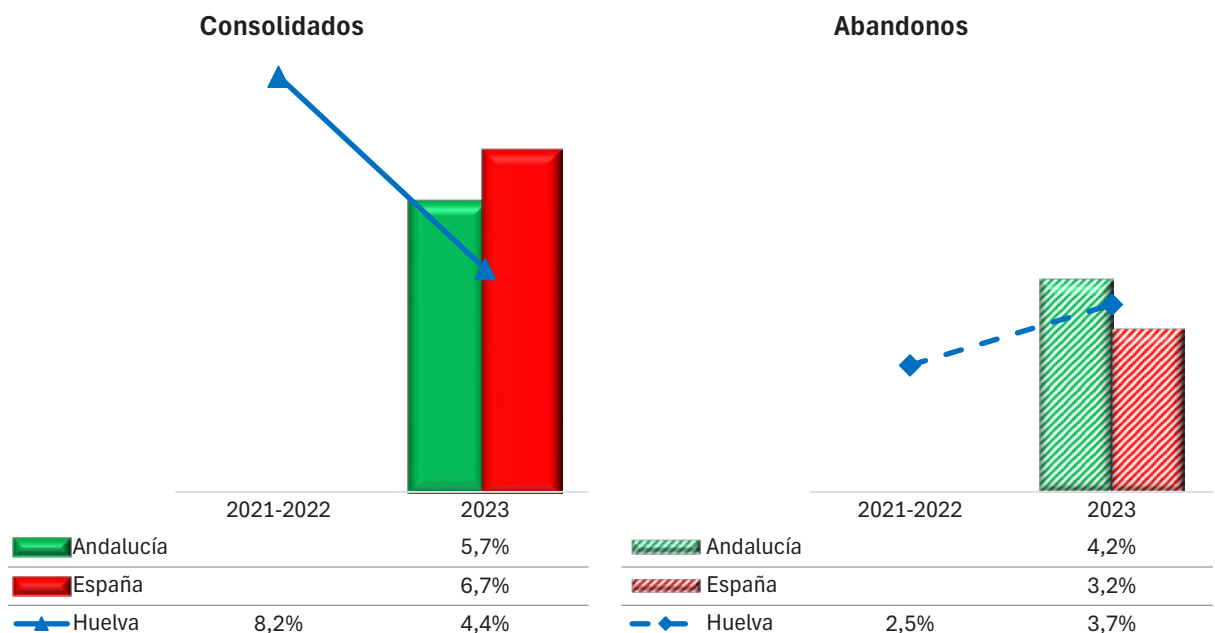
## 2.5. Dinámica emprendedora

Para analizar la dinámica emprendedora, como se hizo referencia con anterioridad, el GEM considera tanto la consolidación de las empresas creadas, con más de tres años y medio operando en el mercado, como su cierre o abandono por parte del emprendedor.

A este respecto, los datos obtenidos en las encuestas realizadas en la provincia de Huelva en 2023 indican que el porcentaje de emprendedores consolidados es menor que el registrado en Andalucía y España, lo que pudiera significar que una parte de las iniciativas emprendedoras creadas en la provincia no son capaces de avanzar en el proceso emprendedor y convertirse en negocios maduros.

Concretamente, la población que representa al empresariado consolidado alcanza el 4,4% en la provincia de Huelva, 1,3 puntos porcentuales por debajo del porcentaje representativo de la media andaluza (5,7%) y a 2,3 puntos de distancia del representativo de la media española (6,7%) (Figura 2.10).

Figura 2.10 Tasa de consolidación y abandono empresarial



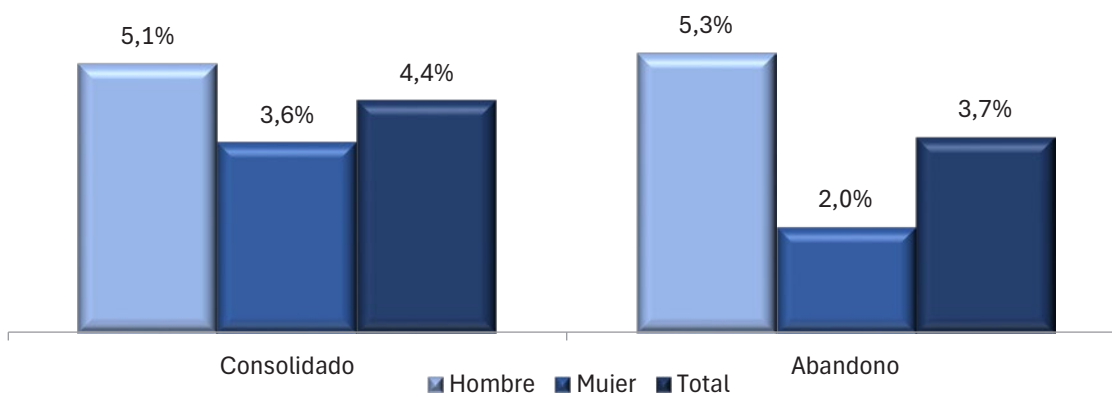
Fuente: GEM Huelva, Andalucía y España, APS 2023

Estos resultados arrojan información de interés, en especial, cuando se comparan con los resultados indicativos de la TEA, y, más concretamente, con la parte de esta tasa que representa a los nuevos emprendedores o, lo que es lo mismo, a las nuevas empresas con antigüedad de entre 3 y 42 meses. Este dato, como ya se apuntó previamente, alcanza para la provincia de Huelva el 2,4%, mientras que el empresariado en fase consolidada, es decir, con empresas operativas por un periodo superior a los tres años y medio, alcanza el 4,4%. Diferencias en el mismo sentido entre ambas tasas se encuentran también para el caso de Andalucía y España, aunque la diferencia en la provincia de Huelva es más pequeña.

Otro indicador relevante según el GEM hace referencia al porcentaje de abandono empresarial. Los datos indicativos de este aspecto en la provincia de Huelva alcanzan el 3,7% de la población encuestada en 2023, porcentaje que se encuentra por debajo de la media andaluza y sólo ligeramente por encima de la media nacional. Aunque cualquier dato de cierre empresarial constituye, de algún modo, una situación desalentadora para el territorio implicado, especialmente cuando se trata de cierres definitivos (3,1% en la provincia de Huelva), este dato, al situarse 0,5 puntos por debajo de la tasa correspondiente a Andalucía (4,2%) y a sólo cinco décimas por encima de la media de España (3,2%), podría llegar a entenderse como reflejo de una tendencia general, pues no se aleja del promedio obtenido en los ámbitos geográficos tomados como puntos de comparación.

Por otra parte, si se analizan las tasas de consolidación y abandono en la provincia de Huelva según el género del emprendedor, obtenemos la distribución porcentual representada en la Figura 2.11

Figura 2.11. Tasa de consolidación y abandono en la provincia de Huelva según género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

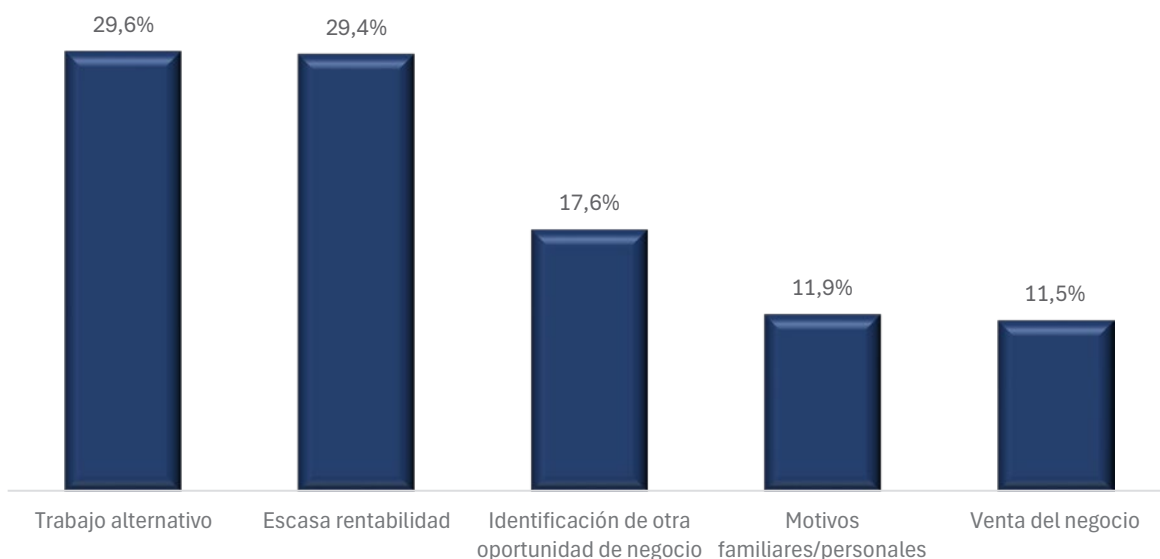
Como se puede observar, los resultados ponen de manifiesto que los hombres como empresarios consolidados (5,1%) se sitúan a una tasa superior que las mujeres empresarias (3,6%).

En el caso de los abandonos de la actividad empresarial, se aprecian también diferencias significativas en cuanto a hombres y mujeres (Figura 2.11.). Concretamente, el porcentaje de emprendedores que ha cerrado o traspasado su empresa se sitúa en el 5,3% y el 2,0% para hombres y mujeres, respectivamente, siendo, por tanto, la tasa masculina más del doble que la femenina.

Entre los motivos más señalados que justifican las tasas de abandono empresarial, se sitúan, en general, a un mismo nivel de importancia, el hecho de haber encontrado otro trabajo (29,6%) y la falta de rentabilidad de la empresa (29,4%) (Figura 2.12). Junto a ellos, como tercera causa de abandono, se menciona el haber identificado una mejor oportunidad de negocio (17,6%), aunque a una distancia significativa de los dos motivos principales.

Finalmente, los motivos familiares o personales y la posibilidad de vender el negocio son causas menos frecuentes de abandono empresarial en la población encuestada (11,9% y 11,5%, respectivamente).

Figura 2.12. Motivaciones para el abandono empresarial



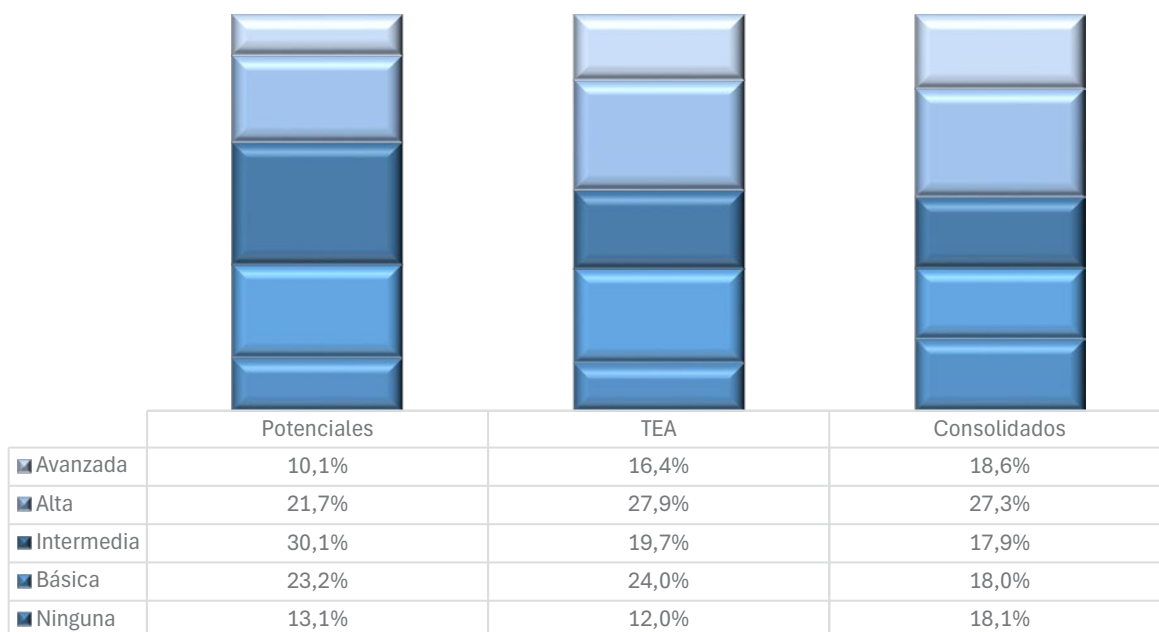
Fuente: GEM Huelva, APS 2023

## 2.6. Perfil del emprendedor

En este apartado, presentamos los resultados disponibles indicativos de algunas características socio-demográficas de las personas que están inmersas en las diversas fases del proceso emprendedor, en concreto, los referidos a la formación emprendedora del encuestado y su distribución en cuanto al género para las tres etapas principales del proceso emprendedor. Se trata, no obstante, de un análisis muy preliminar, limitado por el reducido tamaño de la muestra y, por tanto, ha de servir sólo para obtener una visión muy general, debiendo interpretarse los datos con cierta prudencia.

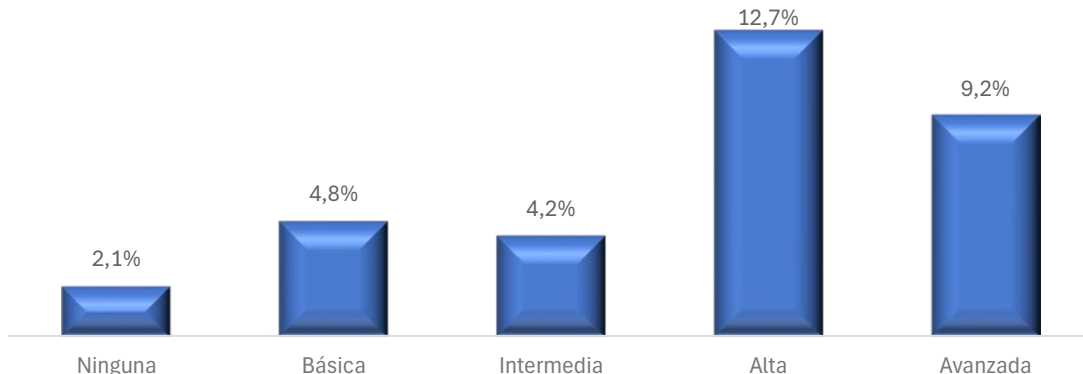
Teniendo en cuenta las limitaciones anteriores, es posible apuntar que el perfil de la persona emprendedora, a medida que avanza en el proceso de emprendimiento demuestra una mayor formación (Figura 2.13). En general, más del 80% de los emprendedores encuestados manifiesta haber recibido algún tipo de formación específica para emprender.

Figura 2.13 Distribución de la población encuestada según la formación emprendedora recibida



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

Figura 2.14. TEA según el nivel de formación emprendedora

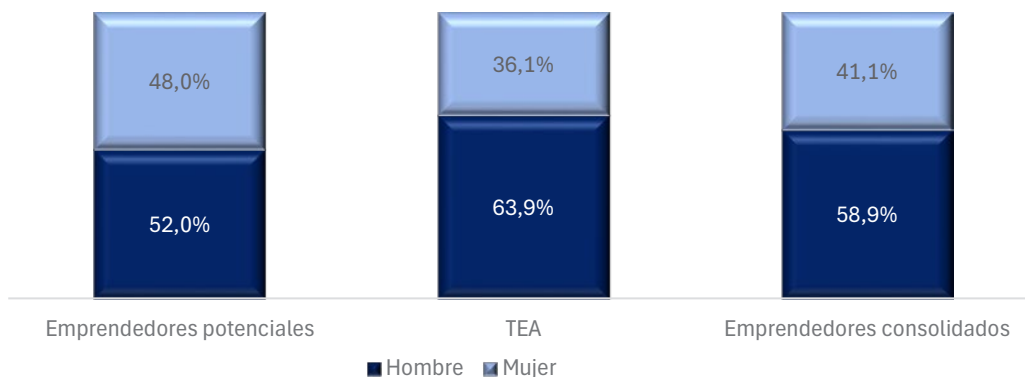


Fuente: GEM Huelva, APS 2023

La Figura 2.14 muestra la tasa de actividad emprendedora (TEA) según el nivel de formación emprendedora. Como se puede apreciar, las personas con formación más elevada presentan mayor TEA, por lo que fortalecer la oferta formativa en este sentido podría llegar ser una medida oportuna para intentar aumentar el TEA de la provincia.

Por último, atendiendo a la distribución por género de la población encuestada en las fases de intencionalidad (emprendimiento potencial), TEA y consolidación, se observa, en líneas generales, un porcentaje mayor de hombres en todos los casos, dándose las diferencias más significativas entre hombres y mujeres en lo relativo a la TEA y en la proporción de emprendimientos consolidados (Figura 2.15).

Figura 2.15. Emprendedores potenciales, TEA y consolidados según género



Fuente: GEM Huelva, APS 2023

## 2.7. Conclusiones

En este capítulo, hemos analizado las distintas fases del proceso emprendedor en la provincia de Huelva, a través de unos indicadores que nos muestran la participación de la población encuestada en las iniciativas emprendedoras, desde que la persona tiene la intención de crear una empresa hasta la puesta en marcha de un negocio y su posterior consolidación, considerando también, en su caso, el momento en el que se abandona la actividad empresarial. Además, los datos de la provincia se han contrastado con los disponibles en las mismas variables para los casos de Andalucía y España.

Los resultados obtenidos en la primera fase del proceso emprendedor para la provincia de Huelva muestran un porcentaje de emprendedores potenciales superior al de la media andaluza y por encima del nivel medio de España. En futuros estudios sería de interés comprobar, además, el tipo de emprendimiento que tiene lugar, por ejemplo, haciendo clasificaciones entre emprendimientos por oportunidad o necesidad.

Para la segunda fase del proceso, la relativa a la población involucrada en actividades emprendedoras (TEA), cabe indicar que en la provincia de Huelva dicha tasa alcanzó un nivel del 5,0% en 2023, situándose por debajo de la media española y andaluza. Este indicador distingue, además, la proporción de esa población que se encuentra en la fase de nacimiento de la empresa (con proyectos en fase de lanzamiento o funcionando por un período de tiempo inferior de tres meses), así como la proporción que representan a las empresas nuevas (en actividad por un período comprendido entre 3 y 42 meses). En ambas fases, los resultados en la provincia de Huelva fueron parecidos, con porcentajes del 2,6% y el 2,4%, respectivamente.

En relación a la fase de consolidación del proyecto empresarial (más de 42 meses de existencia de la empresa), el porcentaje entre la población onubense alcanzó el 4,4%, un valor por debajo de la media andaluza y española.

Con respecto a la tasa de abandono, el porcentaje resultante fue del 3,7%, cifra superior al dato para España, aunque inferior a la que arroja la comunidad autónoma de Andalucía.

En cuanto a los motivos más habituales para abandonar la actividad emprendedora, se han subrayado el hecho de haber encontrado un mejor trabajo (29,6% de los casos),

la falta de rentabilidad de la empresa (29,4% de los casos) y el haber identificado una mejor oportunidad de negocio (17,6%).

Por último, cabe resaltar la existencia de diferencias en cuestión de género, tanto en relación con la intención emprendedora, como de la tasa de actividad emprendedora o TEA, y en términos de consolidación empresarial, siendo el porcentaje representativo de los hombres superior al de las mujeres. Con todo, tanto en hombres como en mujeres, se observa que el perfil de la persona emprendedora demuestra una mayor formación relacionada con el emprendimiento a medida que avanza etapas en el proceso emprendedor.



# Capítulo 3

## Condiciones del entorno para emprender en la provincia de Huelva

### 3.1. Introducción

La creación de empresas en un territorio concreto no viene determinada únicamente por las propias características de la población, en cuanto a sus motivaciones, capacidades y percepciones sobre las oportunidades existentes. Tales características, aunque importantes, conviven con factores del contexto que ejercen una influencia incuestionable sobre la actividad emprendedora.

Adoptando la aproximación metodológica del Observatorio GEM descrita anteriormente, en el presente capítulo presentamos el análisis de las condiciones del contexto o entorno para emprender en Huelva y su provincia, tomando en consideración la opinión de 36 expertos seleccionados de este ámbito geográfico y comparándola con los resultados disponibles a nivel de Andalucía. A través de una serie de preguntas abiertas, los expertos han expresado su visión sobre los factores o áreas que en mejor medida estarían facilitando el proceso emprendedor en la provincia de Huelva, apuntando también algunas recomendaciones sobre acciones que en el futuro podrían favorecer el emprendimiento en este entorno. Estas respuestas abiertas han sido codificadas en alguna de las categorías diseñadas por el GEM, como se detalla en el apartado metodológico incluido al comienzo de este informe.

Por otra parte, los expertos han valorado también un conjunto específico de factores que, en general, y de acuerdo con el GEM, se consideran claves en los entornos que desean fomentar la actividad emprendedora. Específicamente, se han analizado los siguientes aspectos referidos al año 2023:

- La existencia de apoyo financiero.
- Las políticas gubernamentales, entendidas como estrategias a largo plazo relacionadas con la creación de un marco legal y regulatorio favorable al emprendimiento.

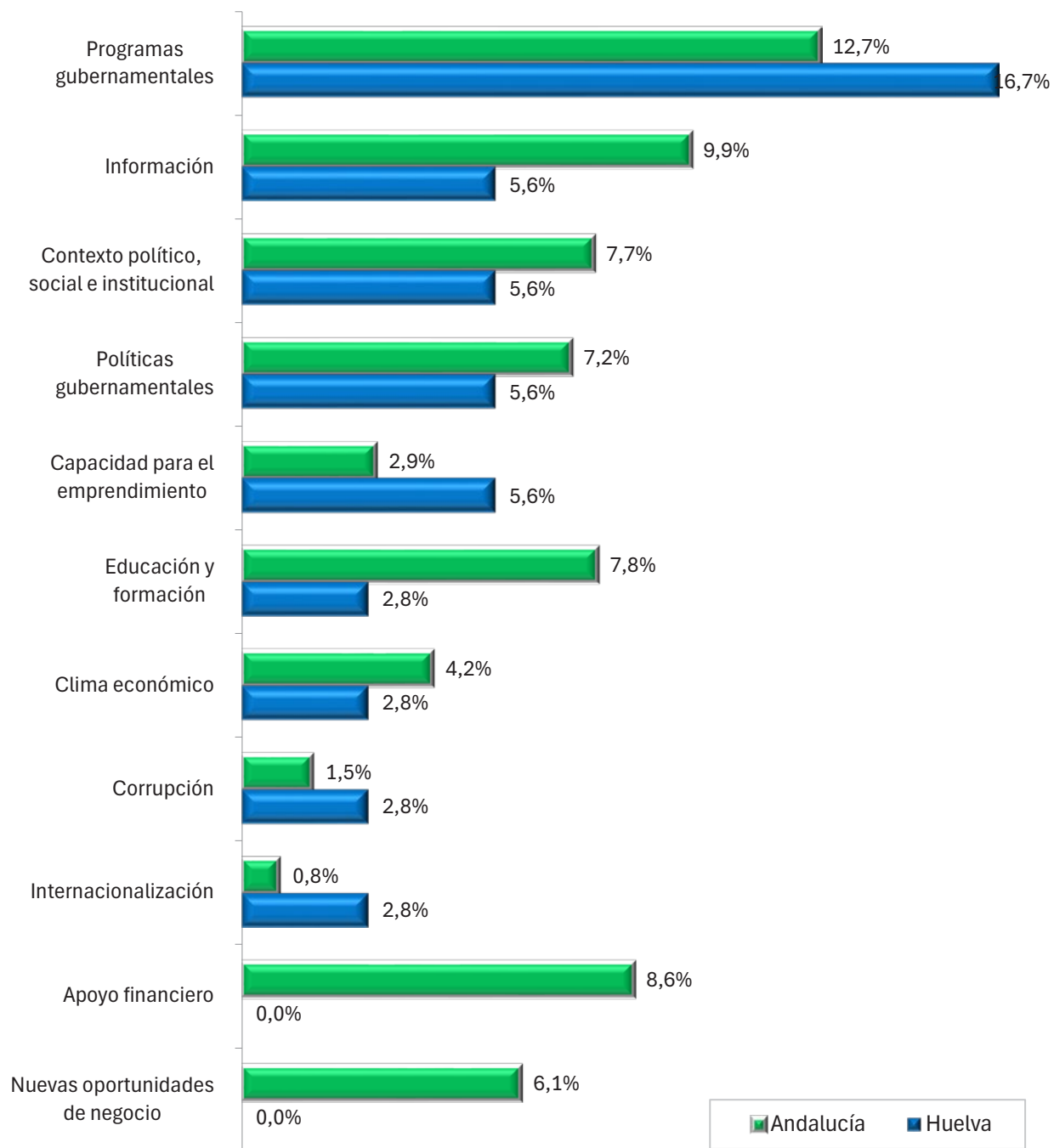
- Los programas gubernamentales, entendidos como iniciativas más concretas y orientadas al medio-corto plazo para apoyar de forma más directa a los emprendedores del territorio.
- Formación y educación emprendedora.
- Posibilidades de transferencia de investigación y desarrollo.
- Infraestructura comercial y profesional.
- Infraestructura física y de servicios.
- La apertura al mercado interno.
- La existencia de valores sociales y culturales favorecedores del emprendimiento.

Asimismo, y por primera vez en los estudios realizados a través del Observatorio GEM, se ha considerado también la opinión de los expertos en relación al progreso logrado en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, teniendo en cuenta, en concreto, los siguientes factores:

- Responsabilidad social de las empresas nuevas y en crecimiento.
- Rendimiento económico de las empresas nuevas y en crecimiento sostenibles.
- Prioridad de prácticas de sostenibilidad medioambiental en empresas nuevas y en crecimiento.
- Respaldo a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento.
- Prioridad gubernamental a las prácticas de sostenibilidad en las nuevas empresas y aquellas en fase de crecimiento.

## 3.2. Factores que favorecen la actividad emprendedora

Figura 3.1. Opinión sobre los factores favorecedores de la actividad emprendedora



Fuente: GEM Huelva y Andalucía NES 2023

Teniendo en cuenta la diversidad de factores que pueden afectar la actividad emprendedora, cabe destacar que el 16,7% de los expertos consultados coincide en resaltar el rol de los programas gubernamentales como facilitadores del emprendimiento en la provincia de Huelva (Figura 3.1). En opinión de los expertos, las distintas instituciones públicas con responsabilidades de actuación en Huelva y su provincia estarían contribuyendo positivamente en la dinámica emprendedora del territorio, posibilitando el desarrollo de un entorno propicio para la creación y el crecimiento de nuevas empresas.

En este sentido, es importante resaltar que los programas gubernamentales reciben una valoración más positiva por parte de los expertos consultados cuando se refieren a Huelva y su provincia, que cuando se considera la valoración de las medidas llevadas a cabo en la comunidad autónoma en su conjunto por parte de los expertos del territorio andaluz. En concreto, las actuaciones desarrolladas en el contexto provincial por la Fundación Andalucía Emprende, o el desarrollo de lazos de colaboración entre la Universidad de Huelva y diversas organizaciones público-privadas son valoradas muy positivamente, considerándose intervenciones esenciales en la promoción de la actividad emprendedora de la provincia.

Tras los programas gubernamentales, y con un mismo porcentaje (5,6%), coinciden los expertos al señalar el contexto social, político e institucional, las políticas gubernamentales generales, la disponibilidad de información relevante y la capacidad emprendedora entre la población como factores clave para el impulso del emprendimiento. Según los encuestados, instituciones privadas arraigadas en la provincia, como son el Puerto de Huelva con la puesta en marcha de la Lonja de la Innovación, o la presencia del polo industrial, con multinacionales punteras apostando por la innovación asentadas en la provincia, estarían favoreciendo la generación de un ecosistema propicio para el emprendimiento e intra-emprendimiento en diversos sectores económicos.

Asimismo, la disponibilidad de información en lo relativo a las ayudas y los trámites necesarios para poner en marcha una empresa (tanto el caso de autónomos como de sociedades) o promover su internacionalización, son mencionados también como factores impulsores del emprendimiento.

Por otra parte, si consideramos el papel que determinadas áreas económicas están jugando en la potenciación de la actividad emprendedora en la provincia, cabe

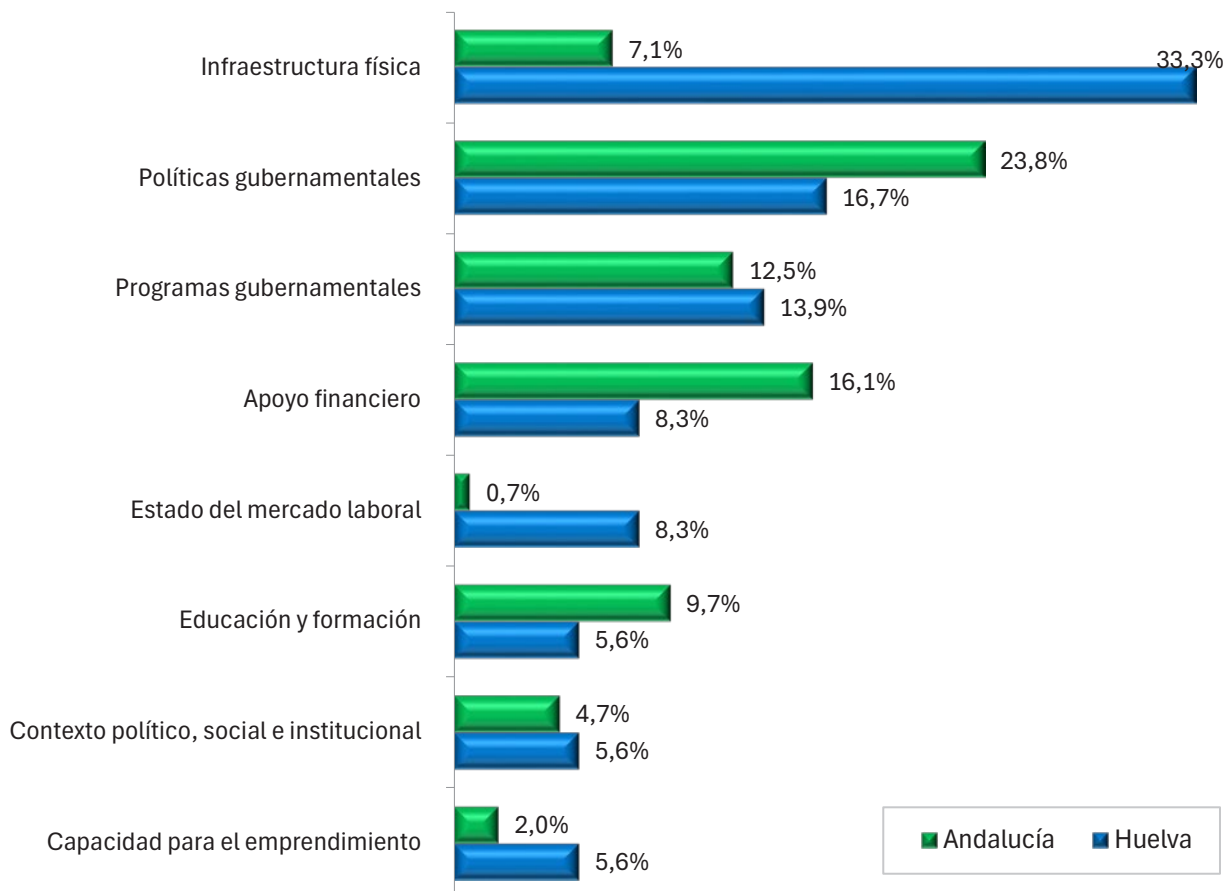
indicar que tanto el sector del hidrógeno verde como el sector de las energías renovables han sido mencionados como sectores punteros en los que se estarían forjando importantes oportunidades emprendedoras. No obstante, sectores más tradicionales en la provincia, como el sector agrícola y el turístico, han sido también destacados y reconocidos como sectores clave en los que situar el desarrollo del emprendimiento provincial.

Además, al hablar de las posibilidades que está ofreciendo la internacionalización como factor potenciador del emprendimiento, su importancia es más destacada en el contexto de la provincia de Huelva que en la comunidad autónoma andaluza, superando en casi dos puntos porcentuales la importancia atribuida por los expertos andaluces al opinar acerca de este factor tomando el conjunto de Andalucía como territorio de referencia. Relacionado con todo ello, es importante destacar también la capacidad para el emprendimiento que existe entre la población, siendo percibida por los expertos como un factor clave en su desarrollo actual y futuro.

En el otro extremo, se encuentran tanto la formación emprendedora como el clima económico en general, cuya importancia en el desarrollo del emprendimiento provincial ha sido apuntada tan sólo por el 2,8% de los expertos, valoración que resulta inferior a la expresada por los expertos andaluces cuando valoran dichos ítems para el caso andaluz (7,8% y 4,2% referidos a la formación y el clima económico, respectivamente).

### 3.3. Recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor

Figura 3.2. Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora



Fuente: GEM Huelva y Andalucía NES 2023

Entre las diferentes recomendaciones que proporcionan los expertos para mejorar el contexto emprendedor en la provincia de Huelva destaca, de manera significativa, la necesidad de mejorar las infraestructuras físicas (Figura 3.2). A este respecto, merece la pena resaltar la notable diferencia que se percibe entre la opinión que proporcionan los expertos de la provincia de Huelva y la opinión expresada por los expertos de Andalucía para el conjunto de la comunidad autónoma. Concretamente, frente al 7,1% de los expertos andaluces que recomiendan esta medida, el 33,3% de los expertos encuestados en la provincia de Huelva coinciden en recomendar acciones que

fortalezcan las infraestructuras físicas, su acceso y disponibilidad como medidas clave para mejorar el entorno emprendedor en la provincia de Huelva. Esto incluye, en particular, la necesidad de mejorar las carreteras, la cantidad y calidad de los medios públicos de transporte y comunicación, la mejora de la movilidad urbana y provincial y la disponibilidad de espacios específicos para emprender.

Un grupo significativo de expertos (el 16,7% y el 13,9%) han realizado también recomendaciones dirigidas a la mejora de las políticas y programas gubernamentales, en particular, en relación con el establecimiento de mayores beneficios fiscales con el fin de atraer inversores internacionales, o la reducción de tasas e impuestos en los primeros años de vida de la empresa.

Con un porcentaje que asciende al 8,3% se han manifestado expertos orientando sus recomendaciones hacia la mejora del apoyo financiero y del mercado laboral. En este último caso es destacable, además, la diferencia que en este sentido se aprecia con la opinión de expertos para el conjunto andaluz, donde el 16,1% de los encuestados apuntó la misma recomendación.

Por último, cabe indicar que el 5,6% de los expertos de la provincia de Huelva coincidieron en aportar recomendaciones encaminadas a establecer mejoras en el campo de la educación y formación, en el contexto político, social e institucional y en la capacidad emprendedora de la población en general.

### 3.4. Valoración de las condiciones del entorno para emprender

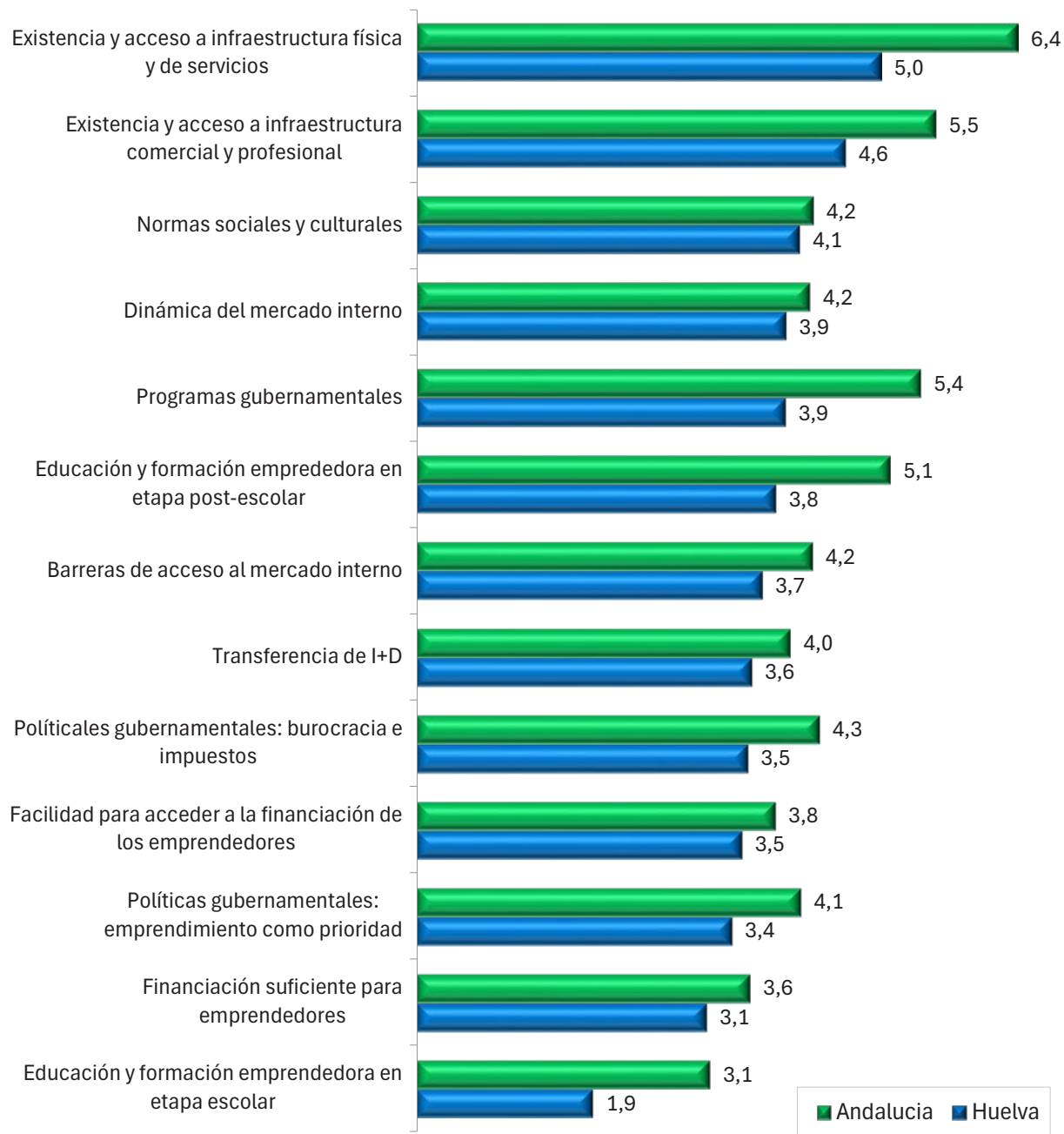
En general, los expertos valoran de forma más desfavorable el entorno de la provincia de Huelva como entorno propicio para emprender que el contexto global de Andalucía en todos los factores considerados (Figura 3.3). Las diferencias más acusadas se encuentran relacionadas con la disponibilidad y acceso a infraestructura física y de servicios (1,4 puntos por debajo del nivel andaluz), la existencia de programas gubernamentales suficientes para incentivar el emprendimiento (con una diferencia de 1,5 puntos respecto de la valoración en Andalucía), y la educación y formación emprendedora, tanto en la etapa escolar como en la etapa post-escolar (1,2 y 1,3 puntos inferiores a la valoración andaluza, respectivamente).

Concretamente, la formación y educación emprendedora referida a la etapa escolar (educación primaria y secundaria), con tan sólo 1,9 puntos, es el factor que recibe la valoración más baja de todos los factores considerados en el estudio como determinantes del entorno para el desarrollo emprendedor, siendo también el que recibe peor valoración en el territorio andaluz, con 3,1 puntos.

No obstante, las valoraciones de los expertos otorgadas al contexto de la provincia de Huelva y al contexto andaluz tienden a asemejarse en mayor grado cuando se refieren a la existencia de normas/valores sociales y culturales alineadas con el emprendimiento y favorecedoras de la actividad emprendedora, las cuales son valoradas con 4,1 y 4,2 puntos respectivamente.

Igualmente, existe semejanza en la valoración de ambos contextos cuando se hace referencia a las dinámicas, barreras y apertura del mercado interno, puntuadas con 3,9 en la provincia de Huelva y 4,2 puntos en Andalucía, así como a la facilidad para acceder a financiación por parte de los emprendedores, con una valoración de 3,5 y 3,8 puntos en cada caso.

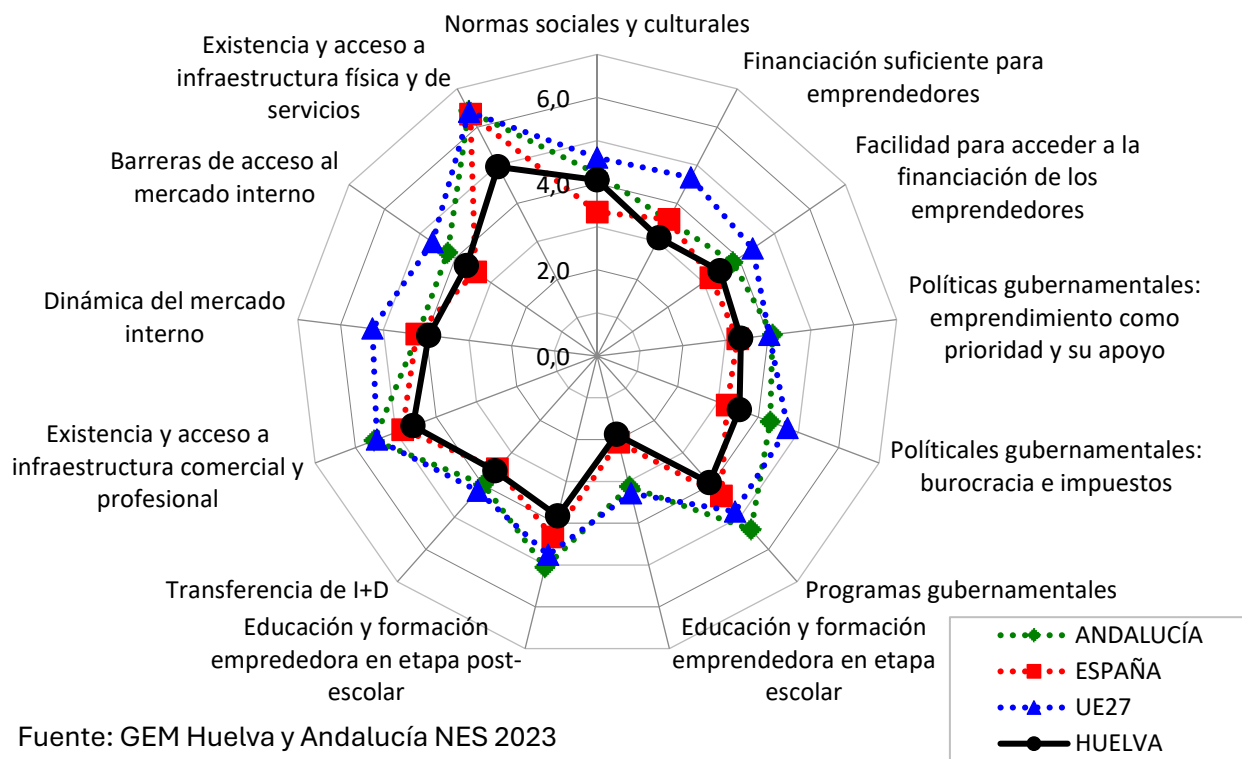
Figura 3.3. Valoración de las condiciones del entorno para emprender



Fuente: GEM Huelva y Andalucía NES 2023

Si comparamos las condiciones del entorno de la provincia de Huelva para emprender, además de con el de la comunidad autónoma, con España y la Unión Europea, las percepciones de los expertos sobre las 13 condiciones del entorno consideradas resultan, en general, similares (Figura 3.4). Aunque el entorno de la provincia de Huelva se percibe más desfavorable para el emprendimiento si se compara con las valoraciones de la UE-27 y Andalucía, cuando comparamos con los datos de España las valoraciones resultan más parecidas.

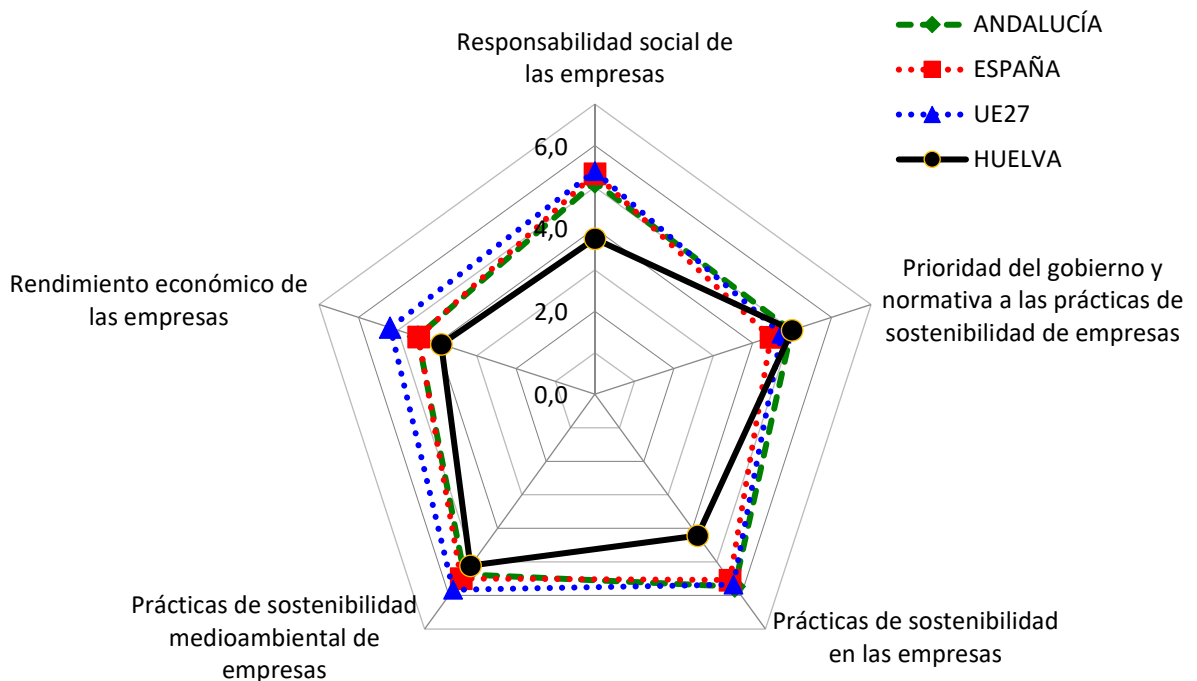
Figura 3.4. Valoración comparativa del entorno emprendedor por ámbito geográfico



Con todo, en lo relativo al acceso a la infraestructura física y de servicios, a la facilidad para acceder a la financiación necesaria para emprender, y a la educación y la formación emprendedora en etapa escolar (primaria y secundaria), las valoraciones siguen resultando más desfavorables para la provincia de Huelva que para el caso de España. En cualquier caso, la educación emprendedora en la etapa escolar recibe la peor valoración en todos los ámbitos.

En la comparación geográfica sobre la percepción de los expertos en relación con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se pone de manifiesto que, en términos generales, Huelva y su provincia aparecen en peor posición que Andalucía, España o la UE-27. Concretamente, las mayores diferencias en la valoración se encuentran, por un lado, en lo referido a la integración de principios de responsabilidad social en las operaciones comerciales y/o productivas de las nuevas empresas y aquellas en fase de crecimiento, y, por otro, en la importancia atribuida a sus prácticas de sostenibilidad (Figura 3.5).

Figura 3.5. Comparación del entorno emprendedor en relación con los ODS



Fuente: GEM Andalucía, GEM Huelva, NES 2023

Por otra parte, la percepción sobre la repercusión que pudieran tener las instituciones gubernamentales en la consecución futura de los ODS, ya sea a través de normativas o de otras acciones, es resaltada en mayor medida en el contexto provincial que en el resto de los ámbitos geográficos.

Finalmente, resulta ilustrativa la comparación de la calidad del entorno para emprender de forma agregada a partir de la valoración media de los diferentes factores analizados. Para ello, el GEM sugiere la utilización del denominado “Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional” (NECI, por sus siglas en inglés).

Tomando como referencia este indicador, observamos en la Figura 3.6. que la valoración de los expertos en los diferentes ámbitos geográficos arroja un valor NECI que oscila entre los 3,7 y 4,7 puntos, siendo la provincia de Huelva la que marca la mínima puntuación y la UE-27 la que registra la puntuación máxima. La provincia de Huelva, por tanto, se sitúa por debajo de la media alcanzada en todos los contextos, si bien se encuentra sólo 0,1 puntos por debajo de la valoración media de España (3,8).

Figura 3.6, Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional, NECI (1-10)



Fuente: GEM Andalucía, GEM Huelva, NES 2023

Lo más destacable, sin embargo, se deriva de su comparación con el espacio geográfico más próximo, es decir, con la comunidad autónoma. A este respecto, según los datos disponibles, la provincia de Huelva se situaría aún lejos del valor medio registrado en Andalucía en su conjunto, cuyo NECI de 4,5 puntos supera la media nacional, ubicándose a sólo 0,2 puntos de distancia de la media europea.

## 3.5. Conclusiones

En este capítulo, hemos presentado las opiniones expresadas por una muestra de 36 expertos encuestados sobre una variedad de elementos del contexto emprendedor. Dichas opiniones, esbozan el escenario en el que tiene lugar la creación de empresas y las acciones que podrían contribuir a mejorarlo.

Los resultados han puesto de manifiesto que sectores como el del hidrógeno verde, o el de las energías renovables, son percibidos como motores de la actividad emprendedora en la provincia de Huelva, junto con el tejido empresarial existente en el ámbito de la agricultura, el turismo, la actividad productiva del polo industrial o la desarrollada en el Puerto de Huelva. Asimismo, se reconoce la repercusión positiva que en el emprendimiento de la provincia ha tenido el hecho de contar con medidas gubernamentales que facilitan a los emprendedores la puesta en marcha de sus ideas y el acceso a información relevante.

No obstante, la muestra de expertos encuestada ha reconocido también la carencia importante de algunos factores estructurales, que son a la vez claves para impulsar y facilitar la actividad emprendedora. Es el caso, por ejemplo, de las infraestructuras físicas y de comunicación en la provincia de Huelva (carreteras, servicios básicos, tecnologías de comunicación, entre otras), cuya importancia ha sido acentuada por las personas expertas consultadas, subrayando además su deficiencia en este contexto.

Por otra parte, cuando el entorno de la provincia de Huelva se valora en relación con Andalucía, España y la UE-27, las carencias resultan aún más evidentes. Al comparar los perfiles de los entornos representados por los elementos del contexto analizados (13 condiciones) la situación de Huelva y su provincia es percibida de una forma más desfavorable que la de los demás contextos geográficos (Andalucía, España y la Unión Europea), aunque la valoración es muy similar a la que recibe España en su conjunto. En cuanto a la progresión en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la percepción en Huelva y su provincia es también más negativa que la referida a los otros contextos geográficos.

Por último, considerando el indicador NECI que sintetiza en un único valor las valoraciones del personal experto sobre el entorno como facilitador del emprendimiento, la provincia de Huelva, en comparación con Andalucía, España y UE-27, ostenta la situación más desfavorable.



# Índice de tablas

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta a la población en la provincia de Huelva	8
Tabla 2. Distribución de la muestra APS en la provincia de Huelva	8
Tabla 3. Categorías para la codificación de las preguntas abiertas	10
Tabla 4. Indicadores de resultados de la población encuestada en la provincia de Huelva en relación con Andalucía y España	15
Tabla 5. Indicadores de resultados sobre los expertos encuestados en la provincia de Huelva en relación con Andalucía y España	16



# Índice de figuras

Figura 1. Modelo teórico del proyecto GEM	5
Figura 2. Fuentes de información	7
Figura 3. Etapas del proceso emprendedor	9
Figura 1.1. Percepción de la población sobre oportunidades para emprender	18
Figura 1.2. Percepción favorable sobre las oportunidades para emprender según población involucrada en emprendimientos	19
Figura 1.3. Percepción de oportunidades para emprender según el género	19
Figura 1.4. Conocimientos y habilidades para emprender	20
Figura 1.5. Conocimientos y habilidades para emprender según población involucrada en emprendimientos	21
Figura 1.6. Conocimientos y habilidades para emprender según el género	21
Figura 1.7. Conocimiento de emprendedores en la población	22
Figura 1.8. Conocimiento de emprendedores según población involucrada en emprendimientos	23
Figura 1.9. Conocimiento de emprendedores según el género	23

Figura 1.10. El miedo al fracaso como obstáculo para emprender	24
Figura 1.11. El miedo al fracaso como obstáculo para emprender según población involucrada en emprendimientos	25
Figura 1.12. El miedo al fracaso como obstáculo para emprender según el género	25
Figura 1.13. Percepción de la población sobre la facilidad para crear una empresa	26
Figura 1.14. Percepción de la facilidad para crear una empresa según población involucrada en emprendimientos	27
Figura 1.15. Percepción de la facilidad para crear una empresa según el género	27
Figura 2.1. Secuencia del proceso emprendedor en la población de la provincia de Huelva	31
Figura 2.2. Secuencia del proceso emprendedor en la población de Andalucía	32
Figura 2.3. Secuencia del proceso emprendedor en la población de España	32
Figura 2.4. Evolución del emprendimiento potencial	34
Figura 2.5. El emprendimiento potencial según el género	35
Figura 2.6. Tasa de actividad emprendedora (TEA)	37
Figura 2.7. TEA, emprendedores nacientes y nuevos	38
Figura 2.8. Motivaciones para emprender en la provincia de Huelva	39
Figura 2.9. Indicadores de la actividad emprendedora según el género	40
Figura 2.10. Tasa de consolidación y abandono empresarial	41
Figura 2.11. Tasa de consolidación y abandono en la provincia de Huelva según género	42
Figura 2.12. Motivaciones para el abandono empresarial	43
Figura 2.13. Distribución de la población encuestada según la formación emprendedora recibida	44

Figura 2.14. TEA según el nivel de formación emprendedora	45
Figura 2.15. Emprendedores potenciales, TEA y consolidados según género	45
Figura 3.1. Opinión sobre los factores favorecedores de la actividad emprendedora	51
Figura 3.2. Recomendaciones para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora	54
Figura 3.3. Valoración de las condiciones del entorno para emprender	57
Figura 3.4. Valoración comparativa del entorno emprendedor por ámbito geográfico	58
Figura 3.5. Comparación del entorno emprendedor en relación con los ODS	59
Figura 3.6. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional, NECI (1-10)	60



# Relación de Equipos GEM 2023

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 (Secretaría) 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 Miguel Pérez Valls	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-Tapiar 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 Promálaga
<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 Ginel	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla Entrepreneurship & Innovation (Gr. Investig.) Prodetur (Diputación de Sevilla)



# Patrocinadores GEM 2023

España



Andalucía



Almería



Cádiz



IEDT  
Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico

Córdoba



Granada



Huelva



Jaén



Universidad de Jaén

Málaga



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Ayuntamiento de Málaga



Sevilla









 RED GEM  
ESPAÑA  
OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO

