

Impacto de la COVID-19 en las iniciativas emprendedoras de Andalucía

Noviembre 2021



Autores del informe

José Ruiz Navarro (Universidad de Cádiz)

Juan Pablo Diáñez González (Universidad de Cádiz)

Noelia Franco Leal (Universidad de Cádiz)

Trabajo de campo

Opinòmetre.

Edición

Observatorio del Emprendimiento de España

Diseño y maquetación

Igor Markaida

ISBN : 978-84-09-34982-1

Impacto de la COVID-19 en las iniciativas emprendedoras de Andalucía

Noviembre 2021

Índice

1. Introducción

| | |
|--|----|
| Presentación. Observatorio MAPFRE de finanzas sostenibles..... | 7 |
| Proyecto GEM..... | 8 |
| Introducción..... | 11 |
| Principales indicadores de situación..... | 12 |
| Resumen ejecutivo..... | 15 |
| Oportunidades para emprender..... | 18 |
| El miedo al fracaso como obstáculo para emprender..... | 19 |

2. Visión de la población

| | |
|---|-----------|
| 2.1 Impacto de la COVID-19 en la perspectiva del emprendimiento de la población andaluza..... | 21 |
| 2.1.1 <i>Ingresos familiares</i> | 23 |
| Ingresos familiares..... | 25 |
| Ingresos familiares. Población sin empresa..... | 26 |
| Ingresos familiares. Población con empresa..... | 27 |
| Ingresos familiares. Población con empresa de hasta 3,5 años..... | 28 |
| Ingresos familiares. Población con empresa de más de 3,5 años..... | 29 |
| 2.1.2 <i>Modelos de referencia</i> | 31 |
| Población que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa..... | 33 |
| Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha creado una empresa..... | 34 |
| Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha cerrado una empresa..... | 35 |
| Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha creado una empresa. Comparativa por sexo..... | 36 |
| Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha cerrado una empresa. Comparativa por sexo..... | 37 |
| Población con empresa que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa..... | 38 |
| Población con empresa que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa. Comparativa por Comunidades Autónomas..... | 40 |
| Población sin empresa que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa. Comparativa por Comunidades Autónomas..... | 41 |
| 2.1.3 <i>Intenciones de emprender nuevos negocios</i> | 43 |
| Impacto en las intenciones de emprender en la población total..... | 44 |
| Impacto en las intenciones de emprender en la población con potencial emprendedor..... | 45 |
| Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras..... | 46 |
| Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras..... | 47 |
| Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por sexo..... | 48 |
| Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por sexo..... | 49 |
| Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por edad..... | 50 |
| Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por edad..... | 51 |
| Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por nivel educativo..... | 52 |
| Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por nivel educativo..... | 53 |
| Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por sectores esenciales..... | 54 |
| Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por sectores no esenciales..... | 55 |
| Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por edad de la empresa..... | 56 |
| Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por edad de la empresa..... | 57 |
| Población con intención a emprender en los próximos 3 años..... | 58 |

| | |
|--|----|
| Perfil de la persona que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Por edad..... | 59 |
| Perfil de la persona que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Por nivel de estudios..... | 60 |
| Perfil de la persona que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Por sexo..... | 61 |
| Población que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Impacto de la COVID-19..... | 62 |
| Percepciones de la población total y los emprendedores potenciales. España..... | 64 |
| Percepciones de la población total y los emprendedores potenciales. Andalucía | 65 |

2.2. Impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora.....67

| | |
|--|-----------|
| <i>2.2.1 Dificultad para la creación de empresa</i> | <i>69</i> |
| Facilidad para lanzar un negocio..... | 70 |
| Retraso en el proceso de lanzamiento de un negocio a raíz de la COVID-19..... | 71 |
| Paralización de actividades básicas del negocio por la COVID-19 | 72 |
| Dificultad para crear un negocio por sexo y edad..... | 73 |
| <i>2.2.2. Oportunidades de negocio generadas</i> | <i>75</i> |
| Las oportunidades de negocio a raíz de la COVID-19 | 76 |
| Oportunidades de negocio por sexo y edad..... | 77 |
| Emprendimiento corporativo como apuesta de innovación en modelos de negocio a raíz de la COVID-19..... | 78 |
| <i>2.2.3. Expectativas de crecimiento y diversificación de la actividad.....</i> | <i>81</i> |
| Expectativas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras..... | 82 |
| Expectativas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras por edad y sexo | 83 |
| <i>2.2.4. Valoración de la respuesta de la administración central</i> | <i>85</i> |
| Respuesta efectiva de la Administración Central..... | 86 |
| Respuesta efectiva de la Administración Central por sexo y edad | 87 |
| <i>2.2.5. Tipología de actividad de las empresas creadas: esencial vs. No esencial</i> | <i>89</i> |
| Actividad esencial versus no esencial. Comparativa por sexo..... | 90 |
| Actividad esencial versus no esencial. Comparativa por edad | 91 |

3. Visión de los agentes del ecosistema. Impacto de la COVID-19 en el ecosistema emprendedor

| | |
|--|------------|
| <i>3.1. Evolución de las condiciones generales del ecosistema emprendedor</i> | <i>95</i> |
| Valoración media de condiciones de entorno para emprender 2019-2020 | 96 |
| <i>3.2. Evaluación de la respuesta del colectivo emprendedor</i> | <i>99</i> |
| <i>3.3. Evaluación del panel de agentes del ecosistema sobre la respuesta de la administración ante la COVID-19.....</i> | <i>105</i> |
| <i>3.4. Medidas recomendadas por los expertos para reactivar el emprendimiento.....</i> | <i>109</i> |

4. Conclusiones y recomendaciones

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Conclusiones y recomendaciones | 112 |
|--------------------------------------|-----|

Índice de emprendedores

| | |
|--|------------|
| Raúl Estrada, Kiota | 22 |
| Raquel Serrano Lledó, Fiixit Orthotic Lab, S.L | 30 |
| Víctor F. Muñoz Martínez, Carlos Pérez del Pulgar Mancebo, Ignacio Díaz de Tuesta Revilla y Antonio Santiago Ángel Morales, Andalucía Respira | 42 |
| Rubén Mancera Arcos, Consultor Growth Marketing..... | 68 |
| Alberto López, Genially..... | 94 |
| Pablo Núñez, SOG Esports..... | 108 |

Presentación

Observatorio MAPFRE de finanzas sostenibles

Hace ya más de un año que creamos el Observatorio de Finanzas Sostenibles en MAPFRE (OMFS). A través de alianzas con las principales instituciones académicas, el mismo pretende impulsar el desarrollo de buenas prácticas, la investigación y la reflexión sobre cómo la actividad financiera puede generar un impacto social y ambiental positivo. En particular, a través de la canalización de capital hacia actividades que generen empleo y emprendimiento, ayuden a personas en riesgo de exclusión y contribuyan al tejido productivo en regiones donde el mismo está reduciéndose, aunque en absoluto limitado sólo a ello. La crisis de la COVID-19 ha reforzado la necesidad y el papel del OMFS, por lo que no podíamos dejar pasar la oportunidad de colaborar con el Observatorio del Emprendimiento de España para la realización del presente estudio.

La pandemia ha impactado en todos los ámbitos individuales y colectivos de nuestra sociedad. Por eso, ha ocasionado una crisis económica que afecta a todos los sectores de actividad, pero especialmente a la iniciativa empresarial, motor de desarrollo y generación de empleo en nuestro país. En consecuencia, el colectivo emprendedor va a ser –está siéndolo ya– clave en la salida de esta crisis. Durante este último año hemos visto buenos ejemplos de nuevos empresarios que se han involucrado en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales surgidos de la pandemia, y negocios que han visto cómo la COVID-19 paralizaba su actividad y tenían que reinventarse y buscar nuevas oportunidades. El reconocimiento y visibilización del coraje y del empuje de este colectivo son más necesarios que nunca para encarar el futuro con esperanza.

El Informe que ahora tienen en sus manos aporta datos imprescindibles para entender el alcance del impacto de la COVID-19 en el emprendimiento en Andalucía, y ofrece propuestas clave para apoyar, fomentar y adecuar nuestro tejido emprendedor a los nuevos retos que se presentan. De hecho, los investigadores del estudio han identificado cinco palancas de futuro para impulsar al mismo, relacionadas con la mejora del capital humano, el desarrollo de las capacidades emprendedoras y de innovación, la transformación tecnológica y del modelo productivo, la agilización de las políticas públicas y la reforma del marco regulatorio, así como el crecimiento cuantitativo y cualitativo del tejido empresarial.

Al observar esas palancas vemos cómo el uso de la actividad financiera como herramienta para un objetivo social y ambiental jugará un papel fundamental. Y es que facilita la definición de un nuevo paradigma del emprendimiento innovador e impulsor de nuevos modelos de trabajo, desarrollo del territorio y convivencia. Por eso, desde el Observatorio MAPFRE de Finanzas Sostenibles estamos convencidos de que este estudio y sus propuestas serán de utilidad a todos los agentes del ecosistema que apoyan y fomentan el emprendimiento desde diversos ámbitos.

Queremos agradecer al Observatorio del Emprendimiento de España y a los autores del Informe, su continuada labor de más de 18 años, aportando año tras año su fotografía anual sobre la situación del emprendimiento en España e implicándose en estudios específicos, como ha sido este análisis del impacto de la COVID-19 en Andalucía.

Proyecto GEM

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un observatorio internacional que, desde 1999, analiza anualmente el fenómeno emprendedor.

En concreto sus estudios permiten conocer:

1. Los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población adulta activa.
2. La actividad emprendedoras y sus características.
3. El contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

El GEM es el único proyecto que para estudiar este fenómeno utiliza fuentes de información primarias que obtiene a través de dos encuestas, conocidas por sus siglas en inglés como:

- Adult Population Survey (APS) que se hace a una muestra de la población de entre 18-64 años y sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizarla.
- National Experts Survey (NES) que se hace a un panel de agentes del ecosistema y sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características.

En este año de pandemia, ambas encuestas se han completado con una batería de cuestiones específicas sobre el impacto de la COVID-19, cuyo análisis es objeto del presente informe: la APS para las dos primeras secciones y la NES para la tercera. En el anexo pueden verse las preguntas que fueron realizadas.

Fichas técnicas

APS

| | |
|-------------------------------------|--|
| Universo | Población residente en la comunidad autónoma de 18 a 64 años |
| Población objeto | 5.380.934 individuos |
| Muestra | 5.375 individuos |
| Margen de confianza | 95,0% |
| Error muestral | +/-1,34 para el conjunto de la muestra |
| Varianza | Máxima indeterminación (p=q=50%) |
| Período de realización de encuestas | Junio - Julio de 2020 |
| Trabajo de campo | Instituto Opinometre |

NES

- 36 expertos andaluces. (empresarios y profesionales)
- Ámbitos de experiencia: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno.

En el proyecto GEM se entiende el emprendimiento como un proceso donde se identifican las siguientes etapas:





Introducción

“El espíritu emprendedor es una de las palancas más eficaces que ha tenido la humanidad para superar calamidades e infortunios. Su esencia reside en el inconformismo, en la superación de los problemas y su transformación en oportunidades”

La pandemia ha sido uno de los acontecimientos más impactantes en la sociedad en los últimos cien años. Ha originado retos globales sin precedentes en el ámbito sanitario, socioeconómico y medioambiental y han sido las respuestas de la ciencia, la innovación, la cooperación y el espíritu emprendedor las que han abierto las ventanas de la esperanza.

Sensible a esta situación, el Observatorio de Emprendimiento en Andalucía consideró la necesidad de iniciar un seguimiento y análisis de la actividad emprendedora de nuestra comunidad autónoma, al objeto de extraer conclusiones sobre los efectos de la COVID-19. Así, se desplegó un primer trabajo de campo que tuvo lugar entre el 20 y el 30 de abril en toda España y por comunidades autónomas que dio lugar a un primer informe de diagnóstico y recomendaciones “Situación del emprendimiento en Andalucía ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado con España y recomendaciones” (<https://www.gem-spain.com/informes-especiales/>). La evolución de la pandemia y la necesidad de información que reduzca la incertidumbre generada han revalorizado la necesidad de mantener el foco de atención sobre sus efectos en la actividad emprendedora.

Este informe pone de relieve algunas peculiaridades de los efectos de la pandemia en el ecosistema de empresas nacientes en Andalucía y revela el paralelismo y desviaciones con los observados en España y otros territorios.

La información del Observatorio del Emprendimiento de España y la obtenida para Andalucía sirve para desbrozar la incertidumbre generada por la pandemia. Así, se ofrecen datos relevantes sobre el impacto de la crisis en el fenómeno

emprendedor en la región desde una triple perspectiva: de la población andaluza en general, de la población que tiene empresa o está involucrada en el proceso de su creación y desde la visión específica de un panel de expertos. Esta información se detalla atendiendo a la situación especial de las mujeres, y al reto que supone intensificar su incorporación a las estrategias de impulso al emprendimiento. El desglose por tramos de edad permite contemplar la atención que merecen los jóvenes y los mayores. La importancia de la educación en el desarrollo de políticas más eficaces queda patente con los datos que se ofrecen por tramos educativos de la población.

Todo ello permite valorar la situación relativa del ecosistema emprendedor en Andalucía, ofrecer recomendaciones y esbozar algunos retos estratégicos que apalanquen el impulso transformador del espíritu emprendedor.

El informe se completa con una serie de mini casos que recogen experiencias concretas de cómo el espíritu emprendedor y el conocimiento aportan iniciativas novedosas que contribuyen a la renovación y potenciación del tejido productivo de Andalucía.

Principales indicadores de situación

| | Andalucía | | España | | Media europea |
|---|-----------|------|--------|------|---------------|
| | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2020 |
| Población en general | | | | | |
| Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses | 36% | 17% | 36% | 16% | 41% |
| Miedo a fracasar en un posible negocio | 50% | 64% | 55% | 64% | 47% |
| Personas potencialmente emprendedoras | | | | | |
| % de personas con intención de crear una empresa | 8% | 7% | 8% | 7% | 14% |
| Empresas de menos de 3,5 años | | | | | |
| % de personas involucradas dentro de la población activa | 6% | 5% | 6% | 5% | 8% |
| Motivación | | | | | |
| Ganarse la vida porque el trabajo escasea | 47% | 72% | 42% | 72% | 62% |
| Continuar con una tradición familiar | 12% | 19% | 13% | 17% | 27% |
| Crear riqueza o una renta muy alta | 58% | 33% | 60% | 35% | 49% |
| Marcar una diferencia en el mundo | 44% | 30% | 50% | 32% | 37% |
| Percepción de oportunidades de negocio | 36% | 22% | 45% | 20% | - |
| Espera crecer en 5 años | 53% | 51% | 46% | 38% | - |
| Considera el miedo al fracaso como un impedimento | 34% | 48% | 36% | 46% | - |
| Empresas de más de 3,5 años | | | | | |
| % de personas involucradas dentro de la población activa | 6% | 6% | 6% | 7% | 7% |
| Motivación | | | | | |
| Ganarse la vida porque el trabajo escasea | 78% | 72% | 71% | 74% | 61% |
| Continuar con una tradición familiar | 35% | 30% | 31% | 33% | 35% |
| Crear riqueza o una renta muy alta | 37% | 26% | 32% | 26% | 41% |
| Marcar una diferencia en el mundo | 28% | 27% | 26% | 26% | 27% |
| Percepción de oportunidades de negocio | 44% | 12% | 35% | 13% | - |
| Espera crecer en 5 años | 26% | 19% | 22% | 17% | - |
| Considera el miedo al fracaso como un impedimento | 38% | 58% | 38% | 54% | - |

| | Andalucía 2020 | España 2020 |
|---|----------------|-------------|
| Personas potencialmente emprendedoras | | |
| Disminución significativa del ingreso familiar | 16% | 23% |
| Conoce a alguien que ha creado una empresa | 14% | 47% |
| Conoce a alguien que ha cerrado una empresa | 42% | 20% |
| Empresas de menos de 3,5 años | | |
| Disminución de los ingresos derivados de la COVID-19 | 54% | 51% |
| Ve oportunidades específicas derivadas de la pandemia | 23% | 31% |
| Conoce a personas que han cerrado sus negocios | 45% | 50% |
| Conoce a personas que han creado una empresa | 11% | 21% |
| Empresas de más de 3,5 años | | |
| Disminución de los ingresos derivados de la COVID-19 | 70% | 66% |
| Ve oportunidades específicas derivadas de la pandemia | 14% | 17% |
| Conoce a personas que han cerrado sus negocios | 52% | 56% |
| Conoce a personas que han creado una empresa | 12% | 17% |



Resumen ejecutivo

Visión de la población del fenómeno emprendedor tras los efectos de la covid-19

El proceso emprendedor surge de la percepción de oportunidades, sin ellas no se inicia la compleja interacciones entre recursos y personas que caracteriza la creación de las empresas y la puesta en marcha de nuevos proyectos innovadores.

El porcentaje de la población que en 2020, a pesar de la pandemia, percibe oportunidades en Andalucía descendió respecto a 2019, del 36% a algo más del 17%, una cifra ligeramente superior a la media de España (16%), del País Vasco (16%) y algo más acentuada que la de Madrid (14%). El relativo optimismo que puede ofrecer estas comparaciones se enfría al observar que el 40% de la población europea percibe buenas oportunidades para emprender. En España Cataluña es una de las comunidades con mayor percepción de oportunidades (19%).

Las oportunidades percibidas son coherentes con las dificultades relacionadas con sexo y edad. Son menos las personas en tramos superiores de edad (45-64 años) que detectan oportunidades, el 43% en Andalucía frente al 45% en España. La brecha entre los porcentajes de hombres y mujeres que perciben oportunidades son similares en Andalucía y España. Un escenario muy parecido es el que ofrece una de las principales barreras analizadas en este proceso: el miedo al fracaso. En Andalucía pasó de indicarlo como un freno el 50% de la población en 2019 a algo más del 64% en 2020, cifra similar a la de España, algo menor que la de Madrid y el País Vasco (65%) y más alejada de la de Cataluña (60%) y de Europa (47%).

El impacto de la pandemia ha tenido repercusión también en los ingresos de la población, algo que influye también en el contexto del ecosistema emprendedor. El 42% de la población ha experimentado una disminución significativa o moderada en sus ingresos familiares en Andalucía. Esta cifra es ligeramente inferior a la de España y menor a la de países como Grecia o Italia. Analizando a las personas que no son

empresarias se observa que la mayor parte de la población sin empresas no sufre cambios sustanciales en sus ingresos ni en Andalucía ni en España. No obstante, se aprecia que la disminución afecta ligeramente más a las mujeres y que estas diferencias son más altas en Andalucía. El impacto sobre la población que tiene empresa ha sido mayor y ha tenido efectos más negativos afectando a la mayor parte del colectivo: el 62% ha tenido una disminución significativa o moderada, porcentaje superior al de España. En el análisis por sexos de la población con empresa se observa que las mujeres sufren más el impacto negativo y que ese impacto es mayor en Andalucía que en España.

Otro aspecto estudiado que condiciona el clima del ecosistema ha sido las percepciones de cierres y creación de empresas.

En la población en general las percepciones de cierre son superiores en Andalucía en relación a España. La población (con o sin empresas) se muestra ligeramente más pesimista en Andalucía que en España, es más alto el porcentaje de personas que detectan más número de cierres. Ese pesimismo es ligeramente superior en el caso de las mujeres que perciben más casos de cierres.

La población que conoce a una o más personas que ha cerrado una empresa es cuatro puntos superior en Andalucía entre las personas con empresas que en España. Esta percepción negativa solo es superada por la Comunidad de Madrid. Pero también es ligeramente superior en Andalucía el porcentaje de personas que conoce a alguien que ha creado una o más empresas y superior entre las personas con empresas de más de 3,5 años (el 20% en Andalucía y el 17% en España).

El impacto en las intenciones de emprender ha sido similar en Andalucía y España. Alrededor de la mitad de la población en general declara que la COVID-19 ha influido de alguna manera y un tercio, aproximadamente, que lo ha hecho definitivamente.

El impacto en las personas con potencial emprendedor, es decir que expresaban su intención de crear una empresa a tres años vista, supera a la mitad de este colectivo y afecta de manera similar a Andalucía y a España.

El impacto en la población sin empresa es muy parecido en Andalucía y España. El impacto definitivo en las intenciones de emprender de la población con empresas en Andalucía es menor (23%) y mayor entre los que declaran que no ha influido (53%).

Mientras que en España la pandemia afecta de manera similar a las intenciones de emprender de hombres y mujeres de la población sin empresa, en Andalucía se observan algunas diferencias. Es menor en 7 puntos el porcentaje de mujeres que perciben que ha influido definitivamente en sus intenciones y, paralelamente, mayor el porcentaje (5 puntos) de las que perciben que no ha influido en las intenciones.

En Andalucía la población con empresa presenta diferencias más acentuadas en las intencionalidades entre hombres y mujeres que en España. El 44% de las mujeres dice que no ha influido la pandemia (el 59% los hombres), el 28% que ha influido de alguna manera (frente al 21%) y el 28% que lo ha hecho definitivamente (21% en los hombres).

La distribución de la población por edad y el nivel de estudios presenta diferencias en las intenciones de emprender. En la población sin empresa, las intenciones se ven más afectadas definitivamente principalmente en los tramos de más edad. Este patrón se acentúa en Andalucía entre los mayores de 45 años que presenta fuertes diferencias con España. En la población con empresa el tramo de edad de 35 a 54 años es en el percibe que la pandemia influye definitivamente más en sus intenciones de emprender. Esta pauta en Andalucía se intensifica en el tramo de 35 a 44 años. En la población sin empresa la influencia definitiva en la intencionalidad es mayor a menor nivel de estudios. Tanto en Andalucía como en España alcanza sus valores más altos en personas con niveles de primaria y secundaria. En Andalucía se aprecia un mayor impacto que en España en las personas con estudios técnicos y universitarios.

Impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora

La pandemia ha frenado y pospuesto la actividad de gran parte de los nuevos negocios. Las dificultades ocasionadas por la COVID-19 han frenado el proceso de lanzamiento de

negocios en la mayor parte de los países, y Andalucía y España no son excepciones.

Muchas empresas han tenido que abandonar algunas actividades y reinventarse. La COVID-19 ha provocado la paralización de las actividades principales de muchas empresas. En España, más de la mitad (55%) de las personas encuestadas manifestaron que su empresa debió abandonar, al menos, alguna actividad clave de su negocio. En Andalucía el impacto fue mayor, el 60% de los encuestados paralizaron actividades básicas. El impacto fue de cerca de un 70% en Italia y más del 40% en Alemania.

En Andalucía se atenúan las diferencias generadas por la COVID-19 que en España se perciben para emprender en los colectivos que tradicionalmente tienen más barreras (las mujeres y los mayores). El porcentaje de mujeres que lanzaron un negocio en 2020 y que manifestaron una elevada dificultad para crear una empresa (40%) es superior al porcentaje de los hombres emprendedores que declararon tener serios problemas. No obstante, fue inferior al detectado en España. La mayor percepción de dificultad para emprender en Andalucía se da, a diferencia de España, en la franja de edad de 35 a 44 años.

El intraemprendimiento ha canalizado la diversificación de muchas empresas hacia otras actividades. No obstante, esta estrategia ha sido más baja en Andalucía (el 30% de los encuestados afirman que sus empresas la han seguido) que en España (40%). Esos porcentajes están muy alejados de los de EEUU y Países Bajos (por encima de 60%).

Expectativas de crecimiento

Se observa que la mayoría de las personas involucradas en actividades emprendedoras naciente aspira a hacer crecer su negocio durante la recuperación económica. Este afán emprendedor es ligeramente superior en Andalucía, lo manifiesta el 58% de la población emprendedora, que en España (57%). Estos niveles son más altos que los de otros países como Italia (27%), EEUU (38%), Alemania (41%) o Reino Unido (42%).

En Andalucía, la ambición por crecer es más débil para el colectivo de mujeres y presenta algunas peculiaridades por tramos de edad. El porcentaje de mujeres que observan muy bajas posibilidades de crecimiento (38%) supera al masculino (29%). Esta brecha de 9 puntos es superior a la de España (4 puntos). A diferencia con España, el tramo de edad de 25 a 44 años concentra las expectativas más bajas de crecimiento.

Valoración de la respuesta de la administración

Dentro de la habitual opinión más crítica de la población española, en comparación con la de otros países, con sus administraciones, unas tres cuartas partes de las personas involucradas en la creación de empresas esperaban más de la gestión de la administración. En Andalucía el 32% considera que la respuesta de las instituciones ha sido efectiva, este porcentaje supera al de España (27%), está ligeramente por debajo del Italia (35%) y EEUU (37%) y más lejos al de países como Reino Unido (44%) y Grecia (50%).

El colectivo de edades entre 35 y 54 años y el de las mujeres son los más críticos en Andalucía. Las mujeres manifiestan un mayor desacuerdo que los hombres en las medidas de la administración, sus críticas se intensifican en Andalucía y presenta una brecha de 11 puntos superior a la de los hombres frente a los 5 de España.

Los cuatro grandes ítems valorados (la tramitación digital de expedientes, la protección de los trabajadores y clientes, las medidas efectivas que se ajusten a la realidad económica y las medidas efectivas para evitar la pérdida de empresas) obtienen en Andalucía una nota que roza el aprobado (4,9), superior a la media de España (3,6) y por debajo de la media de la Unión Europea (5,3), Alemania (5,9), Austria (6) o Países Bajos (7,1). El País Vasco obtiene las mejores puntuaciones en lo relativo a medidas para evitar pérdida de empresas y en lo relativo a tramitaciones digitales y La Rioja y Cataluña lideran las valoraciones sobre protección de trabajadores y clientes.

Impacto de la covid-19 en el ecosistema emprendedor: la visión de los expertos

La COVID-19 ha cambiado ligeramente las condiciones generales del entorno en las que se desarrolla el fenómeno emprendedor. La inercia al cambio que venía observándose en muchas de estas condiciones desde el inicio de las mediciones del observatorio GEM se ve afectada por la pandemia. El impacto afecta de manera diferente a las distintas comunidades autónomas.

En Andalucía, solo tres de las doce condiciones del entorno que mide el observatorio superan el aprobado en 2020: las infraestructuras físicas, los programas gubernamentales y la formación emprendedora post escolar, observándose a pesar de la pandemia una evolución positiva en esta última variable, al igual que en la transferencia de I+D que es la que experimenta un alza mayor. Si se compara con la diferencias

que se han producido en España con respecto al año anterior, se detecta que los saldos más favorables a Andalucía se dan en las políticas relacionadas con la burocracia y los impuestos, las transferencias en I+D y el acceso a las infraestructuras físicas y de servicios.

Se ha evaluado también el desempeño del colectivo emprendedor que muestra el esfuerzo estratégico realizado por el mismo durante la pandemia. Las valoraciones superan el aprobado y son muy parecidas en los tres escenarios territoriales analizados (Andalucía, España y la Unión Europea). En Andalucía destaca el valor que se otorga al esfuerzo en ajustar la oferta a los cambios que produce la pandemia y a la promoción del trabajo desde casa, ambos superan ligeramente las valoraciones media de España. Este esfuerzo de ajuste de la oferta de los emprendedores andaluces es superior a la media europea y al que se observa en países como Alemania, Italia o Grecia. Es notoriamente más alto su compromiso social con los desafíos surgidos de la COVID-19, pero ese esfuerzo de ajuste tiene más dificultades estructurales para adaptarse a los cambios del mercado y ofrecer nuevos modelos de negocios. El reducido tamaño empresarial, en gran medida fruto de déficits en las capacidades directivas y empresariales, la especialización orientada principalmente al sector de los servicios y la limitada capacidad financiera de las iniciativas, son tres de los motivos que lastran sus ventajas competitivas respecto a otros territorios.

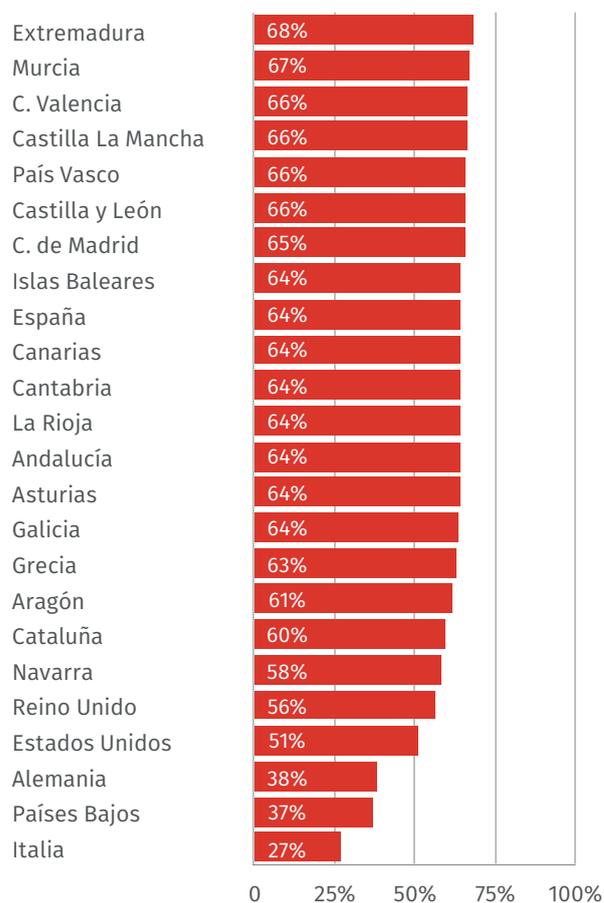
Oportunidades para emprender

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 18 A 64 AÑOS QUE PERCIBE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS 6 MESES



El miedo al fracaso como obstáculo para emprender

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 18 A 64 AÑOS QUE PERCIBE EL MIEDO AL FRACASO COMO UN OBSTÁCULO PARA EMPRENDER





2. Visión de la población

2.1 Impacto de la COVID-19 en la perspectiva del emprendimiento de la población andaluza

- 2.1.1. Ingresos familiares
- 2.1.2. Modelos de referencia
- 2.1.3. Intención de emprender nuevos negocios



Raúl Estrada

KIOTA

Cádiz, 2021

Kiota es un SaaS (Software as a Service) para democratizar el acceso a capacidades analíticas avanzadas permitiendo a los inversores en proyectos nacientes tener unos procesos de análisis más eficientes y rigurosos. Ya que los equipos fundadores son la pieza fundamental de cualquier proyecto en sus etapas iniciales, combinamos inteligencia artificial y conocimiento experto para mejorar el análisis de esos equipos. A los emprendedores les supone una herramienta de diagnóstico individual y grupal, que además les ayuda a incrementar la visibilidad de sus proyectos y facilitar los procesos de búsqueda de inversores o socios.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Personalmente, a pesar de estar centrado en tecnología e innovación, tengo una concepción muy tradicional y quizás desfasada de lo que significa ser emprendedor. En ese sentido, para mí un emprendedor es aquella persona que asume riesgos de manera responsable. Esto conlleva una serie de implicaciones, como que el emprendedor asume que a pesar de factores externos y a veces incontrolables, en gran medida el éxito de su proyecto está en sus manos, sin buscar excusas ni culpables en el caso de que pudieran surgir problemas.

Es cierto que también considero muy acertadas otras definiciones de emprendedor más relacionadas con la actitud o espíritu emprendedor, e incluso con algunos rasgos específicos que pueden estar más comúnmente asociados con los emprendedores, como la tenacidad o la pasión.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en tu negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

Aunque las bases de nuestro proyecto surgen de mi propia investigación en el marco de mi tesis doctoral en la Universidad de Cádiz desde hace años, las primeras indicaciones de que la idea podría convertirse en un proyecto empresarial surgieron sólo unas semanas antes del inicio de la pandemia.

Esta especial circunstancia ha hecho que la inmensa

mayoría de la gestión del proyecto se haya realizado por internet. Por una parte, las limitaciones de movilidad nos han supuesto una serie de problemas y retrasos, pero es cierto que igualmente nos ha posibilitado contar en el equipo con personas y perfiles que en un escenario pre-Covid, dominado por espacios y contactos físicos y presencialidad, no habríamos considerado como posibles candidatos para colaborar con nosotros.

Desde el punto de vista de nuestros clientes en particular y el sector en general, el número de inversores que realizan transacciones con análisis totalmente on-line se ha incrementado considerablemente, algo que nos beneficia ya que uno de nuestros puntos fuertes es apoyar en esos procesos que podrían llegar a ser incluso de due dilligence transfronterizos.

El equipo está muy centrado en desarrollar un producto con un gran componente de automatización, que garantice la escalabilidad, y en esa línea, estamos incluyendo de forma acelerada tecnologías que anteriormente pensábamos que tardarían años en implantarse. Algunos ejemplos destacables son el uso de la visión artificial para el análisis de vídeo o la implementación de sistemas de PLN (procesamiento de lenguaje natural) para gestión de procesos y extracción de información relevante de bases de datos desestructuradas.

En definitiva, en la medida en la que la Covid ha afectado a nuestros usuarios, nos hemos adaptado a lo que nos han ido pidiendo y enfocamos nuestros próximos pasos con una mirada más global y ambiciosa.

2.1.1 Ingresos familiares

Los ingresos familiares se han visto afectados en mayor medida en la población con empresa y, más específicamente, en las iniciativas consolidadas y en las mujeres.

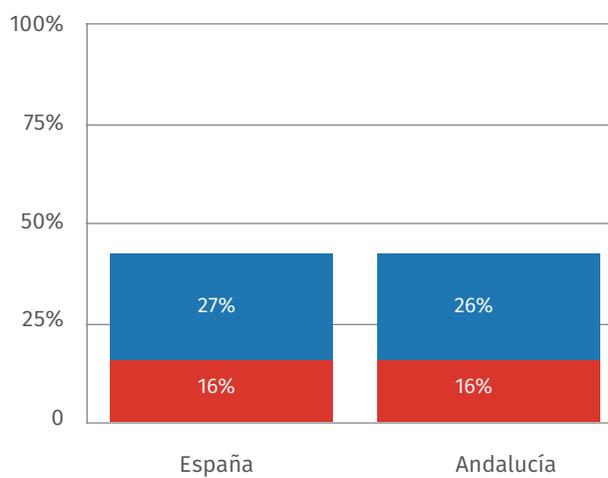


Ingresos familiares

En este apartado se analiza el porcentaje de la población adulta cuyos ingresos familiares se han visto afectados por la pandemia ocasionada por la COVID-19.

El 42,4% de la población ha experimentado una disminución significativo o moderada en sus ingresos familiares en Andalucía. Esta cifra es ligeramente inferior a la de España y menor a la de países como Grecia o Italia.

INGRESOS FAMILIARES -
COMPARATIVA ANDALUCÍA Y
ESPAÑA

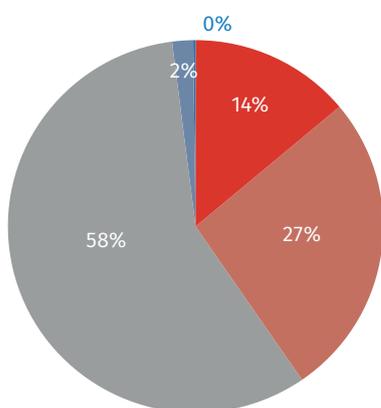


- Disminución significativa
- Disminución moderada

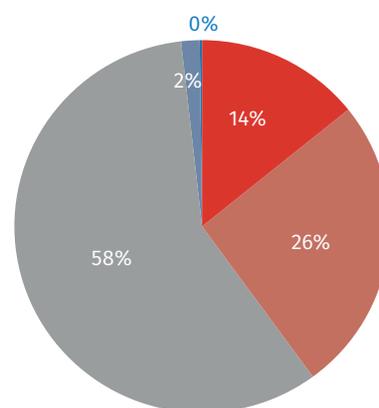
Ingresos familiares. Población sin empresa

La mayor parte de la población sin empresas no sufre cambios sustanciales en sus ingresos ni en Andalucía ni en España. No obstante, se aprecia que la disminución afecta ligeramente más a las mujeres, estas diferencias son más altas en Andalucía.

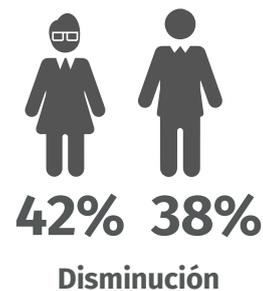
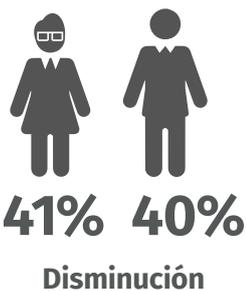
INGRESOS FAMILIARES
POBLACIÓN SIN EMPRESA
ESPAÑA



INGRESOS FAMILIARES
POBLACIÓN SIN EMPRESA
ANDALUCÍA



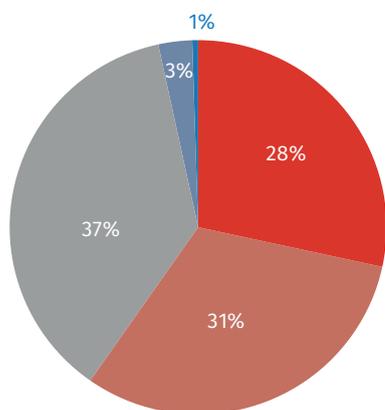
- Una disminución significativa
- Sin cambios sustanciales
- Un aumento significativo
- Una disminución moderada
- Un aumento moderado



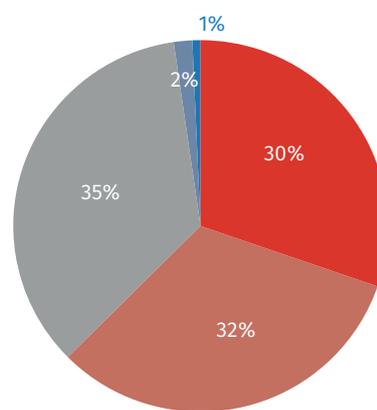
Ingresos familiares. Población con empresa

El impacto sobre la población que tiene una empresa ha tenido efectos más negativos afectando a la mayor parte del colectivo. El 62% ha tenido una disminución significativa (30%) o moderada (32%), porcentajes ligeramente superiores a los de España. En el análisis por sexos de la población con empresa se observa que las mujeres sufren más el impacto negativo y que ese impacto es mayor en Andalucía que en España.

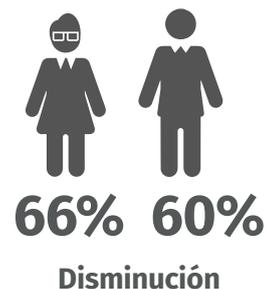
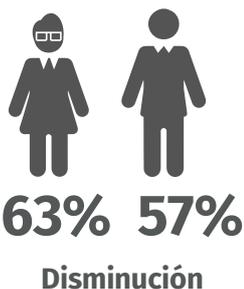
**INGRESOS FAMILIARES
POBLACIÓN CON EMPRESA
ESPAÑA**



**INGRESOS FAMILIARES
POBLACIÓN CON EMPRESA
ANDALUCÍA**

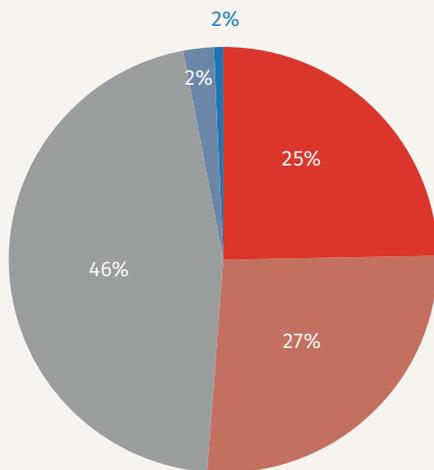


- Una disminución significativa
- Sin cambios sustanciales
- Un aumento significativo
- Una disminución moderada
- Un aumento moderado

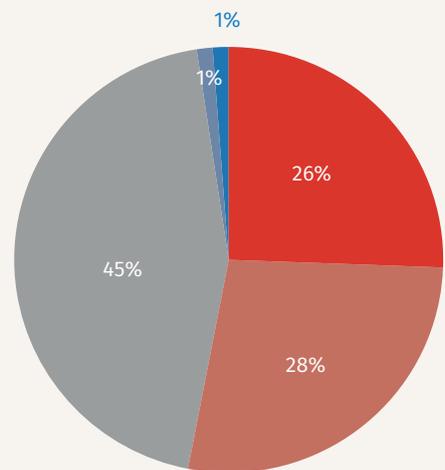


Ingresos familiares. Población con empresa de hasta 3,5 años

INGRESOS FAMILIARES –
POBLACIÓN CON EMPRESA
DE HASTA 3,5 AÑOS - ESPAÑA



INGRESOS FAMILIARES –
POBLACIÓN CON EMPRESA
DE HASTA 3,5 AÑOS -
ANDALUCÍA

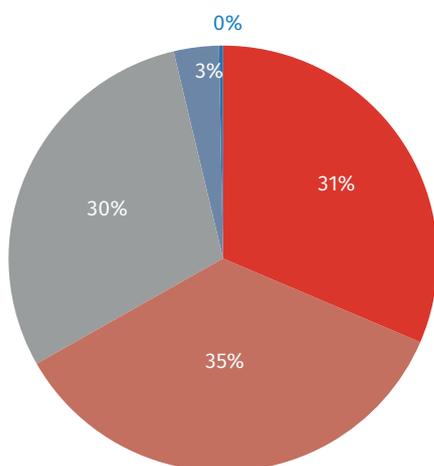


- Una disminución significativa
- Sin cambios sustanciales
- Un aumento significativo
- Una disminución moderada
- Un aumento moderado

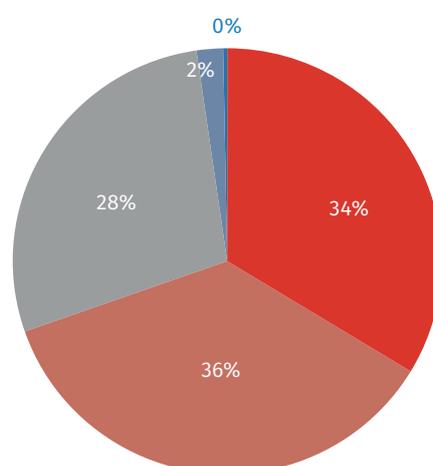
Ingresos familiares. Población con empresa de más de 3,5 años

Este efecto ha sido mucho mayor (el 70%) en Andalucía en las personas que tiene empresas con actividad de más de 3,5 años que en las que tienen menos de 3,5 años (54%) y más alto que en España (el 66% y 52% respectivamente).

INGRESOS FAMILIARES –
POBLACIÓN CON EMPRESA
DE MÁS DE 3,5 AÑOS -
ESPAÑA



INGRESOS FAMILIARES –
POBLACIÓN CON EMPRESA
DE MÁS DE 3,5 AÑOS -
ANDALUCÍA



- Una disminución significativa
- Sin cambios sustanciales
- Un aumento significativo
- Una disminución moderada
- Un aumento moderado



Raquel Serrano Lledó

FIIXIT ORTHOTIC LAB, S.L

Alhaurín de la Torre, 2016

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Para mí ser emprendedora es tener un sueño y dejarlo todo por cumplirlo. Consiste en tener constancia, para conseguir unos hitos reales en pequeños plazos de tiempo, con el único fin de llegar a cumplir el sueño inicial.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en tu negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

La COVID-19 impactó en FIIXIT como una bomba de destrucción masiva, acabábamos de lanzar el producto más revolucionario en nuestro sector, instalar un punto de producción 3D dentro de la propia ortopedia. Y justo cuando empezábamos nuestra labor comercial por hospitales y centros de ortopedia llegó la cuarentena. Para nosotros fue un portazo en las narices, pero como siempre que se cierra una puerta se abre una ventana, creamos #ayudas sanitarios.

Descubrimos que nuestros ortopedas, que son centros sanitarios y debían permanecer abiertos, no disponían de ningún tipo de protección ante la COVID-19, por lo que dirigimos todas nuestras fuerzas, nuestros equipos y materiales a fabricar mascarillas y viseras.

Como las solicitudes se dispararon y nuestra producción no era suficiente, conseguimos reunir a más de 300 makers, personas que disponían de impresoras 3D en su casa y que nos facilitaron su tiempo, mate-

riales y dedicación para cubrir la multitud de solicitudes recibidas.

Gracias a donantes anónimos pudimos recolectar 200 kilos de material que distribuimos entre nuestros makers, 3.000 metros de elásticos para poder terminar las mascarillas, 2.000 acetatos para las viseras y realizamos 400 envíos. Protegimos a 453 ortopedas, 416 auxiliares de geriatría, 77 farmacéuticos, 587 bomberos y policías y 1467 sanitarios.

Una vez finalizada la cuarentena y con la vuelta a la "normalidad" nuestro sector fue uno de los tantos que se vio realmente afectado. La mayoría de ortopedias habían agotado los ERTES o habían tenido que despedir a su plantilla, la situación era bastante complicada. Decidimos innovar en nuestro modelo de negocio y darle una vuelta a la manera de comercializar nuestro producto, con el fin de facilitarles la oportunidad de transformar digitalmente su ortopedia a nuestros clientes. ¡Y lo conseguimos! A día de hoy contamos con 10 ortopedias que disponen de un punto de producción por impresión 3D FIIXIT en sus instalaciones.

Como emprendedora ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Emprender es como una montaña rusa, unas veces estás arriba y otras abajo, lo importante es saber disfrutar del camino. La pandemia nos ha enseñado a disfrutar de los pequeños momentos, que antes, nos parecían insignificantes.

2.1.2 Modelos de referencia

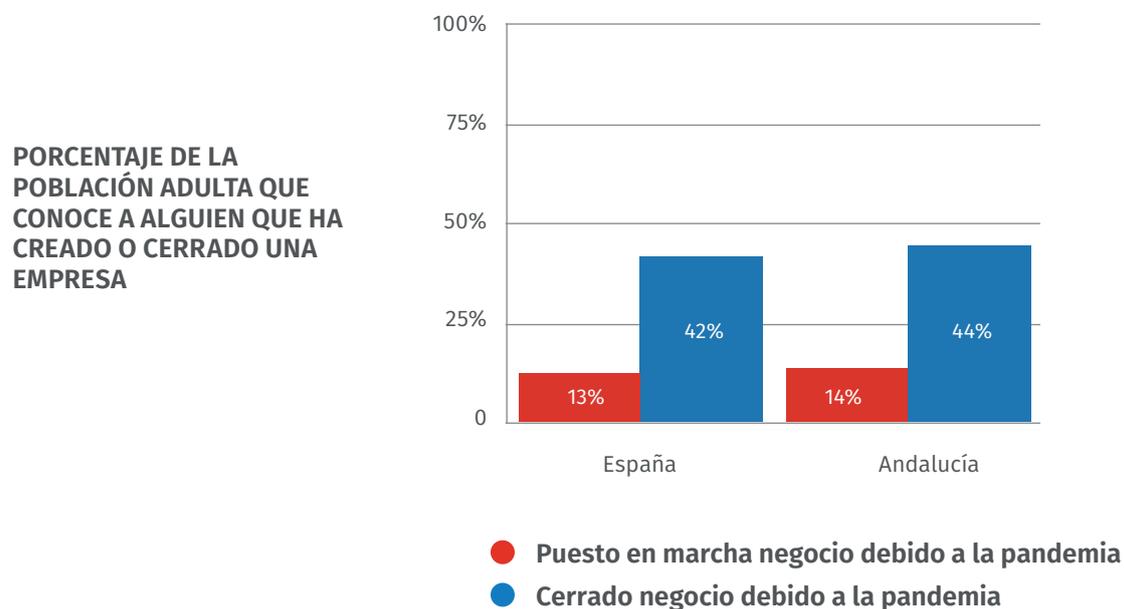
La pandemia ha afectado de manera negativa a la dinámica de creación y al cierre de empresas. El porcentaje de la población con y sin empresa que conoce a alguien que ha cerrado su empresa es mayor que el porcentaje que conoce a personas que han iniciado una iniciativa emprendedora.

La comparativa territorial pone de relieve que Andalucía es uno de los territorios en los que un mayor porcentaje de emprendedores manifiesta conocer a alguien que ha cerrado su empresa como consecuencia de la COVID-19.



Población que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa

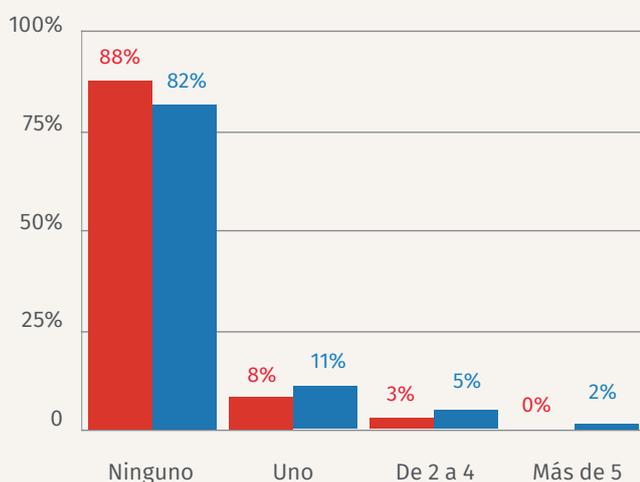
En Andalucía las percepciones de cierres de empresas por la población son superiores que en España. Pero también es ligeramente superior el porcentaje de personas que dicen conocer a alguien que ha creado una empresa.



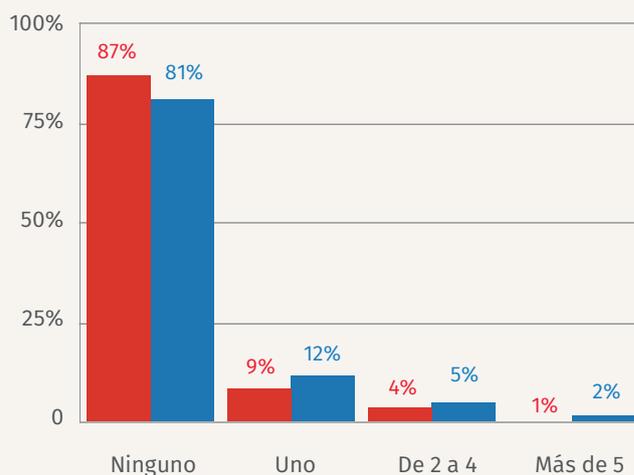
Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha creado una empresa

No hay diferencias significativas en el porcentaje de personas que conocen casos de creación de empresas entre los dos territorios.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON O SIN EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CREADO UNA EMPRESA ESPAÑA



PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON O SIN EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CREADO UNA EMPRESA ANDALUCÍA

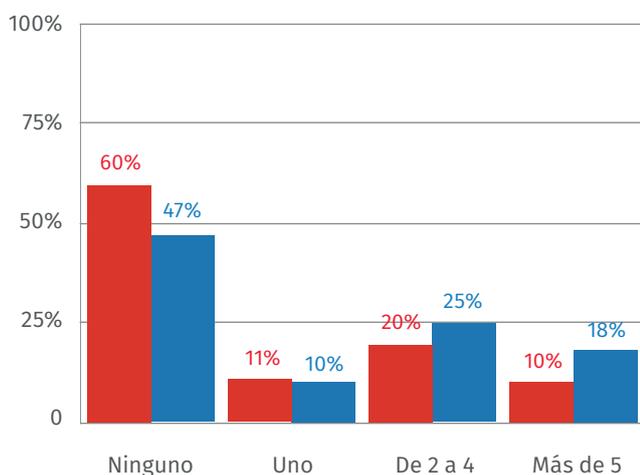


- Población sin empresa
- Población con empresa

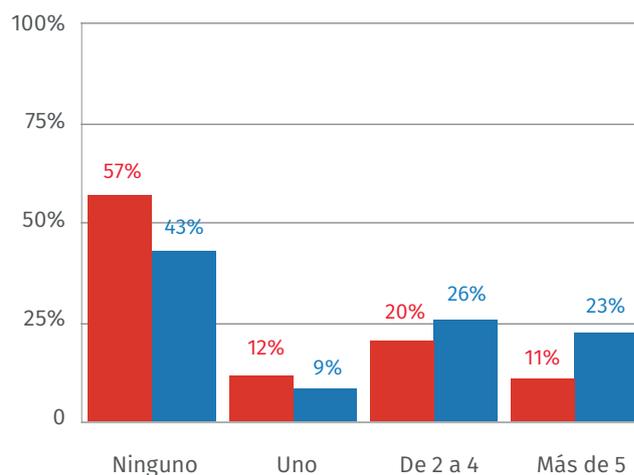
Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha cerrado una empresa

La población con o sin empresas se muestra ligeramente más pesimista en Andalucía que en España, es más alto el porcentaje de personas que detectan más número de cierres. Ese pesimismo es ligeramente superior en el caso de las mujeres que perciben más casos de cierres.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON O SIN EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CERRADO UNA EMPRESA
ESPAÑA



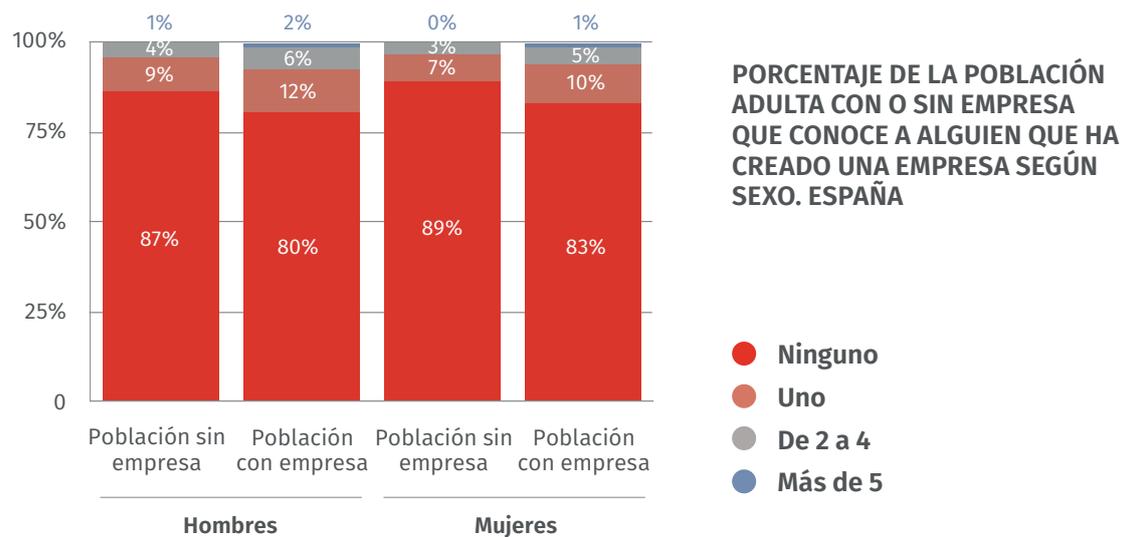
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON O SIN EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CERRADO UNA EMPRESA
ANDALUCÍA



- Población sin empresa
- Población con empresa

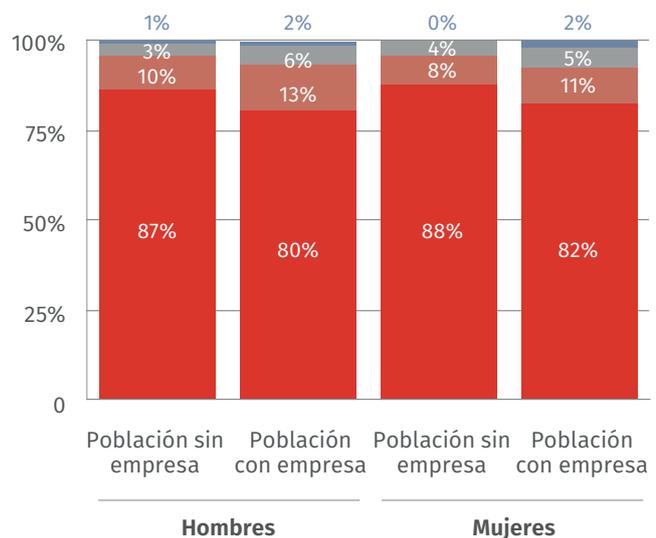
Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha creado una empresa. Comparativa por sexo

No hay diferencias significativas en el porcentaje de personas que conocen casos de creación de empresas entre los dos territorios.



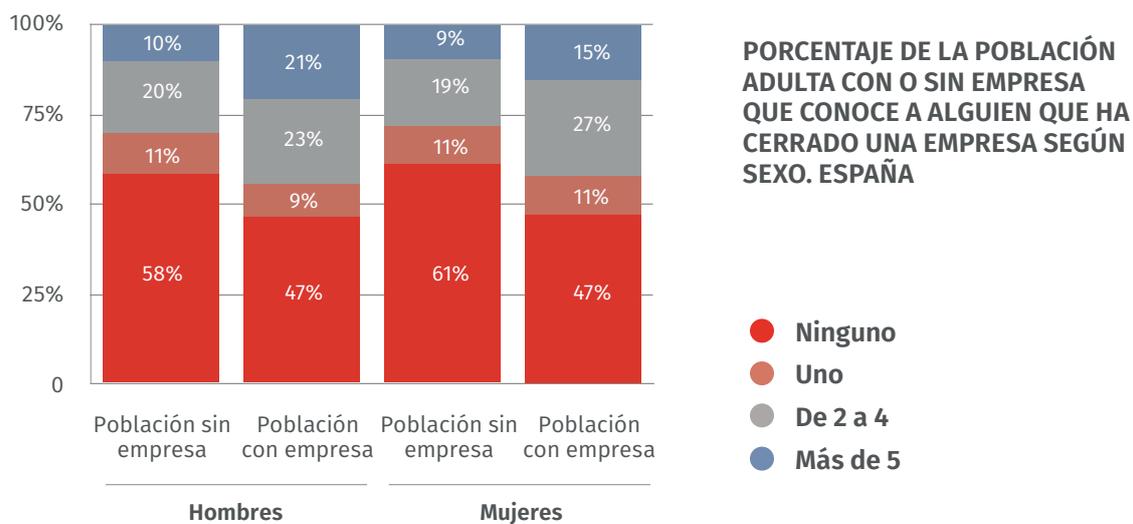
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON O SIN EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CREADO UNA EMPRESA SEGÚN SEXO. ANDALUCÍA

- Ninguno
- Uno
- De 2 a 4
- Más de 5



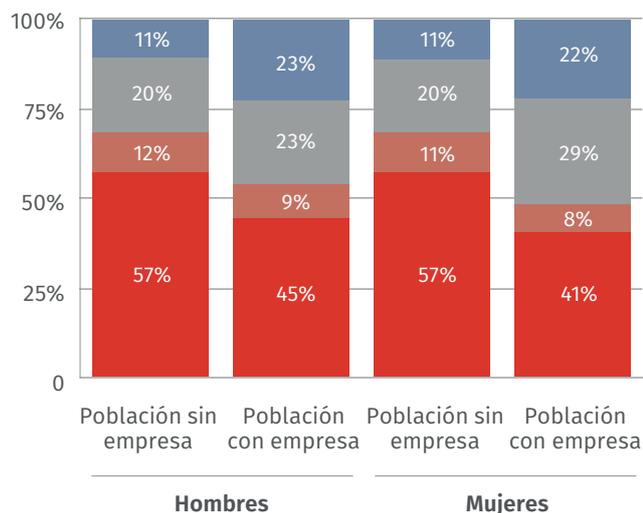
Población con o sin empresa que conoce a alguien que ha cerrado una empresa. Comparativa por sexo

La población con o sin empresas se muestra ligeramente más pesimista en Andalucía que en España, es más alto el porcentaje de personas que detectan más número de cierres. Ese pesimismo es ligeramente superior en el caso de las mujeres que perciben más casos de cierres.



PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON O SIN EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CERRADO UNA EMPRESA SEGÚN SEXO. ANDALUCÍA

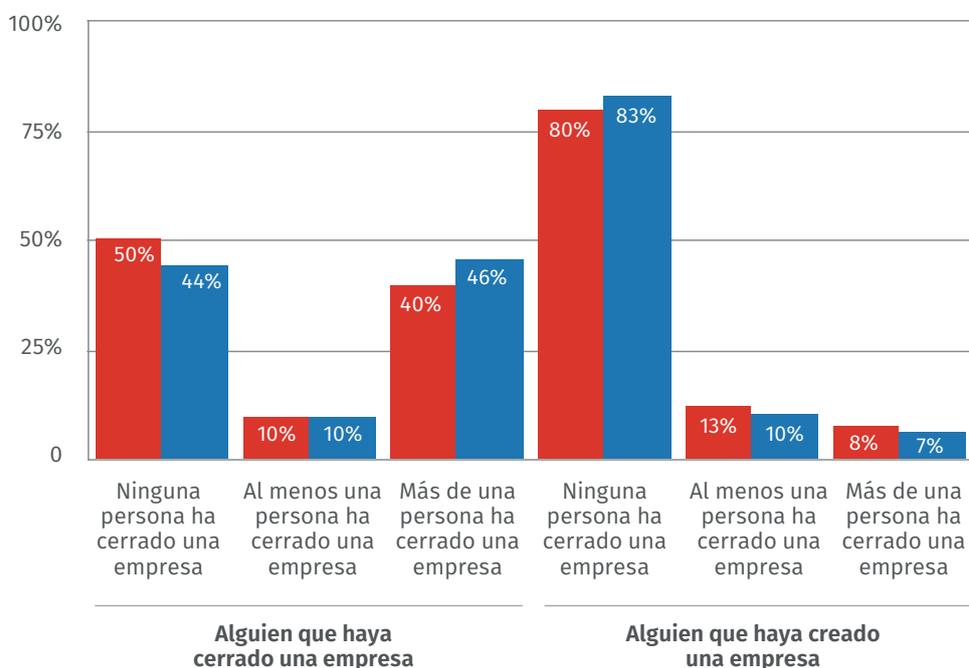
- Ninguno
- Uno
- De 2 a 4
- Más de 5



Población con empresa que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa

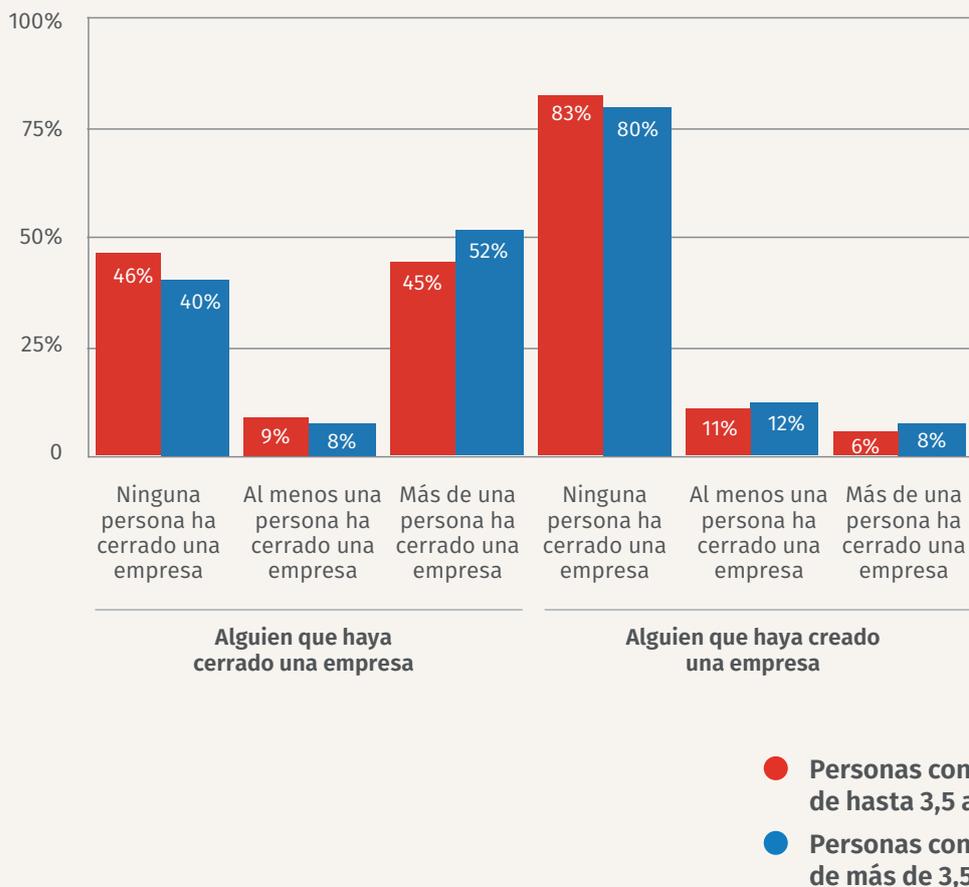
En el contexto internacional y nacional, el resultado de las percepciones de creación y cierres de empresas es más bien pesimista. La percepción generalizada, también en Andalucía, es que la pandemia afecta de manera negativa a la dinámica de creación de empresas.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CREADO O CERRADO UNA EMPRESA. ESPAÑA



- Personas con empresas de hasta 3,5 años
- Personas con empresas de más de 3,5 años

**PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON
EMPRESA QUE CONOCE A ALGUIEN QUE HA CREADO O
CERRADO UNA EMPRESA. ANDALUCÍA**

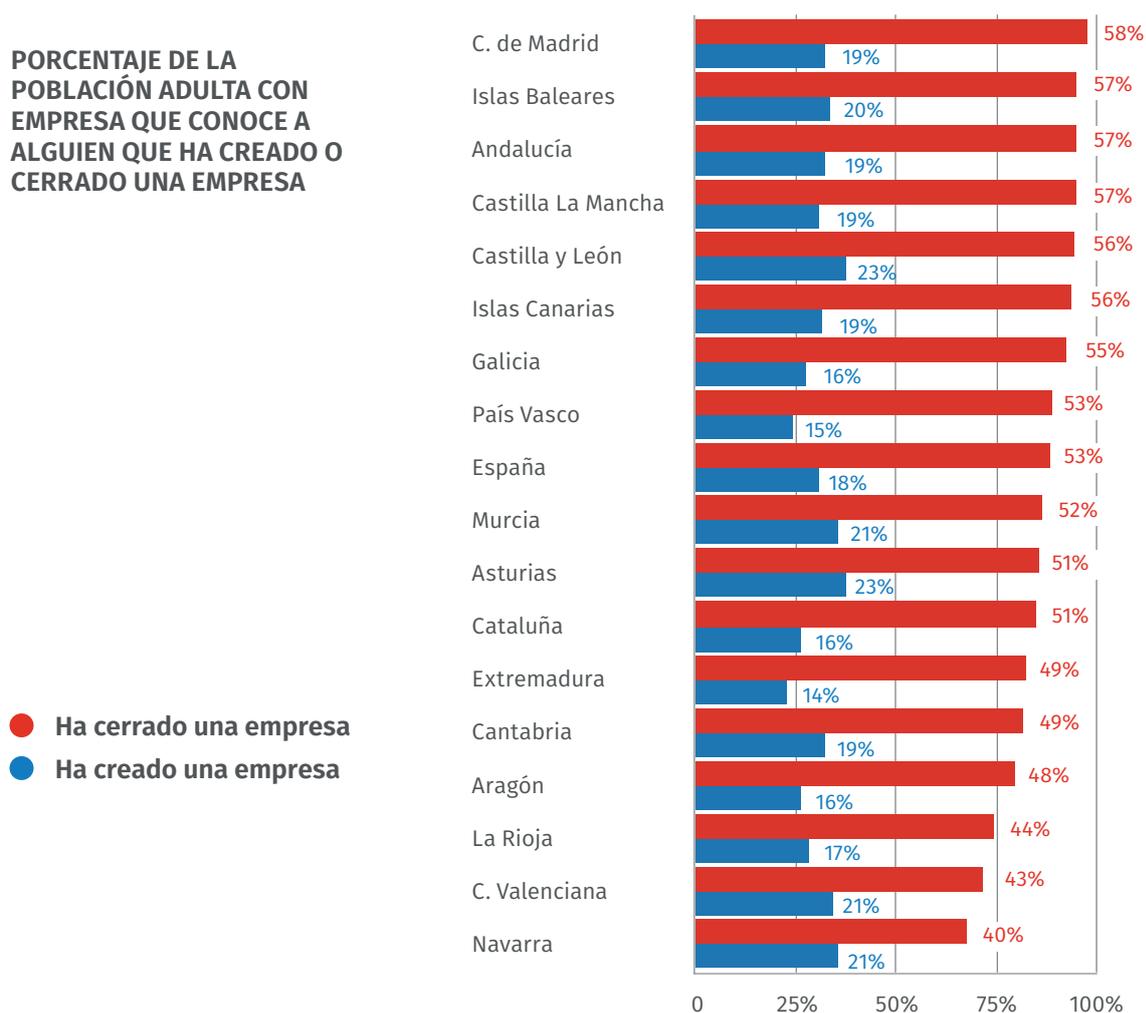


Es también interesante señalar que la población que conoce a alguien que ha creado una o más empresas es ligeramente más alta en Andalucía que en España y superior entre los empresarios con empresas de más de 3,5 años (el 20% en Andalucía y el 17% en España). Se sitúa en términos muy parecidos a los valores de otras comunidades.

Población con empresa que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa. Comparativa por Comunidades Autónomas

La población que conoce a una o más personas que ha cerrado una empresa es cuatro puntos superior en Andalucía entre las personas con empresas que en España. Esta percepción negativa solo es superada por la Comunidad de Madrid.

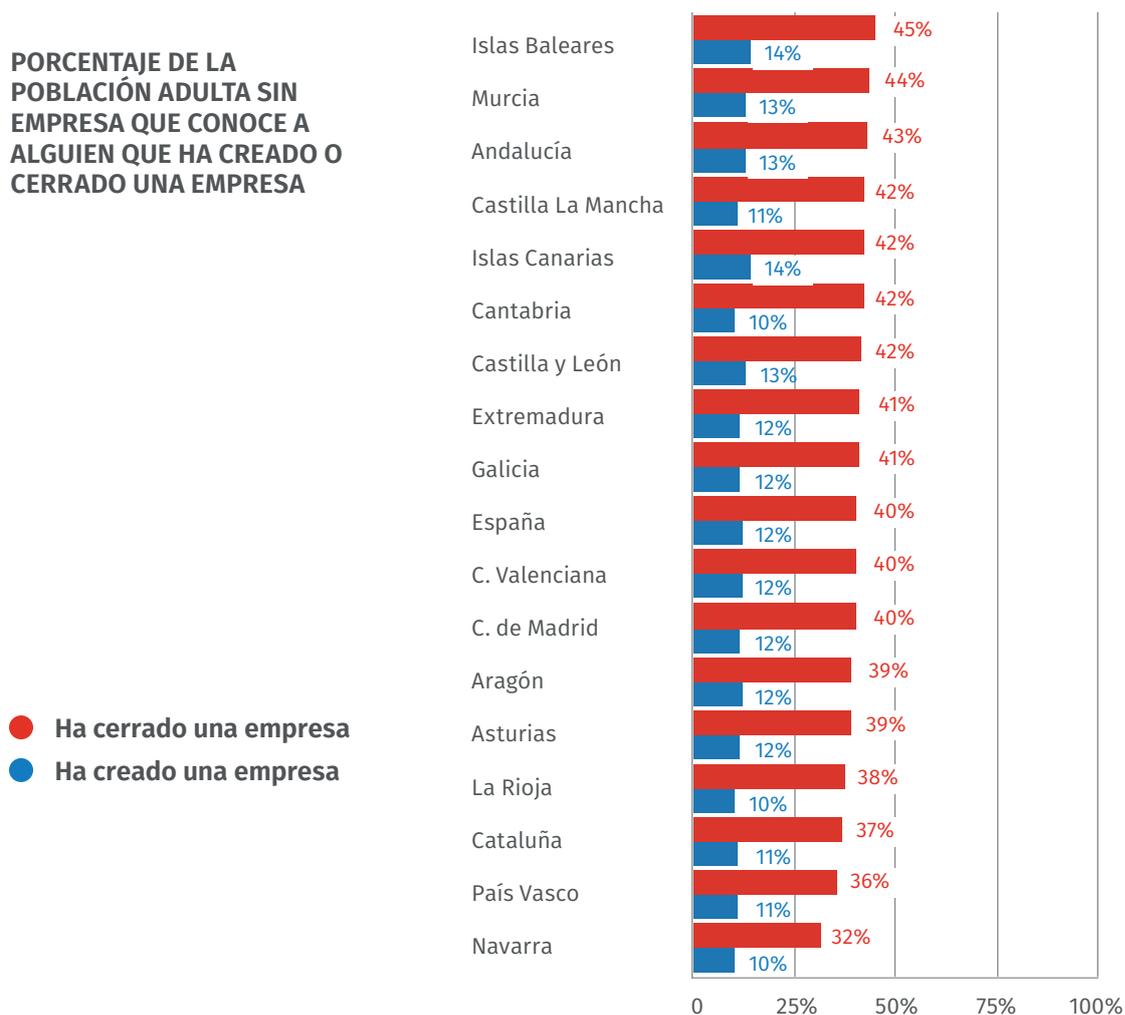
Al igual que sucede en España esta percepción es ligeramente superior entre las personas con empresas de más de 3,5 años de antigüedad.



Población sin empresa que conoce a alguien que ha creado o cerrado una empresa. Comparativa por Comunidades Autónomas

La población que conoce a una o más personas que ha cerrado una empresa es cuatro puntos superior en Andalucía entre las personas con empresas que en España. Esta percepción negativa solo es superada por la Comunidad de Madrid.

Al igual que sucede en España esta percepción es ligeramente superior entre las personas con empresas de más de 3,5 años de antigüedad.





**Víctor F. Muñoz Martínez,
Carlos Pérez del Pulgar Mancebo,
Ignacio Díaz de Tuesta Revilla y
Antonio Santiago Ángel Morales**

ANDALUCÍA RESPIRA

Málaga, 2020

Proyecto de empresa, actualmente en pre-incubación, surgida al comienzo de la pandemia por la necesidad de ventiladores mecánicos en los hospitales. Se diseñaron y construyeron 300 ventiladores mecánicos robustos y de bajo coste en apenas un mes.

¿Qué significa para vosotros ser emprendedor?

Cerrar un círculo. Nosotros, profesionalmente, nos hemos dedicado a crear conocimiento y transferirlo a empresas. Es una zona confortable para los que somos académicos, pero otra cuestión resulta manejarlo hasta el final y llegar al mercado. Es mucho más apasionante y gratificador.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en tu negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

La situación de pandemia fue nuestro detonante. Antes de ello, no se nos pasaba por la cabeza ser emprendedor, aunque dos de los promotores de este proyecto ya lo habían sido.

A medida que, en aquella carrera contrarreloj, desarrollábamos el prototipo del ventilador mecánico Andalucía Respira intuíamos sus posibilidades de ventilador mecánico de bajo coste y robusto con mercado en países más desfavorecidos. Nuestra idea se concreta en su fabricación en destino combinando en el proyecto de empresa el producto, el desarrollo del software, y la formación.

Ahora, pasadas las restricciones de suministro acontecidas durante la pandemia, hemos logrado evolucionar el ventilador Andalucía Respira manteniendo el mismo coste y simplicidad de fabricación, pero con las prestaciones de ventiladores ya consolidados en el mercado.

Nuestro plan consiste ahora en que este nuevo prototipo base los ensayos relativos a las normativas aplicables para alcanzar el mercado CE. Para ello, participaremos en convocatorias de innovación del Sistema Andaluz de Salud y los fondos NEOTEC del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI). En este tránsito, el apoyo de la Universidad e Málaga e IBIMA resulta fundamental.

Como emprendedores ¿cuál es la lección más importante que habéis aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Pensamos que los productos tecnológicos orientados a la salud deben ser complejos y complicados por naturaleza. Hemos aprendido la labor de identificar el funcionamiento primordial que deben tener y simplificarlos para, que, cumpliendo la función encomendada, resulten más accesibles.

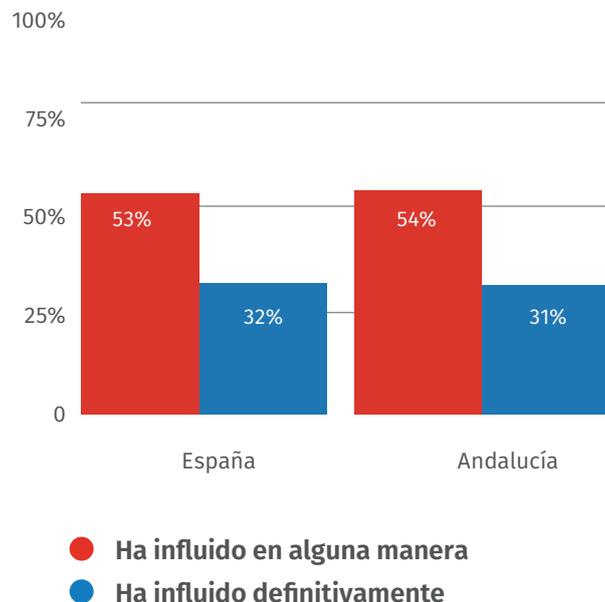
2.1.3 Intenciones de emprender nuevos negocios

El impacto de la COVID-19 en las decisiones de emprender, en términos generales, es similar en Andalucía y España. Sin embargo, la comparativa por sexo revela que, en la población sin empresa, el impacto de la pandemia en las intenciones de emprender del colectivo masculino andaluz es significativamente superior al femenino. En sentido contrario, el análisis de la población con empresa pone de manifiesto que el efecto significativo en las intenciones de emprender es más acusado para las emprendedoras andaluzas.

Impacto en las intenciones de emprender en la población total

El impacto en las intenciones de emprender de la pandemia ha sido similar en Andalucía y España. Alrededor de la mitad de la población en general declara que ha influido en alguna manera y un tercio, aproximadamente, que lo ha hecho definitivamente.

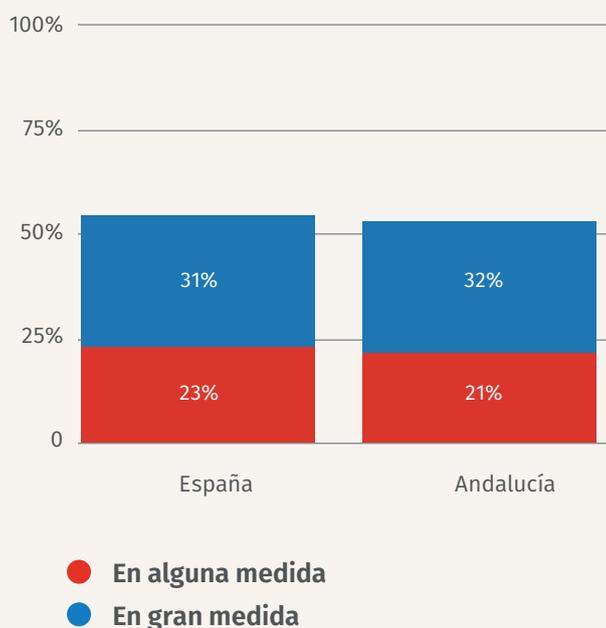
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON POTENCIAL EMPRENDEDOR, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19



Impacto en las intenciones de emprender en la población con potencial emprendedor

El impacto en las personas con potencial emprendedor, es decir que expresaban su intención de crear una empresa a tres años vista, supera a la mitad de este colectivo y afecta de manera similar a Andalucía y a España.

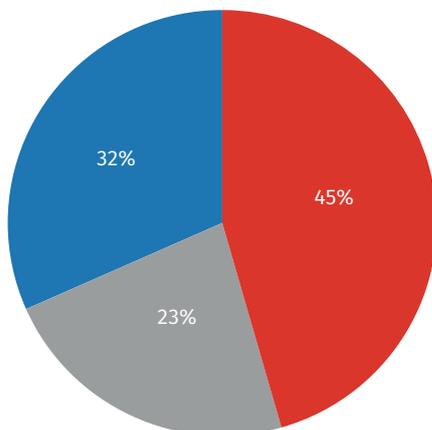
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON POTENCIAL EMPRENDEDOR, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19



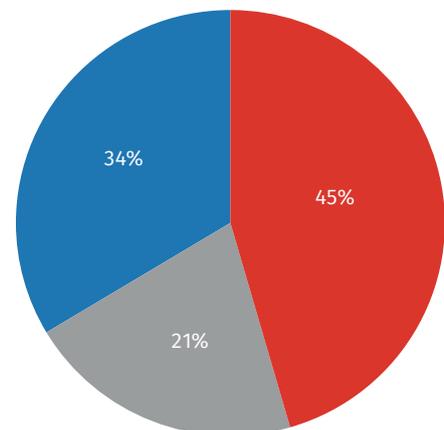
Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras

El impacto en la población sin empresa es muy parecido en Andalucía y España.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA SIN EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19 ESPAÑA



PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA SIN EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19 ANDALUCÍA

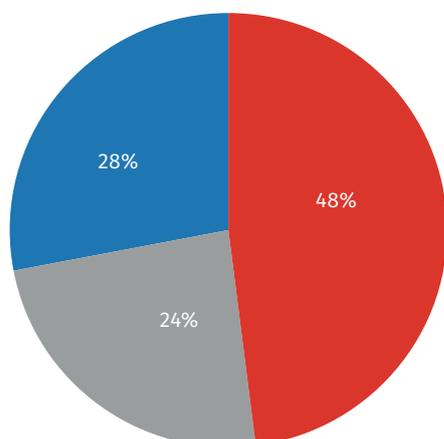


- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

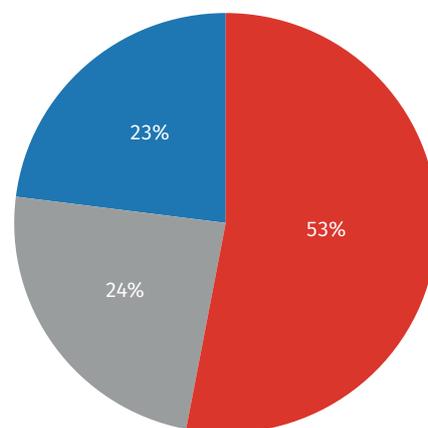
Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras

El impacto definitivo en las intenciones de emprender de la población con empresas en Andalucía es menor (23%) y mayor entre los que declaran que no ha influido (53%).

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19 ESPAÑA



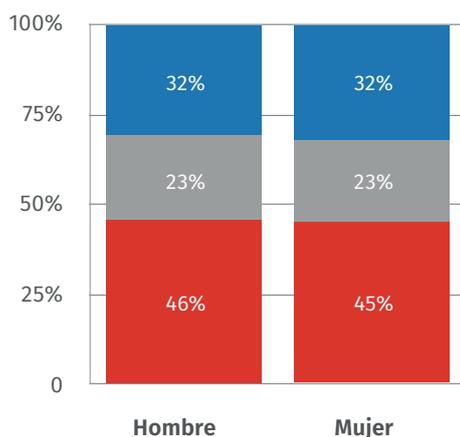
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19 ANDALUCÍA



- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por sexo

Mientras que en España la pandemia afecta de manera similar a las intenciones de emprender de hombres y mujeres de la población sin empresa, en Andalucía se observan algunas diferencias. Es menor en 7 puntos el porcentaje de mujeres que perciben que ha influido definitivamente en las intenciones y, paralelamente, mayor el porcentaje (5 puntos) de las que perciben que no ha influido en las intenciones.

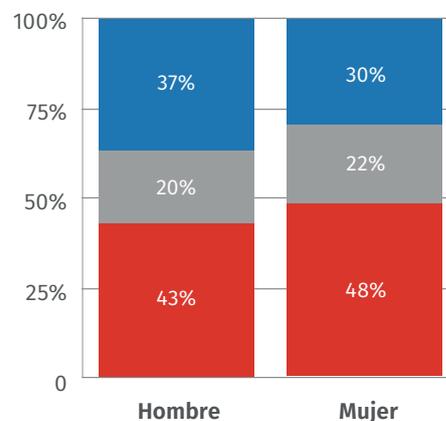


PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA SIN EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ESPAÑA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

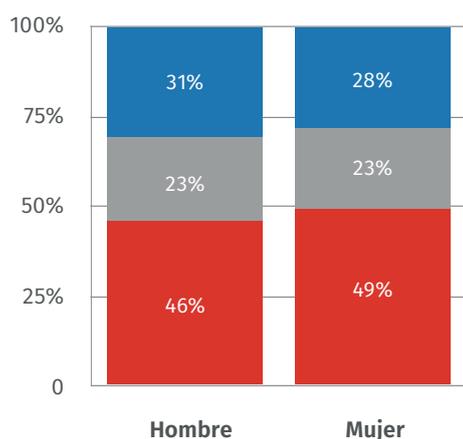
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA SIN EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ANDALUCÍA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente



Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por sexo

En Andalucía la población con empresa presenta diferencias más acentuadas en las intencionalidades entre hombres y mujeres que en España. El 44% de las mujeres dice que no ha influido la pandemia (el 59% los hombres), el 28% que ha influido de alguna manera (frente al 21%) y el 28% que lo ha hecho definitivamente (21% en los hombres).

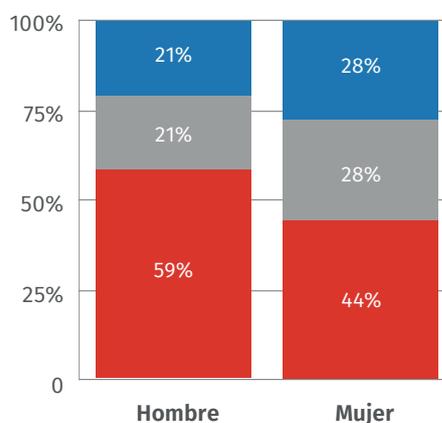


PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ESPAÑA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

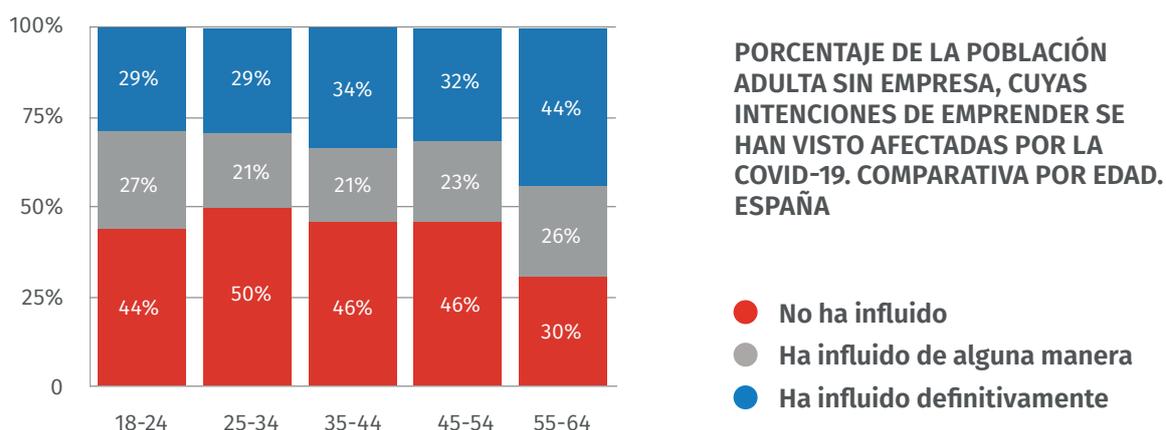
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ANDALUCÍA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente



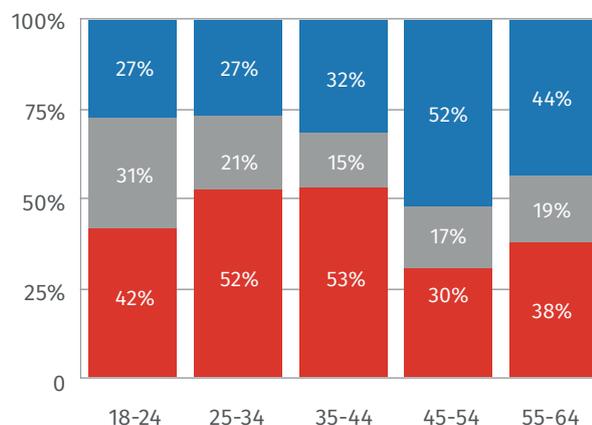
Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por edad

En la población sin empresa, las intenciones se ven más afectadas definitivamente principalmente en los tramos de más edad. Este patrón se acentúa en Andalucía entre los mayores de 45 años que presenta fuertes diferencias con España.



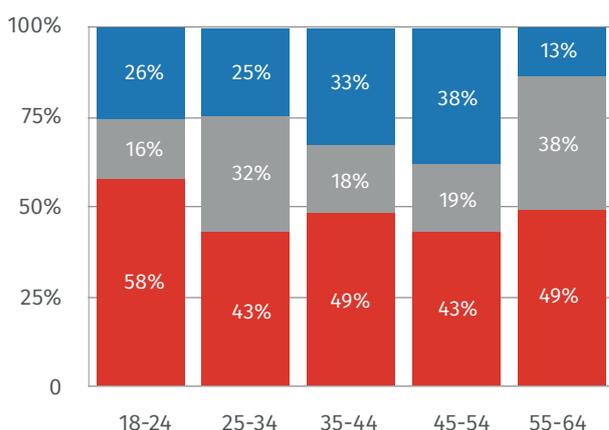
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA SIN EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ANDALUCÍA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente



Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por edad

En la población con empresa el tramo de edad de 35 a 54 años es en el que influye definitivamente más la pandemia en sus intenciones de emprender. Esta pauta en Andalucía se intensifica en el tramo de 35 a 44 años.

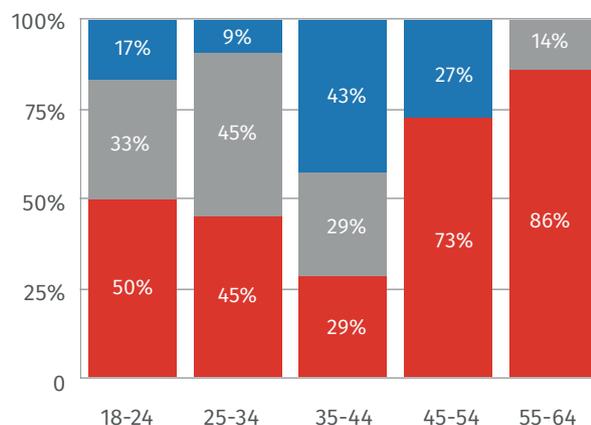


PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ESPAÑA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

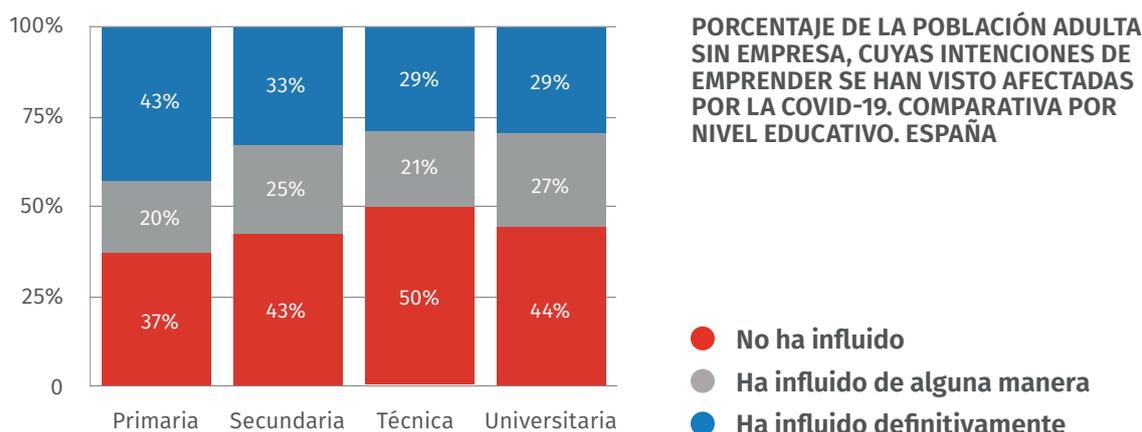
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ANDALUCÍA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente



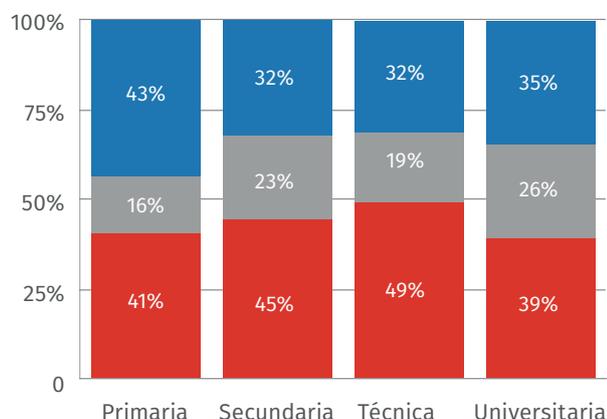
Población sin empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por nivel educativo

En la población sin empresa, las intenciones se ven más afectadas definitivamente principalmente en los tramos de más edad. Este patrón se acentúa en Andalucía entre los mayores de 45 años que presenta fuertes diferencias con España.



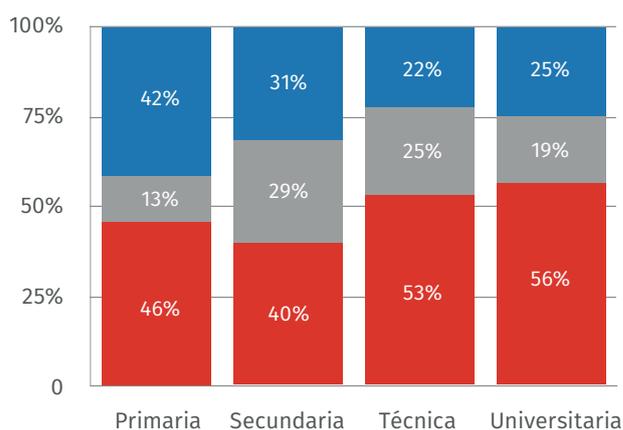
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA SIN EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR NIVEL EDUCATIVO. ANDALUCÍA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente



Población con empresa. En qué medida la COVID-19 ha detonado intenciones emprendedoras. Comparativa por nivel educativo

En la población con empresa el tramo de edad de 35 a 54 años es en el que influye definitivamente más la pandemia en sus intenciones de emprender. Esta pauta en Andalucía se intensifica en el tramo de 35 a 44 años.

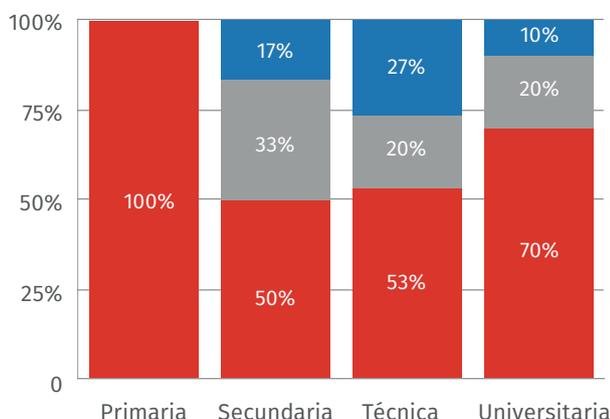


PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR NIVEL EDUCATIVO. ESPAÑA

- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESA, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. COMPARATIVA POR NIVEL EDUCATIVO. ANDALUCÍA

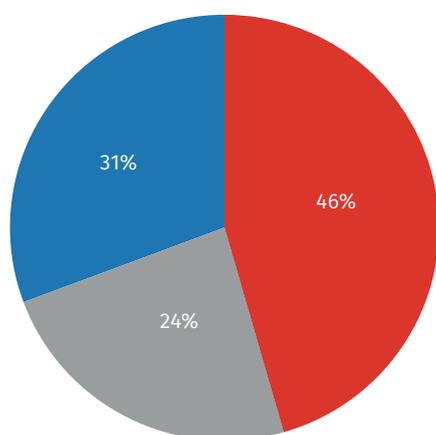
- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente



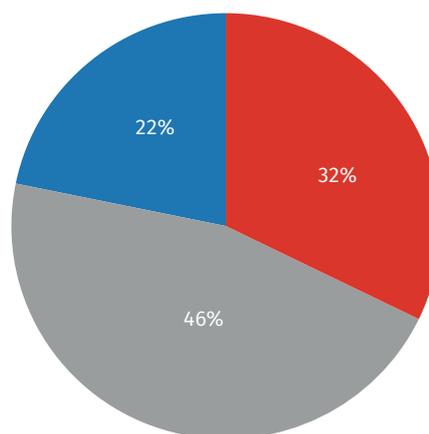
Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por sectores esenciales

La influencia es mayor en los sectores esenciales en Andalucía que en España, se ven afectados más de trece puntos porcentuales.

PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS EN SECTORES ESENCIALES, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ESPAÑA



PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS EN SECTORES ESENCIALES, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ANDALUCÍA

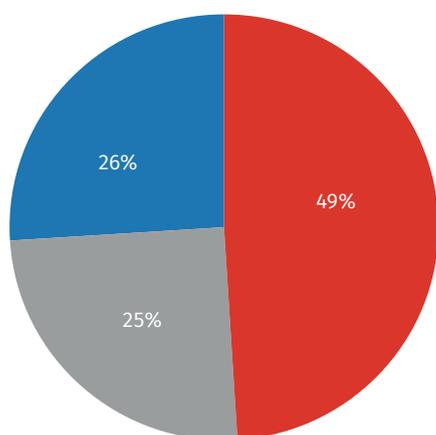


- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

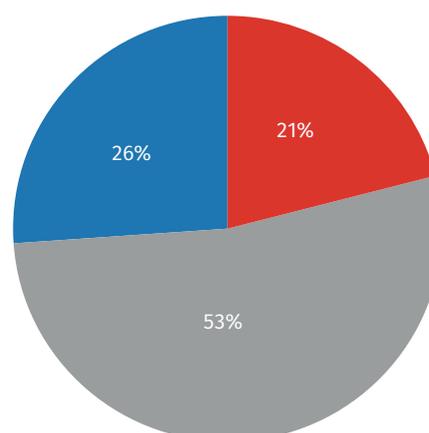
Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por sectores no esenciales

En los sectores no esenciales la pandemia afecta al 79% de la población con empresas en Andalucía. Supera ampliamente el impacto que ha tenido en España.

PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS EN SECTORES ESENCIALES, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ESPAÑA



PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS EN SECTORES ESENCIALES, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ANDALUCÍA

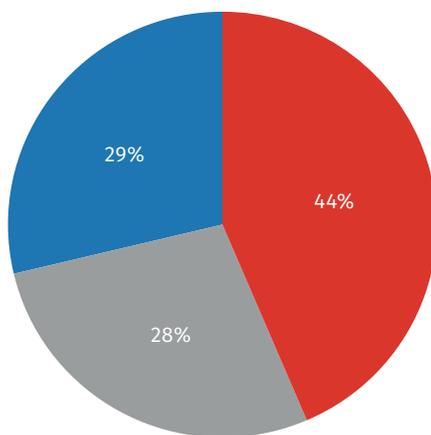


- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

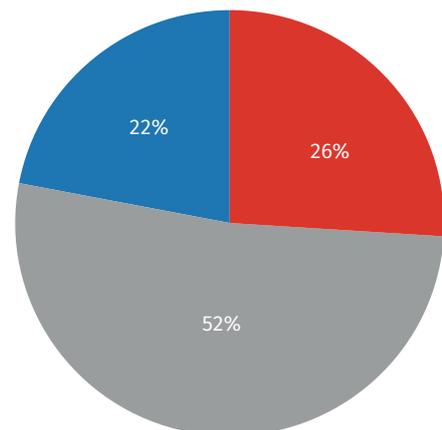
Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por edad de la empresa

El 74% de la población con empresas nuevas o nacientes, de hasta 3,5 años, ven afectadas sus intenciones emprendedoras. Este impacto es bastante más alto que el que se observa en España (57%).

PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS DE HASTA 3,5 AÑOS, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ESPAÑA



PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS DE HASTA 3,5 AÑOS, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ANDALUCÍA

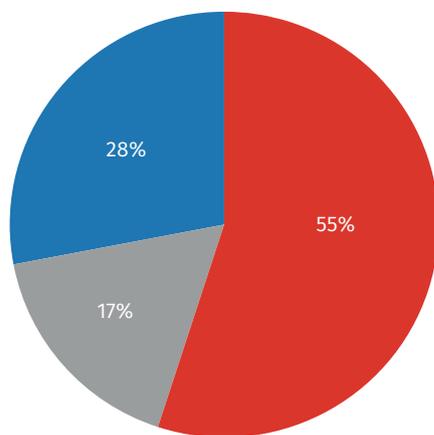


- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

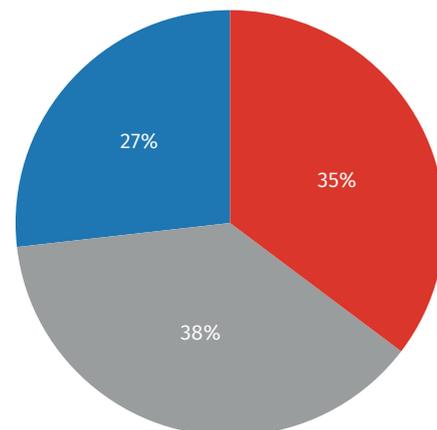
Impacto en las intenciones de emprender. Población con empresa por edad de la empresa

El efecto de un impacto superior al de España en Andalucía también se observa en la población con empresas consolidadas (de más de 3,5 años). El 65% denota que ha influido definitivamente o de alguna manera, el España este porcentaje es del 45%.

PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS DE MÁS DE 3,5 AÑOS, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ESPAÑA



PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA CON EMPRESAS DE MÁS DE 3,5 AÑOS, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS POR LA COVID-19. ANDALUCÍA

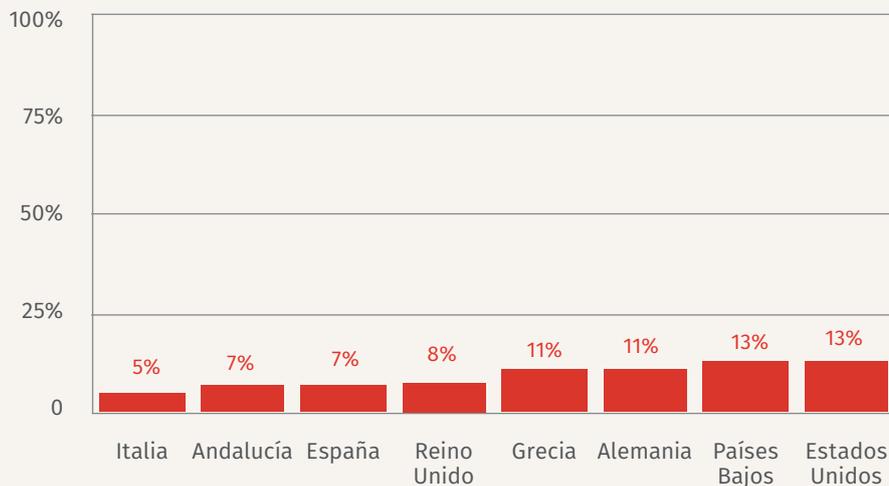


- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente

Población con intención a emprender en los próximos 3 años

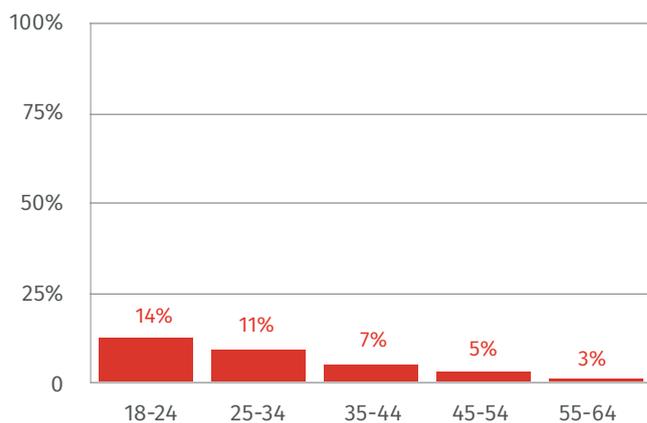
El marco de percepciones en las intencionalidades de emprender en el que se produce los impacto de la COVID-19 es similar en Andalucía que en España pero muy distante del de otros países de nuestro entorno socioeconómico.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA CON INTENCIÓN DE EMPRESNDER EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS



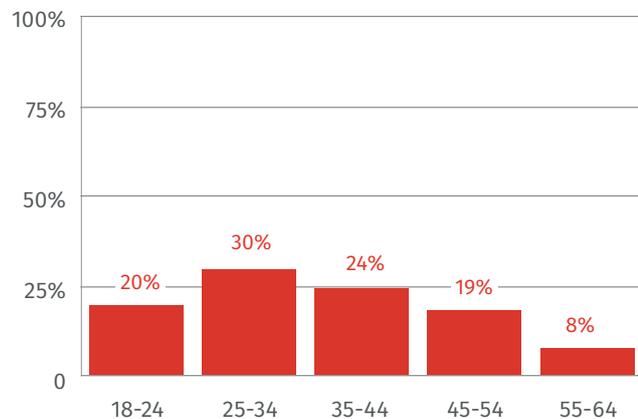
Perfil de la persona que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Por edad

Las intencionalidades de emprender se distribuyen de manera diferente por edades en Andalucía y España. La máxima concentración en la región se observa en el tramo de 25 a 34 años.



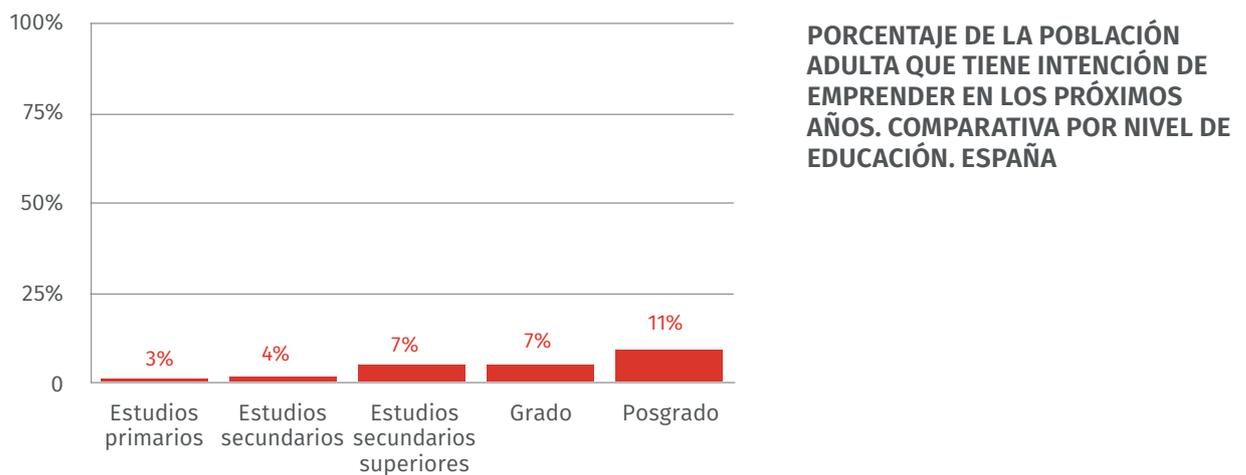
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE TIENE INTENCIÓN DE EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS AÑOS. COMPARATIVA POR EDAD. ESPAÑA

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE TIENE INTENCIÓN DE EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS AÑOS. COMPARATIVA POR EDAD. ANDALUCÍA

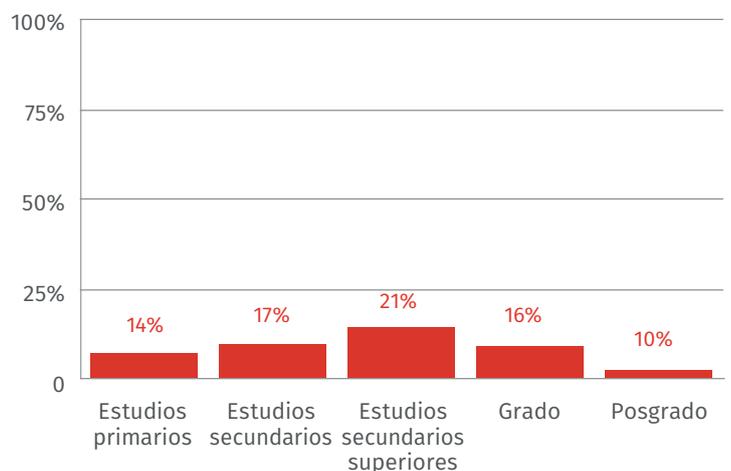


Perfil de la persona que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Por nivel de estudios

Las diferencias en las intenciones por edades entre España y Andalucía se concentran en los tramos de personas con estudios primarios, secundarios y secundarios superiores.



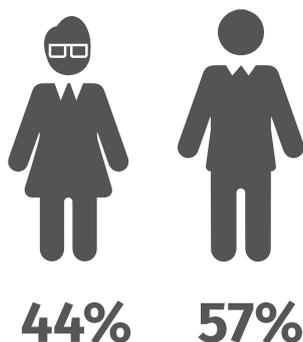
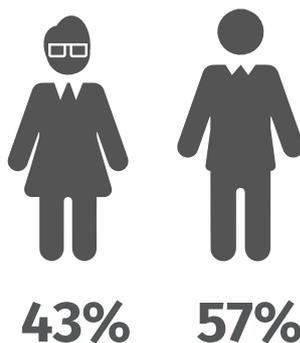
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE TIENE INTENCIÓN DE EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS AÑOS. COMPARATIVA POR NIVEL DE EDUCACIÓN. ANDALUCÍA



Perfil de la persona que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Por sexo

La prevalencia de las intenciones emprendedoras de los hombre se mantienen en los dos escenarios territoriales. La brecha es similar también.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE TIENE INTENCIÓN DE EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS AÑOS. COMPARATIVA POR SEXO. ESPAÑA

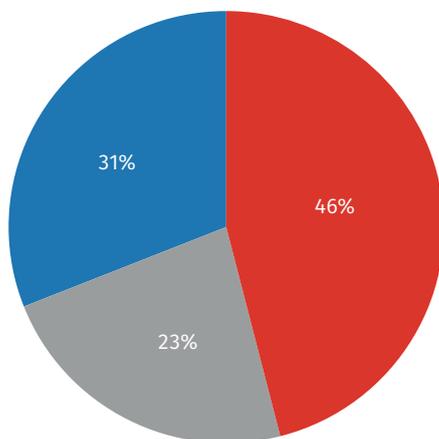


PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE TIENE INTENCIÓN DE EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS AÑOS. COMPARATIVA POR SEXO. ANDALUCÍA

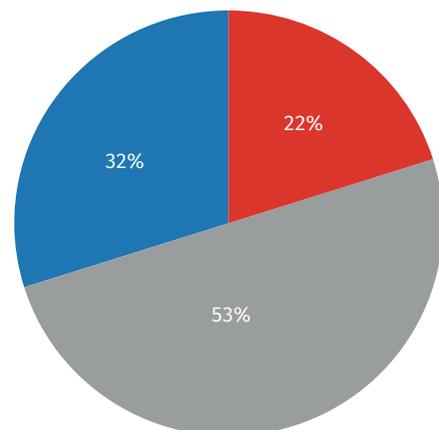
Población que tiene intención de emprender en los próximos 3 años. Impacto de la COVID-19

La afectación en Andalucía es mayor que en España. En más de treinta puntos porcentuales la población andaluza percibe que ha influido definitivamente o de alguna manera.

PORCENTAJE DE LOS EMPRENDEDORES POTENCIALES, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS A RAÍZ DE LA COVID-19. ESPAÑA



PORCENTAJE DE LOS EMPRENDEDORES POTENCIALES, CUYAS INTENCIONES DE EMPRENDER SE HAN VISTO AFECTADAS A RAÍZ DE LA COVID-19. ANDALUCÍA



- No ha influido
- Ha influido de alguna manera
- Ha influido definitivamente



Percepciones de la población total y los emprendedores potenciales. España

En general las percepciones de los emprendedores potenciales en España es más propensa a ser más positiva en relación a las conductas relacionadas con el espíritu empresarial.

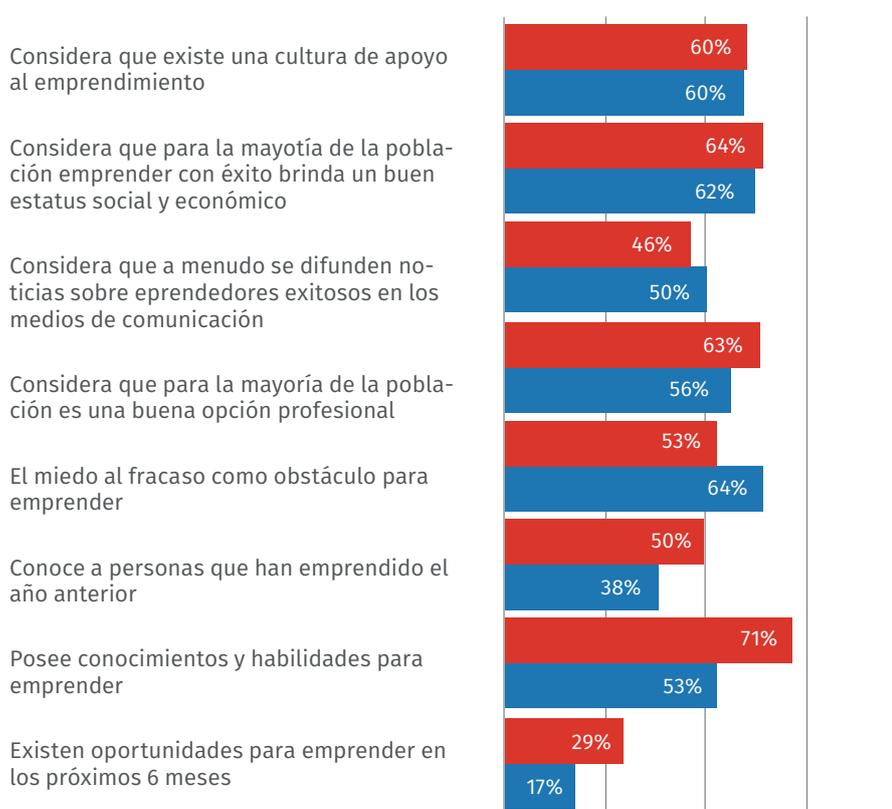
PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN TOTAL Y LOS EMPRENDEDORES POEETNCIALES. ESPAÑA



Percepciones de la población total y los emprendedores potenciales. Andalucía

En general las percepciones de los emprendedores potenciales en Andalucía también es más propensa al ser positiva en relación a las conductas relacionadas con el espíritu empresarial. No obstante, la intensidad medida en porcentaje de población es menor que la de España.

PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN TOTAL Y LOS EMPRENDEDORES POTENCIALES. ANDALUCÍA



● Emprendedores potenciales
● Población total



2. Visión de la población

2.2. Impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora

- 2.2.1. Dificultad para la creación de empresa
- 2.2.2. Oportunidades de negocio generadas
- 2.2.3. Expectativas de crecimiento y diversificación de la actividad
- 2.2.4. Valoración de la respuesta de la administración
- 2.2.5. Tipología de actividad de las empresas creadas: esencial vs. No esencial



Rubén Mancera Arcos

CONSULTOR GROWTH MARKETING

Jaén, 2021

Rubén Mancera es un emprendedor que trabaja con diferentes empresas como asesor desde 2020 a las cuales ayuda a alcanzar sus resultados. El Growth Hacking es su elemento. Pensar fuera de la caja para conseguir el crecimiento de las empresas al mínimo coste es para lo que (profesionalmente) ha nacido y ahora puede elegir los proyectos y las personas con las que quiere trabajar.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Emprender es fácil y simple, mantener viva y hacer funcionar una empresa es lo difícil. Emprender depende de ti, la segunda parte tiene muchas más variables y no todas está a tu alcance el controlarlas.

Emprender es cuando estás en ese punto que no te puedes permitir contratar al que te gustaría y tienes que hacer tú la mayoría de los trabajos. Esto es bueno, porque es tu empresa, debes saber hasta como se hacen los cafés, debes poder saber ayudar a cualquiera o en cualquier área, aunque en el futuro ese departamento lo lleve un especialista.

Emprender tiene un punto de valentía, oportunidad, creatividad, conocimiento, apoyo, actitud, etc. y otro de tomar las precauciones necesarias para sobrevivir a las tormentas y créeme, llegarán esas tormentas de una forma o de otra. Para mí un buen CEO, además de dirigir la empresa, debe ser un líder gestionando los momentos críticos y las personas a los que afecta, ya sean empleados, colaboradores, proveedores, clientes o tu propia familia.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en tu negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

Es un hecho que, en mi sector, casi todas las empresas hemos crecido porque "lo digital" se ha hecho casi imprescindible. Pero para mí ha supuesto tam-

bién una reflexión en el orden de las prioridades: personas (internas y clientes), producto y beneficio. Por eso me he involucrado más en comunidades donde podría ayudar como profesional y sin buscarlo, el ayudar de forma desinteresada terminaba con más clientes.

Como emprendedor ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Me quedo con tres principalmente:

1. Que no hay reglas precisas para dirigir una empresa, cada momento es único, las personas que están en él también y las mismas decisiones pueden no valer para todo tipo de empresas. Ni siquiera para la misma en diferentes momentos.
2. Que los resultados pueden llegar después de mucho tiempo, pero nunca los verás si abandonas.
3. Que todo es más fácil si ofreces/ayudas/das primero. Durante la pandemia, no recuerdo ya ni la de consultorías que regalé para ayudar a negocios que lo estaban pasando mal. Realmente sin buscar a cambio nada más que ayudar, pero al final, directa o indirectamente, de ahí vinieron más adelante muchos de los clientes que me contrataron después

2.2.1

Dificultad para la creación de empresa

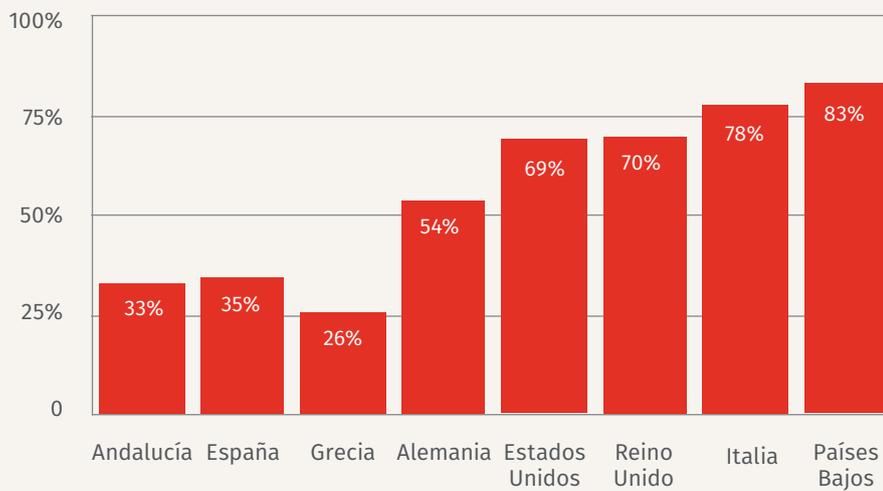
La pandemia se ha convertido en una nueva e importante barrera para la creación de nuevas empresas. En el 2020, solamente una de cada tres personas españolas consideraba que durante la crisis el lanzamiento de un negocio resultaba sencillo. En otros países (salvo en Grecia) se percibía una mayor facilidad para la creación de una empresa.

En Andalucía esta percepción de facilidad era ligeramente inferior a la de España.

Facilidad para lanzar un negocio

El porcentaje de personas que perciben facilidades para crear un negocio es ligeramente menor en Andalucía que en España.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE CONSIDERA QUE ES FÁCIL CREAR UN NEGOCIO EN SU REGIÓN/PAÍS



Retraso en el proceso de lanzamiento de un negocio a raíz de la COVID-19

PORCENTAJE DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HAN SUFRIDO UN RETRASO EN EL PROCESO DE LANZAMIENTO DE SUS NEGOCIOS A RAÍZ DE LA COVID-19



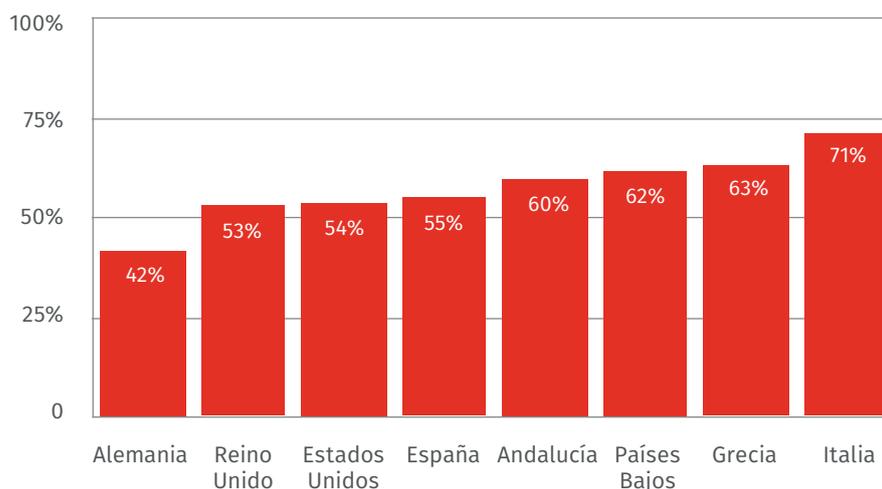
La pandemia ha frenado y pospuesto la actividad de gran parte de los nuevos negocios. Las dificultades ocasionadas por la COVID-19 han frenado el proceso de lanzamiento de un negocio en la mayor parte de los países, y España no es una excepción. En España más de dos tercios de las personas que habían comenzado un negocio vieron como se ralentizaba este proceso. En Andalucía esta proporción fue ligeramente inferior.

Paralización de actividades básicas del negocio por la COVID-19

Muchas empresas han tenido que abandonar algunas actividades para reinventarse. La COVID-19 ha provocado la paralización de las actividades principales de muchas empresas.

En España, más de la mitad (55%) de las personas encuestadas manifestaron que su empresa debió abandonar, al menos, alguna actividad clave de su negocio. En Andalucía el impacto fue mayor, el 60% de los encuestados paralizaron actividades básicas. El impacto fue de cerca de un 70% en Italia y más del 40% en Alemania.

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES QUE HAN VISTO PARALIZADAS ALGUNAS DE LAS ACTIVIDADES DE SUS NEGOCIOS COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19

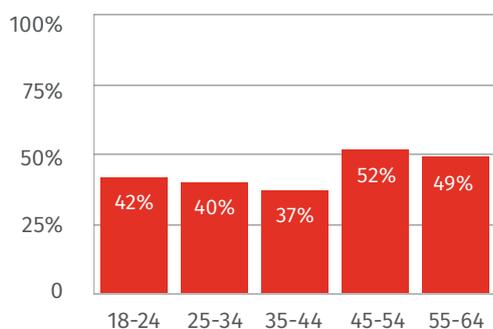


Dificultad para crear un negocio por sexo y edad

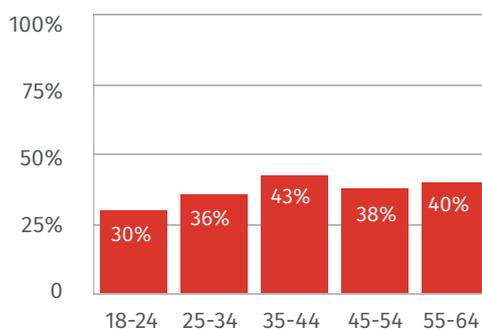
En Andalucía se atenúan las diferencias generadas por la COVID-19 que en España se perciben para emprender en los colectivos que tradicionalmente tienen más barreras (las mujeres y los mayores).

El porcentaje de mujeres que lanzaron un negocio en 2020 y que manifestaron una elevada dificultad para crear una empresa (40%) es superior al porcentaje de los hombres emprendedores que declararon tener serios problemas. No obstante, fue inferior al detectado en España. La mayor percepción de dificultad para emprender en Andalucía se da, a diferencia de España, en la franja de edad de 35 a 44 años.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE CONSIDERA QUE EXISTE UNA ELEVADA DIFICULTAD PARA CREAR UN NEGOCIO. COPARATIVA POR EDAD. ESPAÑA



PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE CONSIDERA QUE EXISTE UNA ELEVADA DIFICULTAD PARA CREAR UN NEGOCIO. COPARATIVA POR EDAD. ANDALUCÍA



43%



46%

PERCEPCIÓN DE ALTA DIFICULTAD PARA CREAR UN NEGOCIO



40%



37%

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE CONSIDERA QUE EXISTE UNA ELEVADA DIFICULTAD PARA CREAR UN NEGOCIO. COMPARATIVA POR SEXO. ESPAÑA

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE CONSIDERA QUE EXISTE UNA ELEVADA DIFICULTAD PARA CREAR UN NEGOCIO. COMPARATIVA POR SEXO. ANDALUCÍA



2.2.2.

Oportunidades de negocio generadas

La pandemia ha hecho fracasar algunas iniciativas emprendedoras, pero también ha generado nuevas oportunidades.

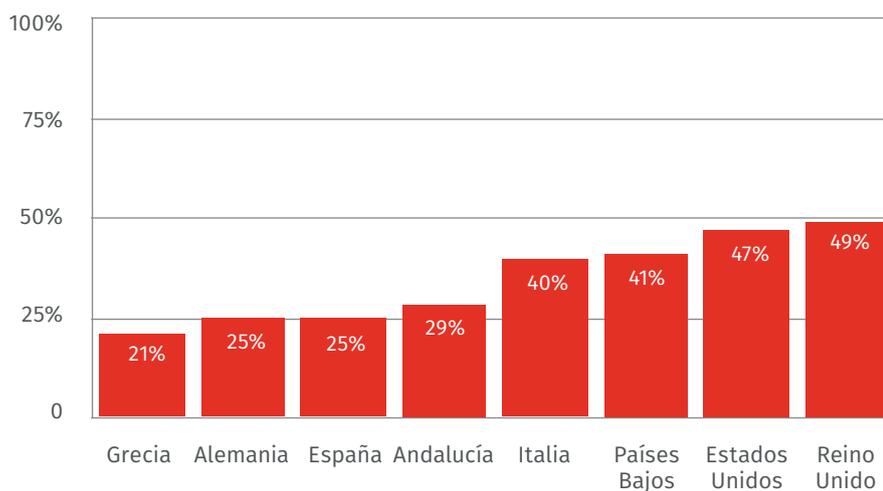
Esa percepción ha sido más moderada en países como Alemania, Grecia y España. En Andalucía, sin embargo, el porcentaje de la población que detecta nuevas oportunidades es superior al de España.

Las oportunidades de negocio a raíz de la COVID-19

Muchas empresas han tenido que abandonar algunas actividades para reinventarse. La COVID-19 ha provocado la paralización de las actividades principales de muchas empresas.

En España, más de la mitad (55%) de las personas encuestadas manifestaron que su empresa debió abandonar, al menos, alguna actividad clave de su negocio. En Andalucía el impacto fue mayor, el 60% de los encuestados paralizaron actividades básicas. El impacto fue de cerca de un 70% en Italia y más del 40% en Alemania.

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HA PERCIBIDO NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO A RAÍZ DE LA COVID-19

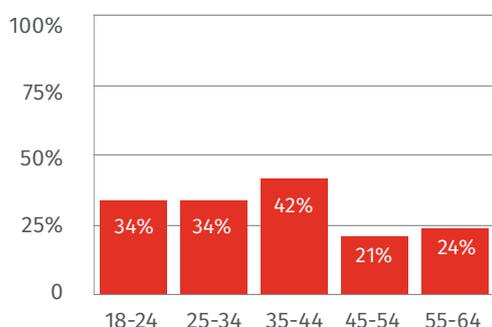


Oportunidades de negocio por sexo y edad

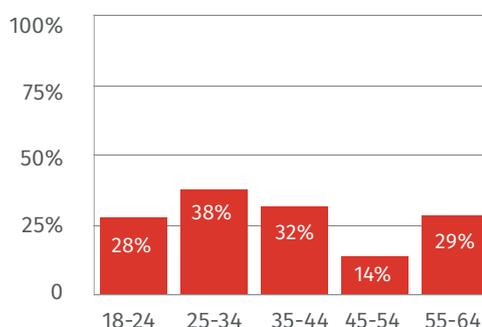
Las oportunidades percibidas son coherentes con las dificultades relacionadas con sexo y edad. Son menos las personas en tramos superiores de edad (45-64 años) que detectan oportunidades, el 43% en Andalucía frente al 45% en España.

La brecha entre los porcentajes de hombres y mujeres que perciben oportunidades son similares en Andalucía y España. Las oportunidades percibidas son coherentes con las dificultades relacionadas con sexo y edad.

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HA PERCIBIDO NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO A RAÍZ DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ESPAÑA



PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HA PERCIBIDO NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO A RAÍZ DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ANDALUCÍA



28%



33%

DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES EN LA PANDEMIA



26%



31%

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HA PERCIBIDO NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO A RAÍZ DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ESPAÑA

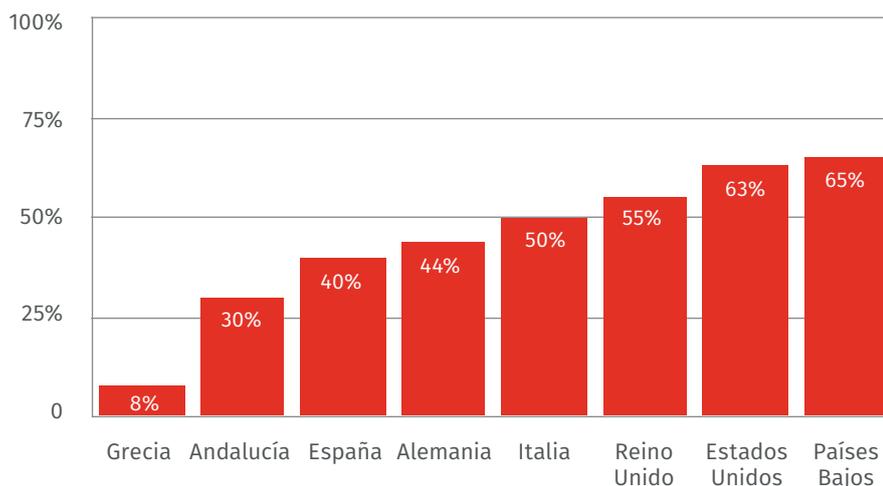
PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HA PERCIBIDO NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO A RAÍZ DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ANDALUCÍA

Emprendimiento corporativo como apuesta de innovación en modelos de negocio a raíz de la COVID-19

El intraemprendimiento ha canalizado la diversificación de muchas empresas hacia otras actividades.

No obstante, esta estrategia ha sido más baja en Andalucía (el 30% de los encuestados afirman que sus empresas la han seguido) que en España (40%). Esos porcentaje están muy alejados de los de EEUU y Países Bajos (por encima de 60%).

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CUYOS NEGOCIOS SE HAN DIVERSIFICADO A RAÍZ DE COVID-19





2.2.3.

Expectativas de crecimiento y diversificación de la actividad

Es esperanzador observar que la mayoría de las personas involucradas en actividades emprendedoras aspira a hacer crecer su negocio durante la recuperación económica.

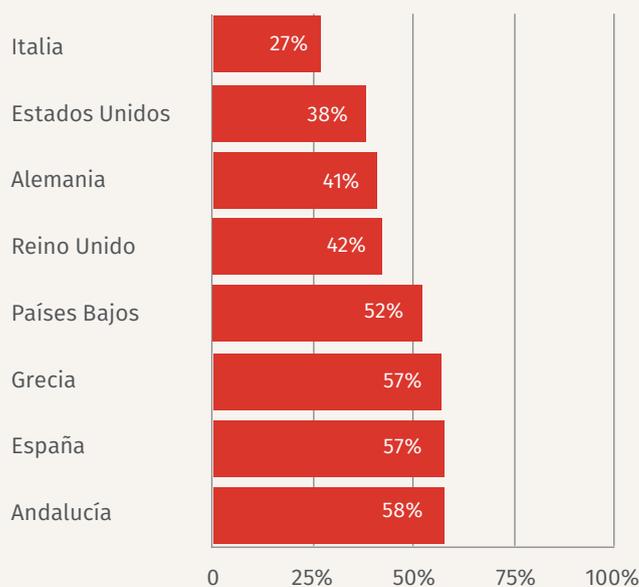
Expectativas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras

Muchas empresas han tenido que abandonar algunas actividades para reinventarse. La COVID-19 ha provocado la paralización de las actividades principales de muchas empresas.

En España, más de la mitad (55%) de las personas encuestadas manifestaron que su empresa debió abandonar, al menos, alguna actividad clave de su negocio. En Andalucía el impacto fue mayor, el 60% de los encuestados paralizaron actividades básicas.

El impacto fue de cerca de un 70% en Italia y más del 40% en Alemania.

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE TIENEN BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19

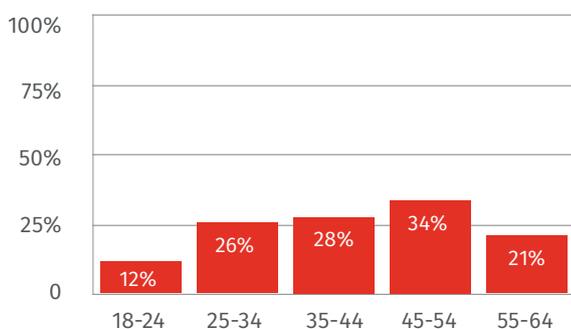


Expectativas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras por edad y sexo

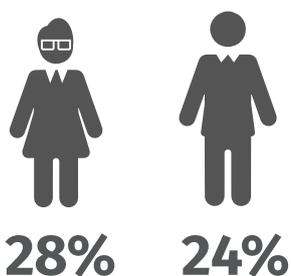
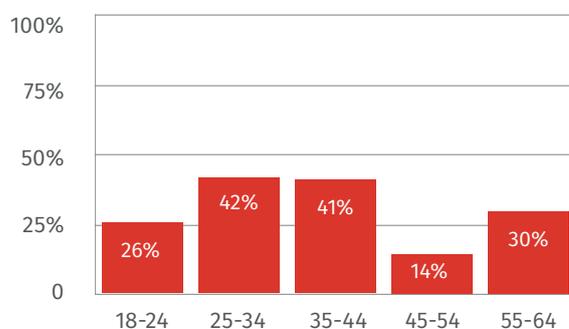
En Andalucía, la ambición por crecer es más débil para el colectivo de mujeres y presenta algunas peculiaridades por tramos de edad. El porcentaje de mujeres que observan muy bajas posibilidades de crecimiento (38%) supera al masculino (29%). Esta brecha de 9 puntos es superior a la de España (4 puntos).

A diferencia con España, el tramo de edad de 25 a 44 años concentra las expectativas más bajas de crecimiento.

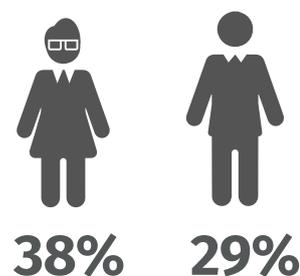
PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE TIENEN BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ESPAÑA



PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE TIENEN BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ANDALUCÍA



BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO



PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE TIENEN BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ESPAÑA

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE TIENEN BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ANDALUCÍA



2.2.4.

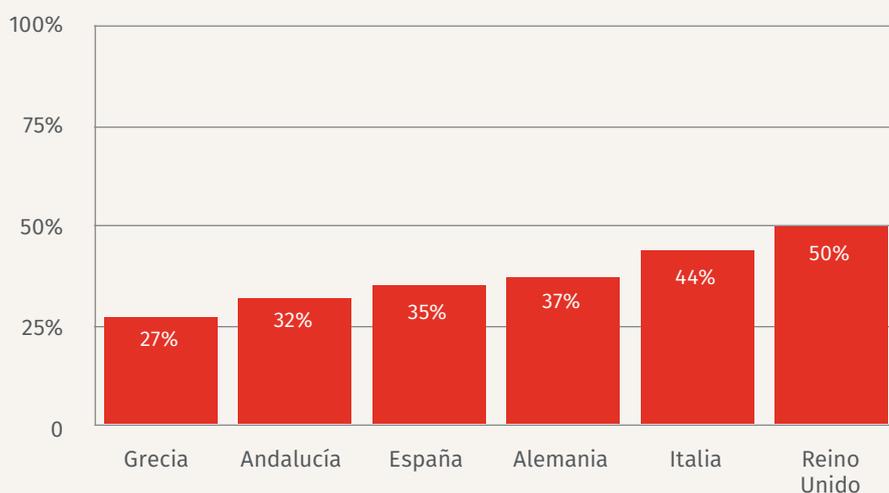
Valoración de la respuesta de la administración central

Dentro de la habitual opinión crítica de la población española, en comparación con otros países, con sus administraciones, unas tres cuartas partes de las personas involucradas en la creación de empresas esperaban más de la gestión de la administración.

Respuesta efectiva de la Administración Central

En Andalucía el 32% consideraba que la respuesta de las instituciones fue efectiva, este porcentaje era superior al de España (27%), cercano al de Italia (35%) y EEUU (37%) y más lejos al de países como Reino Unido (44%) y Grecia (50%).

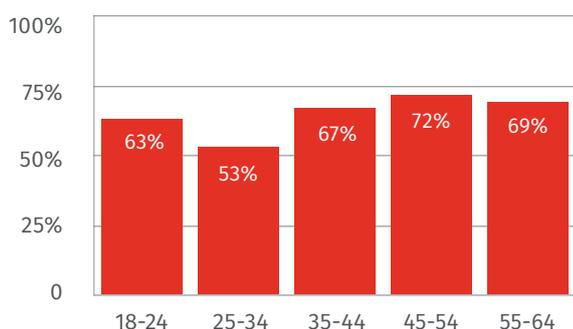
PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE CONSIDERAN QUE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL HA DADO UNA RESPUESTA EFECTIVA A LA COVID-19



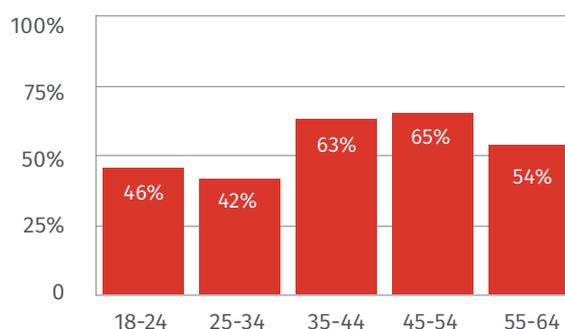
Respuesta efectiva de la Administración Central por sexo y edad

El colectivo de edades entre 35 y 54 años son los más críticos en Andalucía. Las mujeres manifiestan un mayor desacuerdo que los hombres. Esta diferencia se intensifica en Andalucía que presenta una brecha de 11 puntos frente a los 5 de España.

PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE TIENEN BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ESPAÑA



PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES QUE TIENEN BAJAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19. COMPARATIVA POR EDAD. ANDALUCÍA



68%



63%

DESACUERDO CON LAS MEDIDAS DE LA ADMINISTRACIÓN



63%



52%

PORCENTAJE DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HAN DECLARADO SU INCONFORMIDAD CON LA RESPUESTA QUE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL HA DADO A LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ESPAÑA

PORCENTAJE DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HAN DECLARADO SU INCONFORMIDAD CON LA RESPUESTA QUE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL HA DADO A LA COVID-19. COMPARATIVA POR SEXO. ANDALUCÍA



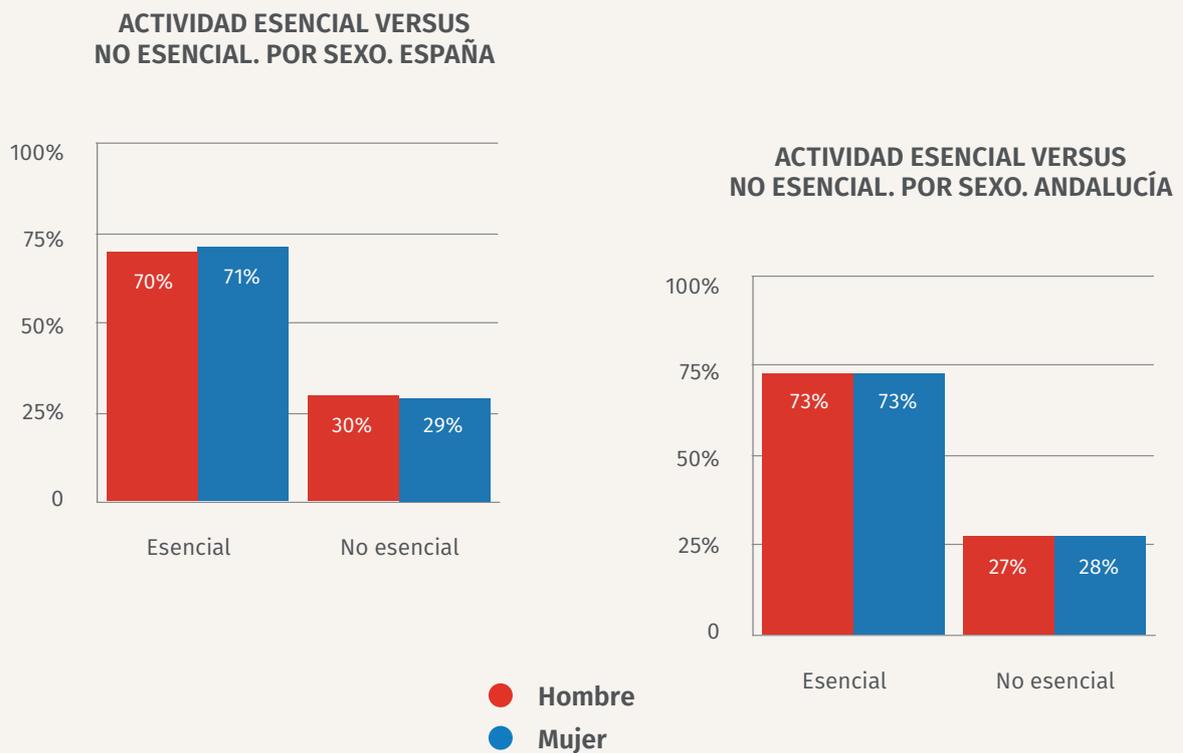
2.2.5.

Tipología de actividad de las empresas creadas: esencial vs. No esencial

Dentro de la habitual opinión crítica de la población española, en comparación con otros países, con sus administraciones, unas tres cuartas partes de las personas involucradas en la creación de empresas esperaban más de la gestión de la administración.

Actividad esencial versus no esencial. Comparativa por sexo

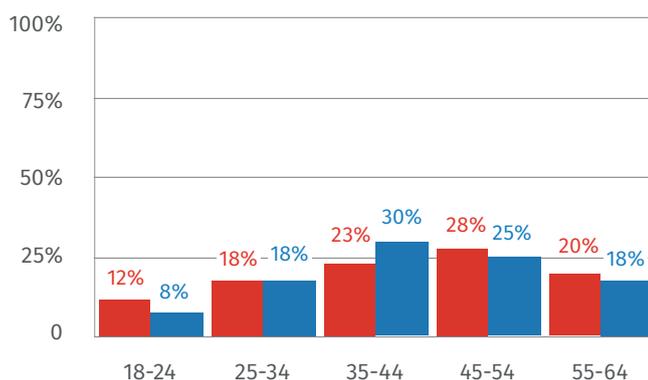
No se aprecian grandes diferencias entre las opiniones de España y Andalucía en actividades esenciales y no esenciales. Tampoco se observan diferencias en las brechas por sexos.



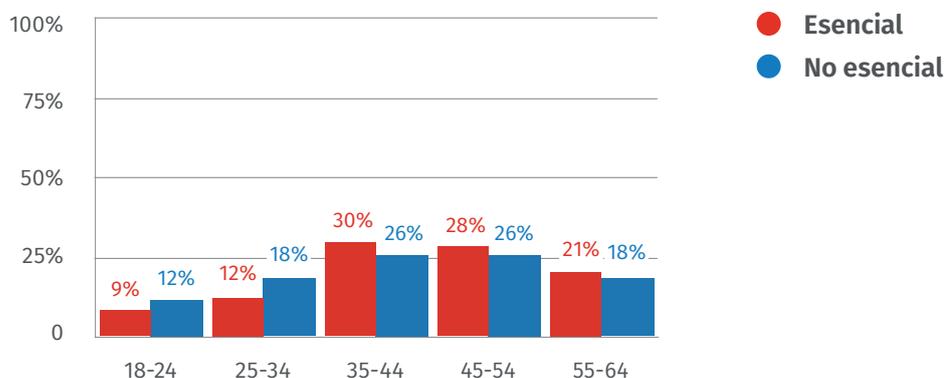
Actividad esencial versus no esencial. Comparativa por edad

Las distribuciones por edades en las actividades esenciales y no esenciales en España y Andalucía son muy similares. Solo se aprecia un cambio en la prevalencia en el tramo de 35 a 44 años.

ACTIVIDAD ESENCIAL VERSUS NO ESENCIAL. POR EDAD. ESPAÑA



ACTIVIDAD ESENCIAL VERSUS NO ESENCIAL. POR EDAD. ANDALUCÍA





3. Visión de los agentes del ecosistema. Impacto de la COVID-19 en el ecosistema emprendedor

- 3.1. Evolución de las condiciones generales del ecosistema emprendedor
- 3.2. Evaluación de la respuesta del colectivo emprendedor
- 3.3. Evaluación del panel de agentes del ecosistema sobre la respuesta de la administración ante la COVID-19
- 3.4. Medidas recomendadas por los expertos para reactivar el emprendimiento en Andalucía



Alberto López

Socio Co-Fundador de Genially

GENIALLY
2021

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Es una forma de vida. Con 24 años emprendimos por primera vez. No nos conocía nadie, no teníamos experiencia y además comenzaba una crisis (2008) que duraría prácticamente una década. Un cóctel interesante para el fracaso. Puedo decir que los primeros años fueron, de largo, fueron los más duros de nuestra vida como empresarios, pero también donde aprendimos las bases de lo que a día de hoy somos. Digamos que fue un máster caro y largo. Resistimos, creamos nuevas líneas de negocio y nos adaptamos al mercado. Para mí eso es emprender, luchar cada día por algo en lo que crees y perseguirlo de forma implacable.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en tu negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

La Covid 19 ha sido una tragedia mundial pero que ha traído algunas ventajas transversales en la sociedad. La digitalización se ha visto acelerada y algunos grandes retos como es la innovación y tecnificación de empresas y organizaciones educativas ha dado un paso de gigante. Esa situación, unida a una ges-

ción eficaz, nos ha beneficiado. Para sacar el máximo partido hicimos algunos cambios en nuestra hoja de ruta y priorizamos algunas funcionalidades que favorecieran el teletrabajo. Con todo ello, hemos adelantado un año nuestras previsiones en todas las métricas. En 2020 crecimos un 300% y en este 2021 vamos a duplicar de nuevo.

Como emprendedor ¿cuál es la lección más importante que has aprendido llevando un negocio durante la pandemia?

Ahora parece una locura que una persona coja un avión de España a Londres para tener dos reuniones y volver, pero eso se hacía antes con total normalidad. Parecía que si trabajabas desde casa no podías ser eficiente. Ahora el 90% de nuestro equipo trabaja desde casa. Podemos tener las mismas reuniones en un día que antes en un viaje de 5 días (son demasiadas reuniones a veces!). Pero lo que he aprendido es que la sociedad puede cambiar de la noche a la mañana. Si el mundo entero es capaz de adaptarse en un año, debemos preguntarnos porque no cambiamos algo que sabemos que está mal por tedioso que sea. La inercia mental creo que es el peor enemigo de la productividad.

3.1.

Evolución de las condiciones generales del ecosistema emprendedor

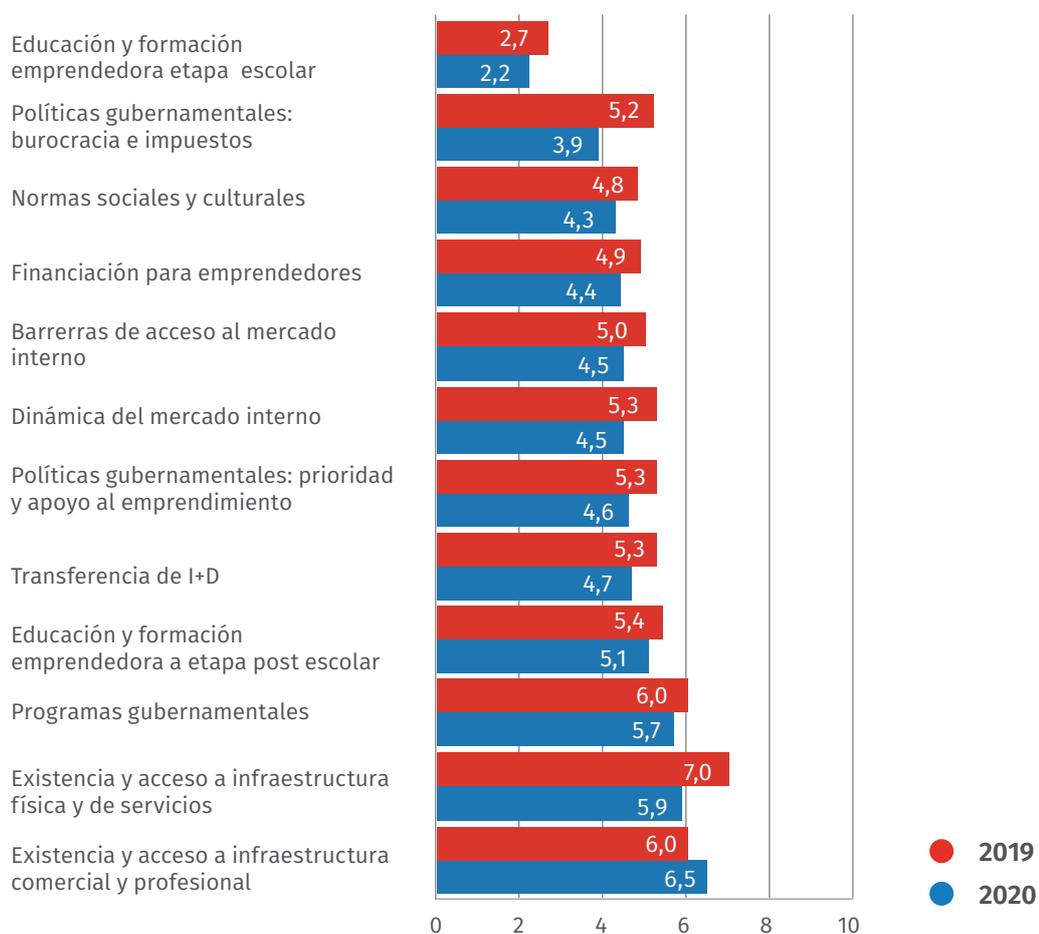
La COVID-19 ha cambiado las condiciones generales en las que se desarrolla el fenómeno emprendedor.

La inercia al cambio que venía observándose en muchas de estas condiciones desde el inicio de las mediciones del observatorio GEM se ve afectada por la pandemia. El impacto afecta de manera ligeramente diferente a las distintas comunidades autónomas.

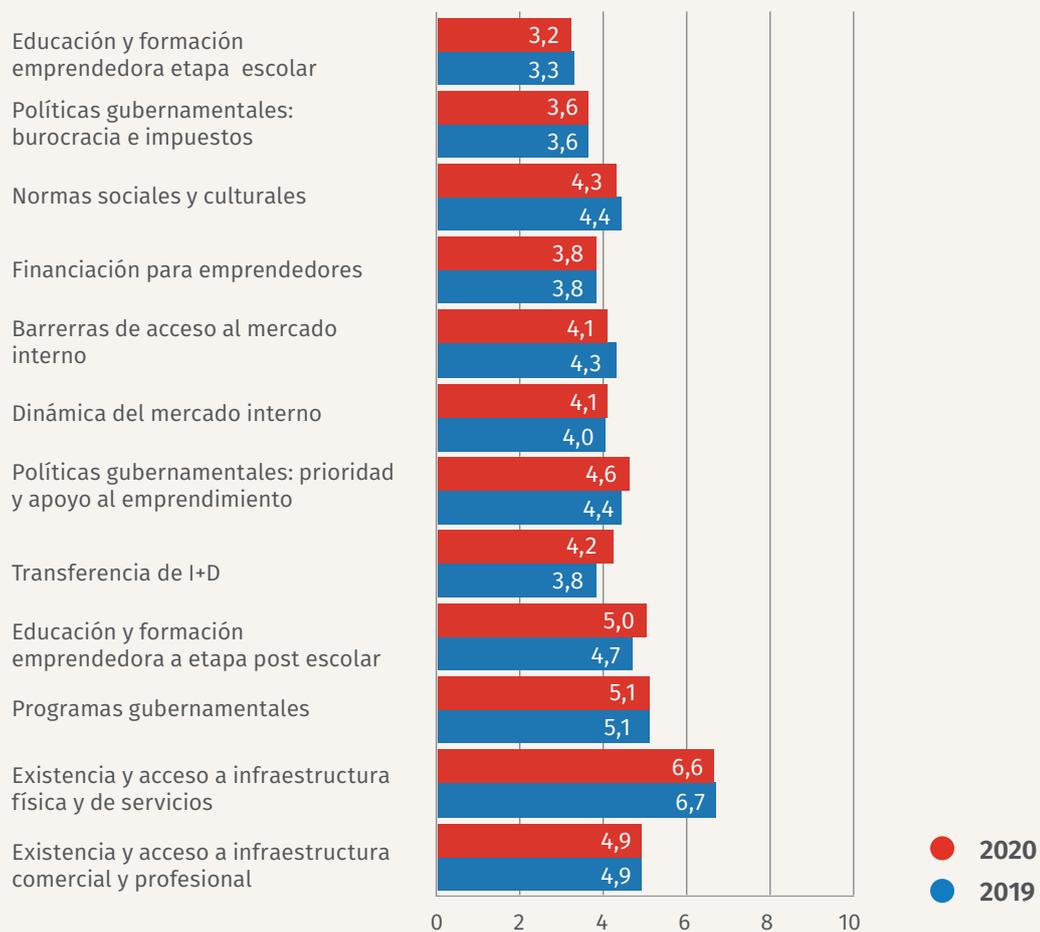
Valoración media de condiciones de entorno para emprender 2019-2020

Las valoraciones de los expertos de las condiciones del entorno emprendedor en Andalucía en 2019 y 2020, sus diferencias temporales y las de España, más su comparativa, se resumen en la tabla y se aprecia en los gráficos.

VALORACIÓN MEDIA DE CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER 2019 2020 ESPAÑA



**VALORACIÓN MEDIA DE CONDICIONES DE ENTORNO PARA
EMPREDER 2019 2020. ANDALUCÍA**



**VALORACIÓN MEDIA DE CONDICIONES DE ENTORNO
PARA EMPRENDER 2019 2020**

| | Valoraciones de expertos | | Diferencias temporales | | Diferencias entre Andalucía y España |
|--|--------------------------|------|------------------------|-----------|--------------------------------------|
| | Andalucía | | Andalucía | España | |
| | 2019 | 2020 | 2020-2019 | 2020-2019 | 2020-2019 |
| Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional | 4,9 | 4,9 | 0,0 | 0,5 | -0,5 |
| Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios | 6,7 | 6,6 | -0,1 | -1,1 | 1,0 |
| Programas gubernamentales | 5,1 | 5,1 | 0,0 | -0,3 | 0,3 |
| Educación y formación emprendedora etapa post escolar | 4,7 | 5,0 | 0,3 | -0,3 | 0,6 |
| Transferencia de I+D | 3,8 | 4,2 | 0,4 | -0,6 | 1,0 |
| Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo al emprendimiento | 4,4 | 4,6 | 0,2 | -0,7 | 0,9 |
| Dinámica del mercado interno | 4,0 | 4,1 | 0,1 | -0,8 | 0,9 |
| Barreras de acceso al mercado interno | 4,3 | 4,1 | -0,2 | -0,5 | 0,3 |
| Financiación para emprendedores | 3,8 | 3,8 | 0,0 | -0,5 | 0,5 |
| Normas sociales y culturales | 4,4 | 4,3 | -0,1 | -0,5 | 0,4 |
| Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos | 3,6 | 3,6 | 0,0 | -1,3 | 1,3 |
| Educación y formación emprendedora etapa escolar | 3,3 | 3,2 | -0,1 | -0,5 | 0,4 |

Solo tres de las condiciones superan el aprobado en Andalucía en 2020: las infraestructuras físicas, los programas gubernamentales y la formación emprendedora post escolar, observándose a pesar de la pandemia una evolución positiva en esta última variable, al igual que en la transferencia de I+D que es la que experimenta un alza mayor. Si se compara con la diferencias que se han producido en España, se detecta que los saldos más favorables a Andalucía se dan en las políticas relacionadas con la burocracia y los impuestos, las transferencias en I+D y el acceso a las infraestructuras físicas y de servicios.

3.2.

Evaluación de la respuesta del colectivo emprendedor

La evaluación del desempeño del colectivo emprendedor muestra el esfuerzo realizado durante la pandemia. Las valoraciones superan el aprobado y son muy parecidas en los tres escenarios territoriales analizados (Andalucía, España y la Unión Europea).

Las valoraciones superan el aprobado y son muy parecidas en los tres escenarios territoriales analizados (Andalucía, España y la Unión Europea).

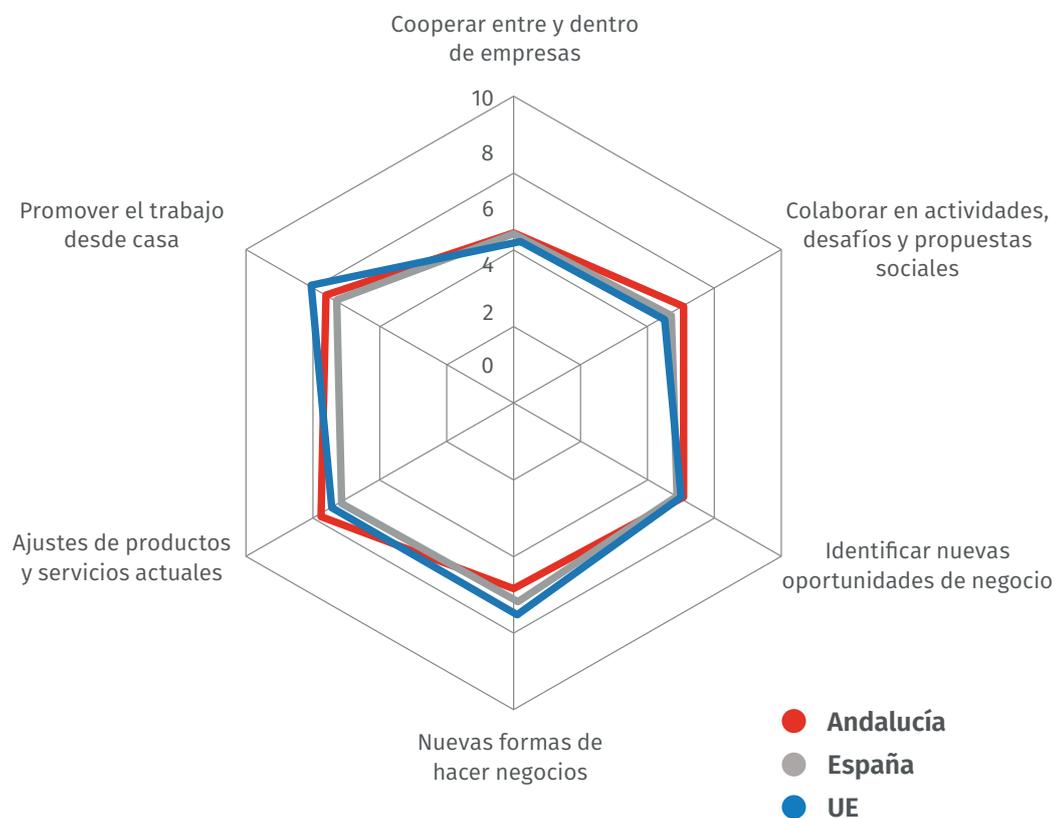
En Andalucía destaca el valor que se otorga al esfuerzo en ajustar la oferta a los cambios que produce la pandemia y a la promoción del trabajo desde casa, ambos superan ligeramente las valoraciones media de España. El esfuerzo de ajuste de la oferta de los emprendedores andaluces es superior a la media europea y al que se observa en países como Alemania, Italia o Grecia.

Respuesta del colectivo emprendedor ante la COVID-19

Es patente el compromiso social con los desafíos surgidos de la COVID-19, pero se tiene más dificultades estructurales para adaptarse a los cambios del mercado y a las nuevas formas de hacer negocios.

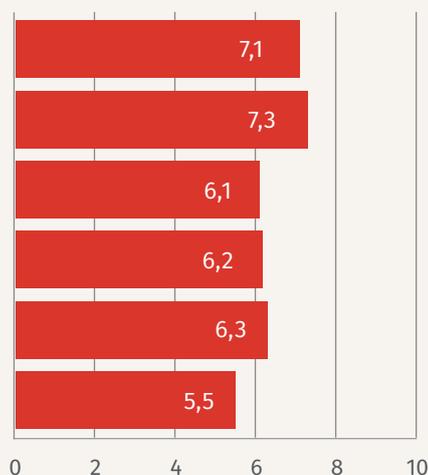
El reducido tamaño empresarial, el enfoque mayoritario al sector servicios y la limitada capacidad financiera, son tres de los motivos que contribuirían a esta situación de desventaja respecto a otros territorios.

COMPARATIVA ANDALUCÍA-ESPAÑA-UE

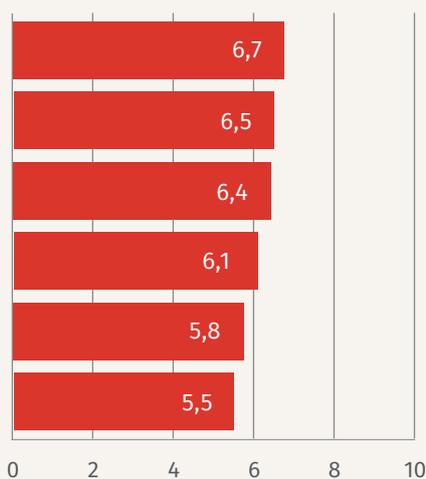


**ADAPTACIÓN
DEL COLECTIVO
EMPRENDEDOR.
ANDALUCÍA**

- Promover el trabajo desde casa
- Ajustea de productos y servicios actuales
- Nuevas formas de hacer negocios
- Identificar nuevas oportunidades de negocio
- Colaborar en actividades, desafíos y propuestas sociales
- Cooperar entre y dentro de empresas



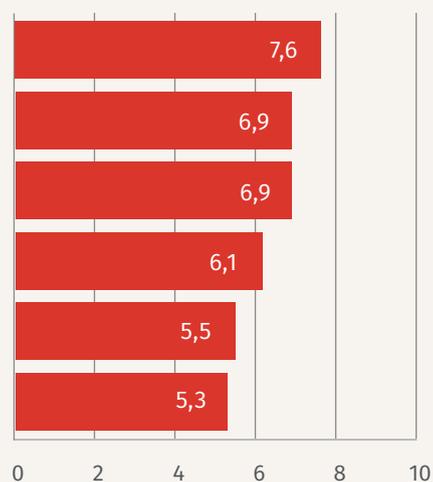
- Promover el trabajo desde casa
- Ajustea de productos y servicios actuales
- Nuevas formas de hacer negocios
- Identificar nuevas oportunidades de negocio
- Colaborar en actividades, desafíos y propuestas sociales
- Cooperar entre y dentro de empresas



**ADAPTACIÓN
DEL COLECTIVO
EMPRENDEDOR.
ESPAÑA**

**ADAPTACIÓN
DEL COLECTIVO
EMPRENDEDOR.
UE**

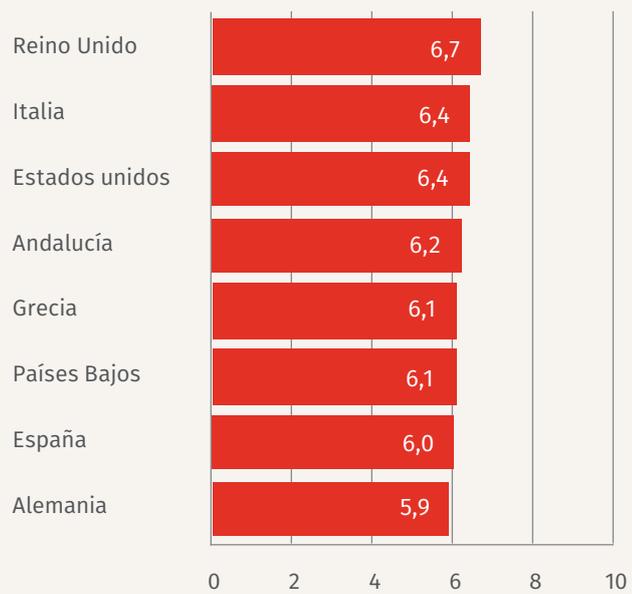
- Promover el trabajo desde casa
- Ajustea de productos y servicios actuales
- Nuevas formas de hacer negocios
- Identificar nuevas oportunidades de negocio
- Colaborar en actividades, desafíos y propuestas sociales
- Cooperar entre y dentro de empresas



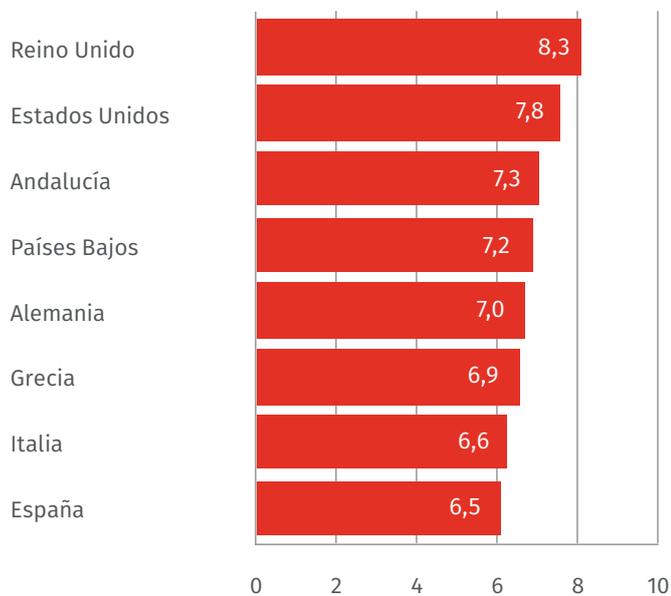
NUEVAS FORMAS DE HACER NEGOCIOS



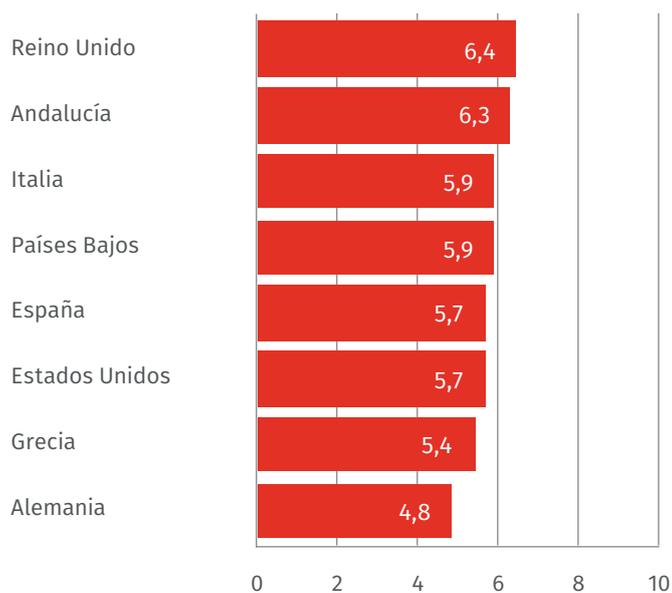
NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



AJUSTE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ACTUALES



COLABORA EN ACTIVIDADES, DESAFÍOS Y PROPUESTAS SOCIALES





3.3.

Evaluación del panel de agentes del ecosistema sobre la respuesta de la administración ante la COVID-19

La evaluación de las políticas y medidas de apoyo puestas en práctica por las administraciones públicas para atajar la situación generada por la pandemia, como es usual en las valoraciones que emite nuestro país, se muestra más crítica que las de nuestros vecinos europeos.

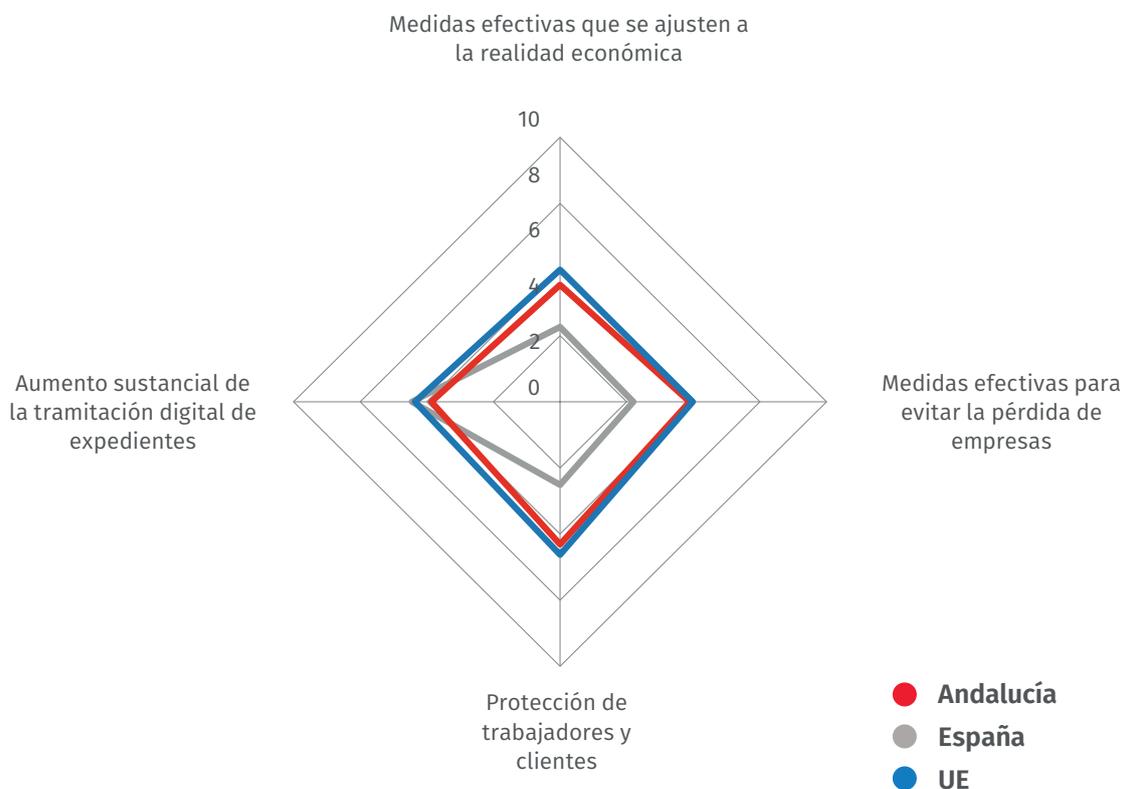
Los cuatro grandes ítems valorados (la tramitación digital de expedientes, la protección de los trabajadores y clientes, las medidas efectivas que se ajusten a la realidad económica y las medidas efectivas para evitar la pérdida de empresas) obtienen en Andalucía una nota que roza el aprobado (4,9), superior a la media de España (3,6) y por debajo de la media de la Unión Europea (5,3), Alemania (5,9), Austria (6) o Países Bajos (7,1).

País Vasco obtiene las mejores puntuaciones en lo relativo a medidas efectivas y ajustadas a las circunstancias, para evitar pérdida de empresas y en lo relativo a tramitaciones digitales y La Rioja y Cataluña lideran las valoraciones sobre protección de trabajadores y clientes.

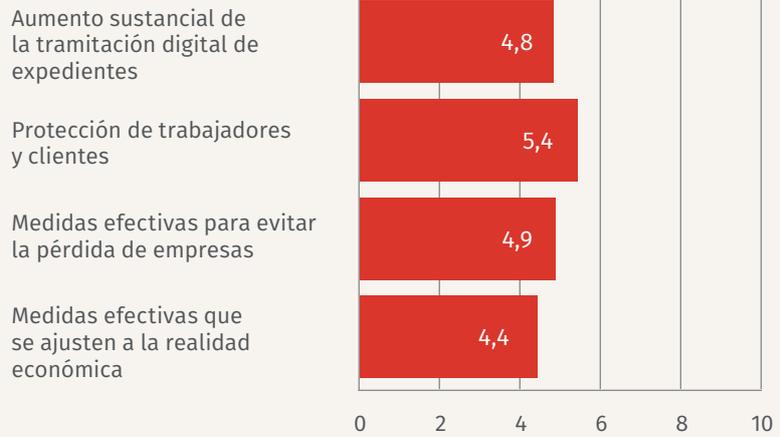
Respuesta del colectivo emprendedor ante la COVID-19

Es patente el compromiso social con los desafíos surgidos de la COVID-19, pero se tiene más dificultades estructurales para adaptarse a los cambios del mercado y a las nuevas formas de hacer negocios. El reducido tamaño empresarial, el enfoque mayoritario al sector servicios y la limitada capacidad financiera, son tres de los motivos que contribuirían a esta situación de desventaja respecto a otros territorios.

COMPARATIVA ANDALUCÍA-ESPAÑA-UE



POLÍTICAS Y MEDIDAS ADMINISTRATIVAS DE APOYO. ANDALUCÍA

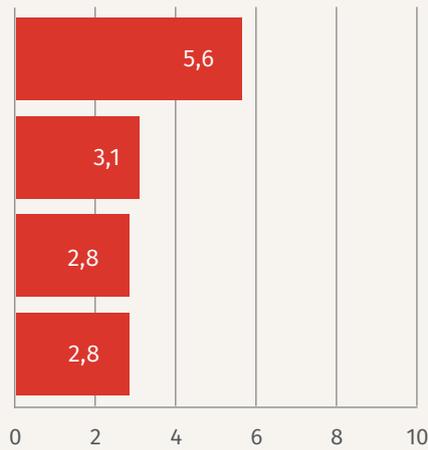


Aumento sustancial de la tramitación digital de expedientes

Protección de trabajadores y clientes

Medidas efectivas para evitar la pérdida de empresas

Medidas efectivas que se ajusten a la realidad económica



POLÍTICAS Y MEDIDAS ADMINISTRATIVAS DE APOYO. ESPAÑA

POLÍTICAS Y MEDIDAS ADMINISTRATIVAS DE APOYO. UE





Pablo Núñez

SOG ESPORTS

2021

SOG ESPORTS es la nueva forma de analizar, mejorar y competir en los esports a través de la tecnología. Unimos IA, machine learning y data analysis para conseguir ofrecer la mejor experiencia a nivel competitivo desde niveles amateur hasta profesionales. Una puesta única para ser referentes a nivel mundial.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Ser emprendedor es persistencia, constancia, trabajo, ilusión y mucha pasión. Dedes conocer tus fortalezas y al mismo tiempo tus debilidades y de esta forma, alinear todo tu entorno para poder llegar a impactar a miles o millones de personas de una forma positiva. Un aprendizaje continuo tanto a nivel profesional como personal.

¿Cómo ha impactado la COVID-19 en tu negocio y cómo has innovado en respuesta a la pandemia?

Muchas ocasiones he escuchado, "en toda crisis siempre aparece grandes ideas" y así fue, nosotros comenzamos con la llegada de la pandemia. Antes, organizabamos eventos culturales y la forma en la que pivotamos fue comenzar a desarrollar la tecnología para seguir organizando otro tipo de eventos.

A mi, desde pequeño me han gustado mucho los videojuegos pero nunca imaginé que me dedicaría a ello. A medida que han ido pasando los meses, y hemos ido creciendo tanto a nivel de usuarios como la tecnología hemos seguido consolidando nuestro modelo de negocio y potenciandolo para ofrecer a todos los usuarios algo que verdaderamente necesitan.

Por eso, estamos todo el tiempo en un proceso de transformación digital, no dejamos de aprender e innovar para continuar siendo un punto de conexión entre competiciones y equipos, marcas y jugadores y sobre todo, equipos con jugadores. Atraemos tanto a jugadores como equipos a posicionar en las posiciones más elevadas de los rankings. De este modo, ayudamos también al scouting de forma ordenada y sencilla.

Para el 2022 queremos volver con mucha fuerza y organizar eventos presenciales para que podamos sentir la máxima experiencia y sobre todo, esa relación con compañeros, entrenadores y aficionados que es necesaria para la humanidad.

3.4. Medidas recomendadas por los expertos para reactivar el emprendimiento

Políticas de apoyo

1. Simplificación y reducción de los trámites administrativos
2. Unificación de criterios entre administraciones
3. Reducción y adecuación de los impuestos a la capacidad productiva de los emprendedores
4. Fomento de las relaciones entre los distintos agentes del ecosistema emprendedor
5. Modernización y digitalización de las administraciones públicas

Financiación

1. Dotación de recursos financieros a las universidades para fomentar el emprendimiento
2. Facilitar el acceso a la financiación a través de programas adaptados a las necesidades reales
3. Atracción de inversión privada
4. Creación de un fondo capital riesgo desde la Administración
5. Incrementar el apoyo económico
6. Fórmulas de financiación eficaces, como por ejemplo, préstamos a tipos de interés nulos o reducidos

Programas de apoyo

1. Desarrollo de programas efectivos de mentorización, adaptados a las necesidades específicas de los emprendedores
2. Incremento de los recursos destinados al coworking, la incubación y la aceleración empresarial
3. Mejora de la coordinación entre los programas ofrecidos por distintas administraciones al objeto de evitar duplicidades

Cultura, educación y tecnología

1. Fomento de la cultura emprendedora
2. Incorporación a todos los niveles educativos de contenidos orientados al fomento de la cultura emprendedora y al desarrollo de habilidades emprendedoras
3. Fomento de la innovación abierta y de la digitalización empresarial



4. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones y recomendaciones

El informe sobre el impacto de la COVID-19 en Andalucía aporta varias perspectivas complementarias desde las percepciones de la población en general, las de las personas involucradas en los procesos de creación o consolidación de sus empresas, las de los expertos consultados y las procedentes de la información propia del Observatorio del Emprendimiento de España. Todas estas fuentes dibujan un mapa diverso de los efectos de la pandemia en la dinámica del ecosistema emprendedor de la región y permite dimensionarlo en relación a lo sucedido en otros territorios. Este mapa presenta rasgos muy parecidos entre los territorios, especialmente en las comparaciones que se hacen con España, y peculiaridades y desviaciones a considerar, principalmente con Europa, desde una perspectiva de la dirección estratégica del ecosistema andaluz a desarrollar.

Llama la atención la caída que la pandemia origina en la percepción de la población en las oportunidades para emprender que siendo ligeramente inferior a la que se produce en España es muy importante en comparación con la de Europa. Este pesimismo suele ser endógeno de la mayoría de las percepciones que se dan en la sociedad española en general y que también afectan a Andalucía. Cuesta tomar conciencia de las potencialidades propias y abunda el excesivo espíritu crítico que, a veces, conduce al pesimismo y al miedo a emprender que aumenta. Algunas de estas apreciaciones se acentúan en la población femenina y en los tramos de mayor edad.

Probablemente, esta evolución está condicionada por las ideas de la caída de los ingresos, que apunta la población en general y que se enfatizan en las personas que son empresarias o están en el proceso de serlo, y de los cierres e iniciativas de creación de empresas.

Estos aspectos percibidos en la población influyen en las relativamente bajas intenciones de emprender de la población en comparación con Europa. El tramo de edad de 35 a 54 años es el que percibe que la pandemia influye definitivamente más en sus intenciones de emprender en España. Esta pauta en Andalucía se intensifica en el tramo de 35 a 44 años.

La pandemia ha frenado y pospuesto la actividad de gran parte de los nuevos negocios. Las dificultades ocasionadas por la Covid-19 han frenado el proceso de lanzamiento de negocios en la mayor parte de los países, y Andalucía y España no son excepciones. En Andalucía el impacto fue mayor que en la media de España, el 60% de las personas emprendedoras consultadas paralizaron actividades básicas, este impacto fue de cerca del 70% en Italia y más del 40% en Alemania.

Se observa que la mayoría de las personas involucradas

en actividades emprendedoras naciente aspira a hacer crecer su negocio durante la recuperación económica. Este afán emprendedor es ligeramente superior en Andalucía que en España. En Andalucía, la ambición por crecer es más débil para el colectivo de mujeres y presenta algunas peculiaridades por tramos de edad. A diferencia con España, el tramo de edad de 25 a 44 años concentra las expectativas más bajas de crecimiento.

Unas tres cuartas partes de las personas que estaban emprendiendo esperaban más de la gestión de las administraciones. En Andalucía algo más de un tercio de la población considera que la respuesta de las instituciones ha sido efectiva, este porcentaje supera al de España pero está por debajo del Italia y EEUU y más lejos al de países como Reino Unido y Grecia. Los cuatro grandes ítems valorados (la tramitación digital de expedientes, la protección de los trabajadores y clientes, las medidas efectivas que se ajusten a la realidad económica y las medidas efectivas para evitar la pérdida de empresas) obtienen en Andalucía una nota que roza el aprobado, superior a la media de España, pero por debajo de la media de la Unión Europea.

La Covid-19 ha cambiado ligeramente las condiciones generales del entorno en las que se desarrolla el fenómeno emprendedor en las distintas comunidades autónomas. No obstante las diferencias y déficits persisten. En Andalucía, solo tres de las doce condiciones del entorno que mide el observatorio GEM superan el aprobado en 2020: las infraestructuras físicas, los programas gubernamentales y la formación emprendedora post escolar, observándose a pesar de la pandemia una evolución positiva en esta última variable, al igual que en la transferencia de I+D que es la que experimenta un alza mayor.

Se ha evaluado también el desempeño del colectivo emprendedor, es decir su esfuerzo estratégico realizado durante la pandemia. Las valoraciones superan el aprobado y son muy parecidas en los tres escenarios territoriales analizados (Andalucía, España y la Unión Europea), lo que muestra la alta resiliencia del colectivo emprendedor. En Andalucía destaca el valor que se otorga al esfuerzo en ajustar la oferta a los cambios que produce la pandemia y a la promoción del trabajo desde casa, ambos superan ligeramente las valoraciones media de España. Es notoriamente más alto el compromiso social con los desafíos surgidos de la Covid-19, pero ese esfuerzo tiene más dificultades estructurales ante los cambios del mercado y a la capacidad para ofrecer nuevos modelos de negocios. El reducido tamaño empresarial, los déficits en las capacidades directivas y empresariales, la

especialización orientada principalmente al sector de los servicios y la limitada capacidad financiera de las iniciativas, son tres de las razones de estos saldos negativos.

Las recomendaciones extraídas de la consulta a los expertos, de las fuentes consultadas y de anteriores informes, se han agrupado en cuatro grandes categorías o líneas estratégicas de mejoras que afectan a: las políticas generales de apoyo económico e institucional, los programas específicos ligados al proceso emprendedor, las cuestiones relacionadas con la financiación y las relacionadas con las normas culturales, la educación y la tecnología.

Políticas de apoyo

- Simplificación y reducción de los trámites administrativos. Especialmente en lo relacionado con algunas de las medidas anti efectos COVID-19 implementadas.
- Unificación de criterios entre administraciones que responda a una más eficiente coordinación institucional alineada con la estrategia país.
- Reducción y adecuación de los impuestos a la capacidad productiva de los emprendedores en las distintas etapas del ciclo de vida de las empresas, especialmente en las fases emergente y naciente.
- Fomento de las relaciones entre los distintos agentes del ecosistema emprendedor, con especial atención a las instituciones relacionadas con la sociedad del conocimiento.
- Modernización y digitalización de las administraciones públicas, invirtiendo en la formación de los funcionarios, personal y organización.

Programas de apoyo

- Desarrollo de programas efectivos de mentorización, adaptados a las necesidades específicas de los emprendedores nacientes y a sus capacidades empresariales y directivas.
- Incremento de los recursos destinados al coworking, la incubación y la aceleración empresarial, identificando y priorizando proyectos de alto potencial con nuevas técnicas de rastreo.
- Mejora de la coordinación entre los programas ofrecidos por las distintas administraciones al objeto de evitar duplicidades y optimizar recursos.
- Evaluación continua de los resultados de las políticas y medidas relacionadas con el fenómeno emprendedor. Esta monitorización de los datos “vitales” del proceso emprendedor debería orientarse a los yacimientos de proyectos de alto potencial midiendo las variables que los condicionan (por ejemplo, impulsando su conexión con proyectos internacionales como GUESS1).

Financiación

- Dotación de recursos financieros a las universidades para fomentar el emprendimiento, la transferencia de conocimientos y aumentar la participación relativa del gasto en I+D.
- Facilitar el acceso a la financiación a través de programas adaptados a las necesidades reales y a las etapas del ciclo de vida de los proyectos e iniciativas.
- Atracción de la inversión privada hacia el talento existente y latente en la región.
- Creación de un fondo capital riesgo desde la Administración que responda a las necesidades de las etapas más difíciles del ciclo de vida de las iniciativas emprendedoras.
- Incrementar el apoyo económico para el desarrollo de recursos y capacidades tecnológica
- Innovar en fórmulas de financiación eficaces, impulsando préstamos a tipos de interés nulos o reducidos en los proyectos de alto potencial identificados utilizando inteligencia artificial y otros modelos más sofisticados que los análisis tradicionales.
- Atender a los problemas de solvencia de empresas consolidadas con potencial de crecimiento que tienen el riesgo de desaparecer por sus debilidades financieras.

Cultura, educación y tecnología

- Fomento de la cultura emprendedora en un contexto de consenso social que movilice todo los talentos de las personas. Hacer pedagogía de las ventajas de las estrategias proactivas e innovadoras en situaciones de incertidumbre, argumentando las ventajas de la lucha contra la desigualdad y generando un horizonte más igualitario que se alinee con los ODS como fuente de oportunidades.
- Incorporación a todos los niveles educativos de contenidos orientados al fomento de la cultura emprendedora y al desarrollo de habilidades emprendedoras construidas con método y conocimientos científicos y técnicos.
- Inclusión en las agencias de evaluación del sistema educativo regional y nacional parámetros que tengan en consideración la transferencia y el espíritu emprendedor y lo sitúen en el centro de las políticas educativas.
- Fomento de la innovación abierta y de la digitalización empresarial, impulsando el intraemprendimiento en las empresas y organizaciones.

