



Global
Entrepreneurship
Monitor

Informe GEM Andalucía

JOSÉ RUIZ NAVARRO (DIRECTOR)

CARMEN CAMELO ORDAZ

JUAN PABLO DIÁNEZ GONZÁLEZ

NOELIA FRANCO LEAL

JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ VÁZQUEZ

JULIO SEGUNDO GALLARDO

2020/21



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

Por favor, cite esta publicación como:

Ruiz-Navarro, J.; Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Sánchez-Vázquez, J.M.; Segundo-Gallardo, J. (2021). Global Entrepreneurship Monitor. Comunidad Autónoma de Andalucía. Informe 2020-2021.
Global Entrepreneurship Monitor. Andalucía 2020/21
ISBN 978-84-09-35924-0

© Los autores

Edita la Fundación Universidad Empresa de la provincia de Cádiz

Artes gráficas: Daniel García Corrales (www.clicpic.es)

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Esta obra se ha realizado gracias a la colaboración de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía. Ha sido posible gracias a la Asociación sin ánimo de lucro "Observatorio del Emprendimiento GEM España", los equipos investigadores de todas las CCAA, de las provincias de Almería, Cádiz, Córdoba, Jaén, Granada, Málaga y Sevilla, junto a los patrocinadores instituciones, empresas y organizaciones que han colaborado en su realización en cada territorio.

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Andalucía 2020/21

OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
GEM ESPAÑA

www.gem-spain.com

Autores

José Ruiz Navarro

M^a del Carmen Camelo Ordaz

Juan Pablo Diánez González

Noelia Franco Leal

José Manuel Sánchez Vázquez

Julio Segundo Gallardo

Índice de contenidos

| | |
|--|----|
| Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2020-2021 | 8 |
| Autores del Informe GEM Andalucía 2020/21 | 18 |
| Presentación del Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía | 20 |
| Introduction by Paul D. Reynolds | 22 |
| Introducción de Paul D. Reynolds | 24 |
| Introducción del Director del Observatorio GEM de Andalucía. Emprender, las lecciones de la COVID-19 | 26 |
| Introducción. El proyecto GEM | 28 |
| Metodología | 30 |
| <i>Balanced Scorecard</i> | 32 |
| BSC: perspectiva de resultados | 32 |
| BSC: perspectiva de <i>stakeholders</i> | 33 |
| BSC: perspectiva de procesos internos | 35 |
| BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento | 36 |
| Resumen ejecutivo | 37 |

PARTE 1. Sinopsis del fenómeno emprendedor

43

Capítulo 1.

Fenómeno emprendedor

43

| | |
|---|----|
| 1.1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población andaluza de 18-64 años | 43 |
| 1.1.1. La percepción de la población andaluza sobre sus valores y aptitudes para emprender a partir de una comparativa entre población involucrada y no involucrada | 43 |
| 1.1.2. Percepción de la población andaluza sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento | 48 |
| 1.1.3. Benchmarking nacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las percepciones, valores y aptitudes | 50 |
| 1.2. Actividad emprendedora y sus características | 57 |
| 1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor | 57 |
| 1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora | 61 |
| 1.2.3. Motivación de las personas involucradas en el proceso emprendedor | 67 |
| 1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor | 68 |
| 1.2.4.1. Distribución por edad | 68 |
| 1.2.4.2. Distribución por nivel de educación | 69 |
| 1.2.4.3. Distribución por nivel de renta | 70 |
| 1.2.4.4. Distribución por sexo | 71 |
| 1.2.5. Necesidades de financiación de la actividad emprendedora naciente | 72 |

Capítulo 2.

Entorno emprendedor: resumen de obstáculos, facilitadores y recomendaciones

75

| | |
|---|----|
| 2.1. Factores que obstaculizan la creación de empresas | 76 |
| 2.2. Factores que favorecen la creación de empresas | 77 |
| 2.3. Recomendaciones para mejorar la creación de empresas | 78 |
| 2.4. Valoración del entorno emprendedor | 80 |
| 2.5. Comparación del entorno de Andalucía, España y Unión Europea | 81 |
| 2.6. Comparativa regional de las condiciones del entorno | 82 |
| 2.6.1. Apoyo financiero: comparación regional | 82 |
| 2.6.2. Políticas gubernamentales (medidas de apoyo): comparación regional | 83 |
| 2.6.3. Políticas gubernamentales (burocracia e impuestos): comparación regional | 83 |
| 2.6.4. Programas gubernamentales: comparación regional | 84 |
| 2.6.5. Educación y formación emprendedora en etapa escolar: comparación regional | 85 |
| 2.6.6. Educación y formación emprendedora en etapa post-escolar: comparación regional | 85 |
| 2.6.7. Transferencia de I+D: comparación regional | 86 |
| 2.6.8. Acceso a infraestructura comercial y profesional: comparación regional | 87 |
| 2.6.9. Dinámica del mercado interior: comparación regional | 87 |
| 2.6.10. Barreras de acceso al mercado interior: comparación regional | 88 |
| 2.6.11. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios: comparación regional | 89 |

| | |
|--|----|
| 2.6.12. Normas sociales y culturales: comparación regional | 89 |
| 2.7. NECI, Índice sintético de Contexto del Emprendimiento | 90 |

Capítulo 3.

Valoración detallada de las condiciones del entorno emprendedor 92

| | |
|--|----|
| 3.1. Financiación | 92 |
| 3.2. Políticas gubernamentales | 93 |
| 3.3. Programas gubernamentales | 94 |
| 3.4. Educación y formación en creación de empresas | 95 |
| 3.5. Transferencia de I+D | 96 |
| 3.6. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales | 96 |
| 3.7. Apertura del mercado | 98 |
| 3.8. Acceso a infraestructuras físicas | 98 |
| 3.9. Normas culturales y sociales | 99 |

PARTE 2. Temas monográficos 101

Capítulo 4.

El impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora en Andalucía 101

| | |
|---|-----|
| 4.1. Introducción | 101 |
| 4.2. Percepciones de la población adulta de 18 a 64 años sobre los efectos de la COVID-19 | 102 |
| 4.3. Percepción de los expertos andaluces sobre el ecosistema emprendedor en la COVID-19 | 106 |

Capítulo 5.

Creación de startups, empresas de alto potencial de impacto 108

| | |
|---|-----|
| 5.1. Densidad y composición del tejido empresarial | 109 |
| 5.2. Distribución territorial de startups | 110 |
| 5.3. Gasto interno en actividades de I+D y personal dedicado a actividades de I+D | 111 |
| 5.4. Tamaño inicial del proyecto empresarial y expectativas de crecimiento | 113 |
| 5.5. Orientación innovadora | 116 |
| 5.6. Orientación internacional | 119 |
| 5.7. Emprendimiento universitario y startups | 123 |

Conclusiones y recomendaciones 129

Bibliografía 134

Anexo. Glosario de términos 136

| | |
|----------------------------|-----|
| Índice de tablas | 137 |
| Índice de gráficos | 138 |
| Patrocinadores GEM 2020/21 | 142 |

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2020-2021

Nacional

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|--|--|---|
| » Observatorio del Emprendimiento de España » ENISA | Presidenta del Observatorio | » Observatorio del Emprendimiento de España » ENISA » Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles » Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial |
| | Ana Fernández-Laviada | |
| | Directora Técnica GEM España | |
| | Isabel Neira Gómez | |
| | Secretaria del Observatorio | |
| | Paula San Martín Espina | |
| | Equipo Dirección Técnica GEM España | |
| | Isabel Neira Gómez y Yago Atrio Lema | |
| Comité de dirección del Observatorio | | |
| Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro y María Saiz | | |
| Director de Comunicación GEM España | | |
| Sebastián Pérez Vides | | |

Andalucía

| | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---------------------|--------------------------|---|--|
| | » Universidad de Cádiz | <ul style="list-style-type: none"> » José Ruiz Navarro (Director) » Carmen Camelo Ordaz » Juan Pablo Diánez González » Noelia Franco Leal » José Manuel Sánchez Vázquez » Julio Segundo Gallardo | » Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades |
| Andalucía » Almería | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
| | » Universidad de Almería | <ul style="list-style-type: none"> » Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) » José Céspedes Lorente » Juan García García | <ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Almería » Junta de Andalucía |
| Andalucía » Cádiz | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
| | » Universidad de Cádiz | <ul style="list-style-type: none"> » Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) » José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) » Juan Pablo Diánez González » Noelia Franco Leal » Julio Segundo Gallardo » Carmen Virués Vega | <ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Cádiz IEDT » Diputación de Cádiz |
| Andalucía » Córdoba | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
| | » Universidad Loyola | <ul style="list-style-type: none"> » Esteban Almirón Navarro (Coordinador) » Emilio Morales Fernández » Joaquín García-Tapiál » Mercedes Pérez Millán | » Universidad Loyola |
| Andalucía » Granada | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
| | » Universidad de Granada | <ul style="list-style-type: none"> » María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) » Ana María Bojica » Francisco Javier Melero Rus » Jenny María Ruiz Jiménez » Matilde Ruiz Arroyo | » Universidad de Granada |

| Andalucía » Málaga | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---------------------|--|---|---|
| | » Universidad de Málaga | » Rafael Ventura Fernández (Coordinador) » Sofía Louise Martínez | » Universidad de Málaga » Ayuntamiento de Málaga » Cátedra Emprendimiento » Promalaga |
| Andalucía » Jaén | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
| | » Universidad de Jaén | » María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) » Elia García Martí » José García Vico » Lucas Antonio Cañas Lozano » Manuel Carlos Vallejo Martos » María Gutiérrez Salcedo » Raquel Barreda Tarrazona | » Universidad de Jaén |
| Andalucía » Sevilla | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
| | » Universidad Pablo de Olavide » Universidad de Sevilla | » Carmen Cabello Medina (Coordinadora) » Francisco Liñán (Coordinador) » Aida del Cubo » Antonio Carmona Lavado » Inmaculada Jaén Figueroa » Ana Pérez Luño » Elena Sousa Ginel » José Fernández Serrano | » Universidad Pablo de Olavide » INNLAB » Universidad de Sevilla » PYMED (Gr. Investigación) » Prodetur (Diputación de Sevilla) |

Aragón

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---------------------------|--|---|
| » Universidad de Zaragoza | » Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director) » Consuelo González Gil (Co-Director) » Elisabet Garrido Martínez » Jaime Gómez Villascuerna » Juan Pablo Maicas López » Javier Montero Villacampa » Raquel Ortega Lapiedra » Sergio Palomas Doña | » Fundación Emprender en Aragón » Cátedra Emprender » Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón |

Asturias

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|-------------------------|--|---|
| » Universidad de Oviedo | <ul style="list-style-type: none"> » Jesús Ángel del Brío González (Co-Director) » Manuel González Díaz (Co-Director) » Begoña Cueto Iglesias » María Mitre Aranda » Virginia Barba Sánchez » Matías Mayor Fernández | <ul style="list-style-type: none"> » Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo » Caja Rural de Asturias |

Baleares

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|-------------------------------------|--|---|
| » Universidad de las Islas Baleares | <ul style="list-style-type: none"> » Julio Batle Lorente (Director) » María Sard Bauzá (Directora Técnica) » Bartolomé Deyá Tortella » Francina Orfila Sintés » César Llorente López » Joan Garau Vadell » M. Vanessa Díaz Moriana » Marco Antonio Robledo Camacho | <ul style="list-style-type: none"> » Institut de Innovació Empresarial-Govern Balear » Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius » Laboratori d'Emprendedoría i Innovación Social. » Universitat de les Illes Balears |

Canarias

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---|--|---|
| » Universidad de Las Palmas de Gran Canaria | <ul style="list-style-type: none"> » Rosa M. Batista Canino (Directora) » Alicia Bolívar Cruz | <ul style="list-style-type: none"> » Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo |
| » Universidad de La Laguna | <ul style="list-style-type: none"> » Alicia Correa Rodríguez » Ana L. González Pérez » Carmen Inés Ruiz de la Rosa » Desiderio García Almeida » Desiderio Gutiérrez Taño » Domingo Verano Tacoronte » Francisco J. García Rodríguez » Esperanza Gil Soto » Pino Medina Brito » Silvia Sosa Cabrera | <ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Las Palmas de Gran Canaria » Universidad de La Laguna |

Cantabria

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---|---|--|
| » Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria | <ul style="list-style-type: none"> » Ana Fernández-Laviada (Directora) » Paula San Martín Espina (Directora Técnica) » Andrea Pérez Ruiz » Carlos López Gutiérrez » Estefanía Palazuelos Cobo » Javier Montoya del Corte » Lidia Sánchez Ruiz » Elsa Diez Busto | <ul style="list-style-type: none"> » SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Industria, Turismo, Innovación, Transporte y Comercio » Santander Universidades |

Cataluña

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> » Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona » Universitat Autònoma de Barcelona | <ul style="list-style-type: none"> » Carlos Guallarte (Director) » Enric Genescà » Joan Lluís Capelleras » Marc Fíguls » Teresa Obis | <ul style="list-style-type: none"> » Universitat Autònoma de Barcelona » Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç » Generalitat de Catalunya Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona |

Castilla La Mancha

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|-------------------------------------|--|---|
| » Universidad de Castilla-La Mancha | <ul style="list-style-type: none"> » Juan José Jiménez Moreno (Director) » Ángela González Moreno (Directora Técnica) » Francisco José Sáez Martínez » Rafael Minami Suzuki » Llanos López Muñoz » Adrián Rabadán Guerra » José M^a Ruiz Palomo | <ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Castilla-La Mancha » Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha » Fundación Globalcaja HXXII |

Castilla y León

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---|---|-----------------------|
| » Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León | <ul style="list-style-type: none"> » Mariano Nieto Antolín (Co-Director) (†) » Nuria González Álvarez (Co-Directora) » Constantino García Ramos » Daniel Alonso Martínez » José Luis de Godos Díez | » Universidad de León |

Ceuta

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|--------------------------|---|--|
| » Universidad de Granada | <ul style="list-style-type: none"> » Gabriel García-Parada Ariza (Director) » José Aguado Romero » Juan Miguel Alcántara Pilar » Lázaro Rodríguez Ariza » Manuel Hernández Peinado » Sara Rodríguez Gómez | <ul style="list-style-type: none"> » Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada » PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A. |

Comunidad Autónoma de Madrid

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|----------------------------------|---|--|
| » Universidad Autónoma de Madrid | <ul style="list-style-type: none"> » Isidro de Pablo López (Director) » Begoña Santos Urda » Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) » Iván Soto San Andrés (Deusto Business School Madrid) » Adriana Pérez Encinas » Miguel Angoitia Grijalba » Yolanda Bueno Hernández | <ul style="list-style-type: none"> » Fundación para el Conocimiento Madrid » Comunidad de Madrid » Universidad Autónoma de Madrid |

Comunidad Valenciana

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---|---|---|
| » Universidad Miguel Hernández de Elche | <ul style="list-style-type: none"> » José María Gómez Gras (Director) » Ignacio Mira Solves (Director Técnico) » Jesús Martínez Mateo » Marina Estrada de la Cruz » Antonio J. Verdú Jover » M.ª José Alarcón García » M.ª Cinta Gisbert López » Lirios Alós Simó » Domingo Galiana Lapera » M.ª Isabel Borreguero Guerra | <ul style="list-style-type: none"> » Universidad Miguel Hernández de Elche » Generalitat Valenciana. Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo » Air Nostrum » Aligrupo » Catral Garden » Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana » Fundación Juan Perán-Pikolinos » Fundación Manuel Peláez Castillo » Escuela de Empresarios (EDEM) » Grupo Eulen » Grupo Soledad » Seur » Vectalia |

Extremadura

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|--|--|--|
| » Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura | <ul style="list-style-type: none"> » Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo) » M.ª de la Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica) » Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos) » J. Carlos Díaz Casero » Manuel Almodóvar González » María Calzado Barbero » Nuria Ramos Vecino » Roberto Alejandro Hernández Renner | <ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Extremadura » Junta de Extremadura » Sodiex » Avante Extremadura » CC. NN. Almaraz-Trillo » Philip Morris Spain, S.L. » Grupo Ros Multimedia » Diputación de Badajoz » Tambo » Tany Nature |

Galicia

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> » Universidad de Santiago de Compostela (USC) » Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) | <ul style="list-style-type: none"> » Loreto Fernández Fernández (Directora) » Isabel Neira Gómez (Directora Técnica) » Sara Fernández López » Emilio Ruza Sanmartín » David Rodeiro Pazos » Marta Portela Maseda » Jacobo Feás Vázquez » Nuria Calvo Babío » Lucía Rey Ares » Alberto Vaquero García » Pilar Piñeiro García » Guillermo Andrés Zapata Huamán » Yago Atrio Lema » Norberto Penedo Rey » Fany Suárez Mansilla » Enrique Gómez Fernández | <ul style="list-style-type: none"> » Universidade de Santiago de Compostela (USC) » Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) » Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia) |

La Rioja

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> » Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja | <ul style="list-style-type: none"> » Luis Alberto Ruano Marrón (Director) » Juan Manuel Domínguez Ortega (Coordinador Técnico) » Sara Calvo (Coordinadora Académica) » Andrés Morales » José Eduardo Rodríguez Osés » Lara Mata | <ul style="list-style-type: none"> » Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) » Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) » Iberaval Sociedad de Garantía Recíproca » Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas » Grupo OJA » JIG Digital |

Melilla

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|--------------------------|--|--------------------------|
| » Universidad de Granada | <ul style="list-style-type: none"> » María del Mar Fuentes Fuentes (Directora) » Ana María Bojica » Jenny María Ruiz Jiménez » Matilde Ruiz Arroyo » Rocío Llamas Sánchez | » Universidad de Granada |

Murcia

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|-------------------------|---|---|
| » Universidad de Murcia | <ul style="list-style-type: none"> » Alicia Rubio Bañón (Co-Directora) » Antonio Aragón Sánchez (Co-Director) » Catalina Nicolás Martínez » Gabriel Lozano Reina » Gregorio Sánchez Marín » Joaquín Longinos Marín Rives » José Andrés López Yepes » Juan Samuel Baixauli Soler » María Belda Ruiz » María Feliz Madrid Garre » Mercedes Palacios Manzano » Nuria Nevers Esteban Lloret | <ul style="list-style-type: none"> » Consejería de Industria, Empresa y Portavocía » Instituto de Fomento de la Región de Murcia » Bankia » Fondo Europeo de Desarrollo Regional » Centro Iniciativas Municipales de Murcia » Cátedra de Emprendedores » Universidad de Murcia |

Navarra

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---|---|---|
| » Universidad Pública de Navarra-INARBE | <ul style="list-style-type: none"> » Ignacio Contin Pilart (Co-Director) » Martín Larraza Kintana (Co-Director) | » Universidad Pública de Navarra-INARBE |
| » Universidad de La Rioja | <ul style="list-style-type: none"> » Raquel Orcos Sánchez | » Gobierno de Navarra - CEIN |
| » King's College London (UK) | <ul style="list-style-type: none"> » Víctor Martín Sánchez | |

País Vasco

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|--------------------------------------|--|---|
| » Universidad del País Vasco UPV/EHU | » María Saiz (Directora Ejecutiva) | » Universidad del País Vasco |
| » Deusto Business School | » José L. González-Pernía (Director Técnico) | » Universidad de Deusto |
| » Mondragón Unibertsitatea | » Aimar Basañez Zulueta | » Mondragon Unibertsitatea |
| » Universidad del País Vasco UPV/EHU | » David Urbano | » Grupo Spri Taldea |
| » Universitat Autònoma de Barcelona | » Iñaki Peña | » Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras |
| | » Jon Hoyos | » Diputación Foral de Bizkaia |
| | » Nathaly Pinzón Rubio | » Diputación Foral de Guipúzcoa |
| | » Nerea González | » Diputación Foral de Álava |
| | » Rebeca Martín Díez | » FESIDE |
| | | » Observatorio Vasco de Emprendimiento |

Trabajo de campo GEM España

| INSTITUCIÓN | MIEMBROS | COLABORADORES |
|---|---|--|
| » Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca) | » Josep Ribó (Director gerente) | » Observatorio del Emprendimiento de España RED GEM España |
| | » Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica) | |

Autores del Informe GEM Andalucía 2020/21



José Ruiz Navarro (Director)

Catedrático Emérito
por la Universidad de Cádiz



M^{re} del Carmen Camelo Ordaz

Catedrática de Universidad
Universidad de Cádiz



Juan Pablo Diánez González

Profesor Contratado Doctor
Universidad de Cádiz

Noelia Franco Leal

Profesora Ayudante Doctora
Universidad de Cádiz



José Manuel Sánchez Vázquez

Profesor Titular de Universidad
Universidad de Cádiz



Julio Segundo Gallardo

Profesor Sustituto Interino
Universidad de Cádiz



Presentación del Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía

Andalucía, hacia una región *startup* por Rogelio Velasco Pérez



Rogelio Velasco Pérez

Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía

Ahora que comenzamos a encarar la normalidad y afrontamos con optimismo la recuperación tras la pandemia es el momento propicio para imaginar y diseñar el futuro de nuestra región tras las lecciones que hemos aprendido con la COVID-19.

La tecnología y la digitalización han sido palancas clave durante los dos últimos años para dotar de continuidad a la actividad de nuestras empresas e, incluso, para la transformación de sus negocios o la apertura de nuevos mercados. Esta transformación está íntimamente vinculada a la innovación que constituye una obligación para que las empresas puedan seguir siendo competitivas.

Las *startups* y nuestros emprendedores juegan y van a jugar un papel clave en la recuperación y crecimiento de nuestra región y nuestra economía. Son catalizadores de la innovación, generadores de empleo de alto valor y cualificación y, por supuesto, palanca de atracción de inversiones.

Desde Andalucía promovemos la vinculación entre emprendedores y tejido productivo mediante la construcción de un sólido ecosistema que favorezca la actividad económica y empresarial y permita conectar el talento con las empresas.

Contamos con cimientos sólidos desde los que podemos construir un futuro económico que se apoye en el conocimiento, la innovación y la tecnología como vectores de crecimiento.

Andalucía ya es el destino en el que se ubican grandes empresas tecnológicas y también es un territorio en el que los fondos de capital-riesgo que invierten en *startups* localizan cada vez más oportunidades.

La Andalucía emprendedora es una realidad que vuelve a dejar patente los resultados del informe GEM. Pero quisiera resaltar especialmente en esta ocasión la fortaleza demostrada por nuestras empresas en el contexto de la COVID-19, dado que la tasa de abandono o cierre sigue manteniéndose por debajo de la media nacional mejorando incluso con respecto al año anterior.

El Gobierno de Andalucía ha aprobado en 2020 el primer Plan General de Emprendimiento con el que marcamos la hoja de ruta de las políticas de apoyo a emprendedores y donde, también, establecemos los lazos y mecanismos para sumar esfuerzos entre todos los agentes del ecosistema y poder así ofrecer mejores servicios y especializados a las distintas necesidades de nuestros emprendedores.

Cada vez contamos con más casos de éxito de emprendedores y *startups* que sirven de referencia. Estos modelos son importantes, ya que ellos también contribuyen al ecosistema cerrando el círculo virtuoso al ayudar como mentores o inversores.

En definitiva, es el momento de pasar a la acción haciendo visible y atractiva esta base tan potente y sólida con la que contamos. Entre todos podemos construir un futuro marcado por la tecnología y la innovación hecha en Andalucía que se comercializa de manera global y donde emprender sea una opción cada vez más atractiva para el desarrollo personal y profesional.

Rogelio Velasco Pérez

Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía

Introduction by Paul D. Reynolds

2020 Andalusia GEM Report Forward



Paul D. Reynolds

Founding GEM Coordinating
Principal Investigator
Honorary Professor of
Entrepreneurship
Aston Business School,
Birmingham, UK

After the initial Global Entrepreneurial Monitor ten country assessment in 1999, rapid expansion included Spain in 2000. Unique among the GEM countries, and over a hundred have been involved, Spain expanded its effort to create regional teams in the seventeen autonomous communities and the first Andalusia report was completed in 2003. This has improved the precision of annual descriptions on Spanish business creation. It has also facilitated tracking shifts in participation over the past 18 years. The extensive network of Spanish GEM scholars have organized annual conferences and the University of Cadiz has served as host on two occasions, advancing progress on understanding Spanish business creation.

The 2020 Andalusia report indicates that business creation is similar to all of Spain, not surprising since it is the home to one-sixth of the population. Many of the patterns are found across all advanced countries. Striking, but not unexpected, is the relative differences between men and women. In almost all advanced countries men are twice as active as women, although women continue to be a major proportion of active entrepreneurs. This current overview confirms that business creation continues to be an important career option for a substantial proportion of Andalusia citizens.

The timing of the assessment, mid-year 2020, coincided with the global emergence of COVID-19. The COVID-19 impact on



those active in business creation appears to be more significant when compared to typical working adults. This may reflect the concentration of business creators in retail and service sectors, where reduction in face-to-face contact may reduce business activity. This is relevant to public programs designed to mitigate the economic impact of COVID-19 restrictions.

The Andalusian data collection was harmonized with that gathered in a wide range of countries, including the Spanish speaking countries of Latin American. While not explored in this assessment, this facilitates future comparisons of business creation in Hispanic cultures in different stages of development.

Overall, the 2020 Andalusian report has provided much valuable information about the current status of entrepreneurial activity, has findings relevant for public policies, and is a resource for future analysis. A substantial contribution for many purposes.

Paul D. Reynolds

Founding GEM Coordinating Principal Investigator
Honorary Professor of Entrepreneurship
Aston Business School, Birmingham, UK



Introducción de Paul D. Reynolds

Informe GEM Andalucía 2020 Hacia adelante



Paul D. Reynolds

Investigador Principal
Coordinador Fundador de
GEM
Profesor Honorario de
Emprendimiento
Aston Business School,
Birmingham, Reino Unido

Tras una primera prueba con diez países del proyecto *Global Entrepreneurial Monitor* en 1999, su rápida expansión internacional incluyó a España, que se incorporó en el año 2000. De manera excepcional entre los países GEM, y han participado más de un centenar, España amplió su esfuerzo para crear equipos regionales en las diecisiete comunidades autónomas, el primer informe de Andalucía se realizó en 2003. Esto ha mejorado la precisión de las descripciones anuales sobre la creación de empresas españolas y ha facilitado el seguimiento de los cambios en la aportación de la región en los últimos 18 años. La extensa red de académicos españoles de GEM ha organizado conferencias anuales y la Universidad de Cádiz ha sido sede en dos ocasiones, aportando un valioso conocimiento a los procesos de creación de empresas en España.

El informe Andalucía 2020 indica que la creación de empresas es similar a toda España, lo que no es de extrañar ya que alberga a una sexta parte de la población. Muchos de los patrones de comportamiento se encuentran en todos los países avanzados. Sorprendentes, pero no inesperadas, son las diferencias relativas entre hombres y mujeres. En casi todos los países avanzados, los hombres son dos veces más activos que las mujeres, aunque las mujeres continúan siendo una proporción importante.



Este panorama actual confirma que la creación de empresas sigue siendo una importante opción de carrera para una parte importante de la ciudadanía andaluza. El momento de la evaluación, a mediados de 2020, coincidió con la aparición global de COVID-19. El impacto de COVID-19 parece ser más significativo en aquellas personas que están inmersas activamente en los procesos de creación de empresas. Consecuencia, a su vez, de la concentración de la creación de empresas en los sectores minorista y de servicios, donde la reducción del contacto cara a cara influye en la reducción de la actividad empresarial. Esto es relevante para el diseño de los programas públicos orientados a mitigar el impacto económico del COVID-19.

La recogida de datos andaluces se armonizó con la de una amplia gama de países, incluidos los países de habla hispana de América Latina. Aunque no se explora en el informe, esta información obtenida es útil y facilita comparaciones futuras en los procesos de creación de empresas en culturas hispanas en diferentes etapas de desarrollo.

En general, el informe de Andalucía 2020 aporta información valiosa sobre el estado actual de la actividad emprendedora, ofrece hallazgos relevantes para las políticas públicas y es un recurso para análisis futuros. Una contribución sustancial para amplios propósitos.

Paul D. Reynolds

Investigador Principal Coordinador Fundador de GEM

Profesor Honorario de Emprendimiento

Aston Business School, Birmingham, Reino Unido



Introducción del Director del Observatorio GEM de Andalucía

Emprender, las lecciones de la COVID-19



José Ruíz Navarro

Director del Observatorio GEM de Andalucía

El informe GEM de Andalucía 2020/21 presenta algunas especificidades propias de los tiempos inciertos que ha traído la pandemia. Como se ha demostrado en otros ámbitos, una de las principales lecciones a extraer ha sido el valor del conocimiento. Esperamos que también se cumpla en esta ocasión con nuestra tarea de desbrozar el complejo entramado que condiciona el nacimiento y crecimiento de las iniciativas emprendedoras.

Uno de los principales objetivos del presente informe es analizar el impacto de la COVID-19 en las variables que cada año mide el Observatorio del Emprendimiento GEM en Andalucía. Las características y metodología del GEM permiten observar la evolución y cambios que se han producido y hacer comparaciones con los indicadores de otros territorios. No obstante, además de los cambios en las series históricas desde 2003, se ha incluido un capítulo específico que analiza con más detalle su repercusión.

Como es usual en los informes anuales, la información responde al modelo contrastado en numerosos territorios, durante casi veinte años, y se ordena ofreciendo, en primer lugar, una síntesis de las principales métricas y un resumen ejecutivo. El resto de contenidos se articulan en dos grandes apartados. El primero, realiza una sinopsis del fenómeno emprendedor. El segundo, se centra en dos temas monográficos: el ya señalado

del impacto de la pandemia y el de la creación de empresas de alto potencial de impacto (*startups*). En este monográfico, un epígrafe especial recoge algunos de los avances que ofrece otro de los proyectos internacionales del Observatorio en esta materia, el proyecto GUESS, que facilita información sobre el emprendimiento universitario, estrechamente ligado a las iniciativas de alto potencial.

La mayor parte de estos contenidos se organizan respetando la información de las series históricas del GEM de Andalucía que nace en 2003 y segregándolas, entre otras categorías, por sexos para poder ofrecer información del papel de la mujer en el fenómeno emprendedor.

La realización de este informe, así como el desarrollo de los proyectos que se relacionan con el Observatorio del Emprendimiento GEM Andalucía, no sería posible sin su naturaleza de investigación colaborativa, sin el apoyo a la red nacional de ENISA, de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, y del Observatorio de Finanzas Sostenibles de Mapfre. Aunque la responsabilidad de los contenidos del informe es de sus autores, el trabajo se nutre de la organización nacional e internacional y de la estrecha colaboración de los siete equipos provinciales que agrupan a treinta y cinco investigadores que conforman la red GEM de Andalucía, la cual tengo el honor de coordinar. Este esfuerzo de colaboración se complementa con la valiosa ayuda que cada equipo obtiene de sus patrocinadores y con el inestimable apoyo que ofrece la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía. A todos ellos, en nombre del equipo GEM de Andalucía, nuestro más sincero agradecimiento.

José Ruiz Navarro

Director del Observatorio GEM de Andalucía

Introducción

El proyecto GEM

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

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

El objetivo de este observatorio se basa en medir y estudiar el fenómeno emprendedor, a través del desarrollo de un conjunto de

informes a nivel provincial, regional, nacional y global. Sus resultados e informes pueden ser consultados de manera gratuita en las páginas webs internacional y nacional. De manera específica, los informes de GEM España y de las comunidades autonómicas y provincias que participan en el proyecto se encuentran a disposición de la población en <http://www.gem-spain.com/>.

Como se detalla en el siguiente epígrafe, el proyecto GEM utiliza principalmente dos fuentes de información. Por un lado, la encuesta APS (*Adult Population Survey*) se dirige a la población adulta de entre 18 y 64 años de edad de cada ámbito geográfico analizado. La utilidad de dicha encuesta se fundamenta en la identificación de las características específicas de los emprendedores y los principales indicadores del proceso emprendedor. Por otro lado, el proyecto GEM emplea un cuestionario denominado NES (*National Experts Survey*), el cual se dirige a un panel de

expertos de cada territorio. Este cuestionario se utiliza para evaluar los factores contextuales que podrían obstaculizar e impulsar el proceso emprendedor. Adicionalmente, GEM utiliza otras fuentes secundarias para obtener un conjunto de variables económicas y sociales.

A partir del análisis de esta información, el presente informe analiza el emprendimiento en Andalucía a través del desarrollo de cinco capítulos. El primer capítulo se denomina “Fenómeno emprendedor” y trata de analizar los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población andaluza de 18-64 años, comparando los resultados de Andalucía con aquellos obtenidos en España y el conjunto de comunidades y ciudades autónomas que han participado en la edición GEM 2020. En concreto, se analiza información sobre las percepciones de la población andaluza de las oportunidades de negocios, de sus propias capacidades para emprender, del miedo al fracaso, de los modelos de referencia y de la propia cultura y su influencia en el emprendimiento. El segundo capítulo titulado “Actividad emprendedora y sus características” analiza los principales indicadores del proceso emprendedor en Andalucía, las motivaciones de los emprendedores andaluces y su perfil en términos de edad, nivel de educación, renta y sexo. Adicionalmente, se estudian las necesidades de financiación de la actividad emprendedora naciente. Por su parte, el capítulo 2 denominado “Entorno emprendedor: resumen de obstáculos, facilitadores y recomendaciones” trata de evaluar el ecosistema en el que se desarrolla la actividad emprendedora de Andalucía a partir de las valoraciones emitidas por 36 expertos consultados con respecto a los obstáculos, facilitadores y recomendaciones del proceso emprendedor. Con el fin de proporcionar un

análisis más exhaustivo de las valoraciones de dichos expertos sobre los factores contextuales del ecosistema emprendedor, se incluye el capítulo 3 denominado “Valoración detallada de las condiciones del entorno emprendedor”. Finalmente, se aportan dos capítulos que constituyen temas monográficos. Por un lado, el capítulo 4 titulado “El impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora” tiene un doble objetivo: (i) conocer las percepciones de la población andaluza acerca de los efectos de la COVID-19; y, (ii) analizar la percepción de los expertos andaluces sobre el ecosistema emprendedor en la COVID-19. Por otro lado, el capítulo 5 se denomina “Creación de *startups*, empresas de alto potencial de impacto”. En dicho capítulo se pretende conocer la situación de las *startups* en Andalucía en cuanto a su tamaño inicial, su equipo promotor, el grado de innovación tecnológica y su orientación internacional. Además, se pretende conocer la influencia de algunos factores contextuales que podrían afectar al emprendimiento de alto potencial de Andalucía, entre ellos la relación con el emprendimiento universitario que enlaza con el proyecto GUESSES del Observatorio del Emprendimiento GEM España. Con el fin de ofrecer un análisis de la evolución temporal de estos indicadores, en el presente capítulo se compara la información obtenida en el año 2020 con los datos que se alcanzaron en 2019.

Metodología

El proyecto GEM utiliza una metodología uniforme y común para analizar la actividad emprendedora en cada ámbito geográfico, lo cual posibilita que se puedan desarrollar análisis comparativos entre diferentes territorios. El Observatorio GEM se basa principalmente en dos fuentes de información que se especifican en el gráfico 1.

Gráfico 1. Fuentes de datos GEM

1

Encuesta a la población de 18-64 años de edad (APS)

- Sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizarla.
- Se realiza entre los meses de julio y noviembre en todas las naciones, regiones y ciudades participantes.

2

Encuesta a los expertos en el entorno para emprender (NES)

- Sirve para valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características.
- Cada país, región o ciudad, selecciona una muestra representativa de expertos en: financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales, que son entrevistados mediante un amplio cuestionario diseñado por GEM. La encuesta se realiza entre los meses de julio y octubre.

El proyecto GEM utiliza una metodología uniforme y común para analizar la actividad emprendedora en cada ámbito geográfico, lo cual posibilita que se puedan desarrollar análisis comparativos entre diferentes territorios. El Observatorio GEM se basa principalmente en dos fuentes de información que se especifican en el gráfico 1.

Con respecto a la encuesta a la población adulta (APS), se construye tomando como base una muestra representativa de la población adulta con edades comprendidas entre 18 y 64 años con el fin de alcanzar una serie de indicadores homogéneos de la actividad emprendedora de la población de cada ámbito geográfico analizado. Con el fin de identificar la muestra y de reducir los posibles sesgos, se consideran variables tales como sexo, edad, zona rural y urbana, entre otras. Finalmente, cabe mencionar que la encuesta APS es elaborada a través de sistemas CATI, focalizándose la realización de encuestas principalmente entre las 18 y las 22 horas. La ficha técnica de la encuesta a la población adulta puede consultarse en la Tabla 1.

A partir de la información suministrada por la encuesta a la población adulta, se desarrollan los principales indicadores que definen el proceso emprendedor (emprendimiento potencial, emprendimiento naciente, emprendimiento nuevo, empresas consolidadas y abandonos). A esto se añade que el análisis de los datos referidos a esta encuesta permite obtener información sobre los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población adulta, las motivaciones de las personas involucradas en el proceso emprendedor, el perfil de los emprendedores, las necesidades de financiación, entre otros factores.

En relación con la encuesta a los expertos (NES), el proyecto GEM trata de analizar la situación del entorno en el que se sitúa el emprendedor con el fin de evaluarlo y emitir un diagnóstico del mismo. Para tal fin, cada ámbito geográfico selecciona un conjunto de expertos en financiación, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales. En el caso de Andalucía, se seleccionaron 36 expertos con base en sus conocimientos sobre los condicionantes del entorno que fueron consultados acerca de los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, así como las recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor andaluz.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta

| FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN ADULTA EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA | |
|--|--|
| 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 |

Balanced Scorecard

El *Balanced Scorecard* (BSC) constituye una herramienta de gestión que permite vincular una serie de objetivos e indicadores con los resultados y desempeños alcanzados. El BSC agrupa dicha información atendiendo a cuatro perspectivas diferentes: de resultados, de *stakeholders*, de procesos internos y de aprendizaje, y crecimiento.

La aplicación de esta herramienta¹ permite conocer los indicadores y resultados más relevantes del Informe GEM Andalucía 2020 de cada una de las distintas perspectivas mencionadas anteriormente. Además, con el fin de conocer cuál ha sido la evolución de los resultados obtenidos, se presenta la información tanto para los años 2019 y 2020. De esta forma, a partir del BSC, se obtiene una perspectiva global de diferentes tipos de indicadores y resultados, complementada con un análisis temporal de los mismos.

¹ El resumen *Scorecard* de los resultados del Informe GEM está basado en el trabajo de Lorenzo Gómez, J.D., Rojas Vázquez, A. y Ruiz Navarro, J. (2007): "Regional Entrepreneurial Scorecard", *Cuadernos de Gestión*, Vol. 8, nº 2, pp. 29-46. ISSN: 1131-6837.

BSC: perspectiva de resultados

Con respecto a los indicadores que se encuadran dentro de la *perspectiva de resultados*, los resultados de la Tabla 2 muestran que la mayor parte de estos indicadores se han reducido en el año 2020. En concreto, el valor de la TEA para el año 2020 ha sufrido una reducción de aproximadamente un punto porcentual, mientras que este indicador para el colectivo femenino se ha reducido en más de dos puntos porcentuales. Estos resultados indican la menor predisposición de la población adulta andaluza a crear iniciativas nuevas y nacientes, siendo la reducción del colectivo de emprendedoras aún más acentuada. A esto se añade que el porcentaje de los emprendedores que crearán algún empleo en los próximos cinco años y el de aquellas empresas con uso de tecnologías de nivel medio o alto es también menor para el año 2020. Si bien estos

datos no evolucionan positivamente dada la situación de incertidumbre y dificultades que se han presentado en 2020, la perspectiva de resultados revela que el porcentaje de la población que posee y dirige empresas con-

sideradas consolidadas, de más de 42 meses de funcionamiento, ha aumentado levemente y la tasa de abandonos empresariales se ha reducido ligeramente.

Tabla 2. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de resultados

| OBJETIVOS | INDICADORES | DESCRIPCIÓN | 2019 | 2020 | ↗ |
|---|---|---|------------|------------|---|
| Mayor número de emprendedores | TEA | % 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva | 5,8 | 4,9 | ↓ |
| Mayor número de mujeres emprendedoras | TEA femenina | % 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva | 6,8 | 4,2 | ↓ |
| Mayor calidad de empresas: creación de empleo | Previsión de creación de empleo | % de la TEA que creará algún empleo de aquí a 5 años | 3,9 | 3,1 | ↓ |
| Mayor calidad de empresas: tecnología | Porcentaje de empresas con medio o alto uso de nuevas tecnologías | TEA% Activo en sectores tecnológicos | 8,6 | 8,1 | ↓ |
| Mayor número de empresas consolidadas | Empresas consolidadas | % 18-64 población, Sí: Actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses de funcionamiento | 6,3 | 6,4 | ↑ |
| Menor número de cierres (efectivos) | Empresas que han cerrado | % 18-64 población, Sí: Ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses | 1,1 | 1,0 | ↓ |

BSC: perspectiva de stakeholders

En relación con los indicadores y resultados referidos a la *perspectiva de stakeholders*, la Tabla 3 refleja que el valor del NECI (Índice sintético del entorno para emprender) se ha mantenido constante. Dicho indicador se

calcula como un promedio de las valoraciones del entorno emprendedor por parte de los expertos consultados. Además, se pueden observar que la valoración tanto del acceso a financiación por parte de los emprendedores como sobre el apoyo que las políticas gubernamentales ejercen a la creación de empresas ha mejorado en el año 2020. Sin embargo, existen otros indicadores dentro de la perspectiva de *stakeholders* que se han

visto reducidos. En concreto, el porcentaje de inversores informales, el porcentaje de la población que considera que la creación de empresas es una buena salida profesional y la

valoración sobre la atención que los medios de comunicación prestan al emprendimiento se han visto minorados en 2020 respecto al año 2019.

Tabla 3. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de stakeholders

| OBJETIVOS | INDICADORES | DESCRIPCIÓN | 2019 | 2020 | ↗ |
|---|--|---|-------------|-------------|---|
| Valoración del entorno para emprender | Índice del Contexto del Entorno Territorial (NECI) | Promedio de los indicadores del entorno que valoran los expertos | 4,5 | 4,5 | → |
| Apoyo financiero | Valoración del panel de expertos sobre las condiciones de acceso a la financiación por los emprendedores (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de acceso a la financiación por parte de los emprendedores | 2,4 | 2,5 | ↑ |
| Apoyo financiero | Porcentaje de inversores informales en la sociedad | % 18-64 población, Sí: he prestado dinero para poner en marcha un negocio | 4,1 | 2,9 | ↓ |
| Imagen positiva del emprendedor | Porcentaje de población que considera que crear una empresa es una buena salida profesional | % Sí: Emprender es una buena elección de carrera profesional | 56,7 | 55,8 | ↓ |
| Imagen positiva del emprendedor | Porcentaje de población que considera que hay buena cobertura de los emprendedores en los medios de comunicación | % 18-64 población, Sí: En mi país, los medios de comunicación prestan mucha atención al fenómeno emprendedor | 55,2 | 49,7 | ↓ |
| Mejora de programas gubernamentales | Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de programas gubernamentales (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de percepción de la situación de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas | 3,1 | 3,0 | ↓ |
| Apoyo al emprendedor en todas las fases | Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de políticas gubernamentales (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de políticas, medidas y apoyo para creación de empresa propia | 2,7 | 2,8 | ↑ |

BSC: perspectiva de procesos internos

La tabla 4 presenta los indicadores y resultados de la *perspectiva de procesos internos*. Como se muestra en dicha tabla, la percepción de oportunidades emprendedoras por parte de la población encuestada se ha reducido considerablemente. En concreto, el 36,2% de la población afirmó percibir buenas oportunidades para emprender en 2019, mientras que en 2020 este valor se sitúa en

torno al 17%. A esto se añade que el porcentaje de la población con intención futura de emprender también se ha visto reducido en el periodo temporal analizado. A pesar de que la población andaluza en 2020 tiende a percibir menos oportunidades y tener una tendencia más baja a emprender que en el año 2019, la valoración que dicha población emite sobre el estatus social del emprendedor ha aumentado. Finalmente, los expertos consultados han valorado, en el año 2020, las políticas gubernamentales referidas a la reducción de trámites y plazos de tramitación de manera similar al año 2019.

Tabla 4. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de procesos internos

| OBJETIVOS | INDICADORES | DESCRIPCIÓN | 2019 | 2020 | ↗ |
|---|--|--|-------------|-------------|---|
| Percepción de oportunidades de negocio | Porcentaje de la población que considera que existen buenas oportunidades de negocio | % 18-64 población, Sí: ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses | 36,2 | 17,4 | ↓ |
| Detección de emprendedores potenciales | Porcentaje de la población con intención futura de emprender | % 18-64 población, Sí: Espera poner en marcha un nuevo negocio en los 3 próximos años (emprendedores potenciales) | 8,1 | 7,0 | ↓ |
| Imagen del emprendedor | Valoración de la población sobre el estatus social del emprendedor | % 18-64 población, Sí: asocia un alto estatus a los emprendedores que tienen éxito | 57,6 | 62,2 | ↑ |
| Reducción de trámites y plazos de tramitación | Valoración del panel de expertos sobre los impuestos, trámites y tiempo necesarios para la puesta en marcha de una empresa (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de Política gubernamentales, titulado trámites y burocracia en la creación de una empresa propia | 2,4 | 2,4 | → |

BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento

Con respecto a la *perspectiva de aprendizaje y crecimiento*, tal y como se refleja en la tabla 5, la mayoría de los indicadores han incrementado. En concreto, en 2020, se ha producido un incremento de la valoración sobre el nivel de transferencia de I+D, sobre el nivel de

asistencia integral de las instituciones de promoción y sobre la educación y formación en creación de empresas en formación profesional y la Universidad. Además, el porcentaje de población que considera que poseen los conocimientos y habilidades para la creación de empresas ha aumentado en aproximadamente dos puntos porcentuales. Por su parte, se ha mantenido la evaluación sobre la educación y formación en creación de empresas en niveles de primaria y secundaria.

Tabla 5. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de aprendizaje y crecimiento

| OBJETIVOS | INDICADORES | DESCRIPCIÓN | 2019 | 2020 | ↗ |
|----------------------------------|--|---|------|------|---|
| Transferencia I+D | Evaluación del nivel de transferencia de I+D (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque Transferencia Tecnológica e I+D | 2,5 | 2,6 | ↑ |
| Coordinación entre instituciones | Evaluación del nivel de asistencia integral de las instituciones de promoción (valorado de 1 a 5) | Valoración de los expertos sobre si se puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactando con un solo organismo público. | 2,5 | 2,6 | ↑ |
| Mejoras en formación | Evaluación de educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria (valorado de 1 a 5) | Componente principal resumen del bloque de educación y formación, con estudios de primaria y secundaria, y en creación de empresas | 2,2 | 2,2 | → |
| Mejoras en formación | Evaluación de educación y formación en creación de empresas en formación profesional y universidad | Componente principal resumen del bloque de educación y formación en formación profesional y Universidad en Creación de Empresas | 2,9 | 3,0 | ↑ |
| Mejoras en formación | Valoración de la población sobre su capacidad para dirigir empresas | % Tiene habilidades, conocimientos para crear una nueva empresa | 50,3 | 52,5 | ↑ |

Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo del Informe GEM Andalucía 2020 permite ofrecer una panorámica de los principales indicadores estudiados en cada una de las fases del proceso emprendedor, de las percepciones y aptitudes de la población andaluza, del entorno emprendedor de Andalucía, del impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora andaluza y del potencial de crecimiento del tejido emprendedor de nuestra región

Actividad emprendedora en Andalucía

Atendiendo a las distintas etapas del proceso emprendedor, con respecto a la fase de concepción, que mide el *potencial* de la población para emprender un negocio, el 7% de la población andaluza afirmó tener intención de emprender en los próximos 3 años. El porcentaje de emprendedores potenciales de Andalucía es idéntico al potencial emprendedor español.

Esta intención a emprender puede materializarse en la población andaluza involucrada en la etapa de actividad emprendedora. En dicha etapa, se analiza la *tasa de actividad emprendedora* (TEA) registrada en la población andaluza de 18 a 64 años de edad, la cual asciende a 4,9%. El 2,3% de esta población se refiere a personas que se encontraban en el proceso de poner en marcha un negocio naciente, mientras que el 2,6% correspondía a aquella población que se definía como propietarios que se ocupaban de la gestión de nuevas empresas. El indicador TEA se sitúa por debajo de la media de España (5,2%). El indicador TEA alcanza valores diferentes en las provincias andaluzas, el más alto corresponde a Sevilla (6,6%), seguido por el de Granada (5,8%).

Con respecto a la fase de dinámica emprendedora, por un lado, el porcentaje de personas con negocios *consolidados* en Andalucía asciende a 6,4%. Dicho porcentaje se en-

cuenta ligeramente por debajo de la media de España (6,7%). Por otro lado, la tasa de *cierre o abandono* efectivo (el negocio no ha continuado su actividad dirigida por otras personas) de Andalucía es igual a la media española (1%) para el año 2020. Por su parte, la tasa de cierre o abandono no efectivo (el negocio se abandonó, pero pudo continuar su actividad dirigida por otras personas) de Andalucía (1,2%) es ligeramente inferior a la media nacional (1,3%).

Con el fin de ofrecer una perspectiva del proceso emprendedor entre hombres y mujeres, en el presente informe se ofrece un análisis detallado de los indicadores de dicho proceso entre ambos colectivos. Los resultados indican que las mujeres andaluzas tienen una menor presencia en comparación con los hombres durante el proceso emprendedor en el año 2020. Las diferencias entre ambos colectivos son menos acusadas durante las primeras etapas del proceso emprendedor que abarcan desde la fase en la que manifiestan una intención emprendedora hasta la etapa en la que se involucran en negocios nacientes y nuevos. No obstante, la mayor diferencia entre hombres y mujeres se obtiene en lo que respecta a los negocios consolidados, ya que el 65,6% de los hombres están involucrados en iniciativas consolidadas frente a un 34,4% de presencia femenina. En relación con la tasa de abandono, el 55,6% de las mujeres cerraron negocios en el año 2020 frente a un 44,4% del colectivo masculino.

Finalmente, a través de un análisis basado en estudiar los motivos para emprender entre hombres y mujeres, los resultados revelan que el motivo más destacado para emprender de los hombres y mujeres involucrados en negocios nacientes y nuevos es “ganarse

la vida porque el trabajo escasea” (hombres: 72,7%; mujeres: 71,7%), mientras que el segundo motivo más relevante es “crear riqueza o una renta muy alta” (hombres: 36,4%; mujeres: 33%). Con respecto a las iniciativas consolidadas, “ganarse la vida porque el trabajo escasea” es el motivo más destacado tanto para los colectivos masculino (70,1%) como femenino (75,4%) que poseen negocios consolidados.

Con respecto a la financiación cabe mencionar que el capital necesario para iniciar un nuevo negocio más frecuente (moda) en Andalucía es sensiblemente inferior (6.000€) al de España (20.000€). A esto se añade que un 92,3% de los inversores son familiares o amigos de los emprendedores. Estos resultados parecen estar indicando que las iniciativas emprendedoras nacientes en Andalucía podrían estar presentando menores niveles de potencial de crecimiento y solidez a largo plazo.

Valores, percepciones y aptitudes de la población andaluza

Del análisis de los valores, percepciones y aptitudes, se pueden destacar algunas fortalezas de la comunidad autónoma andaluza respecto a España. Un primer indicador favorable para Andalucía se refiere al porcentaje de la población que *percibe buenas oportunidades para emprender* (17,4%), el cual es superior respecto a la población española (16,5%). También es necesario hacer mención al conocimiento de *modelos de referencia*. En este caso, el porcentaje de personas en Andalucía (38,1%) que conoce a otros emprendedores es ligeramente superior al de España (37,3%). A esto se añade que el porcentaje de la población andaluza que considera el *miedo*

al fracaso como un obstáculo para emprender (63,5%) es muy ligeramente inferior a la media española (64%). A esto se añade que el porcentaje de la población andaluza que afirma poseer *conocimientos, habilidades y experiencias* (52,5%) es superior a la media española (51,9%).

Con respecto a la percepción de la población andaluza sobre los aspectos socio-culturales, por un lado, se puede concluir que la situación del colectivo emprendedor en Andalucía es similar al nacional en cuanto a la opinión sobre el papel de los medios de comunicación para visualizar y dar a conocer casos de éxito (49,7% en el caso de Andalucía y 50,4% en el caso de España).

Por otro lado, la opinión sobre la equidad en los estándares de vida (Andalucía: 72,2%; España: 67,8%), sobre la opinión del emprendimiento como una opción profesional (Andalucía: 55,8%; España: 54,9%) y sobre si el emprendimiento otorga mayor estatus (Andalucía: 62,2%; España: 59,1%) son más altos para la población andaluza en comparación con los resultados del contexto nacional.

Finalmente, la opinión sobre la facilidad para iniciar un nuevo negocio del colectivo emprendedor andaluz (33,1%) es ligeramente inferior al español (34,6%).

Condiciones del entorno para emprender en Andalucía

Al objeto de valorar si las condiciones del entorno emprendedor en Andalucía favorecen o, por el contrario, inhiben la actividad emprendedora en el territorio, se constituyó un panel de expertos compuesto por 36 profesionales

de reconocido prestigio y experiencia en el ámbito del emprendimiento. La información proporcionada por estos expertos es utilizada para realizar una valoración del ecosistema emprendedor y detectar puntos fuertes y débiles, así como acciones específicas que contribuyan a su fortalecimiento.

En términos generales, el diagnóstico realizado por los expertos arroja un resultado desfavorable con respecto a las condiciones del entorno para propiciar la actividad emprendedora en Andalucía, dado que, de los doce factores analizados, solamente tres obtienen una valoración igual o superior al punto medio de la escala utilizada (1 – 10 puntos): existencia y acceso a infraestructura física y de servicios (6,6); programas gubernamentales (5,1); y, educación y formación emprendedora en la etapa postescolar (5). Las principales deficiencias se encuentran en la educación emprendedora recibida por los estudiantes de la región en etapa escolar (3,2), las políticas gubernamentales en materia de burocracia e impuestos (3,6) y el apoyo financiero prestado a los emprendedores (3,8).

La comparación con las opiniones vertidas por los expertos nacionales y europeos pone de manifiesto, por un lado, que las siguientes seis dimensiones reciben una peor valoración por parte de los expertos andaluces: políticas gubernamentales en materia de impuestos y burocracia (3,6); el apoyo financiero para los emprendedores (3,8); dinámica del mercado interno (4,1); barreras de acceso al mercado interno (4,1); transferencia de I+D (4,2); y, existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional (4,9). Por otro lado, los expertos andaluces, españoles y europeos otorgan una valoración similar a cinco condicionantes del ecosistema emprendedor:

educación y formación emprendedora en etapa escolar (3,2); normas sociales y culturales (4,3); políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento (4,6); educación y formación emprendedora en etapa post-escolar (5); y, programas gubernamentales (5,1). Por último, cabe destacar que el único factor que el panel de expertos andaluz valora de un modo más favorable es la existencia y acceso a infraestructuras físicas y de servicios (6,6).

De un modo casi abrumador, los expertos coinciden en señalar el limitado apoyo financiero recibido por los emprendedores como el principal obstáculo para desarrollar una actividad emprendedora en Andalucía (80%), sin perder de vista la escasez o ineficiencia de las políticas gubernamentales (65,7%). En el lado opuesto de la balanza, los expertos andaluces señalan los programas gubernamentales (38,2%) y la existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional (35,3%) como los principales facilitadores de la actividad emprendedora.

Impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora andaluza

Con el fin de conocer el impacto de la COVID-19 sobre la actividad emprendedora andaluza, se analizaron el cambio en el nivel de ingreso familiar, los modelos de referencia, la generación de oportunidades de negocio y el apoyo desde las instituciones gubernamentales.

Con respecto a los efectos de la pandemia sobre el *ingreso familiar*, el 40% de la población no involucrada en el proceso emprendedor reportó que su ingreso familiar tuvo una disminución significativa o moderada, mientras que únicamente un 1,8%, experimentó algún

aumento en sus ingresos familiares. En contraste, un mayor porcentaje de la población emprendedora (61,8%) indicó una disminución de sus ingresos, mientras que el 2,2% denotó un incremento.

En relación con los *modelos de referencia*, el 43,4% de personas no involucradas en el proceso emprendedor señaló que conocía a personas emprendedoras que cerraron su empresa en 2020, y únicamente un 13% conocía a alguien que había creado una empresa. Por su parte, el 56,7% de personas emprendedoras conocían a otros emprendedores que habían cerrado su empresa, mientras que el 19,2% conocían a personas que habían creado una empresa.

En lo que respecta a la *generación de oportunidades de negocio*, el 84,7% de las iniciativas consolidadas afirmaban que la COVID-19 no había generado nuevas oportunidades de negocio. Este porcentaje es inferior en las empresas nacientes (66,4%) y nuevas (80,3%).

Finalmente, con respecto al *apoyo recibido de las instituciones gubernamentales*, los resultados demuestran que un 72,2% de las personas involucradas en iniciativas consolidadas considera que estas instituciones no tuvieron una respuesta eficiente ante la alarma socio-sanitaria generada por la COVID-19. Este porcentaje es inferior para los emprendedores nuevos (64,2%) y nacientes (58,6%).

Adicionalmente, el proyecto GEM 2020 incluyó un conjunto de preguntas para consultar al panel de expertos sobre la capacidad de respuesta y eficacia del ecosistema emprendedor para hacer frente a los cambios ocasionados por la COVID-19. En primer lugar, los expertos coinciden en señalar la

elevada capacidad de ajuste de los emprendedores (le dan 7,3 puntos sobre 10) y su predisposición para aceptar la implantación del trabajo remoto desde casa (7,1) como elementos que reciben una mayor valoración. En el sentido opuesto, el panel de expertos ha percibido de manera muy negativa la efectividad de las medidas gubernamentales implementadas para hacer frente a la COVID-19, destacando especialmente el desajuste entre las medidas y la nueva realidad económica (4,4), la ineficacia de la tramitación digital de expedientes (4,8) y la ausencia de efectividad para evitar la pérdida real de empresas (4,9).

Emprendimiento de alto potencial (*startups*) en Andalucía

El análisis de una serie de indicadores a nivel emprendedor y a nivel contextual permite ofrecer una fotografía detallada del potencial de crecimiento del tejido emprendedor andaluz. Nuestra región presenta una densidad empresarial similar a la del conjunto nacional, aunque predominan las microempresas, esto es, empresas formadas por entre cero y nueve empleados (95,9% del total de empresas). Además, pese a que la población andaluza representa, aproximadamente, el 17% del total nacional, el volumen de inversión en I+D realizado por las empresas y el personal dedicado a este tipo de actividades apenas alcanza el 10% de la cifra total española. Estos datos se traducen en el hecho de que en Andalucía, durante el período 2015-2020 sólo se hayan registrado 2.794 *startups*, cifra que representa el 12,3% del territorio nacional, en el que sobresalen Madrid y Cataluña como focos catalizadores del emprendimiento de alto potencial (50% del total de *startups*).

Atendiendo a las características de la muestra de los emprendedores andaluces, es posible definir un perfil relativo a su potencial de crecimiento. En primer lugar, se observa que, a medida que las empresas se consolidan en el tiempo, incrementan ligeramente su tamaño, aunque el porcentaje de empresas que cuentan con 20 ó más empleados es muy reducido, tanto para las empresas en fase naciente (0,6%), como para las consolidadas (2,3%). Igualmente, las propias expectativas de crecimiento de los emprendedores son muy limitadas, ya que sólo el 13,8% y el 15,2% de los emprendedores nacientes y consolidados, respectivamente, consideran que sus iniciativas estarán formadas por más de cinco empleos en los próximos cinco años. En tercer lugar, una abrumadora mayoría de empresas, tanto nacientes (91,9%), como consolidadas (92,5%) presenta un escaso nivel tecnológico y reporta resultados nulos de innovación, ya sea en productos/servicios (empresas en fase inicial: 67,6%; empresas consolidadas: 89,6%) o en procesos (empresas en fase inicial: 74,8%; empresas consolidadas: 88,1%). Análogamente, el tejido emprendedor andaluz presenta una extremadamente limitada apertura a los mercados internacionales, ya que el 84,7% y el 76,5% de las empresas nacientes y consolidadas, respectivamente, reconocen una dedicación exclusiva al ámbito local.

Por último, la información procedente del Proyecto Global University Spirit Student's Survey (GUESSS) permite analizar el papel específico del contexto universitario y las características más relevantes de los estudiantes universitarios que, o bien, son ya propietarios de una empresa, o manifiestan una clara intención emprendedora. En primer lugar, cabe resaltar que, aproximadamente, el 25%

de los estudiantes universitarios andaluces se encuentran involucrados de manera directa en el proceso emprendedor, ya sea porque están inmersos en la creación de su propio negocio (19,2%) o porque ya son emprendedores activos (5,7%). El análisis específico de estas iniciativas emprendedoras revela que la mayoría de ellas han sido creadas con la colaboración de otros socios (74,6%) y que el 63,2% pueden ser consideradas nacientes, ya que han sido creadas a partir del año 2018. Además, casi el 20% de los estudiantes con empresas activas reconoce que la COVID-19 ha influido notablemente en la decisión de crear el negocio. Por su parte, es preciso resaltar igualmente que más del 36% de los estudiantes universitarios andaluces reconoce poseer una intención manifiesta de comenzar

una actividad emprendedora, ya sea al finalizar los estudios (13,4%) o cinco años después de completarlos (23,5%) y que la pandemia COVID-19 ha influido decisivamente en la generación de dichas intenciones (12,8%). Por último, es destacable señalar el interés reportado por los universitarios andaluces en cuanto a la formación en materias emprendedoras, dado que el 31,4% de los mismos ha asistido a algún curso de emprendimiento de manera voluntaria, siendo este porcentaje notoriamente superior al del contexto español (25,8%) e internacional (26,1%).

PARTE 1.

Sinopsis del fenómeno emprendedor

Capítulo 1.

Fenómeno emprendedor

1.1.

Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población andaluza de 18-64 años

En este apartado se presentan y analizan las percepciones que posee la población andaluza adulta de edad de 18-64 años, en relación con factores de carácter subjetivo y características de los emprendedores. Respecto a las características de los emprendedores se analizan: las aptitudes para reconocer oportunidades; la autoconfianza en sus conocimientos y habilidades para emprender; el miedo al fracaso; y su capital social. En cuanto a sus percepciones sobre factores de carácter subjetivo se aborda el análisis de la cultura emprendedora considerando valores

tales como: la equidad en los estándares de vida; el valor del emprendimiento como carrera profesional y para la obtención de estatus económico y social; y las facilidades percibidas para la creación de empresas.

1.1.1.

La percepción de la población andaluza sobre sus valores y aptitudes para emprender a partir de una comparativa entre población involucrada y no involucrada

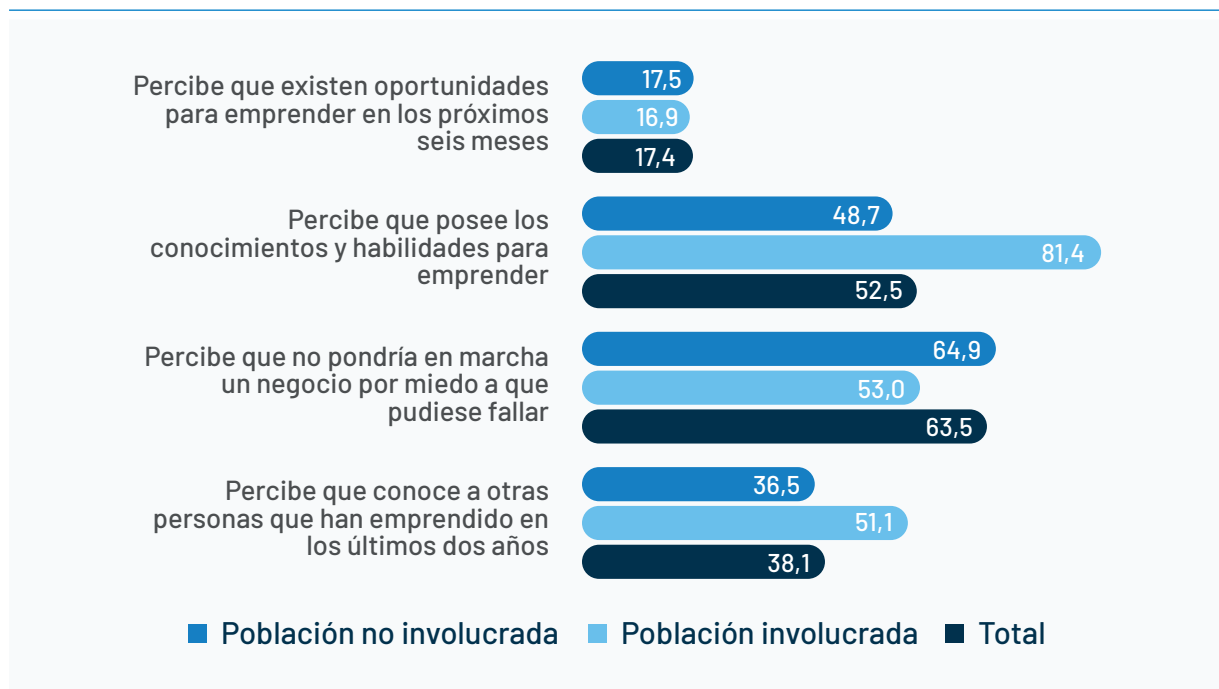
El reconocimiento de oportunidad es considerado como el primer paso del proceso emprendedor (Ozgen y Baron, 2007; Short et al., 2010). Este es un proceso de carácter cognitivo a través del cual las personas concluyen que han identificado una oportunidad de negocio (Baron, 2006). Es por ello, que las

características cognitivas de las personas, sus valores, los conocimientos y habilidades que posean y sus redes personales y empresariales, constituyen factores relevantes que determinan el inicio y desarrollo del proceso. Los emprendedores pueden ostentar características cognitivas diferenciadas que les permitan desarrollar una búsqueda activa de oportunidades en el mercado, y al mismo tiempo, pueden haber desarrollado experiencias y conocimientos (capital humano) y contactos con otros emprendedores (capital

social) que les ayuden a reconocer una oportunidad cuando ésta se produzca (DeTienne y Chandler, 2007).

Para responder a estas cuestiones, el proyecto GEM recaba información sobre la existencia de oportunidades emprendedoras, diferenciando entre personas involucradas en el proceso emprendedor de aquéllas que no lo están, y que se recoge en el Gráfico 1.1.1.

Gráfico 1.1.1. Percepciones de la población andaluza sobre sus valores y aptitudes para emprender, 2020 (población involucrada; no involucrada y total)



En este Gráfico se aprecia que el 17,4% de la población andaluza adulta para el 2020 percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses, siendo mayor la percepción de oportunidades de la población no emprendedora (17,5%) que de la involucrada en un proceso emprendedor (16,9%). En cualquier caso, el porcentaje de la población total que percibe oportunidades para emprendedor es muy bajo. De hecho, en 2019 el 36,2% de la población adulta de Andalucía percibía

oportunidades para crear una empresa en los próximos seis meses, por lo que, en el 2020, año de la crisis ocasionada por la COVID-19, la percepción de oportunidades emprendedoras ha sufrido una importante bajada en Andalucía. Esta tendencia también se observa para todo el territorio nacional que reporta un porcentaje aún menor para el año 2020 del 16,5% frente al 39,5% de 2019.

En relación con la percepción sobre la existencia de autoeficacia emprendedora en la población adulta andaluza en el año 2020, el 52,5% considera que poseen los conocimientos y habilidades necesarios, porcentaje ligeramente superior al de la población española para el 2020 (51,9%). El mayor nivel de autoconfianza en los conocimientos para emprender lo reporta la población involucrada en el proceso emprendedor con un 81,4%, frente al 48,7% reportado por los no emprendedores, distribución de porcentaje similar al que reporta la población española para ese mismo año (85,1% de la involucrada frente al 45,8% de la no involucrada). Estos datos nos están indicando, en línea con estudios previos, que la autoconfianza en los conocimientos para emprender es un factor que poseen los emprendedores en mayor medida que los no emprendedores. La autoconfianza en los conocimientos para emprender influye en las aspiraciones, decisiones y el esfuerzo de todas las personas (Boyd y Vozikis, 1994), y juega un papel importante en el desarrollo de la intención de establecer y gestionar una nueva aventura (Kickul et al., 2008; Mueller y Dato-On, 2008). Sin embargo, la experiencia previa de un emprendedor le dota de esta característica clave.

Si comparamos los porcentajes de la población adulta andaluza del año 2020 (52,5%) con los del 2019 (50,3%), se observa un incremento del porcentaje de la población que posee esta percepción, lo que nos indica que la situación de incertidumbre, el enfriamiento de la economía y el estancamiento de la actividad empresarial que ha provocado la crisis sanitaria, no ha afectado a que más de la mitad de la población española perciba que posee capacidades y conocimiento para emprender y que más de un 80% de los emprendedores también lo perciban.

Investigaciones previas han contrastado empíricamente que la existencia del miedo al fracaso afecta a las aspiraciones y al nivel de actividad emprendedora, siendo por ello un factor negativo (Langowitz y Minniti, 2007; Minniti, 2009). En el año 2020 el 63,5% de la población andaluza percibe miedo al fracaso de poner en marcha un nuevo negocio. Se ha producido un incremento considerable en relación con el porcentaje reportado en 2019 (55,4%), pero similar al que presenta la población española para el año 2020 (64%). Es por ello, que podemos extraer las mismas conclusiones sobre los efectos del miedo al fracaso que en el informe GEM de la población española. La incertidumbre en los mercados y ralentización de la actividad empresarial que ha traído la crisis sanitaria de la COVID-19 pueden explicar el incremento del miedo al fracaso al percibirse situación de mayor riesgo en los mercados y por ello la menor predisposición de la población a efectuar inversiones para el desarrollo de una actividad emprendedora. El incremento del miedo al fracaso es más acusado en la población no involucrada en el proceso emprendedor (64,9%) respecto a la involucrada (53%), lo que puede estar indicando un mayor freno en el inicio de nuevas iniciativas emprendedoras.

El capital social, o los recursos a los que los emprendedores pueden acceder a través de sus redes personales, les permiten identificar oportunidades y es un factor clave en el proceso emprendedor (Bhagavatula et al., 2010; Stam et al., 2014). En el año 2020, el 38,1% de la población andaluza señalaba que conocía a personas que habían emprendido en los dos últimos años, para el año 2019 el porcentaje fue mayor en un 6,4% (44,5%), por lo que en un año se ha producido una disminución del capital social que percibe la población adulta

en Andalucía. Este porcentaje en el 2020 es mayor en el caso de la población involucrada en el proceso emprendedor (51,1%), respecto a la no involucrada (36,5%). Estas cifras son similares a las alcanzadas en la población española (50,2% en la población involucrada; 35,6% en la población no involucrada). Estos

datos nos confirman la necesidad de fomentar las redes personales y empresariales en la población total andaluza al objeto de estimular la actividad emprendedora, por cuanto el porcentaje de población andaluza con redes personales no alcanza el 40%.

Tabla 1.1.1. Percepción de la población andaluza sobre sus valores y actitudes para emprender en función del sexo, 2020

| % de la población andaluza de 18-64 años que percibe que | Involucrada en el proceso emprendedor | | | No involucrada en el proceso emprendedor | | |
|--|---------------------------------------|-------|--------------|--|-------|--------------|
| | Hombre | Mujer | Total | Hombre | Mujer | Total |
| ... existen oportunidades para emprender en los próximos 6 meses | 18,1% | 14,8% | 16,9% | 18,9% | 16,2% | 17,5% |
| ... posee los conocimientos y habilidades para emprender | 82,2% | 79,8% | 81,4% | 52,3% | 45,3% | 48,7% |
| ... el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender | 51,2% | 55,7% | 53,0% | 63,3% | 66,4% | 64,9% |
| ... conoce a otras personas que han emprendido el año anterior | 52,3% | 48,9% | 51,1% | 40,2% | 33,0% | 36,5% |

Si atendemos a la diferencia en las percepciones analizadas en función del sexo para el año 2020, la Tabla 1.1.1. muestra un perfil más conservador de las mujeres emprendedoras respecto a los hombres en todas sus percepciones y actitudes para emprender. Este perfil más conservador de la mujer también se observa para el año 2019 en Andalucía y en España. Para el caso de la población andaluza no involucrada en el proceso emprendedor, el perfil conservador se acentúa en la mujer en comparación con la población emprendedora, dándose las mayores diferencias en la población no emprendedora en: la autoconfianza, el miedo al fracaso y el capital social. La mayor diferencia en percepción por sexo entre ambas poblaciones también se aprecia en el año 2019 para Andalucía y en España para 2020.

En cuanto a la percepción de oportunidades para el año 2020, el 14,8% de las mujeres emprendedoras perciben oportunidades para emprender, un porcentaje inferior al del hombre emprendedor (18,1%). Comparando los datos de Andalucía para el año 2020 con los del año 2019 se detecta que, debido principalmente a la crisis sanitaria, el porcentaje de hombres y mujeres emprendedores que perciben existencia de oportunidades es mayor para el año 2019 (43,1% y 35% respectivamente). Una comparativa con la población española para el año 2020 nos indica que el porcentaje de hombres y mujeres emprendedoras que perciben oportunidades son mayores en dicha población (17,9% y 14,4% respectivamente), sin embargo también se aprecian mayor diferencia en esta percepción entre hombres y mujeres (3,5% de diferencia en la población española frente a

3,3% en la andaluza). Respecto a la población no emprendedora el porcentaje de hombres y mujeres que perciben oportunidades es superior a la población emprendedora en Andalucía para el año 2020 (18,9% y 16,2% respectivamente). De estos datos se desprende que el pesimismo de los emprendedores ante la existencia de oportunidades es más acusado que el de los no emprendedores, debido principalmente a la situación por la que han tenido que pasar en la crisis sanitaria vivida.

En la Tabla 1.1.1. también se aprecia que el 79,8% de las mujeres emprendedoras andaluzas consideran que poseen los conocimientos y las habilidades necesarias para emprender, frente al 82,2% de los hombres. Si atendemos a la evolución desde el año anterior en Andalucía, se observa que los valores reportados por hombres y mujeres emprendedores andaluces en 2019 son 86,7% y 85,5% respectivamente, por lo que se observa una leve reducción en la autoconfianza en los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, tanto en los hombres como en las mujeres de Andalucía. Comparativamente con la población española no se observan diferencias importantes en los valores reportados por cada sexo (84,5% hombres; 81,9% mujeres). Respecto a la población no emprendedora la percepción de autoconfianza es menor en esta población (52,3% hombres; 45,3% mujeres), tendencia que está normalizada si atendemos a los porcentajes de 2019 en Andalucía y a los datos para el año 2020 en España y que soporta la premisa de que la experiencia emprendedora previa genera confianza en las personas sobre la posesión de conocimientos y habilidades necesarias para emprender.

En relación con el miedo al fracaso, como se ha señalado previamente, el porcentaje reportado por hombres es inferior al de las mujeres emprendedores para el año 2020 en Andalucía (51,2% hombres; 55,7% mujeres). Analizando los datos en esta población para el año 2019 (38,2% hombres; 36,2% mujeres), se observa que se ha producido para el año 2020 un incremento en ambos sexos respecto a su percepción de miedo al fracaso. Además, no existen diferencias si comparamos los datos de Andalucía para el año 2020 con los de la población española de emprendedores, por cuanto también existe mayor diferencia en función del sexo (48,3% hombres; 54% mujeres). Si atendemos a la población no involucrada andaluza los datos nos indican que la percepción de miedo al fracaso es muy superior respecto a la población involucrada (63,3% hombres; 66,4% mujeres) y que además la diferencia en el miedo al fracaso por sexo se acentúa, existiendo una divergencia de 3,1 puntos porcentuales.

Por último, respecto al capital social, las mujeres emprendedoras poseen menos contactos con emprendedores (48,9%) que los hombres (52,3%). Atendiendo a la evolución desde el 2019 en Andalucía, se observa que se ha producido una disminución para el año 2020 tanto en hombres y mujeres respecto al conocimiento de emprendedores (62,2% hombres; 66,2% mujeres), si bien la tendencia se mantiene. Un dato relevante es que en comparación con España (46,2%) el porcentaje en la población femenina andaluza es superior. En relación a la población no involucrada en el proceso emprendedor los datos nos indican, al igual que en otros tipos de percepciones, que el porcentaje de hombres y mujeres que señalan conocer a emprendedores es menor que en la población em-

prendedora. Esta tendencia, que se observa en años anteriores, es lógica por cuanto el desarrollo de la actividad emprendedora implica introducirse en redes profesionales a las que la población no emprendedora tiene menor acceso.

1.1.2.

Percepción de la población andaluza sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento

La actitud de las personas hacia la actividad emprendedora se ve condicionada por el entorno y la cultura en la que están inmersas. Por ello, es relevante conocer los valores sociales que las personas perciben del entorno para establecer su influencia sobre el emprendimiento. En este sentido, el papel que juega la cultura en la relación percepción de los individuos y acción emprendedora está bien argumentado en la teoría institucional. El nivel de apoyo social del contexto institucional puede canalizar la relación entre las percepciones de los individuos y las acciones emprendedora (Farashah, 2015). En definitiva, lo que se argumenta en el informe GEM es que los valores predominantes en la sociedad son factores condicionantes que también intervienen en las motivaciones personales hacia el emprendimiento. Estos valores que se consideran en el GEM tienen dimensiones múltiples, como la importancia de la equidad en las condiciones de vida, la consideración de la actividad emprendedora como una buena salida profesional, la creen-

cia de que los emprendedores de éxito tienen un estatus social más alto, o el papel de los medios de comunicación en la difusión de las acciones emprendedoras.

El Gráfico 1.1.2. nos muestra la percepción de la población andaluza sobre la relación existente entre los valores culturales inmersos en la sociedad y el emprendimiento. Estos resultados muestran que los valores más relevantes señalados por la población son dos: la existencia de equidad en los estándares de vida (72,2%) y que el emprendimiento permita alcanzar un buen estatus social y económico (62,2%). Igualmente, en el informe GEM de 2019, aparecen estos dos valores con los porcentajes más altos, si bien la relevancia del emprendimiento para alcanzar un buen estatus social y económico se ha incrementado en el 2020 en un 4,6%. Valores tales como que el emprendimiento es una buena opción profesional (55,8%) y que los medios de comunicación valoran el emprendimiento de éxito (49,7%) parecen menos apreciados por la población andaluza para el año 2020.

Se aprecian diferencias importantes en las preferencias para la población involucrada y no involucrada en la percepción de que el emprendimiento es una buena opción profesional. En este caso la población involucrada en el proceso emprendedor está menos de acuerdo con que este valor esté presente en la sociedad (50,2%) que la población no involucrada (56,5%). Esta diferencia podría también ser consecuencia de los efectos de la crisis sanitaria, debido a la COVID-19, sobre la actividad emprendedora.

Gráfico 1.1.2. Percepción de la población andaluza sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento, 2020 (población involucrada; no involucrada y total)



El análisis de las diferencias entre hombres y mujeres para la población de emprendedores y no emprendedores nos indica que existen algunas diferencias en las percepciones de los valores analizados.

La mayoría de las mujeres emprendedoras andaluzas (72,1%) prefiere la equidad en los estándares de vida, un porcentaje inferior se da en el caso del hombre (66,2%). Solo el 45,3% de las mujeres emprendedoras andaluzas consideran que en su entorno se valora

el emprendimiento como opción profesional, y poco más de la mitad (55,5%) piensa que existe un reconocimiento social a emprender con éxito. Esta percepción es inferior a la de los hombres (53,2% y 57,8% respectivamente) y a la de las mujeres no emprendedoras (57,5% y 62,7% respectivamente). Por último, durante el año 2020 las mujeres (45,7% en las emprendedoras y 50,5% en las no emprendedoras) perciben menos repercusión del valor del emprendimiento en los medios de comunicación respecto al 2019.

Tabla 1.1.2. Percepción de la población andaluza sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento en función del sexo, 2020

| % de la población andaluza de 18-64 años que percibe que | Involucrada en el proceso emprendedor | | | No involucrada en el proceso emprendedor | | |
|---|---------------------------------------|-------|--------------|--|-------|--------------|
| | Hombre | Mujer | Total | Hombre | Mujer | Total |
| ... que la mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida | 66,2% | 72,1% | 68,3% | 71,5% | 73,7% | 72,6% |
| ... para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional | 53,2% | 45,3% | 50,2% | 55,5% | 57,5% | 56,5% |
| ... para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico | 57,8% | 55,5% | 56,9% | 63,1% | 62,7% | 62,9% |
| ... a menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación | 44,8% | 45,7% | 45,1% | 50,1% | 50,5% | 50,3% |

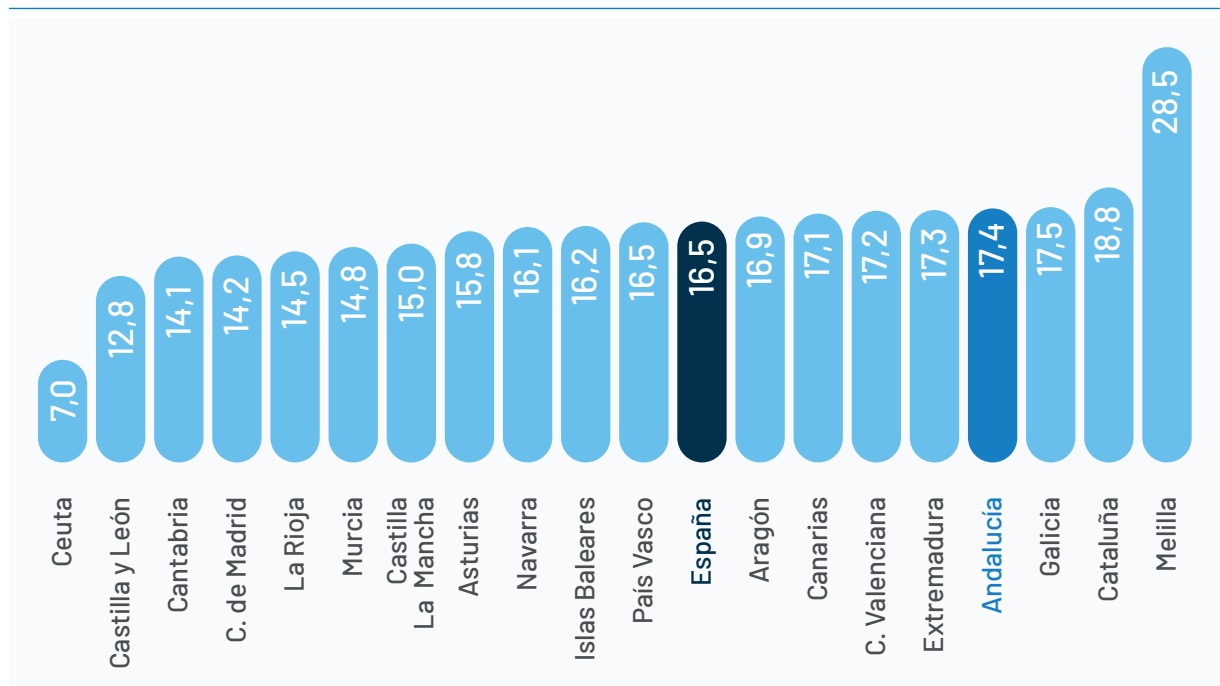
1.1.3.

Benchmarking nacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las percepciones, valores y aptitudes

Al objeto de tener una fotografía más completa de las percepciones analizadas anteriormente en este apartado se establece una comparativa de los resultados obtenidos en Andalucía con los que nos ofrece el Informe GEM España 2020 y del resto de Comunidades/Ciudades Autónomas.

El Gráfico 1.1.3 refleja el posicionamiento de España y todas sus Comunidades y Ciudades Autónomas en relación con la percepción de su población sobre las oportunidades para emprender en el año 2020. Se puede observar que Andalucía ocupa la posición cuarta de un total de 19. Andalucía con un valor de 17,4% de su población adulta se encuentra en el cuadrante superior por encima de la media nacional que arroja un valor de 16,5% y por encima de 15 Comunidades/Ciudades Autónomas. Si bien, como hemos indicado anteriormente, el porcentaje de la población que declara reconocer oportunidades es muy bajo para este año.

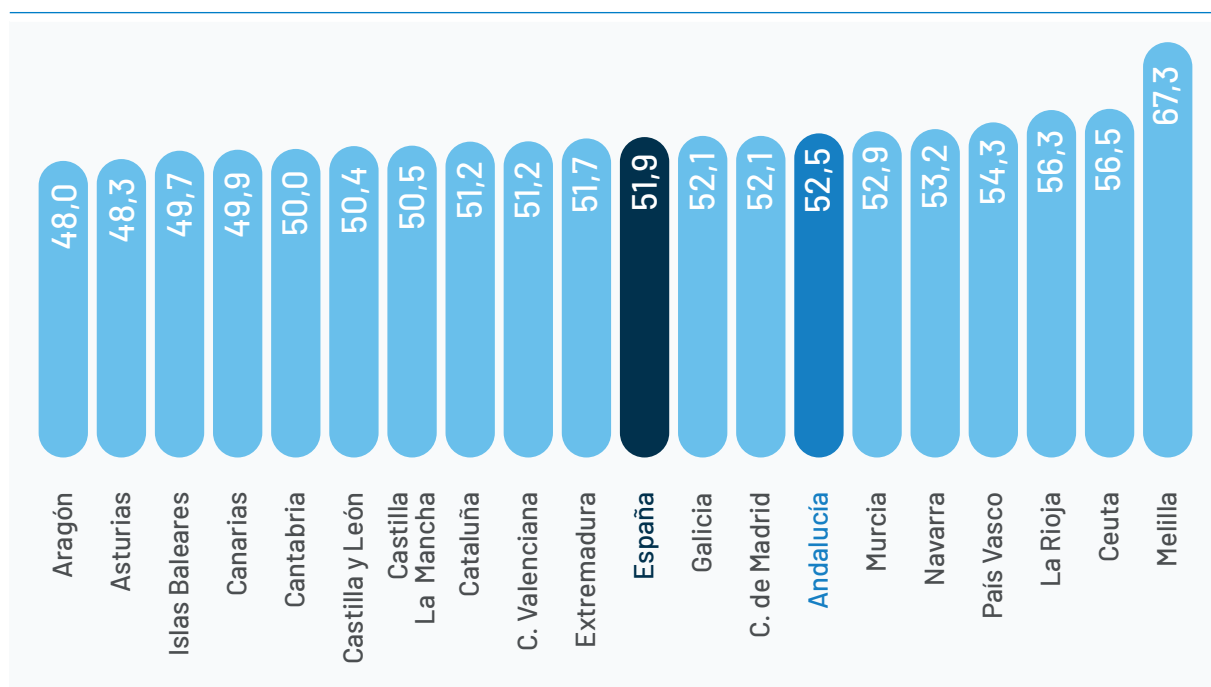
Gráfico 1.1.3. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción de oportunidades para emprender en 2020



El Gráfico 1.1.4. refleja la posición de Andalucía en comparación con la media nacional y el resto de Comunidades y Ciudades Autónomas, en relación con la autoconfianza en los conocimientos y habilidades necesarios para emprender que la población adulta percibe poseer. En dicho Gráfico se pone de manifiesto que Andalucía (52,5%) ocupa la posición séptima comparado con las Comunidades/

Ciudades Autónomas, situándose por encima de la media nacional (51,9%). El mayor valor (67,3%), lo ostenta la Ciudad Autónoma de Melilla. Otros porcentajes elevados también se manifiestan en Ceuta (56,5%), La Rioja (56,3%) y el País Vasco (54,3%).

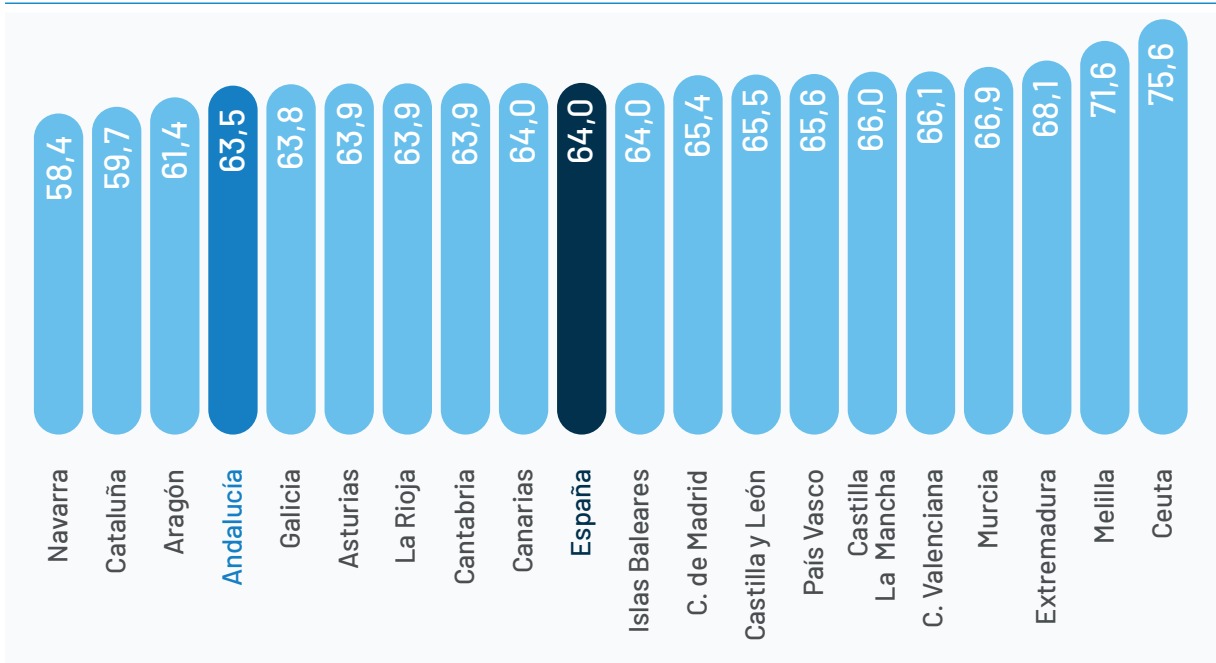
Gráfico 1.1.4. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en 2020



El posicionamiento de Andalucía en comparación con la media nacional y el resto de Comunidades y Ciudades Autónomas respecto al porcentaje de población adulta que percibe el miedo al fracaso como obstáculo para emprender, no es bueno, si bien la diferencia con la media española y el resto de regiones no es importante (Gráfico 1.1.5). El 63,5% de la población adulta andaluza manifiesta que

el miedo al fracaso es un obstáculo frente al 64% de la media nacional. La mayoría de las Comunidades Autónomas están posicionadas en la horquilla porcentual del 63,8% al 66,1% (12 Comunidades Autónomas). Únicamente destacan por sus elevados valores las Ciudades Autónomas de Ceuta (75,6%) y Melilla (71,6%).

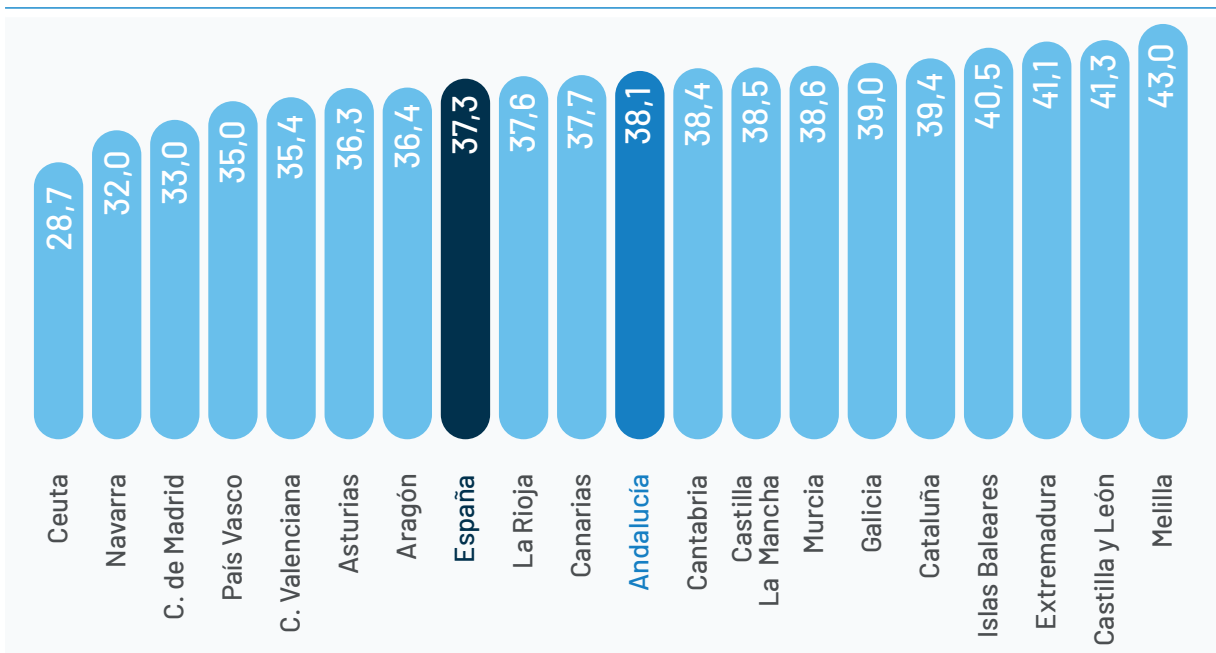
Gráfico 1.15. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa al miedo al fracaso en 2020



En relación con los modelos de referencia (conocimiento de otras iniciativas emprendedoras) que manifiesta tener la población adulta andaluza, el Gráfico 1.1.6 muestra una posición central de Andalucía (38,1%), que se sitúa por encima de la media nacional (37,3%). En concreto, Andalucía ocupa la

posición décima de un total de 19 Comunidades/Ciudades Autónomas. Los valores más elevados respecto a los modelos de referencia de la población para el 2020 los presenta Melilla (43%), Castilla y León (41,3%) y Extremadura (41,1%). El porcentaje menor se sitúa en Ceuta, con un 28,7% de su población.

Gráfico 1.16. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa a los modelos de referencia en 2020

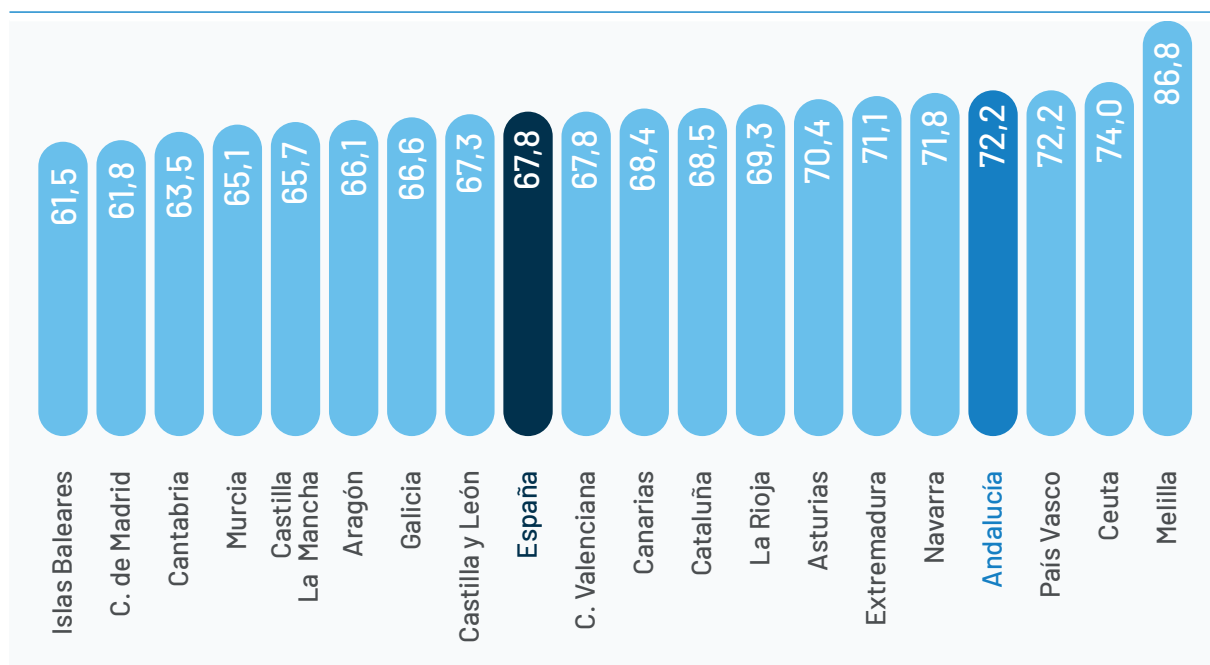


A continuación, se compara la percepción que posee la población andaluza de sus valores culturales y su influencia en el fenómeno emprendedor para el año 2020.

En el Gráfico 1.1.7. se establece el posicionamiento de Andalucía en relación con el valor cultural “equidad en los estándares de vida”. En dicho Gráfico se observa que Andalu

lucía posee una posición destacada con un porcentaje de población que considera este valor relevante del 72,2%. De hecho, Andalucía ocupa la cuarta posición, por detrás de Melilla (86,9%), Ceuta (74%) y País Vasco (72,2%). La media nacional es del 67,8% y los posicionamientos más bajos están presentes en Islas Baleares (61,5%) y Comunidad de Madrid (61,8%).

Gráfico 1.1.7. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa a la equidad en los estándares de vida en 2020

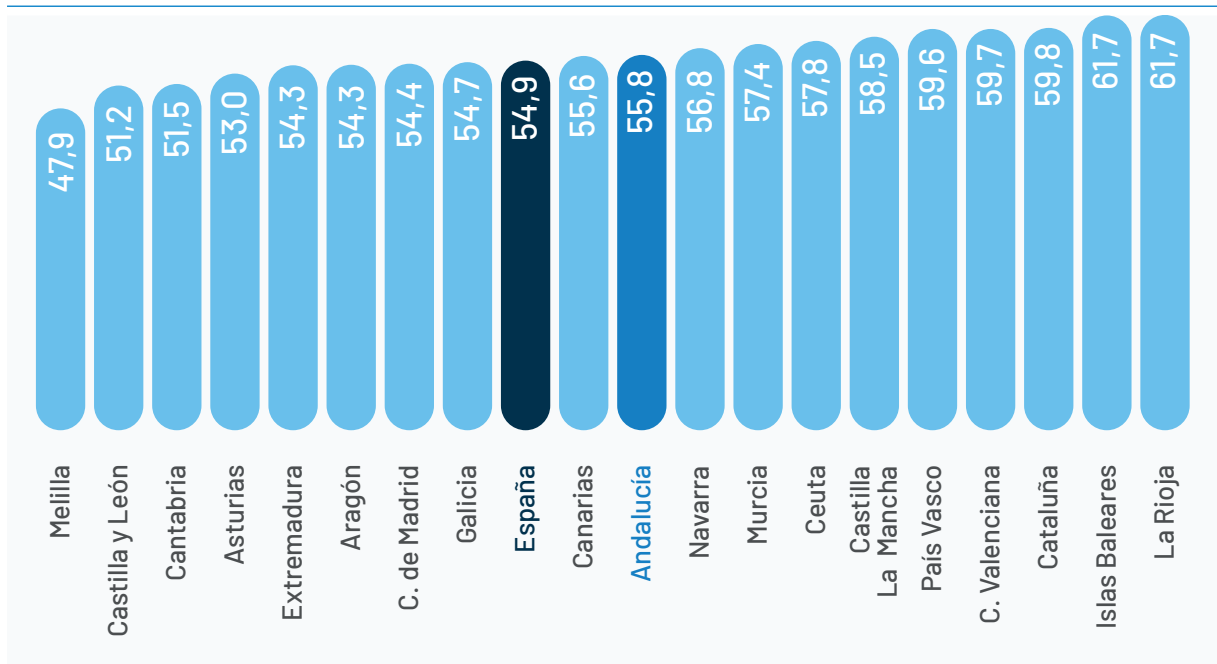


Del análisis comparativo del valor otorgado al “el emprendimiento es una buena opción profesional” puede observarse en el Gráfico 1.1.8. que Andalucía presenta una posición intermedia respecto al resto de Comunidades y Ciudades Autónomas. En concreto, el 55,8% de su población lo consideran relevante, presentando valores ligeramente superiores a

la media nacional (54,9%). Los territorios, cuya población consideran en mayor porcentaje que el emprendimiento es una buena opción profesional son La Rioja (61,7%) y las Islas Baleares (61,7%), mientras que los menores porcentajes son presentados por Melilla (47,9%), Castilla y León (51,2%) y Cantabria (51,5%).

⁸ Algunos años, para los que no había datos, se han estimado como promedio.

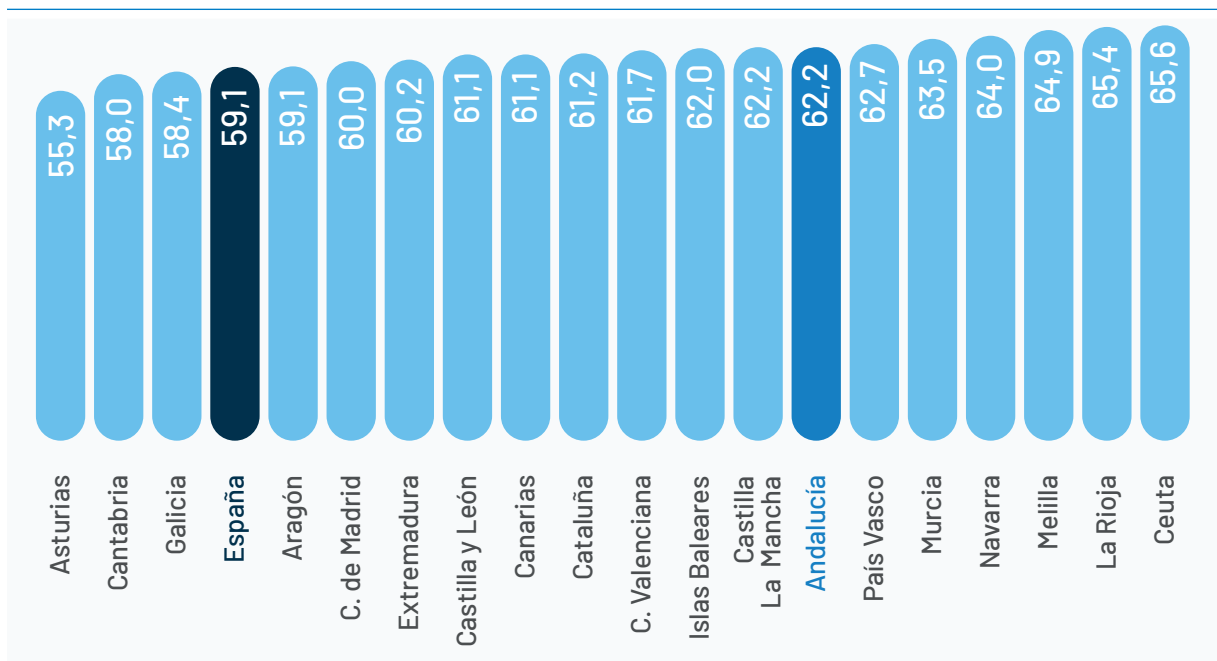
Gráfico 1.1.8. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa a que emprender es una buena opción profesional en 2020



Como se aprecia en el Gráfico 1.1.9., Andalucía presenta una posición por encima de la media respecto al valor: “el emprendimiento brinda estatus social y económico”. En concreto, ocupa la posición séptima con un porcentaje del 62,2%, con valores superiores

a la media nacional, que asciende al 59,1%. Los valores superiores los presentan Ceuta (65,6%) y La Rioja (65,4%). Los valores inferiores los reporta Asturias (55,3%), Cantabria (58%) y Galicia (58,4%).

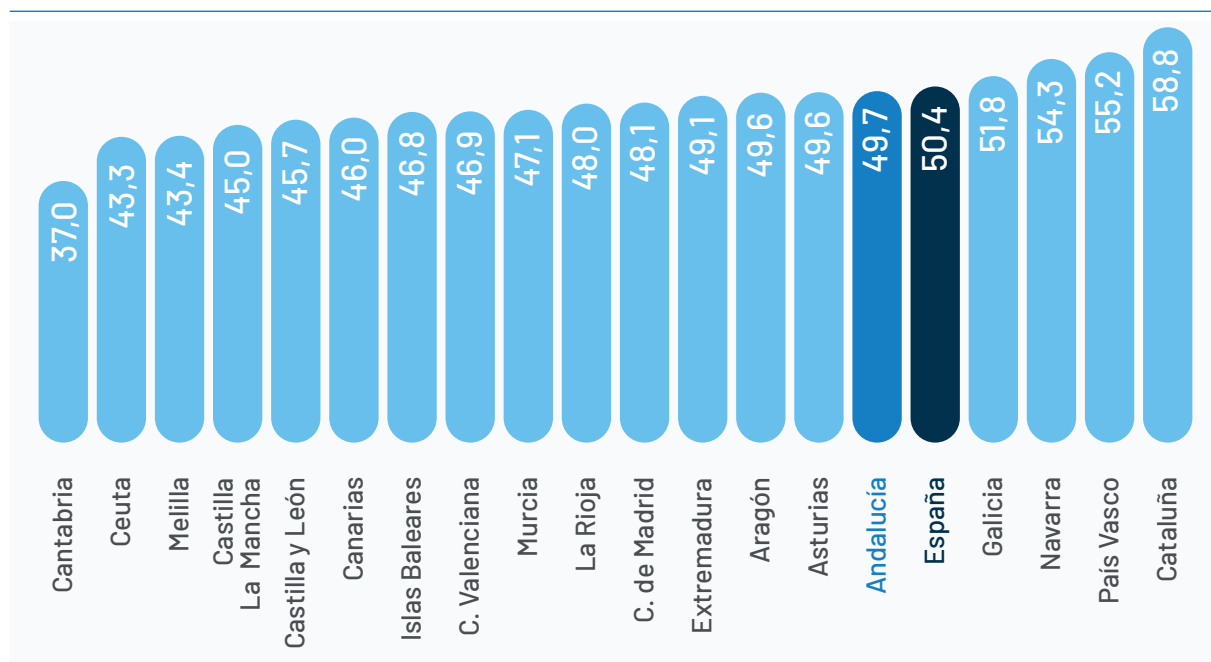
Gráfico 1.1.9. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción sobre que emprender brinda un estatus social y económico en 2020



Respecto a la percepción de la población andaluza sobre la atención de los medios de comunicación al emprendimiento, el Gráfico 1.1.10. muestra una comparativa con la media española y el resto de Comunidades y Ciudades Autónomas. Éste nos muestra que Andalucía presenta una posición muy similar a la media española (49,7%; 50,4% respectiva-

mente). Las diferencias de porcentajes entre regiones son relativamente pequeñas, con la excepción de los valores extremos superiores e inferiores. Así, en la parte superior del Gráfico destacan Cataluña (58,8%) y País Vasco y Navarra (55,2% y 54,3% respectivamente), la última posición la ocupa Cantabria (37%).

Gráfico 1.1.10. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción sobre la aparición de emprendimiento en medios de comunicación en 2020



El Gráfico 1.1.11 nos muestra comparativamente diferentes posicionamientos entre Comunidades/Ciudades Autónomas en relación con la percepción que posee la población adulta sobre las facilidades existentes para iniciar un negocio. A este respecto, Andalucía presenta una posición situada en la parte inferior de la tabla (posición 13; 33,1%),

presentando valores inferiores a la media nacional (34,6%). Los porcentajes mayores de la población que considera la existencia de facilidades para la creación de empresa se sitúan en Valencia (42,9%), Islas Baleares (41,1%), País Vasco (40,8%) y Murcia (40,4%).

Gráfico 1.1.11. Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/ Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción sobre la facilidad para iniciar un negocio en 2020

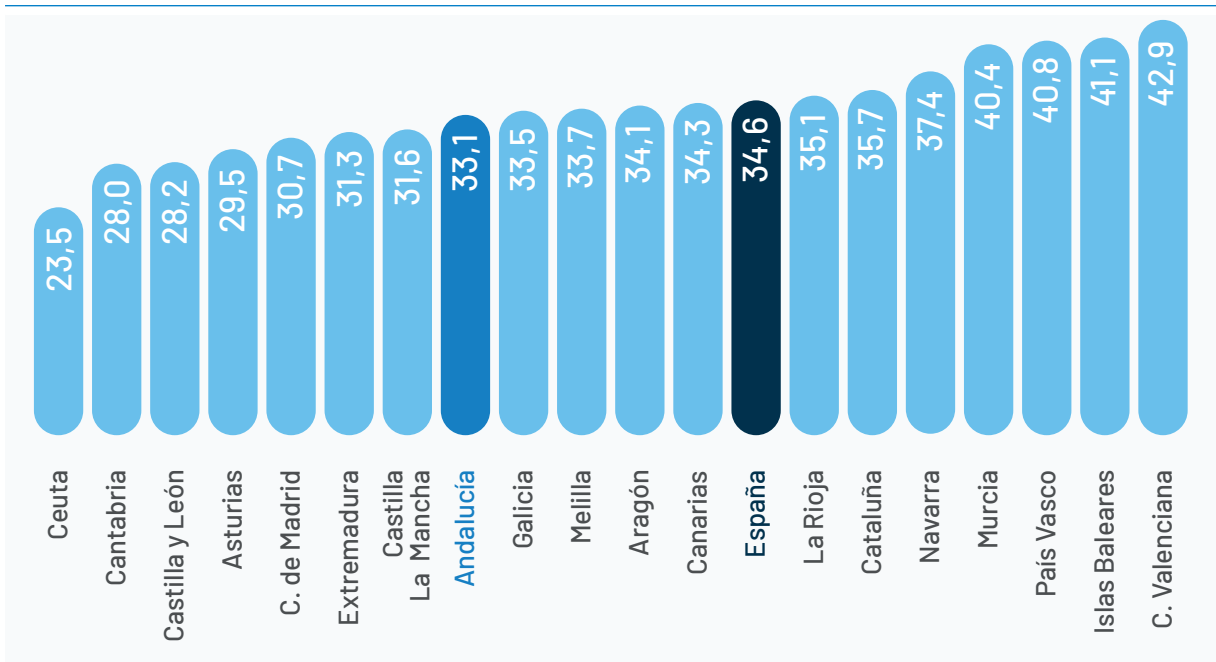
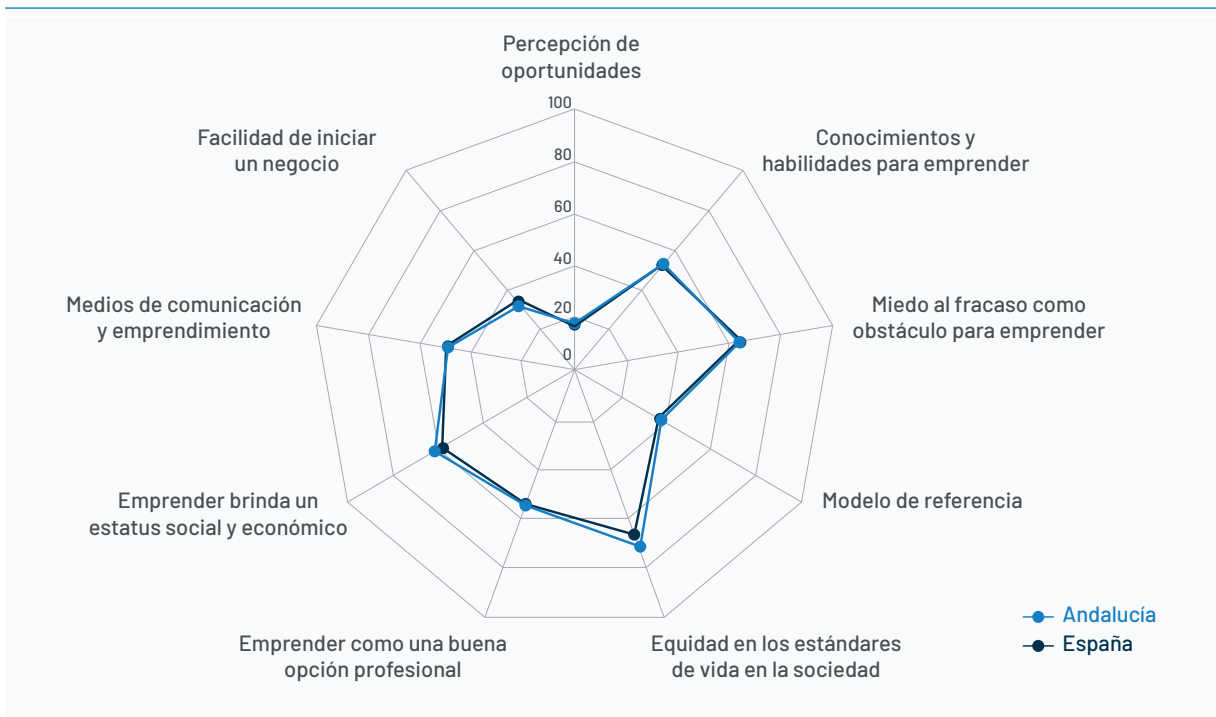


Gráfico 1.1.12. Percepciones, valores y aptitudes de los andaluces respecto a España en 2020



El Gráfico 1.1.12 resume y visualiza la posición de Andalucía en comparación con España en relación con las percepciones, los valores y las aptitudes previamente analizadas. Las valoraciones reflejan las principales diferencias y similitudes con otros territorios. El bajo porcentaje de la población que identifica oportunidades es explicable por la realización de las valoraciones bajo la pandemia, lo que produce un lógico efecto de depresión colectiva ligeramente menor en Andalucía. Más relevante, desde la perspectiva del análisis comparado, es que la población andaluza manifiesta menos autoconfianza en sus conocimientos y habilidades para emprender y perciben menos facilidades para iniciar un negocio. Esta falta de autoconfianza, junto con la percepción de barreras en el entorno pueden explicar algunas deficiencias de Andalucía en su actividad emprendedora, como se explicará en el apartado 1.2. Actividad emprendedora y sus características del presente informe.

1.2.

Actividad emprendedora y sus características

1.2.1.

Indicadores del proceso emprendedor

El estudio de la actividad emprendedora dentro del proyecto GEM se realiza atendiendo a una serie de fases del proceso emprendedor. En dicho proceso se consideran diferentes etapas que abarcan desde que una persona

manifiesta una intención para emprender en los próximos 3 años hasta que el negocio se consolida o bien se abandona. Entre ambos puntos temporales se encuentra la etapa en la que una persona está involucrada en una iniciativa emprendedora naciente o nueva.

Atendiendo a estas fases del proceso emprendedor, el proyecto GEM establece una serie de indicadores. En cuanto a la fase en la que la población presenta una intención a emprender, se considera como indicador el porcentaje de emprendedores potencial, entendido como aquellas personas de 18 a 64 años que han manifestado su intención de emprender en un horizonte temporal máximo de 3 años. Con respecto a la fase en la que las personas están inmersas en un negocio naciente o nuevo, se analiza la Tasa de actividad emprendedora total (TEA). Para calcular dicha tasa es necesario considerar tanto el porcentaje de personas que han puesto en marcha un negocio de menos de 3 meses (emprendedores nacientes) como el porcentaje de la población adulta que posee y gestiona un negocio de 4 a 42 meses (emprendedores nuevos). Una vez que transcurre este horizonte temporal y el negocio sigue funcionando, se analiza el porcentaje de empresarios consolidados o de aquella población adulta que posee y gestiona una empresa, habiendo pagado salarios durante más de 42 meses. En el caso de que la iniciativa emprendedora se abandone, se mide el porcentaje de personas adultas que han cerrado o abandonado la empresa en los últimos doce meses (abandono de la actividad empresarial).

El análisis de estos indicadores refleja la situación de la actividad emprendedora en el ámbito territorial analizado en un momento

determinado. Si bien es interesante conocer los valores de cada uno de los indicadores anteriormente analizados para la comunidad autónoma de Andalucía en 2020, ya que dicho año ha estado marcado por la pandemia ocasionada por la COVID-19, es interesante comparar los resultados obtenidos con aquellos alcanzados en el año 2019. Es por ello que se incluyen los Gráficos 1.2.1. y 1.2.2., en los que se muestran las diferentes fases e indicadores del proceso emprendedor de Andalucía en 2020 y 2019, respectivamente.

Como puede observarse en los Gráficos, el porcentaje de la población emprendedora que ha manifestado la intención de poner en marcha nuevos negocios se ha visto reducido respecto al año anterior (7% para el año 2020 y 8,1% para el año 2019). Este indicador es el que nutre la TEA de los próximos años, ya que algunas de estas intenciones se materializarán en negocios nacientes. Pese a su reducción respecto al año anterior, supone una base latente de futuros emprendedores que podrían empezar su actividad emprendedora una vez que se hayan superado las consecuencias de la COVID-19.

El índice TEA también se ha visto reducido en un punto respecto al año anterior, ya que en 2019 alcanzaba la cifra de 5,8%, mientras que en 2020 ha bajado a 4,9%. Si se descompone dicho indicador en iniciativas nacientes y nuevas pueden observar diferencias entre los periodos temporales analizados. En concreto, el porcentaje de la población adulta que ha creado iniciativas emprendedoras de menos de 3 meses han aumentado en el año 2020, alcanzado la cifra de un 2,3%, respecto al año anterior (1,5%). Sin embargo, para el caso de las empresas nuevas (entre 3 y 42 meses) la reducción ha sido considerable (4,3% en 2019 y 2,6% en 2020), por lo que supone una limitación para el desarrollo de iniciativas con menos de tres años y medio de actividad.

Además, puede observarse que el porcentaje de empresas consolidadas se ha mantenido en 2020 (6,4%) respecto al año 2019 (6,3%). En el caso de que las iniciativas emprendedoras se abandonen o cierren, se considera la tasa de abandono efectivo (el negocio no ha continuado su actividad dirigida por otras personas). En este caso, se ha reducido ligeramente en el año 2020, alcanzando una cifra de 1%, siendo este valor de 1,1% para el año 2019.

Gráfico 1.2.1. El proceso emprendedor en Andalucía, 2020

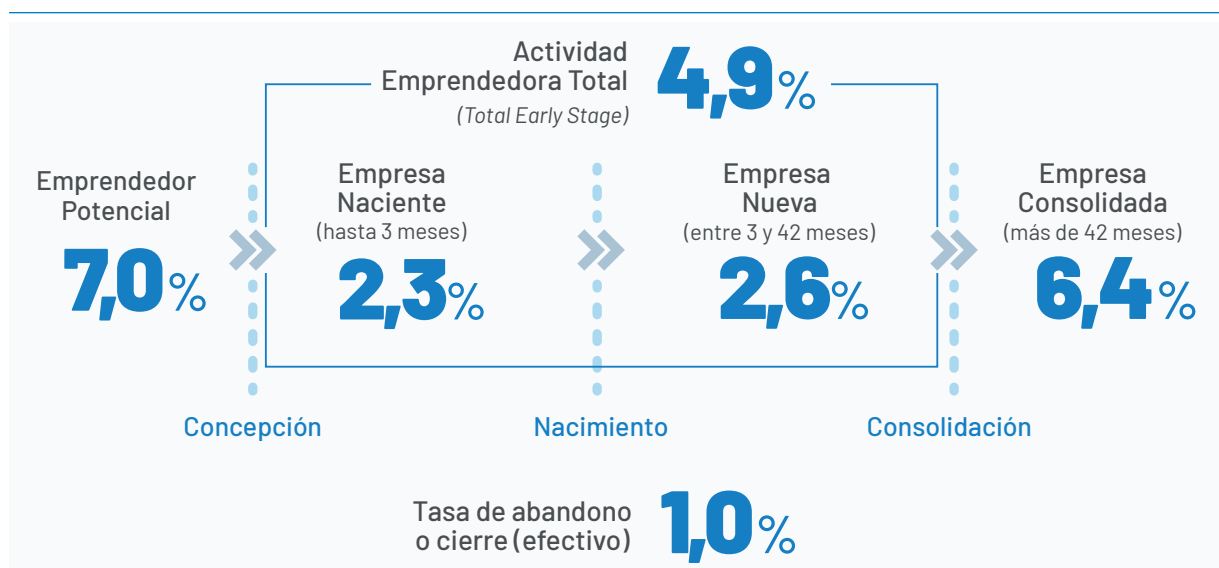
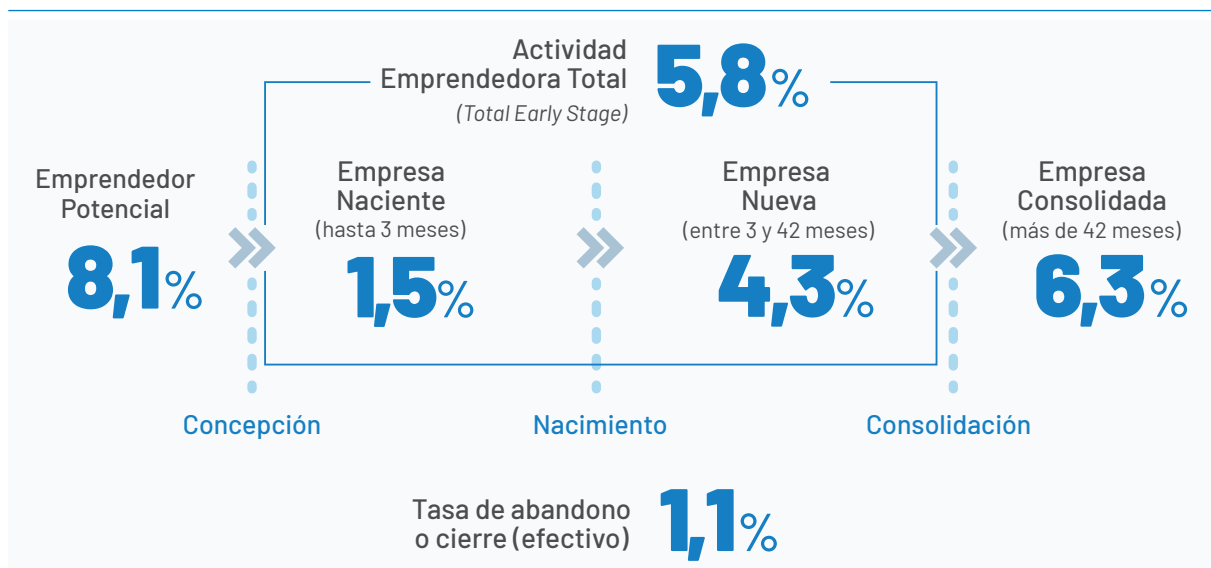


Gráfico 1.2.2. El proceso emprendedor en Andalucía, 2019



En el Gráfico 1.2.3. se analiza detalladamente el abandono de la actividad empresarial en Andalucía en el año 2020. El 1,2% de la población de 18 a 64 años indicó que cerraron los negocios en los últimos 12 meses. A este porcentaje de la población adulta se les preguntó si había seguido en funcionamiento. El 80,9% de los encuestados indicaron que el negocio no continuó, mientras que un 18% afirmó que siguió en funcionamiento, aunque siendo gestionado por otras personas. Por tanto, la tasa de cierre o abandono efectivo (el negocio no ha continuado su actividad dirigida por otras personas) asciende al 1%. Entre los motivos para el abandono de la actividad, el más destacado fue que el nego-

cio no era rentable, alcanzando la cifra de un 42%. En esta edición del proyecto GEM se ha incluido una nueva causa que se refiere a la COVID-19. En concreto, un 13,6% de la población que abandonó la actividad empresarial indicó que este era el motivo para tal decisión. Cabe destacar que un 11,7% indicó que el abandono del negocio estuvo motivado por razones personales. Un 4,8% indicó que el motivo del cierre del negocio se debió a que constituyó una oportunidad para venderlo. Finalmente, un bajo porcentaje (alrededor del 3%) estableció que dicho cierre estuvo motivado por problemas de financiación, impuestos o burocracia.

Gráfico 1.2.3. Abandono de la actividad empresarial en Andalucía en 2020

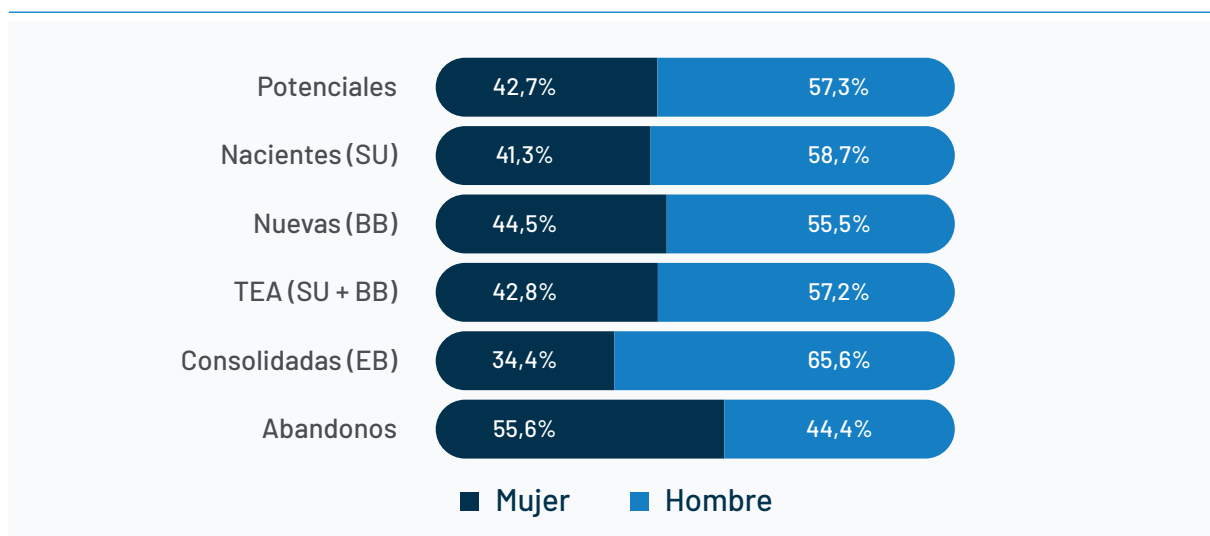


Con el fin de analizar las diferentes fases del proceso emprendedor según el sexo de la población adulta encuestada, se ha desarrollado un análisis pormenorizado de los indicadores de dicho proceso entre hombres y mujeres (Gráfico 1.2.4.). Las diferencias entre ambos sexos son menos acusadas en las primeras fases del proceso emprendedor que abarcan desde la etapa en la que manifiestan una intención a emprender hasta la fase en la que están involucrados en iniciativas nacientes y nuevas. Sin embargo, la mayor diferencia se obtiene al analizar los negocios consolidados. A este respecto, el 65,6% de los hombres están inmersos en este tipo de negocios en

comparación con un 34,4% de presencia femenina. En cuanto a la tasa de abandono, los resultados también indican que el 44,4% de los hombres cerraron los negocios, frente a un 55,6% de las mujeres.

Estos resultados parecen indicar que, aunque los hombres sigan teniendo mayor presencia en este proceso, las mujeres podrían estar acortando distancia e incrementado su participación en la puesta en marcha de negocios nacientes y nuevos, aunque para el año 2020 la consodalicación de las iniciativas emprendedoras promovidas por la población femenina fue limitada.

Gráfico 1.2.4. El proceso emprendedor en Andalucía en 2020, según sexo



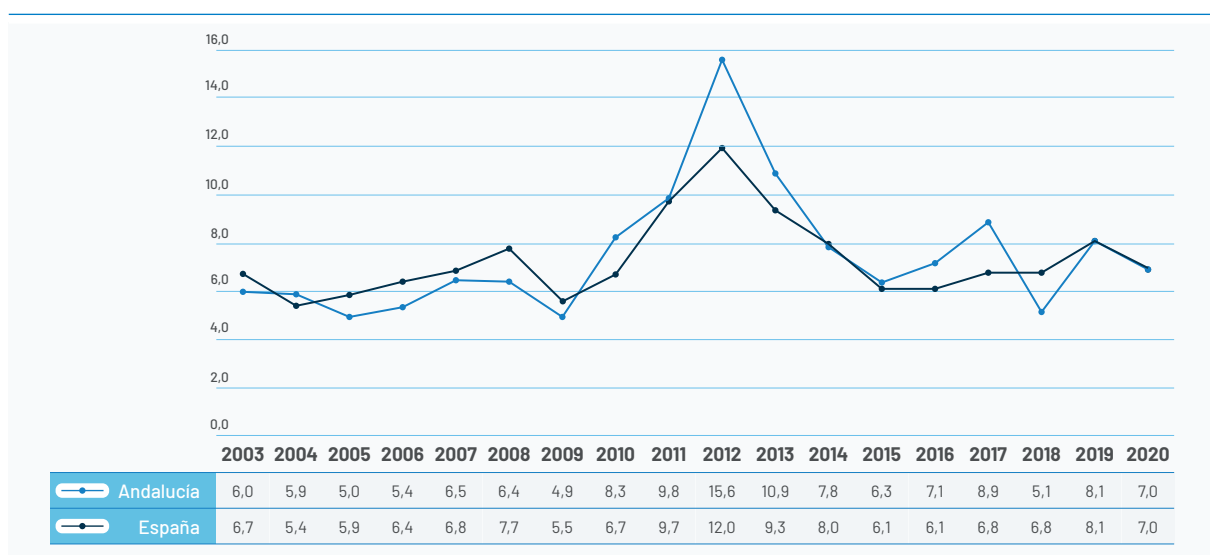
1.2.2.

Dinámica de la actividad emprendedora

En este apartado se analizan los indicadores del proceso emprendedor desde el año 2003 hasta el 2020 con el fin de conocer los posibles cambios ocurridos en dicho periodo. Además de este análisis temporal, se realizan comparativas entre Andalucía, España y las Comunidades y Ciudades Autónomas.

Como se observa en el Gráfico 1.2.5, el potencial emprendedor de la población andaluza del 7% se reduce en 1,1 puntos con respecto al año anterior, situándose cerca de la media española. Si en 2019 se comenzaba a recuperar el potencial emprendedor andaluz, debido a las consecuencias de la pandemia ocasionada por la COVID-19, este indicador ha vuelto a descender. A esto se añade que todavía se sitúa alejado de los valores máximos que se alcanzaron en 2012 tanto en Andalucía (15,6%) como en España (12%).

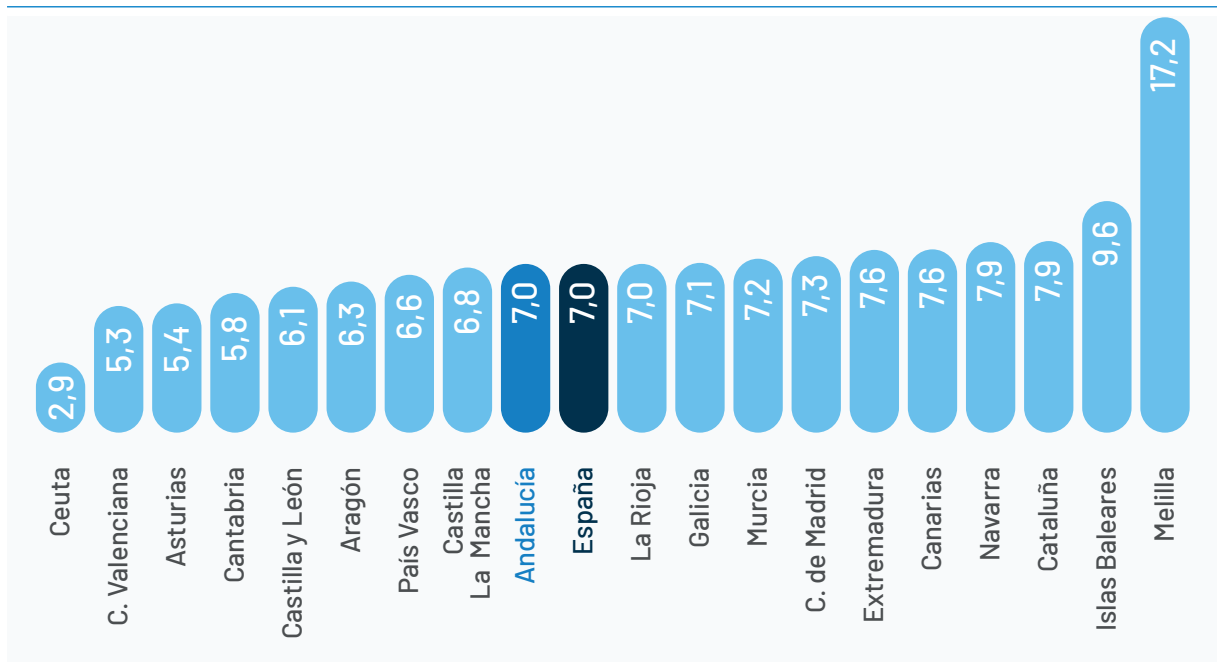
Gráfico 1.2.5. Evolución del potencial emprendedor de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020



Desde una perspectiva comparativa territorial, el Gráfico 1.2.6 refleja la tasa referida al potencial emprendedor de Andalucía, España y las Comunidades y Ciudades autónomas que participaron en la edición del proyecto GEM de 2019. La primera posición es ocupada por Melilla que cuenta con un 17,2% de personas que han manifestado la intención a emprender en los próximos 3 años. Cabe resaltar además el porcentaje de emprendimiento potencial que alcanzan las Islas

Baleares (9,6%), Cataluña (7,9%) y Navarra (7,9%), Canarias (7,6%) y Extremadura (7,6%). Por su parte, si bien Andalucía se aleja de estos porcentajes, las diferencias con otras comunidades autónomas que se sitúan por encima son relativamente bajas. También cabe resaltar que el potencial emprendedor de Andalucía es mayor que los de Castilla La Mancha, País Vasco, Aragón, Castilla y León, Cantabria, Asturias, Comunidades de Valencia y Ceuta.

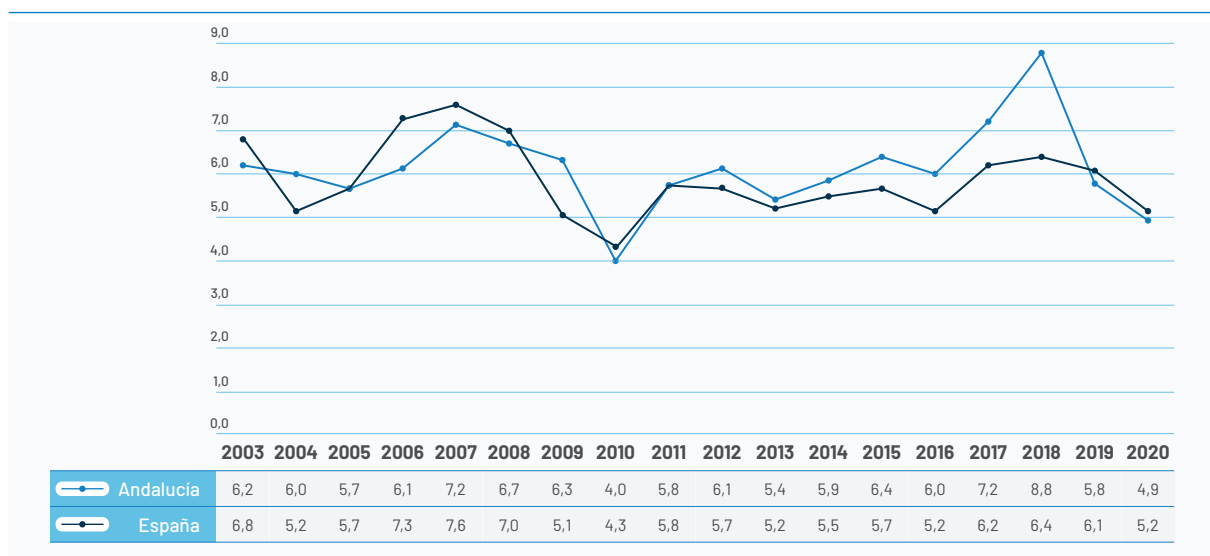
Gráfico 1.2.6. Emprendedores potenciales en las regiones españolas



El Gráfico 1.2.7. ofrece una perspectiva evolutiva de la TEA en Andalucía y España. Como puede apreciarse, ambos territorios han seguido una evolución similar. La principal diferencia se encuentra en el periodo comprendido entre el año 2016 y el año 2018, que si bien la TEA andaluza aumentó en más de dos puntos y medio, la TEA media de Espa-

ña experimentó un incremento leve. A pesar de este incremento, a partir del año 2018, la tendencia de este indicador en la comunidad autónoma andaluza y a nivel nacional ha sido a la baja.

Gráfico 1.2.7. Evolución de la TEA de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020

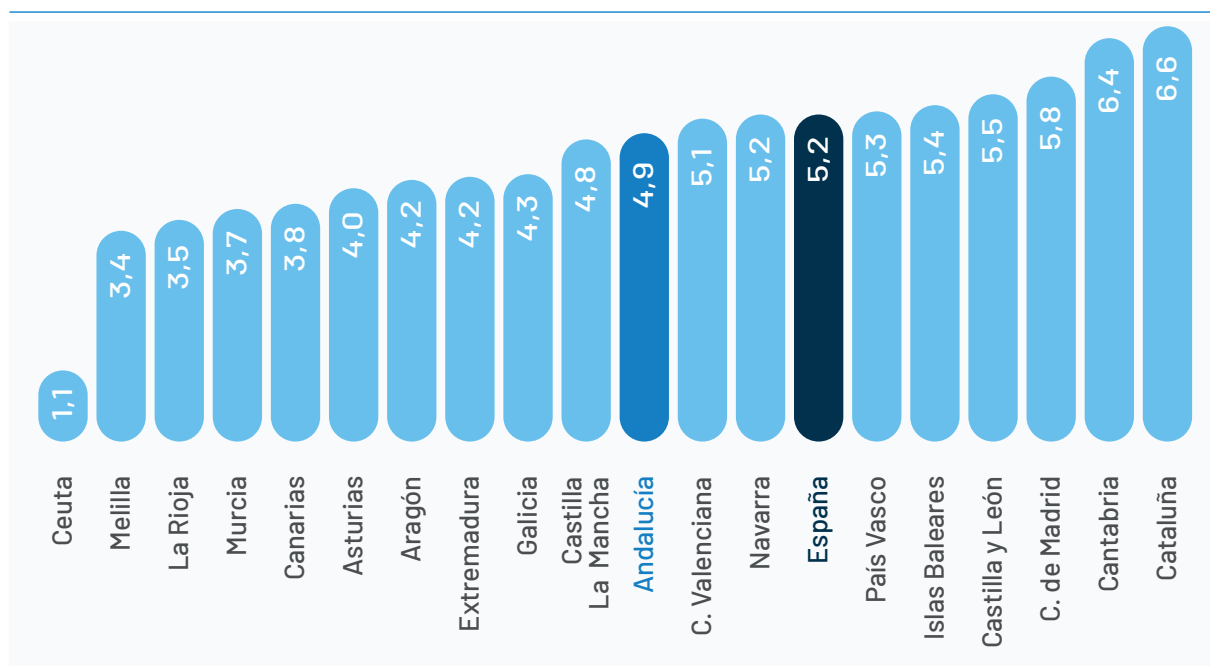


Además del análisis temporal de la TEA, dada la relevancia de este indicador, se desciende territorialmente a niveles autonómico, nacional, provincial e internacional.

En relación con las comparativas autonómica y nacional, el Gráfico 1.2.8. muestra que los valores de la TEA alcanzados por España y

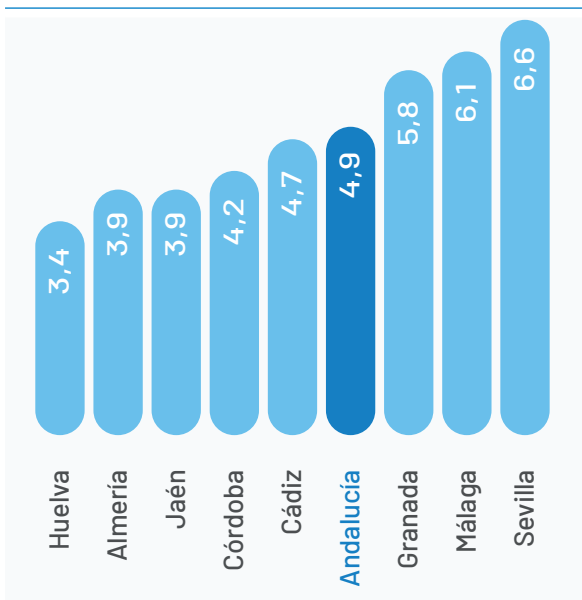
las diferentes Comunidades y Ciudades Autónomas. El valor máximo de este indicador es alcanzado por Cataluña (6,6%), mientras que Ceuta obtiene la cifra más baja (1,1%). Como se ha comentado anteriormente, la TEA andaluza es de 4,9%, situándose por debajo de la media española y ocupando una posición intermedia en la comparativa entre regiones.

Gráfico 1.2.8. TEA en las regiones españolas



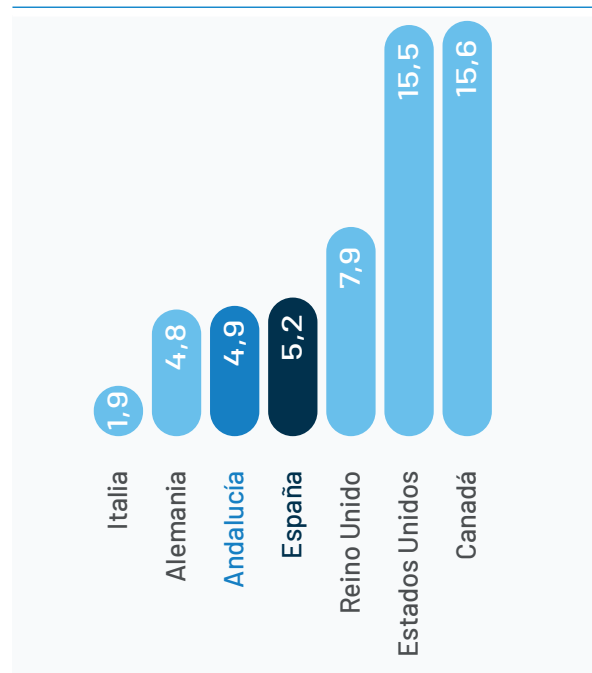
Por su parte, el Gráfico 1.2.9 refleja los datos de la TEA para cada una de diferentes provincias que componen la comunidad andaluza. El ranking de la TEA es liderado por la provincia de Sevilla (6,6%), que junto a la provincia de Málaga (6,1%) y Granada (5,8%), superan la media andaluza, que alcanza un 4,9% en la edición de 2020. Próximo a este valor TEA de la media andaluza, se encuentra la provincia de Cádiz (4,7%). Por debajo de este valor, se sitúan el resto de provincias andaluzas (Córdoba: 4,2%; Jaén: 3,9%; Almería: 3,9%; Huelva: 3,4%).

Gráfico 1.2.9. TEA en las provincias andaluzas



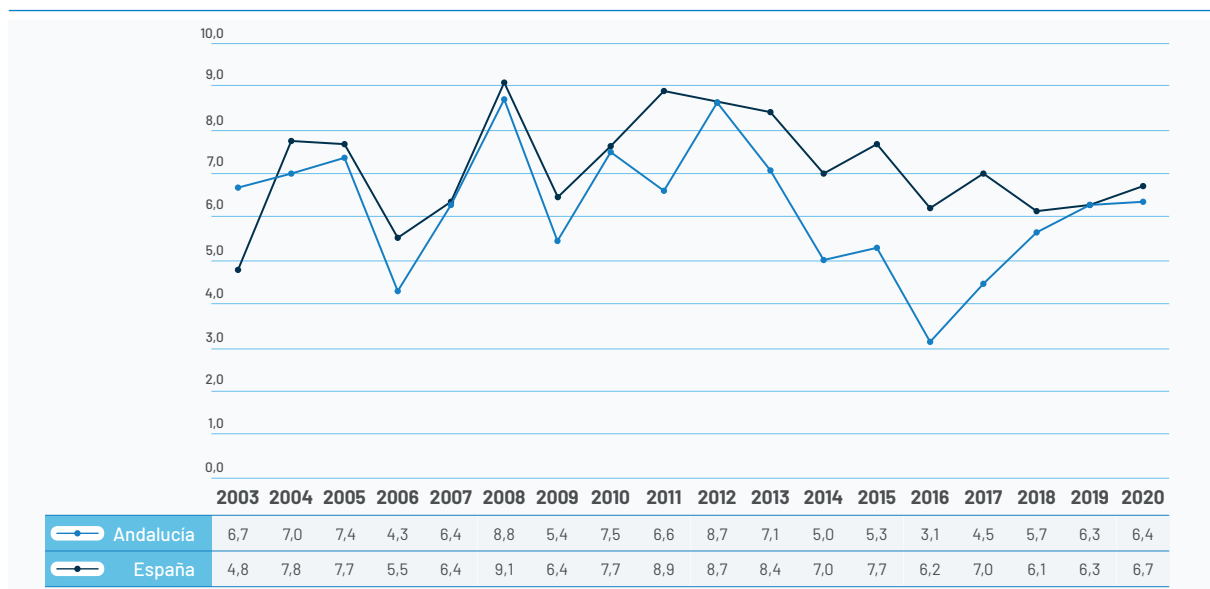
El análisis detallado de la TEA se completa al comparar este indicador de Andalucía y España con los siguientes países pertenecientes al G7: Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Alemania e Italia. El Gráfico 1.2.10. pone de manifiesto que las TEA andaluza y española se encuentran por debajo de los valores que este indicador alcanza en Canadá (15,6%), Estados Unidos (15,5%) y Reino Unido (7,9%). La TEA andaluza es similar a la de Alemania (4,8%) y se sitúa por encima de la de Italia (1,9%).

Gráfico 1.2.10. TEA andaluza comparada con los países del G7



El Gráfico 1.2.11. ilustra la evolución de las iniciativas consolidadas tanto en Andalucía como en España. Tal y como puede observarse, han seguido una evolución similar a lo largo del periodo analizado, aunque la tasa española ha sido superior en la mayor parte de los años estudiados. A pesar de que las mayores diferencias entre ambos indicadores se produjeron entre 2014 y 2017, la tasa de empresas consolidadas de Andalucía se ha ido incrementando, situándose cerca de la media española en los últimos años. En concreto, en el año 2020, la tasa andaluza alcanzó el 6,4%, mientras que la de España se cifró en un 6,7%.

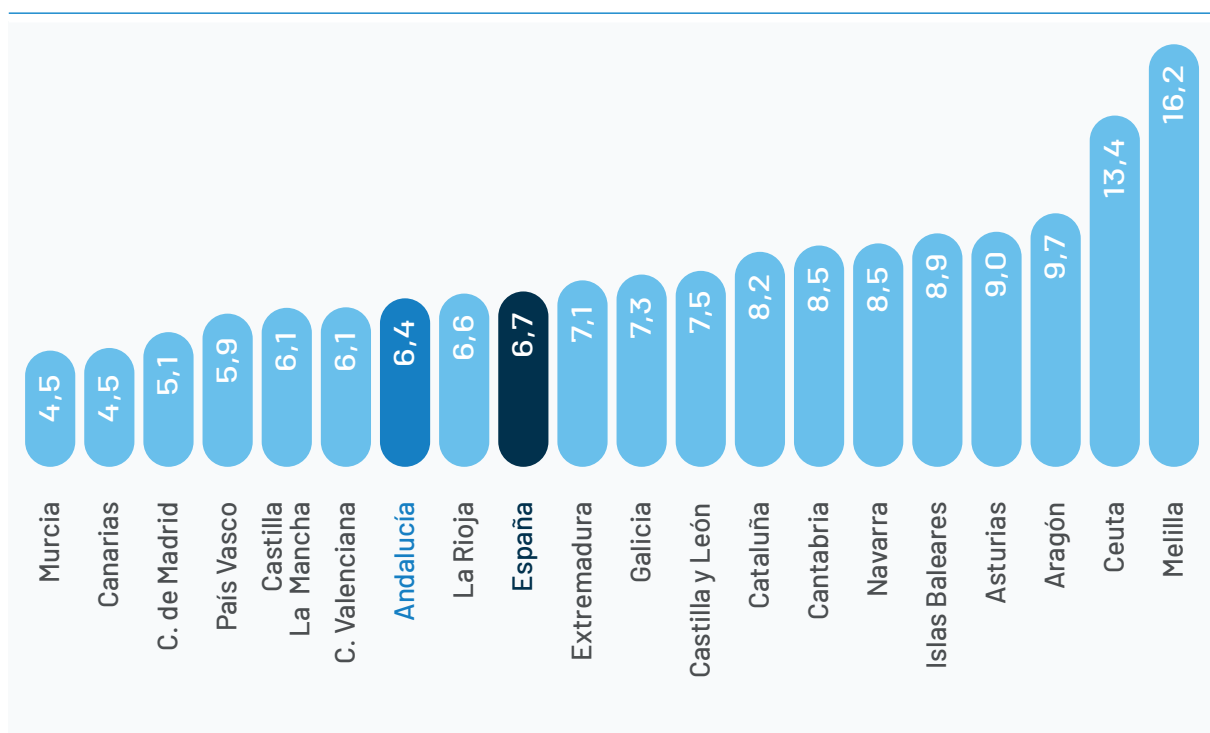
Gráfico 1.2.11. Evolución de las iniciativas consolidadas de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020



Este menor valor de la tasa de consolidación en Andalucía se muestra en el Gráfico 1.2.12 que se sitúa por debajo de España y de la mayoría de las Ciudades y Comunidades Autónomas analizadas. En concreto,

únicamente ocupa una posición superior a la Comunidad Valenciana, Castilla la Mancha, País Vasco, Comunidad de Madrid, Canarias y Murcia.

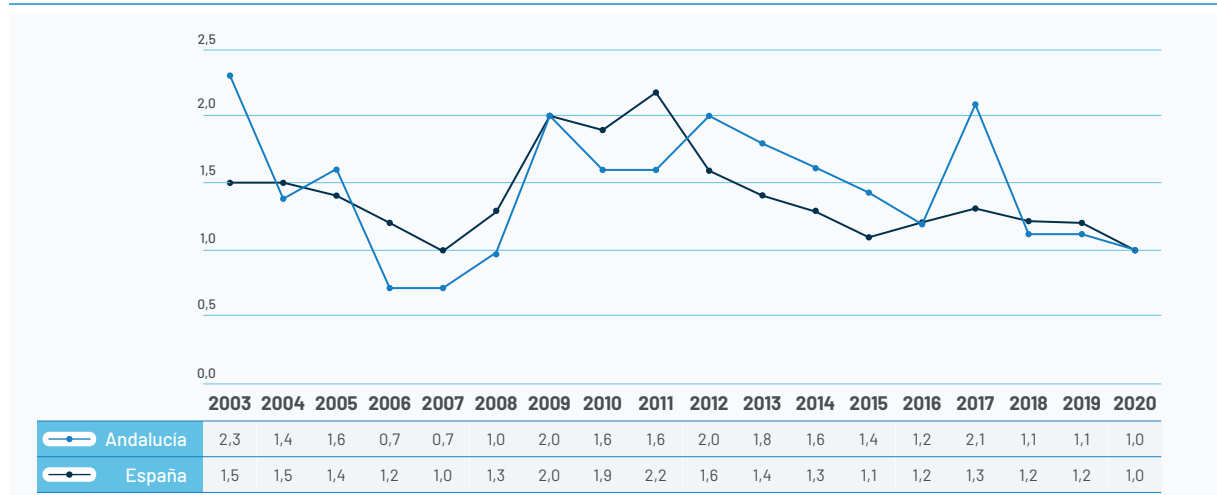
Gráfico 1.2.12. Iniciativas consolidadas en las regiones españolas



Al igual que se han analizado los anteriores indicadores del proceso emprendedor, se ofrece la evolución temporal y la comparativa territorial de la tasa de abandono o cierre efectivo (el negocio no ha continuado su actividad dirigida por otras personas). Respecto a la evolución temporal, en el Gráfico

1.2.13. se observa que a partir del año 2018, la tasa de cierre efectivo en Andalucía se ha reducido ligeramente, alcanzando un 1% en el año 2020. De igual forma, este indicador para España se ha visto minorado desde el año 2018, situándose en un 1% en el 2020.

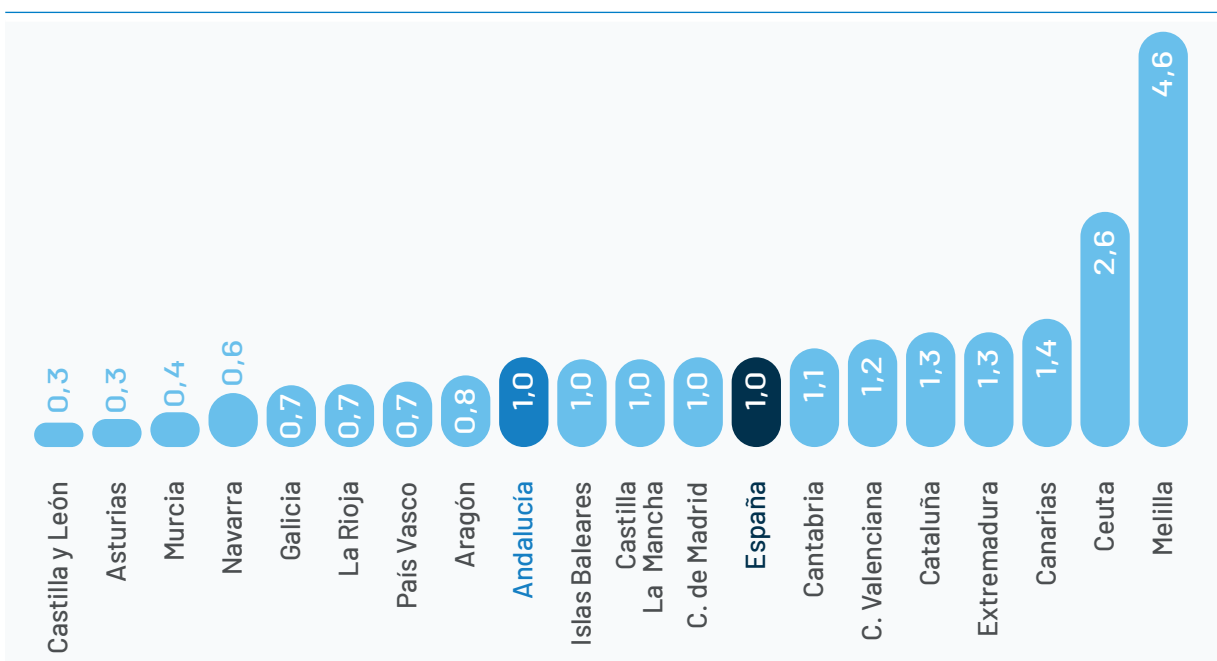
Gráfico 1.2.13. Evolución de los cierres de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020



Como se observa en el Gráfico 1.2.14, a excepción de Melilla y Ceuta que alcanzan una tasa de cierres de 4,6% y 2,6% respectivamente, las diferencias interregionales son pequeñas, debido a que la mayor parte de las Comunidades Autónomas se sitúan a alrededor de un punto porcentual por encima o debajo de España.

En el caso de Andalucía, la tasa de cierres de negocios efectivo (el negocio no ha continuado su actividad dirigida por otras personas) es idéntica a la media española. Por su parte, las tasas más bajas son alcanzadas por Asturias y Castilla y León.

Gráfico 1.2.14. Cierres en las regiones españolas



1.2.3.

Motivación de las personas involucradas en el proceso emprendedor

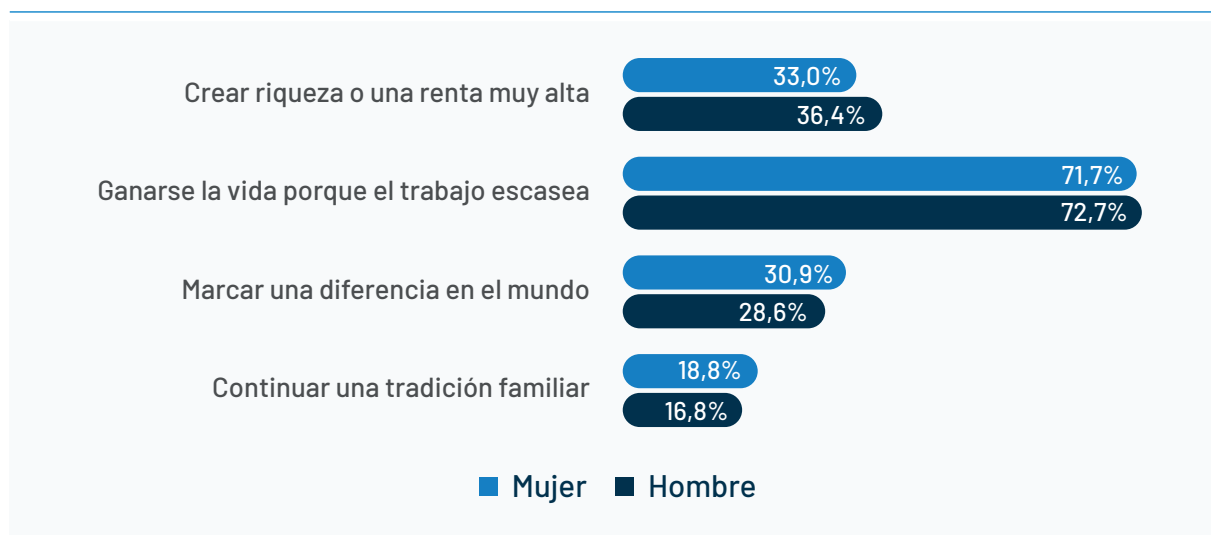
El proyecto GEM analiza diversas motivaciones para emprender. Si bien hasta la edición de 2019 se consideraban las motivaciones principalmente por oportunidad y por necesidad, las últimas investigaciones han llevado a profundizar en las causas y actualmente se estudian las siguientes motivaciones de las personas que están involucradas en el proceso emprendedor: (i) crear una riqueza o una renta muy alta; (ii) ganarse la vida porque el trabajo escasea; (iii) marcar una diferencia en el mundo; y (iv) continuar una tradición familiar. De manera genérica, continuar una tradición familiar es el motivo más relevante para la población emprendedora andaluza.

Estos resultados difieren a los obtenidos en la población a nivel nacional, en el que el motivo emprendedor que predomina se refiere a “ganarse la vida porque el trabajo escasea”.

En aras de analizar detalladamente estas motivaciones, en este apartado se comparan los motivos para emprender de las personas involucradas en negocios nacientes y nuevos (TEA) e iniciativas consolidadas atendiendo al sexo de la población involucrada.

El Gráfico 1.2.15 muestra que el motivo más destacado para emprender de los hombres y de las mujeres involucrados en negocios nacientes y nuevos es “ganarse la vida porque el trabajo escasea” (hombres: 72,7%; mujeres: 71,7%), mientras que el segundo motivo más relevante es “crear una riqueza o una renta muy alta” (hombres: 36,4%; mujeres: 33%).

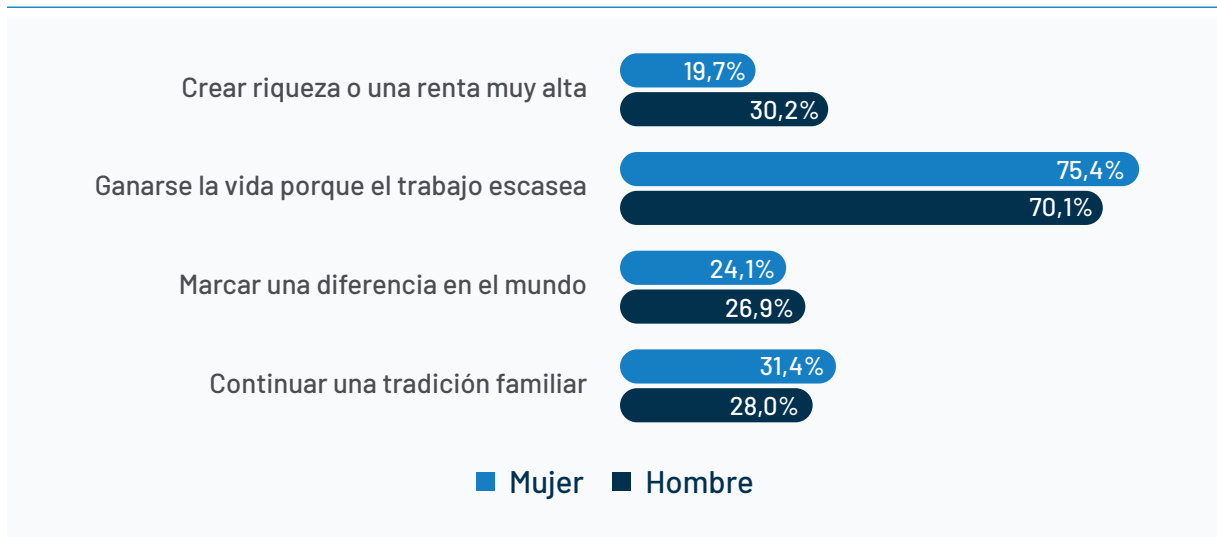
Gráfico 1.2.15. Motivaciones para emprender en Andalucía según sexo en 2020 (TEA)



En el Gráfico 1.2.16 se observa que “ganarse la vida porque el trabajo escasea” es el motivo más destacado tanto para los hombres (70,1%) como para las mujeres (75,4%) que poseen negocios consolidados. Continuar con una tradición familiar constituye el segundo motivo para emprender de las mujeres

(31,4%) que están involucradas en negocio con más de 42 meses de antigüedad. Por su parte, el segundo motivo para que los hombres se involucren en iniciativas consolidadas se refiere a “crear una riqueza o una renta muy alta” (30,2%).

Gráfico 1.2.16. Motivaciones para emprender en Andalucía según sexo en 2020 (consolidadas)



1.2.4.

Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

En este apartado se pretende analizar las características de los emprendedores que atraviesan las diferentes fases del proceso emprendedor. Para ello, se analizará la edad, el nivel de educación, el nivel de renta y el sexo de la población emprendedora en cada una de las etapas de este proceso. Una vez analizada dicha información, se procederá a establecer un perfil del colectivo emprendedor de Andalucía.

1.2.4.1.

Distribución por edad

Uno de los factores que podrían afectar a las acciones encaminadas al emprendimiento es la edad. Es por ello que en el presente informe se analiza la edad de las personas invo-

lucradas en las diferentes fases del proceso emprendedor. En este sentido, el Gráfico 1.2.17. refleja que las personas con edades comprendidas entre 18 y 24 años y 25 y 34 años presentan un 49,6% de la población que ha manifestado una intención a emprender.

Este porcentaje se reduce a un 34,6% cuando se analizan las empresas nacientes o nuevas por parte de los colectivos más jóvenes, lo cual indica que aunque presentan una gran propensión a emprender, la creación de empresas no se materializa en todos los casos. Si bien estos resultados son esperanzadores entre los colectivos más jóvenes, cuando se analiza la tasa de consolidación, la presencia de esta población se reduce drásticamente. En este sentido, solamente el 14% de las iniciativas consolidadas pertenecen y se gestionan por personas de entre 18 y 24 años y 25 y 34 años. A esto se añade que el 25% de los abandonos se refiere a los colectivos de jóvenes señalados. Estos resultados podrían deberse a que las personas de menor edad podrían enfrentarse a una serie de dificultades de partida referidas a la falta de experiencia y

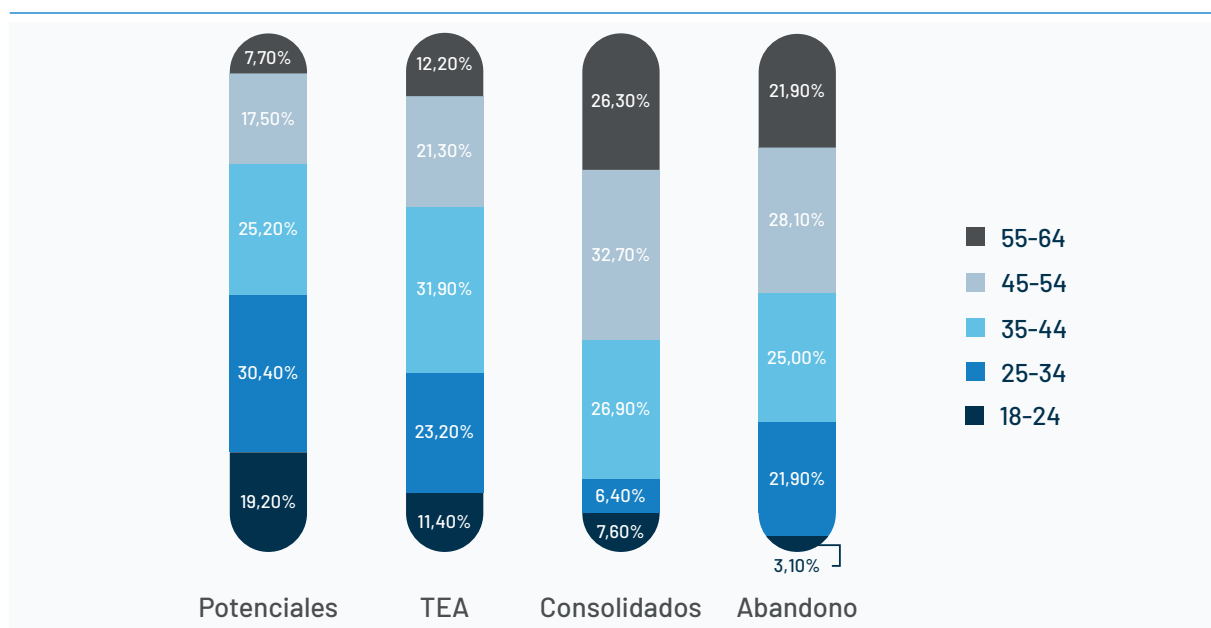
conocimientos, financiación, así como a limitadas relaciones con agentes institucionales y de mercado que puedan apoyar sus iniciativas emprendedoras. Es por ello que aunque creen iniciativas emprendedoras podrían carecer de las habilidades, los recursos y los contactos necesarios para conseguir mantener sus negocios en el mercado a largo plazo.

Por su parte, las personas de 45 a 54 años y de 55 a 64 años presentan los porcentajes más bajos de potencial emprendedor. No obstante, el colectivo de 45 a 54 años representa el 32,7% de las iniciativas consolidadas. A este respecto, las personas con mayor edad suelen poseer mayor experiencia laboral

e incluso emprendedora y podrían contar con las redes de contactos adecuadas y con los recursos necesarios para identificar y explotar oportunidades de negocio que podrían materializarse en la creación de nuevas empresas y su posterior consolidación.

Con respecto a las edades intermedias (entre 35 y 44 años) representan un 25,2% del potencial emprendedor andaluz y constituyen la principal fuente de la constitución de empresas nacientes y nuevas. Cabe resaltar además que aunque el 26,9% de las iniciativas emprendedoras consolidadas se refiera a este colectivo, la presencia en cierres de negocios también es elevada (25%).

Gráfico 1.2.17. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Andalucía en 2020



1.2.4.2.

Distribución por nivel de educación

Un segundo factor analizado en este informe se refiere al nivel de educación de la población emprendedora. Siguiendo el análisis

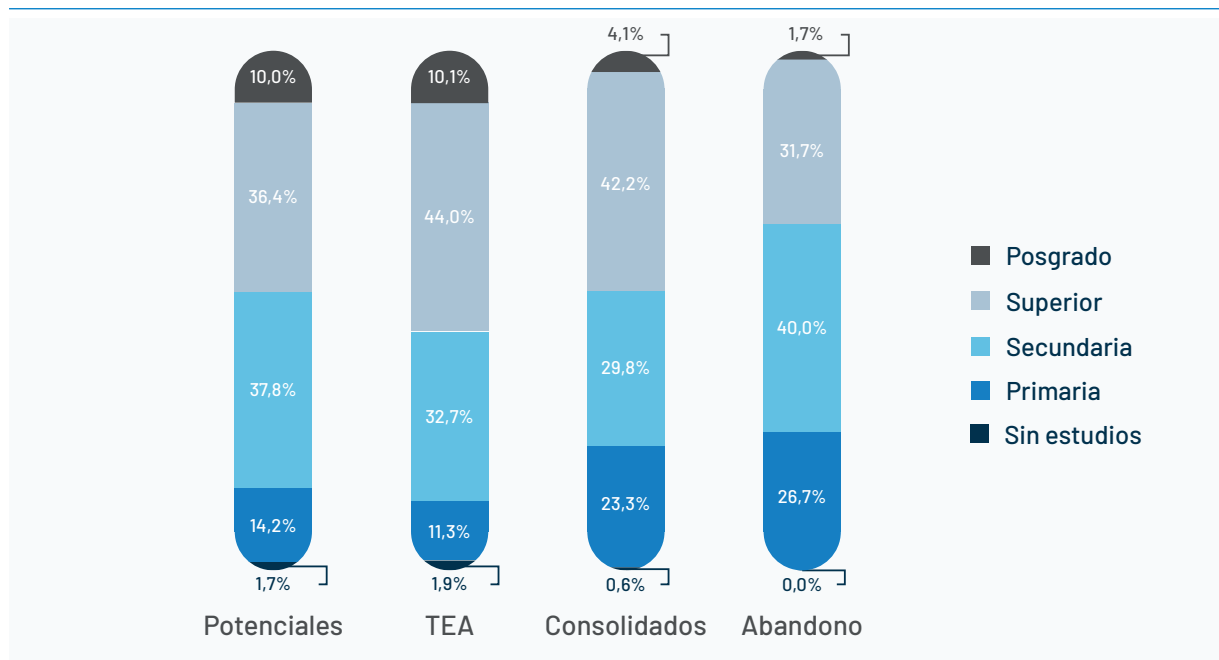
del apartado anterior, se explicará el nivel de educación que predomina en cada fase del proceso emprendedor.

A este respecto, el Gráfico 1.2.18 recoge que la población con un bajo nivel de estudios posee una presencia prácticamente nula en las distintas fases del proceso emprende-

dor. Por su parte, los emprendedores con niveles de estudio de secundaria (37,8%) y superiores (36,4%) presentan una relevante presencia entre los emprendedores potenciales. El papel destacado de este colectivo sigue presente en las etapas sucesivas del proceso emprendedor, aunque el porcentaje de emprendedores con estudios superiores es mayor al colectivo que afirmaba poseer estudios de secundaria tanto para la TEA como para los negocios consolidados. En concreto, un 44% de la TEA se corresponde

con emprendedores con estudios superiores y un 42,2% de estos emprendedores lograron consolidar sus empresas. En cuanto a la tasa de abandono, también está integrada principalmente por los emprendedores con estudios de secundaria y superiores. Por su parte, los emprendedores con estudios de posgrado tienen una baja presencia en el potencial emprendedor y en la fase de actividad (TEA), diluyéndose aún más su importancia en los negocios consolidados.

Gráfico 1.2.18. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Andalucía en 2020



1.2.4.3.

Distribución por nivel de renta

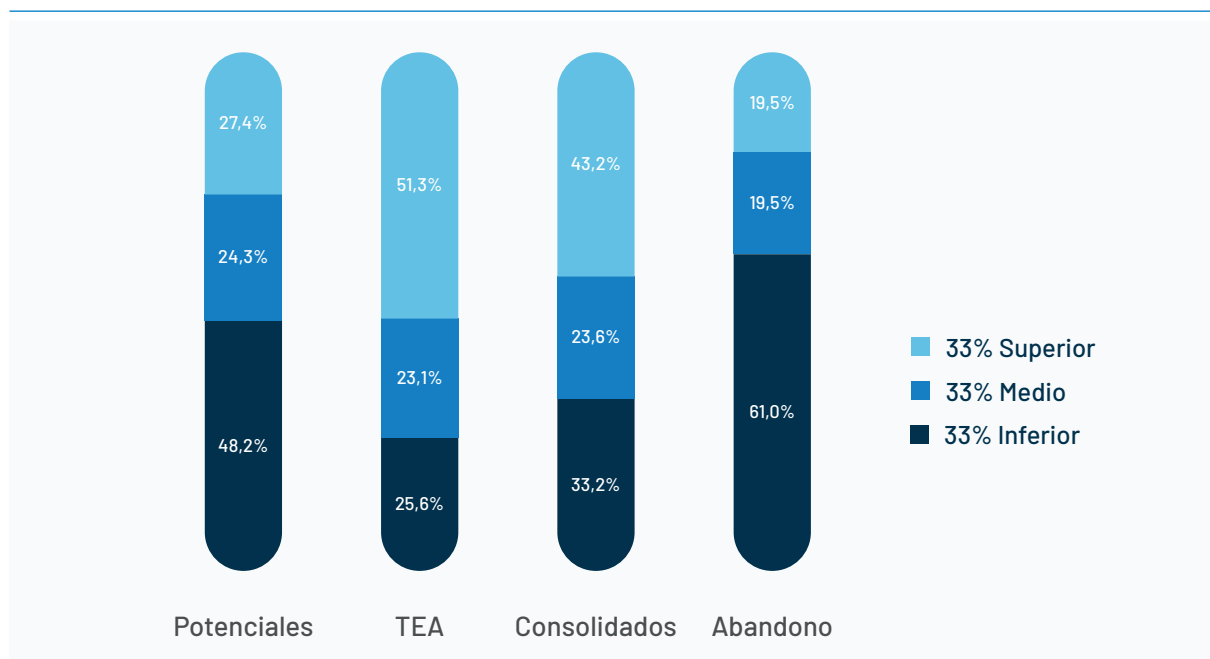
Además de los factores analizados, el proyecto GEM permite profundizar en el nivel de renta de las personas involucradas en iniciativas emprendedoras. Para ello, se ordenan a las personas encuestadas según su nivel de renta. Posteriormente, se agrupan en tercios de

menor a mayor nivel de renta. A partir de esta información, se pueden estudiar tres niveles de renta de los emprendedores, atendiendo al tercio inferior, medio y superior. Como se ilustra en el Gráfico 1.2.19., la población de menor renta representa el mayor porcentaje de potencial emprendedor (48,2%), posiblemente porque perciben la creación de empresas como una vía para la mejora de sus ingresos. No obstante, también tienen la mayor presencia en tasa de abandono (61%). En cuanto a la

fase TEA, se puede observar que el 51,3% de las iniciativas nacientes y nuevas corresponden a las personas con rentas ubicadas en el tercio superior. Además, este colectivo es el

que tiene mayor presencia en las iniciativas consolidadas (43,2%) y representan un bajo porcentaje en las tasas de abandono (19,5%).

Gráfico 1.2.19. Distribución por nivel de renta de los emprendedores en Andalucía en 2020



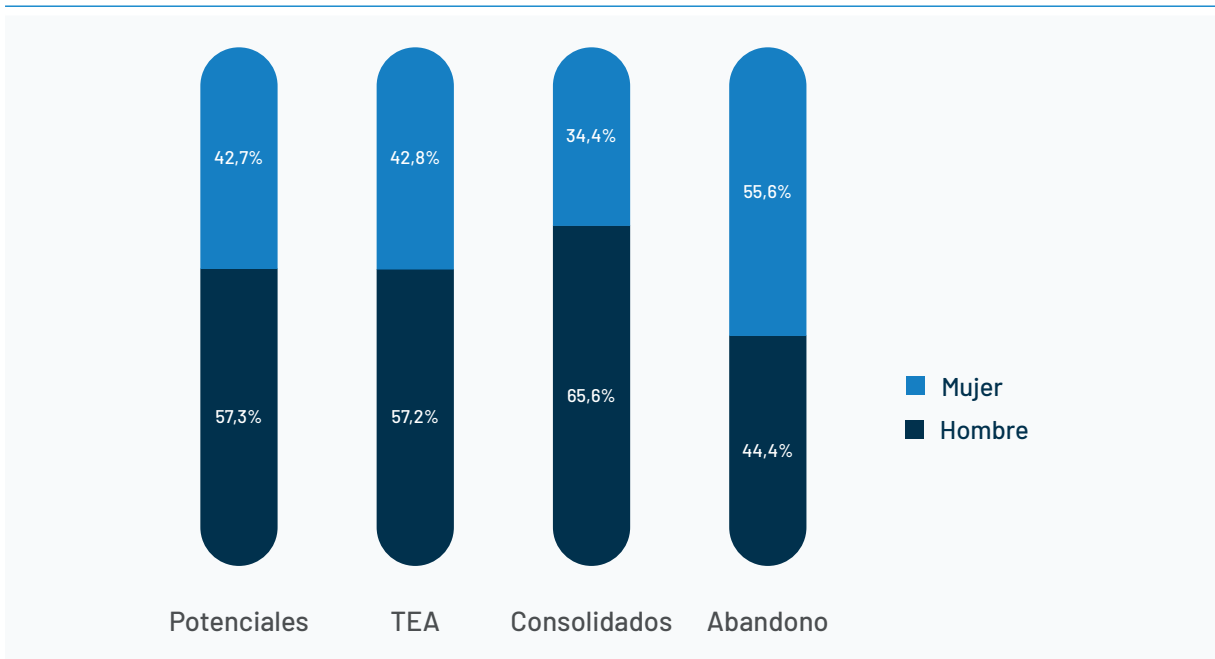
1.2.4.4.

Distribución por sexo

Como ya se explicó en apartados anteriores, las mujeres andaluzas tienen una menor presencia en comparación con los hombres durante el proceso emprendedor en el año 2020. Con el fin de ofrecer un análisis detallado del emprendimiento andaluz según el sexo de los encuestados, se ha desarrollado un estudio pormenorizado de la presencia de hombres y mujeres en las distintas fases del proceso emprendedor. El Gráfico 1.2.20. refleja que las mujeres representan un menor porcentaje en el emprendimiento potencial, lo que a su vez se traduce en que están menos involucradas que el colectivo masculino en las iniciativas nacientes y nuevas. En este sentido, los datos revelan que la presencia masculina (57,2%)

es mayor que la femenina (42,8%) en este tipo de iniciativas. A esto se añade que una de las mayores diferencias entre ambos colectivos se produce en las iniciativas consolidadas, en las que los hombres representan un 65,6% frente al colectivo femenino (34,4%). Estos datos reflejan no solo que las mujeres siguen teniendo una menor presencia en las primeras etapas del proceso emprendedor, sino que la brecha emprendedora respecto a los hombres se acentúa en el proceso y alcanza su máximo cuando se produce la consolidación de las iniciativas emprendedoras. A esto se añade que la tasa de abandono de las empresas sigue siendo mayor en el caso de las mujeres respecto a los hombres. Estos datos están en línea con los resultados obtenidos en el ámbito nacional, que también revela una menor presencia femenina en las distintas etapas del proceso emprendedor.

Gráfico 1.2.20. Distribución por sexo de los colectivos emprendedores en Andalucía en 2020



Atendiendo al análisis de las características de los emprendedores andaluces en el año 2020, se pueden extraer algunas conclusiones respecto al posible perfil de los mismos. En cuanto a los emprendedores potenciales, destacan personas con una edad comprendida entre los 25 a 44 años, con estudios de secundaria y superiores, con una renta baja y principalmente hombres. Por su parte, con respecto a los emprendedores que poseen y gestionan negocios nacientes y nuevos, predomina la población de entre 25 y 44 años, con estudios de secundaria y superiores, con una renta alta y con una mayor presencia masculina. En cuanto a los negocios consolidados, destaca la población de entre 35 y 54 años, con estudios de secundaria y superiores, con una renta alta y principalmente hombres. Finalmente, la tasa de abandono está compuesta principalmente por personas con estudios secundarios, una renta baja, una mayor presencia femenina y con edades muy dispares.

1.2.5.

Necesidades de financiación de la actividad emprendedora naciente

Este apartado tiene un doble objetivo. En primer lugar, examina el capital semilla de los proyectos de negocios nacientes en Andalucía y España. En segundo lugar, se analiza el perfil del inversor privado de Andalucía.

En relación con el primer objetivo, los resultados indican que alrededor de un 87,3% de la población andaluza involucrada en empresas nacientes necesitó un mínimo de capital inicial externo para la puesta en marcha de sus iniciativas emprendedoras, frente al 12,7% que no lo requirió. Atendiendo a la Tabla 1.2.1, la actividad emprendedora naciente de Andalucía requiere de media un capital semilla de 51.597€, mientras que las necesidades de financiación iniciales de los negocios en España son superiores, alcan-

zando los 71.603€ de valor medio. Adicionalmente, atendiendo al valor de la moda del capital semilla, los resultados parecen indicar las menores necesidades de financiación de los negocios nacientes en Andalucía respecto a la media nacional, ya que el capital inicial más frecuente en la región andaluza es de 6.000€, siendo más del triple para la población española que está involucrada en negocios nacientes. Atendiendo al valor de la mediana, ésta alcanza los 6.942€ para Anda-

lucía, siendo más del doble para la población española que está involucrada en negocios nacientes. Por su parte, en Andalucía el intervalo de capital semilla mínimo y máximo se sitúa entre 4€ y 1.500.000€, lo cual revela una eleva variedad de necesidades de financiación para los negocios nacientes. Finalmente, en Andalucía el porcentaje de emprendedores nacientes que requirieron un capital semilla superior a la media fue inferior al 10%.

Con respecto al segundo objetivo que trata

Tabla 1.2.1. Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los proyectos de negocio nacientes en Andalucía y España en 2020

| | Andalucía | España |
|--------------------------|------------|------------|
| Media | 51.597€ | 71.603€ |
| Mediana | 6.942€ | 15.000€ |
| Moda | 6.000€ | 20.000€ |
| Desviación Típica | 170.027€ | 219.846€ |
| Mínimo | 4€ | 1€ |
| Máximo | 1.500.000€ | 3.000.000€ |
| Percentiles | | |
| 10 | 278€ | 1.000€ |
| 20 | 1.406€ | 3.000€ |
| 30 | 4.418€ | 5.000€ |
| 40 | 6.000€ | 10.000€ |
| 50 | 6.942€ | 15.000€ |
| 60 | 12.584€ | 20.000€ |
| 70 | 24.369€ | 40.000€ |
| 80 | 40.687€ | 60.000€ |
| 90 | 70.000€ | 138.754€ |

de analizar el perfil del inversor privado en Andalucía, un 2,9% de la población reportó haber desempeñado una función asimilable a la de un *business angel* en los últimos tres años, a través de la inversión directa en nego-

cios de otras personas, sin llegar a participar directamente en la gestión. En la Tabla 1.2.2. se refleja el perfil de los inversores privados. En cuanto al género son mayoritariamente hombres (57,1%), a diferencia del año ante-

rior en el que predominaban las mujeres. En relación con el nivel de estudios, predominan inversores con estudios de secundaria (36,4%) y superiores (43,5%). Con respecto a la renta familiar, no existen diferencias destacadas entre los intervalos bajos, medios o altos analizados. En cuanto a la relación con el emprendedor, la mayoría son familiares directos (51,7%) y amigos o vecinos (32,7%). Además, únicamente el 5,1% de los inversores actúan como empresarios nacientes o

nuevos dentro del ecosistema emprendedor, mientras que el 12,2% son emprendedores consolidados. El 19,1% afirma percibir oportunidades de negocios, mientras que más del 60% considera que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para emprender y conocen a otras personas que ha iniciado un negocio en los últimos dos años. A esto se añade que si bien actúan como inversores privados no dejan de poseer altos niveles de miedo al fracaso (52,6%).

Tabla 1.2.2. Perfil del inversor privado en Andalucía en 2020 (en porcentaje)

| | | |
|--|------------------------------|------|
| Género (%) | Hombre | 57,1 |
| | Mujer | 42,9 |
| Nivel de estudios (%) | Sin estudios | 0,6 |
| | Primaria | 13,0 |
| | Secundaria | 36,4 |
| | Superior | 43,5 |
| | Posgrado | 6,5 |
| Renta familiar (%) | Tercio más bajo | 37,0 |
| | Tercio medio | 30,6 |
| | Tercio más elevado | 32,4 |
| Relación con el emprendedor | Familiares directos | 51,7 |
| | Otros familiares | 7,5 |
| | Compañeros de trabajo | 3,4 |
| | Amigos o vecinos | 32,7 |
| | Personas sin relación previa | 1,4 |
| | Otros | 3,4 |
| Involucrado en una iniciativa emprendedora como empresario naciente o nuevo (%) | | 5,1 |
| Empresario consolidado (%) | | 12,2 |
| Ve buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (%) | | 19,1 |
| Tiene conocimientos, habilidades y experiencia para emprender (%) | | 61,9 |
| Tiene miedo al fracaso (%) | | 52,6 |
| Conoce a alguna persona que ha iniciado un negocio en los últimos dos años (%) | | 60,9 |

PARTE 1.

Sinopsis del fenómeno emprendedor

Capítulo 2. »

Entorno emprendedor: resumen de obstáculos, facilitadores y recomendaciones

La literatura sobre emprendimiento sostiene la relevancia de una serie de factores del entorno a la hora de impulsar o inhibir la actividad emprendedora y su posterior consolidación y crecimiento en el ecosistema en el que se desarrolla. Tradicionalmente, estos factores han sido categorizados en (1) actuación gubernamental en materia legislativa, al objeto de legitimar, regular e incentivar el emprendimiento; (2) dotación pública de recursos científicos, técnicos y operativos, así como de instrumentos públicos de financiación; (3) clientes y consumidores que disponen de información plena acerca de los productos y servicios ofrecidos por las empresas; (4) actividades y servicios comerciales y profesionales prestados por agentes, instituciones y empresas (Reynolds et al., 2005; Stam y Van de Ven, 2021; Autio et al. 2014).

Partiendo de este marco conceptual, el proyecto GEM facilita el diagnóstico de una serie de condiciones del entorno vinculadas

a la actividad emprendedora a través de la opinión de un grupo de expertos que son encuestados anualmente. Metodológicamente, en la edición GEM Andalucía 2020, participaron 36 expertos andaluces clasificados en función de su representatividad, tanto por cada una de las condiciones del entorno consideradas como por su ubicación geográfica. Específicamente, GEM analiza nueve dimensiones del entorno (apoyo financiero; políticas gubernamentales; programas gubernamentales; educación y formación emprendedora; transferencia de I+D; infraestructura comercial y profesional; apertura del mercado interno; infraestructura física y de servicios; y normas sociales y culturales), a través de un cuestionario que se somete a la opinión de los expertos anteriormente citados.

El cuestionario comprende una batería de 54 afirmaciones a valorar respecto al conjunto de las condiciones mencionadas, a través de escalas Likert de 10 puntos (0: completa-

mente falso; 10: completamente de acuerdo), así como tres bloques de preguntas abiertas (sin una lista de opciones previamente definida) sobre obstáculos, facilitadores y recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor. Las respuestas a estas preguntas abiertas han sido posteriormente recodificadas en alguna de las 20 categorías contempladas por GEM, las cuales son detalladas en el capítulo de Metodología. Las valoraciones obtenidas del panel de expertos de Andalucía se comparan con las obtenidas de otras regiones, obteniendo así una información que permite hacer *benchmarking* con el resto de las comunidades de España y con los entornos territoriales internacionales. Además, se ofrece un indicador que mide de manera sintética la bondad del entorno para facilitar el proceso emprendedor: el NECI o Índice de Contexto de Emprendimiento, cuyo valor representa el promedio de las valoraciones que realizan los expertos de los distintos ámbitos del entorno territorial.

Al igual que la encuesta APS, la encuesta a expertos se realizó durante el mes de julio de 2020, reflejando, por tanto, los resultados obtenidos, la opinión de los expertos en un momento de gran incertidumbre sobre la situación económica, financiera, social y emprendedora de Andalucía.

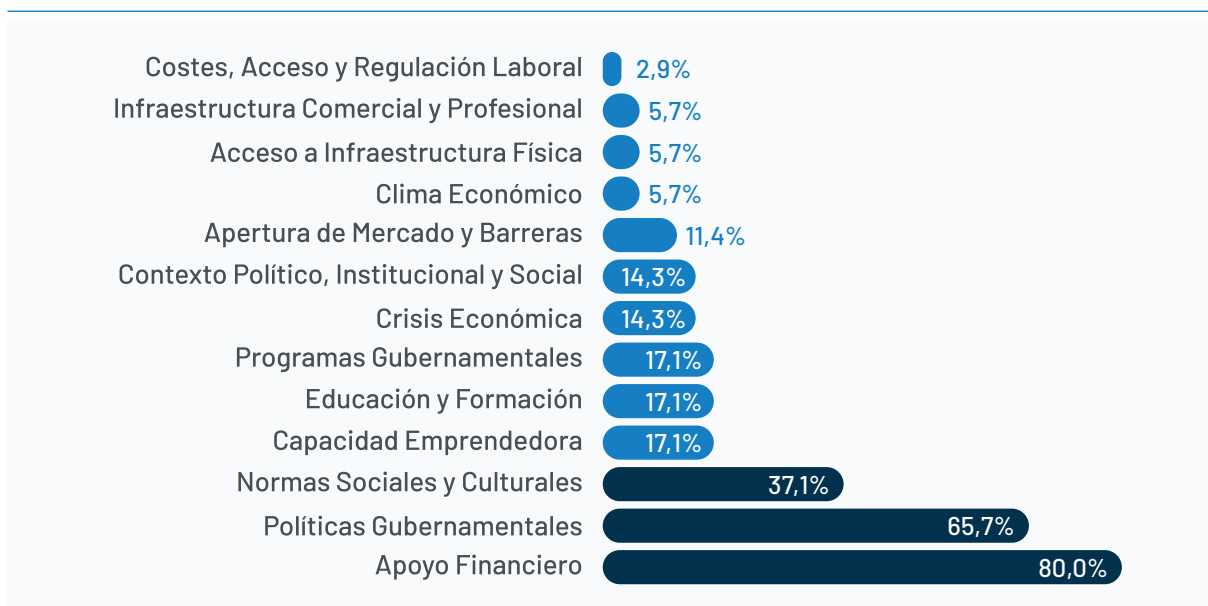
A continuación, se detallan los resultados obtenidos.

2.1.

Factores que obstaculizan la creación de empresas

El Gráfico 2.1.1 muestra los principales obstáculos para la actividad emprendedora señalados por los expertos autonómicos. Tal y como puede apreciarse, la escasez e ineficiencia del *apoyo financiero* es destacada como la principal traba para el proceso emprendedor en Andalucía, ya que el 80% de las respuestas emitidas por los expertos coinciden en dicho aspecto. A continuación, la ausencia de *políticas gubernamentales* adecuadas y eficaces en materia fiscal, social y legislativa es reseñada por el 65,7% de las respuestas, ocupando el tercer lugar el débil *apoyo social y cultural* que encuentran los emprendedores andaluces (37,1%). El 17,1% de las valoraciones de los expertos coinciden en remarcar las carencias de los individuos en *capacidades emprendedoras*, la escasa atención recibida por el emprendimiento en los planes educativos y formativos y la ineficacia de los *programas gubernamentales* específicos de apoyo al emprendimiento como relevantes inhibidores de la actividad emprendedora en la región. Por su parte, la *crisis económica* y el *contexto político social e institucional* son reseñadas por el 14,3% de los expertos. Por último, los cinco factores que los expertos consideran menos relevantes a la hora de obstaculizar el proceso emprendedor en Andalucía son la apertura de mercado y barreras (11,4%); el clima económico y el acceso a infraestructuras físicas, comerciales y profesionales (5,7%); y la regulación del mercado laboral (2,9%).

Gráfico 2.1.1. Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Andalucía en el año 2020



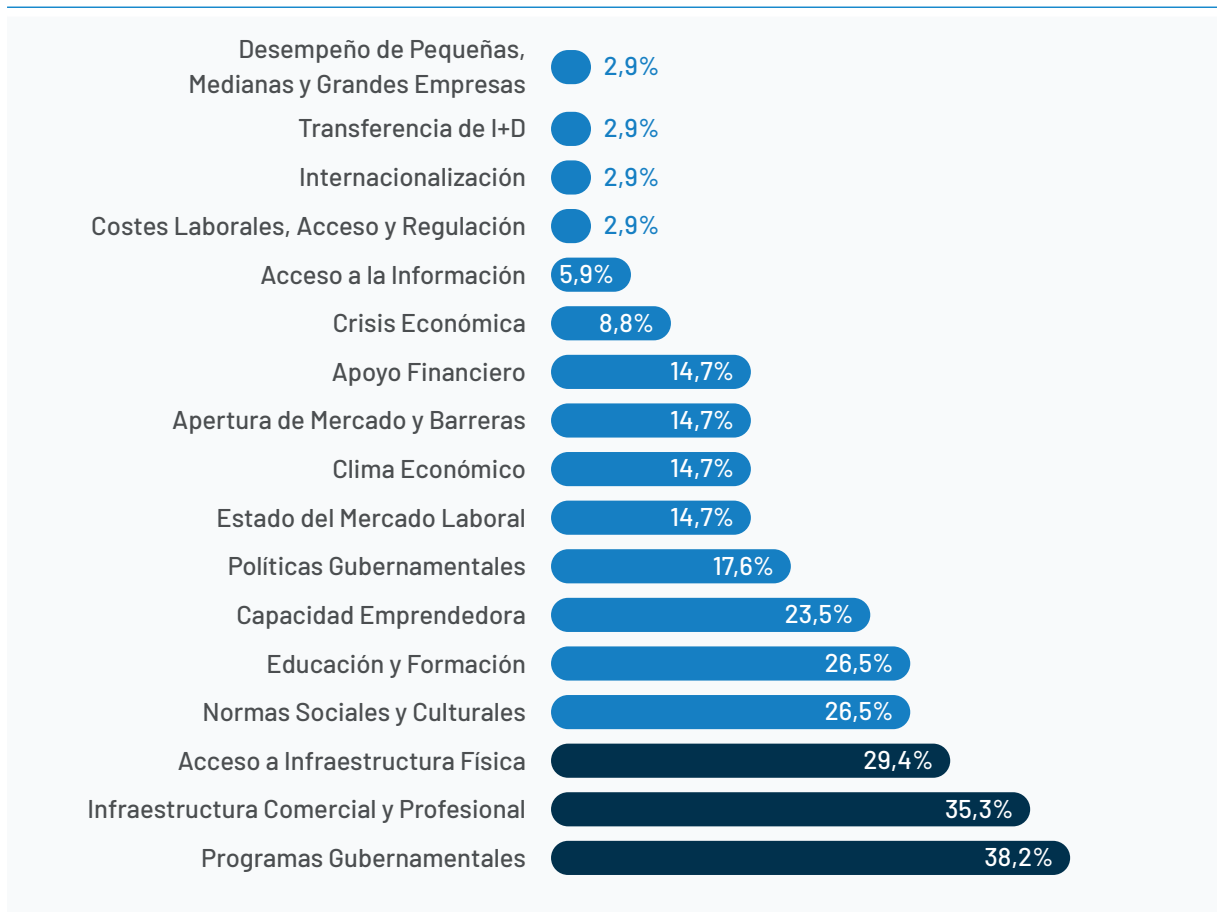
2.2.

Factores que favorecen la creación de empresas

Con respecto a los factores impulsores de la actividad emprendedora en Andalucía, el Gráfico 2.2.1 pone de manifiesto que el elemento más valorado por los expertos, alcanzando el 38,2% de las respuestas emitidas, es la existencia de *programas gubernamentales* adecuados y contextualizados a las necesidades específicas de los emprendedores. Con un peso similar (35,3%), las *infraestructuras comerciales y profesionales* de la región, en términos de disponibilidad y acceso a servicios profesionales para los emprendedores, también son remarcadas como un factor crucial para favorecer la actividad emprendedora. Por su parte, la extensión y características orográficas singulares de Andalucía parecen motivar que el 29,4% de las valoraciones de los expertos remarquen la relevancia del *acceso a*

infraestructuras físicas. Alrededor de una cuarta parte de los encuestados coincidieron en resaltar la importancia de las *normas sociales y culturales*, la *educación y formación* y las *capacidades emprendedoras* de los individuos, mientras que el 17,6% de los mismos destacó la relevancia de las *políticas gubernamentales* de apoyo al emprendimiento. A continuación, un conjunto de dimensiones contextuales -estado del mercado laboral, clima económico, apertura del mercado y apoyo financiero- fueron puestas en valor por el 14,7% de las respuestas. Finalmente, las dimensiones que recibieron una menor estimación por los expertos fueron la crisis económica (8,8%), el acceso a la información (5,9%) y, con un 2,9% de las respuestas proporcionadas, la *regulación laboral*; la *internacionalización*; el *desempeño de las pequeñas, medianas y grandes empresas*; y la *transferencia de I+D*.

Gráfico 2.2.1. Factores citados por los expertos que facilitan a la creación de empresas en Andalucía en el año 2020



2.3.

Recomendaciones para mejorar la creación de empresas

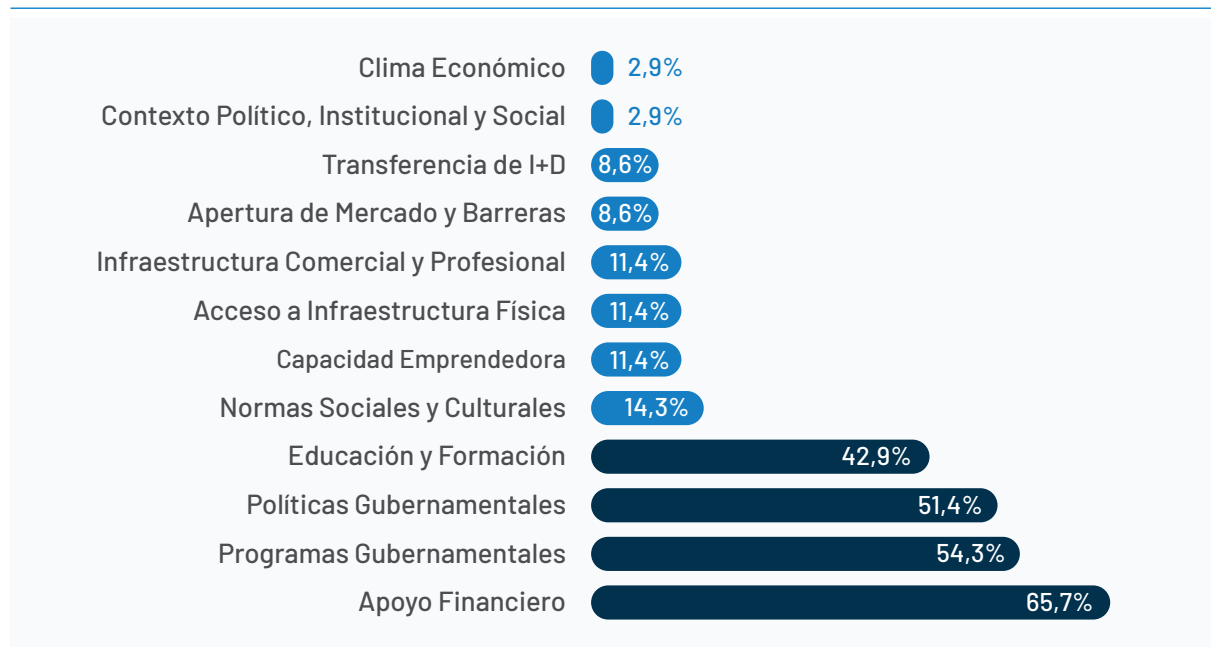
Tomando como referencia las mismas categorías utilizadas para el análisis de obstáculos e impulsores de la actividad emprendedora, los expertos consultados han descrito una serie de recomendaciones encaminadas a mejorar el contexto en el que se lleva a cabo la actividad emprendedora en Andalucía.

Tal y como puede apreciarse en el Gráfico 2.3.1, los expertos destacan especialmente un conjunto de cuatro recomendaciones, las cuales concentran entre el 42,9% y el 65,7% de las valoraciones emitidas. En primer lugar, las recomendaciones relacionadas con el *apoyo financiero* (65,7%) se focalizan, sobre todo, en la necesidad de implementar instrumentos eficaces privados y públicos que faciliten el acceso al crédito y a otros instrumentos no bancarios (*business angels*, capital riesgo y semilla) a los emprendedores y que contribuyan a superar las dificultades asociadas a la compleja situación social, sanitaria y económica a la que deben enfrentarse. Íntimamente relacionada, la segunda recomendación (54,3%) gira en torno a la convenien-

cia de implementar *programas gubernamentales* que aborden específicamente y sin dilación las necesidades y problemáticas específicas de los emprendedores andaluces, ahondando en la necesidad de evitar duplicidades y retrasos administrativos. En tercer lugar, los expertos coinciden en señalar, con un 51,4% de las respuestas emitidas, la relevancia de que las autoridades públicas diseñen *políticas gubernamentales* contextualizadas a la realidad del emprendedor, especialmente en lo que se refiere a la política fiscal. La última recomendación mayoritaria se centra en el papel de la *educación y formación* (42,9%), la cual, a juicio de los expertos, debería fomentar la adquisición de conocimientos y competencias emprendedoras en todas las etapas escolares y potenciar el rol de la universidad como

agente dinamizador de iniciativas emprendedoras con un alto grado de conocimientos y tecnologías específicas. A continuación, el 14,3% de las recomendaciones se engloban en la dimensión "*normas sociales y culturales*" y ponen el foco en la conveniencia de presentar el emprendimiento como una opción destacada de carrera, con múltiples beneficios para el conjunto de la sociedad. Finalmente, se reseña un grupo de recomendaciones aportadas por menos del 12% de los expertos consultados y que se enmarca dentro de las siguientes categorías: *capacidad emprendedora* (11,4%); *acceso a infraestructura física* (11,4%); *infraestructura comercial y profesional* (11,4%); *apertura de mercado y barreras* (8,6%); *transferencia de I+D* (8,6%); *contexto político, institucional y social* (2,9%); y *clima económico* (2,9%).

Gráfico 2.3.1. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Andalucía en el año 2020



2.4.

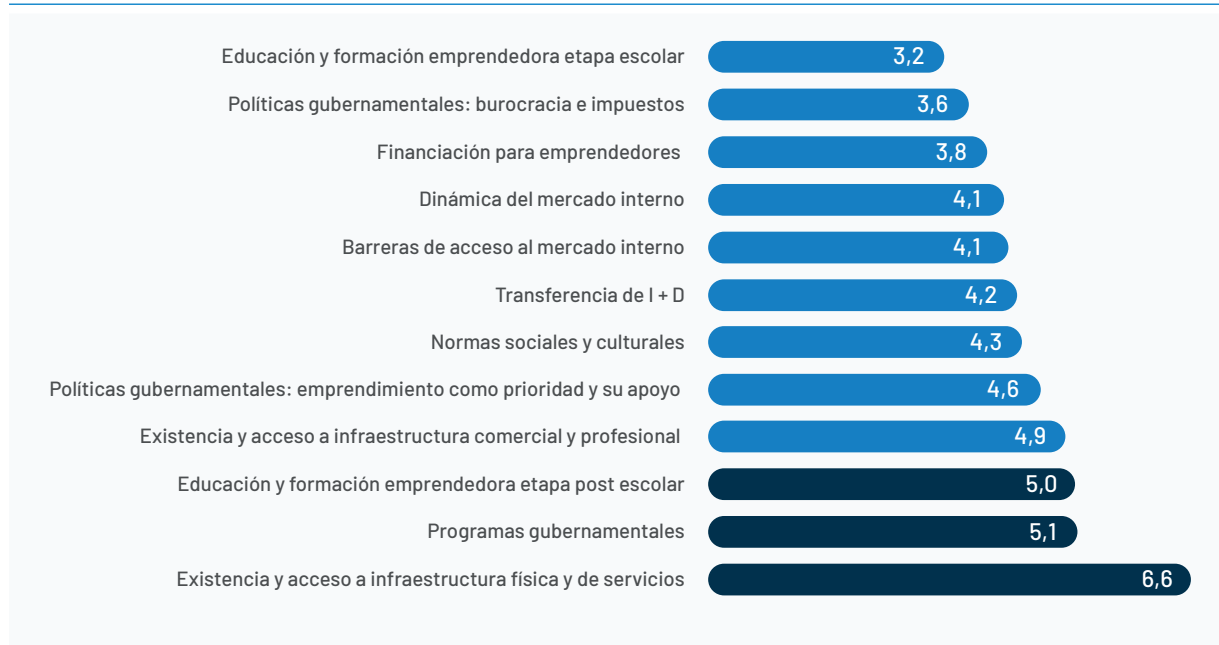
Valoración del entorno emprendedor

El Gráfico 2.4.1 muestra la valoración de las doce condiciones del entorno que han asignado los 36 expertos andaluces entrevistados en 2020.

El factor que los expertos valoran de un modo inequívocamente más favorable, en virtud del apoyo que brinda a los emprendedores, es la existencia de adecuados accesos a las *infraestructuras físicas y de servicios* necesarias para la implantación y funcionamiento

de las empresas (6,6). Otras dimensiones que rozan valores aceptables son los *programas gubernamentales* (5,1) y la *educación y formación emprendedora en la etapa post escolar* (5,0). Con puntuaciones comprendidas entre 4 y 5 puntos, se encuentran la existencia y acceso a *infraestructuras comerciales y profesionales* (4,9); las políticas gubernamentales centradas en el *apoyo al emprendimiento* (4,6); las *normas sociales y culturales* (4,3); la *transferencia de I+D* (4,2); las *barreras de acceso al mercado interno* (4,1); y la *dinámica del mercado interno* (4,1). Por último, las condiciones que han recibido las valoraciones más bajas han sido la *financiación para emprendedores* (3,8); la *burocracia e impuestos* (3,6); y la *educación y formación emprendedora en etapa escolar* (3,2).

Gráfico 2.4.1. Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en Andalucía en el año 2020



2.5.

Comparación del entorno de Andalucía, España y Unión Europea

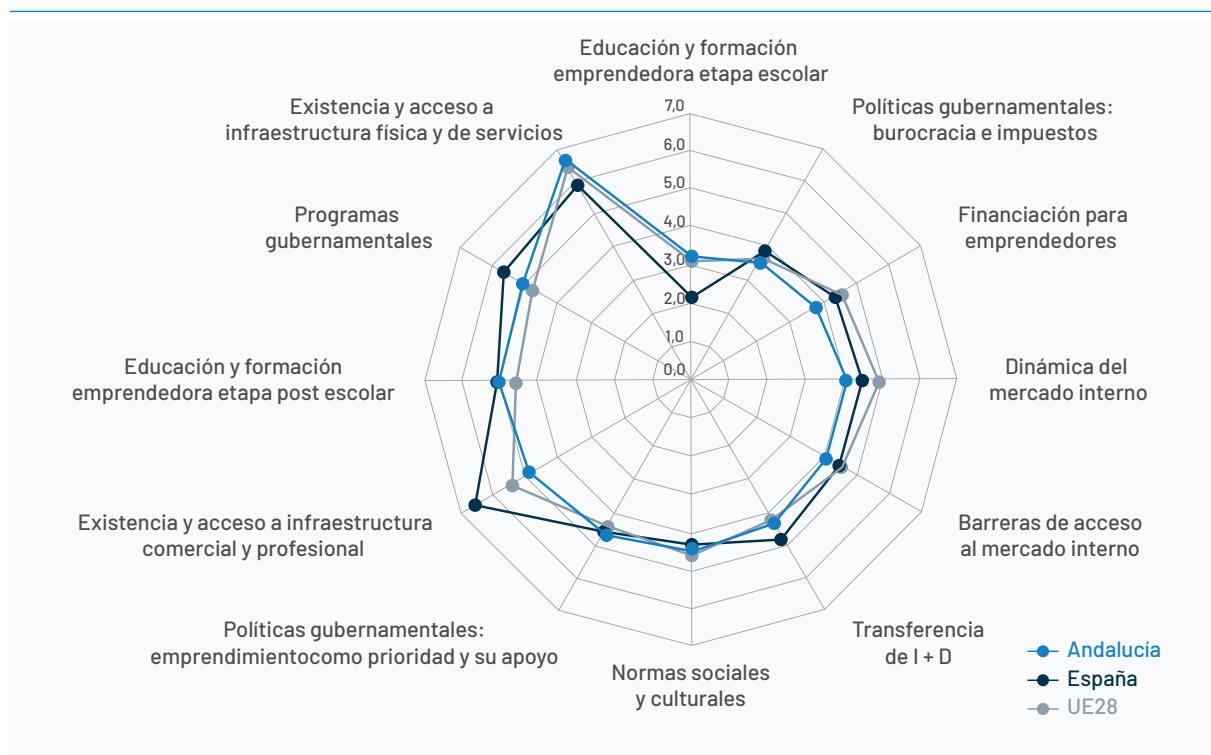
La comparación del entorno emprendedor de la provincia, Andalucía, España y países GEM de la Unión Europea ofrece una visión oportuna acerca de las condiciones del ecosistema emprendedor de la provincia y las oportunidades de mejora.

Tal y como se desprende de la información suministrada en el Gráfico 2.5.1, las respuestas de los expertos consultados muestran que seis factores reciben una valoración media inferior a las recibidas por los ecosistemas español y europeo. Concretamente,

dichas condiciones del entorno son: *políticas gubernamentales, en términos de impuestos, tasas y burocracia* (3,6); *apoyo financiero para los emprendedores* (3,8); *dinámica del mercado interno* (4,1); *barreras de acceso al mercado interno* (4,1); *transferencia de I+D* (4,2); y *existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional* (4,9).

Cinco factores del entorno autonómico parecen situarse en la media de las puntuaciones reportadas por los expertos nacionales y/o europeos: *educación y formación emprendedora en etapa escolar* (3,2); *normas sociales y culturales* (4,3); *políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento* (4,6); *educación y formación emprendedora en etapa post escolar* (5,0); y *programas gubernamentales* (5,1). Por último, la existencia y acceso a *infraestructura física y de servicios* (6,6) merece una mención especial, dado que es la única dimensión del entorno que, en opinión de los expertos, aprueba y obtiene en Andalucía mejor nota que la del ecosistema nacional y el europeo.

Gráfico 2.5.1. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Andalucía, España y Unión Europea



2.6.

Comparativa regional de las condiciones del entorno

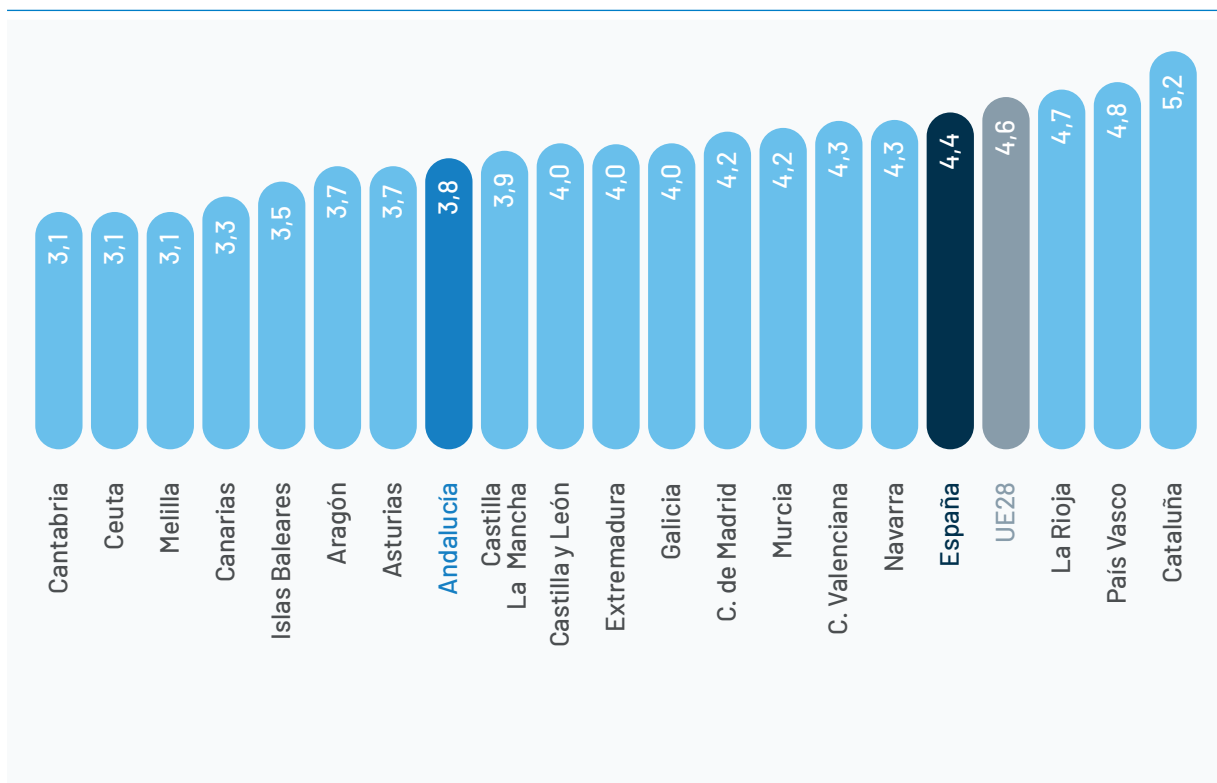
A continuación, se expone la comparativa detallada regional de los factores contextuales del entorno emprendedor. Tal y como se ha señalado en ediciones anteriores, es preciso tomar esta comparación con prudencia, ya que las valoraciones de cada Comunidad/ Ciudad Autónoma son realizadas por paneles de expertos diferentes y, además, porque las diferencias de valores entre los territorios en la mayoría de los factores son muy pequeñas.

2.6.1.

Apoyo financiero: comparación regional

Tal y como se desprende del Gráfico 2.6.1, la opinión de todos los paneles de expertos autonómicos es unánime a la hora de reseñar el desfavorable apoyo financiero que encuentran los emprendedores a la hora de iniciar o desarrollar la actividad emprendedora. La única excepción es Cataluña, donde la valoración media de los expertos se sitúa en 5,2 puntos. Por su parte, Andalucía se sitúa en la horquilla inferior del ranking, con una puntuación media de 3,8 puntos, superando tan sólo a Asturias (3,7), Aragón (3,7), Islas Baleares (3,5), Canarias (3,3), Melilla (3,1), Ceuta (3,1) y Cantabria (3,1).

Gráfico 2.6.1. Apoyo financiero: comparación regional



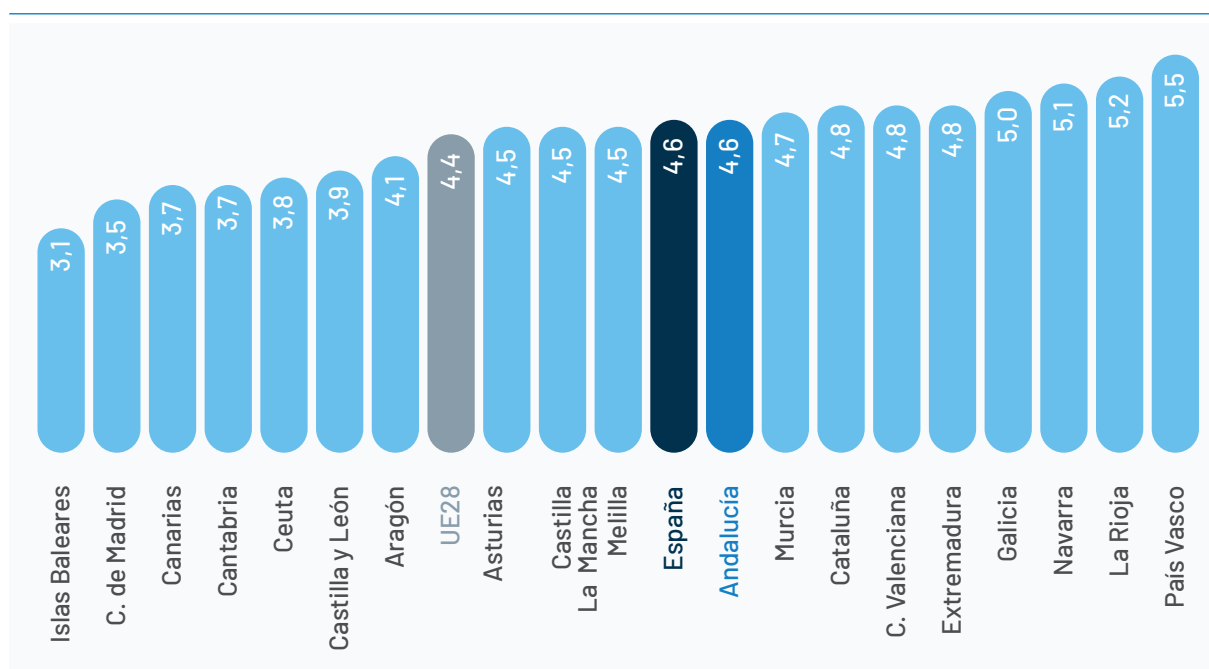
2.6.2.

Políticas gubernamentales (medidas de apoyo): comparación regional

Con respecto a las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, el Gráfico 2.6.2 refleja que sólo los expertos autonómicos de País Vasco (5,5), La Rioja (5,2), Navarra

(5,1) y Galicia (5,0) valoran favorablemente esta dimensión, alcanzando puntuaciones superiores a la de la media española y andaluza (4,6). Concretamente, la puntuación alcanzada en este factor coloca a Andalucía en el escalafón medio de la comparativa, a una distancia reducida de los tres territorios anteriormente mencionados y a 1,5 puntos de Islas Baleares (3,1), que es la comunidad autónoma peor valorada por los expertos en este factor.

Gráfico 2.6.2. Políticas gubernamentales (medidas de apoyo): comparación regional



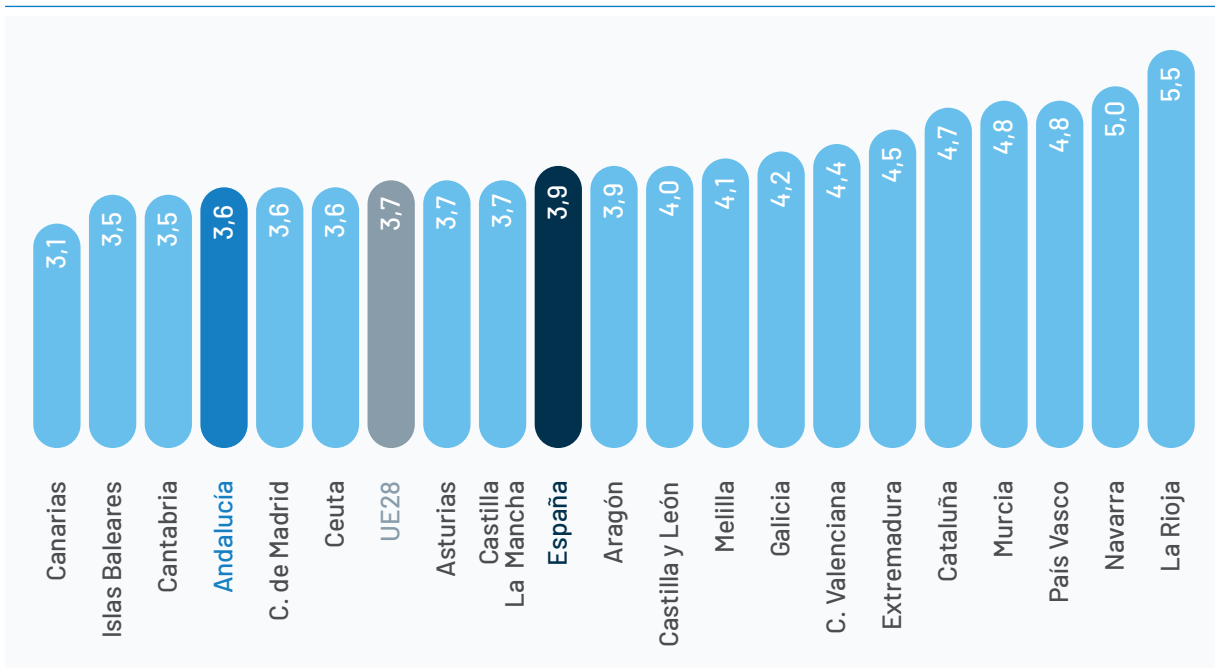
2.6.3.

Políticas gubernamentales (burocracia e impuestos): comparación regional

Inversamente a la valoración realizada por los expertos con respecto a las medidas de apoyo que comprenden las políticas gubernamentales, el panel andaluz señala categóricamente que los impuestos y burocracia a

los que se ven sometidos los emprendedores andaluces suponen un obstáculo considerable para su actividad, en comparación con el resto del territorio nacional. Concretamente, siguiendo la información proporcionada por el Gráfico 2.6.3, la puntuación alcanzada por Andalucía (3,6) sólo supera a la otorgada por los expertos cántabros (3,5), baleares (3,5) y canarios (3,1) y se encuentra por debajo de la media española (3,9) y muy alejada de la valoración obtenida por los territorios con evaluaciones más favorables (La Rioja: 5,5 y Navarra: 5,0).

Gráfico 2.6.3. Políticas gubernamentales (burocracia e impuestos): comparación regional



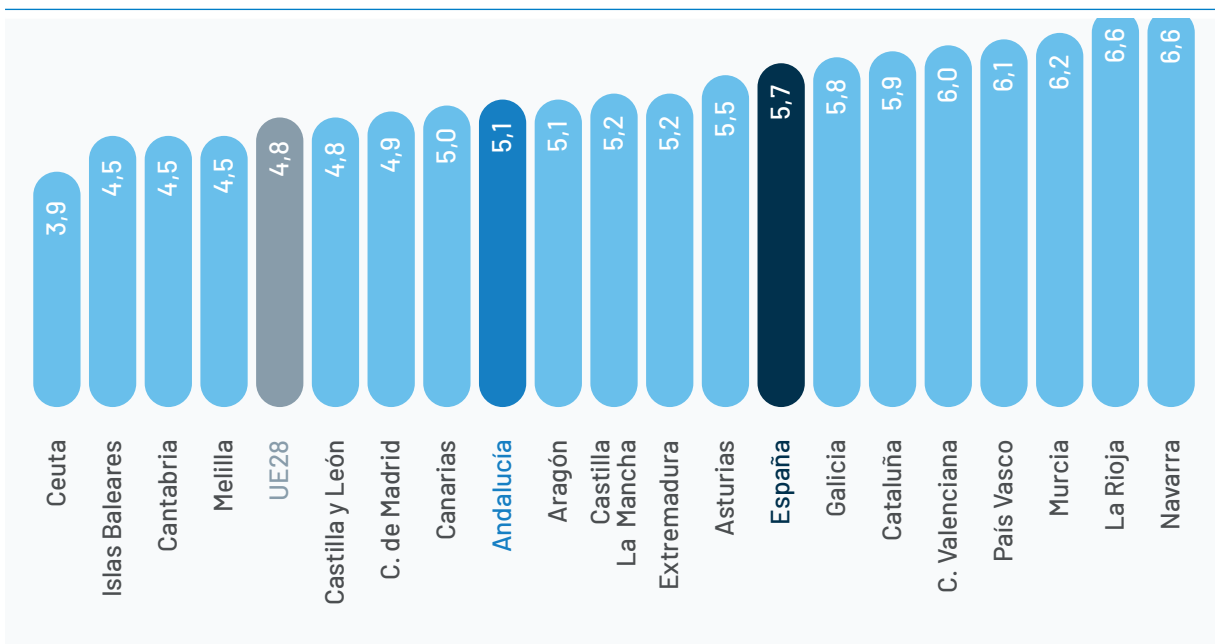
2.6.4.

Programas gubernamentales: comparación regional

Los expertos andaluces aprueban el papel de los programas gubernamentales de apoyo

específico al emprendimiento, reflejando una valoración media de 5,1 puntos (Gráfico 2.6.4). No obstante, la comparativa regional pone de manifiesto la enorme distancia existente en esta materia, entre Andalucía y las comunidades autónomas que obtienen valoraciones más elevadas, esto es, Navarra (6,6), La Rioja (6,6), Murcia (6,2), País Vasco (6,1) y la Comunidad Valenciana (6,0).

Gráfico 2.6.4. Programas gubernamentales: comparación regional



2.6.5.

Educación y formación emprendedora en etapa escolar: comparación regional

De manera inequívoca, el Gráfico 2.6.5 refleja que los expertos de todas las Comunidades y Ciudades Autónomas otorgan puntuaciones negativas a los planes de estudios, en materia emprendedora, que son ofrecidos en las etapas escolares de Primaria y Secundaria. Focalizando en Andalucía, la puntuación obtenida (3,2) sitúa a nuestra comunidad en una posición central, equidistante de la valoración media nacional (2,2) y de Cataluña, que es el territorio que obtiene la puntuación más elevada (4,2).

2.6.6.

Educación y formación emprendedora en etapa post-escolar: comparación regional

Por su parte, el Gráfico 2.6.6 denota que once de los diecisiete países de expertos autonómicos aprueban el papel de la educación y formación emprendedora en las etapas educativas superiores, destacando las valoraciones obtenidas por parte de Melilla (5,7), Murcia (5,7), Ceuta (5,5) y Cataluña (5,5). En la línea de la puntuación proporcionada por los expertos nacionales (5,1), Andalucía alcanza una calificación de 5 puntos, situándose en el punto central de la comparativa territorial.

Gráfico 2.6.5. Educación y formación emprendedora en etapa escolar: comparación regional

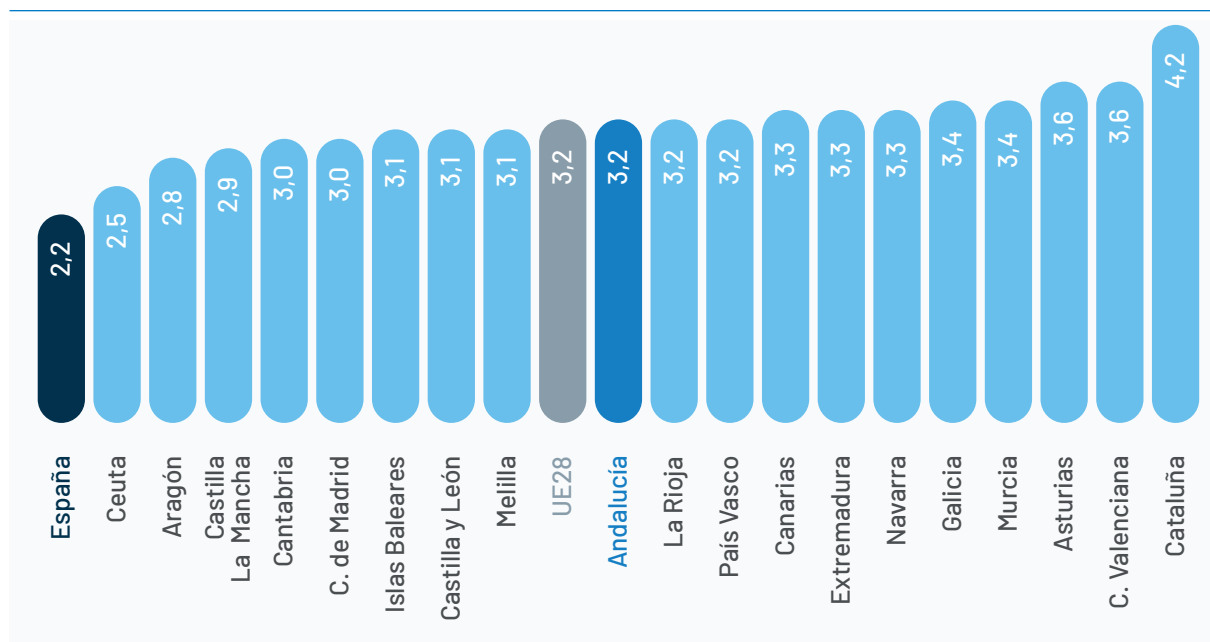
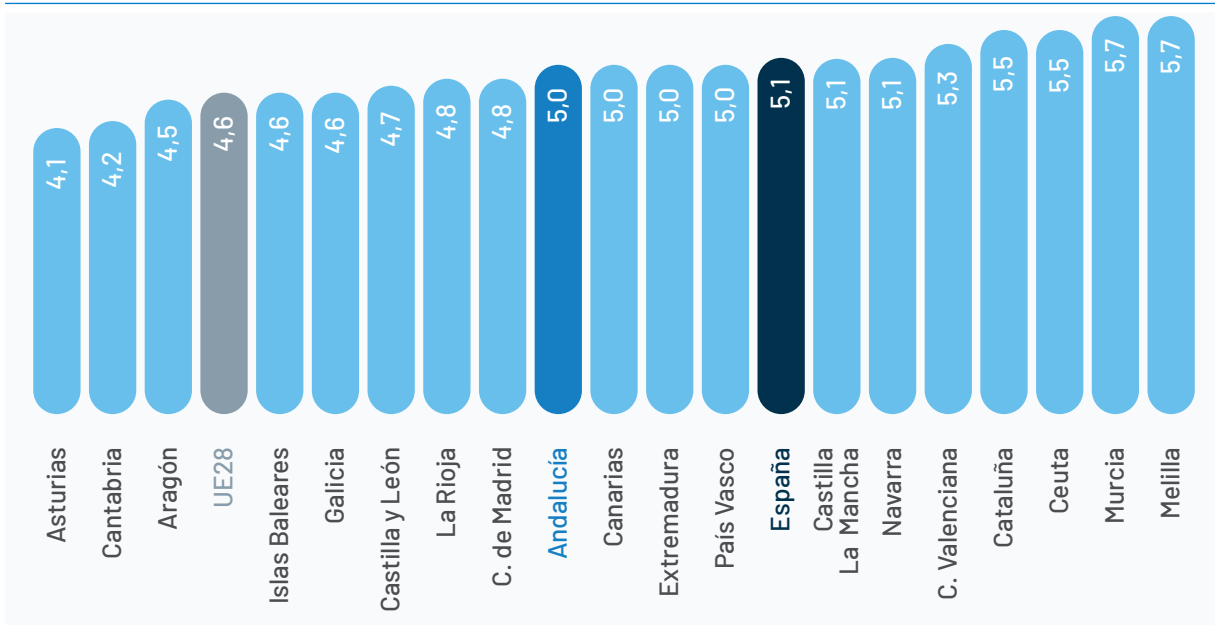


Gráfico 2.6.6. Educación y formación emprendedora en etapa postescolar: comparación regional



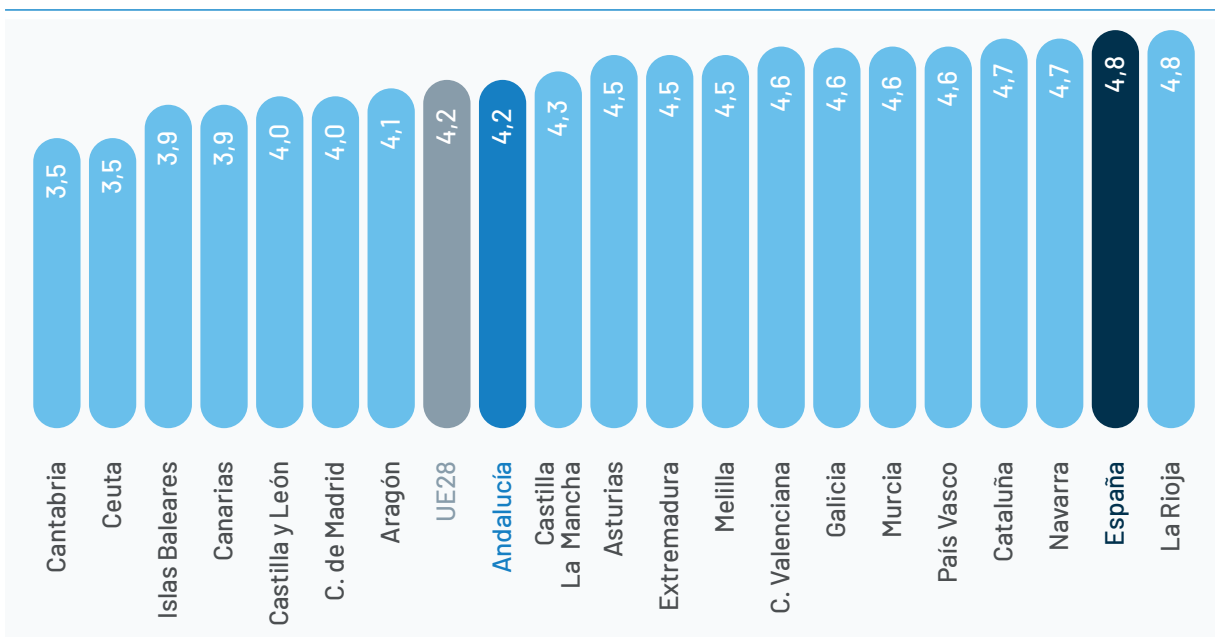
2.6.7.

Transferencia de I+D: comparación regional

Atendiendo a la información proporcionada por el Gráfico 2.6.7, todas las Comunidades y Ciudades Autónomas reciben una valoración

negativa por parte de los paneles expertos en lo que respecta al impacto de la transferencia de I+D en el desarrollo de la actividad emprendedora en cada uno de los territorios. Dichas puntuaciones oscilan entre los 4,8 puntos obtenidos por La Rioja y los 3,5 puntos de Cantabria, situándose Andalucía en un punto intermedio entre ambos extremos (4,2).

Gráfico 2.6.7. Transferencia de I+D: comparación regional



2.6.8.

Acceso a infraestructura comercial y profesional: comparación regional

El acceso a infraestructuras comerciales y profesionales es valorado de manera muy positiva por la mayoría de paneles de expertos autonómicos, dado que sólo Andalucía (4,9), Baleares (4,8), Cantabria (4,7), Melilla (4,5) y Ceuta (3,7) obtienen puntuaciones inferiores a 5 puntos. En el extremo opuesto, la percepción de los expertos nacionales (6,5) sitúa a España por encima de las comunidades mejor valoradas (La Rioja y Comunidad Valenciana, con 6,1 puntos) (ver Gráfico 2.6.8).

2.6.9.

Dinámica del mercado interior: comparación regional

La información suministrada por el Gráfico 2.6.9 refleja la percepción unánimemente negativa de todos los expertos autonómicos con respecto a la rigidez del mercado interior a la hora de impulsar la actividad emprendedora. Tan sólo Melilla, Extremadura y Baleares obtienen valoraciones cercanas al punto medio de la escala (4,9), mientras que Andalucía se sitúa en el extremo inferior de la comparativa (4,1), superando sólo las puntuaciones de la Comunidad de Madrid (4,0), Asturias (4,0), Canarias (3,9), Navarra (3,5) y Cantabria (3,5).

Gráfico 2.6.8. Acceso a infraestructura comercial y profesional: comparación regional

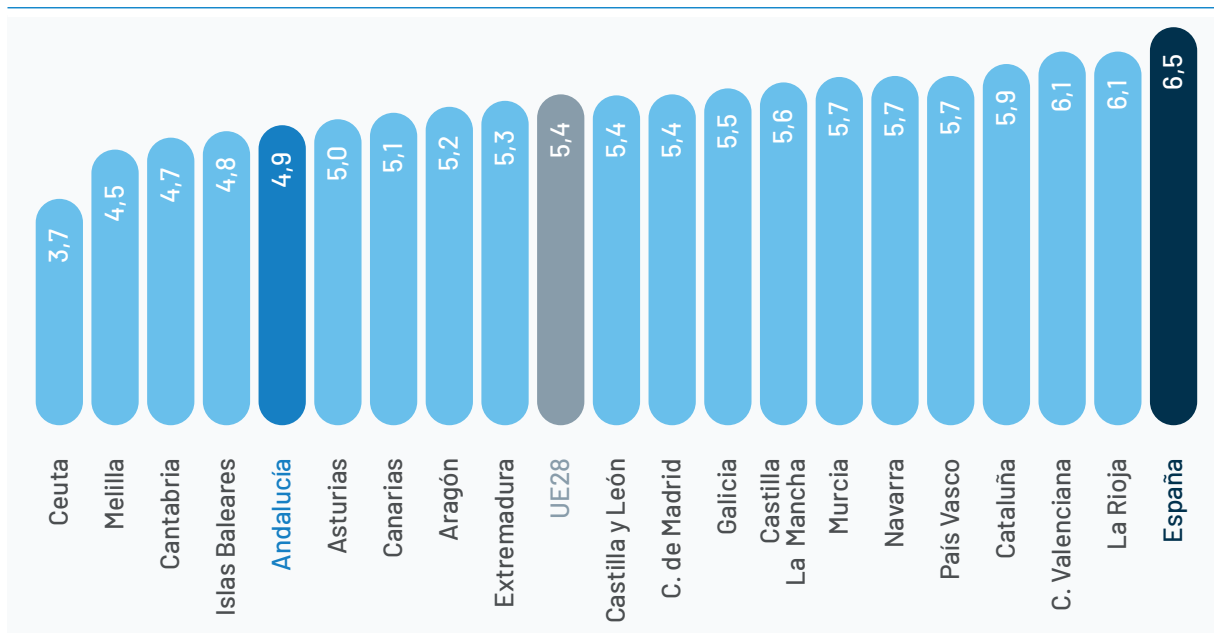
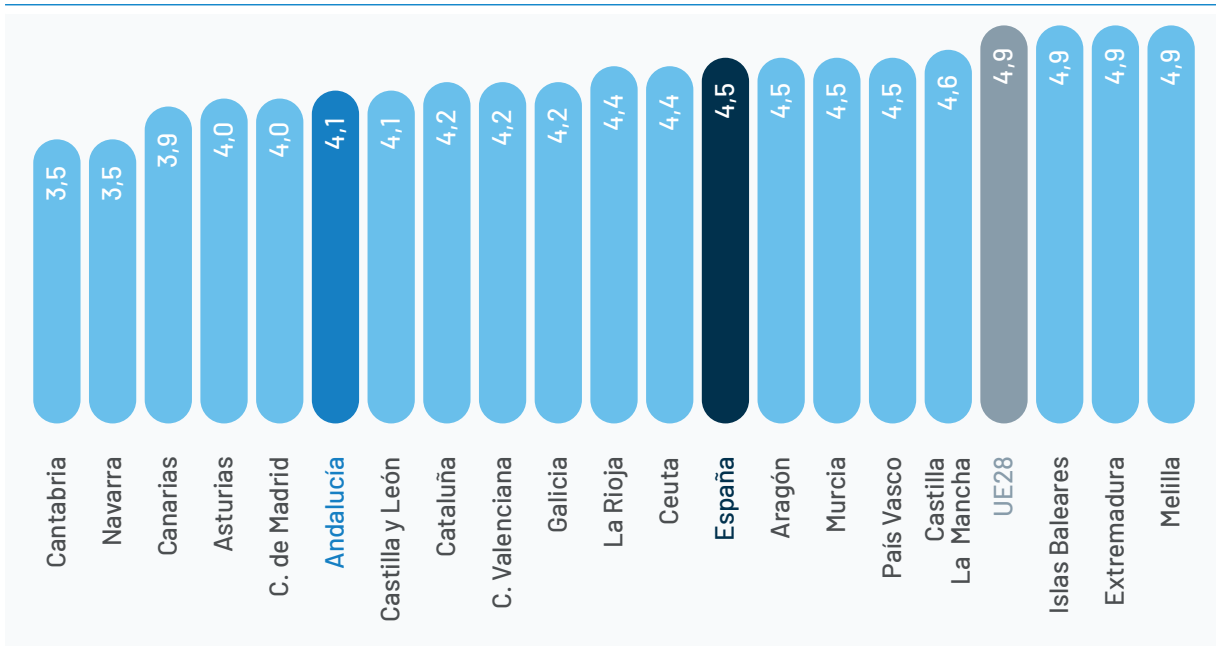


Gráfico 2.6.9. Dinámica del mercado interior: comparación regional



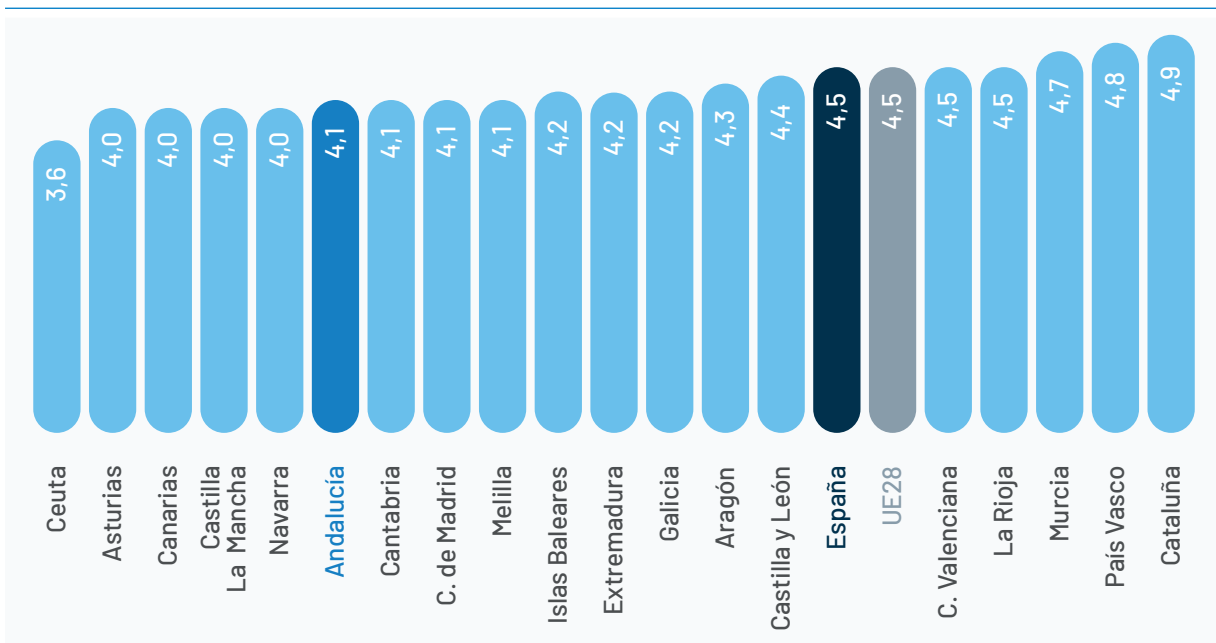
2.6.10.

Barreras de acceso al mercado interior: comparación regional

En la misma línea, todos los expertos autonómicos coinciden en identificar las barreras de acceso al mercado interior como un elemen-

to negativo de los ecosistemas emprendedores. Con una valoración de 4,1 puntos, Andalucía se sitúa en el vagón de cola, en la línea de las puntuaciones obtenidas por Navarra (4,0), Castilla La Mancha (4,0), Canarias (4,0), Asturias (4,0) y Ceuta (3,6), y muy alejada de las valoraciones de Cataluña (4,9), País Vasco (4,8) y Murcia (4,7) (ver Gráfico 2.6.10).

Gráfico 2.6.10. Barreras de acceso al mercado interior: comparación regional



2.6.11.

Acceso a infraestructuras físicas y de servicios: comparación regional

El Gráfico 2.6.11 refleja que el acceso a infraestructuras físicas y de servicios representa, en términos generales, el aspecto mejor valorado por los expertos de todas las Comunidades y Ciudades Autónomas, ya que sólo Ceuta (4,7) obtiene una valoración por debajo del punto medio de la escala. De manera destacada, Murcia (7,1) y la Comunidad de Madrid (7,0) se sitúan como los territorios con puntuaciones más elevadas, siendo notoria también la valoración otorgada por el panel de expertos andaluces en esta dimensión (6,6).

2.6.12.

Normas sociales y culturales: comparación regional

Por último, tal y como señala el Gráfico 2.6.12, la valoración general acerca de las normas sociales y culturales como elementos dinamizadores de la actividad emprendedora es negativa, dado que sólo son evaluadas positivamente en Cataluña (5,8), Navarra (5,0) y Murcia (5,0). El resto de territorios obtiene valoraciones que oscilan entre los 4,9 puntos de la Comunidad Valenciana y los 3,5 puntos otorgados por los expertos cántabros. En un punto intermedio y, en la misma línea que la media nacional, Andalucía alcanza una valoración de 4,3 puntos.

Gráfico 2.6.11. Acceso a infraestructuras físicas y de servicios: comparación regional

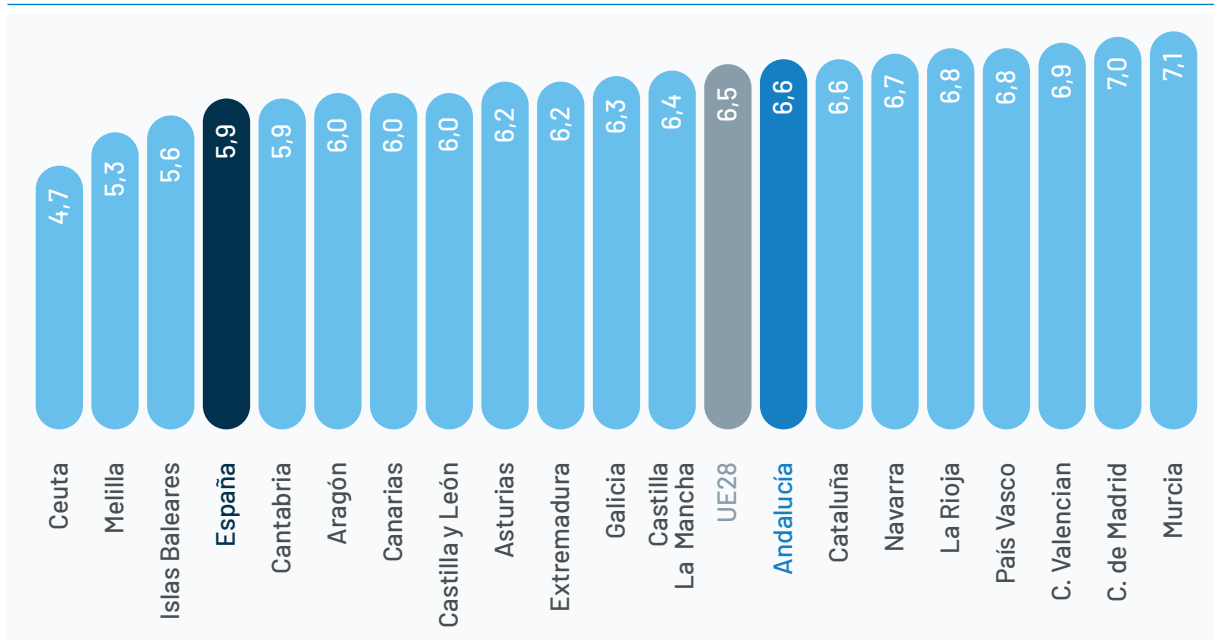
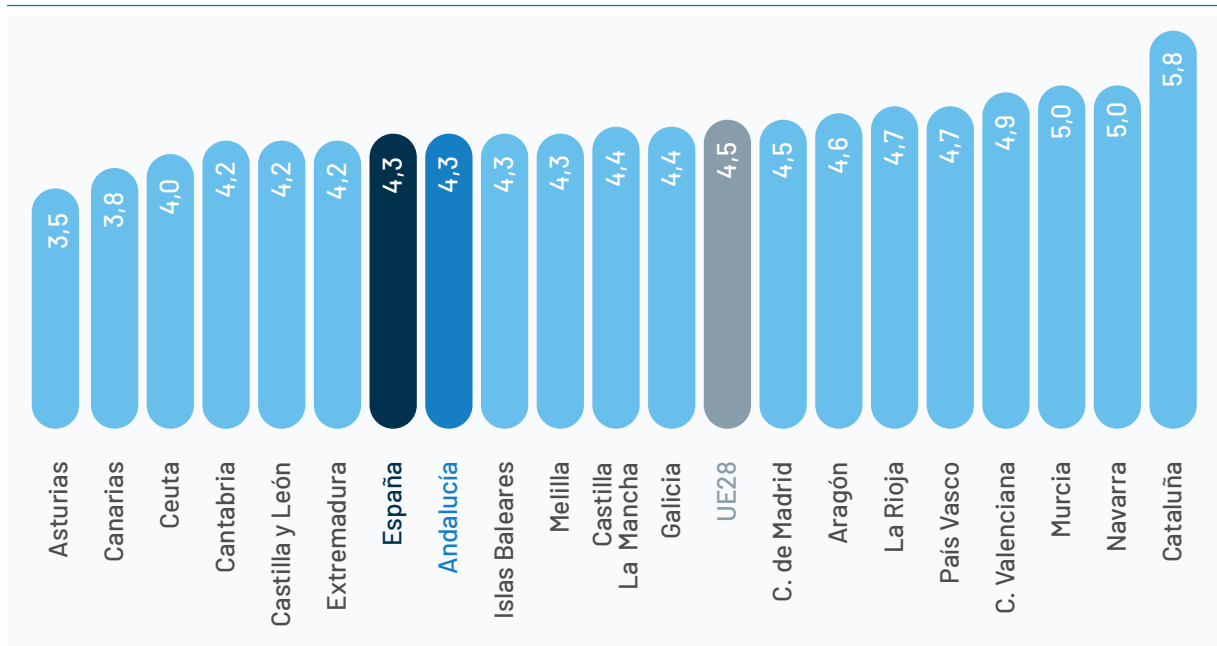


Gráfico 2.6.12. Normas sociales y culturales: comparación regional



2.7.

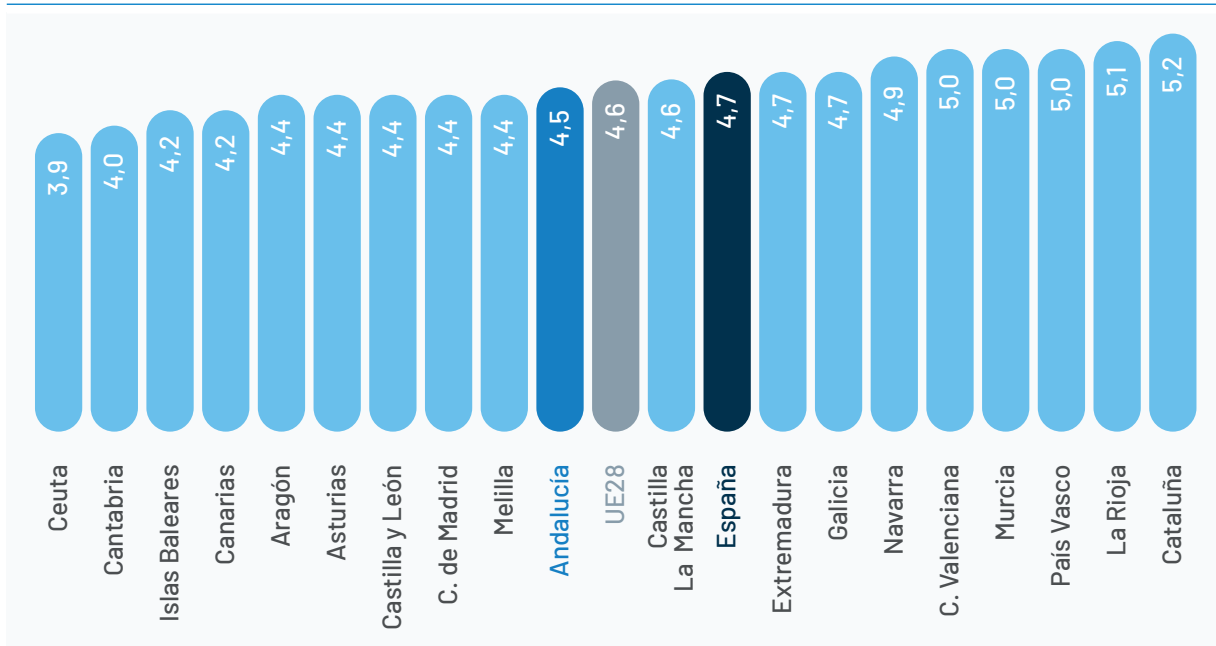
NECI, Índice sintético de Contexto del Emprendimiento

El objetivo principal del NECI es ofrecer, de manera sintética, un indicador agregado que represente el promedio de las valoraciones que realizan los expertos de los distintos ámbitos del entorno territorial, facilitando, de este modo, la comparación entre diferentes ecosistemas. Atendiendo a la información suministrada por el Gráfico 2.7.1, Andalucía presenta un valor de 4,5 en una escala Likert de 10 puntos, el cual coincide con el valor obtenido en la edición anterior y se sitúa ligeramente por debajo del valor medio de España (4,7) y del valor medio de los países que componen la Unión Europea (4,6). Si se efectúa la comparación con el resto de Comunidades/

Ciudades Autónomas, el valor del NECI posiciona el ecosistema emprendedor andaluz en el décimo lugar, a siete décimas de Cantabria, que ocupa el primer lugar. En cualquier caso, dado que las diferencias son muy pequeñas entre algunos territorios, este ranking debe ser considerado con suma prudencia.

Gráfico 2.7.1. Comparativa del índice NECI entre la UE, España y sus Comunidades/Ciudades Autónomas en 2020.

Gráfico 2.7.1. Comparativa del índice NECI entre la UE, España y sus Comunidades/Ciudades Autónomas en 2020



PARTE 1.

Sinopsis del fenómeno emprendedor

Capítulo 3. »

Valoración detallada de las condiciones del entorno emprendedor

En este capítulo se analizan detalladamente los nueve factores condicionantes descritos en el bloque anterior y que conforman el ecosistema emprendedor de Andalucía. Para ello, se han analizado, de manera detallada, las valoraciones medias emitidas por los expertos consultados para cada una de las diferentes dimensiones que configuran cada factor contextual. Dichas valoraciones han sido medidas a través de una escala Likert de 10 puntos (1: completamente falso; 10: completamente cierto), por lo que los valores inferiores a 5 deben ser considerados con suma atención.

3.1.

Financiación

El Gráfico 3.1.1 muestra el detalle de las valoraciones medias de los expertos con respecto a las condiciones existentes en Andalucía para acceder a la financiación necesaria para

llevar a cabo una actividad emprendedora. Tal y como puede observarse, todos los aspectos considerados son valorados desfavorablemente por los expertos, destacando especialmente la escasa valoración recibida por el acceso a la financiación a través de la *salida a bolsa* de las empresas nuevas y en crecimiento (2,4). El resto de puntuaciones se sitúa entre 3,4 puntos (disponibilidad de *capital propio* suficiente para financiar las empresas nuevas y en crecimiento) y 4,8 puntos (existencia de *subvenciones públicas* disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento). La insuficiente disponibilidad de medios de financiación procedentes de inversores de *capital riesgo* (3,6), asociaciones profesionales de *Business Angels* (3,8), entidades financieras privadas (4,0), prestamistas privados tipo "*crowdfunding*" (4,2) e *inversores informales* (4,2) -familiares, amigos, compañeros de trabajo y otros inversores particulares sin participación en el capital de la empresa-. Este último indicador llama especialmente la

atención, ya que, tradicionalmente, este tipo de financiación suele obtener valoraciones positivas por parte de los expertos. A este respecto, es preciso considerar que en la edición anterior alcanzó una puntuación de 6,0 puntos. Sin embargo, la extrema incertidumbre financiera derivada de los efectos

adversos de la pandemia de la COVID-19 podría explicar que los expertos describan un escenario financiero restrictivo, en el que ni siquiera los contactos más cercanos de los emprendedores podrían estar en disposición de contribuir a la financiación de nuevas iniciativas emprendedoras.

Gráfico 3.1.1. Financiación



3.2.

Políticas gubernamentales

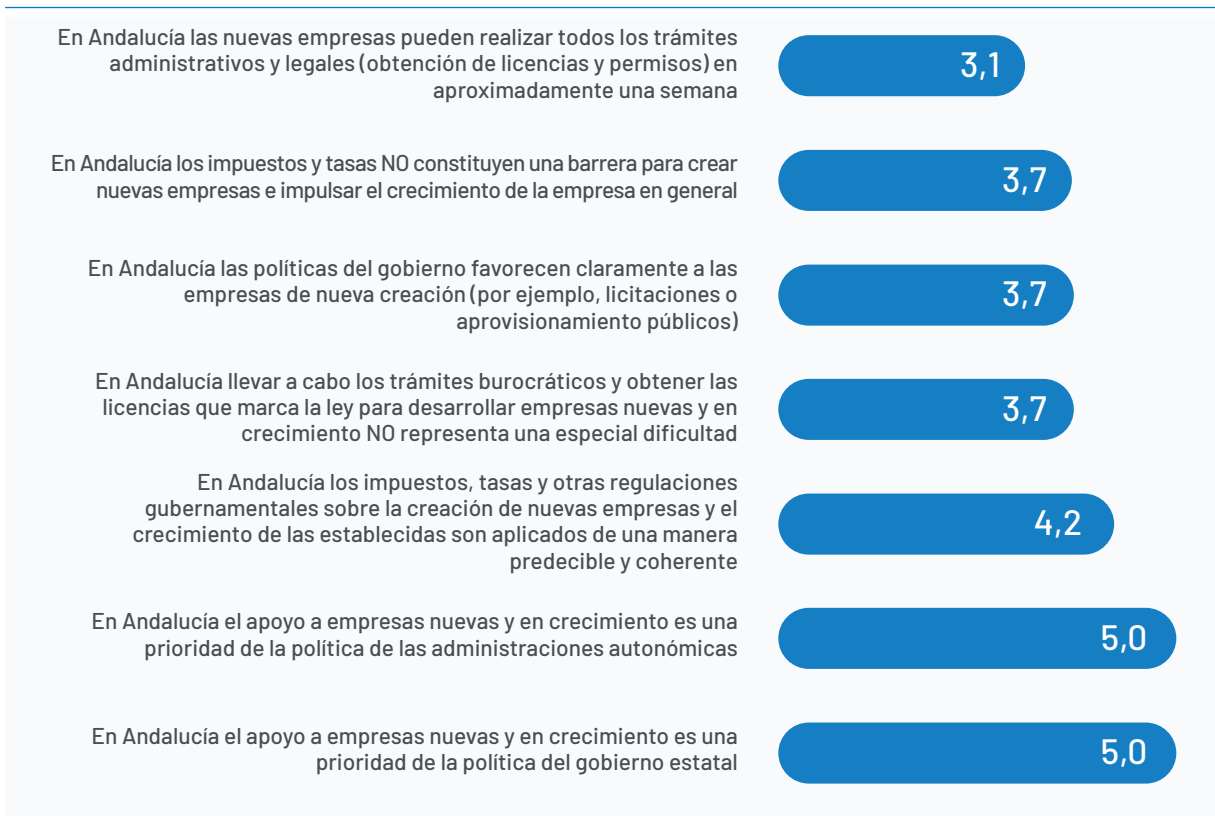
Las respuestas proporcionadas por el panel de expertos andaluz y exhibidas en el Gráfico 3.2.1 reflejan que sólo dos de las siete dimensiones analizadas son positivamente. Concretamente, los expertos coinciden en

señalar que el apoyo a las nuevas empresas y en crecimiento constituye una *prioridad*, tanto para la administración estatal, como para la autonómica (5,0). Sin embargo, expresan su disconformidad con respecto al modo en el que se articulan las políticas de apoyo al emprendimiento. De este modo, la valoración más baja hace referencia a la *dilatación* en el tiempo que se encuentran los emprendedores andaluces a la hora de formalizar los *trámites legales y administrativos*

y obtener las licencias y permisos necesarios para desarrollar su actividad (3,1), señalando igualmente los expertos la *dificultad* asociada a la realización de dichos trámites (3,7). En materia *fiscal*, el panel de expertos también es unánime a la hora de remarcar que los impuestos, tributos y tasas suponen un obstáculo relevante para la creación y desarrollo

de las empresas en Andalucía (3,7) y que, además, *no son aplicados de manera predecible y coherente* (4,2). Por último, también se remarca las dificultades con las que se encuentran las empresas de nueva creación para obtener *licitaciones, aprovisionamientos públicos y otros trámites administrativos* (3,7).

Gráfico 3.2.1. Políticas gubernamentales



3.3.

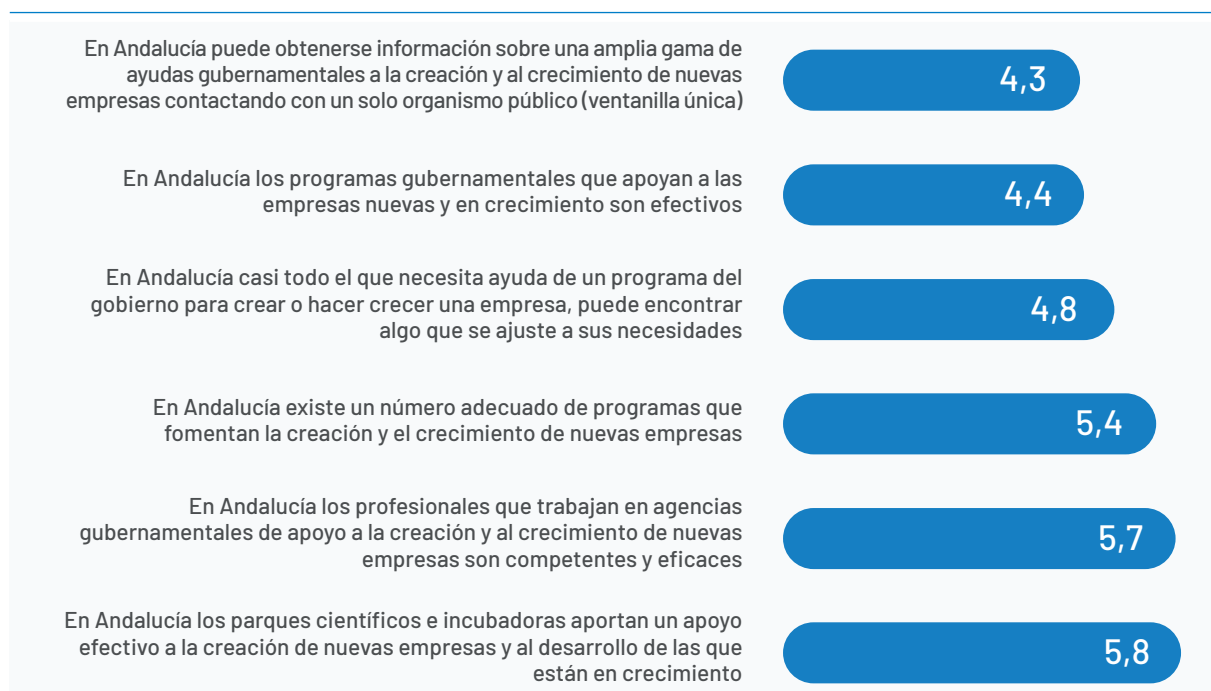
Programas gubernamentales

Las valoraciones medias otorgadas por los expertos con respecto a los programas gubernamentales son presentadas en el Gráfico 3.3.1.

Los tres aspectos que, a juicio del panel de expertos, contribuyen favorablemente a la creación y desarrollo del tejido empresarial andaluz son la aportación de los *parques científicos e*

incubadoras (5,8), la *competencia y eficacia de los profesionales* que trabajan en las agencias públicas de apoyo al emprendimiento (5,7) y la *cantidad de programas específicos* de fomento de la carrera emprendedora (5,4). Por el contrario, los expertos remarcan la necesidad de disponer de una *ventanilla única* que permite obtener información completa y actualizada sobre las ayudas gubernamentales a los emprendedores a través de un solo organismo (4,3) y expresan sus dudas acerca de la *efectividad de los programas específicos de apoyo a los emprendedores* (4,4) y el *ajuste* de los mismos a las necesidades concretas de cada emprendedor (4,8).

Gráfico 3.3.1. Programas gubernamentales



3.4.

Educación y formación en creación de empresas

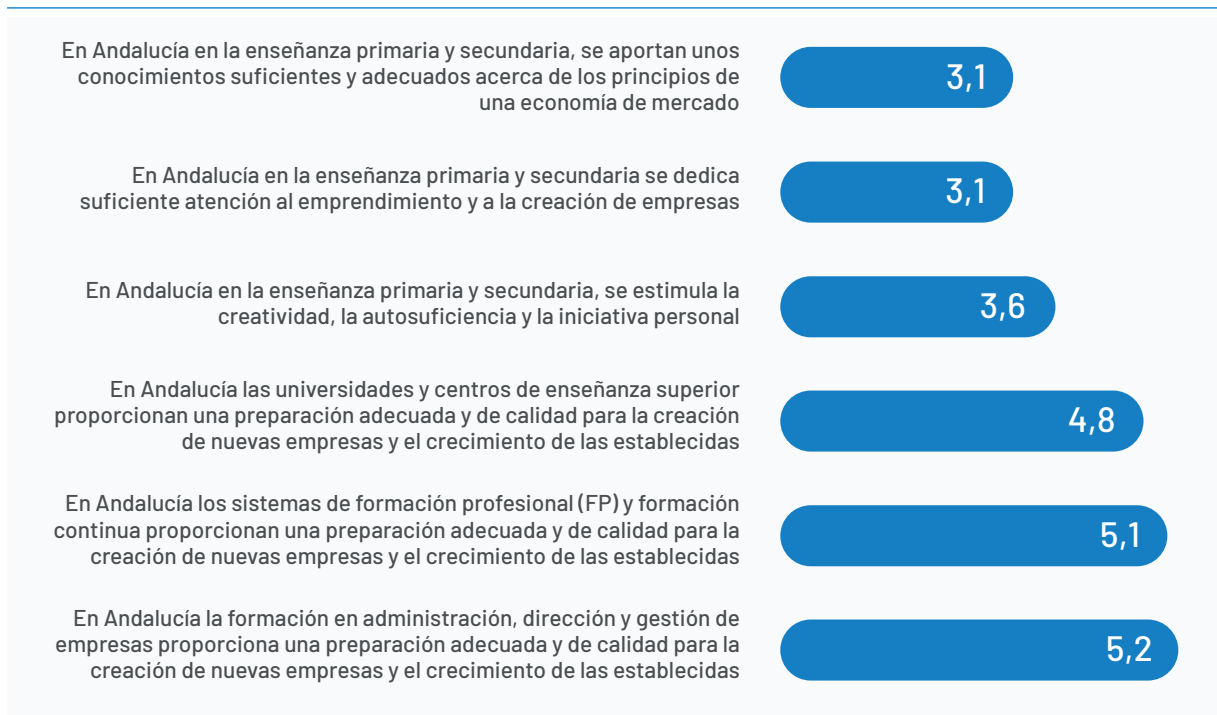
Las valoraciones de los expertos consultados acerca de la educación y formación emprendedora en las distintas instituciones educativas aparecen reflejadas en el Gráfico 3.4.1.

Tal y como se puede apreciar, existen dos factores que obtienen una valoración positiva con respecto a la adecuación y calidad de la preparación que proporcionan para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. Dichos factores son: la *formación en administración, dirección y gestión*

de empresas (5,2) y el papel de los sistemas de *formación profesional (FP) y formación continua* (5,1) y de las *universidades y centros de enseñanza superior* (4,8).

En el extremo opuesto, los expertos consideran que en la *enseñanza primaria y secundaria* no se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas (3,1), no se aportan conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una *economía de mercado* (3,1) y no se estimula la *creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal* (3,6). Por último, con una valoración muy próxima al umbral medio de la escala, el panel de expertos valora con 4,8 puntos la adecuación y la calidad de la formación proporcionada por las universidades para la creación y desarrollo de empresas.

Gráfico 3.4.1. Educación y formación en creación de empresas



3.5.

Transferencia de I+D

Tomando como referencia la información suministrada por el Gráfico 3.5.1, los expertos coinciden en señalar que el estado actual de la *ciencia* y la *tecnología* en Andalucía permite la creación de empresas de base tecnológica que puedan competir globalmente con éxito, al menos, en un campo concreto, siendo éste el único criterio que recibe una valoración positiva (6,2). Por el contrario, el panel de expertos pone de manifiesto una serie de relevantes deficiencias en los siguientes aspectos: *igualdad de condiciones* entre las empresas nuevas y en crecimiento y las establecidas para el acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías (4,4); *eficiencia a la hora de transferir* las nuevas tecnologías, ciencia y otros conocimientos desde las universidades y los centros de investigación públicos a las em-

presas nuevas y en crecimiento (4,2); apoyo para que los *ingenieros* y *científicos* puedan *explotar económicamente sus ideas* a través de la creación de nuevas empresas (4,2); disponibilidad y adecuación de *subvenciones* y *ayudas gubernamentales* a las empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías (3,4); y *escaso ajuste* entre la realidad económico-financiera de las empresas nuevas y en crecimiento y el coste de las nuevas tecnologías (3,2).

3.6.

Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales

En este epígrafe se analizan las condiciones del entorno relativas a la disponibilidad, acceso y posibilidad de asunción del coste por parte de las empresas nuevas y en crecimiento de una serie de servicios comerciales

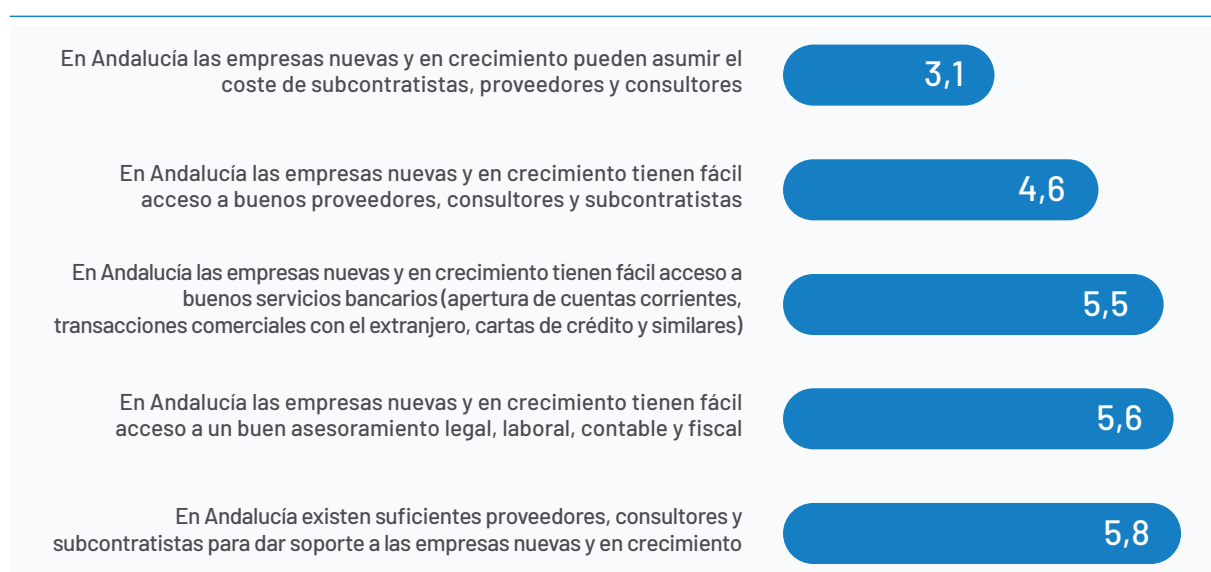
y profesionales básicos para el desarrollo de la actividad emprendedora en Andalucía. En este sentido, el Gráfico 3.6.1 describe un escenario en el que las mayores dificultades giran en torno al *coste y dificultad para acceder a buenos subcontratistas, proveedores y consultores* (3,1 y 4,6, respectivamente), si bien es cierto que los expertos remarcan que la oferta exis-

tente en la región de estos mismos servicios es suficiente (5,8). Asimismo, el acceso a un buen *asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal* (5,6), así como a adecuados *servicios bancarios* (5,5) es valorado de manera positiva por el panel de expertos.

Gráfico 3.5.1. Transferencia de I+D



Gráfico 3.6.1. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales



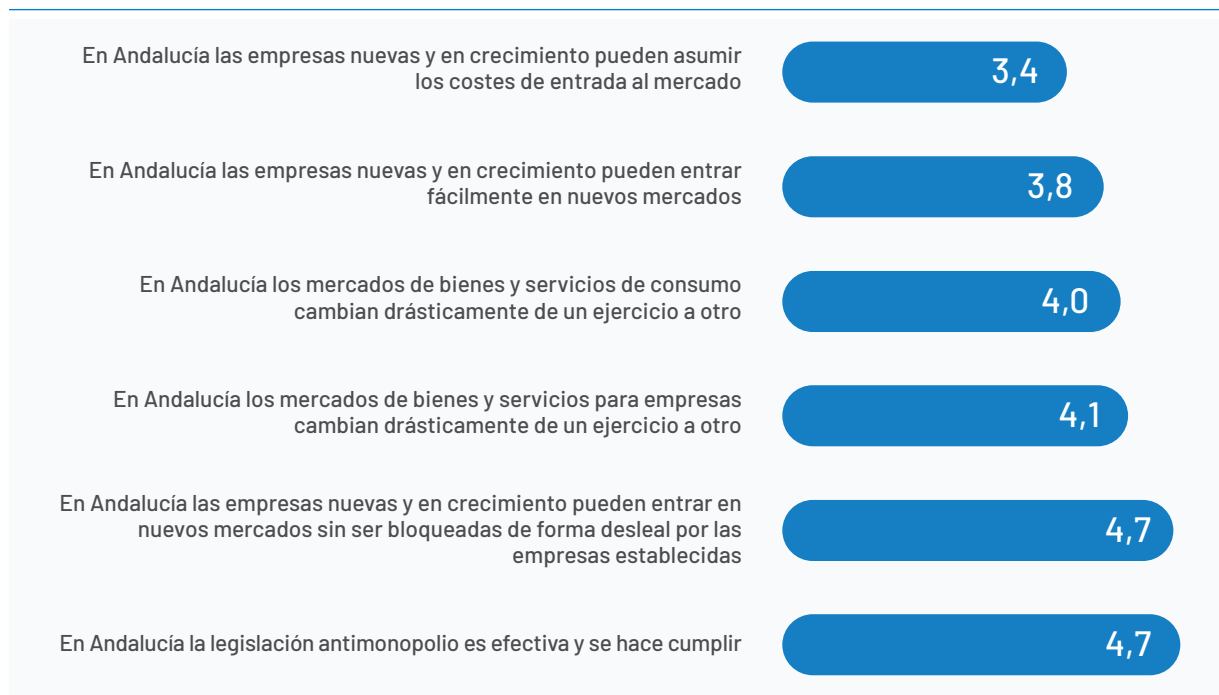
3.7.

Apertura del mercado

El gráfico 3.7.1 recoge la opinión de los expertos consultados con respecto a las características de los mercados y las condiciones de entrada en los mismos por parte de los emprendedores andaluces. En este sentido, los seis factores contextuales son valorados de manera negativa, destacando

especialmente las importantes *barreras de entrada económicas* y, en general, las *dificultades existentes para acceder a nuevos mercados* (3,4 y 3,8, respectivamente). Análogamente, los expertos andaluces ponen también en el foco el *escaso dinamismo de los mercados de bienes y servicios*, tanto para los *consumidores* (4,0), como para las *empresas* (4,1), en las dificultades que se encuentran las empresas nuevas y en crecimiento para librarse de los *bloqueos desleales* por parte de las empresas establecidas (4,7) y en la limitada eficacia de la *legislación antimonopolio* (4,8).

Gráfico 3.7.1. Apertura del mercado



3.8.

Acceso a infraestructuras físicas

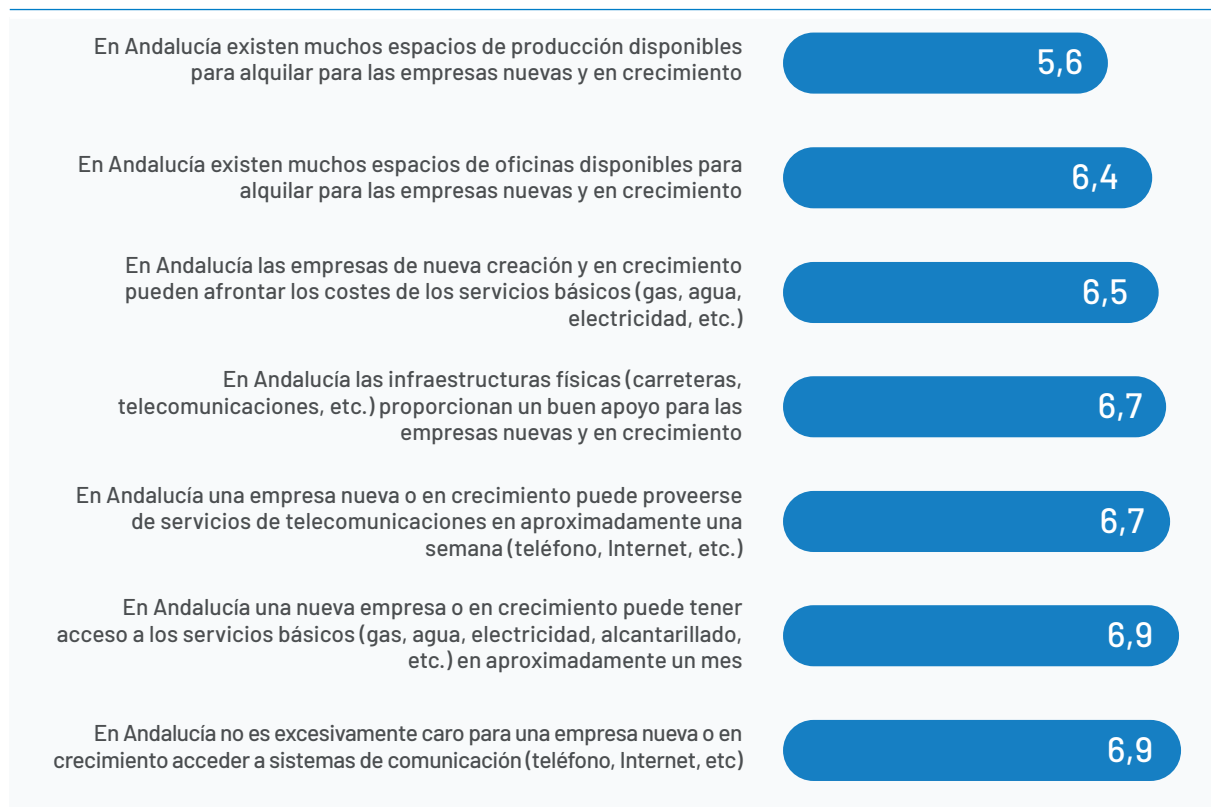
El Gráfico 3.8.1 muestra los resultados de las valoraciones medias de los expertos consultados con respecto al acceso a las infraestructuras físicas y de servicios de la

región, destacando que todos los factores son evaluados de manera positiva. Concretamente, el panel de expertos coincide en señalar como aspectos notables el reducido *coste* (6,9) y la rapidez en el *acceso* (6,7) a los *sistemas de telecomunicaciones*. En la misma línea, el *coste* (6,5) y margen de *tiempo* (6,9) para acceder a los *servicios básicos* (gas, agua, electricidad, alcantarillado, ...) también son remarcados como factores que contribuyen positivamente al desarrollo de la actividad

empresarial en Andalucía. De la opinión del panel de expertos también se deduce que las *infraestructuras físicas* (carreras, telecomunicaciones, ...) apoyan de un modo eficiente (6,7) la actividad comercial de los empre-

dores andaluces y que éstos encuentran a su disposición un adecuado número de *espacios de oficinas* (6,4) y de *producción* (5,6) en los que poder desarrollar sus negocios.

Gráfico 3.8.1. Acceso a infraestructuras físicas



3.9.

Normas culturales y sociales

Por último, el Gráfico 3.9 sirve como representación de las valoraciones medias de los expertos consultados con respecto a las condiciones del entorno que configuran las normas sociales y culturales en Andalucía. En este sentido, se aprecia que las normas sociales y culturales, en términos generales, no facilitan la actividad empresarial en la

región, ya que las cinco dimensiones analizadas son valoradas negativamente. Específicamente, el único factor que alcanza una puntuación positiva cercana al umbral medio de la escala hace referencia a la percepción de que las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del *esfuerzo personal* (4,8). En el extremo opuesto, es preciso destacar el escaso estímulo social y cultural a la asunción de *riesgo empresarial* (3,3). En los lugares intermedios de la escala, el panel de expertos coincide en señalar que las normas sociales y culturales estimulan de un modo limitado la *autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal*

(4,5), así como *la creatividad y la innovación* (4,4) y, además, no facilitan que el individuo se haga totalmente responsable de la *gestión de*

su vida personal, ya que consideran que dicho papel pertenece, al menos parcialmente, a la comunidad (4,5).

Gráfico 3.9.1. Normas culturales y sociales



PARTE 2.

Temas monográficos

Capítulo 4. »

El impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora en Andalucía

4.1.

Introducción

El año 2020, que se había concebido como el inicio de una nueva década llena de oportunidades y retos, se caracterizó por una importante reducción de la actividad económica, enfocándose ésta en sectores esenciales para atender las necesidades básicas de una población sumergida en una gran crisis sanitaria. La pandemia generada por la COVID-19 aparejó la promulgación de sucesivos estados de alarma en Andalucía y en toda España, cuyas consecuencias para el tejido empresarial andaluz fueron muy negativas, materializadas en una importante reducción de su actividad, cierres de empresas y la consecuente necesidad de reinención de los negocios y el establecimiento de múltiples retos de supervivencia.

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 desarrolló el informe *"Situación del emprendimiento en Andalucía ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado y recomendaciones"*, que reflejaba la situación económica y empresarial en Andalucía ante la crisis de la COVID-19 (Fuentes-Fuentes et al., 2020). Posteriormente, en colaboración con el Observatorio Mapfre de Finanzas sostenibles se publicó *"Impacto de la COVID-19 en el emprendimiento en España"*. A partir de la información recogida en dichas iniciativas, en este capítulo se ofrecen algunas conclusiones de la percepción sobre los efectos de la COVID-19 de la población adulta de 18-64 años y del panel de expertos entrevistados en Andalucía en la edición GEM Andalucía 2020.

¹ Disponible en: <https://www.gem-spain.com/informes-especiales/>

4.2.

Percepciones de la población adulta de 18 a 64 años sobre los efectos de la COVID-19

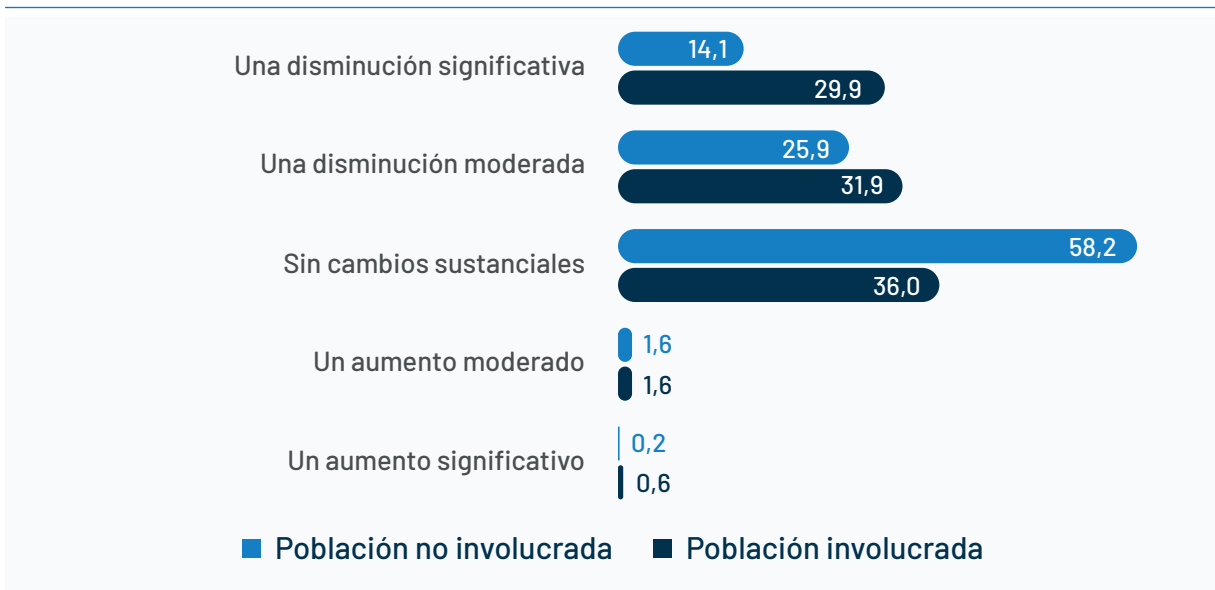
El Observatorio GEM de Andalucía introdujo en la encuesta APS un conjunto de preguntas² relativas a los efectos de la COVID-19 en la población adulta de 18-64 años al objeto de conocer sus efectos sobre el ingreso familiar, los modelos de referencia, la generación de oportunidades de negocio y el apoyo desde las instituciones gubernamentales.

Con respecto a los efectos sobre el *ingreso familiar*, el Gráfico 4.2.1 muestra la percepción acerca del cambio en el ingreso familiar de la

población andaluza adulta de 18-64 años encuestada en 2020. En dicha ilustración se distingue la población involucrada en el proceso emprendedor de aquélla que no está involucrada. Los datos revelan, en relación con la población no involucrada, que el 40% reportó que su ingreso familiar tuvo una disminución significativa o moderada, el 58,2% no presentó cambios sustanciales en sus ingresos y, tan solo un 1,8%, experimentó algún aumento en sus ingresos familiares. En contraste, un mayor porcentaje, el 61,8% de la población involucrada en el proceso emprendedor, reportó una disminución de sus ingresos, mientras que un 36% señaló la no existencia de cambios sustanciales y el 2,2% denotó un incremento. Los datos indican que la población involucrada en el proceso emprendedor percibió cambios más desfavorables en sus ingresos familiares respecto a la población no involucrada en este proceso.

² Las respuestas fueron capturadas a través de la escala 1-5 Likert (ingreso, conoce personas) o binarias (situación laboral).

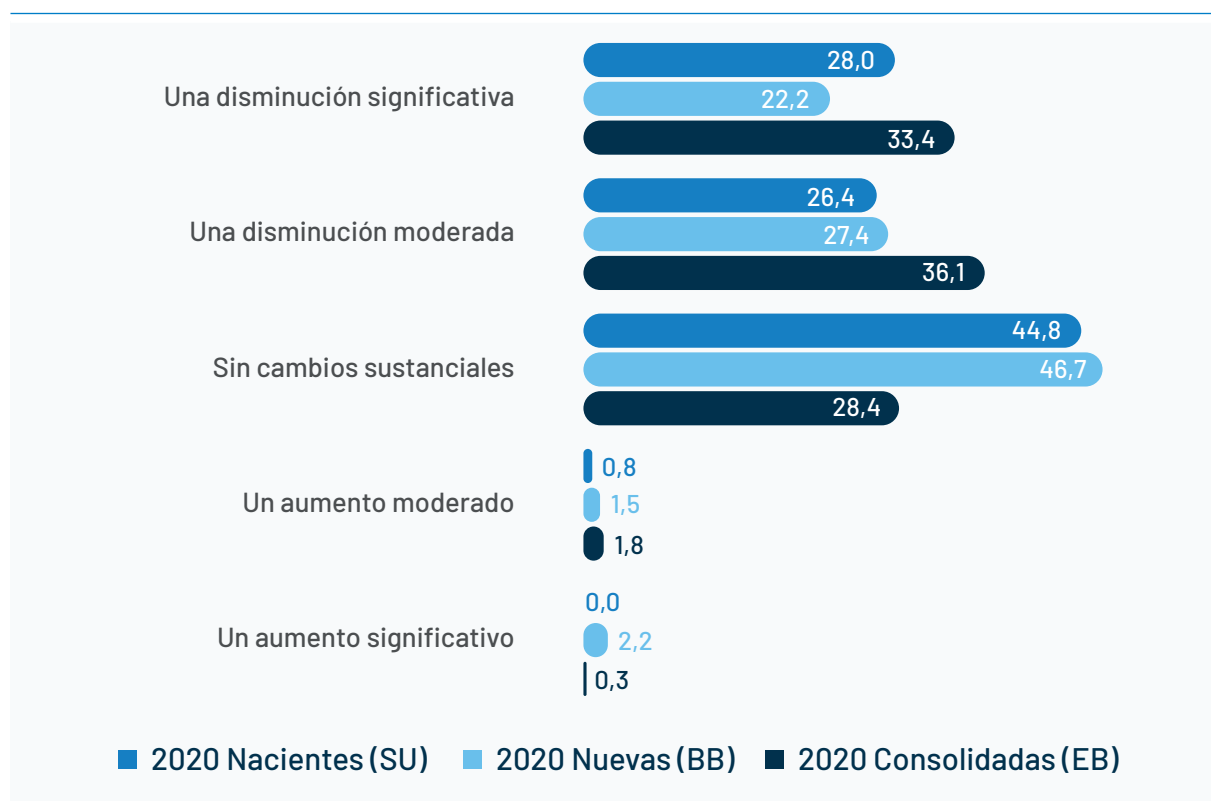
Gráfico 4.2.1. Percepción de la población andaluza involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor acerca del cambio en el ingreso familiar en 2020.



El análisis del Gráfico 4.2.2 permite obtener una mejor fotografía acerca de la percepción sobre el cambio en los ingresos familiares de la población involucrada en el proceso emprendedor. Con respecto a la disminución en los ingresos debido a la COVID-19, la percepción del colectivo de emprendedores consolidados (69,5%) es más negativa que la de las empresas nuevas (49,6%) y nacientes (54,4%). Es por ello que el porcentaje de empresas consolidadas que no han percibido cambios sustanciales (28,4%) es menor que el porcen-

taje de las empresas nacientes (44,8%) y el de las nuevas (46,7%). En definitiva, estos dos últimos colectivos perciben un menor cambio en sus ingresos debido a la COVID-19 y, consecuentemente, una menor disminución en los mismos. Estas tendencias parecen estar relacionadas con las necesidades diferentes de liquidez de cada etapa del proceso emprendedor y con sus costes de estructuras, entre otros factores, y reflejan un mayor requerimiento de capital de las empresas consolidadas para acometer y mantener sus proyectos.

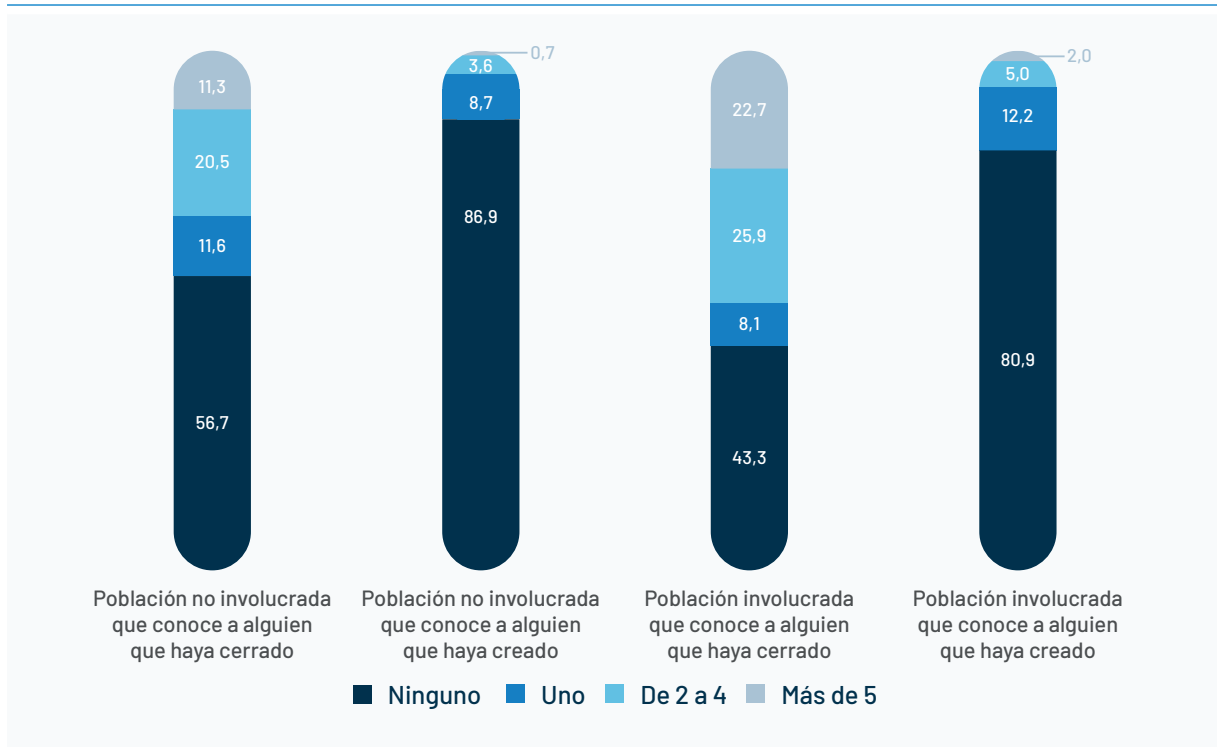
Gráfico 4.2.2. Percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor acerca del cambio en el ingreso familiar en 2020



Atendiendo a los efectos de la COVID-19 sobre la *creación y cierre de empresas*, el Gráfico 4.2.3. muestra el conocimiento de la población andaluza adulta de 18-64 años de personas que han creado o cerrado una empresa en 2020. Respecto a las personas adultas no involucradas en el proceso emprendedor, el 43,4% señaló que conocía a personas emprendedoras que cerraron su empresa en 2020, y únicamente un 13% conocía a alguien

que había creado una empresa. En contraste, el porcentaje de personas involucradas en el proceso emprendedor que conocen a emprendedores que habían cerrado su empresa (56,7%) o habían creado una empresa (19,2%) es moderadamente superior. Estas tendencias muestran una clara disminución, al igual que a nivel nacional, en los modelos de referencia vinculado a nuevos emprendimientos.

Gráfico 4.2.3. Conoce personas emprendedoras que hayan cerrado o creado una nueva empresa en 2020, según la percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor



Situando el foco en la opinión de la población emprendedora acerca de cómo la COVID-19 ha afectado a la *generación de oportunidades de negocio*, el Gráfico 4.2.4. muestra que el 84,7% de las empresas consolidadas consideran que la COVID-19 no ha generado un mayor número de oportunidades de negocio. Este porcentaje es menor en las empresas nacientes (66,4%) y en las empresas nuevas (80,3%). La contundencia con la que los emprendedores consolidados perciben una falta de oportunidad en la crisis sanitaria pone de manifiesto la situación negativa a la que han tenido que hacer frente en sus negocios, sobre todo para aquellos sectores no esenciales.

En lo relativo a la percepción del colectivo involucrado en la actividad emprendedora sobre el *apoyo recibido de las instituciones gubernamentales*, el Gráfico 4.2.5 refleja que el 72,2% de los mismos considera que las instituciones gubernamentales no tuvieron una respuesta eficiente ante la situación. Este porcentaje es menor para los emprendedores nuevos (64,2%) y nacientes (58,6%), mostrando una opinión más favorable sobre la actuación y respuesta de los gobiernos a la crisis ocasionada por la COVID-19.

Gráfico 4.2.4. En qué medida la COVID-19 ha generado más oportunidades de negocio, según la percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor en 2020

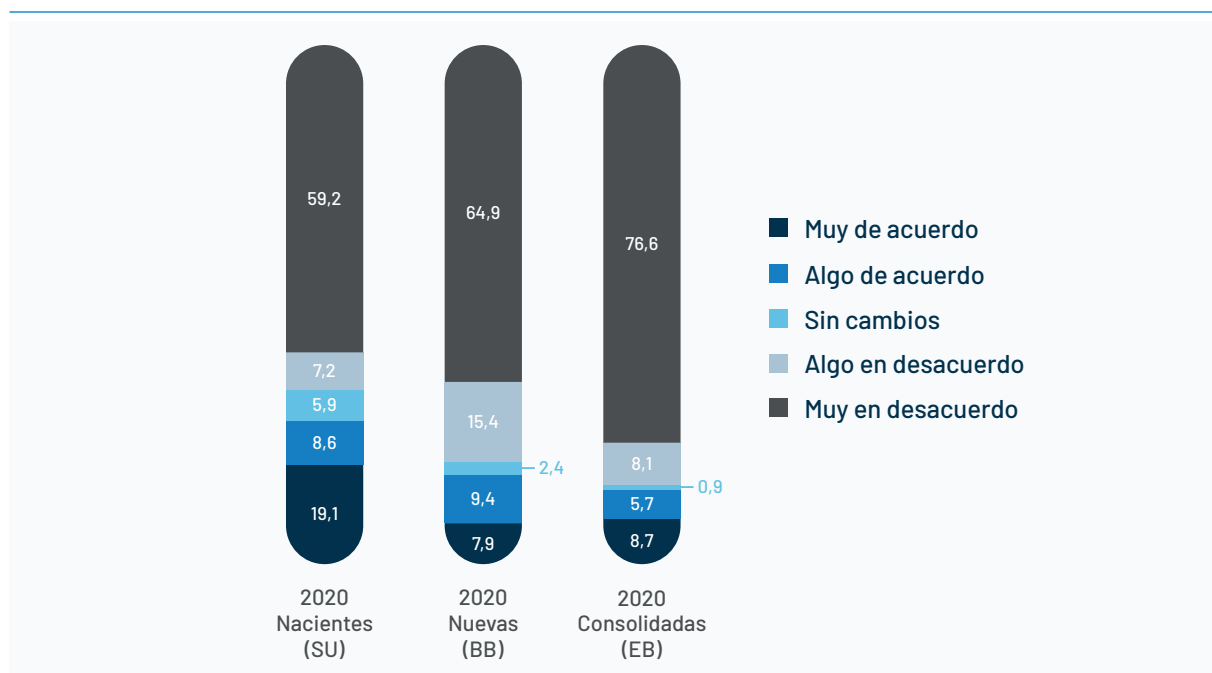
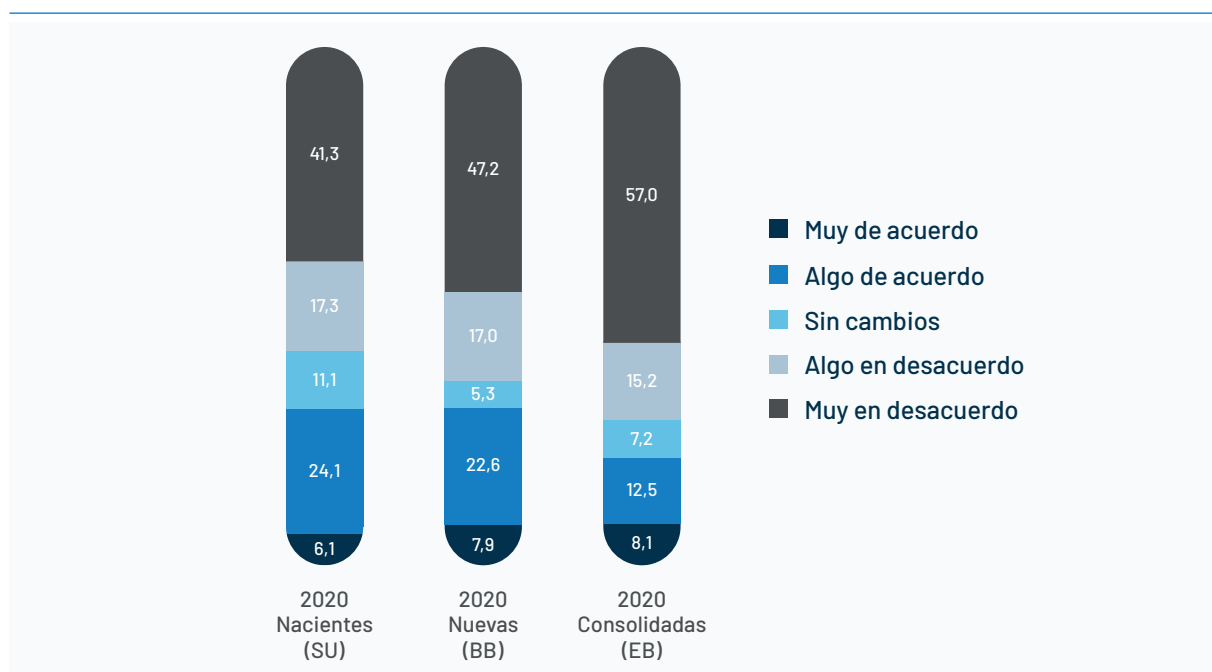


Gráfico 4.2.5. En qué medida las instituciones gubernamentales respondieron eficientemente a la COVID-19, según la percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor en 2020



4.3.

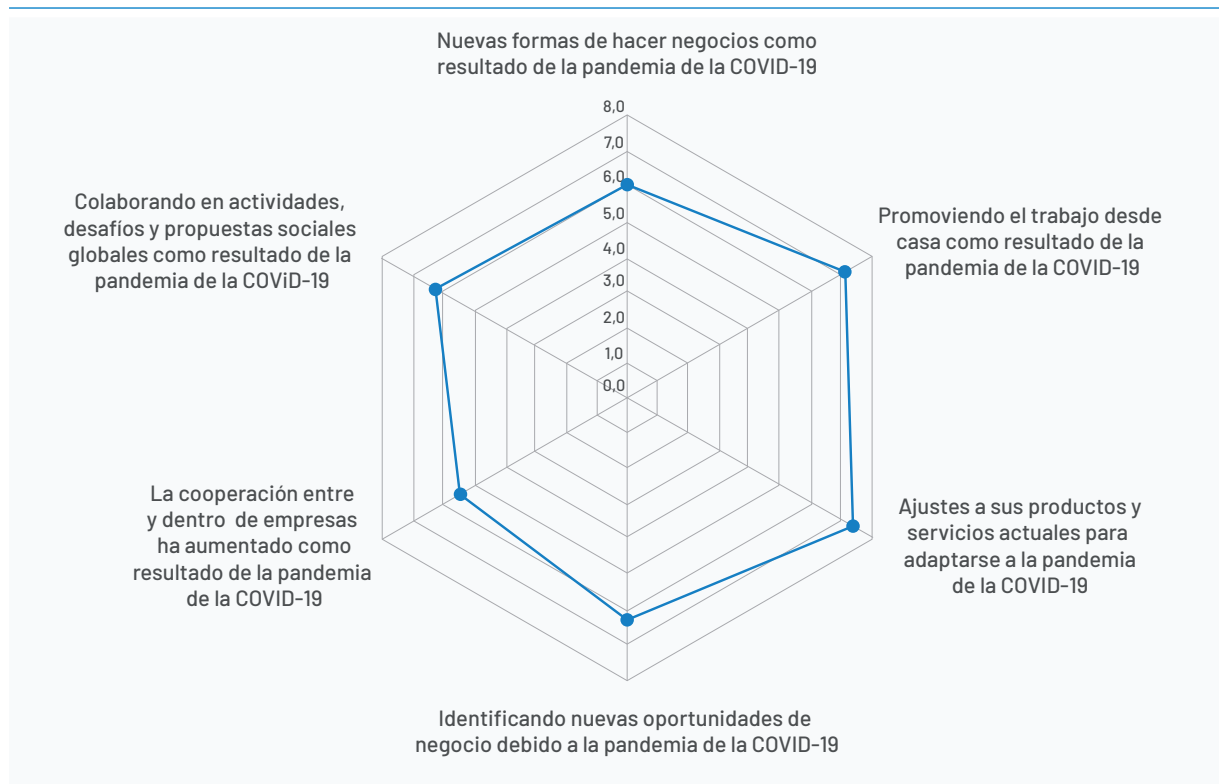
Percepción de los expertos andaluces sobre el ecosistema emprendedor en la COVID-19

Con el propósito de complementar la información proporcionada por la población adulta andaluza con las percepciones de los expertos acerca del ecosistema emprendedor en la COVID-19, el Observatorio GEM incluyó una batería de preguntas en la encuesta NES que permiten analizar, de qué manera respondieron los emprendedores y el gobierno a la COVID-19.

Tal y como reflejan los Gráficos 4.3.1 y 4.3.2, la percepción del panel de expertos destaca de manera inequívoca una respuesta más po-

sitiva por parte de los emprendedores que de las instituciones gubernamentales que componen el ecosistema emprendedor. Específicamente, el panel de expertos ha valorado de manera especialmente destacada la capacidad de ajuste de los emprendedores para adaptar sus productos y servicios tradicionales a la coyuntura específica de la COVID-19 (7,3), así como su predisposición para aceptar la implantación del trabajo remoto desde casa (7,1). En el mismo sentido, los expertos también han resaltado la colaboración de los emprendedores en las nuevas actividades, desafíos y retos sociales derivados de la COVID-19 (6,3) y el proceso de renovación al que se han visto sometidos, materializado en la búsqueda activa de nuevas oportunidades (6,2) y formas de hacer negocio (6,1).

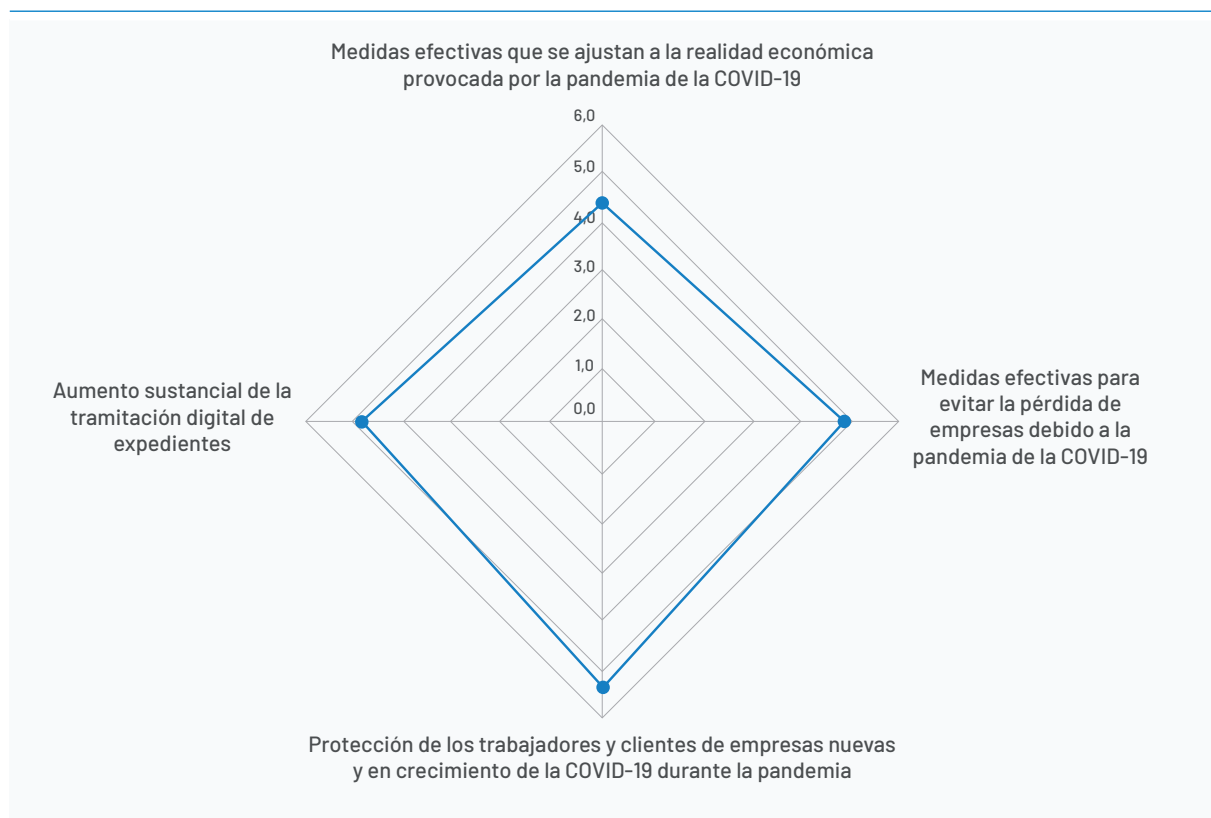
Gráfico 4.3.1. Ecosistema emprendedor andaluz y su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados



Por el contrario, los expertos andaluces entrevistados han percibido de manera muy negativa la efectividad de las medidas gubernamentales implementadas para hacer frente a la COVID-19, ya que, sólo han valorado de manera favorable la *protección brindada a trabajadores y clientes* (5,4). A juicio de los

expertos, estas actuaciones no han evitado la *pérdida real de empresas* (4,9), no se han traducido en un incremento de la *tramitación digital* de expedientes (4,8) y, sobre todo, han adolecido de un ajuste certero a la realidad económica provocada por la pandemia de la COVID-19 (4,4).

Gráfico 4.3.2. Efectividad de las medidas gubernamentales en su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados



PARTE 2.

Temas monográficos

Capítulo 5. »

Creación de *startups*, empresas de alto potencial de impacto

Existe un consenso generalizado en la literatura a la hora de aseverar que la actividad emprendedora constituye un factor crucial para el desarrollo económico y social de las regiones, dado que repercute directamente en la generación de empleo y mejora del bienestar de los ciudadanos (Reynolds et al., 2002; Minniti y Levesque, 2010). En el mismo sentido, desde un punto de vista institucional, diversos organismos internacionales, tales como la OCDE, la Unión Europea, el Banco Mundial, o la ONU avalan la influencia positiva del emprendimiento para el crecimiento económico y el desarrollo territorial. No obstante, múltiples evidencias empíricas han puesto de manifiesto que dichos efectos van estrechamente ligados al potencial de crecimiento de las actividades emprendedoras y que, por lo tanto, analizar, examinar e impulsar el emprendimiento de alto potencial de impacto es un elemento crucial para el

desarrollo de las regiones y un tópico que es objeto de un elevado interés, tanto por parte de la comunidad científica, como de las autoridades públicas (Stam, 2021).

A raíz de esta demostrada relevancia, el emprendimiento de alto potencial se configura como una palanca de transformación e innovación social, inmerso en un ecosistema emprendedor en el que la interacción dinámica con empresas, organizaciones, instituciones, oferta de capital y características socio-económicas de las regiones influyen decididamente en la generación, desarrollo y potencial de éxito de este tipo de iniciativas emprendedoras.

Partiendo de esta concepción sistémica, el presente capítulo ofrece un análisis comparado a nivel regional, nacional e internacional de una serie de indicadores del ecosistema, así como de los propios emprendedores, los

cuales han sido ampliamente descritos como factores definitorios del potencial de crecimiento de las *startups*.

5.1.

Densidad y composición del tejido empresarial

La densidad empresarial constituye un atributo explicativo relevante del nivel de calidad del tejido emprendedor de un territorio. La densidad empresarial contextualiza el número de empresas con el tamaño de la población, proporcionando una fotografía sobre el grado de iniciativa empresarial de la población radicada en un territorio. A priori se podría inferir que un mayor número de empresas trae aparejada una mayor actividad económica y una menor tasa de desempleo. Sin embargo, la amplia diversidad y tipología de empresas existentes motiva la necesidad de tener en cuenta la composición del tejido empresarial, dado que el potencial de crecimiento empresarial depende decisivamente del tamaño de las organizaciones que componen el ecosistema (Guzmán-Cuevas et al., 2009).

Tal y como refleja el Gráfico 5.1.1, la dimensión y composición del tejido empresarial andaluz apenas ha experimentado cambios entre 2019 y 2020. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística-Directorio Central de Empresas (INE-DIRCE), Andalucía contaba con 615,3 empresas por cada 10.000 habitantes en 2019, ascendiendo la cifra a 627,4 en 2020. Por su parte, la densidad empresarial del territorio nacional apenas ha reflejado cambios (2019: 716,5 empresas por cada

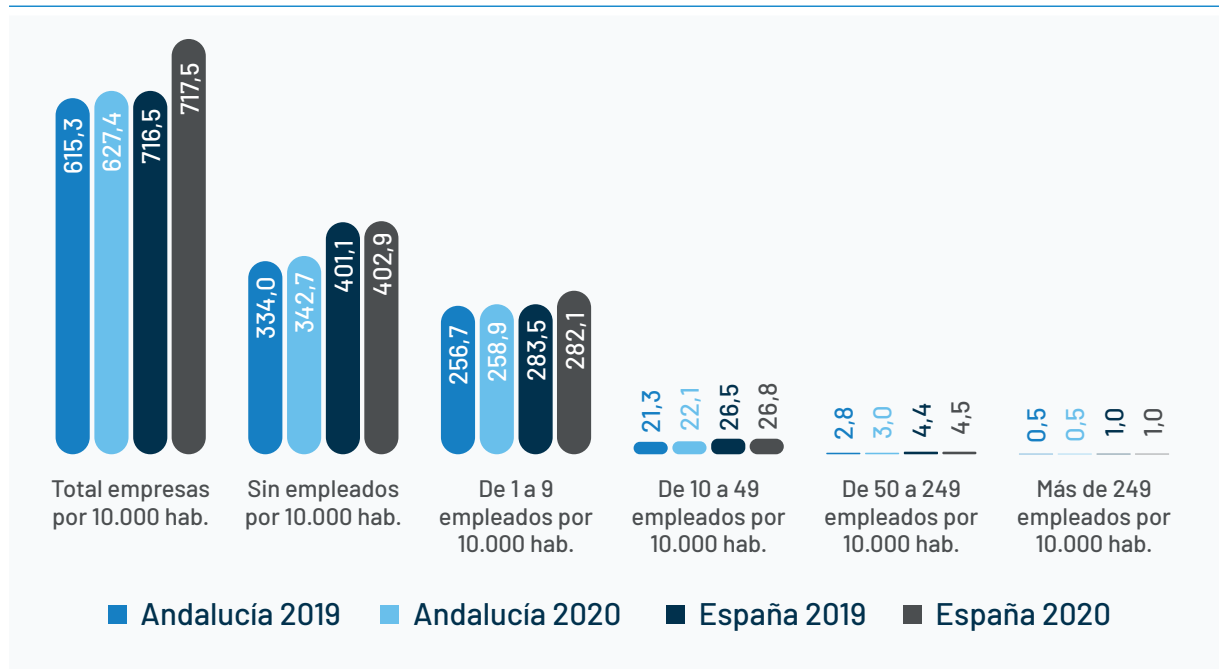
10.000 habitantes; 2020: 717,5 empresas por cada 10.000 habitantes). Estos datos sitúan al tejido empresarial andaluz en un prisma similar al vasco (644 empresas por cada 10.000 habitantes) y a cierta distancia del madrileño (814,2 empresas por cada 10.000 habitantes) y del catalán (809,6 empresas por cada 10.000 habitantes), permitiendo extrapolar, además, que, aproximadamente, el 15% de las empresas nacionales se encuentran ubicadas en nuestra región.

Centrando el análisis en el tamaño empresarial, los datos ponen de manifiesto que el tejido productivo andaluz se compone, principalmente, de empresas sin empleados o de microempresas (menos de diez empleados). Concretamente, en el año 2020 se contabilizaron 601,6 empresas por cada 10.000 habitantes, en la línea del año anterior (590,7 empresas). En términos porcentuales, el 96% de las empresas andaluzas cuentan con menos de diez asalariados en sus plantillas. En el contexto español, las cifras son extremadamente similares, representando este tipo de empresas el 95,5% del tejido empresarial nacional (2019 y 2020: 685 empresas por cada 10.000 habitantes). La comparación con otras regiones con arraigada tradición industrial y empresarial describe una situación muy similar. Específicamente, el 95,2% de las empresas situadas en la Comunidad de Madrid y en Cataluña tienen un tamaño inferior a 10 empleados, siendo el 94,2% en el caso del País Vasco. En el extremo opuesto, el Gráfico 5.1.1 refleja que la proporción de empresas con una cierta dimensión (más de 49 empleados) es ínfima, tanto en el contexto andaluz, como en el nacional. En este sentido, en Andalucía sólo se contabilizaron 3,5 empresas por cada 10.000 habitantes en

2020 (3,3 en 2019), lo que supone el 0,6% del total, mientras que España contaba con 5,5 y 5,4 empresas de esta dimensión por cada 10.000 habitantes en 2020 y 2019, respectivamente (0,7% del total). Por su parte, los

datos relativos a la Comunidad de Madrid (1,1% del total), País Vasco (1,1% del total) y Cataluña (0,9%) reflejan un mayor porcentaje -aunque extremadamente limitado también- de empresas con una dimensión notable.

Gráfico 5.1.1. Densidad y composición del tejido empresarial en Andalucía y España. 2019 y 2020.



Fuente: Elaboración propia, a partir de INE-DIRCE

5.2.

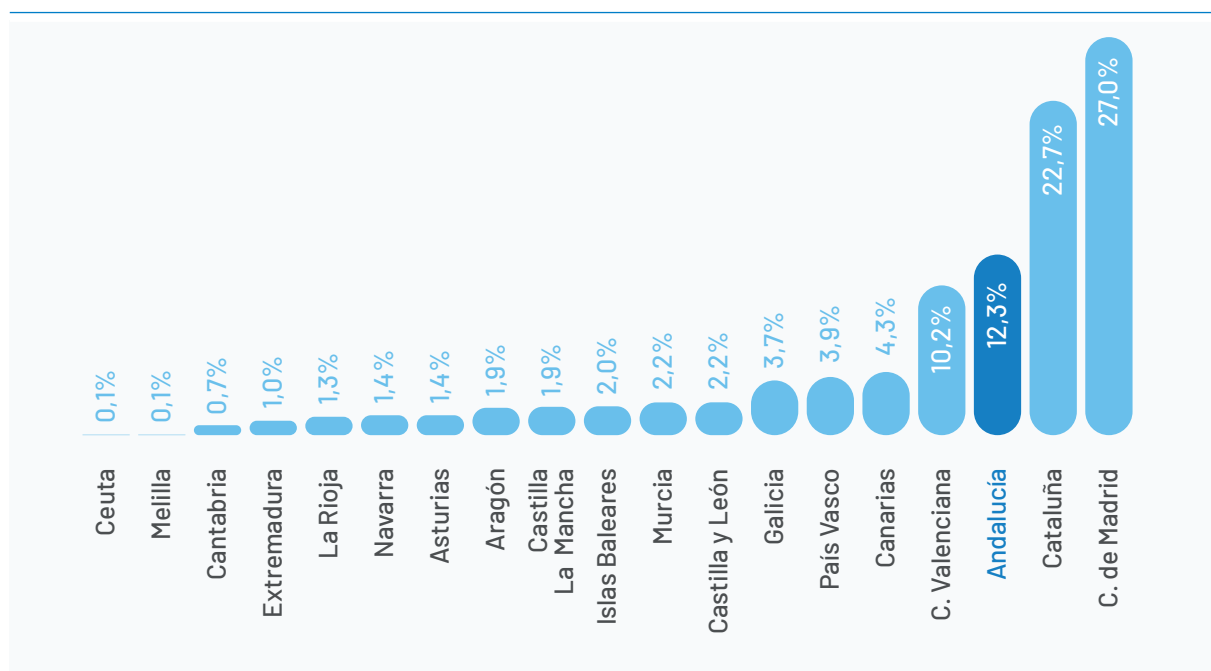
Distribución territorial de startups

La identificación y delimitación de las empresas *startups* es objeto de un incesante debate, dado que no existe una definición unánime. No obstante, existe un consenso generalizado a la hora de asociar el término "*startup*" a empresas de reciente construcción, con una actividad tecnológica o innovadora, un alto potencial de crecimiento y elevadas necesidades de financiación.

Tomando como base estos criterios, existen en España 22.771 empresas *startups* creadas en el período comprendido entre 2015 y 2020, de las cuales, 2.794 (12,3%) se encuentran localizadas en Andalucía. La comparativa con el resto de regiones españolas pone de manifiesto que la Comunidad de Madrid (27%) y Cataluña (22,7%) son las regiones que concentran la mayor parte de este tipo de empresas, poniendo de manifiesto un claro desequilibrio en el tejido empresarial territorial (Gráfico 5.2.1).

Si se relativizan estos datos sobre el total de empresas inscritas en 2020, sólo el 0,5% del total de empresas andaluzas (531.045) es considerada una *startup*, en la línea del dato global español (0,7%).

Gráfico 5.2.1. Distribución territorial de empresas startups (2015-2020)



Fuente: Elaboración propia, a partir de Informa Business by Data (2021)

5.3.

Gasto interno en actividades de I+D y personal dedicado a actividades de I+D

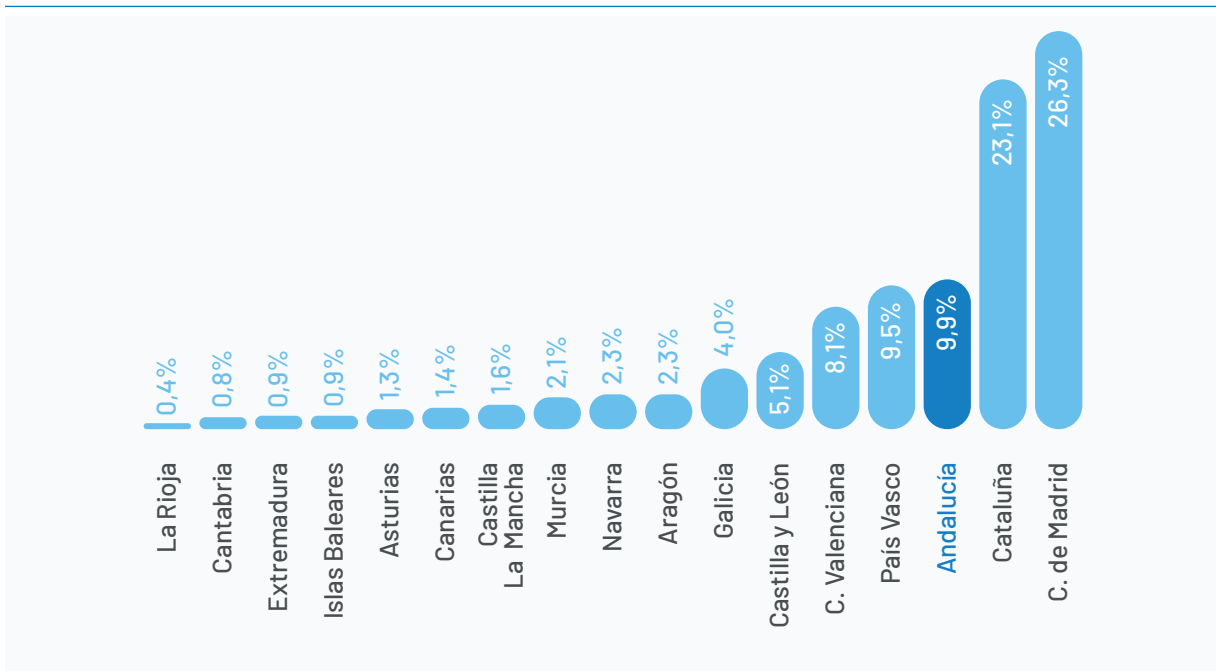
La inversión en actividades de investigación científica y de desarrollo tecnológico realizados dentro de la unidad o centro investigador de las empresas o en actividades de apoyo a las tareas internas de I+D constituye un indicador relevante del valor y proyección de las iniciativas empresariales, dado que se suelen proyectar en la elaboración de productos y servicios tangibles, altamente sofisticados y de innovadora presencia en los mercados. De esta manera, resulta notoria su relevancia para los territorios, dado que promueven la creación de empleo

de alta cualificación e impulsan la mejora de la productividad empresarial.

De manera agregada, la inversión total nacional en actividades de I+D ascendió en el año 2019 a 15.572.052.000€, siendo la Comunidad de Madrid (26,3%) y Cataluña (23,1%) las regiones que concentran la mayor parte de la inversión agregada. Andalucía, por su parte, registró una inversión de 1.538.408.000€, lo que representa un 9,9% del volumen total nacional (Gráfico 5.3.1).

Este indicador refleja, de nuevo, la existencia de claras desigualdades en cuanto a la configuración del ecosistema emprendedor entre las distintas regiones y, más concretamente, el desigual carácter innovador del tejido empresarial, con dos polos concretos (Madrid y Cataluña) como ejes de la inversión empresarial en actividades de I+D.

Gráfico 5.3.1. Gasto interno en actividades de I+D por Comunidades Autónomas (2019)

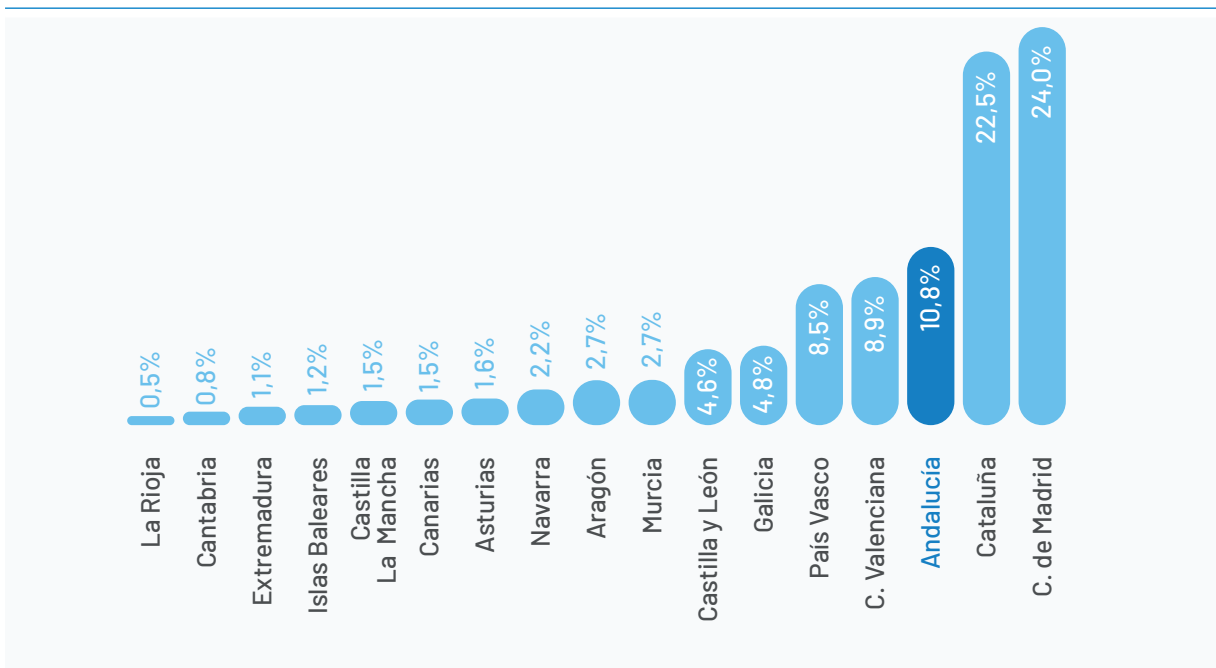


Fuente: Elaboración propia, a partir de INE

En la misma línea, el Gráfico 5.3.2 pone de manifiesto que el 46,5% del total de los empleados dedicados en sus empresas a actividades de I+D (231.413) se concentran en la Comunidad de Madrid (24%) y en Cataluña

(22,5%), seguidas a una distancia importante de Andalucía (10,8%), la Comunidad Valenciana (8,9%) y País Vasco (8,5%).

Gráfico 5.3.2. Personal dedicado en las empresas a actividades de I+D por Comunidades Autónomas (2019)



Fuente: Elaboración propia, a partir de INE

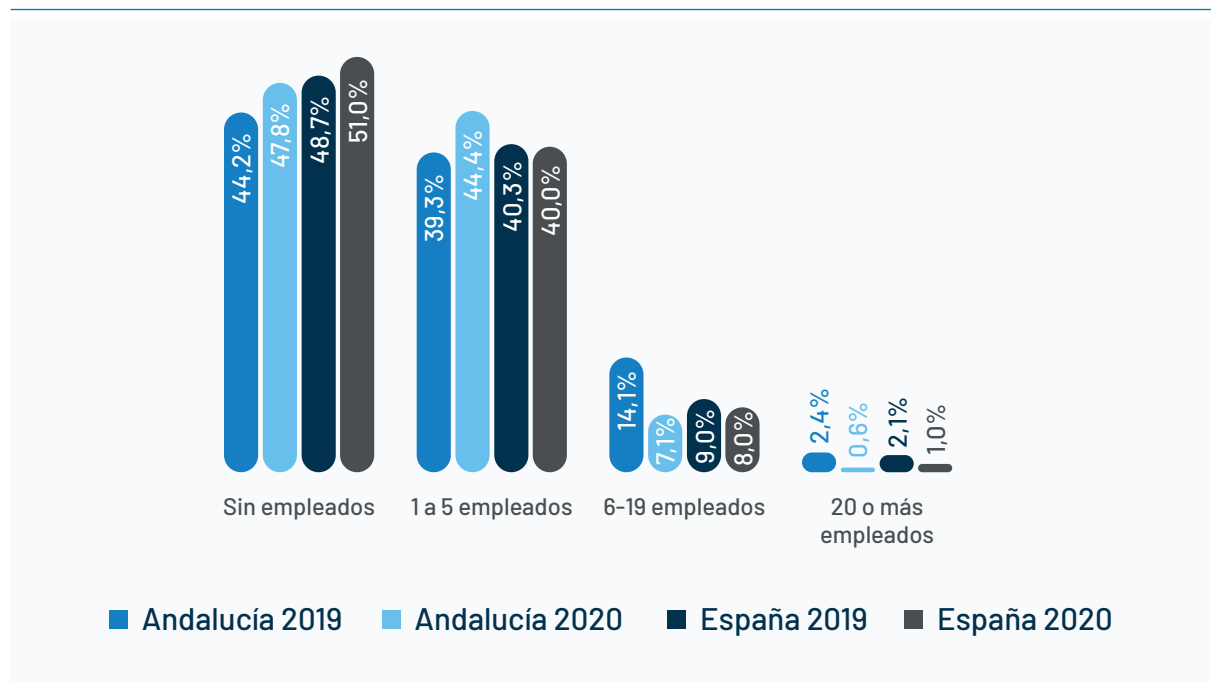
5.4.

Tamaño inicial del proyecto empresarial y expectativas de crecimiento

El tamaño inicial del proyecto empresarial puede ser considerado un indicador de emprendimiento de alto potencial, dado que las organizaciones de mayor tamaño tienen una mayor probabilidad de disponer de un conjunto de recursos, habilidades, capacidades y redes especializadas, a través de los cuales, pueden detectar y aprovechar oportunidades altamente innovadoras (Davidsson y Henre-

kson, 2002). Tal y como puede apreciarse en los Gráficos 5.4.1 y 5.4.2, la gran mayoría de las iniciativas emprendedoras andaluzas pueden ser catalogadas como microempresas, dado que el 92,2% de las empresas en fase naciente contaban en 2020 con un máximo de cinco empleados, mientras que sólo el 0,6% de las mismas empleaba a 20 ó más trabajadores. Estos datos se encuentran en la misma línea que la muestra nacional (entre cero y cinco empleados: 91%; 20 ó más empleados: 1%), pero muestran un claro empeoramiento con respecto a la edición anterior, en la que el 83,5% de los emprendedores nacientes andaluces reportó un tamaño empresarial de entre cero y cinco empleados y el 2,4%, un tamaño superior a 19 empleados.

Gráfico 5.4.1. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por el tamaño en empleo de sus iniciativas emprendedoras



Por su parte, el análisis de las iniciativas consolidadas pone de manifiesto que, tanto en el contexto andaluz como en el nacional, el porcentaje de empresas con 20 ó más empleados ha aumentado ligeramente con respecto al año 2019. Específicamente, en Andalucía ha pasado del 1,7% al 2,3%, con un incremento del 2,1% al 3% para la muestra nacional. No obstante, en el extremo opuesto, convie-

ne resaltar igualmente el incremento en el número de iniciativas sin empleados, tanto a nivel andaluz como nacional. En Andalucía, el 46,5% de las iniciativas emprendedoras consolidadas en 2020 no contaban con ningún trabajador al margen del emprendedor (41,8% en 2019), siendo más significativa aún la diferencia para el conjunto del territorio nacional (2020: 51,0%; 2019: 44,7%).

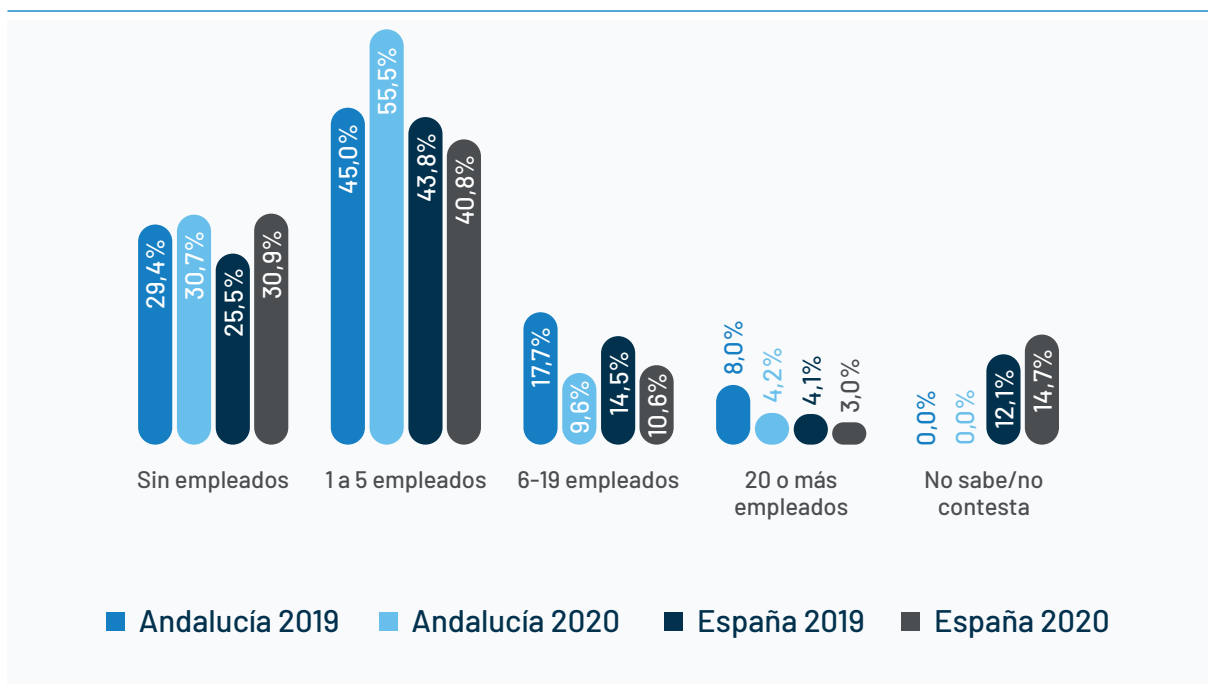
Gráfico 5.4.2. Distribución de los emprendedores consolidados por el tamaño en empleo de sus iniciativas emprendedoras



Con respecto al análisis de las expectativas de crecimiento de los emprendedores andaluces que se encuentran en fase inicial, el Gráfico 5.4.3 refleja que parecen estar claramente influida por el contexto de incertidumbre social y económica que marcó el transcurso del año 2020. Así, si bien en 2019, el 17,7% de los emprendedores andaluces consideraban que sus iniciativas podrían alcanzar un tamaño de entre 6 y 19 empleos, este porcentaje se rebajó hasta el 9,6% en el año 2020. En la misma línea, la reducción en cuanto a las expectativas de tamaño igual o superior a 20 empleos acusó una caída similar, pasando del 8% de 2019 al 4,2% de 2020. En sentido opuesto, las

expectativas de crecimiento más contenido experimentaron un claro repunte, dado que el 55,5% de los emprendedores andaluces creen que sus iniciativas alcanzarán un tamaño de entre 1 y 5 empleos en los próximos cinco años, frente al 45% de la edición anterior. Por su parte, en el contexto español, se observan disminuciones de expectativas comedidas en las categorías de 1 a 5 empleos (2019: 43,8%; 2020: 40,8%), de 6 a 19 empleos (2019: 14,5%; 2020: 10,6%) y 20 ó más empleos (2019: 4,1%; 2020: 3%) y un claro incremento en las expectativas de generación nula de empleo (2019: 25,5%; 2020: 30,9%).

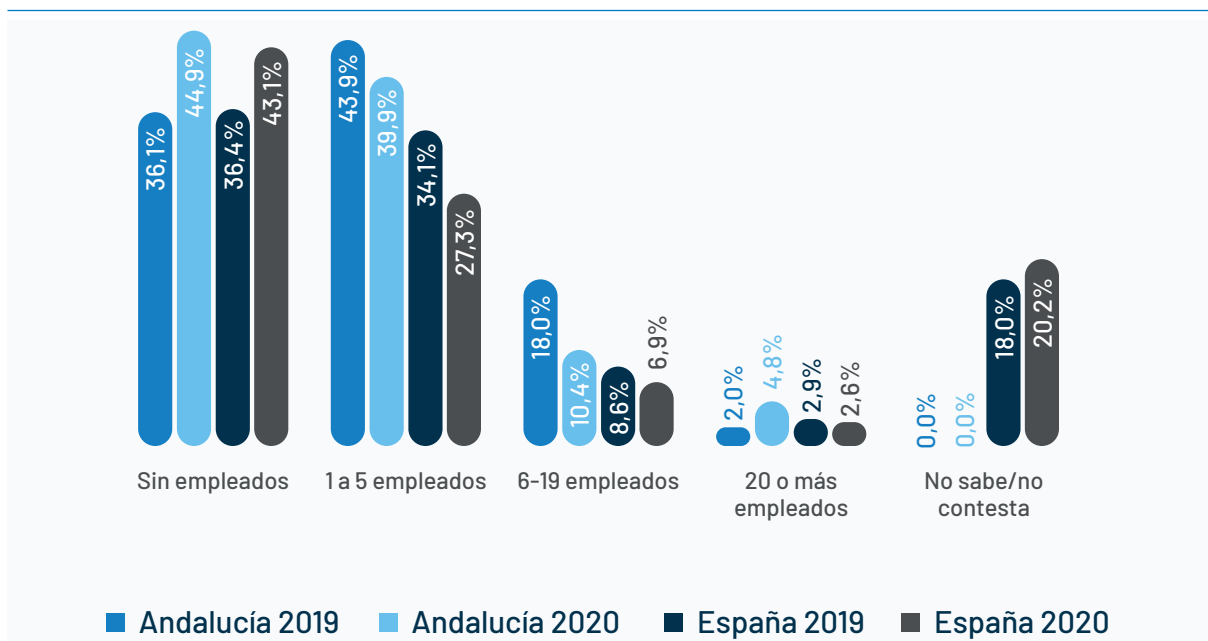
Gráfico 5.4.3. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por el tamaño de empleo esperado a 5 años



Si el foco se sitúa en las iniciativas consolidadas, resulta llamativa la existencia de incrementos significativos, tanto para las expectativas de crecimiento nulo (2019: 36,1%; 2020: 44,9%), como para las expectativas de tamaño superior a 19 empleos (2019: 2%; 2020: 4,8%). En sentido contrario, se observa una drástica reducción en las expectativas

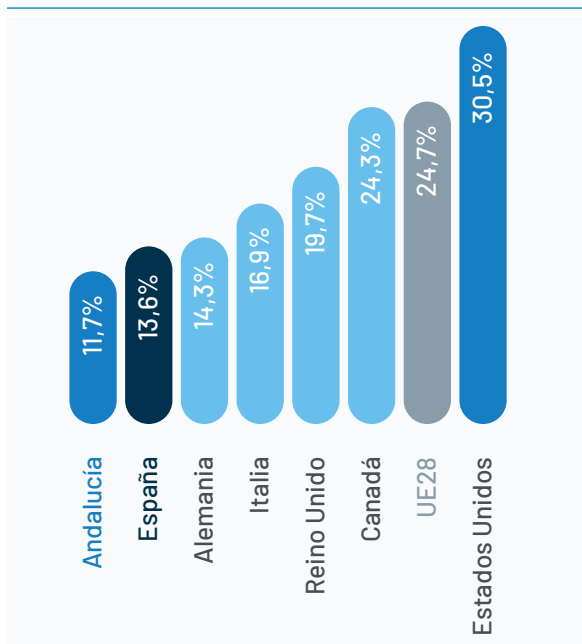
de tamaño entre 6 y 19 empleos (2019: 18%; 2020: 10,4%). En un sentido similar, los emprendedores nacionales reportan incrementos significativos en sus expectativas de no generación de empleo en los próximos cinco años (2019: 36,4%; 2020: 43,1%), experimentando el resto de categorías disminuciones de diversa magnitud (Gráfico 5.4.4).

Gráfico 5.4.4. Distribución de los emprendedores consolidados por el tamaño de empleo esperado 5 años



Con el propósito de comparar estos indicadores con el contexto internacional, el Gráfico 5.4.5 describe el porcentaje de emprendedores en fase inicial andaluces, españoles, europeos y localizados en países miembros del G7 que aspiran a contar con más de cinco empleados en los próximos cinco años. Tal y como puede apreciarse, Andalucía se sitúa a la cola de dicha comparativa, dado que sólo el 11,7% de los emprendedores reportan dicha expectativa de crecimiento, contrastando con los indicadores de Estados Unidos (30,5%) y de la Unión Europea (24,7%).

Gráfico 5.4.5. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener más de 5 empleados en los próximos 5 años. Comparativa internacional



5.5.

Orientación innovadora

Las *startups* o empresas de alto potencial se caracterizan por poseer una clara vocación y compromiso hacia las actividades de innovación (Henderson, 1993) y, más concretamente, hacia la identificación de nuevas ideas y la transformación de las mismas en nuevos productos, servicios, o procesos con valor económico para ellas mismas y para sus *stakeholders* (El Hanchi y Kerzazi, 2020). Con el propósito de analizar el carácter innovador de las empresas andaluzas, este epígrafe examina el nivel tecnológico y el ámbito de innovación en productos/servicios y procesos de las mismas.

Con respecto al nivel tecnológico, los Gráficos 5.5.1 y 5.5.2 revelan que, en el año 2020, tanto las iniciativas en fase inicial (91,9%), como las consolidadas (92,5%), exhiben un abrumador nivel tecnológico bajo, siendo muy reducido el porcentaje de emprendedores que reportan un nivel tecnológico alto (3,8% para los emprendedores en fase naciente y 0,9% para los consolidados). Ambos gráficos ponen igualmente de manifiesto que no existen diferencias reseñables al analizar la distribución del año 2019 y que en el contexto nacional la tendencia es idéntica. Estos datos parecen dibujar un escenario desfavorable para la generación de empresas de alto potencial en nuestra región. No obstante, la comparativa a nivel internacional de las iniciativas emprendedoras en fase inicial con niveles tecnológicos altos o medios sitúa a Andalucía por encima de países como Canadá (5,5%), Estados Unidos (7,2%) y Alemania (7,8%) (Gráfico 5.5.3).

Gráfico 5.5.1. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por el nivel tecnológico

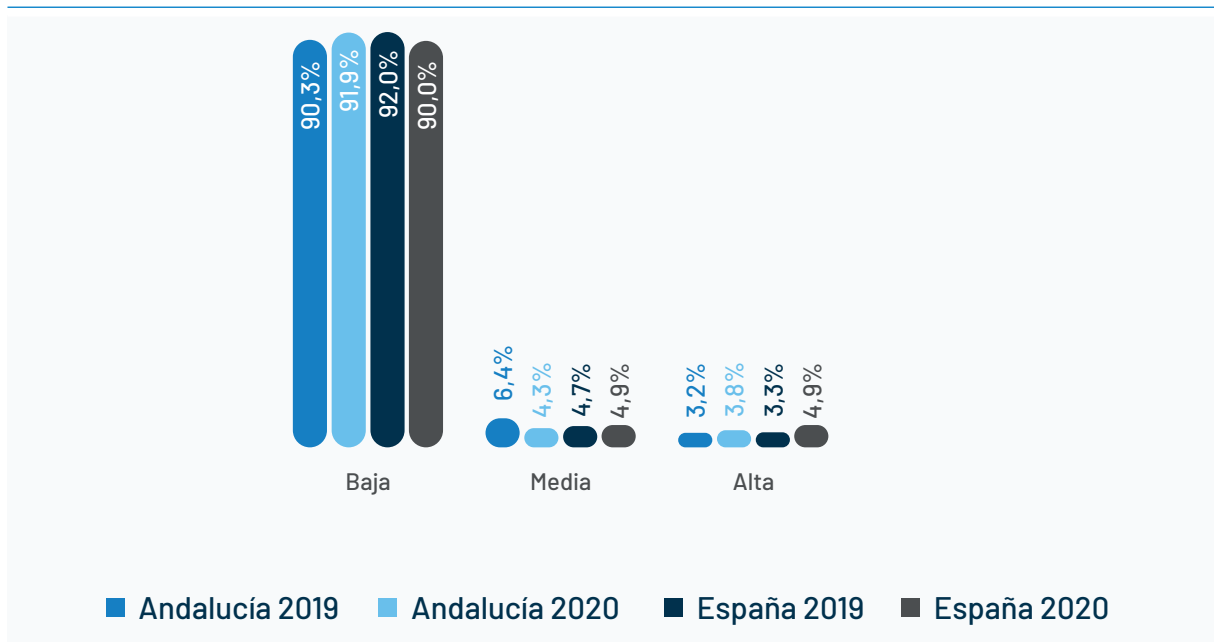


Gráfico 5.5.2. Distribución de los emprendedores consolidados por el nivel tecnológico

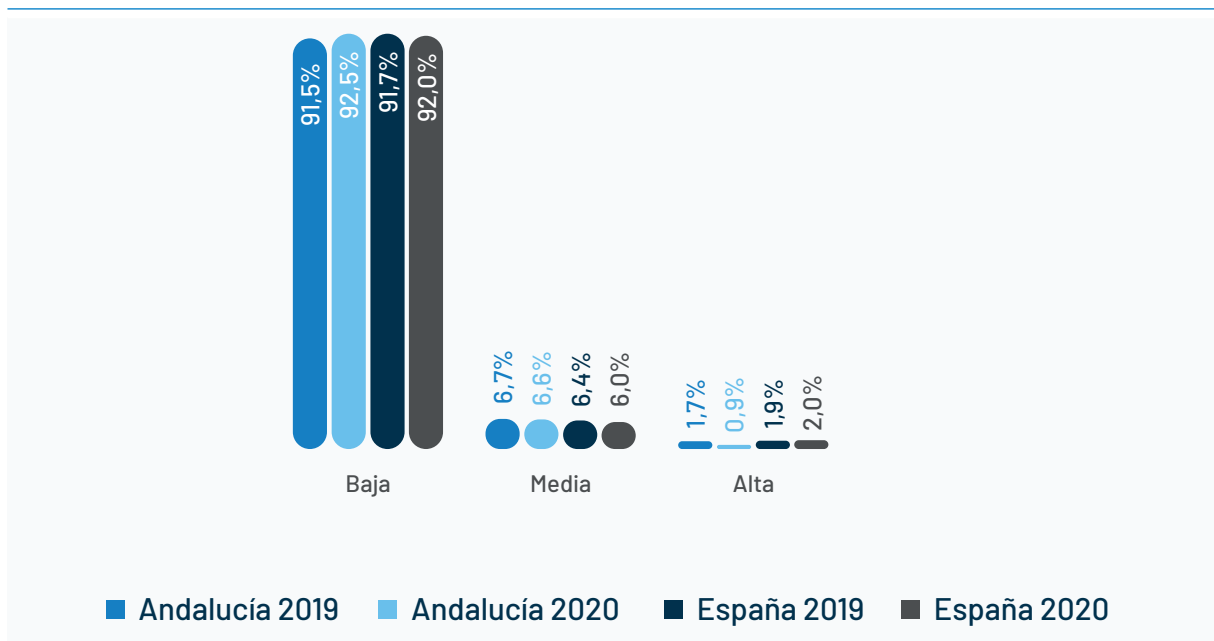
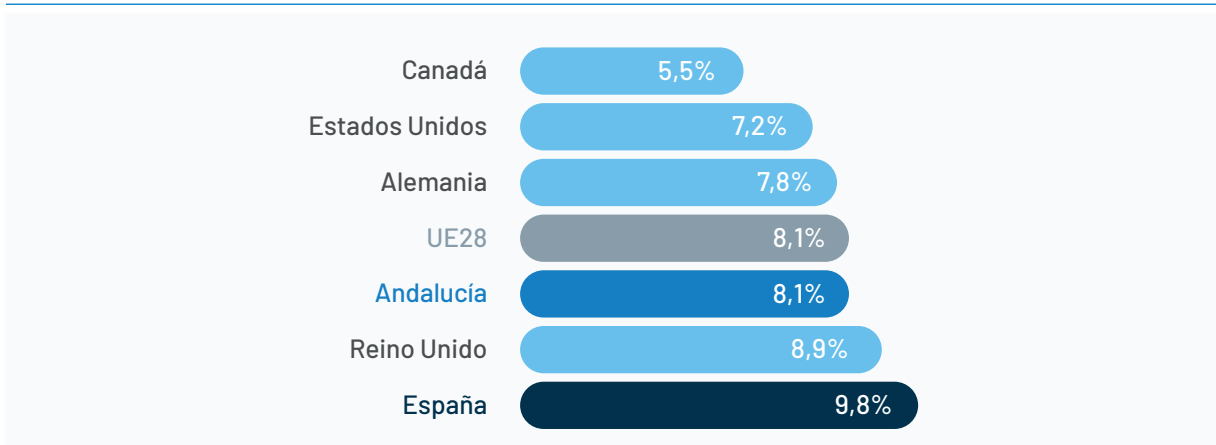


Gráfico 5.5.3. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con niveles tecnológicos altos medios. Comparativa internacional.



Con respecto al ámbito de innovación, el Gráfico 5.5.4 es inequívoco a la hora de reflejar que en el año 2020 la mayoría de los emprendedores andaluces en fase inicial (91,1%) considera que sus productos/servicios no son innovadores (67,6%) o que sólo lo son para el mercado local (23,5%). No obstante, es necesario reseñar el destacable incremento en el porcentaje de respuestas que señalan el carácter innovador de los productos/servicios para el mercado nacional (2019: 3,5%; 2020: 7,2%). Por su parte, el análisis del

ámbito de innovación en productos/servicios de las iniciativas emprendedoras consolidadas señala un grado de innovación nulo para el 89,6% de las mismas y una disminución significativa en el porcentaje de emprendedores que consideran sus productos/servicios innovadores para el mercado nacional (2019: 4,7%; 2020: 1,5%). Los resultados muestran igualmente un comportamiento muy similar al del contexto andaluz para los grupos de emprendedores nacionales.

Gráfico 5.5.4. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por innovación en productos/servicios

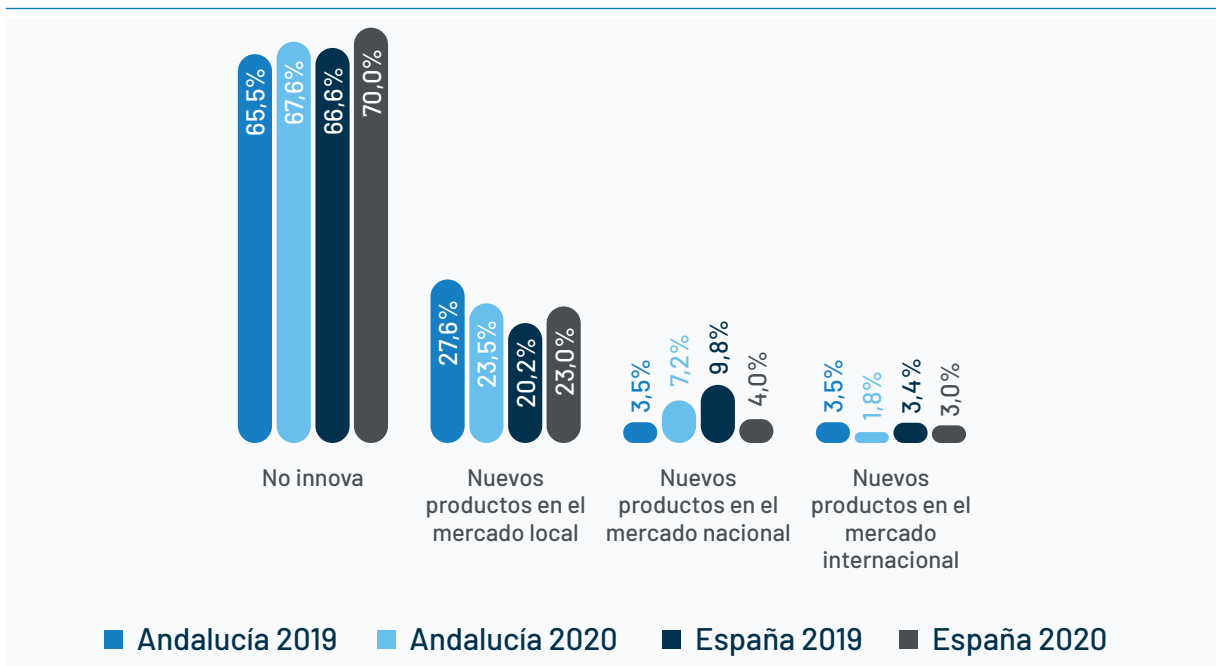
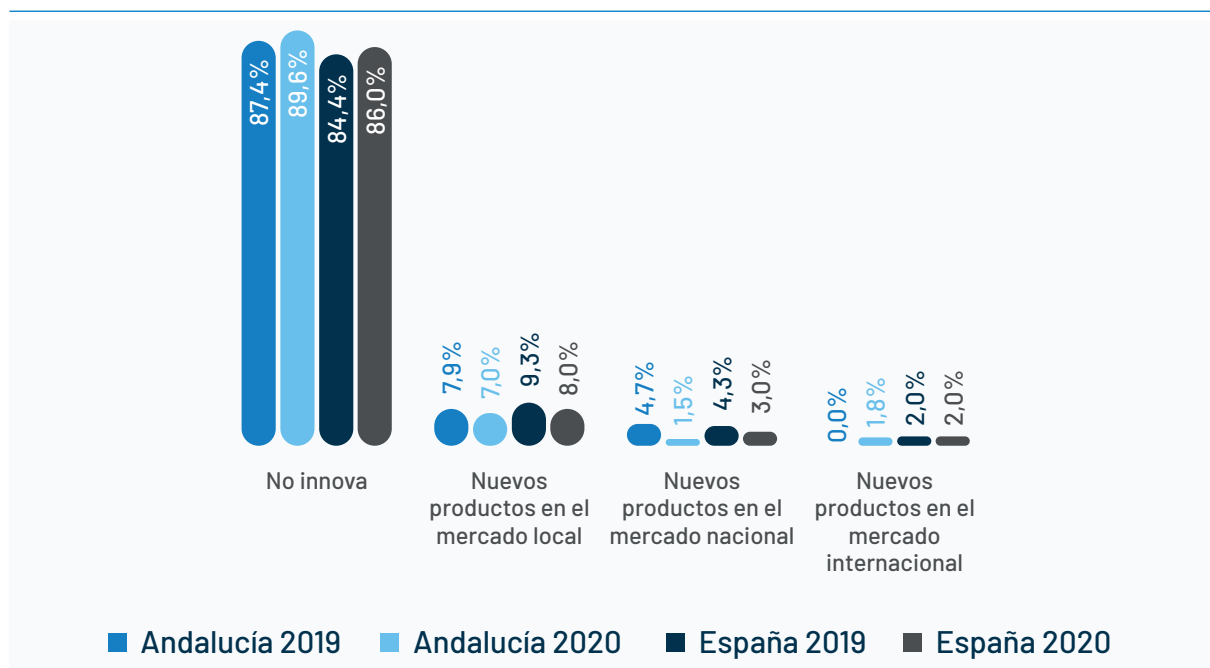


Gráfico 5.5.5. Distribución de los emprendedores consolidados por innovación en productos/servicios



Por último, el análisis del ámbito de innovación en procesos de las iniciativas emprendedoras en fase naciente y consolidada ahonda en las tendencias comentadas anteriormente para la innovación en productos/servicios. Específicamente, el Gráfico 5.5.6 muestra que el 74,8% de los emprendedores andaluces en fase naciente considera que no realiza ningún tipo de innovación en procesos, mientras que el 17% la limita al ámbito local. A este respecto, es preciso destacar que esta categoría ha experimentado un notorio retroceso (25,9% en 2019), el cual se ha trasladado prácticamente en su totalidad a la innovación nula (2019: 68,9%; 2020: 74,8%) y a la innovación en el mercado nacional (2019: 1,8%; 2020: 6,6%). Análogamente, los emprendedores consolidados son aún más categóricos a la hora de señalar el nulo carácter innovador de sus procesos (2019: 85,7%; 2020: 88,1%), circunscribiendo la limitada innovación en procesos al ámbito local (2019: 9,5%; 2020: 7,7%) (Gráfico 5.5.7). Tal

y como reflejan ambos gráficos, la muestra nacional exhibe una distribución casi idéntica a la andaluza.

5.6.

Orientación internacional

La orientación internacional de las empresas es una dimensión básica a la hora de analizar el potencial de crecimiento de las mismas, ya que, a través de la expansión a nuevos mercados, pueden acceder a conocimientos no disponibles en los mercados domésticos que redunden en la generación de un mayor número de productos y procesos innovadores de alto valor añadido y, consecuentemente, ampliar su potencial de crecimiento (Álvarez y Robertson, 2004; Genc et al., 2019). Al objeto de analizar la vocación internacional de las empresas que componen la muestra, se examina el volumen de ventas en el extranjero de

Gráfico 5.5.6. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por innovación en procesos

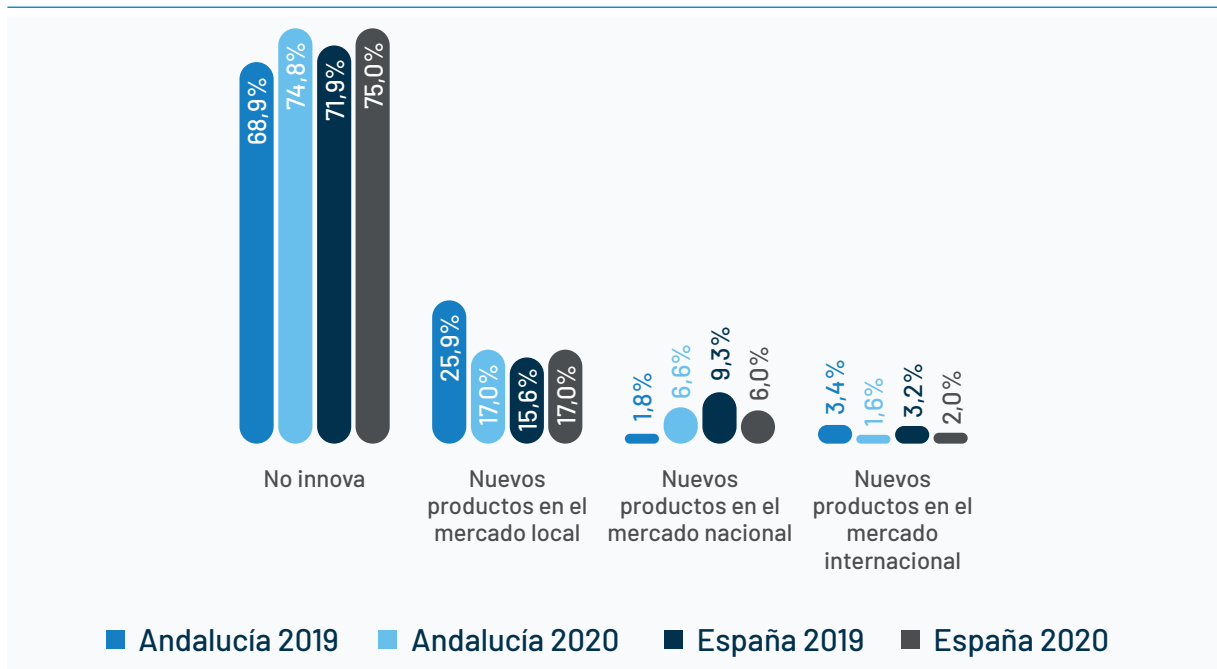
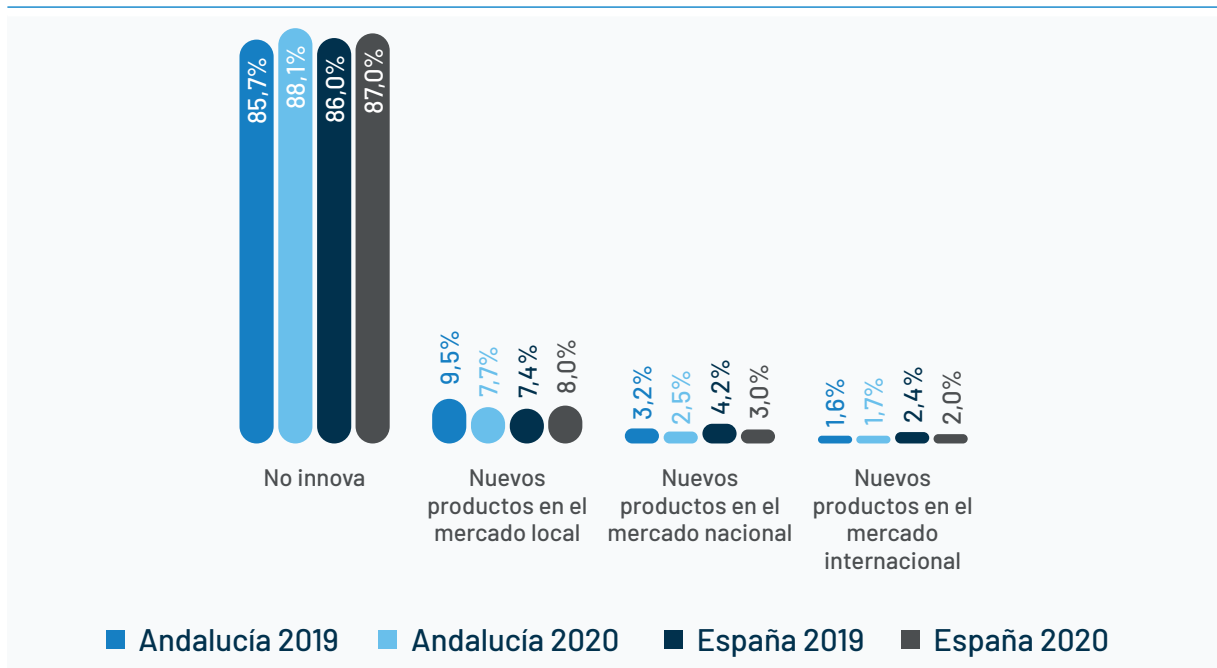


Gráfico 5.5.7. Distribución de los emprendedores consolidados por innovación en procesos



las mismas y se presenta una comparativa a nivel internacional.

El Gráfico 5.6.1 representa una distribución en la que la mayor parte de los emprendedores andaluces (84,7%) y españoles (80,7%) en fase naciente se orientan a mercados locales o nacionales, reflejando, además una tendencia al alza si se compara con el año anterior. Por su parte, si bien es cierto que el análisis de la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras consolidadas sigue una distribución similar, es preciso reseñar la existencia de una disminución en el porcentaje de emprendedores andaluces que reportan una nula apertura al mercado internacional (2019: 83,8%; 2020: 76,5%),

así como un incremento significativo en el porcentaje de emprendedores que obtienen de los mercados internacionales entre el 1% y el 25% de sus volúmenes de ingresos (2019: 8,1%; 2020: 16,4%) (Gráfico 5.6.2).

Con el propósito de situar estos datos en una perspectiva internacional, el Gráfico 5.6.3 muestra el porcentaje de emprendedores en fase inicial con cuotas de mercado internacionales superiores al 25%. En el extremo superior de la comparativa, se sitúan los emprendedores europeos (17,5%) y alemanes (14,3%), situándose Andalucía a una distancia considerable de los mismos (5,1%), pero en la línea de lo reportado por los emprendedores italianos (5,1%) y españoles (5,6%).

Gráfico 5.6.1. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por orientación internacional

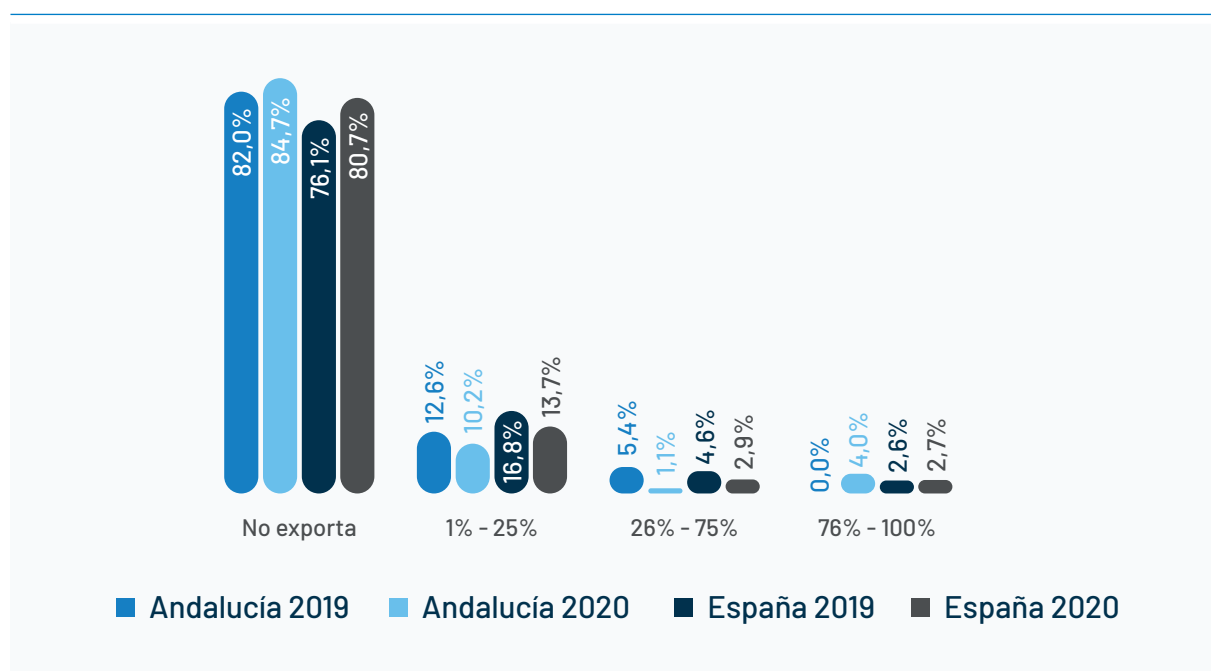


Gráfico 5.6.2. Distribución de los emprendedores consolidados por orientación internacional

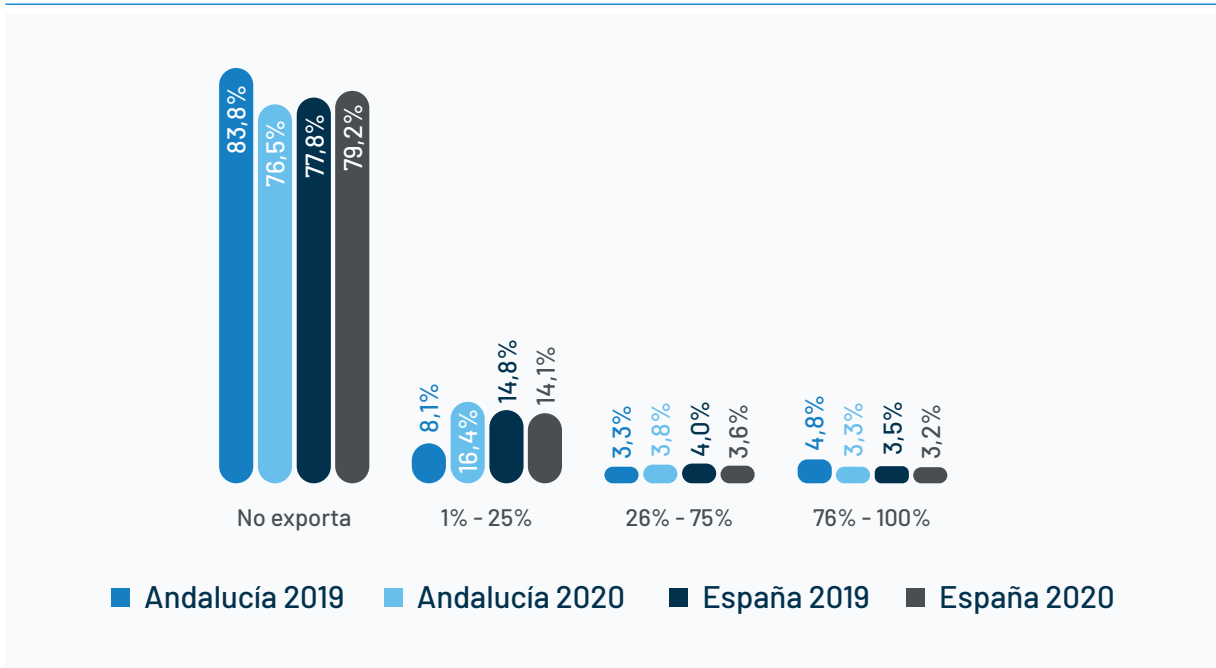
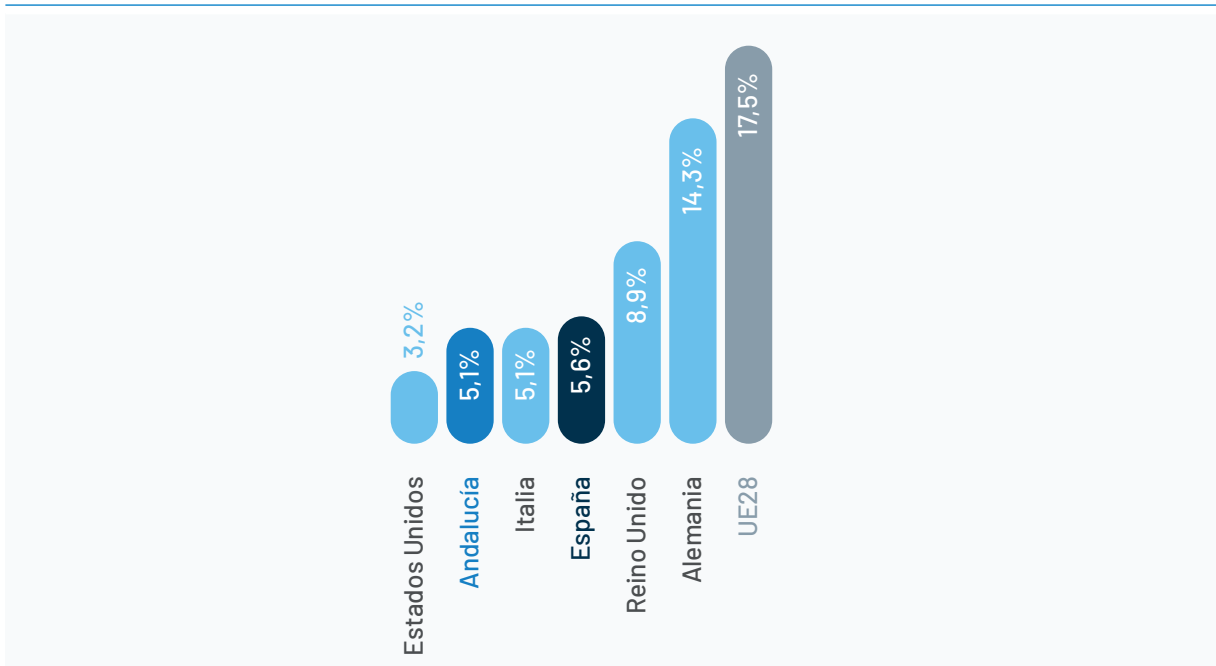


Gráfico 5.6.3. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con más del 25% de los ingresos procedentes del extranjero. Comparativa internacional



5.7.

Emprendimiento universitario y startups

El conocimiento es un recurso propio de los individuos, que se distribuye de manera desigual entre la sociedad y que proporciona a quien lo posee una mayor capacidad cognitiva para reconocer el valor intrínseco de las oportunidades emprendedoras de alto potencial y la de organizar los recursos para su adecuada explotación (Becker, 1964; Aído et al., 2016). Partiendo de esta premisa, la comunidad científica y las instituciones gubernamentales coinciden en señalar el papel fundamental de la universidad como proveedora, no sólo de los conocimientos científico-tecnológicos que sustentan la base de las iniciativas de alto potencial, sino también como catalizadora y dinamizadora de la cultura emprendedora entre los estudiantes.

Con el propósito de analizar y comparar el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios andaluces y el papel del contexto universitario en la formación de sus intenciones emprendedoras, este epígrafe ofrece una serie de indicadores obtenidos de la información proporcionada por el proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSS) España 2020/21, que se enmarca en el Observatorio de Emprendimiento GEM España. El proyecto GUESSS es considerado el observatorio de investigación colaborativa más importante del mundo en materia de emprendimiento universitario, contando en la edición 2020/21 con la participación de 58 países y más de 267.000 estudiantes. A nivel nacional, han formado parte 77 universida-

des y más de 98.000 estudiantes, mientras que en Andalucía se ha conseguido la colaboración de 11 universidades y más de 14.000 estudiantes. Estas cifras avalan la robustez de la información proporcionada por GUESSS y lo configuran como una fuente relevante de medición de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, sus condicionantes personales, psicológicos y sociales, el contexto universitario y las tasas de emprendimiento naciente y activo¹.

El análisis de estos datos revela, en primer lugar, que el 19,2% de los estudiantes universitarios andaluces se encuentran involucrados en la creación de su propio negocio, lo que supone un incremento notable con respecto al dato de 2018/19 (15,6%) y sitúa a nuestra región en la línea de la media nacional (2020/21: 18,9%), aunque muy alejada de la media internacional (2020/21: 28,4%) (Gráfico 5.7.1).

¹ Más información sobre el proyecto GUESSS España en: <https://guesss-spain.com/>

Gráfico 5.7.1. Tasa de emprendimiento naciente de los estudiantes universitarios



Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

Por su parte, el Gráfico 5.7.2 muestra la proporción de estudiantes universitarios que afirman ser propietarios de una empresa mientras estudian una carrera. Análogamente a lo que indican los datos nacionales e internacionales, es posible observar un repunte en la tasa de emprendimiento activo de los estudiantes universitarios andaluces, situándose en el 5,7%, frente al 4,4% reportado en la

edición 2018/19. No obstante, es necesario reseñar que la distancia con la media nacional (6,3%) ha incrementado ligeramente y, especialmente, la notoria brecha existente con el dato internacional (15%).

Gráfico 5.7.2. Tasa de emprendimiento activo de los estudiantes universitarios

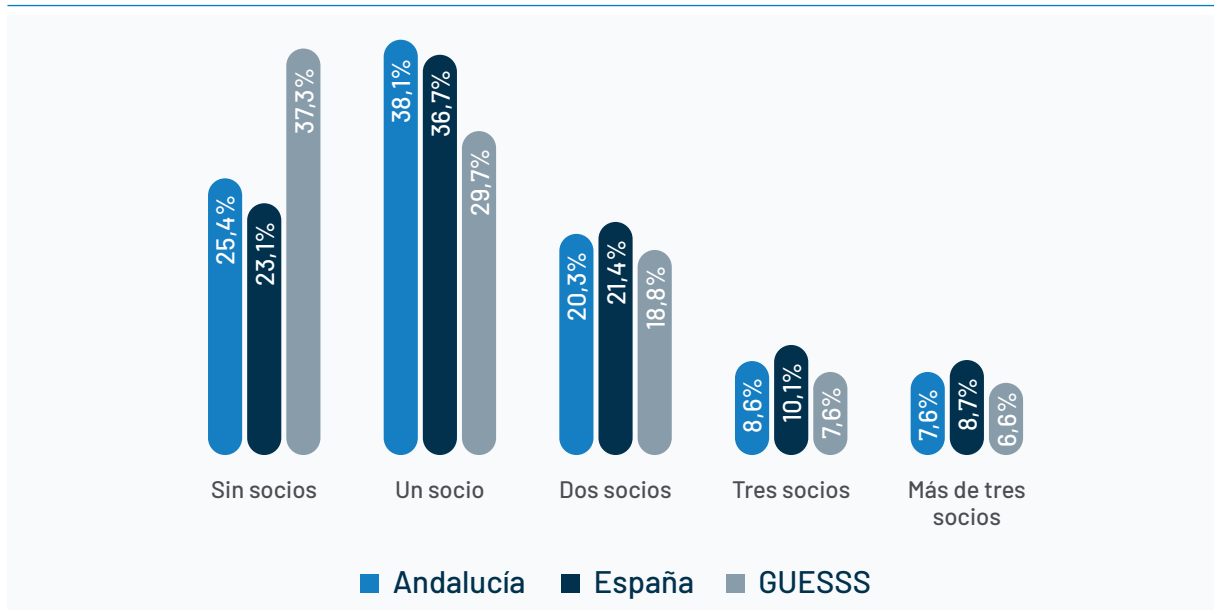


Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

El Gráfico 5.7.3 muestra el tamaño de los equipos de promotores de las empresas de los universitarios andaluces. La mayoría de ellos (74,6%) ha optado por poner en funcionamiento su empresa con socios, aunque por lo general se observa una tendencia a asociarse con el menor número posible de ellos (un socio: 38,1%; dos socios: 20,3%; tres socios: 8,6%; más de tres socios: 7,6%). La comparativa con la media nacional muestra una distribución muy similar, observándose mayores diferencias con la muestra internacional, en la que se observa una mayor tendencia a emprender en solitario (37,3%).

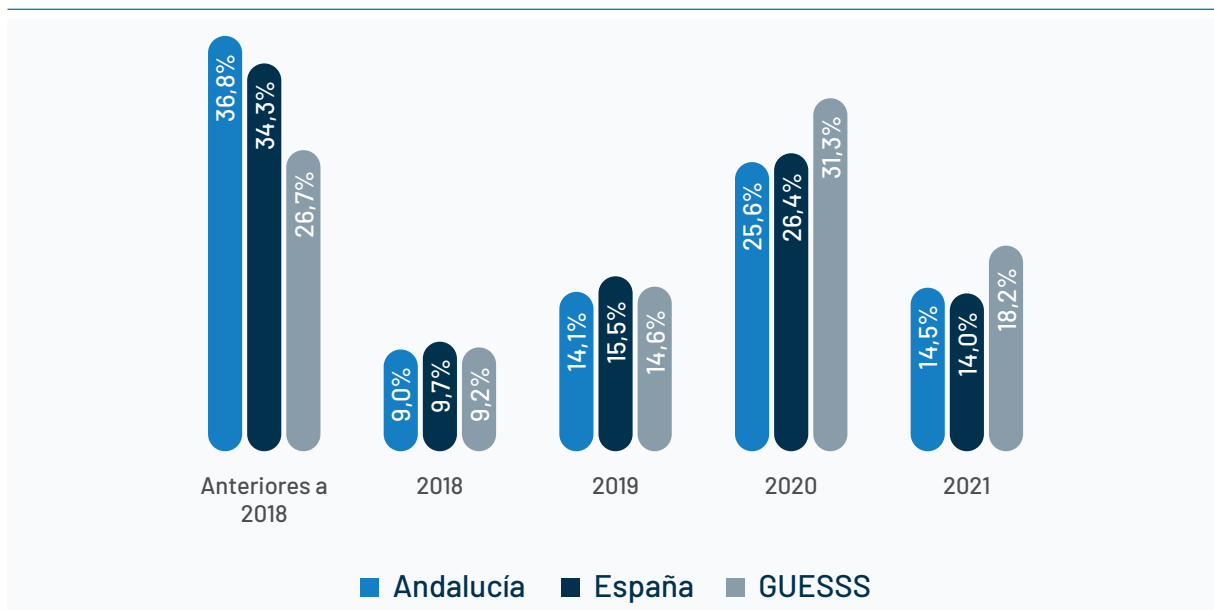
Con respecto a la antigüedad de estas iniciativas emprendedoras, el Gráfico 5.7.4 pone de manifiesto que la mayoría de ellas (63,2%) ha sido constituida por los estudiantes andaluces con posterioridad al año 2018, por lo que pueden considerarse en fase naciente, ascendiendo, por tanto, el porcentaje de empresas consolidadas al 36,8%. Esta distribución es aún más desproporcionada en el contexto nacional (nacientes: 65,6%; consolidadas: 34,4%) y en el internacional (nacientes: 73,3%; consolidadas: 26,7%).

Gráfico 5.7.3. Número de socios de los emprendedores universitarios activos



Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

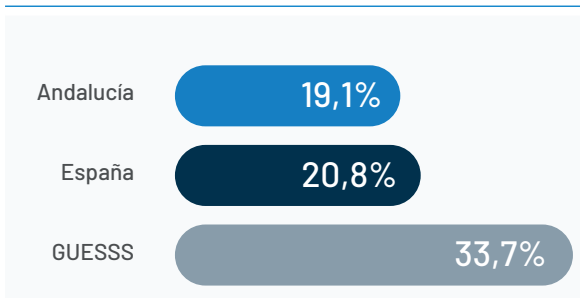
Gráfico 5.7.4. Año de creación de las iniciativas emprendedoras universitarias activas



Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

Al objeto de analizar el impacto de la COVID-19 en la creación de empresas por parte de los estudiantes universitarios, el Gráfico 5.7.5 muestra el porcentaje de estudiantes que reportaron haber creado su negocio motivados principalmente por la pandemia. Este indicador alcanza valores muy similares para Andalucía (19,1%) y España (20,8%), pero se encuentra notablemente alejado del dato internacional (33,7%).

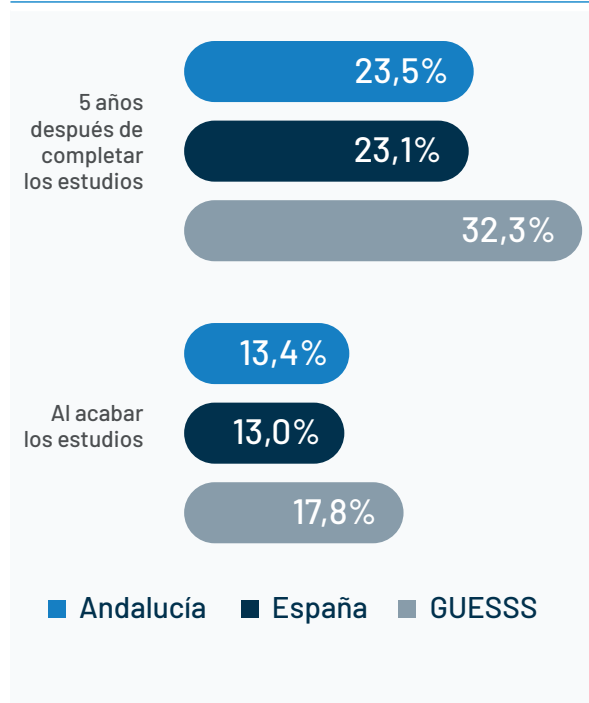
Gráfico 5.7.5. Porcentaje de iniciativas emprendedoras activas de los universitarios creadas principalmente por la pandemia COVID-19



Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

Atendiendo a las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, el Gráfico 5.7.6 muestra el porcentaje de individuos que manifiestan su predisposición a crear su propio negocio, ya sea directamente al acabar sus estudios, o una vez transcurridos cinco años desde la finalización. Tal y como puede observarse, tanto en el contexto andaluz (23,5% vs. 13,4%), como en el nacional (23,1% vs. 13%) y en el internacional (32,3% vs. 17,8%), las intenciones son claramente superiores a los cinco años de acabar sus titulaciones, lo que podría estar indicando que el deseo de iniciar una carrera emprendedora se vería lastrado, en parte, por la necesidad (o, al menos, la percepción de la misma) de obtener conocimientos y experiencias específicos en el mercado laboral antes de iniciar la aventura emprendedora.

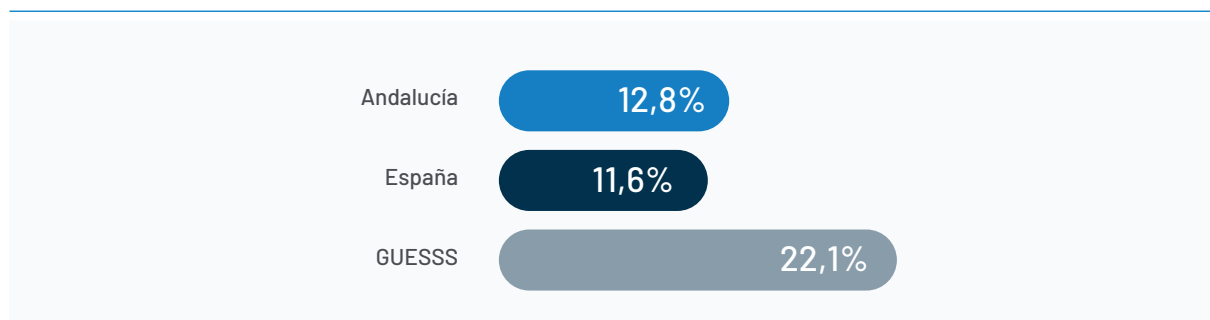
Gráfico 5.7.6. Intenciones de los estudiantes universitarios de crear un negocio al término de sus estudios y cinco años después de completar sus estudios



Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

Al igual que lo comentado anteriormente para las iniciativas emprendedoras activas, las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios también se han visto claramente influenciadas por los efectos de la pandemia COVID-19. A este respecto, el Gráfico 5.7.7 refleja que la situación socio-sanitaria ha inducido al 12,8% de los estudiantes universitarios andaluces a plantear la creación de una empresa. A nivel español, se observa una proporción muy similar (11,6%), mientras que la diferencia con el contexto internacional es bastante notoria (22,1%).

Gráfico 5.7.7. Porcentaje de estudiantes universitarios que planean crear un negocio motivados principalmente por la pandemia COVID-19

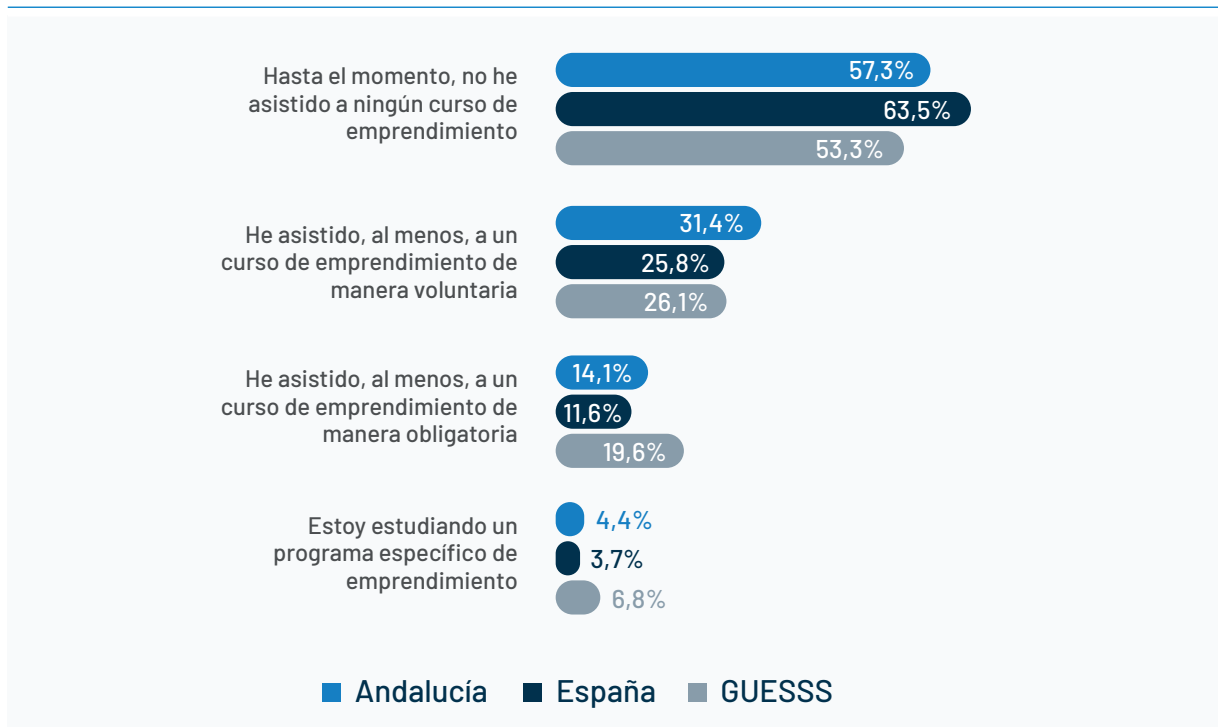


Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

Por último, se analiza el papel del contexto universitario a la hora de influir en las intenciones y el comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios. En este sentido, tal y como recoge el Plan Emprendimiento 2020 de la Comisión Europea, la formación en emprendimiento permite a los estudiantes, no sólo adquirir los conocimientos y herramientas empresariales, sino también desarrollar una serie de aptitudes y actitudes esenciales, como la creatividad, la iniciativa, la tenacidad, el trabajo en equipo, el conocimiento del riesgo y el sentido del riesgo, de tal manera que puedan transformar sus ideas en proyectos empresariales valiosos. Al objeto de llevar a cabo dicho análisis, el Gráfico 5.7.8 examina el grado en el que los estudiantes han recibido educación emprendedora. En primer lugar, es preciso destacar que el 57,3% de los universitarios andaluces encuestados no ha recibido nunca formación específica en emprendimiento, elevándose este porcentaje hasta el 63,5% para el conjunto de todo el país y superando a la media internacional (53,3%). La mayoría de los estudiantes andaluces que poseen formación en emprendimiento la han recibido de manera voluntaria en algún momento de su vida académica (31,4%), en una proporción superior

a la reportada por los estudiantes españoles (25,8%) y del conjunto de países GUESSS (26,1%). Este dato refleja el interés de los estudiantes andaluces por este tipo de ofertas formativas y contrasta con la escasa presencia obligatoria de este tipo de enseñanzas en los planes formativos académicos. A este respecto, sólo el 14,1% de los universitarios andaluces señala haber asistido algún curso de emprendimiento, frente al 11,6% reportado por los estudiantes españoles y el 19,6% del contexto internacional.

Gráfico 5.7.8. Grado en el que los estudiantes universitarios han recibido formación emprendedora



Fuente: Elaboración propia, a partir de GUESSS 20/21

Conclusiones y recomendaciones

Las condiciones y actividad emprendedora en Andalucía han empeorado en el año 2020. La baja Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), la escasez de iniciativas de alto potencial y las barreras del entorno, entre las que sobresalen las dificultades para encontrar financiación y las relacionadas con la burocracia y los impuestos, se ven agravadas principalmente por los efectos de la pandemia que repercute negativamente también en la igualdad entre mujeres y hombres.

El año 2020 comenzó en Andalucía con la esperanza de continuar con la recuperación de la crisis de años anteriores. No obstante, el impacto de la COVID-19 frustró esas expectativas y trastocó notablemente la actividad emprendedora y su ecosistema. Así, el impacto de la pandemia en la población y en el entorno emprendedor fue más negativo en las personas involucradas en la creación o consolidación de sus empresas. Algunos de estos efectos más destacables fueron los

siguientes: las expectativas negativas en relación a la evolución de los ingresos familiares, más acentuados en la población involucrada en la actividad emprendedora (casi el 63%) que en la población no involucrada (40%); la disminución en la identificación de nuevas oportunidades, que cayó de manera drástica, especialmente entre las personas con empresas consolidadas; y, el descontento mayoritario con las medidas de las administraciones, también más alto en las iniciativas más maduras, y en especial con sus trámites y digitalización. No obstante, también se observaron respuestas que denotan la capacidad y autoconfianza de las personas emprendedoras y la resiliencia del entorno ante la nueva situación de incertidumbre. Estos aspectos, ofrecen lecciones de los efectos de la pandemia en la dinámica y fragilidad del ecosistema emprendedor de la región que pueden servir para afrontar futuros retos (cambio climático, desigualdad, transición energética...). Su comparación con lo sucedido en otros

territorios permite observar una caída 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 relación con la de Europa. El pesimismo generalizado, que suele ser endógeno en gran parte de las percepciones que se dan en la sociedad española, también afecta a Andalucía. Cuesta tomar conciencia de las potencialidades propias y abunda el excesivo espíritu crítico que, a veces, se mezcla con el miedo a emprender que aumenta y paraliza la acción.

Estos aspectos percibidos 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 en el que percibe que la pandemia influye de manera más decisiva en sus intenciones de emprender en España. Esta pauta en Andalucía se intensifica en el tramo de 35 a 44 años.

La actividad emprendedora (TEA) desciende en 2020 al segundo valor más bajo desde 2003, rozando el mínimo histórico de hace diez años. La pandemia pospone la actividad de gran parte de los nuevos negocios, al igual que sucede en la mayor parte de los países, y Andalucía y España no son excepciones. En Andalucía, el impacto fue mayor que en España, dado que el 60% de las personas emprendedoras consultadas paralizaron sus actividades básicas, frente al casi 70% en Italia y más del 40% en Alemania.

Esta baja actividad emprendedora es aún más preocupante si se analizan las escasas iniciativas de alto potencial de crecimiento (*startups*), esenciales para dinamizar la débil densidad empresarial de Andalucía. A ello, contribuye el bajo peso relativo de las inver-

siones y empleo en I+D en la región, el pequeño tamaño de la mayor parte de los nuevos proyectos (medidos en empleo y crecimiento del mismo), los bajos niveles tecnológicos, de contenidos innovadores y de orientación a mercados internacionales. Se observa que la localización en Andalucía de *startups* en el periodo 2015-2020 se sitúa por debajo del peso poblacional de la región, solo el 12% del total de las *startups* de España lo hacen, observándose una concentración de éstas en Barcelona y Madrid, lo cual contribuye a la configuración de una España vaciada de iniciativas de alto potencial. Un elemento esperanzador es observar que, según datos del proyecto GUESSS, un 25% de los universitarios andaluces declaran estar involucrados en el proceso de crear un negocio, que el 75% de estos proyectos se plantean con otros socios y que algo más del 30% han recibido formación emprendedora (diez puntos más que en España).

La mayor parte de las variables analizadas arrojan también una situación menos favorable para las mujeres, quienes sufren con mayor intensidad las consecuencias de la pandemia. Aumentan las diferencias con los hombres, siendo especialmente llamativo el porcentaje de mujeres que abandonan sus proyectos (62%, frente al 38% de los hombres). También hay diferencias notables en las motivaciones que llevan a emprender, ya que en los hombres suele ser mayoritaria la opción de "continuar con el negocio familiar", mientras que las mujeres lo hacen preferentemente por "ganarse la vida".

Entre los aspectos relacionados con el entorno se mantienen y, en algunos casos se agravan, los déficits estructurales de años anteriores. Entre éstos destaca especialmente la

crónica escasez de financiación, la cual se relaciona con el menor tamaño de las inversiones de capital de los nuevos proyectos en Andalucía. La pandemia ha cambiado ligeramente las condiciones relativas del entorno en las que se desarrolla el fenómeno emprendedor en las distintas comunidades autónomas. Persisten las diferencias y déficits 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 una evolución positiva en esta última variable, al igual que en la transferencia de I+D, que es la que experimenta un alza mayor, a pesar de quedar por debajo de la valoración media de España.

A pesar de estas dificultades, el desempeño del colectivo emprendedor realizado durante la pandemia supera el aprobado y su valoración es muy parecida en los tres escenarios territoriales analizados (Andalucía, España y la Unión Europea), lo que muestra su alta resiliencia. En Andalucía, destaca el valor que se otorga al esfuerzo en ajustar su oferta a los cambios que inesperadamente se producen, al uso de la digitalización y al compromiso social con los desafíos surgidos de la COVID-19. No obstante, ese ajuste tiene más dificultades estructurales ante los cambios del mercado y 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 las razones principales que explican estos saldos negativos.

Del diagnóstico, de los datos históricos y de los proyectos del Observatorio GEM, así como de las consultas a los expertos y a fuentes específicas, se desprenden las sugerencias y recomendaciones finales, que pretenden ser útiles para debatir e impulsar el espíritu emprendedor en Andalucía y lograr el objetivo ampliamente compartido de la transformación, innovación, competitividad y sostenibilidad de su tejido productivo. Se agrupan, a modo de síntesis, en cinco grandes categorías o líneas de mejoras del ecosistema emprendedor que afectan a: las políticas generales de apoyo económico e institucional; los programas específicos ligados al proceso emprendedor; las cuestiones relacionadas con la financiación; las enfocadas a las normas culturales, la educación y la tecnología; y, por último, con los cambios del marco conceptual y regulatorio de las iniciativas emergentes (*startups*) en la fase embrionaria.

Estas líneas de actuación deberían alinearse con las políticas europeas y nacionales de recuperación que deben encontrar en la acción emprendedora de alto potencial una oportunidad de salida de la crisis basada en el conocimiento y la sostenibilidad. En el caso de Andalucía, dada su extensión y características, estas dimensiones territoriales deben conjugarse teniendo en cuenta las peculiaridades de las distintas provincias, comarcas y sistemas de universidades y centros tecnológicos de la región. Los informes provinciales del Observatorio GEM y el proyecto GUESSS pueden contribuir a tener en consideración esta necesaria adaptación a los aspectos locales e institucionales en las universidades.

Algunas de las recomendaciones más sobresalientes e ideas para la reflexión y el debate se resumen a continuación.



Políticas de apoyo económico e institucional

- » 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 y normativa 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 (centros de investigación y universidades).
- » Modernización y digitalización de las administraciones públicas, invirtiendo en la formación de los funcionarios, en capacidades personales y en organización.

Programas específicos de apoyo

- » Es importante prestar la máxima atención a la etapa inicial del proceso de nacimiento de las empresas emergentes, especialmente en la fase embrionaria, que es la que condiciona toda la cadena de generación de nuevas empresas.
- » Desarrollo de programas efectivos de mentorización, adaptados a las necesidades específicas de los emprendedores nacentes 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 (aplicación de IA).

- » 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 condicionan¹.

Acceso a la financiación

- » Dotación de recursos financieros a las universidades para fomentar el emprendimiento, la formación emprendedora, la transferencia de conocimientos y aumentar la participación relativa del gasto en I+D.
- » 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, con especial cuidado en las pre-etapas de incubación (experimentación y formación de la intencionalidad emprendedora).
- » 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

¹ Por ejemplo, impulsando su conexión con proyectos internacionales como GUESS. Para más información ver: <https://guesss-spain.com/>

- 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.
- diseñada para buscar un modelo de negocio que sea repetible y escalable*” (Steve Blank), que alimenta todo el proceso posterior de emprendimiento.
- » Este “*embrión*” temporal y frágil de empresa emergente (una especie de “*nasciturus*”) necesita un ecosistema y condiciones adecuadas para su gestación y nacimiento.
 - » Para ello, entre otras acciones, se recomienda poner en práctica un “*sandbox*” regulatorio adaptado a esta fase inicial, que ofrezca un modelo simplificado en los ámbitos fiscales, laborales y mercantiles más flexibles que los actuales.
 - » Definición de un sistema de adquisición de personalidad hipersimplificado, sin participación de notario y registradores, como podría ser un “*pre-contrato de sociedad*” acompañado de un sistema de liquidación y cierre hipersimplificado, en caso de que el proyecto empresarial fracase.
 - » La fijación de un sistema de “*tutela*” de estos proyectos innovadores, a través de unidades reconocidas de las universidades (con sello de emprendedoras) u otros organismos públicos o privados de apoyo al emprendimiento, que establezcan un itinerario a seguir.

Cambios en la percepción conceptual y regulatoria en la fase embrionaria de las iniciativas emergentes (*startups*)

- » Es preciso destacar la importancia de la fase embrionaria de las *startups*, aceptando el concepto más abierto que las define como una “*organización temporal*”

Bibliografía

- » Aído-Almagro, B., Diánez-González, J. P., Camelo-Ordaz, C. & Ruiz-Navarro, J. (2016). Identificación del emprendimiento de alto potencial. Un análisis sobre el reconocimiento de oportunidad en diferentes economías. *Economía industrial*, (399), 75-84.
- » Alvarez, R., & Robertson, R. (2004). Exposure to foreign markets and plant-level innovation: evidence from Chile and Mexico. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 13(1), 57-87.
- » Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D. & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, 43(7), 1097-1108.
- » Becker, G. S. (1964). *Human Capital*. New York: Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research.
- » Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A. & Van De Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 245-260.
- » Boyd, N. G. & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- » Davidsson, P. & Henrekson, M. (2002). Determinants of the prevalence of startups and high-growth firms. *Small Business Economics*, 19(2), 81-104.
- » DeTienne, D. R. & Chandler, G. N. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 365-386.
- » El Hanchi, S. & Kerzazi, L. (2020). Startup innovation capability from a dynamic capability-based view: A literature review and conceptual framework. *Journal of Small Business Strategy*, 30(2), 72-92.
- » Farashah, A. D. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4), 452-476.



- » Fuentes-Fuentes, M., Ruiz-Navarro, J., Barreda-Tarrazona, R., Camelo-Ordaz, C., Del Cubo-Molina, A., Franco-Leal, N., Martínez-Martínez, S.L., & Terán-Moreno, E. (2020). *Situación del emprendimiento en Andalucía ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado y recomendaciones*. Observatorio del Emprendimiento de España, Santander.
- » Genc, E., Dayan, M. & Genc, O. F. (2019). The impact of SME internationalization on innovation: The mediating role of market and entrepreneurial orientation. *Industrial Marketing Management*, 82, 253-264.
- » Guzmán-Cuevas, J., Cáceres-Carrasco, R. & Soriano, D. R. (2009). Functional dependence and productive dependence of SMEs. *Small Business Economics*, 32(3), 317.
- » Henderson, R. (1993). Underinvestment and incompetence as responses to radical innovation: Evidence from the photolithographic alignment equipment industry. *The RAND Journal of Economics*, 248-270.
- » Informa Business By Data (2021). *Las empresas start-up en España*. Informa D&B, S.A.U., Madrid.
- » Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D. & Barbosa, S. D. (2008). Are misalignments of perceptions and self efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens? *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- » Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- » Minniti, M. (2009). *Gender issues in entrepreneurship*. Now Publishers Inc.
- » Minniti, M. & Lévesque, M. (2010). Entrepreneurial types and economic growth. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 305-314
- » Mueller, S. L. & Dato-On, M. C. (2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(01), 3-20.
- » Observatorio del Emprendimiento de España (2021): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2020-2021*. Ed. Universidad de Cantabria.
- » Ozgen, E. & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174-192.
- » Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- » Ruiz-Navarro, J., Ramos-Rodríguez, A.R. & Lechuga-Sancho, P. (2018). *Emprendimiento universitaria en España*. Informe GUESSS 2018. ISBN: 978-84-09-15574-3
- » Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65.
- » Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2021). *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.
- » Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152-173.
- » Stam, E. & Van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809-832.
- » Stam, E. (2021). *A Culture of Ambitious Entrepreneurship*. U.S.E. Research Institute, Working Paper Series 21-12. Utrecht University. ISSN: 2666-8238.

Anexo

Glosario de términos

Actividad emprendedora total o *early stage*:

agregación de emprendedores que están involucrados en la creación de empresas nacientes y empresas nuevas.

Business Angels: expresión anglosajona que hace referencia a los inversores informales. Se refiere a las personas que invierten en las empresas de otros sin utilizar mecanismos institucionales, excluyéndose de este concepto las inversiones en bolsa o en fondos de inversión.

Emprendedor: persona que está inmersa en el proceso de creación de una empresa o en sus primeras fases de consolidación. Puede ser independiente o autónomo -si lo hace por cuenta propia-, o corporativo -si forma parte de su trabajo habitual como empleado de otra empresa.

Empresas Consolidadas o Establecidas:

personas que están involucradas en el proceso de crear nuevas empresas como propietarios y directores, y que llevan pagando salarios más de 42 meses (3,5 años).

Empresas Nacientes: personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios o copropietarios, y que no han empezado a pagar salarios durante más de tres meses.

Empresas Nuevas: personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios y gerentes, que han pagado salarios durante un espacio temporal de entre 3 y 42 meses.

Tasa de Cierre de Negocios: porcentaje de personas entrevistadas que han disuelto en los últimos 12 meses alguna actividad empresarial que venían dirigiendo.

NECI: Índice sintético de contexto del emprendimiento. Se trata de un indicador agregado que representa el promedio de las valoraciones que realizan los expertos de los distintos ámbitos del entorno territorial, facilitando, de este modo, la comparación entre diferentes ecosistemas.

Índice de tablas

| | | | | | |
|-----------------|--|----|---------------------|---|----|
| Tabla 1. | Ficha técnica de la encuesta a la población adulta | 31 | Tabla 1.1.1. | Percepción de la población andaluza sobre sus valores y actitudes para emprender en función del sexo, 2020 | 46 |
| Tabla 2. | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de resultados | 33 | Tabla 1.1.2. | Percepción de la población andaluza sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento en función del sexo, 2020 | 49 |
| Tabla 3. | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de stakeholders | 34 | Tabla 1.2.1. | Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los proyectos de negocio nacientes en Andalucía y España en 2020 | 73 |
| Tabla 4. | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de procesos internos | 35 | Tabla 1.2.2. | Perfil del inversor privado en Andalucía en 2020 (en porcentaje) | 74 |
| Tabla 5. | Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Andalucía: perspectiva de aprendizaje y crecimiento | 36 | | | |

Índice de gráficos

| | | |
|-----------------------|---|----|
| Gráfico 1. | Fuentes de datos GEM | 30 |
| Gráfico 1.1.1. | Percepciones de la población andaluza sobre sus valores y aptitudes para emprender, 2020 (población involucrada; no involucrada y total) | 44 |
| Gráfico 1.1.2. | Percepción de la población andaluza sobre su cultura y su influencia en el emprendimiento, 2020 (población involucrada; no involucrada y total) | 49 |
| Gráfico 1.1.3. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción de oportunidades para emprender en 2020 | 50 |
| Gráfico 1.1.4. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en 2020 | 51 |
| Gráfico 1.1.5. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa al miedo al fracaso en 2020 | 52 |
| Gráfico 1.1.6. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa a los modelos de referencia en 2020 | 52 |
| Gráfico 1.1.7. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa a la equidad en los estándares de vida en 2020 | 53 |
| Gráfico 1.1.8. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción relativa a que emprender es una buena opción profesional en 2020 | 54 |

| | | | | | |
|------------------------|---|----|------------------------|---|----|
| Gráfico 1.1.9. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción sobre que emprender brinda un estatus social y económico en 2020 | 54 | Gráfico 1.2.12. | Iniciativas consolidadas en las regiones españolas | 65 |
| Gráfico 1.1.10. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción sobre la aparición de emprendimiento en medios de comunicación en 2020 | 55 | Gráfico 1.2.13. | Evolución de los cierres de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020 | 66 |
| Gráfico 1.1.11. | Posicionamiento de Andalucía a nivel nacional y de las Comunidades/Ciudades Autónomas españolas, en función de la percepción sobre la facilidad para iniciar un negocio en 2020 | 56 | Gráfico 1.2.14. | Cierres en las regiones españolas | 66 |
| Gráfico 1.1.12. | Percepciones, valores y aptitudes de los andaluces respecto a España en 2020 | 56 | Gráfico 1.2.15. | Motivaciones para emprender en Andalucía según sexo en 2020 (TEA) | 67 |
| Gráfico 1.2.1. | El proceso emprendedor en Andalucía, 2020 | 58 | Gráfico 1.2.16. | Motivaciones para emprender en Andalucía según sexo en 2020 (consolidadas) | 68 |
| Gráfico 1.2.2. | El proceso emprendedor en Andalucía, 2019 | 59 | Gráfico 1.2.17. | Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Andalucía en 2020 | 69 |
| Gráfico 1.2.3. | Abandono de la actividad empresarial en Andalucía en 2020 | 60 | Gráfico 1.2.18. | Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Andalucía en 2020 | 70 |
| Gráfico 1.2.4. | El proceso emprendedor en Andalucía en 2020, según sexo | 61 | Gráfico 1.2.19. | Distribución por nivel de renta de los emprendedores en Andalucía en 2020 | 71 |
| Gráfico 1.2.5. | Evolución del potencial emprendedor de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020 | 61 | Gráfico 1.2.20. | Distribución por sexo de los colectivos emprendedores en Andalucía en 2020 | 72 |
| Gráfico 1.2.6. | Emprendedores potenciales en las regiones españolas | 62 | Gráfico 2.1.1. | Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Andalucía en el año 2020 | 77 |
| Gráfico 1.2.7. | Evolución de la TEA de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020 | 63 | Gráfico 2.2.1. | Factores citados por los expertos que facilitan a la creación de empresas en Andalucía en el año 2020 | 78 |
| Gráfico 1.2.8. | TEA en las regiones españolas | 63 | Gráfico 2.3.1. | Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Andalucía en el año 2020 | 79 |
| Gráfico 1.2.9. | TEA en las provincias andaluzas | 64 | Gráfico 2.4.1. | Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en Andalucía en el año 2020 | 80 |
| Gráfico 1.2.10. | TEA andaluza comparada con los países del G7 | 64 | Gráfico 2.5.1. | Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Andalucía, España y Unión Europea | 81 |
| Gráfico 1.2.11. | Evolución de las iniciativas consolidadas de Andalucía y España durante el periodo 2003-2020 | 65 | Gráfico 2.6.1. | Apoyo financiero: comparación regional | 82 |
| | | | Gráfico 2.6.2. | Políticas gubernamentales (medidas de apoyo): comparación regional | 83 |

| | | | | | |
|------------------------|---|-----|-----------------------|---|-----|
| Gráfico 2.6.3. | Políticas gubernamentales (burocracia e impuestos): comparación regional | 84 | Gráfico 4.2.1. | Percepción de la población andaluza involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor acerca del cambio en el ingreso familiar en 2020 | 102 |
| Gráfico 2.6.4. | Programas gubernamentales: comparación regional | 84 | Gráfico 4.2.2. | Percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor acerca del cambio en el ingreso familiar en 2020 | 103 |
| Gráfico 2.6.5. | Educación y formación emprendedora en etapa escolar: comparación regional | 85 | Gráfico 4.2.3. | Conoce personas emprendedoras que hayan cerrado o creado una nueva empresa en 2020, según la percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor | 104 |
| Gráfico 2.6.6. | Educación y formación emprendedora en etapa postescolar: comparación regional | 86 | Gráfico 4.2.4. | En qué medida la COVID-19 ha generado más oportunidades de negocio, según la percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor en 2020 | 105 |
| Gráfico 2.6.7. | Transferencia de I+D: comparación regional | 86 | Gráfico 4.2.5. | En qué medida las instituciones gubernamentales respondieron eficientemente a la COVID-19, según la percepción de la población andaluza involucrada en el proceso emprendedor en 2020 | 105 |
| Gráfico 2.6.8. | Acceso a infraestructura comercial y profesional: comparación regional | 87 | Gráfico 4.3.1. | Ecosistema emprendedor andaluz y su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados | 106 |
| Gráfico 2.6.9. | Dinámica del mercado interior: comparación regional | 88 | Gráfico 4.3.2. | Efectividad de las medidas gubernamentales en su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados | 107 |
| Gráfico 2.6.10. | Barreras de acceso al mercado interior: comparación regional | 88 | Gráfico 5.1.1. | Densidad y composición del tejido empresarial en Andalucía y España. 2019 y 2020 | 110 |
| Gráfico 2.6.11. | Acceso a infraestructuras físicas y de servicios: comparación regional | 89 | Gráfico 5.2.1. | Distribución territorial de empresas start-ups (2015-2020) | 111 |
| Gráfico 2.6.12. | Normas sociales y culturales: comparación regional | 90 | Gráfico 5.3.1. | Gasto interno en actividades de I+D por Comunidades Autónomas (2019) | 112 |
| Gráfico 2.7.1. | Comparativa del índice NECI entre la UE, España y sus Comunidades/ Ciudades Autónomas en 2020 | 91 | Gráfico 5.3.2. | Personal dedicado en las empresas a actividades de I+D por Comunidades Autónomas (2019) | 112 |
| Gráfico 3.1.1. | Financiación | 93 | Gráfico 5.4.1. | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por el tamaño en empleo de sus iniciativas emprendedoras | 113 |
| Gráfico 3.2.1. | Políticas gubernamentales | 94 | Gráfico 5.4.2. | Distribución de los emprendedores consolidados por el tamaño en empleo de sus iniciativas emprendedoras | 114 |
| Gráfico 3.3.1. | Programas gubernamentales | 95 | | | |
| Gráfico 3.4.1. | Educación y formación en creación de empresas | 96 | | | |
| Gráfico 3.5.1. | Transferencia de I+D | 97 | | | |
| Gráfico 3.6.1. | Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales | 97 | | | |
| Gráfico 3.7.1. | Apertura del mercado | 98 | | | |
| Gráfico 3.8.1. | Acceso a infraestructuras físicas | 99 | | | |
| Gráfico 3.9.1. | Normas culturales y sociales | 100 | | | |

| | | | | | |
|-----------------------|--|-----|-----------------------|---|-----|
| Gráfico 5.4.3. | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por el tamaño de empleo esperado a 5 años | 115 | Gráfico 5.7.4. | Año de creación de las iniciativas emprendedoras universitarias activas | 125 |
| Gráfico 5.4.4. | Distribución de los emprendedores consolidados por el tamaño de empleo esperado 5 años | 115 | Gráfico 5.7.5. | Porcentaje de iniciativas emprendedoras activas de los universitarios creadas principalmente por la pandemia COVID-19 | 126 |
| Gráfico 5.4.5. | Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener más de 5 empleados en los próximos 5 años. Comparativa internacional | 116 | Gráfico 5.7.6. | Intenciones de los estudiantes universitarios de crear un negocio al término de sus estudios y cinco años después de completar sus estudios | 126 |
| Gráfico 5.5.1. | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por el nivel tecnológico | 117 | Gráfico 5.7.7. | Porcentaje de estudiantes universitarios que planean crear un negocio motivados principalmente por la pandemia COVID-19 | 127 |
| Gráfico 5.5.2. | Distribución de los emprendedores consolidados por el nivel tecnológico | 117 | Gráfico 5.7.8. | Grado en el que los estudiantes universitarios han recibido formación emprendedora | 128 |
| Gráfico 5.5.3. | Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con niveles tecnológicos altos medios. Comparativa internacional | 118 | | | |
| Gráfico 5.5.4. | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por innovación en productos/servicios | 118 | | | |
| Gráfico 5.5.5. | Distribución de los emprendedores consolidados por innovación en productos/servicios | 119 | | | |
| Gráfico 5.5.6. | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por innovación en procesos | 120 | | | |
| Gráfico 5.5.7. | Distribución de los emprendedores consolidados por innovación en procesos | 120 | | | |
| Gráfico 5.6.1. | Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) por orientación internacional | 121 | | | |
| Gráfico 5.6.2. | Distribución de los emprendedores consolidados por orientación internacional | 122 | | | |
| Gráfico 5.6.3. | Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con más del 25% de los ingresos procedentes del extranjero. Comparativa internacional | 122 | | | |
| Gráfico 5.7.1. | Tasa de emprendimiento naciente de los estudiantes universitarios | 123 | | | |
| Gráfico 5.7.2. | Tasa de emprendimiento activo de los estudiantes universitarios | 124 | | | |
| Gráfico 5.7.3. | Número de socios de los emprendedores universitarios activos | 125 | | | |

Patrocinadores

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



GEM Cádiz



GEM Córdoba



GEM Granada



GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



Colaboración especial

Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia




GEM Navarra



GEM País Vasco





Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Su análisis e interpretación es responsabilidad de los autores.

© Global Entrepreneurship Research Association
Global Entrepreneurship Monitor. Andalucía.
ISSN 1988-821X



Global
Entrepreneurship
Monitor

Informe

GEM

Andalucía

2020/2021



Junta de Andalucía

Consejería de Transformación económica,
Industria, Conocimiento y Universidades