

ISSN 2695-6845

INFORME GEM MÁLAGA 2020/21



Global
Entrepreneurship
Monitor

RED GEM ANDALUCÍA/ESPAÑA

Rafael Ventura Fernández
Sofía Louise Martínez-Martínez



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Ayuntamiento
de Málaga



Cátedra de
Emprendimiento
Sostenible



Global Entrepreneurship Monitor. Málaga

ISSN 2695-6845 [edición electrónica]

© Los autores

Director: Rafael Ventura Fernández

Coordinadora: Sofía Louise Martínez-Martínez

Autores: Rafael Ventura Fernández

Sofía Louise Martínez-Martínez

(Universidad de Málaga)

Edita: UMA Editorial

Maquetación: Carmen M^a Andrade García

Colabora la Universidad de Málaga y el Ayuntamiento de Málaga

a través de la Sociedad Municipal Promálaga.

2021 Málaga (España)

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME **GEM** MÁLAGA 2020/21

<http://www.gem-spain.com/informes-regionales/>



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Ayuntamiento
de Málaga



PROMÁLAGA



Cátedra de
Emprendimiento
Sostenible



RED GEM
ESPAÑA
OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO



GEM



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO
enisa

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2020/21

NACIONAL

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

ANDALUCÍA

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Carmen Camelo Ordaz José Manuel Sánchez Vázquez Juan Pablo Diáñez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal	Universidad de Cádiz Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades
Equipos Provinciales		
Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Junta de Andalucía

Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Virués Vega Juan Pablo Diáñez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz
Universidad Loyola	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández Joaquín García-Tapia Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola
Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada
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
Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez-Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga, Promálaga, Cátedra de Emprendimiento Sostenible
Universidad Pablo de Olavide	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Aida del Cubo	Universidad Pablo de Olavide, INNLAB
Universidad de Sevilla	Antonio Carmona Lavado Inmaculada Jaén Figueroa Ana Pérez Luño Elena Sousa José Fernández Serrano	Universidad de Sevilla, PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)

ARAGÓN

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

ASTURIAS

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Co-Director GEM-Asturias)	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo
	Manuel González Díaz (Co-Director GEM-Asturias)	
	Begoña Cueto Iglesias	Caja Rural de Asturias
	María Mitre Aranda	
	Virginia Barba Sánchez	
	Matías Mayor Fernández	

BALEARES

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares)	Institut de Innovació Empresarial - Govern Balear
	María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares)	
	Bartolomé Deyá Tortella	Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius
	Francina Orfila Sintés	
	César Llorente López	
	Joan Garau Vadell	Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears
	M. Vanessa Díaz Moriana	
	Marco Antonio Robledo Camacho	

CANARIAS

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias)	Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo
	Alicia Bolívar Cruz	
Universidad de La Laguna	Alicia Correa Rodríguez	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
	Ana L. González Pérez	
	Carmen Inés Ruiz de la Rosa	
	Desiderio García Almeida	Universidad de La Laguna
	Desiderio Gutiérrez Taño	
	Domingo Verano Tacoronte	
	Francisco J. García Rodríguez	
	Esperanza Gil Soto	
	Pino Medina Brito	
	Silvia Sosa Cabrera	

CANTABRIA

Institución	Miembros	Colaboradores
Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria)	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Industria, Turismo, Innovación, Transporte y Comercio
	Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria)	
	Andrea Pérez Ruiz	Santander Universidades
	Carlos López Gutiérrez	
	Estefanía Palazuelos Cobo	
	Javier Montoya del Corte	
	Lidia Sánchez Ruiz	
	Elsa Díez Busto	

CATALUÑA

Institución	Miembros	Colaboradores
Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)	Universitat Autònoma de Barcelona
	Enric Genescà	
	Joan Lluís Capelleras	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç
Marc Fíguls		
Universitat Autònoma de Barcelona	Teresa Obis	Generalitat de Catalunya Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona

CASTILLA LA MANCHA

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M.ª Ruiz Palomo	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	Mariano Nieto Antolín (Co-Director GEM-Castilla y León)(†) Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos Daniel Alonso Martínez José Luis de Godos Díez	Universidad de León

CEUTA

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Ariza (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez	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	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) 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	Fundación para el Conocimiento Madrid Comunidad de Madrid Universidad Autónoma de Madrid

COMUNIDAD VALENCIANA

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) 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	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	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) M.ª de la Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos) J. Carlos Díaz Casero Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Nuria Ramos Vecino Roberto Alejandro Hernández Renner	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
Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López Emilio Ruzo Sanmartín David Rodeiro Pazos Marta Portela Maseda Jacobó Feás Vázquez Nuria Calvo Babío Lucía Rey Ares Alberto Vaquero García Pilar Piñeiro García Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema	Universidade de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia)
Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Norberto Penedo Rey Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández	

LA RIOJA

Institución	Miembros	Colaboradores
Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Domínguez Ortega (Coordinador Técnico GEM-Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Andrés Morales José Eduardo Rodríguez Oses Lara Mata	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	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Ana María Bojica Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo Rocío Llamas Sánchez	Universidad de Granada

MURCIA

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Co-Directora GEM-Murcia) Antonio Aragón Sánchez (Co-Director GEM-Murcia) 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	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	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra-CEIN
Universidad de La Rioja	Raquel Orcos Sánchez	
King's College London (UK)	Víctor Martín Sánchez	

PAÍS VASCO

Institución	Miembros	Colaboradores
Universidad del País Vasco UPV/EHU	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco)	Universidad del País Vasco
Deusto Business School	José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)	Universidad de Deusto
Mondragón Unibertsitatea	Aimar Basañez Zulueta	Mondragon Unibertsitatea
Universidad del País Vasco UPV/EHU	David Urbano	Grupo Spri Taldea
Deusto Business School	Iñaki Peña	Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras
Universitat Autònoma de Barcelona	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 Opinometre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España

INVESTIGADORES DEL EQUIPO GEM MÁLAGA

Profesor Titular de Universidad en el área de Organización de Empresas, adscrita al Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga (UMA). Ha sido profesor visitante en la Universidad Técnica de Delft (Holanda) y la Universidad de Estocolmo (Suecia). Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (1993) y Doctor en Administración y Dirección de Empresas (2000) por la Universidad de Málaga. Igualmente obtiene el título de Máster en Comunicación Empresarial por la Escuela de Organización Industrial (1997).

Ha recibido la distinción de Premio Extraordinario de Doctorado y Premio Spin Off por la Universidad de Málaga. Ha ocupado el cargo de Director de Secretariado de Innovación y Emprendimiento de la Universidad de Málaga (2013-15) y desde enero de 2016 ocupa el cargo de Vicerrector de Innovación Social y Emprendimiento de la Universidad de Málaga, asumiendo la dirección de las políticas de empleabilidad y emprendimiento de la institución universitaria. Actualmente es director de la Cátedra de Emprendimiento Sostenible y del Master en Liderazgo, Innovación y Emprendimiento de la Universidad de Málaga. Pertenece al Comité organizador de congresos y foros centrados en la transferencia y el emprendimiento de base universitaria como Transfiere o Smart Agrifood Summit.

Su actividad investigadora se ha desarrollado en los campos de la creación de empresas de base universitaria, la innovación en modelos de negocio, la innovación y emprendimiento social, la economía de la cultura y las nuevas formas organizativas derivadas de las tecnologías de la información y la comunicación.



Rafael Ventura Fernández

Director del Equipo GEM en Málaga

rventura@uma.es

[/rventura/](https://www.linkedin.com/in/rventura/)



Sofía Louise Martínez Martínez

Investigadora del Equipo GEM en Málaga

sofia.martinez@uma.es

[/sofia-louise-martinez/](https://www.linkedin.com/in/sofia-louise-martinez/)

Contratada predoctoral FPU del Departamento de Economía y Administración de Empresas e Investigadora de la Cátedra de Emprendimiento Sostenible de la Universidad de Málaga. Graduada en Administración y Dirección de Empresas y Graduada en Derecho por la Universidad de Málaga (2018). Ha obtenido el título de Máster en Sociología Aplicada (2019) y actualmente es doctoranda del Programa de Doctorado de Economía y Empresa de la UMA. Ha desarrollado estancias en la Universidad Technische Hochschule Georg Simon Ohm de Nürnberg (Alemania) y en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Bilingüe en sueco.

Experiencia en el desarrollo de actividades para la promoción del espíritu emprendedor, la transferencia de resultados de investigación y la creación de empresas de base tecnológica. Es organizadora principal de los Foros University-Business Ecosystem y ha sido coordinadora en Málaga del Programa Internacional de Emprendimiento Explorer, a través del Parque Tecnológico de Andalucía. Su actividad investigadora se desarrolla en torno a diversos aspectos del fenómeno emprendedor. En especial, el paradigma de Universidad Emprendedora, la creación de empresas spin-off universitarias, las competencias emprendedoras, el capital social o la cultura emprendedora.

ÍNDICE

Prólogo GEM MÁLAGA 2020/21	16
El Informe GEM Málaga	18
Resumen ejecutivo	20
Balanced Scorecard	24
BSC: perspectiva de resultados	25
BSC: perspectiva de stakeholders.....	26
BSC: perspectiva de procesos internos.....	28
BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento	30
CAPÍTULO 1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN MÁLAGA	34
1.1.Potencial emprendedor.....	38
1.2.Actividad emprendedora	39
1.2.1.La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA).	40
1.2.2. Empresas nacientes	43
1.2.3. Empresas nuevas.....	44
1.3.Dinámica emprendedora	45
1.3.1.Consolidación empresarial.....	45
1.3.2.Abandono o cierre de actividad.....	46
CAPÍTULO 2. OPORTUNIDADES, CAPACIDADES, MOTIVACIONES Y CONDICIONANTES SOCIALES PARA CREAR EMPRESAS EN MÁLAGA	52
2.1.Percepción de Oportunidades.....	53
2.2.Motivaciones para emprender	54
2.3.Capacidades para emprender	56
2.4.Condicionantes sociales de las motivaciones emprendedoras	57
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO EN MÁLAGA	66
3.1.Valoración detallada de las condiciones del entorno emprendedor.....	67
3.1.1.Financiación.....	68
3.1.2. Políticas gubernamentales	70
3.1.3. Programas gubernamentales.....	71

3.1.4. Educación y formación emprendedora.....	72
3.1.5. Transferencia de I+D.....	73
3.1.6. Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	74
3.1.7.Dinámica del mercado interno	75
3.1.8. Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	76
3.1.9. Normas sociales y culturales	77
3.2.Análisis comparado de los factores del entorno para el emprendimiento.....	78
3.2.1.Influencia relativa de los factores del entorno en el fenómeno emprendedor.....	78
3.2.2.NECI, Índice sintético de Contexto del Emprendimiento	84
3.3.Percepción de los expertos de Málaga sobre el ecosistema emprendedor en la COVID-19.....	86

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS INFOGRÁFICO DE LA ACTIVIDAD Y LA DINÁMICA EMPRENDEDORA DE LA CIUDAD DE MÁLAGA	90
---	----

CAPÍTULO 5.CONCLUSIONES	94
--------------------------------------	----

CAPÍTULO 6.RESUMEN METODOLÓGICO Y FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO	98
6.1.Encuesta a la población adulta (APS).....	99
6.2.Encuesta a expertos (NES).....	104

ANEXO 1. Glosario de términos	106
--	-----

ANEXO 2. Índice de tablas	107
--	-----

ANEXO 3. Índice de ilustraciones	108
---	-----

ANEXO 4. Incubadoras y aceleradoras en la ciudad de Málaga	111
---	-----

Equipos y patrocinadores de la RED GEM España 2020/21	112
--	-----

Patrocinadores provinciales de GEM Málaga	114
--	-----

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

PRÓLOGO GEM MÁLAGA 2020/21

La provincia de Málaga y el ecosistema emprendedor que se está creando en su ámbito, destacan en Andalucía y España por su dinamismo. Las relaciones y características del conjunto de los agentes de dicho ecosistema, las especificidades de la provincia, su capital humano y la labor que su universidad viene desarrollando desde hace años, están construyendo un modelo de referencia para muchos otros territorios.

Esa dinámica que se recoge en el análisis comparado que ofrece el Observatorio del Emprendimiento de España y en los datos de la red GEM de Andalucía se refleja en una mayor tasa de actividad emprendedora, por encima de la media de España y de Andalucía en los últimos años.

Por tercer año consecutivo el equipo de la Universidad de Málaga presenta su Informe GEM. Los datos que aportan son una importante fuente para conocer mejor el comportamiento de la sociedad malagueña ante el fenómeno emprendedor y la composición y valoración de las condiciones estructurales del entorno para la creación de empresas. La información que ofrece es una poderosa herramienta para la gestión del territorio, para las instituciones y para los agentes económicos. El método y rigor en la medición de las principales variables que condicionan los procesos de creación de empresas, del comportamiento de las condiciones del entorno, de su valoración por un cualificado panel de expertos, hacen que el Informe sea útil para investigar y profundizar en el conocimiento de la realidad empresarial, especialmente en las primeras etapas de su dinámica. Pero además, su utilidad reside en ser un instrumento de reflexión que sugiere acciones a futuro y sirve para evaluar y construir políticas y programas.

La labor que Rafael Ventura, junto a la capacidad técnica de Sofía Louise Martínez y su equipo, vienen desarrollando al frente del GEM Málaga es un activo estratégico para la provincia de Málaga, para el Observatorio del Emprendimiento de España y para la red GEM de Andalucía. La constancia de Rafael y su buen hacer, su capacidad profesional y sus valores humanos son el

mejor aval para presentar este nuevo Informe anual. Es para mi un honor y una gran satisfacción poder contar con personas de esta valía en nuestra red GEM de Andalucía. Enhorabuena por la realización de este nuevo Informe.

José Ruiz Navarro

Director del Observatorio del Emprendimiento
de España RED GEM en Andalucía

EL INFORME GEM MÁLAGA

Durante el año 2021, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha permitido conocer el impacto de una pandemia global en cada una de las economías donde los equipos GEM han analizado la actividad y dinámica emprendedora. El uso de una metodología única para analizar la realidad de la creación de empresas ha resultado especialmente útil para evaluar el impacto de la crisis sanitaria en términos comparativos entre territorios y en un escenario extraordinario.

En el caso de nuestro país, el proyecto GEM facilita un análisis a nivel nacional y en cada una de las comunidades autónomas. El equipo GEM Málaga se sumó al proyecto internacional en el año 2018 con el objetivo de añadir la provincia a las zonas geográficas participantes con un análisis propio y aportar información, en términos absolutos y relativos, del emprendimiento en Málaga. La tercera edición del Informe GEM Málaga tiene el valor añadido de aportar datos sobre el efecto diferencial de la crisis sanitaria en la provincia y en comparación con otras economías. La investigación realizada permite extraer conclusiones sobre el impacto de la pandemia y la capacidad de resiliencia de la economía en Málaga.

Es especialmente importante destacar en esta edición la fecha de recogida de los datos que han sido utilizados en el análisis. La metodología GEM plantea dos procesos de recogida de información que se utilizan para valorar el fenómeno emprendedor en una determinada economía. Por un lado, la Encuesta a la Población Adulta con edad comprendida entre 18 y 64 años (Adult Population Survey, APS) facilita la medición de la actividad y dinámica emprendedora de la población, así como su percepción sobre las oportunidades, capacidades, motivaciones y condicionantes sociales para emprender. Por otro lado, la Encuesta Nacional a Expertos (National Experts Survey, NES) permite una valoración cualificada de la calidad de las condiciones del entorno para la creación de empresas. Los datos analizados en el Informe GEM Málaga 2020/21 han sido obtenidos en dos fechas diferentes del año 2020. La APS fue realizada en el mes de octubre y la consulta a expertos tuvo lugar en el mes de julio de 2020. Ambas fechas se refieren a periodos de una máxima incertidumbre y baja actividad económica. Esta información es de suma importancia para interpretar los resultados del presente informe.

El Informe GEM Málaga 2020/21 presenta como novedad la incorporación de un análisis específico de la capital de Málaga. En este sentido, se ha realizado un trabajo de campo independiente y una encuesta adicional centrada únicamente en la población que reside en la capital. La ampliación del estudio resulta posible gracias a la financiación del Ayuntamiento de Málaga, a través de la

sociedad municipal Promálaga, en el marco de la Cátedra de Emprendimiento Sostenible de la Universidad de Málaga.

El documento presenta la estructura típica de los informes GEM. Hay un primer bloque de información en el que se recoge de manera sintetizada los principales datos obtenidos sobre la provincia de Málaga. El Resumen Ejecutivo y el Balanced Scorecard muestran la información más relevante contenida en el Informe. Un segundo bloque contiene el análisis de la actividad y dinámica emprendedora de la provincia de Málaga diferenciando las distintas etapas del proceso emprendedor: intención de emprender, empresas nacientes, empresas nuevas y consolidación empresarial o abandono y cierre efectivo. En este bloque se interpretan las distintas métricas referidas a la acción emprendedora en términos relativos con respecto a otras áreas geográficas y en términos históricos en relación con años anteriores. El tercer bloque analiza las percepciones de la población sobre cuatro elementos que condicionan la actitud emprendedora: la percepción de oportunidades, la percepción de las propias capacidades para emprender, las motivaciones para la creación empresarial y los condicionantes sociales o culturales que afectan al emprendimiento. Un cuarto bloque está dedicado a reflejar la opinión de los expertos consultados sobre las características contextuales de la provincia de Málaga como espacio para la creación de empresas. Se consideran nueve dimensiones diferentes y se interpretan como factores inhibidores o favorecedores del emprendimiento. El quinto bloque es original con respecto a anteriores informes, y recoge la información principal referida a la capital de Málaga. Se representan los resultados obtenidos de la encuesta a la población adulta, válida para estimar la actividad y dinámica emprendedora en la capital. Un último bloque de información consiste en la descripción de los espacios existentes en la ciudad de Málaga para la incubación de empresas. Además, el Informe recoge un capítulo metodológico que permite conocer los detalles de la recogida de datos y la calidad de la información que se utiliza en la investigación.

El equipo GEM Málaga agradece la colaboración a los treinta y seis expertos que han participado en la presente edición, a las incubadoras y aceleradoras que han compartido la información sobre sus infraestructuras y, de manera especial, al Ayuntamiento de Málaga y a la sociedad municipal PROMÁLAGA por su apoyo y confianza.

RESUMEN EJECUTIVO

El contenido del Informe GEM Málaga 2020/21 permite destacar la siguiente información en relación a la actividad y dinámica emprendedora de la provincia de Málaga (MP) y Málaga capital (MC), así como su valoración como contexto para la creación de empresas y el emprendimiento:

- El 8,1% de la población de MC manifiesta tener intención de poner en marcha una nueva iniciativa empresarial en los próximos tres años. Esta cifra es similar a la correspondiente a MP (8,3%) y supera en 1,1 puntos la registrada tanto a nivel andaluz como nacional. La tasa de población potencialmente emprendedora de MP aumenta con respecto al año 2019 (6,9%), siendo esta tendencia contraria a la observada en Andalucía y España.
- La tasa de actividad emprendedora en MC alcanza el 7%, porcentaje superior al observado en MP (6,1%), Andalucía (4,9%) y España (5,2%). Al igual que en el conjunto de comunidades autónomas, la TEA registrada en el año 2020 en MP es inferior a la observada en el año 2019. En términos relativos, MP destaca favorablemente sobre la mayoría de comunidades autónomas.
- La TEA correspondiente a la población de mujeres en MP presenta una caída importante con respecto al año 2019, alcanzando solo el 3,5%.
- El porcentaje de la población de MC que participa en la propiedad y gestión de empresas nacientes es el 3%. Este porcentaje supera al registrado en MP (2,9%), Andalucía (2,3%) y España (2,4%), así como al observado en la provincia de Málaga en el año 2019 (2,3%).
- El 4% de la población de MC participa en la propiedad y gestión de una empresa nueva o con una antigüedad superior a tres e inferior a 42 meses. Este dato es más bajo en MP (3,2%), en la comunidad autónoma andaluza (2,6%) y en España (2,8%). El valor observado en MP es inferior al registrado en el año 2019 (4,5%).
- En la provincia de Málaga la tasa de consolidación empresarial alcanza el 9,4%, una cifra superior a la registrada en MC (6,5%), Andalucía (6,4%) y España (6,7%). A nivel nacional, sólo las ciudades de Ceuta y Melilla, y la comunidad autónoma de Aragón presentan un valor más elevado que MP. El dato provincial de 2020 supera en un punto el correspondiente a 2019.
- MP ha pasado de una tasa de abandono o cierre de 1% en 2019 a 2,5% en 2020. Este valor referido a Andalucía y España no ha experimentado una subida tan significativa, manteniéndose en niveles muy similares a los registrados en el año 2019, y al propio de MC (1%).
- Un 20,8% de la población de Málaga afirma que ha percibido oportunidades para emprender, cifra muy similar a la observada en MC (20,4%). Este porcentaje es únicamente superado por el registrado en la ciudad de Melilla (28,5%), y es mayor al referido a Andalucía (17,4%) y España (16,5%). Sin embargo, el valor registrado en el año 2019 alcanzaba el 39%, apreciándose un efecto negativo debido al escenario provocado por la pandemia.
- El 74,7% de la población de MC considera que la motivación para emprender está relacionada con la necesidad de obtener una renta debido a las condiciones del mercado de trabajo y las dificultades para la búsqueda de empleo. Este porcentaje es el 66,9% en el caso de MP y supera la cifra correspondiente al año 2019 (53,2%).
- El porcentaje de la motivación que responde a la continuidad de un negocio familiar en MC es el 33%. Esta cifra es el 20,5% en MP, un valor superior al dato observado para este tipo de emprendimiento en el año 2019 (14,2%).
- En MC, el 34,7% del emprendimiento responde a la motivación de crear nuevo valor económico y social y alcanzar una renta alta, y el 38,2% de las iniciativas se originan con el deseo de marcar una diferencia en el mercado, propio de un proyecto innovador (38,2%). Estas cifras son superiores a las registradas en MP (10,7% y 38%, respectivamente). Los valores provinciales son sensiblemente inferiores a los correspondientes al año 2019: 72,6 y 49 por ciento.
- El 55,4% de la población de MC y el 54,4% de la población de MP considera tener las competencias requeridas para emprender, siendo esta cifra el 52,5% en Andalucía y el 51,9% en España. Este valor continúa una tendencia favorable.
- El 61,7% de la población consultada en MC y el 66,6% en MP reconoce que el miedo al fracaso es un obstáculo para que crear una empresa. Estos datos son similares a los registrados a nivel nacional (64%) y andaluz (63,5%). El notable incremento de la relevancia que tiene el miedo al fracaso se contextualiza en el periodo de crisis pandémica y se traduce en una mayor aversión al riesgo asociado a emprender en un contexto de máxima incertidumbre.

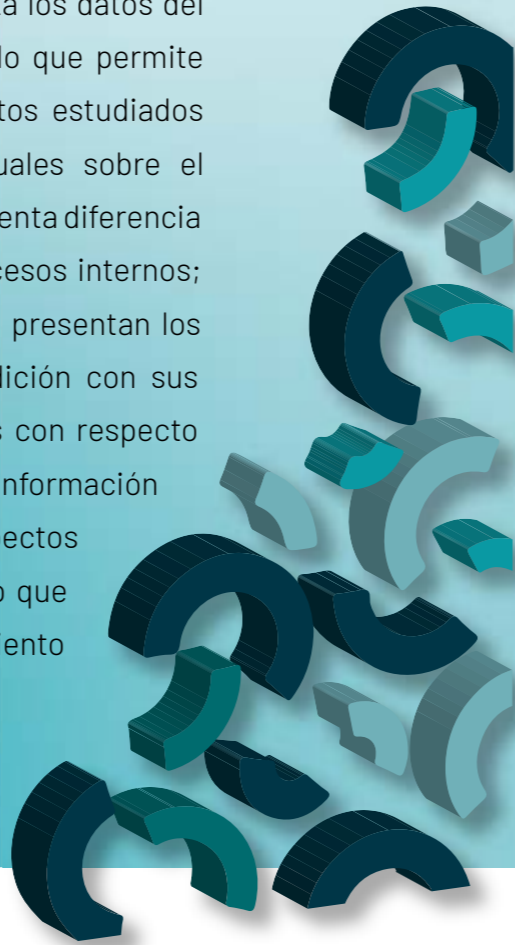
- El 61,7% de la población consultada en MC está de acuerdo con que la mayoría de la gente considera que crear una empresa es una opción profesional deseable. MC registra un dato superior al referido a MP (57,3%), Andalucía (55,8%) y España (54,9%).
- En MC 64,1% de la población consultada opina que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus socioeconómico. Este dato es elevado en términos comparativos con otras zonas de nuestro país, y superior a MP (62%), la comunidad autónoma de Andalucía (62,2%) y al dato registrado a nivel nacional (59,1%).
- Un 53,4% de la población de MC considera que existe un adecuado tratamiento del emprendimiento en los medios de comunicación. Este porcentaje es similar al registrado en MP (52,4%) y superior al porcentaje que corresponde con Andalucía (49,7%) y con el conjunto del país (50,4%).
- Los aspectos del entorno que favorecen y que obstaculizan la creación de empresas son similares en Málaga, Andalucía y España.
- Las dimensiones del entorno que merecen una valoración diferencial con respecto a Europa, España y Andalucía son las infraestructuras, tanto físicas y comerciales, la oferta y adecuación de los programas de apoyo al emprendimiento y el conjunto de normas y valores compartidos por la población.
- En Málaga no se aprecian ámbitos en los que la valoración sea significativamente inferior al resto de las zonas comparadas y que pudieran representar un factor diferencial negativo para la provincia. En este sentido, la valoración de la financiación para el emprendimiento mejora en términos comparativos.
- Los expertos consideran que en Málaga las medidas tomadas por las empresas nuevas y crecientes y el gobierno han respondido de manera favorable a las consecuencias económicas de la COVID-19. La mayoría de las cuestiones analizadas obtienen puntuaciones por encima de las registradas en Andalucía. A nivel provincial se destacan medidas empresariales como la promoción del teletrabajo, el ajuste en la oferta de productos y servicios, la innovación en los negocios y el compromiso con las necesidades y desafíos sociales derivados de la pandemia.

- El NECI de la provincia alcanza un valor de 4,9%, una décima por encima del valor obtenido en 2019. Esta cifra es superior a la registrada en Andalucía (4,5%), España (4,7%) y la UE (4,6%). En términos comparativos con las distintas regiones, el NECI de Málaga solo es superado por la Comunidad Valenciana, Murcia, País Vasco, La Rioja y Cataluña. En el ámbito de la UE, el dato de Málaga también ocupa una posición relativa favorable. Su cifra coincide con la de Alemania y se encuentra por encima de países como Austria o Suecia.



BALANCED SCORECARD

El Balanced Scorecard (BSC)¹ es una herramienta de planificación estratégica que posibilita la visualización sintetizada de los resultados más relevantes del Informe GEM Málaga 2020/21. El BSC presenta los datos del año 2020 en relación con los resultados del año anterior, lo que permite ver la relevancia y la evolución de cada uno de los aspectos estudiados de la dinámica emprendedora, las percepciones individuales sobre el emprendimiento y los condicionantes del entorno. La herramienta diferencia cuatro perspectivas: a) Resultados; b) Stakeholders; c) Procesos internos; d) Aprendizaje y crecimiento. Los BSC de cada perspectiva presentan los objetivos específicos, los indicadores usados para la medición con sus correspondientes descripciones y la evolución de los datos con respecto al año anterior. Esta diferenciación permite ordenar la información por categorías, facilitando la comprensión de los aspectos determinantes de la creación empresarial, al mismo tiempo que ofrece una visión de conjunto sobre el estado del emprendimiento en la provincia de Málaga.



1 El Balanced Scorecard 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

La primera perspectiva muestra los resultados del fenómeno emprendedor en Málaga en el periodo 2020 con respecto al año anterior (Tabla 1). En cuanto a la actividad emprendedora, se observa un descenso tanto de la TEA general como de la referida a la población femenina, lo que puede explicarse por la situación de incertidumbre y las condiciones socioeconómicas derivadas de la pandemia. Del mismo modo, se percibe un incremento del número de cierres empresariales con respecto al año anterior, situación también potenciada por los efectos de la COVID-19 en la economía. Destaca positivamente el incremento del número de empresas consolidadas, hecho que puede deberse a la dinámica emprendedora favorable de años anteriores.

Tabla 1. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: perspectiva de resultados.

Objetivos	Indicadores	Descripción	2019	2020	◀▶
Mayor número de emprendedores potenciales	Emprendimiento potencial	% 18-64 población, con intención de crear una empresa en los próximos tres años	6,9	8,3	+
Mayor número de emprendedores	TEA	% 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva	7,3	6,1	-
Mayor número de mujeres emprendedoras	TEA femenina	% 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva	6,7	3,5	-
Mayor número de empresas consolidadas	Empresas consolidadas	% 18-64 población, Sí: Actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses de funcionamiento	8,4	9,4	+
Menor número de cierres	Empresas que han cerrado	% 18-64 población, Sí: Ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses	1	2,5	+

BSC: PERSPECTIVA DE STAKEHOLDERS

La perspectiva de stakeholders del BSC (Tabla 2) recoge aspectos relacionados con el apoyo que el emprendimiento recibe desde el entorno próximo. Dada la importancia de la financiación en la creación y el crecimiento empresarial, esta dimensión del BSC mide la evolución del acceso a fuentes financieras y el porcentaje de inversores informales en la sociedad. En relación al primer aspecto, la valoración de los expertos de Málaga sube ligeramente con respecto al año anterior. Aun así, se detecta un menor número de personas que invierten en iniciativas emprendedoras en la provincia. El segundo objetivo de esta perspectiva, imagen positiva del emprendedor, sufre un ligero descenso en ambos componentes. Menos personas consideran el emprendimiento como una buena opción profesional, mientras que también desciende el porcentaje de la población con percepciones favorables sobre la difusión de casos de emprendimiento en medios de comunicación. Estas cifras pueden deberse a la reducción de oportunidades de creación empresarial derivadas de la situación de pandemia, en línea con los resultados arrojados por el primer elemento de la perspectiva de procesos internos: percepciones de oportunidades de negocio. Finalmente, se registra una mejora de las valoraciones que los expertos hacen sobre los programas gubernamentales de creación empresarial.

Tabla 2. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: perspectiva de stakeholders.

Objetivos	Indicadores	Descripción	2019	2020	▲
Apoyo financiero	Valoración del panel de expertos sobre las condiciones de acceso a la financiación por los emprendedores (valorado de 1 a 10)	Componente principal resumen del bloque de acceso a la financiación por parte de los emprendedores	3,8 ²	4,0	+
Apoyo financiero	Porcentaje de inversores informales en la sociedad	% 18-64 población, Sí: he prestado dinero para poner en marcha un negocio	3,7	2,9	-
Imagen positiva del emprendedor	Porcentaje de población que considera que crear una empresa es una buena salida profesional	% Sí: Empezar es una buena elección de carrera profesional	58,9	57,3	-
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	53,8	52,4	-
Mejora de programas gubernamentales	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de programas gubernamentales (valorado de 1 a 10)	Componente principal resumen del bloque de percepción de la situación de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas	6	6,2	+

2 Las valoraciones de los expertos sobre los condicionantes del entorno correspondientes al año 2019 (medidas de 1-5), se han adaptado a la escala 1-10, empleada por la metodología GEM a partir del año 2020. De esta forma se posibilitan las comparaciones entre periodos en base a valores equiparables.

BSC: PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS

Los valores relacionados con los procesos internos que llevan a la creación empresarial se reflejan en la Tabla 3. La mayoría de los aspectos reciben una evaluación favorable con respecto al año anterior. Destaca, sobre todo, el aumento del número de personas con intención de iniciar un proyecto emprendedor en los próximos 3 años, lo que denota una visión futura positiva aún en un año afectado por la pandemia. También en términos positivos destaca la valoración del estatus del emprendedor, con respecto al año 2019 aumenta el porcentaje de personas que asocia un alto estatus social al emprendimiento. Las valoraciones de los expertos también revelan un avance favorable de los procesos burocráticos necesarios para la creación empresarial. Mejoran las percepciones sobre impuestos, trámites y tiempo necesario para la puesta en marcha de un negocio. Por último, el único aspecto que empeora en términos relativos con respecto al año anterior es la detección de oportunidades en el entorno. Desciende notablemente el número de personas que perciben buenas oportunidades para crear empresas en los próximos seis meses. Dado el año objeto de estudio, este dato debe interpretarse teniendo en consideración la situación de incertidumbre provocada por la COVID-19.

Tabla 3. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: 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	39,8	20,8	-
Detección de emprendedores potenciales	Porcentaje de la población con intención futura de emprender	% 18-64 población, Sí: Espera poner en marcha un nuevo negocio en los 3 próximos años (emprendedores potenciales)	6,9	8,3	+
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	58,5	62,0	+
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 10)	Componente principal resumen del bloque de políticas gubernamentales, titulado trámites y burocracia en la creación de una empresa propia	3,8	4	+

BSC: PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

La última perspectiva hace alusión a los conocimientos, competencias y capacidades emprendedoras de la población, así como a las estrategias existentes para su fomento. Los resultados arrojados por este BSC son positivos en sus tres ámbitos (Tabla 4). La totalidad de aspectos que miden el aprendizaje y el crecimiento experimentan un aumento en 2020. Así, los expertos valoran positivamente el nivel de transferencia I+D, la coordinación entre instituciones, que hace alusión a las posibilidades de obtención de asistencia integral para la creación de empresas contactando con un solo organismo público, y la formación emprendedora. Dentro de esta última dimensión, aunque se registra una ligera mejora de la formación en creación empresarial recibida en etapas escolares y post escolares en Málaga, las cifras relativas a primaria y secundaria son bajas. De ello se extrae la necesidad de promover la educación emprendedora en etapas tempranas. Por último, también en relación con el ámbito formativo, sobresale el aumento de la autoeficacia emprendedora de la población, es decir, la percepción sobre las propias capacidades de crear y dirigir una empresa. Es el aspecto más destacado de este BSC.

Tabla 4. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: 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 10)	Componente principal resumen del bloque Transferencia Tecnológica e I+D	4,8	4,9	+
Coordinación entre instituciones	Evaluación del nivel de asistencia integral de las instituciones de promoción (valorado de 1 a 10)	Valoración de los expertos sobre si se puede obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactando con un solo organismo público	4,4	4,6	+
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria (valorado de 1 a 10)	Componente principal resumen del bloque de educación y formación emprendedora en etapa escolar	2,8	2,9	+
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en formación profesional (FP) y universidad (valorado de 1 a 10)	Componente principal resumen del bloque de educación y formación emprendedora en etapa post escolar	5,2	5,3	+
Mejoras en formación	Valoración de la población sobre su capacidad para crear y dirigir empresas	% Tiene habilidades, conocimientos para crear una nueva empresa	52,1	54,4	+



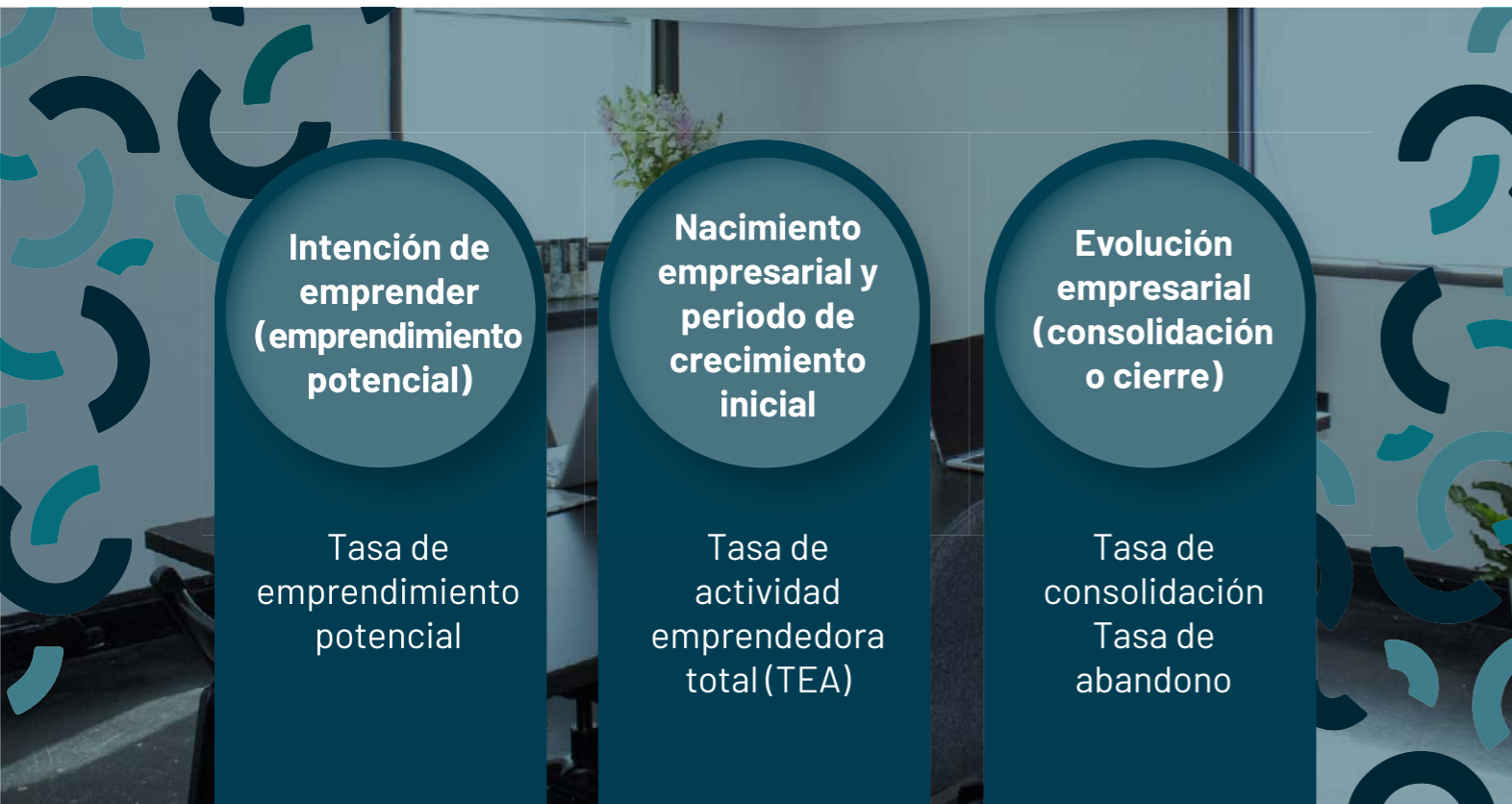
CAPÍTULO 1.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN MÁLAGA

1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN MÁLAGA

Para conocer el fenómeno emprendedor es fundamental estudiar tanto el hecho de la creación empresarial como la dinámica de las iniciativas emprendedoras a lo largo de los primeros años. En base a ello, la metodología GEM diferencia tres etapas que permiten profundizar en el proceso emprendedor, midiendo la actividad emprendedora y su evolución. Estas etapas se presentan en la Ilustración 1 y dan contenido a este primer capítulo del Informe.

Ilustración 1. Etapas de creación empresarial según la metodología GEM.



La primera etapa está referida a la intención de emprender de la población. Se considera un paso previo a la creación empresarial y, por tanto, una unidad de análisis interesante en el estudio del fenómeno emprendedor. La intención emprendedora se mide a través de la tasa de emprendimiento potencial o porcentaje de la población que manifiesta su intención de emprender en los próximos tres años. Esta cifra ayuda a estimar la actividad emprendedora futura, siendo útil en la definición de políticas para su fomento.

La segunda etapa incluye desde la creación de una nueva empresa hasta su consolidación. La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) mide el fenómeno emprendedor en una economía dimensionando de manera cuantitativa la población involucrada en procesos de creación empresarial y su gestión hasta su consolidación a los 42 meses de vida (tres años y medio). En esta segunda etapa se diferencian dos subetapas. La primera hace alusión al emprendimiento naciente y comprende las Empresas Nacientes, o empresas que acaban de constituirse y que no han llegado aún a los tres meses de vida. La segunda subetapa se refiere a las empresas que se encuentran entre los tres y los 42 meses de vida. Estas se conocen como Empresas Nuevas. Esta diferenciación permite conocer en mayor detalle la evolución de las iniciativas emprendedoras.

La tercera etapa hace referencia a la consolidación y crecimiento de la empresa. Las Empresas Consolidadas son definidas como aquéllas que superan los 42 meses de vida y mantienen su actividad. La Tasa de Consolidación se mide por el porcentaje de población adulta que está involucrada en la propiedad y gestión de empresas ya consolidadas. De la misma forma, la Tasa de abandono se refiere al porcentaje de la población que ha estado involucrada en la propiedad y gestión de empresas que han cesado su actividad. Si el cese de la actividad se produce durante los 42 primeros meses también se considera en el cálculo de la tasa de abandono o cierre efectivo³.

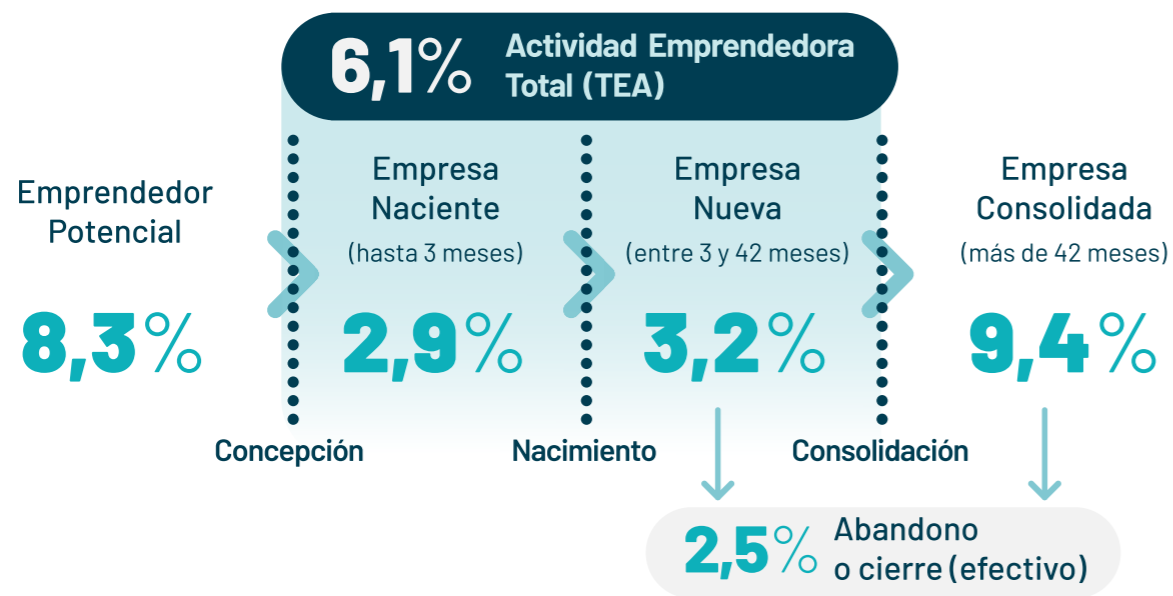
La información utilizada para analizar cada una de estas etapas y en cada territorio se obtiene mediante la encuesta realizada a una muestra de la población con edad comprendida entre 18 y 64 años (APS)⁴. El uso de la misma encuesta en cada economía objeto de análisis permite realizar estimaciones y valoraciones en términos comparativos. En el caso de la provincia de Málaga, la encuesta a una población de 500 personas se realizó en el mes de octubre del año 2020. Los detalles metodológicos están recogidos en el capítulo 5.

En este primer capítulo se analizan datos referidos a la provincia de Málaga, comparados con Andalucía y España. Las Ilustraciones 2, 3 y 4 recogen las métricas correspondientes a cada una de las etapas del proceso emprendedor, y referidas a Málaga provincia, Andalucía y España. De esta forma, se ofrece una lectura gráfica que permite conocer la dinámica emprendedora de los tres territorios en el año 2020.

³ La tasa de abandono que se refleja en este Informe hace alusión al cierre efectivo, es decir, engloba a aquellas personas que abandonan un negocio que no tiene continuidad en el tiempo ni siquiera en manos de terceras personas. Esto implica la no inclusión de los traspasos.

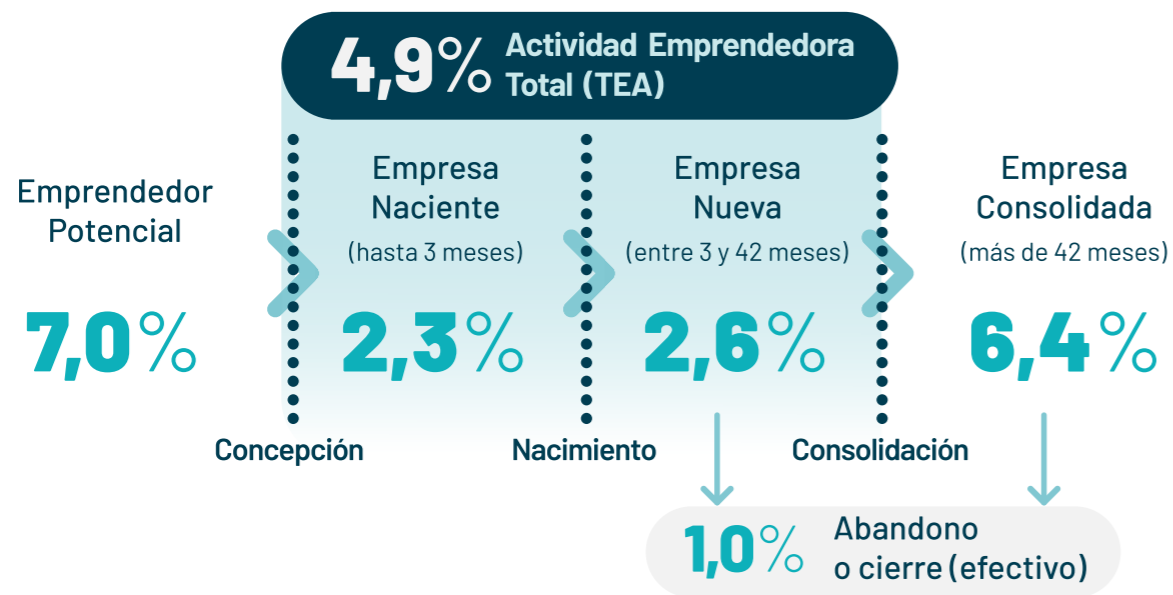
⁴ Adult Population Survey.

Ilustración 2. El proceso emprendedor en Málaga (% población 18-64 años) - 2020.



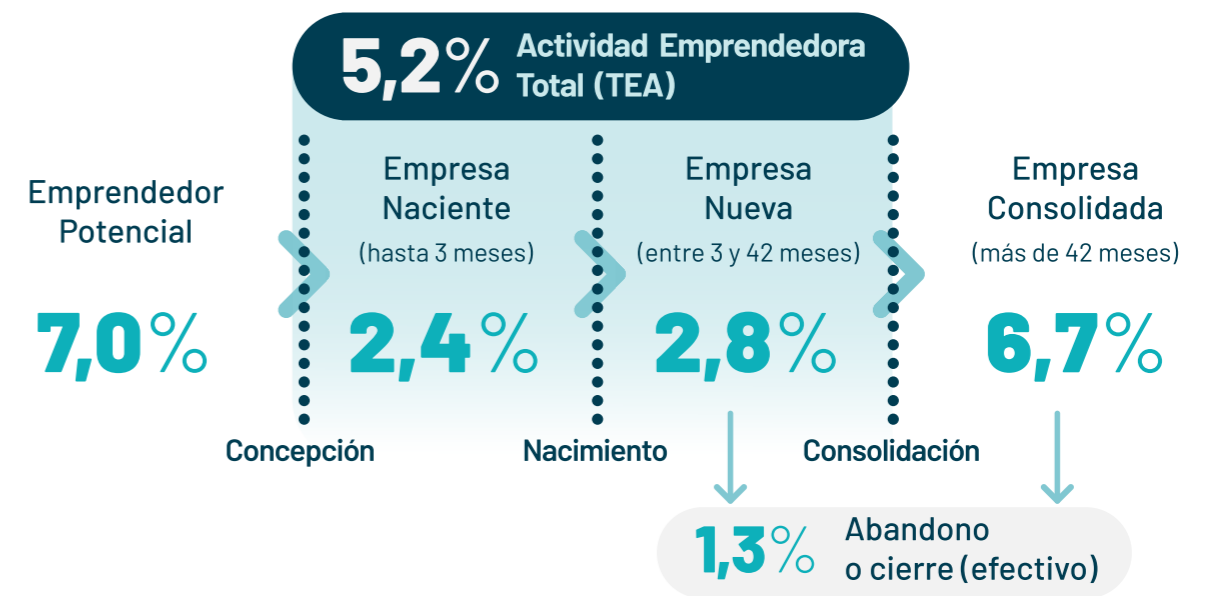
Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005).⁵

Ilustración 3. El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años) - 2020.



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005).⁶

Ilustración 4. El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años) - 2020.



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005).⁷

Tabla 5. La dinámica emprendedora en Málaga, Andalucía y España - 2020.

	Emprendedor potencial	TEA	Empresa Naciente	Empresa Nueva	Empresa Consolidada	Abandono (efectivo)
Málaga	8,3%	6,1%	2,9%	3,2%	9,4%	2,5%
Andalucía	7,0%	4,9%	2,3%	2,6%	6,4%	1,0%
España	7,0%	5,2%	2,4%	2,8%	6,7%	1,3%

La Tabla 5 sintetiza la información recogida en las Ilustraciones 2, 3 y 4, para facilitar una comparativa de los datos correspondientes a las diferentes tasas de cada una de las etapas del proceso emprendedor. Es destacable que las cifras relativas a la provincia de Málaga son superiores a las registradas en la comunidad autónoma andaluza y en el conjunto del país.

5 Reynolds, et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", Small Business Economics Vol. 24, nº 3 (april), pp. 205-231.

6 Reynolds, et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection..." op. cit., pp. 205-231.

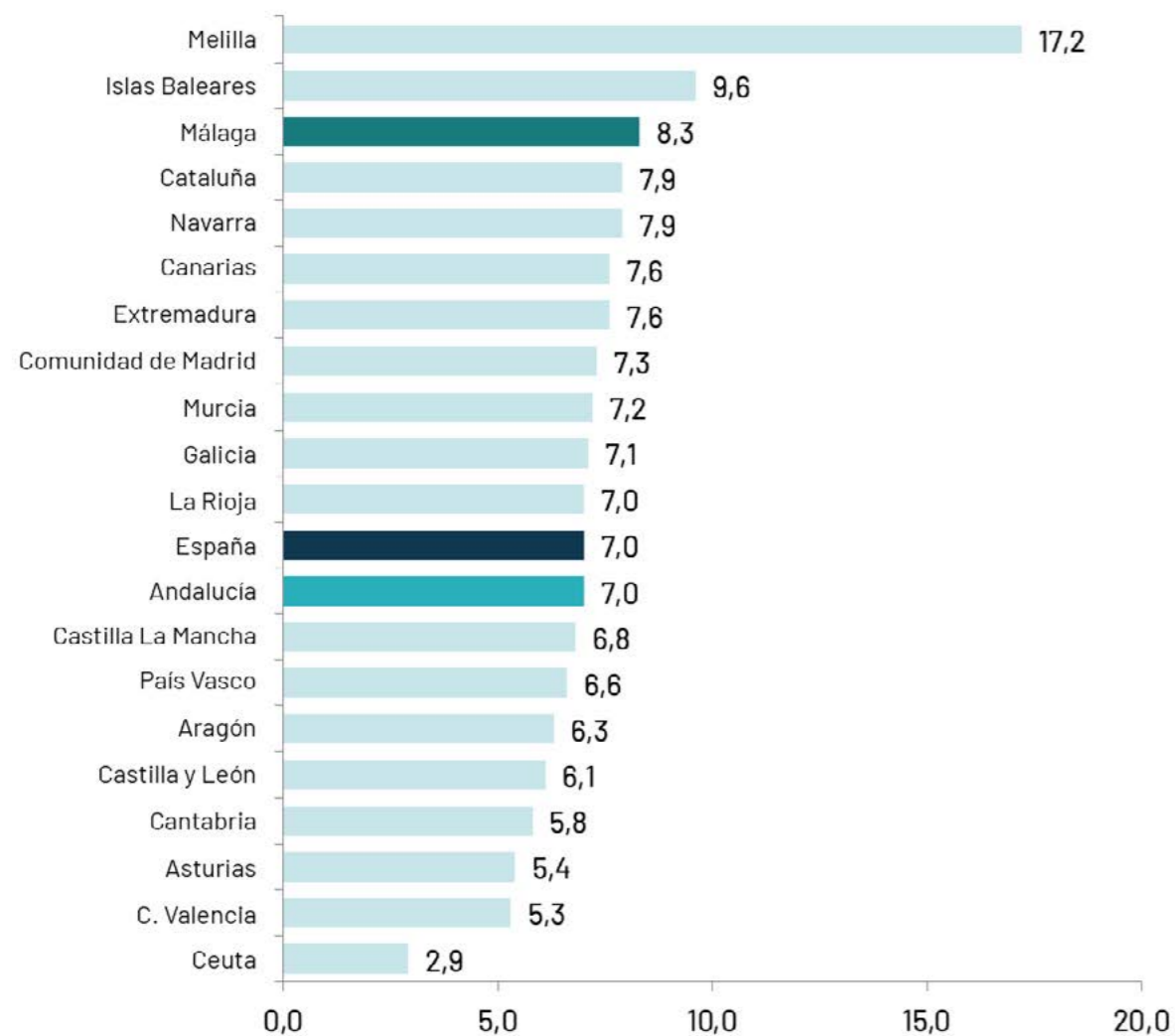
7 Reynolds et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection..." op. cit., pp. 205-231.

A continuación, cada una de las etapas se analiza de manera detallada en términos comparativos con otros territorios y atendiendo a su evolución de acuerdo a los datos disponibles de los años 2018 y 2019.

1.1. Potencial emprendedor

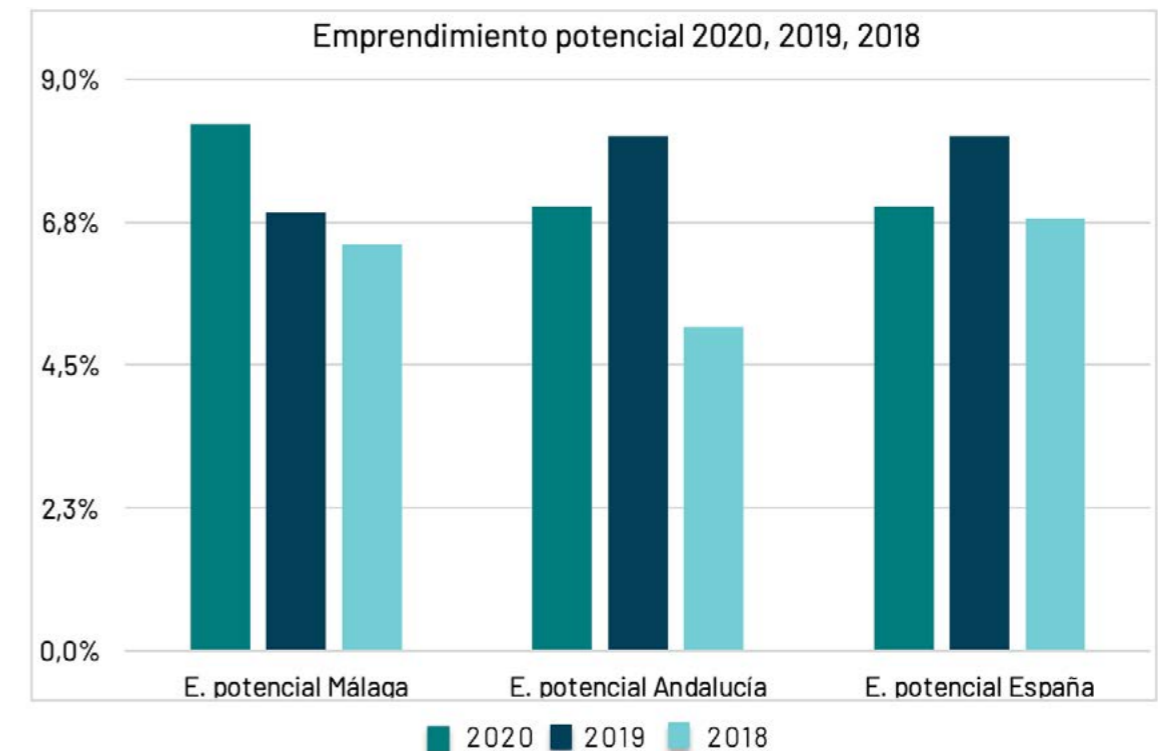
El porcentaje de la población consultada que señala que tiene intención de emprender en los próximos tres años (8,3%) supera de manera significativa el porcentaje que se observa en Andalucía y España, 7,0%. El dato registrado en Málaga es únicamente superado por el registrado en la ciudad de Melilla y las Islas Baleares (Ilustración 5).

Ilustración 5. Emprendedores potenciales en Málaga y Málaga ciudad. Comparativa autonómica y nacional - 2020.



Es destacable que la Tasa de Emprendimiento Potencial en Málaga era del 6,9% en el año 2019, cifra sensiblemente inferior a la registrada en el 2020, año afectado por un nivel de incertidumbre máximo derivado de la pandemia. Esta evolución no ha sido igual en Andalucía y España, con unas tasas de emprendimiento potencial superiores a Málaga en 2019 (8,1%) y que han experimentado una caída en el valor registrado en el año 2020 (7,0%) (Ilustración 6).

Ilustración 6. Evolución del emprendimiento potencial en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.



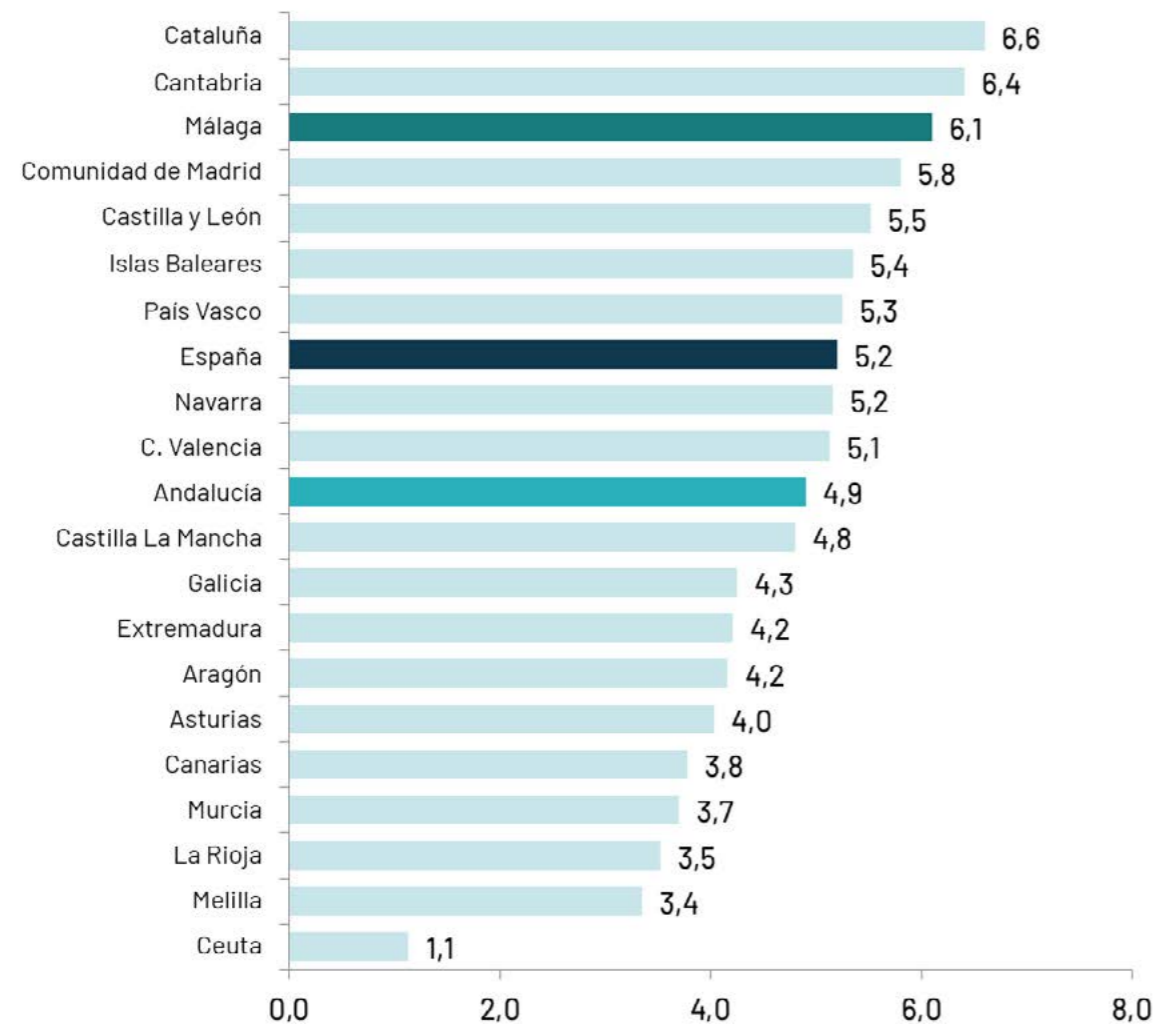
1.2. Actividad emprendedora

El nivel de emprendimiento de un territorio se mide a través de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) y refleja el porcentaje de la población que actualmente participa en la propiedad y gestión de una empresa de menos de 42 meses de vida. La TEA incluye el autoempleo, por lo que también considera los trabajadores autónomos. Para un mayor nivel de detalle se diferencia el emprendimiento naciente del que se encuentra en fase de evolución y crecimiento, así se mide la tasa de empresas nacientes (de cero a tres meses de vida) y la tasa de empresas nuevas (de tres a 42 meses). Estas dos tasas conforman la TEA.

1.2.1. La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA).

En el año 2020, la TEA de la provincia de Málaga es superior a la TEA andaluza y nacional (6,1% frente a 4,9% y 5,2%, respectivamente) (Ilustración 7). La Ilustración 7 muestra como Málaga registra una de las Tasas de Actividad Emprendedora más elevadas de España. Así, la provincia destaca sobre la mayoría de comunidades autónomas, colocándose en tercera posición con una puntuación similar a Cataluña (6,6%), Cantabria (6,4%) y Madrid (5,8%).

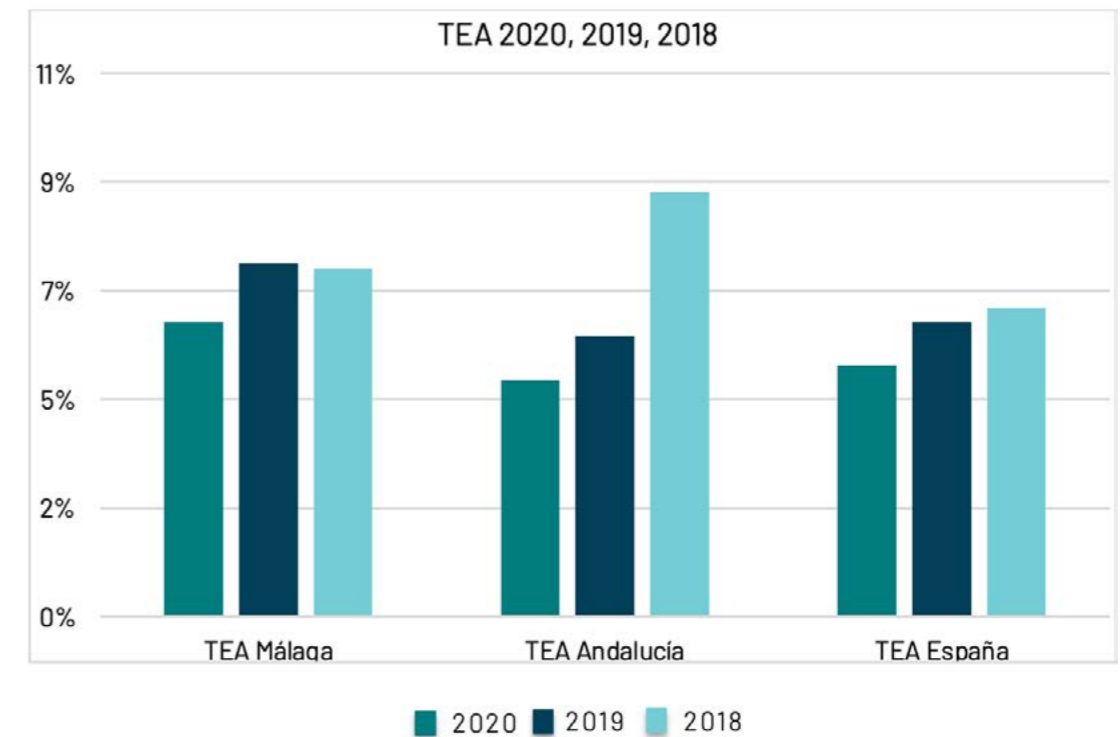
Ilustración 7. Tasa de actividad emprendedora en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.



La Ilustración 8 presenta la evolución de la TEA en Málaga, Andalucía y España en los tres últimos años. La gráfica muestra una disminución similar de la tasa en los tres territorios con respecto al año 2019. En Málaga se reduce en un 1,2% (de 7,3% a 6,1%) y en Andalucía y España en un 0,9% (de 5,8% a 4,9% y de 6,1% a 5,2%, respectivamente).

(de 5,8% a 4,9% y de 6,1% a 5,2%, respectivamente). La lectura de estos datos debe hacerse teniendo en cuenta la situación de pandemia e incertidumbre que ha caracterizado este último periodo.

Ilustración 8. Evolución de la TEA en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.



La TEA muestra el porcentaje de población de un territorio que se encuentra desarrollando una iniciativa emprendedora pero no permite conocer de forma directa el número exacto de personas emprendedoras en una región. Aun así, esta cifra puede estimarse a través de los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre la población adulta en edad activa. Para realizar la estimación se relaciona la TEA de la provincia con los datos del INE referentes al territorio y considerando la población de 18 a 64 años. Se toma esta franja de edad por ser equiparable a la considerada por la metodología GEM. Estas estimaciones son orientativas y están condicionadas por el tamaño poblacional de cada territorio, aun así, es interesante conocer los datos provinciales y el porcentaje de emprendedores con respecto a las cifras nacionales.

Los datos del INE registran 1.072.467 personas de entre 18 y 64 años residentes en la provincia de Málaga. Siendo la TEA del territorio en el mismo periodo un 6,1%, se estima la existencia de 65.420 personas emprendedoras en la provincia. En términos comparativos, a nivel nacional la población de entre 18 y 64 años asciende a 29.765.874. Así, la TEA de 5,2% arroja una estimación de 1.072.467 personas propietarias o cofundadoras de empresas nacientes o nuevas en España. De estos datos también puede extraerse que el 4,23% de los emprendedores de España se encuentran en la provincia de Málaga.

En última instancia, la TEA también se analiza desde una perspectiva de género, que permite conocer el porcentaje de hombres y mujeres involucrados en un proyecto emprendedor. La Ilustración 9 muestra la distribución de la TEA total según género, mientras que la Ilustración 10 presenta el porcentaje de hombres y mujeres de Málaga involucrados en un proyecto emprendedor en el año 2020. Los resultados muestran que aproximadamente el 30% de la TEA corresponde con iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres, mientras que el 70% son proyectos promovidos por hombres. En términos generales, en el año 2020 en Málaga el 3,5% de mujeres de 18 a 64 años se encuentran emprendiendo, frente al 8,7% de hombres.

Ilustración 9. Distribución TEA de Málaga según género - 2020.

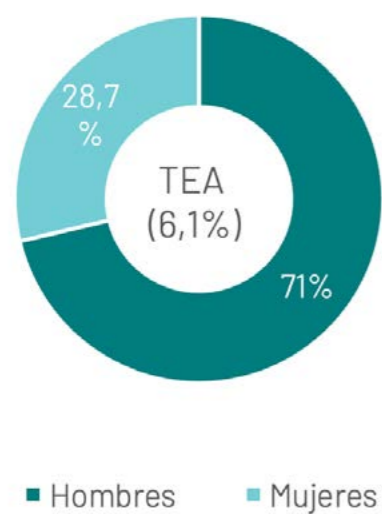
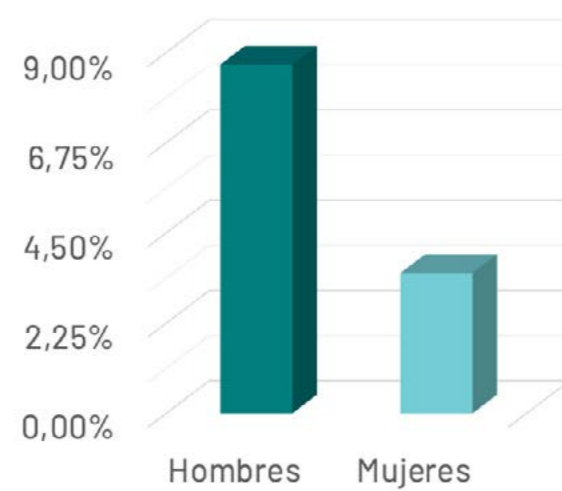


Ilustración 10. Porcentaje de hombres y mujeres involucrados en una actividad emprendedora en Málaga - 2020.

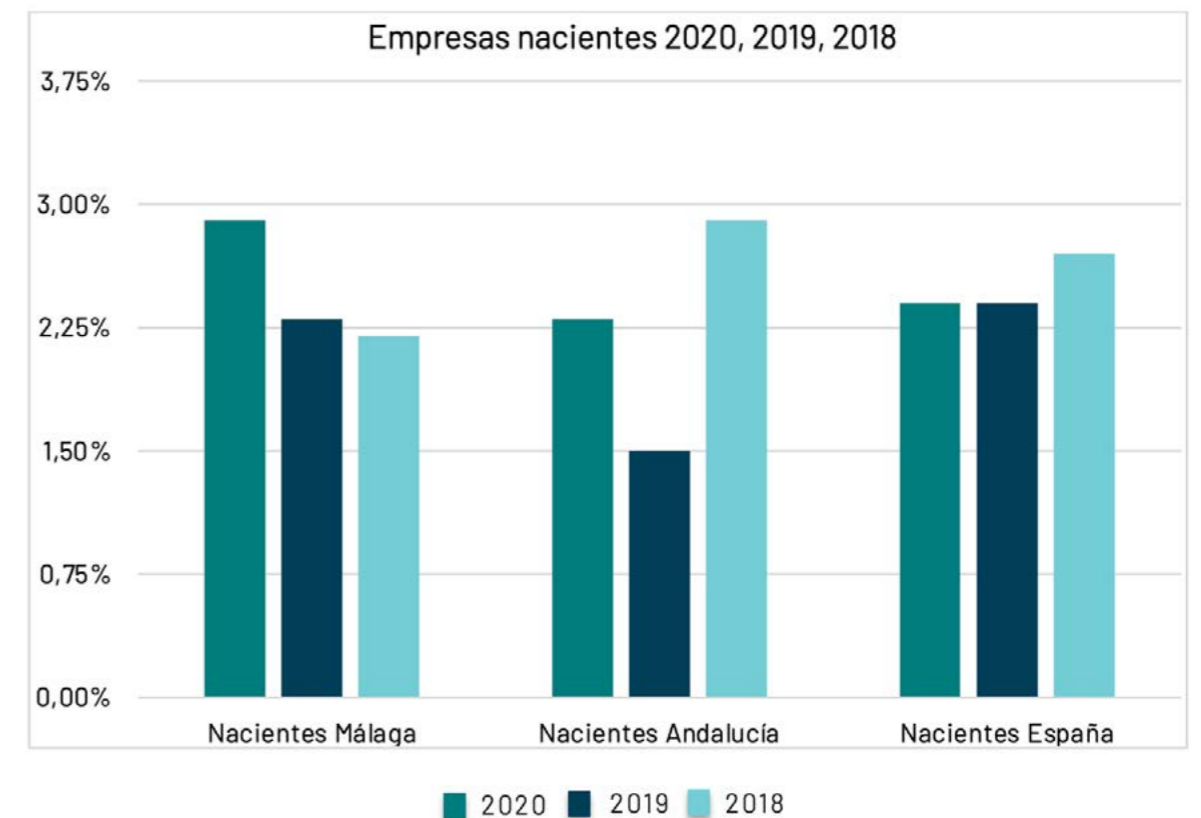


1.2.2. Empresas nacientes

Las empresas nacientes representan la primera subetapa de la actividad emprendedora, que incluye el nacimiento de la empresa y su viabilidad inicial. Así, el emprendimiento naciente hace referencia a los negocios constituidos que no superan los tres meses de antigüedad.

Málaga también obtiene una puntuación relativa favorable en este aspecto, superando los datos de Andalucía y España en cuanto al porcentaje de población ocupada en la creación de empresas nacientes (2,9% frente a 2,3% y 2,4%, respectivamente). Además, presenta un mejor dato que el registrado en 2019 (Ilustración 11). En este sentido, las cifras muestran una tendencia favorable y un crecimiento de las empresas nacientes en Málaga, registrándose su aumento más destacado en el último año (de 2,3% a 2,9%). Del 2019 al 2020 la tasa de empresas nacientes de España se ha mantenido mientras que la andaluza ha aumentado en un 0,8%.

Ilustración 11. Evolución de las empresas nacientes en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.

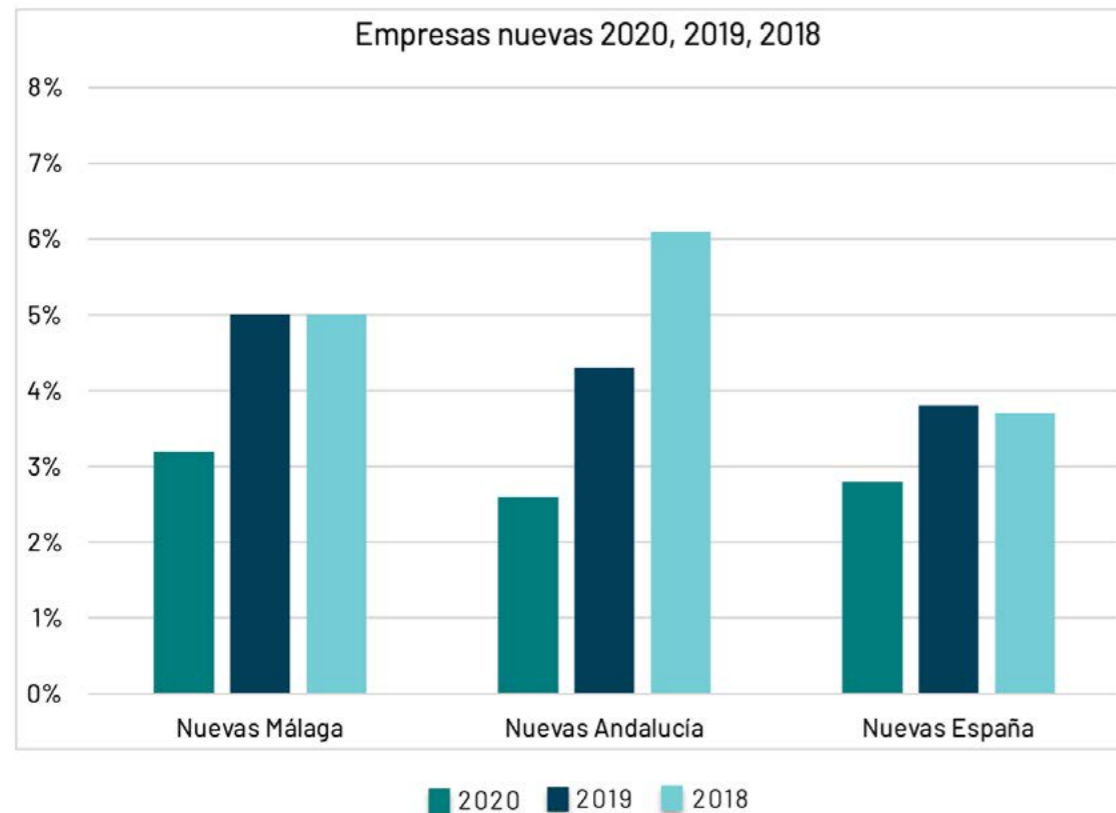


1.2.3. Empresas nuevas

La segunda subetapa de la actividad emprendedora está referida a las empresas nuevas, o aquellas con una antigüedad mayor a 3 meses sin superar los tres años y medio de vida. Esta etapa normalmente comprende la validación y crecimiento de la empresa en el mercado, con hitos como la salida al mercado, el testeo del producto o servicio y su crecimiento hacia la fase de consolidación. Se entiende que las empresas nuevas han superado la etapa inicial y los obstáculos derivados de la constitución. Por ello, la tasa de empresas nuevas es muy relevante para la dinámica emprendedora de una región.

La tasa de empresas nuevas refleja el porcentaje de población involucrada en la propiedad y la gestión de una empresa de más de tres y menos de 42 meses. Los resultados muestran que el 3,2% de la población consultada manifiesta encontrarse en tal situación, frente al 2,6% de la población andaluza y el 2,8% de la población nacional. Estas cifras son sensiblemente inferiores a las observadas en el año 2019, y que alcanzaron el 5%, 4,3% y 3,8% respectivamente.

Ilustración 12. Evolución de las empresas nuevas en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.



1.3. Dinámica emprendedora

La última etapa del proceso emprendedor según la metodología GEM es la que corresponde a la consolidación empresarial. Una empresa consolidada es aquella que ha superado un periodo de 42 meses con actividad. La población de empresas consolidadas en una economía depende del nivel de éxito de las iniciativas emprendedoras al superar la etapa inicial de desarrollo sin caer en el abandono o cese de la actividad. Ambos sucesos económicos son analizados de manera independiente.

1.3.1. Consolidación empresarial

La tasa de consolidación empresarial se mide por el porcentaje de la población con edad comprendida entre 18 y 64 años y que está involucrada en la propiedad y gestión de una actividad empresarial con una vida superior a 42 meses. En la provincia de Málaga la tasa alcanza el 9,4%, una cifra superior a la registrada en Andalucía (6,4%) y España (6,7%) (Ilustración 13). A nivel nacional, Málaga es superada sólo por las ciudades de Ceuta y Melilla, y la comunidad autónoma de Aragón.

Ilustración 13. Tasa de consolidación empresarial en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020

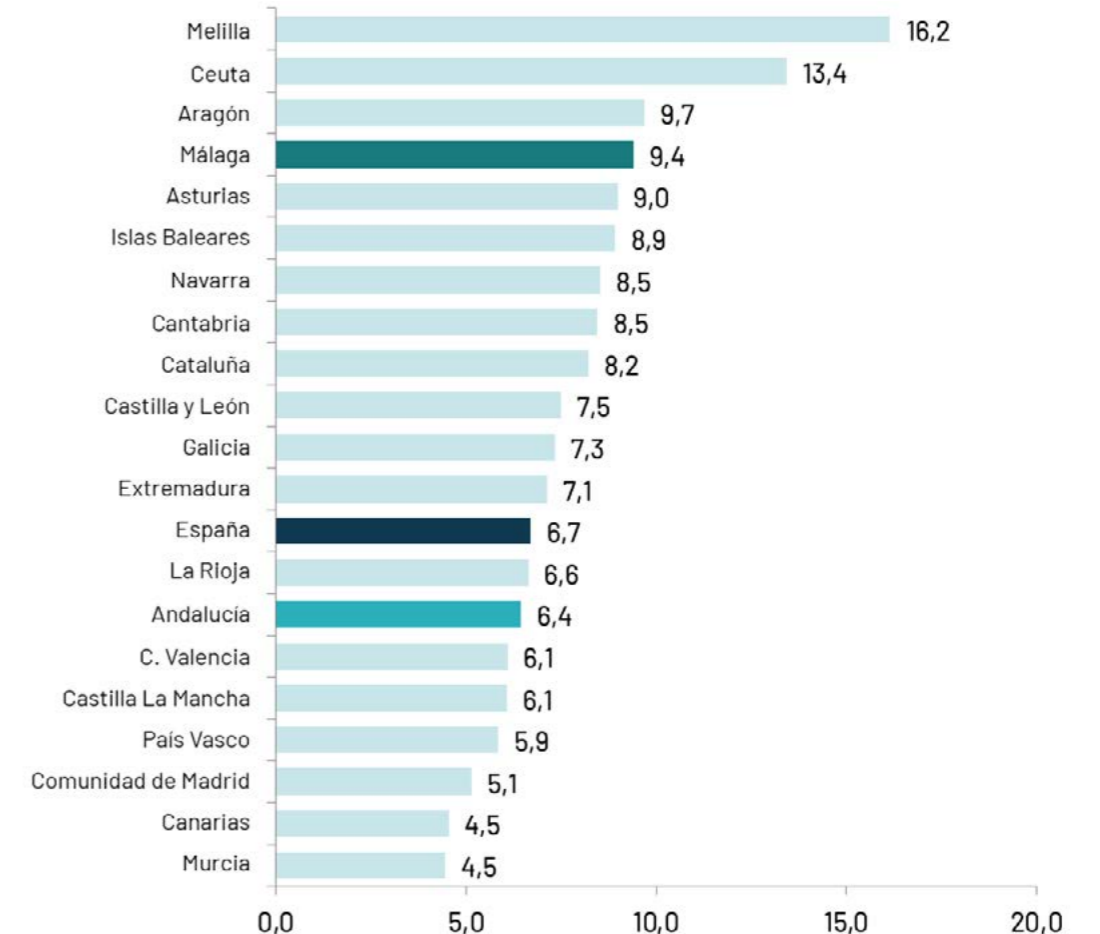


Ilustración 14. Evolución de la Tasa de consolidación empresarial en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.



La Ilustración 14 muestra cómo Málaga pasa de tener una tasa de consolidación de 8,4% en el año 2019 a un valor de 9,4% en el año 2020. La gráfica expresa la continuidad de la tendencia creciente de la tasa de consolidación empresarial en los últimos tres años. Esta cifra no ha experimentado un cambio significativo debido a la pandemia y permite deducir una supervivencia notable de las iniciativas emprendedoras, que pasan a formar parte de la población de empresas consolidadas. En Andalucía y España se registran valores de la tasa de consolidación muy similares en los años 2019 y 2020, y no se aprecia el crecimiento experimentado en el caso de Málaga.

1.3.2. Abandono o cierre de actividad

La tasa de abandono o cierre efectivo⁸ dimensiona los proyectos emprendedores iniciados pero que han cesado su actividad en los últimos 12 meses. Málaga presenta una tasa de abandono o cierre efectivo que alcanza el 2,5%, cifra superada únicamente en los casos de las ciudades de Ceuta y Melilla, y muy superior a la registrada a nivel andaluz y nacional (1%)(Ilustración 15).

⁸ Se entiende como abandono el cierre efectivo de la empresa, es decir, no se incluyen aquellas empresas que hayan tenido cualquier tipo de continuidad tras el abandono del fundador, por medio por ejemplo de un traspaso.

El valor registrado en el año 2020 muestra de una manera más clara el efecto de la pandemia sobre la actividad empresarial. De esta forma, Málaga ha pasado de una tasa de abandono o cierre de 1% en 2019 a 2,5% en 2020. Este valor referido a Andalucía y España no ha experimentado una subida tan significativa, manteniéndose en niveles muy similares a los registrados en el año 2019 (Ilustración 16).

Ilustración 15. Tasa de abandono o cierre de negocios en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.

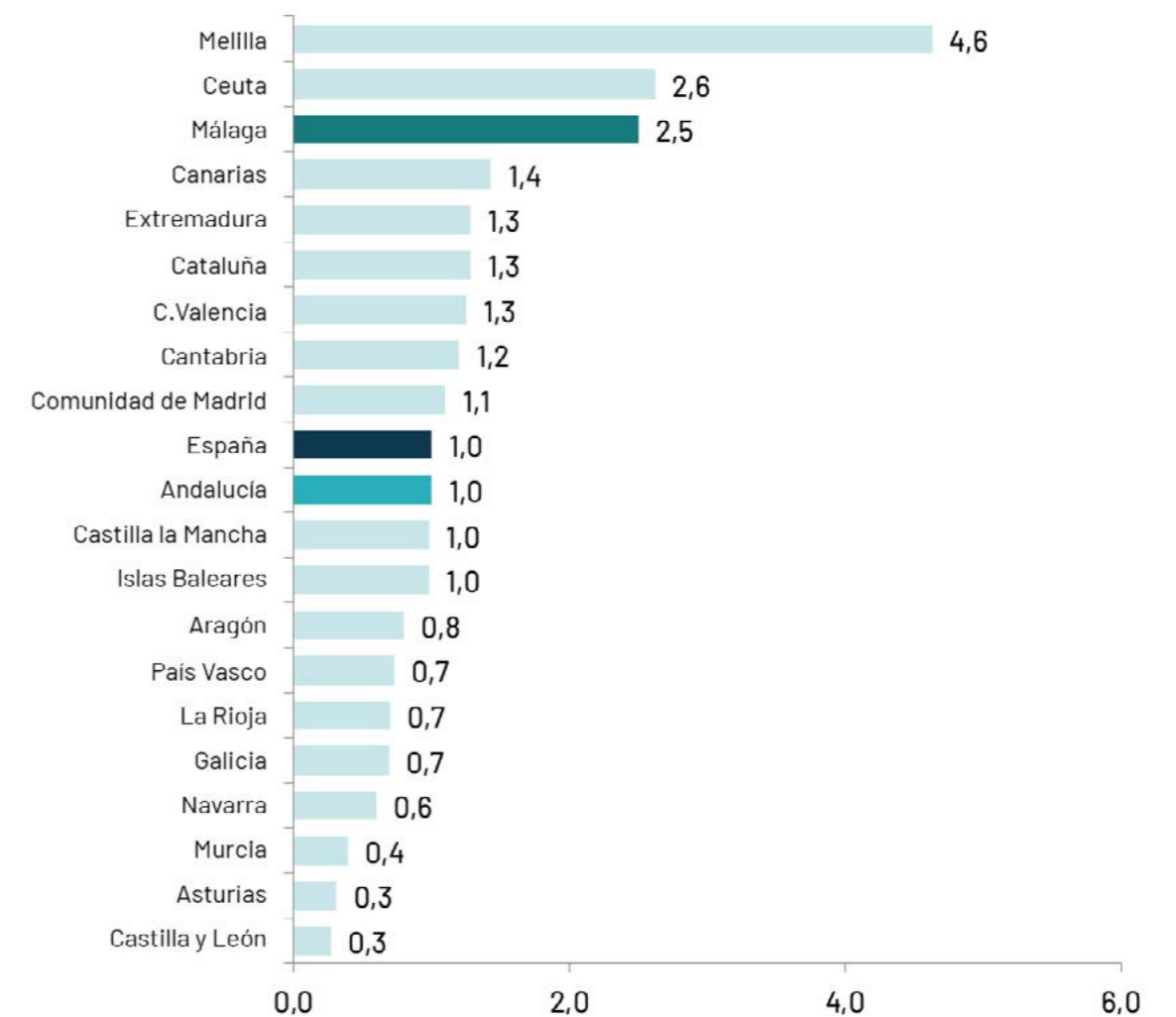


Ilustración 16. Evolución de la Tasa de abandono empresarial en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.

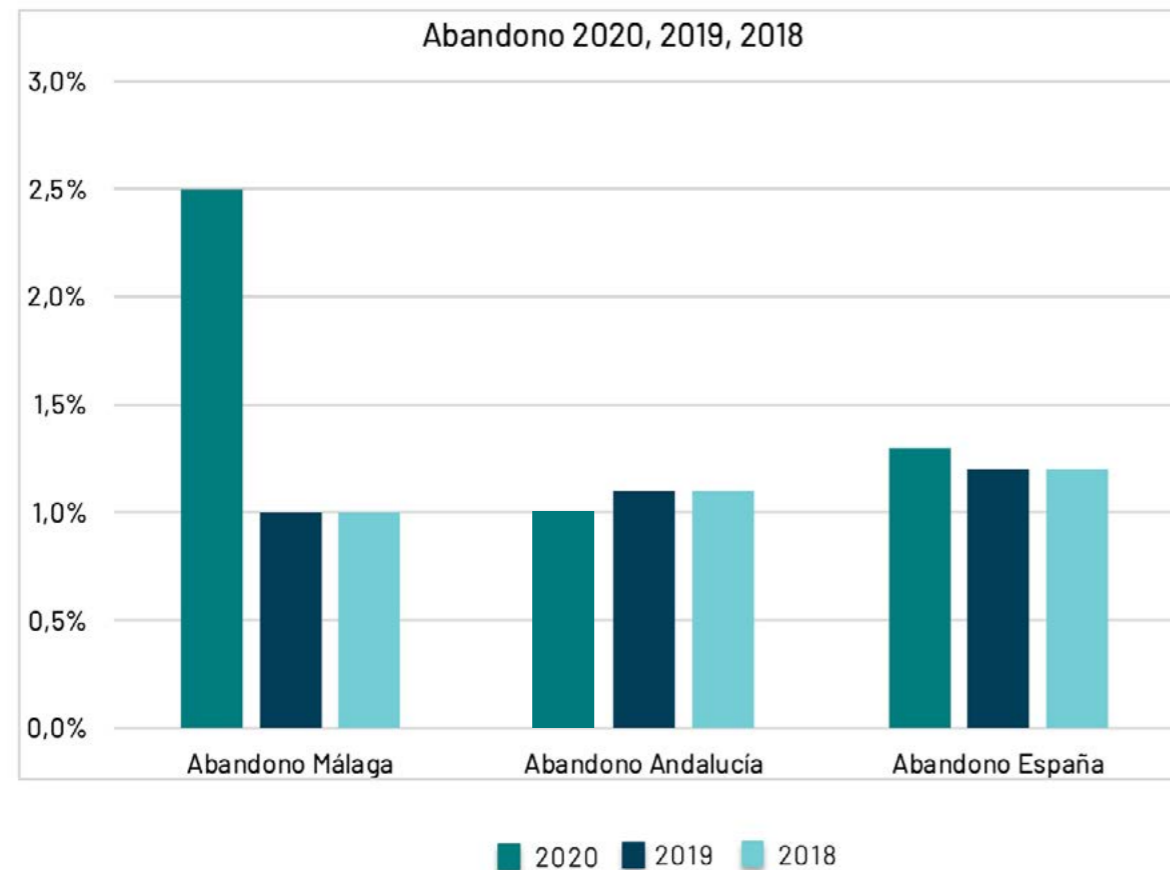


Ilustración 17. Abandono de la actividad empresarial en Málaga en 2020.



Con el objetivo de profundizar en el proceso de abandono y en las causas que lo motivan, la Ilustración 17 muestra de forma gráfica la evolución del porcentaje de las empresas que han cesado su actividad en el año 2020. En primer lugar, se destaca que el 2,7% de la población de la provincia de Málaga de 18 a 64 años ha abandonado una actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, en el año 2020. Aun así, el 7,6% de estas iniciativas han seguido gestionadas por otras personas y el 1,1% han continuado en funcionamiento tras un cambio de actividad. Por el contrario, el 92,4% de estas iniciativas han cesado por completo. De este dato se extrae la tasa de abandono empresarial que contempla la metodología GEM y que hace alusión a las iniciativas que han cerrado de forma efectiva (2,5% en Málaga en el año 2020).

En cuanto a las motivaciones que propician el cierre se destacan seis casuísticas. El 31,7% de los abandonos empresariales en la provincia de Málaga se produce por una falta de rentabilidad del negocio, mientras que el 14,3% se ocasiona por razones personales. Los impuestos y la burocracia también conforman una motivación de abandono empresarial (7,6%). A causa de la pandemia mundial, este año la COVID-19 también se ha registrado como una motivación relevante del cese empresarial en el 7,2% de los casos. También el 7,2% indica que la salida o cese estaba previsto con antelación. En última instancia, el 32% de la población que ha cesado un negocio sugiere la influencia de otros motivos. El estudio de las motivaciones y la comprensión de los factores que explican la decisión de abandono es relevante para el desarrollo de acciones que promuevan la consolidación y continuidad empresarial en Málaga.



CAPÍTULO 2.

OPORTUNIDADES, CAPACIDADES, MOTIVACIONES Y CONDICIONANTES SOCIALES PARA CREAR EMPRESAS EN MÁLAGA

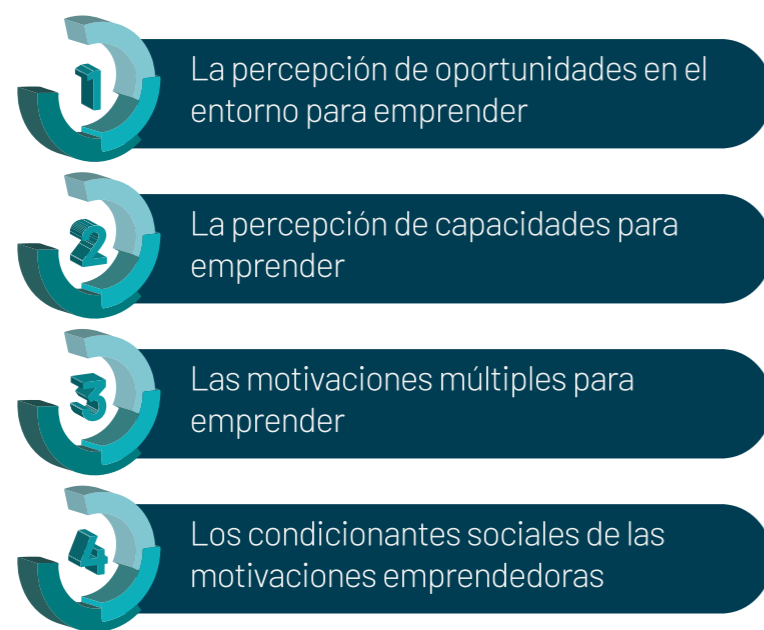
2. OPORTUNIDADES, CAPACIDADES, MOTIVACIONES Y CONDICIONANTES SOCIALES PARA CREAR EMPRESAS EN MÁLAGA

La intención y acción de emprender están mediatizadas por la percepción del individuo sobre la viabilidad y probabilidad de éxito de una nueva empresa y los valores, creencias o comportamientos aceptados mayoritariamente por la sociedad. La metodología GEM propone evaluar estas percepciones a través de cuatro dimensiones (Ilustración 18), referidas tanto a las condiciones del entorno como a la propia capacidad o motivación del individuo. Por tanto, son aspectos externos e internos a la persona que condicionan su toma de decisiones.

En este capítulo se analizan las percepciones de la población de la provincia de Málaga en base a los datos recogidos en la encuesta a la población con edad comprendida entre 18 y 64 años. Los datos utilizados, al igual que en el capítulo anterior, resultan de la encuesta realizada en la provincia de Málaga a la población adulta (APS).

Esta medición, y su análisis histórico, resulta especialmente relevante al estar referida a un periodo afectado por la crisis sanitaria y económica provocada por la pandemia.

Ilustración 18. Aspectos individuales y sociales que afectan a la actividad emprendedora.



2.1. Percepción de Oportunidades

La percepción de oportunidades por parte de la población se relaciona de manera positiva con la intención de emprender y es propiciada por un escenario económico dinámico y favorable a la creación de nuevas empresas.

Un 20,8% de la población de Málaga afirma que ha percibido oportunidades para emprender. Este porcentaje es únicamente superado por el registrado en la ciudad de Melilla (28,45%) y es superior al referido a Andalucía (17,40%) y España (16,5%) (Ilustración 19).

Ilustración 19. Percepción de oportunidades emprendedoras en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.

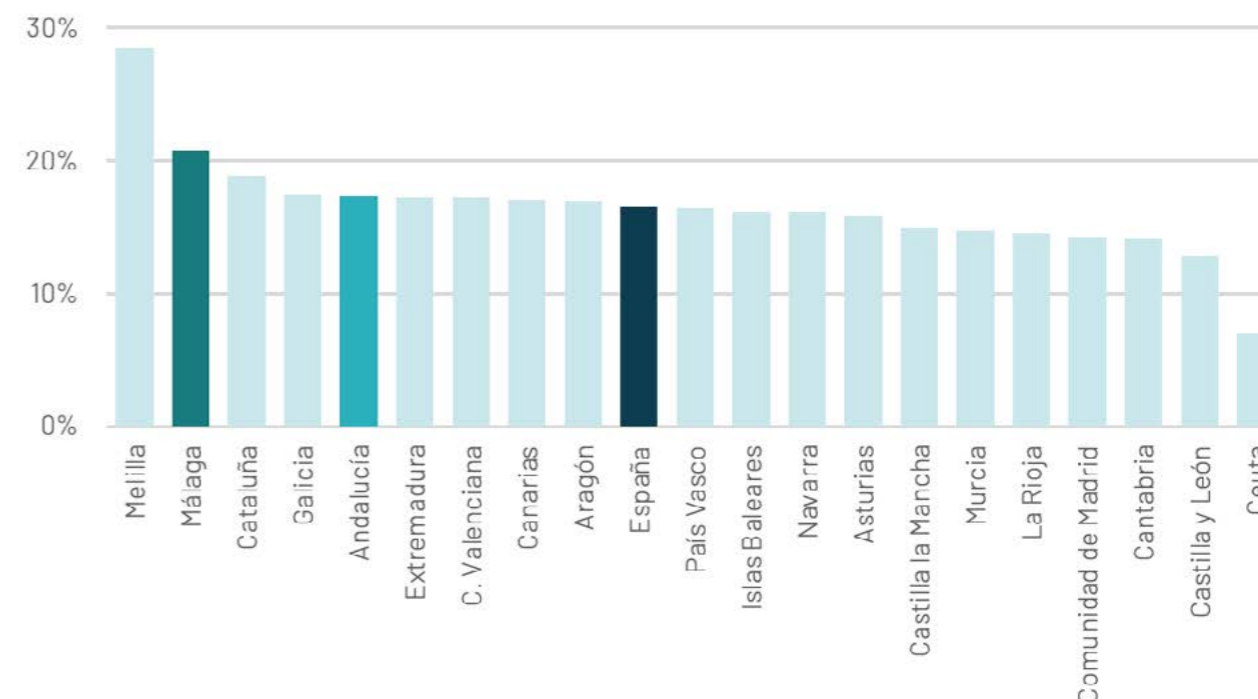
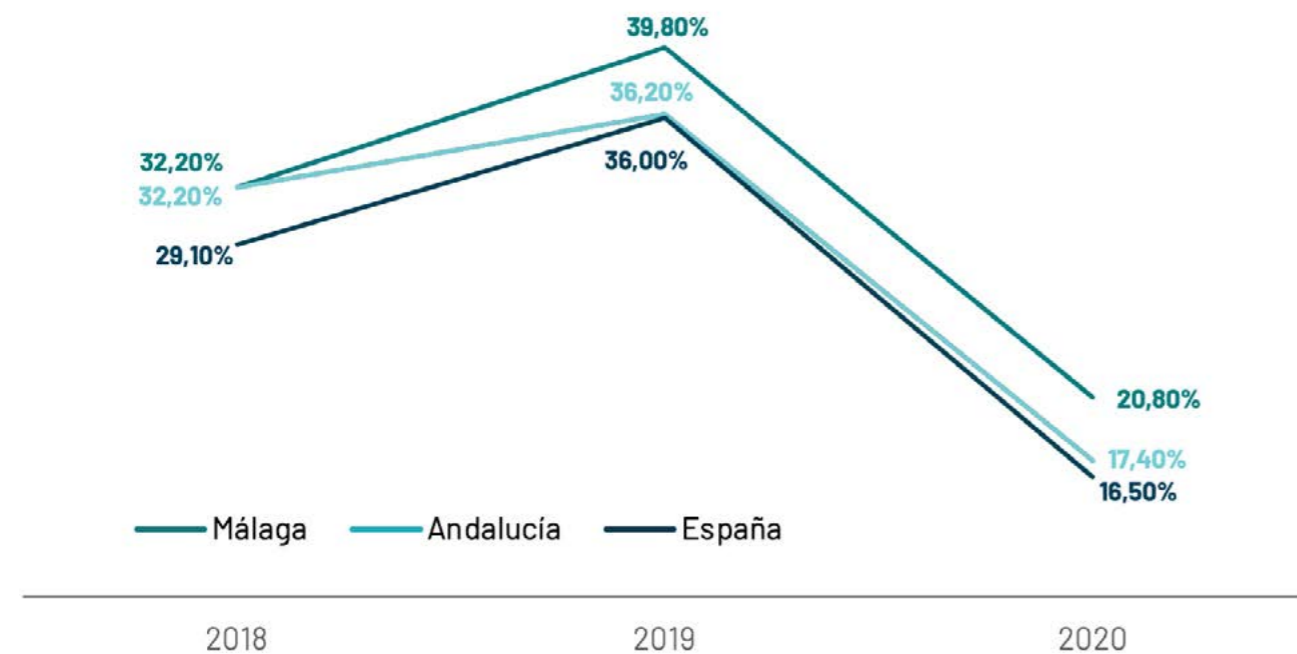


Ilustración 20. Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.



Sin embargo, la Ilustración 20 muestra el efecto de la pandemia en la percepción de oportunidades en Málaga, Andalucía y España. En el caso de Málaga, el valor registrado en el año 2019 alcanzaba el 39% de la población, una cifra que representaba una tendencia alcista interrumpida de manera brusca por la crisis sanitaria. El mismo efecto puede observarse en el territorio andaluz y nacional.

2.2. Motivaciones para emprender

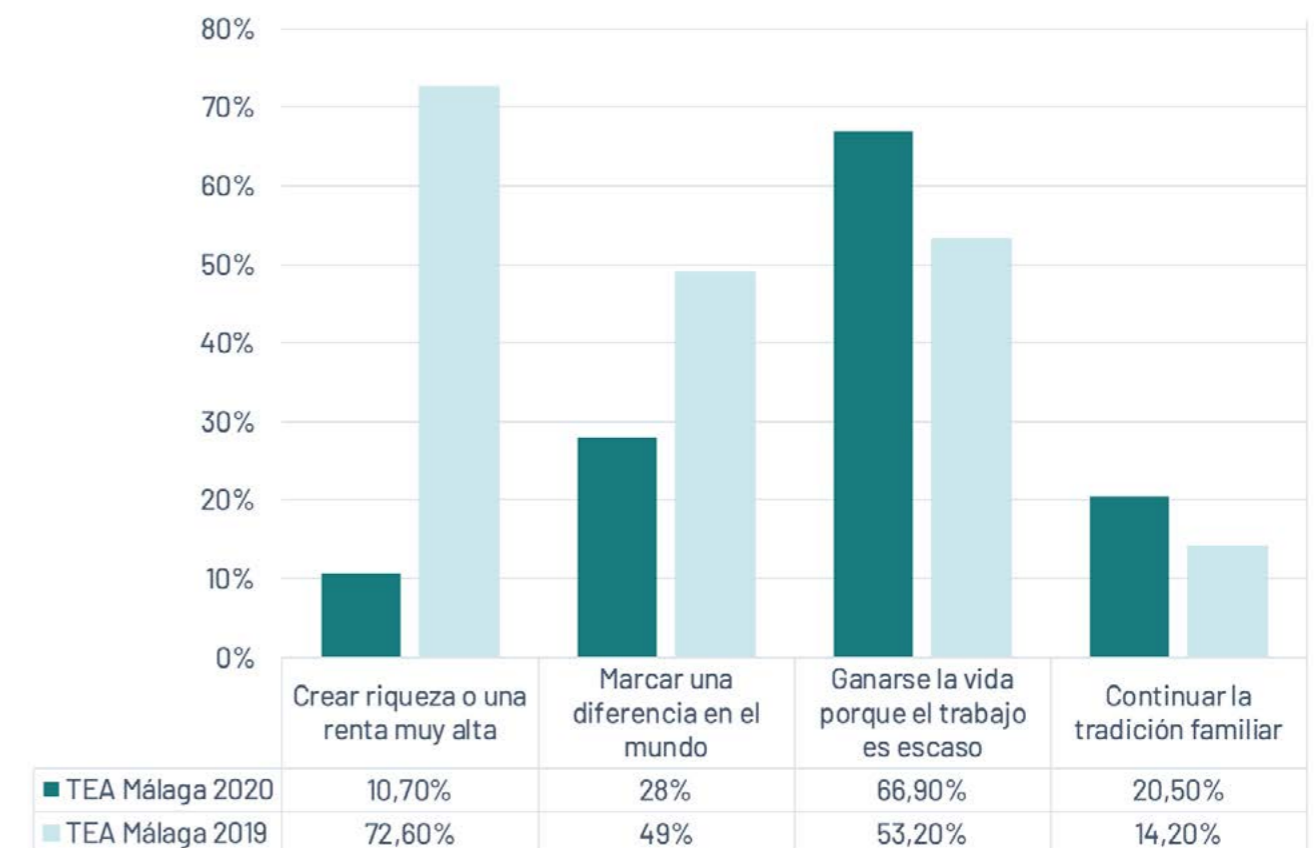
De manera general, se diferencian dos tipos de motivaciones para emprender. En primer lugar, la relacionada con la identificación de una oportunidad de mercado y la posibilidad de aprovecharla mediante la ejecución de un proyecto empresarial. En segundo lugar, la necesidad de iniciar una actividad por cuenta propia debido a las dificultades encontradas en el mercado laboral.

La metodología GEM distingue cuatro tipos de motivaciones, claramente referidas a las dos mencionadas anteriormente. Estas motivaciones son un indicador cualitativo del emprendimiento generado en una economía.

La ilustración 21 recoge el porcentaje de la población que se identifica con cada una de las motivaciones para emprender. En este sentido, es destacable que el 66,9% manifiesta que la motivación está relacionada con la necesidad de obtener una renta debido a las condiciones del mercado de trabajo y las dificultades para la búsqueda de empleo. Este porcentaje supera la cifra correspondiente al año 2019 (53,2%). Igualmente, el porcentaje de la motivación que responde a la continuidad de un negocio familiar (20,5%) es superior a la cifra observada para este tipo de emprendimiento en el año 2019 (14,2%). De manera opuesta, el porcentaje del emprendimiento que responde al deseo de crear nuevo valor económico y social y alcanzar una renta alta (10,7%) o al deseo de marcar una diferencia en el mercado, propio de un proyecto innovador, (38%), es sensiblemente inferior al correspondiente al año 2019: 72,6 y 49 por ciento respectivamente.

Por tanto, atendiendo a las motivaciones que explican la acción de emprender, es posible describir un escenario donde la iniciativa emprendedora ha estado guiada más por las exigencias de la situación económica de crisis que por las oportunidades para la innovación y la creación de actividades de alto impacto.

Ilustración 21. Evolución de los motivos para emprender en Málaga, 2020-2019.



2.3. Capacidades para emprender

El porcentaje de la población que manifiesta tener las competencias, experiencias y habilidades para poner en marcha un proyecto empresarial es un indicador de la población potencialmente emprendedora de un determinado territorio. Esta información es de extraordinaria importancia para estimar la capacidad emprendedora que tiene una población según las capacidades de los individuos.

Málaga registra un dato únicamente superado en las ciudades de Ceuta y Melilla y la comunidad de La Rioja. El 54,4% de la población considera tener las competencias requeridas para emprender, siendo esta cifra el 52,5% en Andalucía y el 51,9% en España (Ilustración 22).

Esta característica es independiente a la situación contextual ocasionada por la pandemia. Atendiendo a la información recogida en la Ilustración 23, se observa una evolución favorable del dato referido al porcentaje de la población capacitada para emprender en la provincia de Málaga.

Ilustración 22. Percepción de capacidades emprendedoras en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.

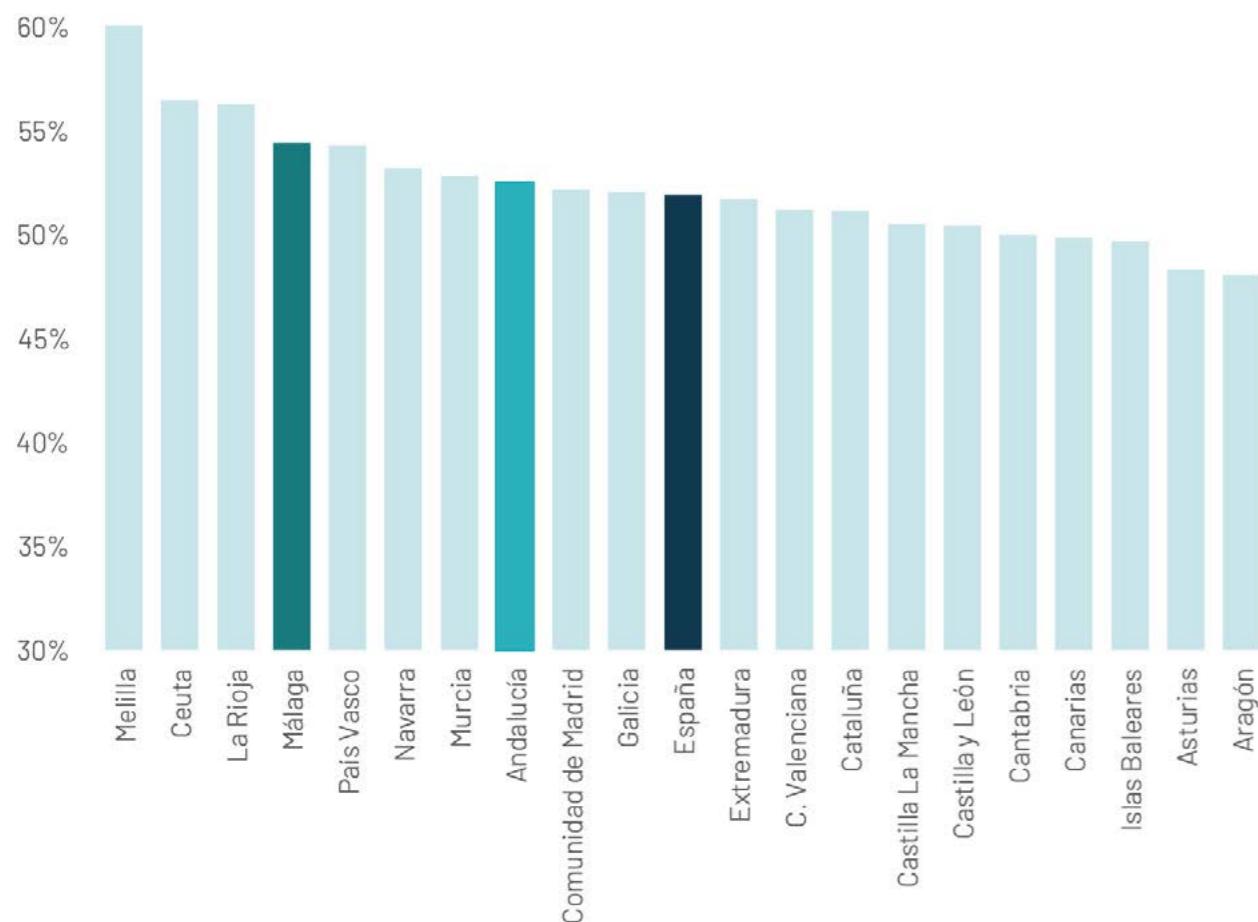


Ilustración 23. Evolución de la percepción de capacidad emprendedora en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.



2.4. Condicionantes sociales de las motivaciones emprendedoras

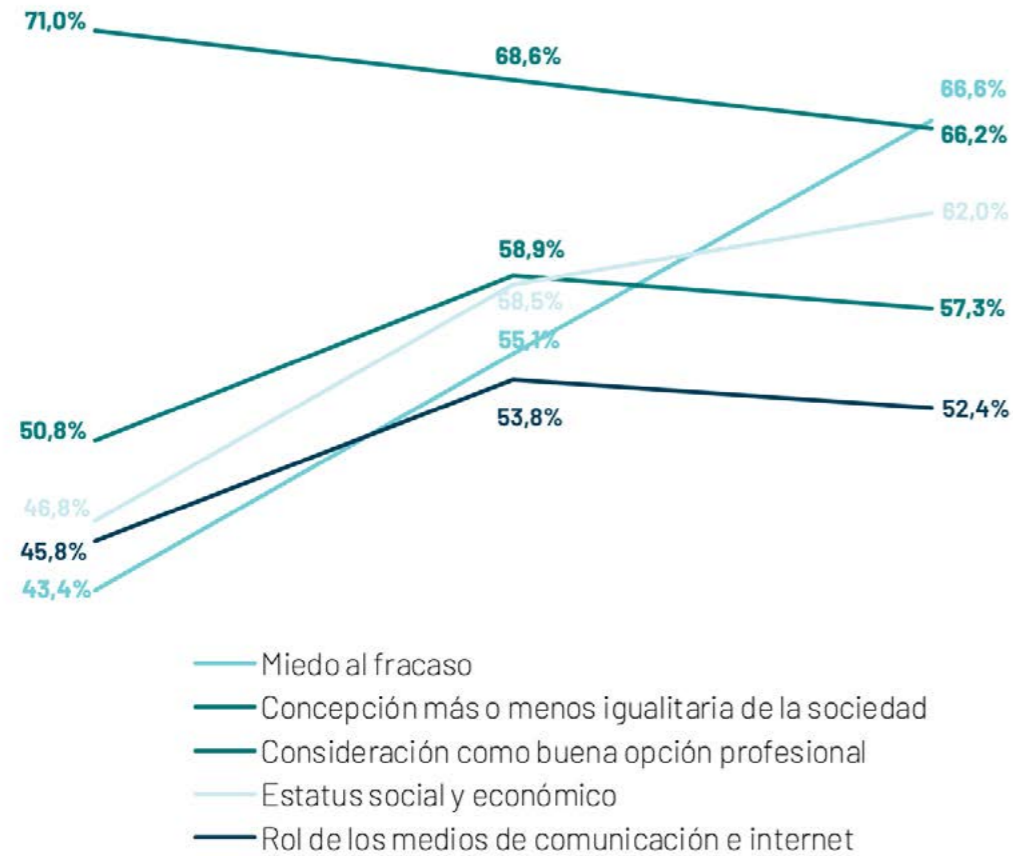
Existen condicionantes sociales que influyen en la toma de decisión de los individuos y de manera específica en su intención de emprender. Para medir cómo los valores sociales compartidos por una población inciden en el comportamiento emprendedor de los individuos, la metodología GEM elige cinco factores recogidos en la Ilustración 24.

Ilustración 24. Definición de los condicionantes sociales de las motivaciones emprendedoras



Los resultados se muestran de forma global en la Ilustración 25 y se presentan de forma comparada, comentándose en mayor detalle, en las siguientes.

Ilustración 25. Condicionantes sociales de las motivaciones para emprender en Málaga – 2018-2020



2018 2019 2020

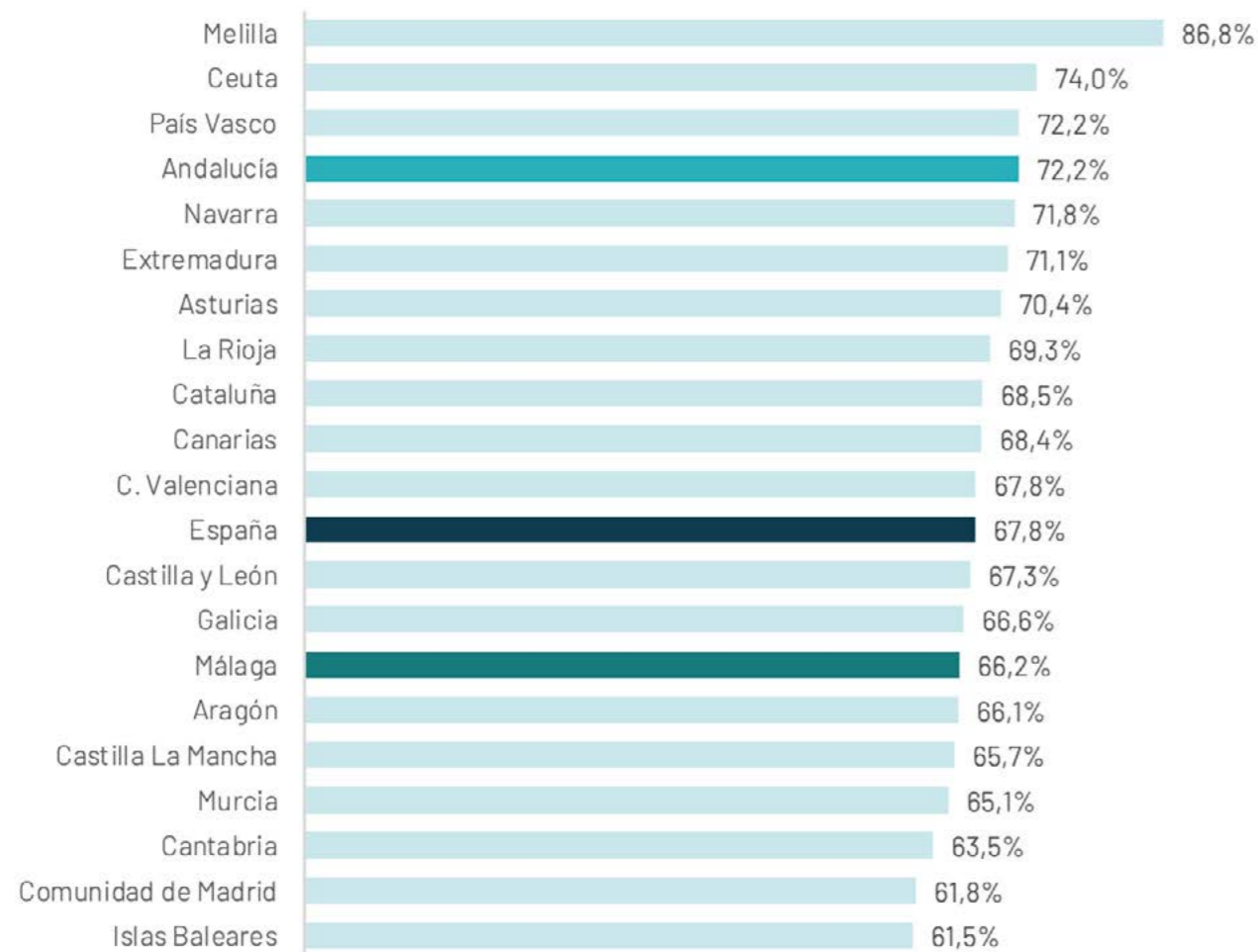
	2018	2019	2020
Miedo al fracaso	43,40%	55,10%	66,60%
Concepción más o menos igualitaria de la sociedad	71%	68,60%	66,20%
Consideración como buena opción profesional	50,80%	58,90%	57,30%
Estatus social y económico	46,80%	58,50%	62,00%
Rol de los medios de comunicación e internet	45,80%	53,80%	52,40%

Ilustración 26. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2020.



El 66,6% de la población consultada en la provincia de Málaga reconoce que el miedo al fracaso es un obstáculo para que crear una empresa. Este dato supera al registrado a nivel nacional (64%) y andaluz (63,5%)(Ilustración 26). La lectura más significativa es la que se puede realizar al comparar la cifra correspondiente al año 2020 con las registradas en los años 2018 (43,4%) y 2019 (55,1%)(Ilustración 25). La tendencia y el notable incremento de la relevancia que tiene el miedo al fracaso se contextualiza en el periodo de crisis pandémica y se traduce en una mayor aversión al riesgo asociado a emprender en un contexto de máxima incertidumbre.

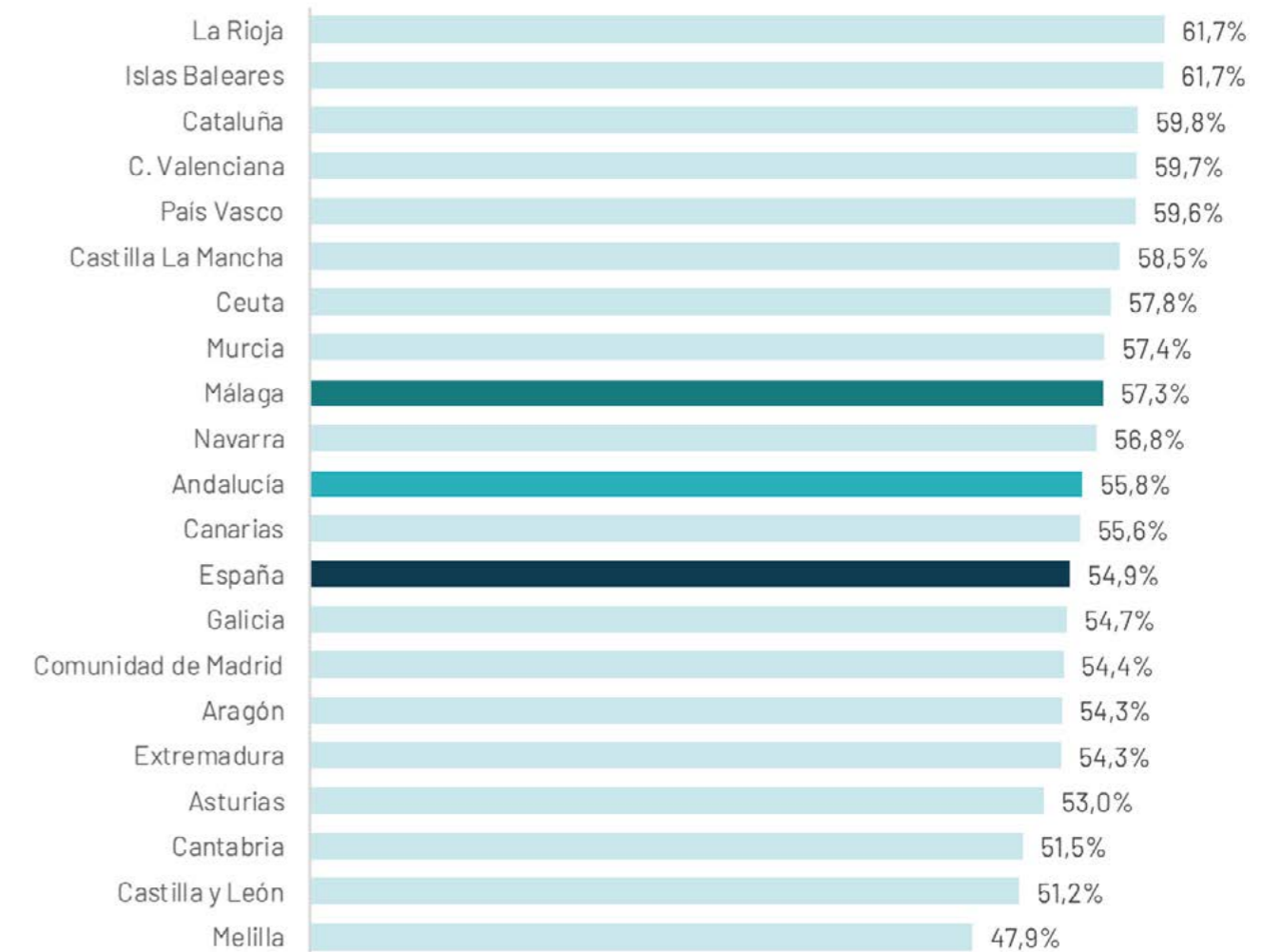
Ilustración 27. Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional – 2020.



La Ilustración 27 muestra el porcentaje de población consultada que preferiría unos estándares de vida similares. Esta pregunta mide el nivel de tolerancia que tiene una sociedad a la intervención de agentes públicos para equilibrar los niveles de renta de la población y su nivel de desarrollo, o la conveniencia de primar el comportamiento y los éxitos individuales como motor de desarrollo de la economía. La literatura científica no es concluyente en cuanto a la influencia de esta característica poblacional en la creación de empresas. Si bien, el beneficio de los logros individuales es un estímulo para la iniciativa emprendedora y una sociedad más equilibrada en cuanto a la distribución de la riqueza tiene un mayor porcentaje de población potencialmente emprendedora e innovadora.

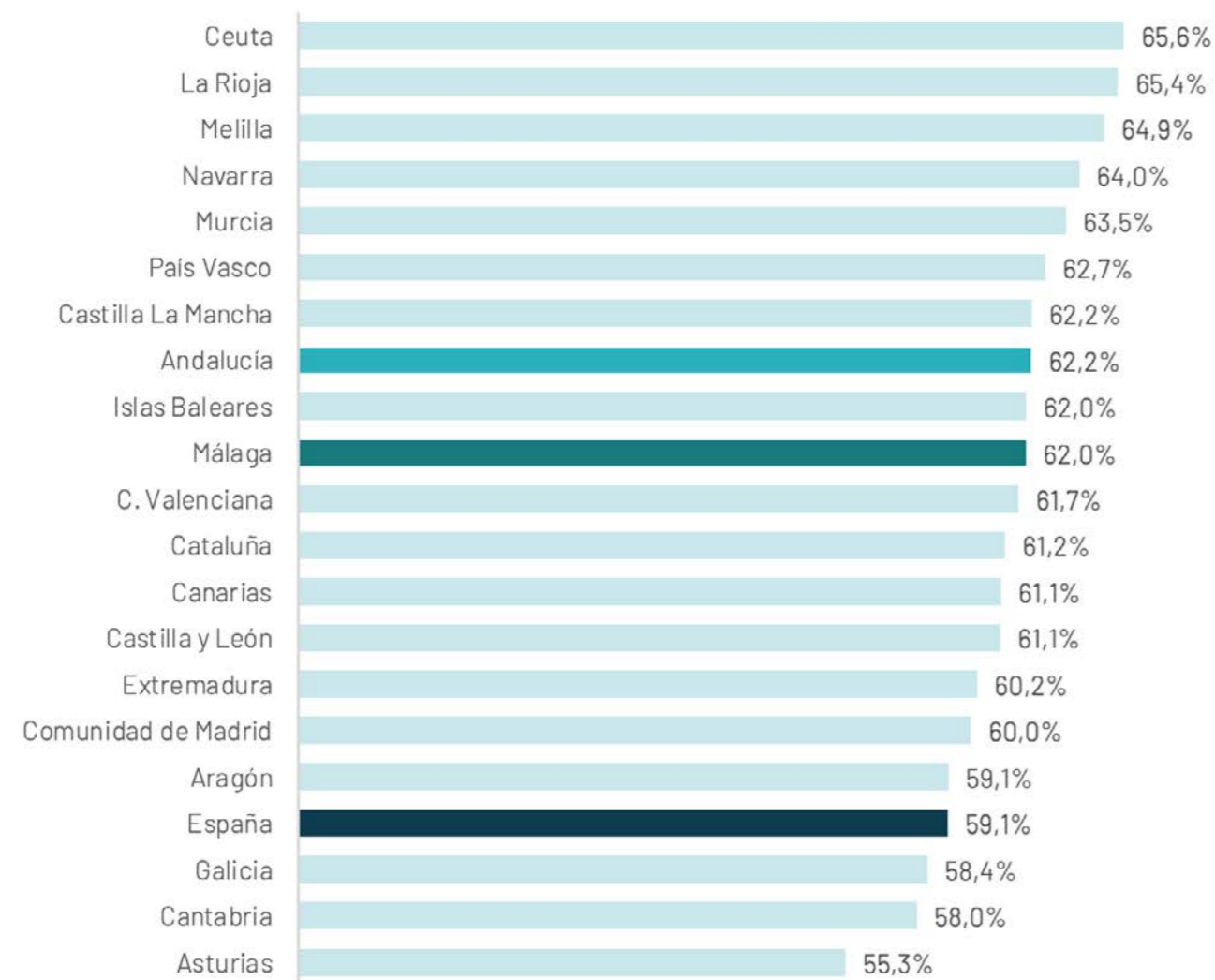
En el caso de Málaga, un 66,2% de la población responde afirmativamente a esta propuesta, siendo un porcentaje inferior al que se registra en España (67,8%) y Andalucía (72,2%). Este dato experimenta una cierta tendencia a la baja desde el año 2018 (71%) y 2019 (68,6%).

Ilustración 28. Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional – 2020.



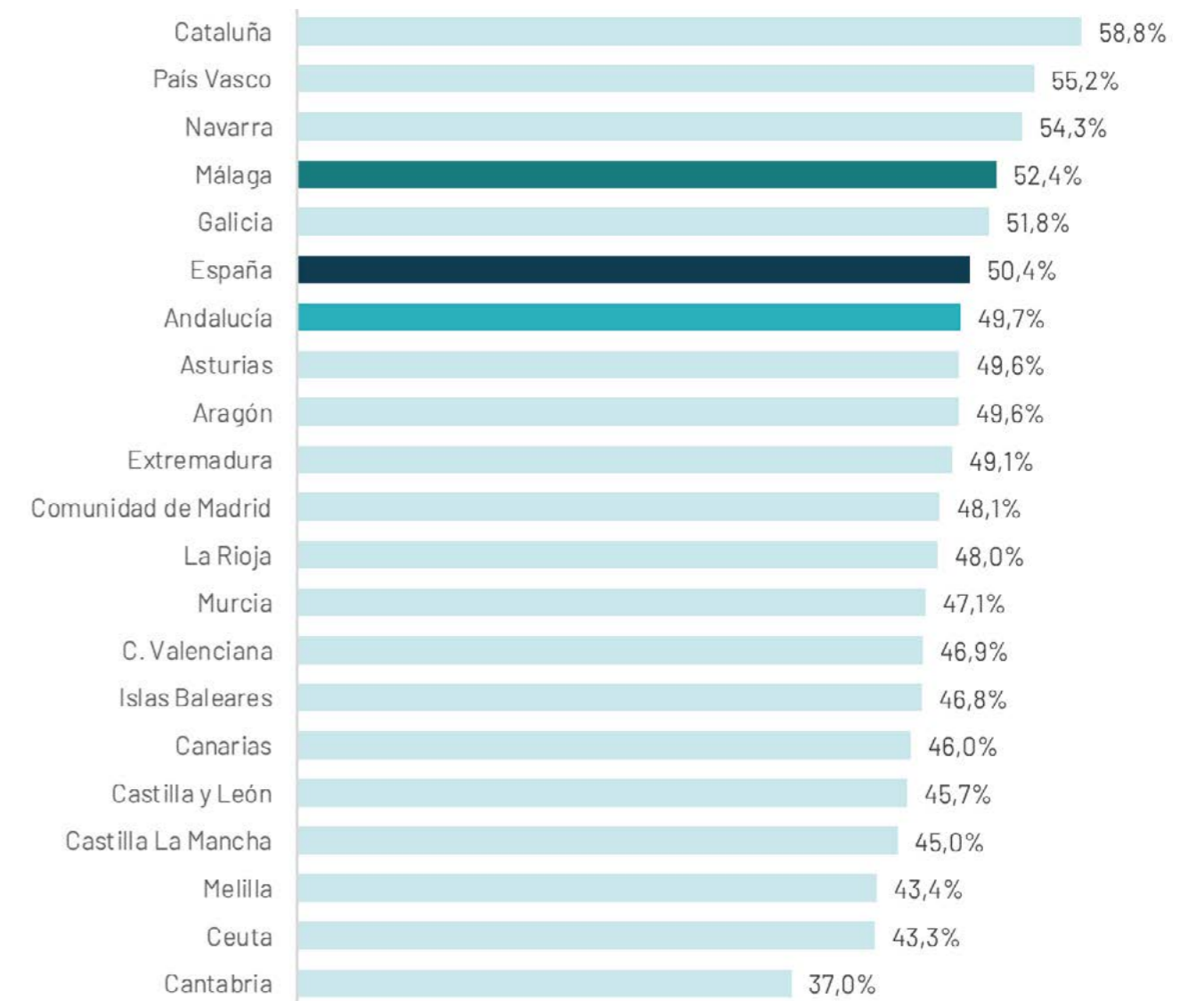
El 57.3% de la población consultada en la provincia de Málaga está de acuerdo con la frase "En Málaga, la mayoría de la gente considera que crear una empresa es una opción profesional deseable" (Ilustración 28). Este dato es un indicador de la valoración social del resultado de emprender y está relacionado también con el interés percibido en la opción de crear una empresa en base a sus posibles resultados económicos y sociales. Lógicamente, un valor alto significa un aspecto favorable al emprendimiento. En este sentido, Málaga registra un dato superior al referido a Andalucía (55,8%) y España (54,9%). En términos comparativos con las comunidades autónomas de nuestro país, el dato es superado únicamente por la ciudad de Ceuta y la región de Murcia. El valor registrado en 2020 es similar al observado en 2019 (58,5%), que es superior al del año 2018 (50%), lo que denota que este aspecto no está afectado por el cambio de contexto originado por la COVID-19.

Ilustración 29. Estatus económico y social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2020.



La relevancia y el estatus social y económico que disfrutaban los emprendedores que han creado con éxito una nueva empresa, influye en el comportamiento de los individuos y, de manera favorable, en la creación de empresas. En Málaga un 62% de la población consultada opina que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus socioeconómico (Ilustración 29). Este dato es elevado en términos comparativos con otras zonas de nuestro país, muy similar a la comunidad autónoma de Andalucía (62,2%) y ligeramente superior al dato registrado a nivel nacional (59,1%). Se confirma una tendencia alcista en cuanto a la apreciación de una posición económica y social favorable como consecuencia de una acción emprendedora con resultados positivos (Ilustración 25).

Ilustración 30. Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional – 2020.



Por último, la metodología GEM considera relevante el papel de los medios de comunicación y la difusión que estos hacen del impacto de la iniciativa de los emprendedores en la sociedad. De manera muy explícita, en el cuestionario utilizado para conocer la opinión de la población de la provincia de Málaga, se pregunta si “en Málaga, a menudo se ven historias sobre empresas nuevas exitosas en medios de comunicación y/o internet”. A esta pregunta, un 52,4% contesta de manera afirmativa. Este porcentaje es ligeramente superior al porcentaje que responde de igual forma en Andalucía (49,7%) y en el conjunto del país (50,4%). En relación a otras áreas geográficas de nuestro país, el dato registrado en la provincia de Málaga es superado tan solo por el correspondiente a Cataluña (58,8%), País Vasco (59,2%) y Navarra (54,3%). El análisis histórico de este valor señala una estabilidad con respecto al dato publicado y correspondiente al año 2019, y es sensiblemente superior al registrado en el año 2018 (Ilustración 25).



CAPÍTULO 3.

ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO EN MÁLAGA

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO EN MÁLAGA

La creación de empresas es un fenómeno económico que está condicionado por las características del entorno. Hay factores contextuales que pueden inhibir o favorecer la dinámica emprendedora de un territorio. En este sentido, el presente capítulo recoge la valoración de distintos factores contextuales y su influencia en el emprendimiento de la provincia de Málaga.

La metodología GEM utiliza una clasificación que agrupa los factores contextuales en nueve dimensiones (Ilustración 31): financiación, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación emprendedora, transferencia de I+D, existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional, dinámica del mercado interno, existencia y acceso a infraestructura física y de servicios y normas sociales y culturales. Además, la información utilizada para el análisis del entorno se recoge a través de una consulta a expertos (Encuesta NES). En el caso de Málaga, han participado 36 expertos seleccionados por su experiencia y nivel de participación en el ecosistema de emprendimiento de la provincia. Las encuestas fueron realizadas en el mes de julio de 2020, y en plena crisis sanitaria. Por tanto, las valoraciones de los expertos están contextualizadas en un periodo de incertidumbre muy elevada. El capítulo 5 recoge los detalles de la metodología llevada a cabo.

Los factores evaluados coinciden con los utilizados en el Informe GEM Andalucía 2020/21⁹ (IGA2021), por lo que permite la comparación y caracterización del entorno de la provincia de Málaga en relación con el conjunto autonómico. En el capítulo se irá haciendo referencia a las diferencias entre ambos territorios.

Ilustración 31. Dimensiones del entorno que influyen en la creación empresarial en Málaga - 2020



3.1. Valoración detallada de las condiciones del entorno emprendedor

A continuación, se realiza un análisis detallado de cada una de las dimensiones del entorno de la provincia de Málaga de acuerdo con las valoraciones de los expertos sobre los diferentes factores contextuales.

Los indicadores expresan el valor medio de las respuestas en base a una escala Likert de 1 a 10, en la que el valor más bajo significa un mayor desacuerdo y el valor más alto el nivel máximo de acuerdo.

9 <https://www.gem-spain.com/informes-regionales/>

3.1.1. Financiación

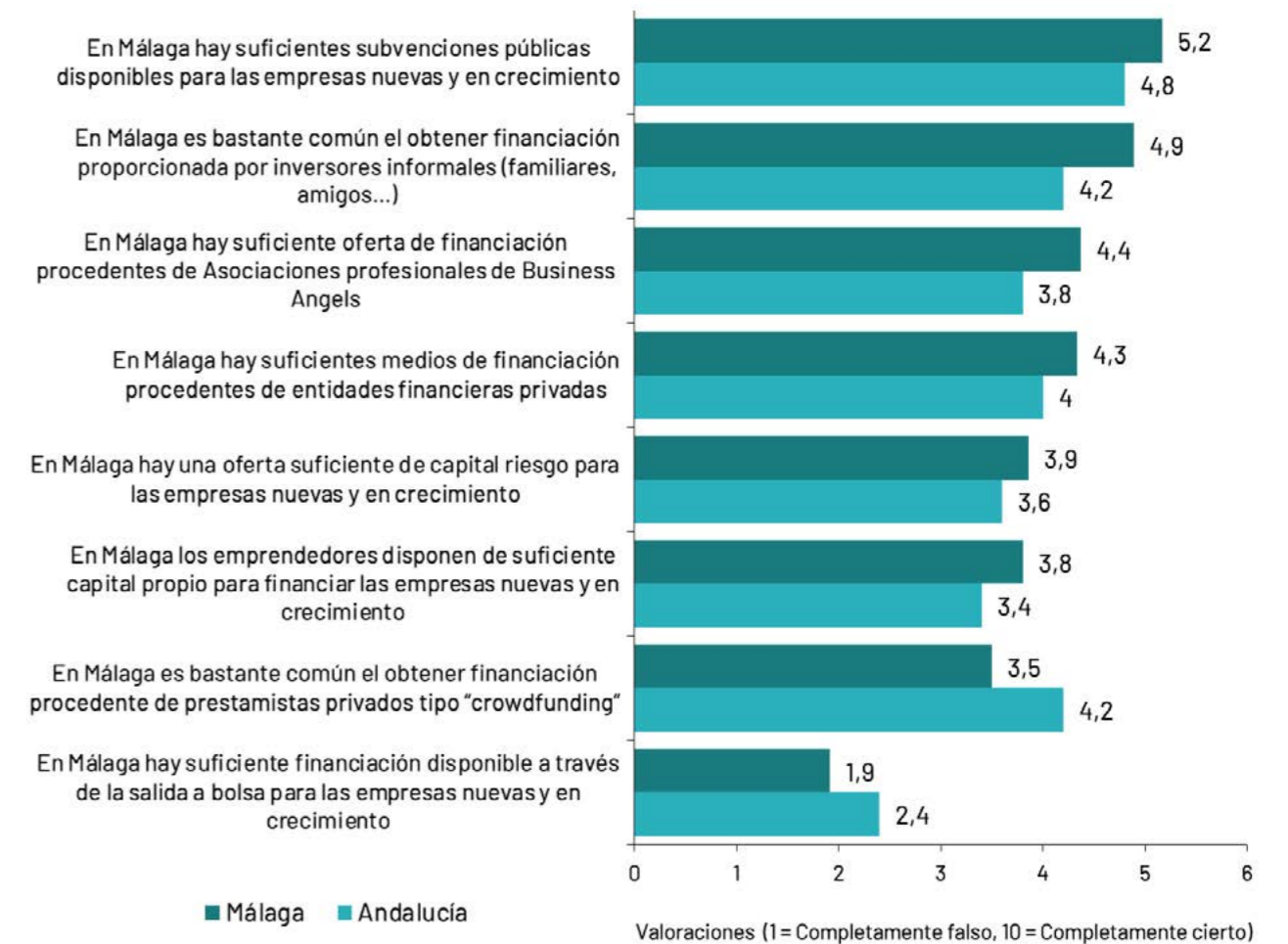
El acceso a la financiación es un elemento crítico para la creación de nuevas empresas. La diversidad de fuentes de financiación, la cantidad de recursos disponibles y la facilidad de acceso condicionan la decisión de emprender. En la Ilustración 32 se muestra el nivel de acuerdo de los expertos con respecto a distintas afirmaciones referidas a la disponibilidad de diferentes recursos financieros.

A pesar de que los datos apuntan a una evaluación negativa de la financiación disponible, exceptuando las posibilidades que ofrece la subvención pública, estas cifras mejoran a las consideradas por los expertos en el caso de Andalucía (IGA2021).

La relación ordenada de las distintas fuentes de financiación, recogidas en la Ilustración 32, permite apreciar que las consideraciones sobre las posibilidades de obtener financiación de inversores privados son mejores que las opciones referidas a las entidades financieras. Del mismo modo, la posibilidad de obtener capital riesgo está mejor considerada que la disponibilidad de financiación propia por parte del emprendedor. Esta información difiere de la publicada en anteriores ediciones del Informe y señala cambios derivados por la pandemia y un crecimiento de la oferta de capital inversor en la provincia. En particular, el IGA2021 registra una valoración sensiblemente inferior en el caso del acceso a la financiación de *business angels* y capital riesgo en Andalucía.

A lo anterior hay que sumar otra diferencia de los resultados referidos al año 2020, y es la valoración que merece la posibilidad de acceso a financiación vía subvenciones públicas. Las percepciones favorables sobre este tipo de financiación superan a las referidas a la financiación procedente de fuentes informales, como son las redes de proximidad (familiares o amigos). Esta información también se puede relacionar con el entorno de incertidumbre, precaución financiera y menor capacidad de inversión que corresponde al momento de recogida de los datos.

Ilustración 32. Financiación



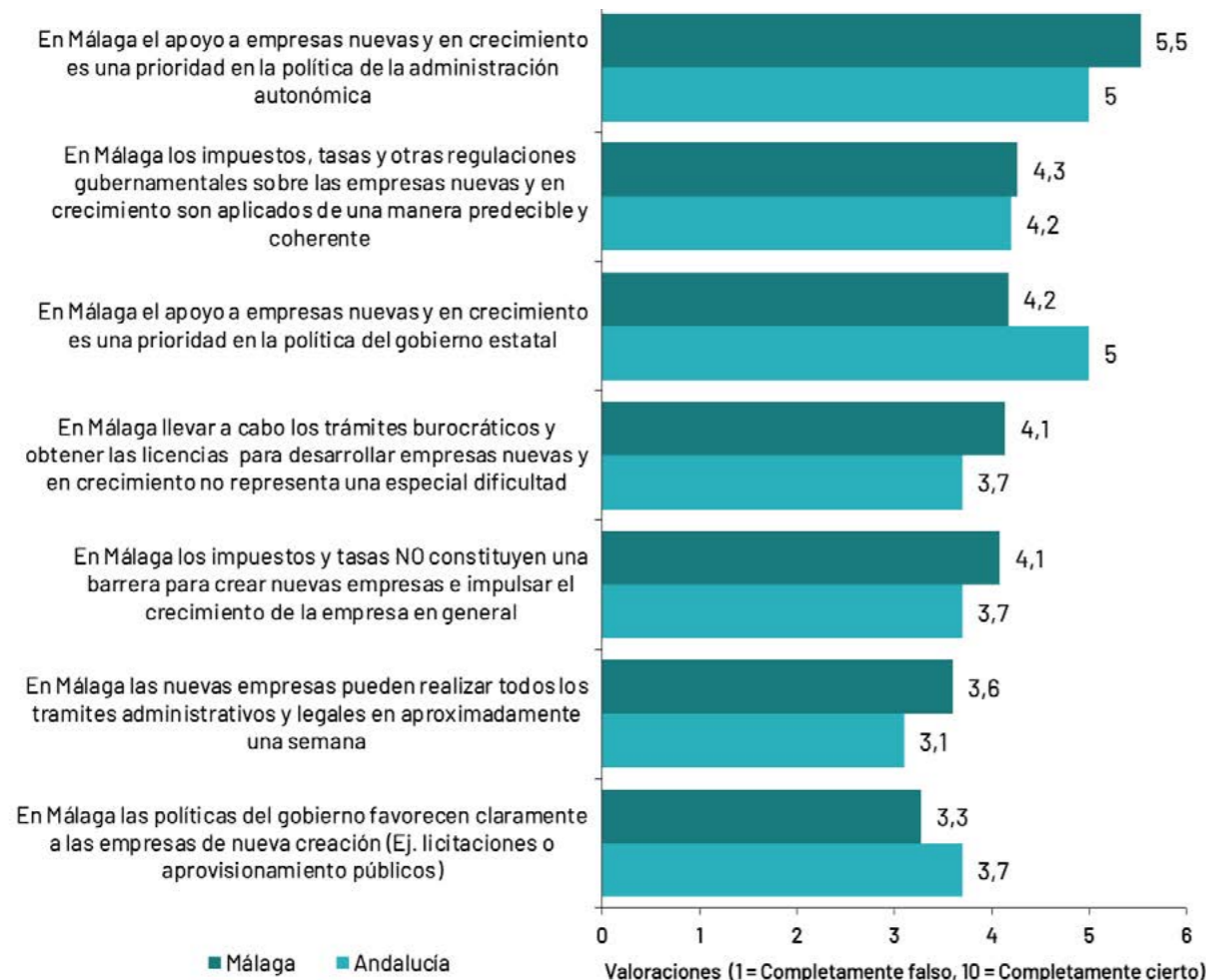
3.1.2. Políticas gubernamentales

En el bloque políticas gubernamentales se consideran factores que miden el nivel de compromiso de las políticas públicas con el emprendimiento y factores que evalúan aspectos administrativos y fiscales propios de la acción de emprender.

Los aspectos mejor valorados son los referidos a la consideración que tiene la creación de empresas en la agenda política de las diferentes administraciones. De este modo, el nivel de prioridad que recibe el emprendimiento en las políticas de la administración autonómica sigue siendo el aspecto más apreciado por los expertos (Ilustración 33). De igual forma, se valora de manera negativa el efecto que tienen los procedimientos burocráticos que afectan a la creación de empresas, así como la definición de los impuestos y tasas.

Esta visión de los expertos coincide de manera amplia con la expresada por expertos a nivel autonómico en Andalucía (IGA2021).

Ilustración 33. Políticas gubernamentales



3.1.3. Programas gubernamentales

Los factores agrupados en la dimensión “programas gubernamentales” reciben una valoración superior a la media del resto de aspectos contemplados en las distintas dimensiones del entorno. Igualmente, se puede considerar una dimensión especialmente favorecedora del emprendimiento en términos comparativos con Andalucía (IGA2021).

Son destacables tres características del contexto de Málaga: el rol facilitador de parques tecnológicos e incubadoras, la existencia de programas de apoyo al emprendedor en la provincia y el nivel de los profesionales a cargo de los mismos. En general, se puede deducir una cobertura satisfactoria de las necesidades del emprendedor, si bien el acceso a información amplia y completa sobre el conjunto de ayudas sigue siendo un punto de mejora.

Si realizamos una comparación con los datos que recoge el IGA2021, podemos apreciar que la efectividad de los programas de apoyo al emprendimiento es mejor valorada en la provincia de Málaga que en el conjunto de Andalucía.

Ilustración 34. Programas gubernamentales



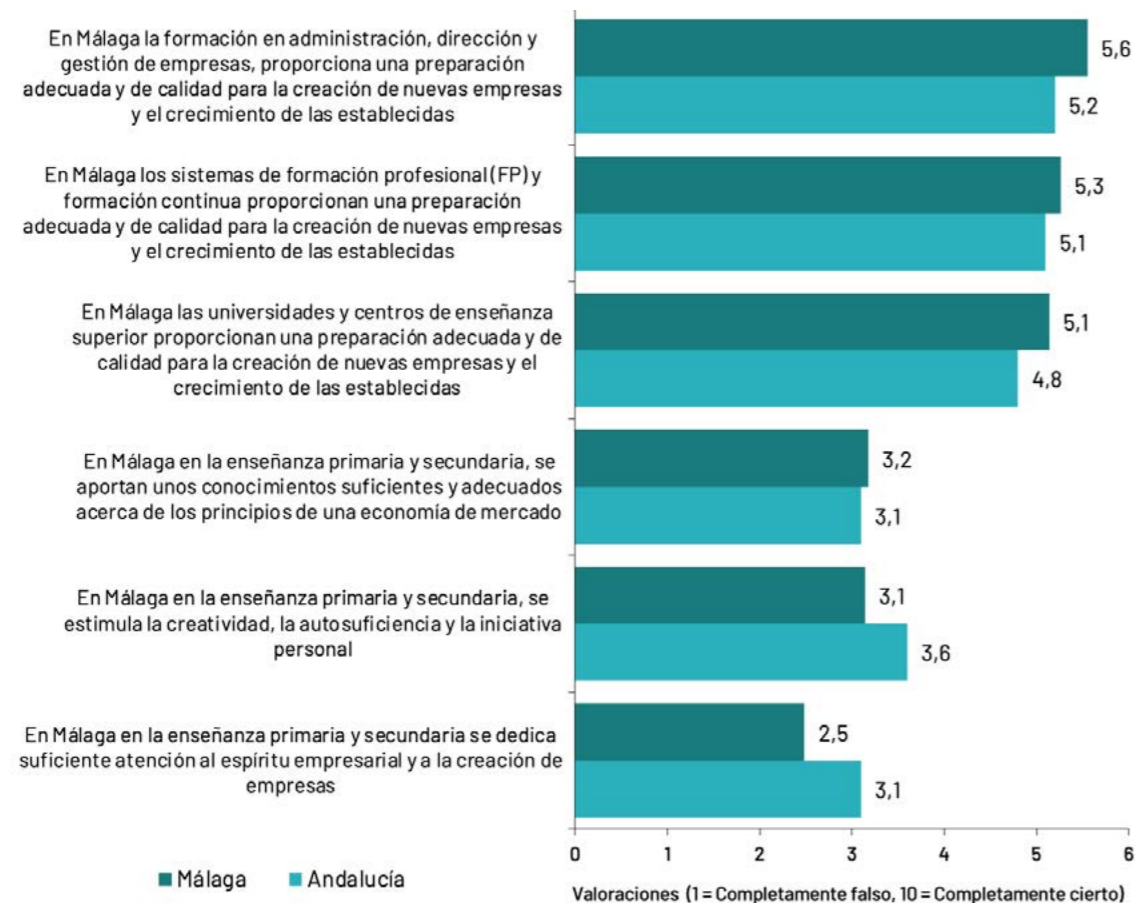
3.1.4. Educación y formación emprendedora

La Ilustración 35 expresa la valoración sobre la oferta de educación y formación para el emprendimiento y el contenido formativo que existe en la enseñanza primaria y secundaria en este sentido.

En términos comparativos, existe un consenso en que la enseñanza primaria y secundaria no recoge de manera suficiente contenidos que mejoren la creatividad del estudiante, estimulen su espíritu emprendedor y le permitan comprender los mecanismos de la economía de mercado. Sin embargo, la valoración es favorable para la oferta educativa en materia de dirección y economía de la empresa, así como para la formación emprendedora impartida en la Formación Profesional y la Universidad.

Son resultados parecidos a los obtenidos en el IGA2021. No obstante, las valoraciones de los expertos en la provincia de Málaga sobre la oferta formativa en Formación Profesional y educación superior son mejores que las registradas a nivel autonómico.

Ilustración 35. Educación y formación emprendedora

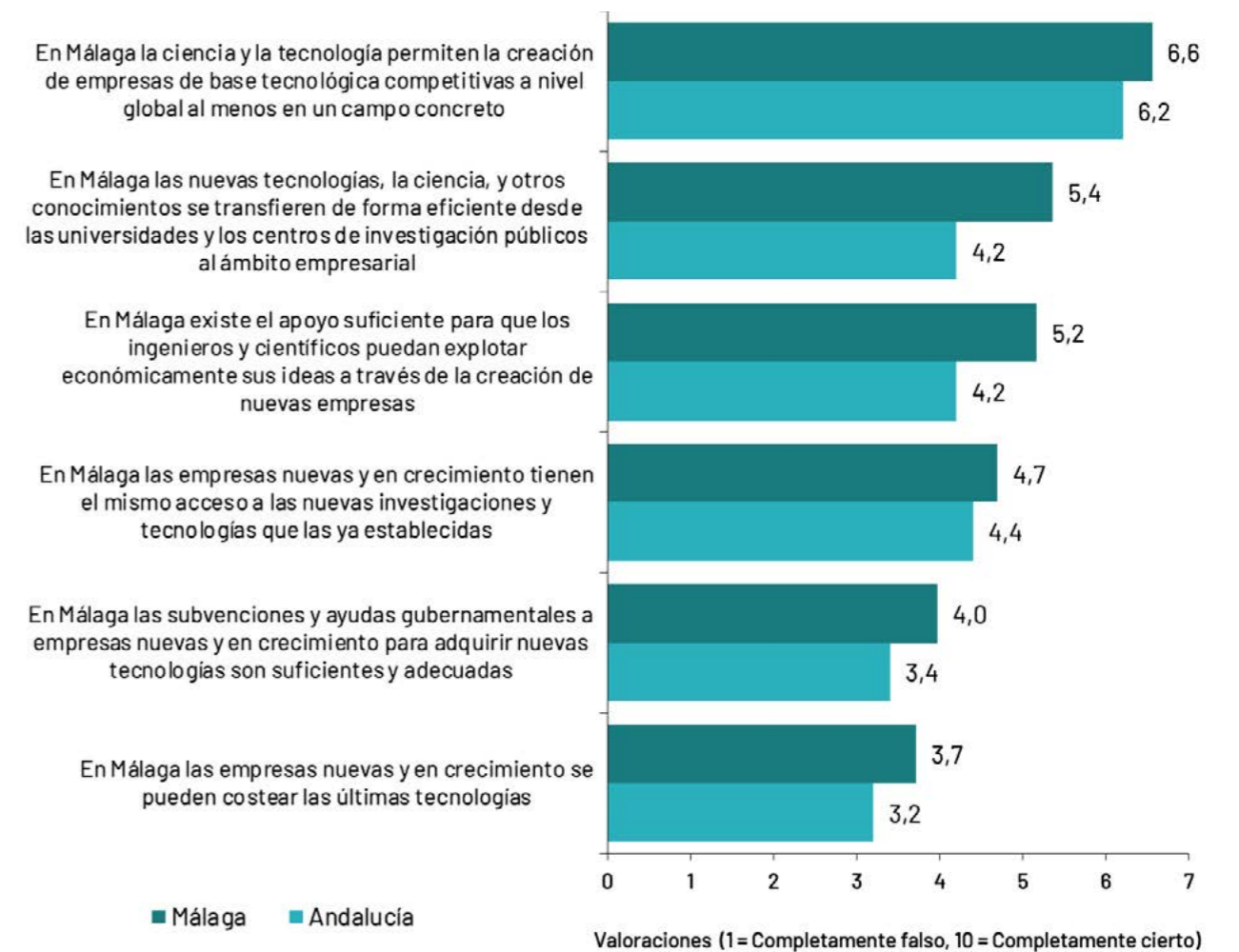


3.1.5. Transferencia de I+D

La Ilustración 36 recoge los diferentes elementos valorados en la dimensión "Transferencia de I+D" y que se refieren a aspectos que tienen que ver con la creación, transferencia y acceso a la tecnología.

En este sentido, el sistema de I+D recibe una evaluación positiva en su aspecto de generación de empresas de base tecnológica y su capacidad de transferir tecnología. A nivel regional, únicamente recibe el aprobado la capacidad de creación de empresas de base tecnológica y se valora de manera desfavorable la capacidad de transferencia del sistema de I+D. Al igual que a nivel andaluz, en Málaga se puede apreciar la dificultad que supone para las nuevas empresas el acceso a tecnologías novedosas y resultados de investigación.

Ilustración 36. Transferencia de I+D



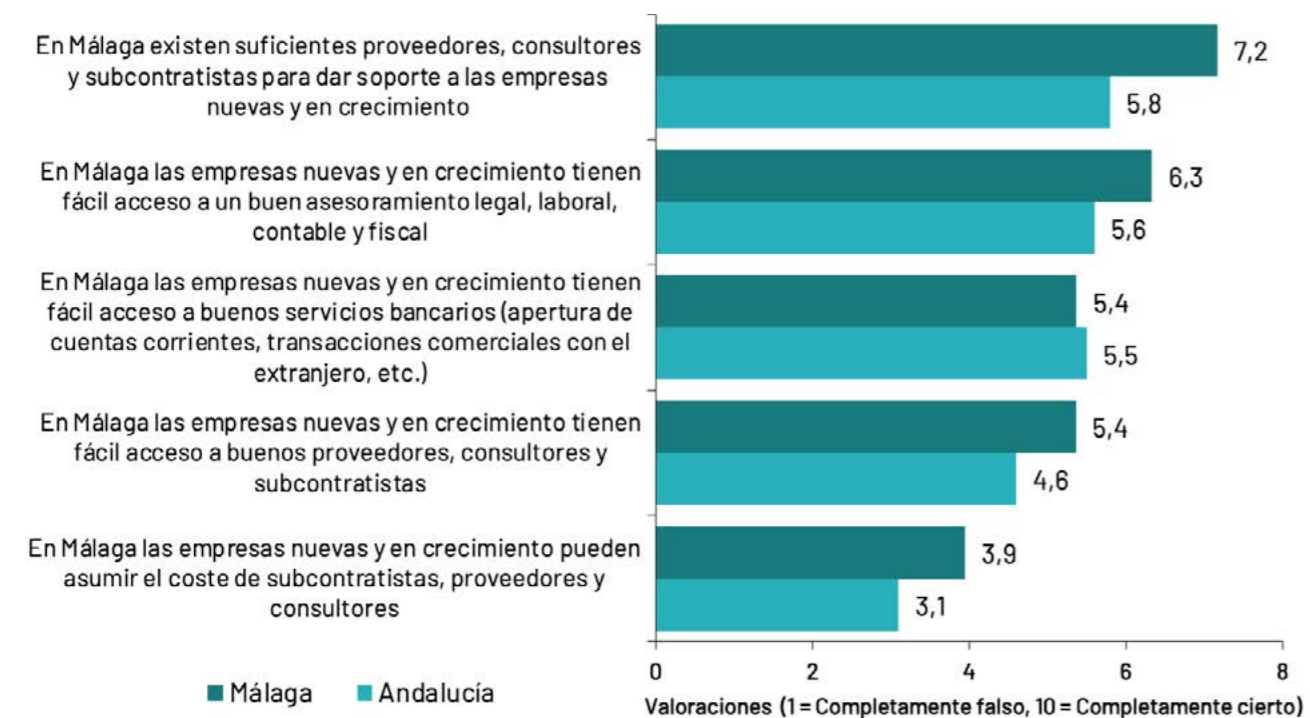
3.1.6. Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional

La infraestructura comercial y profesional está referida a la oferta de servicios para las empresas y, en este caso, especialmente para las empresas de nueva creación. Así, esta dimensión se relaciona con la disponibilidad y calidad de proveedores, servicios de consultoría, asesoramiento y subcontratación.

La Ilustración 37 muestra que los expertos consultados consideran la oferta de proveedores, consultores y subcontratistas como un elemento del entorno de la provincia de Málaga positivo para los negocios. Sin embargo, esta oferta es de difícil acceso para las empresas nuevas y en crecimiento.

Los datos referidos a la provincia de Málaga son más favorables que los registrados en Andalucía (IGA2021), destacando la valoración de la oferta de proveedores, consultores y subcontratistas registrada a nivel provincial (7,2) frente a la autonómica (5,8).

Ilustración 37. Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional

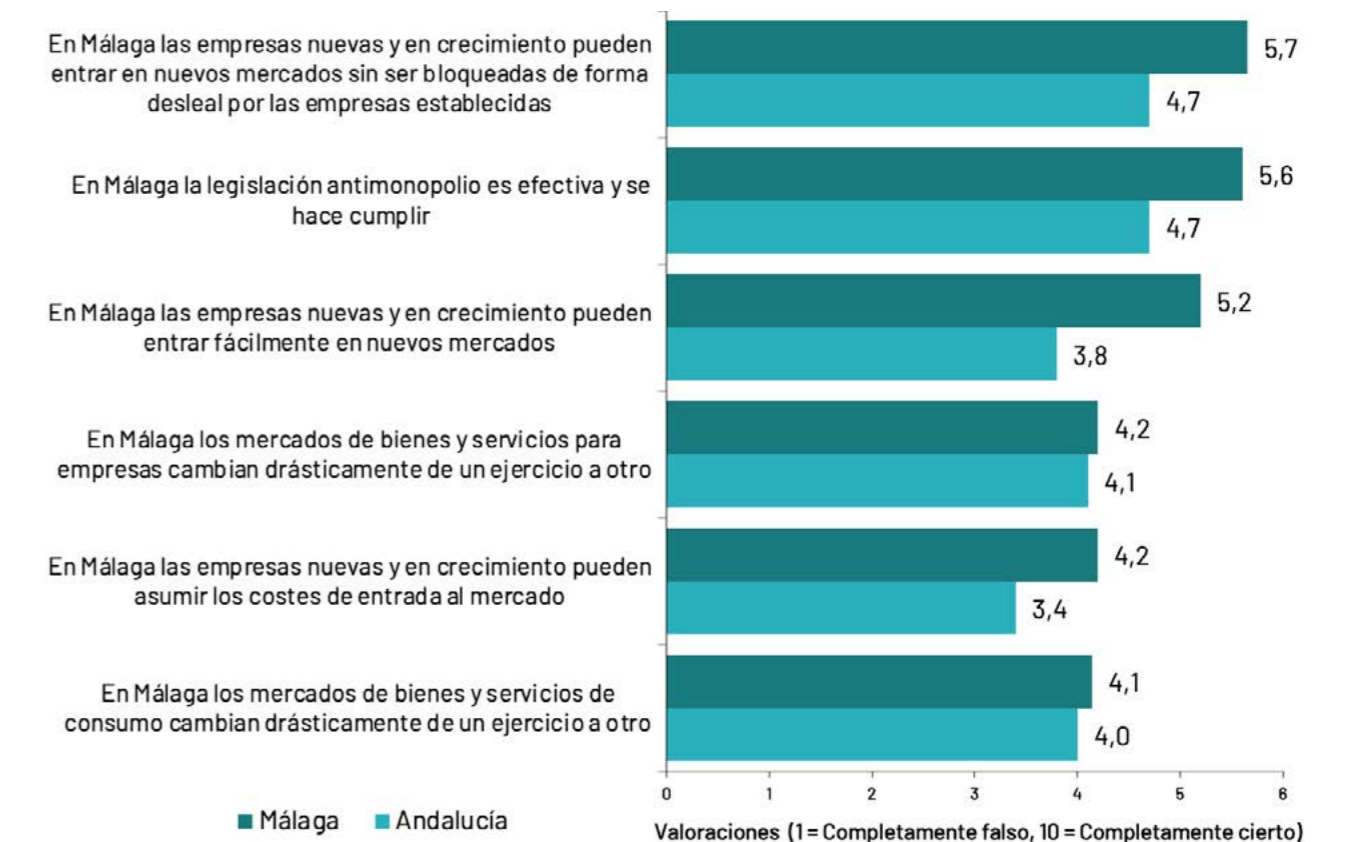


3.1.7. Dinámica del mercado interno

Desde un punto de vista de análisis provincial, la dinámica del mercado interno está referida sobre todo a la existencia de barreras de entrada para las empresas de nueva creación (Ilustración 38). La facilidad de acceso a otros mercados o industrias significa mejores oportunidades para emprender. En el caso de Málaga, los expertos consideran que, si bien el acceso a nuevos mercados es factible y favorable para el emprendimiento y la legislación impide el bloqueo de entrada a nuevas empresas en las industrias, aquellas de reciente creación están condicionadas por los costes de entrada y el escaso dinamismo de los mercados.

En Andalucía todos los factores contextuales analizados en esta dimensión reciben una valoración por debajo de 5, y siempre por debajo de los valores registrados en la provincia de Málaga.

Ilustración 38. Dinámica del mercado interno

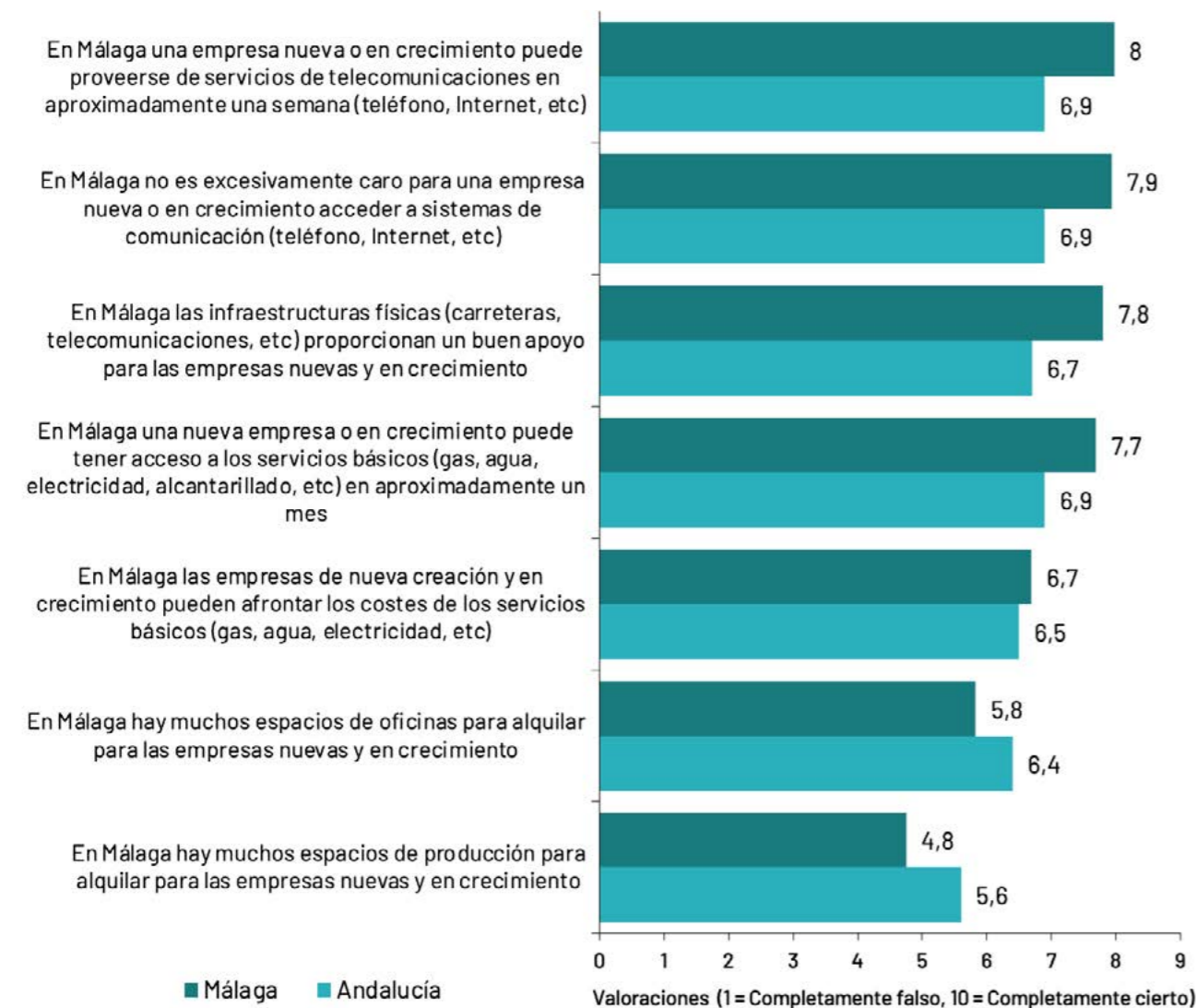


3.1.8. Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios

La dimensión mejor valorada por los expertos es la que tiene que ver con la existencia de infraestructuras físicas y de servicios. Todos los factores que se agrupan en ella reciben una valoración elevada (Ilustración 39). Las infraestructuras de comunicaciones y transporte, así como las telecomunicaciones vuelven a ser los elementos mejor considerados como favorecedores de la dinámica empresarial en la provincia. El acceso a servicios de telecomunicaciones despunta con un valor medio de 8 sobre 10, siendo en Andalucía de 6,9.

Por el lado opuesto, destaca la menor valoración que recibe la disponibilidad y precio de los espacios de producción.

Ilustración 39. Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios



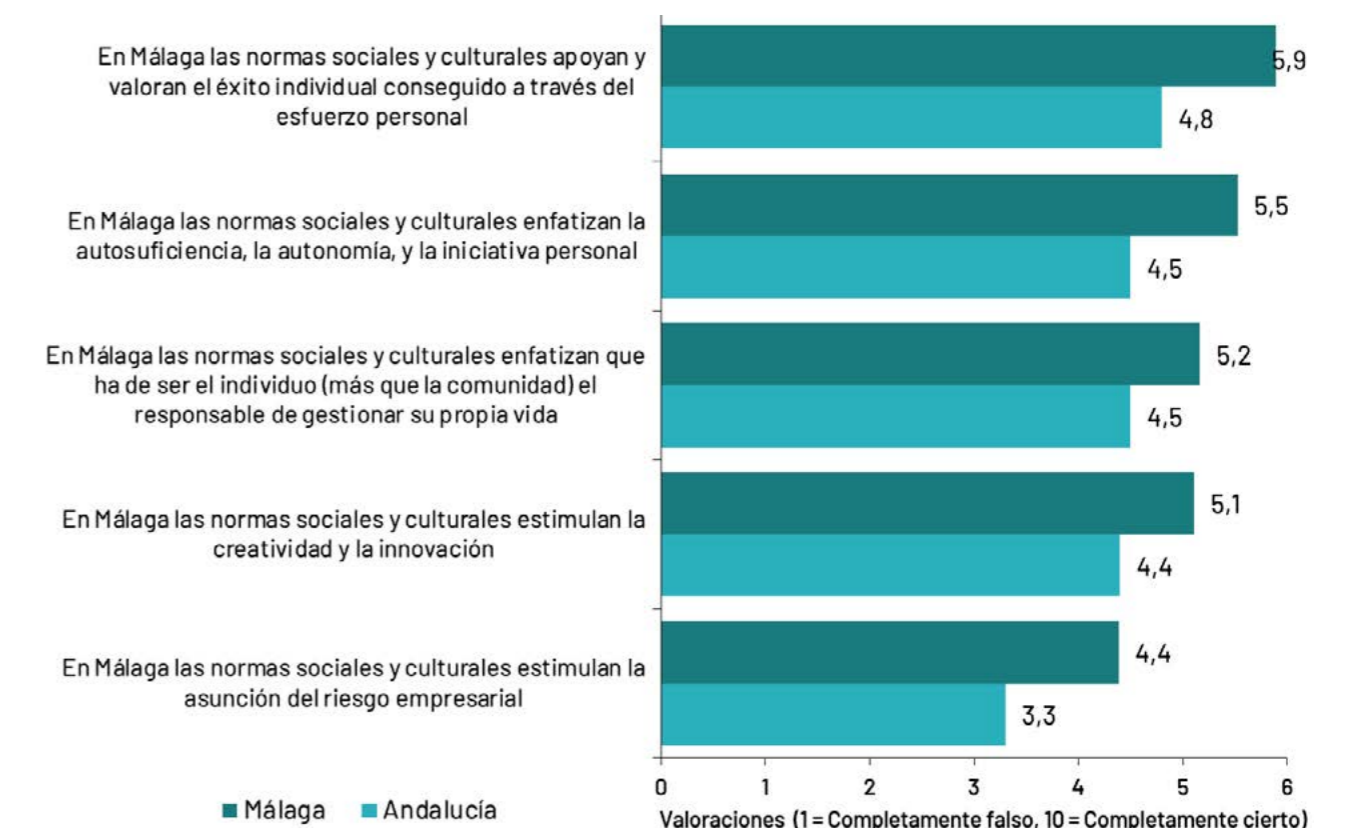
3.1.9. Normas sociales y culturales

Las normas sociales y culturales influyen en el comportamiento humano y, por tanto, en las decisiones personales de emprender e invertir. Si bien las puntuaciones que recoge la Ilustración 40 no son muy elevadas, el IGA2021 muestra que a nivel de Andalucía ninguna de estas cifras supera el valor 5 o umbral intermedio. Por tanto, aunque esta dimensión del entorno presenta un margen de mejora, cabe destacar un hecho diferencial en términos comparativos.

Los expertos han sido consultados sobre la influencia de condiciones sociales y culturales como la valoración del éxito logrado a través del esfuerzo, la autonomía e iniciativa personal, el rol del individuo y la comunidad en la sociedad, la creatividad y la relación con el riesgo.

Málaga provincia significa un contexto, en opinión de los expertos, donde los valores sociales y culturales compartidos aprecian el esfuerzo como vía para conseguir el éxito y estimulan la iniciativa personal. Sin embargo, las normas colectivas favorecen un comportamiento adverso al riesgo implícito en una actividad empresarial.

Ilustración 40. Normas sociales y culturales



3.2. Análisis comparado de los factores del entorno para el emprendimiento

3.2.1. Influencia relativa de los factores del entorno en el fenómeno emprendedor

Una vez analizadas las diferentes dimensiones que explican el contexto de la provincia de Málaga para la creación de empresas, el siguiente análisis es de carácter comparativo con el objetivo de facilitar una lectura que permita conocer los aspectos más favorecedores del entorno y aquellos que obstaculizan la actividad emprendedora en la provincia y son susceptibles de mejora.

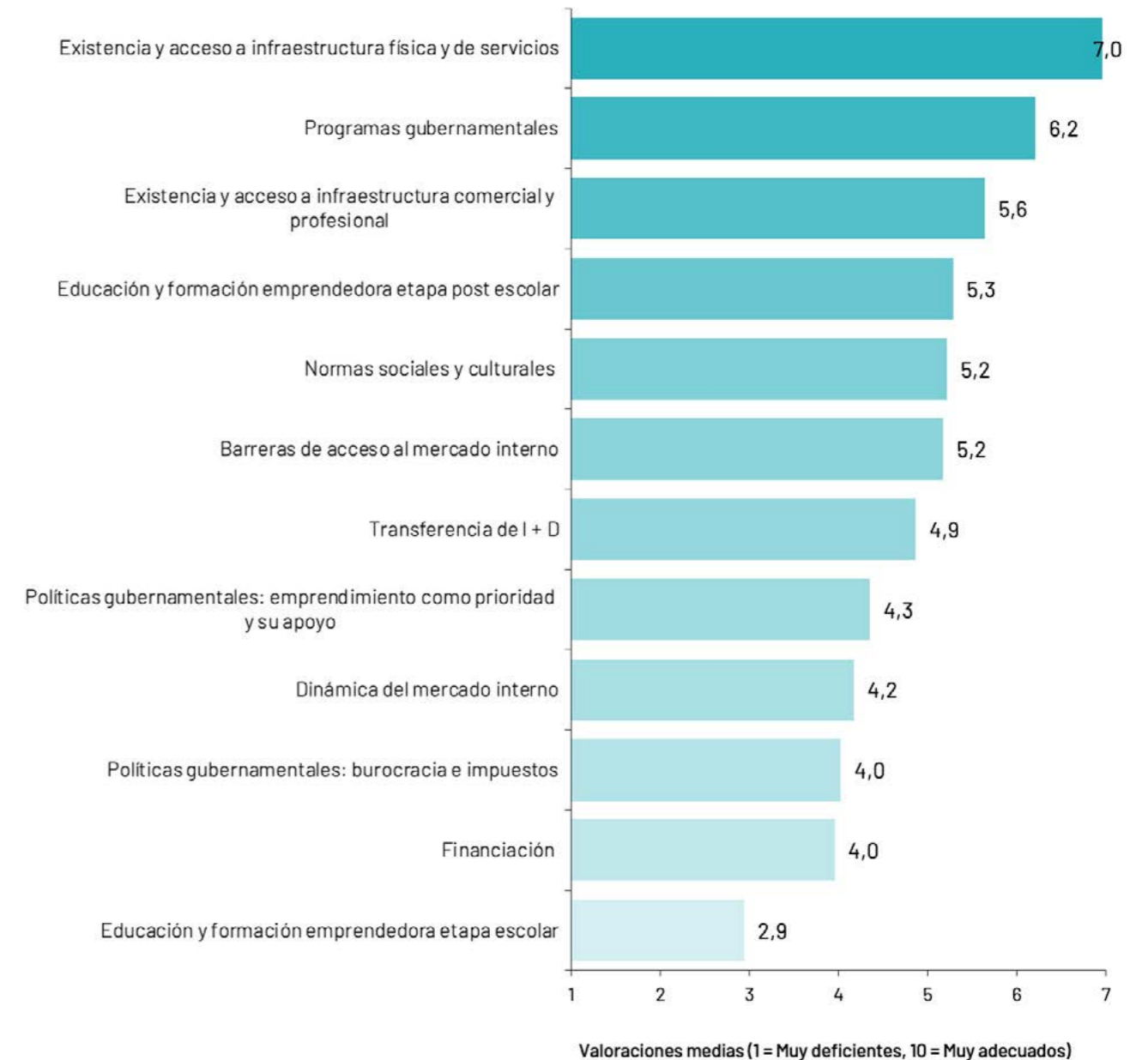
Para este análisis se realiza una desagregación de algunas de las dimensiones en otras de carácter más específico, a partir de los factores que las definen, y entendiendo que son aspectos distintos. De esta manera, la dimensión de políticas gubernamentales se desagrega en las medidas de apoyo proporcionadas desde las responsabilidades políticas y la burocracia intrínseca de los trámites asociados a la creación empresarial. Por otra parte, se diferencia la valoración de la formación en emprendimiento en las etapas de primaria y secundaria y la provista en la educación superior. Por último, la dimensión apertura del mercado es medida por la existencia e importancia de las barreras que pueden obstaculizar la entrada de empresas nuevas y crecientes, y la dinámica de los mercados.

La Ilustración 41 muestra los diferentes factores valorados por los expertos que han participado en el Informe, ordenados de mayor a menor según la puntuación media obtenida. Hay seis características del entorno que reciben una valoración por encima de cinco y otras seis características que reciben una valoración inferior a cinco. Es destacable que las infraestructuras físicas y de servicios de la provincia de Málaga son el aspecto más valorado por los expertos.

De igual forma, los programas de apoyo al emprendimiento, la oferta de servicios de proveedores, consultoría y subcontratistas y la educación superior, reciben una buena valoración.

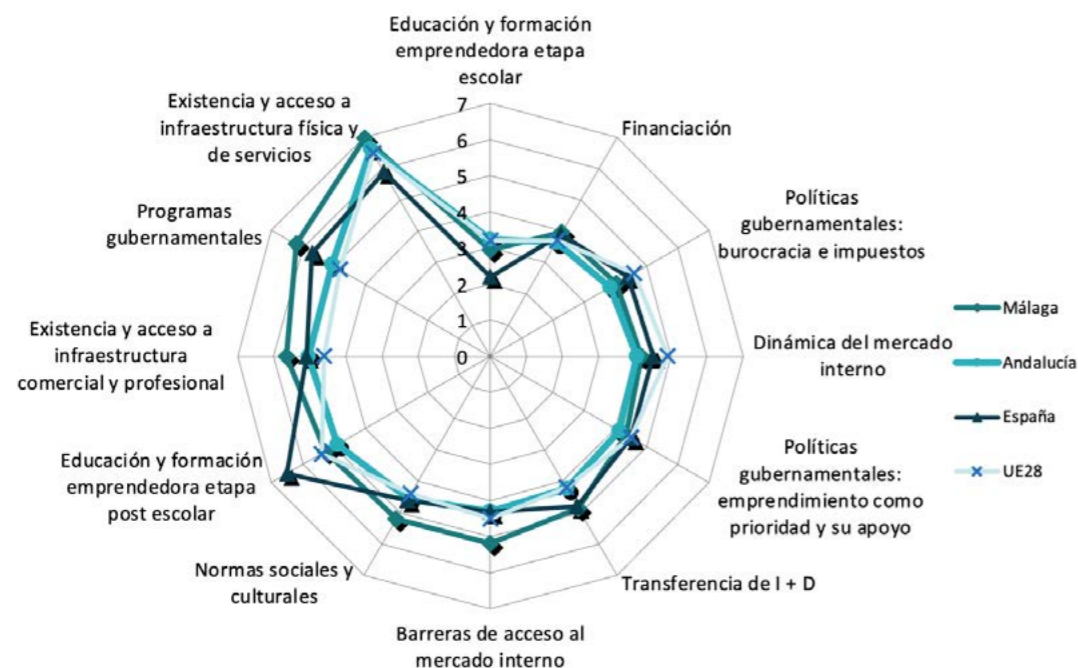
En el lado opuesto, se considera que la educación en las etapas tempranas, el acceso a la financiación y los procesos administrativos que afectan al emprendimiento, son los aspectos que tienen mayor margen de mejora o explican barreras para emprender.

Ilustración 41. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Málaga



El uso de la metodología GEM permite comparar las valoraciones realizadas por los expertos de la provincia de Málaga con las registradas en las diferentes consultas a expertos a nivel de Andalucía, España y Unión europea (UE). La Ilustración 42 muestra una lectura gráfica de los factores contextuales valorados en cada una de las zonas económicas referidas. La lectura más destacable es la similitud del trazo definido por los distintos valores para la provincia de Málaga, Andalucía, España y la UE. Es decir, los aspectos del entorno que favorecen y que obstaculizan la creación de empresas coinciden en los diferentes territorios.

Ilustración 42. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Málaga, Andalucía, España y Unión Europea - 2020



Una segunda lectura interesante consiste en destacar aquellos factores contextuales en los que la media de la valoración de los expertos es superior en la provincia de Málaga que en el resto de las áreas consideradas. Esto ocurre en el caso de las infraestructuras tanto físicas y comerciales, la oferta y adecuación de los programas de apoyo al emprendimiento y el conjunto de normas y valores compartidos por la población.

Esta información indica una mejora en la valoración del entorno frente a la publicada en el Informe anterior, en el cual Málaga destacaba únicamente por el acceso a infraestructuras físicas.

Por otra parte, no se aprecian ámbitos en los que la valoración sea significativamente inferior al resto de las zonas comparadas y que pudieran representar un factor diferencial negativo para la provincia. En este sentido, la valoración de la financiación para el emprendimiento mejora en términos comparativos.

Una forma alternativa de identificar los aspectos que obstaculizan la creación de empresas en la provincia de Málaga consiste en cuantificar el número de expertos que han señalado cada uno de los factores como elementos inhibidores de la creación empresarial. En este sentido, la Tabla 6 contiene la relación de factores ordenados por el porcentaje de expertos que los han destacado como obstáculo para el emprendimiento.

La Ilustración 42 presenta la educación en las etapas tempranas como el aspecto peor valorado del entorno. En la misma línea, el ámbito formativo en primaria y secundaria vuelve a destacarse por los expertos como un obstáculo para el emprendimiento. Aun así, esta consulta también evidencia la relevancia de la financiación como elemento obstaculizador de la iniciativa emprendedora en la provincia de Málaga. En este sentido, el acceso a financiación es el aspecto más destacado por los expertos como obstáculo a la creación empresarial. Con un porcentaje próximo, la mayoría de los expertos también señalan como obstáculos los trámites y costes asociados a la creación de empresas.

Tabla 6. Factores señalados por los expertos que obstaculizan la creación de empresas en Málaga - 2020

Obstáculos (Ordenados por importancia)	% de expertos
Apoyo financiero	69,4%
Políticas gubernamentales	61,1%
Educación y formación	33,3%
Apertura de mercado y barreras	30,6%
Normas sociales y culturales	30,6%
Acceso a infraestructura física	13,9%
Crisis económica	13,9%
Capacidad emprendedora	11,1%
Programas gubernamentales	8,3%
Clima económico	8,3%
Contexto político, institucional y social	8,3%
Infraestructura comercial y profesional	2,8%
Internacionalización	2,8%
Costes, acceso y regulación laboral	2,8%
Disponibilidad de información crítica	2,8%

La Tabla 7 expresa el porcentaje de expertos que han señalado a cada factor como elemento favorecedor de la creación de empresas en Málaga. El 44% menciona a las infraestructuras físicas como un facilitador de la dinámica emprendedora de la provincia. Otros aspectos destacados por una tercera parte de los expertos son las políticas gubernamentales (36,1%) y el sistema de I+D (33,3%).

Tabla 7. Factores señalados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Málaga - 2020

Facilitadores (Ordenados por importancia)	% de expertos
Acceso a infraestructura física	44,4%
Políticas gubernamentales	36,1%
Transferencia de I+D	33,3%
Apertura de mercado y barreras	30,6%
Estado del mercado laboral	30,6%
Programas gubernamentales	22,2%
Infraestructura comercial y profesional	22,2%
Normas sociales y culturales	13,9%
Capacidad emprendedora	13,9%
Clima económico	11,1%
Internacionalización	11,1%
Contexto político, institucional y social	8,3%
Apoyo financiero	5,6%
Composición percibida de la población	5,6%
Costes laborales, acceso y regulación	5,6%
Educación y formación	2,8%
Crisis económica	2,8%

La consulta a los expertos también solicita recomendar qué aspectos del entorno deberían ser objeto de cambio para facilitar una mayor tasa de actividad emprendedora en la provincia. En este sentido, un 75% propone introducir modificaciones en las políticas gubernamentales en cuanto a los procedimientos y costes asociados a la creación de empresas. Los otros dos ámbitos de actuación más mencionados son la financiación (47,2%) y el sistema educativo y formativo (41,7%).

Tabla 8. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Málaga - 2020

Áreas en las que realizan recomendaciones de mejora (Ordenados por importancia)	% de expertos
Políticas gubernamentales	75,0%
Apoyo financiero	47,2%
Educación y formación	41,7%
Programas gubernamentales	30,6%
Acceso a infraestructura física	22,2%
Normas sociales y culturales	16,7%
Apertura de mercado y barreras	13,9%
Transferencia de I+D	11,1%
Infraestructura comercial y profesional	11,1%
Capacidad emprendedora	8,3%
Internacionalización	8,3%
Costes laborales, acceso y regulación	8,3%
Clima económico	2,8%

3.2.2. NECI, Índice sintético de Contexto del Emprendimiento

El Indicador de Contexto del Emprendimiento (NECI) se construye con la información recogida de la consulta a expertos y facilita una cifra que representa el promedio de las valoraciones sobre los distintos factores del entorno analizados. La metodología GEM permite la ventaja de poder comparar el valor del indicador entre distintas economías o áreas geográficas. Así, el NECI de la provincia de Málaga es comparable con el registrado en otras regiones de España y países de la UE. De forma gráfica, la Ilustración 43 muestra el valor del indicador en cada una de las regiones españolas y la Ilustración 44 recoge esta información referida a los diferentes países de la UE.

El NECI de la provincia alcanza un valor de 4,9, una décima por encima del valor obtenido en 2019. Esta cifra es superior a la registrada en Andalucía (4,5), España (4,7) y la UE (4,6). En términos comparativos con las distintas regiones, el NECI de Málaga solo es superado por la Comunidad Valenciana, Murcia, País Vasco, La Rioja y Cataluña.

Ilustración 43. Comparativa regional del índice NECI

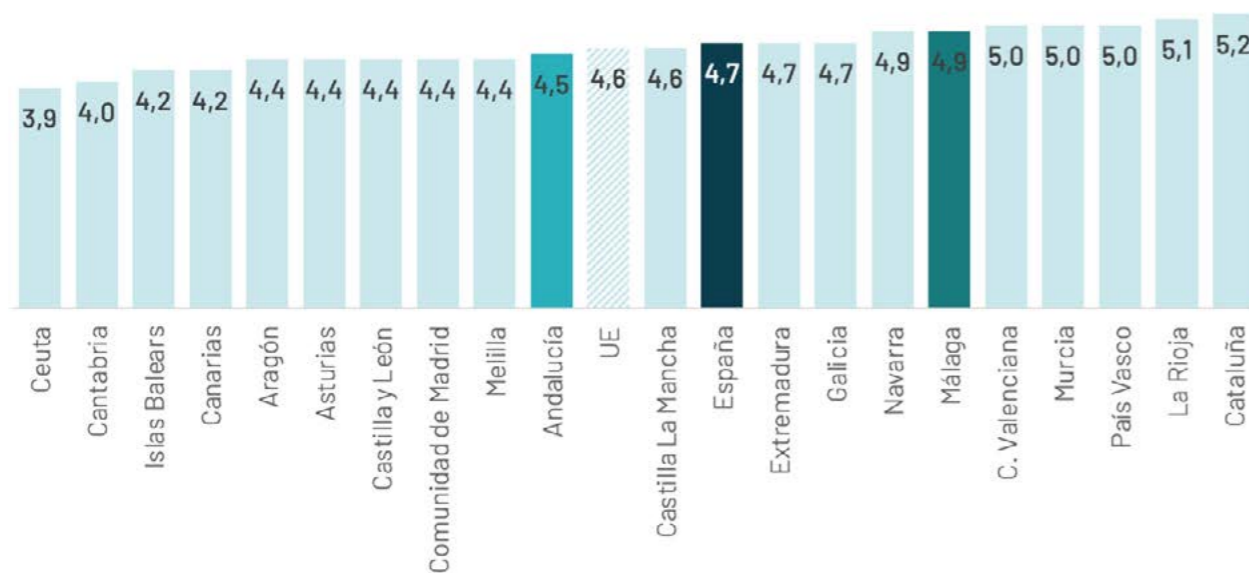


Ilustración 44. Comparativa del índice NECI entre Málaga y la UE



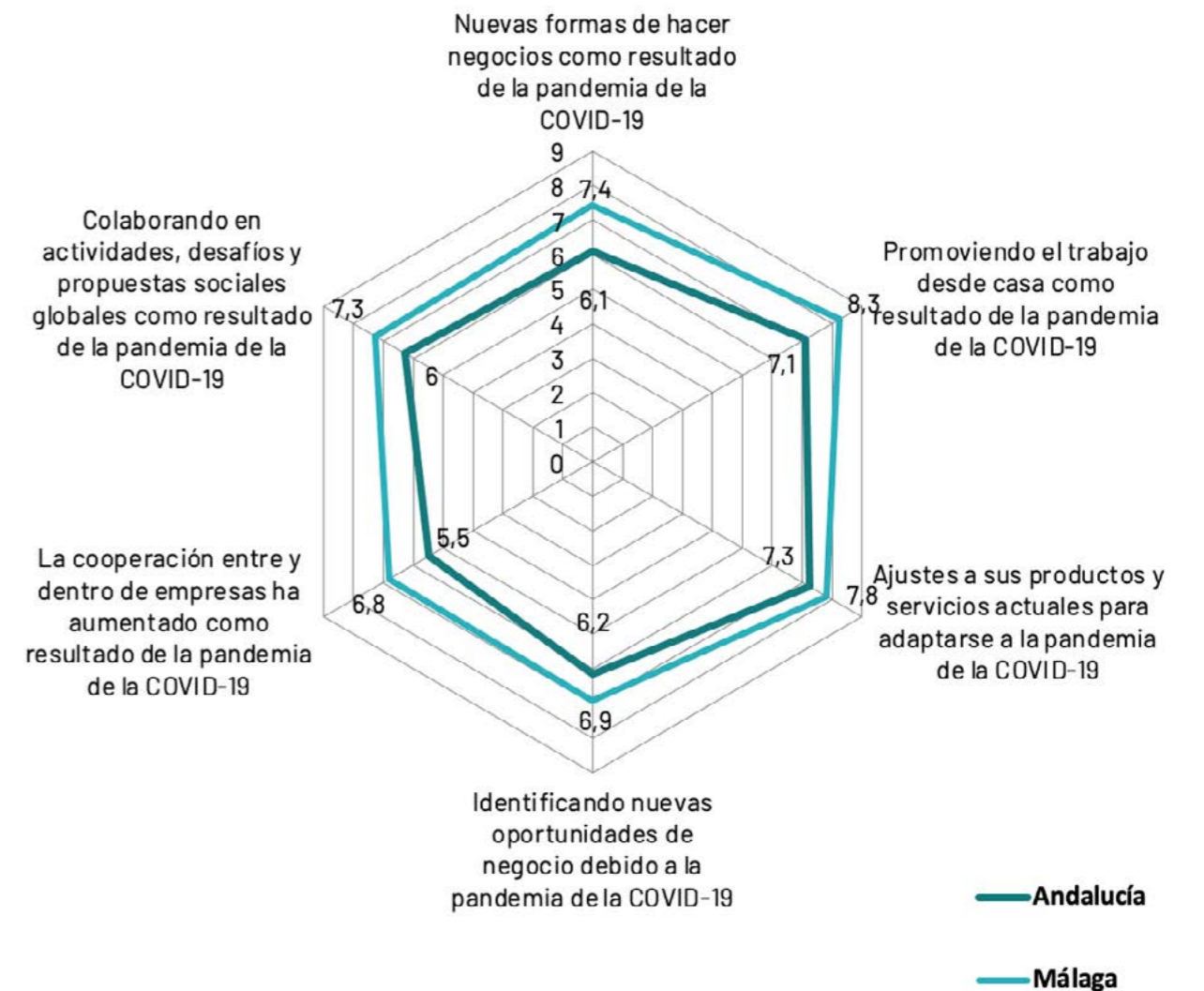
La comparativa del NECI de Málaga con otros países de la UE también muestra una buena posición relativa de la provincia. Las condiciones del entorno favorables para el emprendimiento no solo reciben una valoración superior a la media de la UE, si no que esta cifra se encuentra por encima del valor obtenido en países como Austria (4,8) o Suecia (4,5). La puntuación de Málaga coincide con la de Alemania (4,9) y únicamente es superada por Países Bajos, Noruega, Suiza, Luxemburgo y Reino Unido; aún así estas dos últimas regiones presentan un valor similar.

3.3. Percepción de los expertos de Málaga sobre el ecosistema emprendedor en la COVID-19

La crisis sanitaria que caracteriza al año 2020 y los efectos socioeconómicos derivados de ella son determinantes para la actividad y la dinámica emprendedora. La incertidumbre del periodo es elevada, el entorno de los negocios cambiante y la toma de decisiones empresariales se ve afectada por nuevas variables, condicionadas por el Estado de Alarma y las medidas gubernamentales relacionadas, como las restricciones a la movilidad o a la apertura de los negocios. Con la finalidad de comprender el fenómeno emprendedor en la provincia en este nuevo contexto, en el año 2020 se publicó un informe gráfico específico, titulado "Situación del emprendimiento en Málaga ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado con España y recomendaciones". Este estudio se realizó a partir de una recolección de datos a emprendedores de la provincia y está disponible online¹⁰.

De forma complementaria, la Encuesta a Expertos realizada en Málaga en el año 2020 también integra cuestiones específicas que miden las percepciones de los expertos sobre el efecto de la COVID-19 en el emprendimiento. Concretamente, se recoge información, en una escala Likert de 1 a 10, sobre las acciones que desarrollan las empresas nuevas y crecientes para hacer frente a la pandemia y la efectividad de las medidas gubernamentales ante las consecuencias económicas y empresariales derivadas de la misma. Los resultados se muestran de forma comparada con Andalucía en las Ilustraciones 45 y 46, respectivamente.

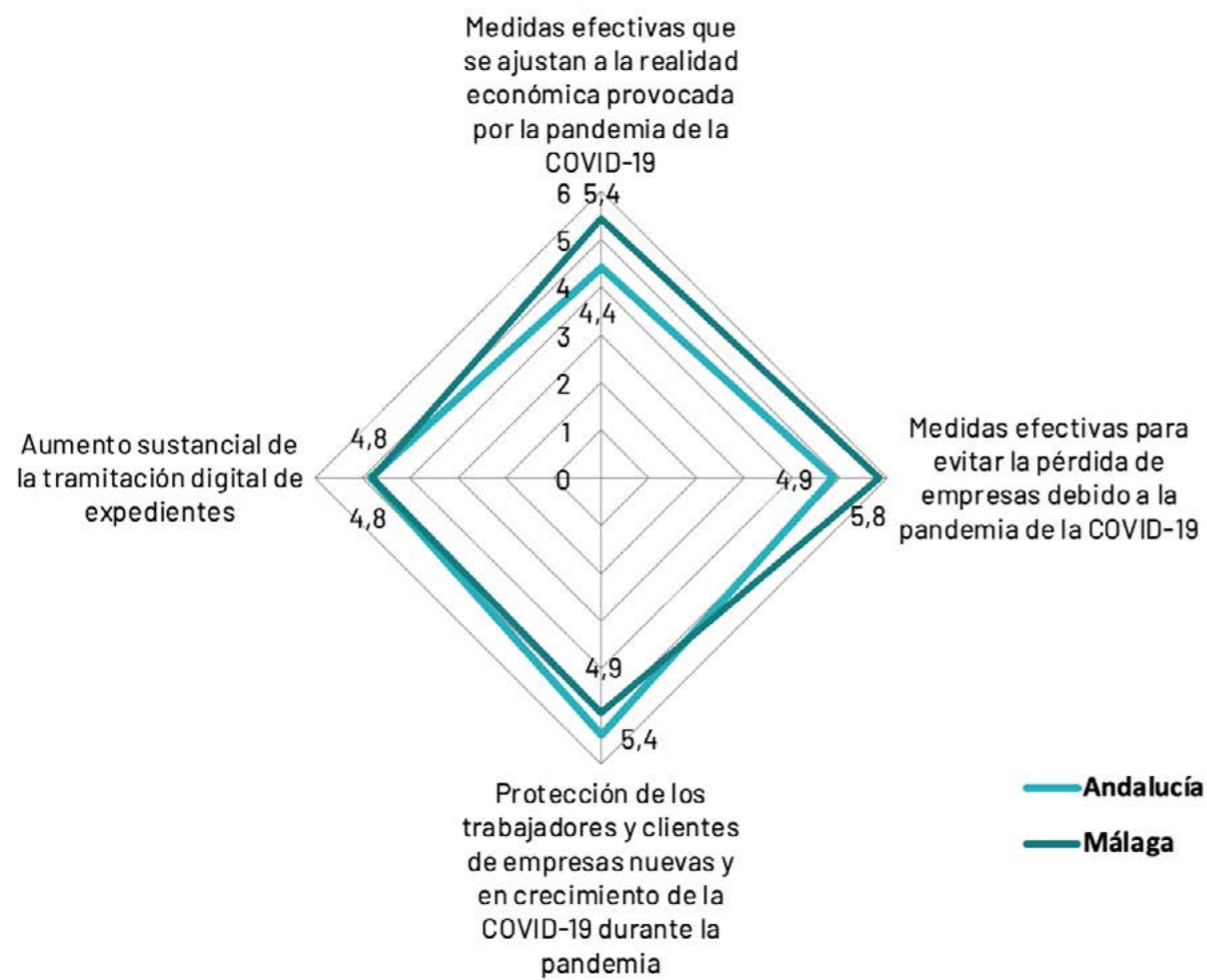
Ilustración 45. Ecosistema emprendedor y su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados en Málaga y Andalucía.



En todos los ámbitos analizados los expertos malagueños perciben una respuesta favorable de los emprendedores ante la situación ocasionada por la pandemia. Además, en Málaga la valoración de los aspectos estudiados supera, en la mayoría de los casos, en más de un punto a la cifra andaluza. En la provincia, las respuestas más destacadas son la promoción del teletrabajo (8,3), el ajuste en la oferta de productos y servicios (7,8) y la innovación en los negocios (7,4), lo que denota un elevado grado de resiliencia y adaptación de la actividad de los emprendedores malagueños frente a la crisis sanitaria. También se destaca su compromiso con las necesidades y desafíos sociales derivados de la pandemia (7,3).

¹⁰ Informe disponible en: <https://www.gem-spain.com/equipo-gem-malaga/>

Ilustración 46. Efectividad de las medidas gubernamentales en su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados en Málaga y Andalucía.

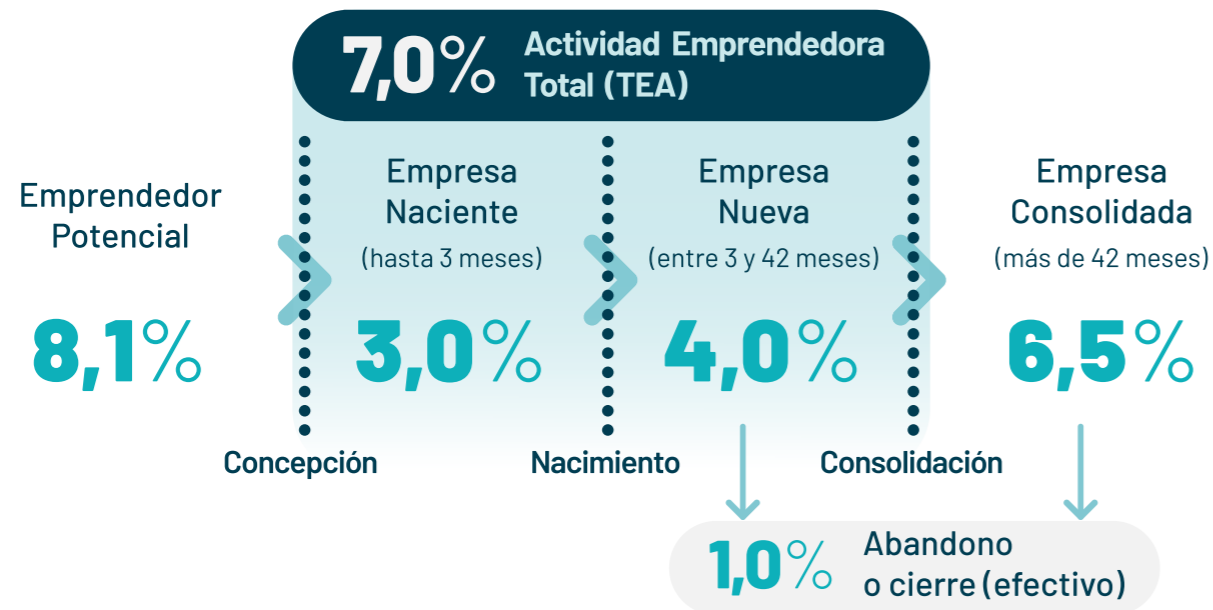


La efectividad de la respuesta de los entes gubernamentales para evitar la pérdida de empresas también obtiene una valoración más favorable en Málaga (5,8) que en Andalucía (4,9). Las cifras provinciales (5,4) sobre el ajuste de las medidas gubernamentales a la realidad económica también supera en un punto a las valoraciones de los expertos autonómicos(4,4). Por el contrario, la protección de los trabajadores y clientes de las empresas nuevas y en crecimiento obtiene un valor más elevado en Andalucía (5,4) que en Málaga (4,9), mientras que las cifras que valoran el aumento sustancial de la tramitación digital de expedientes coinciden en ambas regiones (4,8).

CAPÍTULO 4.

ANÁLISIS INFOGRÁFICO DE LA ACTIVIDAD Y LA DINÁMICA EMPRENDEDORA DE LA CIUDAD DE MÁLAGA

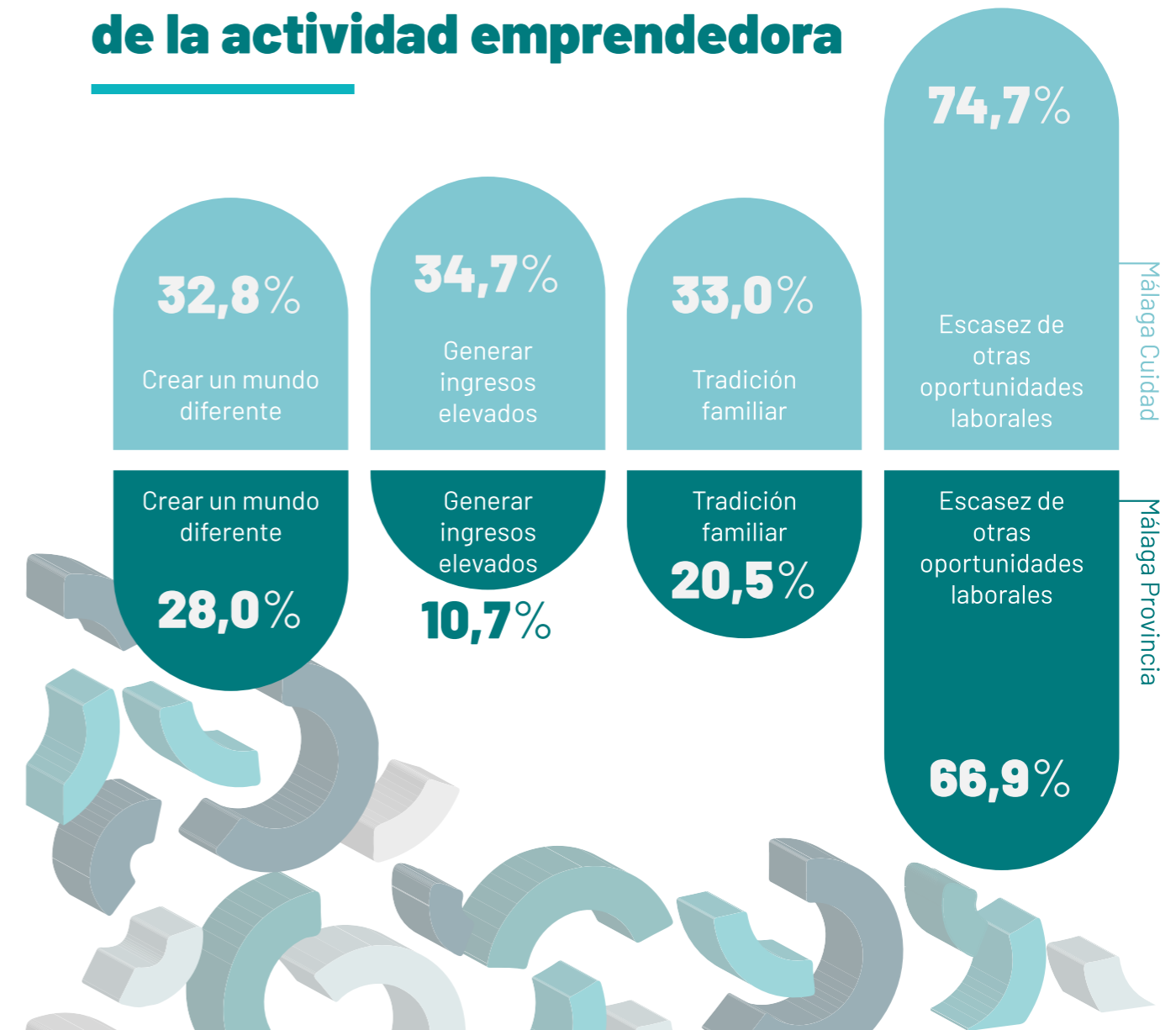
El Proceso Emprendedor en Málaga Ciudad - 2020



Comparativa del proceso emprendedor con respecto a Málaga provincia, Andalucía y España

	Emprendedor potencial	TEA	Empresa Naciente	Empresa Nueva	Empresa Consolidada	Abandono (efectivo)
Málaga Ciudad	8,1%	7,0%	3,0%	4,0%	6,5%	1,0%
Málaga	8,3%	6,1%	2,9%	3,2%	9,4%	2,5%
Andalucía	7,0%	4,9%	2,3%	2,6%	6,4%	1,0%
España	7,0%	5,2%	2,4%	2,8%	6,7%	1,3%

Motivaciones múltiples de la actividad emprendedora



Este capítulo muestra de forma resumida y visual, mediante diversas infografías, los datos de la actividad y dinámica emprendedora de la ciudad de Málaga. Para el análisis se ha empleado la misma metodología GEM, lo que permite extraer conclusiones comparadas con respecto a los resultados presentados en los capítulos anteriores, referentes a Málaga provincia, Andalucía y otras regiones de España. Los datos se han obtenido a partir de una APS adicional y específica sobre la población adulta de 18 a 64 años de Málaga ciudad¹¹.

11 Consultar el capítulo 6 para más detalles metodológicos.

Percepciones Individuales para emprender



Percepción de capacidades para emprender

55,4%



Percepción de condicionantes sociales para emprender

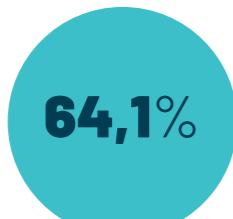


Percepción de oportunidades en el entorno para emprender

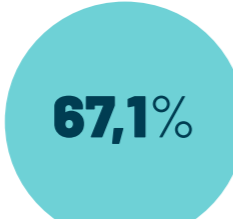
20,4%



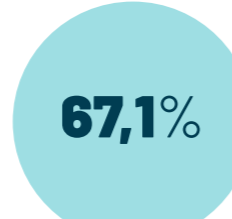
Rol favorable de los medios de comunicación e internet



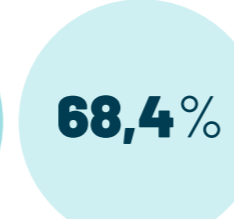
Estatus social y económico



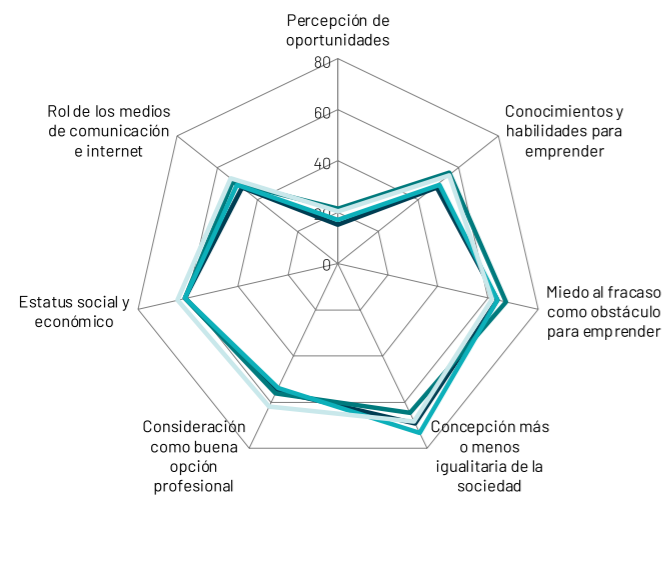
Consideración como buena opción profesional



Miedo al fracaso



Concepción más o menos igualitaria de la sociedad



Comparativa de las percepciones individuales para emprender con respecto a Málaga provincia, Andalucía y España

- Málaga Ciudad
- Málaga Provincia
- Andalucía
- España

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

5. CONCLUSIONES

El Informe GEM Málaga 2020/21 está referido a un periodo de tiempo especialmente relevante por coincidir con una crisis sanitaria de naturaleza global y con un efecto directo sobre la coyuntura económica y empresarial. Las consultas y encuestas realizadas para la elaboración del Informe han ocurrido entre el mes de junio y octubre de 2020. Dicho marco temporal está marcado por un nivel de incertidumbre máximo y una desaceleración económica ocasionada por las medidas tomadas para preservar la salud de la población y frenar la expansión de la pandemia.

Los dos informes GEM Málaga publicados anteriormente mostraban una tendencia favorable en cuanto a la actividad emprendedora y las condiciones de la provincia como espacio para el emprendimiento y la creación de empresas. Teniendo en cuenta esta información y la singularidad del escenario económico y social del año 2020, las principales conclusiones del Informe GEM Málaga 2020/21 están referidas a las consecuencias de la pandemia en Málaga en cuanto al emprendimiento, su valoración en términos comparativos con otros territorios y con respecto a periodos anteriores. Esta información se enriquece en el presente Informe por la disposición de datos referidos a la capital de Málaga.

Málaga sigue mostrando un mejor rendimiento y una posición de liderazgo en cuanto a la actividad y dinámica emprendedora. Esta información se basa en la ratio de población con intención de emprender y el porcentaje que en el momento del análisis se encuentra participando en la propiedad y gestión de una actividad empresarial con una antigüedad menor a 42 meses. Las variables medidas en Málaga capital y provincia ofrecen la visión de un potencial y una actividad emprendedora superior a la media nacional y andaluza, así como por encima de la realidad observada en la mayoría de las comunidades autónomas.

Si bien el porcentaje de población que comunica su intención de emprender en los próximos tres años es superior al de años anteriores, la tasa de actividad emprendedora presenta un valor inferior al registrado en el año 2019. Esta caída se observa en el resto de España rompiendo una tendencia alcista con motivo de la crisis sanitaria. La TEA de la población femenina experimenta una reducción especialmente significativa.

La disminución de la TEA se debe fundamentalmente al menor porcentaje de población participando en la propiedad de empresas nuevas o con una vida comprendida entre los tres y los cuarenta y dos meses. Esa categoría de iniciativas emprendedoras ha experimentado de manera especial los efectos de la crisis. Sin embargo, sube el porcentaje de población

involucrada en una iniciativa con menos de tres meses, y la ratio de población que participa en la gestión y propiedad de empresas consolidadas. El dato negativo referido a empresas nacientes se suma a una mayor tasa de cierre o abandono en la provincia de Málaga. Este último efecto no se aprecia en la ciudad de Málaga, que alcanza mejores cifras que la provincia, Andalucía y España en las diferentes tasas que miden la actividad y dinámica emprendedora del territorio.

La coyuntura generada por la pandemia afecta a la percepción de la población sobre las condiciones individuales y del entorno para emprender. Es muy revelador que el porcentaje de la población adulta de la provincia de Málaga que percibe oportunidades para emprender se haya reducido a la mitad con respecto al año 2019. Igualmente, la motivación para emprender ligada a situaciones de dificultad o necesidad aumenta, frente a aquellas relacionadas con la oportunidad o deseo de generar cambios e innovación.

La población de Málaga tiene una percepción de la figura del emprendedor y su éxito en el ámbito individual y social más positiva que en otras regiones de España. Igualmente, los expertos consultados en Málaga realizan mejores valoraciones de los diferentes aspectos que obstaculizan o favorecen el emprendimiento, en comparación con las percepciones registradas en Andalucía y España. De manera especial, en el entorno malagueño es destacable la dotación de infraestructuras físicas y de telecomunicaciones, la oferta y adecuación de los programas de apoyo al emprendimiento, y el conjunto de normas y valores compartidos por la población. La financiación, considerada generalmente como elemento de mejora, ha merecido una puntuación superior a la de ocasiones anteriores. De manera específica, es de relevancia la mejor valoración de las posibilidades de financiación de empresas vía capital riesgo.

A partir de las cuestiones adicionales incluidas este año para medir la percepción de los expertos sobre la respuesta de empresas y gobiernos ante la COVID-19, se concluye una gestión favorable, sobre todo, por parte de las empresas nuevas y crecientes, destacándose su capacidad de adaptación e innovación. En los aspectos analizados, los datos registrados en Málaga también se encuentran por encima de las valoraciones andaluzas en la mayoría de los casos.

En definitiva, Málaga, y especialmente la ciudad de Málaga, es un territorio caracterizado por una elevada actividad y dinámica emprendedora en términos comparativos con otras zonas geográficas de España. No obstante, es posible percibir los efectos de la pandemia especialmente en la población de empresas nuevas, la percepción de oportunidades para emprender y las motivaciones que explican la actividad emprendedora.



CAPÍTULO 6. RESUMEN METODOLÓGICO Y FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

6. RESUMEN METODOLÓGICO Y FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

El Informe GEM Málaga utiliza la metodología GEM, diseñada para su empleo en todos los informes realizados en las distintas regiones y países participantes. Al tratarse de una iniciativa mundial que involucra numerosos equipos de investigación de diferentes países, es preciso proporcionar un enfoque formal que guíe la coordinación de los mismos. Así, el carácter homogéneo de la metodología permite la realización de comparaciones entre zonas geográficas.

El país es la unidad fundamental de análisis de la iniciativa GEM. No obstante, paulatinamente se han incorporado al estudio también regiones y provincias de algunos de los países participantes. La metodología aplicada a las comunidades autónomas y provincias es idéntica a la de cualquier país participante en GEM. De este modo, es posible realizar estudios comparativos, analizando las semejanzas y diferencias del fenómeno emprendedor entre diferentes territorios. Además, la continuidad de la metodología a lo largo del tiempo permite llevar a cabo análisis temporales de la evolución de las principales variables.

España se incorporó al proyecto GEM en el año 2000. En el caso de Andalucía, el Informe se comenzó a realizar de manera anual a partir de 2003. En Málaga, el Informe GEM se realiza por primera vez en el año 2018, siendo éste el primer informe que proporciona datos provinciales que reflejan la dinámica emprendedora malagueña. Además, a partir del año 2020 el Informe GEM Málaga incorpora también el estudio del fenómeno emprendedor específicamente en la ciudad de Málaga, dado el desarrollado ecosistema emprendedor existente y el gran dinamismo que caracteriza a la ciudad. Así, el presente Informe, recoge un capítulo adicional enfocado en analizar la dinámica emprendedora y las percepciones individuales sobre el emprendimiento en la ciudad de Málaga. Se presenta así como el primer Informe que recoge estos aspectos considerando la ciudad de Málaga como unidad de análisis. La continuidad en este estudio permitirá conocer la evolución temporal del fenómeno también en la ciudad de Málaga en años venideros.

La elaboración del Informe GEM Málaga se realiza a partir de datos tanto cuantitativos como cualitativos. Sus fuentes son las siguientes:

- Una encuesta a la población adulta malagueña de edades comprendidas entre 18 y 64 años (APS¹²) que mide la actividad y la dinámica emprendedora del territorio y la percepción de la población sobre las oportunidades, capacidades, motivaciones y condicionantes sociales para emprender. El diseño y contenido de esta encuesta facilita la información analizada en los dos primeros capítulos de este Informe.
- Una encuesta a expertos (NES¹³) que desarrollan su actividad en la provincia de Málaga y con experiencia en alguno de los siguientes ámbitos: Financiación, Políticas gubernamentales, Programas gubernamentales, Educación y formación emprendedora, Transferencia de I+D, Infraestructuras comerciales y profesionales, Infraestructuras físicas y de servicios, Normas sociales y culturales, y Dinámica del mercado interno. Esta encuesta permite el diagnóstico de las condiciones del entorno para emprender que da contenido al tercer capítulo de este Informe.

6.1. Encuesta a la población adulta (APS)

La encuesta se realiza en cada zona geográfica por la empresa Instituto Opinómetro S.L., adjudicataria de este trabajo de campo a nivel nacional. Las entrevistas personales se llevan a cabo en la franja horaria de 18 a 22h. Se establecen cuotas de sexo, edad, zona rural y urbana, entre otras, para garantizar que no haya sesgos de ningún colectivo poblacional. En definitiva, se realiza un trabajo muy riguroso y un control permanente de la calidad de las encuestas que garantiza la fiabilidad de la información obtenida.

La dimensión de la muestra en Málaga, en comparación con la autonómica o la nacional, no hace posible la caracterización de las iniciativas empresariales o el estudio de las características de los propios emprendedores.

12 Adult Population Survey

13 National Experts Survey

Para la elaboración de este Informe GEM Málaga 2020/21 se han realizado dos encuestas APS. La primera de ellas a nivel provincial, con una muestra compuesta por 500 personas residentes en diferentes zonas urbanas y rurales de la provincia. Las indicaciones técnicas del proceso de recogida de estos datos se presentan en la Tabla 9, mientras que la Tabla 10 recoge la distribución de la muestra a nivel provincial. En segundo lugar, se ha realizado una APS específicamente en la ciudad de Málaga. Se han encuestado a 500 personas residentes en la ciudad siguiendo los mismos criterios de muestreo para asegurar la representatividad de los datos. Las indicaciones técnicas de esta segunda encuesta y la distribución de la muestra a nivel de ciudad se exponen en las Tablas 11 y 12 respectivamente.

Tabla 9. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Málaga.

Universo	Población residente en la provincia de Málaga de 18 a 64 años
Población objetivo	1.072.467 individuos
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,0%
Error muestral	+4,38 para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período realización de encuestas	Junio-Julio de 2020
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre

Fuente: Opinòmetre

Tabla 10. Distribución de la muestra en Málaga.

Territorio	Sexo		Edad					Ámbito		Total
	Hombre	Mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Rural	Urbano	
Málaga provincia (MP)	246	254	60	95	131	125	89	42	458	500

Tabla 11. Ficha técnica de la APS en la ciudad de Málaga.

Universo	Población residente en la provincia de Málaga de 18 a 64 años
Población objetivo	371.595 individuos
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,0%
Error muestral	+4,38 para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período realización de encuestas	Junio-Julio de 2020
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre

Fuente: Opinòmetre

Tabla 12. Distribución de la muestra en la ciudad de Málaga.

Territorio	Sexo		Edad					Total
	Hombre	Mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	
Málaga ciudad (MC)	243	257	54	106	135	100	105	500

La encuesta a la población adulta permite conocer la tasa de actividad emprendedora total (TEA¹⁴). Este indicador informa del porcentaje de encuestados involucrados en la creación empresarial, ya sea en la primera etapa, es decir, en la fase de empresa naciente (empresa que no ha pagado salarios durante más de 3 meses; también conocida como *start-up*) o en la segunda, es decir, en la etapa de empresa nueva (empresa que ha pagado salarios durante más de 3 meses pero menos de 42; también conocida como *baby business*). En la Ilustración 47 se observan estas dos fases así como una tercera, la etapa de empresa consolidada (empresa que ha pagado salarios durante más de 42 meses, o lo que es lo mismo 3,5 años, también denominada *established business*).

A las tres etapas mencionadas se añade otro dato importante que también se recoge en la APS, el abandono o cierre efectivo de una actividad empresarial o negocio en el último año. Esta cifra posibilita la valoración de la dinámica empresarial ya que permite considerar de forma simultánea tanto la creación como el cierre de empresas.

Ilustración 47. El proceso emprendedor: Definiciones operacionales.



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)¹⁵.

14 Total Entrepreneurial Activity

15 Reynolds, et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", Small Business Economics Vol. 24, nº 3 (abril), pp. 205-231.

La APS también permite estimar el porcentaje de personas que tienen intención de emprender en los próximos tres años, el de personas que han actuado como inversores informales (business angels) en los últimos tres años, la motivación y la capacidad para emprender de la población y su percepción de oportunidades en el entorno, entre otros datos.

Existen algunas diferencias entre las cifras obtenidas en base a la metodología GEM y las publicadas en algunas fuentes estadísticas oficiales de registro de empresas. Es importante señalar que dichas divergencias son inevitables y se deben a las siguientes causas:

- El registro de empresas en curso siempre se refiere a un año anterior al que ofrece GEM ese mismo año;
- El proyecto GEM estima el porcentaje de población adulta involucrada en iniciativas que están activas o poniéndose en marcha, pudiendo captar algunas que aún no estén registradas, del mismo modo que el registro puede tener empresas registradas que, en realidad no estén ya activas;
- El proyecto GEM capta emprendedores que tienen proyectos o empresas, mientras que el registro puede contener personas o entidades que estén dadas de alta por motivos fiscales, cuando en realidad tras ellas no hay una verdadera actividad empresarial.

En el caso de España, las pruebas efectuadas en el año 2003 ponían de manifiesto que el intervalo de confianza para la estimación de nuevas empresas estaba muy próximo (en su extremo superior) a la cifra oficial del registro de nuevas incorporaciones para dicho año publicado en el Eurobarómetro. Por consiguiente, hay que presumir que la metodología GEM genera datos notablemente aproximados al registro, si bien siempre será diferente por el tipo de medición que realiza.

El proyecto GEM aporta un valor añadido porque recoge otras variables de carácter cualitativo, como intenciones, habilidades, motivaciones y percepciones, tanto de la población en general como de los emprendedores en especial. En definitiva, es una fuente de información independiente que se nutre de una encuesta directa a la población, por lo que, en buena medida, garantiza una fotografía actual del fenómeno emprendedor y del estado de la actividad de empresas consolidadas, así como del cierre de negocios.

La experiencia acumulada en estos años de investigación permite afirmar que la imagen extraída de los estudios GEM refleja la realidad de forma razonable y coherente. Frente a ello, el registro es una fuente de inestimable valor para establecer la dinámica empresarial de un país, pero no todos la tienen establecida, ni actualizada. Por esta razón, en el ámbito internacional no es viable el estudio comparativo de la actividad empresarial mediante este tipo de fuente.

6.2. Encuesta a expertos (NES)

La encuesta a expertos tiene como objetivo evaluar el estado del contexto que afecta al emprendedor. Para ello, se consulta a un panel de profesionales su opinión sobre los siguientes elementos que condicionan y caracterizan el entorno para emprender:

1. **Apoyo financiero:** disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento incluyendo subvenciones y subsidios.
2. **Políticas gubernamentales:** en qué medida las políticas del gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o en la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento.
3. **Programas gubernamentales:** presencia de programas directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de la administración (nacional, autonómico, provincial, municipal).
4. **Educación y formación emprendedora:** medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para la creación empresarial o la dirección de nuevas empresas.
5. **Transferencia de I+D:** en qué medida la investigación y el desarrollo de la región conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los emprendedores.
6. **Infraestructura comercial y profesional:** disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.

7. **Dinámica del mercado interno:** medida en que las empresas nuevas y en crecimiento pueden introducirse en el mercado y competir y relacionarse con los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.
8. **Infraestructura física y de servicios:** facilidad de acceso a los recursos físicos existentes -comunicación, servicios públicos, transporte, suelo, edificios, naves - a un precio que no discrimine a las empresas nuevas o en crecimiento.
9. **Normas sociales y culturales:** medida en que las normas sociales y culturales existentes alientan o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o las actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Cada equipo GEM selecciona un mínimo de 36 expertos, cuatro por cada uno de los nueve ámbitos del entorno. De estos cuatro, se busca que dos sean emprendedores y dos profesionales con conocimientos sobre las condiciones del entorno por las que han sido seleccionados. Las encuestas se realizan anualmente entre marzo y junio del año en curso.

La encuesta está estructurada en dos partes. En primer lugar, los expertos contestan una serie de preguntas cerradas en las que valoran diversos bloques de afirmaciones sobre las condiciones del entorno en base a una escala Likert de 1 a 10. En segundo lugar, los expertos responden a cuestiones abiertas. En ellas se solicita a los miembros del panel que identifiquen tres obstáculos importantes a la actividad emprendedora en la región, tres factores que facilitan la creación de empresas y su desarrollo, y tres recomendaciones de acciones que tomarían para favorecer el desarrollo de dicha actividad. Cada equipo GEM utiliza estas respuestas en su Informe para establecer recomendaciones, así como para identificar los principales obstáculos y apoyos al emprendimiento en la región.

ANEXO 1. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad emprendedora total o early stage: agregación de emprendedores que están involucrados en la creación de empresas nacientes y empresas nuevas.

Actividad por necesidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente por motivos de supervivencia económica.

Actividad por oportunidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente para explotar una oportunidad de negocios detectada.

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. En este caso se relaciona con el término intraemprendimiento.

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 pagado 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.

Abandono o Cierre efectivo empresarial: Personas que han disuelto en los últimos 12 meses alguna actividad empresarial que venían dirigiendo. No se incluyen aquellas empresas que hayan tenido cualquier tipo de continuidad tras el abandono del fundador, por medio por ejemplo de un traspaso.

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 la comparación entre diferentes ecosistemas.

ANEXO 2. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: perspectiva de resultados.	25
Tabla 2. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: perspectiva de stakeholders.	27
Tabla 3. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: perspectiva de procesos internos.....	29
Tabla 4. Regional Entrepreneurial Scorecard en el caso de Málaga: perspectiva de aprendizaje y crecimiento.....	31
Tabla 5. La dinámica emprendedora en Málaga, Andalucía y España – 2020.	37
Tabla 6. Factores señalados por los expertos que obstaculizan la creación de empresas en Málaga - 2020.....	81
Tabla 7. Factores señalados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Málaga - 2020.....	82
Tabla 8. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Málaga - 2020	83
Tabla 9. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Málaga.	100
Tabla 10. Distribución de la muestra en Málaga.	100
Tabla 11. Ficha técnica de la APS en la ciudad de Málaga.....	101
Tabla 12. Distribución de la muestra en la ciudad de Málaga.	101

ANEXO 3. ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Etapas de creación empresarial según la metodología GEM.	34
Ilustración 2. El proceso emprendedor en Málaga (% población 18-64 años) - 2020.....	36
Ilustración 3. El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años) - 2020.....	36
Ilustración 4. El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años) - 2020.....	37
Ilustración 5. Emprendedores potenciales en Málaga y Málaga ciudad. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	38
Ilustración 6. Evolución del emprendimiento potencial en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.	39
Ilustración 7. Tasa de actividad emprendedora en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	40
Ilustración 8. Evolución de la TEA en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.....	41
Ilustración 9. Distribución TEA de Málaga según género - 2020.	42
Ilustración 10. Porcentaje de hombres y mujeres involucrados en una actividad emprendedora en Málaga - 2020.....	42
Ilustración 11. Evolución de las empresas nacientes en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.....	43
Ilustración 12. Evolución de las empresas nuevas en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.....	44
Ilustración 13. Tasa de consolidación empresarial en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020	45
Ilustración 14. Evolución de la Tasa de consolidación empresarial en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.....	46
Ilustración 15. Tasa de abandono o cierre de negocios en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	47
Ilustración 16. Evolución de la Tasa de abandono empresarial en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.....	48
Ilustración 17. Abandono de la actividad empresarial en Málaga en 2020.	49
Ilustración 18. Aspectos individuales y sociales que afectan a la actividad emprendedora.	52

Ilustración 19. Percepción de oportunidades emprendedoras en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	53
Ilustración 20. Evolución de la percepción de oportunidades emprendedoras en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.....	54
Ilustración 21. Evolución de los motivos para emprender en Málaga, 2020-2019.	55
Ilustración 22. Percepción de capacidades emprendedoras en Málaga. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	56
Ilustración 23. Evolución de la percepción de capacidad emprendedora en Málaga, Andalucía y España, 2020-2018.....	57
Ilustración 24. Definición de los condicionantes sociales de las motivaciones emprendedoras	57
Ilustración 25. Condicionantes sociales de las motivaciones para emprender en Málaga - 2018-2020	58
Ilustración 26. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	59
Ilustración 27. Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	60
Ilustración 28. Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	61
Ilustración 29. Estatus económico y social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	62
Ilustración 30. Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional - 2020.	63
Ilustración 31. Dimensiones del entorno que influyen en la creación empresarial en Málaga - 2020.....	67
Ilustración 32. Financiación.....	69
Ilustración 33. Políticas gubernamentales.....	70
Ilustración 34. Programas gubernamentales	71
Ilustración 35. Educación y formación emprendedora	72
Ilustración 36. Transferencia de I+D	73
Ilustración 37. Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	74
Ilustración 38. Dinámica del mercado interno.....	75

Ilustración 39. Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	76
Ilustración 40. Normas sociales y culturales	77
Ilustración 41. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Málaga	79
Ilustración 42. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Málaga, Andalucía, España y Unión Europea - 2020	80
Ilustración 43. Comparativa regional del índice NECI	84
Ilustración 44. Comparativa del índice NECI entre Málaga y la UE.....	85
Ilustración 45. Ecosistema emprendedor y su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados en Málaga y Andalucía.	87
Ilustración 46. Efectividad de las medidas gubernamentales en su respuesta a la COVID-19, según la percepción de los expertos entrevistados en Málaga y Andalucía.	88
Ilustraciones del Análisis Infográfico de Málaga ciudad	90
Ilustración 47. El proceso emprendedor: Definiciones operacionales.....	102

ANEXO 4 INCUBADORAS Y ACELERADORAS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

INFORME GEM MÁLAGA 2020/21

El presente Anexo recoge información referida a los distintos espacios de incubación y aceleración existentes en la ciudad de Málaga.

ÍNDICE DEL ANEXO 4

BIC Euronova.....	113
CADE Málaga-PTA, Andalucía Emprende, Fund. Pública Andaluza, Junta de Andalucía.....	114
Costa Del Sol Tourism Hub.....	115
Demium Startups.....	116
Go2Work, EOI Málaga.....	117
La Farola, Andalucía Open Future.....	118
Link by UMA-Atech, Universidad de Málaga.....	119
Polo Digital (Promálaga).....	120
Promálaga: Red Municipal de Incubadoras.....	121
Vivero Empresas Galia. Cámara de Comercio.....	126

BIC EURONOVA

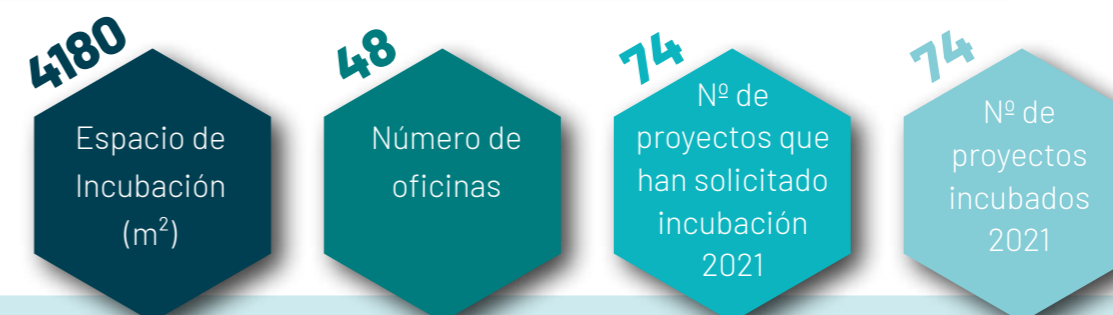
 Parque Tecnológico de Andalucía,
Avda. Juan López Peñalver, 21 29590 - Málaga

 www.bic.es

 951 010 504 / Fax. +34 951 010 527



CENTRO EUROPEO
DE EMPRESAS
E INNOVACIÓN
DE MÁLAGA



BIC Euronova es el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Málaga. Es la incubadora de empresas innovadoras pionera en Málaga, constituida en 1991 bajo el modelo BIC (Business Innovation Centres) de la Comisión Europea.


Su objetivo es promover y apoyar la creación, incubación, consolidación e internacionalización de empresas innovadoras; mediante el asesoramiento profesional a emprendedores para impulsar la creación empresarial basada en la innovación. También promueve el desarrollo de nuevas actividades en PYMES ya existentes y realiza asesoramiento a administraciones en materia de innovación.

Naturaleza: Mixta

Instituciones o empresas financiadoras: Es una empresa formada por capital público y privado

 [/CEEIMALAGA](https://www.facebook.com/CEEIMALAGA)

 [/BicEuronova](https://twitter.com/BicEuronova)

 [/company/bic-euronova-s.a](https://www.linkedin.com/company/bic-euronova-s.a)

 [/user/BicEuronova](https://www.youtube.com/user/BicEuronova)

CADE MÁLAGA-PTA ANDALUCÍA EMPRENDE, FUND. PÚBLICA ANDALUZA JUNTA DE ANDALUCÍA



Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Formación
y Trabajo Autónomo
ANDALUCÍA EMPRENDE, FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA

C/ Marie Curie, 8 Edf. B (29590) Campanillas, Málaga
 www.andaluciaemprende.es
 678 104 516

COSTA DEL SOL TOURISM HUB



**COSTA DEL SOL
MÁLAGA**

**TOURISM
HUB**

Plaza de la Marina, 4 - 3ª Planta
 www.costadelsolmalaga.org/tourismhub
 952 029 243

700

Espacio de
Incubación
(m²)

25

Número de
oficinas

20

Nº de
proyectos que
han solicitado
incubación
2021

0

Nº de
proyectos
incubados
2021

Andalucía Emprende es una Fundación adscrita a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía, que tiene como misión promover la iniciativa emprendedora y el desarrollo empresarial para contribuir a la dinamización de la Economía Regional.

Nuestro objetivo general es fomentar y apoyar la creación y la consolidación de empresas y empleo mediante la prestación de servicios de calidad. Estos servicios son gratuitos y van dirigidos tanto a personas emprendedoras que desean poner en marcha una iniciativa empresarial en Andalucía, como a empresas ya constituidas que necesiten apoyo para su expansión, modernización y consolidación en el mercado.

Naturaleza: Pública

Institución financiadora: Junta de Andalucía

[/andaluciaemprende](https://www.facebook.com/andaluciaemprende)

[/aemprende/](https://www.instagram.com/aemprende/)

[/aemprende](https://twitter.com/aemprende)

[/AndaluciaEmprende](https://www.youtube.com/AndaluciaEmprende)

[/andaluciaemprende-fundacion-publica-andaluza/mycompany/](https://www.linkedin.com/company/andaluciaemprende-fundacion-publica-andaluza-mycompany/)

<https://empezar.tv/>

100

Espacio de
Incubación
(m²)

1

Número de
oficinas

58

Nº de
proyectos que
han solicitado
incubación
2021

10

Nº de
proyectos
incubados
2021

Costa del Sol Tourism Hub es una aceleradora especializada en la vertical del turismo. Está dirigida a emprendedores y startups que, durante 4 meses, reciben el apoyo de expertos y especialistas en las diferentes áreas de la gestión empresarial y turística, mediante sesiones de mentoring estratégico y consultoría avanzada.

Naturaleza: Pública

Instituciones o empresas financiadoras: Turismo y Planificación Costa del Sol

[/typcostadelsol](https://www.facebook.com/typcostadelsol)

[/typcostadelsol](https://twitter.com/typcostadelsol)

[/turismo-y-planificacion-costa-del-sol](https://www.linkedin.com/company/turismo-y-planificacion-costa-del-sol)

DEMIUM STARTUPS



-  C/ Álamos 7, primera planta, Málaga
-  Demium.com
-  952 734 817

140

Espacio de Incubación (m²)

1

Número de oficinas

52

Nº de proyectos que han solicitado incubación 2021

25

Nº de proyectos incubados 2021

En Demium creamos start-ups desde cero. En nuestro programa de incubación creamos equipos formados por potenciales emprendedores, y ayudamos a co-crear la idea de negocio hasta conseguir una primera inversión de €100K, y hasta medio millón a través de nuestro partner de inversión Think Bigger Capital.

Demium está abierto a todo el mundo: buscamos personas con talento, valientes y comprometidas de diversos orígenes, o expertos en la industria, con una gran determinación para hacer que las cosas sucedan. Además, también contamos con un programa de aceleración donde ayudamos a start-ups que tienen creado el equipo y la idea a acelerar su proyecto.

Naturaleza: Privada

Instituciones o empresas financiadoras: N.A.

 [/DemiumStartups](https://www.facebook.com/DemiumStartups)




 [/demiumstartups](https://twitter.com/demiumstartups)

 [/company/demiumstartups/](https://www.linkedin.com/company/demiumstartups/)

 [/Demiumstartups](https://www.youtube.com/Demiumstartups)

GO2WORK EOI MÁLAGA



-  Polo Digital de Málaga Av. Sor Teresa Prat 15, 29003 Málaga
-  eoi.es/es/empresas/emprendedores/espacios-coworking
-  Cita previa o más información a través de: cwmalaga@eoi.es

400

Espacio de Incubación (m²)

1

Número de oficinas

49

Nº de proyectos que han solicitado incubación 2021

42

Nº de proyectos incubados 2021

Plan integral de apoyo a proyectos emprendedores: Espacio compartido donde trabajar que lleva aparejado un programa formativo, mentorización y acompañamiento individualizado por expertos, a través de metodologías "ágiles", para aumentar las probabilidades de éxito emprendedor.

Integración en el ecosistema emprendedor nacional impulsado por la EOI, con acceso a networking, formación e inversión.

Naturaleza: Pública

Instituciones o empresas financiadoras: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Escuela de Organización Industrial (EOI) y Ayuntamiento de Málaga

 [/G2WMalaga](https://www.facebook.com/G2WMalaga)

 [/G2WMalaga](https://twitter.com/G2WMalaga)

LA FAROLA ANDALUCÍA OPEN FUTURE

C/Concejal Muñoz Cerván, 3, Módulo 5, Planta 1,
29003 Málaga

andalucia.openfuture.org/reto/la-farola/

ANDALUCÍA OPEN FUTURE

La Farola



LINK BY UMA-ATECH UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Edificio The Green Ray. Bulevar Louis Pasteur, 47, 29010
Málaga

www.link.uma.es

951 953 125



800

Espacio de
Incubación
(m²)

64+
2 salas reuniones

Número de
oficinas

32

Nº de
proyectos que
han solicitado
incubación
2021

12

Nº de
proyectos
incubados
2021

La Farola es el espacio de aceleración de start-ups de Andalucía Open Future en Málaga. La Farola proporciona a las start-ups un espacio de trabajo propio, una metodología de aceleración personalizada y un equipo de mentores especializados en diversas áreas de negocio, en su mayoría emprendedores.

La aceleradora nació en el año 2015 gracias al impulso de la Junta de Andalucía, Telefónica y el Ayuntamiento de Málaga.

Naturaleza: Mixta

Instituciones o empresas financiadoras: Junta de Andalucía, Telefónica y Ayuntamiento de Málaga

/AndaluciaOpenFuture

/openfuture_and

/andalucia-open-future/

/AndaluciaOpenFuture

/andalucia_openfuture/

500

Espacio de
Incubación
(m²)

10+
coworking

Número de
oficinas

34

Nº de
proyectos que
han solicitado
incubación
2021

10

Nº de
proyectos
incubados
2021

Link by UMA es el hub de innovación y emprendimiento de la Universidad de Málaga. El objetivo de la UMA es fomentar la cultura de la innovación, facilitar la creación de empresas de base universitaria y posibilitar su maduración y crecimiento en el campus universitario.

Link By UMA es un proyecto de naturaleza colaborativa que pretende conectar el talento emprendedor universitario con el resto de actores del ecosistema de innovación y emprendimiento. El espacio ubicado en el edificio The Green Ray, en la ampliación del Campus de Teatinos, dispone de infraestructuras para dar servicios de formación e incubación. La UMA ofrece diez salas de incubación para proyectos que son anualmente seleccionados a través de la convocatoria Spin Off, y reciben la formación y mentorización que ofrece el programa Polaris.

Naturaleza: Pública

Instituciones o empresas financiadoras: Universidad de Málaga

/umalinkmalaga/

/linkbyuma/

/link-by-uma--atech/

/linkbyuma/

/linkbyuma/

POLO DIGITAL (PROMÁLAGA)



Avenida Sor Teresa Prat, 15, 29003 Málaga.
www.polodigital.eu
 951 026 969

PROMÁLAGA: RED MUNICIPAL DE INCUBADORAS



C/ La Gitanilla, 17 (Pol. Ind. Santa Cruz), 29004, Málaga.
www.promalaga.es
 952 24 34 11

12.000

Espacio de Incubación (m²)

18

Número de oficinas

56

Nº de proyectos que han solicitado incubación 2021

79

Nº de proyectos incubados 2021

El Polo de Contenidos Digitales es un espacio de innovación y laboratorio de tendencias donde se desarrollan tecnologías relacionadas con la industria de los videojuegos, realidad virtual, impresión 3D, audiovisual, diseño e imagen, industria 4.0, etc.

Naturaleza: Pública

Instituciones o empresas financiadoras: Ayuntamiento de Málaga

[/polocontenidosdigitalesmalaga/](https://www.facebook.com/polocontenidosdigitalesmalaga/)

[/polodigitalmlg](https://twitter.com/polodigitalmlg)

[/challengesV2/A0GKwPDpns](https://www.linkedin.com/company/challengesV2/A0GKwPDpns)

[/UCc_rPj23xHF63UlyUCxmR0Q](https://www.youtube.com/channel/UCc_rPj23xHF63UlyUCxmR0Q)

[/polodigitalmalaga/](https://www.instagram.com/polodigitalmalaga/)

9.909

Espacio de Incubación (m²)

218

Número de oficinas

439

Nº de proyectos que han solicitado incubación 2021

241

Nº de proyectos incubados 2021

Red Municipal de incubadoras de Promálaga perteneciente al Ayuntamiento de Málaga, dividida en 12 centros de incubación repartidos por la ciudad y especializados en: Tecnológicas, creativas, de barrio.

Las empresas alojadas en estas incubadoras, además de tener acceso a espacios de trabajo que pueden ser: oficinas, coworking, naves industriales, laboratorios, locales o talleres, reciben asesoramiento, formación, mentorización y acompañamiento empresarial.

Esta red de incubadoras apoya la creación y consolidación de empresas y emprendedores de Málaga, contribuyendo al desarrollo económico de la ciudad.

Naturaleza: Pública

Instituciones o empresas financiadoras: Empresa Municipal de Iniciativas y Actividades Empresariales de Málaga (PROMÁLAGA) - Ayuntamiento de Málaga

[/promalaga](https://www.facebook.com/promalaga)

[/promalaga](https://twitter.com/promalaga)

[/company/promalaga/](https://www.linkedin.com/company/company/promalaga/)

[/cmepromalaga/](https://www.youtube.com/channel/cmepromalaga/)

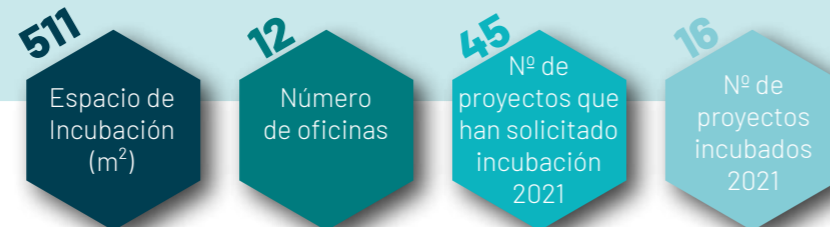
[/promalagamlg/](https://www.instagram.com/promalagamlg/)

PROMÁLAGA:ÁLAMOS

C/ Álamos nº 34, 29012, Málaga.

Promálaga Álamos es un espacio de coworking, ubicado en el centro histórico de Málaga, que ofrece puestos de trabajo para autónomos y profesionales.

La incubadora cuenta con 10 puestos de coworking y dos oficinas en un entorno de trabajo colaborativo. Tiene, además, instalaciones comunes como sala de reuniones, una sala polivalente, un office y una terraza.

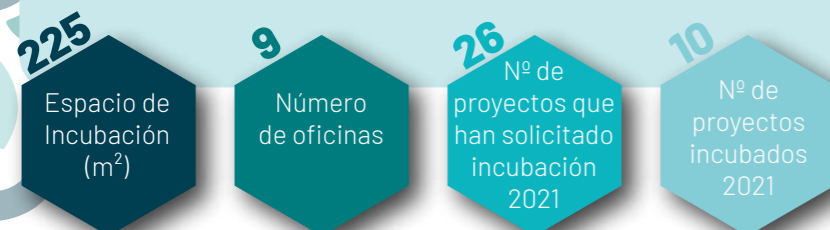


PROMÁLAGA:CITYLAB

Plaza Pintor Eugenio Chicano, 4, 29008, Málaga.

Promálaga CityLab es un centro para la innovación social y digital que impulsa el impacto digital en el pensamiento creativo, el diseño y la innovación que surgen de la cultura digital.

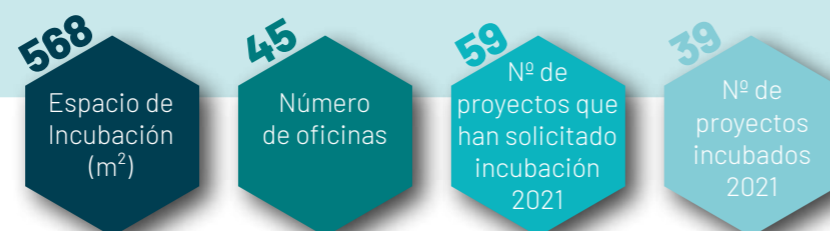
La incubadora se encuentra en el centro de Málaga y cuenta con 5 estudios, 4 oficinas a pie de calle y una sala de reuniones.



PROMÁLAGA:COWORKING

C/Severo Ochoa, 27 (Parque Tecnológico de Andalucía), 29590, Málaga.

En el espacio coworking del PTA las microempresas y profesionales autónomos disponen de un lugar para trabajar y relacionarse con otras empresas. En este espacio pueden disfrutar de servicios estructurales y valor añadido. Cuenta con sala de formación, salas de juntas, office y parking.



PROMÁLAGA:CRUZ DE HUMILLADERO

C/ Fernández Fermina nº16, Distrito de Cruz de Humilladero, Málaga.

La incubadora de Cruz de Humilladero ofrece oficinas a emprendedores que han comenzado a desarrollar sus negocios recientemente y que han demostrado tener un gran talento.

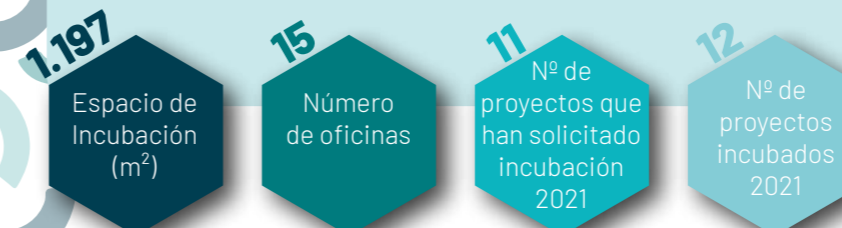
En nueve oficinas, los emprendedores encuentran un espacio para el intercambio de ideas y servicios. La incubadora cuenta, además, con un salón de actos.



PROMÁLAGA:EXCELENCIA

C/Steve Jobs 2 (Parque Tecnológico de Andalucía), 29590, Málaga.

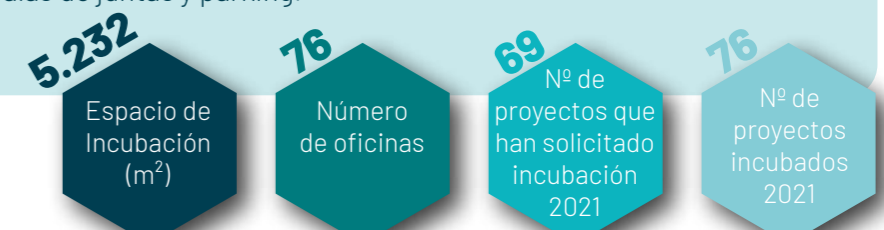
Entorno de innovación destinado a empresas de base tecnológica que estén orientadas a la innovación, en especial dentro del campo de las ingenierías y las TICs. Un edificio moderno y vanguardista, situado en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), que ofrece amplias oficinas, un salón de actos con capacidad para más de 150 personas, salas de juntas y parking.



PROMÁLAGA:I+D

C/ La Gitanilla, 17 (Polígono Industrial Santa Cruz), 29004, Málaga.

Entorno de innovación dotado de las más avanzadas infraestructuras y servicios para apoyar a empresas y emprendedores. La incubadora Promálaga I+D está dirigida a aquellas empresas que requieren desarrollar sus proyectos en unas instalaciones dotadas con modernas herramientas tecnológicas. Dispone de oficinas y naves, además de salón de actos, sala de creatividad, gimnasio, cafetería, aulas de formación, salas de juntas y parking.

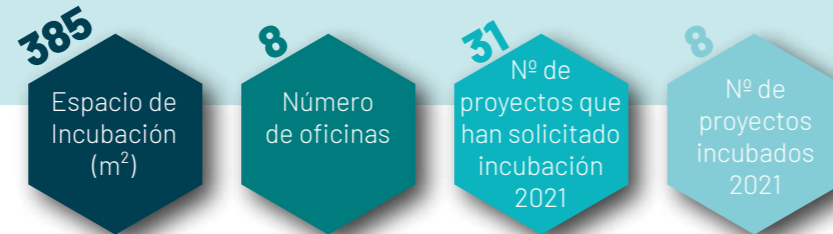


PROMÁLAGA: LA BRECHA

Plaza Pintor Eugenio Chicano, 29008, Málaga.

Aloja a creadores "handmade" que elaboran sus productos de forma artesanal. La incubadora contribuye a la dinamización y comercialización de la artesanía local: moda, música, arte, pintura, manualidades, cerámica.

Los artesanos organizan showrooms a pie de calle para mostrar sus productos de forma original y creativa.



PROMÁLAGA: PÍNDOLA

Avda. María Victoria Atencia s/n, Málaga.

Un típico cortijo andaluz del siglo XVIII que alberga a seis emprendedores de industrias relacionadas con la creatividad artística, la comunicación y el diseño.

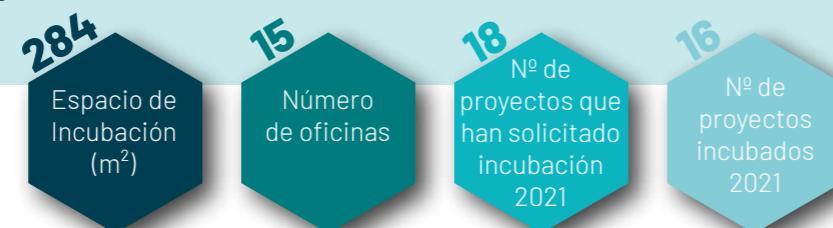
Rodeado de campo y árboles frutales, la incubadora cuenta con oficinas, sala de juntas, parking y un huerto urbano.



PROMÁLAGA: SAINT EXUPERY

C/ Saint-Exupery, 20 (detrás del Instituto Municipal de la Vivienda) Málaga.

Promálaga Saint-Exupéry es un espacio de apoyo integral a emprendedores interesados en desarrollar microempresas que contribuyan a la generación de empleo con proyección directa en el tejido socioeconómico de Málaga.

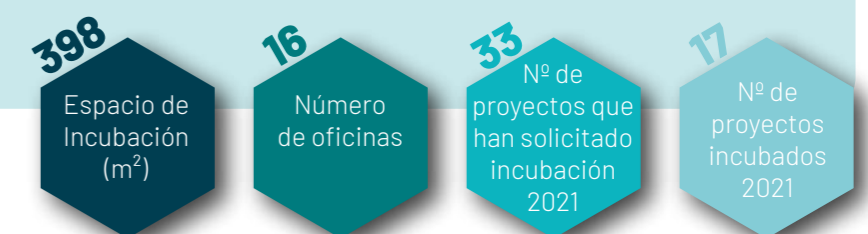


PROMÁLAGA: SOLIVA

C/ Catedrático Cristóbal Cuevas, 8, Málaga.

La incubadora de Promálaga Soliva, además de contribuir a la generación de empleo, ayuda al fomento de la cultura emprendedora en los barrios.

Dispone de dieciséis locales comerciales para emprendedores que quieren poner en marcha su proyecto empresarial en espacios comerciales.

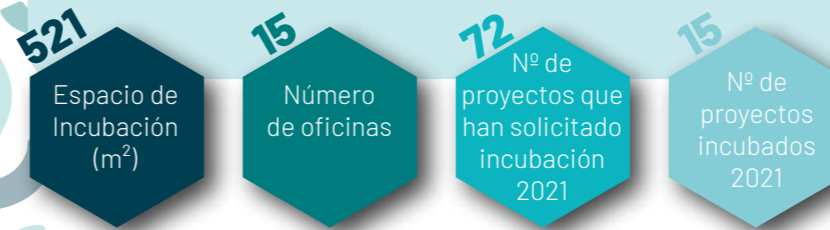


PROMÁLAGA: TEATINOS

C/ Doctor Miguel Díaz Recio 22-26 y C/ Charles Dickens, 16, Málaga.

Promálaga Teatinos está destinada a pequeñas y medianas empresas con negocios de proximidad que necesitan disponer de locales comerciales a pie de calle.

La incubadora tiene como objetivo dinamizar comercialmente el barrio para impulsar la creación de pymes y mejorar la vida de los ciudadanos.

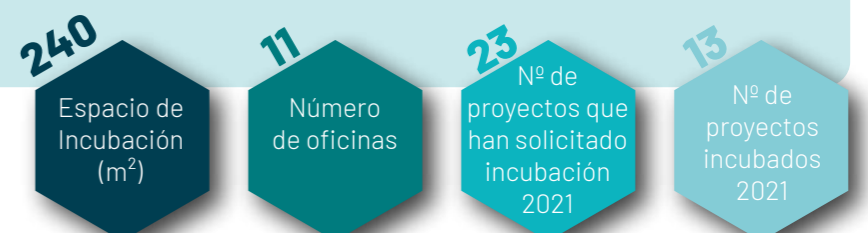


PROMÁLAGA: VIRREINA




Avda. Jane Bowles, s/n, Málaga.

La incubadora de Promálaga Virreina está dirigida a pymes y autónomos que trabajan en los sectores creativos y culturales.

Ocupa un antiguo caserón rehabilitado, distribuido en once oficinas, una sala de juntas, parking y una amplia terraza.



VIVERO EMPRESAS GALIA CÁMARA DE COMERCIO

 Parque Comercial y de Ocio Málaga Nostrum C/ Jaén
 Nº 9, Edificio Galia Center 2ª Planta, 29004 Málaga
 camaramalaga.com/edificio-galia-center
 952 211 673 / 675

Cámara
Málaga

Cámaras
Fundación INCYDE



284

Espacio de
Incubación
(m²)

18

Número de
oficinas

3

Nº de
proyectos que
han solicitado
incubación
2021

11

Nº de
proyectos
incubados
2021

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga y la Fundación INCYDE disponen en Málaga de un Vivero de Empresa (Galia).

El Vivero Galia se encuentra situado en el Centro Comercial Málaga Nostrum, en un edificio empresarial de nueva construcción, muy bien comunicado y de fácil aparcamiento. Tiene cabida para aproximadamente 20 empresas. Los despachos cuentan con todos los recursos y comodidades para el desarrollo de los proyectos empresariales.

Naturaleza: Corporación de Derecho Público

Instituciones o empresas financiadoras: Fondo Europeo de Desarrollo Regional

 [/CamaraDeComercioDeMalaga](https://www.facebook.com/CamaraDeComercioDeMalaga)

 [/Camara_Malaga](https://twitter.com/Camara_Malaga)

 [/camaracomerciomalaga](https://www.linkedin.com/company/camaracomerciomalaga)

 [/UCSrvOPkjt5ia-mNEcEF6wZQ](https://www.youtube.com/channel/UCSrvOPkjt5ia-mNEcEF6wZQ)

 [/camaramalaga](https://www.instagram.com/camaramalaga)

EQUIPOS Y PATROCINADORES DE LA RED GEM ESPAÑA 2020/21

GEM España GEM Andalucía



GEM Almería GEM Cádiz



GEM Córdoba GEM Granada GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



GEM Aragón GEM Asturias



GEM Baleares GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla La Mancha GEM Castilla y León



GEM Cataluña



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



PATROCINADORES PROVINCIALES DE GEM MÁLAGA



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



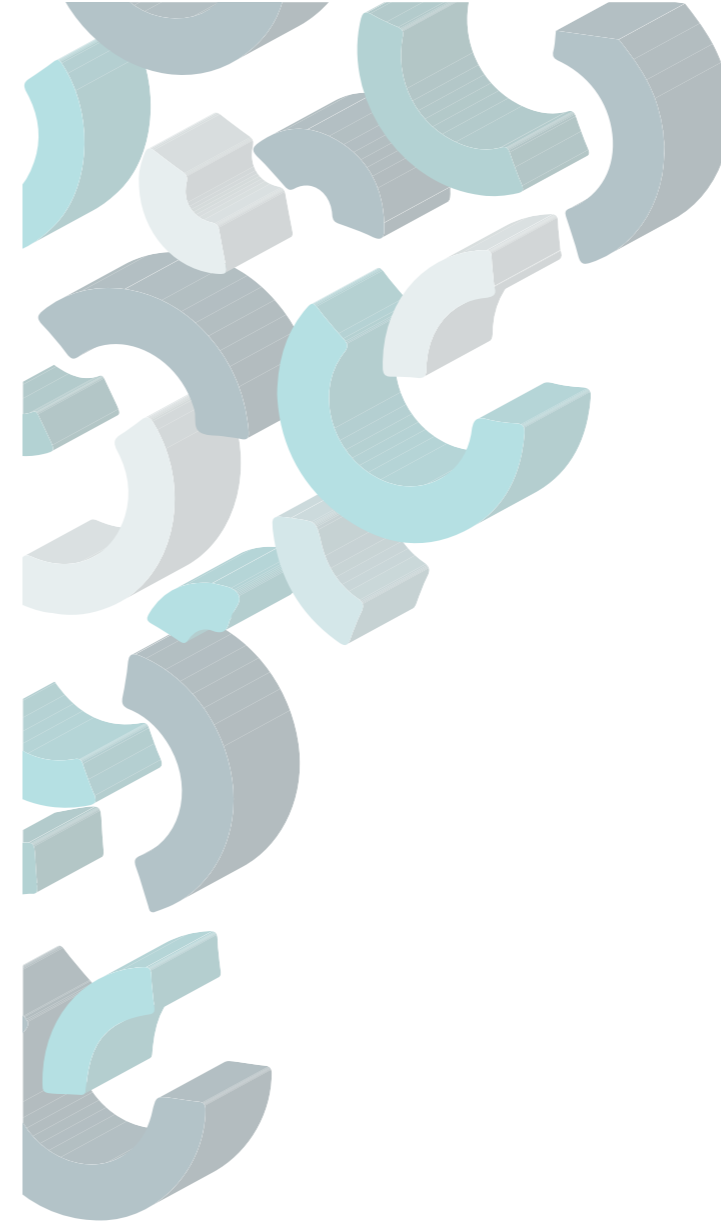
Ayuntamiento
de Málaga



PROMÁLAGA



Cátedra de
Emprendimiento
Sostenible



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 Málaga
ISSN 2695-6845



**INFORME
GEM
MÁLAGA
2020/21**

