



*Global
Entrepreneurship
Monitor*

**INFORME
GEM
MÁLAGA
2018/2019**

RED GEM ANDALUCÍA/ESPAÑA

Rafael Ventura Fernández

Sofía Louise Martínez Martínez

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME GEM MÁLAGA 2018/2019

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

Global Entrepreneurship Monitor. Málaga
ISSN 2695-6845 [edición electrónica]

© Los autores

Edita UMA Editorial

Colabora la Cátedra Andalucía Emprende de la Universidad de Málaga
2019 Málaga (España)

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2018/2019

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez José María Biedma Ferrer <i>Coordinadores Equipos Provinciales:</i> Luis López Molina María del Mar Fuentes Fuentes María Jesús Hernández Ortíz Rafael Ventura Fernández Carmen Cabello Medina Francisco Liñán	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores Universidad de Cádiz Universidad de Granada Universidad de Jaén Universidad de Málaga Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Asturias	Universidad de Oviedo	Beatriz Junquera Cimadevilla (Directora) Jesús Ángel del Brío González Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández	Cátedra Capgemini-Caja Rural de Asturias de Emprendimiento
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Cátedra ICAPE Instituto de Innovación Empresarial (IDI) Conselleria de Trabajo, Comercio e Industria
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez	Consejería de Economía, Industria,

		Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Comercio y Conocimiento
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz	Santander SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^a Ruiz Palomo Mireya Martínez López	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) <u>Equipo UAM</u> Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías <u>Equipo Deusto Business School</u> Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) / Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana / Diputación Provincial Alicante / Air Nostrum / Catral Garden / Fundación Juan Perán-Pikolinos / Fundación Manuel Peláez Castillo / Grupo Eulen / Grupo Soledad / Seur / Vectalia / Escuela de Empresarios (EDEM) / Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunió Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Extremadura Avante Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica) Sara Fernández López (Coordinadora) Jacobo Feás Vázquez Marta Portela Maseda David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Guillermo Andrés Zapata Huamaní <i>Colaboradores:</i> Nuria Calvo Babío (Univ. da Coruña) Lucía Rey Ares (Univ. da Coruña) Pilar Piñeiro García (Univ. de Vigo) Alberto Vaquero García (Univ. de Vigo) María Bobillo Varela (consultora independiente) Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández José Antonio Redondo Sampedro	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades

La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio Rubén Fernández Ortiz Juan Manuel Domínguez Ortega Emma Juaneda Ayensa Emma Juaneda	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Recíproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Newcastle Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Jon Hoyos Iñaki Peña Maribel Guerrero David Urbano	SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España

Investigadores del Equipo GEM Málaga



Rafael Ventura Fernández - rventura@uma.es

Director del Equipo GEM en 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. 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 Andalucía Emprende 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.



Sofía Louise Martínez Martínez - sofia.martinez@uma.es

Investigadora del Equipo GEM en Málaga

Técnica de investigación de la Cátedra Andalucía Emprende 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, como la creación de empresas *spin-off* universitarias, los modelos financieros, las competencias emprendedoras y los aspectos culturales del emprendimiento.

• ÍNDICE •

PRÓLOGO GEM MÁLAGA 2018-2019	13
EL INFORME GEM MÁLAGA	15
RESUMEN EJECUTIVO	17
CAPÍTULO 1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN MÁLAGA.....	21
1.1 Potencial emprendedor.....	24
1.2 Actividad emprendedora e intraemprendimiento.....	25
1.3 Dinámica emprendedora	28
CAPÍTULO 2. OPORTUNIDADES, MOTIVACIONES Y CAPACIDADES PARA CREAR EMPRESAS EN MÁLAGA.....	31
2.1 Percepción de oportunidades.....	31
2.2 Motivación para emprender	32
2.3 Capacidad para emprender	37
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL EMPRENDEDOR EN MÁLAGA	39
3.1 Análisis detallado de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Málaga	40
3.1.1 Financiación	40
3.1.2 Políticas gubernamentales.....	41
3.1.3 Programas gubernamentales.....	42
3.1.4 Educación y formación en creación de empresas	43
3.1.5 Transferencia de I+D	44
3.1.6 Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales	45
3.1.7 Apertura del mercado.....	46
3.1.8 Acceso a infraestructuras físicas	47
3.1.9 Normas culturales y sociales.....	48
3.2 Análisis comparado de los factores del entorno para el emprendimiento.....	49
3.2.1 Influencia de los factores del entorno en la creación de empresas.	49
3.2.2 Comparación del entorno del emprendedor de Málaga, Andalucía, España y la Unión Europea.....	54
CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES	57
CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA.....	61
5.1 Encuesta a la población adulta.....	62
5.2 Encuesta a expertos	64
ANEXO 1. GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	67
ANEXO 2. BALANCED SCORECARD	68
BSC: perspectiva de resultados.....	68
BSC: perspectiva de stakeholders	69
BSC: perspectiva de procesos internos.....	70

BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento	71
ANEXO 3. ÍNDICE DE TABLAS.....	72
ANEXO 4. ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	73
ANEXO 5. EQUIPOS Y PATROCINADORES DE LA RED GEM ESPAÑA 2018.....	74
ANEXO 6. EQUIPOS Y PATROCINADORES PROVINCIALES DE LA RED GEM ANDALUCÍA 2018	75

“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 2018-2019

Hace más de veinte años, un grupo de profesores universitarios, creamos en la *Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa (ACEDE)* la sesión "*Función Empresarial y Creación de Empresas*". Estábamos convencidos que los territorios sin empresas de calidad, sin personas capaces de emprender proyectos novedosos eran territorios con un importante lastre para su desarrollo económico y social.

Esta iniciativa fue el germen de lo que hoy es la **Asociación Red GEM España**, el observatorio de emprendimiento más importante de nuestro país que pertenece al *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, el proyecto internacional de investigación colaborativa más importante del mundo. GEM comenzó su andadura en España en el año 2000 y su regionalización con las iniciativas de las universidades Autónoma de Barcelona, Cádiz y Extremadura en 2003. Hoy todas las comunidades y ciudades autónomas de España pertenecen al mismo.

GEM ha contribuido, facilitando información rigurosa y detallada, a las investigaciones y a las políticas de creación y desarrollo de las empresas. No es posible crear y hacer crecer empresas de alto potencial sin conocimientos de sus procesos y de las variables que las condicionan. La metodología GEM permite profundizar en el conocimiento de los ecosistemas que dinamizan las relaciones entre las capacidades humanas y los recursos de los territorios. Pone el acento en un fenómeno que comienza con la voluntad y capacidad de las personas pero que está condicionado por su entorno social, por su capacidad de integración y por impulsar la igualdad de oportunidades de la mujer en el proceso emprendedor.

El primer informe GEM de Andalucía se publicó en 2003 y desde entonces se ha ofrecido información agregada y comparada del fenómeno emprendedor en la región. El equipo GEM de Andalucía ha sido consciente de la dificultad de analizar un territorio tan diverso por las características específicas de la historia de Andalucía, de su estructura económica, extensión territorial, capital humano, prioridades políticas y ecosistema empresarial. Las grandes áreas metropolitanas, el asentamiento de la población, la historia de la pionera pero fallida industrialización andaluza del siglo XIX, el potencial de sus actividades agropecuarias, el desarrollo de su sistema universitario e investigador, la tradición internacional de sus empresas exportadoras, son razones que demandaban un análisis más desagregado de su ecosistema emprendedor.



Gracias a la iniciativa de un grupo de investigadores de las universidades de Almería, Cádiz, Jaén, Granada, Málaga, Pablo de Olavide y Sevilla, que han buscado sus propias fuentes de financiación, ha sido posible iniciar esa desagregación de los componentes territoriales que tiene el ecosistema emprendedor de Andalucía en el informe de 2018. Esto ha supuesto el crecimiento de la red GEM con académicos de gran valía investigadora y con valores compartidos. La generosidad y capacidad de estas personas marcan un importante hito en el devenir del proyecto GEM en Andalucía y España.

En este panorama, es destacable el valioso esfuerzo del equipo GEM de Málaga comandado por el profesor Rafael Ventura Fernández de la Universidad de Málaga, una persona comprometida con su universidad y su región, con una larga trayectoria académica y capacidad humana y con un perfil altamente emprendedor e innovador que avala los numerosos proyectos que acomete. Forma parte del equipo la investigadora Sofía Louise Martínez perteneciente a la Cátedra Andalucía Emprende.

La información que ofrece el GEM de Málaga permite analizar con detalle algunos rasgos diferenciadores de una provincia que por sus características e historia es una pieza fundamental en el desarrollo de Andalucía y España. Es destacable el importante potencial de Málaga, su dinamismo e identificación de oportunidades que apuntan a palancas a activar en el futuro. También es útil la identificación de los retos que el informe hace relacionados con el sistema educativo, la financiación o el marco regulatorio que condicionan el éxito y desarrollo de las iniciativas emprendedoras.

GEM Málaga es una iniciativa que contribuye al necesario espíritu emprendedor que necesita Andalucía y España. Es un ejemplo de la utilidad del trabajo universitario ofreciendo información rigurosa y conocimientos de calidad. El trabajo realizado por Rafael Ventura y Sofía Louise y en el que han participado un amplio panel de expertos muestra que el valor de un territorio reside principalmente en la voluntad y capacidad de las personas que lo conforman para acometer juntas con éxito proyectos e iniciativas que implican dificultad y riesgo. Es una gran satisfacción poder prologar esta primera edición, felicitar sinceramente a sus autores y expertos que han participado y agradecerles las valiosas aportaciones que nos hacen.

José Ruiz Navarro

Director del equipo GEM de Andalucía

Catedrático Emérito de la Universidad de Cádiz



El Informe GEM Málaga

El proyecto internacional *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es una referencia internacional para medir de manera homogénea el fenómeno emprendedor en diferentes territorios, facilitando el mayor conocimiento de los procesos de creación de empresas, su comparación y posibilidades de emitir recomendaciones para su impulso y mejora.

GEM ofrece un sistema de información y análisis que permite evaluar la adecuación de las políticas y acciones emprendidas por los gobiernos, centrándose en los procesos de creación de empresas, con una metodología homologada a escala internacional que permite la comparación entre diferentes territorios y países.

Una de las claves del reconocimiento internacional del proyecto GEM es la posibilidad de comparación interterritorial, a través de la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio analizado. Esta medición y la posibilidad de comparación permiten observar el impacto de las políticas públicas en cada territorio, además de otras variables, sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo.

Los informes de carácter nacional, como es el caso de España, se complementan con informes de ámbito regional y provincial que permite medir teniendo en cuenta la diversidad territorial. La aplicación de una metodología común asegura la comparación de los resultados de cada informe. El diseño de la investigación favorece la obtención de una serie de indicadores homogéneos para cada país, región o provincia, y garantizan la validez de la comparación.

El presente Informe analiza por primera vez datos referidos a la provincia de Málaga. Esta iniciativa nace con la intención de tener una continuidad y poder generar información válida para el análisis de la realidad emprendedora y su evolución durante el tiempo en el territorio malagueño.

La provincia de Málaga lidera la creación de nuevas empresas en Andalucía. El Informe GEM Málaga aporta datos y su análisis para medir la actividad emprendedora y la dinámica empresarial en la provincia así como aspectos contextuales que condicionan dicha realidad económica. Esta publicación visualiza la realidad del fenómeno emprendedor en la provincia y posibilita su comparación con otras áreas geográficas. El contenido de este informe facilita el conocimiento y la reflexión que permita avanzar hacia el desarrollo de una sociedad emprendedora.



La primera edición del Informe GEM Málaga ha sido facilitada por la participación de la Universidad de Málaga y la Junta de Andalucía a través de la Cátedra Andalucía Emprende. El equipo GEM de Málaga se suma a la Red GEM de Andalucía y a la propia Red GEM de España para sumar el informe provincial de Málaga al conjunto de estudios elaborados en otras comunidades y provincias de nuestro país.

El documento presenta inicialmente una síntesis de los principales indicadores del Informe facilitando la lectura de la información más relevante. El primer capítulo contiene indicadores válidos para medir el comportamiento emprendedor en Málaga y su comparación con otras referencias territoriales a nivel europeo, nacional y regional. El segundo bloque presenta una visión de la percepción de la población sobre las oportunidades de emprender y las propias capacidades para llevarlo a cabo. En el tercer capítulo se realiza un diagnóstico sobre la provincia de Málaga como entorno para emprender desde la evaluación de un conjunto de dimensiones que afectan y condicionan el emprendimiento.



Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo ofrece una visión de los principales indicadores de la actividad emprendedora, el conjunto de percepciones de la población que condiciona dicha actividad, y las principales características de la provincia que condicionan la creación de empresas.

La actividad emprendedora en la provincia de Málaga se describe a través de la siguiente información:

- ✓ El 6,4% de la población tiene intenciones de emprender en los próximos tres años. Esta cifra es superior a la registrada en Andalucía (5,1%) y algo inferior al dato correspondiente al territorio nacional (6,8%).
- ✓ La *tasa de actividad emprendedora*, o porcentaje de la población que ha participado en la creación de una empresa con menos de 42 meses de antigüedad en Málaga (7,2) es superior a la referida al conjunto de España (6,4) y solo superada por dos comunidades autónomas: Andalucía (8,8) y Cataluña (8,1).
- ✓ El 2,2% de la población de Málaga manifiesta haber participado en la creación de una actividad empresarial con antigüedad inferior a 3 meses. Este dato en Andalucía es el 2,9% y en España el 2,7%.
- ✓ En Málaga, el 5% de la población son propietarios o copropietarios fundadores de empresas que han persistido en el mercado por un periodo comprendido entre los 3 y los 42 meses. El dato es superior en Andalucía (6,1) e inferior en España (3,7%)
- ✓ El 5,2% de la población malagueña tiene empresas cuya actividad ha supuesto el pago de salarios por un periodo superior a los 42 meses. La cifra de empresas consolidadas en Málaga es inferior a la media andaluza (5,7%) y la nacional (6,1%).
- ✓ La tasa de cierre empresarial es en Málaga (1%) se encuentra por debajo de la media andaluza (1,1%) y la española (1,2%).
- ✓ En Málaga, el 7,2% de la población ha liderado en los últimos tres años proyectos emprendedores en el marco de la empresa u organización para la cual trabajan por cuenta ajena, mientras que el 6,2% lo hacen actualmente. Las tasas de intraemprendimiento en Andalucía (2%) y España (2,7%) son sensiblemente inferiores.



- ✓ El 32,2% de la población de Málaga manifiesta una percepción favorable acerca de la existencia de oportunidades para la creación de empresas en la provincia en los próximos seis meses. Esta cifra coincide exactamente con la media andaluza, sobresaliendo la comunidad autónoma por ocupar una posición destacada en el panorama nacional.
- ✓ En cuanto a las capacidades personales percibidas, en Málaga el 48,8% de la población considera que tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia requerida para crear una empresa. Este porcentaje es inferior a la media andaluza (52,4%) y superior a la media nacional (48,5%).
- ✓ El 43,4% de la población malagueña considera el miedo al fracaso como un obstáculo para la creación empresarial. Los datos son similares a los registrados en la comunidad autónoma (43,9%) y el país en su conjunto (43,1%).
- ✓ En Málaga el 71% de la población desea unos estándares similares de vida. Este porcentaje es próximo a los registrados a nivel autonómico (72%) y nacional (71,5%).
- ✓ En relación a la consideración sobre el estatus social que proporciona poner en marcha una nueva empresa, en Málaga el 46,8% de la población tiene una percepción favorable. En España el 49,8% considera que el emprendimiento confiere un estatus social positivo, y en Andalucía lo considera así el 52,1% de la población.
- ✓ En Málaga el 45,8% de la población considera que los medios de comunicación e internet proporcionan una buena cobertura de los éxitos emprendedores. En este caso el porcentaje también es inferior al recogido a nivel autonómico (49,4) y nacional (50,6).
- ✓ Los *principales obstáculos* para emprender en Málaga son: las políticas gubernamentales, las características del mercado, la falta de apoyos financieros y la educación.
- ✓ Los numerosos trámites relacionados con la creación y la gestión empresarial, así como la presión fiscal a la que tienen que hacer frente los emprendedores, influyen de manera desfavorable en el emprendimiento, sobre todo en las primeras etapas.
- ✓ El difícil acceso a recursos financieros alternativos también se define como un obstáculo. Las opciones de financiación de los emprendedores en la provincia de Málaga normalmente se basan en la obtención de capital de manera tradicional e informal.



- ✓ La educación es una de las dimensiones contextuales actualmente más desfavorables para el emprendimiento en la provincia de Málaga. En este sentido, los expertos destacan la escasa inclusión de materias relacionadas con la creación empresarial en la programación académica en los distintos niveles educativos, subrayando sobre todo el bajo desarrollo de competencias como la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, además del leve desarrollo del espíritu empresarial en primaria y secundaria.
- ✓ La transferencia de I+D y las normas sociales y culturales influyen de manera algo más favorable en el entorno emprendedor malagueño. Destaca la necesidad de potenciar valores que promuevan una mayor asunción de riesgo empresarial en la sociedad y aumentar las ayudas y subvenciones destinadas a la adquisición de tecnologías innovadoras, que permita asumir su coste.
- ✓ Entre los factores del entorno que *favorecen* la actividad emprendedora, destacan los programas gubernamentales, las infraestructuras comerciales y profesionales y las infraestructuras físicas. El entorno malagueño es favorable al emprendimiento por el número de programas existentes de fomento de la creación y el crecimiento empresarial, el apoyo efectivo de parques científicos e incubadoras, la existencia de suficientes proveedores, servicios de consultoría y la amplia y efectiva red de comunicaciones, telecomunicaciones y empresas de servicios básicos.
- ✓ Las principales recomendaciones que realizan los expertos de Málaga para la mejora del entorno emprendedor son: la potenciación de la educación emprendedora, la eliminación de la excesiva burocracia del proceso emprendedor, la reducción de la presión fiscal, el aumento de la colaboración entre las instituciones de apoyo al emprendimiento y el fomento de la cultura emprendedora.
- ✓ En términos comparativos con respecto a Andalucía, Europa y los países miembros de la Unión Europea, Málaga destaca en infraestructuras físicas y en programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento. Por el contrario, los datos son menos favorables en cuanto a educación, dinámica de mercado interior y apoyo financiero global.





Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Málaga

El análisis de la actividad y la dinámica emprendedora en un territorio se basa en la consideración de tres etapas diferenciadas y fundamentales en el proceso de creación empresarial. Estas son:

1. La intención de emprendedor en un futuro próximo así como la posterior concepción del proyecto empresarial.
2. El nacimiento de la empresa.
3. La evolución de la empresa, tanto de manera favorable como no favorable, por medio de la consolidación empresarial o de su cierre.

La primera abarca la intención emprendedora así como los primeros pasos en la creación empresarial. Esta etapa se mide por medio de la tasa de emprendedores potenciales, que recoge la proporción de individuos con intenciones emprendedoras en los próximos tres años.

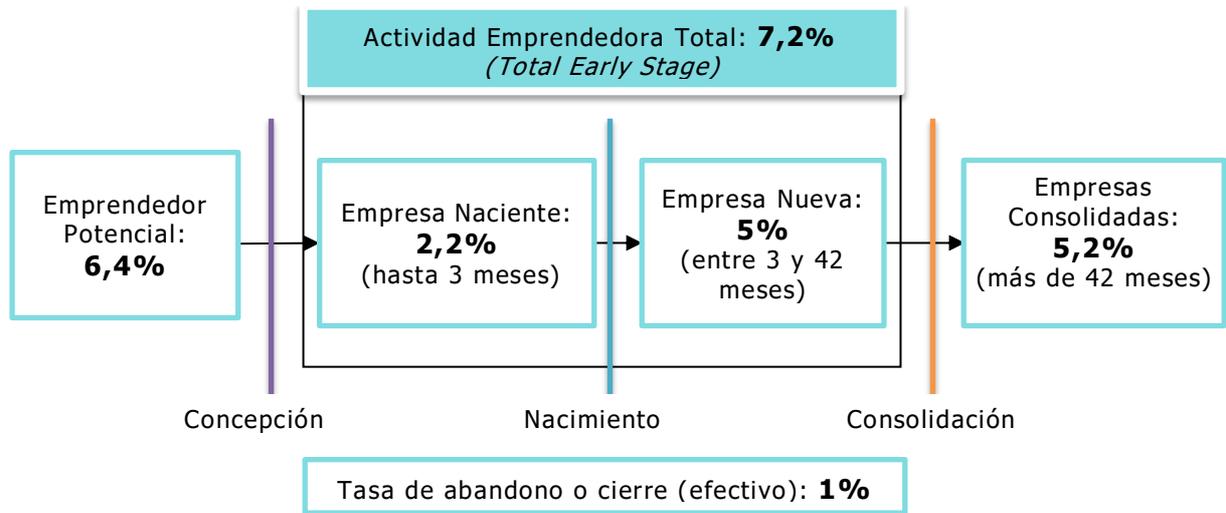
La segunda etapa comprende el nacimiento de la nueva empresa diferenciando los tres primeros meses de vida y su posterior desarrollo como empresa nueva hasta los 3 años y medio de antigüedad. Esta etapa se refleja por medio de la tasa de actividad emprendedora (TEA), núcleo central del análisis de la actividad emprendedora.

La tercera etapa genera información sobre la tasa de consolidación, referida a aquellas empresas que alcanzan una antigüedad superior a los tres años y medio, y la tasa de abandono o cierre, que tiene en cuenta aquellas personas que han tenido que cesar su actividad empresarial.¹

La Ilustración 1 recoge los datos más relevantes en relación a cada una de las tres etapas y referidos a la provincia de Málaga. Las ilustraciones 2 y 3 permiten la comparación de estos datos con los registrados a nivel andaluz y nacional respectivamente.

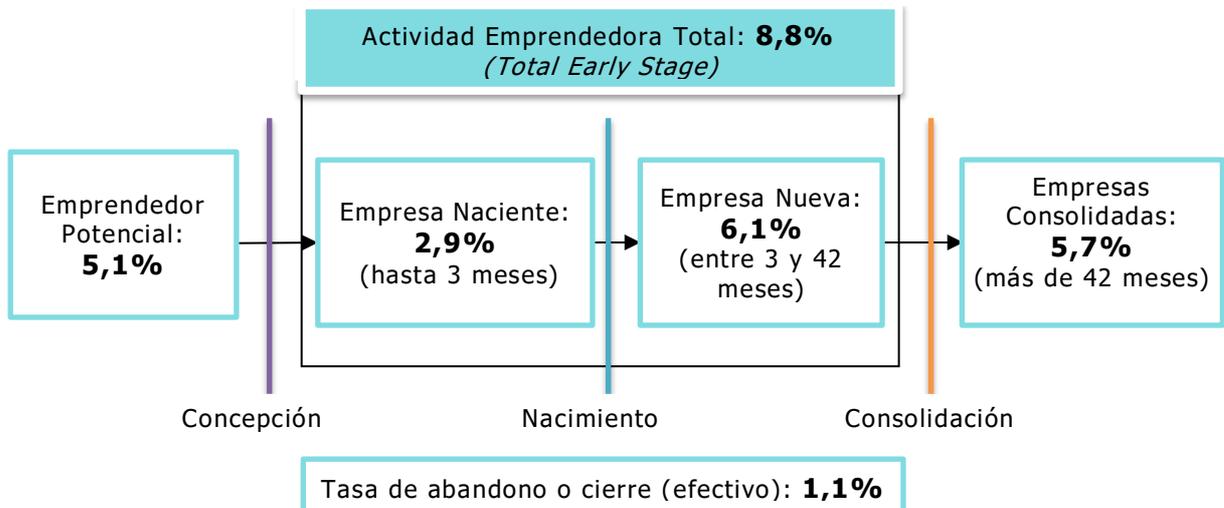
¹ La tasa de abandono que se refleja en este informe hace alusión al cierre efectivo, es decir, engloba a aquellas personas que abandonan un negocio que no tiene continuidad en el tiempo ni siquiera en manos de terceras personas. Esto implica la no inclusión de los traspasos.

Ilustración 1. El proceso emprendedor en Málaga (% población 18-64 años) – 2018



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)².

Ilustración 2. El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años) – 2018

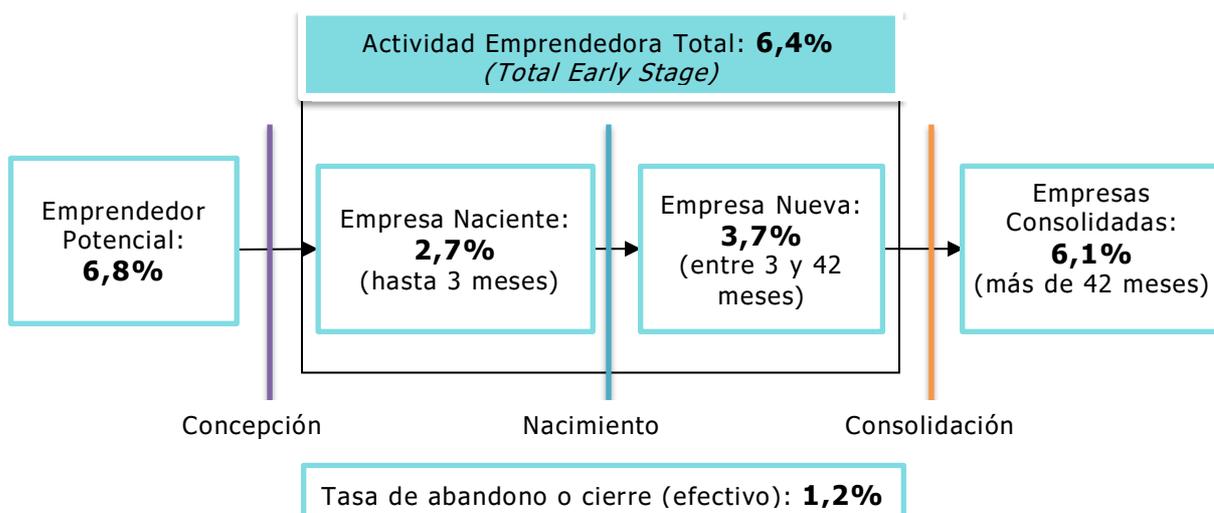


Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)³.

² 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.

³ 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.

Ilustración 3. El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años) – 2018



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)⁴.

Tabla 1. La dinámica emprendedora en Málaga, Andalucía y España – 2018

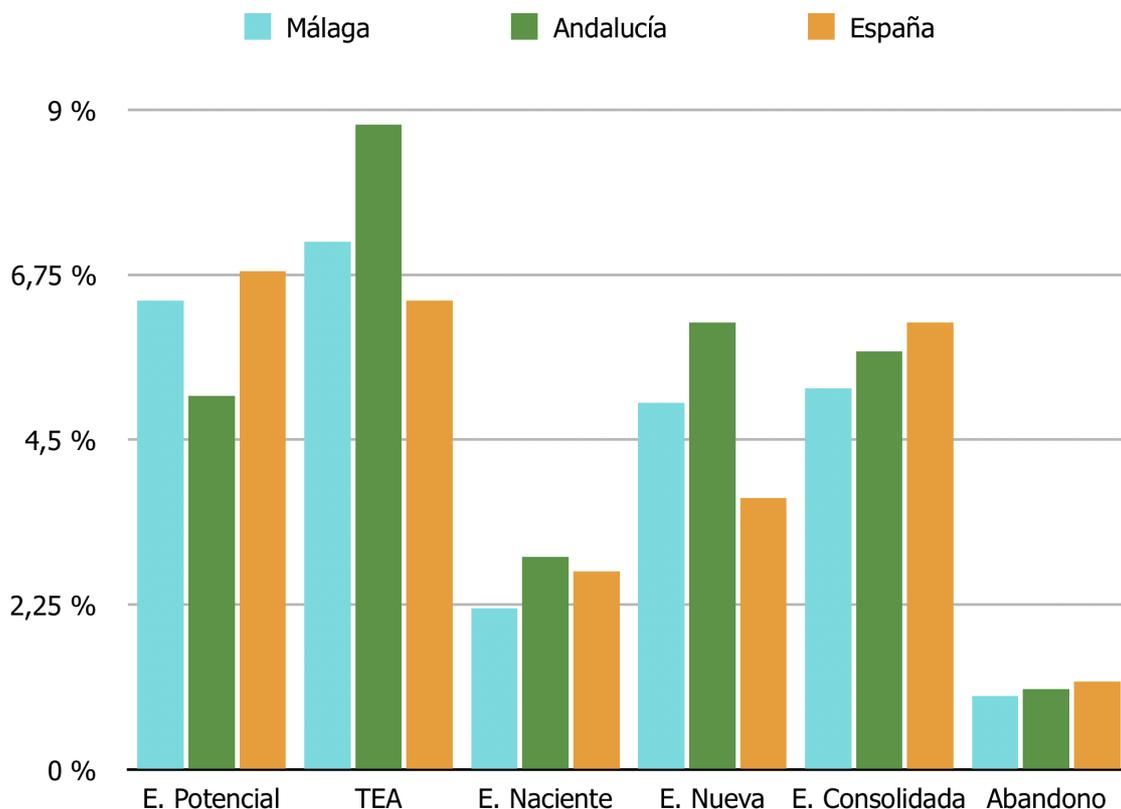
	E. potencial	TEA	E. Naciente	E. Nueva	E. Consolidada	Abandono (efectivo)
Málaga	6,4%	7,2%	2,2%	5%	5,2%	1 %
Andalucía	5,1%	8,8%	2,9%	6,1%	5,7%	1,1%
España	6,8%	6,4%	2,7%	3,7%	6,1%	1,2%

En la información recogida en la Tabla 1 e ilustración 4, Málaga presenta un potencial emprendedor (6,4%) elevado con respecto a la comunidad autónoma andaluza, aunque este porcentaje se encuentra por debajo de la media nacional. La TEA es mayor (7,2%), siendo superior a la nacional (6,4%) y se encuentra 1,6 puntos por debajo de la media autonómica.

En Málaga, el 2,2% de la población está ocupada en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial que tiene menos de tres meses de antigüedad. Esta cifra es superior en el conjunto de Andalucía (2,9%) y España (2,7%). Por otra parte, el 5% de la población está implicada en una actividad empresarial de hasta 42 meses de antigüedad, frente al 6,1% de población andaluza y el 3,7% a nivel nacional. La tasa de consolidación en Málaga (5,2%) es 0,5 puntos porcentuales inferior a la presente en Andalucía y 0,9 puntos menor que la española. Sin embargo, la tasa de cierre efectivo es algo menor que la registrada en Andalucía y España. En Málaga el 1% de la población ha cesado una actividad empresarial en los últimos 12 meses.

⁴ Reynolds et al. (2005), ob. cit.

Ilustración 4. La dinámica emprendedora en Málaga, Andalucía y España – 2018



A continuación se desarrolla un análisis más profundo de cada una de las etapas contempladas en la dinámica emprendedora.⁵

1.1 Potencial emprendedor

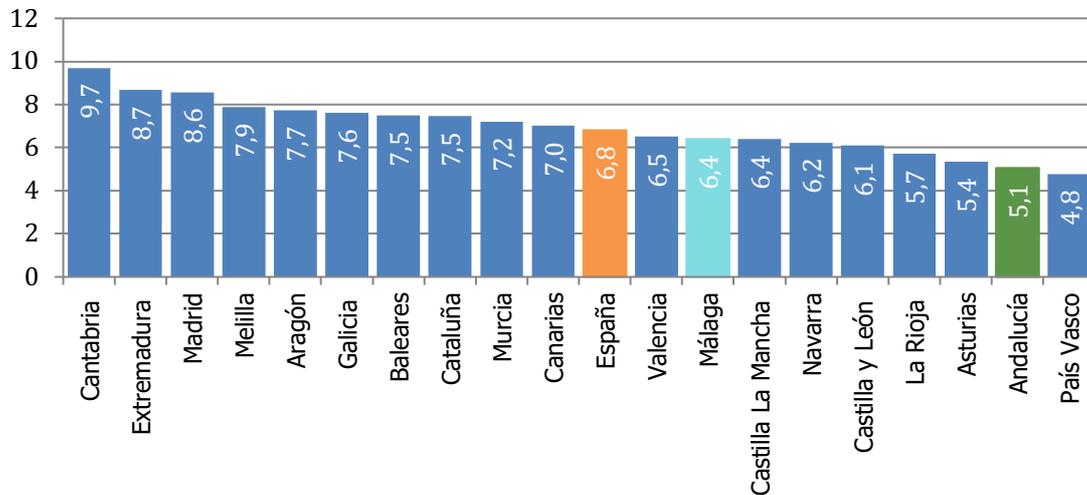
La tasa de emprendimiento potencial refleja la intención emprendedora de la población y se mide a partir de la respuesta afirmativa a la siguiente cuestión: ¿Espera usted crear una empresa en los próximos 3 años?

Tabla 2. El potencial emprendedor en Málaga, Andalucía y España - 2018

	E. potencial
Málaga	6,4%
Andalucía	5,1%
España	6,8%

⁵ El análisis de la dinámica emprendedora se realiza en la provincia de Málaga a partir de los datos de 2018. Este es el primer año que la investigación GEM se lleva a cabo a nivel provincial, por lo que no pueden establecerse aun comparativas longitudinales.

Ilustración 5. Emprendedores potenciales en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018



Málaga presenta una tasa de emprendimiento potencial de 6,4%, lo que sitúa a la provincia por debajo de la media española (6,8%). Aun así la cifra provincial supera a la andaluza (5,1%) (Ilustración 5).

1.2 Actividad emprendedora e intraemprendimiento

La segunda fase de la dinámica emprendedora comprende el nacimiento de una nueva iniciativa empresarial, diferenciando el nacimiento de la empresa (primeros 3 meses) como su posterior desarrollo como nueva empresa (de 3 a 42 meses). Así, se hace la distinción entre “empresas nacientes” y “empresas nuevas” respectivamente.

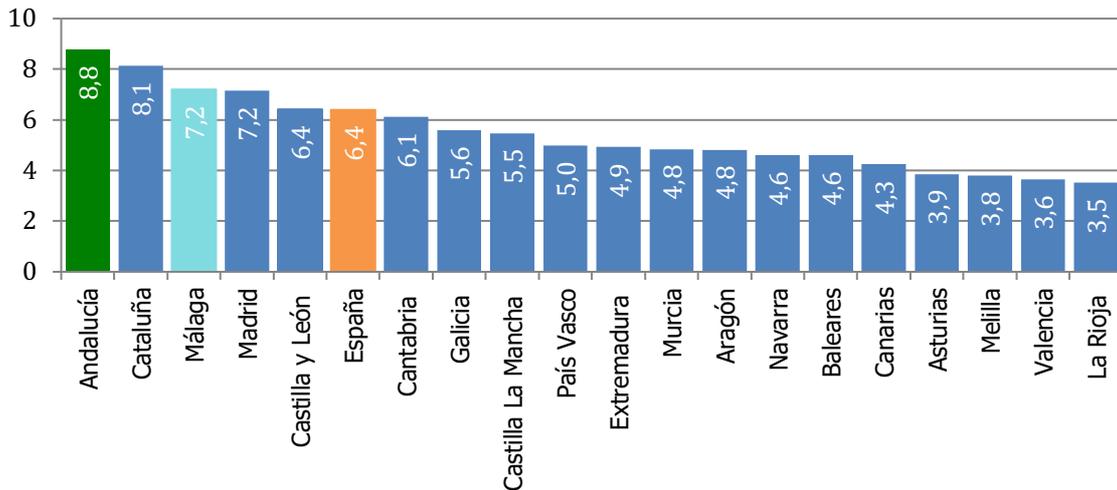
El GEM utiliza la *Tasa de Actividad Emprendedora* (TEA) para medir la actividad emprendedora en una región. La TEA mide el porcentaje de población que participa como propietario o cofundador en una iniciativa empresarial con menos de 42 meses de antigüedad. Esta definición engloba la fórmula del autoempleo.

Tabla 3. La tasa de actividad emprendedora en Málaga, Andalucía y España – 2018

	TEA
Málaga	7,2%
Andalucía	8,8%
España	6,4%

En Málaga el 7,2% de la población se encuentra desarrollando una nueva actividad emprendedora en 2018 (Tabla 3). La TEA registrada en la provincia de Málaga supera la media nacional en casi un punto. Sin embargo, en la comunidad autónoma se observa una TEA superior en 1,6 puntos a la de Málaga.

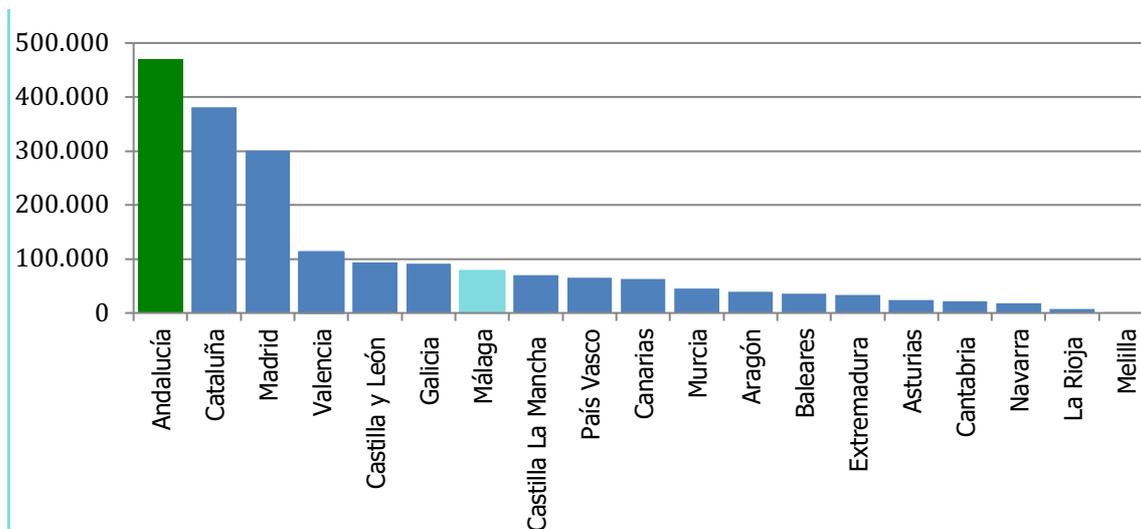
Ilustración 6. Tasa de actividad emprendedora en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018



La posición relativa de la provincia de Málaga con respecto al conjunto de comunidades autónomas de España en cuanto a la TEA es destacable (Ilustración 6). Únicamente Andalucía y Cataluña registran una mayor TEA. Es destacable que Andalucía presenta la TEA más elevada del país (8,8%).

La TEA refleja el porcentaje de población adulta involucrada en una actividad emprendedora pero no facilita información directa sobre el número de personas. Por ello, es interesante estimar este dato relacionando la TEA con la población adulta en edad activa que registra el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el mismo periodo. La Ilustración 7 recoge una estimación de los emprendedores considerando la TEA y los datos del INE para cada una de las regiones consideradas.

Ilustración 7. Estimación del número de emprendedores en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018



En base a esta estimación, Málaga ocupa la séptima posición con una población estimada de 77.972 emprendedores (Ilustración 7). Es una provincia con una población de entre 16 y 64 años que asciende a 1.082.943 en 2018, y presenta una tasa de actividad emprendedora alta (7,2%).

La **actividad intraemprendedora** se refiere a aquellas iniciativas emprendedoras llevadas a cabo en el marco de una empresa u organización por los propios empleados de la misma. El proyecto GEM considera que un empleado está llevando a cabo una actividad de intraemprendimiento cuando participa activamente o lidera el desarrollo de nuevos productos o servicios, o crea nuevas empresas bajo el paraguas de la organización para la cual trabaja.

De esta forma, GEM recoge el porcentaje de la población adulta de 18-64 años que realiza una actividad de intraemprendimiento, tanto su involucración en la actualidad como en los últimos tres años, diferenciando también entre las personas que únicamente participan activamente y las que además lideran los proyectos intraemprendedores. Estos datos, referidos a la provincia de Málaga, están recogidos en la Tabla 4.



Tabla 4. El intraemprendimiento en Málaga – 2018

Participación activa intraemprendedora en los últimos 3 años	17,2%
Participación activa intraemprendedora actual	13,2%
Liderazgo intraemprendedor en los últimos 3 años	7,2%
Liderazgo intraemprendedor actual	6,2%

El 17,2% de los malagueños ha participado activamente en un proyecto de intraemprendimiento en los últimos 3 años mientras que el 13,2% lo hace en la actualidad. El liderazgo de actividades intraemprendedoras presenta cifras igualmente favorables, siendo un 7,2% de la población la que ha liderado este tipo de proyectos en los últimos tres años mientras que el 6,2% lo realiza actualmente.

1.3 Dinámica emprendedora

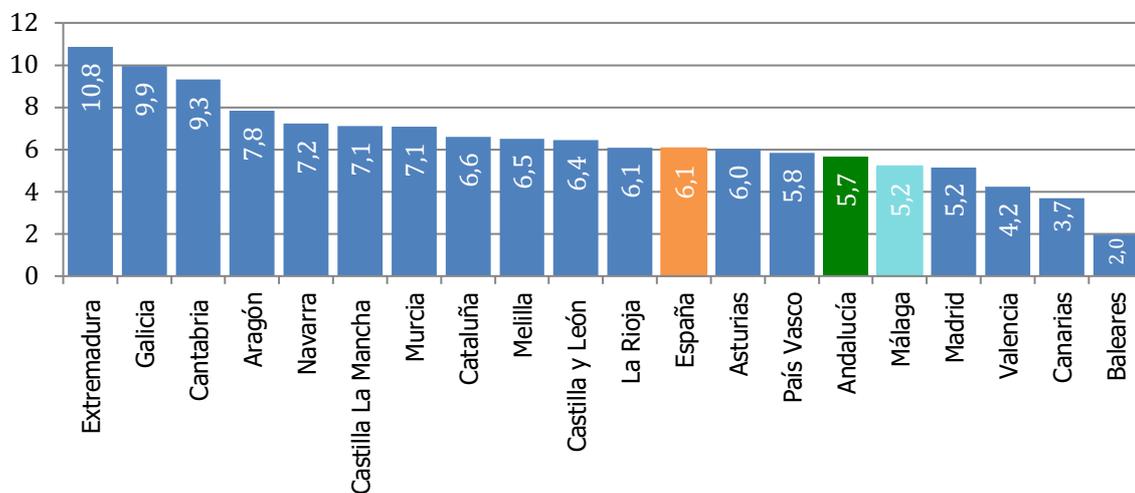
La dinámica emprendedora contempla tanto la consolidación de las empresas como su cierre o abandono. La primera situación se recoge por la tasa de consolidación empresarial que tiene en cuenta las empresas que han superado los 42 meses de antigüedad. El segundo caso se refleja con la tasa de abandono o cierre efectivo, que contempla aquellas que han cesado su actividad en los últimos 12 meses.

La Tabla 5 refleja la tasa de consolidación empresarial en Málaga en relación a la tasa andaluza y a la nacional. La Ilustración 8 refleja la posición relativa de la provincia teniendo en cuenta el resto de comunidades autónomas.

Tabla 5. La tasa de consolidación empresarial en Málaga, Andalucía y España – 2018

	E. Consolidada
Málaga	5,2%
Andalucía	5,7%
España	6,1%

Ilustración 8. Tasa de consolidación empresarial en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018



En términos comparativos, Málaga presenta menor tasa de consolidación empresarial que Andalucía y España. La provincia ocuparía uno de los últimos lugares en cuanto a consolidación con respecto a las comunidades autónomas.

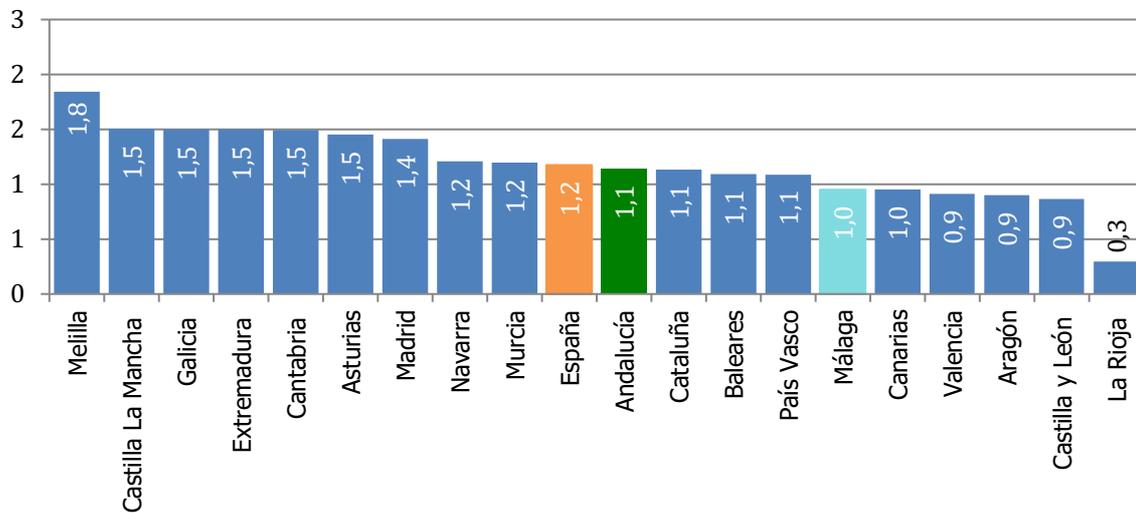
Sin embargo, la tasa de abandono o cierre, personas de entre 16 y 64 años que han sido emprendedores pero han cesado su actividad empresarial en los últimos 12 meses, es más reducida en Málaga que en Andalucía y España (Tabla 6 e Ilustración 9)⁶.

⁶ 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

Tabla 6. La tasa de abandono empresarial en Málaga, Andalucía y España – 2018

	Abandono
Málaga	1 %
Andalucía	1,1%
España	1,2%

Ilustración 9. Tasa de abandono o cierre de negocios en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018



En el caso de la tasa de abandono, las diferencias interregionales son reducidas, y la cifra correspondiente a Málaga se sitúa sólo ligeramente por debajo de la media andaluza y española.

Capítulo 2. Oportunidades, motivaciones y capacidades para crear empresas en Málaga

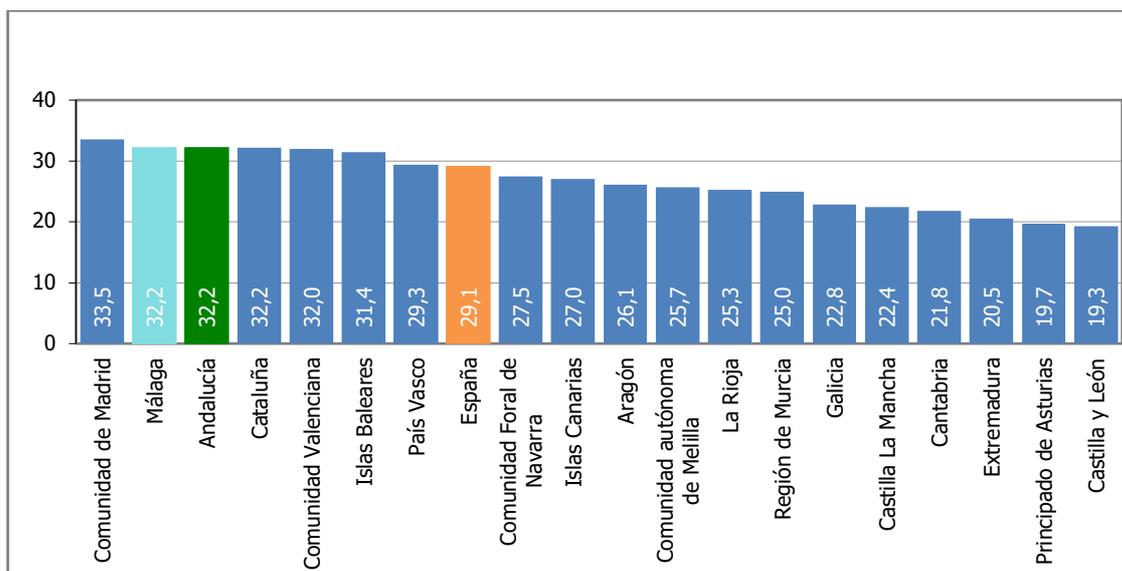
En este capítulo se analizan a continuación tres aspectos relevantes, relacionados con el plano psicológico y las apreciaciones personales de la población adulta: la percepción de oportunidades en el entorno para emprender, la motivación emprendedora y la percepción sobre la capacidad personal para emprender.

2.1 Percepción de oportunidades

Existe una relación positiva entre el número de empresas creadas en una región y las oportunidades percibidas por su población. Así, las iniciativas emprendedoras aumentan cuando las condiciones del entorno potencian y facilitan la creación empresarial. Sin embargo, la decisión emprendedora no deriva únicamente de la existencia de oportunidades, si no que en gran medida depende de las apreciaciones personales de los individuos sobre dichas oportunidades. Es decir, no basta con que el entorno favorezca la creación empresarial, además los individuos deben ser conscientes de ello y percibirlo de esta forma. Por ello, a continuación se analiza la valoración subjetiva de la población sobre las oportunidades para emprender.

El 32,2% de la población malagueña de entre 18 y 64 años opina que en los próximos seis meses habrá oportunidades favorables para la creación empresarial en su entorno (Ilustración 10).

Ilustración 10. Percepción de oportunidades emprendedoras en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018



El porcentaje de población que percibe buenas oportunidades de negocio en los próximos seis meses en la provincia de Málaga coincide exactamente con el porcentaje andaluz, es superior a la media nacional (29,1%) y únicamente inferior al dato registrado en la comunidad de Madrid (33,5%). Por ello, se considera que la población malagueña tiene una visión optimista acerca de las oportunidades de negocio que brinda su entorno.

2.2 Motivación para emprender

La metodología GEM destaca cinco elementos que influyen en las motivaciones personales de los individuos condicionando la decisión de emprender. Estos son:

- La propensión al riesgo o el miedo al fracaso.
- La cultura predominante sobre la concepción más o menos igualitaria de la sociedad.
- La consideración del emprendimiento como una buena elección profesional.
- El status económico y social que proporciona ser emprendedor.
- El papel de los medios de comunicación e internet en la difusión de los casos de éxito emprendedor.

La Tabla 7 recoge los datos correspondientes a la población adulta malagueña y su valoración sobre la influencia de estos elementos en la motivación para emprender en su entorno.

Tabla 7. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Málaga – 2018

	Ítem	Respuesta (%)		
		Sí	No	No sé
Miedo al fracaso	¿El miedo al fracaso sería un obstáculo para que usted creara una empresa?	43,4%	53,6%	3%
Concepción más o menos igualitaria de la sociedad	En Málaga la mayoría de las personas preferirían que todo el mundo tuviese unos estándares de vida similares.	71%	23,2%	5,8%
Consideración como buena opción profesional	En Málaga, la mayoría de la gente considera que crear una empresa es una opción profesional deseable.	50,8%	38,8%	10,4%
Estatus social y económico	En Málaga, los emprendedores exitosos tienen un alto nivel de estatus y respeto.	46,8%	43%	10,2%
Papel de los medios de comunicación e internet	En Málaga a menudo se ven historias sobre empresas nuevas exitosas en medios de comunicación y/o internet.	45,8%	44,6%	9,6%



La tolerancia al riesgo es un factor clave en la formación de la intención emprendedora y en la posterior materialización del proyecto por medio de la constitución de la empresa naciente. En Málaga el 43,3% de la población considera que el miedo al fracaso les frenaría en el inicio de una actividad emprendedora (Tabla 7). Esta cifra se aproxima mucho a la media española (43,1%) y la media andaluza (43,9%). Málaga ocupa un lugar medio en la clasificación de regiones entre las que destaca Cataluña por su registro inferior (39,6%).

El resto de elementos explican la dimensión cultural del emprendimiento y aporta una visión colectiva del fenómeno económico, explicando las percepciones de la sociedad malagueña desde un punto de vista colectivo.

El 71% de los encuestados considera que los malagueños prefieren que todo el mundo tenga unos estándares de vida similares. En España (71,5%) y Andalucía (72%) las cifras son similares. Entre las regiones con mayores deseos de estándares de vida similares destacan Castilla La Mancha (77,6%) y País Vasco (76,3%), mientras que las comunidades autónomas con mejor valoración de valores individualistas son Extremadura y Galicia.

No existe un consenso claro en la literatura académica sobre qué tipo de valores propicia más la actividad emprendedora. Si bien, el individualismo se asocia más con la ambición personal del emprendedor mientras que el colectivismo se entiende favorable para la creación de entornos basados en sinergias y relaciones interpersonales que promueven la innovación.

Aproximadamente la mitad de la población malagueña encuestada (50,8%) considera que el emprendimiento es una opción profesional deseable, mientras que el 52,4% de los andaluces y el 53,1% de españoles lo considera deseable. La comunidad autónoma que mejor valora el emprendimiento en este sentido es Cataluña (58,4%), mientras que la que presenta una peor valoración es Asturias (45,3%).

El 46,8% de los encuestados entiende que los emprendedores poseen un elevado estatus social y económico, frente al 43% que piensa que no lo tienen. Sólo Asturias presenta un valor más bajo (46,8%). La media nacional se encuentra tres puntos porcentuales por encima de la malagueña (49,8%), mientras que la andaluza es aún superior. En esta comunidad autónoma el 52,1% de los encuestados indican que emprender aporta un buen estatus. La clasificación es liderada por Melilla con un 54,9%.



Por último, el 45,8% de la muestra entiende que los medios de comunicación y/o internet difunden casos de éxito emprendedores en la región. En España el porcentaje asciende a 49,4% y en Andalucía a 50,6%. La comunidad autónoma que más difusión de los éxitos de emprendedores percibe es Navarra (57%), mientras que la región que menos percibe este tipo de comunicación es Melilla (39,6%).

Los medios de comunicación, por medio de la visualización de los emprendedores, permiten la creación y consolidación de modelos de referencia en la sociedad, cruciales en el proceso de formación de opiniones individuales. En este sentido, su labor potencia las percepciones favorables sobre los emprendedores y aumenta la legitimidad de estos en la sociedad.

Las Ilustraciones 11, 12, 13, 14 y 15 muestran la proporción de respuestas afirmativas en cada uno de los cinco elementos que miden la motivación de la población para emprender, en relación tanto a las cifras de las comunidades y ciudades autónomas de España y como a la media nacional en 2018.

Ilustración 11. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018

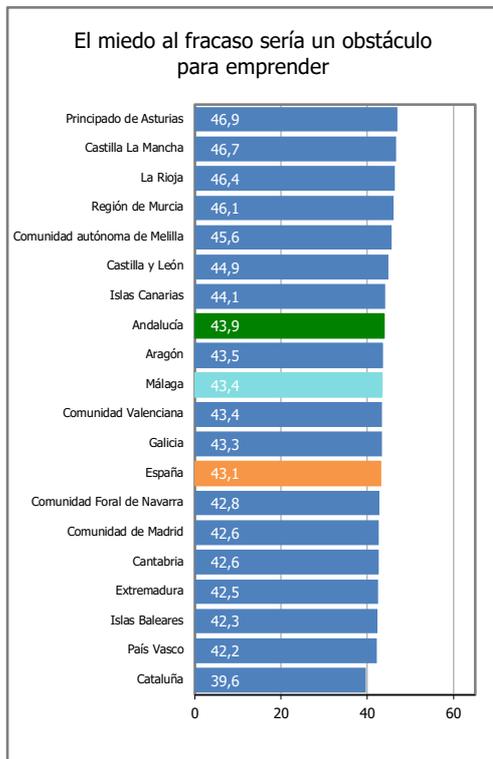


Ilustración 12. Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional – 2018

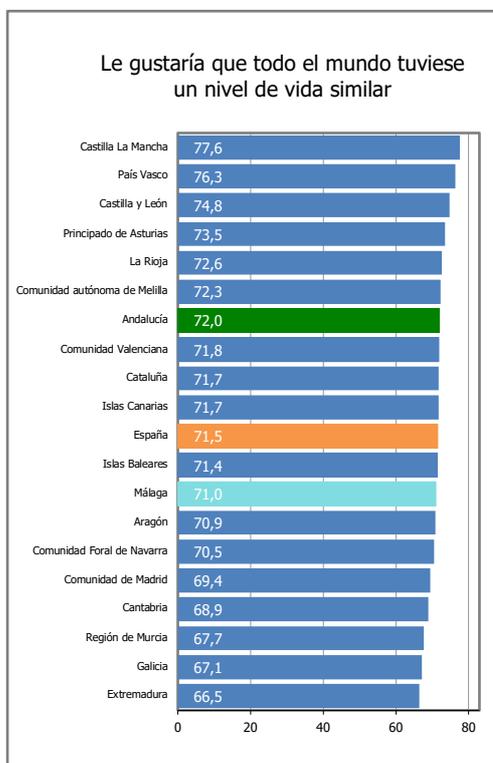


Ilustración 13. Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional – 2018

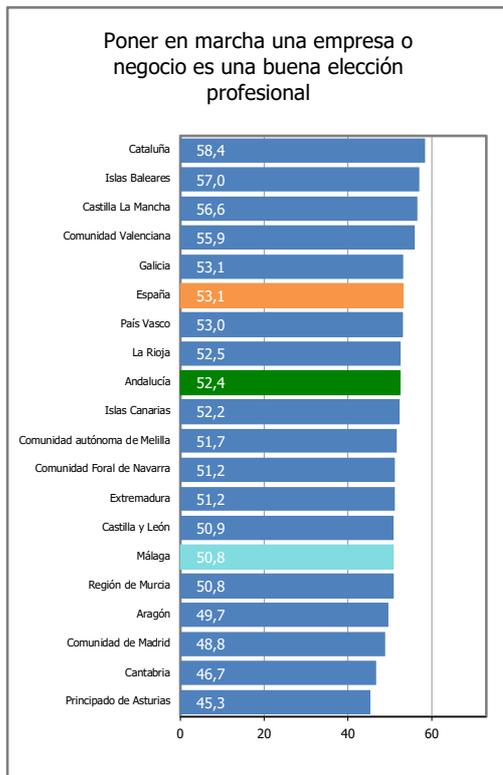


Ilustración 14. Estatus social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018

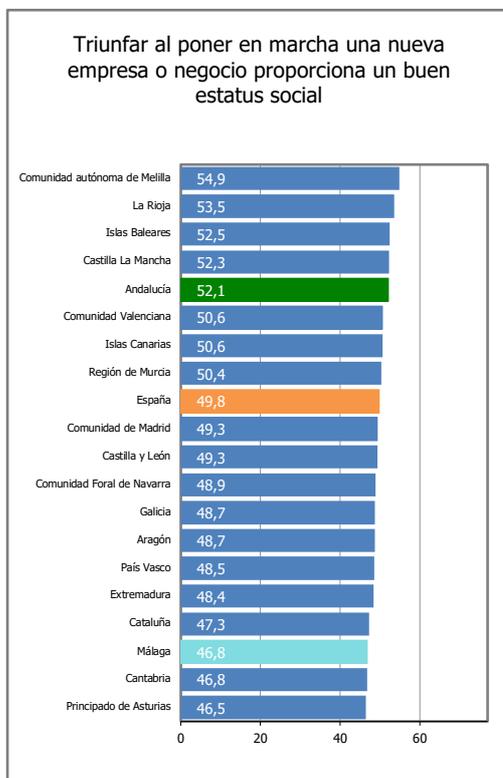
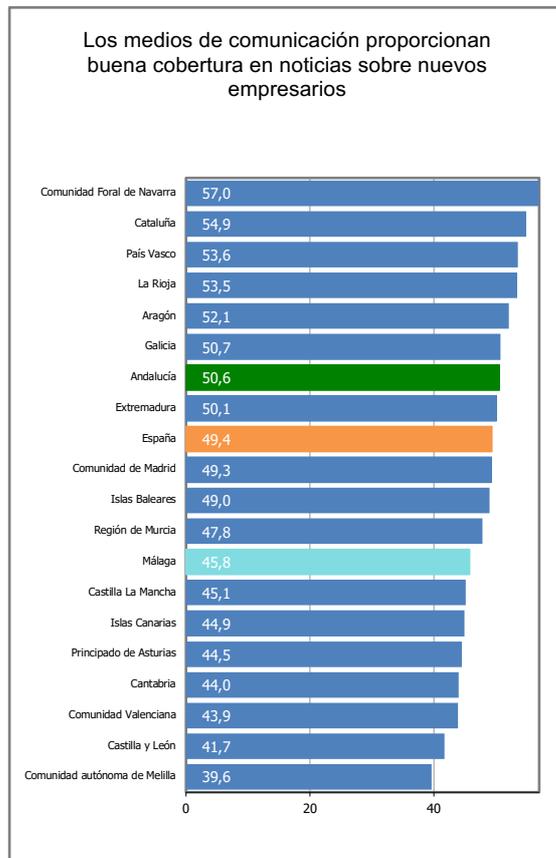


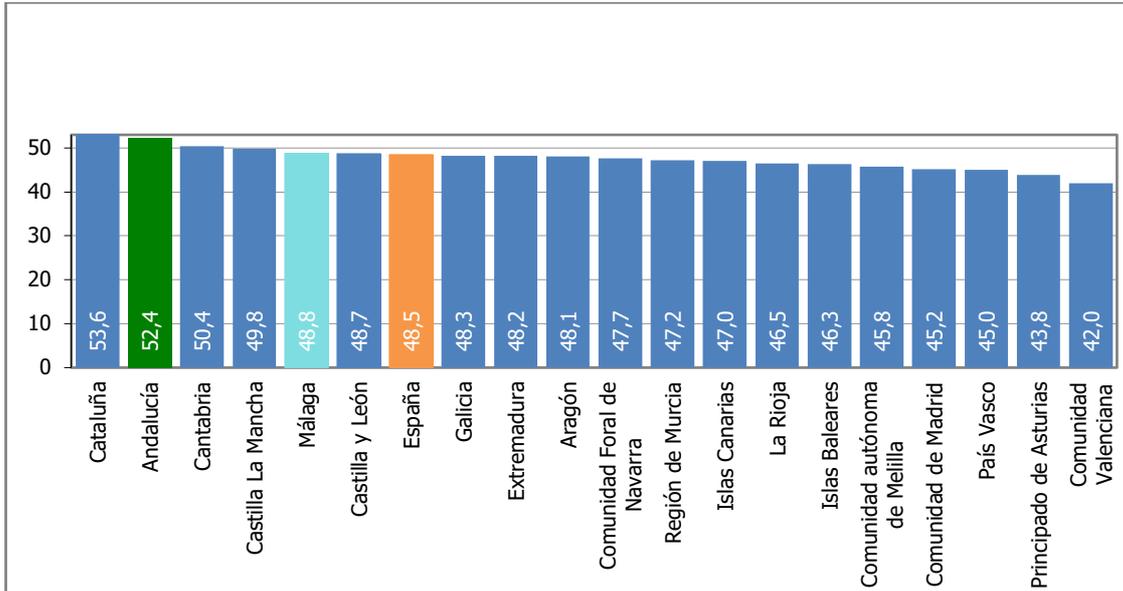
Ilustración 15. Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional – 2018



2.3 Capacidad para emprender

La percepción de las personas sobre sus propias capacidades para desarrollar iniciativas emprendedoras es esencial en la formación de la intención emprendedora y en su materialización. La metodología GEM registra esta apreciación personal teniendo en cuenta la capacidad para convertir una oportunidad de negocio en una realidad empresarial. Así, plantea la siguiente pregunta: ¿Tienes los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un negocio? La ilustración 16 muestra la posición relativa de Málaga en la comparativa autonómica y nacional.

Ilustración 16. La capacidad emprendedora en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018



El 48,8% de la población adulta de entre 18 y 64 años de la provincia de Málaga considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes para emprender. La media española es inferior en 0,3 puntos porcentuales. En Andalucía más de la mitad de la población (52,4%) considera que tiene la capacidad necesaria para crear una empresa. En la clasificación general de comunidades autónomas que han participado en esta edición de GEM, sólo Cataluña tiene un porcentaje mayor de personas con percepciones favorables sobre sus capacidades (53,6%).



Capítulo 3. Análisis del entorno del emprendedor en Málaga

Para analizar las características del entorno, la metodología GEM diferencia nueve factores que explican el contexto en el que se produce el fenómeno de la creación de empresas:

1. Financiación
2. Políticas gubernamentales
3. Programas gubernamentales
4. Educación y formación en creación de empresas
5. Transferencia I+D
6. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales
7. Apertura del mercado
8. Acceso a infraestructuras físicas
9. Normas culturales y sociales

En el presente capítulo se recoge un análisis detallado de cada uno de los factores, así como una evaluación de los mismos en términos comparativos.

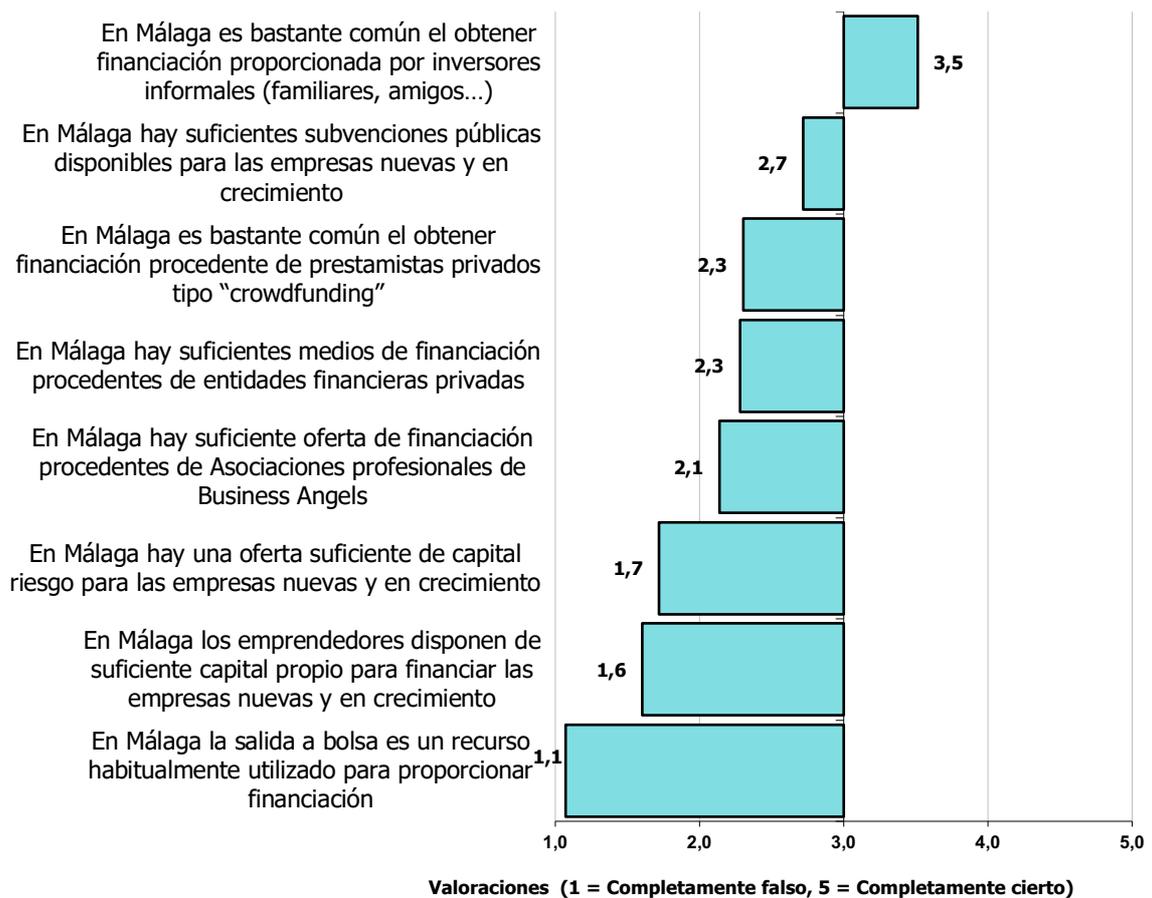
3.1 Análisis detallado de los factores que condicionan el entorno del emprendedor en Málaga

3.1.1 Financiación

La valoración de la naturaleza y oportunidades de financiación de las empresas nuevas y en crecimiento, en la provincia de Málaga, señala que la financiación es un problema para el emprendedor malagueño (Ilustración 17).

Las fuentes de financiación habituales son endeudamiento, recursos propios y redes informales. En este sentido, es común la obtención de fondos a través de personas del entorno más próximo y de confianza como son amigos y familiares. Entre las características más deficientes del entorno financiero se destaca la escasa oferta de fondos de capital riesgo y la falta de capital propio de los emprendedores malagueños.

Ilustración 17. Financiación



3.1.2 Políticas gubernamentales

La opinión de los expertos sobre las políticas gubernamentales que afectan al emprendimiento en la provincia de Málaga, indica una escasa satisfacción con el diseño y la ejecución de las mismas (Ilustración 18). La afirmación que hace alusión al apoyo al emprendimiento como prioridad de la política pública autonómica es la que mayor puntuación recibe (2,7). En general, son mejor valorados los ítems que hacen referencia al interés y la intencionalidad de apoyar el emprendimiento desde el ámbito político. Sin embargo, existe una valoración muy negativa sobre las facilidades en el proceso de creación de empresas y las barreras económicas y administrativas que afectan al emprendimiento. En este sentido, se señala la presión fiscal y las trabas administrativas como aspectos muy mejorables.

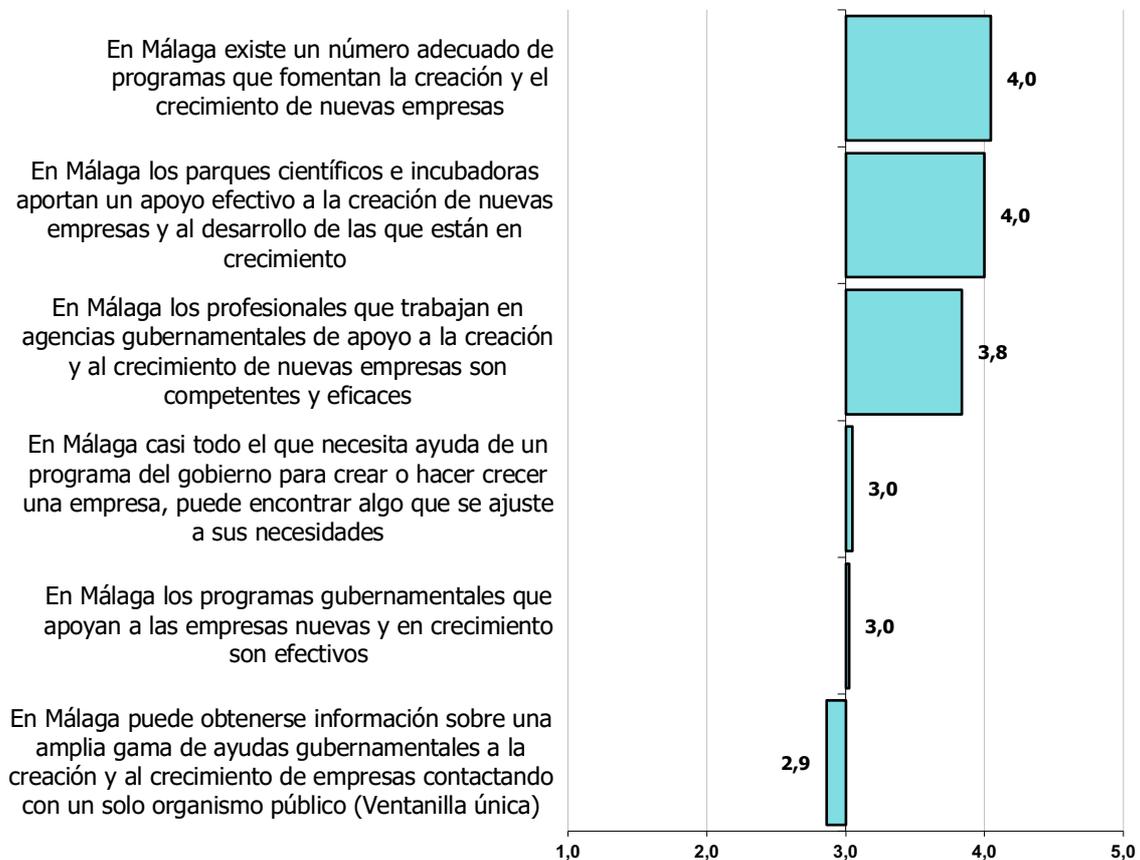
Ilustración 18. Políticas gubernamentales



3.1.3 Programas gubernamentales

La influencia de los programas gubernamentales en el emprendimiento de la provincia de Málaga se refleja en la Ilustración 19. Los expertos entienden que en la provincia existe un número adecuado de programas para el fomento del emprendimiento a la vez que consideran que el apoyo de los parques científicos y las incubadoras es efectivo. Ambos aspectos alcanzan una puntuación de 4 sobre 5. También obtienen una buena valoración los profesionales de las agencias gubernamentales. De la lectura de los datos, se observa que es mejorable el nivel de información sobre las ayudas al emprendimiento y la accesibilidad de las mismas.

Ilustración 19. Programas gubernamentales



Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)



3.1.4 Educación y formación en creación de empresas

La Ilustración 20 valora el grado en el que diversos aspectos relacionados con la creación empresarial están presentes en el currículo académico de los diferentes niveles formativos, diferenciando la educación primaria y secundaria de la educación superior.

La mejor valoración está referida a la formación en administración y dirección de empresas (3,1). El resto de aspectos son valorados por debajo de 3. Por su baja puntuación se destacan los tres ítems que recogen cuestiones acerca de la enseñanza primaria y secundaria. Así, se entiende prioritaria la actuación en este nivel educativo promoviendo la estimulación de la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, poniendo énfasis en los conocimientos acerca de la economía de mercado y fomentando el desarrollo del espíritu empresarial. La potenciación del emprendimiento desde etapas iniciales es relevante para formar una conciencia temprana acerca de la importancia de la creación empresarial en la sociedad, propiciando su consideración como opción profesional en el futuro.

En cuanto a la etapa universitaria, los expertos otorgan una puntuación de 2,6 a la adecuación y a la calidad de la enseñanza para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. La valoración que hacen de la educación emprendedora en los centros de formación profesional y formación continua es similar. Su adecuación y calidad de cara a la futura puesta en marcha de un negocio es valorada con un 2,5.

Ilustración 20. Educación y formación en creación de empresas

En Málaga la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas

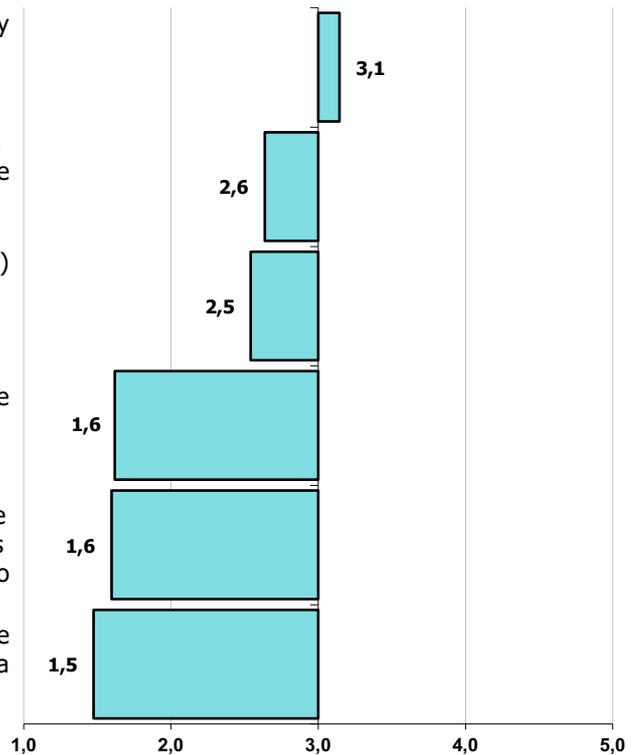
En Málaga las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas

En Málaga los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas

En Málaga en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal

En Málaga en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado

En Málaga en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas



Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

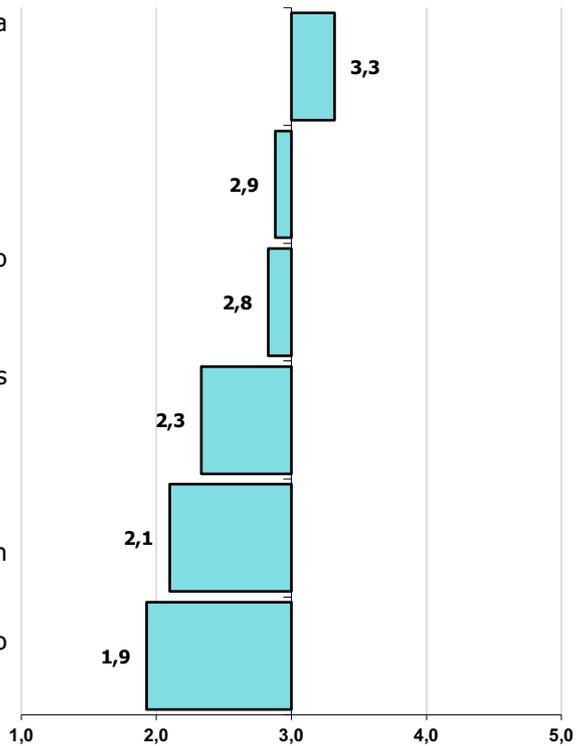
3.1.5 Transferencia de I+D

La Ilustración 21 analiza las características que definen la transferencia de I+D al sector empresarial, para el desarrollo de nuevas iniciativas y el crecimiento y consolidación de las existentes.

Existe una buena valoración de los resultados en materia de ciencia y tecnología desarrollada como facilitadores de la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global. Así mismo, existe una alta valoración de los expertos respecto al apoyo de los parques científicos al emprendimiento en la provincia de Málaga (Ilustración 21). No obstante, la lectura del gráfico señala que el acceso a las nuevas tecnologías y conocimiento no es adecuado y fácil por parte de las nuevas empresas. Así, se entiende que no existe el apoyo suficiente para la explotación de los resultados de la investigación, y que las subvenciones y ayudas gubernamentales para la adquisición de nuevas tecnologías no son suficientes y adecuadas. Existe un problema de financiación con respecto a la adquisición de nuevas tecnologías. Estas valoraciones pueden relacionarse con los aspectos recogidos por la Ilustración 17, que señalaba la financiación como un aspecto desfavorable en la provincia.

Ilustración 21. Transferencia de I+D

- En Málaga la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto
- En Málaga las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos al ámbito empresarial
- En Málaga las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas
- En Málaga existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas
- En Málaga las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas
- En Málaga las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías



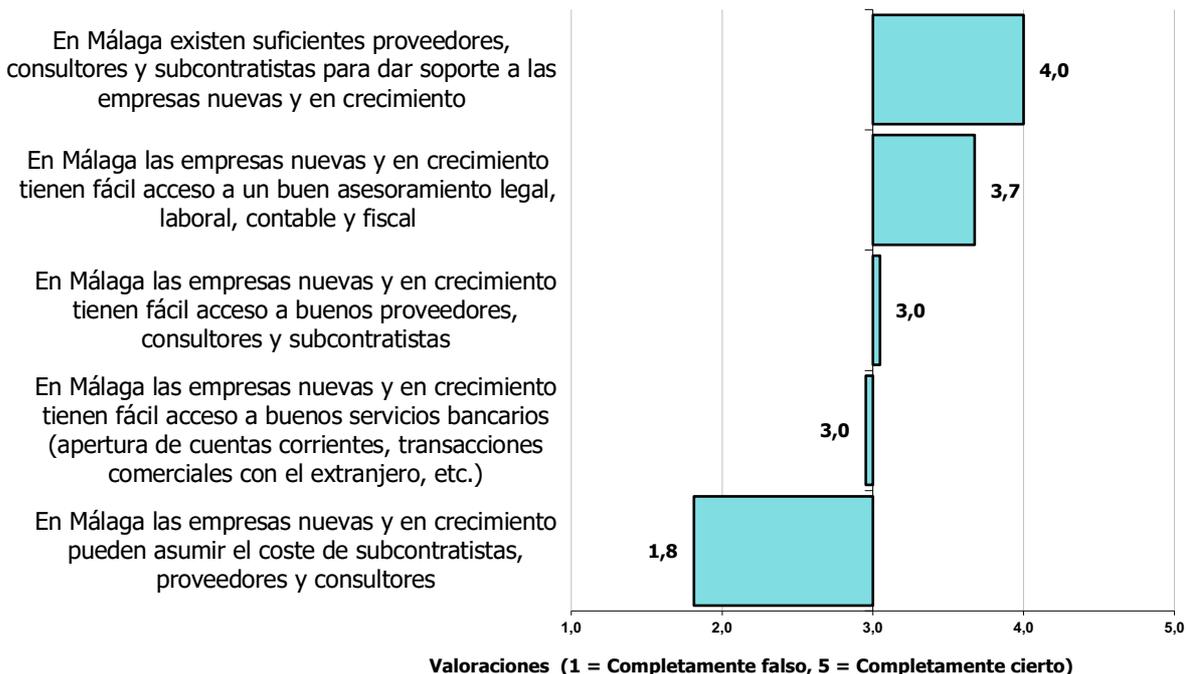
Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

3.1.6 Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales

La valoración de los elementos que definen el acceso a infraestructuras comerciales y profesionales se recoge en la Ilustración 22. La valoración global de este elemento del entorno es muy positiva, ya que la mayoría de los ítems reflejan una opinión favorable de los expertos. Así, se destaca sobre todo que en Málaga existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento (4,0). Además, se consideran favorables las posibilidades de acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal (3,7). También son bien valorados la facilidad de acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas, así como a buenos servicios bancarios para empresas nuevas y en crecimiento.

Sin embargo, a pesar de la oferta adecuada, los expertos reflejan que las empresas nuevas y en crecimiento no siempre pueden asumir los costes de subcontratistas, proveedores y consultores. Este aspecto puede relacionarse con las características desfavorables del apoyo financiero global en el entorno malagueño.

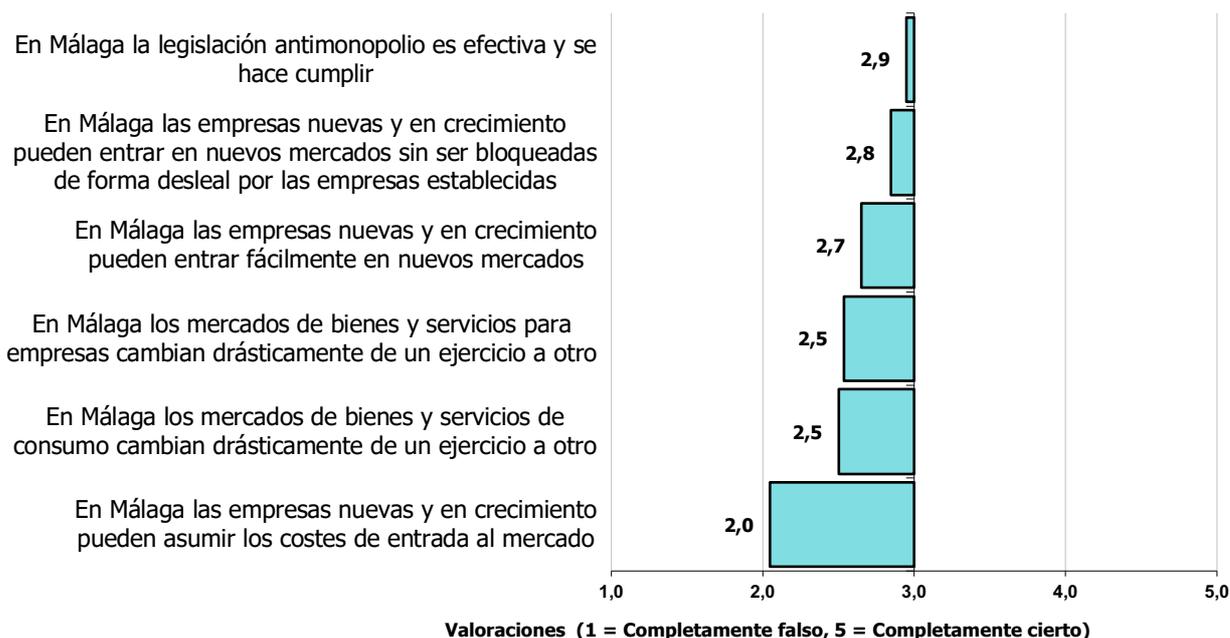
Ilustración 22. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales



3.1.7 Apertura del mercado

Los aspectos relacionados con las condiciones de acceso al mercado se recogen en la Ilustración 23. Si bien es un elemento condicionado por la regulación de la economía a nivel nacional y europeo, se destaca de nuevo el problema de la asunción de costes de las empresas nuevas y en crecimiento. En muchos casos estas no pueden hacer frente a las cuantías que conlleva la entrada al mercado.

Ilustración 23. Apertura del mercado



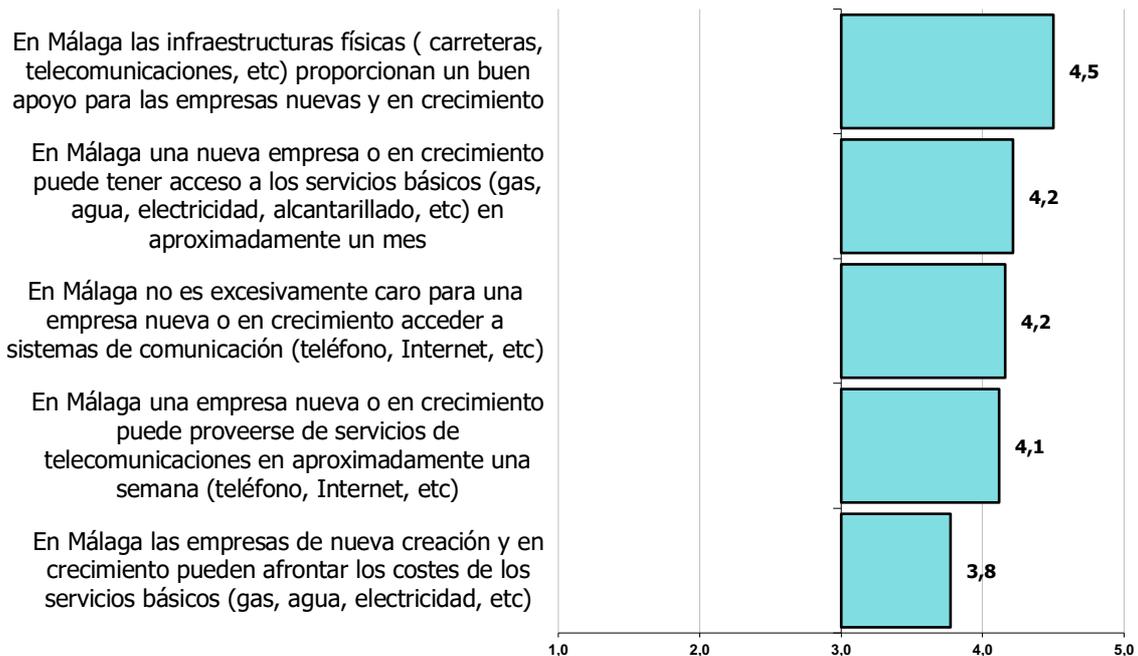
3.1.8 Acceso a infraestructuras físicas

Los elementos que miden el grado de acceso a infraestructuras físicas en Málaga se muestran en la Ilustración 24. Esta dimensión es favorable para el emprendimiento y todos los ítems valorados obtienen evaluaciones positivas y elevadas. La mejor valoración se refiere a las infraestructuras físicas (4,5).

El acceso a los servicios básico se considera eficiente, ya que las empresas nuevas o en crecimiento pueden tener acceso en aproximadamente un mes. Los sistemas de comunicación no se consideran especialmente caros en la provincia y su contratación e instalación es ágil y rápida.

La capacidad de asumir los costes sigue siendo el aspecto peor valorado. No obstante, no se puede deducir que sea un obstáculo importante (gas, agua, electricidad, etc.).

Ilustración 24. Acceso a infraestructuras físicas

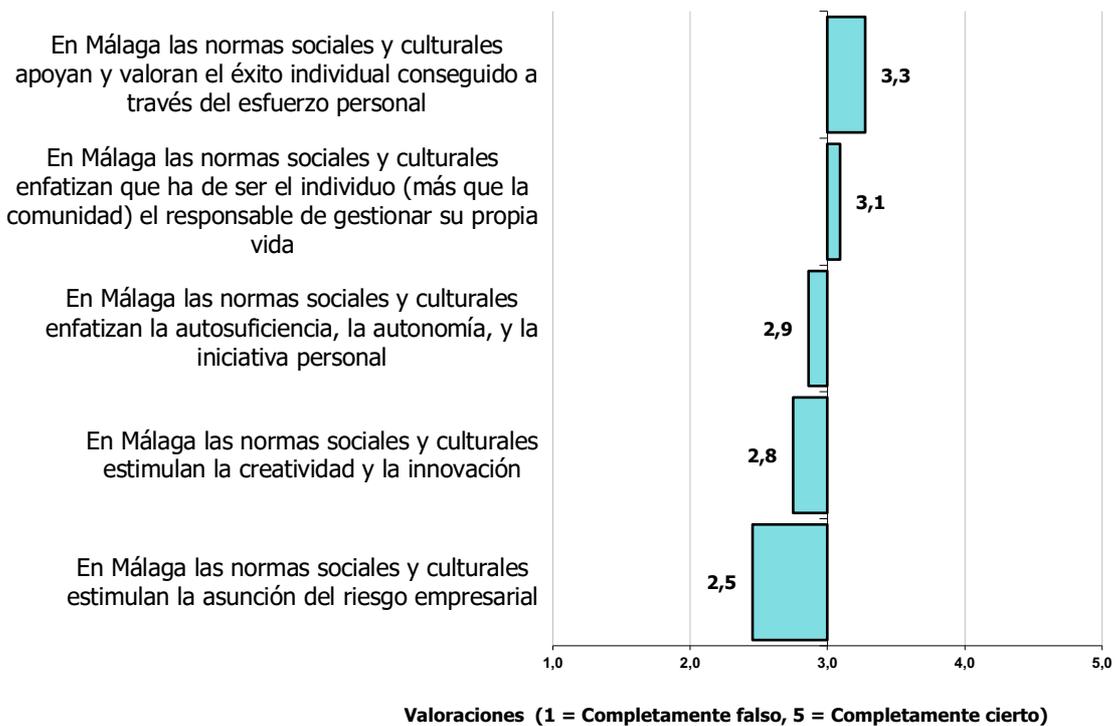


Valoraciones (1 = Completamente falso, 5 = Completamente cierto)

3.1.9 Normas culturales y sociales

La valoración de los aspectos culturales y sociales (Tabla 25) está referida a valores compartidos por la sociedad malagueña y comportamientos socialmente aceptados. Los expertos evalúan de manera positiva la consideración del emprendimiento entre la población de la provincia de Málaga. Por un lado, entienden que las normas sociales y culturales apoyan y valoran en cierta forma el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal (3,3). Igualmente, están de acuerdo con que la población considera que el individuo es el responsable de gestionar su propia vida (3,1). Estas dos cuestiones están muy relacionadas con la presencia de valores individualistas en la sociedad malagueña. Sin embargo, los expertos también señalan una falta de influencia de las normas sociales y culturales sobre el espíritu creativo e innovador, y la asunción del riesgo por parte de la población.

Ilustración 25. Normas culturales y sociales





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

Una vez analizados de manera individual cada uno de los factores que explican el emprendimiento en la provincia de Málaga, se realiza un estudio comparado del conjunto de ellos y su evaluación en términos relativos con respecto otras áreas geográficas.

3.2.1 Influencia de los factores del entorno en la creación de empresas.

Los elementos que explican las condiciones para el emprendimiento han sido evaluados por los expertos considerando si son factores que obstaculizan o favorecen la creación de empresas.

En este sentido, la Tabla 8 muestra el porcentaje de expertos que ha considerado a cada uno de los factores como un motivo que dificulta la creación de empresas en la provincia de Málaga. Es destacable que un porcentaje elevado considera que la financiación al emprendimiento es una característica del entorno que dificulta la creación de empresas (70,5%). Las políticas gubernamentales (50,0%), las normas sociales y culturales (38,6%) y la educación y la formación (34,1%) son señalados como aspectos que dificultan la creación por al menos un tercio de los expertos.

Tabla 8. Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Málaga

Obstáculos (ordenados por importancia)	% de expertos
Apoyo financiero	70,5
Políticas gubernamentales	50,0
Normas sociales y culturales	38,6
Educación y formación	34,1
Capacidad emprendedora	13,6
Disponibilidad de información crítica	11,4
Contexto político, social e intelectual	11,4
Apertura de mercado y barreras	9,1
Acceso a infraestructura física	9,1
Infraestructura comercial y profesional	6,8
Programas gubernamentales	4,6
Clima económico	4,6
Transferencia de I+D	2,3
Internacionalización	2,3
Crisis económica	2,3
Costes, acceso y regulación laboral	2,3



Por otra parte, los expertos consideran que el nivel de transferencia de I+D, las políticas gubernamentales, la capacidad emprendedora y el contexto político, social e intelectual, son los elementos más favorecedores de la creación de nuevas empresas (Tabla 9).

Tabla 9. Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Málaga

Facilitadores (ordenados por importancia)	% de expertos
Transferencia de I+D	50,0
Políticas gubernamentales	40,9
Capacidad emprendedora	27,3
Contexto político, social e intelectual	27,3
Apertura de mercado y barreras	25,0
Programas gubernamentales	22,73
Educación y formación	18,2
Acceso a infraestructura física	18,2
Apoyo financiero	11,4
Clima económico	9,1
Infraestructura comercial y profesional	9,1
Composición de la población	9,1
Normas sociales y culturales	6,8
Estado del mercado laboral	6,8
Costes, acceso y regulación laboral	4,6
Internacionalización	2,3



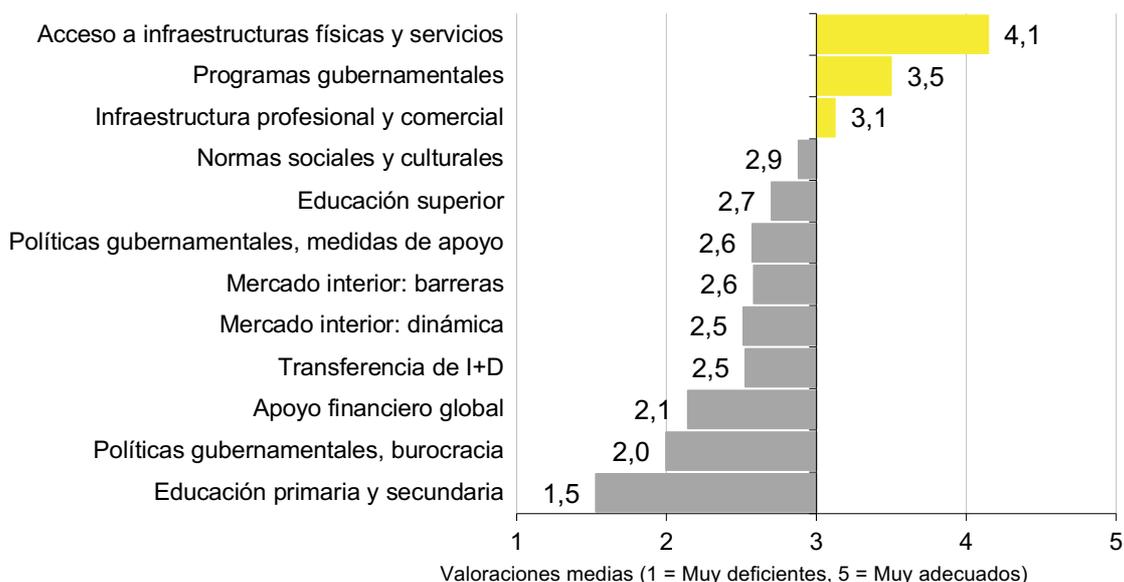
La Tabla 10 recoge las recomendaciones para mejorar la actividad emprendedora en Málaga ordenadas según el porcentaje de expertos que las han considerado.

Tabla 10. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Málaga

Áreas en las que se realizan recomendaciones de mejora (ordenadas por importancia)	% de expertos
Apoyo financiero	53,5
Educación y formación	48,8
Políticas gubernamentales	46,5
Contexto político, social e intelectual	25,6
Transferencia de I+D	20,9
Capacidad emprendedora	14
Apertura de mercado y barreras	11,6
Programas gubernamentales	9,3
Acceso a infraestructura física	7,0
Infraestructura comercial y profesional	7,0
Costes de acceso y regulación laboral	7,0
Internacionalización	7,0
Normas sociales y culturales	4,7
Clima económico	4,7
Disponibilidad de información crítica	4,7

Una forma adicional de comparar la influencia de cada uno de los componentes del entorno sobre la creación de empresas es consultar a los expertos sobre su valoración utilizando una escala de Likert, así se determina el nivel de deficiencia o adecuación de cada uno de los factores (Ilustración 26).

Ilustración 26. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Málaga



De acuerdo a la valoración de los expertos consultados, hay tres factores del entorno malagueño valorados de manera favorable: el acceso a infraestructuras físicas y servicios (4,1), los programas gubernamentales (3,5) y la infraestructura profesional y comercial de la región (3,1).

Por tanto, en Málaga se destaca la existencia de buenas infraestructuras (carreteras, telecomunicaciones, etc.) y un tejido suficiente de empresas de servicios eficientes y no demasiado caras, que cubren las necesidades de suministros de las empresas de nueva creación. Igualmente, los expertos valoran de manera positiva los programas gubernamentales. Este aspecto recoge cuestiones como la coordinación entre organismos públicos en el asesoramiento al emprendedor, el respaldo de los parques científicos, incubadoras y agencias gubernamentales en el proceso de creación empresarial y el número y la efectividad de los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento. El tercer componente destacado, la infraestructura profesional y comercial recoge cuestiones acerca del número y la calidad de proveedores, consultores y subcontratistas que dan soporte a las empresas en sus primeras fases. También atiende a la facilidad de acceso a servicios bancarios de calidad y a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.

Las normas sociales y culturales (2,9), la educación superior (2,7), las políticas gubernamentales (2,6) y las barreras del mercado interior (2,6) son aspectos del entorno con valoraciones medias y por encima de los 2,5 puntos.

Las normas sociales y culturales están relacionadas con la valoración de la iniciativa personal y el esfuerzo individual en la sociedad, así como con la creatividad, la



innovación y la asunción del riesgo. La educación superior hace alusión al tratamiento que recibe el emprendimiento en este nivel educativo y la inclusión de la formación emprendedora en el currículo académico. Las políticas gubernamentales se refieren al carácter prioritario o no del apoyo a las empresas de nueva creación por parte de las políticas definidas por el gobierno. Las barreras de mercado interior están referidas al grado de apertura y estabilidad de los mercados de la región, así como a la facilidad de su acceso, al bloqueo y la asunción de los costes de entrada.

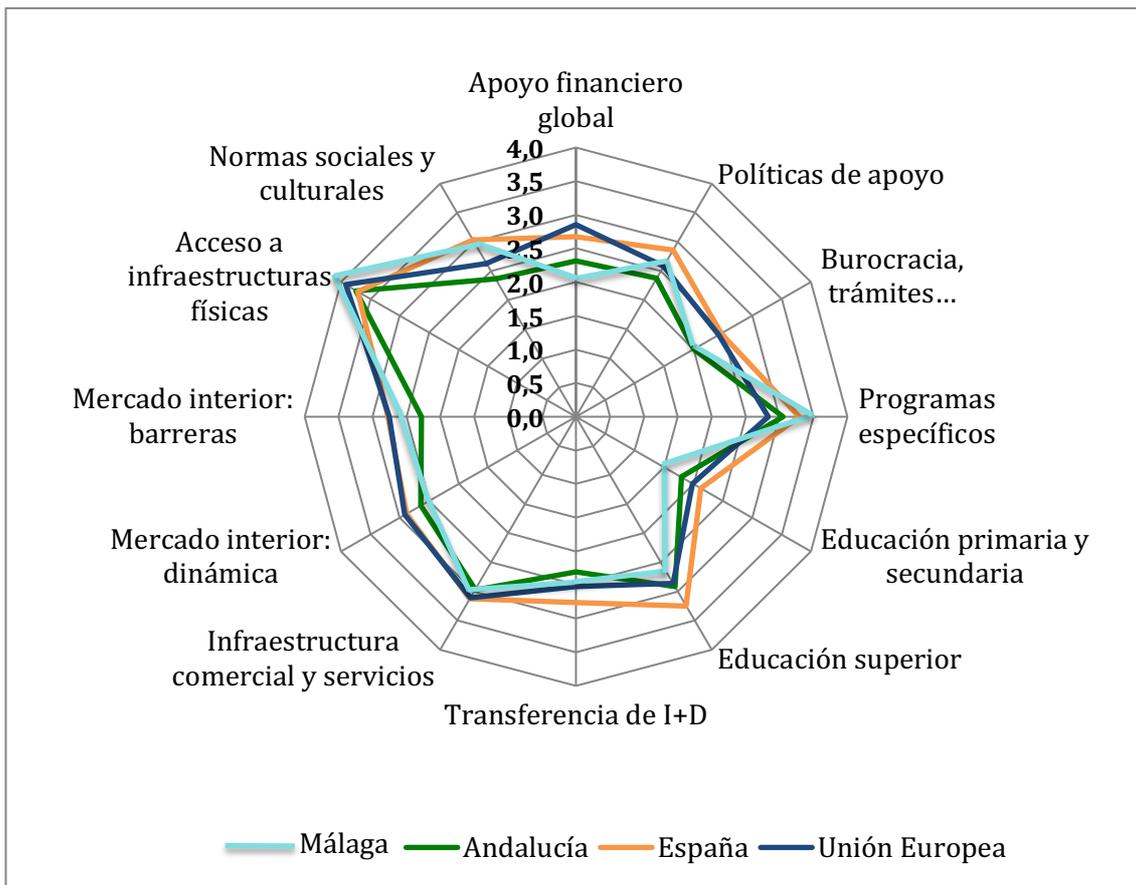
Los aspectos que peor valoración han merecido son: La dinámica del mercado interior (2,5), la transferencia de I+D (2,5), el apoyo financiero global (2,1), las políticas gubernamentales y la burocracia (2) y la educación primaria y secundaria (1,5).

La dinámica del mercado interior hace alusión a los mismos elementos recogidos por las barreras del mercado. La transferencia I+D engloba la transmisión de tecnología, ciencia y conocimiento desde las universidades y los centros de investigación a las nuevas empresas, así como el acceso que estas tienen a la innovación y el apoyo que reciben para la consolidación de proyectos de base tecnológica. El apoyo financiero global atiende a la suficiencia de fuentes de financiación tanto públicas como privadas en el entorno de las empresas de nueva creación. Las políticas gubernamentales están referidas a la facilidad procedimental para la creación de una nueva empresa, costes asociados y presión fiscal. Por último, la educación primaria y secundaria recoge el grado de inclusión del emprendimiento como asignatura obligatoria en los primeros niveles educativos.

3.2.2 Comparación del entorno del emprendedor de Málaga, Andalucía, España y la Unión Europea

Una comparación de la valoración de los principales elementos contextuales de Málaga con Andalucía, España y países GEM de la Unión Europea ofrece una información que permite comprender aspectos diferenciales de la provincia de Málaga.

Ilustración 27. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Málaga, Andalucía, España y Unión Europea



En base a la información recogida en la Ilustración 27, Málaga destaca por encima del resto de zonas geográficas consideradas en relación a los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento y sobre todo en el acceso a infraestructuras físicas. En este elemento alcanza además el nivel máximo en términos relativos, con respecto al resto de zonas geográficas. En cuanto a la infraestructura comercial y profesional, Málaga presenta valoraciones coincidentes con las españolas y las europeas, sobrepasando a la comunidad autónoma andaluza en su valoración. La influencia de la transferencia de I+D en el emprendimiento es similar en el entorno malagueño y en el europeo, siendo algo más desfavorable en el andaluz y más positivo en el ámbito nacional.



En cuanto a las normas sociales y culturales, la provincia presenta datos algo más favorables que la Unión Europea y Andalucía, aunque se encuentra ligeramente por detrás de la puntuación española. Los datos extraídos de las respuestas de los expertos de la provincia, muestran que el resto de elementos contextuales son más desfavorables para el emprendimiento en el entorno malagueño que en el ámbito nacional y el europeo. En este sentido, tanto España como la Unión Europea presentan mejores valoraciones en cuanto a educación, burocracia y trámites, apoyo financiero global y mercado interior.





Capítulo 4. Conclusiones

El modelo GEM presenta el proceso de creación empresarial distinguiendo tres etapas. La primera, la de *concepción*, mide la intención de creación empresarial definiendo lo que se conoce como el emprendedor potencial. La segunda, la de *nacimiento* de la empresa y su posterior materialización como *empresa nueva*, que refleja el emprendimiento propiamente dicho, es el núcleo central del proyecto GEM y se mide a través de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA). La tercera, la de *consolidación* de la empresa, que se establece a los 3,5 años de existencia. El resultado de la dinámica emprendedora tiene en cuenta igualmente el abandono o cierre de empresas. Por último, el fenómeno emprendedor se mide considerando también el intraemprendimiento o nivel de involucración de los empleados de organizaciones y empresas en proyectos de nueva creación.

En el caso de Málaga, el 6,4% de los malagueños encuestados tienen intenciones de emprender en los próximos tres años. Esta tasa es superior a la andaluza (5,1%) pero ligeramente inferior a la media nacional.

En cuanto a la *segunda etapa*, la TEA malagueña alcanza el 7,2% y significa una de las tasas más altas de España en términos comparativos teniendo en cuenta las cifras que arrojan las diferentes comunidades y ciudades autónomas.

La *tercera etapa* del proceso, arroja resultados más desfavorables a nivel provincial. En este sentido, sólo el 5,2% de la población adulta encuestada ha desarrollado un proyecto empresarial que ha alcanzado los 3,5 años de antigüedad. Esta tasa es inferior a la registrada en Andalucía (5,7%) y España (6,1%).

Los datos comentados muestran una realidad que se observa a nivel autonómico. Existe una población involucrada en el proceso de emprender superior en términos comparativos a la observada a nivel nacional. Sin embargo, la población que ha participado en la creación de una empresa que ha superado los 42 meses de antigüedad es inferior. Esta circunstancia puede deberse a un éxito bajo en la consolidación de las iniciativas emprendedoras. También pudiera deberse a que el porcentaje de población con una actividad empresarial históricamente haya sido inferior. Por tanto, a pesar de tener una población en fase de emprender proporcionalmente mayor aún no ha sido suficiente para corregir la diferencia con otras regiones. En este sentido, hemos de tener en cuenta que la tasa de abandonos en Málaga es reducida (1%), algo inferior a la observada en Andalucía y España.



Así, una evolución constante de estos valores indicaría una reducción en la diferencia que actualmente existe en cuanto a la población con actividades ya consolidadas.

Es especialmente elevada la proporción de personas que participan activamente en la actualidad en nuevos proyectos en organizaciones ya existentes (13,2%). Además, el 6,2% de las personas encuestadas lideran estas iniciativas. Así, la tasa de liderazgo en intraemprendimiento se encuentra únicamente un punto porcentual por debajo de la TEA en Málaga, lo que denota la gran importancia de los proyectos intraemprendedores en la provincia.

La dinámica emprendedora está condicionada por las percepciones sobre las oportunidades del contexto, la motivación para emprender de la población y sus capacidades para desarrollar una iniciativa empresarial. Las oportunidades dependen de las condiciones del entorno. No obstante, es necesario que los individuos las perciban y entiendan como viables. En este proceso influyen enormemente tanto la motivación individual hacia el emprendimiento como las apreciaciones sobre las capacidades personales para desarrollar un proyecto.

En Málaga, la opinión de los encuestados refleja una mayor valoración de nuestra provincia como espacio de oportunidades. El 32,2% de los adultos de la provincia de Málaga consideran que las condiciones del entorno son favorables y este dato refleja una valoración alta en términos comparativos con otras regiones. Un 48,8% de la población encuestada considera que tiene los conocimientos requeridos para crear una empresa, siendo muy similar este datos al registrado a nivel nacional. En cuanto a la percepción del riesgo como posible inhibidor de la acción emprendedora, los datos referidos a la población malagueña son muy similares a los referidos a la comunidad autónoma andaluza y España.

Sin embargo, la población (50,8%) que considera que poner en marcha un negocio es una buena opción profesional es inferior a la que así lo hace en Andalucía (52,4%) y España (53,1%). Además, solo el 46,8% de la población malagueña, frente al 52,1% que se registra a nivel nacional, entiende que poner en marcha un negocio conlleva un buen status económico y social. Igualmente, el porcentaje de la población encuestada que cree que los medios de comunicación llevan a cabo una correcta cobertura de los casos de éxito empresariales es inferior al recogido a nivel autonómico y nacional.

En definitiva, las características diferenciales de la población malagueña que pueden perjudicar la dinámica emprendedora están relacionadas con aspectos sociales y culturales más que con las posibilidades del entorno y la autoevaluación de las capacidades de la población.



El contexto en el que se produce el fenómeno de la creación de empresas queda definido por nueve dimensiones cuya influencia en la dinámica emprendedora malagueña es analizada en base a la consulta a expertos.

Las dimensiones del entorno que influyen más favorablemente en el emprendimiento de Málaga son: los programas gubernamentales, la infraestructura comercial y profesional y la infraestructura física. La provincia de Málaga se caracteriza por tener un número adecuado de programas de fomento del emprendimiento, además de espacios como parques científicos e incubadoras que apoyan la creación empresarial de forma efectiva. La valoración del apoyo a los emprendedores por parte de los profesionales que conforman las agencias gubernamentales es positiva. Las infraestructuras existentes en Málaga también facilitan la creación y el crecimiento empresarial. El acceso a los servicios básicos y a las telecomunicaciones es rápido y efectivo, mientras que la red de infraestructuras físicas es amplia. Málaga también cuenta con una gran oferta de profesionales que de manera externa apoyan el proceso emprendedor, siendo fácil la subcontratación de servicios y el contacto con proveedores. El acceso a asesoramiento específico en diversos ámbitos relacionados con la gestión empresarial también se considera favorable en la provincia. Así, existe una amplia red de empresas consultoras en materia legal, laboral, contable y fiscal que ofrecen sus servicios al emprendedor a precios considerados asequibles.

Los expertos señalan como aspectos contextuales más desfavorables: las políticas gubernamentales, la apertura del mercado, la educación y el apoyo financiero global. En cuanto a las políticas públicas, los trámites administrativos y legales, impuestos y tasas asociadas a las primeras fases de la creación empresarial, son aspectos que dificultan el emprendimiento. Además, debe favorecerse el dinamismo de los mercados para facilitar el acceso de empresas innovadoras.

La educación actual también requiere de avances para el fomento de las iniciativas emprendedoras en Málaga. En este sentido, debe introducirse formación en competencias para la creatividad y la innovación en todos los niveles con el objetivo de alcanzar el desarrollo de competencias emprendedoras y la valorización del emprendimiento como opción profesional deseable entre los alumnos.

Por último, los datos muestran que el apoyo financiero en la provincia de Málaga es mejorable. La financiación de las empresas de nueva creación se basa sobre todo en fuentes de financiación tradicionales, siendo prácticamente nulo el acceso a fuentes financieras innovadoras y alternativas, como los *business angels* o los fondos de capital riesgo, que permiten un mayor crecimiento y expansión empresarial en el



mercado nacional e internacional. Esta falta de recursos financieros en el entorno malagueño también se ve reflejada en ámbitos como el acceso al mercado, la transferencia de I+D o las relaciones con las infraestructuras comerciales y profesionales. En este sentido, los expertos indican que es común que las nuevas empresas no puedan asumir los costes de entrada al mercado, la adquisición de nuevas tecnologías que potencien la competitividad empresarial o las cuantías derivadas de la contratación de proveedores o consultores.



Capítulo 5. Metodología

El Informe GEM Málaga utiliza la metodología diseñada para su empleo en todos los Informes realizados en las distintas regiones y países participantes, y que permite la realización de comparaciones entre zonas geográficas. 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.

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 el GEM. De este modo, es posible realizar estudios comparativos y analizar de una manera relativa el fenómeno emprendedor en cualquier territorio. Además, la continuidad de la metodología a lo largo del tiempo permite realizar un análisis temporal de la evolución de las principales variables. España se incorporó al proyecto GEM en el año 2000. En el caso de Andalucía, el informe anual se comenzó a realizar en 2003. El Informe GEM se realiza por primera vez referido a la provincia de Málaga en el año 2018, siendo éste el primer informe que proporciona datos provinciales que reflejan la dinámica emprendedora malagueña. Esta circunstancia impide la inclusión del análisis temporal, siendo esta opción posible en futuros informes.

El contenido del Informe GEM Málaga se basa en datos procedentes de las siguientes fuentes de información:

- Una encuesta a la población adulta malagueña de edades comprendidas entre 18 y 64 años. El diseño y contenido de la encuesta facilita la información analizada en los dos primeros capítulos de este Informe. Así, permite medir la actividad emprendedora del territorio y la percepción de la población sobre las oportunidades para emprender y su grado de disposición y nivel de capacidad.
- Una encuesta a expertos que desarrollan su actividad en la provincia de Málaga y con experiencia en alguno de los siguientes ámbitos: Financiación, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno. Esta encuesta permite el diagnóstico de las condiciones del entorno para emprender que da contenido al tercer capítulo de este Informe.

5.1 Encuesta a la población adulta

La encuesta es realizada en cada zona geográfica por la empresa Instituto Opinometre S.L., adjudicataria de este trabajo de campo. Las entrevistas personales se realizan en la franja horaria de 18 a 22h, y establece cuotas de sexo, edad, zona rural y urbana y otras, para garantizar que no hay sesgos de ningún colectivo poblacional. En definitiva, realiza un trabajo muy riguroso y un control permanente de la calidad de las encuestas que garantiza la fiabilidad de la información que obtiene.

Para el Informe GEM Málaga se ha entrevistado una población muestral compuesta por 500 personas (Tabla 11). 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.

Tabla 11. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Málaga

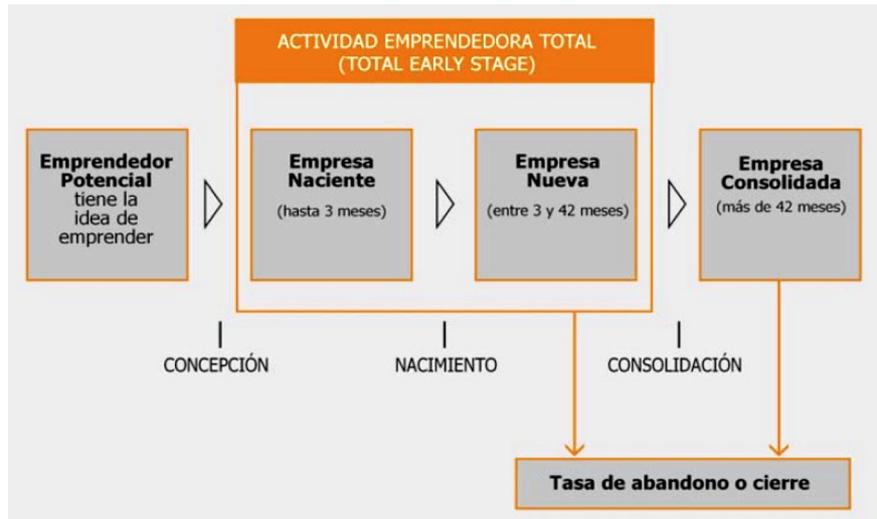
Universo	Población residente en la comunidad autónoma de 18 a 64 años.
Población objetivo:	1.045.175 individuos
Muestra	500 individuos
Margen de confianza	95,0%
Error muestral	+4,38 para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación ($p=q=50\%$)
Período realización de encuestas	Junio-Julio de 2018
Trabajo de campo	Instituto Opinometre

Fuente: Opinometre.

La encuesta a la población adulta permite conocer la tasa de actividad emprendedora total (TEA). 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 28 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 de la creación empresarial mencionadas se añade otro dato importante que también se recoge en la encuesta a la población adulta, el abandono o cierre 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 28. El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



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

La encuesta a la población adulta 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, entre otros datos.

Existen algunas diferencias entre los datos obtenidos 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.

⁷ 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.



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 de la población y de los emprendedores. 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 que está ofreciendo una fotografía actual de la tendencia a emprender 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 refleja la realidad de forma razonable y coherente. 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 lo que, en el ámbito internacional no es viable el estudio comparativo de la actividad empresarial mediante este tipo de fuente.

5.2 Encuesta a expertos

La encuesta a expertos tiene como objetivo evaluar el estado del entorno que afecta al emprendedor en su comunidad. Para ello, se consulta a un panel de expertos 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:** 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 tecnológica e 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. **Apertura del mercado interno:** dificultad de las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y para competir y relacionarse con los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.
8. **Acceso a la infraestructura física:** 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 culturales y sociales 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.

Además, se añaden cinco condiciones más que sirven para la codificación de las respuestas del panel de expertos en las entrevistas semiestructuradas:

1. **Capacidad para emprender de la población:** comprensión de los mercados (de oferta y de demanda); el conocimiento, posesión y adquisición de las habilidades necesarias para emprender; el reconocimiento de que emprender es un esfuerzo de equipo que requiere múltiples habilidades; el conocimiento del personal especializado que se ha de contratar; la capacidad para gestionar el riesgo empresarial; la experiencia empresarial; y la orientación empresarial dentro de negocios corporativos.
2. **Clima económico:** existencia de un clima económico general propicio para crear empresas e influencia de la tasa de desempleo sobre la actividad emprendedora.
3. **Características de la plantilla:** disponibilidad y accesibilidad de individuos en general y más concretamente de personas con ciertas habilidades, dentro de



la plantilla. Se recoge también en este apartado las referencias al coste de los trabajadores en general y al coste de los trabajadores con habilidades en particular.

4. **Composición de la población:** factores demográficos de la región tales como el tamaño y la diversidad de la población. En este último caso, se hace referencia a la existencia de una integración multicultural o bien una fragmentación étnica o religiosa.

5. **Contexto político, institucional y social:** existencia de un clima político general que propicia la creación de empresas. Se tiene en cuenta la eficiencia o ineficiencia de la administración política; el sistema judicial; la tasa de criminalidad; y la corrupción (en la administración, en la sociedad o en las prácticas empresariales).

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 empresarios y los otros 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, seleccionando las personas a entrevistar en los ámbitos adecuados.

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, empleando escalas de Likert de 7 puntos, convertidas a 5 puntos en este informe (1=totalmente falso, y 5=totalmente cierto). En segundo lugar, los expertos dan respuesta a cuestiones abiertas, en la que 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 completar la parte de recomendaciones, así como para identificar los principales obstáculos y apoyos que tienen los emprendedores en su zona.



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 empezado a pagar salarios durante más de tres meses.

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

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

Anexo 2. Balanced Scorecard

El *Balanced Scorecard* (BSC) sintetiza la información y facilita las acciones estratégicas de gobernanza. Jerarquiza e interrelaciona los objetivos bajo diferentes perspectivas (de resultados, de stakeholders, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento).

De esta forma recoge los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Málaga, y se organizan en las diferentes perspectivas que forman parte del cuadro de mando integral o BSC⁸. La estructura jerárquica del BSC permite mostrar los principales indicadores de manera integrada, para tener una visión de conjunto del estado de la cuestión de la creación de empresas en Málaga durante el año al que se refiere este informe.

BSC: perspectiva de resultados

Los indicadores que caracterizan el fenómeno emprendedor desde la **perspectiva de sus resultados** se muestran en la Tabla 122.

Tabla 12. Regional *Entrepreneurial Scorecard* en el caso de Málaga: perspectiva de resultados

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
Mayor número de emprendedores	TEA	% 18-64 población, creando una empresa naciente o nueva	7,2
Mayor número de mujeres emprendedoras	TEA femenina	% 18-64 población femenina, creando una empresa naciente o nueva	6,3
Mayor número de empresas consolidadas	Empresas consolidadas	% 18-64 población, Sí: Actualmente posee y dirige una empresa de 42 meses de funcionamiento	5,2
Menor número de cierres	Empresas que han cerrado	% 18-64 población, Sí: Ha cerrado un negocio o actividad en los últimos 12 meses	1

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



BSC: perspectiva de stakeholders

La Tabla 13 muestra el fenómeno emprendedor desde una **perspectiva de stakeholders**.

Tabla 13. Regional *Entrepreneurial Scorecard* en el caso de Málaga: perspectiva de stakeholders

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
Apoyo financiero	Valoración del panel de expertos sobre las condiciones de acceso a la financiación por los emprendedores (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de acceso a la financiación por parte de los emprendedores	2,1
Apoyo financiero	Porcentaje de inversores informales en la sociedad	% 18-64 población, Sí: he prestado dinero para poner en marcha un negocio	2,4
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	52,4
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	50,6
Mejora de programas gubernamentales	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de programas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de percepción de la situación de los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas	3,5
Apoyo al emprendedor en todas las fases	Valoración del panel de expertos sobre la evaluación de políticas gubernamentales (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de políticas, medidas y apoyo para creación de empresa propia	2,6



BSC: perspectiva de procesos internos

La **perspectiva de procesos internos**, que se muestra en la Tabla 14, recoge información sobre la percepción de oportunidades de negocio, la identificación de emprendedores potenciales, la imagen del emprendedor y los trámites para poner en marcha una actividad empresarial.

Tabla 14. Regional *Entrepreneurial Scorecard* en el caso de Málaga: perspectiva de procesos internos

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
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	32,2
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)	6,4
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	46,8
Reducción de trámites y plazos de tramitación	Valoración del panel de expertos sobre los impuestos, trámites y tiempo necesarios para la puesta en marcha de una empresa (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de Política gubernamentales, titulado trámites y burocracia en la creación de una empresa propia.	2,0



BSC: perspectiva de aprendizaje y crecimiento

La **perspectiva de aprendizaje y crecimiento** se muestra en la Tabla 15.

Tabla 15. Regional *Entrepreneurial Scorecard* en el caso de Málaga: perspectiva de aprendizaje y crecimiento

Objetivos	Indicadores	Descripción	2018
Transferencia I+D	Evaluación del nivel de transferencia de I+D (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque Transferencia Tecnológica e I+D	2,5
Coordinación entre instituciones	Evaluación del nivel de asistencia integral de las instituciones de promoción (valorado de 1 a 5)	Valoración de los expertos sobre si se puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactando con un solo organismo público.	2,9
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en primaria y secundaria (valorado de 1 a 5)	Componente principal resumen del bloque de educación y formación, con estudios de primaria y secundaria, y en creación de empresas	1,5
Mejoras en formación	Evaluación de educación y formación en creación de empresas en formación profesional y universidad	Componente principal resumen del bloque de educación y formación en formación profesional y Universidad en Creación de Empresas	2,7
Mejoras en formación	Valoración de la población sobre su capacidad para dirigir empresas	% Tiene habilidades, conocimientos para crear una nueva empresa	48,8



Anexo 3. Índice de tablas

Tabla 1. La dinámica emprendedora en Málaga, Andalucía y España – 2018	23
Tabla 2. El potencial emprendedor en Málaga, Andalucía y España - 2018.....	24
Tabla 3. La tasa de actividad emprendedora en Málaga, Andalucía y España – 2018	25
Tabla 4. El intraemprendimiento en Málaga – 2018	28
Tabla 5. La tasa de consolidación empresarial en Málaga, Andalucía y España – 2018.....	29
Tabla 6. La tasa de abandono empresarial en Málaga, Andalucía y España – 2018.....	30
Tabla 7. Elementos influyentes en las motivaciones personales de la población adulta para emprender en Málaga – 2018	32
Tabla 8. Factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en Málaga	49
Tabla 9. Factores citados por los expertos que facilitan la creación de empresas en Málaga	50
Tabla 10. Recomendaciones de los expertos para mejorar la creación de empresas en Málaga	51
Tabla 11. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta en Málaga.....	62
Tabla 12. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Málaga: perspectiva de resultados.....	68
Tabla 13. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Málaga: perspectiva de <i>stakeholders</i>	69
Tabla 14. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Málaga: perspectiva de procesos internos.....	70
Tabla 15. Regional <i>Entrepreneurial Scorecard</i> en el caso de Málaga: perspectiva de aprendizaje y crecimiento	71



Anexo 4. Índice de ilustraciones

Ilustración 1. El proceso emprendedor en Málaga (% población 18-64 años) – 2018.....	22
Ilustración 2. El proceso emprendedor en Andalucía (% población 18-64 años) – 2018	22
Ilustración 3. El proceso emprendedor en España (% población 18-64 años) – 2018.....	23
Ilustración 4. La dinámica emprendedora en Málaga, Andalucía y España – 2018	24
Ilustración 5. Emprendedores potenciales en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018	25
Ilustración 6. Tasa de actividad emprendedora en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018	26
Ilustración 7. Estimación del número de emprendedores en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018	27
Ilustración 8. Tasa de consolidación empresarial en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018.....	29
Ilustración 9. Tasa de abandono o cierre de negocios en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018	30
Ilustración 10. Percepción de oportunidades emprendedoras en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018	31
Ilustración 11. El miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018	35
Ilustración 12. Percepciones sobre la similitud en los niveles de vida. Comparativa autonómica y nacional – 2018	35
Ilustración 13. Percepción del emprendimiento como buena elección profesional. Comparativa autonómica y nacional – 2018	36
Ilustración 14. Estatus social asociado al emprendimiento. Comparativa autonómica y nacional – 2018.....	36
Ilustración 15. Cobertura del emprendimiento en medios de comunicación. Comparativa autonómica y nacional – 2018	37
Ilustración 16. La capacidad emprendedora en Málaga. Comparativa autonómica y nacional – 2018	38
Ilustración 17. Financiación	40
Ilustración 18. Políticas gubernamentales.....	41
Ilustración 19. Programas gubernamentales.....	42
Ilustración 20. Educación y formación en creación de empresas	44
Ilustración 21. Transferencia de I+D	45
Ilustración 22. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales.....	46
Ilustración 23. Apertura del mercado.....	46
Ilustración 24. Acceso a infraestructuras físicas	47
Ilustración 25. Normas culturales y sociales.....	48
Ilustración 26. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Málaga	52
Ilustración 27. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Comparativa de Málaga, Andalucía, España y Unión Europea	54
Ilustración 28. El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM.....	63

Anexo 5. Equipos y patrocinadores de la RED GEM España 2018

EQUIPO GEM ESPAÑA 2018

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Com. de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



Anexo 6. Equipos y patrocinadores provinciales de la RED GEM Andalucía 2018

Almería



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Cádiz



UCA

Universidad de Cádiz

Cátedra Andalucía Emprende

Granada



UNIVERSIDAD DE GRANADA

CÁTEDRA
Andalucía Emprende



Jaén



UNIVERSIDAD DE JAÉN

Málaga



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CÁTEDRA
Andalucía Emprende



Sevilla



UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE SEVILLA

INNLAB
Innovación, emprendimiento y empresa familiar



CÁTEDRA
Andalucía Emprende



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE EMPLEO, FORMACIÓN Y TRABAJO AUTÓNOMO



PRODETUR

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