

Termómetro del Emprendimiento *Ciudad de Málaga*



Nueva edición del estudio del perfil de la
persona emprendedora malagueña realizado
mediante una muestra de los emprendedores
asesorados por diversas instituciones
asociadas al emprendimiento en la ciudad de
Málaga

2º semestre de 2022



Ayuntamiento
de Málaga

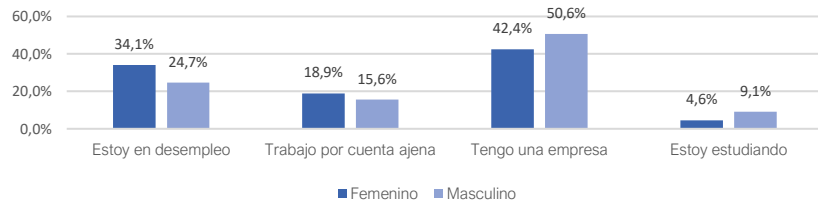
imfe 

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO REALIZADO

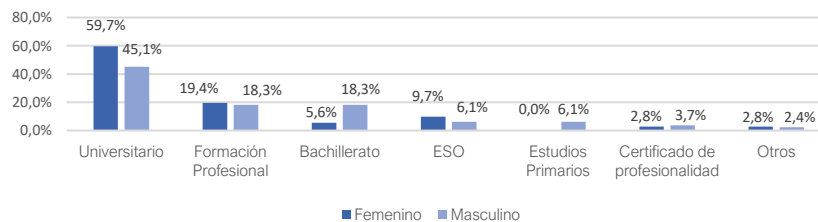
Los datos mostrados en este informe han sido recogidos durante el 2º semestre de 2022. Se extraen de una muestra de 182 encuestas realizadas con la cooperación de las entidades colaboradoras del ecosistema emprendedor de la ciudad de Málaga.

Las consultas de este segundo trimestre de 2022, según la muestra recogida, representan en un 61,2% a personas de género femenino, alcanzando un 53,6% el tramo de edad entre los 30 y los 45 años; frente al 38,8% de género masculino, siendo también el mayor tramo de edad entre los 30 y 45 años, pero con menor peso (44,9%).

La situación laboral en la que se encuentran las personas encuestadas se caracteriza por un alto porcentaje de emprendedores que ya cuentan con una empresa. Esta característica es más relevante entre el género masculino.

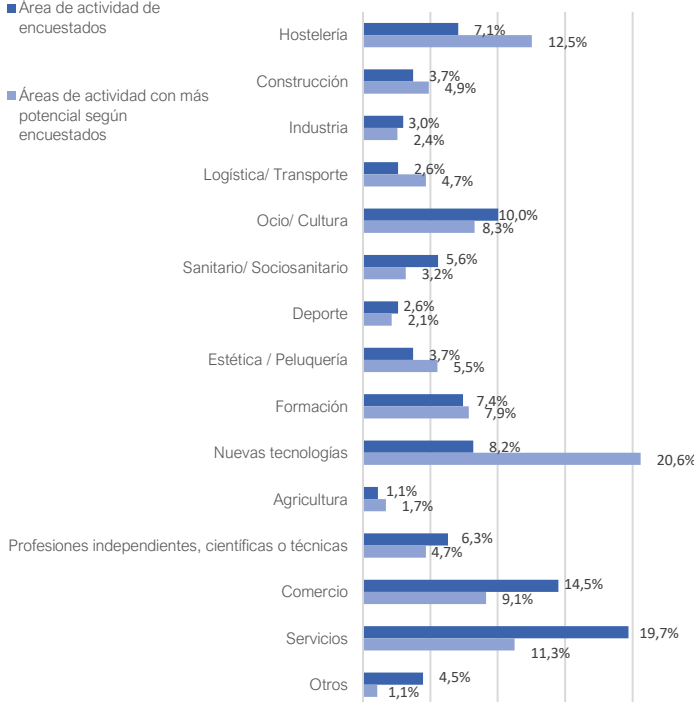


Respecto al nivel de estudios, destaca la alta presencia de personas emprendedoras con estudios universitarios, especialmente entre el género femenino.



SECTORES DE ACTIVIDAD

- Área de actividad de encuestados
- Áreas de actividad con más potencial según encuestados

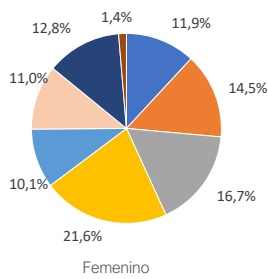


Del total de los encuestados, las áreas de actividad con proyectos más representados son los "Servicios" (19,7%) y el "Comercio" (14,5%), seguidos de "Ocio/ Cultura" (10,0%) y "Nuevas tecnologías" (8,2%).

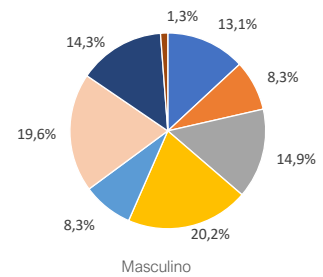
También, se les ha preguntado a los participantes por las áreas de actividad que creen que tienen más potencial para su desarrollo en la ciudad de Málaga. Paradójicamente se produce un desajuste, ya que indican que las "Nuevas tecnologías" (20,6%), la "Hostelería" (12,5%) y los "Servicios" (11,3%) son las más relevantes, no siendo estas tan representativas entre las áreas que actualmente desarrollan los participantes en la investigación.

La principal diferencia que atiende al género es que el área de mayor actividad entre el masculino es el "Servicios" (19,4%), y el del femenino es el "Comercio" (18,8%). Sin embargo, tanto el género masculino, como el femenino, coinciden en que las "Nuevas tecnologías" es el área con más proyección en la ciudad, un 20,2% y un 21,5% respectivamente.

MOTIVACIONES

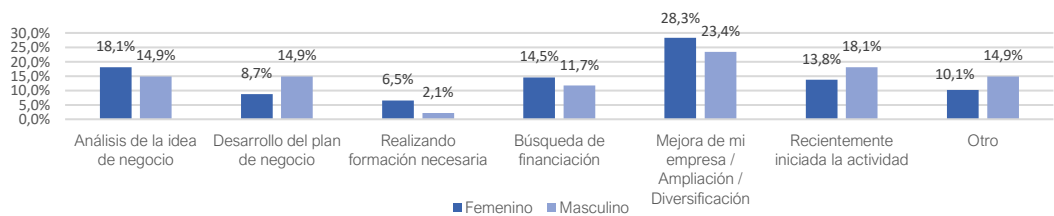


- Tengo una oportunidad para crear un negocio
- Para crear mi puesto de trabajo por la dificultad de encontrar empleo
- Para ser mi propio jefe
- Por satisfacción personal
- Porque tiene relación con mis estudios realizados
- Porque tiene relación con mi experiencia profesional
- Para obtener mejores ingresos
- Porque quiero continuar el negocio familiar



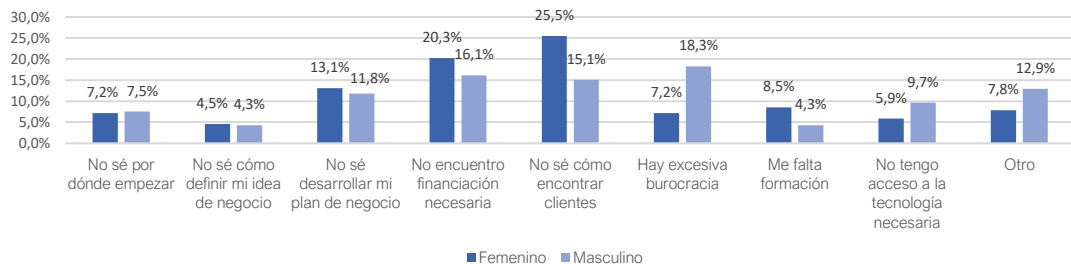
Ambos géneros coinciden en que su principal motivación para crear una empresa es "Por satisfacción personal", con un 20,2% para el masculino, y un (21,6%) para el femenino. No obstante, seguidamente, para el masculino la que adquiere mayor importancia es "Porque tiene relación con mi experiencia profesional" (19,6%), mientras que para el femenino es "Para ser mi propio jefe" (16,7%).

FASE DE EMPRENDIMIENTO



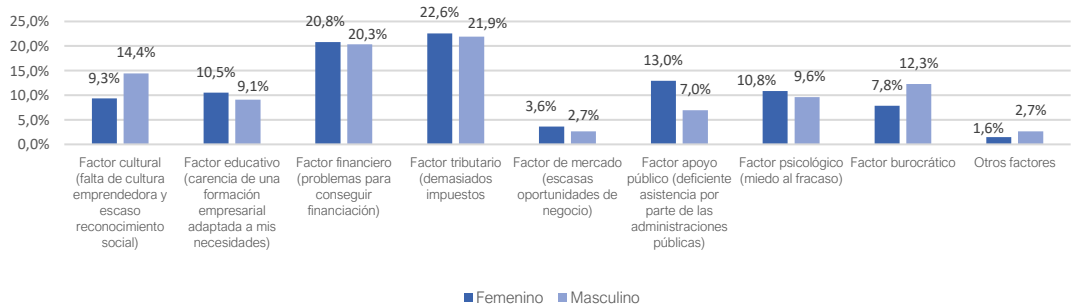
Por parte de los emprendedores, un 23,4% se encuentra en la fase de "Mejora de mi empresa/ Ampliación y Diversificación", o han "Iniciado recientemente la actividad de la empresa" un 18,1%. Respecto a las emprendedoras se encuentran la mayor parte en la "Mejora de mi empresa/ Ampliación y Diversificación" (28,3%), seguido del "Análisis de la idea de negocio" (18,1%) o en la "Búsqueda de financiación" (14,5%).

DIFICULTADES PARA EMPRENDER



Entre el género femenino se subrayan como las principales dificultades el encontrar clientes (25,5%) y financiación (20,3%). Por su parte, el masculino, además de la financiación (16,1%) también destaca el problema que acarrea la excesiva burocracia (18,3%).

BARRERAS PARA EL EMPRENDIMIENTO



Tanto el género femenino como el masculino concuerdan en que el factor tributario y el financiero son la mayor barrera para el desarrollo del emprendimiento. Seguidamente, el género masculino pone el acento en el factor cultural (14,4%), y el femenino en el deficiente apoyo público (13,0%).

ASPECTOS Y COMPETENCIAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

PREGUNTA: ¿Qué aspectos y competencias son las más necesarias para crear una empresa?

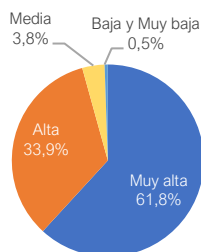


Los principales aspectos y competencias destacados como los más necesarios para el desarrollo del emprendimiento son el “Apoyo financiero” (16,1%) y la “Formación Adecuada” (15,7%). También, las “Habilidades comunicativas” (14,1%), las “Habilidades técnicas adaptadas a la idea de negocio” (13,3%) y las “Competencias digitales” (12,8%) adquieren una importancia muy elevada entre las personas emprendedoras.

Respecto a esta última más de un 95% afirman que las competencias digitales a la hora de crear una empresa tienen una importancia alta o muy alta.

COMPETENCIAS DIGITALES

PREGUNTA: ¿Qué nivel de importancia crees que tienen las competencias digitales a la hora de crear una empresa?



ASPECTOS DESTACADOS

El Termómetro del Emprendimiento analiza semestralmente una muestra de las personas emprendedoras malagueñas. El objetivo de este estudio es analizar la evolución de la actividad emprendedora en la ciudad de Málaga y el perfil de las personas emprendedoras.

Aspectos destacados en el 2º semestre de 2022:

- El emprendimiento en la ciudad de Málaga no sólo se asocia a quienes quieren emprender, más bien se ajusta a aquellas que cuentan con una empresa y quieren aplicar mejoras o diversificar su actividad. Una muestra de ello es que la mayoría de las personas emprendedoras participantes en la investigación tienen ya una empresa (42,4% femenino, 50,6% masculino).
- Las personas con estudios universitarios son las que más emprenden en la ciudad. Esta característica es más palpable entre el género femenino (59,7%) que el masculino (45,1%). Para ambos, no se alcanza el 20% respecto a la formación profesional.
- Las áreas más representadas entre las personas encuestadas son el comercio y los servicios. No obstante, estas mismas reconocen que las áreas con más potencial en la ciudad de Málaga son la hostelería (12,5%) y especialmente las nuevas tecnologías (20,6%). De este modo, se observa un desajuste entre las áreas en las que se quiere emprender y las que se cree que hay más oportunidades.
- Los principales motivos para emprender (para el conjunto de participantes en la encuesta) son por satisfacción personal (21,0%), para no tener jefes (15,8%), tener experiencia profesional en ese tipo de negocio (14,8%) y obtener mejores ingresos (13,6%).
- La principal dificultad para emprender aludida por las personas encuestadas es la problemática a la hora de encontrar clientes (21,7%). El género masculino destaca también el problema que acarrea la excesiva burocracia (18,3%), mientras que el femenino recalca la dificultad para encontrar la financiación necesaria (20,3%).
- Por su parte, si se analizan las barreras para el emprendimiento en la ciudad de Málaga, considerando tantos factores internos como externos, las personas encuestadas destacan como las principales los excesivos impuestos (22,5%) y las dificultades para conseguir financiación (20,6%). También, destaca la falta de cultura emprendedora y escaso reconocimiento social (11,3%).
- Entre los aspectos y competencias destacados por los participantes en el estudio como los más necesarios para el desarrollo del emprendimiento está el de tener apoyo financiero (16,1%). Igualmente, la formación (15,7%) es uno de los elementos más destacados. A estos se les añade otros con una importancia otorgada muy alta como las habilidades comunicativas (14,1%) y las habilidades técnicas adaptadas a la idea de negocio (13,9%).