GEM

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO GALICIA 2010

Equipo Investigador

CEG CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GALICIA

BIC GALICIA

USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Financia

FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"

XUNTA DE GALICIA

galicia

Global Entrepreneurship Monitor

INFORME EJECUTIVO GALICIA

2010

http://www.gemgalicia.org

Coordinación editorial: Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
Entidades responsables: Confederación de Empresarios de Galicia (CEG);
CEEI Galicia, SA (BIC Galicia);
Universidad de Santiago de Compostela
Entidades patrocinadoras
de la edición del informe: Consellería de Economía e Industria;
Consellería de Educación e Ordenación Universitaria
Versión electrónica: http://www.gemgalicia.org
Diseño e impresión: Tórculo Artes Gráficas, S.A.
ISSN: 1886-9319
ISBN: 978-84-694-7306-1
Depósito legal: C 2772-2011

Global Entrepreneurship Monitor

INFORME EJECUTIVO GALICIA

2010

Equipo investigador

Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)

Araceli de Lucas Sanz (directora GEM-Galicia)
Fausto Santamarina Fernández
Marta Amate López
María José Garrido Herrera
Alejandro Prada Baceiredo
Ana Belén Vázquez Eibes

CEEI Galicia, SA (BIC Galicia)

Maite Cancelo Márquez
Enrique Vila Sánchez
Enrique Gómez Fernández
Mariela Pérez-Rasilla Bayo

Universidad de Santiago de Compostela
Red de Investigación en Emprendimiento Regional (RIER)

Sara Fernández López (coordinadora equipo USC)
Isabel Neira Gómez (coordinadora equipo USC)
Loreto Fernández Fernández
Mª Milagros Vivel Búa
David Rodeiro Pazos
Mercedes Teijeiro Álvarez

Becarios de investigación:

Daniel Santana Nogueira
Rubén Lado Sestayo
Mª Cristina Vázquez Vázquez

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2010

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores	
Nacional	IE Business School	Juan José Güemes (Director GEM-España) Alicia Coduras Martínez (Directora técnica GEM-España) Rafael Pampillón, Cristina Cruz Serrano, Rachida Justo, April Win, Gema Molero (Administradora GEM-España)	Fundación Instituto de Empresa Dirección General de Política de la Pyme - Ministerio de Industria y Fomento	
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José Aurelio Medina, José Daniel Lorenzo, Antonio Rafael Ramos,	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa - Junta de Andalucía Centro de Estudios Andaluces	
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate, Elisabet Garrido, Jaime Gómez Villascuerna, Juan Pablo Maicas López, Raquel Ortega Lapiedra,Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón Instituto Aragonés de Fomento Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio Universidad de Zaragoza	
Asturias	Universidad de Oviedo	Enrique Loredo Fernández (Director GEM-Asturias) Manuel Porto García	Gobierno del Principado de Asturias	
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, Esther Hormiga Pérez, Pino Medina Brito, Agustín Sánchez Medina, Silvia Sosa Cabrera, Domingo Verano Tacoronte	La Caja de Canarias Caja Canarias Gobierno de Canarias - Servicio Canario de Empleo Fondo Social Europeo	
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM-Cantabria), Ana Fernández Laviada (Coordinadora) Francisco M. Somohano Rodríguez (Coordinador) José Manuel López Fernández, Gemma Hernando Moliner, María Concepción López Fernández, Ana María Serrano Bedia, José M. Fernández Polanco	Banco Santander Gobierno Regional de Cantabria - Consejería de Economía y Hacienda Grupo SODERCAN Fundación UCEIF	
Cataluña	Universidad Autónoma de Barcelona Institut D'Estudis Regionals i Metropolitans	Yanci Vaillant (Director GEM-Cataluña) Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Esteban Lafuente, Marc Figuls, Claudio Mancilla	Diputació de Barcelona - Àrea de Desenvolupament Econòmic Generalitat de Catalunya - Departament d'Empresa i Ocupació	
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Ceuta) Ana María Bojica, Virginia Fernández Pérez, Gabriel García-Parada Arias, Carlos A. Albacete Sáez, Sara Rodríguez Gómez, Manuel Hernández Peinado, Matilde Ruiz Arroyo, José Aguado Romero, Jenny María Ruiz Jiménez	PROCESA-Sociedad de Fomento Universidad de Granada	
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José María Gómez Gras (Director GEM-Comunidad Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director técnico) Noelia López del Castillo, Mª Cinta Gisbert López, Mª José Alarcón García, Javier Sancho Azuar, Mª Antonia Vaquero Sánchez, Domingo Galiana Lapera, Jesús Martínez Mateo, Antonio J. Verdú Jover	Air Nostrum Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA)	

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y coordinador regional España) J. Carlos Díaz Casero (Director técnico) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Mª Victoria Postigo Jiménez	Fundación Xavier de Salas Junta de Extremadura Universidad de Extremadura Ogesa, S.A. Philip Morris Spain, S.L. Gestyona, S.L. Hotel Huerta Honda Cajaduero CCNN Almaraz-Trillo Federación Empresarial Cacereña Sodiex Sofiex Arram Consultores Comisiones Obreras de Extremadura Urvicasa Caja Rural de Extremadura Palicrisa Fundación Academia Europea de Yuste Grupo Alfonso Gallardo Infostock Cámara de Comercio de Badajoz UGT Extremadura El Periódico Extremadura Hoy Diario de Extremadura García Plata y Asociados Fomento de Emprendedores Cámara de Comercio de Cáceres Infocenter
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Araceli de Lucas Sanz (directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López María José Garrido Herrera Alejandro Prada Baceiredo Ana Belén Vázquez Eibes	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia, SA (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela. (Red Investigación en Emprendimiento Regional, RIER) Consellería de Educación e Ordenación Universitaria (Secretaría Xeral de Universidades)
	CEEI Galicia, SA (BIC Galicia)	Maite Cancelo Márquez Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo	
	Universidad de Santiago de Compostela	Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Loreto Fernández Fernández David Rodeiro Pazos Mª Milagros Vivel Búa Mercedes Teijeiro Álvarez	
Madrid Metropolitano	Agencia de Desarrollo Económico «Madrid Emprende» Ayuntamiento de Madrid Institudo de Empresa	Miguel Ángel Villanueva, Iñaki Ortega Cachón, Francisco Sainz de Murieta, Esther Caurin Arribas, Iván Soto San Andrés, Juan Romero González, Juan José Güemes, Alicia Coduras Martínez	Agencia de Desarrollo Económico «Madrid Emprende» Ayuntamiento de Madrid Caja Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (Director GEM-Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret, José Andrés López Yepes, María Feliz Madrid Garre, Mercedes Palacios Manzano,Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Universidades, Empresa e Investigación Fundación Cajamurcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder) «Crecemos con Europa» Plan Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Servicio Navarro de Empleo Centro Europeo de Empresas e Innovacion de Navarra	Miren Sanz (Directora GEM-Navarra) María Sanz de Galdeano, Cristina Arcaya, Cristina García, María Ibarrola, Fermín Sáez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo
País Vasco	Orkestra, Instituto Vasco de Competitividad Universidad de Deusto Universidad del País Vasco Universidad de Mondragón	Iñaki Peña Legazkue (Director GEM-País Vasco) José Luis González Pernía, Aloña Martiarena, Juan José Gibaja Martíns, María Sáiz Santos, Jon Hoyos, Saioa Arando, Iosu Lizarralde	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla

El trabajo de campo para todos los equipos GEM España ha sido realizado por la empresa Instituto Opinòmetre S.L. (www.opinometre.com).

Presentación

La tendencia que marcan los principales indicadores del *Informe Ejecutivo GEM Galicia 2010* mantiene, en términos generales, idéntico rumbo al de la edición anterior, con el índice TEA (*Total Entrepreneurial Activity Index*) y el número de personas que emprenden por necesidad afectados por el deterioro de la economía.

Frente a esta tendencia, se constata la evolución positiva de otros índices como el porcentaje de iniciativas consolidadas, de emprendedores potenciales o de casos de abandono de negocio; áreas que dibujan un panorama más alentador en el ámbito de la creación de nuevas empresas. De todas formas, habrá que esperar a próximas ediciones para constatar si este comportamiento se trata de un hecho puntual o presenta un mayor recorrido.

La información que conforma el contenido de este estudio, recabada a través de una encuesta a población adulta y la opinión de expertos, contempla ciertas novedades con respecto a anteriores años.

El trabajo desarrollado por el equipo técnico ha permitido sintetizar con mayor precisión los datos, ofreciendo unos resultados más directos y comprensibles.

El análisis de tendencias, en la actividad y en el comportamiento emprendedor, también se refuerza. Las comparativas con otros territorios se centran, esta vez, en el entorno nacional; solo se presenta la relación del índice TEA en el contexto internacional, clasificando los países en función de su posicionamiento competitivo y del PIB.

Todos estos esfuerzos están dirigidos a reforzar el posicionamiento del Informe GEM Galicia como referente sustancial en el campo del estudio y análisis de la creación y fomento de las empresas en la región, un objetivo que, transcurridas seis ediciones, creemos ya consolidado.

Índice

Equipo Investigador 3

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2010 4

Presentación 7

Introducción 13

0.1. Modelo teórico 14

0.2. Ficha técnica 16

0.3. Países participantes en el Consorcio GEM 2010 17

0.4. *Balanced Scorecard* o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 18

Resumen ejecutivo / *Resumo executivo* / *Executive summary* 21

Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial

1.1. Introducción 31

1.2. Índice de actividad emprendedora 32

1.2.1. Contexto nacional y evolución temporal 33

1.2.2. Motivación para emprender 34

1.3. Dinámica empresarial 35

1.3.1. Consolidación de iniciativas, contexto nacional y evolución temporal. 35

1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras, contexto nacional y evolución temporal... 37

1.3.3. Motivación del abandono 38

1.4. Potencial emprendedor, contexto nacional y evolución temporal 39

1.5. Contexto internacional de los resultados 40

1.6. Desglose del índice de actividad emprendedora Galicia 2010 43

Capítulo 2: Perfil socioeconómico del emprendedor

2.1. Introducción 45
2.2. Sexo 45
2.3. Edad 46
2.4. Nivel de estudios 47
2.5. Posesión de formación específica para emprender 48
2.6. Nivel de renta anual 48
2.7. Implantación en entorno rural o urbano 49
2.8. Situación laboral y dedicación 50
2.9. Origen 51
2.10. Tamaño del hogar (hábitat) 51
2.11. Participación del inversor informal 51
2.12. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal 53

Capítulo 3: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

3.1. Introducción 55
3.2. Sector general de actividad 55
3.3. Dimensión en función del número de propietarios y de trabajadores 56
3.4. Grado de innovación y uso de nuevas tecnologías 59
3.5. Nivel de competencia en el mercado y previsión de expansión e internacionalización ... 61

Capítulo 4: El proceso emprendedor en función del sexo

4.1. Introducción 67
4.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial 67
4.3. Perfil socioeconómico de la población en función del sexo 69
4.4. Características de la actividad emprendedora en función del sexo 71
4.5. Factores psicológicos y sociales en función del sexo 73

Capítulo 5: La influencia del entorno para emprender

5.1. Introducción 75

5.2. Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender 75

5.2.1. Percepción de buenas oportunidades para emprender 75

5.2.2. Motivación y entorno social para emprender 78

5.2.3. Habilidades y conocimientos para emprender 81

5.3. Evaluación de los expertos respecto a las condiciones del entorno para emprender .. 83

5.3.1. Análisis general del entorno para emprender 84

5.3.2. Obstáculos 85

5.3.3. Factores determinantes de estímulo 86

5.3.4. Recomendaciones de los expertos 87

5.3.5. Posición de Galicia en el ámbito nacional GEM 2010 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos 88

Anexos 93

I. Principales indicadores del proceso emprendedor en función del sexo 93

II. Principales indicadores del proceso emprendedor en función de la edad 94

Índice de tablas y figuras 97

Bibliografía 103

El Consorcio GEM 105

Introducción

El presente informe es el sexto que se realiza anualmente de forma consecutiva sobre la actividad emprendedora de nuestra región en el marco del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)1[1].

El Observatorio GEM muestra una visión global de la actividad emprendedora, analizando las actitudes de la población hacia la puesta en marcha de empresas, así como las características de los emprendedores que participan en las distintas fases del proceso emprendedor y de las iniciativas que ponen en marcha. También estudia los principales factores que explican la naturaleza y el nivel de emprendimiento en un determinado territorio, tras la consulta a expertos en cada uno de esos factores.

Todo ello es posible gracias a la colaboración de equipos de investigación repartidos en todo el mundo. Puesto en marcha en 1997, por iniciativa de la London Business School y el Babson College (Massachussetts, Estados Unidos), GEM está constituido como un consorcio internacional sin fines de lucro para la investigación académica, que tiene como objetivo principal obtener estudios de calidad sobre la actividad emprendedora, para hacerlos accesibles al mayor público posible. A los diez países que participaron en la primera edición de 1999 se han ido sumando otros, hasta alcanzar los cincuenta y nueve que han colaborado en la edición 2010.

España participa en el Proyecto GEM desde el año 2000, por iniciativa del Instituto de Empresa, que ha publicado once informes consecutivos de carácter anual y ámbito nacional. En 2003, comenzó a desarrollarse un modelo propio en el que se ha logrado implementar la metodología internacional del proyecto en las comunidades y ciudades autónomas españolas por medio de una red de equipos regionales asociados. Esta red integró en 2010 equipos regionales independientes en Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra y País Vasco, así como en la Ciudad Autónoma de Ceuta.

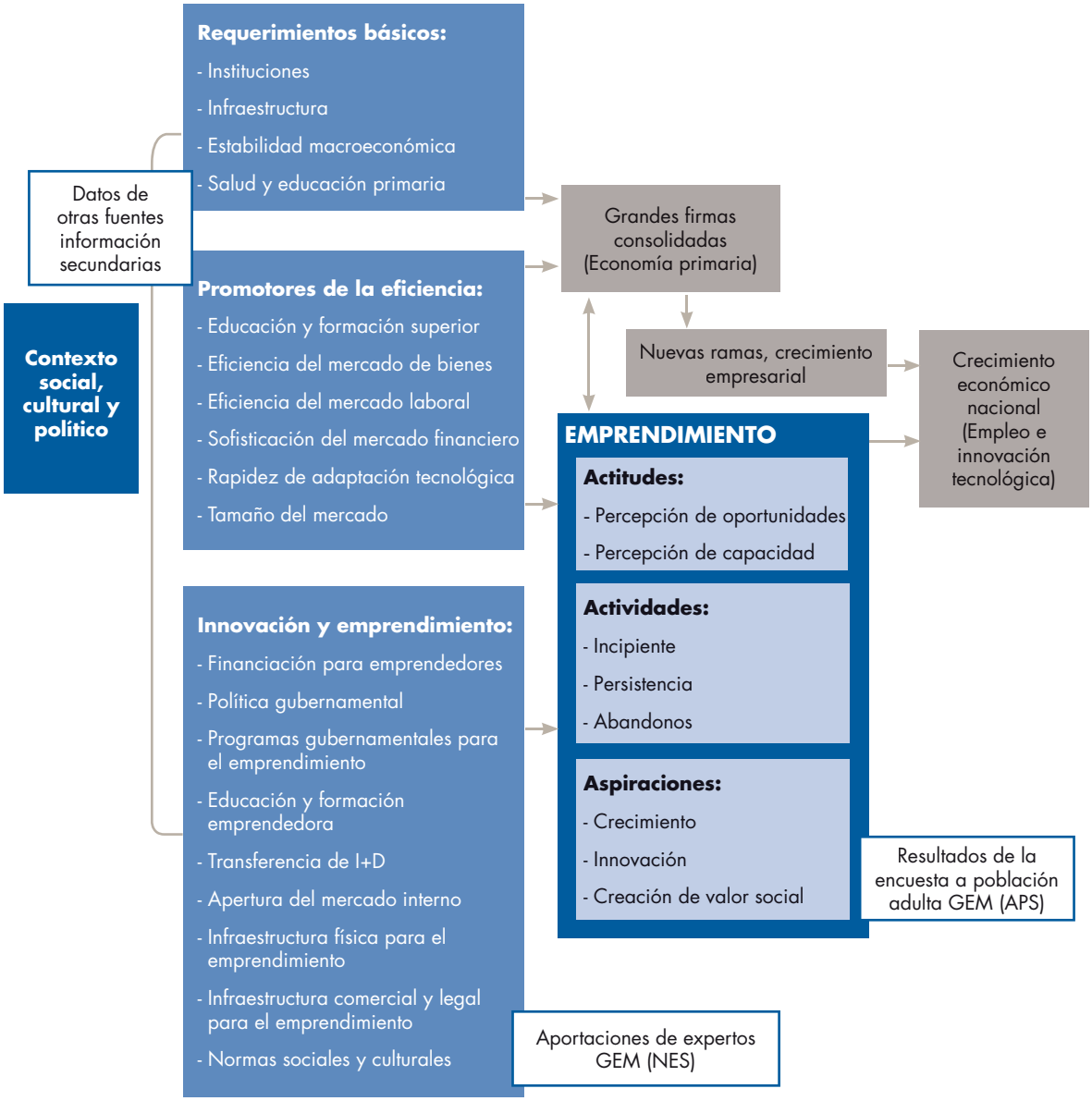
Galicia se incorporó al proyecto en 2004, por iniciativa de la Confederación de Empresarios de Galicia, BIC Galicia y el Grupo de Investigación Métodos y Gestión de Empresas de la Universidad de Santiago de Compostela, al que ha dado continuidad un nuevo equipo de investigadores en la presente edición.

[1] Ver http://www.gemgalicia.org.

0.1. Modelo teórico

La actividad emprendedora es un fenómeno complejo donde interviene una gran variedad de factores. En la figura 0.1 se presenta el modelo teórico actual en que se sustenta el Proyecto GEM y las fuentes de información que lo nutren. Este modelo se ha ido perfeccionando desde el año 1999, cuando fue establecido por los creadores del observatorio, Michael Hay (London Business School), William D. Bygrave (Babson College), Paul D. Reynolds[2] (Babson College) y Erkko Autio (Imperial College), a partir del avance en el conocimiento del fenómeno emprendedor.

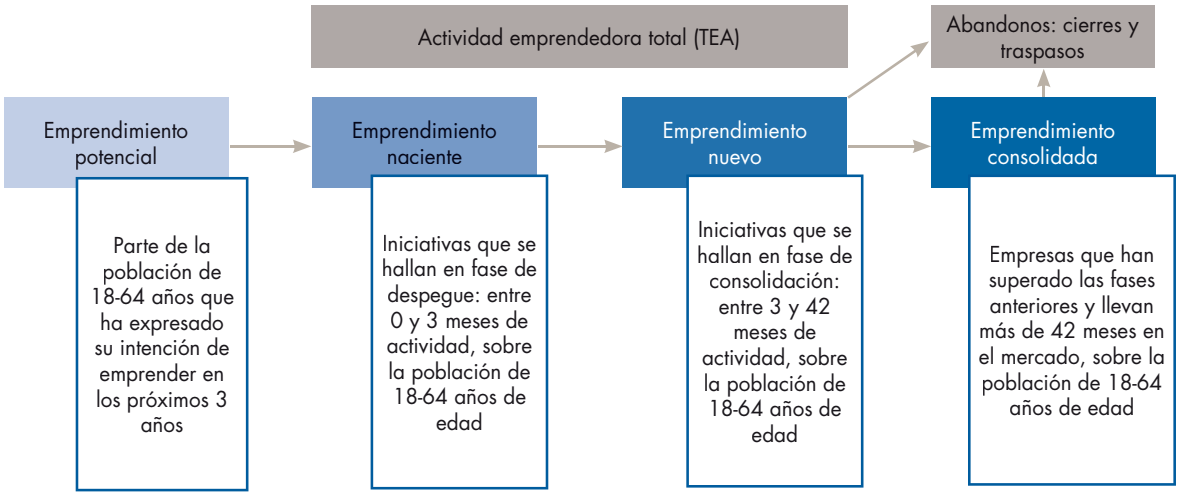
Figura 0.1. Modelo teórico del Proyecto GEM



[2] Reynols, Paul *et al.* (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, v. 24, n. 3, abr. 2005, p. 205-231. ISSN 0921-898-X.

Así, la investigación GEM adopta un enfoque holístico, partiendo de una concepción del emprendimiento como un proceso (ver figura 0.2). Este se inicia con el germen de una idea, que se traduce en la puesta en marcha de un negocio, el cual pasa por una etapa de consolidación y, en una proporción indeterminada de casos, se consolida y pasa a formar parte del tejido empresarial, siendo múltiples las variables que intervienen en el mismo. El Observatorio GEM proporciona información exhaustiva y de calidad acerca de este proceso y de las principales variables que en él intervienen.

Figura 0.2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



Tal y como refleja la figura 0.2, el índice TEA (*Total Entrepreneurial Activity Index*) constituye la parte central del proceso emprendedor, convirtiéndose en una de las aportaciones más relevantes del Proyecto GEM. Este índice mide el porcentaje de la población con edades entre 18 y 64 años que está involucrada en una actividad emprendedora de reciente creación (hasta 42 meses de actividad), y se desagrega, a su vez, en "emprendimiento naciente" (hasta 3 meses de actividad) y "emprendimiento nuevo" (entre 3 y 42 meses de actividad).

Otro elemento clave que caracteriza y diferencia al Proyecto GEM de otras fuentes de información sobre el fenómeno emprendedor o la creación de empresas es la utilización de una metodología de investigación propia y común en todos los países y regiones participantes, lo que le permite proporcionar información comparable entre territorios. La clave de esta metodología es la homogeneidad de las herramientas empleadas para recoger la información, y el hecho de trabajar como fuente independiente complementada por las fuentes ya existentes sobre indicadores socioeconómicos.

0.2. Ficha técnica

Los datos e indicadores que ofrece el Observatorio GEM Galicia proceden de tres fuentes de información, las dos primeras basadas en herramientas originales del proyecto:

1 Encuesta a la población de 18 a 64 años de edad (APS), cuya ficha técnica para el presente estudio se recoge en las tablas 0.1 y 0.2, que sirve para obtener los principales indicadores de la actividad emprendedora en Galicia.

2 Entrevista a treinta y seis expertos regionales sobre el entorno para emprender (NES), que permite caracterizar las condiciones que rodean a la actividad emprendedora de nuestra región (financiación, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y apertura del mercado interno), llevadas a cabo en junio-julio de 2010.

3 Variables secundarias, procedentes del Instituto Nacional de Estadística, el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional, entre otras instituciones, para establecer relaciones con los datos propios del proyecto.

Tabla 0.1. Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia

Universo(*)	Población residente en Galicia de 18 a 64 años: 1.748.513 personas
Muestra	2000 personas, con la distribución por género y provincia que se recoge en la tabla 0.2
Margen de confianza	95,5%
Error muestral	± 2,19% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período de realización de la encuesta	Abril-julio 2010
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre

(*) Fuente INE 2010. En el *Informe GEM Galicia 2005* se tomaba como referencia la población de 18 a 65 años.

Tabla 0.2. Distribución de la población encuestada por género y provincia

	Hombres	Mujeres	Total
A Coruña	402	411	813
Lugo	122	126	248
Ourense	125	110	235
Pontevedra	343	361	704
Total	992	1008	2000

0.3. Países participantes en el Consorcio GEM 2010

Desde 2008, los países participantes en el proyecto GEM se clasifican en función de la tipología que utiliza el Foro Económico Mundial[3]: economías basadas en los factores de producción (*factor driven*), los menos desarrollados del total; economías impulsadas por la eficiencia de los factores de producción (*efficiency driven*), y economías orientadas a la innovación (*innovation driven*). Además, en la edición 2010, estos países se han agrupado por áreas geográficas, tal y como recoge la tabla 0.3

Figura 0.3. Tipología de países por áreas económicas y orientación principal

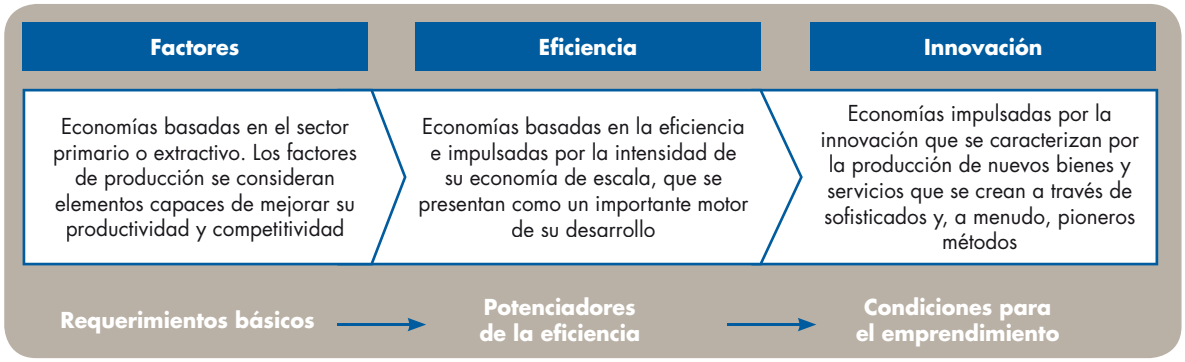


Tabla 0.3. Clasificación de países GEM 2010 por grupos económicos y áreas geográficas

	Factores	Eficiencia	Innovación
África Subsahariana	Angola, Ghana, Uganda, Zambia	Sudáfrica	
Oriente Medio / Norte de África (MENA) – Sur de Asia	Arabia Saudí, Cisjordania y Gaza, Egipto, Irán, Pakistán	Túnez	Israel
Latinoamérica y Caribe	Bolivia, Guatemala, Jamaica	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Perú, Trinidad y Tobago, Uruguay	
Europa Oriental		Bosnia y Herzegovina, Croacia, Hungría, Letonia, Macedonia, Montenegro, Rumanía, Rusia, Turquía	Eslovenia
Asia-Pacífico	Vanuatu	China, Malasia, Taiwan	Australia, Japón, República de Corea
Estados Unidos y Europa Occidental			Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Dinamarca, **España**, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Italia, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza

[3] Schwab, Klaus (2010). *The Global Competitiveness Report 2010-2011*. Geneva: World Economic Forum. ISBN 978-92-95044-87-6.

0.4. *Balanced Scorecard* o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia

Índice total de actividad emprendedora o TEA: composición	2008	2009	2010
% de iniciativas nacientes	3,63	1,59	1,02
% de iniciativas nuevas	3,86	3,10	2,10
TEA	7,49	4,69	3,12

Desglose del TEA	2008	2009	2010
TEA masculino	8,13	6,13	3,99
TEA femenino	6,86	3,27	2,26
Total TEA en función del sexo	7,49	4,69	3,12
TEA por oportunidad	6,07	4,13	2,43
TEA por necesidad	1,19	0,56	0,65
TEA por otro motivo	0,23	-	0,04
Total TEA motivación principal	7,49	4,69	3,12
TEA por oportunidad, por independencia	3,21	2,57	1,15
TEA por oportunidad, para aumentar ingresos	2,07	0,94	0,65
TEA por oportunidad, para mantener nivel de ingresos	0,79	0,45	0,50
TEA por oportunidad, otros	0,00	0,17	0,13
Total TEA predominantemente por oportunidad	6,07	4,13	2,43
TEA sector extractivo	0,56	0,35	0,16
TEA sector transformador	1,84	1,15	0,64
TEA sector servicios a empresas	2,11	1,32	0,81
TEA sector orientado al consumo	2,98	1,87	1,51
Total TEA sector general de actividad	7,49	4,69	3,12
TEA un propietario	4,18	2,50	1,75
TEA varios propietarios	3,31	2,19	1,37
Total TEA número de propietarios	7,49	4,69	3,12
TEA sin empleados	1,32	1,91	1,74
TEA con 1-9 empleados	5,16	2,47	1,33
TEA con 10-49 empleados	1,01	0,31	0,05
Total TEA número de trabajadores	7,49	4,69	3,12
TEA que prevé reducción de plantilla en 5 años	0,14	0,23	0,03
TEA que prevé estar sin empleados en 5 años	2,29	2,16	2,45
TEA que prevé incremento empleados en 5 años	5,06	2,30	0,64
Total TEA potencial crecimiento de empleo	7,49	4,69	3,12
TEA completamente innovadoras en producto o servicio	1,35	0,53	0,40
TEA algo innovadoras en producto o servicio	2,77	0,63	0,18
TEA no innovadoras en producto o servicio	3,37	3,53	2,54
Total TEA grado de innovación	7,49	4,69	3,12

Desglose del TEA (continuación)	2008	2009	2010
TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	0,41	0,81	0,20
TEA que usa tecnología reciente (1-5 años)	1,28	0,59	0,51
TEA que usa tecnología antigua (más de 5 años)	5,80	3,29	2,41
Total TEA uso nuevas tecnologías	7,49	4,69	3,12
TEA con muchos competidores	4,50	2,33	2,11
TEA con pocos competidores	2,42	1,77	0,87
TEA sin competidores	0,57	0,59	0,14
Total TEA nivel de competencia	7,49	4,69	3,12
TEA sin expansión	4,29	2,96	2,43
TEA con alguna expectativa de expansión (sin uso de nuevas tecnologías)	2,79	0,92	0,49
TEA con alguna expectativa de expansión (con uso de nuevas tecnologías)	0,41	0,63	0,20
TEA Notable expansión		0,18	0,00
Total TEA expansión en el mercado	7,49	4,69	3,12
TEA que no exporta	4,23	3,49	2,35
TEA que exporta 1-25%	2,03	0,61	0,62
TEA que exporta 25-75%	0,68	0,12	0,09
TEA que exporta 75-100%	0,33	0,11	0,06
TEA que no informa sobre exportación	0,22	0,36	0,00
Total TEA internacionalización	7,49	4,69	3,12

Otros indicadores	2008	2009	2010
Edad media del hombre emprendedor	41	39	38
Edad media de la mujer emprendedora	43	35	45
Edad media del emprendedor incipiente	42	38	41
Número medio de propietarios de iniciativas de hombres	1,75	1,81	1
Número medio de propietarios de iniciativas de mujeres	1,82	1,66	1
Número medio de propietarios de iniciativas incipientes	1,78	1,76	1
Capital medio semilla en iniciativas de hombres	69.609,64 €	238.276,58 €	-
Capital medio semilla en iniciativas de mujeres	70.163,32 €	33.680,36 €	-
Capital medio semilla para desarrollar una iniciativa emprendedora	69.906,44 €	170.064,10 €	-
Capital medio semilla asumido por el emprendedor	31.726,76 €	73.200,14 €	-
Capital medio semilla asumido por la emprendedora	51.076,49 €	12.498,32 €	-
Capital medio semilla asumido en general	42.191,83 €	20.000,00 €	-

-: Dato no disponible

Resumen Ejecutivo

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

De manera inevitable, la complicada situación económica que atraviesa la economía tiene su reflejo en la evolución de la tasa de actividad emprendedora en Galicia, que se sitúa en el 3,12% de la población en 2010, frente al 4,69% en el anterior estudio. Además, se registra un incremento en el número de personas que emprenden por necesidad, porcentaje que representa un 20% del total. Por el contrario, varios indicadores arrojan una luz positiva sobre este panorama. Así, el número de iniciativas emprendedoras consolidadas y de emprendedores potenciales crece hasta situarse en el 9,71% y el 3,95%, respectivamente. De igual manera, los ceses efectivos de negocio se reducen hasta el 0,77%. En estos últimos ámbitos, Galicia sigue la estela de las tendencias que se constatan en el conjunto de las regiones españolas.

Perfil del emprendedor

El perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia esboza la figura de un hombre (más del 60% de los emprendedores son hombres) de 41 años, en situación laboral activa y con dedicación completa al proyecto. En cuanto al nivel de renta, cabe destacar que los emprendedores que han abandonado su negocio cuentan, en su gran mayoría, con un nivel de renta anual inferior a los 20.000 euros. Además, el emprendedor en Galicia posee por lo general estudios universitarios o de formación profesional, disminuyendo el porcentaje de los que afirman poseer conocimientos específicos relacionados con la creación y gestión de empresas. Sobre este punto, en 2010 se detecta un incremento del espíritu emprendedor entre aquellas personas con formación profesional. Con respecto al entorno social, la media indica la existencia de un hogar de tamaño medio, integrado por tres personas y eminentemente urbano, que es el contexto en el que se implantan con mayor frecuencia los proyectos y en el que se produce una menor tasa de abandonos.

Finalmente, se constata que el inversor informal reduce su presencia en la financiación de los procesos emprendedores en Galicia, en contraposición a la ligera evolución positiva registrada en el conjunto del Estado.

Características de las iniciativas emprendedoras

El sector de actividad predominante en Galicia es el de servicios orientados al consumo, si bien ha reducido su peso en el transcurso del último año. Los emprendedores en Galicia se caracterizan por emprender iniciativas a título individual. En relación con la generación de empleo, las expectativas recogidas en el informe (mayoritariamente microempresas y autoempleados) son negativas; en el caso concreto de las de iniciativas consolidadas, el 50% de ellas descarta generar empleo en el próximo año, lo que pone de manifiesto los problemas a los que se enfrentan las empresas, en general, y las pequeñas, en particular, en una coyuntura de crisis.

Respecto al carácter innovador de las iniciativas emprendedoras, se comprueba la escasa naturaleza innovadora de los productos y servicios comercializados. En términos generales, la falta de innovación es una realidad en el 80% de las iniciativas. Así las cosas, los proyectos emprendedores gallegos puestos en marcha con una dimensión de pequeña empresa o iniciativas de autoempleo tienen una presencia escasa o nula en sectores tecnológicos y cuentan con un uso cada vez menor de tecnologías nuevas o recientes.

Los emprendedores en Galicia consideran que los mercados en los que actúan se caracterizan por una elevada competencia y no prevén expandirse hacia nuevos mercados. En este sentido, el reducido tamaño de las iniciativas en Galicia dificulta esta expansión. Se trata, además, de iniciativas que no nacen precisamente con una marcada vocación exterior. Es importante señalar que, sin embargo, se produce un aumento del número de proyectos emprendedores que asumen el exterior como su mercado objetivo, hecho a todas luces relevante.

La mujer y el proceso emprendedor

El aumento del número de mujeres que manifiesta su intención de emprender (emprendedoras potenciales), tendencia comprobada en el contexto español, se observa también en Galicia, si bien este incremento es menor en la comunidad gallega. Por otra parte, las iniciativas a cargo de mujeres presentan una tasa de cierre de negocios inferior a la de los emprendedores e incluso a la media de emprendedores en España.

Destaca también la formación de las emprendedoras, ya que casi la mitad posee estudios universitarios y formación específica sobre la creación y gestión de empresas. Con respecto a su actividad empresarial, suele caracterizarse por ser una iniciativa individual de negocio, de pequeño tamaño, no innovadora, orientada a los servicios de consumo y con expectativas de generación de empleo. Asimismo, las emprendedoras presentan, frente a sus homólogos masculinos, una mejor disposición para captar nuevas oportunidades de negocio, una mayor confianza en sus capacidades para emprender y un menor temor al fracaso.

Percepción de las oportunidades, motivación y condiciones de entorno

La información que aportan las encuestas realizadas a la población adulta y las valoraciones del grupo de expertos en materia emprendedora han permitido analizar las percepciones que ambos grupos tienen acerca de las oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender en Galicia. En cuanto a las oportunidades, se mantiene una percepción predominantemente pesimista a lo largo de 2010, tanto entre los ciudadanos como entre los expertos. Con todo, este último grupo se muestra más pesimista en casi todos los aspectos relacionados con la existencia de buenas oportunidades en el contexto nacional.

En cuanto a los factores motivadores del emprendimiento, la opinión de la población experimenta un cambio significativo con respecto al informe anterior. Al igual que ocurre en el resto del país, mejoran las valoraciones sobre los factores psicológicos y sociales que se consideran relacionados con la propensión a emprender. Y respecto al último de los aspectos, destaca la mejora experimentada en cuanto al nivel de confianza en las habilidades y conocimientos de las personas para crear una empresa.

Adicionalmente, los expertos opinan acerca de las cualidades de Galicia como entorno emprendedor, y de los principales factores que obstaculizan o estimulan la actividad emprendedora. En general, el parecer de los expertos es significativamente más optimista en 2010, aunque el 80% sigue señalando como principal escollo para iniciar un proyecto en Galicia las dificultades para acceder a la financiación necesaria y la cuantía disponible. También destacan, en un porcentaje considerablemente menor, la excesiva burocracia impuesta desde la Administración, así como la escasa cultura emprendedora existente en la sociedad. A pesar de ello, los expertos consideran que la crisis económica puede convertirse en una oportunidad para la creación de empresas, como alternativa profesional.

En línea con esta creencia y en aras de fomentar e impulsar la creación de empresas en Galicia, los expertos proponen incrementar y facilitar el acceso a la financiación, sobre todo para solventar los actuales problemas de liquidez. Asimismo, recomiendan eliminar las trabas burocráticas existentes en el proceso de creación de nuevas empresas y avanzar en la implantación de medidas que promuevan desde edades tempranas la actividad emprendedora y que la dignifiquen en el contexto social gallego.

Finalmente, los expertos sitúan a Galicia en una mejor posición relativa que otras comunidades autónomas para el desarrollo de la actividad emprendedora, con valoraciones que destacan de manera considerable su capacidad de transferencia tecnológica e I+D, las normas sociales y culturales hacia el emprendimiento, y la atención a la innovación desde el punto de vista del consumidor.

Resumo Executivo

Actividade emprendedora e dinámica empresarial

De xeito inevitable, a complicada situación económica que atravesa a economía ten o seu reflexo na evolución da taxa de actividade emprendedora en Galicia que sitúase no 3,12% da poboación en 2010, fronte ao 4,69% no anterior estudo. Ademais, rexístrase un incremento no número de persoas que emprenden por necesidade, porcentaxe que representa un 20% do total. Pola contra, varios indicadores desprenden unha luz positiva sobre este panorama. Así, o número de iniciativas emprendedoras consolidadas e de emprendedores potenciais aumentan ata situarse no 9,71% e no 3,95%, respectivamente. De igual xeito, os cesamentos efectivos de negocio redúcense ata o 0,77%. Nestes últimos ámbitos, Galicia segue o rastro das tendencias que se constatan no conxunto das rexións españolas.

Perfil do emprendedor

O perfil socioeconómico do emprendedor de Galicia esboza a figura dun home (máis do 60% dos emprendedores son homes) de 41 anos, en situación laboral activa e con dedicación completa ao proxecto. En canto ao nivel de renda, cabe destacar que os emprendedores que abandonaron o seu negocio contan, na súa grande maioría, cun nivel de renda anual inferior aos 20.000 euros. Ademais, o emprendedor de Galicia posúe polo xeral estudos universitarios ou de formación profesional, diminuíndo a porcentaxe dos que afirman posuír coñecementos específicos relacionados coa creación e coa xestión de empresas. Sobre este punto, en 2010 detéctase un incremento do espírito emprendedor entre aquelas persoas con formación profesional. Con respecto ao contorno social, a media indícanos a existencia dun fogar de tamaño medio, integrado por tres persoas e eminentemente urbano, que é o contexto no que se implantan con maior frecuencia os proxectos e no que se produce unha menor taxa de abandonos.

Finalmente, constátase que o investidor informal reduce a súa presenza no financiamento dos procesos emprendedores en Galicia, en contraposición coa lixeira evolución positiva rexistrada no conxunto do Estado.

Características das iniciativas emprendedoras

O sector de actividade predominante en Galicia é o de servizos orientados ao consumo, se ben reduciu o seu peso no transcurso do último ano. Os emprendedores de Galicia caracterízanse por emprender iniciativas a título individual. En relación coa xeración de emprego, as expectativas recollidas no informe (maioritariamente microempresas e autoempregados) son negativas. No caso concreto das iniciativas consolidadas, o 50% delas descartan xerar emprego no próximo ano, o que pon de manifesto os problemas aos que se enfrontan as empresas, en xeral, e as pequenas, en particular, nunha conxuntura de crise.

Respecto ao carácter innovador das iniciativas emprendedoras, compróbase a escasa natureza innovadora dos produtos e servizos comercializados. En termos xerais, a falta de innovación é unha realidade no 80% das iniciativas. Así as cousas, os proxectos emprendedores galegos postos en marcha cunha dimensión de pequena empresa ou a través de iniciativas de autoemprego teñen unha presenza escasa ou nula en sectores tecnolóxicos e contan cun uso cada vez menor de tecnoloxías novas ou recentes.

Os emprendedores de Galicia consideran que os mercados nos que actúan se caracterizan por unha elevada competencia e non prevén expandirse cara a novos mercados. Neste sentido, o reducido tamaño das iniciativas en Galicia dificulta esta expansión. Trátase, ademais, de iniciativas que non nacen precisamente cunha marcada vocación exterior. É importante sinalar que, non obstante, se produce un aumento do número de proxectos emprendedores que asumen o exterior como o seu mercado obxectivo, feito evidentemente relevante.

A muller e o proceso emprendedor

O aumento do número de mulleres que manifesta a súa intención de emprender (emprendedoras potenciais), tendencia comprobada no contexto español, obsérvase tamén en Galicia, se ben este incremento é menor na comunidade galega. Por outra banda, as iniciativas a cargo de mulleres presentan unha taxa de peche de negocios inferior á dos emprendedores de Galicia e á do resto de emprendedores de España.

Destaca tamén a formación das emprendedoras, xa que case a metade posúe estudos universitarios e formación específica sobre a creación e xestión de empresas. Con respecto á súa actividade empresarial, adoita caracterizarse por ser unha iniciativa individual de negocio, de pequeno tamaño, non innovadora, orientada aos servizos de consumo e con expectativas de xeración de emprego. Así mesmo, as emprendedoras presentan, fronte aos seus homólogos masculinos, unha mellor disposición para captar novas oportunidades de negocio, unha maior confianza nas súas capacidades para emprender e un menor temor ao fracaso.

Percepción das oportunidades, motivación e condicións do contorno

A información que achegan as enquisas realizadas á poboación adulta e as valoracións do grupo de expertos en materia emprendedora permitiron analizar as percepcións que ambos os dous grupos teñen acerca das oportunidades, motivacións e capacidades para emprender en Galicia. En canto ás oportunidades, mantense unha percepción con predominio pesimista ao longo de 2010, tanto entre os cidadáns coma entre os expertos. Con todo, este último grupo móstrase máis pesimista en case todos os aspectos relacionados coa existencia de boas oportunidades no contexto nacional.

En canto aos factores motivadores do emprendemento, a opinión da poboación experimenta un cambio significativo con respecto ao informe anterior. Ao igual que acontece no resto do país, melloran as valoracións sobre os factores psicolóxicos e sociais que se consideran relacionados coa propensión a emprender. Respecto ao último dos aspectos, destaca a mellora experimentada en canto ao nivel de confianza nas habilidades e nos coñecementos das persoas para crear unha empresa.

Adicionalmente, os expertos opinan acerca das condicións de Galicia como contorno emprendedor, e dos principais factores que obstaculizan ou estimulan a actividade emprendedora. En xeral, o parecer dos expertos é significativamente máis optimista en 2010, aínda que o 80% segue a sinalar como principal escollo para iniciar un proxecto en Galicia as dificultades para acceder ao financiamento necesario e á contía dispoñible. Tamén destacan, nunha porcentaxe considerablemente menor, a excesiva burocracia imposta desde a Administración e a escasa cultura emprendedora existente na sociedade. A pesar diso, os expertos consideran que a crise económica pode converterse nunha oportunidade para a creación de empresas, como alternativa profesional.

En liña con esta crenza e en prol de fomentar e impulsar a creación de empresas en Galicia, os expertos propoñen incrementar e facilitar o acceso ao financiamento, sobre todo para solucionar os actuais problemas de liquidez. Así mesmo, recomendan eliminar as trabas burocráticas existentes no proceso de creación de novas empresas e avanzar na implantación de medidas que promovan desde idades temperás a actividade emprendedora e que a dignifiquen no contexto social galego.

Finalmente, os expertos sitúan a Galicia nunha mellor posición relativa que outras comunidades autónomas para o desenvolvemento da actividade emprendedora, con valoracións que salientan de xeito considerable a súa capacidade de transferencia tecnolóxica e de I+D, as normas sociais e culturais cara ao emprendemento, e a atención á innovación desde o punto de vista do consumidor.

Executive Summary

Entrepreneurship and business dynamics

Inevitably, the difficult economic situation is reflected in the evolution of the total entrepreneurial activity index, which stood at 3.12% of the population in 2010 compared to 4.69% in the previous study. In addition, there is an increase in the number of people undertaking business ventures out of necessity, representing 20% of the total. On the other hand, several indicators shed a positive light on this landscape. Thus, the number of consolidated business initiatives and potential entrepreneurs grow to 9.71% and 3.95%, respectively. Similarly, business closures have come down to 0.77%. In these latter areas, Galicia follows the overall trend of Spanish regions.

Profile of the Entrepreneur

The socioeconomic profile of the entrepreneur in Galicia is typically a man (over 60% of entrepreneurs are men), 41 years of age, actively working and with full time dedication to the venture. With regard to income level, it is noteworthy that, for the most part, entrepreneurs who abandon their business have an annual income of less than 20,000€. In addition, the entrepreneur in Galicia usually has a university or vocational training level of education, and there has been a decrease in the percentage of those claiming to possess specific knowledge regarding company start-up and management. In this aspect, an increased level of entrepreneurship has been detected in 2010 among those with vocational training. With respect to social background, the average report a standard-sized household, consisting of three people in a largely urban setting, which is the context with highest number of start-ups and lowest rate of closure.

Finally, a lesser role has been observed for the casual investor in the financing of entrepreneurial initiatives in Galicia, in contrast to the slight increase in Spain overall.

Characteristics of entrepreneurial initiatives

The predominant sector in Galicia is consumer services, although its weight has gone down over the past year. Galician entrepreneurs typically undertake initiatives individually. With regard to job creation, the report reflects negative expectations (mostly microenterprises and self-employed). With respect to consolidated initiatives specifically, 50% rule out the possibility of creating jobs next year, which highlights the problems faced by companies in general and small companies in particular during a crisis situation.

Regarding start-up innovativeness, the products and services offered for sale present little in term of innovation. Overall, the lack of innovation is a reality for 80% of start-ups. As a result, Galician startups launched as a small enterprise or self-employment initiatives have little or no presence in technology sectors and involve a lesser use of new or recent technologies.

Galicia entrepreneurs consider the markets in which they operate to be highly competitive and do not intend to expand into new markets. The limited size of start-ups in Galicia makes expansion more difficult. These initiatives are not born with a particularly strong inclination toward international expansion. It is important to point out, however, that there has been an increase in the number of entrepreneurial ventures that consider their target markets to be abroad, which is clearly a relevant development.

Women and the entrepreneurial process

In Galicia we have seen an increase in the number of women who express an intention to undertake a startup (potential entrepreneurs), which is also a trend at the national level in Spain, although this increase has been smaller. On the other hand, initiatives by women have a lower rate of closure than those by men and lower than the overal Spanish average.

The education level of women entrepreneurs also stands out, as almost half have university education and specific training in company creation and management. Insofar as their economic activity, it tends to be an individual business initiative, small in size, not innovative, consumer service-oriented and expects to create jobs. With respect to their male counterparts, female entrepreneurs are also more receptive to new business opportunities, more confident in their abilities to undertake a venture and less afraid of failure.

Perception of opportunity, motivation and environmental conditions

The information provided by surveys of the adult population and the assessment by a group of experts on entrepreneurship have allowed us to analyze the perceptions of both these groups regarding the opportunities, motivations and ability to undertake initiatives in Galicia. As for opportunities, there has been a predominantly pessimistic outlook throughout 2010, both among citizens and experts. Nevertheless, the latter group is more pessimistic in almost all aspects having to do with existence of promising opportunities at the national level.

Insofar as the motivating factors behind entrepreneurship, the general population opinion has undergone a significant change with respect to the previous year's report. As in the rest of the country, there is improvement in the assessment of the psychological and social factors considered to be related to the propensity to undertake business initiatives. Notably, there has been improvement in the level of confidence regarding people's skills and knowledge for starting a business.

In additional, expert opinions were gathered regarding the qualities of Galicia as an entrepreneurial environment, and the main factors that hinder or stimulate entrepreneurial activity. In general, expert opinions are significantly more optimistic in 2010, although 80% still indicate that the main obstacle to starting a business project in Galicia is the difficulty in obtaining funding and the amount available. Although in a considerably smaller percentage, experts also point out the excessive government bureaucracy and the lack of entrepreneurial culture within the society. Despite all this, however, experts believe that the economic crisis may represent an opportunity for the creation of companies as a career choice.

In line with this belief and in order to encourage entrepreneurship in Galicia, the experts propose increasing and facilitating access to finance, especially to address current liquidity

problems. They also recommend eliminating the bureaucratic obstacles in the start-up process and further implementing measures to promote entrepreneurship from an early age to raise its standing in the Galician social context.

Finally, the experts place Galicia in a better position than other regions for the development of entrepreneurial activity, with significantly better assessments regarding capacity for technology transfer and R & D, social and cultural norms towards entrepreneurship and focus on innovation from the consumer point of view.

Actividad Emprendedora y Dinámica Empresarial 1

1.1. Introducción

Este primer capítulo incluye los principales indicadores de la actividad emprendedora de Galicia, comparándolos con los del resto de España y mostrando su evolución en los últimos seis años.

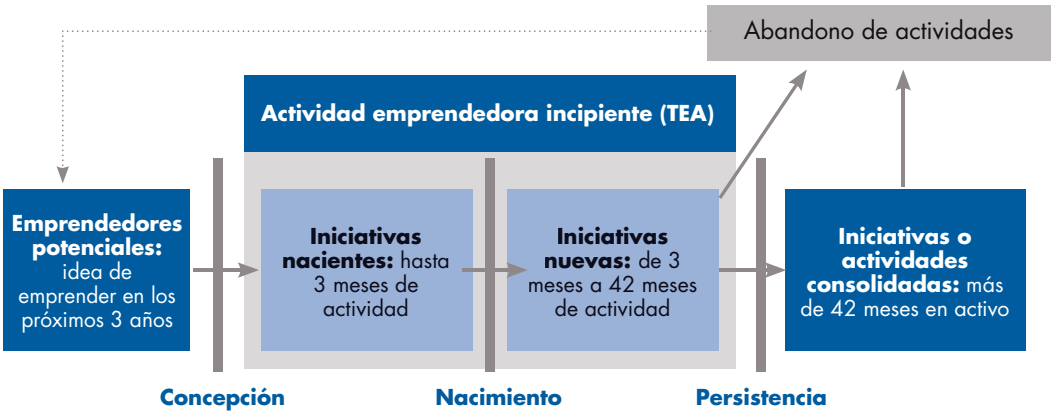
El Proyecto GEM considera que son emprendedores activos todos los adultos entre 18 y 64 años que se encuentran inmersos en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual van a poseer parte o todo, y/o que son propietarios-gerentes de un negocio o empresa joven. Esta definición incluye el autoempleo.

En 2010 se confirma el retraimiento de la iniciativa emprendedora en Galicia, con una tasa de actividad emprendedora del 3,12% de la población. Además, se ha producido un incremento en el porcentaje de personas que emprenden por necesidad, que, en la presente edición, suponen una de cada cinco.

No obstante, varios indicadores, arrojan una luz positiva sobre esta panorámica. Así, los porcentajes de iniciativas emprendedoras consolidadas y de emprendedores potenciales se han incrementado hasta situarse en el 9,71% y el 3,95% respectivamente. Igualmente, los ceses efectivos de negocio se han reducido hasta representar el 0,77% de la población.

Respecto a la tendencia de indicadores en general, Galicia sigue la evolución experimentada en España.

Figura 1.1. Tipología de las iniciativas emprendedoras según la metodología GEM



1.2. Índice de actividad emprendedora

El ciclo económico recesivo en el que se encuentra inmersa la economía se ha traducido en un importante descenso del potencial emprendedor en Galicia, continuando, aunque de forma suavizada, la tendencia decreciente iniciada en 2009. Así, el índice TEA Galicia 2010 es 3,12%, el valor más bajo de las seis ediciones publicadas hasta la fecha, como puede comprobarse en la figura 1.3.

Si se compara con el valor de la edición anterior, el número de iniciativas emprendedoras decrece un 33,85%. Las iniciativas nacientes se reducen en un 36,24%, frenando la caída de la edición anterior. Por otra parte, las iniciativas nuevas aceleran su caída y sufren un retroceso de un 32,61% en el número de empresas.

Tabla 1.1. Actividad emprendedora incipiente total o TEA (2009-2010)

	2009		2010	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas nacientes	28.054	1,59	17.887	1,02
Iniciativas nuevas	54.473	3,10	36.707	2,10
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA	82.527	4,69	54.594	3,12

Dado que la población de 18 a 64 años en Galicia ascendía a 1.748.513 personas, la estimación del número de emprendedores es de 91.850, lo que supone una reducción del 36,69% respecto a la edición anterior.

Tabla 1.2. Emprendedores incipientes (2009-2010)

	2009	2010
Estimación del número de emprendedores nacientes	56.179	35.504
Estimación del número de emprendedores nuevos	88.893	56.346
Estimación del número total de emprendedores incipientes	145.072	91.850

En consonancia con la tendencia negativa del índice de actividad emprendedora, las iniciativas emprendedoras puestas en marcha prácticamente se han reducido a dos tercios respecto a las de 2009.

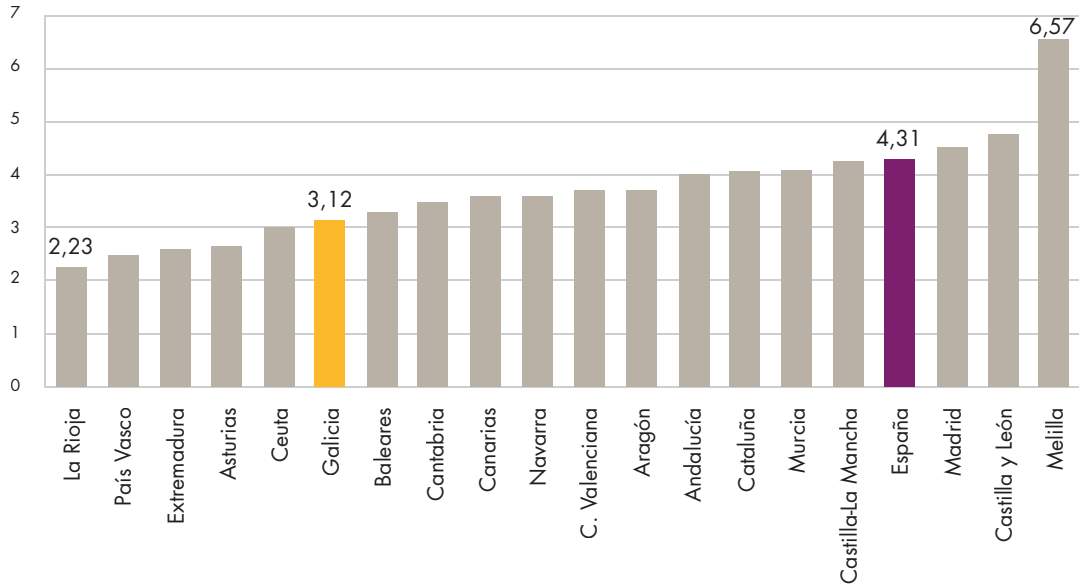
Tabla 1.3. Estimación del número de iniciativas emprendedoras (2005-2010)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Iniciativas nacientes	36.286	51.478	62.372	62.804	28.054	17.887
Iniciativas nuevas	63.866	52.370	72.313	66.923	54.473	36.707
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente	100.152	103.848	134.685	129.727	82.527	54.594

1.2.1. Contexto nacional y evolución temporal

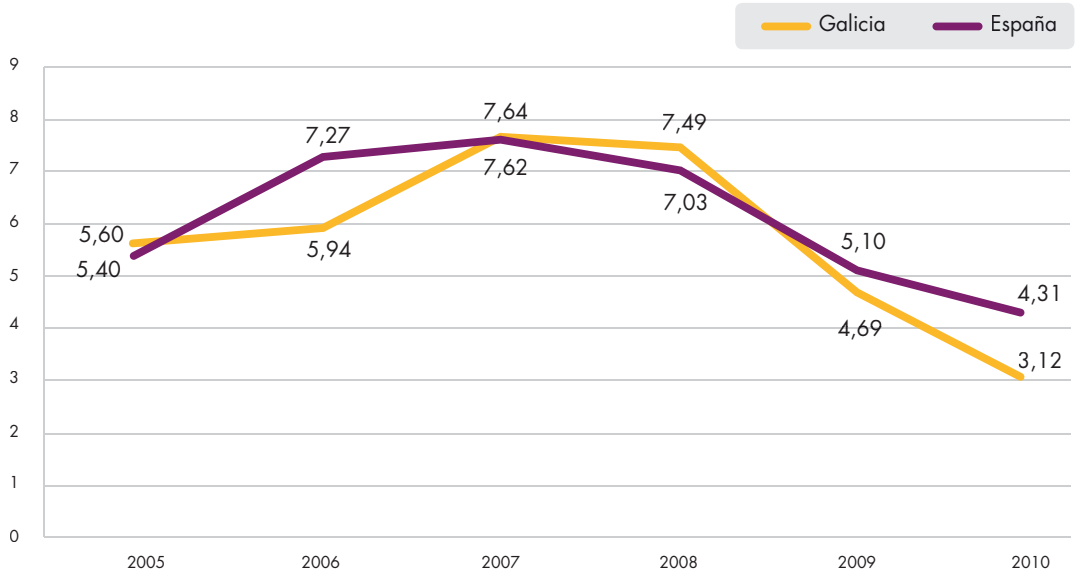
El descenso de las iniciativas emprendedoras se ha producido de forma generalizada en todas las regiones españolas, continuando la tendencia iniciada en 2009. Galicia supera la media de las comunidades autónomas de La Rioja, País Vasco, Extremadura y Asturias.

Figura 1.2. TEA en el contexto de España (%, 2010)



La evolución de la actividad emprendedora en Galicia durante el periodo 2005-2010 muestra unos valores significativamente más bajos que en los cinco informes previos. En España también se ha producido una reducción significativa de la actividad emprendedora (un 15,49%, con un índice TEA del 4,31%), aunque notablemente inferior a la sufrida en Galicia (33,85%). El porcentaje de iniciativas nuevas (2,1%) es igual al valor alcanzado en Galicia, mientras que el TEA de iniciativas nacientes (2,2%) supera el doble del obtenido para Galicia.

Figura 1.3. Evolución del índice TEA (%, 2005-2010)



1.2.2. Motivación para emprender

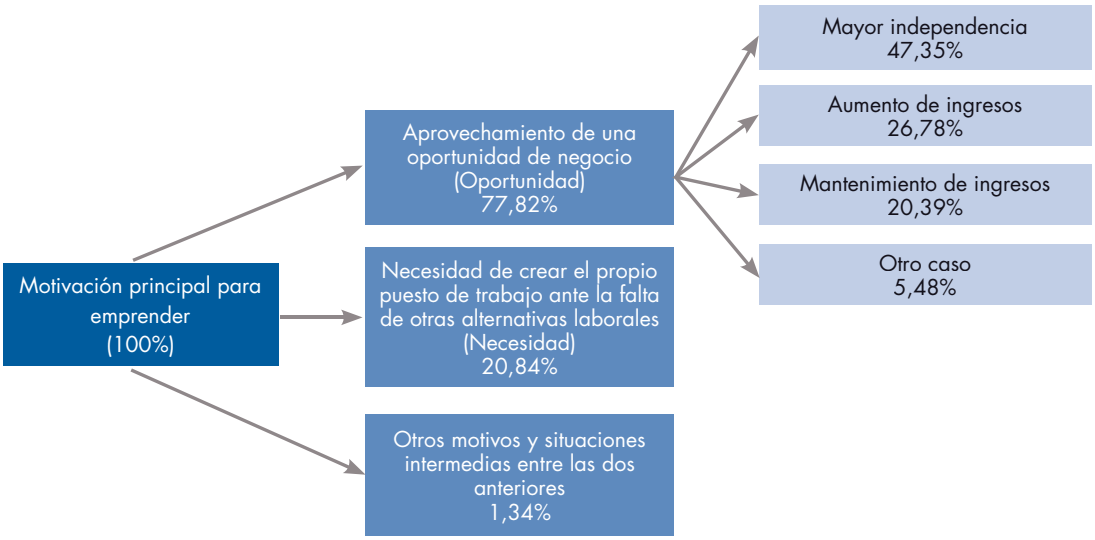
La situación con relación al motivo que lleva a la población a poner en marcha un negocio ha cambiado levemente en Galicia, ya que el porcentaje de emprendedores que constituyeron una empresa para aprovechar alguna oportunidad de negocio presente en el mercado ha pasado de situarse próximo al 90% en la edición pasada a ubicarse por debajo del 80% en la actual.

Siguiendo la metodología GEM, los motivos básicos que llevan a una persona a emprender se pueden categorizar en tres grandes grupos: aprovechamiento de una oportunidad de negocio, necesidad o ausencia de alternativas profesionales y una posición intermedia entre las dos anteriores.

Asimismo, cuando los emprendedores manifiestan que el principal motivo que les ha llevado a poner en marcha un negocio es la existencia de oportunidades en el mercado, se analiza qué motivaciones secundarias han influido en el emprendedor: independencia laboral, aumentar o mantener el nivel de ingresos y otros motivos.

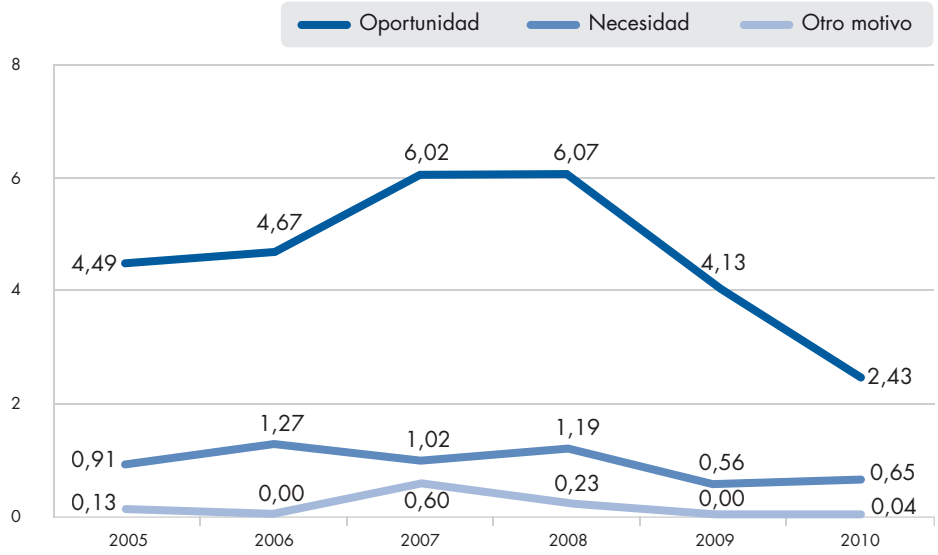
El principal motivo que ha impulsado a la población de Galicia a crear una empresa ha sido la obtención de una mayor independencia profesional o laboral. También cabe señalar el aumento de los emprendedores que ponen en marcha un negocio para incrementar o mantener su nivel de ingresos.

Figura 1.4. Distribución de la motivación para emprender (%, 2010)



Fruto de la actual coyuntura económica, se observa una reducción considerable en el TEA por oportunidad respecto al año anterior (40,51%) mientras que, por el contrario, se aprecia un ligero repunte en el TEA por necesidad (14,72%).

Figura 1.5. Evolución del comportamiento emprendedor incipiente (%, 2005-2010)



1.3. Dinámica empresarial

1.3.1. Consolidación de iniciativas, contexto nacional y evolución temporal

El contexto económico no ha perjudicado el volumen de iniciativas consolidadas en Galicia, ya que su número ha aumentando en un 43,86% en relación con la edición anterior.

Tabla 1.4. Iniciativas consolidadas (2009-2010)

	2009		2010	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas consolidadas	118.043	6,72	169.814	9,71

Además, como ya viene siendo habitual, el porcentaje estimado de empresas consolidadas en Galicia (9,71%) se sitúa por encima de la media española (7,72%), mejorando considerablemente su posición respecto al año anterior, ya que solamente es superada por Baleares, Extremadura y La Rioja. La tendencia es similar a la que se experimenta en la media de España.

Figura 1.6. Empresas consolidadas detectadas en el contexto de España (%, 2010)

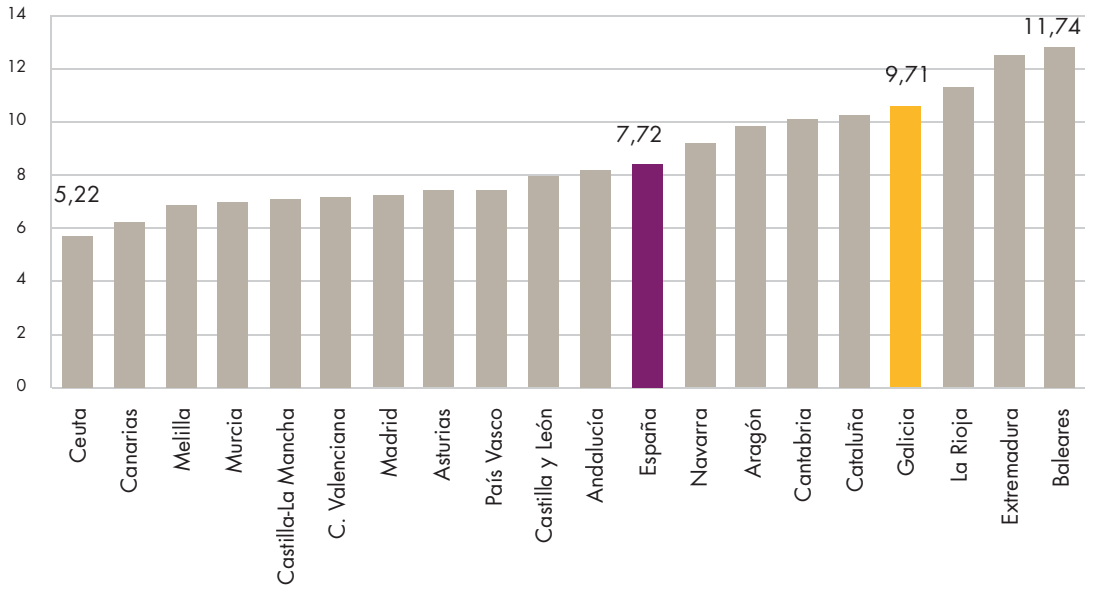
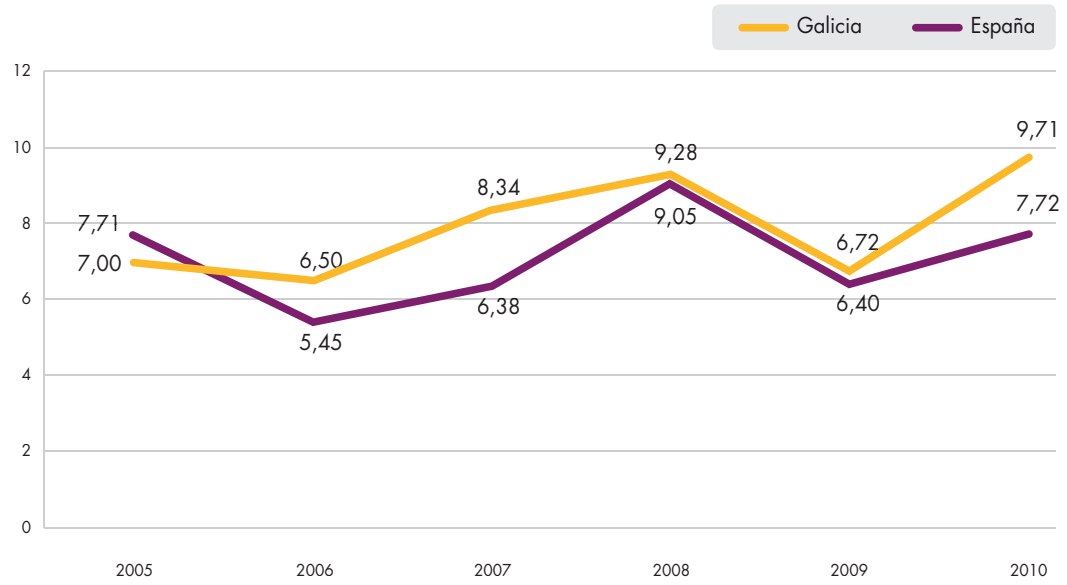


Figura 1.7. Evolución de las iniciativas consolidadas (%, 2005-2010)



1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras, contexto nacional y evolución temporal

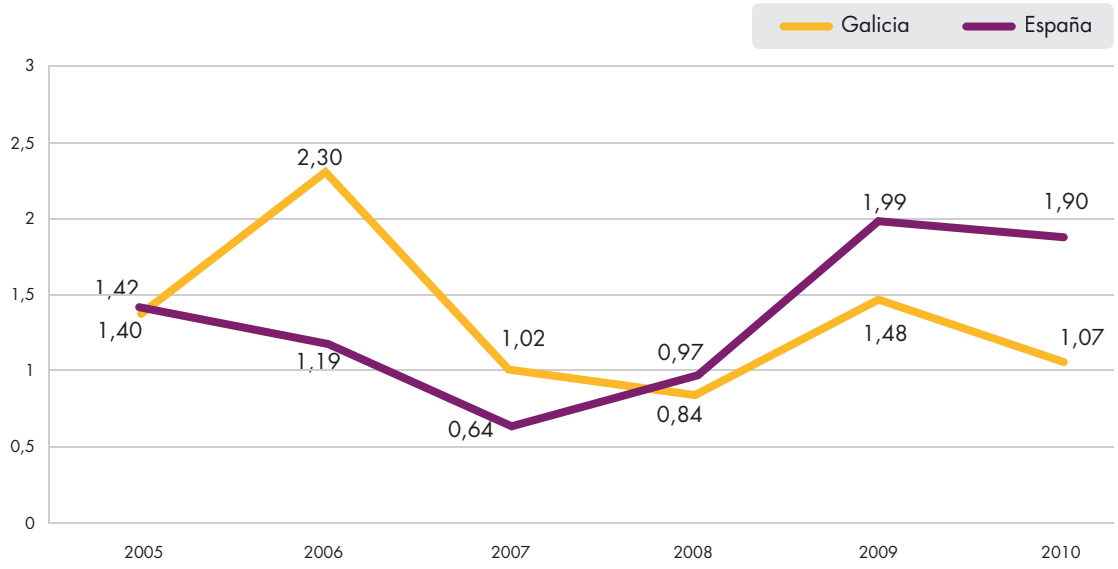
Por su parte, el número de emprendedores que abandonaron su negocio ha disminuido en un 28,27% respecto al informe anterior, con lo que se reduce el porcentaje de abandonos de iniciativas emprendedoras hasta situarse en el 1,07%.

Tabla 1.5. Abandono de negocios o cese de autoempleo (2009-2010)

	2009		2010	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas que han cerrado o cesado	26.035	1,48	18.674	1,07

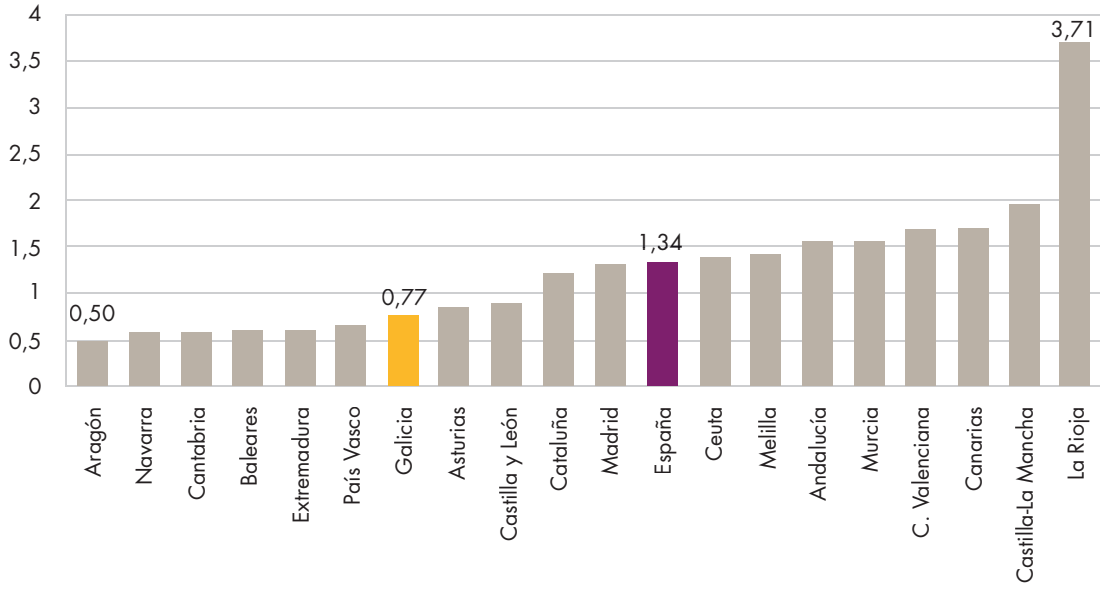
Por tanto, parece recuperarse la tendencia positiva que se había abandonado en Galicia en el periodo 2008-2009. En este sentido, la reducción en la tasa de abandonos ha sido significativamente más importante en Galicia que para la media española.

Figura 1.8. Evolución del abandono de negocios (%, 2005-2010)



Además, el 28,08% de estos abandonos en realidad son traspasos de negocios, por lo que la empresa sigue funcionando, de modo que el cierre efectivo afecta a 13.430 iniciativas. En definitiva, en 2010, la tasa efectiva de cese de actividades en Galicia se sitúa en el 0,77%, prácticamente la mitad de la mostrada para España (1,34%), siendo la séptima comunidad con la tasa más baja de cierre de negocios.

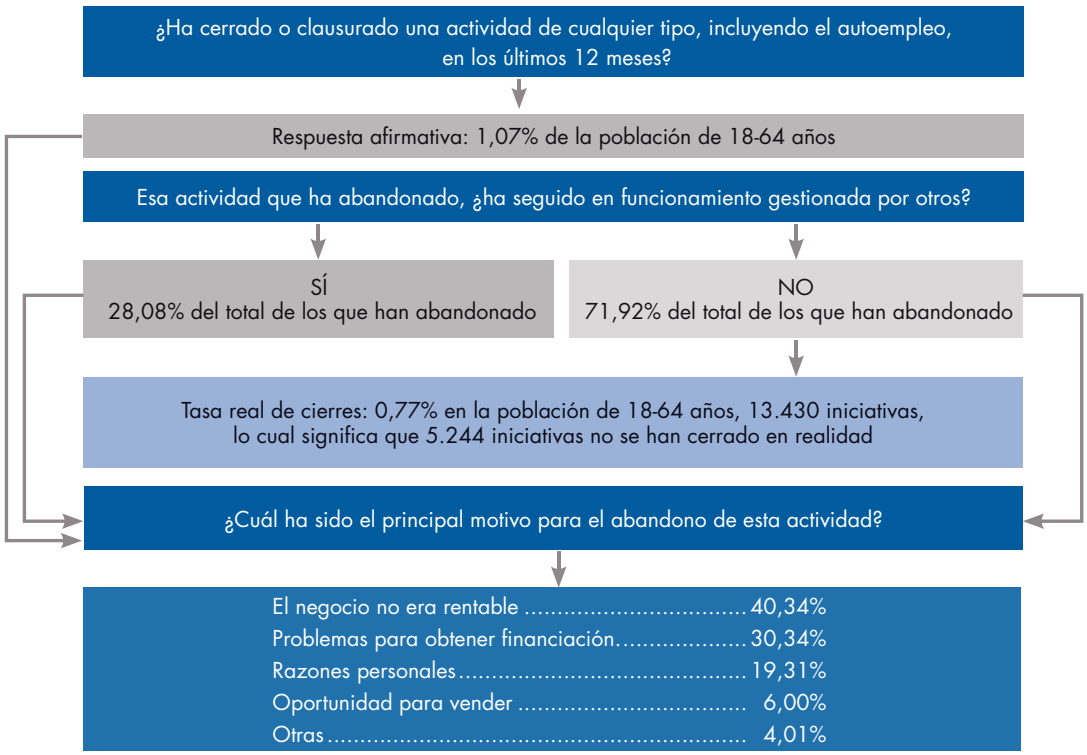
Figura 1.9. Cese efectivo de actividades en el contexto de España (%, 2010)



1.3.3. Motivación del abandono

Tal y como se ha indicado, no toda actividad abandonada se pierde, pues puede proseguir en manos diferentes a las de los anteriores propietarios.

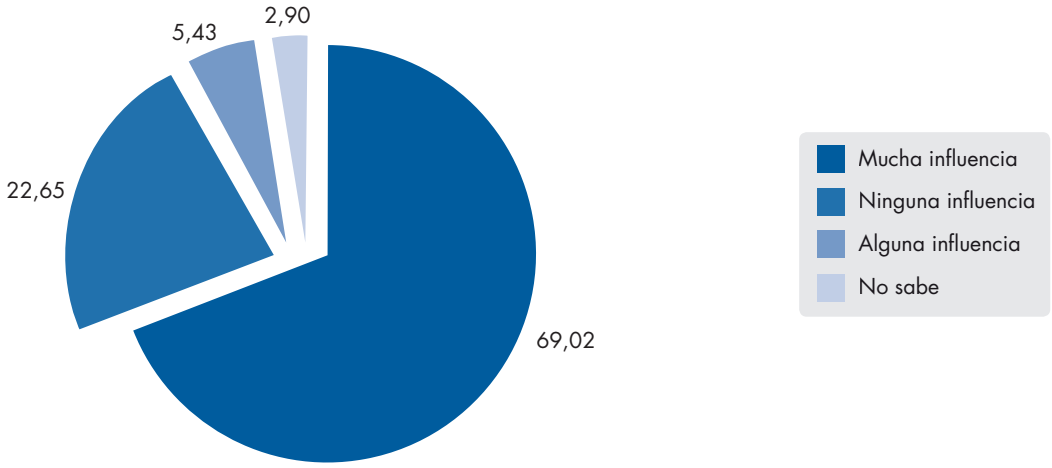
Figura 1.10. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (%, 2010)



Un año más, la razón principal de los emprendedores para justificar el abandono de sus negocios es su escasa rentabilidad (40,34%). En segundo lugar, los problemas para obtener financiación (30,34%). Finalmente, aparecen como motivos de abandono: razones personales (19,31%), la existencia de una oportunidad para vender (6%) y otros (4,01%). No obstante, el abandono por el aprovechamiento de otra oportunidad de trabajo/negocio, razón que ocupaba la segunda posición en 2009, no ha sido argumentado en esta edición por ninguno de los emprendedores, lo que resulta bastante indicativo de la situación que está atravesando el mercado laboral.

Al preguntar a los emprendedores sobre la influencia de la crisis económica en el abandono de su actividad empresarial, para el 69,02% la crisis ha tenido una influencia muy importante. Esta valoración es superior a la que concedían en la anterior edición, donde el 52,09% de los emprendedores le había otorgado una importancia similar.

Figura 1.11. Influencia de la crisis en el abandono de una actividad (%, 2010)



1.4. Potencial emprendedor, contexto nacional y evolución temporal

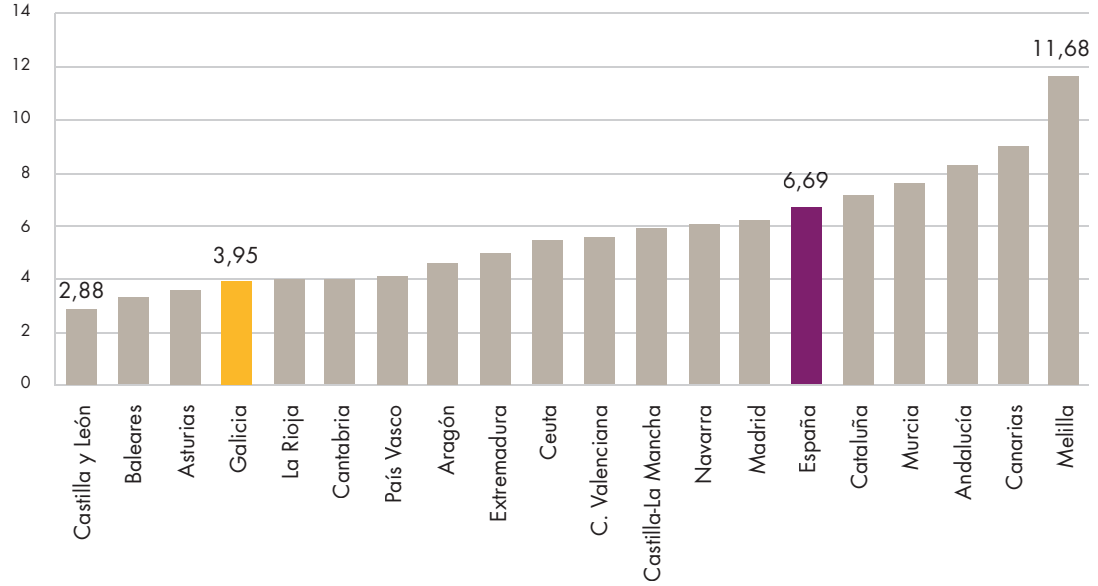
El número de personas que manifiestan interés por crear una empresa antes de los próximos tres años se incrementa en un 6,18% respecto al informe anterior, pasando del 3,72% al 3,95%.

Tabla 1.6. Emprendedores potenciales (2009-2010)

	2009		2010	
	Nº	%	Nº	%
Emprendedores potenciales	65.359	3,72	69.007	3,95

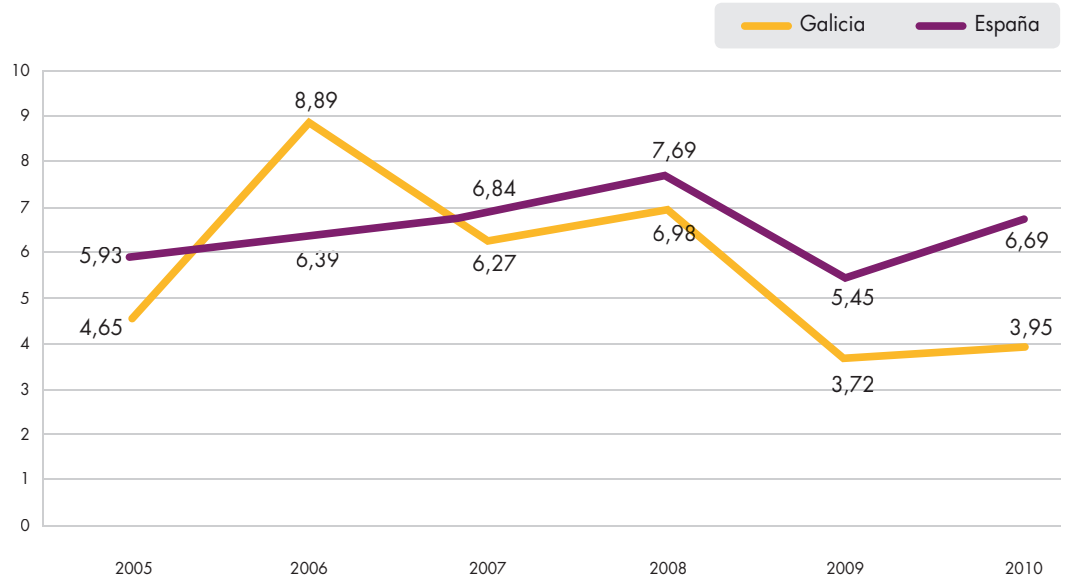
En el contexto de España, en general, la intención emprendedora de la población se incrementa en todas las comunidades, superando en parte el pesimismo presente en la edición anterior. Aun así, Galicia es la cuarta comunidad con menor espíritu emprendedor, solo por delante de Castilla y León, Baleares y Asturias.

Figura 1.12. Emprendedores potenciales en el contexto de España (%, 2010)



De este modo, tras alcanzar su valor más bajo en 2009, se va recuperando el potencial emprendedor en Galicia. Sin embargo, esta recuperación ha sido bastante inferior a la experimentada en el conjunto de España.

Figura 1.13. Evolución de los emprendedores potenciales (%, 2005-2010)

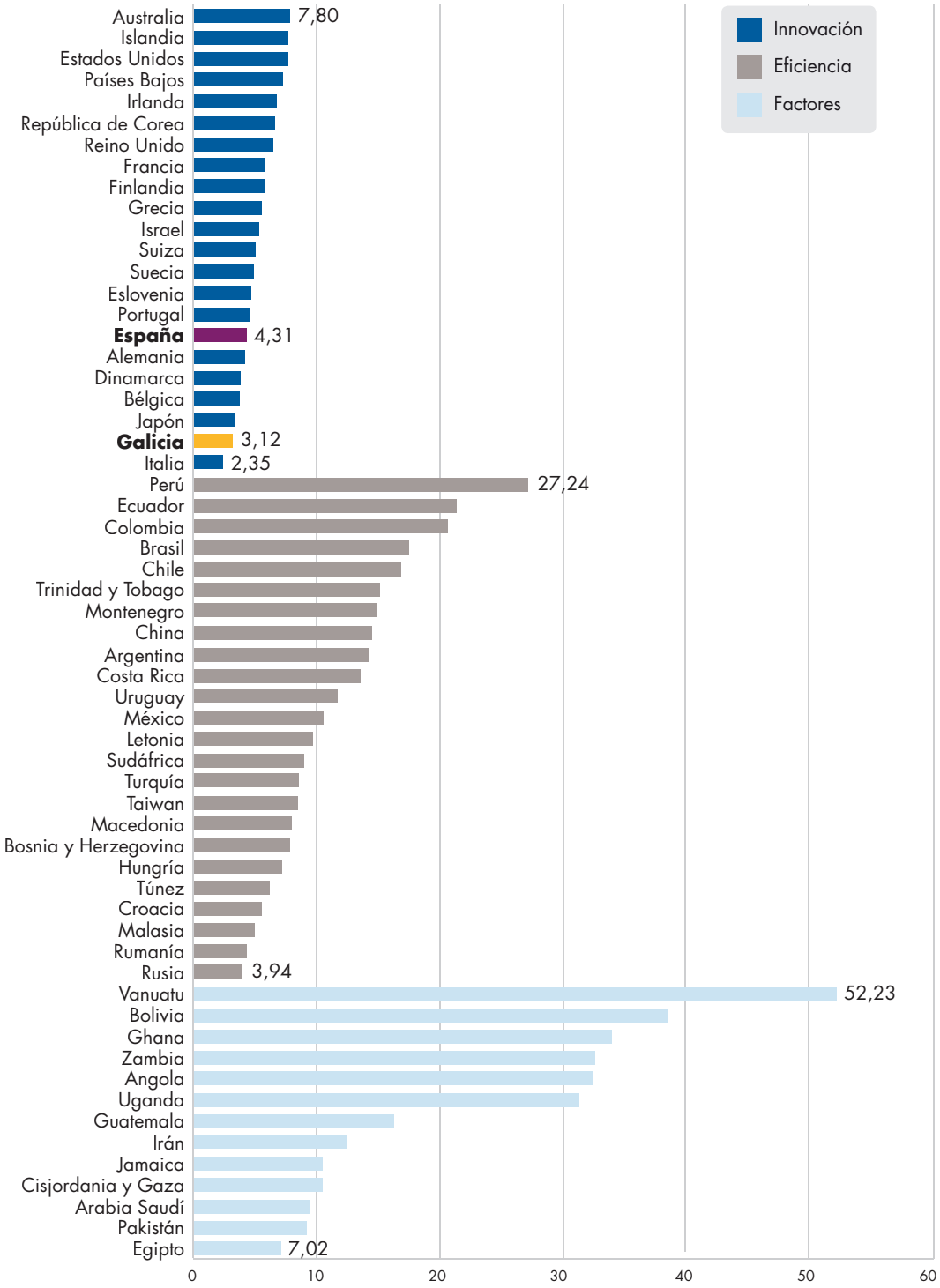


1.5. Contexto internacional de los resultados

Las comparativas a nivel internacional que se hacen en la edición 2010 toman como referencia la clasificación de países adoptada por GEM sobre la base del índice de competitividad que publica el Foro Económico Mundial. Ello es así pues, tal y como se aprecia en las siguientes figuras, los países con las mayores tasas de emprendimiento suelen ser los menos desarrollados, consecuencia del enorme peso del emprendimiento por necesidad.

Tomando como referencia dicha clasificación, España se incluye entre las economías que se impulsan gracias a la innovación, al igual que los países más desarrollados de la Unión Europea. Si se traslada el valor alcanzado en Galicia a las comparativas por naciones, se puede ver su posición relativa, que desciende notablemente en el contexto de los países que participan en la edición GEM 2010.

Figura 1.14. TEA de los países participantes en el Proyecto GEM agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (%, 2010)[4]

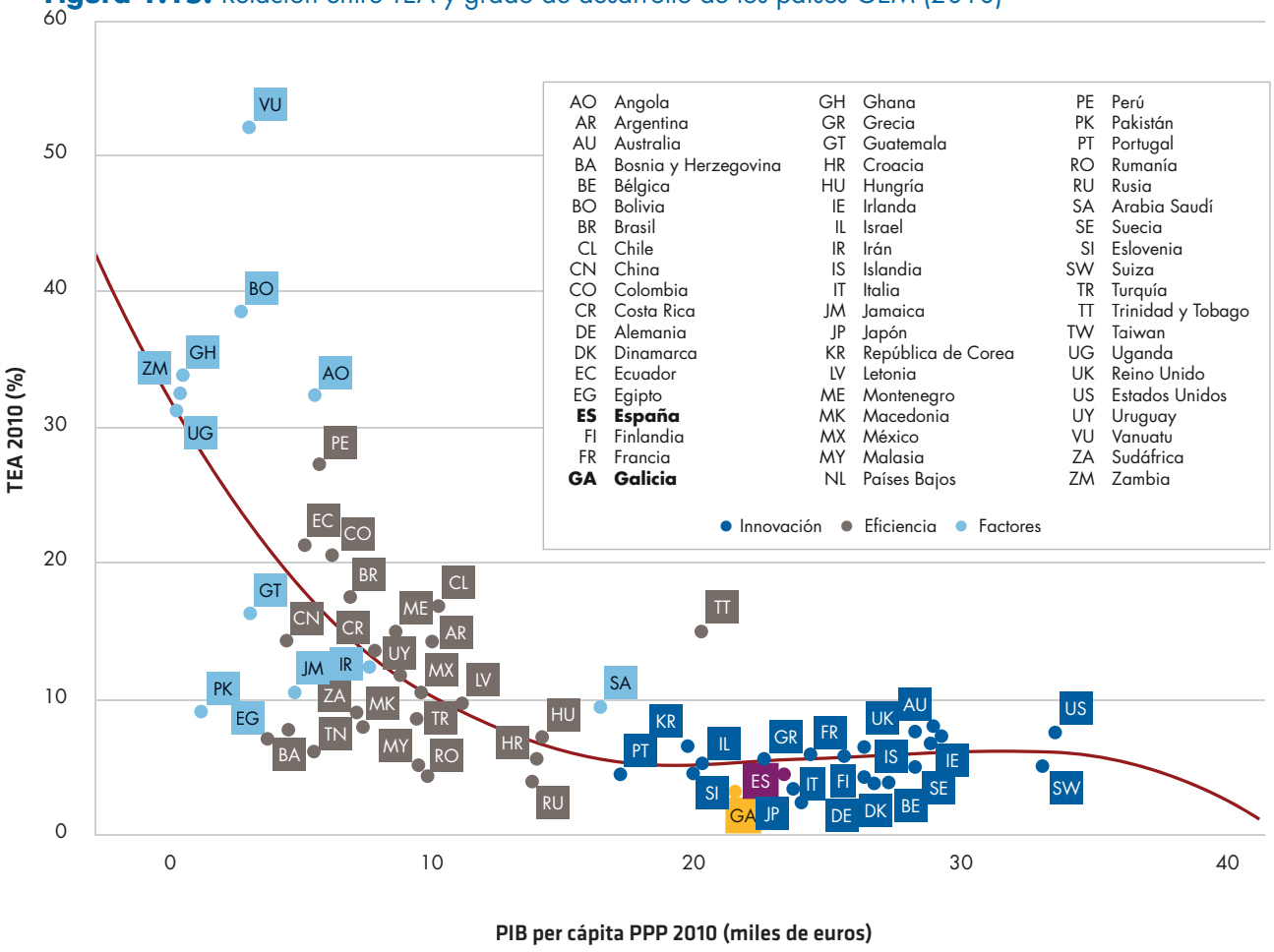


[4] Dato de Noruega no disponible

La figura siguiente muestra la posición de los países GEM 2010 al establecer la relación entre tasa de emprendimiento y PIB per cápita. El modelo que establece esta relación es una función no lineal de tipo cúbico[5].

Los países que siguen una misma orientación para mejorar su productividad y competitividad se sitúan en una posición similar respecto a la curva. La relación se ha mantenido de un modo consistente y estadísticamente significativo a lo largo de las diversas ediciones del Informe GEM, demostrando la influencia del nivel de desarrollo económico de los países en su nivel de actividad emprendedora. En la edición actual, alcanza un nivel de explicación más que aceptable (53,6%), que supera el valor alcanzado de la edición anterior.

Figura 1.15. Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países GEM (2010)[6]



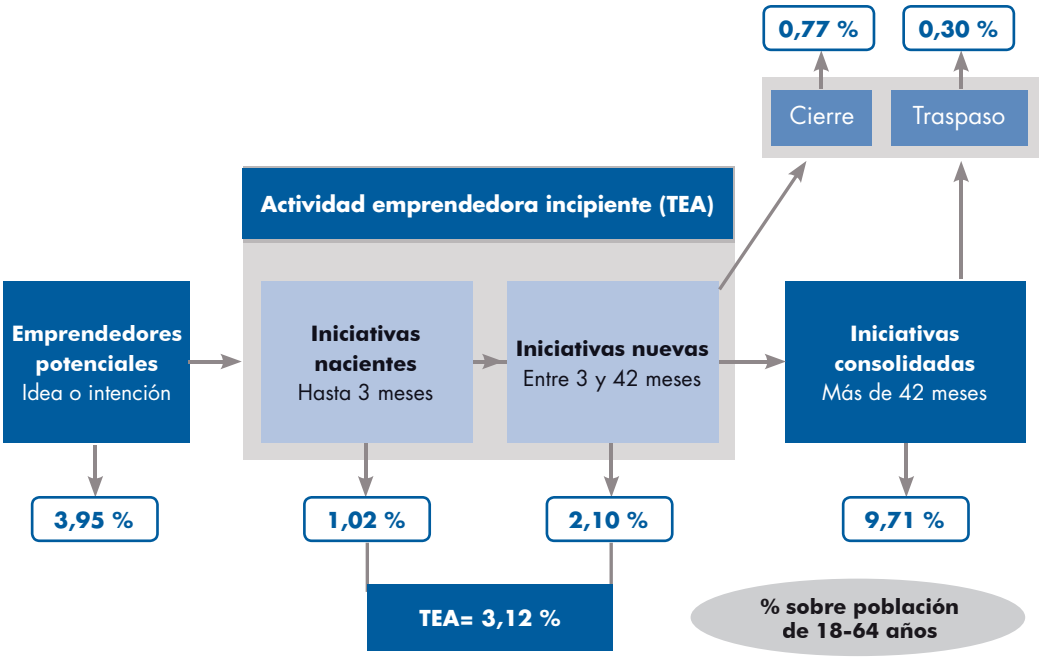
[5] El modelo matemático que subyace del tipo cúbico: (TEA) = b0 + b1 * (PIB per capita) + b2 * (PIB per cápita)^2 + b3 * (PIB per cápita)^3. El PIB per cápita corresponde al año 2009 (precios corrientes en miles de euros); información obtenida para los países integrantes del Proyecto GEM a partir de *World Economic Outlook Data Base* (Fondo Monetario Internacional), salvo el dato para Galicia, en cuyo caso se ha tomado la proporción sobre el dato nacional a partir del dato total anual del PIB publicado para el cuarto trimestre del 2009, a partir de las estadísticas de Contabilidad Nacional Trimestral y Contabilidad Regional del INE.

[6] Datos no disponibles para Cisjordania y Gaza, Noruega ni Taiwan.

1.6. Desglose del índice de actividad emprendedora Galicia 2010

La siguiente figura sintetiza de un modo gráfico los principales resultados de este capítulo:

Figura 1.16. Síntesis del índice de actividad emprendedora (%, 2010)



Perfil Socioeconómico del Emprendedor 2

2.1. Introducción

A lo largo de este capítulo se describe el perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia. Así, se utiliza como referencia para el análisis un conjunto de variables que permiten configurar dicho perfil, con el objetivo de constituir un marco de actuación útil para el diseño de políticas focalizadas en la mejora de las condiciones personales y ambientales a las que se enfrenta el emprendedor.

De forma similar a ediciones precedentes, el perfil predominante del emprendedor en Galicia coincide con el de un hombre que ronda los 41 años, reside en un entorno urbano, es empleado activo y posee formación universitaria, si bien, a diferencia de años anteriores, el espíritu emprendedor ha aumentado notablemente entre aquellos que poseen formación profesional. Además, en torno a uno de cada tres emprendedores, dispone de la formación específica para emprender.

Respecto al nivel de renta, destaca nuevamente el alto porcentaje de abstención en la identificación de esta variable para todos los emprendedores, lo cual conlleva una difícil comparación con años precedentes. No obstante, como en el informe anterior, más de la mitad de los emprendedores que abandonaron su proyecto de negocio declararon rentas medias o bajas, lo cual ha podido incidir precisamente en su fracaso.

Por su parte, la participación del inversor informal como protagonista del proceso emprendedor, al apostar financieramente por nuevas iniciativas, se ha reducido ligeramente en Galicia respecto al año 2009, incidiendo ello negativamente en la posición relativa de la comunidad autónoma en el contexto de España.

2.2. Sexo

El porcentaje de hombres es mayoritario en todas las etapas del proceso emprendedor, si bien en esta edición el número de mujeres se ha incrementado en muchas de ellas. Concretamente, la proporción de hombres solo ha aumentado entre los emprendedores nacientes y consolidados, mientras que en todas las etapas restantes lo ha sido el porcentaje de mujeres.

Sigue siendo destacable, al igual que en la anterior edición, la gran diferencia entre ambos sexos, puesto que, en varias etapas, el porcentaje de hombres emprendedores casi duplica al de mujeres, y únicamente presentan valores próximos de emprendimiento en los casos de las iniciativas consolidadas (55,21% de hombres y 44,79% de mujeres).

Dada la importancia de la variable sexo en la actividad emprendedora, el capítulo 3 profundiza en su análisis, que se completa con los datos del anexo I.

Tabla 2.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Sexo	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Hombre	66,95	65,39	54,53	59,23	70,54	65,68	65,10	63,57	52,49	55,21	71,94	68,87
Mujer	33,05	34,61	45,47	40,77	29,46	34,32	34,90	36,43	47,51	44,79	28,06	31,13

2.3. Edad

La edad media del emprendedor se ha incrementado en prácticamente todas las fases del proceso, a diferencia de la evolución detectada en 2009. De hecho, el mayor aumento se produce entre los emprendedores nacientes (22,93%).

En la única etapa del proceso emprendedor que disminuyó la media de edad es en la de las iniciativas consolidadas (45,96 años en la edición anterior), aunque lo ha hecho muy ligeramente (apenas un año).

Tabla 2.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (2010)

	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Edad media	34,13	37,85	37,36	45,93	36,71	38,02	36,93	40,61	45,96	44,98	39,00	41,74

Entre los datos más destacables, se encuentra la disminución que experimenta el número de emprendedores comprendidos entre los 25 y los 34 años, cuya presencia mengua en todas las etapas del proceso emprendedor con respecto a la edición anterior (únicamente aumenta su presencia ligeramente en el caso de los abandonos en un 8,08%).

En la fase incipiente es reseñable el aumento que experimenta el tramo comprendido entre los 55 y los 64 años, ya que tanto en el caso de los emprendedores nacientes (18,24%) como en el caso de los emprendedores nuevos (5,91%), y por lo tanto en el conjunto de emprendedores incipientes (9,95%), el incremento de su presencia ha sido elevado y significativo.

Los intervalos de edad que predominan en la fase de iniciativas consolidadas son los que comprenden desde los 35 hasta los 54 años.

El anexo II del presente informe incorpora datos complementarios de los resultados obtenidos respecto a esta variable.

Tabla 2.3. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Edad	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
18-24	17,96	12,05	9,47	-	1,99	3,06	4,54	2,06	-	-	8,35	-
25-34	41,33	24,15	33,74	15,71	49,57	39,76	44,19	31,88	17,17	15,85	36,16	39,08
35-44	22,06	35,67	31,23	23,84	28,13	34,67	29,18	31,12	29,00	34,20	24,73	22,10
45-54	13,58	23,38	18,75	42,21	16,79	16,60	17,46	24,99	31,82	30,10	22,52	15,59
55-64	5,07	4,75	6,81	18,24	3,52	5,91	4,63	9,95	22,01	19,85	8,24	23,24

2.4. Nivel de estudios

El nivel de educación que presentan mayoritariamente los emprendedores potenciales es, a diferencia del informe anterior, de estudios de formación profesional (29,46%), siguiéndole muy de cerca los emprendedores que tienen estudios obligatorios (28,14%) y estudios universitarios (24,29%). Un aspecto positivo que señalan los datos es el importante incremento experimentado en la intención de emprender entre aquellos individuos que poseen formación profesional.

Esta circunstancia también se repite en el resto de las etapas, ya que, salvo entre los emprendedores nacientes en todos los casos destaca un aumento del porcentaje de emprendedores con estudios de formación profesional. Por el contrario, ha disminuido el número de iniciativas de quienes alcanzan estudios universitarios, en mayor o menor medida, en todas las categorías.

En el caso de los emprendedores sin estudios (incluyendo aquellos que no terminaron los obligatorios) triplican su presencia en el emprendimiento incipiente, tanto en las iniciativas nacientes como en las nuevas.

Entre los emprendedores consolidados, disminuyen su cuota los emprendedores con estudios intermedios (obligatorios y bachillerato, en un 20,6% y un 37,55% respectivamente), mientras aumenta la proporción de emprendedores sin estudios y con formación profesional con sendos aumentos del 49,9% y del 76,63%. Por su parte, en este apartado, los que poseen estudios universitarios mantienen su presencia respecto al año anterior.

Si se observa el nivel de estudios de los que han abandonado sus iniciativas, puede apreciarse un incremento del 75,65% en el caso de los estudios obligatorios (44,99%) y una fuerte reducción del 61,55% en el caso de emprendedores cuyo nivel de estudios corresponde al bachillerato (8,33%).

Tabla 2.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Nivel de estudios	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Sin estudios	2,06	1,86	5,60	17,61	3,57	10,61	4,26	12,90	10,21	15,31	11,07	8,69
Obligatorios	35,59	28,14	21,46	20,20	28,05	24,64	25,81	23,19	39,29	31,20	25,61	44,99
Bachillerato	16,04	16,25	16,83	16,52	16,09	13,23	16,34	14,31	16,88	10,54	21,66	8,33
FP	20,97	29,46	27,96	25,08	8,05	12,92	14,82	16,90	12,22	21,58	26,40	27,30
Universitarios	25,34	24,29	28,15	20,59	44,24	38,60	38,77	32,70	21,40	21,37	15,26	10,69

2.5. Posesión de formación específica para emprender

Una de las destrezas claves que debe poseer un emprendedor para desarrollar su proyecto con una mayor probabilidad de éxito es la formación vinculada a la creación y gestión empresarial. De hecho, también ha de constituir una de las bases para impulsar la cultura emprendedora en Galicia desde el sistema educativo.

La formación específica está presente sobre todo en la fase más embrionaria del proceso emprendedor, esto es, en las iniciativas nacientes (42,05%) y entre los emprendedores potenciales (47,88%).

Asimismo, ha de destacarse que el nivel de formación específica para todo tipo de emprendedores disminuye respecto a los valores obtenidos en el informe anterior. De hecho, en el caso de los emprendedores nuevos sufre una especial caída, dado que estos reducen su formación específica en un 60,9%.

Tabla 2.5. Posesión de formación específica para emprender por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Formación específica	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Sí	73,38	47,88	59,71	42,05	80,02	31,29	73,12	34,82	55,75	32,07	59,04	34,07
No	26,62	52,12	40,29	57,95	19,98	68,71	26,88	65,18	44,25	67,93	40,96	65,93

2.6. Nivel de renta anual

El análisis de la variable renta dentro del proceso emprendedor ha resultado difícil puesto que, al igual que en los informes precedentes, existe un porcentaje significativo de personas que han declinado responder a esta cuestión. Concretamente, casi el 30% de los emprendedores consultados no ha identificado su nivel de renta anual, a excepción de los emprendedores potenciales, donde este porcentaje es algo inferior (21,88%). Por tanto, existe una reducción importante en todos los tramos de renta identificados, lo que imposibilita una comparación adecuada con los resultados obtenidos para 2009.

No obstante, los porcentajes más elevados de renta entre los 10.000 y 30.000 euros se encuentran entre los emprendedores consolidados (42,9%). Asimismo, y al igual que en el informe 2009, destaca que el 54,78% de los emprendedores que han abandonado su negocio se caracterizaba por disponer de un nivel de renta inferior a 20.000 euros. Esta rentabilidad escasa puede interpretarse nuevamente como una causa del abandono.

Tabla 2.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Tramos de renta	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
<10.000 €	12,46	10,84	12,32	7,12	6,35	14,22	8,38	11,90	10,39	8,47	22,03	32,13
10.000-20.000 €	13,37	23,16	17,56	15,84	9,91	16,84	12,51	16,51	17,52	24,15	28,47	22,65
20.001-30.000 €	11,52	17,88	36,66	16,52	9,91	17,12	19,00	16,92	11,07	18,74	6,49	9,33
30.001-40.000 €	3,34	17,18	2,90	17,62	5,06	9,54	4,33	12,19	4,43	11,27	4,17	-
40.001-60.000 €	6,73	8,27	5,61	10,80	3,37	10,07	4,13	10,31	5,38	4,47	3,60	2,90
60.001-100.000 €	9,41	0,79	-	-	6,65	4,57	4,39	3,07	4,05	2,08	5,15	-
>100.000 €	4,65	-	6,01	-	1,16	-	2,82	-	1,33	0,96	-	-
NS / NC	38,52	21,88	18,94	32,10	57,59	27,64	44,44	29,10	45,83	29,86	30,09	32,99

2.7. Implantación en entorno rural o urbano

El entorno urbano constituye el área de establecimiento preferente del emprendedor en Galicia. De hecho, se observa un incremento generalizado respecto al informe anterior en todas las fases del proceso, alcanzando un porcentaje de implantación en torno al 80%. Además, se aprecia una disminución de los abandonos de iniciativas en este ámbito.

Respecto al entorno rural, dos son los hechos más relevantes que lo caracterizan:

- La disminución en un 51,7% de las iniciativas nacientes, pasando de representar un 19,42% a representar un 9,38%.
- El enorme aumento de los abandonos de iniciativas, superior al triple del porcentaje precedente. En la edición anterior, ocurría lo contrario, por lo que se partía de un nivel muy bajo (6,05%) que ha llegado a alcanzar un 21,58%.

Tabla 2.7. Implantación en entorno rural o urbano del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Implantación	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Urbana	81,46	84,25	80,58	90,62	82,86	79,88	82,08	83,40	71,85	73,21	93,95	78,42
Rural	18,54	15,75	19,42	9,38	17,14	20,12	17,92	16,60	28,15	26,79	6,05	21,58

2.8. Situación laboral y dedicación

Aumentan los empleados activos en las fases iniciales del emprendimiento, mientras que su representación ha disminuido ligeramente en la fase consolidada en un 2,11% y ha sufrido una considerable reducción en la fase de abandono de un 26,89%.

Respecto a las personas desempleadas, destaca que ha disminuido su porcentaje en las fases iniciales del emprendimiento y ha aumentado tanto en la fase final, de consolidación, como entre los emprendedores que abandonan la iniciativa, siguiendo una evolución opuesta a la de los emprendedores que están en situación laboral activa.

Tabla 2.8. Situación laboral del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Situación laboral	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Empleo activo	65,38	70,36	58,33	81,32	100,00	100,00	85,83	93,88	98,76	96,68	59,64	43,60
Jubilación	-	0,80	-	-	-	-	-	-	-	0,32	5,77	10,42
Ama de casa	0,92	1,76	2,15	-	-	-	0,73	-	-	0,43	2,31	2,90
Estudiante	7,83	4,86	3,87	-	-	-	1,32	-	-	0,83	4,18	-
En paro / otra	25,87	22,22	35,65	18,68	-	-	12,12	6,12	1,24	1,74	28,10	43,08

Independientemente de la etapa del proceso emprendedor considerada, este conlleva un compromiso importante por parte de la persona que impulsa y/o desarrolla el proyecto, siendo inherente al mismo la necesidad de una dedicación total. En consecuencia, la existencia de una dedicación compartida o parcial es poco habitual en el emprendimiento de Galicia.

De hecho, el porcentaje de emprendedores a tiempo parcial más elevado se sitúa entre aquellos que han abandonado el proyecto (19,1%), puesto que, en cualquier fase del proceso, la presencia de una dedicación total al proyecto es manifiestamente superior. Si se comparan estos datos con los del informe anterior, se observa que en todas y cada una de las etapas ha disminuido el porcentaje de emprendedores empleados a tiempo parcial.

Tabla 2.9. Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Dedicación	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Tiempo completo	85,53	94,06	78,57	90,34	98,89	100,00	94,20	97,26	96,10	99,00	88,36	80,90
Tiempo parcial	14,47	5,94	21,43	9,66	1,11	-	5,80	2,74	3,90	1,00	11,64	19,10

2.9. Origen

Al igual que en informes anteriores, la nacionalidad predominante en Galicia entre los emprendedores es la española. Lo más relevante de esta edición es la disminución de la presencia de emprendedores extranjeros en las iniciativas nuevas e incipientes, mientras que en el resto de fases del proceso la presencia de extranjeros se mantiene o incluso aumenta.

Tabla 2.10. Origen del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

Origen	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Español	90,20	85,48	84,45	84,57	90,32	94,10	88,32	90,97	98,06	97,69	89,20	100,00
Extranjero	9,80	14,52	15,55	15,43	9,68	5,90	11,68	9,03	1,94	2,31	10,80	-

2.10. Tamaño del hogar (hábitat)

El hogar de los emprendedores ha reducido ligeramente su tamaño medio en relación con el informe anterior, hasta situarse en torno a las tres personas. Considerando las diferentes fases del proceso, destaca que el mayor tamaño del hogar se sitúa en los emprendedores consolidados (3,58), mientras que el menor aparece en aquellos que han dejado su proyecto emprendedor (2,92).

Tabla 2.11. Tamaño medio del hogar del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (2010)

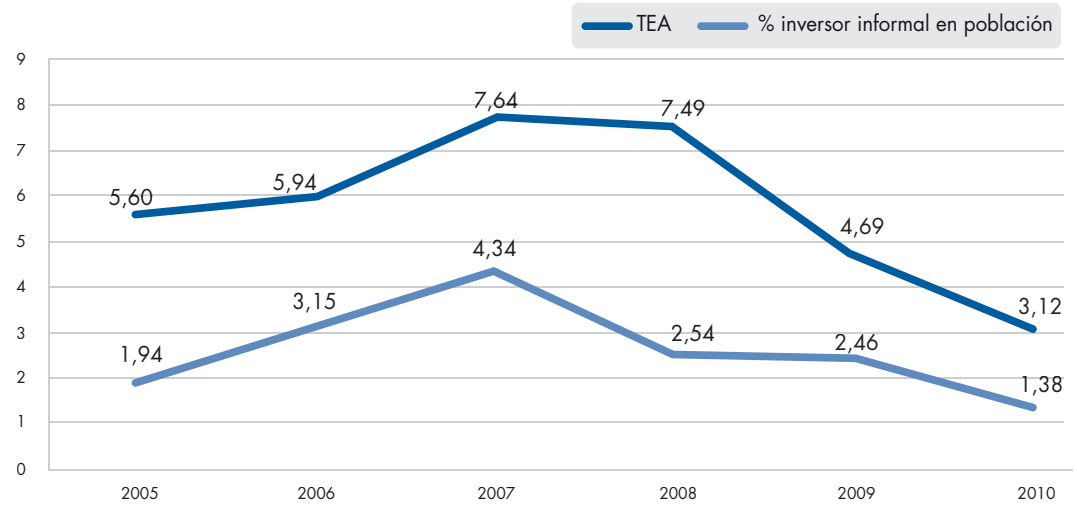
	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		**Emprendedor incipiente**		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Tamaño hogar	3,48	3,13	3,34	3,25	3,45	3,28	3,41	3,27	3,58	3,58	3,49	2,92

2.11. Participación del inversor informal

La financiación es un aspecto clave en la puesta en marcha de cualquier negocio y constituye una de las mayores dificultades de los emprendedores a la hora de iniciar un nuevo proyecto empresarial. El Proyecto GEM analiza la participación de la población en la inversión informal, considerando que toda persona de entre 18 y 64 años que invierte capital propio en un negocio ajeno encaja en esta categoría.

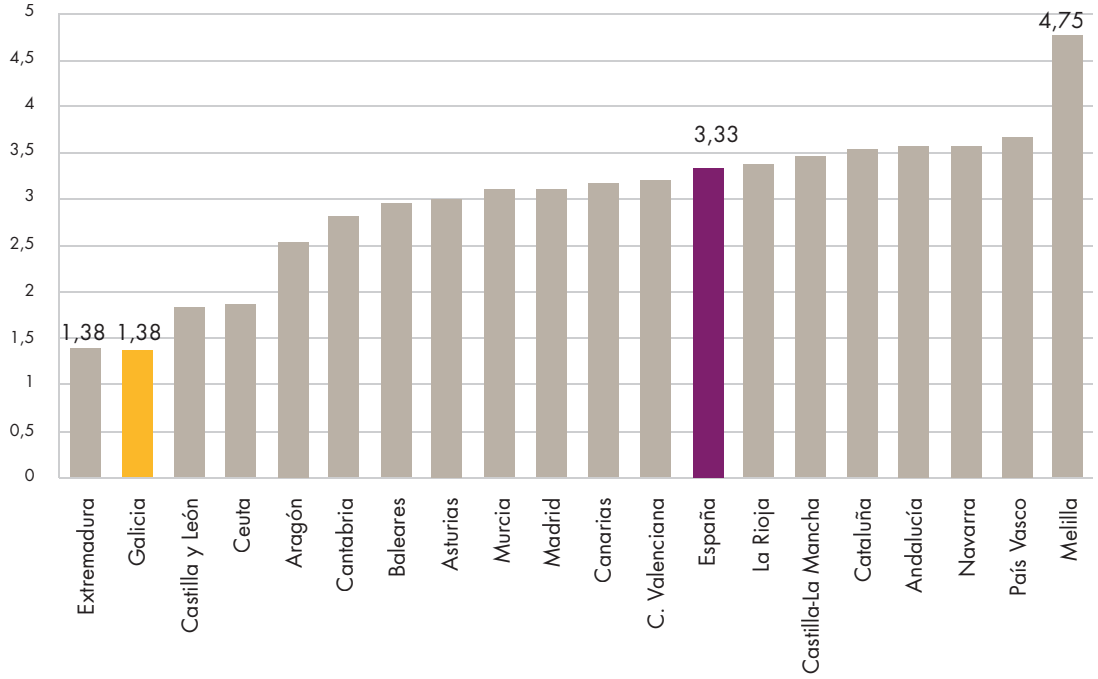
En esta edición, se ha producido un cierto descenso de los inversores informales en Galicia, que han pasado de representar un 2,46% en 2009 a un 1,38% en 2010. Los datos para España muestran un tímido ascenso, alcanzando un 3,33%, frente al 3,03% presentado en el anterior informe.

Figura 2.1. Evolución del TEA y la inversión informal (%, 2005-2010)



El descenso sufrido en la comunidad gallega ha tenido su repercusión en la pérdida de su posición relativa respecto al resto de regiones, pasando de ocupar el décimo lugar en 2009 a situarse en los últimos puestos.

Figura 2.2. El inversor informal en el contexto de España (%, 2010)



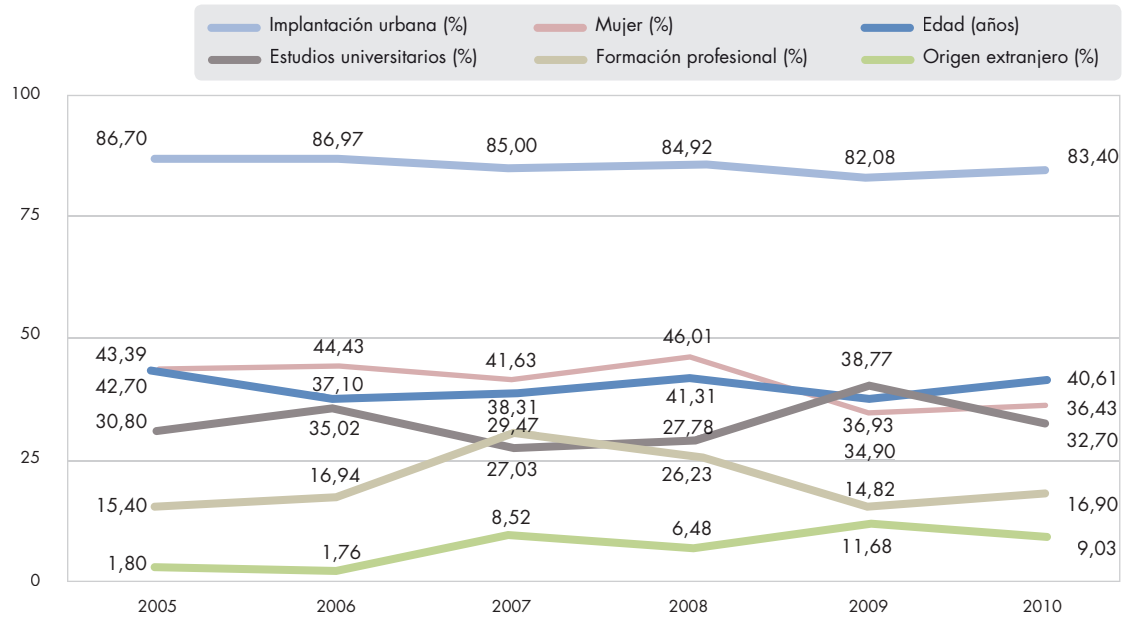
2.12. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal

A continuación, se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia en 2010 y su evolución en las seis ediciones del estudio.

Tabla 2.12. Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia (2010)

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	**Emprendedor incipiente**	Emprendedor consolidado	Emprendedor que ha abandonado
Sexo	H: 65,39% M: 34,61%	H: 59,23% M: 40,77%	H: 65,68% M: 34,32%	H: 63,57% M: 36,43%	H: 55,21% M: 44,79%	H: 68,87% M: 31,13%
Edad	38 años	46 años	38 años	41 años	45 años	42 años
Nivel de estudios mayoritario	Formación Profesional	Formación Profesional	Universitarios	Universitarios	Obligatorios	Obligatorios
Formación específica para emprender	47,88%	42,05%	31,29%	34,82%	32,07%	34,07%
Nivel de renta media	10.000-20.000 €	30.001-40.000 €	20.001-30.000 €	20.001-30.000 €	10.000-20.000 €	<10.000 €
Implantación zona rural/urbana	U: 84,25% R: 15,75%	U: 90,62% R: 9,38%	U: 79,88% R: 20,12%	U: 83,40% R: 16,60%	U: 73,21% R: 26,79%	U:78,42% R: 21,58%
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa
Dedicación completa	94,06%	90,34%	100%	97,26%	99,00%	80,90%
Origen español	85,48%	84,57%	94,10%	90,97%	97,69%	100%
Tamaño del hogar	3,13	3,25	3,28	3,27	3,58	2,92

Figura 2.3. Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2010)



3 Características de las Actividades Resultantes del Proceso Emprendedor

3.1. Introducción

En este capítulo se analizan las características de las iniciativas resultantes del proceso de emprendedor, en cuanto a su sector de actividad, dimensión en términos de empleo, grado de innovación y uso de nuevas tecnologías, nivel de competencia y previsión de expansión e internacionalización.

Como en ediciones anteriores, continúan siendo mayoritarias las iniciativas de servicios orientados al consumo promovidas por propietarios individuales. La escasa innovación en su oferta y la percepción de mucha competencia en su entorno son otras de las conclusiones del informe. Como aspecto positivo, se constata un aumento de los emprendedores que ven en la internacionalización una perspectiva de futuro.

A continuación, se desglosan los principales resultados, comparándolos con los de la edición precedente y los obtenidos para el conjunto de España.

3.2. Sector general de actividad

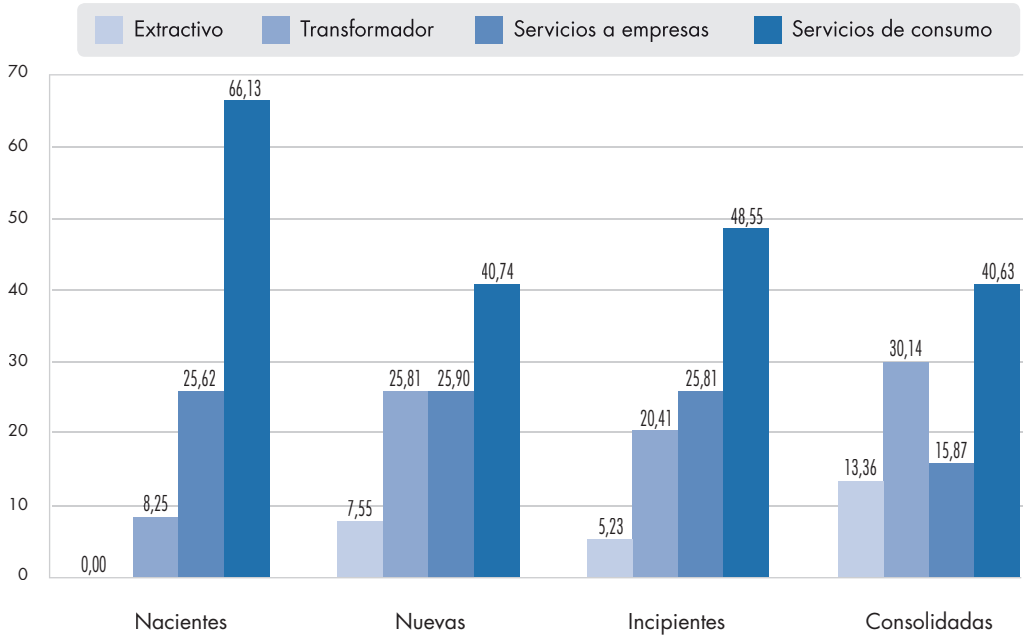
Los servicios orientados al consumo continúan siendo el sector mayoritario. Sin embargo, la importancia de su peso ha descendido en todas las fases del proceso emprendedor respecto a la edición precedente, excepto en las iniciativas nacientes, donde ha pasado de representar un 56,27% a un 66,13%.

Contrariamente, el sector de los servicios dirigidos a las empresas ha crecido en todas las fases. En términos relativos, el crecimiento mínimo se ha producido en las iniciativas consolidadas (de un 11,41% a un 15,87%) y el crecimiento máximo lo han experimentado las iniciativas nacientes (de un 5,47% a un 25,62%).

El sector transformador ha reducido su presencia en la actividad incipiente, de forma especialmente destacada en las iniciativas nacientes (ha descendido de un 28,70% a un 8,25%). Por el contrario, ha aumentado su presencia en las iniciativas consolidadas, que pasan de representar un 18,12% a significar un 30,14%.

Finalmente, el sector extractivo ha perdido peso en todas las fases de la actividad emprendedora.

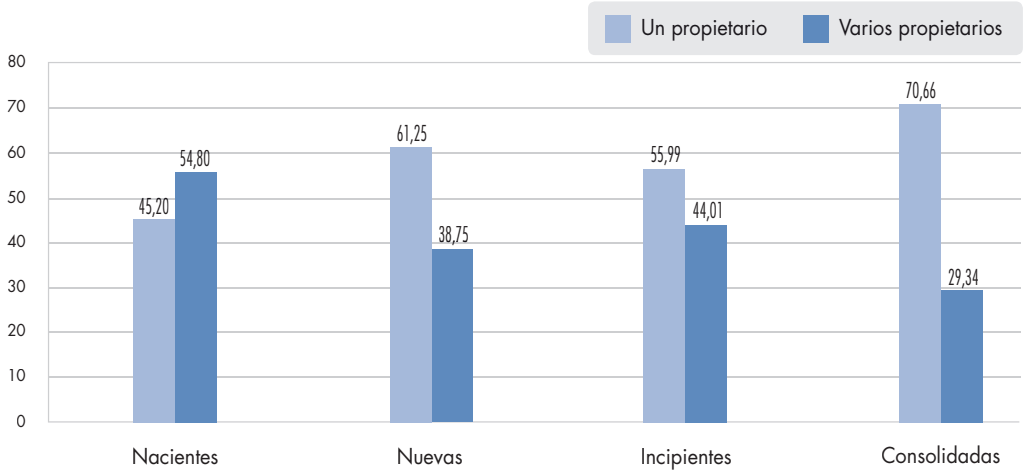
Figura 3.1. Sector general de la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



3.3. Dimensión en función del número de propietarios y de trabajadores

Una de las notas características de los emprendedores en Galicia continúa siendo la creación de empresas por un solo individuo. Así, con respecto a la edición 2009, la presencia del propietario individual aumentó en todas las fases de la actividad emprendedora excepto en las iniciativas nacientes, donde disminuye ligeramente, de un 47,85% a un 45,2%. El incremento es especialmente elevado en el caso de las iniciativas consolidadas, ya que partía de un 58,21% y se sitúa en un 70,66%.

Figura 3.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



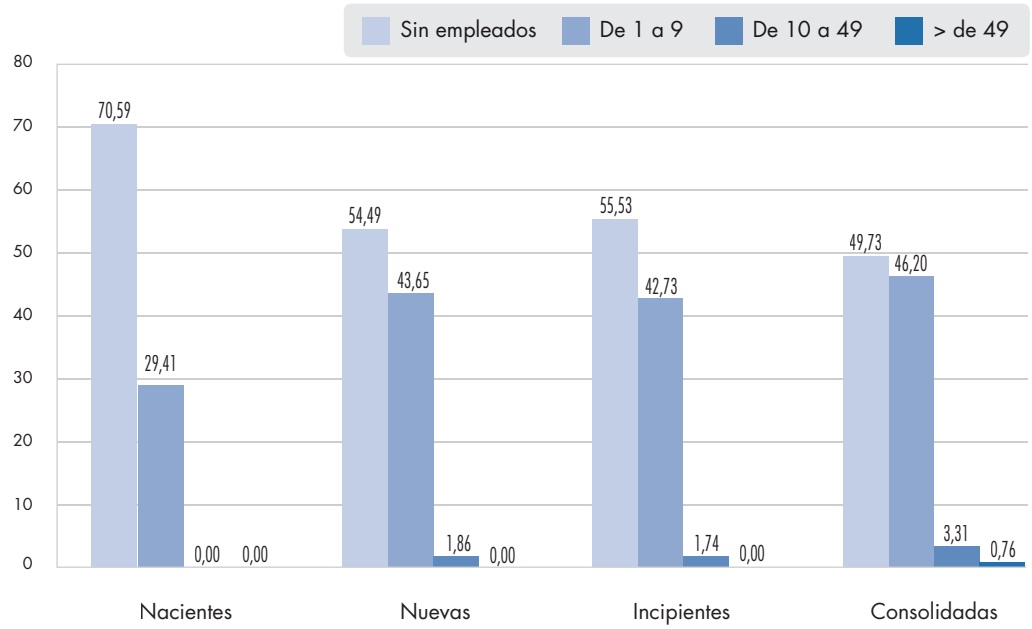
El número medio de propietarios decrece en todas las fases, lo que sitúa a Galicia en valores muy similares a los presentados por España. Asimismo, se mantiene la tendencia de los años previos, ya que el número de propietarios en el caso de las iniciativas nacientes (aproximadamente dos) es superior al presentado en el resto de las fases.

Tabla 3.1. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (2009-2010)

Fase del proceso emprendedor	Galicia				España			
	Media		Desviación típica		Media		Desviación típica	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Naciente	2,00	1,98	1,51	1,34	1,85	1,84	1,29	1,43
Nueva	1,63	1,54	0,96	0,81	1,58	1,48	1,11	0,98
Incipiente	1,76	1,69	1,17	1,02	1,70	1,66	1,18	1,24
Consolidada	1,72	1,51	1,31	0,97	1,71	2,11	1,49	20,93

En cuanto a la dimensión de las iniciativas en términos de empleo, la siguiente figura recoge los principales resultados. Estos constatan un aumento de las iniciativas que no cuentan con empleados, en todas las fases del proceso. Se trata, por lo tanto, en muchas ocasiones, de iniciativas de autoempleo, que ejercen una labor muy importante en el mercado, pero que no son generadas con vocación de crecimiento y expansión del empleo. Sobresale el aumento producido en el caso de las iniciativas nacientes, donde el autoempleo ha pasado de representar un 54,3% a representar un 70,59%.

Figura 3.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

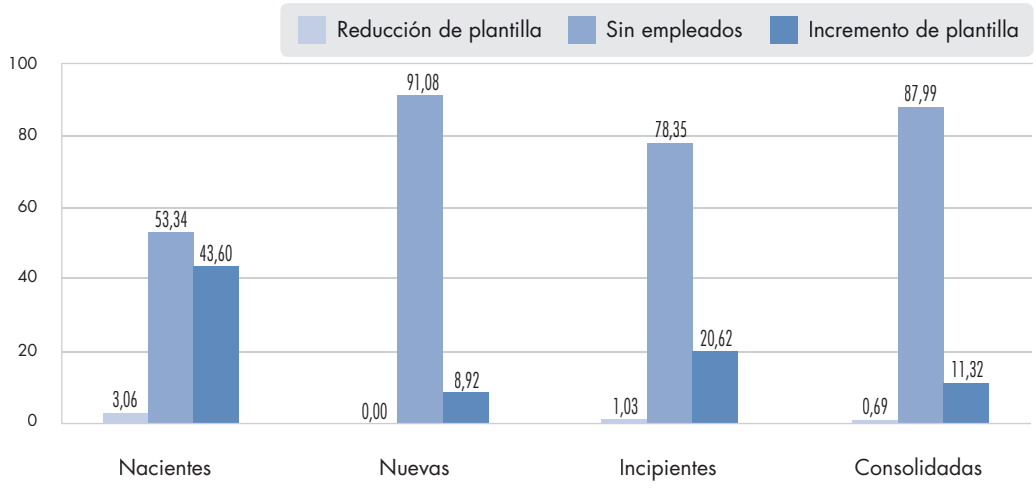


En todas las etapas del proceso emprendedor, las iniciativas que no tienen previsto generar empleo en el próximo año suponen aproximadamente el 50% (caso de las empresas consolidadas, con un 49,73%) o superan ampliamente ese porcentaje. Estos porcentajes son similares a los de la edición anterior del informe GEM Galicia.

Por otra parte, es preciso puntualizar que las iniciativas analizadas en este punto son representativas de las microempresas (menos de 10 empleados), pero no de los demás estratos, por no disponer de muestra suficiente, por lo que los resultados indican el comportamiento de este tipo de empresas, no generalizable a lo que pueda estar sucediendo en las medianas o las grandes empresas.

Una vez contextualizadas las iniciativas (microempresas), cabe señalar que el proceso de generación de empleo se ha visto frenado especialmente en las iniciativas incipientes, aumentando el porcentaje de iniciativas que solo proporcionan empleo a su propietario (pasando de un 40,79% a un 55,53%). Incluso en las iniciativas consolidadas, donde a priori la estabilidad laboral sería mayor, el porcentaje que solo genera empleo para su propietario ha aumentado de un 43,66% en el informe anterior a un 49,73% en el informe actual. De este modo, las iniciativas consolidadas que no cuentan con empleados representan un 49,73% y las que tienen menos de 10 empleados representan un 95,93%

Figura 3.4. Previsión de la evolución en cuanto a empleo para los próximos 5 años en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)

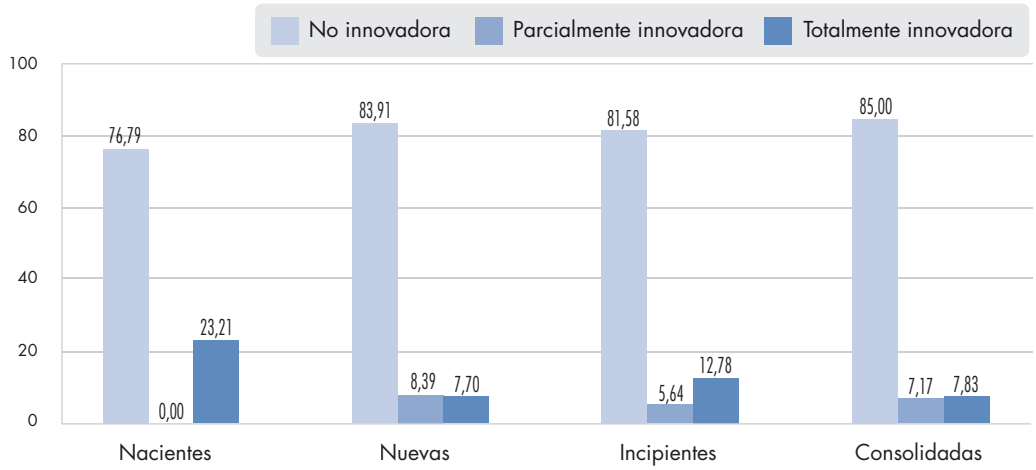


En definitiva, el porcentaje de iniciativas que tiene previsto crear algún empleo en los próximos 5 años se sitúa en 2010 en el 1,69%, frente al 2,30% de la edición anterior. Aunque se trata de un descenso generalizado en España, que ha pasado del 3,82% en 2009 al 2,82% en la presente edición, el escaso potencial de generación de empleo manifestado por las iniciativas de Galicia la sitúa en el penúltimo puesto con respecto al resto de regiones, solo por delante del País Vasco y muy alejada de la media.

3.4. Grado de innovación y uso de nuevas tecnologías

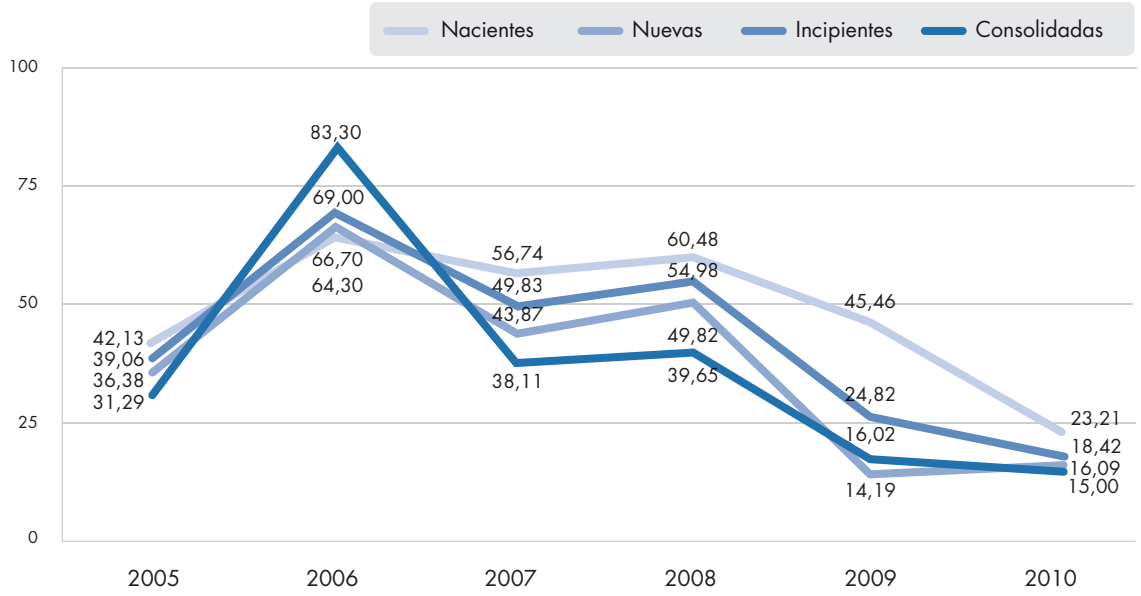
En términos generales, la falta de innovación caracterizaría al 80% de las iniciativas, con independencia de la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren, mientras que el componente innovador estaría presente en un 20%.

Figura 3.5. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



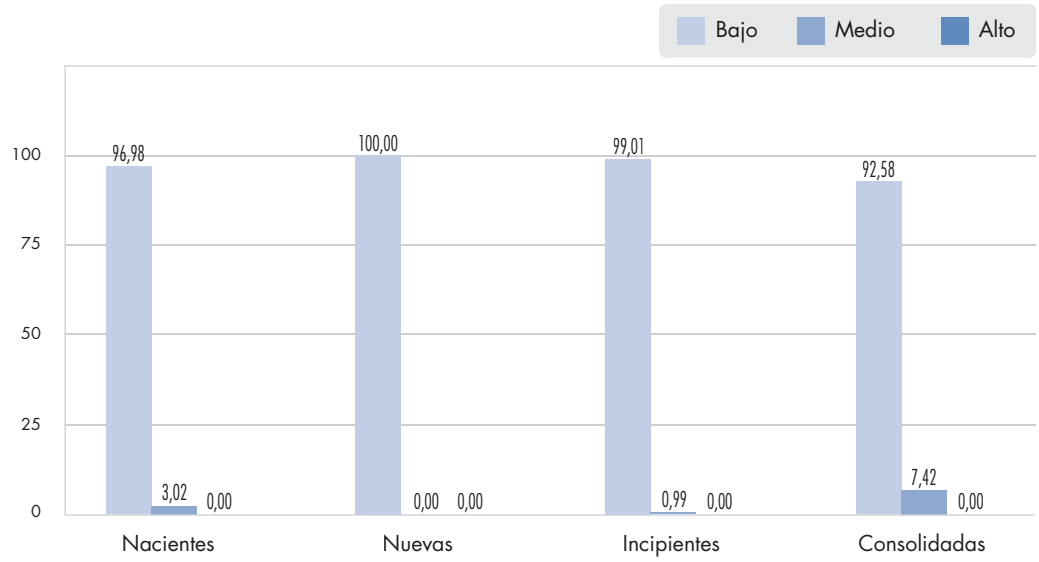
Así, el porcentaje de iniciativas nacientes que reconocen cierto grado de innovación en los productos o servicios que comercializan se ha reducido prácticamente a la mitad con respecto a la edición anterior, pasando de un 45,46% a un 23,21%. Por su parte, en el resto de fases del proceso emprendedor se puede hablar de un estancamiento en este aspecto.

Figura 3.6. Evolución de las Iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente) según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010)



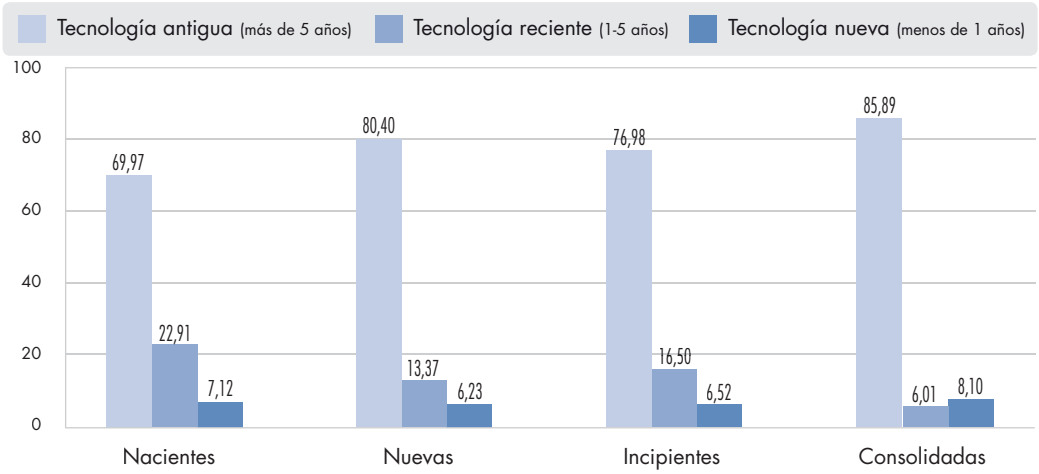
Como resultado, los proyectos emprendedores de Galicia tienen una presencia escasa o nula en sectores tecnológicos. Excluyendo las iniciativas consolidadas, más del 95% de los proyectos se caracteriza por pertenecer a sectores con un nivel tecnológico bajo, y ninguna de las iniciativas analizadas se ha posicionado en un sector con un nivel tecnológico elevado.

Figura 3.7. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



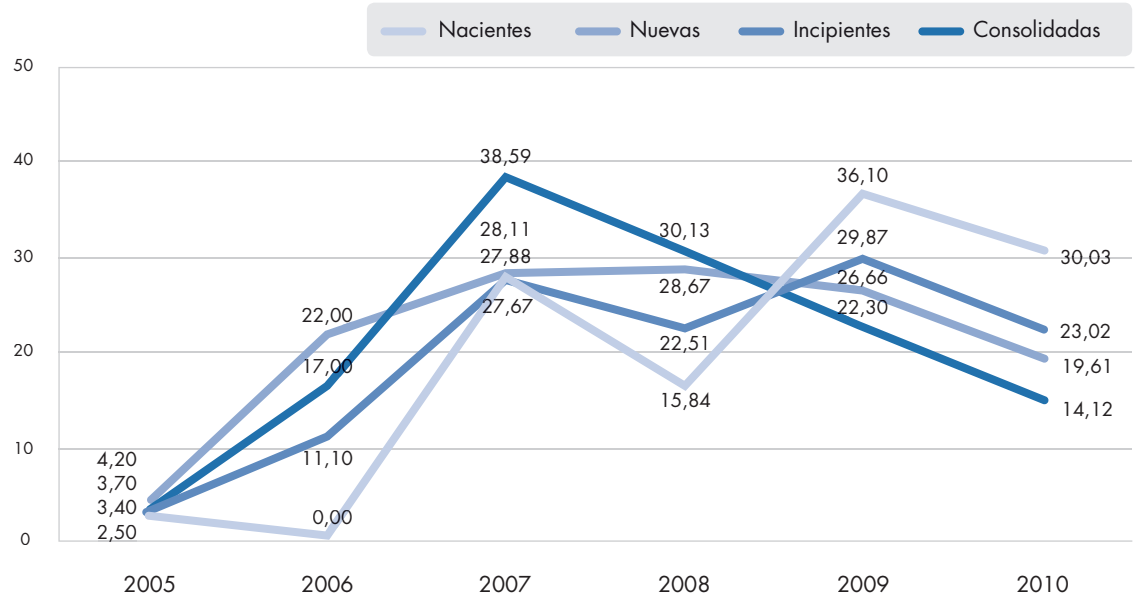
Finalmente, otra característica que revela la falta de innovación de los proyectos emprendedores puestos en marcha en Galicia es la que hace referencia a la tecnología utilizada en sus procesos productivos y comerciales. Una vez más, la característica común es el uso cada vez menor de tecnologías nuevas o recientes. Este aspecto va en detrimento de la productividad de las iniciativas emprendedoras de Galicia y afecta negativamente a su competitividad.

Figura 3.8. Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



En la siguiente figura se observa cómo para todas las etapas del proceso emprendedor se ha reducido el uso de tecnologías nuevas o recientes. Dicho descenso, si bien en el caso de la etapa incipiente es nuevo respecto al informe anterior, viene sucediendo en los tres últimos informes para las iniciativas consolidadas.

Figura 3.9. Evolución de las iniciativas emprendedoras con uso de tecnologías nuevas o recientes (menos de 5 años) según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010)

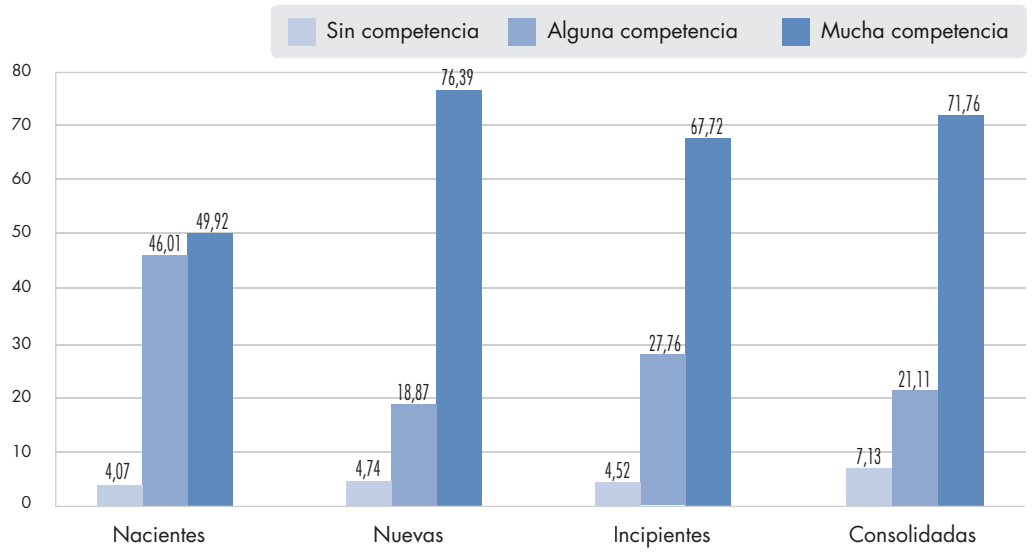


3.5. Nivel de competencia en el mercado y previsión de expansión e internacionalización

La percepción de numerosos competidores por parte de los emprendedores se ha incrementado, con independencia de la etapa del proceso emprendedor analizada. Ello es la consecuencia lógica de las características de las iniciativas emprendedoras que han sido puestas de manifiesto en este capítulo. En particular, en la medida en que una gran parte de los procesos emprendedores se ubican en el sector de servicios al consumo y muestran un escaso carácter innovador que las posicione frente a otras alternativas, es de suponer que, en la mayoría de los casos, actuarán en mercados donde existan escasas barreras de entrada a nuevos competidores.

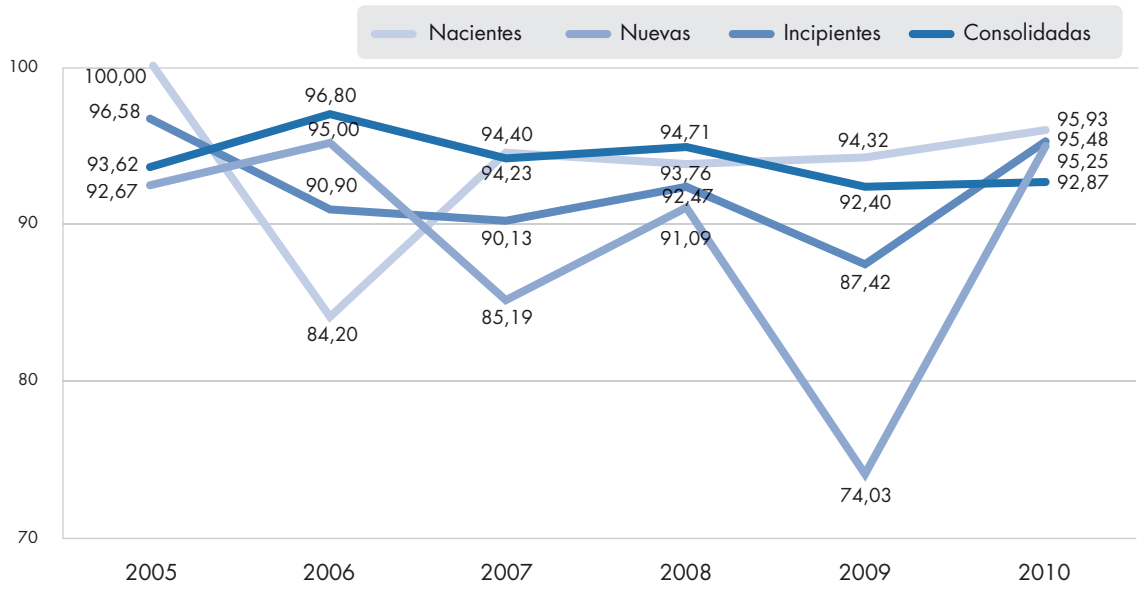
Por otra parte, las diferencias en la percepción del nivel de competencia entre las iniciativas nacientes y las nuevas (un 49,92% de aquellas opina que compiten en mercados con mucha competencia, frente a un 76,39% de estas) pueden estar reflejando una infravaloración del nivel de competencia por parte de los emprendedores nacientes, lo cual, a la postre, resultaría peligroso para el desarrollo de su plan de negocio.

Figura 3.10. Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



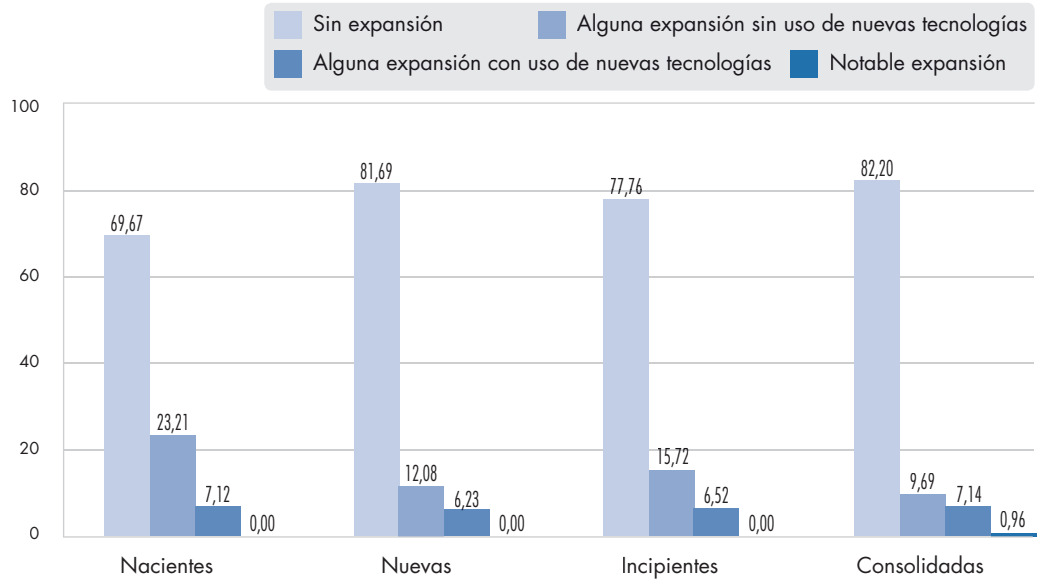
En la figura 3.11 se puede observar la evolución de la percepción de competidores. En el último año, más del 90% de los emprendedores en Galicia, con independencia de la etapa considerada, manifiestan la existencia de numerosas empresas competidoras en los mercados en los que operan.

Figura 3.11. Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado (alguna o mucha) según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010)



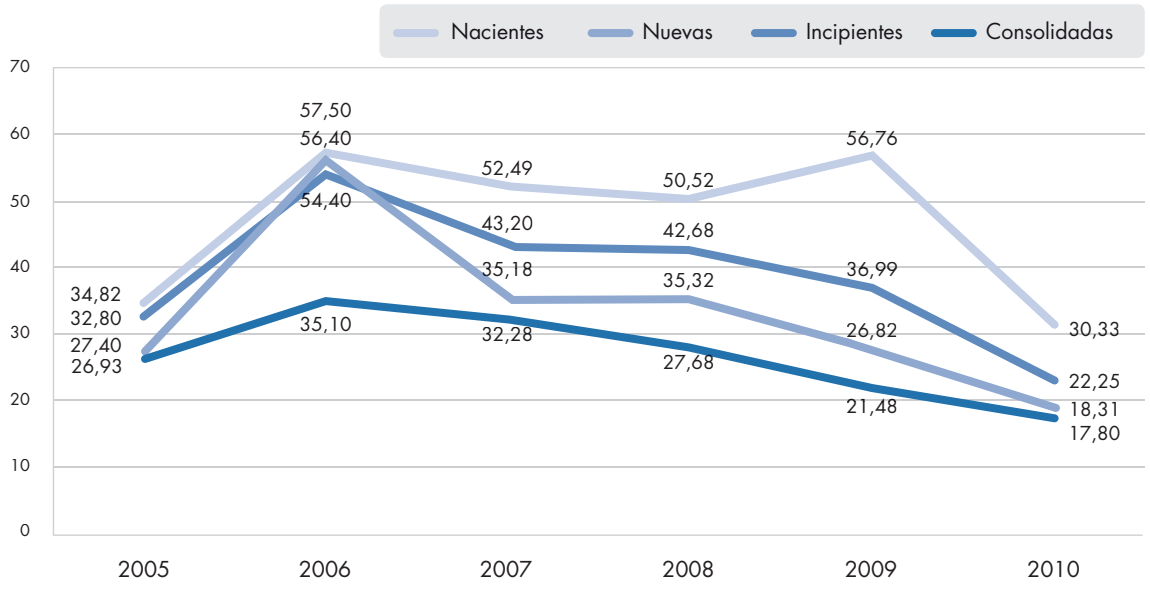
La previsión de expansión de las iniciativas emprendedoras en los próximos años es muy reducida (con un porcentaje por debajo del 31%). Por el contrario, el número emprendedores que creen que no se producirá expansión alguna (como mínimo un 69%) aumenta en todas las etapas del proceso emprendedor en relación con el informe anterior.

Figura 3.12. Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



En general, desde 2006 se observa una tendencia decreciente del porcentaje de iniciativas que espera una expansión del mercado. Los emprendedores nacientes son los que se han mostrado más optimistas, tendencia que se reproduce a lo largo de las seis ediciones del informe GEM Galicia. Así, desde 2006, los que confiaban en que sus empresas crecerían en los próximos años siempre representaban más del 50%. Sin embargo, en 2010, sus previsiones de expansión se han aproximado a las del resto de emprendedores. Este recorte en las estimaciones de crecimiento choca con las previsiones de generación de empleo que han realizado los emprendedores nacientes, lo que obliga a ser muy cautelosos con el dato de creación estimada de empleo.

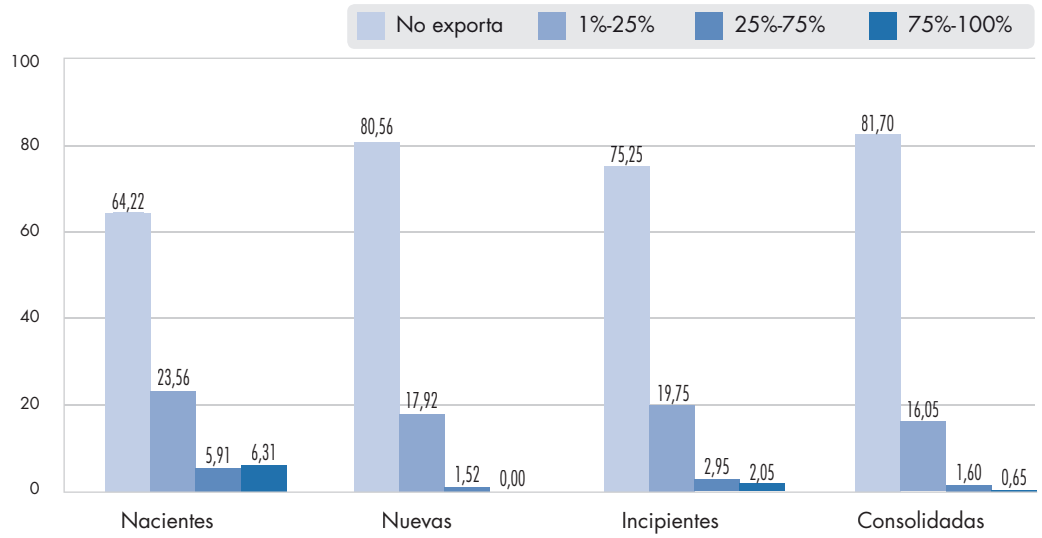
Figura 3.13. Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010)



Los emprendedores que esperan internacionalizar sus negocios suponen un número reducido. El mayor porcentaje de empresas que estima realizar alguna actividad de exportación se encuentra en la primera etapa del proceso emprendedor (iniciativas nacientes), sensiblemente superior al resto de iniciativas emprendedoras.

Además, y al igual que en las ediciones precedentes, las iniciativas nacientes son las que presuponen un volumen de ventas en los mercados exteriores superior al del mercado doméstico (6,31%). Tal vez, de nuevo, las expectativas iniciales no tengan conocimiento sobre las dificultades de acceso a mercados externos.

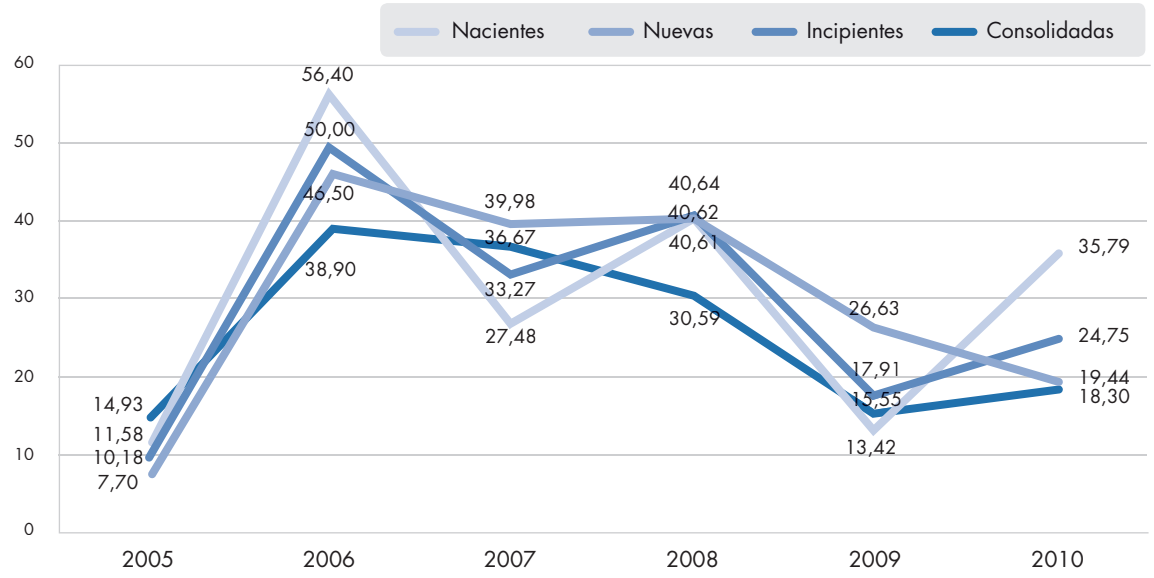
Figura 3.14. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)



Excepto en las iniciativas nuevas, se incrementa el porcentaje de proyectos emprendedores con el exterior como mercado objetivo. El mayor crecimiento ha tenido lugar entre las iniciativas nacientes, que en un 35,79% de los casos consideran el mercado exterior como mercado objetivo (frente a un 13,42% en 2009).

Sin embargo, esta opción se presenta como una alternativa cada vez más lejana para las iniciativas nuevas, ya que el mercado exterior es contemplado como mercado objetivo por un 19,44%, frente al 26,63% de la edición anterior.

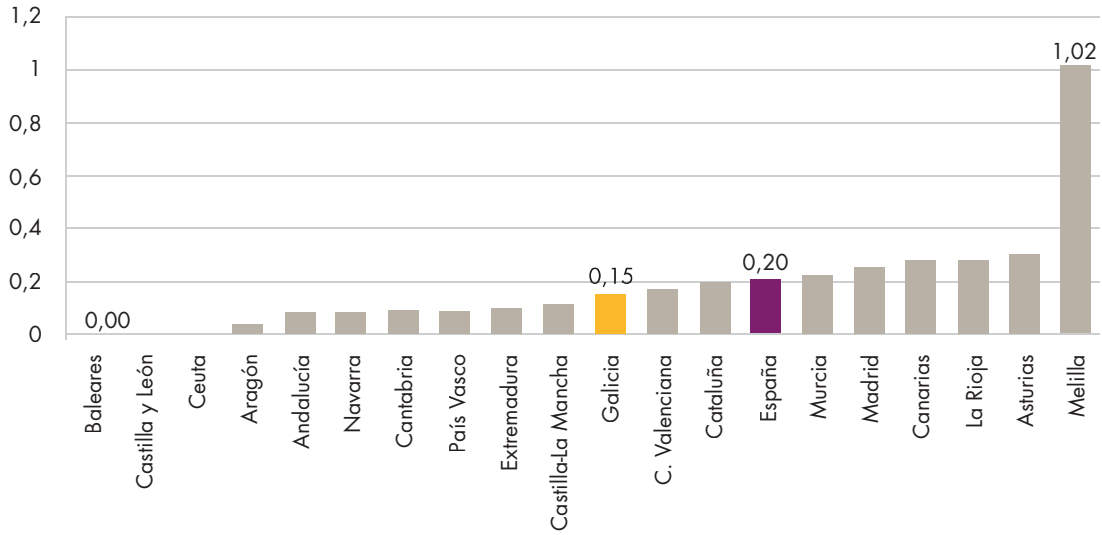
Figura 3.15. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010)



Por su parte, las iniciativas emprendedoras con un nivel de exportación superior al 50% se han reducido de un 0,23% a un 0,15%.

Dado que esta ha sido la tendencia general experimentada en toda España, Galicia mantiene una posición intermedia con respecto al resto de comunidades autónomas.

Figura 3.16. Iniciativas emprendedoras con alto nivel de exportación (50% de los clientes fuera del país) en el contexto de España (%, 2010)



El Proceso Emprendedor en Función del Sexo

4

4.1. Introducción

La actividad emprendedora de la mujer es el objeto del análisis de este capítulo, que sintetiza los principales resultados del presente informe en función del sexo de quien promueve las iniciativas emprendedoras.

En línea con los datos obtenidos para el conjunto de España, la actividad emprendedora de la mujer en Galicia ha experimentado un descenso respecto al informe anterior, si bien esta caída ha sido superior en el caso masculino. Ello ha permitido que la brecha existente en el diferencial absoluto entre el TEA masculino y femenino se haya reducido con respecto a 2009. No obstante, cabe subrayar que las emprendedoras en Galicia cesan su actividad en menor medida que sus homólogos masculinos, e incluso comparativamente con el resto de emprendedores de España.

Respecto al perfil socioeconómico de las emprendedoras en Galicia, destaca su nivel de formación puesto que, al contrario que los hombres, casi la mitad tiene estudios universitarios y es habitual que tengan formación específica para emprender. Asimismo, no suelen situarse en tramos de edad que representan a la población más joven, en los cuales, sin embargo, la presencia de los hombres no es tan reducida.

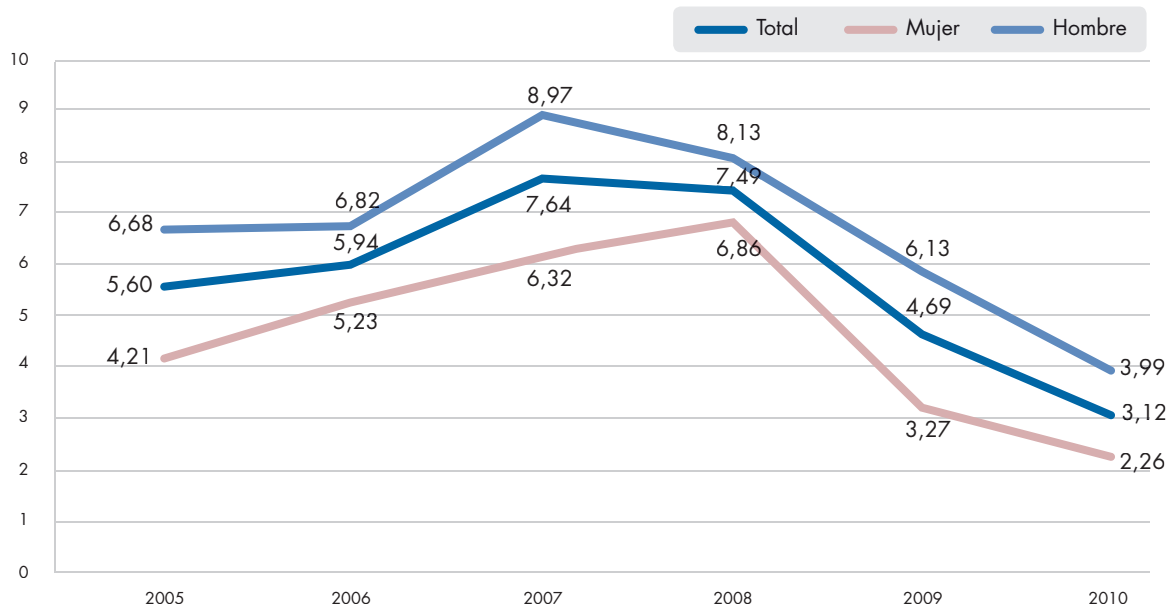
Las características de la actividad emprendedora denotan que las mujeres optan por desarrollar de forma individual negocios con tamaño reducido, ubicados en el sector de servicios de consumo, con expectativas de generación de empleo, pero sin carácter innovador y con un bajo nivel tecnológico. Respecto a su mercado de actuación, perciben una importante rivalidad competitiva, unas posibilidades de expansión reducidas y poca orientación a los mercados exteriores, si bien en unos porcentajes menores que los identificados por los hombres.

Finalmente, las emprendedoras en Galicia muestran, en relación con los hombres, una mejor disposición a percibir oportunidades para emprender y una mayor confianza en sus capacidades, resultados contrarios a los identificados para España. Asimismo, muestran un menor temor al fracaso que, de hecho, ha descendido su importancia como barrera al emprendimiento en 2010 de forma importante. Ahora bien, no se detectan diferencias en función del sexo en la predisposición de la población gallega a financiar proyectos emprendedores.

4.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Continúa la tendencia decreciente de la participación de la mujer en el proceso emprendedor, que se reduce un 30,82% respecto a los resultados de 2009, porcentaje ligeramente inferior al del TEA masculino, con una caída del 34,86%. Este mayor descenso del TEA del hombre provoca que el diferencial en valor absoluto entre el TEA masculino y el femenino se reduzca, situándose en 1,73 puntos, frente a los 2,86 de la edición 2009.

Figura 4.1. Evolución del TEA en función del sexo (%, 2005-2010)



Los indicadores relativos a las mujeres continúan presentando unos valores sensiblemente inferiores a los de los hombres en todas las etapas del proceso emprendedor, especialmente entre los emprendedores potenciales. Cuando la comparación se realiza con los datos disponibles para las emprendedoras en España, se detectan valores sensiblemente inferiores en las iniciativas incipientes y potenciales, con indicadores similares a los de los hombres emprendedores en Galicia. Por el contrario, en las iniciativas consolidadas, la participación de la mujer en Galicia es relativamente superior a la de España.

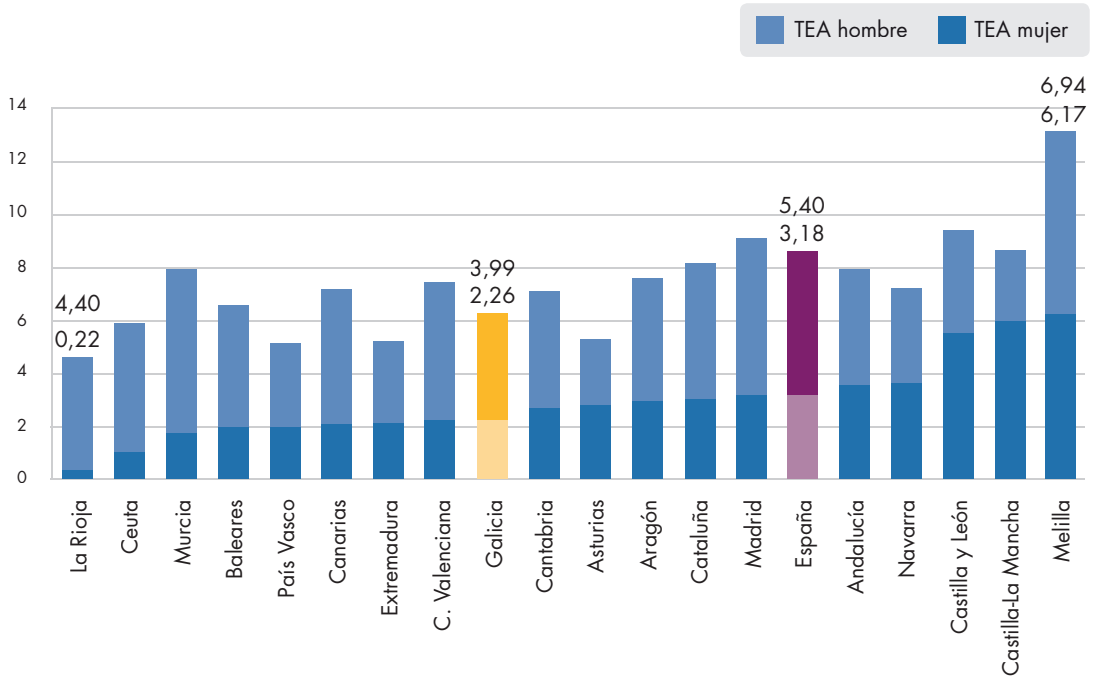
Otro dato positivo para las emprendedoras en Galicia es que sus iniciativas presentan la tasa de cierre más baja, tanto si se comparan con las iniciativas masculinas gallegas como con el resto de iniciativas de España.

Tabla 4.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (%, 2010)

	Galicia			España		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Emprendedores potenciales	5,15	2,70	3,95	7,71	5,51	6,63
Iniciativas nacientes	1,22	0,83	1,02	2,74	1,64	2,20
Iniciativas nuevas	2,77	1,43	2,10	2,66	1,54	2,11
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA10	3,99	2,26	3,12	5,40	3,18	4,31
Iniciativas consolidadas	10,79	8,65	9,71	10,32	5,04	7,72
Cese efectivo de iniciativas	1,11	0,43	0,77	1,65	0,96	1,31

El descenso de la actividad emprendedora de la mujer ha sido generalizado en todo el territorio español. Como consecuencia, y pese a la caída experimentada en nuestra comunidad en 2010, el TEA femenino de Galicia sigue ocupando la undécima posición en relación con el del resto de las regiones de España.

Figura 4.2. TEA en función del sexo en el contexto de España (%, 2010)



4.3. Perfil socioeconómico de la población en función del sexo

La tabla 4.2. recoge la información que contribuye a caracterizar el perfil socioeconómico de las emprendedoras en Galicia. Así:

- Un 72,15% tiene entre 35 y 54 años, situándose prácticamente la mitad de las emprendedoras en el intervalo de 45 a 54 años, en concreto un 46,65% de ellas. De hecho, en el tramo 25-34 años, el porcentaje de mujeres que se decide a emprender es significativamente menor que el de los varones. Estas diferencias se reducen considerablemente en el caso de España.

- Su nivel de formación específica es muy superior al de los emprendedores en Galicia, ya que prácticamente la mitad (un 47,45%) tiene estudios universitarios, frente a un 24,24% de los hombres. Asimismo, un 22,94% de las emprendedoras ha cursado estudios de bachillerato, mientras que en el caso de los hombres solo los poseen un 9,37%. Estas diferencias son menos pronunciadas en el caso de España.

- Su nivel de formación específica para emprender también es superior al de los hombres; un 38,04% posee formación para emprender, frente a un 32,97% de los hombres. No obstante, en ambos casos, los porcentajes de individuos que ponen en marcha una iniciativa con formación específica para emprender son muy inferiores a los existentes en España que, en media, alcanzan el 49,22%.

- Tienen un nivel de renta anual superior a los hombres. Esta situación se produce a la inversa en España, donde las mujeres emprendedoras muestran un nivel de

renta inferior al de los hombres. No obstante, es necesario advertir que estos datos han de ser interpretados con suma cautela, ya que un porcentaje muy elevado de emprendedores responde "No sabe/No contesta" cuando se le pregunta por su nivel de renta. Dicho porcentaje supera el 50% en el caso femenino español.

- Más de un 80% tiene fijada su residencia en un entorno urbano.
- Mayoritariamente son de origen español (91,57%).
- En más de un 90% de los casos están en una situación de empleo activo y se dedican en exclusiva a la gestión de su negocio.
- El tamaño medio de su hogar supera los tres miembros.

Tabla 4.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del sexo: Galicia *vs.* España (%, 2010)

		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Edad	35-44 años	34,34	25,50	31,12	35,54	32,70	34,51
	45-54 años	12,58	46,65	24,99	16,05	14,35	15,43
Nivel de estudios	Obligatorios	41,72	26,28	36,09	25,95	24,91	25,57
	Bachillerato	9,37	22,94	14,31	15,57	15,45	15,52
	Universitarios	24,24	47,45	32,70	32,25	42,81	36,10
Posesión de formación específica para emprender	Con formación específica	32,97	38,04	34,82	51,01	46,08	49,22
Nivel de renta anual*	<20.000€	29,96	25,69	28,41	23,95	21,67	23,12
	20.000€-30.000€	14,49	21,17	16,92	20,47	13,25	17,84
	>30.000€	25,17	26,27	25,57	20,67	14,69	18,49
Tipo de entorno	Urbano	85,12	80,39	83,40	85,22	81,65	83,93
Origen	Español	90,63	91,57	90,97	91,45	89,76	90,84
Situación laboral	Empleo activo	93,85	93,92	93,88	91,57	86,83	89,85
Dedicación	Tiempo completo	95,69	100,00	97,26	96,38	95,75	96,16
Tamaño del hogar (media)		3,27	3,25	3,27	3,21	3,30	3,25

* La diferencia hasta el 100% corresponde a las respuestas "No sabe/No contesta"

4.4. Características de la actividad emprendedora en función del sexo

Los principales indicadores de las características de las iniciativas puestas en marcha por las emprendedoras en Galicia aparecen en la tabla 4.3. De ellas, cabe destacar que:

- Al igual que en el caso español, tienden a ubicarse, de forma destacada, en el sector de servicios de consumo (67,95%), frente a sus homólogos masculinos (37,15%).
- Más de la mitad parten de la iniciativa de una sola persona, por lo que se mantiene el individualismo emprendedor también en el colectivo femenino.
- Predominan las microempresas (50,56% de las empresas creadas por mujeres) o las iniciativas que generan trabajo como autónomo (41,80%).
- Tienen mayores expectativas de creación de empleo, estimándose que, en los próximos cinco años, el 24,57% generará algún incremento en su plantilla, frente al 18,42% de sus homólogos masculinos. No obstante, ambas cifras están muy alejadas del porcentaje de iniciativas emprendedoras que prevé incrementar su plantilla en el caso de España (el 47,41% de las empresas creadas por hombres y el 43,45% de las creadas por mujeres).
- La mayoría de los negocios emprendidos en Galicia no tiene carácter innovador, al igual que en el conjunto español, presentándose una carencia mayor en el colectivo masculino frente al femenino. Así, solo un 14,49% de las iniciativas emprendidas por hombres son total o parcialmente innovadoras, frente al 25,29% de las lideradas por mujeres. Tales diferencias apenas existen en el contexto español, con un porcentaje de iniciativas total o parcialmente innovadoras situado en torno al 30,75% en 2010.
- Como consecuencia, la práctica totalidad de las iniciativas emprendedoras en Galicia pertenecen a sectores con un bajo nivel tecnológico.
- Además, una reducida representación de las iniciativas emprendedoras utiliza tecnologías nuevas o recientes, circunstancia que tiene más incidencia en el caso de los hombres (18,24%) que en el de las emprendedoras (31,37%).
- Los emprendedores en Galicia perciben una elevada intensidad competitiva en el entorno, en consonancia con el caso español, siendo el colectivo masculino el que aprecia de un modo más palpable dicha rivalidad (un 68,54% de los casos frente al 66,27% en el colectivo femenino).
- El escaso carácter innovador de los negocios, así como el elevado grado de competencia detectado, podrían explicar el bajo potencial de expansión del negocio, más reducido que el percibido en España. Sin embargo, la mujer en Galicia presenta una mejor posición, ya que un 63,53% pronostica la falta de expansión de su negocio frente al 85,91% de los hombres.

- Finalmente, el emprendimiento desarrollado en Galicia no tiene como objetivo prioritario los mercados exteriores, en la línea de los resultados obtenidos para España. No obstante, son las emprendedoras en Galicia las que presentan una mayor inquietud frente a la internacionalización, tanto si se comparan con los emprendedores de Galicia como con la media de España.

Tabla 4.3. Características de la actividad emprendedora en función del sexo: Galicia *vs.* España (%, 2010)

		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Sector general de actividad	Servicios a empresas	32,21	14,92	25,81	26,97	23,43	25,71
	Servicios de consumo	37,15	67,95	48,55	42,42	59,88	48,64
Número de propietarios	Un propietario	53,81	59,80	55,99	61,85	62,81	62,20
Dimensión	Sin empleados	59,32	41,80	52,78	49,01	56,09	51,90
	De 1 a 9 empleados	40,67	50,56	44,36	46,71	40,75	44,28
Tipo de evolución esperada	Sin empleados	81,57	72,53	78,35	51,61	56,24	53,32
	Incremento de plantilla	18,42	24,57	20,61	47,41	43,45	45,94
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	14,49	25,29	18,42	31,11	30,13	30,75
	Uso de tecnología nueva o reciente	18,24	31,37	23,02	23,21	26,22	24,31
	Baja presencia en sectores tecnológicos	98,44	100,00	99,01	89,27	92,99	90,62
Mercado	Mucha competencia	68,54	66,27	67,72	61,82	57,10	60,10
	Sin expansión	85,91	63,53	77,75	71,13	60,93	67,41
	No exporta	76,69	65,88	72,75	68,36	75,17	70,84

4.5. Factores psicológicos y sociales en función del sexo

Los factores psicosociales que inciden en el emprendimiento de acuerdo con la opinión manifestada por los emprendedores en Galicia están recogidos en la tabla 4.4. En particular, se han identificado cuatro categorías: la percepción de oportunidades para la creación de empresas, el temor al fracaso, la posesión de habilidades o conocimientos para emprender, y la disponibilidad de inversores informales en la financiación de los proyectos:

- Al contrario de lo que sucede en España, las emprendedoras en Galicia se muestran más propensas a captar oportunidades de negocio que sus homólogos masculinos (38,04% frente a 26,45%, respectivamente).
- Asimismo, en 2010 se ha registrado un descenso generalizado del temor al fracaso como uno de los posibles frenos a la actividad emprendedora. Contrariamente a lo obtenido en 2009, las mujeres consideran en menor medida que los hombres que el temor al fracaso actúa como una barrera a su potencial emprendedor (20,59% frente al 31,02%, respectivamente). En España, el temor al fracaso se muestra como una barrera más importante, con un porcentaje de un 44,8% de media.
- Además, contrariamente a lo que sucede en España, en Galicia se ha identificado que las mujeres tienen una mayor confianza que los hombres en sus conocimientos y habilidades para emprender (90,59% en las mujeres frente al 85,51% en los hombres).
- Por último, sigue siendo muy reducido el porcentaje de población en Galicia y España (mujeres y hombres) que está dispuesto a invertir parte de sus recursos en la financiación de proyectos empresariales.

Tabla 4.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del sexo (%, 2010)

		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	73,55	61,96	69,33	70,94	74,33	72,61
	Sí	26,45	38,04	30,67	19,22	14,43	16,86
	NS / NC	-	-	-	9,84	11,24	10,53
Temor al fracaso	No	68,98	79,41	72,78	58,05	52,26	55,20
	Sí	31,02	20,59	27,22	41,95	47,74	44,80
Posesión de habilidades o conocimientos para emprender	No	12,39	9,41	11,30	42,82	54,81	48,73
	Sí	85,51	90,59	87,37	55,15	42,92	49,12
	NS / NC	2,10	-	1,33	2,03	2,27	2,15
Inversor informal	No	98,17	99,07	98,62	96,09	97,44	96,76
	Sí	1,83	0,93	1,38	3,91	2,56	3,24

La Influencia del Entorno para Emprender 5

5.1. Introducción

La existencia de un entorno propicio para la creación de empresas es una de las claves del proceso emprendedor. De las características del entorno depende en gran medida el nacimiento y consolidación posterior de nuevos proyectos empresariales, puesto que en un "entorno favorable" es más fácil detectar e identificar buenas oportunidades de negocio, se incentiva y apoya a las personas para que pongan en marcha nuevas iniciativas, y los emprendedores se encontrarán, en definitiva, más motivados y capacitados para emprender.

El análisis de estas condiciones del entorno es el objetivo del presente capítulo. Combinando la información suministrada por las encuestas realizadas a la población adulta y por los cuestionarios de opinión realizados a un grupo de expertos en materia emprendedora, se presenta un análisis de las percepciones que ambos grupos tienen acerca de las oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender. A continuación, partiendo de las opiniones recabadas de los expertos, se analizan los principales factores que obstaculizan o estimulan la actividad emprendedora en el contexto general de un entorno emprendedor.

Este análisis se complementa con las recomendaciones que los expertos proponen para lograr el objetivo de fomentar e impulsar la creación de empresas en Galicia. Asimismo, las condiciones que presenta nuestra comunidad autónoma para emprender son valoradas por los expertos con el objeto de posicionar a Galicia como entorno para el desarrollo de la actividad emprendedora frente a otras comunidades.

5.2. Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender

Este epígrafe se ocupa del estudio de las oportunidades existentes en el mercado que favorecen la creación de empresas, la motivación y el entorno social para emprender, así como del análisis de las capacidades y habilidades que posee la población en Galicia relacionadas con la creación y gestión de empresas. Para ello, se parte de la información obtenida a partir de las encuestas realizadas a la población adulta, y de las entrevistas realizadas a un grupo de expertos en materia emprendedora.

5.2.1. Percepción de buenas oportunidades para emprender

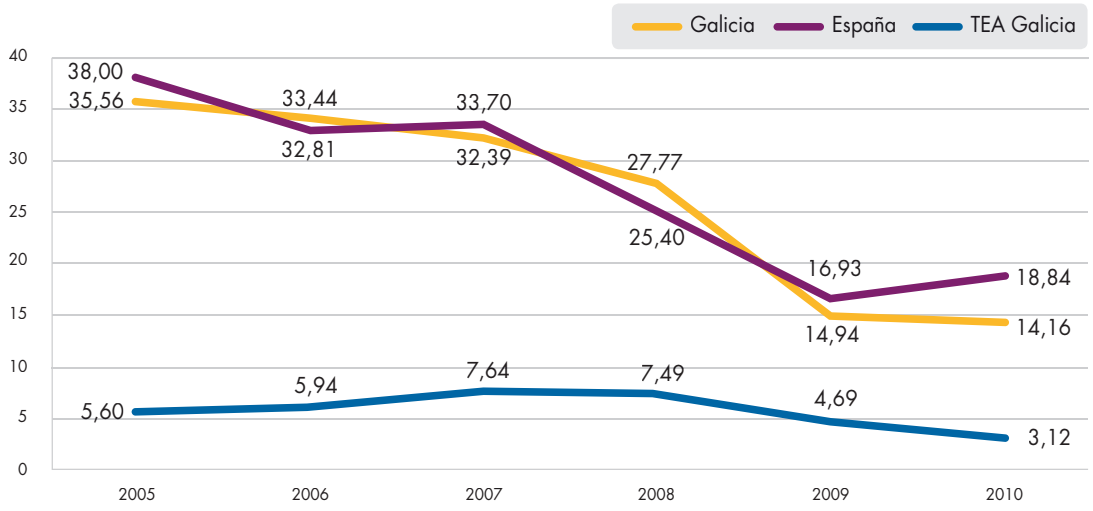
Uno de los aspectos fundamentales que se debe analizar para comprender la capacidad emprendedora de una determinada zona geográfica, es la percepción que tiene su población, en general, y los expertos relacionados con el emprendimiento, en particular, sobre la existencia de oportunidades en el mercado que los impulsen a poner en marcha su propio negocio.

En el caso de la población adulta en Galicia, se mantiene una opinión pesimista en cuanto a la percepción de buenas oportunidades para acometer un proyecto empresarial. Sin embargo, a pesar de que continúa la tendencia negativa observada en informes anteriores, decae tenuemente respecto a las caídas registradas, ya que si en 2009 era el 14,94% de la población la que percibía buenas oportunidades, en 2010 este valor se reduce al 14,16%.

Para el caso español, se observa un repunte de esta variable, con lo que se puede afirmar que existe un cambio de dirección en relación con la percepción de oportunidades para emprender, invirtiéndose la tendencia negativa mantenida hasta ahora.

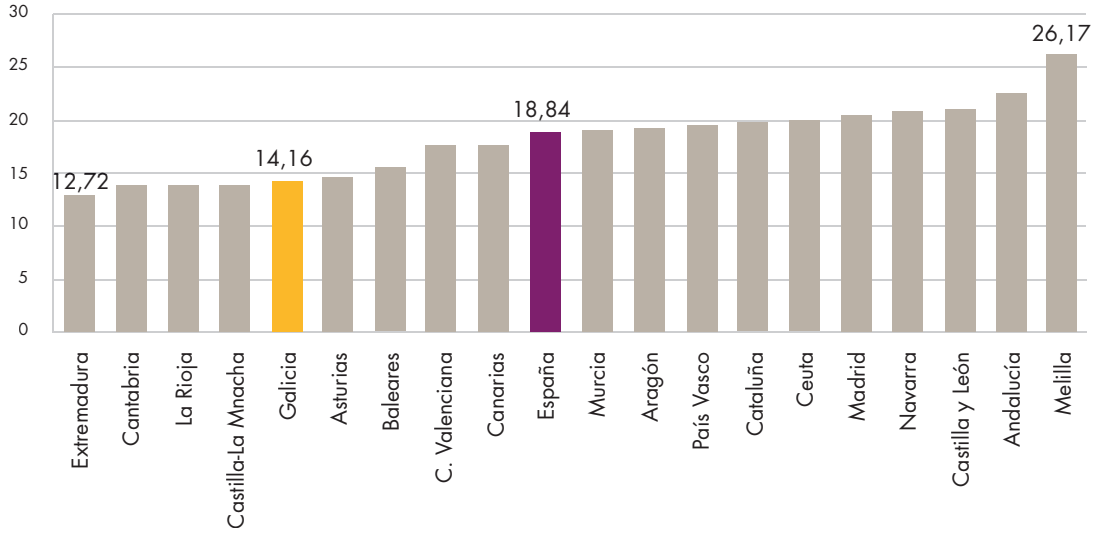
En la siguiente figura se aprecia la evolución del índice de actividad emprendedora (TEA) en Galicia, así como la tendencia decreciente en la percepción de buenas oportunidades para emprender por parte de su población.

Figura 5.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2010)



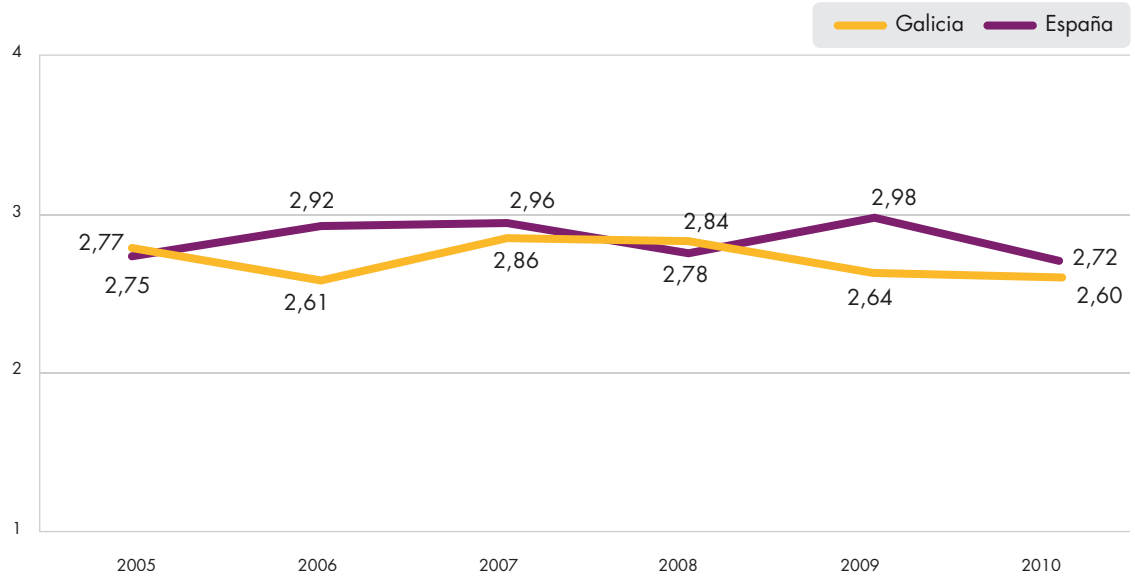
En relación con las comunidades y ciudades autónomas de España, Galicia también presenta una valoración por debajo de la media.

Figura 5.2. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2010)



La opinión manifestada por los expertos continúa la tendencia de informes precedentes, siendo más pesimista la percepción de los expertos en Galicia (2,6) que en España (2,72).

Figura 5.3. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2010)



Escala: 1=Completamente falso, 2=Más bien falso, 3=Ni cierto ni falso, 4=Más bien cierto, 5=Completamente cierto

De hecho, tal y como se muestra en la siguiente tabla, solo en dos de las cinco cuestiones planteadas se observa una leve mejoría (una de ellas es la única mejoría para el caso de España, y se refiere a la facilidad para dedicarse a explotar nuevas oportunidades empresariales), mientras que en las tres restantes se alcanzan las puntuaciones más bajas desde que se realiza este informe.

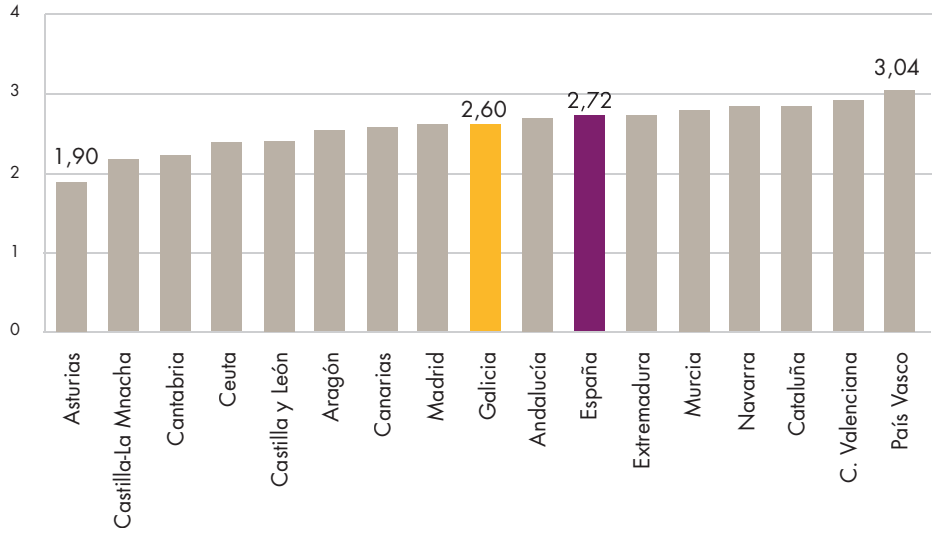
Tabla 5.1. Percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2010)

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,91	2,81	3,23	2,69	3,21	3,06	3,03	3,11	3,32	2,97	3,20	2,86
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,48	2,89	3,03	2,77	3,07	2,83	3,06	3,14	3,34	3,03	3,18	2,95
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	3,09	3,31	3,53	3,14	3,52	3,49	3,18	3,24	3,37	2,72	2,92	2,76
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,52	2,46	2,54	2,14	2,63	2,29	2,25	2,25	2,29	1,97	2,50	2,12
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,71	2,31	2,68	2,31	2,71	2,46	2,40	2,47	2,56	2,36	1,85	2,26

Escala: 1=Completamente falso, 2=Más bien falso, 3=Ni cierto ni falso, 4=Más bien cierto, 5=Completamente cierto

En relación con el resto de comunidades autónomas, Galicia ocupa una posición próxima aunque inferior a la media de España. Son los expertos consultados en el País Vasco los que se muestran más optimistas respecto a la situación favorable del entorno para poder llevar a cabo un proyecto empresarial, mientras que el nivel más bajo de este indicador se obtiene entre los expertos consultados en Asturias.

Figura 5.4. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (expertos, 2010)



Escala: 1= Completamente falso, 2=Más bien falso, 3=Ni cierto ni falso, 4=Más bien cierto, 5=Completamente cierto

5.2.2. Motivación y entorno social para emprender

La opinión de la población en Galicia en relación con los factores motivadores del emprendimiento experimenta un cambio significativo con respecto al informe anterior. En la siguiente tabla se recogen los porcentajes de población agrupados de acuerdo con los distintos aspectos psicológicos y sociales del emprendimiento considerados en el informe. Para todos ellos se aprecia un ascenso significativo, al igual que ocurre para el caso general de España.

Aunque la creación de una empresa se sigue considerando por buena parte de la población adulta gallega como una buena opción profesional, es mayoritario el porcentaje de población que afirma que le gustaría que hubiera una mayor igualdad en los niveles de vida. Asimismo, se incrementa significativamente el porcentaje de personas que piensa que ser empresario aporta un buen estatus social, invirtiéndose la tendencia decreciente mantenida desde 2006. Es relevante también que, tras varios años de percepción del fracaso como elemento inhibidor de la creación de empresas, en 2010 se incrementa el porcentaje de los que no lo consideran como un obstáculo para emprender. También aumentan las personas que consideran que los medios de comunicación prestan una buena atención a todas aquellas noticias relacionadas con el mundo empresarial.

Tabla 5.2. Factores psicológicos y sociales para emprender (% población, 2005-2010)

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	50,40	50,10	52,70	51,80	49,41	50,58	41,03	40,28	47,02	40,55	55,20	54,65
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	64,80	63,50	62,10	63,70	60,44	60,83	51,60	51,44	57,84	52,46	60,17	56,74
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	51,00	51,90	54,70	50,50	55,69	55,58	47,80	46,16	53,88	51,56	64,17	60,54
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	55,20	53,60	53,40	54,10	53,30	53,33	45,18	45,20	48,84	40,87	58,52	56,62
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	39,00	37,90	42,90	37,70	43,73	45,26	36,41	38,16	34,14	27,23	37,49	33,76

Si bien las valoraciones realizadas por los expertos consultados para este informe son ligeramente inferiores a las expuestas en el informe anterior, cuando se refieren a si convertirse en empresario es una opción profesional deseable presentan una valoración similar.

En el caso de los expertos consultados para el informe de España se aprecia una leve mejoría respecto al año previo, pero las puntuaciones obtenidas son inferiores a las de Galicia en todos los factores analizados, excepto en las relativas al reconocimiento y prestigio social de los que gozan los empresarios de éxito.

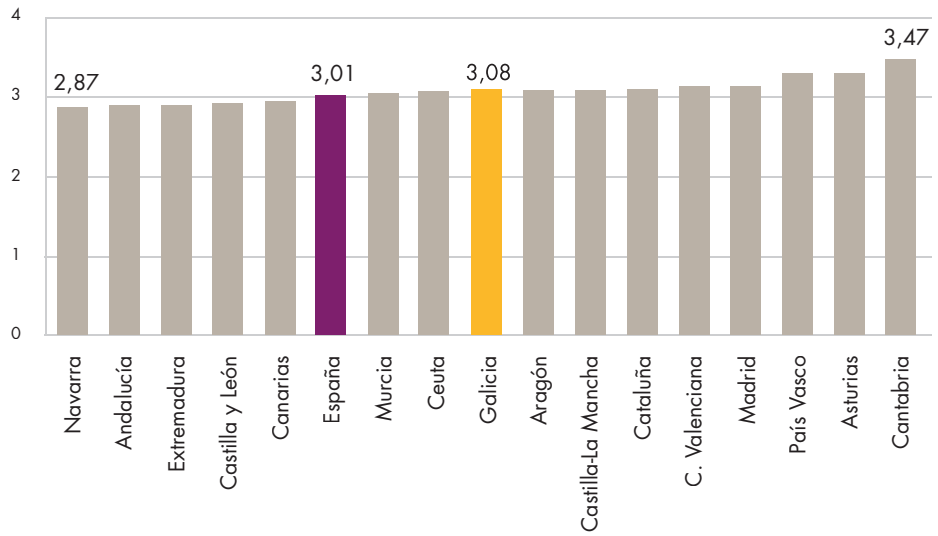
Tabla 5.3. Factores psicológicos y sociales para emprender (expertos, 2005-2010)

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,98	3,11	3,00	2,75	2,99	2,78	2,89	2,72	2,74	3,03	2,75	2,81
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,84	3,03	2,86	2,64	2,83	2,64	2,71	2,39	2,43	2,67	2,48	2,67
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,50	3,78	3,67	3,69	3,61	3,69	3,74	3,53	3,36	3,67	3,63	3,51
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,21	3,42	3,33	3,25	3,20	3,50	3,42	3,39	3,00	3,42	3,13	3,27
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,16	3,11	3,15	2,91	3,13	3,09	3,22	3,11	2,89	3,11	2,90	3,00

Escala: 1=Completamente falso, 2=Más bien falso, 3=Ni cierto ni falso, 4=Más bien cierto, 5=Completamente cierto

Comparando la posición obtenida por Galicia en relación con el resto de comunidades y ciudades autónomas de España, la situación de Galicia ha empeorado, ya que ha pasado de ocupar la séptima posición entre las regiones en el informe 2009 a ocupar la octava posición en el actual. Aun así, continúa ligeramente por encima de la media de España.

Figura 5.5. Factores psicológicos y sociales para emprender en el contexto de España (expertos, 2010)

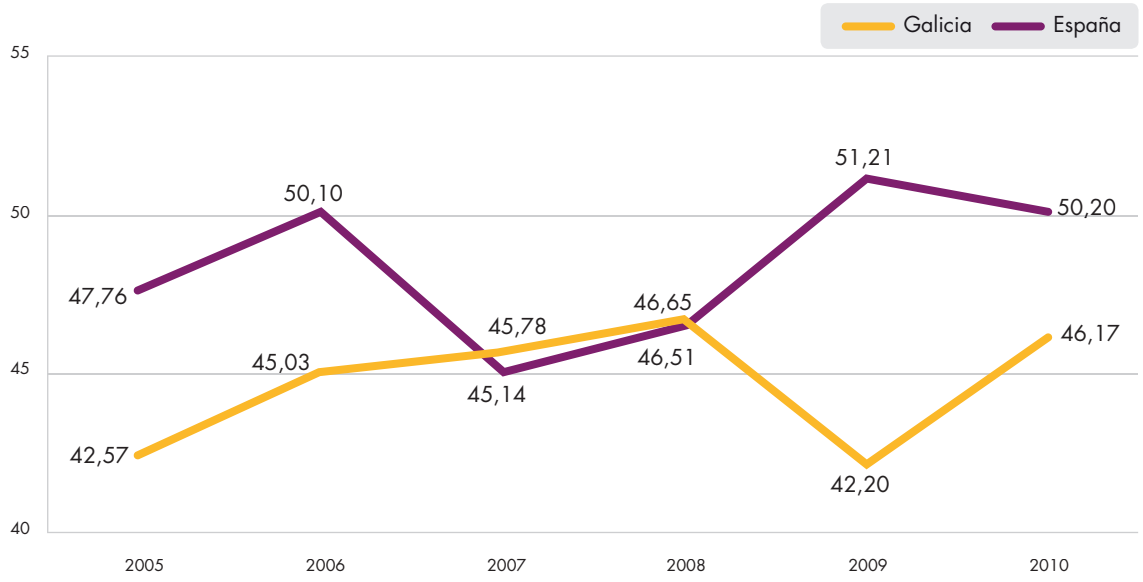


Escala: 1=Completamente falso, 2=Más bien falso, 3=Ni cierto ni falso, 4=Más bien cierto, 5=Completamente cierto

5.2.3. Habilidades y conocimientos para emprender

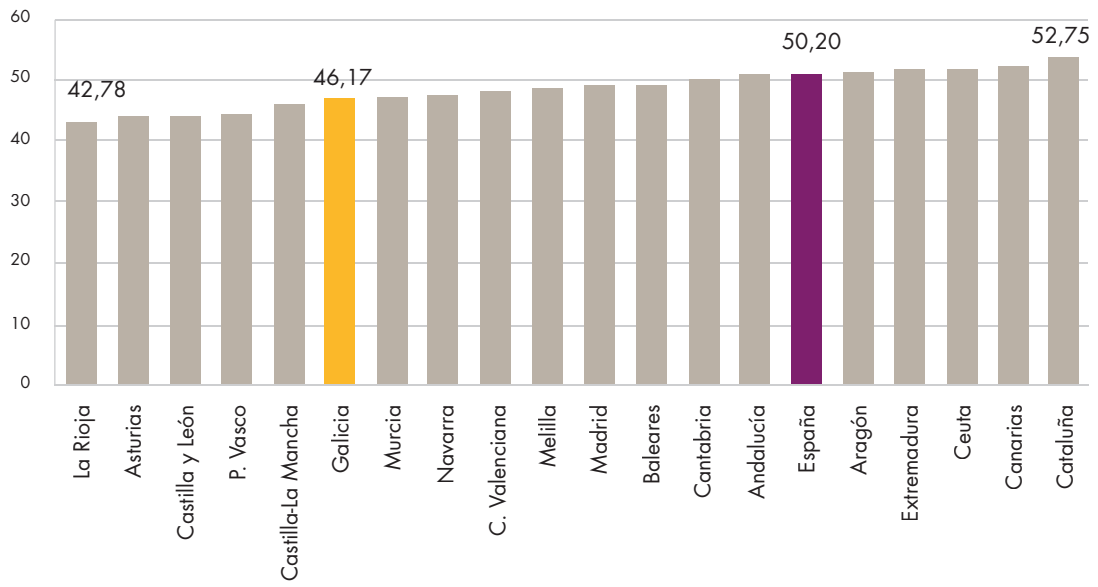
El Proyecto GEM indaga sobre cuál es la opinión acerca de si las personas poseen las habilidades y conocimientos necesarios para crear una empresa. Mientras que en España disminuyen los que responden afirmativamente a esta cuestión respecto al año 2009, en Galicia este valor recupera prácticamente el nivel alcanzado en 2008, aunque continúa siendo ligeramente inferior al 50% de la población encuestada.

Figura 5.6. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2005-2010)



El crecimiento en el nivel de confianza sobre las habilidades y conocimientos disponibles para poner en marcha un proyecto empresarial de la población adulta de Galicia se manifiesta en la mejora de la posición relativa que Galicia ocupa con respecto al resto regiones de España, si bien el valor de este indicador está aún por debajo del obtenido en el informe de España. En esta edición, cuatro comunidades y la ciudad autónoma de Ceuta destacan con un porcentaje por encima del 50% del total de la población.

Figura 5.7. Población que afirma tener habilidades y conocimientos para emprender en el contexto de España (%, 2010)



En el mismo sentido se manifiestan los expertos consultados acerca de una serie de aspectos relacionados con esta cuestión. En general, mejoran sus valoraciones respecto a 2009. En el caso de España, las opiniones de los expertos consultados son similares, aunque no siempre mejores respecto al periodo anterior.

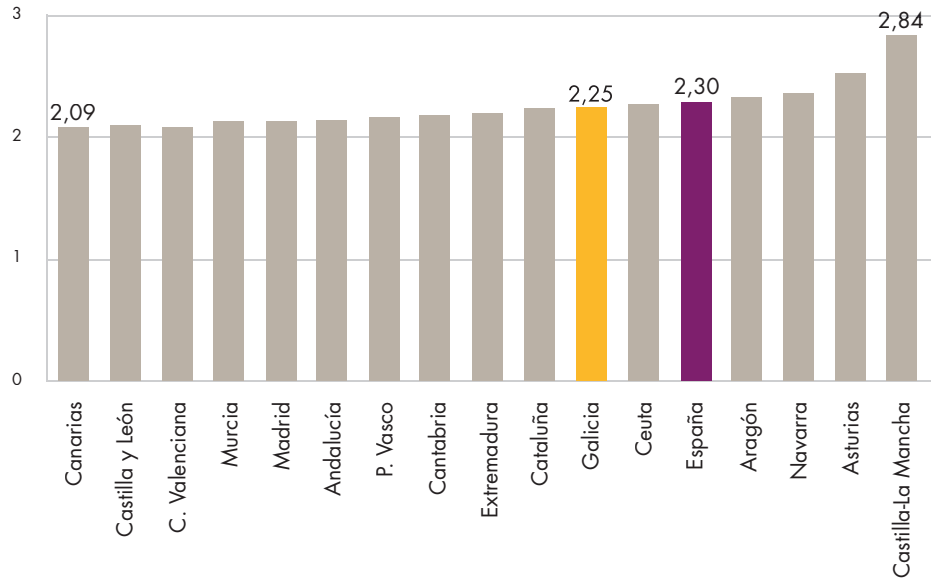
Tabla 5.4. Habilidades y conocimientos de la población para emprender (expertos, 2005-2010)

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España	Galicia
Mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento	2,36	2,17	2,24	2,32	2,32	2,19	1,86	1,83	1,89	1,81	2,07	1,90
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,89	2,80	2,96	2,91	3,07	3,17	2,58	2,44	2,81	2,37	2,83	2,60
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	2,38	2,36	2,41	2,54	2,48	2,53	2,10	2,09	2,28	2,14	1,95	2,10
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,57	2,88	2,60	2,58	2,65	2,50	2,31	2,28	2,45	2,26	2,25	2,33
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,71	2,58	2,70	2,74	2,74	2,89	2,35	2,28	2,65	2,28	2,38	2,35

Escala: 1=Completamente falso, 2=Más bien falso, 3=Ni cierto ni falso, 4=Más bien cierto, 5=Completamente cierto

En cuanto a estas opiniones, dentro del contexto español, Galicia se sitúa en niveles superiores a los de informes anteriores y, por tanto, en una posición relativa más favorable. En cambio, el valor de dicho indicador para España muestra que hay una caída respecto al informe anterior (de 2,42 en 2009 a 2,30 en 2010), por lo que pierde posiciones en su situación relativa en el contexto nacional.

Figura 5.8. Habilidades y conocimientos de la población para emprender en el contexto de España (expertos, 2010)



Escala: 1=Completamente falso, 2=Más bien falso, 3=Ni cierto ni falso, 4=Más bien cierto, 5=Completamente cierto

5.3. Evaluación de los expertos respecto a las condiciones del entorno para emprender

A lo largo de este subcapítulo se presentan las principales opiniones manifestadas por los expertos en relación con los factores que están obstaculizando o estimulando la actividad emprendedora, así como una serie de recomendaciones que proponen con el objeto de impulsar la creación de empresas en Galicia. Cabe puntualizar que las respuestas a las preguntas formuladas en las entrevistas fueron abiertas y muy variadas, por lo que se han agrupado en función de su contenido.

La valoración que hacen los expertos GEM sobre las condiciones del entorno que rodea a la creación de empresas se hace sobre nueve categorías:

- **Apoyo financiero**: disponibilidad de fuentes de financiación para la puesta en marcha o desarrollo de nuevas empresas.
- **Políticas gubernamentales**: actuación de las administraciones públicas en relación con el entorno empresarial (normativa, fiscalidad, etc.).
- **Programas gubernamentales**: instrumentos públicos específicos de asistencia y apoyo a la creación empresarial (viveros de empresas, programas de ventanilla única, parques científicos y tecnológicos, etc.).
- **Educación y formación**: adecuación de la oferta educativa reglada y/o no reglada hacia la demanda de formación necesaria para la creación y gestión de empresas.
- **Transferencia tecnológica**: transmisión eficaz y efectiva de conocimientos, habilidades y recursos desarrollados por centros de I+D que pueden ser válidos a la hora de explotar nuevas oportunidades de negocio existentes.
- **Infraestructura comercial y de servicios**: existencia o posibilidad de desarrollo de empresas accesibles y de calidad que proporcionen servicios de consultoría, aprovisionamiento, subcontratación, etc., al amparo de los cuales se puedan crear o desarrollar nuevas empresas.
- **Apertura del mercado interno**: situación de los mercados en relación con sus niveles de competencia y barreras de entrada.
- **Acceso a la infraestructura física**: disponibilidad y trabas que hay que soportar para el acceso y la utilización de redes viarias, suelo empresarial, servicios de telecomunicaciones, electricidad, agua, etc.
- **Normas sociales y culturales**: visión del empresario y sus motivaciones, niveles de creatividad e iniciativa, valoración de los riesgos y de la figura del emprendedor, etc.

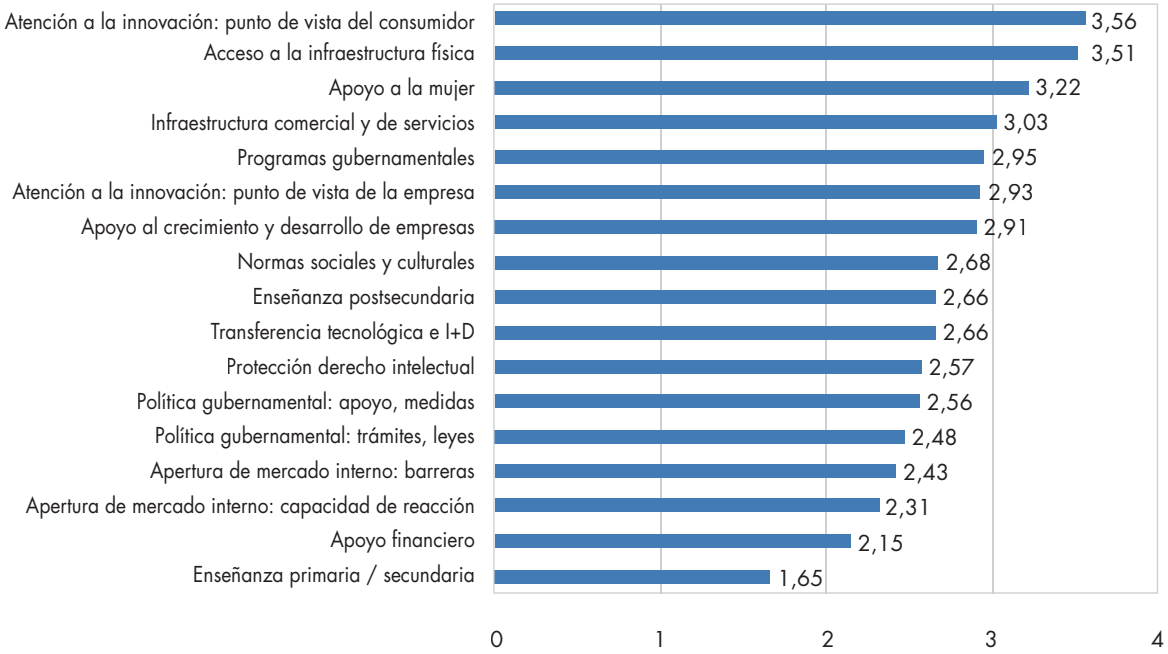
5.3.1. Análisis general del entorno para emprender

La opinión de los expertos respecto al entorno que rodea la actividad empresarial en Galicia es significativamente más optimista que en la edición anterior. De este modo, se constata una mejor puntuación en once de los diecisiete factores analizados, mientras que se reduce muy ligeramente para el resto.

Como se puede observar en la siguiente figura, los aspectos mejor valorados (más de 3,5 puntos) son la atención a la innovación desde el punto de vista del consumidor y el acceso a la necesaria infraestructura física para el desarrollo de proyectos emprendedores. Por el contrario, la formación general a nivel de enseñanza primaria/secundaria obtiene la última posición, al igual que lo ha hecho en los cinco últimos informes presentados.

En el ámbito global de España, las condiciones del entorno para emprender han empeorado de forma significativa en opinión de los expertos. Así, el nivel de formación general recibe incluso peor puntuación que la obtenida en Galicia. En este caso, destaca también el descenso de puntuación que reciben las medidas gubernamentales en todos los ámbitos, mientras que en Galicia mejora la puntuación para todos ellos (apoyo al emprendimiento, política fiscal, burocracia, impuestos, etc.).

Figura 5.9. Valoración media del estado de las condiciones de entorno para emprender en Galicia (expertos, 2010)



5.3.2. Obstáculos

Las opiniones expuestas en relación con los principales obstáculos al emprendimiento confirman los resultados de informes precedentes.

Con gran diferencia respecto a otros factores, los expertos consideran el acceso a la financiación y su cuantía disponible como el principal problema para iniciar un proyecto empresarial en Galicia (un 80% de los consultados), destacando especialmente la insuficiencia del capital riesgo. En su opinión, el contexto actual de crisis económica agrava este inconveniente, imponiendo mayores restricciones en el acceso a la financiación por parte de las entidades financieras.

En segundo lugar, los expertos destacan tanto la excesiva burocracia impuesta desde la Administración como la escasa cultura emprendedora existente en la sociedad. Al igual que en informes anteriores, se siguen considerando excesivos los trámites administrativos que conlleva la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Por su parte, aun reconociendo la importancia de las medidas adoptadas para fomentar la cultura del emprendimiento dentro del sistema educativo, subrayan su insuficiencia para tomar conciencia social de su relevancia. De hecho, la crisis económica es señalada, en tercer lugar, como barrera al emprendimiento, al generar desconfianza e inseguridad en el individuo para asumir los riesgos inherentes a la creación de una empresa.

También un 28% de los expertos considera insuficiente e inadecuado el apoyo de la Administración al emprendedor y, relacionado con ello, un 20% señala también la falta de una red de infraestructuras de comunicación y suelo industrial adecuados.

Con igual nivel de importancia, los expertos apuntan una serie de deficiencias en la formación del emprendedor relacionada con la gestión empresarial y, en menor medida, las deficiencias en el propio tejido industrial gallego, al que caracterizan como poco abierto a la innovación, poco flexible ante cambios del entorno y deficiente en la transferencia de tecnología desde la universidad a la empresa. Por último, algo más del 10% señala como obstáculo la rigidez de la legislación laboral actual.

Figura 5.10. Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2010)

5.3.3. Factores determinantes de estímulo

Los expertos han señalado una serie de factores que pueden motivar y favorecer la actividad emprendedora en Galicia.

Al igual que en informes precedentes, dos de estos factores son señalados por más de la mitad de los expertos consultados y, en ambos casos, se trata de aspectos que, desde otro punto de vista, se encontraban entre los obstáculos al proceso emprendedor. El 53% de los expertos coinciden en identificar la crisis económica como una oportunidad para que el individuo considere la creación de una empresa como una alternativa profesional válida y atractiva. En este sentido, consideran que la importante destrucción de empleo que caracteriza el momento económico actual puede ser paliada. En cualquier caso, ha de tenerse en cuenta que las nuevas empresas creadas al amparo de la crisis pueden presentar carencias en su planteamiento que pongan en grave riesgo su supervivencia en el medio plazo.

El segundo aspecto, también señalado por el 53% de los expertos, es la existencia de programas de apoyo, asesoramiento y formación para el emprendedor impulsados desde los organismos públicos. Así, el interés demostrado a través de estos programas es valorado muy positivamente por los expertos. Muy relacionado con ello, casi el 40% señala adicionalmente la existencia de instrumentos de financiación específicamente orientados hacia este objetivo.

A mayor distancia, el 22% de los expertos indica un grupo de factores como impulsores de la actividad emprendedora: el fomento de la cultura emprendedora por parte de las instituciones educativas, la mejor cualificación profesional de los emprendedores, la

existencia de oportunidades de negocio y la mejora en el reconocimiento social de la figura del emprendedor. Ahora bien, tal y como se indicó anteriormente, estos aspectos siguen considerándose insuficientes y, en el caso de la financiación, llevan asociados demasiados requerimientos de acceso.

Finalmente, un reducido 11% señala las medidas adoptadas para la mejora de las infraestructuras.

Figura 5.11. Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2010)

5.3.4. Recomendaciones de los expertos

Al igual que en ediciones anteriores, los expertos proponen un conjunto de mejoras que deberían ponerse en marcha para fomentar la actividad emprendedora en Galicia. En términos generales, esas medidas implican la corrección de las deficiencias detectadas previamente.

La propuesta más señalada (por un 67% de los expertos) es la de incrementar y/o facilitar el acceso a financiación, sobre todo en aras de solventar problemas de liquidez. Un 36% de los expertos se inclina por eliminar las trabas burocráticas existentes para la creación de nuevas empresas.

Un tercio de los expertos proponen avanzar en la implantación de medidas que promuevan la actividad emprendedora desde edades tempranas y que la dignifiquen en el contexto social gallego. En igual medida, se inclinan por la mejora de las políticas públicas de apoyo al emprendimiento. Concretamente, se manifiesta la necesidad de reordenar, racionalizar y mejorar la coordinación entre instituciones y la aplicación de instrumentos de apoyo al emprendimiento. Como en el informe precedente, se propone la creación de una ventanilla única que centralice todo el proceso de puesta en marcha del negocio y la concesión de subvenciones a fondo perdido.

Aunque en menor medida, los expertos también apuntan el establecimiento de incentivos fiscales y estímulos a la contratación laboral, específicamente orientados al emprendimiento; asimismo, mejoras que faciliten la conexión universidad-empresa, la formación del emprendedor, el fomento de actividades de I+D y la eficacia de la labor de agrupaciones

empresariales, sobre todo en el proceso de internacionalización. Por último, algunos expertos indican la necesidad de tomar medidas encaminadas a prestigiar la figura del empresario, y de mejorar las infraestructuras de comunicación.

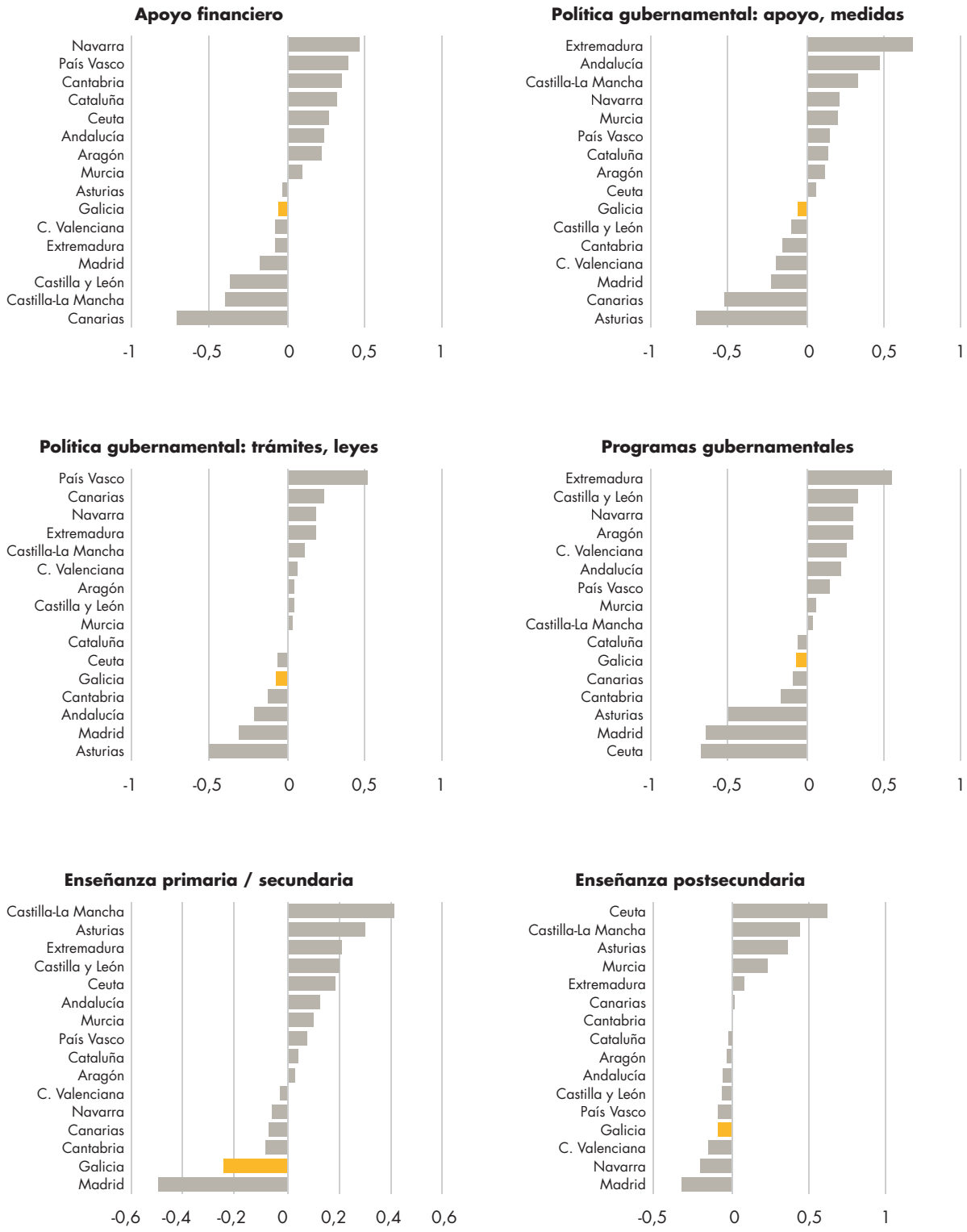
Figura 5.12. Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2010)

5.3.5. Posición de Galicia en el ámbito nacional GEM 2010 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos

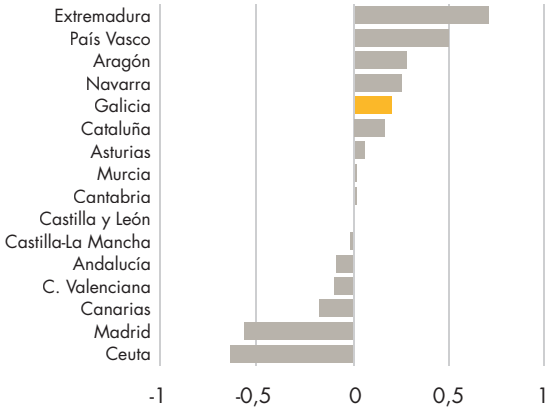
En las siguientes figuras se muestra la posición que ocupa Galicia a nivel nacional respecto a las principales condiciones del entorno que pueden influir en el desarrollo de la actividad emprendedora. Las variables fueron estandarizadas, por lo que todas tienen de media 0 y amplitud la distribución normal estándar (-3, +3).

En relación con el resto de regiones de España, la posición relativa de Galicia se ha mantenido respecto a la edición anterior, mejorando considerablemente en los factores de transferencia tecnológica e I+D, normas sociales y culturales, y atención a la innovación desde el punto de vista del consumidor. Como aspecto negativo, destaca la pérdida de posiciones respecto a la enseñanza postsecundaria, donde Galicia ha pasado de ocupar una de las primeras posiciones a quedar relegada a uno de los últimos puestos, así como respecto a los programas gubernamentales.

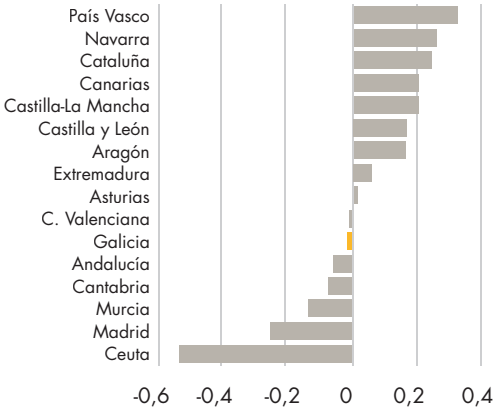
Figura 5.13. Situación de Galicia respecto a las condiciones de entorno de las comunidades autónomas participantes en el Proyecto GEM 2010



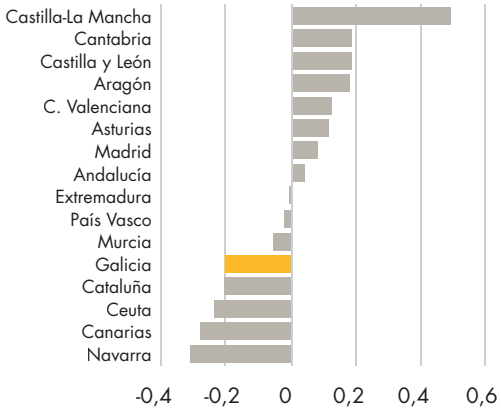
Transferencia tecnológica e I+D



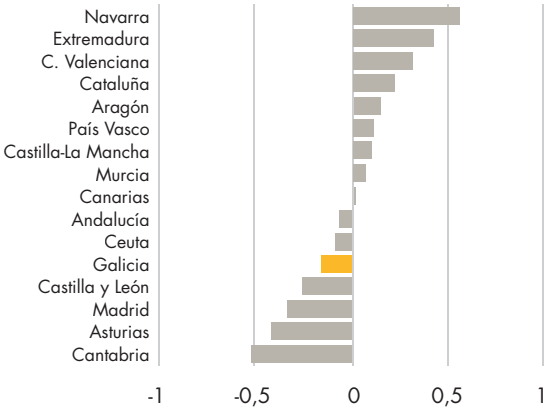
Infraestructura comercial y servicios



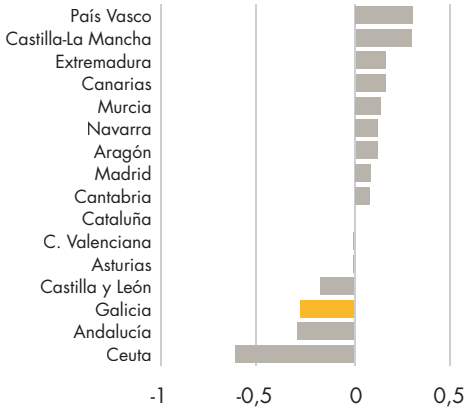
Apertura de mercado interno: capacidad de reacción



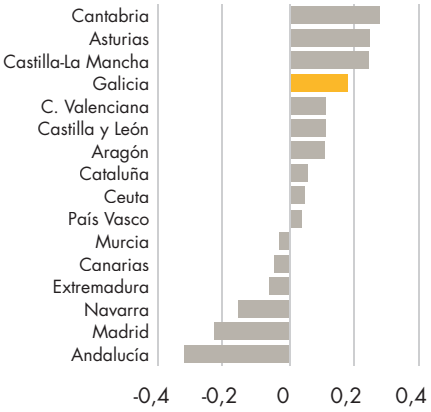
Apertura de mercado interno: barreras



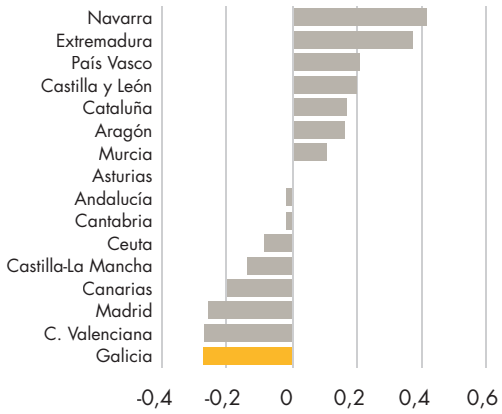
Acceso a la infraestructura física



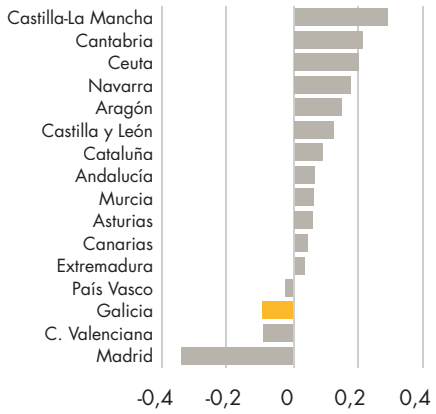
Normas sociales y culturales



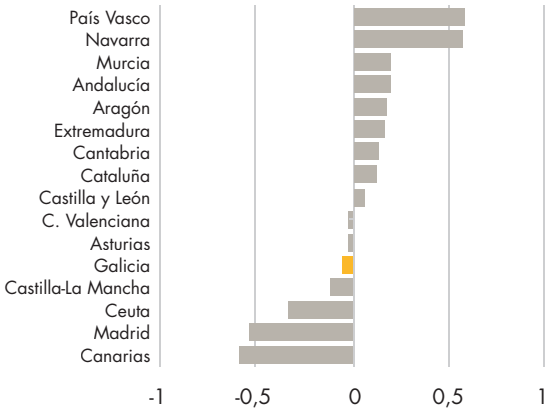
Protección derecho intelectual



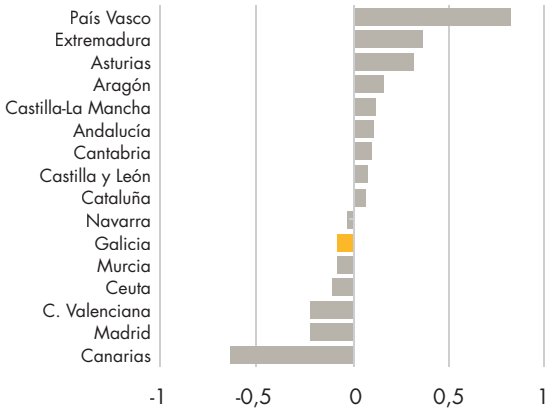
Apoyo a la mujer



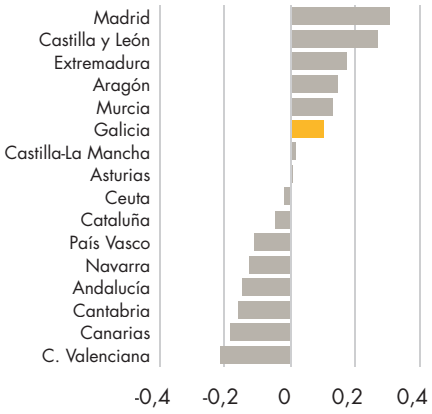
Apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas



Atención a la innovación: punto de vista de la empresa



Atención a la innovación: punto de vista del consumidor



I. Principales indicadores del proceso emprendedor en función del sexo

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Índice TEA en función del sexo	Mujeres: 2,26%; Hombres: 3,99%	
Índice TEA mujer en el contexto regional y nacional GEM	Regiones españolas	1ª Castilla La Mancha (5,95%) 2ª Castilla y León (5,50%) 11ª Galicia (2,26%)
	Países Unión Europea	1º Letonia (6,48%) 2º Francia (4,77%) 12º España (3,18%)
Dinámica emprendedora en función del sexo	Emprendedores potenciales	Mujeres: 2,70%; Hombres: 5,15%
	Iniciativas nacientes	Mujeres: 0,83%; Hombres: 1,22%
	Iniciativas nuevas	Mujeres: 1,43%; Hombres: 2,77%
	Iniciativas consolidadas	Mujeres: 8,65%; Hombres: 10,79%
	Cierre efectivo	Mujeres: 0,43%; Hombres: 1,11%
Índice TEA mujer de Galicia desglosado por motivación principal	Oportunidad	1,54%
	Necesidad	0,72%

Perfil socioeconómico

Perfil socio-económico en función del sexo	Edad	Predominio de las mujeres del tramo de edad de 45-54 años y de los hombres del tramo de edad 35-44 años
	Nivel de estudios	Predomino de estudios universitarios para las mujeres y de educación obligatoria para los hombres
	Formación específica	Similar para ambos sexos
	Nivel de renta	Superior nivel de ingresos en las mujeres
	Urbano/rural	Predominio de implantación urbana (80,38% mujeres; 85,12% hombres)
	Situación laboral	Mayoritariamente empleo activo en ambos sexos
	Dedicación	Dedicación a tiempo completo (100% mujeres; 95,68% hombres)
	Origen	Mayoritariamente español (91,56% mujeres; 90,63% hombres)
	Tamaño hogar	Tamaño reducido (3,25 mujeres; 3,27 hombres)

Condicionantes psicosociales y habilidades

Factores psicológicos y sociales (oportunidades, miedo, habilidades)	Escasa percepción de buenas oportunidades para emprender tanto entre las mujeres como entre los hombres. No obstante, es más alta para las mujeres (38,04%) que para los hombres (26,45%). Temor al fracaso muy inferior en las mujeres. Niveles elevados de conocimientos y habilidades para emprender más altos en el caso de las mujeres.

Características de las iniciativas emprendedoras

	Mujeres	Hombres
Sector de la actividad	Servicios orientados al consumo (67,94%)	Servicios orientados al consumo (37,15%)
Número de propietarios	Uno (59,79 %)	Uno (53,81%)
Dimensión	Microempresa (50,56%)	Sin empleados (59,32%)
Potencial de crecimiento de empleo	Sin empleados (72,52%)	Sin empleados (81,57%)
Capacidad innovadora	Mayor nivel de innovación en las mujeres (25,29%) que en los hombres (14,49%)	
Utilización de nuevas tecnologías	Mayor uso de nuevas tecnologías por parte de las mujeres (31,37%) que por parte de los hombres (18,24%)	
Nivel tecnológico	Bajo (100%)	Bajo (98,44%)
Nivel de competencia esperado	Mucha competencia (66,27%)	Mucha competencia (68,54%)
Previsión de expansión en el mercado	Sin expansión (63,52%)	Sin expansión (85,91%)
Internacionalización	Reducida presencia internacional	Reducida presencia internacional
Importe medio invertido por el inversor informal	15.466,26 €	14.044,60 €
Tendencia	Considerable reducción de la actividad emprendedora de la mujer en Galicia (30,82%), inferior a la registrada en la actividad emprendedora de los hombres (34,86%). La existencia de una oportunidad de negocio continúa siendo el principal motivo que lleva a las mujeres a crear una empresa (68,14% sobre el TEA absoluto).	

II. Principales indicadores del proceso emprendedor en función de la edad

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Índice TEA en función de la edad	18-34 años: 3,12%; 35-44 años: 3,94%; 45-64 años: 2,64%	
Actividad y dinámica emprendedora (mayor porcentaje)	Emprendedores potenciales	35-44 años: 5,73%
	Iniciativas nacientes	45-64 años: 1,49%
	Iniciativas nuevas	35-44 años: 2,95%
	Iniciativas incipientes	35-44 años: 3,94%
	Iniciativas consolidadas	35-44 años: 13,45%
	Cierre efectivo	18-34 años: 0,99%

Condicionantes psicosociales y habilidades

Determinantes psicológicos y sociales (oportunidades, miedo, habilidades)	Los emprendedores entre los 18 y los 34 años son los que afirman en mayor medida percibir oportunidades de negocio (39,33%). Asimismo, presentan un menor temor al fracaso (84,83%), afirmando que no sería un obstáculo para emprender, y consideran que tienen habilidades o conocimientos suficientes para emprender (92,42%).

Perfil socioeconómico

Perfil socio-económico del emprendedor	Género	Mayor participación de la mujer en el tramo 44-65 años: 60,10 % frente a un 39,90% de hombres
	Nivel de estudios	Destaca el gran número de inversores informales con estudios obligatorios en el tramo 18-34 años (43,98%), así como la baja presencia de los mismos con estudios de bachillerato en el tramo 44-65 años (13,29%)
	Formación específica	Generalmente, bajo nivel de formación específica, siendo el tramo de 35-44 años donde tiene una mayor presencia (43,83%)
	Nivel de renta	Generalmente, medio o bajo, presentando un diferencial de más de diez puntos entre los más jóvenes y los mayores en las rentas altas
	Urbano/rural	Generalmente urbano, sin diferencias en función de la edad
	Situación laboral	Empleado activo para todos los tramos de edad
	Dedicación	Dedicación a tiempo completo sin diferencias entre tramos de edad
	Origen	Destaca la participación del 25,10% de extranjeros entre los 24-35 años
	Tamaño hogar	Tamaño más reducido entre los emprendedores más jóvenes

Características de las iniciativas emprendedoras

	18-34 años	35-44 años	45-64 años
Sector de la actividad	Servicios a empresas (54,56%)	Servicios de consumo (61,74%)	Servicios de consumo (62,13%)
Número de propietarios	Uno (45,44%)	Uno (68,93%)	Uno (54,72%)
Dimensión	Sin empleados (59,03%)	Sin empleados (71,70%)	De 1 a 9 empleados (64,74%)
Potencial crecimiento de empleo	Sin empleados (92,42%)	Sin empleados (86,44%)	Sin empleados (57,33%)
Capacidad innovadora	Total o parcialmente innovadora: 16,63%	Total o parcialmente innovadora: 24,69%	Total o parcialmente innovadora: 14,58%
Utilización de nuevas tecnologías	Tecnología nueva o reciente: 9,05%	Tecnología nueva o reciente: 31,07%	Tecnología nueva o reciente: 29,42%
Nivel tecnológico	Bajo (100%)	Bajo (100%)	Bajo (97,16%)
Nivel de competencia esperado	Mucha competencia (68,20%)	Mucha competencia (62,96%)	Mucha competencia (71,48%)
Previsión de expansión en el mercado	Sin expansión (90,95%)	Sin expansión (69,34%)	Sin expansión (72,43%)
Internacionalización	No exporta (83,37%)	No exporta (62,55%)	No exporta (71,52%)
Inversor informal	18-34 años	35-44 años	45-64 años
Tendencia	La actividad emprendedora es más elevada entre las personas comprendidas en el tramo de edad que va de los 35 a los 44 años, quienes presentan un mayor potencial emprendedor y una posición predominante en el caso de las iniciativas consolidadas. El principal motivo que lleva a las personas en este tramo de edad a poner en marcha sus iniciativas es la detección de oportunidades de negocio, si bien en la actualidad tienen una peor visión de la existencia de las mismas que los más jóvenes o los mayores. Además, otro aspecto destacable es el hecho de que consideran en mayor medida que el resto de la población el temor al fracaso como un obstáculo, si bien se sitúan a la cabeza en cuanto a la consideración de que poseen habilidades y conocimientos específicos para emprender.		

Índice de tablas y figuras

Tablas

Tabla 0.1. Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia 16

Tabla 0.2. Distribución de la población encuestada por género y provincia 16

Tabla 0.3. Clasificación de países GEM 2010 por grupos económicos y áreas geográficas.. 17

Tabla 1.1. Actividad emprendedora incipiente o TEA (2009-2010)..... 32

Tabla 1.2. Emprendedores incipientes (2009-2010) 32

Tabla 1.3. Estimación del número de iniciativas emprendedoras (2005-2010)..... 32

Tabla 1.4. Iniciativas consolidadas (2009-2010) 35

Tabla 1.5. Abandono de negocios o cese de autoempleo (2009-2010)..... 37

Tabla 1.6. Emprendedores potenciales (2009-2010) 39

Tabla 2.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)..... 46

Tabla 2.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (2010) .. 46

Tabla 2.3. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 47

Tabla 2.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010).. 48

Tabla 2.5. Posesión de formación específica para emprender por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)..... 48

Tabla 2.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 49

Tabla 2.7. Implantación en entorno rural o urbano del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 49

Tabla 2.8. Situación laboral del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)... 50

Tabla 2.9. Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 50

Tabla 2.10. Origen del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (%, 2010)..... 51

Tabla 2.11. Tamaño medio del hogar del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (2010)..... 51

Tabla 2.12. Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia (2010) 53

Tabla 3.1. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (2009-2010)..... 57

Tabla 4.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (%, 2010)... 68

Tabla 4.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del sexo Galicia *vs.* España (%, 2010) 70

Tabla 4.3. Características de la actividad emprendedora en función del sexo Galicia *vs.* España (%, 2010) 72

Tabla 4.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del sexo (%, 2010) 73

Tabla 5.1. Percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2010)..... 77

Tabla 5.2. Factores psicológicos y sociales para emprender (% población, 2005-2010) 79

Tabla 5.3. Factores psicológicos y sociales para emprender (expertos, 2005-2010)..... 80

Tabla 5.4. Habilidades y conocimientos de la población pra emprender (expertos, 2005-2010)... 82

Figuras

Figura 0.1. Modelo teórico del Proyecto GEM 14

Figura 0.2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM 15

Figura 0.3. Tipología de países por áreas económicas y orientación principal 17

Figura 1.1. Tipología de las iniciativas emprendedoras según la metodología GEM 31

Figura 1.2. TEA en el contexto de España (%, 2010) 33

Figura 1.3. Evolución del índice TEA (%, 2005-2010) 33

Figura 1.4. Distribución de la motivación para emprender (%, 2010) 34

Figura 1.5. Evolución del comportamiento emprendedor incipiente (%, 2005-2010) 35

Figura 1.6. Empresas consolidadas detectadas en el contexto de España (%, 2010) 36

Figura 1.7. Evolución del iniciativas consolidadas (%, 2005-2010) 36

Figura 1.8. Evolución del abandono de negocios (%, 2005-2010) 37

Figura 1.9. Cese efectivo de actividades en el contexto de España (%, 2010) 38

Figura 1.10. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (%, 2010) 38

Figura 1.11. Influencia de la crisis en el abandono de una actividad (%, 2010) 39

Figura 1.12. Emprendedores potenciales en el contexto de España (%, 2010) 40

Figura 1.13. Evolución de los emprendedores potenciales (%, 2005-2010) 40

Figura 1.14. TEA de los países participantes en el Proyecto GEM agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (%, 2010) 41

Figura 1.15. Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países GEM (2010) 42

Figura 1.16. Síntesis del índice de actividad emprendedora (%, 2010) 43

Figura 2.1. Evolución del TEA y la inversión informal (%, 2005-2010) 52

Figura 2.2. El inversor informal en el contexto de España (%, 2005-2010) 52

Figura 2.3. Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2010) . 53

Figura 3.1. Sector general de la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 56

Figura 3.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 56

Figura 3.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 57

Figura 3.4. Previsión de la evolución en cuanto a empleo para los próximos 5 años en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 58

Figura 3.5. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 59

Figura 3.6. Evolución de las iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente) según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010) 59

Figura 3.7. Nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 60

Figura 3.8. Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 60

Figura 3.9. Evolución de las iniciativas emprendedoras con uso de tecnologías nuevas o recientes (menos de 5 años) según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010) 61

Figura 3.10. Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 62

Figura 3.11. Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado (alguna o mucha) según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010) 62

Figura 3.12. Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 63

Figura 3.13. Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010) 63

Figura 3.14. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2010) 64

Figura 3.15. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso emprendedor (%, 2005-2010) 65

Figura 3.16. Iniciativas emprendedoras con alto nivel de exportación (50% de los clientes fuera del país) en el contexto de España (%, 2010) 65

Figura 4.1. Evolución del TEA en función del sexo (%, 2005-2010) 68

Figura 4.2. TEA en función del sexo en el contexto de España (%, 2010) 69

Figura 5.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2010) 76

Figura 5.2. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2010) 76

Figura 5.3. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2010) 77

Figura 5.4. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (expertos, 2010) 78

Figura 5.5. Factores psicológicos y sociales para emprender en el contexto de España (expertos, 2010) 80

Figura 5.6. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (%, 2005-2010) 81

Figura 5.7. Población que afirma tener habilidades y conocimientos para emprender en el contexto de España (%, 2010) 82

Figura 5.8. Habilidades y conocimientos de la población para emprender en el contexto de España (expertos, 2010) 83

Figura 5.9. Valoración media del estado de las condiciones de entorno para emprender en Galicia (expertos, 2010) 85

Figura 5.10. Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2010) 86

Figura 5.11. Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2010) .. 87

Figura 5.12. Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2010) 88

Figura 5.13. Situación de Galicia respecto a las condiciones de entorno de las comunidades autónomas participantes en el Proyecto GEM (2010) 89

Bibliografía

Global Entrepreneurship Monitor. 2010 Global Report (2011). Babson Park (Massachusetts, Estados Unidos): Babson College; Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo.

Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo Galicia 2009 (2010). Santiago de Compostela: Confederación de Empresarios de Galicia. ISBN 978-84-693-7698-0. ISSN 1886-9319.

Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2010 (2011). Madrid: IE Business School. ISSN 1695-9302.

Reynolds, Paul *et al.* (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, v. 24, n. 3, abr. 2005, p. 205-231. ISSN 0921-898X.

Schwab, Klaus (2010). *The Global Competitiveness Report 2010-2011*. Geneva: World Economic Forum. ISBN 978-92-95044-87-6.

El Consorcio GEM

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2010, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Arabia Saudí, Argentina, Australia, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Cisjordania y Gaza, Colombia, Costa Rica, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Ghana, Grecia, Guatemala, Hungría, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, Malasia, México, Montenegro, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Perú, Portugal, Reino Unido, República de Corea, Rumanía, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Taiwan, Trinidad y Tobago, Túnez, Turquía, Uganda, Uruguay, Vanuatu y Zambia.

Asimismo, son componentes regionales del proyecto los equipos de Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra, País Vasco, la Ciudad Autónoma de Ceuta, Azores de Portugal, ocho regiones de Chile y tres de Colombia.

Los nombres de los miembros de todos los equipos y los informes nacionales, regionales e internacional se encuentran disponibles en: http://www.gemconsortium.org.

Aunque los datos utilizados en la confección de este *Informe Ejecutivo GEM Galicia 2010* han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de sus autores (http://www.gemgalicia.org).

GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto, a los expertos que han colaborado en la encuesta sobre el estado de condiciones de entorno y a sus patrocinadores su trabajo y su apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

© Global Entrepreneurship Research Association

Este informe se terminó de imprimir
en Santiago de Compostela
el 16 de septiembre de 2011

ie business school

GEM GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR