



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO GALICIA 2011

Equipo Investigador



Financia



Global Entrepreneurship Monitor
INFORME EJECUTIVO GALICIA

2011

<http://www.gemgalicia.org>

Coordinación editorial: Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
Entidades responsables: Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Versión electrónica: <http://www.gemgalicia.org>
Diseño e impresión: Tórculo Artes Gráficas, S.A.
ISSN: 1886-9319
ISBN: 978-84-695-6179-9
Depósito legal: C 2074-2012

Global Entrepreneurship Monitor

INFORME EJECUTIVO GALICIA

2011

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)

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)

Maite Cancelo Márquez
Enrique Gómez Fernández
Mariela Pérez-Rasilla Bayo

Universidad de Santiago de Compostela (USC)

Red de Investigación en Emprendimiento Regional (RIER)

Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC)
Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC)
Nuria Calvo Babío
Loreto Fernández Fernández
Marta Portela Maseda
Mercedes Teijeiro Álvarez
M^a Milagros Vível Búa
David Rodeiro Pazos
Becarios de Investigación:
Rubén Lado Sestayo
María Bobillo Varela

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2011

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores	
Nacional	Fundación Xavier de Salas-GEM España	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-España) Alicia Coduras Martínez (Directora Técnica GEM- España) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Juan Carlos Díaz Casero Yancy Vaillant Esteban Lafuente	Fundación Xavier de Salas. Proyecto GEM-España Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa	 
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón Instituto Aragonés de Fomento Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio Universidad de Zaragoza	  
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 Fernández Polanco Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Ana María Serrano Bedía	Banco Santander Gobierno de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda Grupo SODERCAN Fundación UCEIF	    
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans Universitat Autònoma de Barcelona	Yancy Vaillant (Director GEM-Cataluña, UAB) Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña, UAB) Esteban Lafuente (Investigador principal, IERMB/UPC) Eduardo Gómez (UAB) Marc Figuls (IERMB) Manoj Bayan (UAB)	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació	   
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José María Gómez Gras (Director GEM-Comunidad Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover Mª José Alarcón García Mª Cinta Gisbert López Lirios Alos Simó Javier Sancho Azuar Mª Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lopera	Air Nostrum Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA)	  
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) Juan Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Díaz Aunió	Fundación Xavier de Salas, Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Avante Extremadura, CCNN Almaraz-Trillo, Fundación Academia Europea de Yuste, Ogesa SA, Hoy Diario de Extremadura, Grupo Alfonso Gallardo, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain SL, Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Cámara de Comercio de Cáceres, Urvicasa, Infostock, Comisiones Obreras de Extremadura, Federación Empresarial Cacereña, UGT de Extremadura, Caja Duero, La Caixa, Gestyona SL, Hotel Huerta Honda, Infocenter, Grupo Ros Multimedia.	                     

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores	
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia, SA (BIC Galicia) - Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López María José Garrido Herrera Alejandro Prada Baceiredo Ana Belén Vázquez Eibes Maite Cancelo Márquez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC) Nuria Calvo Babío Loreto Fernández Fernández Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez Mª Milagros Vível Búa David Rodeiro Pazos	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia, SA (BIC Galicia) - Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela Secretaría Xeral de Universidades Dirección Xeral de Promoción do Emprego	
Madrid Metropolitano	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Instituto de Empresa	Iñaki Ortega Cachón Isidro de Pablo López Begoña Santos Urda Yolanda Bueno Hernández Esperanza Valdés Lías Fernando Alfaro Ramos Esther Caurin Arribas	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid CIADE U.A.M	
Madrid Comunidad Autónoma	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Yolanda Bueno Hernández Esperanza Valdés Lías Fernando Alfaro Ramos	Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid CIADE UAM	
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez Alicia Rubio Bañón (Directores 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 Emprendemos Universidad de Murcia	
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Daniel Calvo Ibero	Gobierno de Navarra. Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra de Navarra	
País Vasco	Orkestra, Instituto Vasco de Competitividad Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma Barcelona	Iñaki Peña (Director GEM-País Vasco) José Luis González-Pernía Maribel Guerrero María Saiz Jon Hoyos Saioa Arando David Urbano	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinometre	Josep Ribó Joaquín Vallés		



Presentación

Fiel a su cita, un año más ve la luz el *Informe GEM Galicia* correspondiente, en esta edición, a los datos de 2011. Transcurridos siete años desde la implantación de este modelo de referencia en la investigación de la actividad emprendedora, Galicia dispone de una amplia muestra de información sobre su comportamiento, evolución y posicionamiento, lo que facilita el contraste con la situación que ofrecen las regiones españolas y los países participantes en la edición 2011 del Proyecto GEM, entre los que se encuentra un buen número de miembros de la Unión Europea.

En esta edición, la redacción del informe nacional y la coordinación entre los equipos técnicos regionales ha sido llevada a cabo por la Fundación Xavier de Salas, entidad colaboradora de esta iniciativa desde hace más de diez años. La fundación ha asumido también el papel de representante de España en el Consorcio GEM.

Del buen hacer de los diversos equipos que conforman este consorcio da cuenta el reconocimiento recibido en el transcurso de la última reunión internacional de los países integrantes del proyecto, celebrada en San Francisco. Por su dilatada trayectoria y el valor de sus contribuciones, la labor de los miembros de la Red GEM España fue destacada por sus homólogos, una distinción que se hace extensiva a los miembros de los distintos equipos regionales. Todo ello supone un nuevo paso al frente en la consolidación de esta importante fuente de información.

En cuanto a los datos que conforman el informe, al igual que en el contexto de España, el análisis de la actividad emprendedora en Galicia, realizado mediante encuestas a población adulta, ofrece en este año un punto de inflexión. Tras un descenso continuo, iniciado en 2008, se registra un repunte que permite regresar a tasas similares a las obtenidas en 2009. Al mismo tiempo, el proceso de consolidación empresarial prosigue su evolución positiva. Ambas tendencias pueden sugerir que los efectos negativos ocasionados por la dureza del contexto económico empiezan a remitir, pero no será hasta contar con una secuencia mayor de los datos, cuando se permita interpretar de manera más rigurosa estos, por ahora, indicios.



Índice

Equipo investigador	3
Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2011	4
Presentación	7
Índice	9
Introducción	13
0.1. Modelo teórico GEM	13
0.2. Fuentes de información GEM Galicia 2011	15
0.3. <i>Balanced Scorecard</i> o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 2011	17
Resumen ejecutivo / <i>Resumo executivo</i> / <i>Executive summary</i>	19
Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial	31
1.1. Introducción	31
1.2. Índice de actividad emprendedora: evolución temporal, contexto nacional y motivación para emprender...	32
1.2.1. Evolución temporal	32
1.2.2. Contexto nacional	35
1.2.3. Motivación para emprender	35
1.3. Dinámica empresarial	37
1.3.1. Consolidación de iniciativas: contexto nacional, evolución temporal y relevo empresarial	37
1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras: evolución temporal, motivación y regeneración empresarial ..	38
1.3.3. Potencial emprendedor: contexto nacional y evolución temporal	40
1.4. Contexto internacional de los resultados	41
1.5. Síntesis de la actividad emprendedora en Galicia 2011	45
Capítulo 2: Perfil socioeconómico del emprendedor	47
2.1. Introducción	47
2.2. Sexo	47
2.3. Edad	48
2.4. Nivel de estudios	49
2.5. Posesión de formación específica para emprender	49
2.6. Nivel de renta anual	50
2.7. Implantación en entorno rural o urbano	51
2.8. Situación laboral y dedicación	51
2.9. Origen	52

2.10. Tamaño del hogar (hábitat)	52
2.11. Participación del inversor informal.....	53
2.12. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal.....	54
Capítulo 3: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor	57
3.1. Introducción.....	57
3.2. Sector de actividad.....	57
3.3. Dimensión en función del número de propietarios y de trabajadores	60
3.4. Grado de innovación y uso de nuevas tecnologías.....	62
3.5. Nivel de competencia en el mercado y previsión de expansión e internacionalización	64
3.6. Caracterización de las actividades resultantes del proceso emprendedor.....	67
Capítulo 4: El proceso emprendedor en función del sexo	69
4.1. Introducción.....	69
4.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial	69
4.3. Perfil socioeconómico de las emprendedoras	71
4.4. Características de la actividad emprendedora	72
4.5. Factores psicológicos y sociales	73
4.6. Síntesis del proceso emprendedor de la mujer en Galicia.....	75
Capítulo 5 Educación superior y emprendimiento	77
5.1. Introducción.....	77
5.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial	77
5.3. Perfil socioeconómico en función del nivel de estudios	77
5.4. Características de la actividad emprendedora en función del nivel de estudios.....	78
5.5. Factores psicológicos y sociales en función del nivel de estudios.....	80
5.6. Síntesis del proceso emprendedor en los universitarios en Galicia	81
Capítulo 6: La influencia del entorno para emprender	83
6.1. Introducción.....	83
6.2. Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender	83
6.2.1. Percepción de buenas oportunidades para emprender	83
6.2.2. Motivación y entorno social para emprender	86
6.2.3. Habilidades y conocimientos para emprender.....	88
6.2.4. Determinantes del emprendimiento y relación con nuestro entorno	90
6.3. Evaluación de los expertos respecto a las condiciones del entorno para emprender	94
6.3.1. Análisis general del entorno para emprender.....	94
6.3.2. Obstáculos.....	96
6.3.3. Factores determinantes de estímulo	97

6.3.4. Recomendaciones de los expertos.....	97
6.3.5. Posición de Galicia en el ámbito nacional GEM 2011 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos.....	98
Anexo: Actividad emprendedora de empleados o emprendimiento corporativo	103
A.1. Introducción.....	103
A.2. La medición del emprendimiento corporativo en la población	103
A.3. Influencia del entorno en el emprendimiento corporativo en opinión de los expertos	105
Índice de tablas y figuras	107
Bibliografía.....	113
El Consorcio GEM.....	115



Introducción

El *Informe GEM Galicia 2011* es el séptimo que se publica de forma consecutiva en el marco del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el mayor observatorio internacional de la actividad emprendedora. A lo largo de estos siete años, cada uno de los informes ha ido desgranando los datos más relevantes sobre la tasa de actividad emprendedora de nuestra comunidad autónoma, proporcionando una fotografía comparable con la de las naciones y regiones españolas participantes en el proyecto, así como una amplia descripción de las iniciativas emprendedoras, su aportación al desarrollo económico y el estado de las principales condiciones de entorno para emprender.

A nivel internacional, el Proyecto GEM remonta su trabajo al año 1999. Sus resultados han probado la influencia del emprendimiento sobre el desarrollo económico y enriquecido el conocimiento sobre el proceso emprendedor en base a la publicación de artículos y trabajos académicos. Desde la puesta en marcha del observatorio, auspiciado por la London Business School del Reino Unido y el Babson College de Estados Unidos, tanto la investigación como la propia figura del emprendedor han experimentado un notable impulso. Gracias a los resultados de los informes, las instituciones y agentes relacionados con el emprendimiento han contado con información exacta y de calidad, en base a indicadores que han permitido avanzar en el conocimiento del complejo proceso de la creación empresarial.

A nivel organizativo, 2011 ha supuesto en España el cambio del IE Business School por la Fundación Xavier de Salas en el Consorcio GEM, órgano de gestión de la red internacional que, en enero de 2012, otorgó a España el premio al mejor equipo GEM del mundo por su trayectoria y aportaciones al proyecto, especialmente por su modelo de desarrollo. Este reconocimiento al más alto nivel es consecuencia del trabajo desarrollado por España desde 2000, año de su integración en el Consorcio GEM, en el que han colaborado equipos regionales.

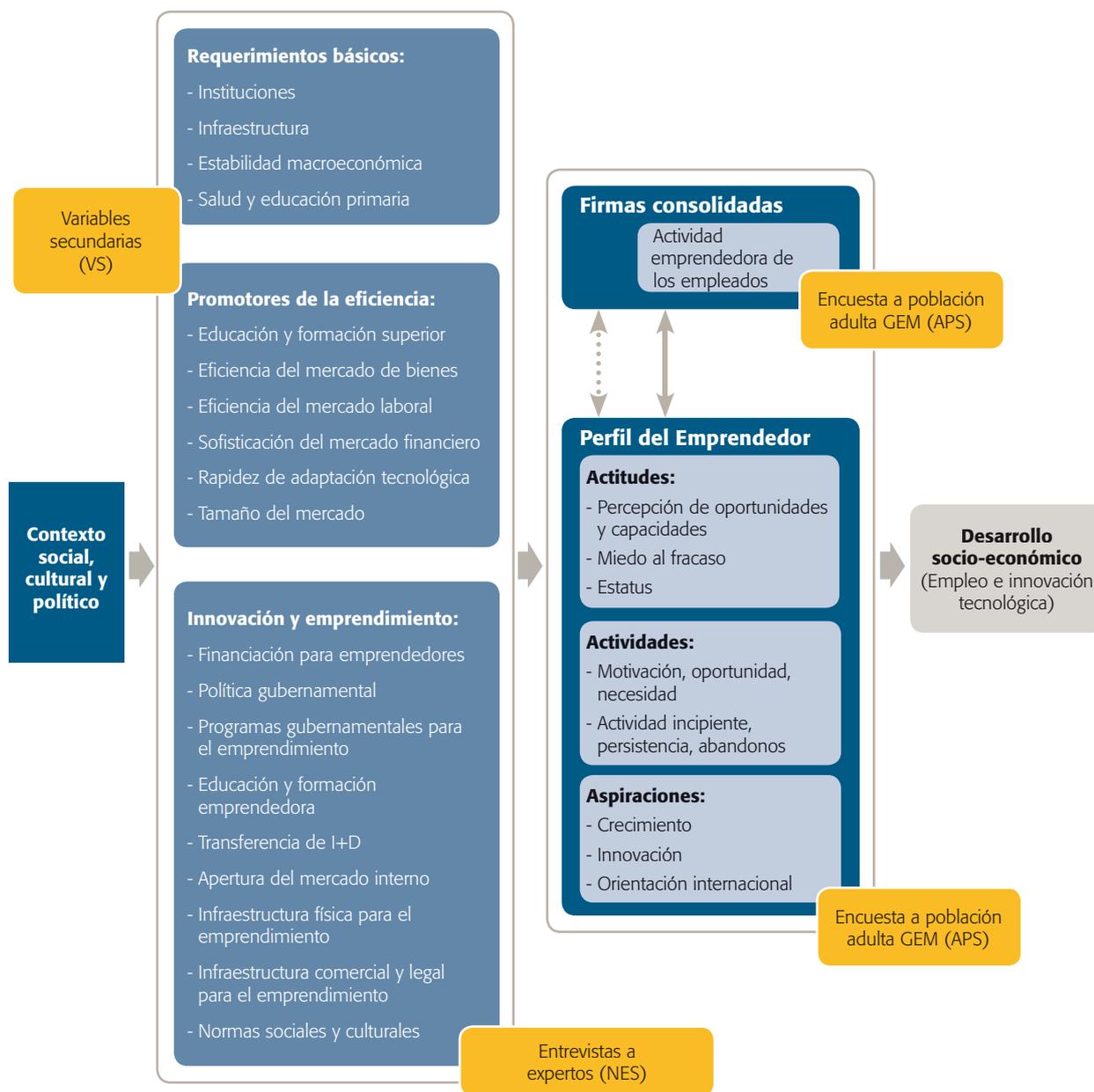
0.1. Modelo teórico GEM

Partiendo del principio de que la prosperidad de una economía depende en gran medida de su dinámica emprendedora, GEM aporta una medida armonizada, comparativa y periódica tanto de las personas que emprenden como de las fases del emprendimiento y del contexto en el que desarrollan su actividad.

El observatorio desarrolla su actividad en base a los fundamentos del modelo teórico que se representa en la figura 0.1, en el que el contexto cultural, político y social se relaciona con el efecto que tiene en el emprendimiento. La figura incluye los grupos de factores que determinan el estatus de desarrollo y competitividad de los países participantes según *The Global Competitiveness Report 2011-2012**. Las naciones que solo basan su economía en el primer grupo de factores son las menos desarrolladas, mientras que las que han completado el ciclo de los requerimientos básicos se hallan inmersas en el segundo estadio, en que el impulso económico se logra a través de una mayor oferta y acceso a la educación y formación superior, una mayor eficiencia del mercado de bienes y del laboral, una sofisticación del mercado financiero y la rapidez de adaptación tecnológica, adecuando las variables económicas al tamaño del mercado. Los países desarrollados son los que han completado o están próximos a completar los ciclos de desarrollo de los requerimientos básicos y de los promotores de la eficiencia, y basan el avance de sus economías en la innovación y el emprendimiento de calidad. Los pilares de la economía y la competitividad inciden tanto en la economía primaria, representada por las grandes firmas consolidadas, como en el proceso emprendedor. Y todo ello, a su vez, impacta en el crecimiento económico de las naciones.

* Schwab, Klaus (2011). *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. Geneva: World Economic Forum. ISBN 978-92-95044-74-6.

Figura 0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento



Fuente: GEM 2011 Global Report

GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea (emprendedor potencial), continúa con las acciones de su puesta en marcha (iniciativa naciente), se lanza al mercado (iniciativa nueva) y entra en la fase de consolidación cuando sobrevive más de tres años y medio (iniciativa consolidada). También cabe la posibilidad del abandono del promotor o promotores, ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para clausurarla.

Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos GEM



Una de las aportaciones más destacadas del proyecto es el índice TEA (*Total Entrepreneurial Activity* en su denominación en inglés), calculado como la suma del porcentaje de la población involucrado en iniciativas nacientes y nuevas. El impacto de la crisis económica ha producido un escenario en el que GEM y los investigadores que participan en él se han visto obligados a profundizar en los resultados que ofrece. Así, en la presente edición se ha matizado su composición, mejorando la descripción de sus componentes naciente y nueva, tal y como se define en el capítulo primero del presente informe. Si hasta la fecha se explicaba que las actividades nacientes tienen entre 0 y 3 meses de vida y las nuevas entre 3 y 42 meses, desde ahora se atiende de forma más estricta a los requisitos que se exigen a los entrevistados para clasificarlos en una u otra categoría.

El conocimiento del TEA de cada una de las regiones y países participantes utilizando unas fuentes de información y una metodología idénticas, permite establecer comparaciones entre ellos, que van más allá del establecimiento de *rankings*, ya que ofrecen claves para conocer la aportación económica social y el posicionamiento respecto a territorios del mismo entorno económico.

GEM proporciona información al modelo teórico con tres fuentes de información: encuesta a la población adulta de 18 a 64 años (APS), entrevistas a expertos en el marco institucional (NES) y variables secundarias (VS). Las dos primeras se basan en herramientas originales del proyecto y son sometidas a rigurosos controles de calidad en cuanto al trabajo de campo y tratamiento de los datos, para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes sean comparables.

La información obtenida a través de estas fuentes, complementarias entre sí, constituye la base para la elaboración de los resultados que se presentan a continuación. Para su interpretación, siempre hay que tener en cuenta el carácter diferencial de los resultados que aporta GEM, en cuanto a que se refieren a la actividad emprendedora, concepto mucho más amplio que el registro de nuevas empresas, dado que incluye la actividad de las personas que están en la fase de idea sobre un nuevo negocio así como la de quienes ya han consolidado una iniciativa e incluso la han abandonado, pasando por las que la están poniendo en marcha y las que llevan menos de tres años de actividad efectiva. En este sentido, los indicadores GEM, aunque en consonancia con los registros oficiales en algunas fases, proporcionan una fuente de información diferencial que proporciona matices a los datos descriptivos de cualquier economía.

0.2. Fuentes de información GEM Galicia 2011

Las tres fuentes de información en las que se basan los informes GEM son:

1. Encuesta a población adulta de 18-64 años de edad (APS)
 - Sirve para obtener los principales indicadores de actividad emprendedora y caracterizar la misma.
 - En Galicia se ha encuestado a 2.000 personas, en abril y septiembre de 2011. La ficha técnica y la distribución de la población se recogen en las tablas 0.1 y 0.2.

2. Entrevista a expertos en el entorno para emprender (NES)

- Permite valorar el estado de las principales variables que influyen en el proceso emprendedor y que pueden condicionar su magnitud y características.
- Cada país, región o ciudad selecciona una muestra representativa de expertos en:
 - Financiación para emprendedores
 - Políticas gubernamentales relacionadas con el entorno empresarial (normativa, fiscalidad, etc.)
 - Programas públicos específicos para emprendedores (viveros de empresas, parques científicos y tecnológicos, etc.)
 - Educación y formación emprendedora
 - Transferencia de I+D para explotar nuevas oportunidades de negocio
 - Infraestructura comercial y de servicios para crear o desarrollar nuevas empresas
 - Apertura del mercado interno en relación con sus niveles de competencia y barreras de entrada
 - Acceso a la infraestructura física (redes viarias, suelo empresarial, servicios de telecomunicaciones, electricidad, agua, etc.)
 - Normas sociales y culturales sobre la visión del empresario y sus motivaciones, niveles de creación e iniciativa, valoración del riesgo, etc.
- En Galicia se entrevistó a treinta y seis expertos en octubre de 2011.

3. Variables secundarias (VS)

Cada año, GEM recopila información de las más prestigiosas fuentes de información sobre el desarrollo económico, demografía, mercado laboral, innovación, competitividad y cuantas variables considera relevantes para establecer relaciones de causalidad u otras con las variables propias del proyecto.

Tabla 0.1. Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia

Universo	Población residente en Galicia de 18 a 64 años
Población objetivo	1.760.937 individuos
Muestra	2.000 individuos
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-septiembre de 2011
Grabación y creación de bases de datos	Instituto Opinometre

Tabla 0.2. Distribución de las entrevistas por sexo y provincia

Provincia	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
A Coruña	393	427	820
Lugo	132	121	253
Ourense	117	122	239
Pontevedra	336	352	688
Total	978	1.022	2.000

0.3. *Balanced Scorecard* o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 2011

A continuación se presentan los indicadores más relevantes que ofrece el *Informe GEM Galicia 2011*, a modo de cuadro de mando o *Balanced Scorecard*. Su estructura muestra los principales indicadores de forma integrada, para tener una visión de conjunto sobre el emprendimiento en Galicia durante 2011, en comparación con los resultados de 2010. En la presente edición, se ha unificado el formato con el utilizado a nivel nacional.

BALANCED SCORECARD GEM GALICIA 2010-2011			
Concepto: TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en España	2010	2011	Evolución
TEA total	3,12	4,74	
TEA femenino (sobre total de población femenina de 18-64 años)	2,26	4,08	
TEA masculino (sobre total de población masculina de 18-64 años)	3,99	5,39	
Concepto: Distribución del TEA, tomado como 100%	2010	2011	Evolución
% TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	20,84	17,73	
% TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	77,82	77,06	
% TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	1,34	5,21	
% TEA sector extractivo	5,23	10,93	
% TEA sector transformador	20,41	18,17	
% TEA sector servicios a empresas	25,81	17,11	
% TEA sector orientado al consumo	48,55	53,79	
% TEA sin empleados	55,53	69,30	
% TEA con 1-5 empleados	42,73	23,42	
% TEA con 6-19 empleados	1,74	4,88	
% TEA con 20 o más empleados	0,0	2,40	
% TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	12,78	18,24	
% TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	4,52	12,65	
% TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	6,52	18,25	
% TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media o alta	0,99	7,41	
% TEA iniciativas que exportan en algún grado	24,75	17,42	
% TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	6,52	1,08	
Concepto: Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2010	2011	Evolución
% Percepción de oportunidades para la creación de empresas	30,67	30,62	
% Posesión de habilidades/conocimientos para emprender	87,37	92,56	
% Temor al fracaso	27,22	36,12	
% Tiene intención de emprender en los próximos tres años	3,95	8,96	
% Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,07	2,27	
% Inversor informal	1,38	3,62	

■ Valor que aumenta respecto a 2010 ■ Valor que disminuye respecto a 2010



Resumen ejecutivo

Resumen ejecutivo

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En un contexto de crisis, el índice TEA mejora en Galicia respecto a la edición anterior. Después de tres años consecutivos de descenso, en 2011, la tendencia del TEA presenta un punto de inflexión y se recupera hasta alcanzar el 4,74%, valor que representa el porcentaje de población de 18 a 64 años involucrado en actividades emprendedoras de menos de 42 meses. El aprovechamiento de una oportunidad de negocio constituye la principal motivación, al tiempo que aumenta el número de personas que emprenden por necesidad; como motivaciones secundarias, destacan la búsqueda de mayor independencia y el aumento de ingresos. La comparación regional del índice TEA en España sitúa a Galicia por debajo de la media nacional (5,81%).

La actividad emprendedora muestra un cambio de tendencia respecto a los años previos y mejora hasta el 4,74% (1,62 puntos más que en 2010).

La evolución positiva del TEA se debe fundamentalmente al incremento de los emprendedores nacientes, es decir, aquellos que manifiestan haber participado en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial en los últimos tres meses. Por su parte, las iniciativas nuevas, de entre 3 y 42 meses, aunque no presentan la misma intensidad de crecimiento, siguen ofreciendo el componente más significativo de las empresas creadas en Galicia.

En 2011 se consolida la recuperación de las iniciativas nacientes iniciada el año pasado. En este ejercicio, el 53% de las intenciones empresariales se hicieron realidad (frente al 27% del año anterior).

En cuanto a los proyectos consolidados (más de 42 meses en el mercado), tras la acusada caída de 2009, se recuperan por segundo año consecutivo, manteniendo una evolución superior al conjunto español.

Por el contrario, en 2011, el número de individuos que abandonan su negocio se ha duplicado. No obstante, si se analizan los datos teniendo en cuenta la supervivencia de la iniciativa más allá de la titularidad de la misma (traspasos), las iniciativas gallegas cerradas alcanzan la cifra de 26.435, con una tasa real de cierre del 1,52%. La mayoría de los emprendedores argumentan la falta de rentabilidad como principal motivo del cese empresarial.

Por último, destacar que se constata también una importante recuperación de la intención emprendedora. Los emprendedores potenciales (con intención de poner en marcha un proyecto empresarial en los próximos tres años) representan un 8,96% de la población, lo que duplica la cifra registrada en 2010 y es la más alta desde que se puso en marcha el Observatorio GEM Galicia en 2005.

El incremento de los emprendedores potenciales permite cierto optimismo en la previsión del número de iniciativas nacientes en 2012. Sin embargo, el recrudescimiento económico puede condicionar su efectiva puesta en marcha.

Perfil socioeconómico del emprendedor

En cuanto al perfil de la persona que interviene en el proceso emprendedor, no presenta diferencias significativas respecto al de años anteriores ni al de España.

Así, la mayoría de las iniciativas emprendedoras se ponen en marcha por hombres, si bien se incrementa de manera sustancial el porcentaje de mujeres. Casi el 70% de las personas que emprenden se inscribe en el segmento de edad de 25 a 44 años, con un aumento significativo de jóvenes involucrados en el proceso emprendedor, lo que se traduce en una disminución de la edad media. La actividad emprendedora se incrementa entre aquellas personas que poseen estudios de formación profesional y obligatorios, observándose un aumento del porcentaje de quienes afirman poseer conocimientos específicos en creación y gestión de empresas. Al igual que en el resto de España, el mayor porcentaje de emprendedores posee un nivel de renta de entre 10.000 y 30.000 euros, con una ligera tendencia a favor de la primera mitad de este tramo; son las rentas medias-bajas quienes abandonan con más frecuencia su proyecto de negocio. También destaca el número de personas en situación de desempleo que emprenden, cuyo porcentaje casi duplica el valor de 2010.

El perfil socioeconómico del emprendedor es el de un hombre de 37 años, con estudios obligatorios, residencia urbana, en situación laboral activa, origen español y dedicación a tiempo completo a su empresa.

En lo relativo a la participación del inversor informal dispuesto a financiar iniciativas ajenas, se aprecia un incremento que representa un cambio de la tendencia decreciente de los últimos tres años.

El incremento de la inversión por parte de personas con relación familiar o de amistad con el emprendedor suple en muchos casos la falta de respuesta del sistema financiero a las iniciativas emprendedoras, que en un amplio porcentaje de casos tiene una presencia modesta.

Características de las iniciativas emprendedoras

En términos generales, la de servicios al consumo (53,79%) es la actividad predominante en las iniciativas emprendedoras. Frente al pasado año, destacan la caída de los servicios a empresas y el incremento del sector primario.

La evolución del entorno económico, en el que se constata un cierre continuo de empresas, puede estar en la base de la disminución de las iniciativas orientadas a servicios a empresas, que ven reducida su demanda.

Al mismo tiempo, aunque decrece el número de iniciativas incipientes en el sector transformador, a ellas les corresponde el mayor número de empresas de más de seis empleados frente a lo que ocurre en el sector primario o en el orientado al consumo.

En general, las iniciativas emprendedoras tienen un único propietario (62,29%), un bajo grado de innovación (el 70% se declaran no innovadoras en productos o servicios) y un uso mayoritario de tecnologías de más de cinco años (55%), factores estos dos últimos atribuibles al bajo nivel tecnológico del sector en el que operan. La mayoría de las iniciativas muestran un elevado nivel de competencia (47,83%) y no prevén exportar (82,58%).

Las características de las iniciativas emprendedoras pueden atribuirse a que sus promotores las plantean en muchos casos como una alternativa de autoempleo, opción que no suele vincularse al nacimiento de empresas con perspectivas de crecimiento en términos de empleo ni expansión internacional en un futuro inmediato.

El proceso emprendedor en la mujer

El año 2011 presenta una recuperación muy significativa del TEA femenino (4,08%), cuyo valor casi duplica al del año anterior. Con todo, este índice se mantiene por debajo del masculino (5,39%).

En 2011, se recupera de forma significativa la actividad emprendedora de la mujer en Galicia.

Respecto al perfil de la mujer emprendedora, se incorporan mujeres más jóvenes, disminuye el número de las residentes en entornos urbanos, se encuentran en la mayor parte de los casos en situación de empleo activo y tienen dedicación exclusiva a su negocio. Como elemento diferenciador, destaca su mayor nivel de estudios con respecto a los emprendedores.

En cuanto a las características de su actividad empresarial, la mayor parte de las emprendedoras crean sus empresas de forma individual trabajando como autónomas en el sector de servicios de consumo y mejorando sus expectativas de generación de empleo. Un año más predominan los negocios en sectores con bajo o nulo contenido tecnológico, aunque se percibe una mayor presencia en negocios relacionados con nuevas tecnologías. Una de las asignaturas pendientes es la escasa vocación exportadora de los emprendedores, en general, y de las mujeres, en particular.

Por último, respecto a la edición anterior, las emprendedoras muestran una mayor confianza en sus capacidades en términos de conocimientos y habilidades para emprender, si bien decae su percepción sobre las oportunidades existentes para emprender. Asimismo, muestran mayor temor al fracaso.

Educación superior y emprendimiento

En el nivel de formación de los emprendedores se constata un paralelismo entre Galicia y España: un aumento de emprendedores con estudios obligatorios y de formación profesional, en detrimento de los universitarios. De manera particular, son más numerosos los emprendedores potenciales en el entorno universitario, al tiempo que su presencia en las iniciativas incipientes es similar a la que se observa entre emprendedores no universitarios.

Los estudiantes universitarios manifiestan una mayor propensión a considerar la creación de empresas como oportunidad laboral, aunque esa proporción no guarda una correlación con un mayor número de iniciativas emprendedoras.

Al observar las características de la actividad emprendedora de las personas con estudios universitarios, resulta evidente el predominio de las iniciativas individuales y unipersonales, que acaparan prácticamente el 80% de los casos. Además, tres de cada cuatro universitarios que han creado una empresa manifiestan expectativas favorables en relación con el incremento de su plantilla, por encima de las perspectivas de los no universitarios. Asimismo, predominan las iniciativas en sectores de bajo o nulo contenido tecnológico (más del 90%), con escasas expectativas de expansión (prácticamente el 70%) y sin proyección internacional (aproximadamente el 85%).

En cuanto a los factores psicosociales, la importancia del temor al fracaso se reduce entre los emprendedores que poseen titulación universitaria.

Emprendimiento corporativo

En 2011, el Proyecto GEM ha analizado por vez primera, de forma monográfica y a nivel mundial, la tasa de emprendimiento corporativo, esto es, el protagonizado por los empleados por cuenta ajena en sus empresas. En Galicia, este índice alcanza un 3,45%, lo que refleja la escasa relevancia que manifiesta la población respecto a este tipo de iniciativas.

Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender

En Galicia, al igual que en el conjunto del Estado, la percepción de la población sobre la existencia de buenas oportunidades para crear una empresa continúa la tendencia negativa de años anteriores, pues solo un 11,29% de la población así lo percibe. En cambio, el autorreconocimiento de habilidades y conocimientos para crear una empresa se incrementa, con una valoración que alcanza el nivel más alto desde que comenzó el Observatorio GEM Galicia.

Por otro lado, el análisis comparado de los emprendedores *versus* los no emprendedores permite detectar diferencias significativas en aspectos psicosociales que se consideran factores determinantes del emprendimiento. Así, en relación con la población en general, los emprendedores de Galicia presentan una menor aversión al riesgo, diferencia que disminuye a medida que se consolidan sus iniciativas; por el contrario, su percepción de oportunidades es muy superior, al igual que su formación para emprender. También manifiestan conocer a otros emprendedores en una proporción superior (más de 20 puntos) a la de la población en general.

El espíritu emprendedor de la población gallega tampoco sale mejor parado en su comparación con la población europea respecto a los aspectos anteriormente analizados. Así, presenta una de las tasas de aversión al riesgo más elevadas de Europa, al tiempo que el porcentaje de individuos que percibe oportunidades para emprender es inferior, pues apenas logra superar el 35%, incluso en los años de mayor expansión económica. Otro de los *handicaps* que se detecta es el bajo porcentaje del capital social, entendiéndose por tal la pertenencia a redes.

En Galicia, la combinación de factores sociales y culturales (mayor aversión al riesgo, menor percepción de oportunidades para emprender y menor capital social) condiciona, al igual que en España, la iniciativa de los individuos a la hora de emprender en mayor medida que en los países de nuestro entorno económico.

Las condiciones de entorno para emprender

Por su parte, los expertos valoran de forma positiva el entorno para emprender, continuando así la tendencia favorable del informe anterior.

En particular, los expertos consideran aceptables las condiciones relativas a la valoración de la innovación por parte de consumidores y empresas, la infraestructura física y el acceso a servicios, así como el apoyo a la mujer. Por su parte, entre las condiciones menos propicias se encuentran la inexistencia de materias relacionadas con el emprendimiento en la escuela primaria y secundaria, el apoyo financiero, la existencia de barreras en el mercado interno y las políticas gubernamentales (trámites, leyes, fiscalidad, etc.).

De hecho, el principal obstáculo al emprendimiento gallego es, según los expertos, la dificultad en el acceso a la financiación. A continuación, y como novedad respecto al informe anterior, se encuentra el apoyo inadecuado y/o insuficiente de la Administración. Le sigue la escasa cultura emprendedora y la inadecuada formación del emprendedor.

Los dos principales determinantes del emprendimiento gallego son, al igual que en 2010, la existencia de programas de apoyo, asesoramiento y formación para el emprendedor, y la existencia de instrumentos de financiación y/o ayudas públicas para la creación de empresas.

Las principales recomendaciones de los expertos para mejorar el emprendimiento se refieren a la disponibilidad de recursos financieros y la simplificación de los trámites burocráticos.

Resumo executivo

Actividade emprendedora e dinámica empresarial

Nun contexto de crise, o índice TEA mellora en Galicia respecto á edición anterior. Logo de tres anos consecutivos de descenso, en 2011, a tendencia do TEA presenta un punto de inflexión e recupérase ata alcanzar o 4,74%, valor que representa a porcentaxe de poboación de 18 a 64 anos involucrada en actividades emprendedoras de menos de 42 meses. O aproveitamento dunha oportunidade de negocio constitúe a principal motivación, ao tempo que aumenta o número de persoas que emprenden por necesidade; como motivacións secundarias, destacan a busca de maior independencia e o aumento de ingresos. A comparación rexional do índice TEA en España sitúa a Galicia por debaixo da media nacional (5,81%).

A actividade emprendedora presenta un cambio de tendencia respecto aos anos previos e mellora ata o 4,74% (1,62 puntos máis que en 2010).

A evolución positiva do TEA débese fundamentalmente ao incremento dos emprendedores nacentes, é dicir, aqueles que manifestan participar na posta en marcha dunha iniciativa empresarial nos últimos tres meses. Pola súa parte, as iniciativas novas, de entre 3 e 42 meses, aínda que non presentan a mesma intensidade de crecemento, seguen ofrecendo o compoñente máis significativo das empresas creadas en Galicia.

En 2011 consolidase a recuperación das iniciativas nacentes iniciada o ano pasado. Neste exercicio, o 53% das intencións empresariais fixéronse realidade (fronte ao 27% do ano anterior).

En canto aos proxectos consolidados (máis de 42 meses no mercado), tras a acusada caída de 2009, recupéranse por segundo ano consecutivo, mantendo unha evolución superior ao conxunto español.

Pola contra, en 2011, o número de individuos que abandonan o seu negocio duplicouse. Non obstante, se se analizan os datos tendo en conta a supervivencia da iniciativa máis aló da titularidade desta (traspasos), as iniciativas galegas pechadas alcanzan a cifra de 26.435, cunha taxa real de peche do 1,52%. A maioría dos emprendedores argumentan a falta de rendibilidade como principal motivo do cesamento empresarial.

Por último, destacar que se constata tamén unha importante recuperación da intención emprendedora. Os emprendedores potenciais (con intención de poñer en marcha un proxecto empresarial nos próximos tres anos) representan un 8,96% da poboación, o que duplica a cifra rexistrada en 2010 e é a máis alta desde que se puxo en marcha o Observatorio GEM Galicia en 2005.

O significativo incremento dos emprendedores potenciais permite certo optimismo na previsión do número de iniciativas nacentes en 2012. Non obstante, o agravamento do contorno económico pode condicionar a súa efectiva posta en marcha.

Perfil socioeconómico do emprendedor

En canto ao perfil da persoa que intervéñ no proceso emprendedor, non presenta diferenzas significativas respecto ao de anos anteriores nin ao de España.

Así, a maioría das iniciativas emprendedoras póñense en marcha por homes, se ben se incrementa de xeito substancial a porcentaxe de mulleres. Case o 70% das persoas que emprenden se inscribe no segmento de idade de 25 a 44 anos, cun incremento significativo de mozos involucrados no proceso emprendedor, o que se traduce nunha diminución da idade media. A actividade emprendedora increméntase entre aquelas persoas que posúen estudos de formación profesional e obrigatorios, observándose un aumento da porcentaxe dos que afirman posuír coñecementos específicos en creación e xestión de empresas. Ao igual que no resto de España, a maior porcentaxe de emprendedores posúe un nivel de renda de entre 10.000 e 30.000 euros, cunha lixeira tendencia en favor da primeira metade deste tramo; son as rendas medias-baixas as que abandonan con máis frecuencia o seu proxecto de negocio. Tamén destaca o número de persoas en situación de desemprego que emprenden, cuxa porcentaxe case duplica o valor de 2010.

O perfil socioeconómico do emprendedor é o dun home de 37 anos, con estudos obrigatorios, residencia urbana, en situación laboral activa, orixe española e dedicación a tempo completo á súa empresa.

No relativo á participación do investidor informal disposto a financiar iniciativas alleas, apréciase un incremento que representa un cambio da tendencia decrecente dos últimos tres anos.

O incremento do investimento por parte de persoas con relación familiar ou de amizade co emprendedor suple en moitos casos a falta de resposta do sistema financeiro ás iniciativas emprendedoras, que nunha ampla porcentaxe de casos ten unha presenza modesta.

Características das iniciativas emprendedoras

En termos xerais, a de servizos ao consumo (53,79%) é a actividade predominante nas iniciativas emprendedoras. Fronte ao pasado ano, destacan a caída dos servizos a empresas e o incremento do sector primario.

A evolución do ámbito económico, no que se constata un peche continuo de empresas, pode estar na base da diminución das iniciativas orientadas a servizos a empresas, que ven reducida a súa demanda.

Ao mesmo tempo, aínda que decrece o número de iniciativas incipientes no sector transformador, a elas correspóndelles o maior número de empresas de máis de seis empregados fronte ao que acontece no sector primario ou no orientado ao consumo.

En xeral, as iniciativas emprendedoras teñen un único propietario (62,29%), un baixo grao de innovación (o 70% decláranse non innovadoras en produtos ou servizos) e un uso maioritario de tecnoloxías de máis de cinco anos (55%), factores estes dous últimos atribuíbles ao baixo nivel tecnolóxico do sector no que operan. A maioría das iniciativas mostran un elevado nivel de competencia (47,83%) e non prevén exportar (82,58%).

As características das iniciativas emprendedoras poderían atribuírse a que os seus promotores as formulan en moitos casos como unha alternativa de autoemprego, opción que non adoita vincularse ao nacemento de empresas con perspectivas de crecemento en termos de emprego nin expansión internacional nun futuro inmediato.

O proceso emprendedor na muller

O ano 2011 presenta unha recuperación moi significativa do TEA feminino (4,08%), cuxo valor case duplica o do ano anterior. Con todo, este índice mantense por debaixo do masculino (5,39%).

En 2011, recupérase de forma significativa a actividade emprendedora da muller en Galicia.

Respecto ao perfil da muller emprendedora en Galicia, incorpóranse mulleres máis novas, diminúe o número das residentes en ámbitos urbanos, atópanse na maior parte dos casos en situación de emprego activo e teñen dedicación exclusiva ao seu negocio. Como elemento diferenciador, destaca o seu maior nivel de estudos con respecto aos emprendedores.

En canto ás características da súa actividade empresarial, a maior parte das emprendedoras crean as súas empresas de forma individual traballando como autónomas no sector de servizos de consumo e mellorando as súas expectativas de xeración de emprego. Un ano máis predominan os negocios en sectores con baixo ou nulo contido tecnolóxico, aínda que se percibe unha maior presenza en negocios relacionados con novas tecnoloxías. Unha das materias pendentes é a escasa vocación exportadora dos emprendedores, en xeral, e das mulleres, en particular.

Por último, respecto á edición anterior, as emprendedoras mostran unha maior confianza nas súas capacidades en termos de coñecementos e habilidades para emprender, se ben decae a súa percepción sobre as oportunidades existentes para emprender. Así mesmo, mostran maior temor ao fracaso.

Educación superior e emprendemento

No nivel de formación dos emprendedores conséctase un paralelismo entre Galicia e España: un aumento de emprendedores con estudos obrigatorios e de formación profesional, en detrimento dos universitarios. De xeito particular, son máis numerosos os emprendedores potenciais no ámbito universitario, ao tempo que a súa presenza nas iniciativas incipientes é similar á que se observa entre emprendedores non universitarios.

Os estudantes universitarios manifestan unha maior propensión a considerar a creación de empresas como oportunidade laboral, aínda que esa proporción non garda unha correlación cun maior número de iniciativas emprendedoras.

Ao observar as características da actividade emprendedora das persoas con estudos universitarios, resulta evidente o predominio das iniciativas individuais e unipersoais, que acaparan practicamente o 80% dos casos. Ademais, tres de cada catro universitarios que crearon unha empresa manifestan expectativas favorables en relación co incremento do seu equipo, por enriba das perspectivas dos non universitarios. Así mesmo, predominan as iniciativas en sectores de baixo ou nulo contido tecnolóxico (máis do 90%), con escasas expectativas de expansión (practicamente o 70%) e sen proxección internacional (aproximadamente o 85%).

En canto aos factores psicosociais, a importancia do temor ao fracaso redúcese entre os emprendedores que posúen titulación universitaria.

Emprendemento corporativo

En 2011, o proxecto GEM analizou por vez primeira, de forma monográfica e a nivel mundial, a taxa de emprendemento corporativo, isto é, o protagonizado polos empregados por conta allea nas súas empresas. En Galicia, este índice alcanza un 3,45%, o que reflicte a escasa relevancia que manifesta a poboación respecto a este tipo de iniciativas.

Percepción de oportunidades, motivación e capacidade para emprender

En Galicia, ao igual que no conxunto do Estado, a percepción da poboación sobre a existencia de boas oportunidades para crear unha empresa continúa a tendencia negativa observada en anos anteriores, pois só un 11,29% da poboación así o percibe. En cambio, o autorrecoñecemento de habilidades e coñecementos para crear unha empresa incrementábase, cunha valoración que alcanza o nivel máis alto desde que comezou o Observatorio GEM Galicia.

Por outro lado, a análise comparada dos emprendedores *versus* os non emprendedores permite detectar diferenzas significativas en aspectos psicosociais que se consideran factores determinantes do emprendemento. Así, en relación coa poboación en xeral, os emprendedores de Galicia presentan unha menor aversión ao risco, diferenza que diminúe a medida que se consolidan as súas iniciativas; pola contra, a súa percepción de oportunidades é moi superior, ao igual que a súa formación para emprender. Tamén manifestan coñecer outros emprendedores nunha proporción superior (máis de 20 puntos) á da poboación en xeral.

O espírito emprendedor da poboación galega tampouco sae ben na súa comparación coa poboación europea respecto aos aspectos anteriormente analizados. Así, presenta unha das taxas de aversión ao risco máis elevadas de Europa, ao tempo que a porcentaxe de individuos que percibe oportunidades para emprender é inferior, pois apenas logra superar o 35%, mesmo nos anos de maior expansión económica. Outro dos hándicaps que se detecta é a baixa porcentaxe do capital social, entendendo por tal a pertenza a redes.

En Galicia, a combinación de factores sociais e culturais (maior aversión ao risco, menor percepción de oportunidades para emprender e menor capital social) condiciona, ao igual que en España, a iniciativa dos individuos á hora de emprender en maior medida que nos países do noso contorno económico.

As condicións do contorno para emprender

Pola súa banda, os expertos valoran de forma positiva o contorno para emprender, continuando así a tendencia favorable do informe anterior.

En particular, os expertos consideran aceptables as condicións relativas á valoración da innovación por parte de consumidores e empresas, a infraestrutura física e o acceso aos servizos, así como o apoio á muller. Pola súa banda, entre as condicións menos propicias atópanse a inexistencia de materias relacionadas co emprendemento na escola primaria e secundaria, o apoio financeiro, a existencia de barreiras no mercado interno e as políticas gobernamentais (trámites, leis, fiscalidade etc.).

De feito, o principal obstáculo ao emprendemento galego é, segundo os expertos, a dificultade no acceso ao financiamento. A continuación, e como novidade respecto ao informe anterior, atópase o apoio inadecuado e/ou insuficiente da Administración. Séguelle a escasa cultura emprendedora e a inadecuada formación do emprendedor.

Os dous principais determinantes do emprendemento galego son, ao igual que en 2010, a existencia de programas de apoio, asesoramento e formación para o emprendedor, e a existencia de instrumentos de financiamento e/ou axudas públicas para a creación de empresas.

As principais recomendacións dos expertos para mellorar o emprendemento refírense á dispoñibilidade de recursos financeiros e a simplificación dos trámites burocráticos.

Executive summary

Entrepreneurial activity and business dynamics

In a context of crisis, the TEA index has improved in Galicia over the previous edition. After declining for three consecutive years, in 2011 the TEA trend reached a turning point and recovered up to 4.74%, which represents the percentage of the population between 18 and 64 years of age who are involved in entrepreneurial activities that are less than 42 months old. Taking advantage of a business opportunity was the main motivation, while there was an increase in the number of people who went into business out of necessity. Other motivations which stood out were the search for greater independence and increased income. A regional comparison of the TEA index in Spain places Galicia below the national average (5.81%).

Entrepreneurial activity turned around with respect to previous years and recovered to reach 4.74% (1.62 % above 2010).

The improvement in TEA is mainly due to an increase in nascent entrepreneurs, i.e. those who report having participated in the start up of a business within the last three months. With respect to new businesses, those in existence for between 3 and 42 months, they do not grow as intensely, but they still represent the most significant component of the businesses created in Galicia.

In 2011, the recovery of nascent businesses that began in the previous year became consolidated. This year, 53% of entrepreneurial intentions were materialized (up from 27% the previous year).

As for established businesses (over 42 months in the marketplace), following a sharp fall in 2009, this category has recovered for the second straight year at a rate above the Spanish average.

By contrast, in 2011 the number of individuals who abandoned their businesses has doubled. However, if we take into account project survival instead of ownership (transfers), the number of Galician initiatives that closed reached 26,435, representing a real closure rate of 1.52%. Most entrepreneurs cite the lack of profitability as the main reason.

Finally, we would like to point out that 2011 also saw a significant recovery in the intention to launch business ventures. Potential entrepreneurs (intending to start a business within the next three years) account for 8.96% of the population, which is well over twice the figure registered for 2010 and is the highest figure recorded since the launch of the GEM Galicia Observatory in 2005.

The increase in potential entrepreneurs allows for some optimism regarding the number of nascent businesses in 2012. Nevertheless, the worsening economic climate may compromise actual start-ups.

Socioeconomic profile of the entrepreneur

With respect to the profile of people involved in the entrepreneurial process, no significant differences have been found in relation to previous years or to Spain in general.

Thus, most business start-ups are undertaken by men, although the percentage of women substantially increased. Nearly 70% of the people are 25-44 years of age, with a significant increase in the number of young people involved in the entrepreneurial process, resulting in a fall in the average age. Entrepreneurial activity increased among those with vocational studies and compulsory education. There is also an increase in the percentage of those claiming to have knowledge regarding company formation and management. As in the rest of Spain, the highest percentage of entrepreneurs fall into the €0,000 to €6,000 income level, with a slight tendency towards the lower end of the range. These lower-middle income earners are the ones who most often abandon their business project. The number of unemployed people who undertake ventures also stands out, with a rate that is almost double that of 2010.

The socioeconomic profile of the entrepreneur in Galicia is a 37-year-old man, with compulsory education, living in an urban area, who is actively employed, of Spanish origin and is dedicated full time to managing their business.

Insofar as the participation of informal investors willing to fund someone else's venture, there has been an increase marking a change in the downward trend of the past three years.

The increased investment by entrepreneurs' family and friends often compensates for the lack of support for business initiatives from the financial system, which in the vast majority of cases contributes modestly.

Start-up characteristics

Overall, consumer services (53.79%) is the predominant activity among start-ups. With respect to the previous year, what stands out is the fall in business services and the increase in primary sector ventures.

The overall environment with its high number of business closures may explain the decline in start-ups focusing on business services, as demand is lower.

Although there are fewer early stage businesses in the industrial sector, they represent the largest number of companies with more than six employees as opposed to the primary or consumer sectors.

In general, the start-ups in 2011 have a single owner (62.29%), a low level of innovation (70% declare their products or services to be non-innovative) and a majority use technology that is more than five years old (55%). The latter two factors are attributable to the low technological level of the sector they operate in. Most start-ups present a high level of competition (47.83%) and do not expect to export (82.58%).

The characteristics of start-ups may be attributable to the fact that they often represent a self-employment option, which is not usually associated to high job growth potential or international expansion in the immediate future.

The entrepreneurial process among women

The year 2011 presents a significant recovery in female TEA (4.08%), which is almost double the previous year. Even so, the figure remains below the rate for men (5.39%).

In 2011, there is a significant recovery in entrepreneurial activity among women in Galicia.

Regarding the profile of women entrepreneurs in Galicia, younger women are getting involved, the number of urban residents has decreased, most are actively employed and work full time in their business. A differentiating factor is that women tend to have a higher level of education than male entrepreneurs.

Insofar as the characteristics of their business activity, most female entrepreneurs start their companies alone and are self-employed in the consumer services sector while expecting to generate additional jobs. Once again, low or no-tech business sectors are predominant, though there is an increased presence in businesses involving new technologies. One of the unresolved issues is the lack of export orientation among entrepreneurs in general and women in particular.

Finally, with respect to the previous edition, women entrepreneurs show greater confidence in their capabilities in terms of both knowledge and skills, although their perception of available business opportunities has decreased. They also show greater fear of failure.

Higher education and entrepreneurship

The level of training among entrepreneurs is similar in Galicia and Spain in general: there has been an increase in the number of entrepreneurs with compulsory education and vocational training, and a fall in those with university degrees. Specifically, the number of potential entrepreneurs is greater among those who attend university, though their participation in early-stage businesses is similar to non-university entrepreneurs.

University students show a greater propensity to consider company formation as a career opportunity, although this does not correlate with a greater number of start-ups.

The characteristics of entrepreneurial activity among people with university studies reveals a clear predominance of individual and one-person initiatives, which account for almost 80% of the total. Moreover, three out of four university graduates who have created a business express the expectation to increase their workforce, which is a higher proportion than non-university entrepreneurs. Likewise, start-ups in low or no-tech sectors are predominant (over 90%), with low expectations for expansion (almost 70%) and little international presence (approximately 85%).

Regarding psychosocial factors, fear of failure is less important among entrepreneurs who have university degrees.

Corporate entrepreneurship

For the first time in 2011, the GEM project has carried out a monographic worldwide analysis of corporate entrepreneurship, which involves initiatives promoted by employees in their companies. In Galicia, this index reached 3.45%, reflecting the low regard shown for such initiatives.

Perception of opportunities, motivation and capacity for entrepreneurship

In Galicia, as in Spain as a whole, the public perception of promising opportunities for starting a business continues the negative trend observed in previous years. Only 11.29% of the population perceive this potential. On the other hand, the self-recognition of the skills and knowledge needed for starting a business increased, reaching the highest level since the start of the GEM Galicia Observatory, although still below the national average.

A comparative analysis of entrepreneurs and non-entrepreneurs reveals significant differences in psychosocial aspects that are considered to be determinants of entrepreneurship. For example, with respect to the general Galician population, entrepreneurs have lower risk aversion. This difference decreases as business ventures become more consolidated. Moreover, their perception of opportunities is much higher, as is their training for entrepreneurship. They also claim to know other entrepreneurs in a much higher proportion (more than 20 points) than the general population.

The entrepreneurial spirit of the Galician population does not fare any better in comparison with the European population with respect to the previously analyzed aspects. Thus, Galicia presents one of the highest risk aversion rates in Europe, while the percentage of individuals who perceive business opportunities is much lower, since it barely reached 35% even in the years of greatest economic expansion. Another of the handicaps detected is the low percentage of social capital, as defined by belonging to networks.

In Galicia, as in Spain overall, a combination of social and cultural factors (risk aversion, lower perceived business opportunity and less social capital) conditions, the entrepreneurial initiative of individuals to a greater extent than in neighbouring countries.

Business climate for startups

Continuing the positive trend in the previous report, the experts have a positive view of the business climate for startups in Galicia.

In particular, the experts consider that the conditions are acceptable in terms of the value given to innovation by consumers and businesses, the physical infrastructure and access to services, and support for women. On the other hand, the least favorable conditions include the absence of subjects involving entrepreneurship in primary and secondary school, financial support, the existence of barriers in the internal market and government policies (procedures, laws, taxation, etc.).

In fact, the main obstacle to entrepreneurship in Galicia, in the view of the experts, is the difficulty to obtain financing. As a novelty in this report, the inadequate and / or insufficient support by the administration is cited. The experts also identified the lack of entrepreneurial culture and inadequate entrepreneurial training.

The two main determinants of Galician entrepreneurship are, as in 2010, the existence of entrepreneur support programs, counseling and training, as well as the existence of financial instruments and / or public support for business creation.

The main recommendations by the experts to improve entrepreneurship refer to the need for financial resources and streamlining paperwork.



Actividad emprendedora y dinámica empresarial

1

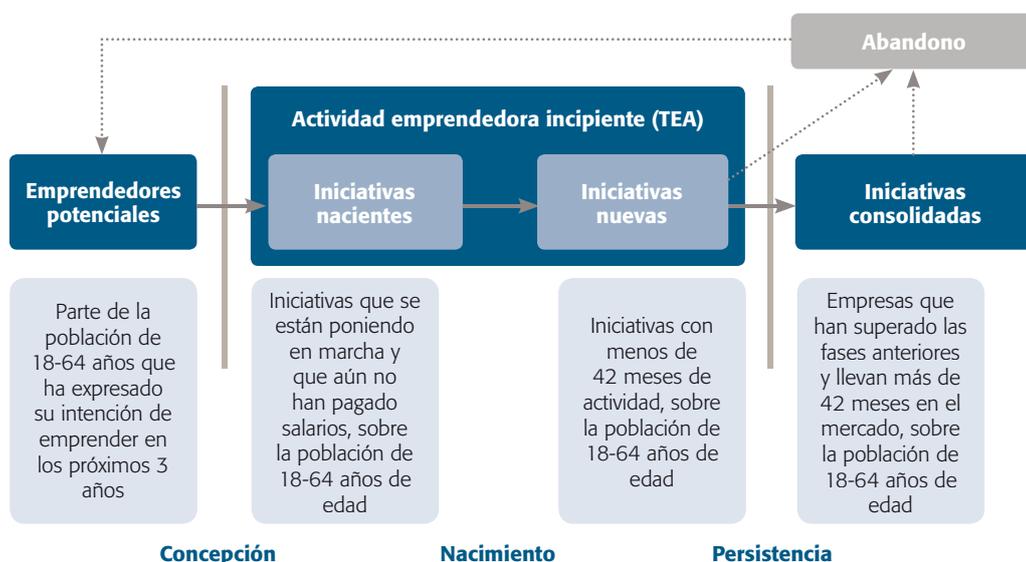
1.1. Introducción

Este primer capítulo engloba el análisis de los principales indicadores que cuantifican las iniciativas estudiadas en el Proyecto GEM. Así, se ofrecen en primer lugar los resultados relativos a las iniciativas incipientes, para, posteriormente, analizar el resto de procesos que integran la dinámica empresarial (consolidación, abandono e intención emprendedora). Dichos resultados se presentan desde una perspectiva dinámica, a través de su evolución a lo largo del tiempo, y de modo comparativo con las demás regiones y países que forman parte del proyecto.

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.

Tal y como se ha avanzado en las páginas precedentes, en la edición 2011 se ha profundizado en la definición de la composición interna del TEA, tras introducir matices en la entrevista a la población adulta que han permitido mejorar la descripción de sus componentes naciente y nueva. Los matices incorporados en las distintas definiciones no afectan, sin embargo, a la comparabilidad de los resultados con respecto a los obtenidos en las ediciones anteriores.

Figura 1.1. El proceso emprendedor según la metodología GEM



Etapas del proceso emprendedor

Concepción

La primera etapa del proceso emprendedor es la concepción empresarial, y representa el salto desde la intención emprendedora (emprendimiento potencial) a la actividad emprendedora (iniciativas nacientes).

Nacimiento

Esta etapa del proceso emprendedor permite calcular la ratio más comúnmente empleada en el proyecto GEM, el índice TEA, una de sus aportaciones más relevantes. En esta etapa, a su vez, hay que distinguir a los emprendedores (más que iniciativas) que todavía no han pagado salarios (nacientes), frente a los que ya se encuentran dentro de un proceso de emprendimiento con menos de 42 meses de actividad (nuevas).

Consolidación

La última etapa del proceso permite analizar la persistencia de las iniciativas, englobando aquellas que tienen más de 42 meses de actividad. Además, en esta fase se puede estudiar el abandono de negocios, por cese o traspaso, así como las causas del mismo.

1.2. Índice de actividad emprendedora: evolución temporal, contexto nacional y motivación para emprender

La actividad emprendedora, al igual que otros indicadores económicos, se encuentra influenciada por la fase del ciclo económico en la que se enmarca. De este modo, en el año 2010, el índice TEA se había situado en el nivel más bajo de los últimos siete años para los que se disponía de datos. El año 2011, sin embargo, sitúa el índice TEA para Galicia en el 4,74%, lo cual sugiere una recuperación de la tasa hacia niveles similares a los del año 2009.

Tabla 1.1. Actividad emprendedora incipiente y TEA (2010-2011)

Actividad emprendedora incipiente	2010		2011	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas nacientes	17.887	1,02	36.129	2,08
Iniciativas nuevas	36.707	2,10	46.257	2,66
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA	54.594	3,12	82.386	4,74

1.2.1. Evolución temporal

Como ya se ha indicado, la primera etapa del proceso emprendedor se caracteriza por la decisión de pasar de la idea al emprendimiento en sí mismo, siendo este paso uno de los elementos clave para explicar la evolución de la dinámica emprendedora.

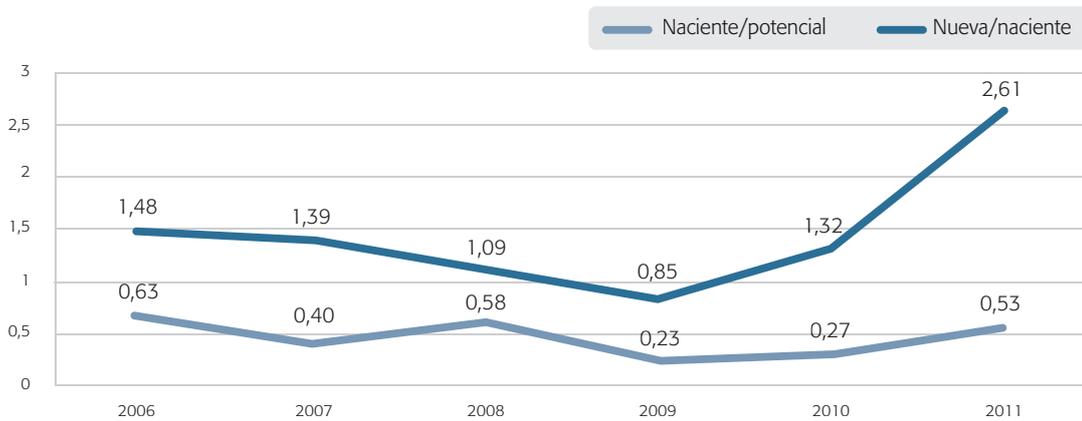
El éxito en este salto, que se podría denominar “de la intención a la acción”, se mide a través del cociente entre las iniciativas nacientes y aquellas que en el año anterior se encontraban en la fase de iniciativas potenciales (ratio naciente/potencial de la figura 1.2). Esta ratio tomaría el valor uno en caso de que todos los emprendedores potenciales llegasen a tratar de poner en marcha su iniciativa en el siguiente año.

Tal y como puede observarse en la figura 1.2. esta ratio alcanzó niveles mínimos en los años 2009 y 2010, con menos de un tercio de las ideas materializadas en nuevos proyectos. En 2011 se ha producido un importante repunte, que ha llevado a que se recuperen los niveles de 2006. Esta evolución indicaría que a priori existía un conjunto de iniciativas latentes que casi han logrado pasar en el 2011 de la idea al desarrollo del proyecto, dando lugar a alguna actividad que permite hablar de actividad emprendedora naciente.

Por otra parte, la ratio nuevas/nacientes, que indica el paso de alguna iniciativa que todavía no ha logrado consolidarse como creadora de empleo hacia su proceso de consolidación, había caído de modo importante en los años 2008 y 2009, lo cual contribuye a explicar la evolución negativa del TEA en esos años. Han sido dos años en los que, además de registrarse una caída en la intención de emprender, muchos de los individuos que habían manifestado dicha intención no materializaban la idea en una andadura empresarial.

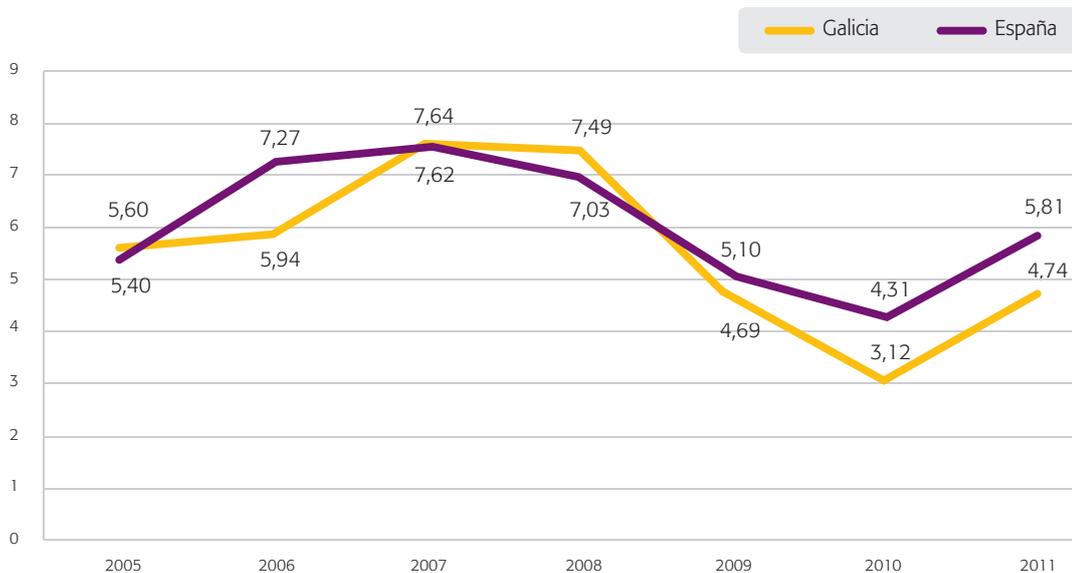
En 2011, más del 50% de las "intenciones" empresariales dejan de ser ideas para convertirse en iniciativas.

Figura 1.2. Evolución de los ratios naciente(t)/potencial(t-1) y nueva(t)/naciente(t-1), donde t=año (2006-2011)



La positiva evolución del índice TEA en 2011, con una subida para Galicia de 1,62 puntos que permite compensar la importante caída del año 2010, puede estar indicando, a expensas de lo que suceda en años posteriores, un cambio de tendencia en la dinámica emprendedora y el inicio de su recuperación hasta alcanzar niveles próximos a los de periodos anteriores al 2007. En el año 2010, el TEA total alcanzó el nivel más bajo de los analizados debido, en gran parte, a que solo un 27% de las ideas llegaron a concretarse en un proyecto empresarial.

Figura 1.3. Evolución del índice TEA (%), 2005-2011)

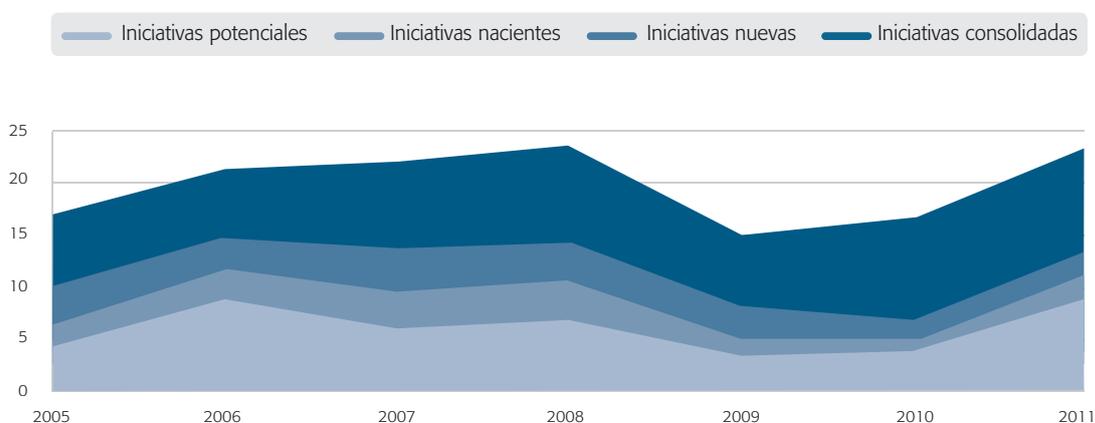


La figura 1.4 presenta de modo conjunto la evolución temporal de las iniciativas implicadas en todas las fases del proceso emprendedor. La representación acumulada de los distintos componentes del TEA permite visualizar el paso de cada una de las fases a la siguiente. La primera de las áreas (potenciales) debería de haberse traducido en iniciativas nacientes en los años 2009-2010, hecho este que no se ha producido, tal y como se observa en la segunda de las áreas del gráfico, de modo que presenta un considerable estrechamiento, evidenciando de este modo la paralización del proceso emprendedor en estos años. Siendo por lo tanto el proceso de concepción de la idea el que no logra en estos años traducirse en la generación de iniciativas.

El paso de nacientes a nuevas, aunque en menor medida que el anterior, también se ha visto influenciado por ese estancamiento antes señalado (tercer área del gráfico). De este modo, estas iniciativas se reducen en el año 2010 de forma significativa, mientras que en 2011 comienzan un proceso de repunte que podría derivarse del importante número de ideas de emprendedores que habían estado esperando a la evolución del entorno económico para ponerse en marcha.

Si se analizan las empresas consolidadas, estas se han mantenido más estables a lo largo del tiempo, lo que ha permitido mantener la regeneración empresarial, pero estancando su posible crecimiento y logrando tan solo compensar los cierres con las iniciativas nacientes. El proceso de consolidación de la intencionalidad emprendedora que se observa en 2011, así como el incremento en las iniciativas nacientes, indica una esperada tasa de crecimiento del TEA para el año 2012, hecho condicionado a los cambios en las expectativas y en la economía real que se han producido desde el momento de la encuesta GEM (mediados de 2011) hasta la disponibilidad de nuevos datos (mediados de 2012).

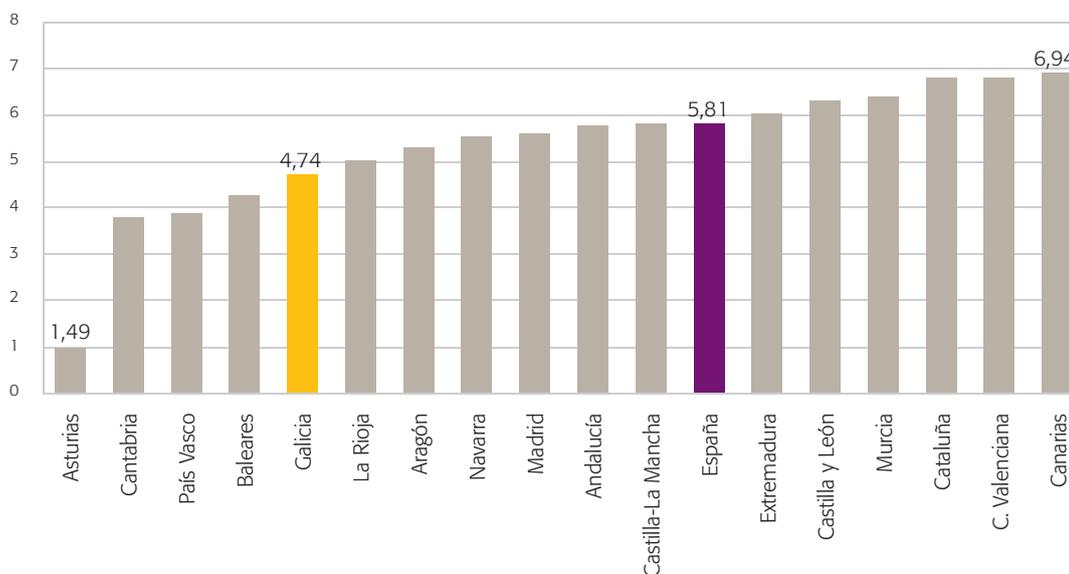
Figura 1.4. Evolución de las iniciativas en todas las fases del proceso emprendedor (% , 2005-2011)



1.2.2. Contexto nacional

El cambio de tendencia en el índice TEA es común en la mayor parte de las comunidades autónomas españolas. En España se ha traducido en un incremento que alcanza el 34,8% y Galicia se mantiene en una posición similar a la de años anteriores.

Figura 1.5. Índice TEA en el contexto de España (% , 2011)



1.2.3. Motivación para emprender

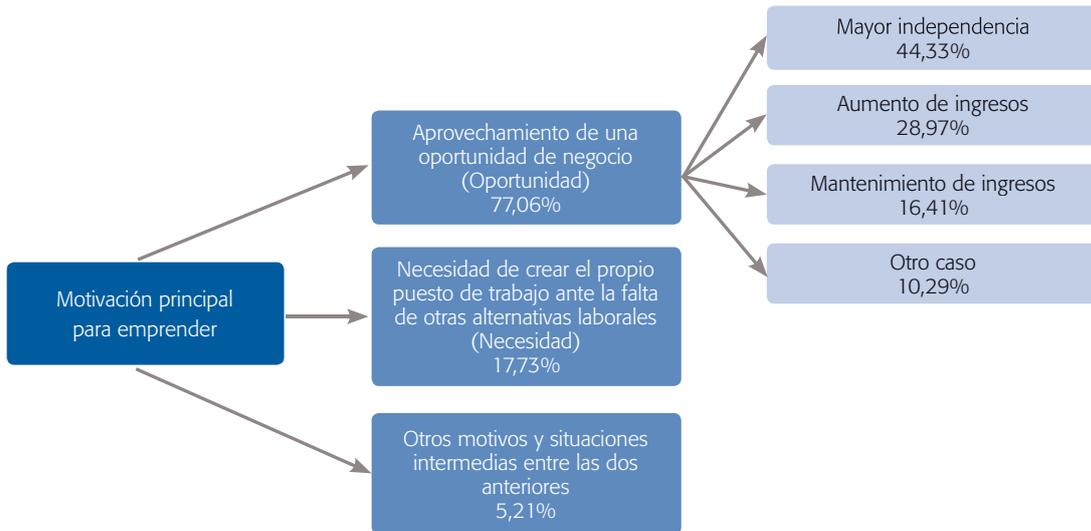
Una vez mostrados algunos de los principales indicadores de las iniciativas emprendedoras, a continuación se detallan los motivos que impulsan la decisión de emprender.

Siguiendo la metodología GEM, los motivos básicos que llevan a una persona a emprender se pueden clasificar 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 analizan qué motivaciones secundarias han influido en el emprendedor: independencia laboral, aumentar o mantener el nivel de ingresos y otros motivos.

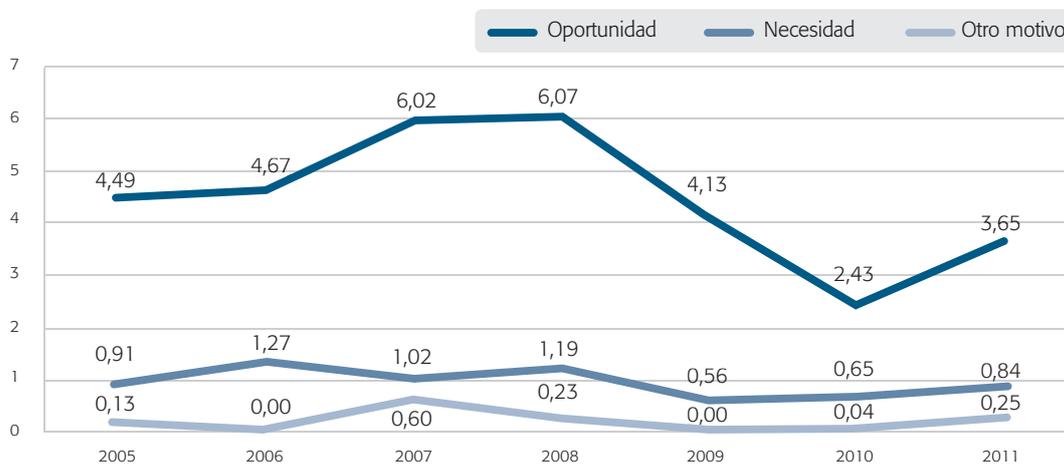
El aprovechamiento de una oportunidad de negocio constituye, al igual que en años anteriores, la principal motivación de los emprendedores (77,06%). En este aspecto se produce un cambio positivo con respecto a 2010, ya que la motivación derivada de la falta de alternativas laborales ha caído tres puntos porcentuales. Si bien la razón última de la decisión de emprender continúa siendo en la mayoría de los casos el deseo de lograr una mayor independencia (un 44,33% de los emprendedores por oportunidad), la búsqueda de un aumento de ingresos gana mayor importancia (un 28,97% de los emprendedores por oportunidad) con respecto al año anterior (26,78%).

Figura 1.6. Motivación para emprender (% , 2011)



La evolución de la motivación en 2011 muestra un aumento significativo del TEA por oportunidad. Así, los años en los que este indicador alcanzó los valores máximos (2006-2008), fueron aquellos en los que los emprendedores aducían en mayor medida la oportunidad a la hora de desarrollar su iniciativa. Sin embargo, durante 2009 y 2010 se redujeron drásticamente las iniciativas empresariales constituidas como resultado del aprovechamiento de una oportunidad, incrementándose ligeramente aquellas que respondían a una necesidad. En este sentido, los datos de 2011 arrojan una perspectiva más optimista, con una subida de 1,22 puntos en el TEA por oportunidad.

Figura 1.7. Evolución de la motivación para emprender (% , 2005-2011)



1.3. Dinámica empresarial

1.3.1. Consolidación de iniciativas: contexto nacional, evolución temporal y relevo empresarial

Las iniciativas consolidadas continúan la evolución positiva que se observaba el año anterior, mostrando también un porcentaje por encima del nivel medio en España.

Tabla 1.2. Iniciativas consolidadas (2010-2011)

	2010		2011	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas consolidadas	169.814	9,71	172.323	9,90

Figura 1.8. Empresas consolidadas en el contexto de España (% , 2011)

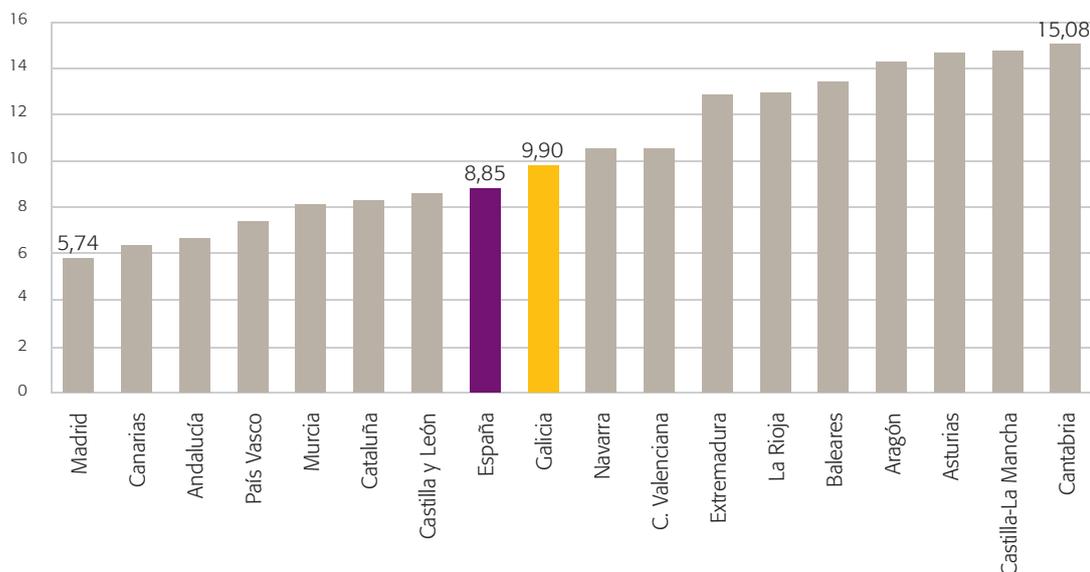
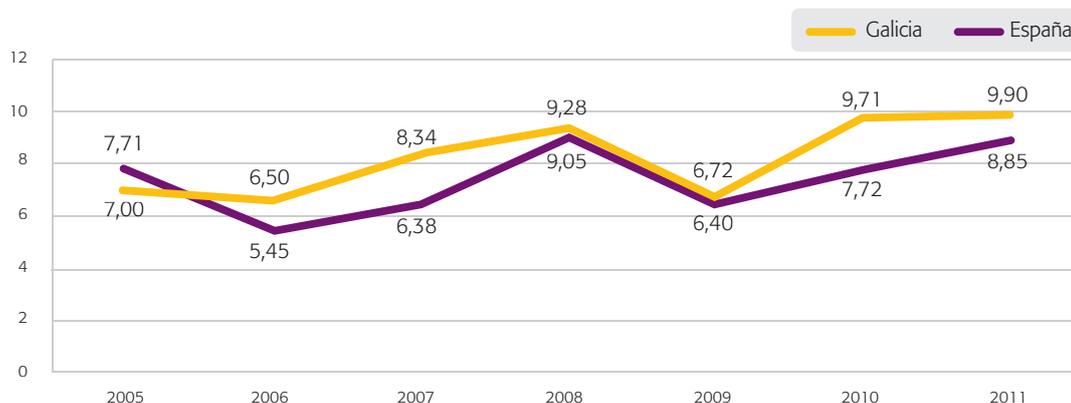
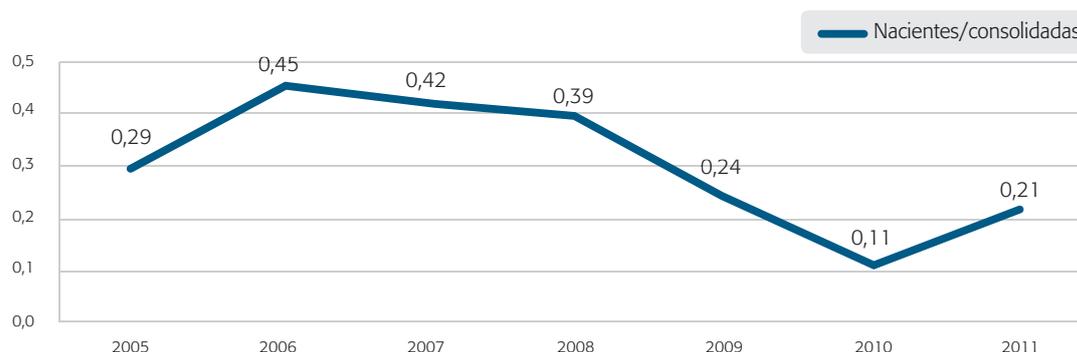


Figura 1.9. Evolución de las iniciativas consolidadas (% , 2005-2011)



Seguendo el proceso de desarrollo empresarial que establece la metodología GEM, presentado al inicio del capítulo, sería deseable que un importante número de las iniciativas que se encuentran en fase de nacimiento pasen a la de consolidación. Es por ello que, con el objetivo de entender este proceso, la figura 1.10 refleja el cociente entre el TEA de nacientes y el de consolidadas en los últimos años. En el período 2006-2008 se observa una ligera disminución de la ratio, de modo que se comenzaba a ralentizar un proceso de consolidación que había alcanzado su máximo nivel al comienzo del mismo. El año 2009 y de modo más acusado el 2011 constituyen la fase más recesiva del ciclo, evidenciando un importante descenso del TEA en esos años que, tal y como se ha venido comentando a lo largo del capítulo, alcanzó el nivel mínimo en 2010. En el año 2011, y tal y como sucede con todas las ratios e índices analizados, se observa una importante recuperación aunque, a pesar de haber duplicado el valor, todavía se encuentra alejada de la tasa "deseada" de reposición que se acercaría al 50%.

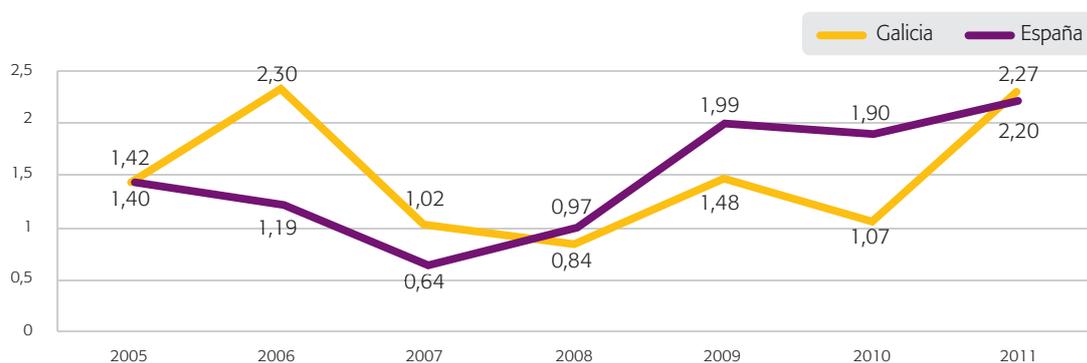
Figura 1.10. Tasa iniciativas nacientes/consolidadas (2005-2011)



1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras: evolución temporal, motivación y regeneración empresarial

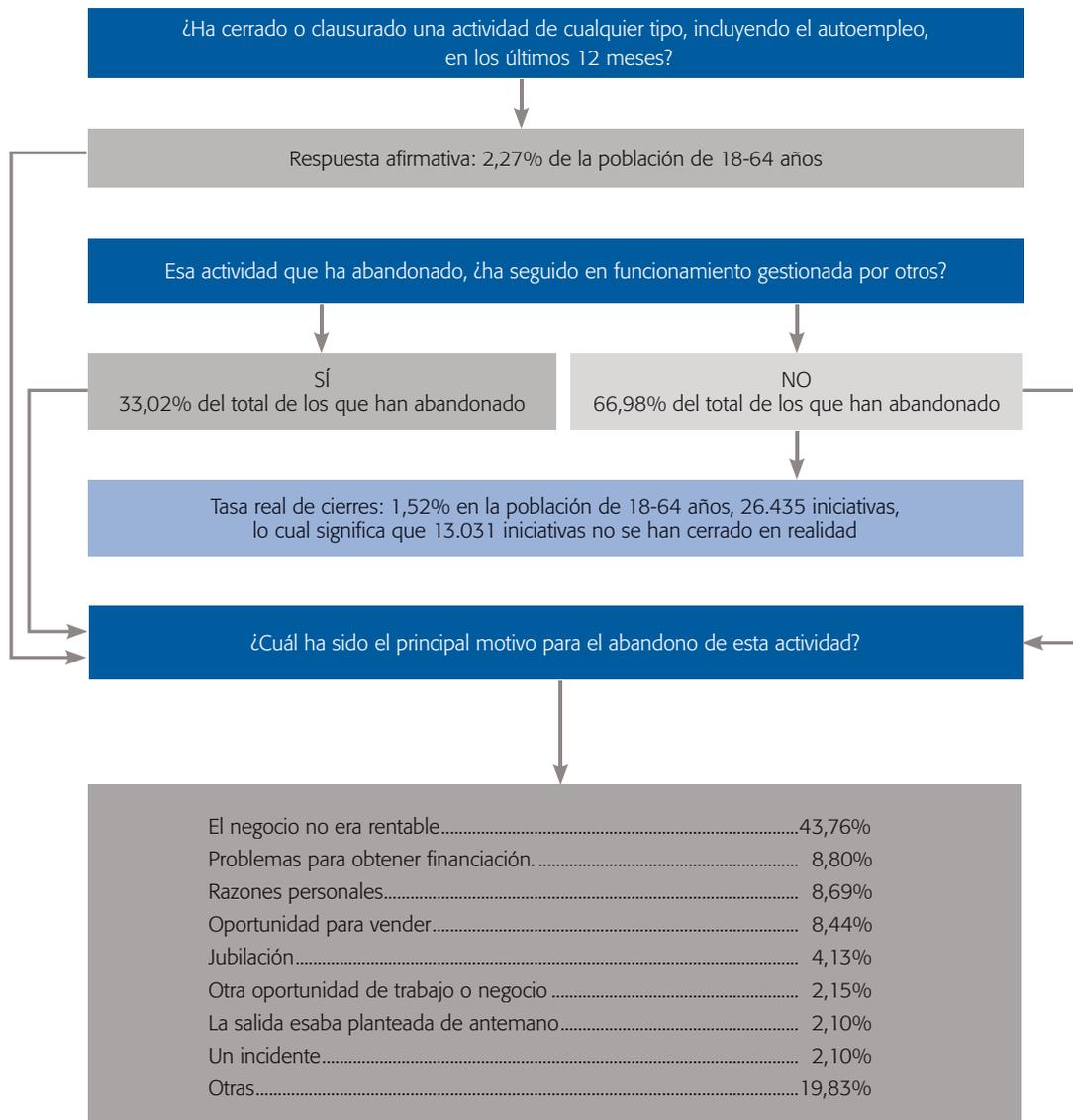
El porcentaje de individuos que han cesado en su actividad empresarial se sitúa en el 2,27% (frente al 1,07% de 2010), lo que permite deducir que 39.466 personas han cambiado de situación en 2011. Analizando de modo detallado estos datos, el 33% de las iniciativas continúan siendo gestionadas por otras personas, de modo que 13.031 de esas iniciativas permanecen en activo.

Figura 1.11. Evolución del abandono de iniciativas (% , 2005-2011)



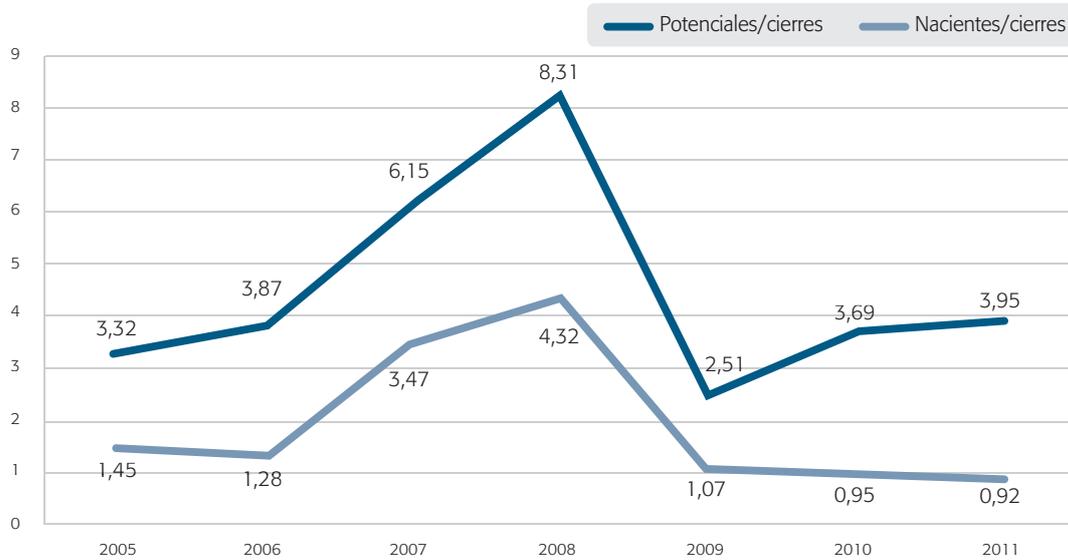
Las razones que explican el aumento de los abandonos se encuentran detalladas en la siguiente figura. La falta de rentabilidad de las iniciativas constituye el motivo de abandono en el 43,76% de los casos, observándose un descenso importante de los individuos que atribuyen el cese de su actividad a los problemas para obtener financiación (el 8,80% en 2011, frente al 30,34% en 2010). Por su parte, ganan peso otros motivos tales como las jubilaciones, las oportunidades para vender y otras causas que explican el aumento de ceses con respecto a 2010.

Figura 1.12. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (% , 2011)



La siguiente figura representa el proceso de regeneración empresarial, medido como la proporción de iniciativas potenciales y nacientes sobre cierres. Al igual que en las anteriores ratios, valores superiores a uno indicarían que el TEA en las iniciativas nacientes o en las potenciales es mayor que el número de cierres. Tal y como se puede observar en el gráfico, hasta el año 2009 se creaban más empresas de las que cerraban y esta tasa llegó a situarse en su nivel más alto en 2008. Los años 2009 y 2010 supusieron una caída importante en ese proceso de regeneración, proceso que vislumbra su recuperación en 2011, fundamentalmente en las iniciativas potenciales, que en muchos casos se convertirán ya en nacientes en el año 2012.

Figura 1.13. Ratio de regeneración empresarial (2005-2011)



1.3.3. Potencial emprendedor: contexto nacional y evolución temporal

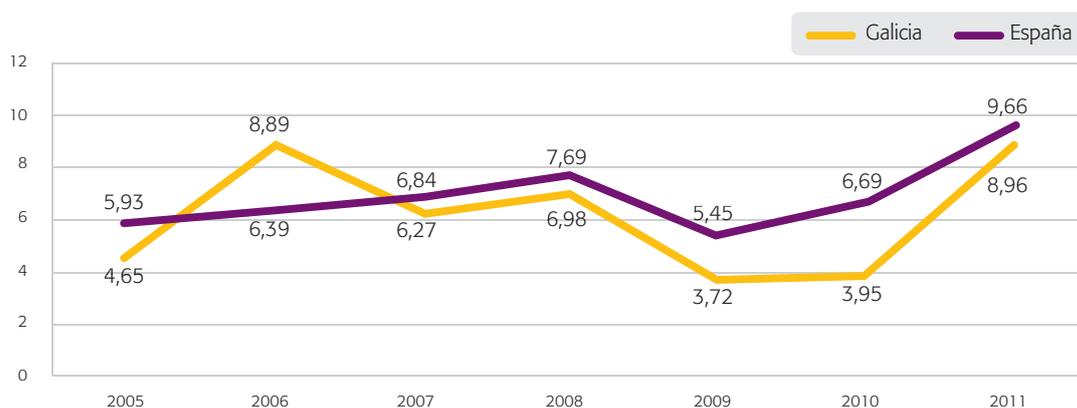
El año 2011 ha supuesto para Galicia la recuperación de la intención emprendedora en la población, alcanzando una tasa de 8,96%, la más alta desde el año 2005.

Tabla 1.3. Emprendedores potenciales (2010-2011)

	2010		2011	
	Nº	%	Nº	%
Emprendedores potenciales	69.007	3,95	155.852	8,96

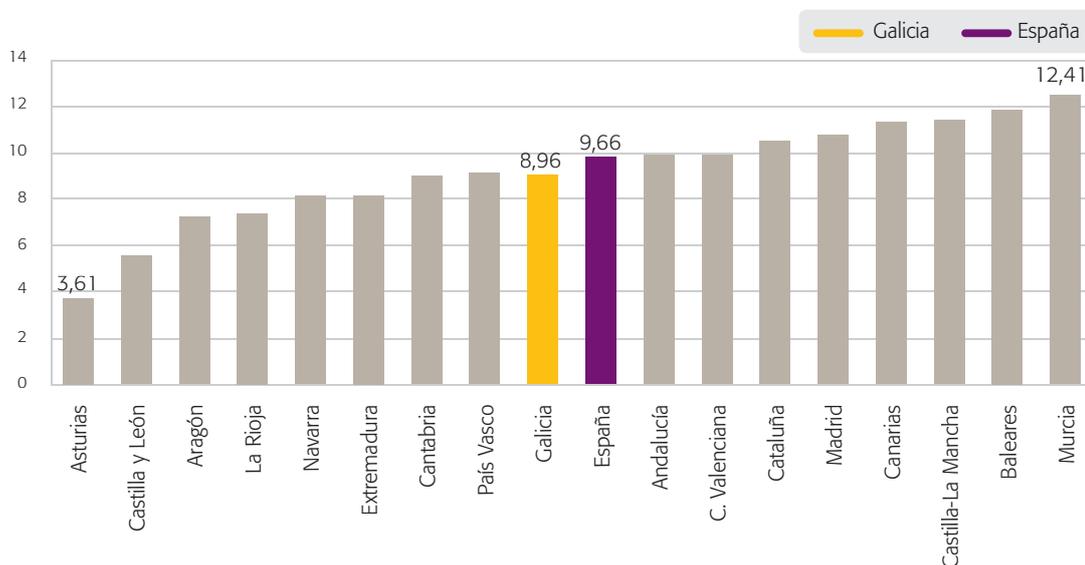
El proceso de recuperación de la intencionalidad emprendedora ya se observaba de forma más clara para España en el año 2010. Esta recuperación tiene su reflejo en el incremento de las iniciativas nacientes en más de un punto porcentual (pasando de 5 en 2010 a 6 en 2011), el cual ha repercutido positivamente en el TEA español. En el caso de Galicia, dicha recuperación es más tardía, ya que, en 2010, el TEA de emprendedores potenciales prácticamente se mantiene en los niveles de 2009, tras haber experimentado una caída que rondó el 50% con respecto a 2008.

Figura 1.14. Evolución de los emprendedores potenciales (% , 2005-2011)



El proceso analizado para Galicia es similar al observado en el conjunto de España, en el que, tal y como se señala en el *Informe GEM España 2011*, se ha producido un cambio de tendencia, basado de modo importante en las iniciativas que se encuentran en las primeras fases del proceso emprendedor.

Figura 1.15. Emprendedores potenciales en el contexto de España (% 2011)



1.4. Contexto internacional de los resultados

La edición GEM 2011 ha contado con la participación de cincuenta y cinco países. Como en las tres últimas ediciones, ha clasificado sus economías basándose en el índice de competitividad global que publica el Foro Económico Mundial. Este índice establece tres niveles de países, en función de la orientación de su economía:

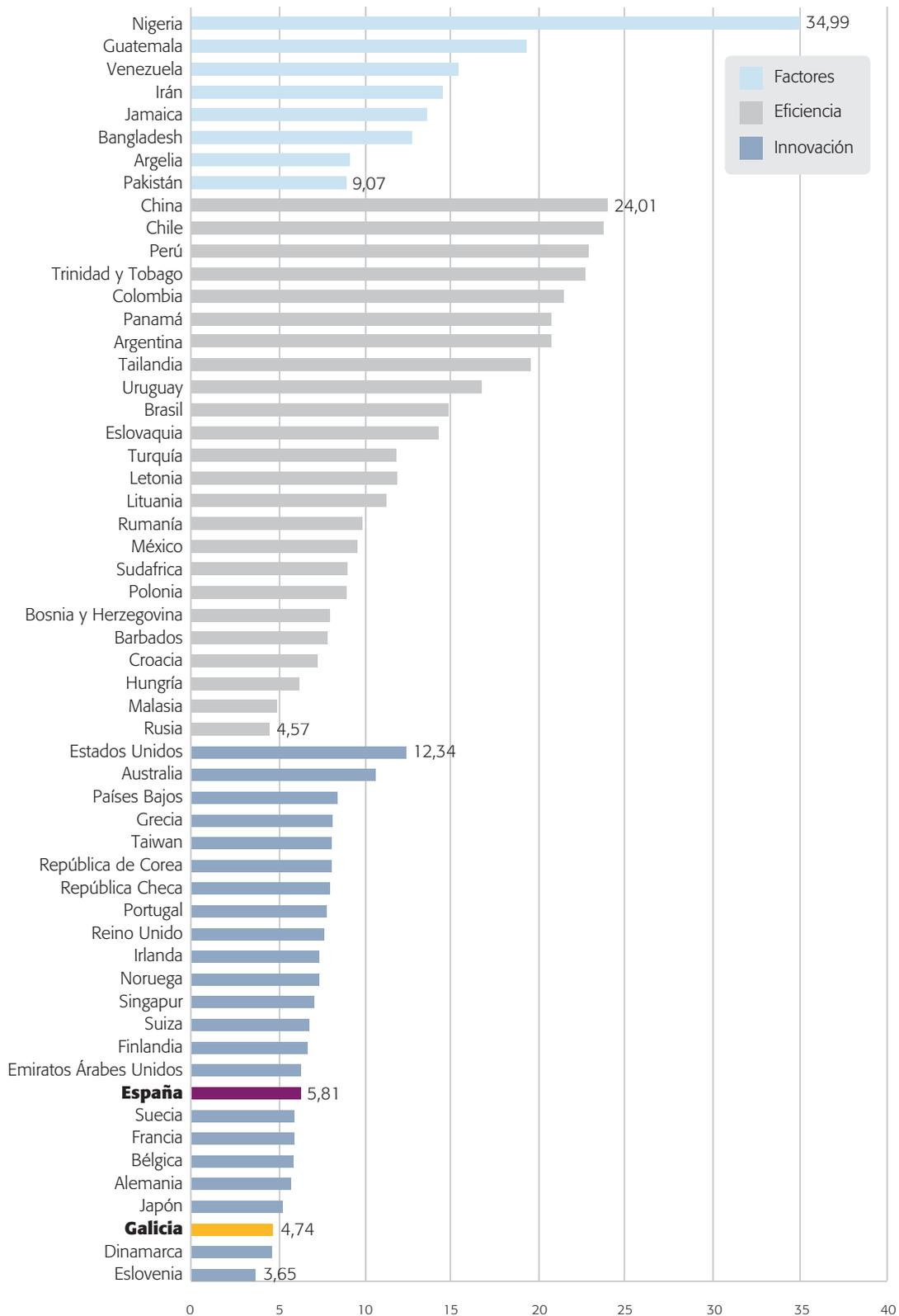
- Factores de producción tradicionales: comprende los países menos desarrollados. En ellos, predomina la agricultura de subsistencia y las empresas del sector primario, valiéndose en gran medida de la mano de obra y los recursos naturales.
- Eficiencia de los factores de producción: países en una etapa intermedia. Esta fase está acompañada por la industrialización y el aumento de las economías de escala, predominando las grandes organizaciones intensivas en capital.
- Innovación: países más desarrollados, entre los que se encuentran gran parte de los países de la Unión Europea. En la fase de innovación, las empresas incrementan de forma progresiva el conocimiento y tienen un creciente sector de servicios.

Las comparativas internacionales que se presentan a continuación ofrecen los valores del índice TEA agrupados según esta clasificación, atendiendo a la fase de desarrollo económico en la que se encuentra cada país. Al observar las gráficas comparativas de la tasa de actividad emprendedora, conviene insistir en la importancia de tener en cuenta que viene determinada por múltiples factores y que debe analizarse en cada grupo económico o contexto. Como cada año, las tasas de emprendimiento más elevadas se registran entre los países en vías de desarrollo impulsados por los factores de producción tradicionales, debido a la mayor necesidad de la población. En el contexto de los países GEM de la Unión Europea que han participado en esta edición, las naciones con las tasas de actividad emprendedora más elevada son las menos desarrolladas y en el segundo estadio de competitividad; así, Eslovaquia encabeza el grupo de las economías basadas en la eficiencia y los Países Bajos el impulsado por la innovación.

Tabla 1.4. TEA de los países participantes en la edición GEM 2011 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2011)

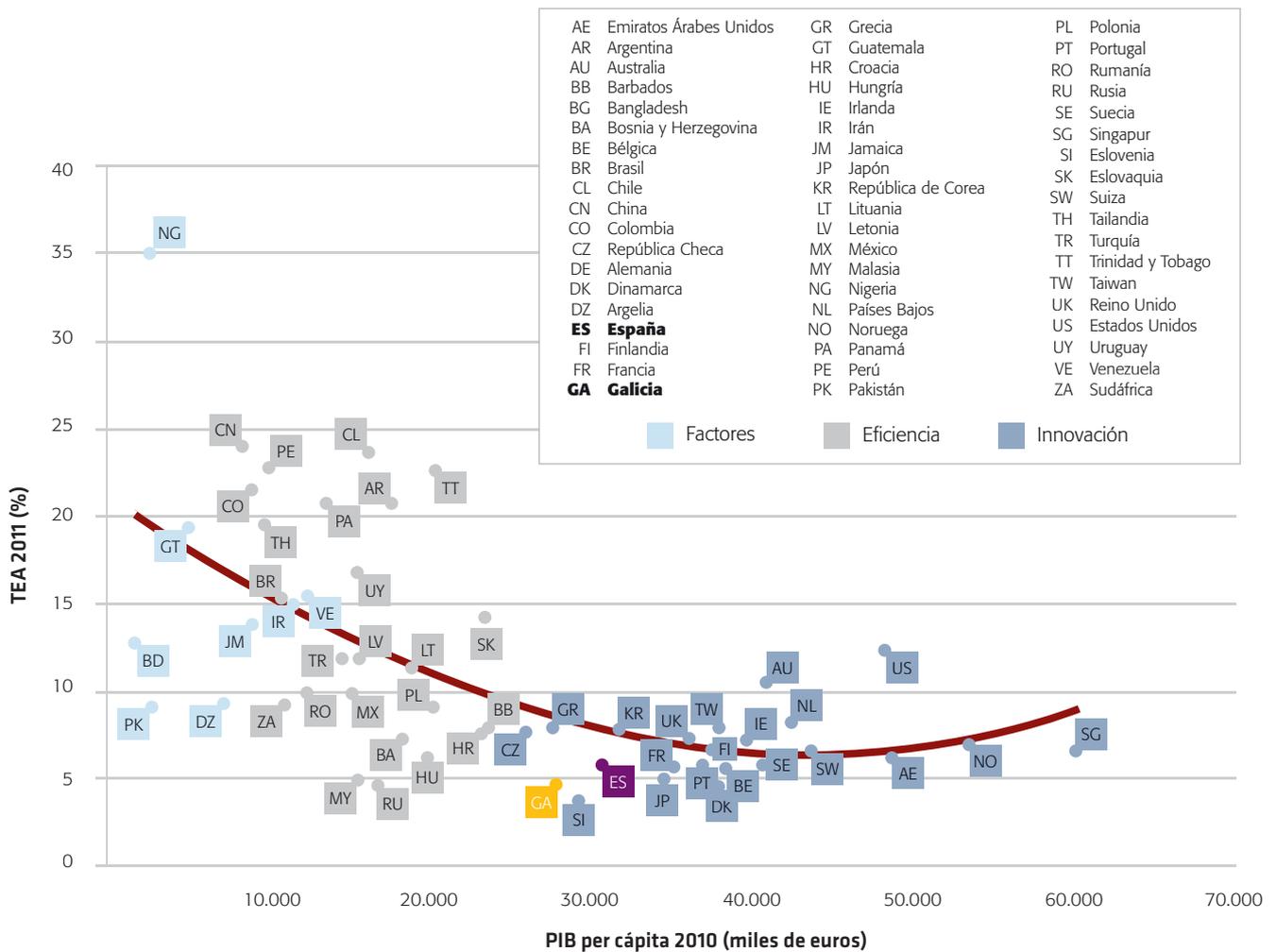
Factores	ID	TEA	Eficiencia	ID	TEA	Innovación	ID	TEA
Nigeria	NG	34,99	China	CN	24,01	Estados Unidos	US	12,34
Guatemala	GT	19,31	Chile	CL	23,69	Australia	AU	10,50
Venezuela	VE	15,43	Perú	PE	22,89	Países Bajos	NL	8,21
Irán	IR	14,54	Trinidad y Tobago	TT	22,67	Grecia	GR	7,95
Jamaica	JM	13,71	Colombia	CO	21,44	Taiwan	TW	7,91
Bangladesh	BD	12,77	Panamá	PA	20,78	República de Corea	KR	7,82
Argelia	DZ	9,26	Argentina	AR	20,78	República Checa	CZ	7,64
Pakistán	PK	9,07	Tailandia	TH	19,51	Portugal	PT	7,54
			Uruguay	UY	16,72	Reino Unido	UK	7,29
			Brasil	BR	14,89	Irlanda	IE	7,25
			Eslovaquia	SK	14,20	Noruega	NO	6,94
			Turquía	TR	11,87	Singapur	SG	6,60
			Letonia	LV	11,85	Suiza	SW	6,58
			Lituania	LT	11,26	Finlandia	FI	6,25
			Rumanía	RO	9,89	Emiratos Árabes Unidos	AE	6,19
			México	MX	9,62	España	ES	5,81
			Sudáfrica	ZA	9,14	Suecia	SE	5,80
			Polonia	PL	9,03	Francia	FR	5,73
			Bosnia y Herzegovina	BA	8,10	Bélgica	BE	5,69
			Barbados	BB	8,00	Alemania	DE	5,62
			Croacia	HR	7,32	Japón	JP	5,22
			Hungría	HU	6,29	Galicia	GA	4,74
			Malasia	MY	4,92	Dinamarca	DK	4,63
			Rusia	RU	4,57	Eslovenia	SI	3,65

Figura 1.16. TEA de los países participantes en la edición GEM 2011 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2011)



La siguiente figura establece la relación entre la tasa de emprendimiento de los países GEM 2011 y su PIB per cápita (utilizando este como representación del desarrollo económico), según el modelo de función no lineal de tipo cúbico*. Como puede comprobarse, tal y como se ha insistido en las páginas precedentes, una tasa alta de actividad emprendedora en un país no significa necesariamente mayor desarrollo en términos brutos.

Figura 1.17. Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países GEM (2011)

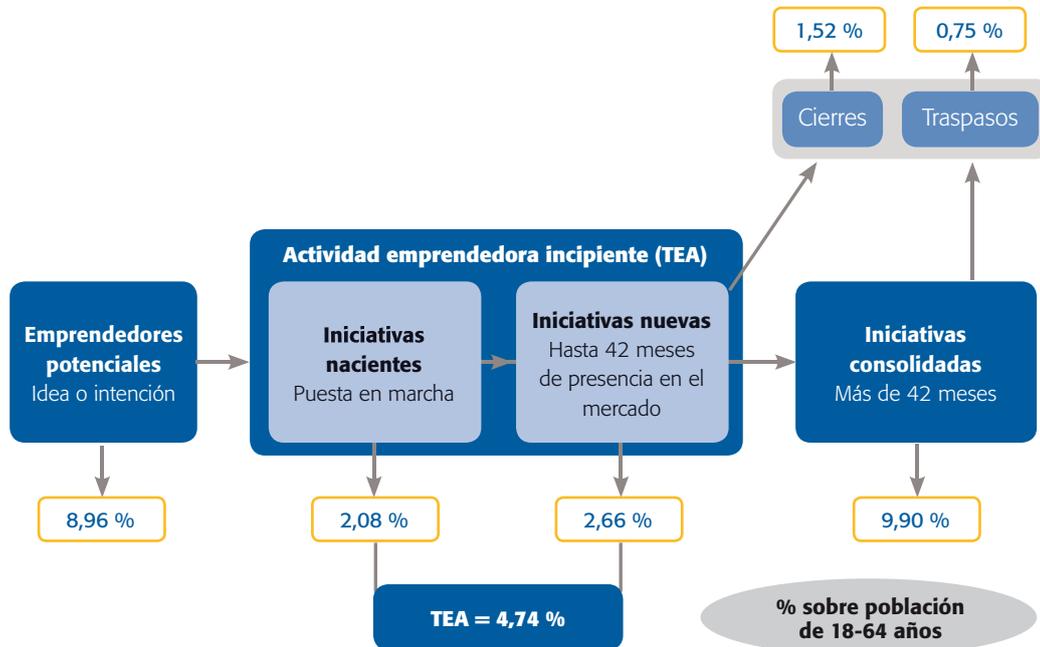


* El modelo matemático que subyace al gráfico siguiente es del tipo cúbico: $(TEA) = b_0 + b_1 * (PIB \text{ per cápita}) + b_2 * (PIB \text{ per cápita})^2 + b_3 * (PIB \text{ per cápita})^3$. El PIB per cápita corresponde al año 2011 (precios corrientes en dólares americanos), información obtenida 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 2011, a partir de las estadísticas de Contabilidad Nacional Trimestral y Contabilidad Regional del INE.

1.5. Síntesis de la actividad emprendedora en Galicia 2011

La siguiente figura sintetiza de un modo gráfico los principales resultados presentados en este capítulo relativos al índice de actividad emprendedora de Galicia en 2011.

Figura 1.18. Síntesis de la actividad emprendedora (% , 2011)





Perfil socioeconómico del emprendedor

2

2.1. Introducción

En este capítulo se presenta el perfil medio de las personas que intervienen en el proceso emprendedor, incluyendo a aquellas que actúan como inversores informales para la puesta en marcha de iniciativas ajenas. Para elaborarlo, se ha partido de la información proporcionada por los entrevistados que estaban involucrados en una iniciativa de algún tipo: potencial, naciente, nueva, consolidada o abandonada.

Las variables que se han analizado se refieren al sexo, la edad, el nivel de estudios, la formación específica para emprender, el nivel de renta anual, la implantación en entorno rural o urbano, la situación laboral y la dedicación, el origen y el tamaño del hogar. Su análisis informa acerca de las tendencias evolutivas que se han ido produciendo y permite constituir un marco de actuación útil para el diseño de políticas públicas destinadas a la mejora de las condiciones personales y ambientales en las que el emprendedor desarrolla su actividad.

Como novedad del Proyecto GEM, en 2011 se ha profundizado en el análisis del emprendimiento llevado a cabo por empleados en el seno de sus organizaciones. Los resultados para Galicia se presentan como Anexo I del presente documento.

El perfil medio del emprendedor en Galicia es el de un hombre con una edad promedio de 37 años, residente en entorno urbano, empleado con dedicación a tiempo completo y con nivel de estudios obligatorios. El mayor porcentaje de emprendedores se encuentra en los niveles de renta inferiores a 30.000 euros y son los propietarios de rentas medias-bajas los que más abandonan su proyecto de negocio. La participación del inversor informal como protagonista del proceso emprendedor se ha incrementado respecto al año anterior, incidiendo ello positivamente en la posición relativa de la comunidad autónoma en el contexto de España.

2.2. Sexo

Un año más, en 2011 es mayoritario el porcentaje de hombres en todas las fases del proceso emprendedor. Se mantiene así la tendencia observada en ediciones anteriores y continúa el incremento en la proporción de hombres entre los emprendedores nacientes y consolidados, mientras que en todas las fases restantes siguen siendo las mujeres las que aumentan su participación. Destaca el crecimiento de 12,74 puntos porcentuales observado entre las iniciativas nuevas, en donde las mujeres alcanzan valores próximos a los de los hombres (52,94% de hombres y 47,06% de mujeres).

Finalmente, el porcentaje de emprendedores que abandonan cuya titularidad corresponde a mujeres ofrece en esta edición un importante incremento (18,63 puntos porcentuales), en contraposición con la significativa reducción observada entre los hombres que han abandonado su proyecto de negocio.

El capítulo 4 del presente informe se centra en el análisis de esta variable de forma monográfica.

Tabla 2.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Sexo	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Hombre	65,39	60,87	59,23	61,65	65,68	52,94	63,57	56,76	55,21	62,82	68,87	50,24
Mujer	34,61	39,13	40,77	38,35	34,32	47,06	36,43	43,24	44,79	37,18	31,13	49,76

2.3. Edad

Se rompe la tendencia observada en ediciones anteriores y la edad media del emprendedor se reduce en casi todas las etapas del proceso, situándose por debajo de los 40 años. La mayor variación se produce en la edad media del emprendedor naciente, que alcanza los 37 años, frente a los casi 46 del período anterior.

Las únicas etapas en las que ha aumentado la media de edad del emprendedor son la de las iniciativas consolidadas (47,22 años) y la de quienes han abandonado alguna actividad (44,44 años).

Tabla 2.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años, 2010-2011)

Edad media	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Años	37,85	35,88	45,93	37,11	38,02	37,29	40,61	37,21	44,98	47,22	41,74	44,44

Entre los datos más destacables se encuentra el aumento que experimenta el porcentaje de emprendedores de 18 a 24 años en casi todas las fases del proceso con respecto a la edición anterior.

El intervalo de edad entre los 45 y los 54 años es el mayoritario entre las iniciativas consolidadas, mientras que la concentración de emprendedores nacientes, nuevos y potenciales se encuentra en los tramos de edad inferiores a los 44 años.

Tabla 2.3. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Años	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
18-24	12,05	13,06	-	12,41	3,06	5,77	2,06	8,68	-	0,51	-	6,71
25-34	24,15	36,82	15,71	26,20	39,76	38,99	31,88	33,38	15,85	13,15	39,07	14,27
35-44	35,67	27,18	23,84	38,23	34,67	33,62	31,12	35,64	34,20	25,57	22,10	28,49
45-54	23,38	16,39	42,21	20,90	16,60	14,57	24,99	17,35	30,10	35,69	15,59	29,86
55-64	4,75	6,55	18,24	2,26	5,91	7,05	9,95	4,95	19,85	25,08	23,24	20,67

2.4. Nivel de estudios

El nivel de estudios que predomina entre los emprendedores potenciales es el universitario (34,63%) y el obligatorio (34,21%). No sucedía así en el informe de 2010, donde los emprendedores con estudios de formación profesional alcanzaban el porcentaje más elevado (un 29,46% frente al 15,8% de la presente edición).

Las iniciativas incipientes son lideradas por personas que poseen estudios obligatorios (36,16%) o han cursado estudios de formación profesional (28,39%). Destaca la disminución de 7,87 puntos porcentuales observada en el número de emprendedores incipientes que posee estudios universitarios.

Entre los emprendedores consolidados, el nivel de estudios mayoritario es el obligatorio (55,19%). Dicho porcentaje refleja un aumento en su cuota respecto a la pasada edición, cercano a los 24 puntos porcentuales.

Si se observa el nivel de estudios de los emprendedores que han abandonado sus iniciativas, puede apreciarse que los únicos que han experimentado incrementos son los emprendedores que poseen estudios obligatorios (7,11 puntos porcentuales) y los que poseen estudios universitarios (6,75 puntos porcentuales).

Para profundizar en los resultados del proceso emprendedor entre los universitarios, puede consultarse la información recogida en el capítulo 5 del presente informe.

Tabla 2.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Nivel de estudios	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Sin estudios	1,86	0,56	17,61	-	10,61	1,77	12,90	0,99	15,31	1,50	8,69	2,07
Obligatorios	28,14	34,21	20,20	36,44	24,64	35,93	23,19	36,16	31,20	55,19	44,99	52,10
Bachillerato	16,25	14,80	16,52	7,16	13,23	11,56	14,31	9,63	10,54	12,18	8,33	2,15
FP	29,46	15,80	25,08	34,66	12,92	23,49	16,90	28,39	21,58	12,32	27,30	26,24
Universitarios	24,29	34,63	20,59	21,74	38,60	27,25	32,70	24,83	21,37	18,81	10,69	17,44

2.5. Posesión de formación específica para emprender

La formación específica para emprender está evolucionando de forma positiva en nuestra comunidad autónoma. La razón de dicho interés se basa en la convicción de que es una de las destrezas clave que debe poseer un emprendedor para desarrollar su proyecto con una mayor probabilidad de éxito, así como uno de los pilares de cara al impulso de la cultura emprendedora en Galicia.

El nivel de formación específica ha aumentado en todas las fases del proceso emprendedor, con la única excepción del emprendimiento potencial, en el que se aprecia un leve descenso de 0,84 puntos porcentuales.

Es reseñable el considerable aumento que experimenta la formación específica en la fase incipiente, ya que tanto en el caso de los emprendedores nacentes como en de los emprendedores nuevos, el incremento de dicha formación ha sido significativo (16,68 y 22,84 puntos porcentuales, respectivamente).

Tabla 2.5. Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Formación específica	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Sí	47,88	47,04	42,05	58,73	31,29	54,13	34,82	56,15	32,07	39,93	34,07	37,63
No	52,12	52,96	57,95	41,27	68,71	44,01	65,18	42,81	67,93	57,62	65,93	60,15
NS / NC	-	-	-	-	-	1,86	-	1,04	-	2,45	-	2,22

2.6. Nivel de renta anual

Previamente al análisis de la variable renta, es importante tener en cuenta que, al igual que en otras ediciones, hay un porcentaje considerable de emprendedores que no contesta a esta pregunta, lo que imposibilita una comparación adecuada.

El mayor porcentaje de emprendedores en las iniciativas potenciales, incipientes o consolidadas se encuentra en los niveles de renta bajos, entendiendo por tales de 10.000 a 20.000 euros.

Se aprecia un aumento en la proporción de iniciativas en la fase incipiente pertenecientes a perceptores de rentas superiores a los 100.000 euros (ninguno de los entrevistados en 2010 declaraba este nivel de ingresos). Asimismo, tiene lugar una fuerte reducción en el porcentaje de dichas iniciativas entre los propietarios de rentas medias, de 30.001 a 40.000 euros.

Tabla 2.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Tramos de renta anual	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
<10.000 €	10,84	12,27	7,12	14,31	14,22	11,06	11,90	12,49	8,47	8,05	32,13	19,92
10.000-20.000 €	23,16	28,12	15,84	26,81	16,84	21,40	16,51	23,77	24,15	22,63	22,65	28,45
20.001-30.000 €	17,88	16,66	16,52	17,81	17,12	15,50	16,92	16,50	18,74	16,04	9,33	15,19
30.001-40.000 €	17,18	3,47	17,62	2,35	9,54	4,08	12,19	3,32	11,27	6,35	-	4,26
40.001-60.000 €	8,27	5,95	10,80	7,67	10,07	16,91	10,31	12,86	4,47	7,36	2,90	-
60.001-100.000 €	0,79	1,71	-	4,74	4,57	-	3,07	2,08	2,08	1,09	-	-
>100.000 €	-	1,69	-	2,38	-	3,78	-	3,17	0,96	0,97	-	2,15
NS / NC	21,88	30,13	32,10	23,93	27,64	27,27	29,10	25,81	29,86	37,51	32,99	30,03

2.7. Implantación en entorno rural o urbano

Al igual que en ediciones anteriores, los emprendedores en Galicia siguen manifestando su preferencia para llevar a cabo sus iniciativas en el entorno urbano. No obstante, se observa una reducción significativa de 7,27 puntos porcentuales entre las iniciativas en fase incipiente.

Por otra parte, con relación a la edición anterior, destacan dos hechos positivos en el emprendimiento del entorno rural: el aumento de las iniciativas nacientes (16,04 puntos porcentuales) y la reducción de los abandonos (10,67 puntos porcentuales).

Tabla 2.7. Implantación en entorno rural o urbano según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Implan-tación	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Urbana	84,25	83,05	90,62	74,58	79,88	77,35	83,40	76,13	73,21	78,15	78,42	89,09
Rural	15,75	16,95	9,38	25,42	20,12	22,65	16,60	23,87	26,79	21,85	21,58	10,91

2.8. Situación laboral y dedicación

Al igual que en ediciones anteriores, la voluntad de emprender se concentra entre los empleados activos, si bien es cierto que su representación ha disminuido en 17,38 puntos porcentuales entre los emprendedores potenciales y en 9,65 puntos entre los incipientes.

Como contrapartida, el porcentaje de emprendedores cuya situación laboral era el desempleo ha aumentado en todas las etapas que implican la concepción y la creación de la empresa (desde el emprendedor potencial al nuevo). Asimismo, la presencia de los estudiantes entre los emprendedores potenciales se ha incrementado en 7,96 puntos porcentuales.

Tabla 2.8. Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Situación laboral	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Empleo activo	70,36	52,98	81,32	68,88	100,00	96,22	93,88	84,23	96,68	99,06	43,60	56,84
Jubilación	0,80	0,57	-	2,35	-	-	-	1,03	0,32	0,47	10,42	10,37
Ama de casa	1,76	2,90	-	4,70	-	-	-	2,06	0,43	0,47	2,90	6,36
Estudiante	4,86	12,82	-	-	-	1,94	-	1,09	0,83	-	-	-
En paro / Otra	22,22	30,73	18,68	24,07	-	1,84	6,12	11,59	1,74	-	43,08	26,43

La existencia de una dedicación a tiempo parcial es poco frecuente entre los emprendedores en Galicia, siendo las iniciativas nacientes y las potenciales las que poseen mayor representación, con un 21,86% y un 19,03% respectivamente.

El compromiso que requiere el proceso emprendedor, tanto en las fases iniciales como en la consolidada, lleva inherente la necesidad de una dedicación total. Esta cuestión se corrobora en la presente edición, en la que el número de emprendedores a tiempo parcial que han abandonado sus iniciativas ha aumentado en 8,05 puntos porcentuales, alcanzando un 27,15%.

Tabla 2.9. Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Dedicación	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Tiempo completo	94,06	80,97	90,34	78,14	100,00	96,20	97,26	89,72	99,00	99,49	80,90	72,85
Tiempo parcial	5,94	19,03	9,66	21,86	-	3,80	2,74	10,28	1,00	0,51	19,10	27,15

2.9. Origen

En 2011, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras acometidas en Galicia han sido realizadas, un año más, por personas de nacionalidad española.

Se advierte una disminución de la presencia de emprendedores extranjeros en las iniciativas nacientes (5,42 puntos porcentuales) y un leve descenso en las potenciales (1,48 puntos porcentuales). De los emprendedores que abandonaron su negocio, el 8,45% era de origen extranjero.

Tabla 2.10. Origen según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

Origen	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Español	85,48	86,96	84,57	89,99	94,10	90,34	90,97	90,19	97,69	97,53	100,00	91,55
Extranjero	14,52	13,04	15,43	10,01	5,90	9,66	9,03	9,81	2,31	2,47	-	8,45

2.10. Tamaño del hogar (hábitat)

Los emprendedores en Galicia presentan un tamaño medio del hogar bastante uniforme en todas las fases del proceso emprendedor, que oscila entre 3,32 miembros en los emprendedores nuevos y 3,70 miembros en los emprendedores potenciales. Además, el tamaño medio del hogar de los emprendedores en Galicia se ha incrementado ligeramente en relación con la edición anterior.

Tabla 2.11. Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)

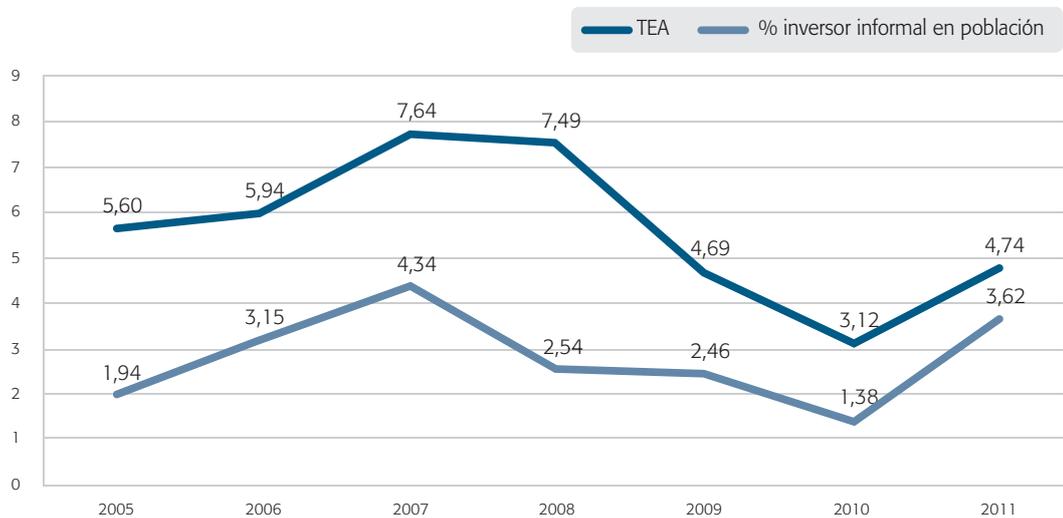
Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor)	Emprendedor potencial		Emprendedor naciente		Emprendedor nuevo		Emprendedor incipiente		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha abandonado	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Personas	3,13	3,70	3,25	3,63	3,28	3,32	3,27	3,46	3,58	3,67	2,92	3,48

2.11. Participación del inversor informal

En esta edición se detecta un cambio de tendencia y se aprecia un incremento en la participación del inversor informal frente a las continuas reducciones que se venían experimentando en años anteriores. El porcentaje de inversores informales en Galicia alcanza un 3,62% frente al 1,38% del anterior informe. Este cambio puede ser un síntoma de que, ante la reducción del crédito por parte de la banca, los emprendedores tienen que recurrir más a las fuentes de financiación informales ("3F": *Fools, Friends and Family* es decir, de personas con una relación familiar, de amistad o de relaciones de trabajo con el emprendedor). Se observa, además, cómo este indicador replica el perfil de evolución del TEA, acortando distancias con respecto a las diferencias existentes en los años de bonanza económica (hasta 2007).

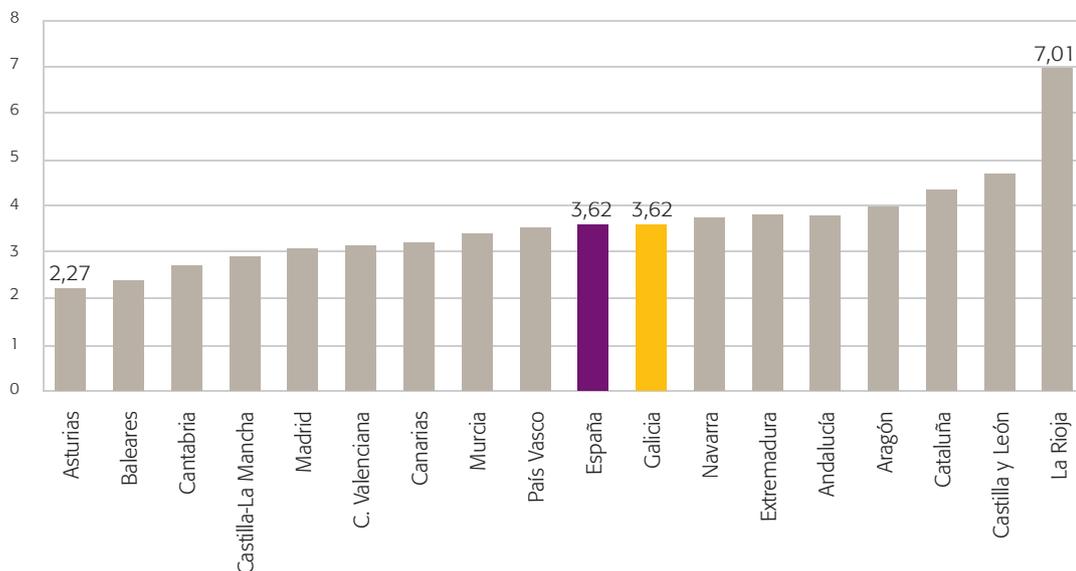
Siguiendo la metodología del proyecto GEM, toda persona entre 18 y 64 años de edad que invierta capital propio en un negocio ajeno se considera que participa en el proceso de inversión informal.

Figura 2.1. Evolución del TEA y la inversión informal (% , 2005-2011)



El incremento experimentado en la proporción de inversores informales en la comunidad gallega la sitúa en 2011 en la media existente para España.

Figura 2.2. El inversor informal en el contexto de España (% , 2011)



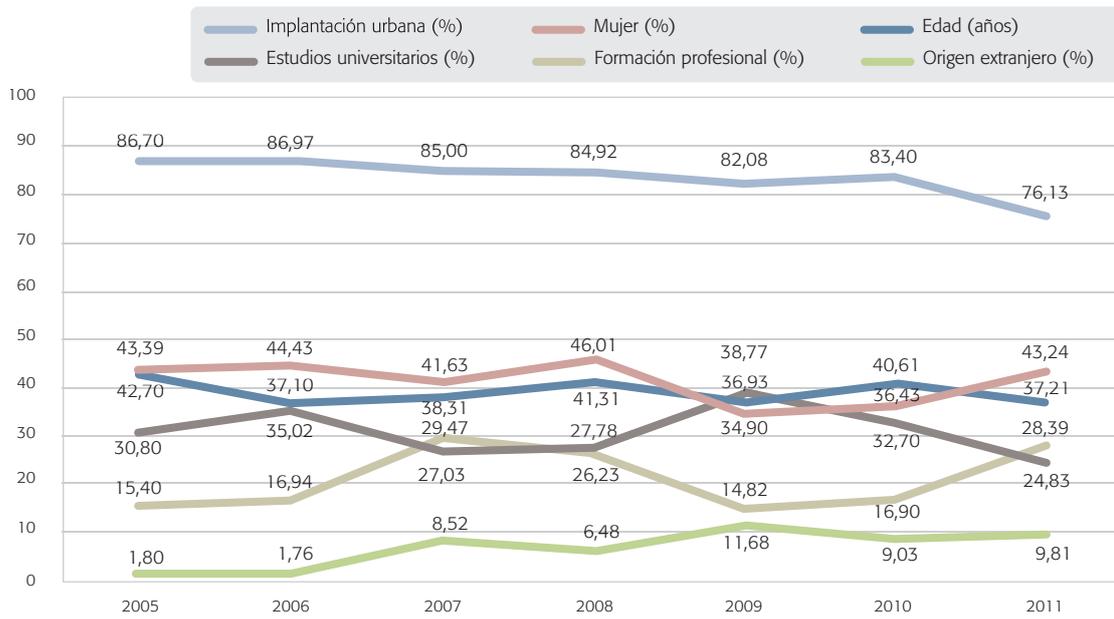
2.12. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal

A continuación, se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia en 2011 y su evolución en las siete ediciones del estudio.

Tabla 2.12. Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia (2011)

	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente	Emprendedor consolidado	Emprendedor que ha abandonado
Sexo	H: 60,87% M: 39,13%	H: 61,65% M: 38,35%	H: 52,94% M: 47,06%	H: 56,76% M: 43,24%	H: 62,82% M: 37,18%	H: 50,24% M: 49,76%
Edad	36 años	37 años	37 años	37 años	47 años	44 años
Nivel de estudios mayoritario	Universitarios	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios
Formación específica para emprender	47,04%	58,73%	54,13%	56,15%	39,93%	37,63%
Nivel de renta media	10.000-20.000€	10.000-20.000€	10.000-20.000€	10.000-20.000€	10.000-20.000€	10.000-20.000€
Implantación zona rural/urbana	U: 83,05% R: 16,95%	U: 74,58% R: 25,42%	U: 77,35% R: 22,65%	U: 76,13% R: 23,87%	U: 78,15% R: 21,85%	U: 89,09% R: 10,91%
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa
Dedicación completa	80,97%	78,14%	96,20%	89,72%	99,49%	72,85%
Origen español	86,96%	89,99%	90,34%	90,19%	97,53%	91,55%
Tamaño del hogar	3,70	3,63	3,32	3,46	3,67	3,48

Figura 2.3. Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2011)





Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

3

3.1. Introducción

El presente capítulo analiza las características resultantes de la actividad emprendedora, tanto de las iniciativas nacientes y nuevas (incipientes), como de las consolidadas. Para ello, se presentan los principales resultados relativos a su sector de actividad, número de propietarios de las iniciativas, número de empleados actual, previsión del número de empleados en cinco años desde la puesta en marcha, carácter innovador, nivel tecnológico del sector, antigüedad de las tecnologías de producción de bienes o servicios, nivel de competencia que afrontan, grado de expansión esperado en su mercado y grado de internacionalización o exportación de sus bienes o servicios.

De los datos obtenidos para la realización de este informe en la encuesta a población, se puede concluir que continúan predominando las iniciativas de servicios al consumo establecidas de forma individual por un único emprendedor. Por tanto, se trata de actividades orientadas a la generación de autoempleo, normalmente sin una vocación de crecimiento ni expansión en mercados internacionales en su primera etapa. Dichas actividades se enmarcan, además, en sectores con un bajo nivel tecnológico, donde se percibe un elevado grado de competencia.

3.2. Sector de actividad

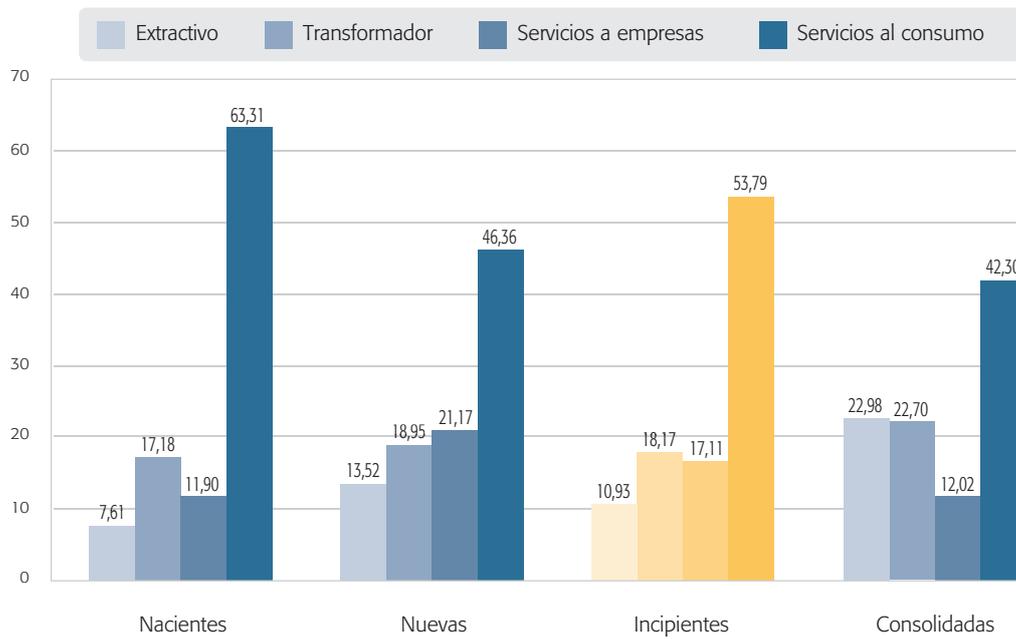
La actividad por excelencia continúa asociándose al sector de servicios al consumo, como en pasadas ediciones. El rumbo de la economía y, en consecuencia, el de los hábitos sociales, hace que el sector terciario gane presencia con el paso de las ediciones. Sin embargo, su importancia se ha reducido en las iniciativas nacientes, dando paso a un mayor número de iniciativas asociadas al sector extractivo o primario, con un incremento de 7,61 puntos porcentuales.

Por su parte, la presencia del sector transformador en las iniciativas nacientes se ha incrementado notablemente en términos relativos de 8,93 puntos porcentuales, al contrario que en las iniciativas nuevas, donde ha perdido peso, disminuyendo 6,87 puntos.

Las actividades relacionadas con servicios a empresas disminuyen drásticamente su presencia en todas las etapas asociadas a la creación del negocio, lo cual se sintetiza en una caída en las iniciativas incipientes de 8,70 puntos en el presente informe.

Finalmente, y al contrario que en la edición pasada, el sector extractivo ha ganado presencia en todas las fases de la actividad emprendedora.

Figura 3.1. Sector general de la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% , 2011)



El análisis sectorial de las iniciativas indica que la mayor parte de las analizadas son microempresas de menos de cinco trabajadores, salvo en el sector transformador, en el que más del 25% de las iniciativas tienen más de seis empleados. Son también las empresas de este sector las que se posicionan con mayor posibilidad de expansión y las más innovadoras. En las iniciativas de servicios orientados al consumo, además de su reducido tamaño, destaca su mayor vocación exportadora, de modo que incluso el 2,2% de ellas se encuentran totalmente volcadas en este ámbito.

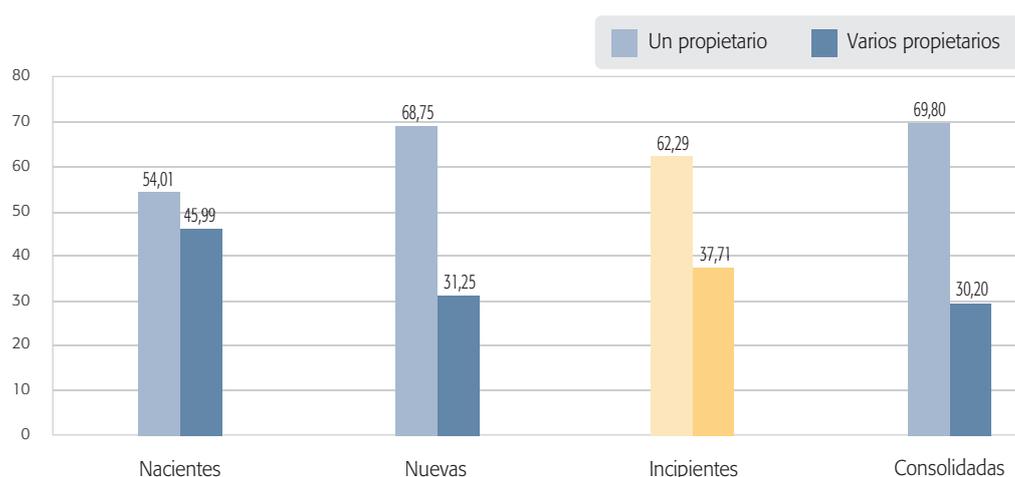
Tabla 3.1. Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2011)

Características de las iniciativas emprendedoras		Sector de actividad			
		Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumo
Nivel de empleo	Sin empleados	60,58	54,31	77,48	74,02
	1-5 empleados	39,42	19,08	15,15	23,64
	6-19 empleados	-	19,98	-	2,34
	20 o más empleados	-	6,63	7,38	-
Expansión de mercado	Sin expansión	60,93	46,30	63,37	58,32
	Alguna expansión (sin nueva tecnología)	27,69	29,51	18,60	23,98
	Alguna expansión (con nueva tecnología)	11,38	24,19	18,03	15,68
	Profunda expansión	-	-	-	2,02
Nivel de innovación	Totalmente innovadora	9,44	23,74	12,25	20,08
	Parcialmente innovadora	20,41	11,67	6,35	11,75
	No innovadora	70,15	64,59	81,40	68,17
Nivel de competencia	Mucha competencia	50,99	47,20	56,95	44,49
	Alguna competencia	39,79	35,04	37,16	41,74
	Sin competencia	9,22	17,76	5,89	13,77
Nivel tecnológico	Tecnología nueva (menos de 1 año)	11,38	24,19	18,03	17,70
	Tecnología reciente (1-5 años)	29,01	34,65	24,42	24,37
	Tecnología antigua (más de 5 años)	59,61	41,16	57,55	57,93
Nivel tecnológico del sector	Bajo	-	76,77	81,37	100,00
	Medio	-	17,24	-	-
	Alto	100,00	5,99	18,63	-
Nivel de exportaciones	75%-100%	-	-	-	2,20
	25%-75%	-	11,78	6,36	6,42
	1%-25%	23,64	5,79	13,30	6,74
	No exporta	76,36	82,42	80,34	84,63

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

Como ya se ha mencionado en ediciones anteriores, una de las características inherentes al emprendedor en Galicia es el establecimiento de iniciativas por parte de un solo individuo. De hecho, si bien en 2010 la presencia de varios propietarios era todavía mayoritaria en las iniciativas nacientes, en 2011 su participación se reduce hasta un 45,99%. Por su parte, en las iniciativas nuevas e incipientes se mantienen participaciones similares a las de la edición anterior, cediendo cada vez más protagonismo a las iniciativas llevadas a cabo por una sola persona.

Figura 3.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% 2011)



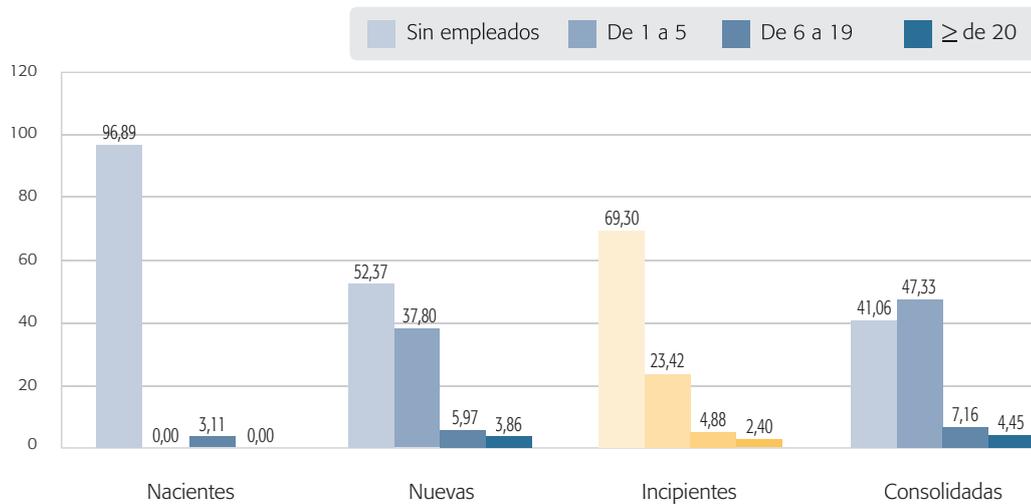
El número medio de propietarios decrece respecto a la pasada edición en las fases naciente y consolidada del proceso emprendedor, al tiempo que esos valores son muy similares a los obtenidos para España. Asimismo, se mantiene constante la tendencia relativa al número de propietarios que, en el caso de las iniciativas nacientes, ronda los dos frente al uno y medio del resto de fases.

Tabla 3.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (2010-2011)

Fase del proceso emprendedor	Galicia		España	
	2010	2011	2010	2011
Naciente	1,98	1,82	1,84	1,96
Nueva	1,54	1,60	1,48	1,62
Incipiente	1,69	1,70	1,66	1,81
Consolidada	1,51	1,48	2,11	2,27

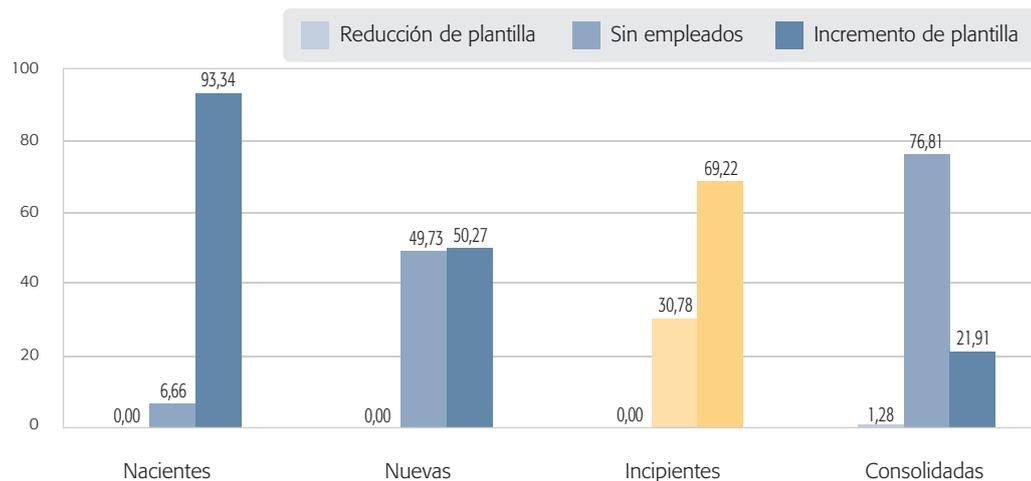
En 2011, el porcentaje de iniciativas nacientes que no cuentan con empleados alcanza el 96,89%, presentando un incremento de 26,30 puntos porcentuales respecto al informe de 2010. Estas cifras estarían indicando que los individuos llevan a cabo sus iniciativas como una forma de autoempleo, opción que no siempre suele estar ligada al nacimiento de empresas con vocación de crecimiento y creación de puestos de trabajo, por el carácter "modesto" de la tipología de negocio. Como contrapartida, destaca el hecho de que, entre las iniciativas consolidadas, son mayoría aquellas que generan empleo.

Figura 3.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011)



Para estimar la proporción de iniciativas que esperan crecer en términos de empleo, se pregunta cada año a los emprendedores entrevistados cuántos puestos de trabajo prevén tener al final de los cinco próximos años, a contar desde el momento de la entrevista. En 2011, contrariamente a lo que sucedía en la edición anterior, el incremento de la plantilla se manifiesta como la opción más considerada por las iniciativas nacientes y nuevas y, por tanto, en las incipientes. Por su parte, las iniciativas consolidadas, más presentes en el mercado, aunque también aumentan, estiman un estancamiento del empleo en un 76,81% de los casos y solo un 21,91% manifiesta su intención de crecer. 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 medianas o grandes empresas.

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 (% , 2011)

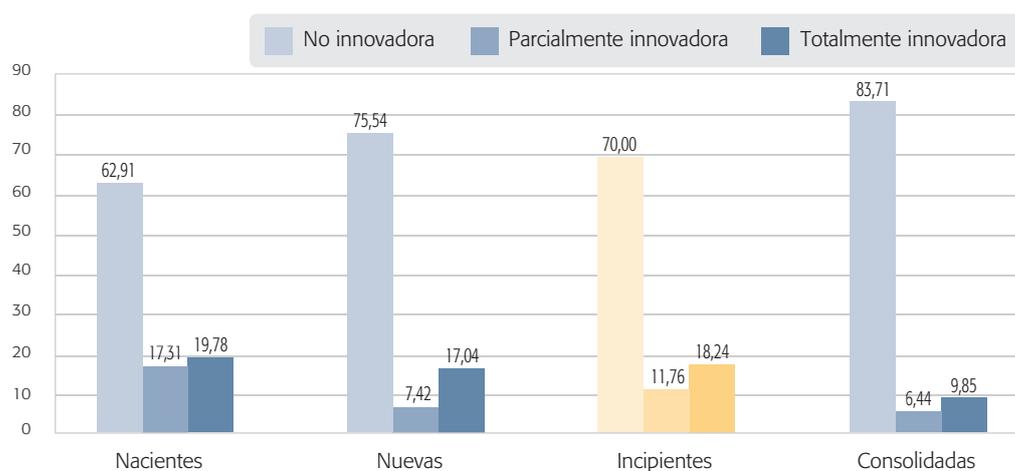


3.4. Grado de innovación y uso de nuevas tecnologías

El concepto de innovación es multidimensional, si bien GEM se ha centrado en el aspecto relativo a la novedad relacionada con el producto o servicio que se ofrece al cliente, entendiendo que es el más comúnmente aceptado por las empresas. Por ello, los datos que se presentan deben entenderse referidos a este factor.

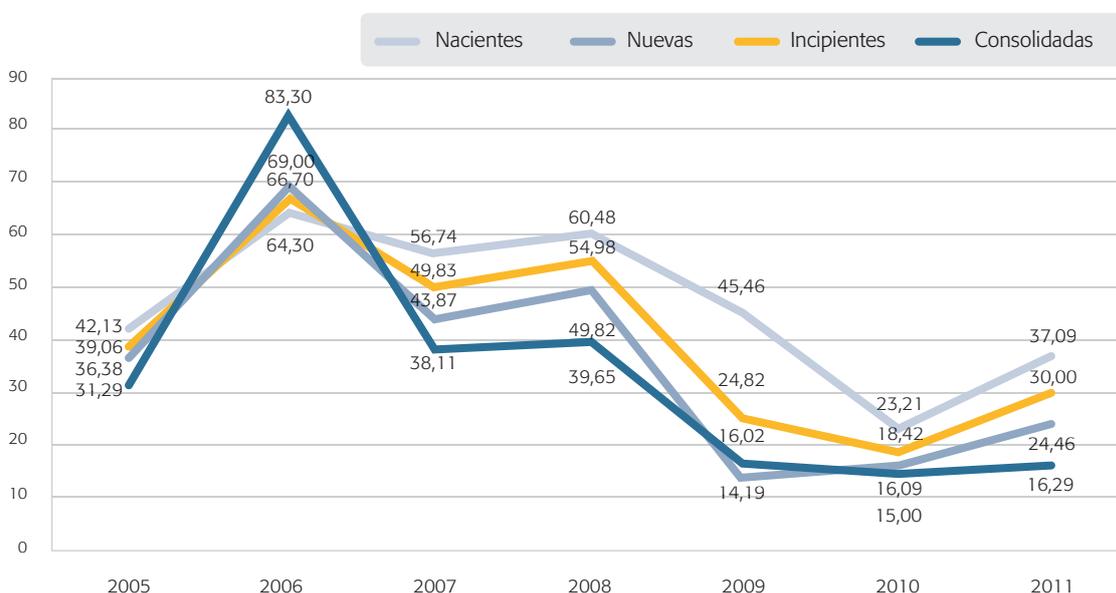
La ausencia de innovación caracteriza en torno a dos tercios de las iniciativas analizadas en la muestra GEM Galicia 2011, con independencia de la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren. Como contrapartida, y en términos generales, destaca el incremento de la presencia de iniciativas innovadoras con respecto a la pasada edición.

Figura 3.5. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011)



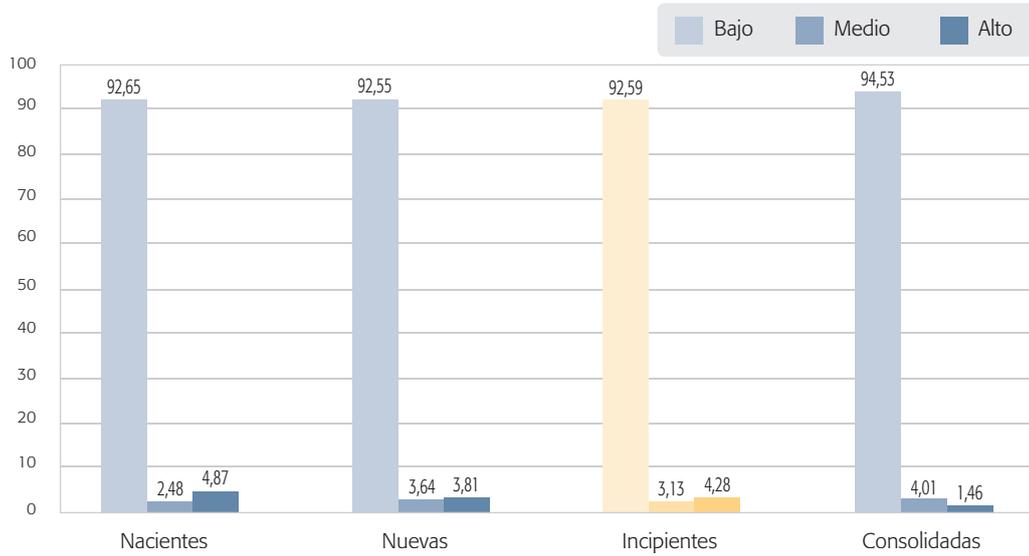
Salvo en las iniciativas consolidadas, donde se produce un estancamiento, al contrario de los resultados obtenidos en la edición pasada, se produce un aumento destacable en el porcentaje de iniciativas emprendedoras con algún grado de innovación en sus procesos productivos o en la venta de bienes y/o servicios. De esta forma, respecto al informe 2010, las iniciativas nacientes lo incrementan en 13,88 puntos porcentuales, las iniciativas nuevas en 8,37 y las iniciativas incipientes en 11,58.

Figura 3.6. Evolución de las iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2011)



La presencia de iniciativas emprendedoras en sectores con un nivel tecnológico medio o elevado supone apenas el 10% de los casos, a pesar de haber incrementado su peso con respecto a la edición de 2010. En general, más del 90% de las iniciativas se desarrollan en sectores con nivel tecnológico bajo.

Figura 3.7. Nivel tecnológico del sector donde se encuadran las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011)



Sin embargo, la conciencia de la importancia de adopción de nuevas tecnologías parece evidente, ya que se ha incrementado el uso de tecnologías nuevas o recientes en todas las fases del proceso, perdiendo peso el uso de las tecnologías con más de 5 años.

Figura 3.8. Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011)

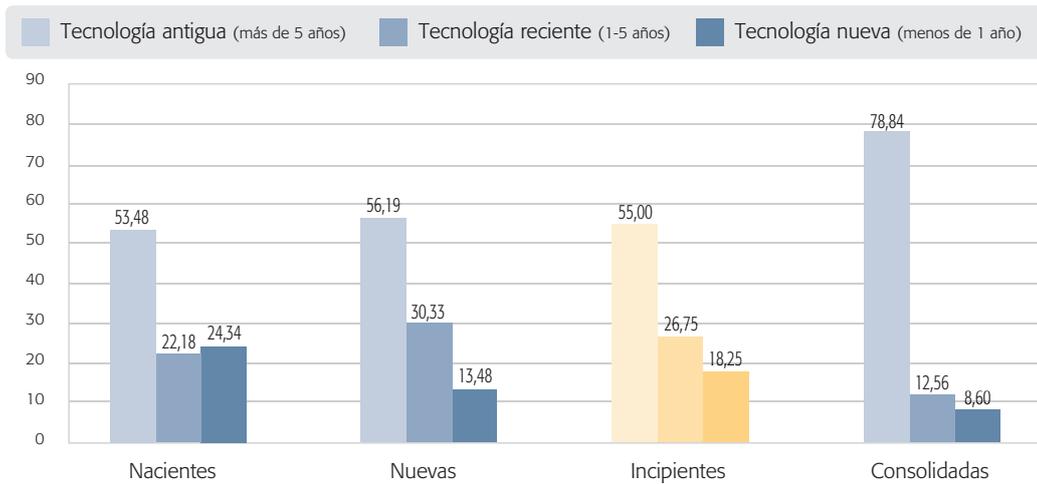
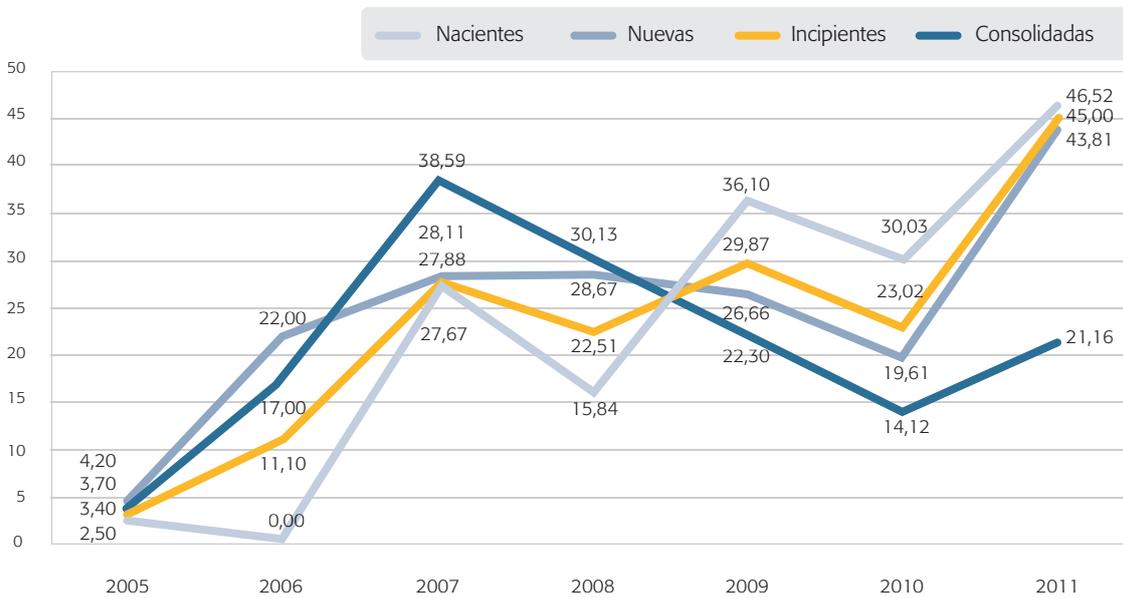


Figura 3.9. Evolución de las iniciativas emprendedoras con uso de tecnologías nuevas o recientes (menos de 5 años) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2011)

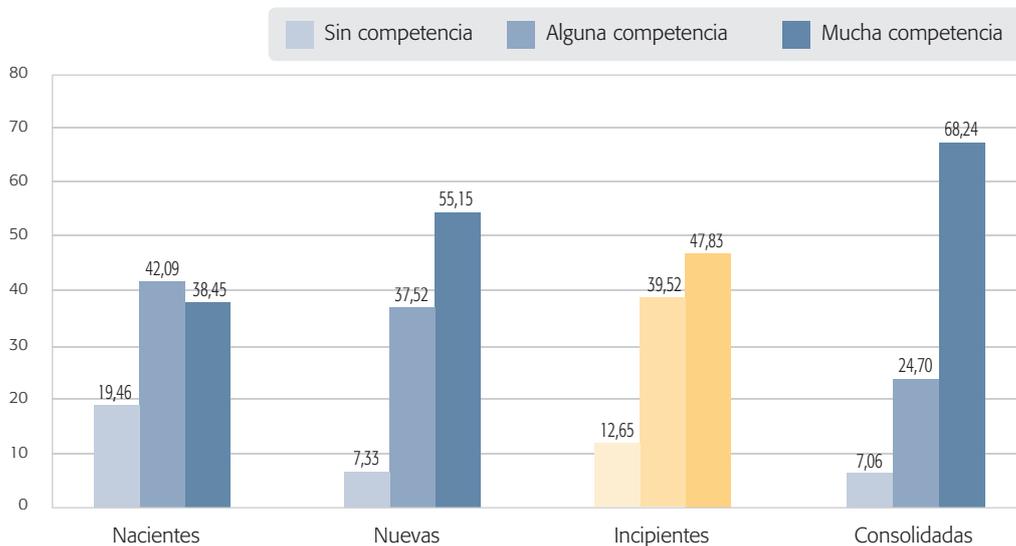


3.5. Nivel de competencia en el mercado y previsión de expansión e internacionalización

La percepción de un elevado nivel de competencia en el mercado por parte de los emprendedores ha disminuido considerablemente en todas las etapas. Esta disminución podría explicarse en parte por el cierre de negocios, vistos como potenciales competidores, que se ha producido en los dos últimos años como consecuencia de la crisis económica.

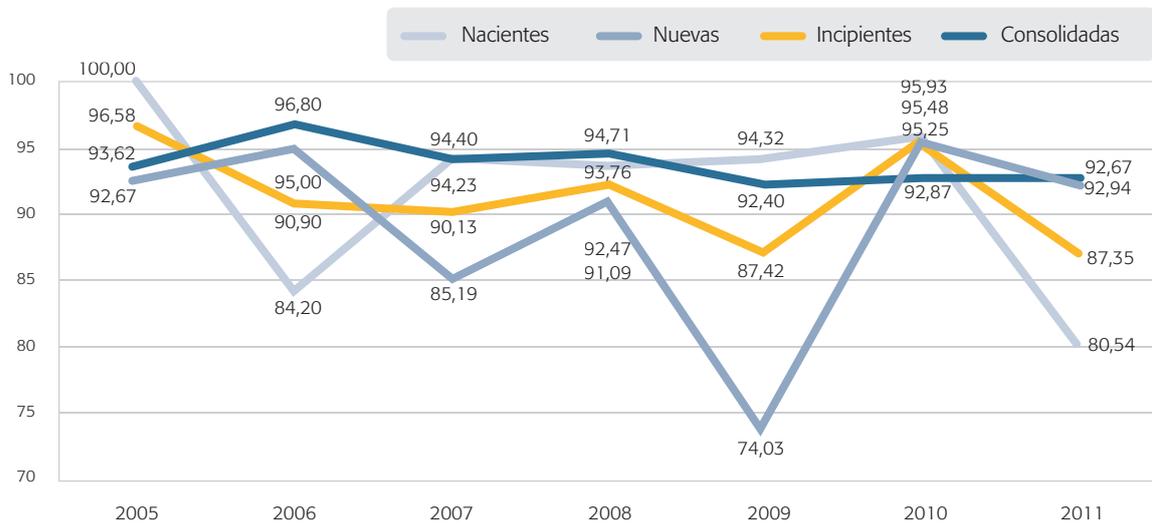
Paralelamente, se ha producido un aumento en la percepción de alguna competencia en todas las fases del proceso emprendedor. La mayor formación para emprender que han mostrado en esta edición los emprendedores incipientes puede estar detrás de estos resultados, una vez que, a mayor conocimiento del mercado, se asume una percepción más realista del grado de competencia del mismo.

Figura 3.10. Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011)



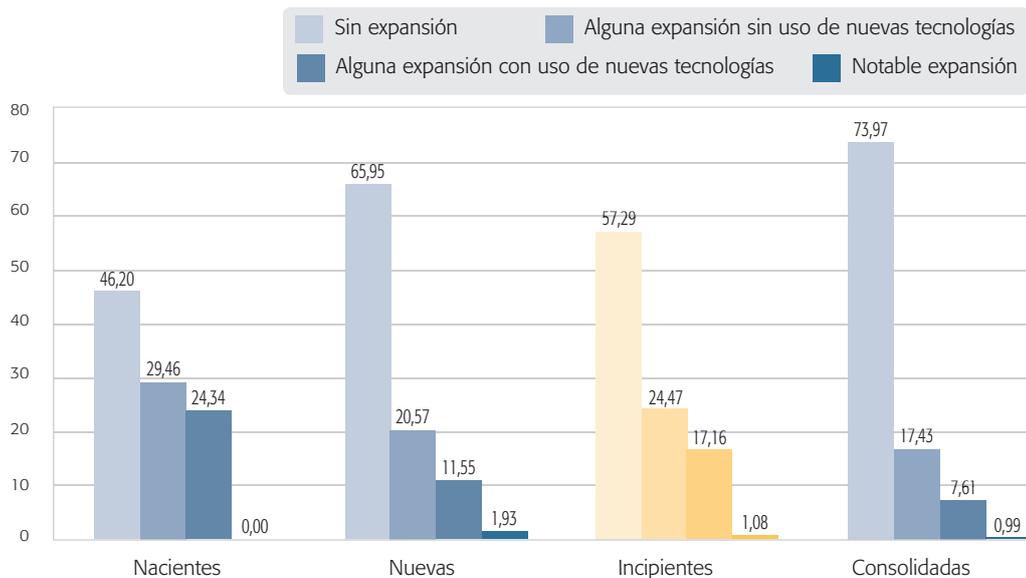
Así, en 2011, el porcentaje de iniciativas que percibe la presencia de algunos o numerosos competidores en el mercado se sitúa entre el 80% y el 93%.

Figura 3.11. Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado según la fase del proceso emprendedor (% 2005-2011)



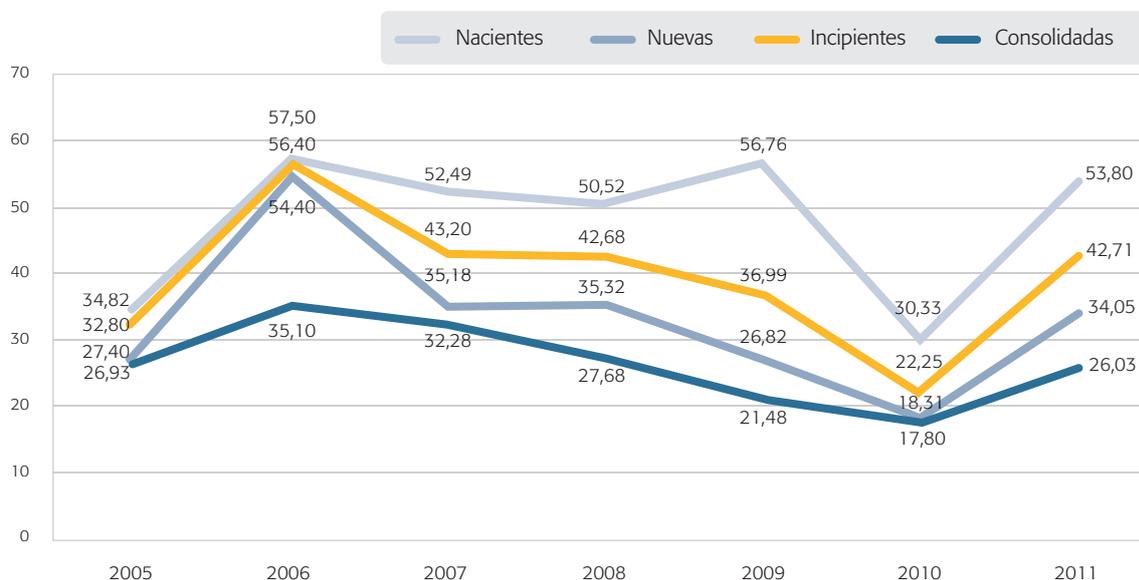
La vocación para la expansión de las iniciativas emprendedoras en los próximos años continúa siendo reducida. Sin embargo, cabe destacar que el porcentaje de iniciativas nacientes que no preveían expansión alguna en los próximos años se ha reducido notablemente con respecto a 2010 en 23,47 puntos porcentuales, dando paso a alguna expansión con o sin uso de tecnologías.

Figura 3.12. Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% 2011)



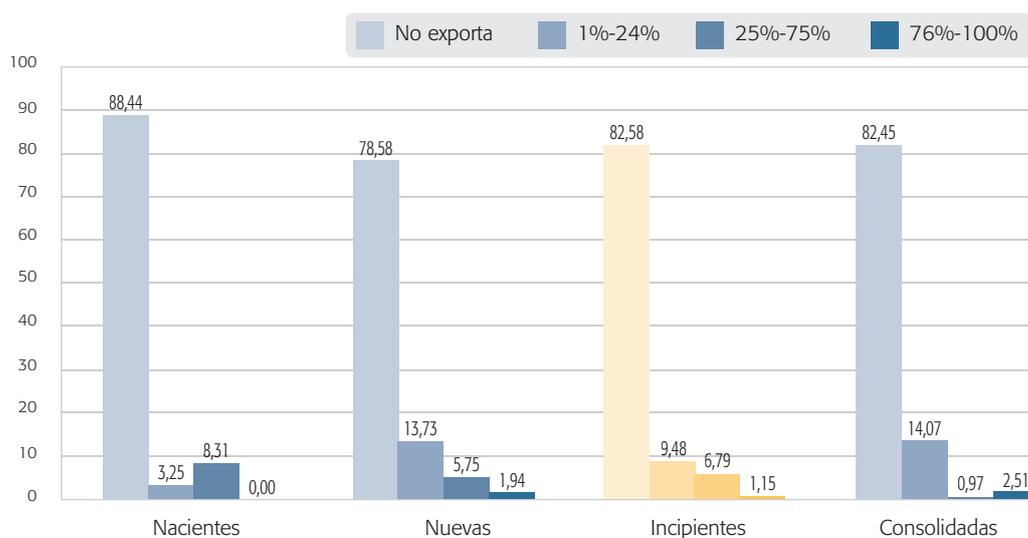
Son los emprendedores nacientes los que se han mostrado más optimistas, tendencia que se reproduce a lo largo de las siete ediciones del informe GEM Galicia. De hecho, los emprendedores nacientes que apostaban por que sus empresas crecerían, siempre han representado más del 50%, excepto en 2005 y 2010.

Figura 3.13. Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso emprendedor (% 2005-2011)



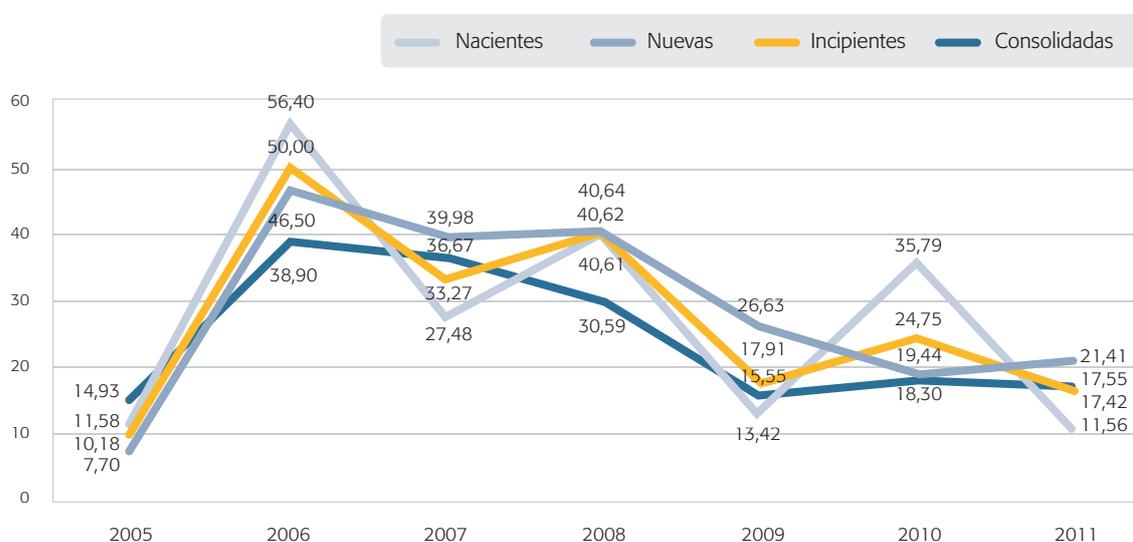
En términos generales, la falta de proyección exterior vía exportaciones caracteriza en torno al 80% de las iniciativas emprendedoras recogidas en la encuesta a la población llevada a cabo para el presente informe, con independencia de la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren.

Figura 3.14. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% 2011)



Finalmente, de los datos se deduce que los mercados externos no son prioritarios para las iniciativas emprendedoras analizadas y, además, que han ido perdiendo importancia desde 2006.

Figura 3.15. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2011)



3.6. Caracterización de las actividades resultantes del proceso emprendedor

A continuación, se recoge una síntesis de las principales características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia.

Tabla 3.3. Síntesis de los valores más representativos de las actividades resultantes del proceso emprendedor

Características de las iniciativas emprendedoras		Fase de proceso emprendedor			
		Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	Emprendedor incipiente	Emprendedor consolidado
Sector de actividad		Servicios al consumo 63,31%	Servicios al consumo 46,36%	Servicios al consumo 53,79%	Servicios al consumo 42,30%
Dimensión	Un propietario	54,01%	68,75%	62,29%	69,80%
	Sin empleados	96,89%	52,37%	69,30%	41,06%
Innovación	Grado de innovación	No innovadora 62,91%	No innovadora 75,54%	No innovadora 70%	No innovadora 83,71%
	Nivel tecnológico del sector	Bajo 92,65%	Bajo 92,55%	Bajo 92,59%	Bajo 94,53%
	Uso de tecnologías	Tecnología antigua 53,48%	Tecnología antigua 56,19%	Tecnología antigua 55%	Tecnología antigua 78,84%
Competencia		Alguna competencia 42,09%	Mucha competencia 55,15%	Mucha competencia 47,83%	Mucha competencia 68,24%
Expansión		Sin expansión 46,20%	Sin expansión 65,95%	Sin expansión 57,29%	Sin expansión 73,97%
Mercado exterior		No exporta 88,44%	No exporta 78,58%	No exporta 82,58%	No exporta 82,45%



El proceso emprendedor en función del sexo

4

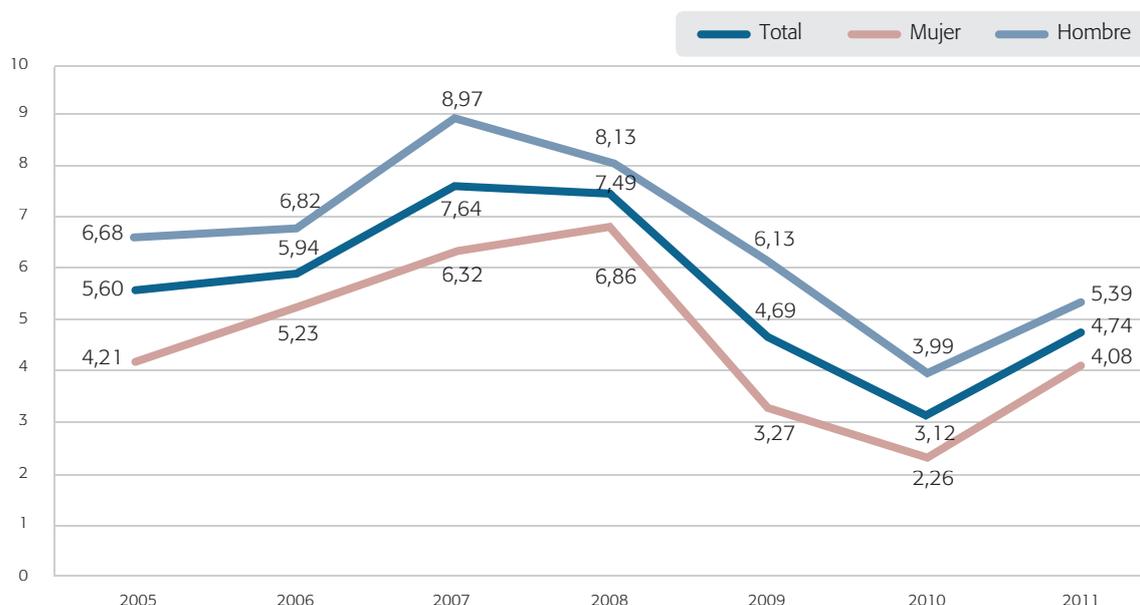
4.1. Introducción

En este capítulo se resumen las principales características de las emprendedoras en Galicia y de la actividad empresarial que llevan a cabo.

4.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En 2011 revierte, para ambos sexos, la tendencia decreciente que se venía produciendo desde el año 2007 en el índice TEA. Así, el TEA masculino se recupera de forma significativa, pasando de 3,99 a 5,39, y el TEA femenino prácticamente se duplica, pasando del 2,26 al 4,08. De este modo, se reduce ligeramente el diferencial en valor absoluto entre ambos indicadores, situándose en 1,31 puntos, frente a los 1,73 de la edición 2010.

Figura 4.1. Evolución del TEA en función del sexo (% , 2005-2011)



Siguiendo la tendencia de años anteriores, los indicadores relativos a las mujeres se mantienen en niveles inferiores a los de los hombres en todas las etapas del proceso emprendedor, especialmente entre los emprendedores potenciales, donde la diferencia es mucho más notable para el caso gallego que para el español. Sin embargo, considerando el total de iniciativas emprendedoras en la fase incipiente (nacientes más nuevas), el diferencial entre sexos es mucho menos acusado en el caso gallego. Lo mismo ocurre en el caso de iniciativas consolidadas, donde, si bien los datos representativos de la actividad empresarial masculina son muy similares, la participación femenina es significativamente mayor en el caso de Galicia.

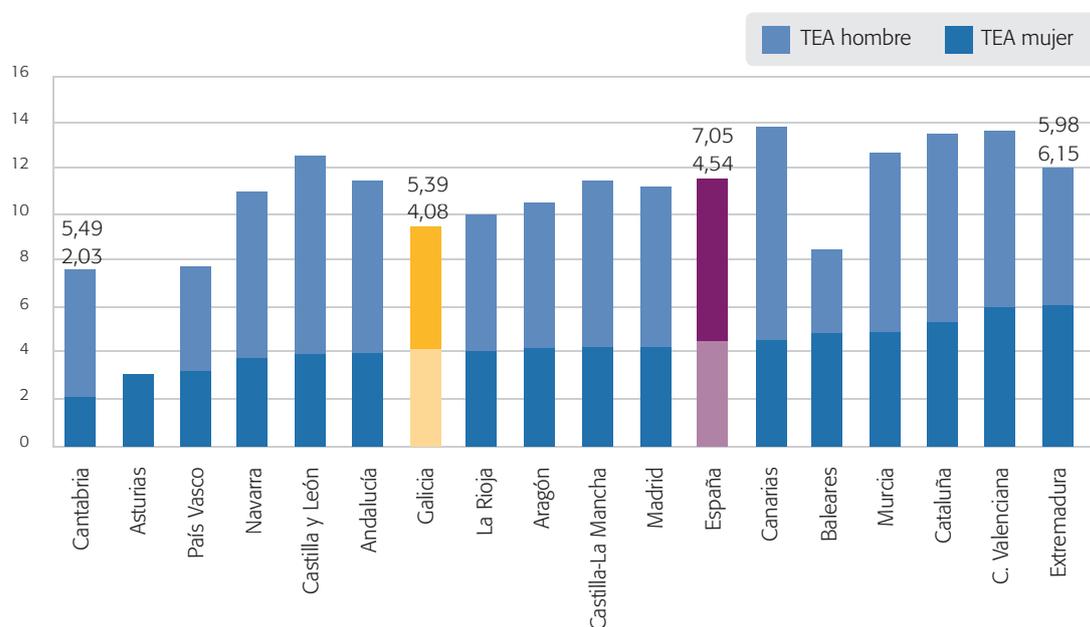
Otro dato cuya evolución no ha sido ciertamente favorable es el de las iniciativas femeninas que han cerrado en 2011. Si bien la tasa de cierre es superior en cualquier caso a la observada en 2010, el aumento ha sido relativamente mayor en el caso de las iniciativas femeninas, que pasaron en Galicia del 0,43 en 2010 al 1,38 en 2011.

Tabla 4.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (% , 2011)

Actividad emprendedora	Galicia			España		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Emprendedores potenciales	11,08	6,90	8,96	11,25	8,06	9,66
Iniciativas nacientes	2,57	1,59	2,08	4,02	2,59	3,32
Iniciativas nuevas	2,82	2,49	2,66	3,03	1,95	2,50
Total de iniciativas incipientes: TEA11	5,39	4,08	4,74	7,05	4,54	5,81
Iniciativas consolidadas	12,48	7,34	9,90	12,46	5,17	8,85
Cese efectivo de iniciativas	1,70	1,38	1,52	1,77	1,16	1,46

La recuperación de la actividad emprendedora en 2011 en Galicia es acorde con la situación general de otras comunidades autónomas. Como ya se ha comentado, el TEA femenino en 2011 (4,08) casi duplica al del año 2010 (2,26) y se sitúa muy cerca del dato español (4,54).

Figura 4.2. TEA en función del sexo en el contexto de España (% , 2011)



4.3. Perfil socioeconómico de las emprendedoras

La información recogida en la tabla 4.2. permite elaborar tanto el perfil socioeconómico de las emprendedoras en Galicia, como compararlo con el que presentan las emprendedoras en España. Así:

- La edad media más frecuente se sitúa en un intervalo más bajo que en el informe de 2010, cuando un 72,15% de las emprendedoras se situaba entre los 35 y 54 años. En 2011, el 74,34% tiene entre 25 y 44 años, siendo el porcentaje en el tramo de 25 a 34 años de un 42,69%; en España, el tramo más frecuente es el de 35 a 44 años.
- Su nivel de formación es superior al de los emprendedores, tanto en España como en Galicia, aunque la diferencia es mucho más acusada en nuestra región: un 34,72% de las emprendedoras tiene estudios universitarios, frente a un 17,30% de los hombres. El porcentaje de emprendedores con estudios de bachillerato se iguala prácticamente en ambos sexos, y el porcentaje que posee solo estudios obligatorios es superior en el caso de los hombres.
- En torno al 55% ha recibido formación específica para emprender, proporción similar a la de los hombres y a la del resto de emprendedores en España. Como ya se ha mencionado, destaca el aumento de emprendedores que manifiestan tener una formación específica en emprendimiento. En general, este incremento va del 34,82% en 2010 al 56,15% en 2011, correspondiendo un 55,98% al caso de las emprendedoras, dato que en 2010 se situaba en el 38,04%.
- En cuanto a la renta anual, disminuye el nivel más frecuente entre emprendedoras en Galicia, ya que más de la mitad se sitúa en el nivel más bajo (menos de 20.000 euros) y solo un 14,73% supera los 30.000 euros, porcentaje que en el caso general de emprendedoras en España se eleva al 19,30%.
- Desciende el número de emprendedoras que se localizan en Galicia en entornos urbanos, pasando de más de un 80% en el año 2010 a poco más del 66% en 2011. En España, las iniciativas emprendedoras femeninas de entorno urbano se incrementan en ocho puntos. Las emprendedoras en Galicia son mayoritariamente de origen español (92,80%), al igual que ocurre en el caso de España (88,19%).
- En la mayor parte de los casos, las emprendedoras en Galicia están en situación de empleo activo, aunque el porcentaje este año, un 83,01%, disminuye en 10,91 puntos con respecto al del año 2010.
- En un 88,06% de los casos se dedican en exclusiva al negocio, aspecto en el que se observa una diferencia reseñable respecto al año 2010, donde el total de las emprendedoras en Galicia manifestaba dedicarse a tiempo completo a la gestión de su empresa.
- El tamaño medio de su hogar se aproxima a los cuatro miembros, mientras que en el caso español se acerca más a los tres miembros.

Tabla 4.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2011)

Perfil socioeconómico del emprendedor		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Edad	25-34 años	26,29	42,69	33,38	35,43	29,18	33,01
	35-44 años	38,68	31,65	35,64	31,37	38,48	34,12
Nivel de estudios	Obligatorios	41,68	28,90	36,16	30,73	21,32	27,10
	Bachillerato	9,51	9,79	9,63	14,96	13,06	14,23
	Universitarios	17,30	34,72	24,83	33,82	45,43	38,29
Formación específica para emprender		56,27	55,98	56,15	51,60	53,14	52,19
Renta anual	<20.000€	34,43	38,66	36,26	31,14	29,60	30,54
	20.000 -30.000€	14,01	19,79	16,51	17,10	17,98	17,44
	>30.000€	26,52	14,73	21,42	26,05	19,30	23,44
	NS/NC	25,04	26,82	25,81	25,71	33,12	28,57
Entorno	Urbano	83,72	66,18	76,13	86,51	89,77	87,77
Origen	Español	88,20	92,80	90,19	91,96	88,19	90,50
Situación laboral	Empleado activo	85,16	83,01	84,23	82,64	82,45	82,56
Dedicación	Tiempo completo	90,96	88,06	89,72	96,66	84,74	92,07
Tamaño del hogar (media)		3,12	3,90	3,46	3,31	3,25	3,29

4.4. Características de la actividad emprendedora

Al observar las principales características de la actividad emprendedora en función del sexo de la persona promotora, se revelan determinados indicadores característicos de las iniciativas puestas en marcha por las mujeres frente a las iniciativas masculinas. Los datos figuran en la tabla 4.3, entre los que cabe destacar:

- Las iniciativas emprendedoras promovidas por mujeres se sitúan mayoritariamente (58,95% de los casos) en el sector de servicios de consumo, lo que supone un caso más frecuente que en los emprendedores. Además, en el sector de la actividad transformadora solo se encuentra un 9,82% de las emprendedoras, frente a un 24,53% de sus homólogos masculinos.
- Más de la mitad de las iniciativas emprendidas por mujeres (53,67%) parten de una sola persona, tanto en Galicia como en España, manteniéndose el carácter individualista en el caso de los hombres, de forma aún más patente en Galicia (68,85%).
- Predominan las iniciativas que generan trabajo autónomo, tanto entre hombres como entre mujeres. Las emprendedoras autónomas constituyen el 74,03% de los casos, y si a estas se añaden las microempresas (de no más de cinco empleados) se supera el 90% de los casos. Esta es también la tónica general en España.
- Si se analiza la evolución esperada en términos de empleo, los resultados obtenidos en 2011 revelan una clara mejoría de las expectativas que manifiestan las emprendedoras. Si en el ejercicio anterior solo un 24,57% estimaba que se incrementaría la plantilla, en el análisis de 2011, un 57,59% de las emprendedoras prevé aumentar el número de trabajadores. Dicha evolución es similar a lo que ocurre en el caso español, en el que el 76,23% de las emprendedoras espera incrementos en plantilla, frente a un 43,45% en 2010.

- En cuanto al carácter innovador de las iniciativas promovidas por mujeres, siguen predominando aquellas desarrolladas en sectores con bajo nivel tecnológico (un 95,13%). Apenas una cuarta parte declara ofertar productos o servicios total o parcialmente innovadores, y aproximadamente un 40% hace uso de tecnologías nuevas o recientes. Estas cifras describen también la situación de los emprendedores de Galicia y España.
- El grado de competencia es elevado para el 46,12% de las iniciativas desarrolladas por mujeres, en la misma línea que para la media de España y para el caso masculino, donde se obtienen porcentajes parecidos. Por otra parte, un 65,87% de las emprendedoras en Galicia se encuentra en mercados sin expansión y un 92,23% de sus iniciativas no salen de las fronteras nacionales, mientras que, en el caso de los hombres, la mitad son negocios sin capacidad de expansión y un 75,15% manifiesta no exportar, prácticamente igual que en España.

Tabla 4.3. Características de la actividad emprendedora en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2011)

Características de las iniciativas emprendedoras		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Sector general de actividad	Transformador	24,53	9,82	18,17	22,92	10,56	18,15
	Servicio a empresas	15,37	19,39	17,11	23,55	22,31	23,07
	Servicio de consumo	49,87	58,95	53,79	47,66	62,32	53,32
Número de propietarios	Un propietario	68,85	53,67	62,29	52,83	51,00	52,12
Dimensión	Sin empleados	65,84	74,03	69,30	68,46	74,33	70,70
	De 1 a 5 empleados	27,90	17,32	23,42	26,53	22,59	25,03
Tipo de evolución esperada	Sin empleados	20,23	42,41	30,78	29,94	23,28	27,44
	Incremento de plantilla	79,77	57,59	69,22	69,72	76,23	72,16
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	32,32	26,95	30,00	36,78	33,52	35,52
	Uso de tecnología nueva o reciente	49,38	39,25	45,00	35,42	30,28	33,43
	Sector con bajo nivel tecnológico	90,66	95,13	92,59	92,45	95,07	93,46
Mercado	Mucha competencia	49,13	46,12	47,83	48,63	47,44	48,17
	Sin expansión	50,74	65,87	57,29	59,00	55,60	57,69
	No exporta	75,15	92,23	82,58	75,75	79,21	77,07

4.5. Factores psicológicos y sociales

Acerca de los factores psicosociales que influyen en el proceso emprendedor, las opiniones manifestadas por quienes emprenden se resumen en la tabla 4.4. Al igual que en la edición anterior, se han identificado cuatro categorías de factores:

- Percepción de oportunidades para la creación de empresas. En el presente informe se revela una cierta caída del número de emprendedoras que percibe oportunidades en el entorno; de un 38,04% en 2010 a un 27,15% en 2011. También a nivel español ocurre algo similar con las iniciativas promovidas por mujeres. Sin embargo, en el caso de los hombres ocurre lo contrario; frente a un 26,45% de 2010, en 2011 es un 33,28% el porcentaje de emprendedores en Galicia que percibe posibilidades de nuevos negocios.

- Temor al fracaso. La actual situación económica ha elevado de nuevo la importancia del temor al fracaso como freno a la actividad emprendedora, principalmente en el caso de las mujeres, ya que, si en 2010 era un 20,59% de las emprendedoras en Galicia las que confirmaban este hecho, actualmente este porcentaje se ha situado en un 41,07%. También en España, las mujeres manifiestan mayores temores a que sus iniciativas puedan verse abocadas al fracaso.
- Posesión de habilidades/conocimientos para emprender. Continúa la tendencia ya manifestada en el informe anterior acerca de la percepción de los emprendedores sobre sus habilidades y conocimientos para emprender. En Galicia es mayor la confianza de emprendedores, sean hombres o mujeres, en sus capacidades emprendedoras que en España en general. Casi un 90% de las emprendedoras en Galicia y un 94,47% de los emprendedores afirma poseer conocimientos y habilidades emprendedoras, mientras que en el caso español estos datos son, respectivamente, el 85,08 y el 87,48%.
- Inversor informal. Un 9,96% de los emprendedores en Galicia está dispuesto a invertir su dinero en nuevos proyectos, frente al 1,38% de 2010. Esta mejora se produce tanto en los hombres (11,80%) como en las emprendedoras en Galicia (7,53%, frente a un 0,93% en 2010), que siguen actuando como inversoras informales en menor medida que sus homólogos varones.

Tabla 4.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del sexo (% , 2011)

Factores psicosociales		Galicia			España		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	66,72	72,85	69,38	74,81	72,64	74,00
	Sí	33,28	27,15	30,62	25,19	27,36	26,00
Temor al fracaso	No	67,65	58,93	63,88	60,09	64,77	61,90
	Sí	32,35	41,07	36,12	39,91	35,23	38,10
Posesión de habilidades y conocimientos para emprender	No	5,53	10,02	7,44	12,52	14,92	13,45
	Sí	94,47	89,98	92,56	87,48	85,08	86,55
Inversor informal	No	88,20	92,47	90,04	89,96	93,79	91,43
	Sí	11,80	7,53	9,96	10,04	6,21	8,57

4.6. Síntesis del proceso emprendedor de la mujer en Galicia

A continuación, se recoge una síntesis del perfil socioeconómico que caracteriza a las emprendedoras en Galicia, así como de las principales características de sus actividades.

Tabla 4.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de la mujer en Galicia (2011)

Principales características del proceso emprendedor de la mujer en Galicia		
Dinámica emprendedora	Emprendedores potenciales	6,90
	Iniciativas nacientes	1,59
	Iniciativas nuevas	2,49
	Total de iniciativas incipientes: TEA11	4,08
	Iniciativas consolidadas	7,34
	Cese efectivo de iniciativas	1,38
Perfil socioeconómico	Edad	Un 74,34% entre los 25 y los 44 años
	Nivel de formación	Superior al de los hombres, predominando con estudios universitarios (34,72%)
	Formación específica para emprender	En torno al 55% la ha recibido
	Nivel de renta anual	En más del 50%, inferior a 20.000 €
	Entorno urbano	Mayoría en entorno urbano (66,18%), aunque en menor medida que los varones (83,72%)
	Origen	Mayoritariamente español (92,80%)
	Situación laboral	Más de un 80% está en empleo activo y se dedica en exclusiva a su negocio
	Tamaño medio del hogar	Cerca de cuatro miembros
Características de las iniciativas emprendedoras	Sector general de actividad	El 58,95% en servicios al consumo
	Número de propietarios	El 53,67% de una sola persona
	Dimensión	Predomina el trabajo autónomo (74,03%)
	Potencial de crecimiento de empleo	En su mayoría esperan aumentar el número de trabajadores
	Carácter innovador	Predominan las iniciativas en sectores con bajo nivel tecnológico (95,13%). Apenas una cuarta parte oferta productos o servicios total o parcialmente innovadores. Aproximadamente un 40% usa tecnologías nuevas o recientes
	Previsión del nivel de competencia	Mucha competencia (46,12%)
	Previsión de expansión en el mercado	Sin expansión (65,87%)
	Internacionalización	Prácticamente nula (92,23%)
	Factores psicosociales para emprender	Escasa percepción de buenas oportunidades para emprender (27,15%). Temor al fracaso en mayor medida que los hombres. Niveles elevados de conocimientos y habilidades para emprender
Inversor informal	Siguen actuando como inversores informales en menor medida que sus homólogos varones (un 7,53% frente a un 11,80%)	



5.1. Introducción

Como novedad en el presente informe se van a identificar algunas de las características de los emprendedores universitarios en Galicia.

5.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial

La participación de universitarios en iniciativas potenciales presenta unos valores significativamente superiores a los de los emprendedores que no poseen dicha titulación (12,13% y 7,84%, respectivamente). Una situación opuesta se da en las iniciativas consolidadas, en donde son más los emprendedores sin titulación universitaria (10,67% frente a 7,37%). Cuando la comparación se realiza entre las iniciativas emprendedoras en fase incipiente se detectan valores similares para ambos grupos (universitarios y no universitarios), en torno al 4,7%.

Tabla 5.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del nivel de estudios (% , 2011)

Actividad emprendedora	Nivel de estudios		Total
	No universitario	Universitario	
Emprendedores potenciales	7,84	12,13	8,96
Iniciativas nacientes	2,18	1,81	2,08
Iniciativas nuevas	2,59	2,90	2,66
Total de iniciativas incipientes: TEA11	4,77	4,70	4,74
Iniciativas consolidadas	10,67	7,37	9,90
Cese efectivo de iniciativas	1,79	0,80	1,52

5.3. Perfil socioeconómico en función del nivel de estudios

A partir de los datos analizados se pueden extraer algunas características del perfil socioeconómico de la población emprendedora en Galicia en función de si poseen nivel de estudios universitarios. Así:

- La edad media entre los emprendedores de Galicia que poseen un título universitario se sitúa, con más frecuencia, en el intervalo de 25 a 34 años de edad (el 45%), lo cual es lógico dada la duración de los estudios. Aun así, en el caso de los emprendedores no universitarios, la mayoría pertenece a un tramo de edad superior, de 35 a 44 años (34,85%).
- Destaca el número de emprendedores entre los universitarios que manifiestan tener una formación específica para emprender: el 61,08%, aunque más de la mitad de los emprendedores no universitarios afirman también poseer dicha formación (54,52%).

- El nivel de renta anual más frecuente entre los emprendedores universitarios se sitúa en el tramo de más de 30.000 euros (el 38,47%). Contrariamente, es en el tramo de rentas más bajas donde se encuentra el mayor porcentaje de emprendedores no universitarios, concretamente un 41,15% posee rentas inferiores a 20.000 euros y sólo un 15,79% supera los 30.000 euros.
- La mayoría de las iniciativas emprendedoras se localizan en zonas urbanas (alrededor del 76%) y sus promotores tienen mayoritariamente origen español (alrededor del 90%), no apreciándose diferencias significativas en este sentido entre universitarios y no universitarios.
- Los emprendedores universitarios están en situación de empleo activo en un 91,39%, diez puntos por encima de los emprendedores no universitarios, y tienen dedicación completa al trabajo.

Tabla 5.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2011)

Perfil socioeconómico		Nivel de estudios		Total
		No universitario	Universitario	
Edad	25-34 años	29,55	45,00	33,38
	35-44 años	34,85	38,04	35,64
Con formación específica para emprender		54,52	61,08	56,15
Nivel de renta anual	<20.000€	41,15	21,47	36,26
	20.000-30.000€	14,62	22,23	16,51
	>30.000€	15,79	38,47	21,42
	NS/NC	28,44	17,83	25,81
Tipo de entorno	Urbano	75,58	77,80	76,13
Origen	Español	89,74	91,55	90,19
Situación laboral	Empleo activo	81,87	91,39	84,23
Dedicación	Tiempo completo	92,89	81,14	89,72
Tamaño del hogar (media)		3,51	3,29	3,46

5.4. Características de la actividad emprendedora en función del nivel de estudios

Las iniciativas puestas en marcha por universitarios revelan indicadores característicos frente a las iniciativas puestas en marcha por los que no poseen dicha titulación:

- La mayoría de los negocios creados en Galicia tienen como principal sector de actividad el orientado al consumo. Las diferencias más significativas por nivel de estudios se encuentran en el sector de servicios a empresas, en donde un 26,53% de los emprendedores son universitarios frente al 14% que no lo son, y en el sector de la actividad transformadora, en donde solo un 8,53% de los emprendedores son universitarios frente al 21,36% que no posee dicha titulación.

- En relación con la dimensión de las empresas creadas, destacan las iniciativas promovidas de forma individual, tanto entre universitarios (56,64%) como no universitarios, aunque en este caso de forma más patente (64,16%). También son mayoría las iniciativas sin empleados aunque se observa que entre los universitarios esta situación es más frecuente (el 79,25% frente al 66,24%). Si a estas se suman las que emplean un máximo de 5 trabajadores (microempresas), en ambos grupos se incluyen más del 92% de los casos. Lo que sí es de destacar es la perspectiva de los emprendedores acerca de la evolución de la plantilla. Más del 75% de los emprendedores universitarios espera aumentar su plantilla (frente a un 67,11% de los no universitarios) y solo un 24,45% prevé mantenerse sin nuevos empleados (el 32,89% en el caso de no universitarios).
- En cuanto al carácter innovador de las iniciativas emprendedoras existen pocas diferencias significativas. Predominan las desarrolladas en sectores con bajo nivel tecnológico en ambos grupos de nivel educativo (en torno al 92%), y apenas un 18% de ellas ofrecen productos o servicios total o parcialmente innovadores. Solo existe una diferencia significativa en el uso de tecnología nueva o reciente, en donde un 48,6% son iniciativas desarrolladas por emprendedores sin titulación universitaria y solo un 34,09% tienen su origen entre los emprendedores universitarios.
- El grado de competencia es visto como elevado en el 48,5% de las iniciativas llevadas a cabo entre los universitarios, porcentaje similar en el caso de los emprendedores sin titulación universitaria. Por otra parte, casi un 70% de los emprendedores universitarios se encuentra en un mercado sin expansión, frente al 53,18% de los no universitarios. El 85% de los emprendedores universitarios declara que sus empresas no salen de las fronteras nacionales, porcentaje similar al de no universitarios, que manifiestan no exportar, aunque en este caso es ligeramente inferior, un 81,5%.

Tabla 5.3. Características de la actividad emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2011)

Características de la actividad emprendedora		Nivel de estudios		Total
		No universitario	Universitario	
Sector de actividad	Transformador	21,36	8,53	18,17
	Servicios a empresas	14,00	26,53	17,11
	Servicios de consumo	51,77	59,94	53,79
Número de propietarios	Un propietario	64,16	56,64	62,29
Dimensión	Sin empleados	66,24	79,25	69,30
	De 1 a 5 empleados	25,80	15,73	23,42
Previsión empleo	Sin empleados	32,89	24,45	30,78
	Incremento de plantilla	67,11	75,55	69,22
Innovación	Productos o servicios innovadores	18,54	17,34	30,00
	Tecnología nueva o reciente	48,60	34,09	45,00
	Sector sin tecnología	92,99	91,38	92,59
Mercado	Mucha competencia	47,60	48,50	47,83
	Sin expansión	53,18	69,71	57,29
	No exporta	81,50	85,60	82,58

5.5. Factores psicológicos y sociales en función del nivel de estudios

Acerca de los factores psicosociales que influyen en el proceso emprendedor, las opiniones manifestadas por los emprendedores se resumen en los siguientes indicadores:

- En cuanto a la percepción de oportunidades para la creación de empresas, los resultados son similares entre emprendedores universitarios y los que no lo son: en torno a un 69% perciben que no hay oportunidades para la creación de nuevos negocios.
- La importancia del temor al fracaso es más fuerte entre los emprendedores que no poseen titulación universitaria (39,04%) frente a los que sí la poseen (30,86%).
- La percepción que tienen los emprendedores en Galicia sobre sus habilidades y conocimientos para emprender es muy alta, ya sean universitarios o no; en torno al 92% afirma poseer conocimientos y habilidades emprendedoras.
- En cuanto a la inversión informal, solo un 10,36% de los emprendedores no universitarios estarían dispuestos a colocar su dinero en nuevos proyectos, porcentaje que incluso es inferior entre emprendedores universitarios que actúan como inversores informales (8,74%).

Tabla 5.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2011)

Factores psicosociales para emprender		Nivel de estudios		Total
		No universitario	Universitario	
Percepción de oportunidades	No	69,59	68,78	69,38
	Sí	30,41	31,22	30,62
Temor al fracaso	No	60,96	69,14	63,88
	Sí	39,04	30,86	36,12
Habilidades y conocimientos para emprender	No	7,01	8,74	7,44
	Sí	92,99	91,26	92,56
Inversor informal	No	89,64	91,26	90,04
	Sí	10,36	8,74	9,96

5.6. Síntesis del proceso emprendedor de los universitarios en Galicia

A continuación, se recoge una síntesis de algunos de los datos recogidos en este capítulo.

Tabla 5.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de las personas con estudios universitarios en Galicia (2011)

Principales indicadores de los emprendedores con estudios universitarios		
Dinámica emprendedora	Emprendedores potenciales	12,13
	Iniciativas nacientes	1,81
	Iniciativas nuevas	2,90
	Total de iniciativas incipientes: TEA11	4,70
	Iniciativas consolidadas	7,37
	Cese efectivo de iniciativas	0,80
Perfil socioeconómico	Edad	El 45% tiene entre 25 y 34 años
	Formación específica para emprender	61,08%
	Nivel de renta anual	El 38,47% declara una renta superior a 30.000€
	Entorno urbano	La mayoría opera en entorno urbano (77,80%)
	Origen	Cerca del 92% es español
	Situación laboral	Más del 91% se es trabajador activo, diez puntos por encima de los emprendedores no universitarios), con dedicación completa a su negocio
Características de las iniciativas emprendedoras	Sector general de actividad	Más de la mitad (59,94%) en el sector de servicios de consumo
	Número de propietarios	Prevalcen propietarios individuales (56,64%)
	Dimensión	Predominan las iniciativas sin empleados (79,25%)
	Potencial de crecimiento de empleo	Más del 75% prevé aumentar su plantilla
	Carácter innovador	Escaso desarrollo de productos o servicios innovadores y bajo nivel tecnológico
Factores psicosociales para emprender		Sin diferencias significativas respecto a las personas sin estudios universitarios, si bien declaran menor temor al fracaso
Inversor informal		Sólo un 8,74% estaría dispuesto a colocar su dinero en proyectos ajenos



La influencia del entorno para emprender

6

6.1. Introducción

La creación y desarrollo de una empresa depende en gran medida del entorno en que se encuentra y de los diferentes elementos que la conforman. La legislación, la existencia de infraestructuras específicas, la disponibilidad de recursos o el nivel de competencia en una determinada área de influencia son solo algunos de los factores que marcan las probabilidades de éxito y supervivencia de las empresas. Es por ello que resulta importante conocer cómo es la situación del entorno para emprender, porque a través de este se podrá percibir y analizar objetivamente la realidad que determina las expectativas de los posibles proyectos.

Este capítulo se ocupa del estudio de las condiciones del entorno existentes, tomando como base la información extraída de las encuestas realizadas a población adulta y las opiniones facilitadas por un grupo de expertos en el área del emprendimiento. Además, al igual que en el resto de capítulos, se realiza una comparativa con el resto de España y países que forman parte de la Unión Europea y participan en la edición 2011 del Proyecto GEM.

6.2. Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender

A continuación se analiza cuál es la percepción de las oportunidades existentes actualmente en el mercado para emprender, la situación de los factores psicológicos y relacionados con el entorno social que determinan la decisión de crear una empresa y, por último, las capacidades y habilidades para la creación y gestión de empresas que posee la población adulta en Galicia. Como conclusión, se analizan algunos de los elementos determinantes del emprendimiento en relación con los resultados obtenidos en España y en el entorno comunitario.

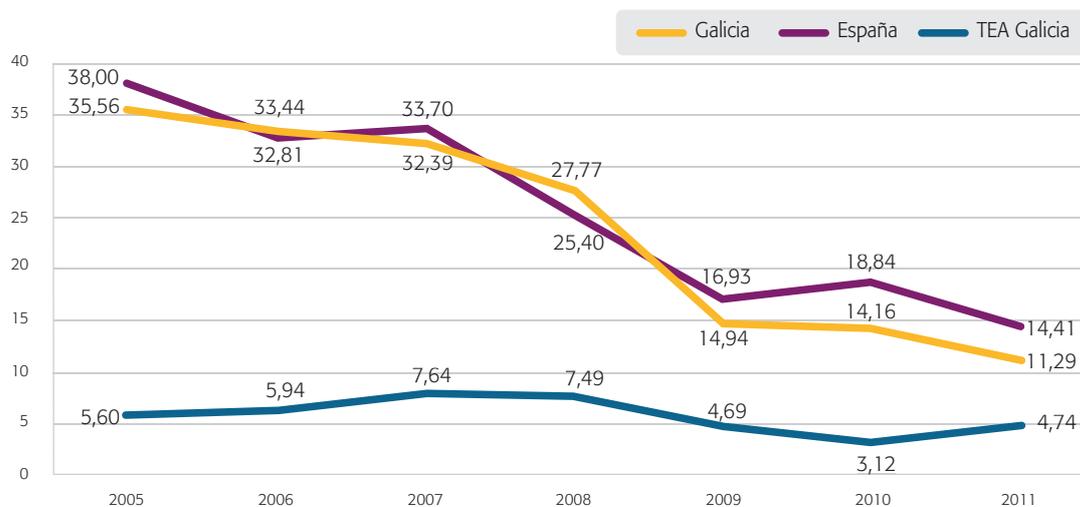
6.2.1. Percepción de buenas oportunidades para emprender

La percepción de la población, así como de los expertos relacionados con el emprendimiento sobre la existencia de oportunidades en el mercado que impulsen la puesta en marcha de un negocio propio, es uno de los aspectos clave a la hora de comprender cuál es la capacidad emprendedora en una determinada zona geográfica.

En Galicia, la percepción de buenas oportunidades para crear una empresa continúa la tendencia negativa observada en los informes anteriores, descendiendo el valor que toma la variable con mayor intensidad este año que el anterior (de 14,16% en 2010 a 11,29% en 2011). Para el caso español, también se observa un descenso en la variable de estudio.

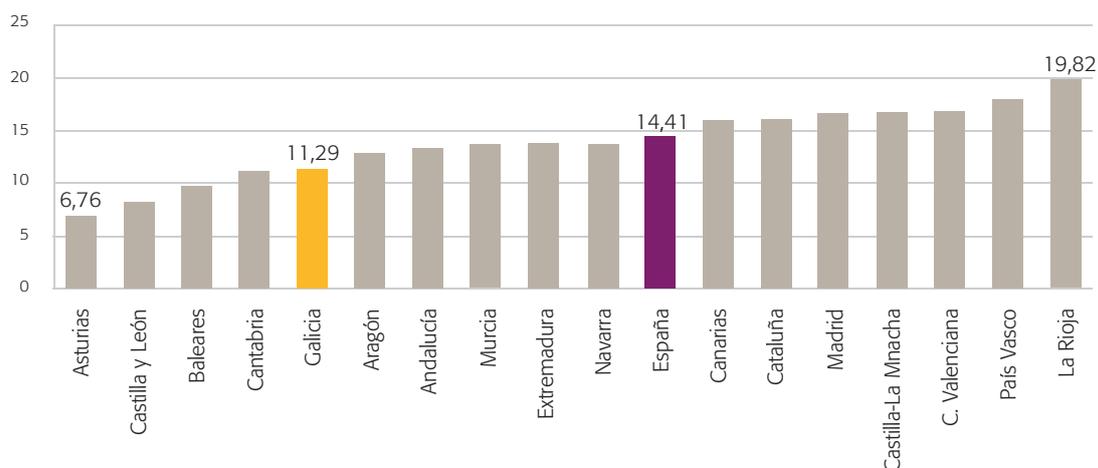
Al poner en relación el índice de la actividad emprendedora con la percepción de oportunidades para emprender se pueden diferenciar tres etapas a lo largo del periodo analizado. En primer lugar, durante los años previos a la crisis económica (hasta 2008), más de un 25% de la población percibía oportunidades para emprender, lo que redundaba en índices TEA superiores a 7. En segundo lugar, a partir de 2009, la drástica reducción del porcentaje de población que detecta buenos negocios va pareja a la del índice TEA. Finalmente, en 2011, ambos indicadores dejan de tener una evolución paralela; mientras el porcentaje de la población que percibe oportunidades sigue reduciéndose, el índice TEA remonta.

Figura 6.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2011)



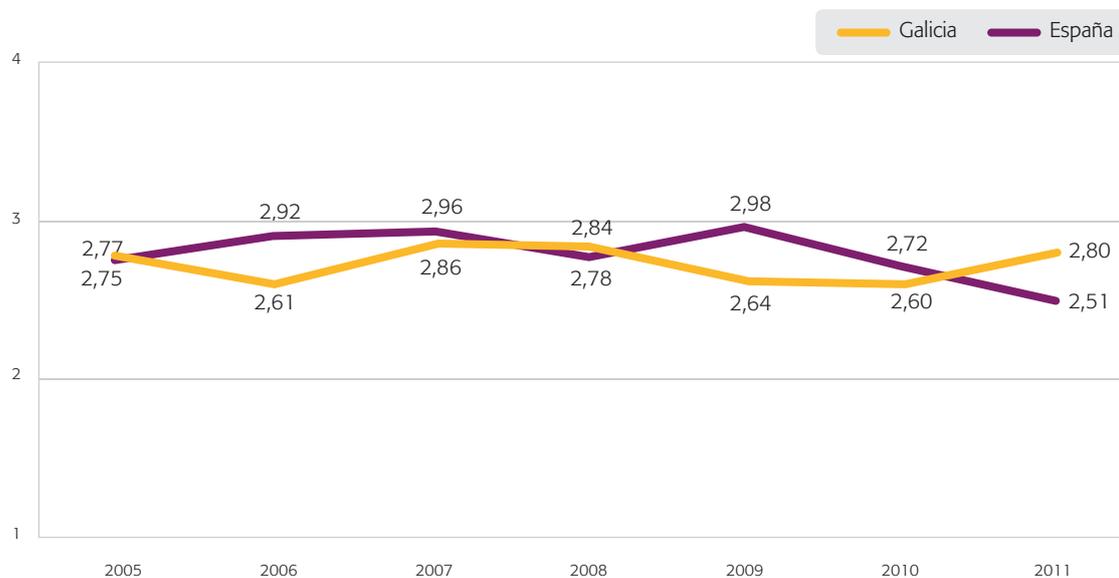
El hecho de que solo un 11,29% de la población en Galicia perciba buenas oportunidades para emprender, sitúa a Galicia en posiciones por debajo de la media española (14,41% de la población).

Figura 6.2. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2011)



Al contrario que la evolución de la percepción de oportunidades en Galicia por parte de la población, la opinión manifestada por los expertos consultados rompe con la tendencia de informes anteriores, mejorando sus valores respecto a los dos últimos años, si bien las variaciones son poco significativas. Además, la percepción de los expertos en Galicia (2,8) es más positiva que en España (2,51).

Figura 6.3. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2011)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

En la siguiente tabla se muestra el valor medio relativo a la opinión de los expertos en relación con diversas cuestiones. En cuatro de ellas se observa una mejoría para el caso de Galicia, siendo la única variable en la que ha descendido el valor de la existencia de muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas. Por su parte, en España solo ha mejorado su valor una de las cinco cuestiones planteadas, la existencia de oportunidades para la creación de empresas de rápido crecimiento. Los datos obtenidos confirman la tendencia observada en el anterior gráfico, donde la percepción de los expertos sobre las oportunidades para emprender era más positiva en Galicia que en España.

Tabla 6.1. Percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2010-2011)

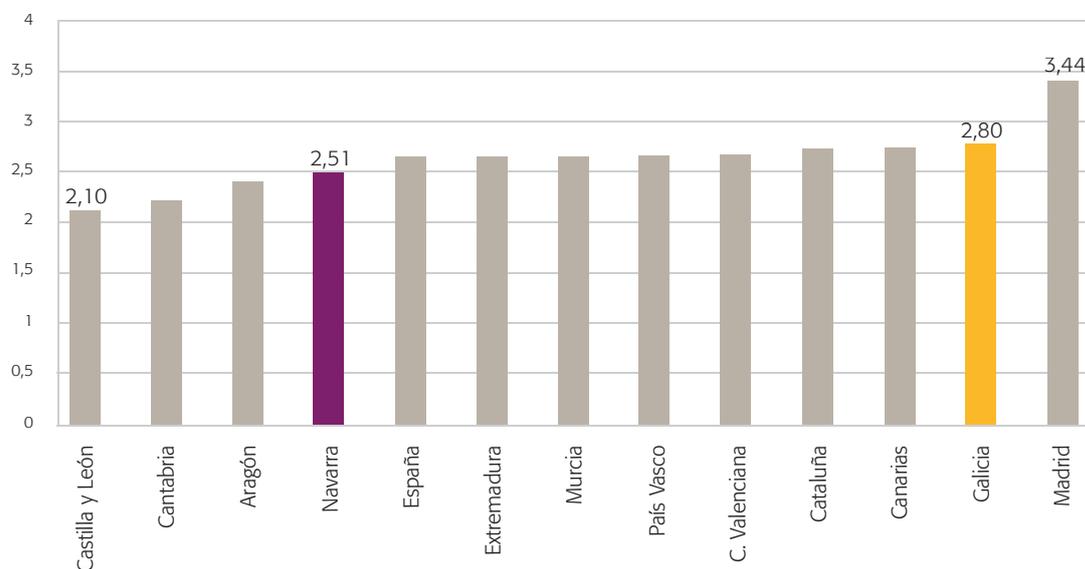
Percepción de oportunidades para emprender (expertos)	2010		2011	
	España	Galicia	España	Galicia
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,20	2,86	2,80	2,79
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,18	2,95	2,83	3,15
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,92	2,76	2,69	2,95
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,50	2,12	1,94	2,24
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	1,85	2,26	2,38	2,78

Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

■ Valor que aumenta respecto a 2010 ■ Valor que disminuye respecto a 2010

En 2011, los expertos de la comunidad autónoma gallega se encuentran entre los más optimistas de España en cuanto a la percepción de oportunidades para emprender (2,8), ocupando la segunda posición, únicamente por detrás de Madrid (3,44).

Figura 6.4. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (expertos, 2011)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

6.2.2. Motivación y entorno social para emprender

En este epígrafe se analiza la opinión de la población en Galicia en relación con el emprendimiento a través de diferentes aspectos psicológicos y sociales. Siguiendo con la tendencia del informe anterior, estos experimentan en general una evolución positiva.

El porcentaje más elevado de todos esos aspectos se obtuvo de la variable que afirma que le gustaría que hubiera una mayor igualdad en los niveles de vida, mejorando los valores obtenidos el año anterior. En segundo lugar, se sitúa el porcentaje de personas que piensa que triunfar al convertirse en empresario aporta un buen estatus social, con un incremento significativo respecto al anterior informe. También aumentan las personas que consideran que los medios de comunicación prestan la suficiente atención a todas aquellas noticias relacionadas con el mundo empresarial y que poner en marcha un negocio es una buena opción de carrera profesional. Además, confirmando la evolución positiva sobre la motivación y el entorno, desciende el porcentaje de población que manifiesta que el miedo al fracaso puede ser un obstáculo para convertirse en empresario.

Los valores obtenidos en Galicia son superiores o prácticamente similares a los de España para todos los factores considerados. En la siguiente tabla se recogen los porcentajes de población en relación con los diferentes aspectos psicológicos y sociales considerados en el informe.

Tabla 6.2. Factores psicológicos y sociales para emprender (% población, 2010-2011)

Factores psicosociales para emprender (población)	2010		2011	
	España	Galicia	España	Galicia
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	55,20	54,65	51,78	54,33
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	60,17	56,74	65,15	65,40
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	64,17	60,54	71,60	70,58
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	58,52	56,62	66,49	70,56
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	37,49	33,76	44,58	43,30

■ Valor que aumenta respecto a 2010 ■ Valor que disminuye respecto a 2010

Las valoraciones realizadas por los expertos en Galicia sobre los factores psicológicos y sociales no se han modificado mucho en relación con el año anterior. En algunos casos son ligeramente superiores, como las obtenidas sobre si la creación de una empresa es una forma de hacerse rico, si los empresarios de éxito gozan de prestigio o si es frecuente ver noticias sobre empresarios de éxito. Las otras variables, como si convertirse en un empresario es una opción deseable o si la mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos, han sufrido un ligero descenso.

Las valoraciones realizadas por los expertos consultados para el informe de Galicia son superiores en todos los factores analizados a los valores obtenidos para España.

Tabla 6.3. Factores psicológicos y sociales para emprender (expertos, 2010-2011)

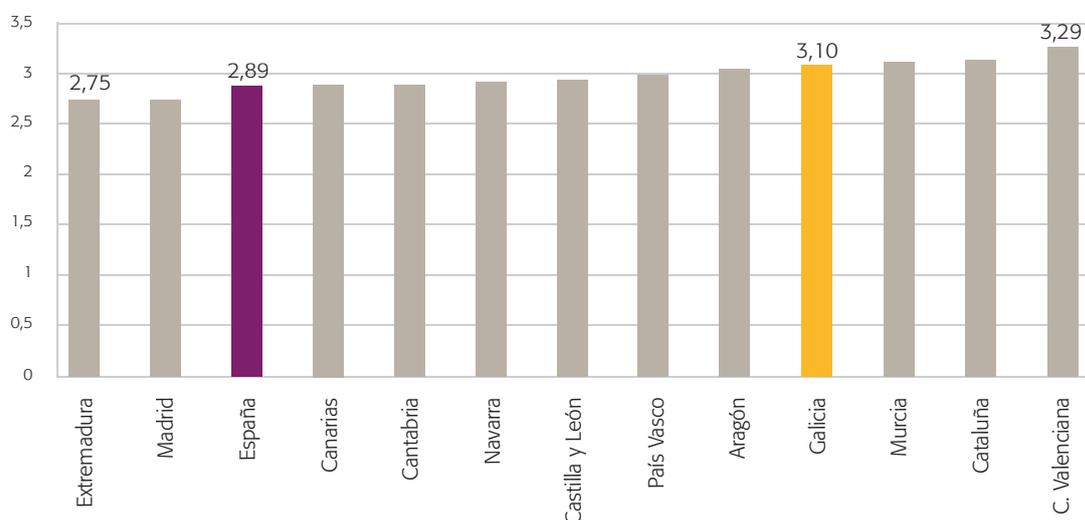
Factores psicosociales para emprender (expertos)	2010		2011	
	España	Galicia	España	Galicia
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,75	2,81	2,58	2,90
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,48	2,67	2,42	2,66
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,63	3,51	3,56	3,60
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,13	3,27	2,97	3,43
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	2,90	3,00	2,78	2,90

Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

■ Valor que aumenta respecto a 2010 ■ Valor que disminuye respecto a 2010

La posición obtenida para Galicia en relación con el resto de comunidades autónomas de España ha mejorado, ya que ha pasado de ocupar la novena posición en el informe 2010 a situarse en la cuarta posición en el actual, con un valor de 3,1, superior a la media para España (2,89).

Figura 6.5. Factores psicológicos y sociales para emprender en el contexto de España (expertos, 2011)

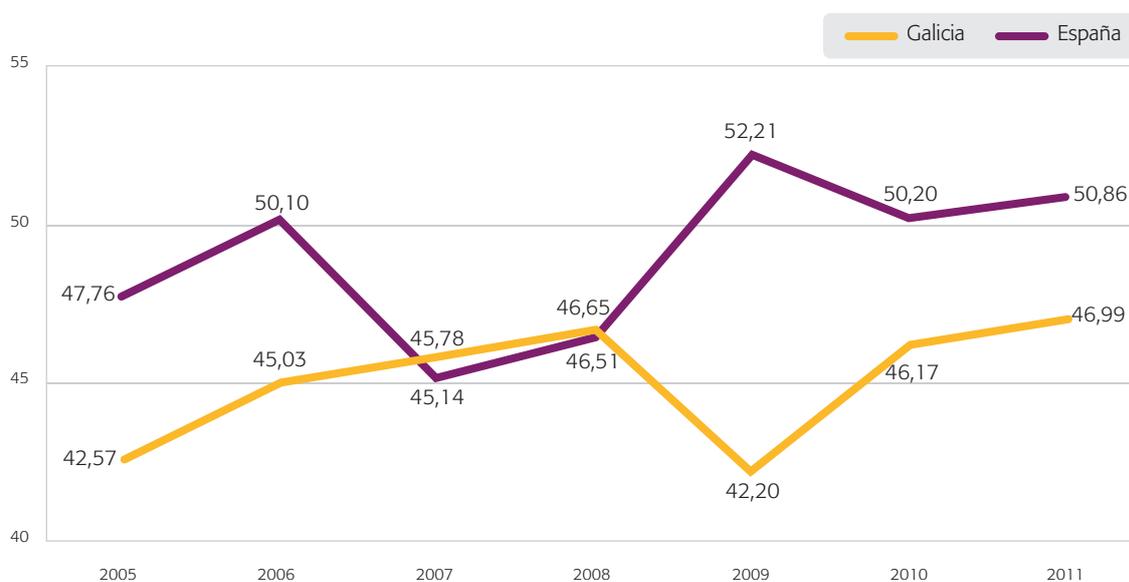


Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

6.2.3. Habilidades y conocimientos para emprender

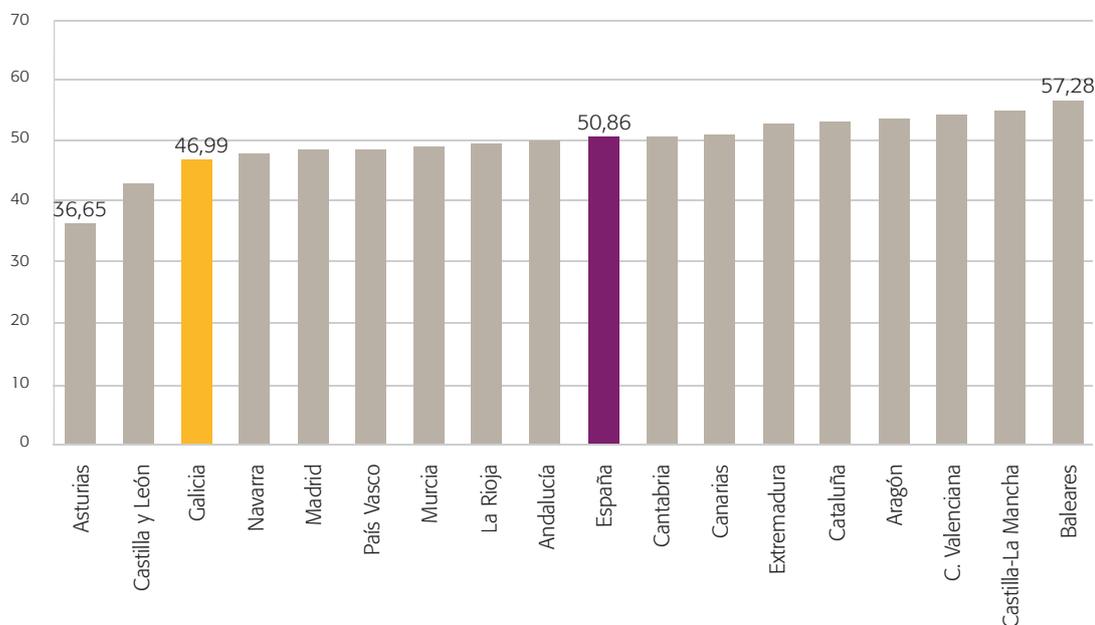
En 2011, un 46,99% de la población en Galicia manifiesta tener las habilidades y conocimientos necesarios para emprender, situándose por debajo de la media española (50,86 %). Tanto en España como en Galicia, este porcentaje ha aumentado con respecto al año 2010.

Figura 6.6. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2005-2011)



Pese al crecimiento en el nivel de confianza sobre las habilidades y conocimientos disponibles para poner en marcha un proyecto empresarial de la población adulta en Galicia, este sigue ocupando uno de los últimos puestos en relación con el resto de las regiones de España.

Figura 6.7. Población que afirma tener habilidades y conocimientos para emprender en el contexto de España (% , 2011)



Los valores obtenidos para las respuestas de los expertos, al contrario que en el caso de los obtenidos en la población, han descendido en todas las variables recogidas, excepto respecto a la capacidad de organizar los recursos necesarios para crear una empresa. En cualquier caso, en el supuesto de Galicia, los niveles son ligeramente superiores a los de España, que también han experimentado un descenso con respecto al período anterior.

Tabla 6.4. Habilidades y conocimientos de la población para emprender (expertos, 2010-2011)

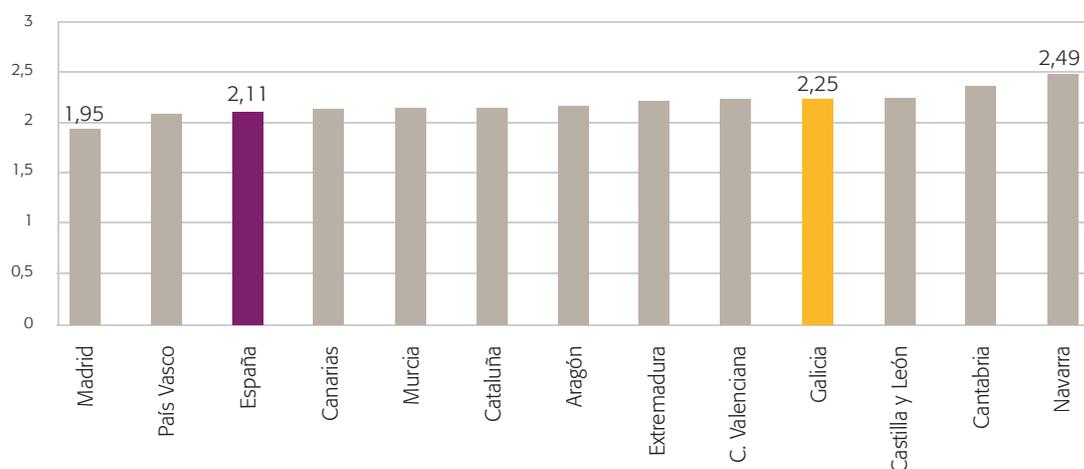
Habilidades y conocimientos para emprender (expertos)	2010		2011	
	España	Galicia	España	Galicia
Mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento	2,07	1,90	1,69	1,80
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,83	2,60	2,44	2,55
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	1,95	2,10	1,92	2,00
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,25	2,33	2,17	2,32
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,38	2,35	2,37	2,49

Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

Valor que aumenta respecto a 2010 Valor que disminuye respecto a 2010

Dentro del contexto español, la opinión de los expertos de Galicia (2,25) se sitúa en niveles superiores a la media (2,11), mejorando la posición respecto a informes anteriores. Galicia ocupa la cuarta posición por detrás de Navarra, Cantabria, y Castilla y León.

Figura 6.8. Habilidades y conocimientos de la población para emprender en el contexto de España (expertos, 2011)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

6.2.4. Determinantes del emprendimiento y relación con nuestro entorno

En este epígrafe se realizó una síntesis de los principales factores analizados a lo largo del capítulo, considerando las diferentes fases del proceso en el que se encuentra inmerso el emprendedor y comparándolos con los resultados que ofrecen España y los países de la UE que han participado en la edición 2011 del Proyecto GEM.

Así, es importante destacar que la aversión al riesgo es mucho menor entre los emprendedores que en la población en general. A lo largo del proceso emprendedor, el miedo al fracaso es significativamente inferior en las primeras etapas; esta percepción negativa va aumentando con el tiempo y, como era de esperar, es mayor entre quienes cierran su negocio.

La percepción de oportunidades es muy superior entre los emprendedores (salvo en los cierres) que en la población en general. Son los nuevos emprendedores, que están comenzando a dar sus primeros pasos en los negocios, quienes detectan mayores oportunidades.

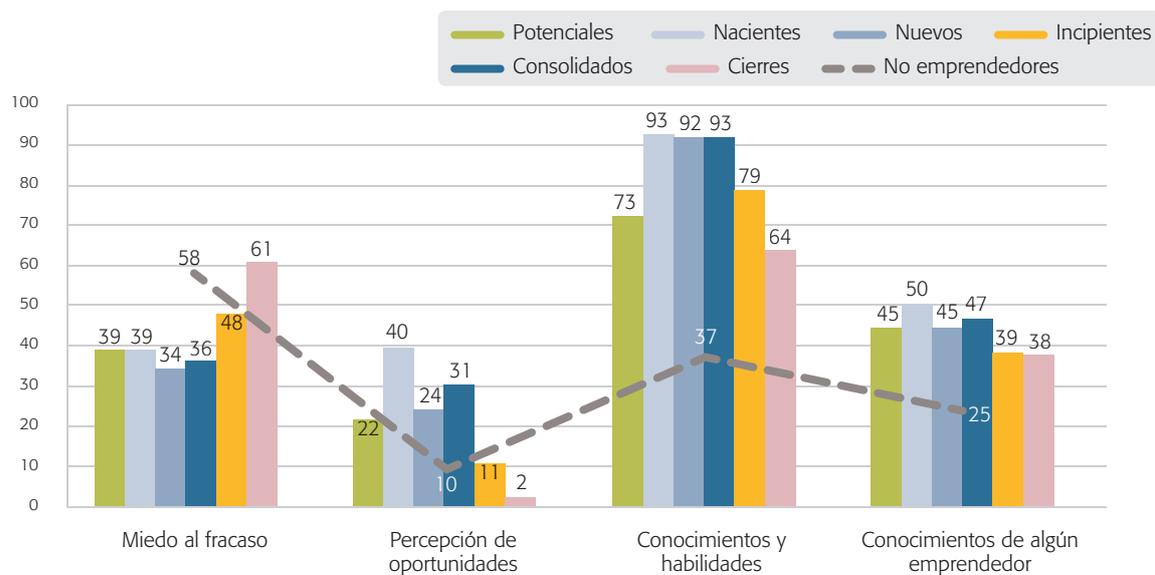
En relación con los conocimientos y habilidades, existen importantes diferencias entre la población en general y los emprendedores, de modo que, si ya en los potenciales el 72,62% disponen de formación, esa cifra aumenta de modo considerable cuando deciden poner en marcha su negocio. Si se extrapolan estas cifras de cara al futuro, esto se traducirá en emprendedores con mayor formación en este ámbito en todas las fases del proceso. Como contrapunto, cabe señalar que donde se encuentra un menor porcentaje de emprendedores con formación específica es entre aquellos que han cerrado sus iniciativas.

Por último, una de las cuestiones que se debe analizar en el emprendimiento es el papel del capital social. La necesidad de crear redes, la existencia de modelos a seguir, así como el apoyo necesario en momentos de toma de decisiones, son factores clave en la iniciativa emprendedora. En este sentido, destaca el importante aumento del porcentaje de emprendedores que manifiestan conocer a otros emprendedores, más de 20 puntos por encima de la población en general en todas las fases.

Tabla 6.5. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2011)

Factores psicosociales	Potenciales	Nacientes	Nuevos	Incipientes	Consolidados	Cierres	No emprendedores
Miedo al fracaso	38,76	38,63	34,15	36,12	47,64	60,55	57,77
Percepción de oportunidades	21,89	39,60	24,23	30,62	10,69	2,26	9,81
Conocimientos y habilidades	72,62	92,74	92,41	92,56	79,38	64,20	37,47
Conocimiento de algún emprendedor	44,84	50,00	44,95	47,19	38,59	38,26	24,71

Figura 6.9. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2011)



Analizando estos factores de modo comparativo con Europa, se observa cómo la aversión al riesgo es, tanto en Galicia como en España, una de las más elevadas de Europa. Este es, tal y como se ha indicado, uno de los factores condicionantes del emprendimiento, de modo que España se encuentra por debajo de la media europea en este indicador. Esta actitud viene además reforzada por la percepción de oportunidades, ya que esta cifra apenas ha logrado superar el 35% en Galicia en los años de mayor expansión económica. Existen por lo tanto factores sociales y culturales que condicionan la percepción de la población. Los estudios empíricos han demostrado que la educación y la formación contribuyen a la creación de una cultura emprendedora, empezando por las edades más tempranas, fomentando entre los alumnos las aptitudes y actitudes que constituyen la base del espíritu emprendedor: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la autonomía personal.

Figura 6.10. El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender (% población, 2011)

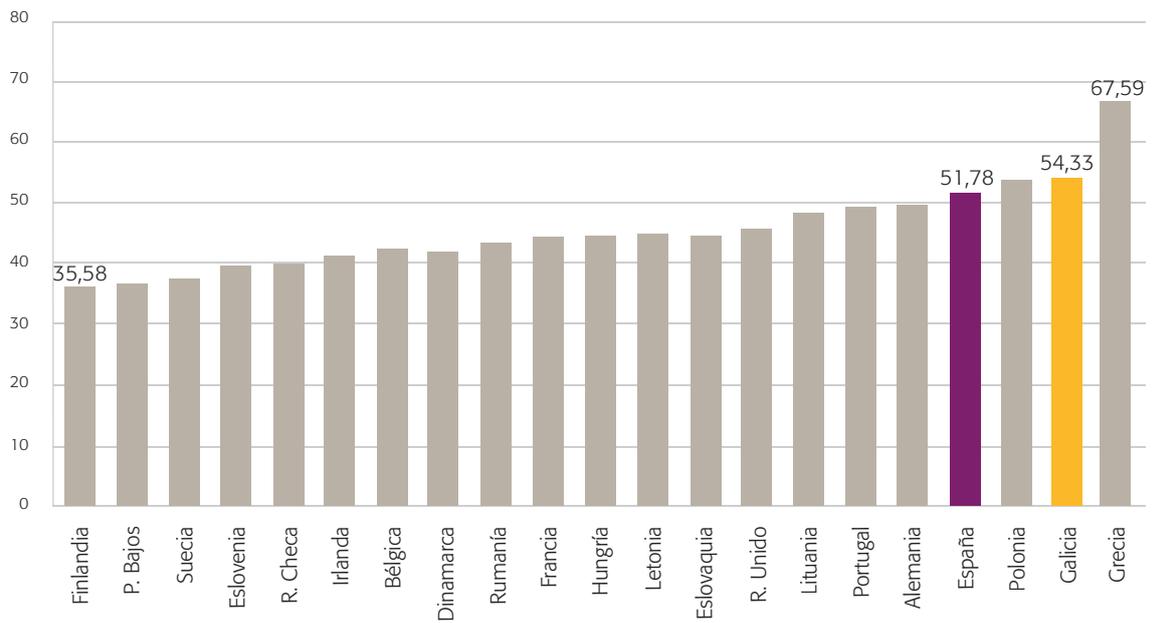


Figura 6.11. Percepción de oportunidades en el entorno (% población, 2011)

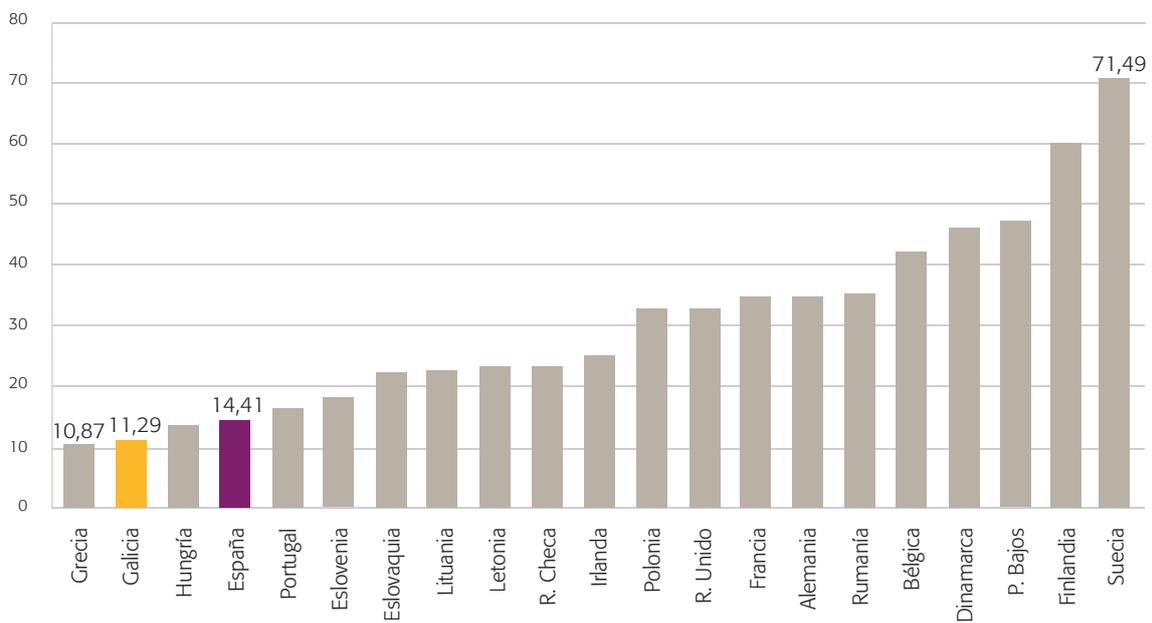
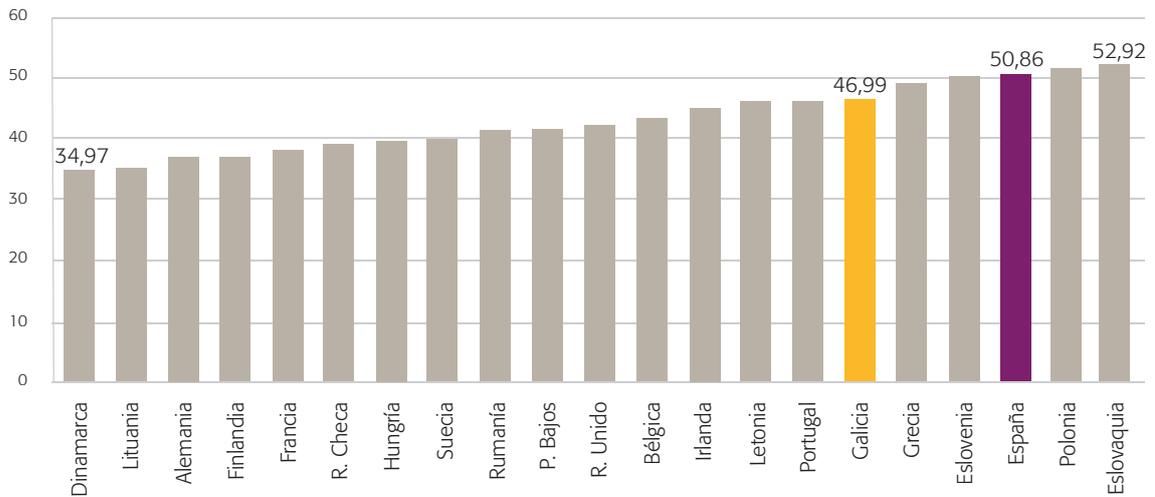
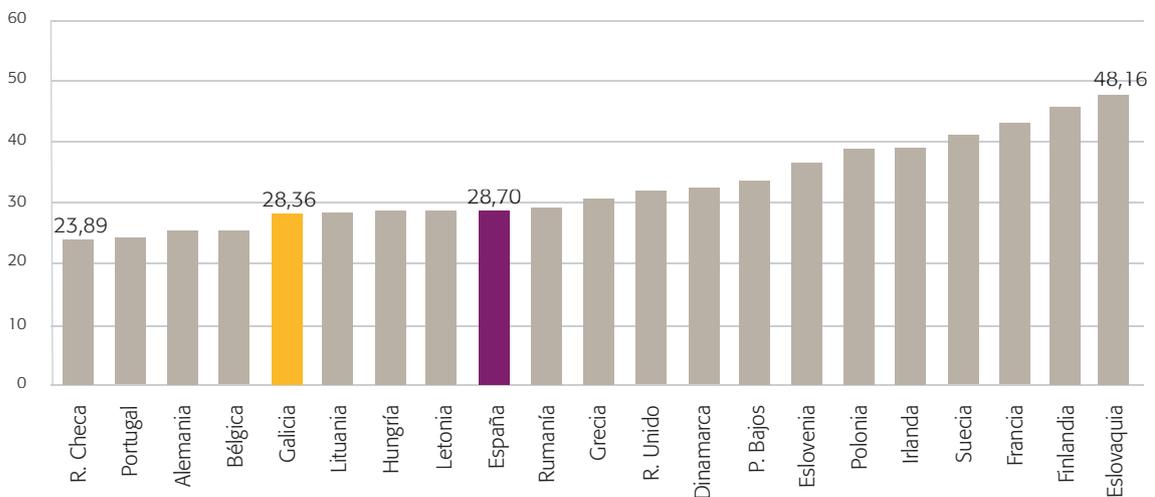


Figura 6.12. Habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2011)



Respecto a la percepción de las habilidades para emprender, y tal y como se ha visto a lo largo del capítulo, cerca de la mitad de la población entrevistada en Galicia opina que dispone de dichos conocimientos o habilidades, muy por encima de la media de la UE. Por último, una de las circunstancias desfavorables que se detectan tanto en Galicia como en España es el bajo porcentaje de la población que conoce a un emprendedor, modelo que, como se ha señalado anteriormente, es referente necesario para aquellos que se aventuran a poner en marcha su iniciativa.

Figura 6.13. Conocimiento de algún emprendedor (% población, 2011)



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

Este epígrafe recoge las opiniones de los expertos en relación con los factores que consideran están obstaculizando y estimulando la actividad emprendedora en Galicia, así como una serie de recomendaciones que facilitarían su mejora.

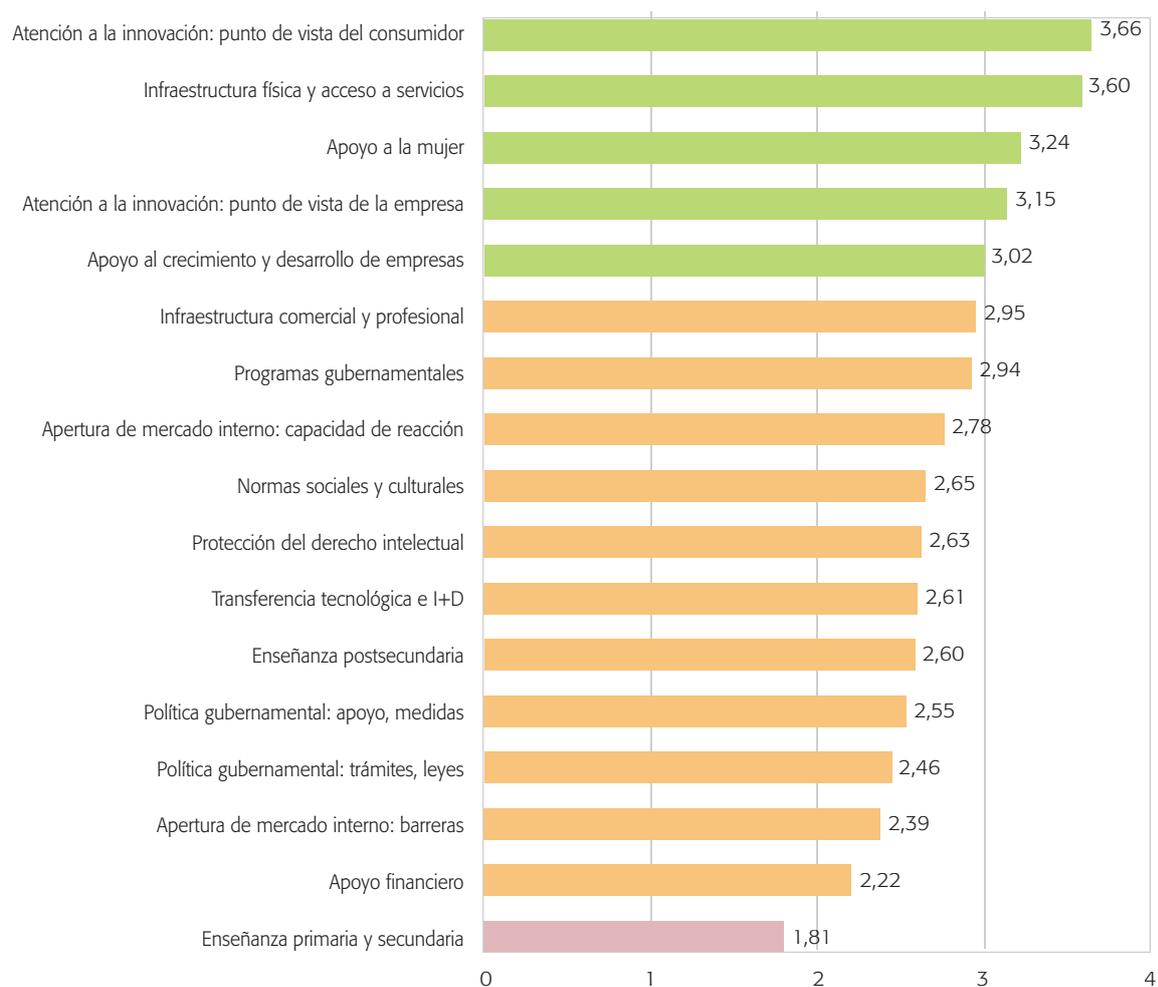
6.3.1. Análisis general del entorno para emprender

La valoración del entorno realizada por los expertos continúa la tendencia de optimismo detectada en el informe anterior. De este modo, de los diecisiete ítems evaluados, nueve han incrementado su puntuación media, mientras que en el resto se produce un ligero descenso.

En general, las condiciones del entorno más valoradas se mantienen con respecto al 2010. Así, aparecen la atención a la innovación desde el punto de vista del consumidor, la infraestructura física y acceso a servicios, y el apoyo a la mujer. De igual modo, debe destacarse que la capacidad de reacción en el mercado interno ha experimentado un notable ascenso en su valoración media y posición relativa. Concretamente, este aspecto era el tercero menos valorado por los expertos, con un valor medio de 2,31 en 2010, mientras que en 2011 se sitúa en un lugar intermedio con un valor de 2,78.

Respecto a las condiciones menos valoradas, se encuentran la educación primaria y secundaria, el apoyo financiero y la existencia de barreras en la apertura del mercado.

Figura 6.14. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en Galicia (expertos, 2011)



Escala: 1. Totalmente en desacuerdo; 5. Totalmente de acuerdo

>3 2-3 <2

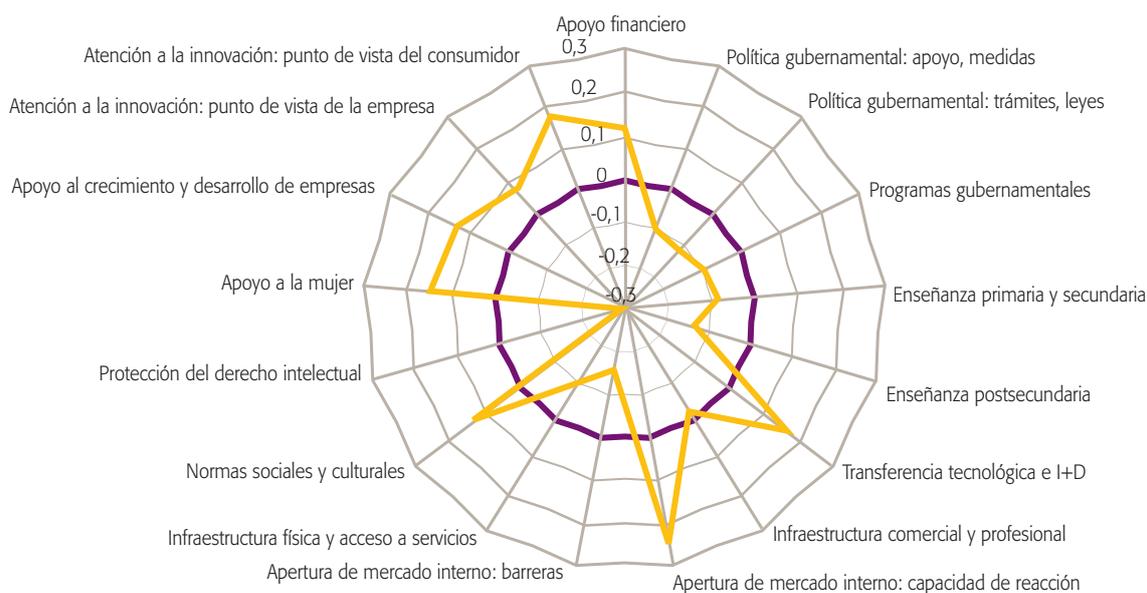
Tabla 6.6. Valoración media de las condiciones de entorno en relación con 2010 (expertos)

Condiciones de entorno	2010	2011	Evolución
Atención a la innovación: punto de vista de los consumidores	3,56	3,66	
Infraestructura física y acceso a servicios	3,51	3,60	
Apoyo a la mujer	3,22	3,24	
Atención a la innovación: punto de vista de la empresa	2,93	3,15	
Apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas	2,91	3,02	
Infraestructura comercial y profesional	3,03	2,95	
Programas gubernamentales	2,95	2,94	
Apertura del mercado interno: capacidad de reacción	2,31	2,78	
Normas sociales y culturales	2,68	2,65	
Protección del derecho intelectual	2,57	2,63	
Transferencia tecnológica e I+D	2,66	2,61	
Enseñanza postsecundaria	2,66	2,60	
Política gubernamental: apoyo, medidas	2,56	2,55	
Política gubernamental: trámites, leyes	2,48	2,46	
Apertura de mercado interno: barreras	2,43	2,39	
Apoyo financiero	2,15	2,22	
Educación primaria/secundaria	1,65	1,81	

■ Valor que aumenta respecto a 2010 ■ Valor que disminuye respecto a 2010

En el ámbito español, las condiciones del entorno para emprender siguen siendo, en términos globales, poco favorables y presentan una valoración media inferior a la gallega. Así, los tres aspectos más favorables al emprendimiento en Galicia se mantienen para España pero con valores inferiores. Por su parte, también destaca que, al igual que en Galicia, la enseñanza primaria y secundaria es el factor menos valorado (la enseñanza postsecundaria mantiene una posición media).

Figura 6.15. Posición relativa de Galicia respecto a España en cuanto al estado promedio de las principales condiciones de entorno (expertos, 2011)



6.3.2. Obstáculos

Dado que las respuestas a las preguntas planteadas en este apartado y los dos siguientes fueron abiertas y numerosas, el análisis se ha realizado agrupándolas en función de su contenido.

Los expertos han identificado una serie de obstáculos al emprendimiento en Galicia que, en términos generales, no difieren sustancialmente de las opiniones manifestadas en informes precedentes.

Al igual que en el año 2010, casi el 72% de los expertos ha señalado como la principal barrera al emprendimiento en Galicia la dificultad en el acceso a financiación y la cuantía disponible. En este sentido, destaca el cierre de crédito por parte de las entidades financieras ante la crisis de confianza existente en los mercados internacionales. Del mismo modo, también apuntan las grandes dificultades que encuentran los empresarios para poder cobrar facturas pendientes en un contexto de tasas de morosidad al alza.

En segundo lugar, y a diferencia del año 2010, se encuentra el apoyo inadecuado o insuficiente de la Administración. En particular, se considera necesario el diseño e implantación de un plan de estímulos fiscales para el emprendedor, la creación de ayudas o subvenciones públicas, así como la mejora de los programas de internacionalización empresarial. Además, los expertos indican que la Administración debería fomentar la coordinación de las diferentes entidades que apoyan al emprendimiento.

Con igual nivel de importancia, los expertos también identifican como obstáculos la escasa cultura emprendedora, que mantiene su posición relativa con respecto al año 2010, y la inadecuada formación del emprendedor. A su juicio, es necesario diseñar nuevas líneas de actuación que incrementen el reconocimiento social de la figura del emprendedor y que, al mismo tiempo, contribuyan a minimizar las inseguridades que plantea el desarrollo de cualquier proyecto de negocio por cuenta propia. Respecto a esto último, los expertos subrayan además la importancia de dotar de nuevos instrumentos que faciliten y simplifiquen la transferencia de conocimientos y resultados de investigación desde la universidad a la empresa. En esta línea, la excesiva burocracia sigue siendo una importante barrera al emprendimiento para casi el 27% de los expertos.

A diferencia de informes anteriores, el contexto actual de crisis económica se sitúa como un obstáculo al emprendimiento de menor importancia, siendo reconocido solo por algo más del 16% de los expertos. Ahora bien, destacan la necesidad de luchar contra un sentimiento de pesimismo social que puede frenar el proceso emprendedor al introducir demasiados miedos e inseguridades entre los ciudadanos. Por último, solo un 7,14% de los expertos señala la insuficiencia de infraestructuras de comunicación y/o suelo industrial como barrera al emprendimiento.

Figura 6.16. Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2011)



6.3.3. Factores determinantes de estímulo

La actividad emprendedora en Galicia puede ser impulsada y mejorada por una serie de factores señalados por los expertos. De este modo, se ha constatado que los principales determinantes del emprendimiento gallego se mantienen con respecto al año 2010, si bien ninguno de ellos supera el 50% en cuanto a la valoración que le otorgan.

En concreto, casi el 50% de los expertos consideran la existencia de programas de apoyo, asesoramiento y formación para el emprendedor, así como la existencia de instrumentos de financiación y/o ayudas públicas para la creación de empresas, como los dos principales estímulos al emprendimiento. A poca distancia, les sigue con casi un 40% el contexto de crisis económica que genera una gran dificultad para obtener empleo por cuenta ajena, haciendo del emprendimiento una opción laboral atractiva. En esta línea, los programas de internacionalización empresarial y las nuevas tecnologías son considerados dos herramientas muy importantes para el éxito del emprendedor.

A continuación, y también en consonancia con informes precedentes, los expertos identifican los programas de fomento de la cultura emprendedora, la mejora de la cualificación profesional del emprendedor, y el apoyo y reconocimiento social del emprendimiento. En este sentido, se valora especialmente el esfuerzo realizado desde las agrupaciones y asociaciones vinculadas con el tejido empresarial gallego. Ahora bien, como antes se ha indicado, las actuaciones en estos tres ámbitos siguen considerándose insuficientes.

Finalmente, menos del 15% de los expertos señalan el apoyo y reconocimiento al emprendedor, así como la mejora de las infraestructuras de comunicaciones.

Figura 6.17. Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2011)



6.3.4. Recomendaciones de los expertos

Los expertos realizan una serie de recomendaciones para fomentar y mejorar la actividad emprendedora en Galicia. En conjunto, todas las medidas propuestas tienen por objetivo paliar los obstáculos y aprovechar las fortalezas previamente señalados.

Al igual que en el informe anterior, la principal recomendación se refiere a la mejora del flujo de recursos, esto es, la liquidez disponible para financiar la puesta en marcha de un proyecto empresarial; de este modo, más del 75% de los expertos plantean la necesidad de incrementar y facilitar el acceso a financiación pública y privada. Además, más del 40% también subraya la importancia de simplificar los trámites burocráticos a los que debe someterse un emprendedor en Galicia para iniciar su actividad.

En segundo lugar, se sitúan tres recomendaciones ligadas al fomento de la cultura emprendedora, la mejora de las políticas focalizadas en el emprendimiento y la mejora de la formación del emprendedor. Así, los expertos indican

que debe avanzarse más en el establecimiento de programas educativos que promuevan el emprendimiento como una buena opción laboral, la cual puede generar sinergias positivas para la sociedad. En esta línea, se considera imprescindible contar con el asesoramiento y la colaboración de expertos en emprendimiento, y con emprendedores ya consolidados que puedan actuar como casos de éxito de referencia en este ámbito. En relación con las políticas, uno de los ejes de actuación fundamentales debe ser la internacionalización de las empresas y, en particular, el establecimiento de contactos internacionales para las agrupaciones empresariales gallegas.

Por último, los expertos apuntan, en menor medida, la necesidad de apoyar y fomentar las actividades de I+D, el establecimiento de incentivos fiscales y laborales para la creación de empresas, la mejora de la conexión universidad-empresa, y la adopción de medidas que estimulen el reconocimiento social de la figura del emprendedor.

Figura 6.18. Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2011)

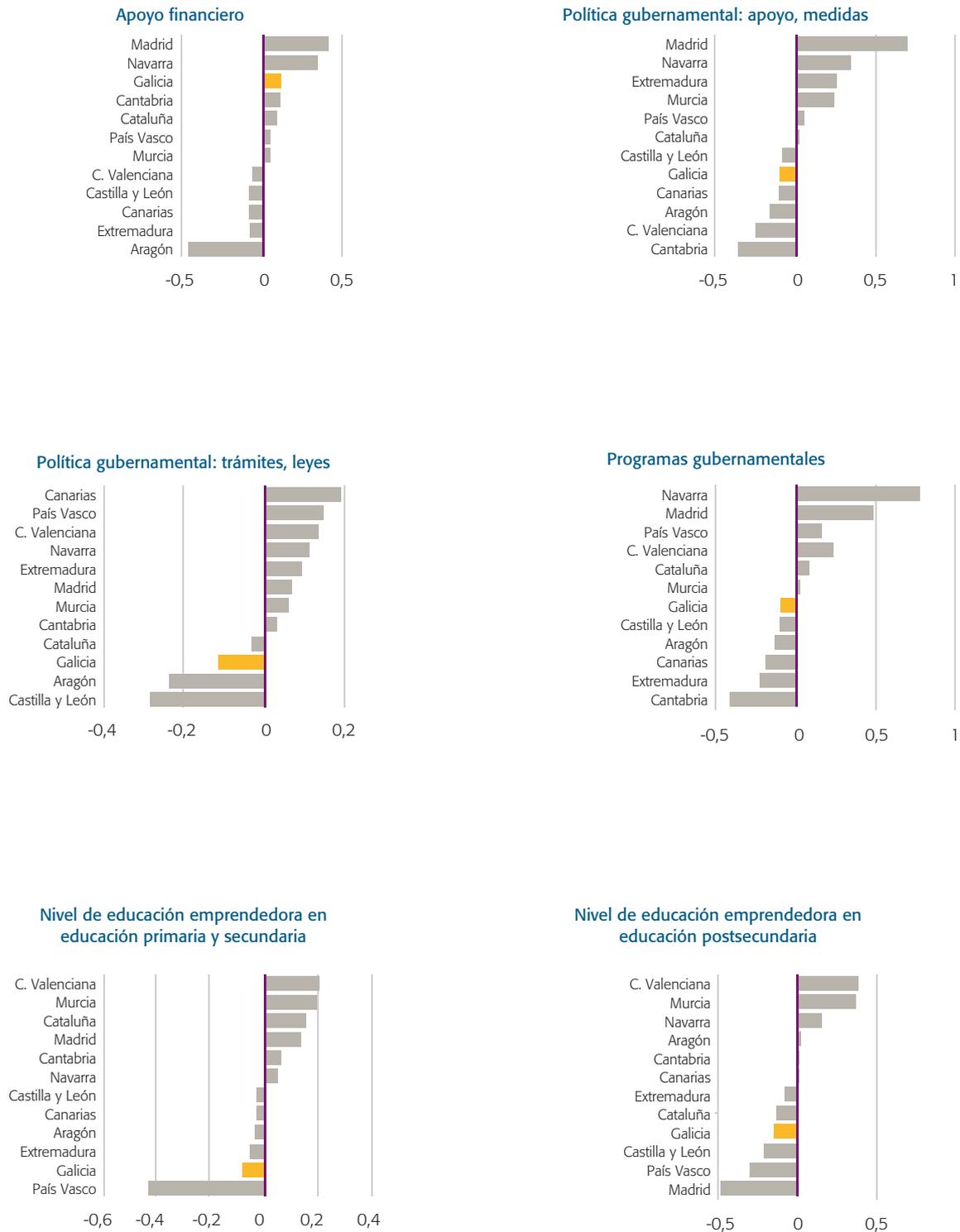


6.3.5. Posición de Galicia en el ámbito nacional GEM 2011 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos

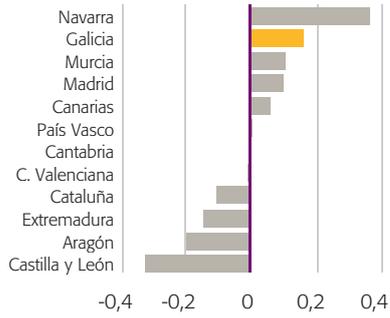
A continuación, se presenta un conjunto de figuras que permiten identificar la posición de Galicia en el contexto español respecto a las condiciones del entorno que pueden influir en la actividad emprendedora. Cabe destacar que las variables utilizadas fueron estandarizadas, de forma que todas tienen media 0 y amplitud la distribución normal estándar (-3,+3).

En general, la posición relativa de Galicia en relación con el resto de regiones de España se ha mantenido en el último año, si bien hay que considerar que ha avanzado de forma sustancial en seis de los diecisiete ítems evaluados. Concretamente, se han obtenido mejores resultados en los factores de: apoyo financiero, transferencia tecnológica e I+D, apertura del mercado interno-capacidad de reacción, apoyo a la mujer, apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas, y atención a la innovación desde el punto de vista de la empresa.

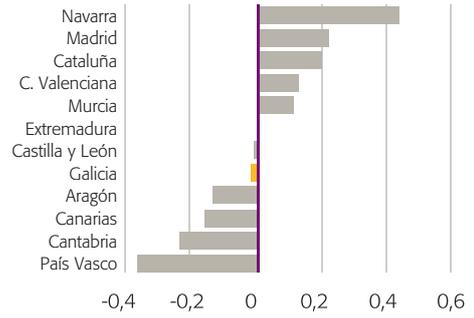
Figura 6.19. Situación de Galicia respecto a las condiciones de entorno de las comunidades autónomas participantes en la edición GEM 2011



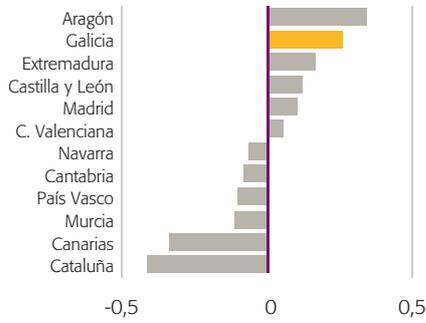
Transferencia tecnológica e I+D



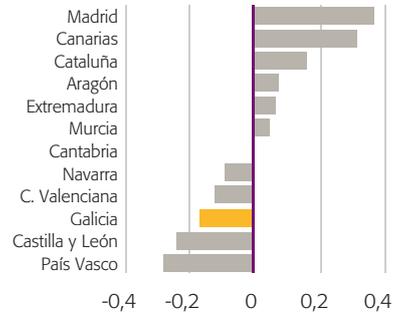
Infraestructura comercial y servicios



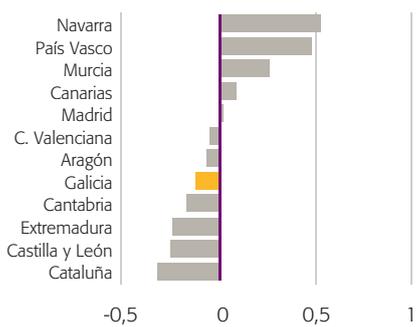
Apertura de mercado interno: capacidad de reacción



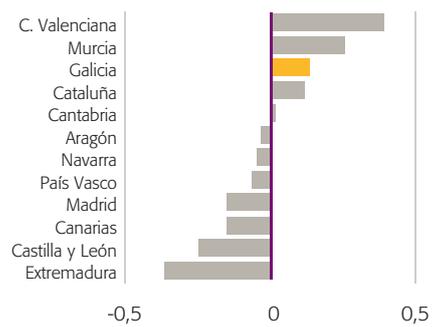
Apertura de mercado interno: barreras



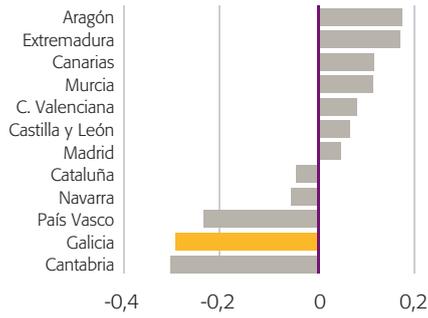
Acceso a la infraestructura física



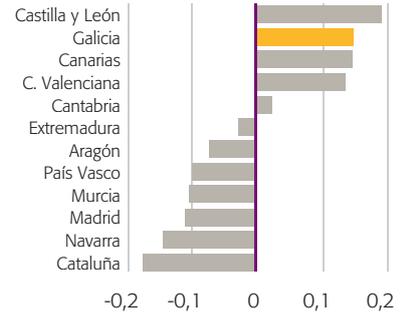
Normas sociales y culturales



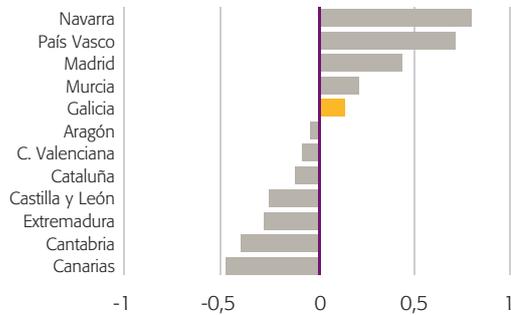
Protección del derecho intelectual



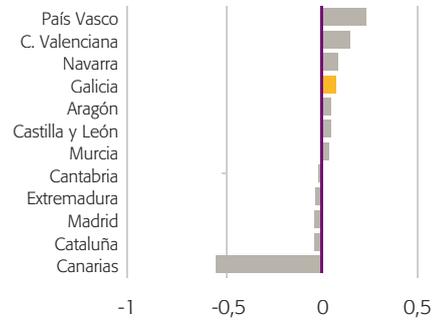
Apoyo a la mujer



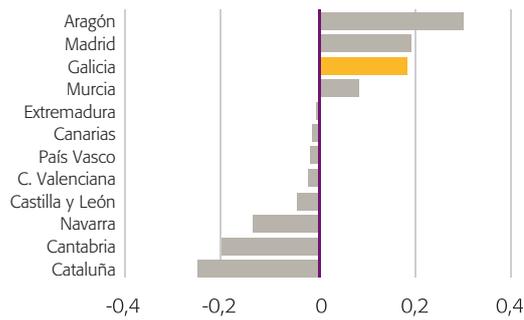
Apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas



Atención a la innovación: punto de vista de la empresa



Atención a la innovación: punto de vista del consumidor





Anexo: Actividad emprendedora de empleados o emprendimiento corporativo

A.1. Introducción

En su edición de 2011, GEM ha dado especial relevancia al estudio del emprendimiento de empleados o corporativo, considerándolo materia de una investigación monográfica que se ha llevado a cabo a nivel mundial.

GEM define emprendimiento corporativo como cualquier actividad asociada al desarrollo de nuevas actitudes de negocio por parte de los empleados de cualquier empresa o entidad para sus empleadores, en términos de crear un nuevo punto de venta, una filial, el lanzamiento de nuevos productos o servicios, o cualquier otra iniciativa de carácter emprendedor.

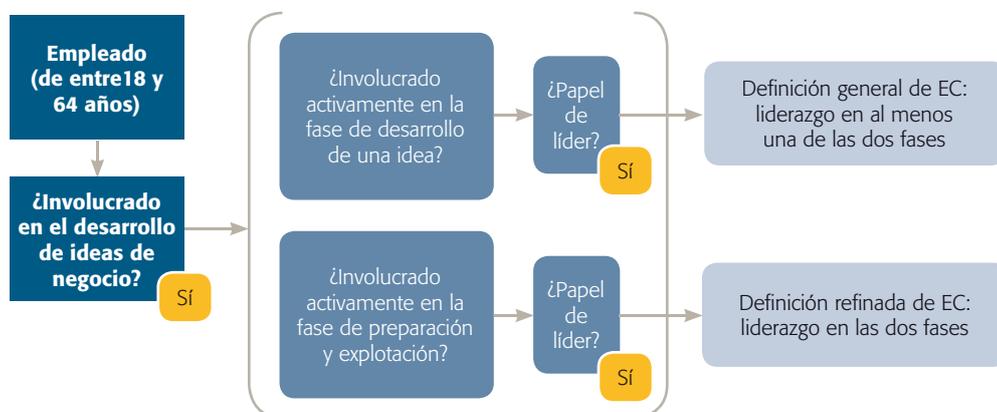
Los emprendedores corporativos se caracterizan por su búsqueda de nuevas alternativas o caminos para desarrollar su negocio. Suelen aprovechar las oportunidades desatendidas, diseñar procesos de negocio, liderar el lanzamiento de nuevos productos e innovar en las actividades en las que están involucrados, facilitando la renovación estratégica de la organización. El estímulo de la actividad de los "intraemprendedores" por parte de la propia organización favorece asimismo el nacimiento de iniciativas que pueden dar lugar a la creación de nuevas empresas en el futuro.

Para el estudio de esta variable, se han analizado las respuestas de la población adulta y de los expertos relativas a la implicación de los empleados por cuenta ajena en actividades emprendedoras, tales como el desarrollo, el lanzamiento de nuevos bienes o servicios, o la puesta en marcha de una nueva unidad de negocio. En el presente anexo se recogen los resultados obtenidos, relacionando el número de empleados activos y emprendedores, así como su liderazgo en iniciativas emprendedoras desde su organización. También recoge la opinión de expertos relativa a las condiciones de entorno general y organizacional que estimulan el comportamiento emprendedor en nuestra comunidad autónoma.

A.2. La medición del emprendimiento corporativo en la población

Para medir la prevalencia del emprendimiento corporativo entre la población adulta, GEM ha utilizado el esquema que recoge la siguiente figura:

Figura A.1. Instrumentalización del concepto de emprendimiento corporativo (EC)



Fuente: Bosma et al., cit. por *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2011* (2012), p. 107.

La encuesta a la población adulta de Galicia ha permitido identificar el porcentaje de empleados por cuenta ajena, ya sea a tiempo completo o parcial, que ha declarado estar involucrado en el desarrollo de nuevas iniciativas emprendedoras durante los últimos tres años. Ello ha permitido establecer una estimación de la prevalencia del emprendimiento corporativo en Galicia tanto en la población general como entre los empleados, que se recoge en las dos tablas siguientes:

Tabla A.1. Prevalencia del emprendimiento corporativo en la población gallega (% , 2011)

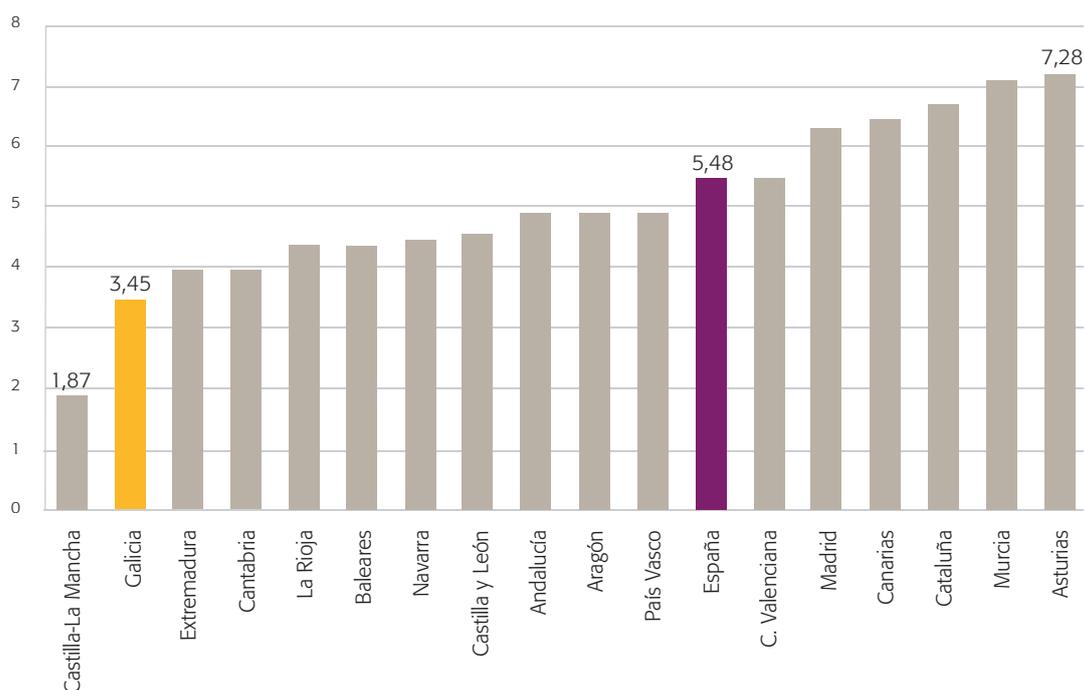
Indicadores de emprendimiento corporativo calculados sobre la población gallega de 18-64 años	
Empleados activos como emprendedores en los tres últimos años	4,52
Empleados activos como emprendedores en 2011	3,47
Empleados activos y liderando una iniciativa en los tres últimos años	1,74
Empleados activos y liderando una iniciativa en 2011	1,39

Tabla A.2. Prevalencia del emprendimiento corporativo entre los empleados (% , 2011)

Indicadores de emprendimiento corporativo calculados sobre la empleados de 18-64 años	
Empleados activos como emprendedores en los tres últimos años	11,20
Empleados activos como emprendedores en 2011	8,61
Empleados activos y liderando una iniciativa en los tres últimos años	4,32
Empleados activos y liderando una iniciativa en 2011	3,45

En relación con la posición relativa de Galicia en el entorno nacional, la tasa de emprendimiento corporativo alcanza un 3,45%. Esto sitúa a Galicia en la penúltima posición respecto al conjunto de las comunidades autónomas.

Figura A.2. Distribución del emprendimiento corporativo de carácter general sobre la población de 18-64 años en función de la ubicación geográfica nacional (% , 2011)



A.3. Influencia del entorno en el emprendimiento corporativo en opinión de los expertos

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas a los expertos GEM Galicia 2011 permiten concluir que los principales condicionantes percibidos al estímulo del emprendimiento corporativo están relacionados con la existencia de restricciones organizativas y sistemas de apoyo desde la dirección de las organizaciones para las actividades de diseño y desarrollo de nuevas ideas de negocio en su seno. Asimismo, también valoran como necesaria la existencia de un sistema educativo que potencie el desarrollo de un comportamiento proactivo e innovador en la población en general, así como el efecto que un entorno laboral más o menos hostil a la actividad por cuenta ajena puede tener en el estímulo del emprendimiento dentro de la organización, como alternativa al emprendimiento tradicional. En este sentido, los expertos identifican la necesidad de un sistema de seguridad social que iguale e protección de los emprendedores al de los empleados por cuenta ajena, y afirman que el nivel actual de protección del empleo desmotiva a los empleados para convertirse en emprendedores desarrollando negocios propios, lo que favorecería el emprendimiento corporativo.

Figura A.3. Valoración del entorno para el desarrollo del emprendimiento corporativo en Galicia (expertos, 2011)

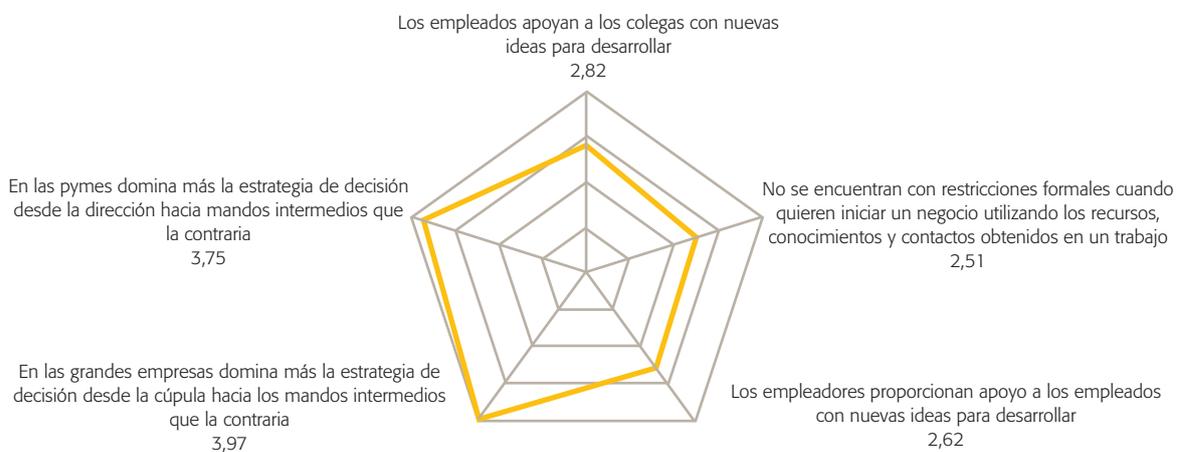


Figura A.4. Valoración de la motivación para el emprendimiento corporativo en Galicia (expertos, 2011)





Índice de tablas y figuras

Índice de tablas

Tabla 0.1.	Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia	16
Tabla 0.2.	Distribución de las entrevistas por sexo y provincia	16

Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Tabla 1.1.	Actividad emprendedora incipiente y TEA (2010-2011)	32
Tabla 1.2.	Iniciativas consolidadas (2010-2011)	37
Tabla 1.3.	Emprendedores potenciales (2010-2011)	40
Tabla 1.4.	TEA de los países participantes en la edición GEM 2011 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2011)	42

Capítulo 2: Perfil socioeconómico del emprendedor

Tabla 2.1.	Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	48
Tabla 2.2.	Edad media del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (años, 2010-2011)	48
Tabla 2.3.	Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	48
Tabla 2.4.	Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	49
Tabla 2.5.	Posesión de formación específica por parte del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	50
Tabla 2.6.	Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	50
Tabla 2.7.	Implantación en entorno rural o urbano según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011) ..	51
Tabla 2.8.	Situación laboral según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	51
Tabla 2.9.	Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011) ..	52
Tabla 2.10.	Origen según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	52
Tabla 2.11.	Tamaño medio del hogar según la fase del proceso emprendedor (% , 2010-2011)	52
Tabla 2.12.	Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia (2011)	54

Capítulo 3: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

Tabla 3.1.	Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2011)	59
Tabla 3.2.	Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (2010-2011)	60
Tabla 3.3.	Síntesis de los valores más representativos de las actividades resultantes del proceso emprendedor....	67

Capítulo 4: El proceso emprendedor en función del sexo

Tabla 4.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (% , 2011)	70
Tabla 4.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2011).....	72
Tabla 4.3. Características de la actividad emprendedora en función del sexo: Galicia vs. España (% , 2011).....	73
Tabla 4.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del sexo (% , 2011)...	74
Tabla 4.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de la mujer en Galicia (2011)	75

Capítulo 5: Educación superior y emprendimiento

Tabla 5.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del nivel de estudios (% , 2011).....	77
Tabla 5.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2011)	78
Tabla 5.3. Características de la actividad emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2011).....	79
Tabla 5.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2011)	80
Tabla 5.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de las personas con estudios universitarios en Galicia (2011)	81

Capítulo 6: La influencia del entorno para emprender

Tabla 6.1. Percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2010-2011)	85
Tabla 6.2. Factores psicológicos y sociales para emprender (% población, 2010-2011).....	87
Tabla 6.3. Factores psicológicos y sociales para emprender (expertos, 2010-2011).....	87
Tabla 6.4. Habilidades y conocimientos de la población para emprender (expertos, 2010-2011).....	89
Tabla 6.5. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2011).....	91
Tabla 6.6. Valoración media de las condiciones de entorno en relación con 2010 (expertos).....	95

Anexo: Actividad emprendedora de empleados o emprendimiento corporativo

Tabla A.1. Prevalencia del emprendimiento corporativo en la población gallega (% , 2011).....	104
Tabla A.2. Prevalencia del emprendimiento corporativo entre los empleados (% , 2011).....	104

Índice de figuras

Figura 0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento	14
Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos GEM.....	15
Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial	
Figura 1.1. El proceso emprendedor según la metodología GEM	31
Figura 1.2. Evolución de las ratios naciente(t)/potencial(t-1) y nueva(t)/naciente(t-1), donde t=año (2006-2011)...	33
Figura 1.3. Evolución del índice TEA (% , 2005-2011).....	33
Figura 1.4. Evolución de las iniciativas en todas las fases del proceso emprendedor (% , 2005-2011).....	34
Figura 1.5. Índice TEA en el contexto de España (% , 2011)	35
Figura 1.6. Motivación para emprender (% , 2011).....	36
Figura 1.7. Evolución de la motivación para emprender (% , 2005-2011)	36
Figura 1.8. Empresas consolidadas en el contexto de España (% , 2011).....	37
Figura 1.9. Evolución de las iniciativas consolidadas (% , 2005-2011).....	37
Figura 1.10. Tasa iniciativas nacientes/consolidadas (2005-2011).....	38
Figura 1.11. Evolución del abandono de iniciativas (% , 2005-2011).....	38
Figura 1.12. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (% , 2011)	39
Figura 1.13. Ratio de regeneración empresarial (2005-2011)	40
Figura 1.14. Evolución de los emprendedores potenciales (% , 2005-2011).....	40
Figura 1.15. Emprendedores potenciales en el contexto de España (% , 2011)	41
Figura 1.16. TEA de los países participantes en la edición GEM 2011 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2011).....	43
Figura 1.17. Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países GEM (2011)	44
Figura 1.18. Síntesis de la actividad emprendedora (% , 2011)	45
Capítulo 2: Perfil socioeconómico del emprendedor	
Figura 2.1. Evolución del TEA y la inversión informal (% , 2005-2011).....	53
Figura 2.2. El inversor informal en el contexto de España (% , 2011).....	53
Figura 2.3. Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2011).....	55
Capítulo 3: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor	
Figura 3.1. Sector general de la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% , 2011) ...	58
Figura 3.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	60
Figura 3.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	61
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 (% , 2011)	61
Figura 3.5. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	62
Figura 3.6. Evolución de las iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente) según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2011).....	62

Figura 3.7. Nivel tecnológico del sector donde se encuadran las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	63
Figura 3.8. Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	63
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 (% , 2005-2011).....	64
Figura 3.10. Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	64
Figura 3.11. Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2011).....	65
Figura 3.12. Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	65
Figura 3.13. Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2011).....	66
Figura 3.14. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2011).....	66
Figura 3.15. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso emprendedor (% , 2005-2011).....	67

Capítulo 4: El proceso emprendedor en función del sexo

Figura 4.1. Evolución del TEA en función del sexo (% , 2005-2011).....	69
Figura 4.2. TEA en función del sexo en el contexto de España (% , 2011).....	70

Capítulo 6: La influencia del entorno para emprender

Figura 6.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2011).....	84
Figura 6.2. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2011).....	84
Figura 6.3. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender (expertos, 2005-2011).....	85
Figura 6.4. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (expertos, 2011).....	86
Figura 6.5. Factores psicológicos y sociales para emprender en el contexto de España (expertos, 2011).....	88
Figura 6.6. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2005-2011).....	88
Figura 6.7. Población que afirma tener habilidades y conocimientos para emprender en el contexto de España (% población, 2011).....	89
Figura 6.8. Habilidades y conocimientos de la población para emprender en el contexto de España (expertos, 2011).....	90
Figura 6.9. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2011).....	91
Figura 6.10. El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender (% población, 2011).....	92
Figura 6.11. Percepción de oportunidades en el entorno (% población, 2011).....	92
Figura 6.12. Habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2011).....	93
Figura 6.13. Conocimiento de algún emprendedor (% población, 2011).....	93
Figura 6.14. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en Galicia (expertos, 2011).....	94
Figura 6.15. Posición relativa de Galicia respecto a España en cuanto al estado promedio de las principales condiciones de entorno (expertos, 2011).....	95
Figura 6.16. Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2011).....	96
Figura 6.17. Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2011).....	97

Figura 6.18. Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2011).....	98
Figura 6.19. Situación de Galicia respecto a las condiciones de entorno de las comunidades autónomas participantes en la edición GEM 2011	99

Anexo: Actividad emprendedora de empleados o emprendimiento corporativo

Figura A.1. Instrumentalización del concepto de emprendimiento corporativo (EC)	103
Figura A.2. Distribución del emprendimiento corporativo de carácter general sobre la población de 18-64 años en función de la ubicación geográfica nacional (%; 2011)	104
Figura A.3. Valoración del entorno para el desarrollo del emprendimiento corporativo en Galicia (expertos, 2011)....	105
Figura A.4. Valoración de la motivación para el emprendimiento corporativo en Galicia (expertos, 2011)	105



Bibliografía

Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo Galicia 2010 (2011). Santiago de Compostela: Confederación de Empresarios de Galicia. ISBN 978-84-694-7306-1. ISSN 1886-9319.

Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2011 (2012). Trujillo (Cáceres): Fundación Xavier de Salas. ISSN 1695-9302.

Kelley, Donna J.; Singer, Slavika; Herrington, Mike. *Global Entrepreneurship Monitor. 2011 Global Report* (2012). Babson Park: Babson College; Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur: Universti Tun Abdul Razak.

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 0921-898X.

Schwab, Klaus (2011). *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. Geneva: World Economic Forum. ISBN 978-92-95044-74-6.



El Consorcio GEM

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un consorcio compuesto en la edición 2011 por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argelia, Argentina, Australia, Bangladesh, Barbados, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Colombia, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Guatemala, Hungría, Irán, Irlanda, Jamaica, Japón, Letonia, Lituania, Malasia, México, Nigeria, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República de Corea, Rumanía, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwan, Trinidad y Tobago, Turquía, Uruguay y Venezuela.

Asimismo, son componentes regionales del proyecto los equipos de Aragón, Canarias, Cantabria, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco.

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 2011* han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de sus autores (<http://www.gemgalicia.org>).

GEM Global y el equipo investigador de Galicia agradecen 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 2012

