

# INFORME EJECUTIVO

GALICIA [2014]



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

EQUIPO INVESTIGADOR



FINANCIA



FONDO SOCIAL EUROPEO  
"El FSE invierte en la futuro"



XUNTA  
DE GALICIA











# INFORME EJECUTIVO

GALICIA [2014]



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



# INFORME EJECUTIVO GALICIA [2014]



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>  
ISSN: 1886-9319  
ISBN: 978-84-608-2927-0  
Depósito Legal: C 1856 - 2015



## EQUIPO INVESTIGADOR



### INSTITUTO GALLEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA (IGAPE)

Norberto Penedo Rey  
Guillermo Viña González  
Enrique Gómez Fernández

### CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GALICIA (CEG)

Marta Amate López (Directora GEM-Galicia)  
Fausto Santamarina Fernández  
José Manuel Maceira Blanco  
Rafael Serrano Hernández

### 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)  
María Bobillo Varela  
Nuria Calvo Babío  
Maite Cancelo Márquez  
Loreto Fernández Fernández  
Rubén Lado Sestayo  
Marta Portela Maseda  
Mercedes Teijeiro Álvarez  
M<sup>a</sup> Milagros Vivel Búa  
David Rodeiro Pazos  
Guillermo Zapata Huamaní

# RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2014

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco de Santander, UCEIF-Cise, Red Española de Equipos Regionales GEM, Fundación Rafael del Pino 
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz, Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza, Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, Junta de Andalucía, Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz 
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiédra Sergio Palomas Doña	Universidad de Zaragoza, Fundación Emprender en Aragón, Cátedra Emprender, Gobierno de Aragón Departamento de Industria e Innovación 
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 Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad, Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información, Instituto Tecnológico de Canarias 
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Marta Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz Paula San Martín Espina Ana María Serrano Bedia Inés Rueda Sampedro	Universidad de Cantabria, Banco de Santander, Gobierno Regional de Cantabria Consejería de Economía, Hacienda y Empleo 
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Universitat Autònoma de Barcelona, Diputació de Barcelona, Àrea de Desenvolupament Econòmic Local, Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació 

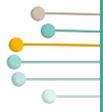
UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad de Castilla La Mancha, Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, Fundación Horizonte XXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León, Iberdrola, Fgulem
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover Mª José Alarcón García Mª Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lopera Mª Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche, Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE), Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana, Diputación Provincial Alicante, Air Nostrum, Catral Export, Fundación Juan Perán-Pikolinos, Fundación Manuel Peláez Castillo, Goldcar, Grupo Eulen, Grupo Soledad, Mustang, Panther, Seur, Vectalia, Escuela de Empresarios (EDEM),
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura, Gobierno de Extremadura, Avante Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Fundación Academia Europea de Yuste, Hoy Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain, S.L., Palicrisa, Imedexsa, Caja Rural de Extremadura, La Caixa, Gestyona, S.L., Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex, Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica, Fundecyt - Parque Científico y Tecnológico de Extremadura, Fundación Universidad Sociedad

# RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2014

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES	
Galicia	<p>Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape)</p> <p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p>	<p>Marta Amate López (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández José Manuel Maceira Blanco Rafael Serrano Hernández</p> <p>Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández</p> <p>Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC) Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M<sup>a</sup> Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní</p>	<p>Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape)</p> <p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Secretaría Xeral de Universidades</p>	
Comunidad Autónoma de Madrid	<p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba</p>	<p>Universidad Autónoma de Madrid, Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)</p>	
Murcia	<p>Universidad de Murcia</p>	<p>Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín</p>	<p>Universidad de Murcia, Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia, Banco Mare Nostrum, Fondo Europeo de Desarrollo Regional, Plan emprendemos, Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia, Cátedra de Emprendedores</p>	

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS		COLABORADORES
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contin Pilart (Directora GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra, Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa - UPNA - La Caixa	 <b>Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa UPNA/Caixa Bank (CLEE)</b>
País Vasco	Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco) Iñaki Peña José L. González-Pernía María Saiz Jon Hoyos Nerea González David Urbano	Universidad del País Vasco, Innobasque, Diputación Foral de Bizkaia, Diputación Foral de Gipuzkoa, Fundación Emilio Soldevilla	
Madrid ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Iñaki Ortega Cachón (Director GEM-Madrid Ciudad) Iván Soto San Andrés Isidro de Pablo López (Director Técnico) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Universidad Autónoma de Madrid, Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende", Ayuntamiento de Madrid	

Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España	
-----------------------------	---	--	---------------------------	--



**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]



# PRESENTACIÓN

¿Cómo es la actividad emprendedora en Galicia, no sólo en relación con su propia realidad, sino también comparada con la de otros territorios y países? Esta es la pregunta simple, pero a su vez compleja a la que trata de dar respuesta un informe como éste, el Informe Ejecutivo Galicia GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) que venimos editando desde 2005.

En esta edición del 2014, hemos constatado que existe la percepción de que nunca se habló tanto de las personas emprendedoras, o de iniciativas emprendedoras (empresariales) que se están gestando o poniendo en marcha, o de múltiples temas que tienen que ver con la creación de nuevas empresas. Algo así como si existiera una “inflación” en la métrica de la actividad emprendedora. Pero nada más lejos de la realidad. Como se podrá comprobar en el capítulo 1, se ha producido, respecto al año pasado, un descenso de 0,19 puntos del TEA (*Total Entrepreneurial Activity* o Tasa de Actividad Emprendedora) hasta llegar a un valor del 3,92 en Galicia. Es el segundo valor más bajo de la serie histórica (2005-2014), siendo el mínimo, el 3,12 del año 2010.

La mejora en los indicadores macroeconómicos y la modificación de la tendencia que se viene experimentando en los últimos años, desde una situación muy complicada e históricamente relevante, no se ha materializado con claridad en la mejora de la actividad emprendedora evaluada mediante la variable TEA.

Esto es preocupante, no tanto por las consecuencias actuales: una ratio menor de personas implicadas en actividades emprendedoras, sino que al ser un proceso (el de emprender) no instantáneo e inmediato, nos hace dibujar un escenario a corto plazo, sustancialmente mejorable. Más si cabe, atendiendo a la única verdad compartida por todos los analistas sobre la reciente crisis y sus consecuencias: estamos ante un cambio de paradigma en cuanto a cómo se van a entender las relaciones socioeconómicas a medio plazo, que obligará a acometer cambios sustanciales.

Ante este nuevo escenario, si bien hay inercias que son difíciles de modificar, y creencias limitantes respecto al emprendimiento, es inquietante que persistan observaciones respecto a cuestiones que se mantienen desde hace años como por ejemplo, la deficiencia de instrumentos financieros adecuados (tiempo, forma, cuantías, acceso...), o la inconsistencia de muchos nuevos proyectos (centrados en la idea y no en la ejecución, no invertibles, no escalables, sin ventajas competitivas relevantes, sin equipos adecuados para su consolidación y crecimiento...) o el recurrente papel (percibido como no falicitador) ejercido por parte de las AA.PP. en los procesos de implementación de nuevos negocios a pesar de la incorporación de nuevos mecanismos de financiación, o la realización de mayores esfuerzos en la mejora de la capacitación e información para el emprendimiento, o en las transformaciones en procesos y estructuras de las AA.PP.

GEM no sólo pone el foco en las personas emprendedoras, sino también en paneles de expertos que profesionalmente tienen un papel destacado en la actividad emprendedora en Galicia. Es preocupante que ambas visiones estén siendo divergentes. Si bien las personas emprendedoras incrementan su valoración en la percepción de oportunidades, es sorprendente cómo los expertos consultados tienen una valoración más pesimista respecto al entorno.

De un año para otro no podemos esperar, en cuanto al perfil de la persona emprendedora, diferencias significativas, pero sí se constata en el presente informe que cada vez emprenden más mujeres, a edades más tempranas, en todos los niveles de formación educativa, también en zonas rurales, con capital semilla de diferentes importes y en cada vez más sectores.

Esto abre una ventana a la esperanza en la universalización de la actividad emprendedora, para que su transversalidad pueda ser un instrumento más para vehicular la necesaria mejora de la situación socioeconómica en Galicia.



# INFORME EJECUTIVO GALICIA [2014]



# TABLA DE CONTENIDOS

Equipo investigador.....	3
Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2014.....	4
Presentación.....	9
Introducción .....	15
0.1. El proyecto de investigación GEM.....	15
0.2. El modelo conceptual GEM.....	16
0.3. Balanced Scorecard o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 2014 .....	21
Resumen ejecutivo .....	23
Resumo ejecutivo.....	26
Executive summary .....	29
Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial.....	33
1.1. Introducción .....	33
1.2. Tasa de actividad emprendedora (TEA): evolución temporal .....	34
1.2.1. Contexto nacional .....	36
1.2.2. Motivación para emprender.....	36
1.3. Dinámica empresarial .....	39
1.3.1. Consolidación de iniciativas: contexto nacional y evolución temporal.....	39
1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras: motivación y relevo empresarial .....	40
1.3.3. Potencial emprendedor: contexto nacional y evolución temporal.....	43
1.4. Contexto internacional de los resultados .....	44
1.5. Desglose del índice de actividad emprendedora Galicia (TEA).....	47

<b>Capítulo 2. La influencia del entorno para emprender .....</b>	<b>49</b>
2.1. Introducción .....	49
2.2. Percepción de oportunidades, motivación y capacidad para emprender .....	49
2.2.1. Percepción de buenas oportunidades para emprender .....	49
2.2.2. Habilidades y conocimientos para emprender .....	51
2.2.3. Aspectos diferenciales en la intencionalidad emprendedora.....	52
2.3. Evaluación de los expertos respecto a las condiciones del entorno para emprender .....	56
2.3.1. Análisis general del entorno para emprender .....	56
2.3.2. Obstáculos .....	58
2.3.3. Factores determinantes de estímulo .....	58
2.3.4. Recomendaciones de los expertos.....	59
<b>Capítulo 3. Perfil socioeconómico del emprendedor .....</b>	<b>61</b>
3.1. Introducción .....	61
3.2. Sexo .....	61
3.3. Edad.....	62
3.4. Nivel de estudios .....	63
3.5. Posesión de formación específica para emprender .....	64
3.6. Nivel de renta anual.....	65
3.7. Implantación en entorno rural o urbano .....	66
3.8. Situación laboral y dedicación.....	66
3.9. Tamaño del hogar (hábitat) .....	68
3.10. Participación del inversor informal.....	68
3.11. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal .....	70

<b>Capítulo 4. Características de las actividades del proceso emprendedor .....</b>	<b>73</b>
4.1. Introducción .....	73
4.2. Sector general de actividad .....	73
4.3. Dimensión en función del número de propietarios y de trabajadores .....	76
4.4. Grado de innovación y uso de nuevas tecnologías .....	78
4.5. Nivel de competencia en el mercado y previsión de expansión e internacionalización .....	82
4.6. Caracterización de las actividades resultantes del proceso emprendedor .....	87
<b>Capítulo 5. El proceso emprendedor en función del sexo .....</b>	<b>89</b>
5.1. Introducción .....	89
5.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial .....	89
5.3. Perfil socioeconómico .....	91
5.4. Características de la actividad emprendedora .....	92
5.5. Factores psicológicos y sociales .....	94
5.6. El proceso emprendedor de la mujer .....	95
<b>Capítulo 6. Educación superior y emprendimiento .....</b>	<b>97</b>
6.1. Introducción .....	97
6.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial .....	97
6.3. Perfil socioeconómico de la población emprendedora .....	98
6.4. Características de la actividad emprendedora .....	99
6.5. Factores psicológicos y sociales .....	101
<b>Índice de tablas y figuras .....</b>	<b>105</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>111</b>
<b>El Consorcio GEM .....</b>	<b>113</b>



**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]



# INTRODUCCIÓN

## 0.1. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN GEM

GEM es un observatorio internacional cuyo objetivo es analizar y evaluar el impacto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico, como factor determinante para el desarrollo y bienestar de las sociedades en las que tiene lugar.

Los resultados de la investigación GEM facilitan el conocimiento de las nuevas empresas y proporcionan información para su estudio, permitiendo:

- Establecer comparaciones sobre el nivel y las características de la actividad emprendedora entre las diferentes economías regionales o nacionales.
- Determinar el modo en el que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico de las economías regionales.
- Identificar los factores que favorecen y/o dificultan la actividad emprendedora.
- Orientar a quienes tienen capacidad de decisión para proponer políticas eficaces y específicas destinadas a estimular la iniciativa empresarial.

El primer informe GEM, que solo se refería a diez economías nacionales desarrolladas, se llevó a cabo en

el año 1999, de la mano de la *London Business School* (Reino Unido) y el *Babson College* (Estados Unidos). Catorce años después, en su edición de 2014, GEM ha medido la actividad emprendedora en sesenta y nueve países, lo que le ha merecido el reconocimiento como el estudio longitudinal sobre el emprendimiento más relevante del mundo.

España se integró en el proyecto en el año 2000, con el equipo nacional del *IE Business School*. A partir del año 2003, el proyecto comenzó a crecer con la incorporación de la práctica totalidad de comunidades y ciudades autónomas, que llevan a cabo estudios regionales independientes de carácter anual. En 2011 el proyecto inició una etapa de transición, con la Fundación Xavier de Salas como entidad interlocutora de los equipos regionales ante la *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*. Desde el año 2012, el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) lidera el proyecto en España.

Galicia se sumó a la iniciativa con el Informe GEM Galicia 2005. Las 10 ediciones consecutivas publicadas hasta la fecha son un ejemplo de colaboración entre la Confederación de Empresarios de Galicia, el Instituto Gallego de Promoción Económica, que da continuidad a BIC Galicia, y la Universidad de Santiago de Compostela.

## 0.2 EL MODELO CONCEPTUAL GEM

### DEFINICIÓN DE EMPRENDEDOR

GEM considera que emprendedor es toda persona adulta (de 18 a 64 años) que se encuentra inmersa en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del que va a poseer parte o la totalidad, y/o que es propietario o gerente de un negocio o empresa joven, tenga personas empleadas o no. Los informes GEM se centran en estudiar cómo las personas

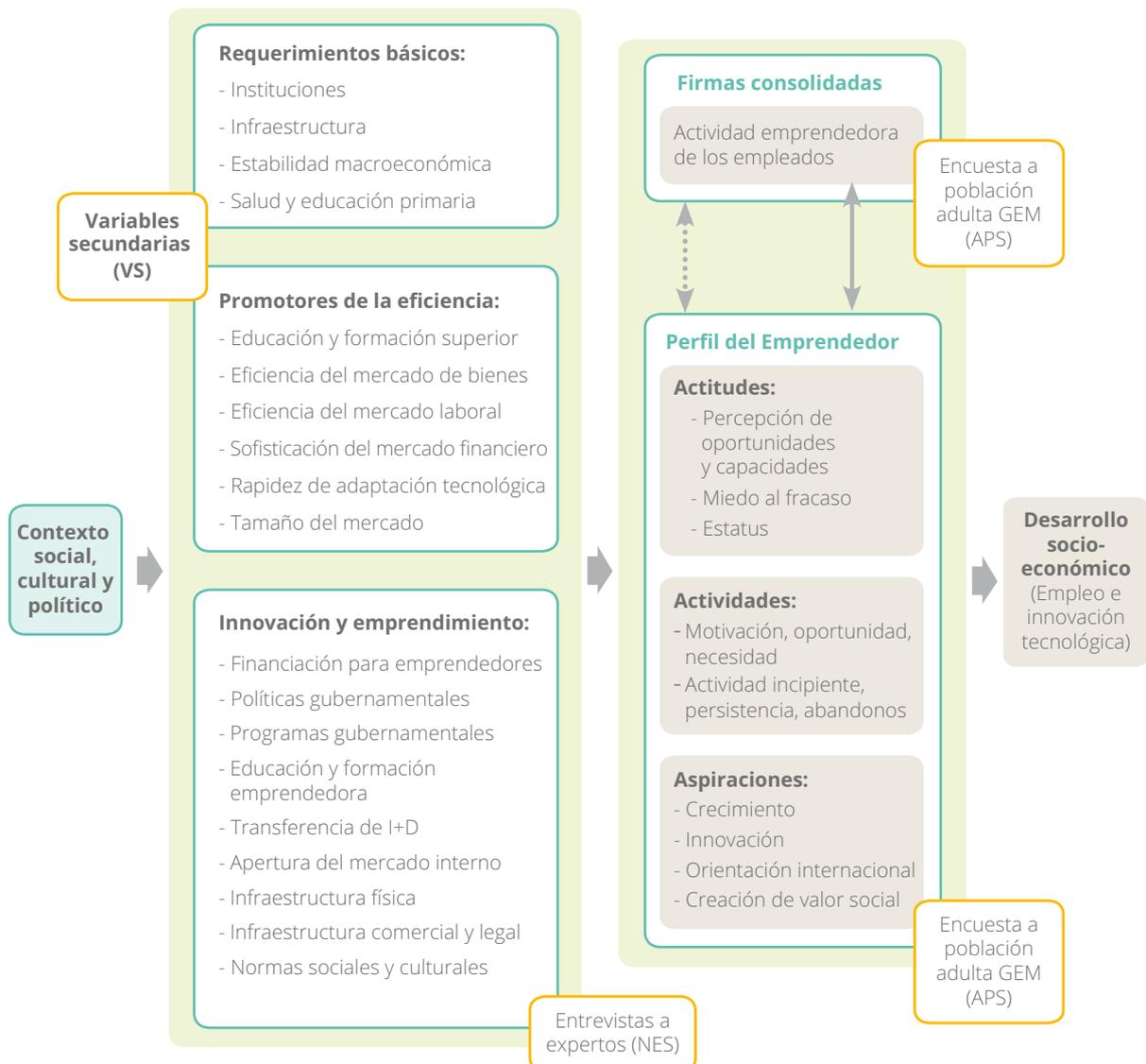
intervienen a lo largo del proceso emprendedor, lo que le permite proporcionar una visión que va más allá de la que se obtiene a partir de los registros oficiales de empresas, puesto que GEM aporta información sobre las iniciativas empresariales desde la etapa previa a la puesta en marcha, hasta su evolución como iniciativas consolidadas.

### CÓMO SE MIDE EL EMPRENDIMIENTO:EL MODELO TEÓRICO

El modelo teórico GEM, representado en la figura 0.1, se establece a partir del contexto institucional de cada país o región y de los efectos que tiene en el emprendimiento y en su desarrollo económico. Conforme a este modelo, las instituciones, las infraestructuras, la estabilidad económica, la salud y la educación primaria, son variables que afectan al emprendimiento, pero son también requerimientos básicos, por lo que junto con los promotores de la eficiencia definidos en la figura 0.1 son factores que repercuten en el proceso emprendedor y, son por lo tanto, objeto de estudio.

El entorno influye asimismo en el proceso emprendedor. Por ello se han acotado nueve condiciones del entorno que influyen en las decisiones de los individuos para promover iniciativas emprendedoras, así como en su perfil. La figura 0.1 también recoge la importancia de la actividad emprendedora de los empleados, o aquellas personas que desarrollan o lideran actividades de negocio para sus empleadores. Este tipo de emprendimiento fue objeto de un estudio específico en 2011, tanto a nivel internacional como en Galicia.

FIGURA 0.1. CONTEXTO INSTITUCIONAL Y RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO



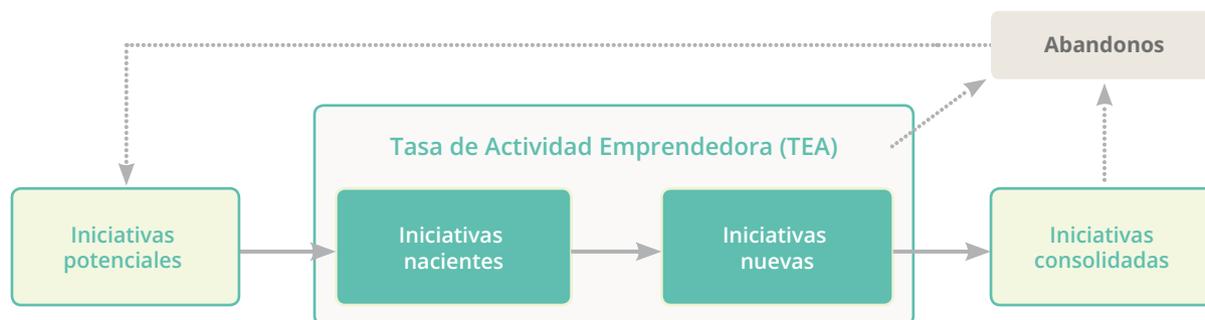
## LAS FASES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

GEM mide la actividad emprendedora, que va mucho más allá del registro anual de empresas, diferenciando entre actividades que se están poniendo en marcha, que pueden o no estar registradas y que no llevan operando más de tres meses en el mercado, y actividades en fase de consolidación, de hasta tres años y medio de vida, considerando todos los sectores y el autoempleo. Por consiguiente, los resultados facilitados por GEM se refieren a nuevas iniciativas registradas o no al cierre de la edición y también a actividades registradas en años anteriores, ya que su definición de la actividad emprendedora abarca un período de hasta 42 meses.

Así, el proyecto GEM considera que el emprendimiento es un proceso con diferentes fases, que van desde la intención de poner en marcha una inicia-

tiva emprendedora a la consolidación de empresas ya establecidas o al abandono de negocios. La figura 0.2 representa este proceso, si bien, dado que el contexto y los condicionantes que afectan al emprendimiento en las diferentes economías son muy diversos y complejos, no se puede concluir que una fase conduzca necesariamente a la siguiente (por ejemplo, en una economía determinada puede haber un enorme número de emprendedores potenciales, pero ello no siempre se corresponde con una elevada tasa de actividad empresarial). En este sentido, no hay que interpretar las flechas de la figura como conexiones determinantes entre las diferentes etapas o fases, sino que sugieren la naturaleza de las relaciones entre ellas, cuya definición y estructura resulta especialmente útil para la evaluación del estado del emprendimiento.

FIGURA 0.2. EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LOS TÉRMINOS OPERATIVOS GEM



Siguiendo este esquema teórico y lineal, el proceso se inicia con **iniciativas potenciales**, es decir, iniciativas de personas que se consideran con las capacidades necesarias para poner en marcha un negocio, que perciben una oportunidad en el mercado y con menor miedo a fracasar.

La siguiente fase corresponde a **las iniciativas nacientes**, aquellas con menos de tres meses de actividad. Es conveniente poner de manifiesto que dados los retos que

se deben superar en la puesta en marcha, no todas las iniciativas alcanzan la siguiente etapa.

**Las iniciativas nuevas** son aquellas que superan esa fase inicial pero que todavía no han llegado a los tres años y medio de actividad.

La suma de las iniciativas nacientes y nuevas representa la actividad emprendedora incipiente o TEA (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity*), indicador que constituye

una de las aportaciones más ampliamente conocidas del Proyecto GEM.

**Las iniciativas consolidadas** son aquellas que superan los tres años y medio de actividad. Es muy importante analizar el comportamiento de los emprendedores que lideran este tipo de iniciativas, así como el de aquellos

## LA TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (TEA)

Uno de los propósitos fundamentales de GEM es proporcionar indicadores fiables sobre la actividad emprendedora que permitan llevar a cabo comparaciones significativas, tanto internamente como entre las distintas economías, a través del tiempo. Por esta razón, todos los países y regiones participantes siguen una metodología e instrumentos de investigación armonizados.

La primera unidad de medida del emprendimiento que utiliza GEM es el índice TEA o índice de actividad emprendedora incipiente total (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity Index*), que se corresponde con el nivel de actividad emprendedora de una economía, equivalente a la incidencia de las iniciativas nacientes y de las nuevas

que han abandonado su actividad, pues representan un factor clave para otros emprendedores (por ejemplo, aportándoles financiación, asesoramiento u otro tipo de apoyo). Además, pueden volver a convertirse en emprendedores que ponen en marcha nuevas iniciativas o fomentar una actitud emprendedora como empleados.

medida en porcentaje respecto a la población de 18 a 64 años.

No obstante, GEM analiza multitud de variables que miden, entre otras cuestiones, las características de los diferentes tipos de iniciativas emprendedoras, los emprendedores “tipo” o las motivaciones para el emprendimiento. Así, las personas que inician negocios en respuesta a la falta de otras opciones para obtener ingresos se consideran emprendedores por necesidad, mientras que los que comienzan un negocio con la intención de explotar una oportunidad se identifican como emprendedores por oportunidad. Este último grupo incluye a personas que aspiran a mantener o mejorar sus ingresos, así como a incrementar su independencia.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

GEM recopila los datos en ciclos anuales, mayoritariamente a través de dos fuentes de información propias:

→ **Encuesta a población adulta** (*Adult Population Survey o APS*). En todas las naciones y regiones participantes se lleva a cabo una encuesta de forma aleatoria entre su población que en Galicia comprende 2.000 individuos como mínimo. Su realización es simultánea en todo el mundo (generalmente entre abril y julio), utilizando un mismo cuestionario formulado por el Consorcio GEM. La APS se lleva a cabo por un proveedor independiente, elegido sobre la base de su oferta

investigadora. Los datos originales se envían directamente al equipo de investigación GEM mundial para su supervisión y realización de cálculos uniformes antes de hacerlos accesibles a los equipos nacionales y regionales participantes.

→ **Entrevistas a expertos** (*National Experts Survey o NES*). Esta encuesta proporciona información sobre el entorno para la creación de empresas en cada economía, sobre la base de nueve condiciones marco: financiación, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructuras comerciales, apertura del

mercado interno, infraestructura física y normas sociales y culturales. Al menos deben entrevistarse a treinta y seis personas (cuatro por condición de entorno), de las cuales el 25% deben ser empresarios y el 50% profesionales. En su selección también deben tenerse en cuenta factores como la distribución geográfica, el género, la pertenencia al sector público o el nivel de experiencia.

Además de las fuentes específicas del proyecto, GEM utiliza **fuentes secundarias** como datos procedentes

de organismos internacionales, como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional o las Naciones Unidas, y nacionales, como el Instituto Nacional de Estadística para el caso español. Estos datos se usan para añadir información de contexto, así como para explicar las relaciones entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico.

En las tablas 0.1 y 0.2 se incluyen la ficha técnica de la investigación en Galicia y su distribución territorial y por sexo para esta edición respectivamente.

**TABLA 0.1. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA EN GALICIA**

FICHA TÉCNICA GEM GALICIA 2014	
Universo	Población residente en Galicia de 18 a 64 años
Población objetivo	1.712.147 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%)
Periodo de realización de la encuesta	Junio-Julio de 2014
Grabación y creación de bases de datos	Instituto Opinómetro

**TABLA 0.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS ENTREVISTAS A POBLACIÓN POR SEXO Y PROVINCIA**

PROVINCIA	SEXO		TOTAL
	HOMBRE	MUJER	
A Coruña	406	414	820
Lugo	127	125	252
Ourense	120	120	240
Pontevedra	343	345	688
Total	996	1.004	2.000

### 0.3. BALANCED SCORECARD O CUADRO SINTÉTICO DE INDICADORES GEM GALICIA 2014

A continuación se presenta un cuadro resumen de los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Galicia 2014, en comparación con los resultados

de 2013. Ello permite tener una visión de conjunto de los principales resultados y su evolución respecto a la edición precedente.

BALANCED SCORECARD GEM GALICIA 2013-2014			
Concepto: TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en Galicia	2013	2014	Evolución
TEA total	4,11	3,92	↓
TEA femenino (sobre total de población femenina de 18-64 años)	3,42	3,68	↑
TEA masculino (sobre total de población masculina de 18-64 años)	4,80	4,17	↓
Concepto: Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2014	Evolución
% TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	29,06	37,07	↑
% TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	69,68	57,85	↓
% TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	1,25	5,08	↑
% TEA sector extractivo	7,51	9,33	↑
% TEA sector transformador	14,84	19,73	↑
% TEA sector servicios a empresas	21,10	22,08	↑
% TEA sector orientado al consumo	56,55	48,86	↓
% TEA sin empleados	70,56	51,80	↓
% TEA con 1-5 empleados	27,52	45,84	↑
% TEA con 5-20 empleados	0,00	0,00	-
% TEA con más de 20 empleados	1,92	2,36	↑
% TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	12,30	10,34	↓
% TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	13,33	11,12	↓
% TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	8,52	4,00	↓
% TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media y alta	9,82	6,17	↓
% TEA iniciativas que exportan en algún grado	21,73	28,57	↑
% TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	2,42	1,27	↓
Concepto: Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2013	2014	Evolución
% Percepción de oportunidades para la creación de empresas	21,78	26,44	↑
% Posesión de habilidades/conocimientos para emprender	87,87	87,38	↓
% Temor al fracaso	32,64	35,94	↑
% Intención de emprender en los próximos tres años	7,11	5,53	↓
% Abandono de actividad	1,21	1,85	↑
% Inversión informal	3,05	5,27	↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013



**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]

# RESUMEN EJECUTIVO

## ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

El índice de actividad emprendedora (TEA) ha experimentado un ligero descenso frente al año 2013, pasando de un valor de 4,11 a 3,92 en 2014. Ello es consecuencia de la reducción experimentada de aproximadamente un 20% en las iniciativas nuevas (3 a 42 meses de actividad). Por el contrario, en las primeras fases del proceso emprendedor (iniciativas nacientes) se observa un ligero aumento del TEA que pasa del 1,96 al 2,15. Esto permitiría

augmentar las iniciativas en 2015, siempre y cuando los emprendedores se decidan finalmente a ponerlas en marcha.

El factor que más peso tiene en la motivación para emprender continúa siendo el aprovechamiento de una oportunidad de negocio (57,85%), si bien este año aumenta el número de emprendedores cuyo principal motivo es la necesidad (37,07%).

## LA INFLUENCIA DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

La percepción de oportunidades para crear una empresa en Galicia, pasa del 12,41% en 2013 al 20,32% en 2014, manteniendo la tendencia de los últimos años.

El nivel de confianza por parte de los emprendedores de Galicia en sus habilidades y conocimientos, también mejora, pese a que continúa por debajo de la media española.

En cuanto a los aspectos diferenciales en la intención emprendedora, se observa que el miedo al fracaso es menor entre los emprendedores que en el resto de la población y que los emprendedores declaran una mayor percepción de oportunidades, un mayor conocimiento y habilidades para la creación de empresas y mayores redes de contactos.

En lo que respecta a la valoración del entorno por parte de los expertos, ésta es pesimista. En particular, 10 de los 12 factores analizados han reducido su puntuación media con respecto al año anterior. Los expertos consideran que el obstáculo principal al emprendimiento gallego es el apoyo financiero (51,35% de los encuestados), seguido por las cuestiones relacionadas con las políticas gubernamentales (18,92%), tales como la burocracia, las tasas e impuestos, las regulaciones gubernamentales y las medidas de apoyo a la creación de empresas, entre otras. En consonancia con los resultados, la principal recomendación dada por los expertos se centra en mejorar e incrementar el acceso a la financiación, así como la implantación de políticas educativas y de formación que promuevan la actividad emprendedora desde edades muy tempranas.

## PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

Uno de los aspectos más destacables del perfil socioeconómico del emprendedor es el incremento en la participación de la mujer en todas las fases del proceso, especialmente en la potencial y naciente donde se incrementan 12,22 y 15,05 puntos porcentuales, respectivamente.

En términos generales, el perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia en 2014 presenta características similares a las recogidas en ediciones pasadas con algún matiz. La edad media aumenta ligeramente hasta los 39 años y la formación universitaria deja de ser mayoritaria en todas las fases del proceso

emprendedor y son las personas con estudios obligatorios las que prevalecen.

En relación a la formación específica para emprender, disminuye el número de emprendedores que afirman tenerla, rompiéndose la tendencia alcista de ediciones pasadas.

El nivel de renta del emprendedor en Galicia es inferior a los 20.000 euros aunque se produce un incremento significativo en el número de emprendedores potenciales con rentas inferiores a los 10.000 euros.

## CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Durante el año 2014, el sector de actividad predominante en todas las fases del proceso emprendedor en Galicia continúa siendo el de los servicios orientados al consumo. Estos resultados siguen reflejando la dificultad de ubicarse en sectores que demandan un mayor volumen de inversión como los sectores transformador y extractivo, e inevitablemente orientan a las iniciativas empresariales al sector servicios, con mayor competencia y menor nivel de innovación.

La mayoría de las iniciativas emprendedoras se siguen configurando como microempresas sin empleados y con un solo propietario. Sin embargo, se observa un aumento en el número de propietarios en las iniciativas nacientes, si bien sigue siendo inferior, en todas las fases del proceso emprendedor, a los valores reflejados para España. También se aprecia una mayor capacidad de creación de empleo en las iniciativas consolidadas respecto a años anteriores.

En lo que se refiere a la previsión sobre la creación de empleo, en torno a un 40% de las iniciativas inci-

La prevalencia de iniciativas emprendedoras puestas en marcha en 2014 en el entorno urbano es una realidad que se ha ido consolidando en Galicia durante los últimos años. Además, la mayoría de los emprendedores están en activo y dedicados a tiempo completo a la actividad emprendedora.

En relación al tamaño del hogar, la media se sitúa entre 3 y 4 miembros y la participación de inversores informales continúa la tendencia a la baja reflejada en anteriores ediciones.

pientes y un 21% de las iniciativas consolidadas estiman que incrementarán su plantilla en los próximos 5 años.

La calificación de las iniciativas emprendedoras como más o menos innovadoras y/o tecnológicas y el uso de la tecnología en las mismas ofrece un panorama poco alentador en Galicia. La mayoría de las iniciativas se califican claramente como no innovadoras, sin presencia en el sector tecnológico ni utilización de tecnologías nuevas o recientes.

En esta edición se percibe un menor nivel de competencia en el mercado que en años anteriores en las primeras etapas del proceso emprendedor, que contrasta con una mayor percepción de presión competitiva por parte de las iniciativas consolidadas. Por otro lado, la previsión de expansión en el mercado continúa la evolución descendente iniciada durante el año 2011, a pesar de una mayor orientación hacia la internacionalización de las iniciativas nacientes respecto a ediciones anteriores.

## EL PROCESO EMPRENDEDOR DE LA MUJER

El TEA femenino en Galicia en el año 2014 se sitúa en 3,68 y aumenta en 0,26 puntos respecto al año 2013.

La mejor evolución de la actividad emprendedora de la mujer en Galicia ha permitido que disminuya el diferencial existente entre el TEA masculino y femenino, situándose en la menor diferencia (0,5 puntos) desde el año 2005, si bien el TEA masculino (4,17) sigue siendo superior al femenino (3,68) y emplazando a Galicia como la sexta comunidad autónoma con menor diferencial. En la fase de emprendedores potenciales las mujeres pasan a superar a los empre-

dedores varones (5,86 frente a 5,2) y en las fases de iniciativas nuevas y cese efectivo las diferencias entre sexos es mínima.

Si analizamos las iniciativas nacientes, promovidas por mujeres en Galicia se sitúan en el 1,92, mejorando considerablemente, aunque estas siguen estando por detrás de las desarrolladas por hombres.

Finalmente, empeora el porcentaje de iniciativas consolidadas por las emprendedoras gallegas (8,19), si bien este dato es muy superior al que se observa para la media española (6,04).

## EDUCACIÓN SUPERIOR Y EMPRENDIMIENTO

La distancia entre emprendedores potenciales universitarios y no universitarios aumenta, (6,42 frente al 3,5). El tramo de edad más frecuente para emprender por los universitarios sigue siendo entre los 35 y los 44 años, si bien entre no universitarios la diferencia con el tramo de los más jóvenes (25 a 34 años) es insignificante (menos de un punto) mientras que entre universitarios es de 15 puntos.

No existen diferencias en lo que al nivel de estudios de los emprendedores se refiere a la hora de poseer formación específica para emprender: Tanto en el caso de los universitarios como de los no universitarios, cae a 20 puntos el porcentaje de los que manifiestan poseer dicha formación específica. El nivel de renta medio entre no universitarios se sitúa de forma predominante en el tramo más bajo (el 65,22% de los que responden a esta cuestión reportan ingresos inferiores a los 20.000 euros anuales) mientras que entre universitarios el 77% se reparten prácticamente a partes iguales entre ese tramo y el siguiente (entre 20.000 y 30.000 euros).

Predominan claramente las iniciativas desarrolladas en sectores de bajo nivel tecnológico, espe-

cialmente entre no universitarios (98,39% frente al 79,95% entre universitarios), y ambos grupos de emprendedores perciben en porcentaje similar (en torno al 55%) un alto nivel de competencia en su mercado.

En 2014 ha habido un retroceso en cuanto a la influencia de la formación superior en la percepción de oportunidades para emprender y otros factores psicológicos. Cae el porcentaje de emprendedores universitarios que afirma percibir oportunidades para emprender, mientras que crece entre los no universitarios. Aumenta significativamente (16 puntos respecto a 2013) el porcentaje de universitarios que manifiesta tener temor ante el fracaso, mientras que desciende, aunque ligeramente (dos puntos) entre los emprendedores no titulados.

La percepción de los emprendedores sobre sus habilidades y conocimientos para emprender, es similar con independencia del nivel de estudios. Si bien en 2013 no existían prácticamente inversores informales, en 2014 aparece un pequeño porcentaje (5,15%) de emprendedores universitarios que muestran disposición a invertir su dinero en nuevos proyectos.

# RESUMO EXECUTIVO

## ACTIVIDADE EMPREENDEDORA E DINÁMICA EMPRESARIAL

O índice de actividade emprendedora (TEA) experimentou un lixeiro descenso fronte ao ano 2013, pasando dun valor de 4,11 a 3,92 en 2014. Iso é consecuencia da redución experimentada de aproximadamente un 20% nas iniciativas novas (de 3 a 42 meses de actividade). Pola contra, nas primeiras fases do proceso emprendedor (iniciativas nacentes) obsérvase un lixeiro aumento do TEA que pasa do 1,96 ao 2,15. Isto permitiría aumentar as iniciativas

en 2015, a condición de que os emprendedores se decidan finalmente a poñelas en marcha.

O factor que máis peso ten na motivación para emprender continúa a ser o aproveitamento dunha oportunidade de negocio (57,85%), aínda que este ano aumenta o número de emprendedores cuxo principal motivo é a necesidade (37,07%).

## A INFLUENCIA DO CONTORNO PARA EMPRENDER

A percepción de oportunidades para crear unha empresa en Galicia, pasa do 12,41% en 2013 ao 20,32% en 2014, mantendo a tendencia dos últimos anos.

O nivel de confianza por parte dos emprendedores galegos nas súas habilidades e coñecementos tamén mellora, malia que continúa por baixo da media española.

En canto aos aspectos diferenciais na intención emprendedora, obsérvase que o medo ao fracaso é menor entre os emprendedores que no resto da poboación e que os emprendedores declaran unha maior percepción de oportunidades, un maior coñecemento e habilidades para a creación de empresas e maiores redes de contactos.

No tocante á valoración do contorno por parte dos expertos esta é pesimista. En particular, 10 dos 12 factores analizados reduciron a súa puntuación media con respecto ao ano anterior. Os expertos consideran que o obstáculo principal ao emprendemento galego é o apoio financeiro (51,35% dos consultados), seguido polas cuestións relacionadas coas políticas gobernamentais (18,92%) tales como a burocracia, as taxas e os impostos, as regulacións gobernamentais e as medidas de apoio á creación de empresas, entre outras. En consonancia cos resultados, a principal recomendación dada polos expertos céntrase en mellorar e incrementar o acceso ao financiamento, así como a implantación de políticas educativas e de formación que promovan a actividade emprendedora desde idades moi temperás.

## PERFIL SOCIOECONÓMICO DO EMPREENDEDOR

Un dos aspectos máis salientables do perfil socioeconómico do emprendedor é o incremento na participación da muller en todas as fases do proceso, especialmente na potencial e nacente onde se incrementa 12,22 e 15,05 puntos porcentuais respectivamente.

En termos xerais, o perfil socioeconómico do emprendedor en Galicia en 2014 presenta características similares ás recollidas en edicións pasadas con algún matiz. A idade media aumenta lixeiramente ata os 39 anos, a formación universitaria deixa de ser maioritaria en todas as fases do proceso emprendedor e son as persoas con estudos obrigatorios as que prevalecen. No que concirne á formación específica para emprender, diminúe o número de emprendedores que afirman tela, rompéndose a tendencia á alza de edicións pasadas.

## CARACTERÍSTICAS DAS ACTIVIDADES DO PROCESO EMPREENDEDOR

Durante o ano 2014 o sector de actividade predominante en todas as fases do proceso emprendedor en Galicia continúa a ser o dos servizos orientados ao consumo. Estes resultados seguen a reflectir a dificultade de situarse en sectores que demandan un maior volume de investimento como os sectores transformador e extractivo, e inevitablemente orientan as iniciativas empresariais ao sector servizos, con maior competencia e menor nivel de innovación.

A maioría das iniciativas emprendedoras séguense a configurar como microempresas sen empregados e cun só propietario. Con todo, obsérvase un aumento do número de propietarios nas iniciativas nacentes aínda que segue a ser inferior, en todas as fases do proceso emprendedor, aos valores reflectidos para España. Tamén se aprecia unha maior capacidade de creación de emprego nas iniciativas consolidadas que nos anos anteriores.

No que se refire á previsión sobre a creación de emprego, ao redor dun 40% das iniciativas incipientes e

O nivel de renda do emprendedor en Galicia é inferior aos 20.000 euros aínda que se produce un incremento significativo no número de emprendedores potenciais con rendas inferiores aos 10.000 euros.

A prevalencia de iniciativas emprendedoras postas en marcha en 2014 no ámbito urbano é unha realidade que se foi consolidando en Galicia durante os últimos anos. Ademais, a maioría dos emprendedores galegos están en activo e dedicados a tempo completo á actividade emprendedora.

En relación co tamaño do fogar a media sitúase entre tres e catro membros e a participación de investidores informais continúa cunha tendencia á baixa reflectida en anteriores edicións.

un 21% das iniciativas consolidadas consideran que incrementarán o seu cadro de persoal nos próximos cinco anos.

A cualificación das iniciativas emprendedoras como máis ou menos innovadoras e/ou tecnolóxicas e o uso da tecnoloxía nestas ofrece un panorama pouco alentador en Galicia. A maioría das iniciativas cualifícanse claramente como non innovadoras, sen presenza no sector tecnolóxico nin utilización de tecnoloxías novas ou recentes.

Nesta edición percíbese un menor nivel de competencia no mercado que en anos anteriores nas primeiras etapas do proceso emprendedor, que contrasta cunha maior percepción de presión competitiva por parte das iniciativas consolidadas. Por outra parte, a previsión de expansión no mercado continúa a evolución descendente iniciada durante o ano 2011, a pesar dunha maior orientación cara á internacionalización das iniciativas nacentes no tocante ás edicións anteriores.

## O PROCESO EMPREENDEDOR DA MULLER

O TEA feminino en Galicia no ano 2014 sitúase en 3,68 e aumenta en 0,26 puntos respecto do ano 2013. A mellor evolución da actividade emprendedora da muller en Galicia permitiu que diminúa o diferencial existente entre o TEA masculino e feminino, situándose na menor diferenza (0,5 puntos) desde o ano 2005, aínda que o TEA masculino (4,17) segue a ser superior ao feminino (3,68) e sitúa a Galicia como a sexta comunidade autónoma con menor diferencial. Na fase de emprendedores potenciais as mulleres pasan a superar os emprendedores homes (5,86

fronte a 5,2) e nas fases de iniciativas novas e no cesamento efectivo as diferenzas entre sexos é mínima. Se analizamos as iniciativas nacentes promovidas por mulleres en Galicia sitúanse no 1,92, mellorando considerablemente, aínda que estas seguen a estar por detrás das desenvolvidas por homes.

Finalmente, empeora a porcentaxe de iniciativas consolidadas polas emprendedoras galegas (8,19), aínda que este dato é moi superior ao que se observa para a media española (6,04).

## EDUCACIÓN SUPERIOR E EMPRENDIMENTO

A distancia entre emprendedores potenciais universitarios e non universitarios aumenta (6,42% fronte ao 3,5%). O tramo de idade dos universitarios máis frecuente para emprender segue a ser entre os 35 e os 44 anos, aínda que entre os non universitarios a diferenza co tramo dos máis novos (25 a 34 anos) é insignificante (menos dun punto) mentres que entre universitarios é de 15 puntos.

Non existen diferenzas no que ao nivel de estudos dos emprendedores se refire á hora de posuír formación específica para emprender: tanto no caso dos universitarios como dos non universitarios cae 20 puntos a porcentaxe dos que manifestan posuír a dita formación específica. O nivel de renda medio entre non universitarios sitúase de forma predominante no tramo máis baixo (o 65,22% dos que responden a esta cuestión producen ingresos inferiores aos 20.000 euros anuais) mentres que entre universitarios o 77% repártense practicamente a partes iguais entre ese tramo e o seguinte (entre 20.000 e 30.000 euros).

Predominan claramente as iniciativas desenvolvidas en sectores de baixo nivel tecnolóxico, especialmen-

te entre non universitarios (98,39% fronte ao 79,95% entre universitarios), e ambos os grupos de emprendedores perciben en porcentaxe similar (ao redor do 55%) un alto nivel de competencia no seu mercado.

En 2014 houbo un retroceso canto á influencia da formación superior na percepción de oportunidades para emprender e outros factores psicolóxicos. Cae a porcentaxe de emprendedores universitarios que afirma percibir oportunidades para emprender, mentres que crece entre os non universitarios. Aumenta de xeito significativo (16 puntos respecto de 2013) a porcentaxe de universitarios que manifesta ter temor ante o fracaso, mentres que descende, aínda que lixeiramente (dous puntos), entre emprendedores non titulados.

A percepción dos emprendedores sobre as súas habilidades e coñecementos para emprender, é similar con independencia do nivel de estudos. Aínda que en 2013 non existían practicamente investidores informais, en 2014 aparece unha pequena porcentaxe (5,15%) de emprendedores universitarios que mostran disposición a investir o seu diñeiro en novos proxectos.

# EXECUTIVE SUMMARY

## ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS DYNAMICS

The rate of entrepreneurial activity (TEA) has undergone a slight decrease compared to 2013, going from a value of 4.11 to 3.92 in 2014. This is the result of an approximately 20% reduction in new initiatives (active for 3-42 months). On the other hand, there has been a slight increase in early-stage initiatives which have gone from a TEA of 1.96 to 2.15. This indicator suggests an increased number of initiatives

in 2015, provided that entrepreneurs finally decide to launch.

The motivational factor weighing the most when it comes to launching initiatives continues to be taking advantage of a business opportunity (57.85%), although there has been an increase this year in the number of entrepreneurs whose main motive was necessity (37.07%).

## THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ENVIRONMENT

The perception of opportunities for entrepreneurship in Galicia has gone from 12.41% in 2013 to 20.32% in 2014, thus, continuing the trend in recent years.

The level of confidence on the part of the Galician entrepreneurs regarding their skills and knowledge has also improved, although it is still below the Spanish average.

As for the differential aspects of entrepreneurial intentions, it appears that fear of failure is lower among entrepreneurs than the rest of the population and that entrepreneurs express a greater perception of opportunities, greater knowledge and skills for company creation and greater personal contact networks.

The experts' assessment of the business environmental is pessimistic. Specifically, 10 out of the 12 factors analyzed scored lower on average than the previous year. The experts believe that the main obstacle to entrepreneurship in Galician is the lack of financial support (51.35% of respondents), followed by government policy issues (18.92%) such as bureaucracy, taxes and fees, government regulations and support programs for business creation. In line with these findings, the recommendations made by the experts centered on improving access to finance and implementing education and training policies to promote entrepreneurship from an early age.

## SOCIOECONOMIC PROFILE OF ENTREPRENEURS

One of the aspects that most stands out regarding the socioeconomic profile of entrepreneurs is the increased participation by women at all stages of the entrepreneurial process, especially at the potential and nascent stages, which saw increases of 12.22% and 15.05%, respectively.

In general, the socioeconomic profile of entrepreneurs in Galicia in 2014 was similar in certain characteristics to previous editions.

Average age has gone up slightly to 39 years, while university-educated entrepreneurs are no longer in the majority at all stages of the entrepreneurial process, ceding the position to those with compulsory education.

With respect to specific entrepreneurial training, the number of entrepreneurs claiming to have it has

gone down, thus, breaking the upward trend of previous editions.

The income level of entrepreneurs in Galicia is less than 20,000 euros, but there has been a significant increase in the number of potential entrepreneurs with an income below 10,000 euros.

The prevalence of entrepreneurial initiatives launched in urban areas in 2014 is in line with the established trend in Galicia in recent years. In addition, most Galician entrepreneurs are actively employed and dedicate full-time to their entrepreneurial activity.

In relation to household size, the average is between 3 and 4 members and the involvement of casual investors continues the downward trend seen in previous editions.

## SECTORIAL CHARACTERISTICS OF THE ENTREPRENEURIAL PROCESS

During the year 2014, the predominant sector at all stages of the entrepreneurial process in Galicia continued to be consumer-oriented services. This findings continues to reflect the difficulty of operating in sectors that demand a greater volume of investment, such as the processing and extraction sectors. Inevitably, business initiatives are drawn into the service sector, which has more competition and lower levels of innovation.

During 2014 most entrepreneurial initiatives were still constituted as micro-enterprises without employees and with a single owner. However, an increase has been observed in the number of owners in nascent initiatives, although levels are still lower than the Spanish average at all stages of the entrepreneurial process. Established initiatives present a greater capacity for job creation than in previous years.

Regarding expectation for job creation, around 40% of early-stage initiatives and 21% of established initiatives expect to increase their workforce in the next five years.

The outlook in Galicia is bleak insofar as entrepreneurial initiatives described as innovative and/or technology-based and also in terms of technology utilization. Most initiatives clearly qualify as non-innovative, without a presence in the technology sector or use of new technologies.

In this edition, a lower level of competition is perceived in the early stages of the entrepreneurial process than in previous years, while established initiatives perceive greater competitive pressure. Plans for market expansion continue the downward trend started in 2011, despite the greater international orientation of nascent initiatives as compared to previous editions.

## THE ENTREPRENEURIAL PROCESS AMONG WOMEN

The female TEA in Galicia in 2014 was 3.68, which represents a 0.26 percent increase over 2013.

The better entrepreneurial activity performance of women in Galicia has brought down the TEA gender differential, which has reached the its lowest (0.50 points) since 2005. Although the male TEA (4.17) is still higher than the female TEA (3.68), Galicia has the sixth lowest differential among Autonomous Communities. Women surpass men at the potential entrepreneur stage (5.86 vs. 5.20), and there is only a

minimal gender difference in the new initiatives and cessation stages.

The rate of nascent initiatives promoted by women in Galicia stood at 1.92, which represents a considerable improvement, although it still lags behind the rate promoted by men.

Finally, the percentage of established initiatives by Galician women (8.19) has worsened, although the figure is much higher than the Spanish average (6.04).

## HIGHER EDUCATION AND ENTREPRENEURSHIP

The distance has increased between potential entrepreneurs with university education and those without (6.42% vs. 3.50%). The most frequent age range for university-educated entrepreneurs continues to be 35 - 44 years. As for non-university entrepreneurs, there is only a negligible difference of less than one point with the youngest age range (25-34 years), while for university graduates there is a 15-point difference.

There are no differences in terms of education level when it comes to specific entrepreneurial training. Both in the case of university-educated and non-university entrepreneurs there is a 20-point drop in the percentage of those claiming to have specific entrepreneurial training. The average income level among non-university entrepreneurs is predominantly situated in the lowest range (65.22% of respondents to this question reported earning less than 20,000 euros per year) while 77% of university-educated entrepreneurs are almost evenly divided between that income range and the next (20,000 to 30,000 euros).

There is a clear predominance of initiatives in low-tech sectors, especially among non-university entre-

preneurs (98.39% vs. 79.95% for those with university education). A similar percentage (about 55%) of both these groups perceive a high degree of competition in their market.

In 2014 there has been a drop in terms of the influence of higher education on the perception of new business opportunities and other psychological factors. The percentage of entrepreneurs who perceive new business opportunities has fallen among university-educated entrepreneurs, while it has grown among non-university entrepreneurs. There has been a significant increase (16 points over 2013) in the percentage of university-educated entrepreneurs who say they have a fear of failure, while there has been a slight decrease (two points) among entrepreneurs without university education.

The perception of entrepreneurs regarding their skills and knowledge of business creation is similar regardless of educational level. While in 2013 there were virtually no casual investors, in 2014 there has been a small percentage (5.15%) of entrepreneurs with university education who show a willingness to invest their money in new projects.



# INFORME EJECUTIVO GALICIA [2014]

# ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

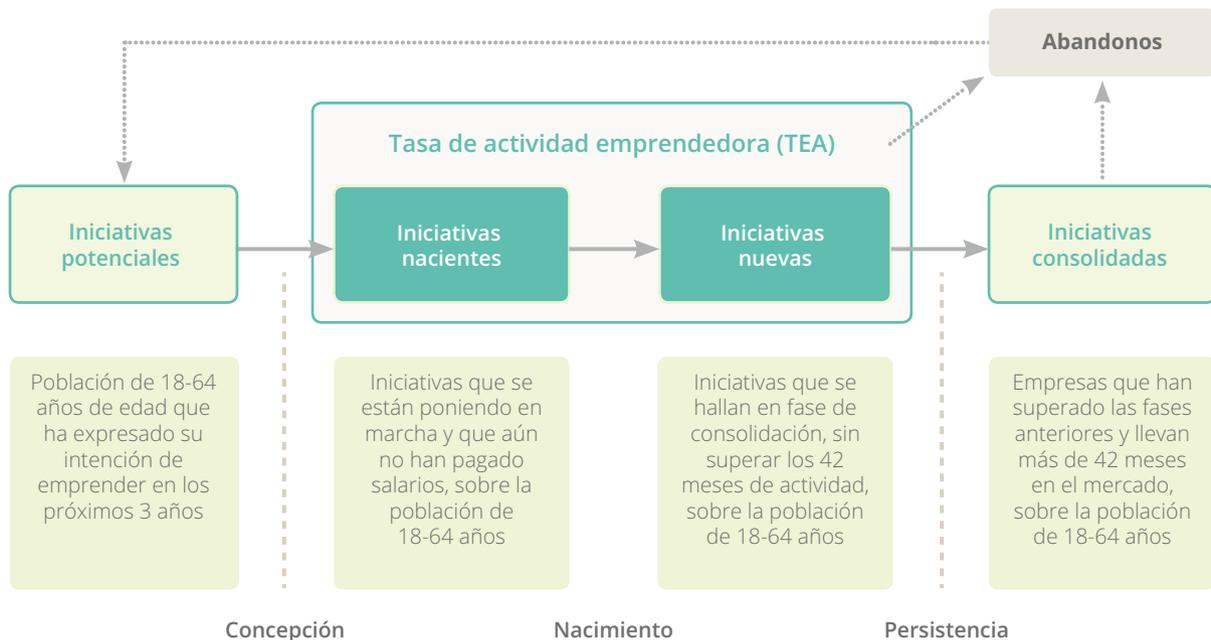
## 1.1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo aborda el análisis de los principales indicadores que cuantifican la actividad emprendedora en Galicia. Los resultados se muestran desde una perspectiva dinámica, analizando su evolución y comparán-

dolos con las demás regiones y países participantes en el proyecto GEM. La figura 1.1 muestra las diferentes etapas o fases por las que pasan las iniciativas emprendedoras atendiendo al modelo de estudio GEM.

*El Proyecto GEM considera como emprendedor activo a toda persona entre 18 y 64 años que se encuentra en un proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del que va a poseer parte o la totalidad, y/o que es propietario o gerente de un negocio o empresa joven, tenga personas empleadas o no.*

FIGURA 1.1. TIPOLOGÍA DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA METODOLOGÍA GEM



### Etapas del proceso emprendedor

#### Concepción

Es la primera etapa del proceso emprendedor y representa el paso de la intención emprendedora (emprendimiento potencial) a la acción, esto es a las iniciativas nacientes.

#### Nacimiento

Es la etapa que va desde la puesta en marcha efectiva hasta la consolidación y permite calcular el indicador TEA, y comprende, por lo tanto, las iniciativas nacientes (de hasta tres meses de actividad) y las iniciativas nuevas (de entre 3 y 42 meses).

#### Persistencia

Es la última etapa del proceso emprendedor y engloba aquellas iniciativas que tienen más de 42 meses de actividad. En esta fase podemos analizar la persistencia de los negocios, así como el cierre de los mismos y sus causas.

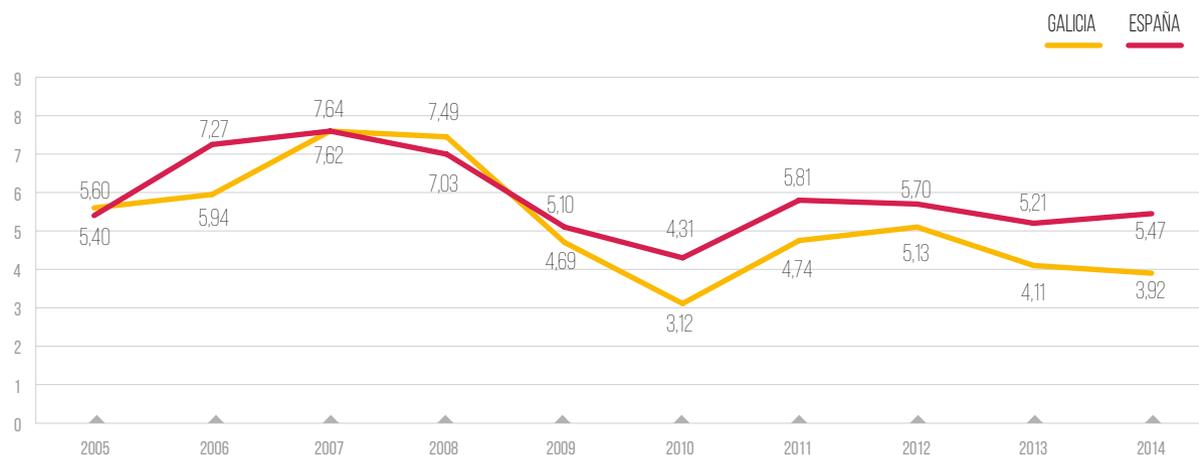
## 1.2. TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (TEA): EVOLUCIÓN TEMPORAL

El TEA comprende la etapa de nacimiento de las iniciativas emprendedoras, distinguiendo entre las iniciativas nacientes, con menos de tres meses de actividad, y las

iniciativas nuevas, entre 3 y 42 meses. El TEA en 2014 se sitúa en el 3,92%, y mantiene una ligera tendencia decreciente, ya observada en el año 2013 (figura 1.2).

*En 2014 el índice TEA experimenta un descenso frente al año anterior y se sitúa en el 3,92%.*

FIGURA 1.2. EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE TEA (%), 2005-2014



Si analizamos más en detalle este dato tal y como aparece desglosado en la tabla 1.1 observamos que es consecuencia de la reducción experimentada en las iniciativas nuevas en el último año, cer-

cana a un 20%, pasando del 2,15% al 1,78%. Por el contrario, las iniciativas nacientes experimentan un ligero incremento del TEA que pasa del 1,96% al 2,15%.

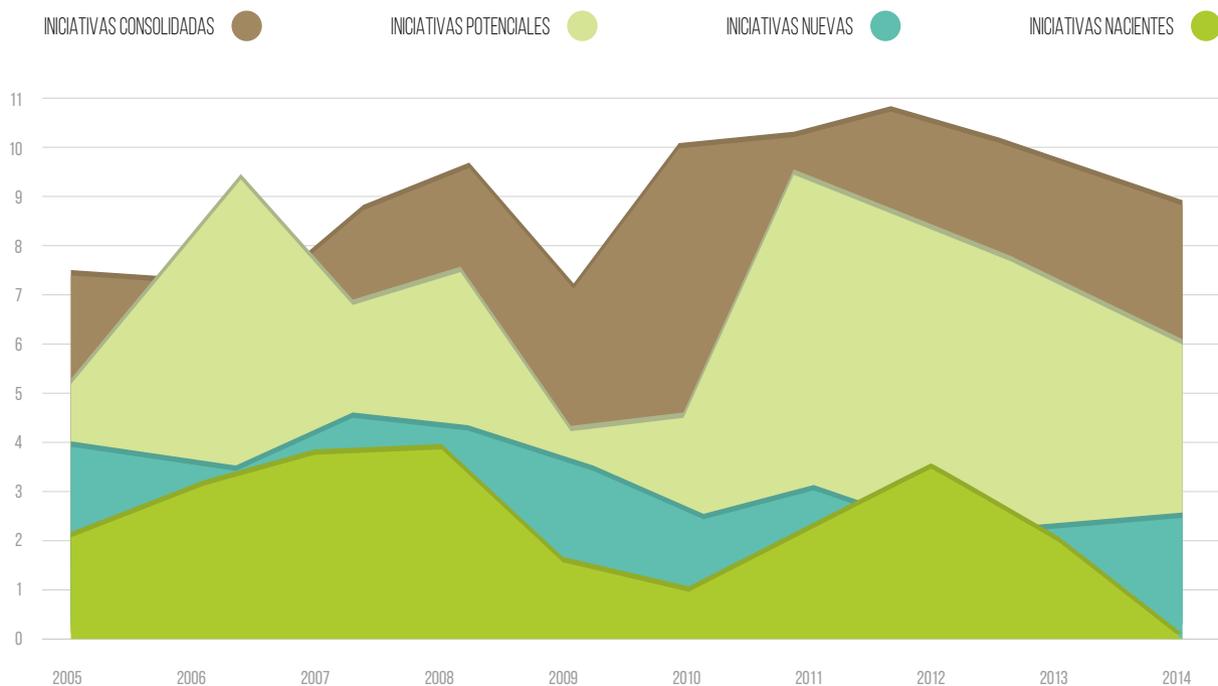
**TABLA 1.1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA INCIPIENTE TOTAL O TEA (2013-2014)**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA INCIPIENTE TOTAL O TEA (2013-2014)	2013		2014	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas nacientes	33.979	1,96	36.775	2,15
Iniciativas nuevas	37.169	2,15	30.393	1,78
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA	71.148	4,11	67.168	3,92

La evolución de las iniciativas emprendedoras de forma acumulativa a lo largo de todo el proceso se resume de forma gráfica en la figura 1.3. Los descensos más impor-

tantes se producen entre las empresas consolidadas y las potenciales. El único leve incremento en la actividad emprendedora se experimenta en las iniciativas nacientes.

**FIGURA 1.3. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EN TODAS LAS FASES DEL PROCESO EMPRENDEDOR (2005-2014)**

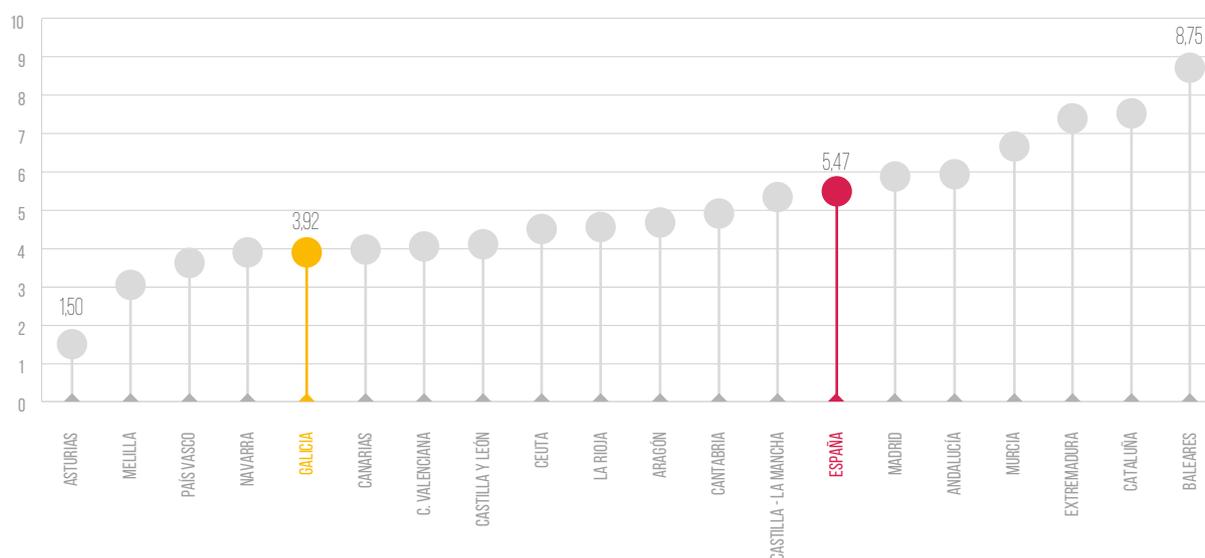


### 1.2.1. CONTEXTO NACIONAL

Los valores del índice TEA en las comunidades autónomas de España se muestran en la figura 1.4. En contraposición a la evolución positiva del TEA nacional que pasa

de 5,21% en 2013 a 5,47% en 2014, Galicia (3,92%) refleja una evolución negativa, lo que implica un alejamiento de su índice TEA con respecto a la media nacional.

FIGURA 1.4. TEA EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% , 2014)



### 1.2.2. MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER

La figura 1.5 analiza los motivos que impulsan la decisión de emprender, distinguiendo entre el aprovechamiento de una oportunidad de negocio (Oportunidad), la necesidad o ausencia de alternativas profesionales (Necesidad) y otros motivos o situaciones intermedias entre las dos anteriores.

Para aquellos casos en que el principal motivo sea la oportunidad, se profundiza en las razones de la misma, y en particular, se estudia si ha sido por una mayor independencia, por el aumento o mantenimiento de los ingresos o por otros motivos.

En 2014 se da un aumento significativo del TEA por necesidad (tabla 1.2). Este incremento refleja que en torno a un 40% de los emprendedores se han visto motivados más por la falta de otras alternativas laborales, que por el aprovechamiento de una oportunidad de negocio. Por el contrario, se observa un importante descenso del emprendimiento por oportunidad (tabla 1.3) cercano al 12%, siendo la búsqueda de una mayor independencia el factor que más peso ejerce en dicha motivación. La necesidad de mantener los ingresos es el factor que más se incrementa respecto al año 2013.

TABLA 1.2. MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER (% , 2013-2014)

Motivación para emprender	2013	2014	Evolución
% Aprovechamiento de una oportunidad de negocio (Oportunidad)	69,68	57,85	↓
% Necesidad de crear el propio puesto de trabajo ante la falta de otras alternativas laborales (Necesidad)	29,06	37,07	↑
% Otros motivos y situaciones intermedias entre las dos anteriores	1,26	5,08	↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

FIGURA 1.5. MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER

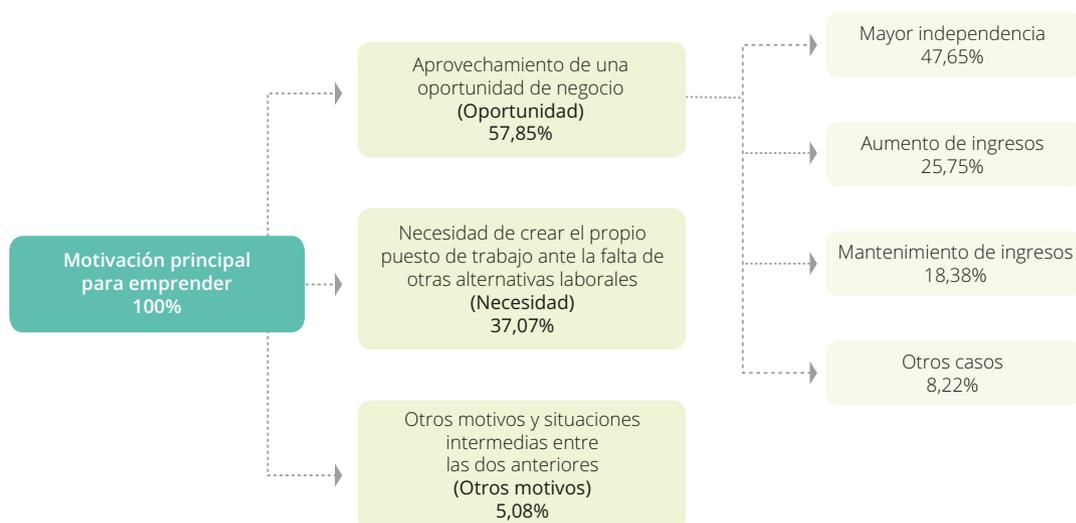


TABLA 1.3. APROVECHAMIENTO DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO (% , 2013-2014)

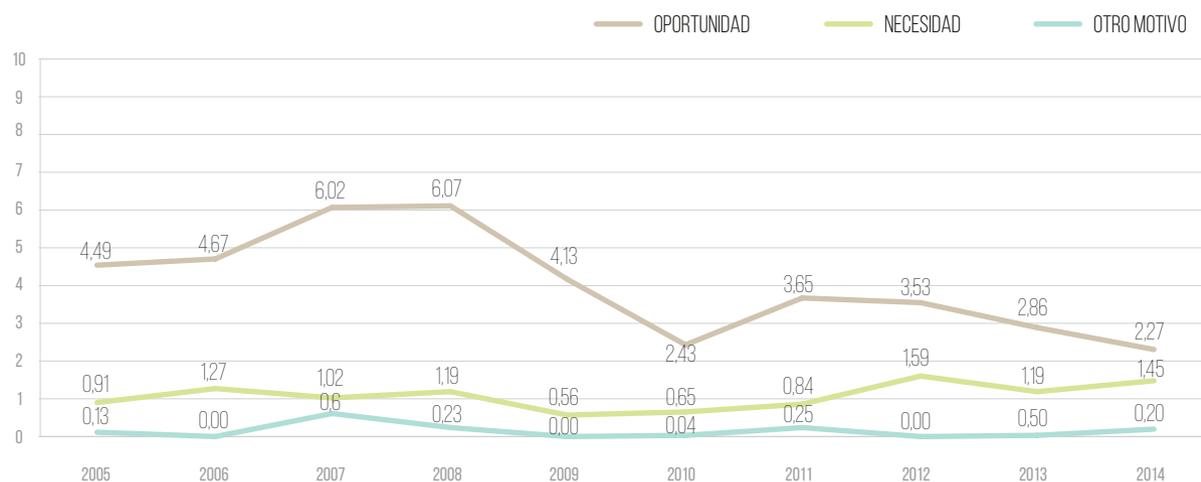
Aprovechamiento de una oportunidad de negocio (Oportunidad)	2013	2014	Evolución
% Mayor independencia	43,68	47,65	↑
% Aumento de ingresos	26,37	25,75	↓
% Mantenimiento de ingresos	13,12	18,38	↑
% Otros casos	16,83	8,22	↓

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

La figura 1.6 presenta la evolución del índice TEA por Oportunidad y por Necesidad; en ella se observa el importante descenso del emprendimiento por Opor-

tunidad, situándose su índice TEA en los niveles más bajos de toda la serie histórica.

**FIGURA 1.6. EVOLUCIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR INCIPIENTE (% , 2005-2014)**



## 1.3. DINÁMICA EMPRESARIAL

### 1.3.1. CONSOLIDACIÓN DE INICIATIVAS: CONTEXTO NACIONAL Y EVOLUCIÓN TEMPORAL

La última etapa del proceso emprendedor permite analizar la persistencia de aquellas iniciativas que tienen más de 42 meses de actividad. Podemos afirmar que se mantiene la tendencia decreciente entre las

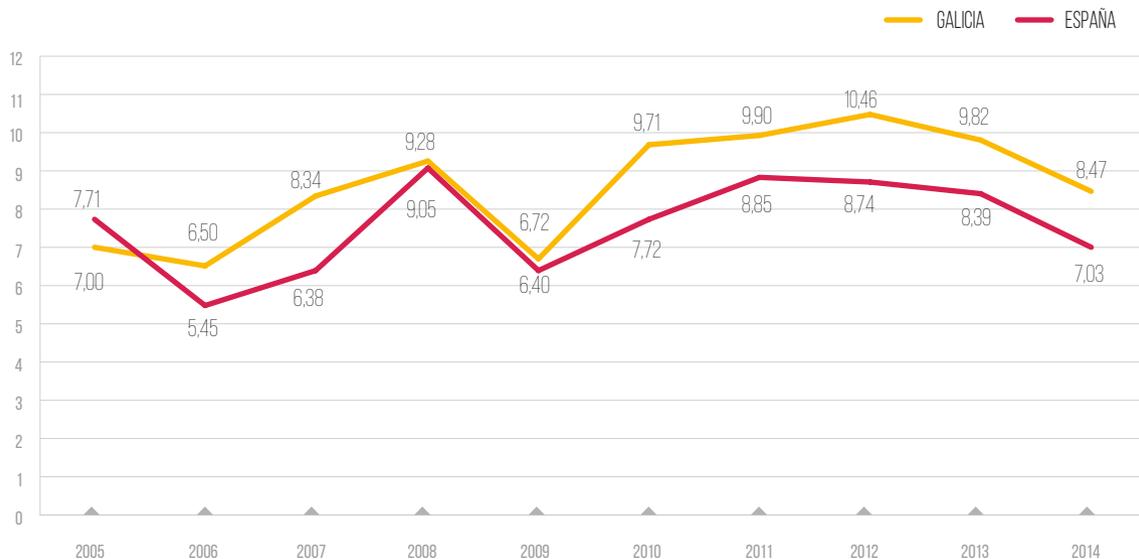
iniciativas consolidadas ya observada en el año anterior, si bien tal y como muestra la figura 1.7 el índice TEA de iniciativas consolidadas (8,47%) se encuentra por encima de la media para España (7,03%).

*El índice TEA de iniciativas consolidadas en 2014 se sitúa en 8,47%, superando la media española (7,03%).*

**TABLA 1.4. INICIATIVAS CONSOLIDADAS (2013-2014)**

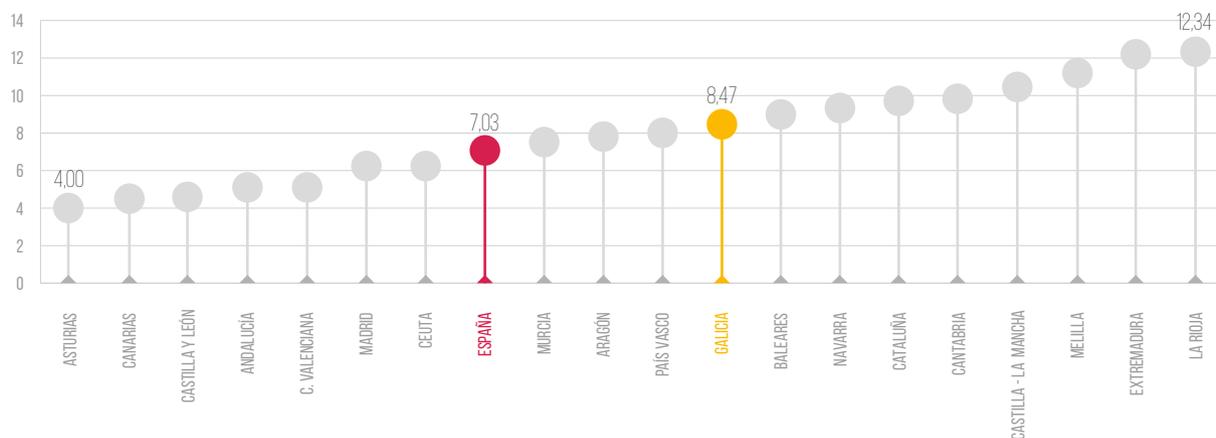
INICIATIVAS CONSOLIDADAS (2013-2014)	2013		2014	
	Nº	%	Nº	%
Empresas consolidadas	170.142	9,82	144.966	8,47

**FIGURA 1.7. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS CONSOLIDADAS (% , 2005-2014)**



La figura 1.8 muestra la posición relativa de Galicia respecto al resto de las comunidades autónomas.

**FIGURA 1.8. INICIATIVAS CONSOLIDADAS EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% , 2014)**

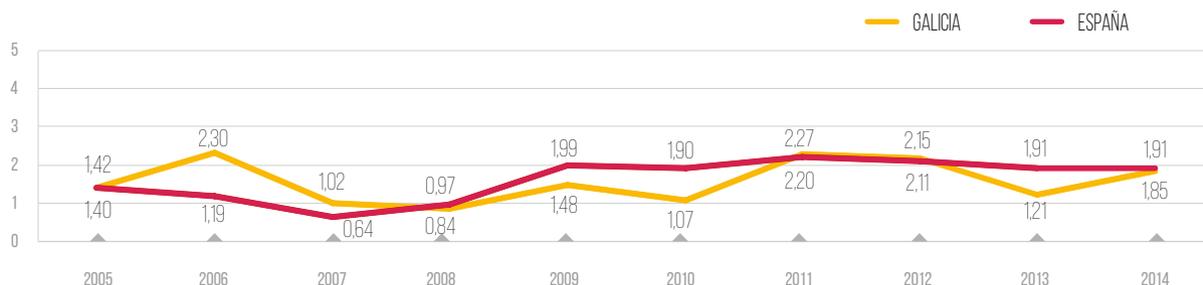


### 1.3.2. ABANDONO DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS: MOTIVACIÓN Y RELEVO EMPRESARIAL

La tasa de cierres experimentados en 2014 aumenta, situándose en el 1,85% frente al 1,21% de 2013. La evo-

lución de las iniciativas emprendedoras en los últimos años en Galicia y en España se recoge en la figura 1.9.

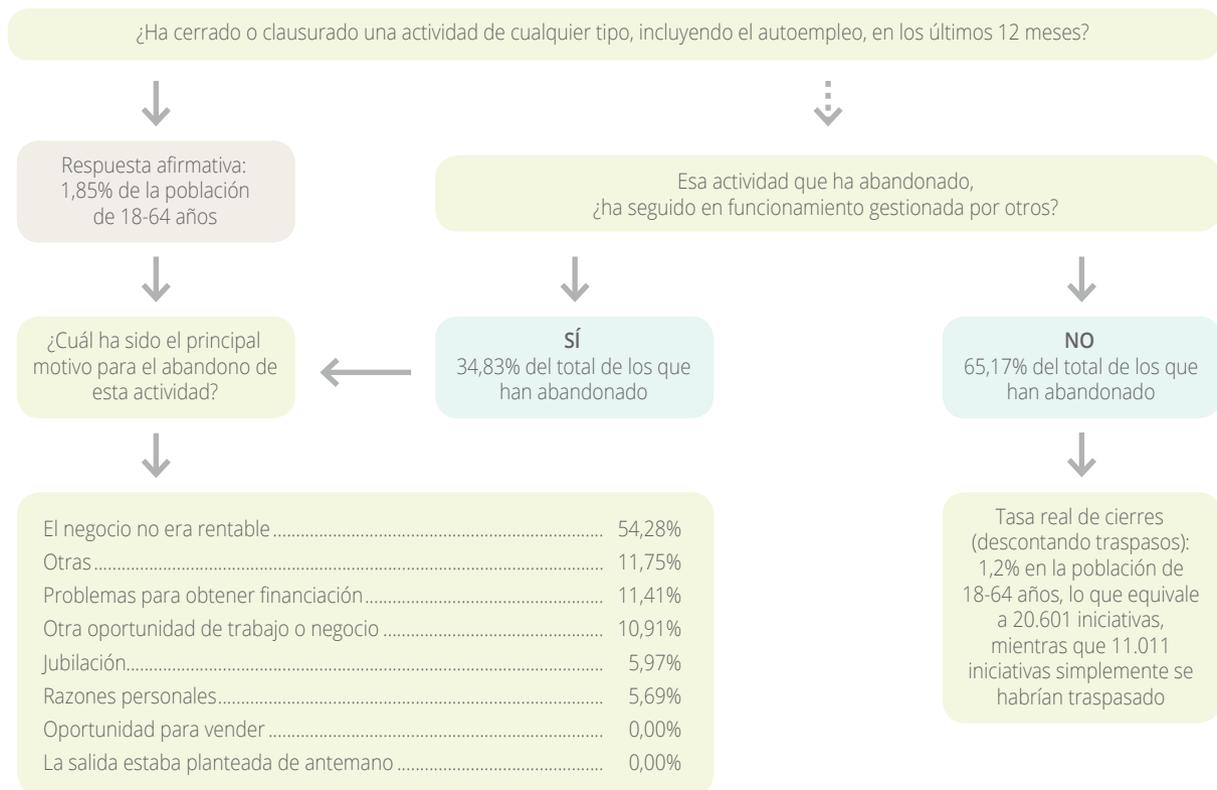
**FIGURA 1.9. EVOLUCIÓN DEL ABANDONO DE INICIATIVAS (% , 2005-2014)**



Las razones principales que explican el aumento de la tasa de abandonos están recogidas en la figura 1.10 y son: la falta de rentabilidad (54,28%), con valores similares a los del año anterior, el au-

mento en los problemas para obtener financiación (11,41%) y el haber encontrado otra opción de trabajo o negocio (10,91%), que duplica los datos del año anterior.

**FIGURA 1.10. PRINCIPAL MOTIVO QUE HA IMPULSADO AL ABANDONO DE ACTIVIDADES DE NEGOCIO, EMPRESARIALES Y AUTOEMPLO (% , 2014)**



Para visualizar el proceso de regeneración empresarial en la figura 1.11 se representa la proporción de iniciativas tanto potenciales como nacientes en relación con la proporción de cierres. El valor en ambos casos se mantiene superior a uno, lo que indica que el número de iniciativas potenciales y nacientes es mayor que el número de cierres. Los datos reflejan, sin embargo, una caída en la rege-

neración empresarial de las iniciativas potenciales (aquellas que tienen intención de emprender, pero que tal vez no lleguen a constituirse en empresa) cercano al 20%. Para el caso de las iniciativas nacientes se mantienen las cifras de años anteriores, lo que permite afirmar que los tres primeros meses de vida de una iniciativa empresarial continúan siendo especialmente críticos.

FIGURA 1.11. RATIO DE REGENERACIÓN EMPRESARIAL (2005-2014)



### 1.3.3. POTENCIAL EMPRENDEDOR: CONTEXTO NACIONAL Y EVOLUCIÓN TEMPORAL

Para finalizar este capítulo, se analiza el índice TEA de emprendedores potenciales, es decir, aquellas personas que manifiestan la intención de ejercer algún tipo de actividad emprendedora en un futuro

inmediato (tabla 1.3). El año 2014 ha supuesto un descenso considerable en la intención emprendedora de la población de Galicia, pasando del 7,11% al 5,53%.

**TABLA 1.5. EMPRENDEDORES POTENCIALES (2013-2014)**

EMPRENDEDORES POTENCIALES (2013-2014)	2013		2014	
	Nº	%	Nº	%
Emprendedores potenciales	123.116	7,11	94.707	5,53

La evolución del índice TEA de emprendedores potenciales muestra como desde el año 2012 se viene produciendo en España un descenso de la intención

emprendedora similar al de Galicia (figura 1.12), si bien es cierto que España continúa con valores más elevados (8,03%).

**FIGURA 1.12. EVOLUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES POTENCIALES (%), 2005-2014)**

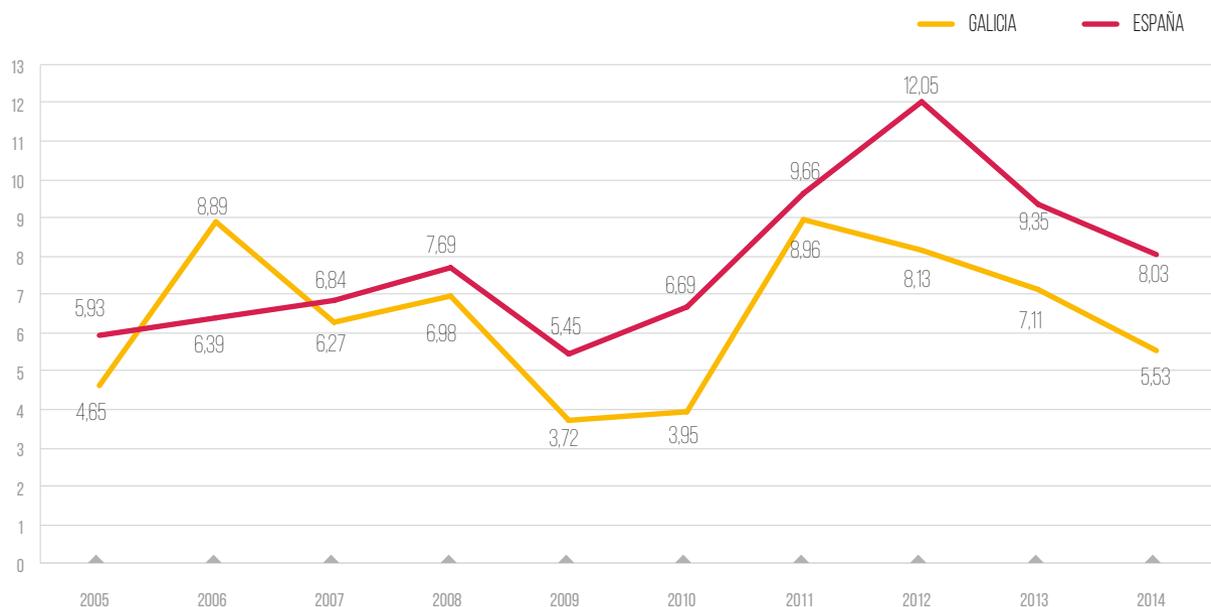
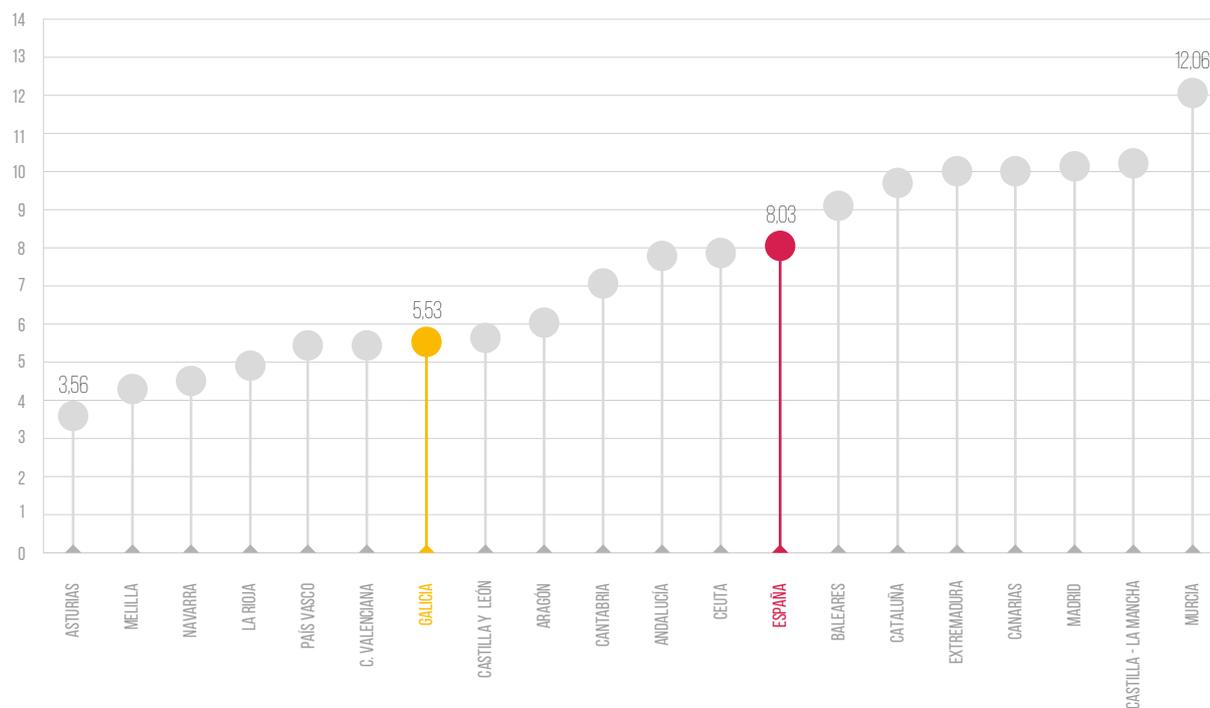


FIGURA 1.13. EMPRENDEDORES POTENCIALES EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% , 2014)



## 1.4. CONTEXTO INTERNACIONAL DE LOS RESULTADOS

La figura 1.14 nos permite conocer el posicionamiento de España y de Galicia a nivel internacional, comparándolas con otras economías clasificadas según el Fondo Monetario Internacional atendiendo a su nivel de desarrollo. En el caso de España, ésta se sitúa en el grupo de países que basan su crecimiento en la

innovación. El TEA de este grupo posee una dispersión elevada y varía entre el 3,83 de Japón y el 16,38 de Qatar.

España se sitúa en un 5,47, valor similar al de los países de su entorno.

**FIGURA 1.14.** TEA DE LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL PROYECTO GEM 2014 AGRUPADOS EN FUNCIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL (% , 2014)

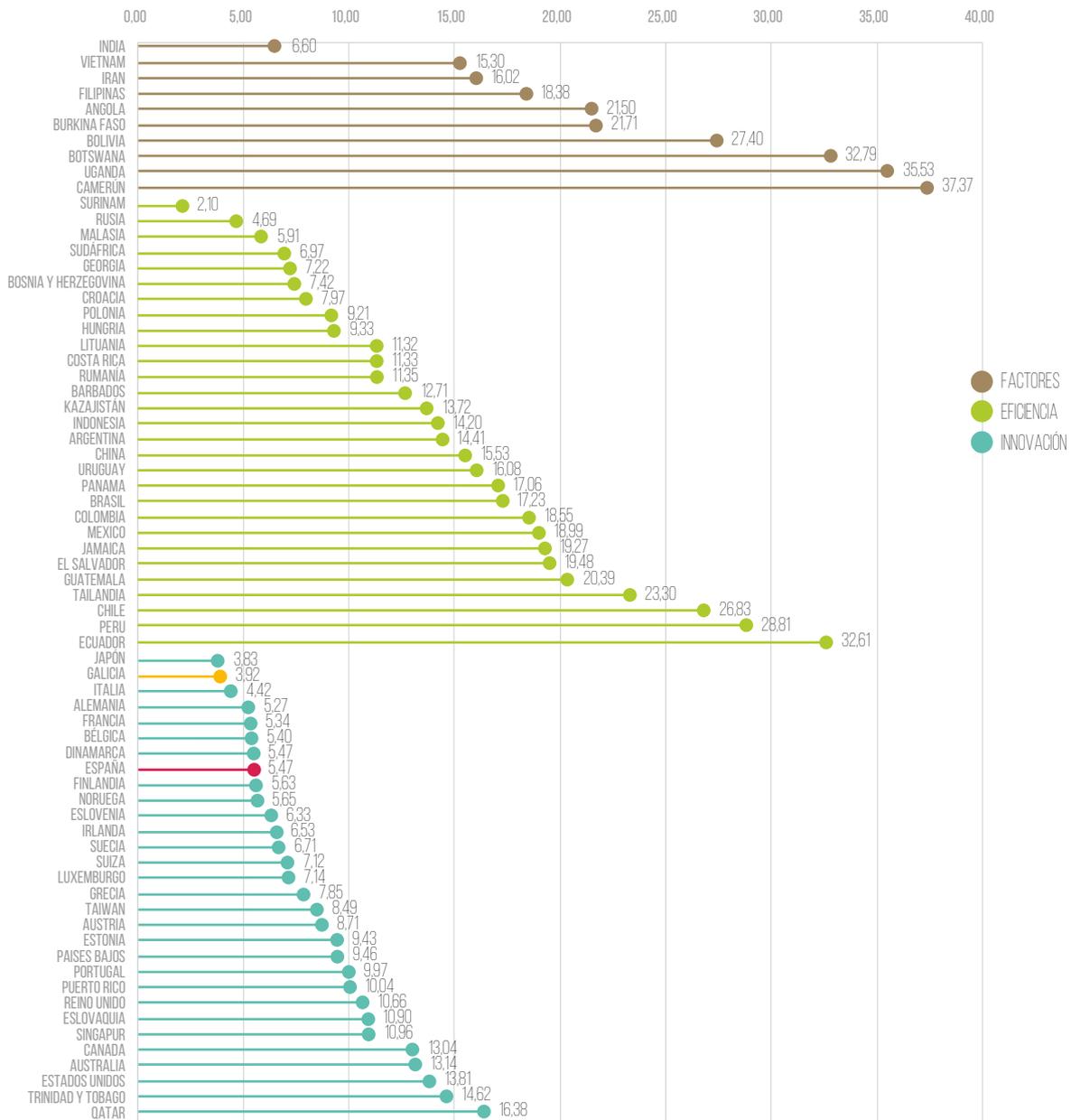
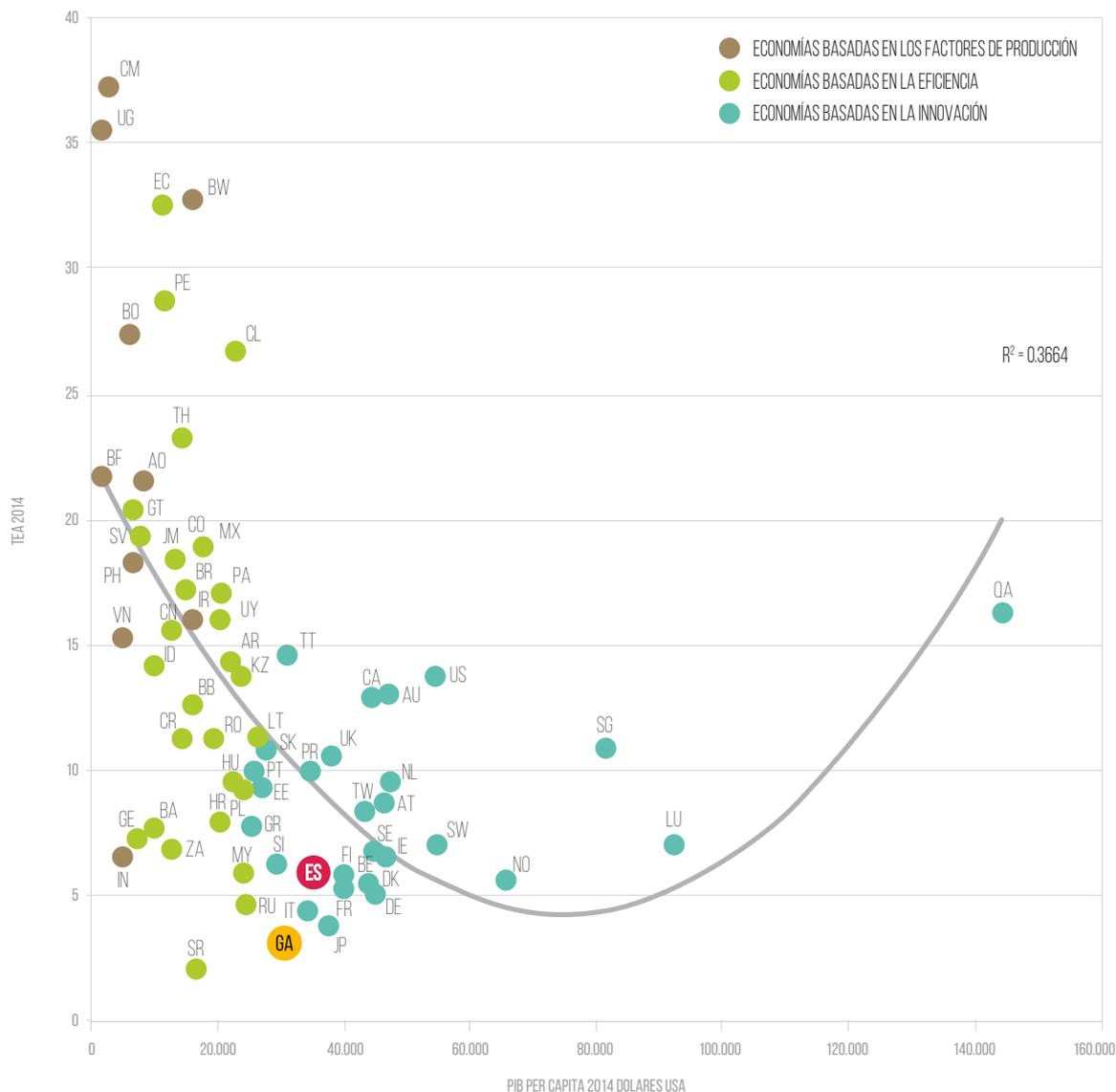


FIGURA 1.15. RELACIÓN ENTRE TEA Y GRADO DE DESARROLLO DE LOS PAÍSES GEM (2014)



1 El modelo matemático que subyace al gráfico 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 2014 (precios corrientes en miles de euros) a partir de la World Economic Outlook Database (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 2014, a partir de las estadísticas de Contabilidad Nacional Trimestral y Contabilidad Regional del INE.

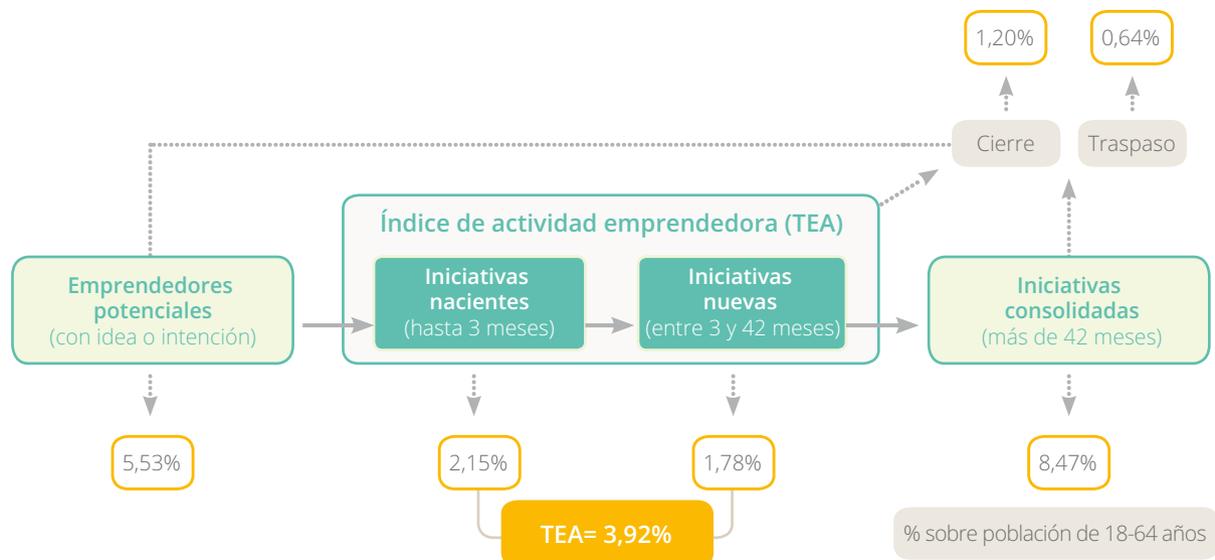
## RELACIÓN DE PAÍSES GEM 2014

● DE Alemania	● HR Croacia	● ID Indonesia	● QA Qatar
● AO Angola	● DK Dinamarca	● IR Irán	● UK Reino Unido
● AR Argentina	● EC Ecuador	● IE Irlanda	● RO Rumanía
● AU Australia	● SV El Salvador	● IT Italia	● RU Rusia
● AT Austria	● SK Eslovaquia	● JM Jamaica	● SG Singapur
● BB Barbados	● SI Eslovenia	● JP Japón	● ZA Sudáfrica
● BE Bélgica	● ES España	● KZ Kazajistán	● SE Suecia
● BO Bolivia	● US Estados Unidos	● LT Lituania	● SW Suiza
● BA Bosnia y Herzegovina	● EE Estonia	● LU Luxemburgo	● SR Surinam
● BW Botswana	● PH Filipinas	● MY Malasia	● TH Tailandia
● BR Brasil	● FI Finlandia	● MX México	● TW Taiwán
● BF Burkina Faso	● FR Francia	● NO Noruega	● TT Trinidad y Tobago
● CM Camerún	● GA Galicia	● NL Países Bajos	● UG Uganda
● CA Canadá	● GE Georgia	● PA Panamá	● UY Uruguay
● CL Chile	● GR Grecia	● PE Perú	● VN Vietnam
● CN China	● GT Guatemala	● PL Polonia	
● CO Colombia	● HU Hungría	● PT Portugal	
● CR Costa Rica	● IN India	● PR Puerto Rico	

## 1.5. DESGLOSE DEL ÍNDICE DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA GALICIA (TEA)

La siguiente figura sintetiza de un modo gráfico los principales resultados de este capítulo relativos a 2014.

FIGURA 1.16. SÍNTESIS DEL ÍNDICE DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (% , 2014)





**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]

# LA INFLUENCIA DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

## 2.1. INTRODUCCIÓN

La creación y desarrollo de un proyecto empresarial depende en gran medida de la existencia de un entorno adecuado que convierta el emprendimiento en una actividad factible y sostenible en el tiempo. Las características de dicho entorno, como pueden ser la legislación, la existencia de infraestructuras adecuadas, la disponibilidad de recursos o el grado de competencia, favorecerán en su conjunto el nacimiento y consolidación posterior de nuevos proyectos empresariales.

Tomando como base la información extraída de las encuestas realizadas a la población adulta, en este capítulo se estudian las oportunidades, motivaciones y capacidades existentes para crear un negocio en Galicia.

A continuación, y partiendo de las opiniones recabadas de las personas expertas, se analizan los principales factores que obstaculizan o estimulan la actividad emprendedora, así como sus recomendaciones y propuestas para el desarrollo de dicha actividad.

## 2.2. PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER

En este epígrafe se analiza la percepción que tiene la población de Galicia sobre la existencia de oportunidades para la creación de empresas, la motivación y el entorno social para emprender. Además, se recoge información sobre las capacidades

y habilidades que posee la población relacionada con la creación y gestión de empresas. Para finalizar, se analizan los resultados en relación con los datos obtenidos en España y en el entorno comunitario.

### 2.2.1. PERCEPCIÓN DE BUENAS OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER

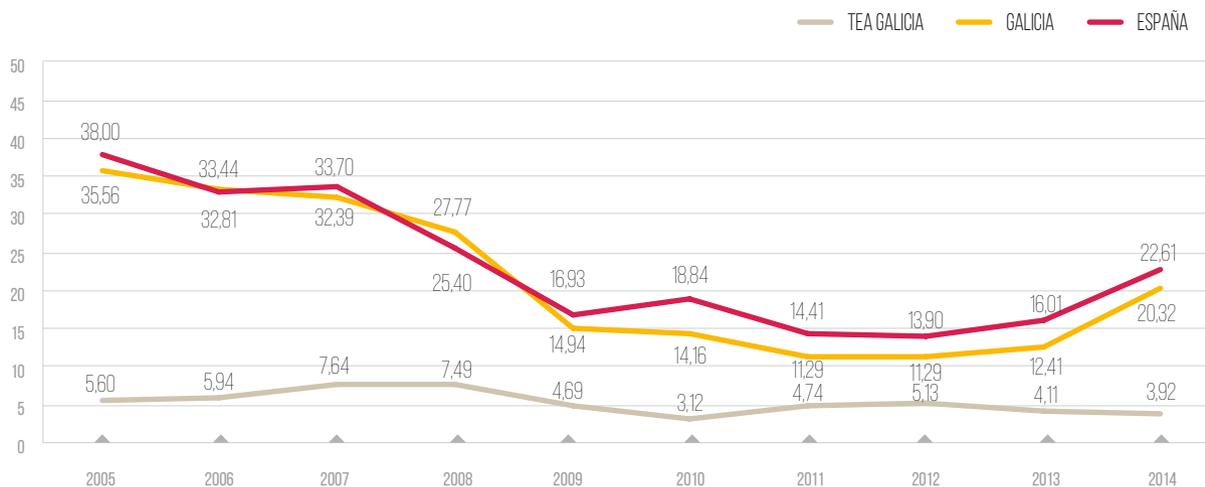
Uno de los aspectos clave a la hora de comprender la capacidad emprendedora es la percepción que tiene su población sobre la existencia de oportunidades en el mercado que impulsen la puesta en marcha de un negocio propio.

En Galicia, la percepción de oportunidades para crear una empresa mejora considerablemente y mantiene así la tendencia alcista ya observada en años anteriores. El porcentaje de personas que perciben oportunidades para emprender pasa del 12,41% en 2013 a 20,32% en 2014. En el caso español, la situación es semejante y también se detecta un repunte im-

portante en esta variable, alcanzando un valor del 22,61%. Se puede afirmar, por tanto, que se invierte la tendencia negativa que se venía observando desde 2005 y se consolida el cambio de dirección en relación a la percepción de oportunidades para emprender.

La evolución del índice de actividad emprendedora (TEA) y la percepción de oportunidades para emprender (figura 2.1), muestran por el contrario, una tendencia inversa, si bien es cierto que para este año su descenso es menor que el de años anteriores, pasando del 4,11% en 2013 al 3,92% en 2014.

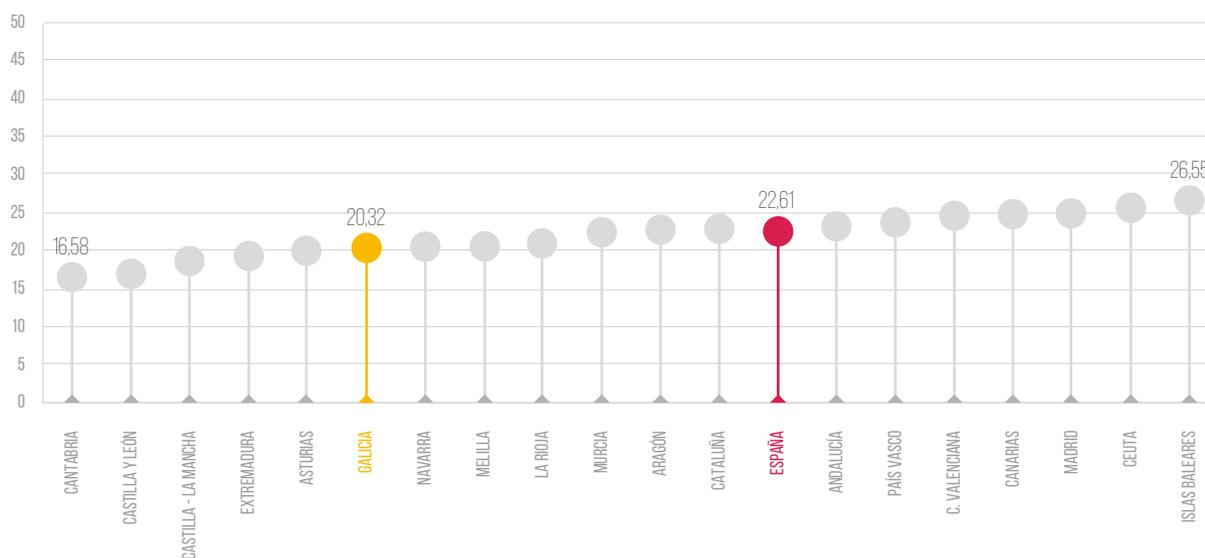
FIGURA 2.1. EVOLUCIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER Y TEA (% POBLACIÓN, 2005-2014)



En relación con las comunidades y ciudades autónomas de España (figura 2.2), Galicia presenta una

valoración por debajo de la media nacional, aunque mejora su posición relativa respecto al año 2013.

FIGURA 2.2. PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% POBLACIÓN, 2014)

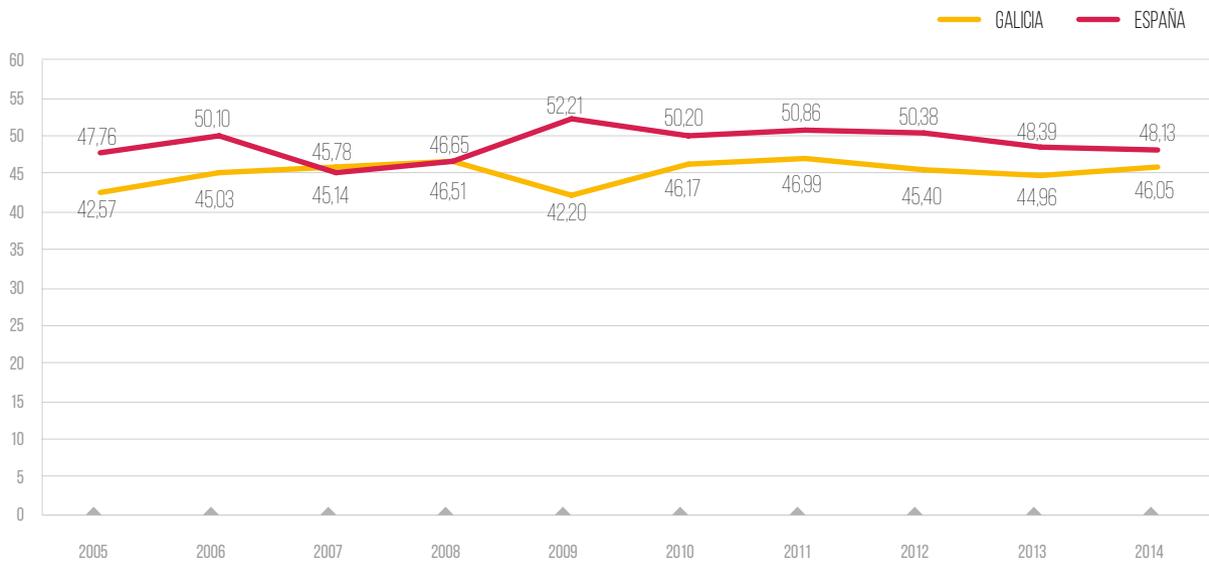


## 2.2.2. HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER

En 2014, un 46,05% de la población de Galicia manifiesta tener las habilidades y conocimientos necesarios para emprender, situándose dicho valor por debajo de la media española (48,13%). Sin embargo,

mientras que en España disminuyen las personas que responden afirmativamente a esta cuestión respecto al año 2013, en Galicia dicho valor aumenta (figura 2.3).

FIGURA 2.3. EVOLUCIÓN DE LAS HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER (% POBLACIÓN, 2005-2014)



Este crecimiento en el nivel de confianza sobre las habilidades y conocimientos disponibles para desarrollar una actividad emprendedora se manifiesta en

la mejora de la posición relativa que Galicia ocupa con respecto al resto de regiones de España.

### 2.2.3. ASPECTOS DIFERENCIALES EN LA INTENCIONALIDAD EMPRENDEDORA

En este apartado se realiza un breve análisis de los principales factores psicosociales que condicionan el proceso emprendedor, teniendo en cuenta las diferentes fases del proceso en el que

se encuentra y, al mismo tiempo, se comparan los resultados con los de España y los países de la UE que han participado en esta edición del Proyecto GEM.

### DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO Y RELACIÓN CON NUESTRO ENTORNO

La aversión al riesgo continúa siendo menor en los emprendedores que en la población general. Este temor al fracaso ha aumentado considerablemente entre las iniciativas nuevas (de 3 a 42 meses de actividad), alcanzando valores cercanos al 50% (tabla 2.1). El miedo al fracaso también destaca entre las iniciativas potenciales y las consolidadas, con valores próximos al de aquellas iniciativas que han abandonado su actividad (40%).

La percepción de oportunidades es superior entre los emprendedores que entre la población en general (salvo en situaciones de cierre). En particular,

se mantienen los resultados de 2013 y continúan siendo los emprendedores potenciales los que más oportunidades perciben (32,57%).

La necesidad de crear redes de contacto, así como la existencia de modelos a seguir o el apoyo en la toma de decisiones, son considerados factores clave en el proceso de emprender (tabla 2.1). En este sentido, se reduce el porcentaje de emprendedores que manifiesta conocer a otros emprendedores con respecto al año anterior. Sin embargo, estos valores continúan siendo claramente superiores a los identificados en la población general.

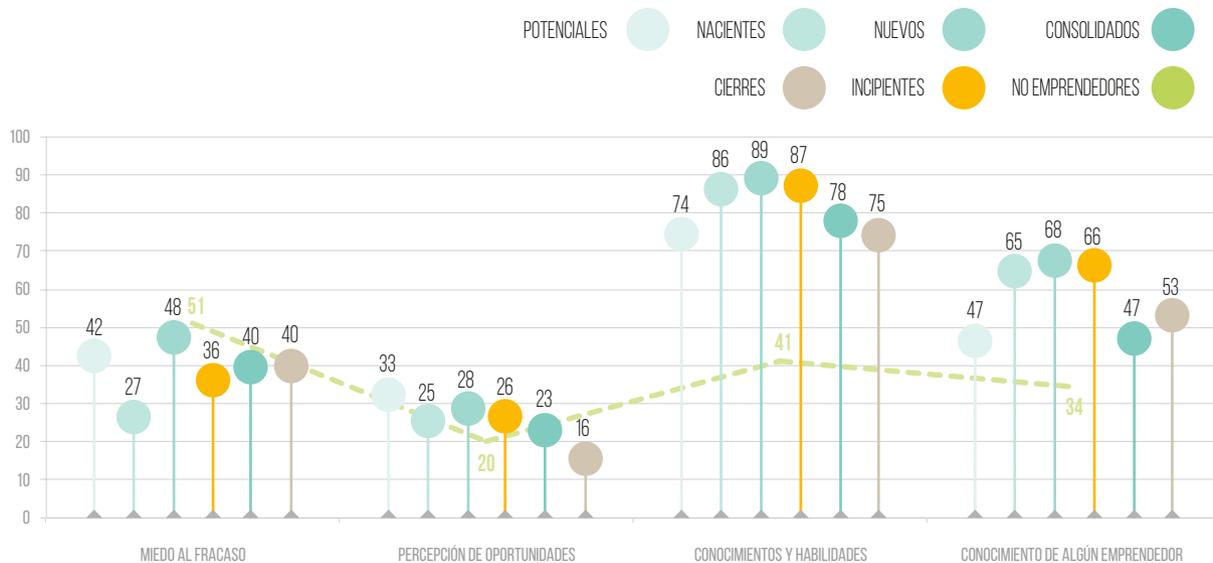
**TABLA 2.1. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES PARA EMPRENDER SEGÚN LA FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR (% POBLACIÓN, 2014)**

FACTORES PSICOSOCIALES	POTENCIALES	NACIENTES	NUEVOS	INCIPIENTES	CONSOLIDADOS	CIERRES	NO EMPRENDEDORES
Miedo al fracaso	42,20	26,60	47,55	35,94	39,69	40,23	51,15
Percepción de oportunidades	32,57	25,07	28,35	26,44	23,31	15,59	19,91
Conocimientos y habilidades	74,48	86,31	88,68	87,38	77,51	74,65	41,29
Conocimiento de algún emprendedor	46,65	64,70	67,66	66,02	47,16	52,62	34,44

En relación con la percepción que cada persona tiene sobre sus conocimientos y habilidades para crear una empresa, existen importantes diferencias entre la población general y los emprendedores. En todas las fases del proceso nos encontramos con

valores superiores al 74% frente al 41% de los no emprendedores (figura 2.4). Las fases que mayor formación reúnen en este ámbito son las intermedias (nacientes, nuevos e incipientes) con valores que superan el 85%.

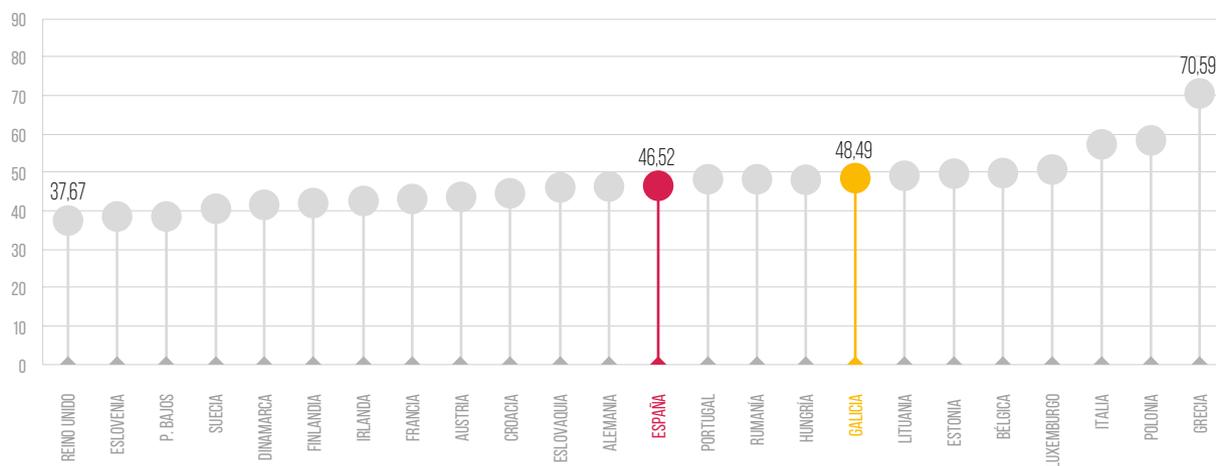
**FIGURA 2.4. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES PARA EMPRENDER SEGÚN LA FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR (% POBLACIÓN, 2014)**



El análisis comparativo con Europa y España muestra cómo la aversión al riesgo de la población gallega arroja valores superiores a los de la media

española, si bien la posición relativa de Galicia ha mejorado considerablemente en relación al informe anterior (figura 2.5).

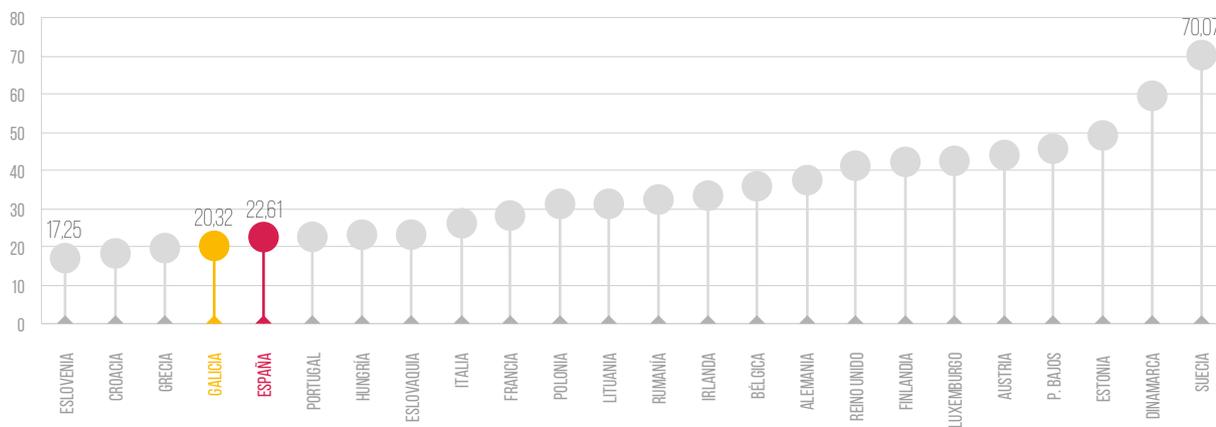
**FIGURA 2.5. EL MIEDO AL FRACASO COMO OBSTÁCULO PARA EMPRENDER (% POBLACIÓN, 2014)**



En el ámbito nacional, la comunidad gallega continúa ocupando las últimas posiciones en la percepción de oportunidades en el entorno para emprender (20,32%), con un valor inferior a la media española (22,61%) (figura 2.6). Estos datos refuerzan la necesi-

dad de emprender acciones que permitan desarrollar aquellas aptitudes y actitudes que constituyen la base del espíritu emprendedor, como puede ser la creatividad, la iniciativa, la capacidad de afrontar riesgos y la autonomía personal, entre otras.

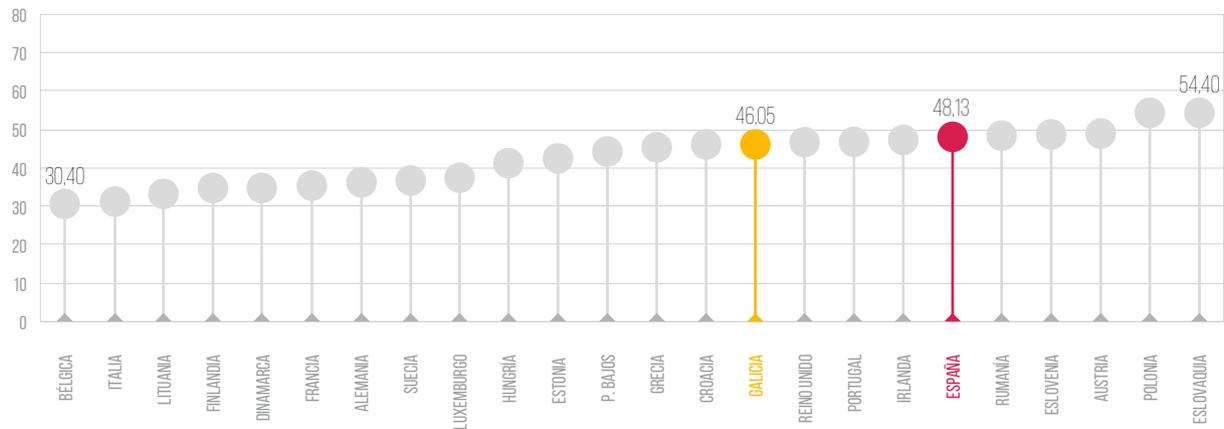
**FIGURA 2.6. PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES EN EL ENTORNO (% POBLACIÓN, 2014)**



Respecto a la percepción de las habilidades y conocimientos para emprender, en Galicia cerca de la mitad

de la población entrevistada opina que dispone de dichos conocimientos y habilidades (46,05%) (figura 2.7).

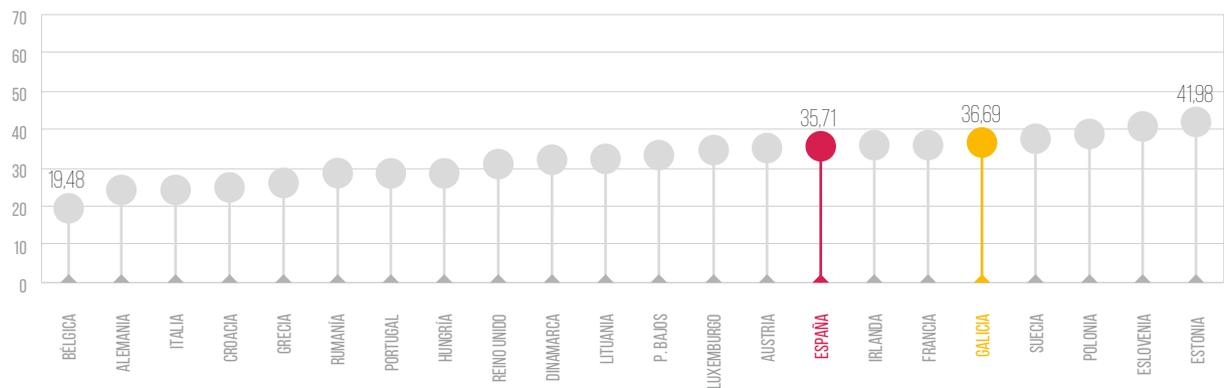
**FIGURA 2.7. HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER (% POBLACIÓN, 2014)**



Tal y como muestra la figura 2.8 el porcentaje de población que manifiesta conocer algún emprendedor en Galicia es del 36,69% superior a la media de Es-

paña (35,71%) y ligeramente superior a la media de muchos países europeos.

**FIGURA 2.8. CONOCIMIENTO DE ALGÚN EMPRENDEDOR (% POBLACIÓN, 2014)**



## 2.3. EVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS RESPECTO A LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

En este epígrafe se recogen las opiniones manifestadas por las personas expertas en relación con los factores que están obstaculizando o estimulando

la actividad emprendedora en Galicia, así como sus recomendaciones para impulsar dicho emprendimiento.

### 2.3.1. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

La valoración del entorno por parte de las personas expertas continúa la tendencia pesimista ya detectada en el informe anterior. En concreto, 10 de los 12 ítems analizados han reducido su puntuación media, mientras que sólo los factores relacionados con la educación han observado un ligero incremento. En la tabla 2.2 se muestra como entre los factores mejor valorados destacan la infraestructura física y el acceso a servicios, los programas gubernamentales y la infraestructura comercial y profesional.

Por el contrario, entre las condiciones menos valoradas, se encuentran la formación emprendedora en primaria/secundaria, el apoyo financiero y la política gubernamental.

Destaca el descenso en la valoración de la influencia de las infraestructuras físicas y el acceso a servicios (3,75% en 2013 y 3,42% en 2014). Lo mismo sucede con la infraestructura comercial y profesional que registra un descenso de 0,2% puntos de media.

**TABLA 2.2. VALORACIÓN MEDIA DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO EN RELACIÓN CON 2013 (EXPERTOS, 2014)**

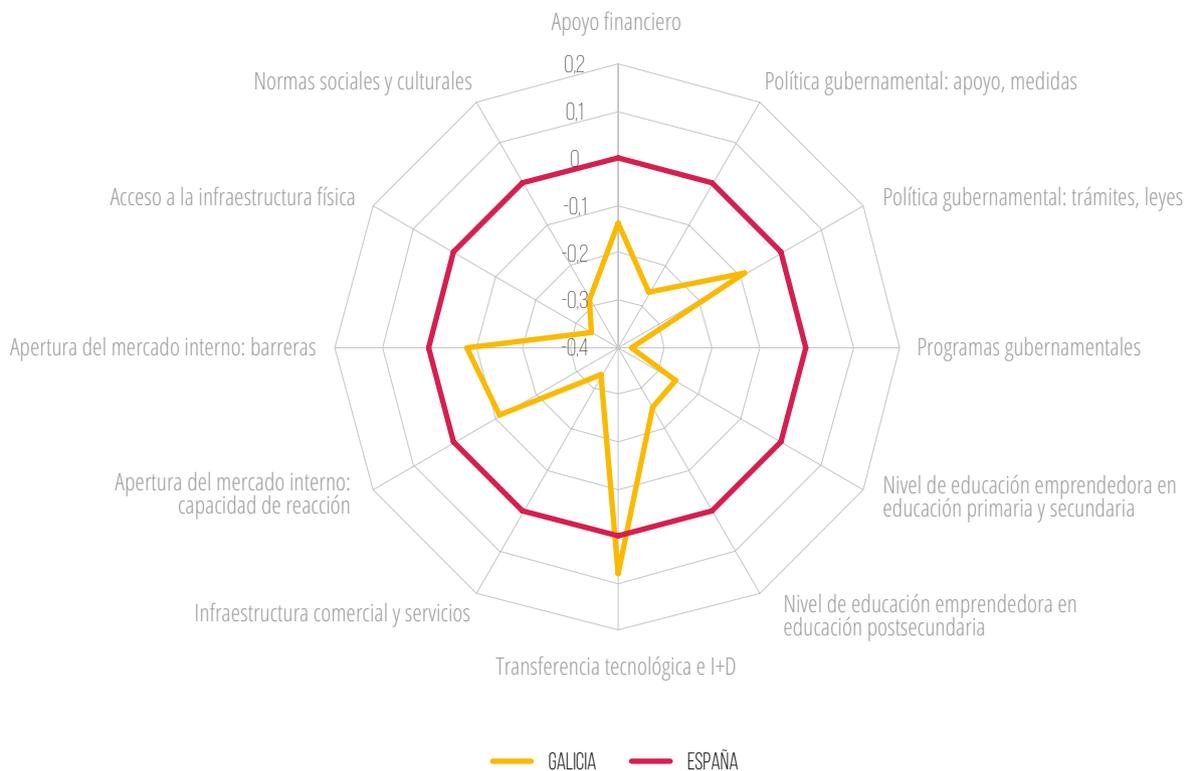
Condiciones de entorno	2013	2014	Evolución
Infraestructura física y acceso a servicios	3,75	3,42	↓
Programas gubernamentales	2,86	2,73	↓
Infraestructura comercial y profesional	2,86	2,67	↓
Enseñanza postsecundaria	2,49	2,59	↑
Transferencia tecnológica e I+D	2,63	2,59	↓
Apertura del mercado interno: barreras	2,50	2,46	↓
Política gubernamental: apoyo, medidas	2,58	2,45	↓
Apertura del mercado interno: capacidad de reacción	2,46	2,43	↓
Normas sociales y culturales	2,42	2,33	↓
Política gubernamental: trámites, leyes	2,34	2,31	↓
Apoyo financiero	2,08	1,98	↓
Educación primaria/secundaria	1,67	1,72	↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

La posición relativa de Galicia respecto a España en cuanto al estado promedio de las condiciones del entorno es poco favorable (figura 2.9). En concreto, la valoración media dada por los expertos a los ítems analizados es inferior a la media española, con

la única excepción de la transferencia de tecnología e investigación y desarrollo. El mayor diferencial se observa entre los programas gubernamentales y el acceso a la infraestructura, tanto física, como comercial y de servicios.

**FIGURA 2.9. POSICIÓN RELATIVA DE GALICIA RESPECTO A ESPAÑA EN CUANTO AL ESTADO PROMEDIO DE LAS PRINCIPALES CONDICIONES DE ENTORNO (EXPERTOS, 2014)**

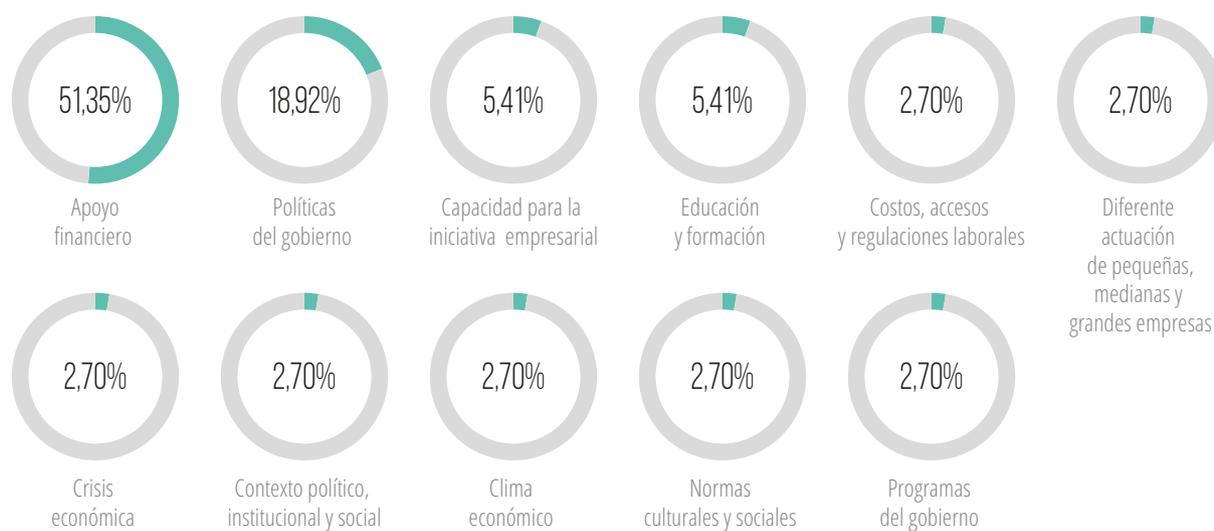


### 2.3.2. OBSTÁCULOS

Entre los obstáculos identificados para emprender recogidos en la figura 2.10 el principal sigue siendo el acceso a la financiación (un 51,35% de los expertos así lo indican) con valores similares al informe anterior (54,76% en 2013).

Las políticas del gobierno son el segundo obstáculo más relevante a la creación de empresas en Galicia. Este factor ha experimentado un aumento considerable en relación al informe 2013, pasando a ser indicado por un 18,92% de los expertos frente al 4,76% de 2013.

FIGURA 2.10. OBSTÁCULOS AL EMPRENDIMIENTO EN GALICIA (% EXPERTOS, 2014)



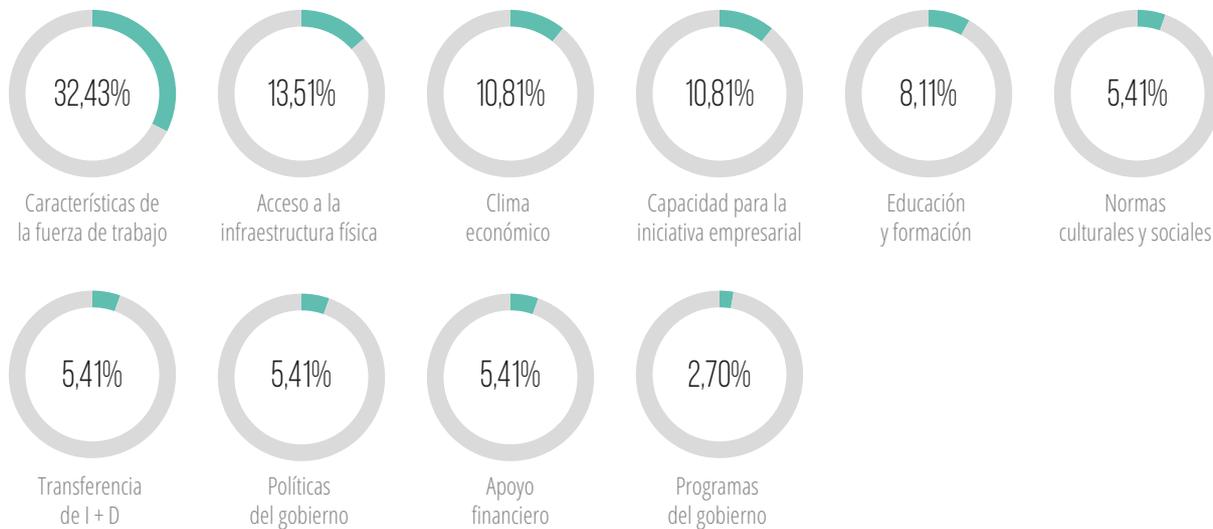
### 2.3.3. FACTORES DETERMINANTES DE ESTÍMULO

Los expertos han identificado y valorado un conjunto de factores que, a su juicio, pueden promover y mejorar la creación de nuevas empresas en Galicia.

Entre los factores que más pueden contribuir al emprendimiento están las características del mercado

de trabajo, siendo identificado por el 32,43% de los encuestados. A continuación, destacan el acceso a la infraestructura física con un 13,51% frente al 4,76% del informe anterior. Le siguen en importancia, con valores similares, la capacidad para la iniciativa empresarial y la educación y formación (figura 2.11).

**FIGURA 2.11. FACTORES DETERMINANTES DE ESTÍMULO AL EMPRENDIMIENTO EN GALICIA (% EXPERTOS, 2014)**



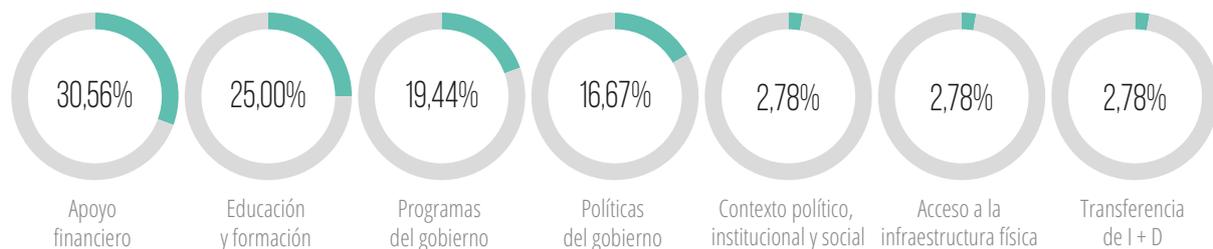
### 2.3.4. RECOMENDACIONES DE LOS EXPERTOS

Al igual que en ediciones anteriores, los expertos proponen una serie de recomendaciones que pretenden corregir las deficiencias y explotar aquellas fortalezas destacadas a lo largo del capítulo.

La principal recomendación pasa por incrementar y/o mejorar el acceso a la financiación (30,56%). En segundo

lugar, el 25% de los expertos abogan por la implantación de medidas que promuevan la actividad emprendedora desde edades muy tempranas gracias a la educación y a la formación en emprendimiento. En menor medida, los expertos también apuntan hacia los programas del gobierno y la mejora de las políticas públicas para el estímulo de la creación de empresas (figura 2.12).

**FIGURA 2.12. RECOMENDACIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO EN GALICIA (% EXPERTOS, 2014)**





# INFORME EJECUTIVO GALICIA [2014]

# PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

## 3.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se analizan y describen las características más importantes del perfil del emprendedor en Galicia, teniendo en cuenta para ello tanto datos demográficos (sexo, edad, nivel de estudios, formación espe-

cífica, nivel de renta, tamaño del hogar y origen) como laborales del propio emprendedor. Ello permite detectar las variaciones en relación con años anteriores para poder así orientar las medidas de apoyo oportunas.

## 3.2. SEXO

En el año 2014 se aprecia un considerable incremento con respecto al 2013 en la participación de las mujeres en todas las fases del proceso emprendedor excepto en el nuevo emprendimiento (tabla 3.1) superando los 10 puntos en las iniciativas potenciales y nacientes (con incrementos de 12,22 y 15,05 puntos, respectivamente), y los 5 puntos en el emprendimiento incipiente y el consolidado. La caída de la participación de la mujer en la fase de emprendimiento nuevo no es muy alarmante (menos

de 3 puntos), teniendo en cuenta, además, que en el año anterior se había registrado un notable aumento. Así, en esta fase del emprendimiento se puede hablar prácticamente de paridad en cuanto al sexo del emprendedor.

En relación con el abandono de la actividad emprendedora, los valores son similares para hombres (50,76%) y mujeres (49,24%), son similares a los de los dos últimos años.

**TABLA 3.1. SEXO DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2013-2014)**

SEXO	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	
Hombre	59,20	46,98 ↓	70,19	55,14 ↓	47,43	50,40 ↑	58,30	52,99 ↓	57,89	51,51 ↓	55,35	50,76 ↓	
Mujer	40,80	53,02 ↑	29,81	44,86 ↑	52,57	49,60 ↓	41,70	47,01 ↑	42,11	48,49 ↑	44,65	49,24 ↑	

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.3. EDAD

Se puede observar cómo la edad media de las personas emprendedoras en cualquiera de las fases de sus iniciativas está por encima de los 35 años y muy cercana a los 40, con lo que se rompe la tendencia del año anterior donde se apreciaba una disminución en la mayoría de las fases del proceso emprendedor (tabla 3.2). Salvo

en el caso del emprendedor nuevo, cuya edad media se mantiene constante, se aprecia un incremento de la edad del emprendedor en el resto de iniciativas. Esos aumentos varían entre un año (incipiente), dos años (potencial y consolidado) y tres años (en el caso del naciente y del que ha abandonado).

**TABLA 3.2. EDAD MEDIA DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (2013-2014)**

EDAD MEDIA	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014		2013	2014	2013	2014
Edad	36	38 ↑	37	40 ↑	39	39 -	38	39 ↑		47	49 ↑	44	47 ↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

Si analizamos la distribución de emprendedores por edades atendiendo a la fase del proceso en la que se encuentran (tabla 3.3) observamos que los emprendedores de entre 25 y 34 años suponen el mayor porcentaje en las iniciativas potenciales y nuevas, manteniendo la situación de años anteriores, al igual que el rango de edad de 35 a 44 años para los emprendedores nacientes, aunque en este caso con un incremento importante (casi 11 puntos).

En cuanto al emprendedor incipiente se han invertido los papeles con respecto al año anterior y en este caso la mayoría se sitúa en la franja de edad de 45-54, el segundo grupo estaría en la franja 35-44, justo lo contrario a lo que ocurría en 2013 y de forma similar a la situación de 2012.

El emprendimiento consolidado se concentra en las franjas de más edad (45-54 y 55-64), donde se sitúan casi el 70% de los emprendedores de esta iniciativa, lo cual provoca una disminución en los menores de 45 años con respecto al año anterior.

En los abandonos se ha producido un cambio significativo en el rango de edad ya que este año el mayor número se sitúa entre los 55 y los 64 años, mientras que en el 2013 la mayoría se encontraba entre los 35 y los 44 años.

Los emprendedores más jóvenes (de 18 a 24 años) se incrementan en las iniciativas potenciales, nuevas e incipientes, y disminuyen, ligeramente, en las nacientes y las consolidadas.

**TABLA 3.3. DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN FUNCIÓN DE LA EDAD Y LA FASE DEL PROCESO (% , 2013-2014)**

TRAMO DE EDAD	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	
18-24	13,50	14,22 ↑	9,98	9,40 ↓	-	2,81	-	4,76	6,42 ↑	1,00	0,62 ↓	-	2,70 ↑
25-34	36,90	30,45 ↓	33,23	17,87 ↓	46,26	44,62 ↓	40,04	29,97 ↓	10,16	6,65 ↓	20,63	18,13 ↓	
35-44	29,85	22,30 ↓	33,80	44,65 ↑	23,17	21,70 ↓	28,25	34,27 ↑	28,02	23,91 ↓	37,21	20,86 ↓	
45-54	14,53	23,50 ↑	22,99	15,95 ↓	25,69	19,30 ↓	24,40	17,47 ↓	35,19	34,68 ↓	16,63	21,14 ↑	
55-64	5,22	9,53 ↑	-	12,13	-	4,88	11,57 ↑	2,55	11,87 ↑	25,63	34,14 ↑	25,53	37,17 ↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.4. NIVEL DE ESTUDIOS

La formación universitaria deja de ser mayoritaria en todas las fases del proceso emprendedor y son las personas con estudios obligatorios las que prevalecen, rompiéndose la tendencia de años anteriores (tabla 3.4).

Los cambios en esa tendencia se reflejan en todas las fases y el mayor incremento se produce en los emprendedores con estudios obligatorios que han abandonado, con un aumento de más de 30 puntos porcentuales con respecto al año anterior, existiendo también aumentos significativos en sus iniciativas potenciales y nuevas (de 18 y 13,6 puntos porcentuales, respectivamente).

El incremento que experimentan los emprendedores potenciales con estudios obligatorios contrasta con la caída que sufren los que poseen un mayor nivel de estudios como es el caso de los titulados en FP, bachillerato y los universitarios.

Para los emprendedores con FP es especialmente significativa la variación que experimentan los emprendedores que han abandonado, ya que disminuyen con respecto al año 2013 en 28 puntos; se trata de la mayor caída de todos los colectivos analizados en este tramo.

**TABLA 3.4. NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2013-2014)**

NIVEL DE ESTUDIOS	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	
Obligatorios	21,25	39,30 ↑	22,97	27,58 ↑	23,36	36,96 ↑	23,18	31,82 ↑	43,80	49,51 ↑	21,84	56,83 ↑	
Bachillerato	22,58	23,67 ↑	18,08	18,88 ↑	20,98	28,31 ↑	19,60	23,14 ↑	9,69	17,36 ↑	21,74	16,94 ↓	
FP	22,68	12,01 ↓	23,21	27,60 ↑	27,95	11,48 ↓	25,68	20,31 ↓	18,35	18,62 ↑	34,35	5,90 ↓	
Universitarios	33,49	25,02 ↓	35,74	25,94 ↓	27,71	23,25 ↓	31,54	24,73 ↓	28,16	14,51 ↓	22,07	20,33 ↓	

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.5. POSESIÓN DE FORMACIÓN ESPECÍFICA PARA EMPRENDER

En 2014 la mayoría de los emprendedores, independientemente de la fase del proceso en la que se encuentren, reconocen no poseer formación específica para emprender (tabla 3.5). Sin embargo y, a diferencia de lo que

sucedía en la edición anterior, se produce un descenso en el número de emprendedores nacientes y nuevos que afirman poseer dicha formación. Se interrumpe así la tendencia alcista reflejada en los últimos años.

**TABLA 3.5. POSESIÓN DE FORMACIÓN ESPECÍFICA PARA EMPRENDER SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2013-2014)**

FORMACIÓN ESPECÍFICA	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE		EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO							
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014						
Sí	43,35	47,69	↑	66,69	51,71	↓	55,67	33,94	↓	60,93	43,67	↓	44,69	24,60	↓	49,86	22,53	↓
No	55,91	52,31	↓	33,31	48,29	↑	44,33	66,06	↑	39,07	56,33	↑	51,70	74,25	↑	45,92	77,47	↑
NS/NC	0,74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,61	1,15	↓	4,22	-	-

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.6. NIVEL DE RENTA ANUAL

La mayoría de los emprendedores se sitúan en el rango de rentas inferiores a 20.000 euros, siguiendo la tendencia de los últimos años (tabla 3.6).

En esta edición resulta significativo el incremento del porcentaje de emprendedores con rentas inferiores

a 10.000 euros, especialmente entre los emprendedores potenciales. Se observa también un mayor porcentaje de emprendedores con rentas comprendidas entre 40.000 y 60.000 euros respecto al año anterior en todas las fases del proceso emprendedor, excepto en el caso de los emprendedores nuevos.

**TABLA 3.6. DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN FUNCIÓN DE LA RENTA Y LA FASE DEL PROCESO (% , 2013-2014)**

TRAMOS DE RENTA ANUAL	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE		EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO							
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014						
≥ 10.000 €	10,08	19,65	↑	5,09	7,57	↑	-	8,59	-	2,43	8,03	↑	6,12	8,24	↑	16,76	25,45	↑
10.001-20.000 €	22,40	19,53	↓	25,70	20,56	↓	32,42	39,76	↑	29,21	29,24	↑	19,44	19,85	↑	28,92	29,32	↑
20.001-30.000 €	15,32	19,36	↑	17,98	16,03	↓	9,27	10,98	↑	13,43	13,75	↑	11,79	17,42	↑	12,25	14,14	↑
30.001-40.000 €	5,10	5,34	↑	12,75	9,57	↓	2,26	2,73	↑	7,27	6,47	↓	5,65	10,64	↑	4,15	2,58	↓
40.001-60.000 €	2,96	5,74	↑	2,50	6,80	↑	2,34	-	-	2,42	3,72	↑	3,59	10,05	↑	4,34	2,98	↓
60.001-100.000 €	1,50	1,95	↑	2,62	-	-	-	-	-	1,25	-	-	1,55	3,01	↑	-	2,70	-
>100.000 €	0,74	2,87	↓	-	2,32	-	-	3,10	-	-	2,68	-	1,04	1,89	↑	-	2,98	-
Ns / Nc	41,90	25,56	↓	33,36	37,15	↑	53,71	34,84	↓	43,99	36,11	↓	50,82	28,89	↓	33,58	19,85	↓

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.7. IMPLANTACIÓN EN ENTORNO RURAL O URBANO

La prevalencia de iniciativas emprendedoras puestas en marcha en 2014 en el entorno urbano es una realidad que se ha ido consolidando en Galicia a lo largo de los últimos años. Así, en el 2014, se mantiene el

porcentaje de emprendedores incipientes en el entorno urbano con respecto a 2013 (de 84,06% a 84,45%). En el entorno rural únicamente los emprendedores potenciales observan un incremento (tabla 3.7).

**TABLA 3.7. IMPLANTACIÓN EN ENTORNO RURAL O URBANO DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2013-2014)**

IMPLANTACIÓN	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIENTE		EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Urbano	88,34	85,97 ↓	84,56	86,04 ↑	83,60	82,53 ↓	84,06	84,45 ↑	77,05	78,34 ↑	79,47	80,90 ↑
Rural	11,66	14,03 ↑	15,44	13,96 ↓	16,40	17,47 ↑	15,94	15,55 ↓	22,95	21,66 ↓	20,53	19,10 ↓

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.8. SITUACIÓN LABORAL Y DEDICACIÓN

La mayoría de los emprendedores en 2014 son trabajadores en activo y con dedicación a tiempo completo, como ya se ha venido reflejando en ediciones anteriores. A pesar de ello, y siguiendo la tendencia alcista de años pasados, cerca de la mitad de los emprendedores potenciales (41,78%) se encuentran en desempleo (tabla 3.8). Esto supone un incremento de 8,13 puntos porcentuales con respecto a los datos obtenidos en 2013. Además, el porcentaje de

emprendedores que han abandonado y que se encuentran en situación de desempleo también se incrementa en 5,57 puntos porcentuales.

Igualmente, destaca el incremento de 2,27 puntos porcentuales en los estudiantes que se declaran emprendedores nacientes así como el incremento en 18,49 puntos en el caso de los emprendedores que abandonan y se jubilan.

TABLA 3.8. SITUACIÓN LABORAL DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2013-2014)

SITUACIÓN LABORAL	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE		EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO							
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014						
Empleado activo	49,34	47,45	↓	73,04	78,45	↑	100,00	94,10	↓	87,32	85,62	↓	97,99	98,10	↑	49,92	25,86	↓
Jubilado	0,75	-	-	-	2,62	-	-	-	-	-	1,42	-	1,04	0,60	↓	-	18,49	-
Ama de casa	2,92	1,80	↓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estudiante	13,34	8,97	↓	-	2,27	-	-	-	-	-	1,23	-	0,47	-	-	-	-	-
En paro / otra	33,65	41,78	↑	26,96	16,66	↓	-	5,90	-	12,68	11,73	↓	0,50	1,30	↑	50,08	55,65	↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

En 2014 la mayoría de las personas emprendedoras en todas las fases del proceso lo son a tiempo completo, en esta cuestión los datos se mantienen prácticamente constantes con respecto a la edición anterior

(tabla 3.9). Sin embargo, resulta especialmente relevante el hecho de que un 31,81% de los emprendedores que abandonan tuviesen dedicación a tiempo parcial.

TABLA 3.9. DEDICACIÓN A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2013-2014)

DEDICACIÓN	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE		EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO							
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014						
Tiempo completo	83,55	83,41	↓	100,00	100,00	-	97,54	97,15	↓	98,51	98,56	↑	99,49	98,75	↓	100,00	68,19	↓
Tiempo parcial	16,45	16,59	↑	-	0,00	-	2,46	2,85	↑	1,49	1,44	↓	0,51	1,25	↑	-	31,81	-

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.9. TAMAÑO DEL HOGAR (HÁBITAT)

El tamaño medio del hogar de los emprendedores en Galicia oscila entre 3 y 4 miembros. No se aprecian

variaciones significativas en ninguna de las fases del proceso emprendedor (tabla 3.10).

**TABLA 3.10. TAMAÑO MEDIO DEL HOGAR DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2013-2014)**

TAMAÑO MEDIO DEL HOGAR	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE		EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Tamaño	3,56	3,67 ↑	3,39	3,44 ↑	3,53	3,26 ↓	3,47	3,35 ↓	3,55	3,38 ↓	2,96	3,22 ↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2013; ↓ Valor que disminuye respecto a 2013

### 3.10. PARTICIPACIÓN DEL INVERSOR INFORMAL

*De acuerdo con 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.*

El porcentaje de participación de los inversores informales alcanza el 2,76 % en 2014 (figura 3.1). En lo que respecta a la evolución desde 2013, el porcentaje disminuye, ratificando la tendencia iniciada en 2012. Ello

se relaciona, de nuevo, con un descenso del TEA en 0,19 puntos porcentuales. El porcentaje de participación de los inversores informales en 2014 se mantiene sensiblemente más bajo que el de ediciones anteriores.

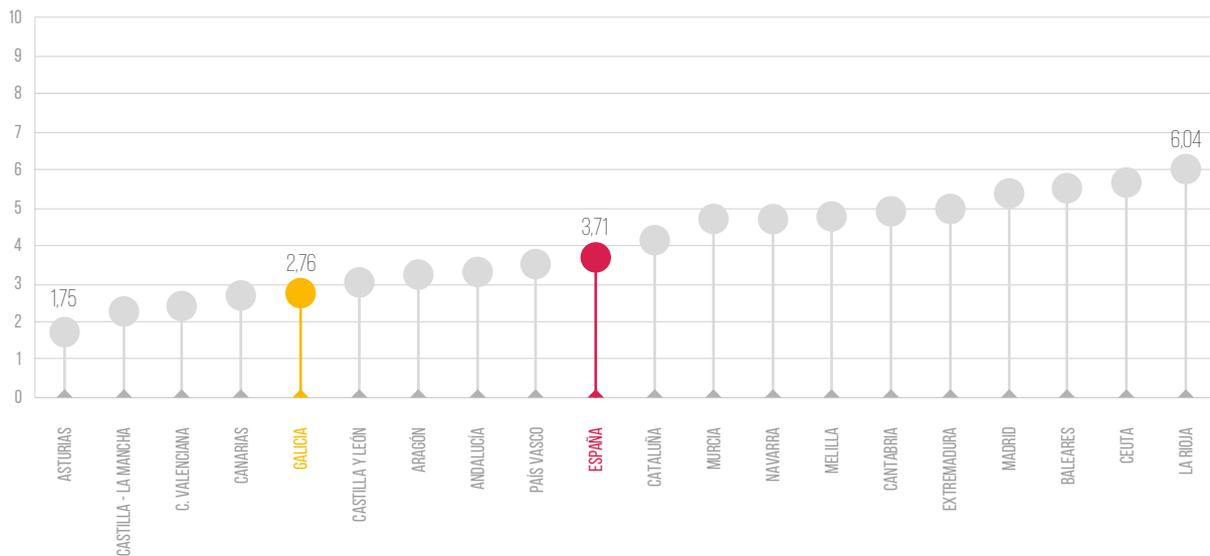
FIGURA 3.1. EVOLUCIÓN DEL TEA Y LA INVERSIÓN INFORMAL (% , 2005-2014)



Galicia se sitúa en los puestos más bajos con una participación de 2,76%, mientras que en el caso de Espa-

ña se produce un incremento de 0,62 puntos porcentuales con respecto a la edición anterior (figura 3.2).

FIGURA 3.2. EL INVERSOR INFORMAL EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% 2014)



### 3.11. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR Y EVOLUCIÓN TEMPORAL

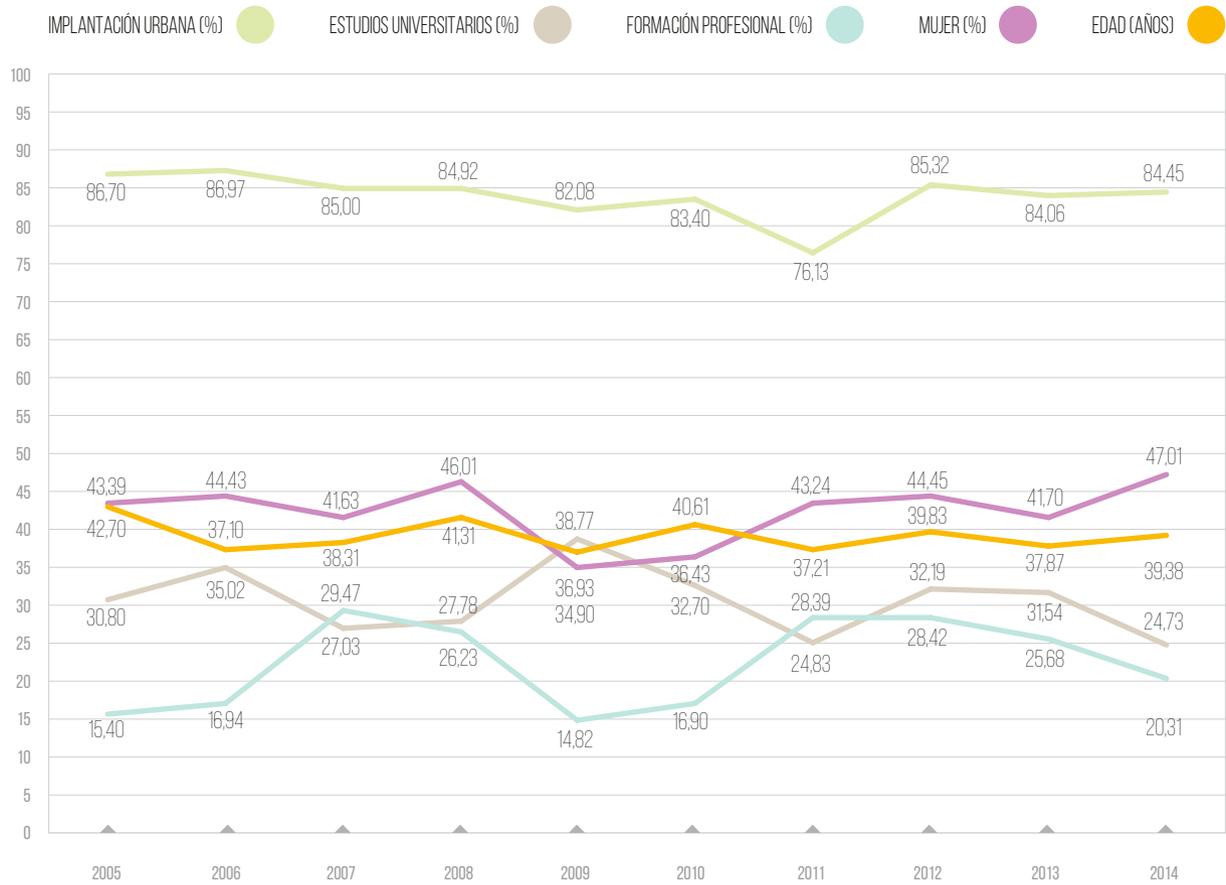
A continuación en la tabla 3.11 se recoge una síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia en 2014. Asimismo en la figura 3.3 se presenta su

evolución a lo largo de las diez ediciones del informe. Las tendencias más significativas ya han sido puestas de manifiesto a lo largo de este capítulo.

**TABLA 3.11. SÍNTESIS DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR EN GALICIA (2014)**

	EMPRENDEDOR POTENCIAL	EMPRENDEDOR NACIENTE	EMPRENDEDOR NUEVO	EMPRENDEDOR INCIPIENTE	EMPRENDEDOR CONSOLIDADO	EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO
Sexo	H: 46,98% M: 53,02%	H: 55,14% M: 44,86%	H: 50,40% M: 49,60%	H: 52,99% M: 47,01%	H: 51,51% M: 48,49%	H: 50,76% M: 49,24%
Edad	38	40	39	39	49	47
Nivel de estudios mayoritario	Obligatorios	FP	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios
Formación específica para emprender	47,69%	51,71%	33,94%	43,67%	24,60%	22,53%
Nivel de renta media	≤ 10.000 €	10.001-20.000€	10.001-20.000€	10.001-20.000€	10.001-20.000€	10.001-20.000€
Implantación zona rural/urbana	U: 85,97% R: 14,03%	U: 86,04% R: 13,96%	U: 82,53% R: 17,47%	U: 84,45% R: 15,55%	U: 78,34% R: 21,66%	U: 80,90% R: 19,10%
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Desempleo/otra
Dedicación completa	83,41%	100%	97,15%	98,56%	98,75%	68,19%
Tamaño del hogar	3,67	3,44	3,26	3,35	3,38	3,22

FIGURA 3.3. EVOLUCIÓN DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR INCIENTE EN GALICIA (2005-2014)





**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]

# CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

## 4.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se describen las principales características de las iniciativas emprendedoras en cada una de las fases del proceso emprendedor, atendiendo al sec-

tor de actividad al que se orientan, dimensión, grado de innovación y uso de nuevas tecnologías, nivel de competencia y previsión de expansión e internacionalización.

## 4.2. SECTOR GENERAL DE ACTIVIDAD

Durante el año 2014 el sector de servicios orientados al consumo es la actividad predominante en todas las fases del proceso emprendedor tal y como se observa en la figura 4.1. Si bien esto no constituye una novedad con respecto a años anteriores, sí que lo es que el peso de este sector haya variado en cada una de las fases. Así, en las iniciativas nacientes se reduce la presencia del sector de servicios al consumo, pasando de representar el 54,96% en 2013 de dichas iniciativas al 44,65% en 2014. Lo mismo sucede en las iniciativas nuevas, reduciendo su presencia desde el 57,97% al 54,26%. Sin embargo, este sector aumenta su presencia del 36,86% al 49,48% en las iniciativas consolidadas, manteniendo la tendencia iniciada en la edición anterior.

Por otro lado, el sector de servicios a empresas representa un porcentaje significativo de iniciativas nacientes (30,19%) e incipientes (22,08%). En particular, dentro de las nacientes se produce un incremento importante de la intención de emprender en este

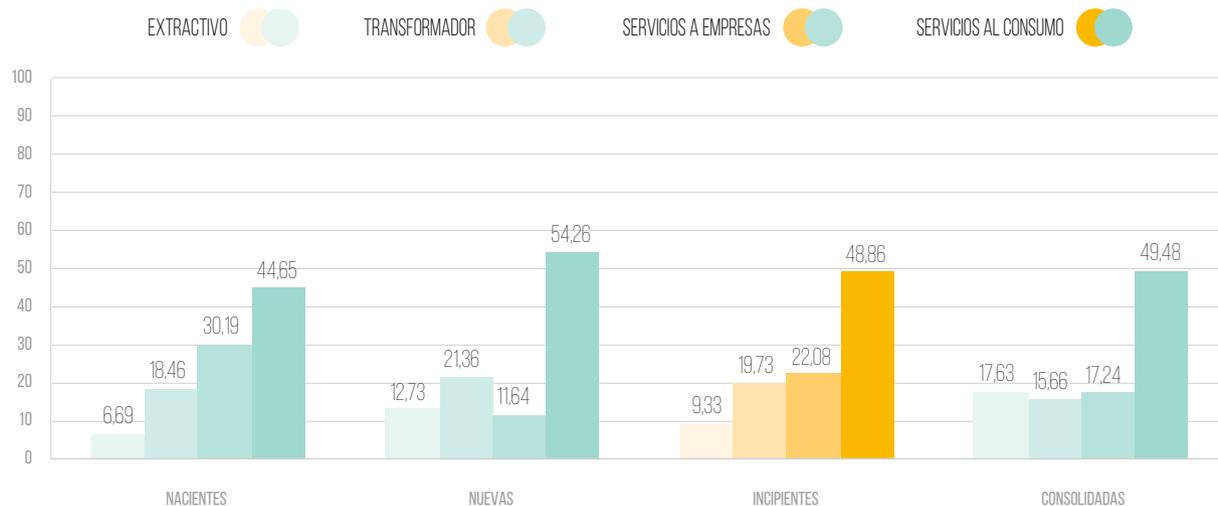
sector pasando del 23,88% en 2013 al 30,19% en 2014.

El sector transformador incrementa su importancia al centrar la actividad del 18,46% de las iniciativas nacientes y del 21,36% de las iniciativas nuevas. Sin embargo, reduce significativamente su presencia en las iniciativas consolidadas, que pasan a ser un 15,66% respecto al 26,86% de la edición anterior.

El sector extractivo o primario pierde presencia en todas las etapas asociadas al proceso emprendedor, con la excepción de las iniciativas nuevas, en el que se incrementa alcanzando en 2014 un 12,73%.

Estos resultados siguen reflejando la dificultad para ubicarse en sectores que demandan un mayor volumen de inversión, como los sectores transformador y extractivo, e inevitablemente orientan a las iniciativas empresariales al sector servicios, con mayor competencia y menor nivel de innovación.

**FIGURA 4.1. SECTOR GENERAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN LA FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR (% , 2014)**



A continuación se recoge en la tabla 4.1 un resumen de las características de las iniciativas emprendoras

incipientes atendiendo al sector de actividad en el que se encuadran.

**TABLA 4.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS INCIPIENTES POR SECTORES (% , 2014)**

CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS INCIPIENTES		SECTOR DE ACTIVIDAD			
		EXTRACTIVO	TRANSFORMADOR	SERVICIOS A EMPRESAS	SERVICIOS AL CONSUMO
Nivel de empleo	Sin empleados	50,54	65,58	57,11	47,62
	1-5 empleados	49,46	34,42	42,89	52,38
	6-19 empleados	-	-	-	-
	20 o más empleados	-	-	9,75	-
Expansión de mercado	Sin expansión	86,64	79,46	70,85	61,84
	Alguna expansión (sin nueva tecnología)	13,36	20,54	29,15	29,74
	Alguna expansión (con nueva tecnología)	-	-	-	5,74
	Profunda expansión	-	-	-	2,68
Nivel de innovación	Totalmente innovadora	86,64	85,79	70,85	69,67
	Parcialmente innovadora	13,36	6,63	11,83	19,48
	No innovadora	-	7,58	17,32	10,85
Nivel de competencia	Mucha competencia	-	12,95	11,83	12,81
	Alguna competencia	57,00	20,59	29,43	39,25
	Sin competencia	43,00	66,46	58,74	47,94
Nivel tecnológico	Tecnología nueva (menos de 1 año)	100,00	81,03	71,28	76,02
	Tecnología reciente (1-5 años)	-	18,97	28,72	15,56
	Tecnología antigua (más de 5 años)	-	-	-	8,42
Nivel tecnológico del sector	Bajo	100,00	100,00	71,28	100,00
	Medio	-	-	23,07	-
	Alto	-	-	5,65	-
Nivel de exportaciones	75%-100%	-	-	5,65	10,85
	25%-75%	-	20,59	12,18	10,66
	1%-25%	27,37	7,59	6,78	5,22
	No exporta	72,63	71,82	75,39	73,27

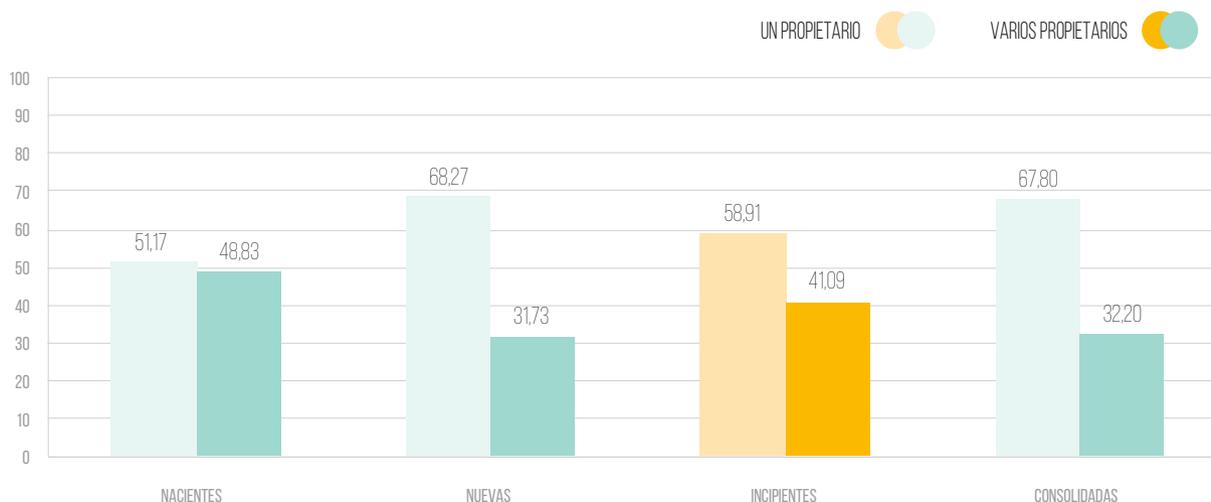
### 4.3. DIMENSIÓN EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE PROPIETARIOS Y DE TRABAJADORES

Durante el año 2014, la mayoría de las iniciativas emprendedoras se configuran como microempresas sin empleados y con un solo propietario. Sin embargo, se observa un aumento de propietarios en las iniciativas nacientes, así como una mayor capacidad de creación de empleo en las iniciativas consolidadas respecto a años anteriores.

En 2014 el porcentaje de iniciativas nacientes que se desarrolla con varios propietarios asciende a un 48,83%, lo que supone un incremento considera-

ble respecto al año anterior (incremento de 15,03 puntos porcentuales: figura 4.2). Sin embargo, el porcentaje de iniciativas nuevas y consolidadas desarrolladas por varios propietarios ronda el 30% (31,73% en el caso de las iniciativas nacientes y 32,2% en el caso de las consolidadas), lo que supone un decremento respecto a la edición anterior. Esta situación constituye una característica de nuestro tejido empresarial y a su vez una limitación, ya que las microempresas tienen mayores dificultades de crecimiento.

FIGURA 4.2. NÚMERO DE PROPIETARIOS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)



La media de propietarios de las iniciativas en todas sus fases es superior en España que en Galicia tal y como

muestra la tabla 4.2, siendo esta diferencia más acentuada en la fase de iniciativas consolidadas.

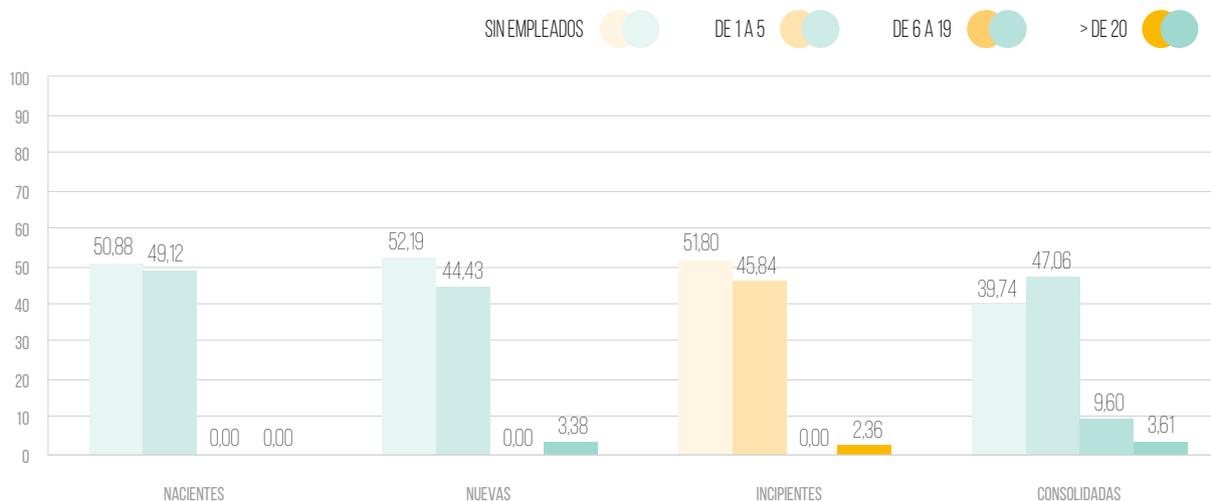
**TABLA 4.2. NÚMERO DE PROPIETARIOS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (2013-2014)**

FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR	GALICIA				ESPAÑA	
	MEDIA		DESVIACIÓN TÍPICA		MEDIA	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Naciente	1,57	1,86	0,94	1,26	1,90	1,90
Nueva	1,78	1,76	1,40	1,77	1,62	1,85
Incipiente	1,68	1,82	1,21	1,50	1,79	1,88
Consolidada	1,66	1,67	1,37	1,50	1,80	2,11

En cuanto a la dimensión de las iniciativas en términos de empleo, solo contemplan la existencia de empleados las iniciativas consolidadas (figura 4.2). Con respecto a 2013, se produce un incremento considerable en el porcentaje de iniciativas incipientes que incorporan entre 1 y 5 trabajadores.

Las iniciativas consolidadas de entre 1 y 5 empleados, con un porcentaje del 47,06%, constituyen el

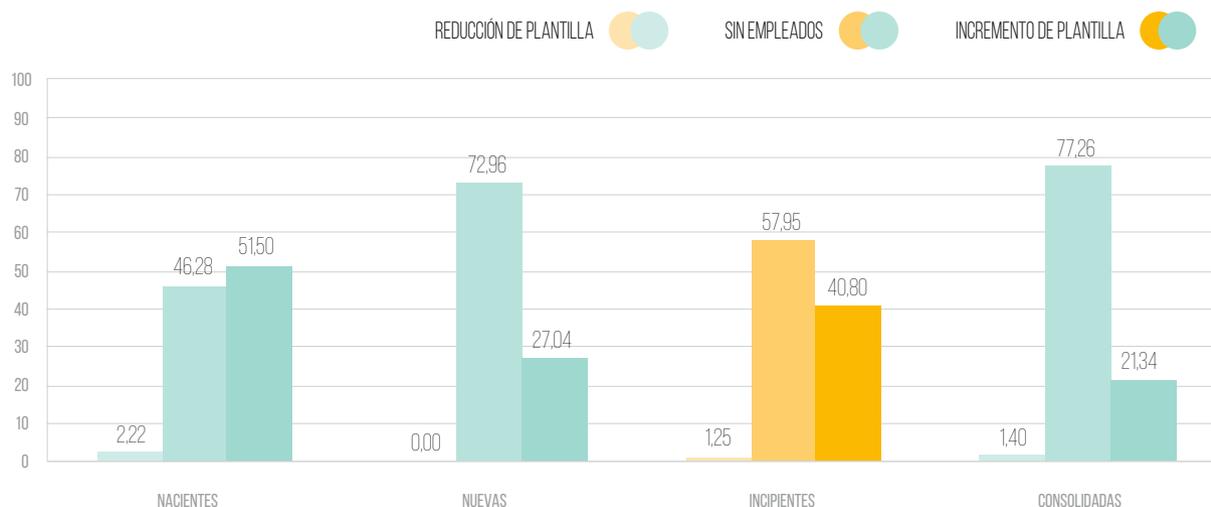
grupo más numeroso de esa categoría (figura 4.3). Además, el porcentaje de iniciativas consolidadas que cuentan con un rango de 6 a 19 trabajadores también se incrementa, pasando de un 8,92% en 2013 a un 9,6% en 2014. Ello ofrece una imagen distinta a la edición anterior, en la que el porcentaje de iniciativas incipientes sin empleados superaba el 70% y el de iniciativas consolidadas sin empleados rozaba el 50% del total.

**FIGURA 4.3. DIMENSIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)**


En lo que se refiere a la previsión sobre la creación de empleo, un 40,8% de las iniciativas incipientes y un 21,34% de las consolidadas estiman que incrementa-

rán su plantilla en los próximos 5 años, continuando una tendencia creciente ya iniciada durante el año 2013 (figura 4.4).

**FIGURA 4.4. PREVISIÓN DE LA EVOLUCIÓN EN CUANTO A EMPLEO PARA LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS EN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)**



## 4.4. GRADO DE INNOVACIÓN Y USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

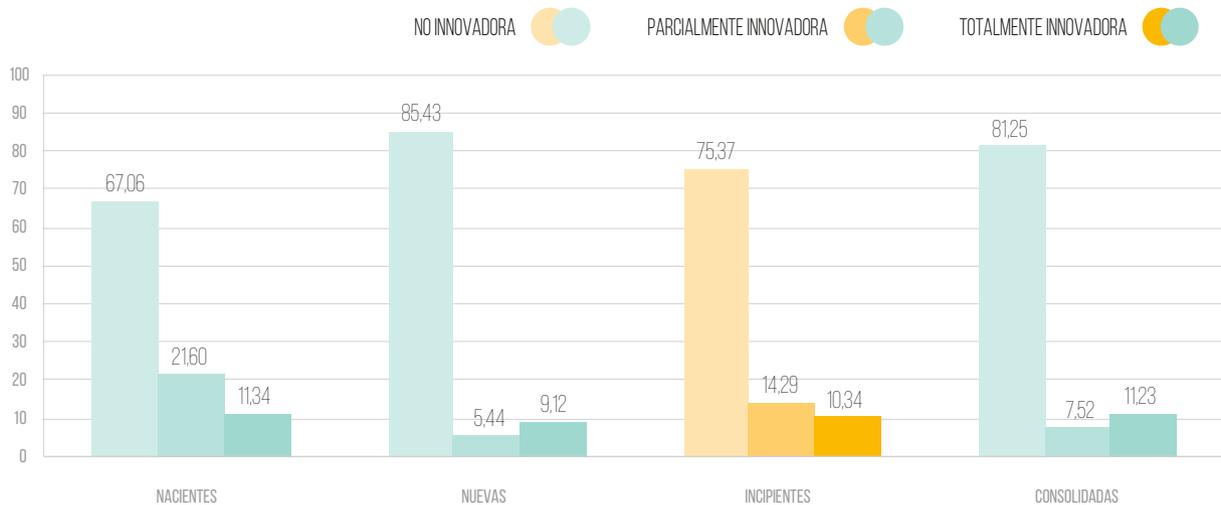
La calificación de las iniciativas emprendedoras como más o menos innovadoras y/o tecnológicas y el uso de la tecnología en las mismas ofrece un panorama poco alentador en Galicia. La mayoría de las iniciativas que se ponen en marcha tienen escasa orientación innovadora debido a que sus promotores manifiestan que ni los productos o servicios que ofrecen ni las tecnologías que utilizan para su implantación son especialmente novedosos.

El porcentaje de iniciativas emprendedoras que se califican como no innovadoras se acerca al 70% en la

etapa naciente del proceso emprendedor, y supera ampliamente esa cifra en las fases posteriores, con más de un 80% en las etapas nueva y de consolidación (figura 4.5).

Entre las iniciativas que se califican como innovadoras, descienden aquellas que se consideran totalmente innovadoras en el caso de las iniciativas nacientes, del 20,70% al 11,34%, pero aumentan, en el caso de las iniciativas nuevas, del 4,62% al 9,12%, y en las iniciativas consolidadas, del 1,54% al 11,23%.

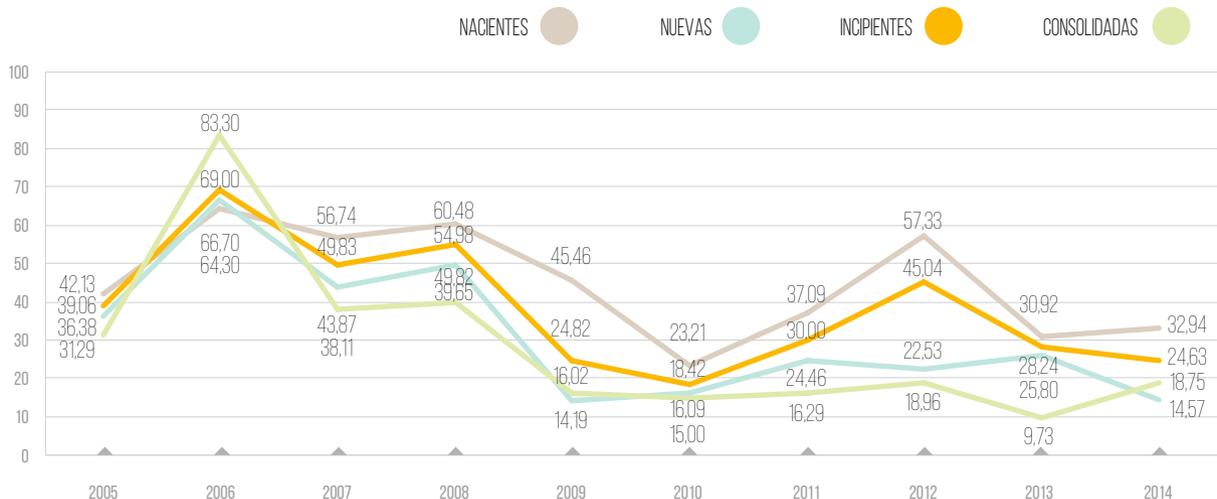
FIGURA 4.5. GRADO DE INNOVACIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)



A pesar de ello, la figura 4.6 muestra una evolución creciente de las iniciativas consideradas parcial o totalmente innovadoras dentro de la etapa de na-

cimiento pasando del 30,92% al 32,94%, así como consolidadas aumentando del 9,73% al 18,75%.

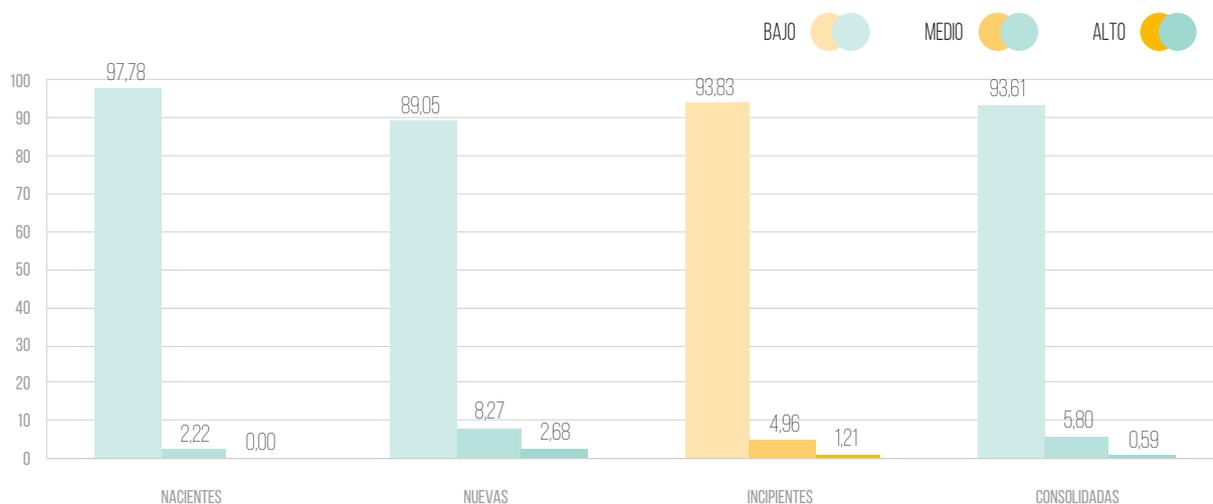
FIGURA 4.6. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS INNOVADORAS (TOTAL O PARCIALMENTE) SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2005-2014)



La presencia de las iniciativas emprendedoras en sectores tecnológicos resulta testimonial, con un 4,96% de iniciativas incipientes ubicadas en sectores con un nivel tecnológico medio y un 1,21% en

sectores de alta tecnología (figura 4.7). Tan solo en el caso de las iniciativas consolidadas se produce un aumento de 2,24 puntos en sectores de media y alta tecnología.

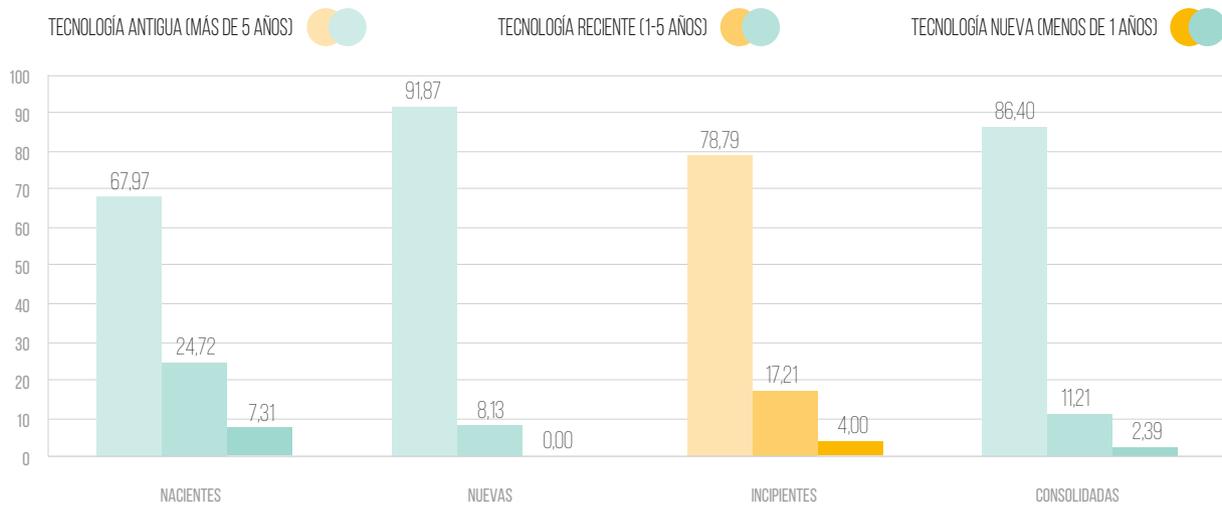
**FIGURA 4.7. NIVEL TECNOLÓGICO DEL SECTOR DONDE SE ENCUADRAN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)**



El dato anterior se agrava más si cabe con el incremento del porcentaje de iniciativas que utilizan tecnología antigua (de más de 5 años) en todas las fases del proceso emprendedor, lo que afecta negativa-

mente a su competitividad. Cuestión especialmente llamativa en el caso de las iniciativas consolidadas que en un 86,4% sigue utilizando tecnología de más de 5 años en 2014 (figura 4.8).

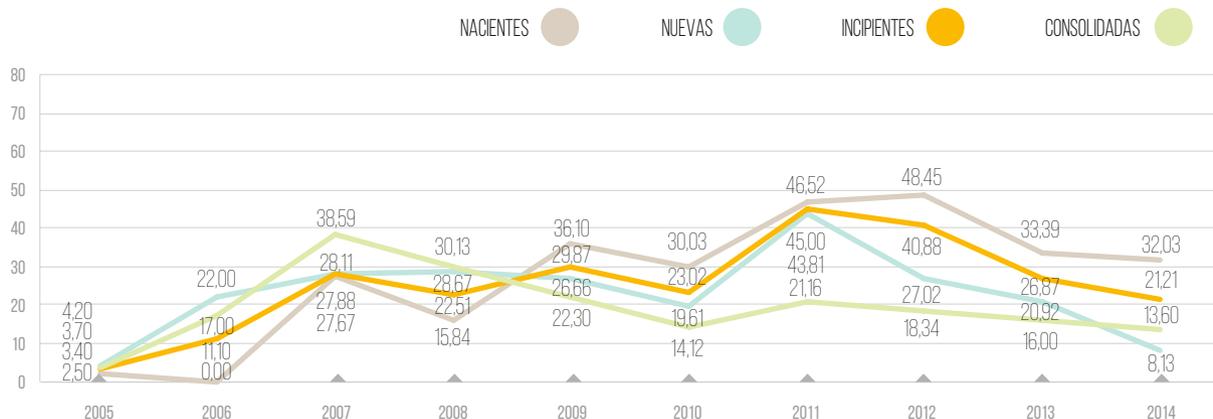
**FIGURA 4.8. USO DE TECNOLOGÍAS EN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2014)**



En cuanto a la evolución de estos datos, el uso de tecnología nueva (menos de 1 año) se reduce en todos los casos, mientras que la utilización de tecnología reciente (1-5 años) sólo se incrementa ligeramente en el caso de las iniciativas nacientes, que pasan del 20,51% en 2013 al 24,72% en 2014 y

en el de las iniciativas consolidadas, que pasan del 10,76% en 2013 al 11,21% en 2014. Estos porcentajes reflejan de nuevo una tendencia decreciente en el carácter tecnológico de los proyectos emprendedores gallegos, iniciada ya en 2011 (figura 4.9).

**FIGURA 4.9. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS CON USO DE TECNOLOGÍAS NUEVAS O RECIENTES (MENOS DE 5 AÑOS) SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2005-2014)**



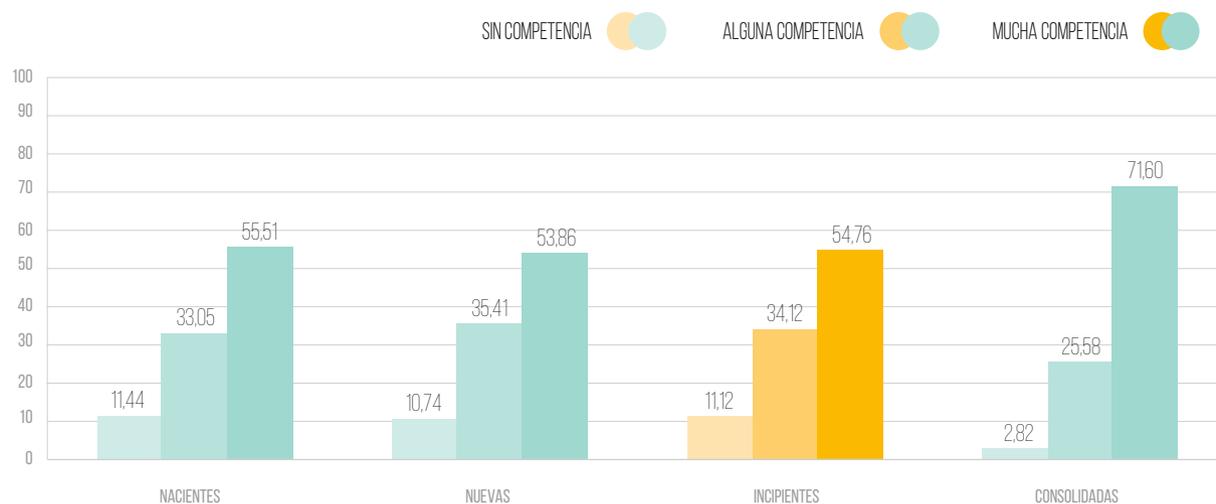
## 4.5. NIVEL DE COMPETENCIA EN EL MERCADO Y PREVISIÓN DE EXPANSIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

El nivel de competencia esperado es muy alto para la mayoría de las iniciativas (más del 50%) en cualquiera de las fases del proceso emprendedor (figura 4.10). Sin embargo, en esta edición se percibe un menor nivel de competencia en el mercado que en años anteriores en las primeras etapas del proceso emprendedor: así los que inician su andadura en el mercado a través de iniciativas nacientes o iniciativas nuevas perciben un nivel de competencia en el mercado menor e inferior a ediciones anteriores. Sin embargo, en el caso de las iniciativas consolidadas, el porcentaje de emprendedores que

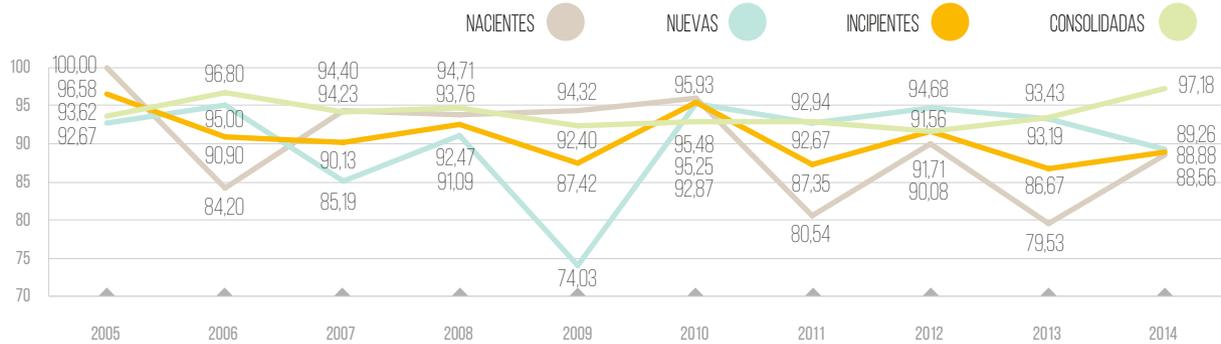
consideran que su actividad está sujeta a la amenaza de mucha competencia se incrementa, alcanzando un 71,6 % en 2014.

A medida que se avanza en el proceso de emprendimiento se incrementa la presión competitiva. Desde una perspectiva evolutiva, conviene destacar la tendencia creciente en la percepción de esta presión (en mayor o menor medida) por parte de los emprendedores inmersos en iniciativas consolidadas, que ha pasado de un 93,43% en 2013 a un 97,18% en 2014 (figura 4.11).

FIGURA 4.10. NIVEL DE COMPETENCIA ESPERADO EN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)



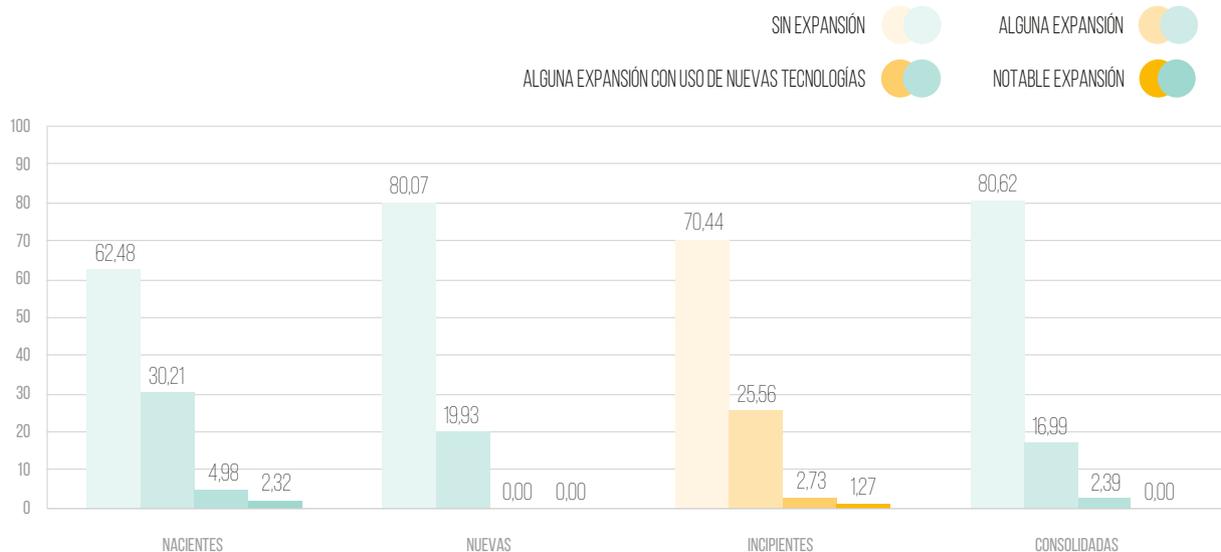
**FIGURA 4.11. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS CON NIVEL DE COMPETENCIA ESPERADO (ALGUNA O MUCHA) SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2005-2014)**



Por otro lado, la previsión de expansión en el mercado continúa la evolución descendente iniciada en el año 2011, a pesar de darse una mayor tendencia hacia la internacionalización de las iniciativas nacen-

tes respecto a ediciones anteriores. Es significativo el caso de las iniciativas nuevas (80,07%) y de las iniciativas consolidadas (80,62%) que declaran que no piensan expandirse en los próximos años (figura 4.12).

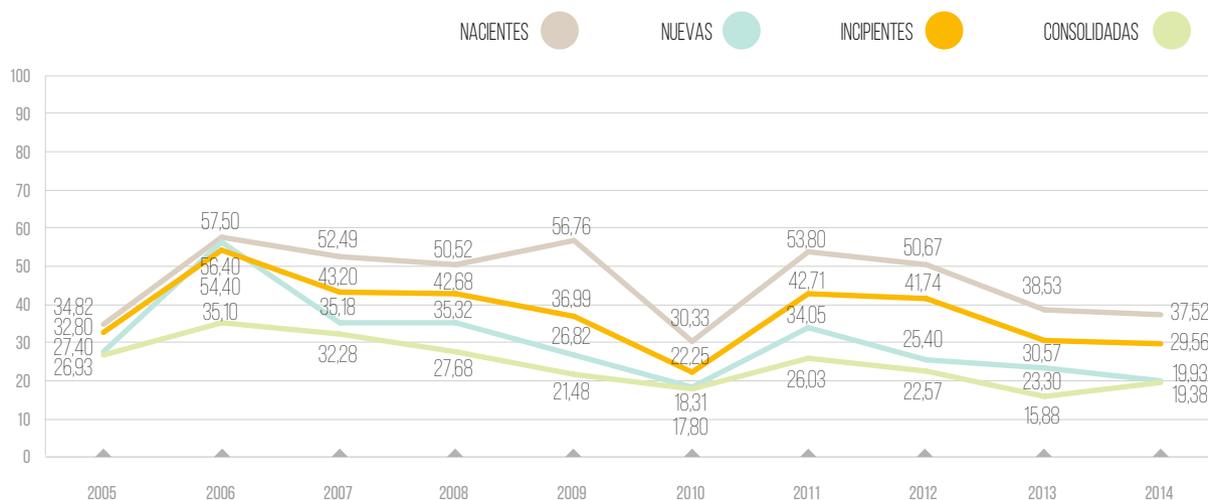
**FIGURA 4.12. EXPANSIÓN EN EL MERCADO DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)**



Sin embargo, el análisis de las fases del proceso emprendedor refleja un ligero incremento con respecto a 2013 en la expansión de las iniciativas nacientes (del 25,65% al 30,21%), de las iniciativas nuevas (del 18,77% al 19,93%) y

de las iniciativas consolidadas (del 10,65% al 16,99%), eso sí, sin utilizar nuevas tecnologías, lo que puede suponer una debilidad clara a la hora de mantener una ventaja competitiva sostenible en el futuro (figura 4.13).

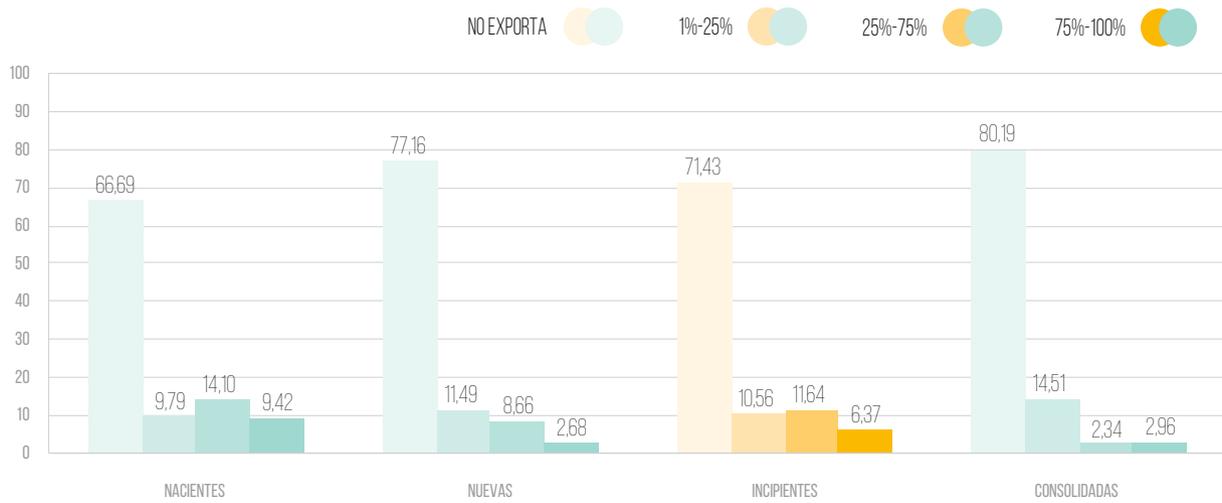
**FIGURA 4.13. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS QUE PREVEN EN LA EXPANSIÓN DE MERCADO SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2005-2014)**



En lo que se refiere a la orientación al mercado externo, durante el año 2014 se observa una mayor propensión hacia la internacionalización por parte de las

iniciativas nacientes alcanzando en 2014 un 14,1%, si bien todavía sigue siendo un porcentaje pequeño (figura 4.14).

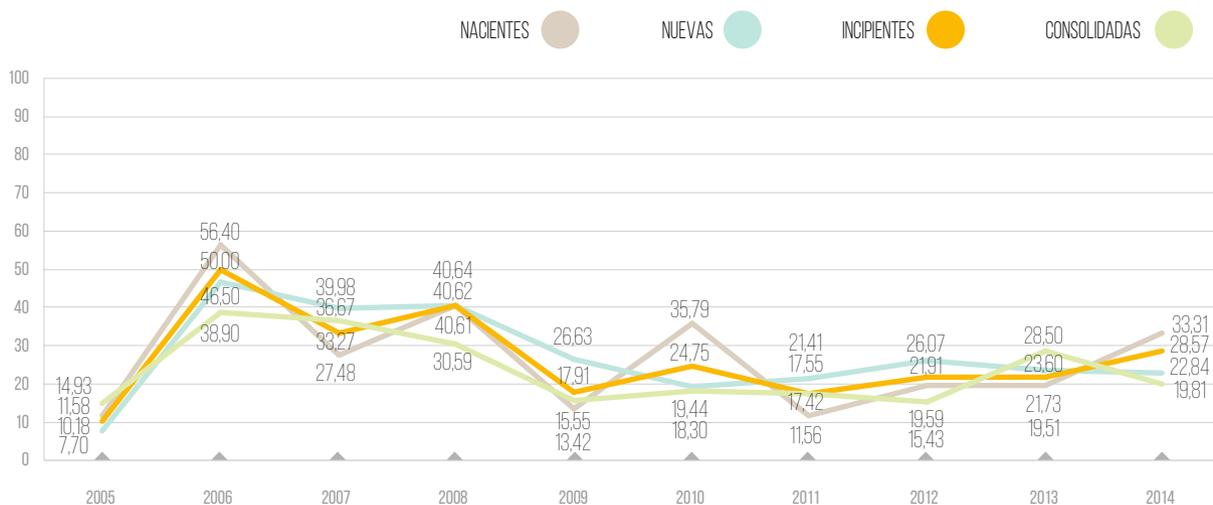
**FIGURA 4.14. ACTIVIDAD GENERAL DE INTERNACIONALIZACIÓN ESTIMADA EN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014)**



Si analizamos la tendencia a través de la figura 4.15, observamos que el porcentaje de iniciativas nacientes que estima exportar pasa de un 19,51% a un 33,31%.

No obstante, se reduce el porcentaje tanto de iniciativas nuevas como de iniciativas consolidadas con intención de exportar respecto a la edición anterior.

**FIGURA 4.15. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EXPORTADORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2005-2014)**



## 4.6. CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Como resultado del análisis anterior, se presenta una síntesis de las principales características de las actividades resultantes del proceso emprendedor durante

el año 2014. Para ello se utilizan las mismas variables analizadas a lo largo de este capítulo y se encuadran en cada una de las fases del proceso emprendedor.

**TABLA 4.3. SÍNTESIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN GALICIA 2014**

		EMPRENDEDOR NACIENTE	EMPRENDEDOR NUEVO	EMPRENDEDOR INCIPIENTE	EMPRENDEDOR CONSOLIDADO
Sector de actividad		Sector Consumo 44,65%	Sector Consumo 54,26%	Sector Consumo 48,86%	Sector Consumo 49,48%
Dimensión	1 propietario	51,17%	68,27%	58,91%	67,80%
	Sin empleados	50,88%	52,19%	51,80%	39,74%
Innovación	Grado de innovación	No innovadora 67,06%	No innovadora 85,43%	No innovadora 75,37%	No innovadora 81,25%
	Nivel tecnológico del sector	Bajo 97,78%	Bajo 89,05%	Bajo 93,83%	Bajo 93,61%
	Uso de tecnologías	Tecnología antigua 67,97%	Tecnología antigua 91,87%	Tecnología antigua 78,79%	Tecnología antigua 86,40%
Competencia		Mucha competencia 55,51%	Mucha competencia 53,86%	Mucha competencia 54,76%	Mucha competencia 71,60%
Expansión		Sin expansión 62,48%	Sin expansión 80,07%	Sin expansión 70,44%	Sin expansión 80,62%
Mercado exterior		No exporta 66,69%	No exporta 77,16%	No exporta 71,43%	No exporta 80,19%



**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]

# EL PROCESO EMPRENDEDOR EN FUNCIÓN DEL SEXO

## 5.1. INTRODUCCIÓN

El objeto de este capítulo, es analizar las principales características del emprendedor en función del sexo de la persona que promueve la iniciativa empresarial. Para ello se realiza un recorrido por el emprendimien-

to de la mujer atendiendo a su perfil socioeconómico, las características de sus iniciativas, sus percepciones y los factores psicológicos y sociales que en ellas influyen.

## 5.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

En el año 2014 y, a diferencia de lo que ocurre con el TEA general, se percibe un ligero aumento de la actividad emprendedora de la mujer en Galicia, pasando el TEA femenino del 3,42% en el 2013 al 3,68% en este año (figura 5.1).

Esta mejoría de la actividad emprendedora femenina y el empeoramiento de la masculina hace que la diferencia entre el TEA masculino y femenino se sitúe en 0,50, siendo la menor distancia entre ambos índices observada desde que se elabora el informe (2005-2014).

FIGURA 5.1. EVOLUCIÓN DEL TEA EN FUNCIÓN DEL SEXO (%), 2005-2014



En el análisis evolutivo, encontramos que a diferencia de otros años en los que el TEA femenino siempre se encontraba por debajo del masculino, en esta edición, no solo se reducen las diferencias entre hombres y mujeres, sino que cuando se considera la etapa de los emprendedores potenciales las mujeres pasan a supe-

rar a los hombres con un indicador de 5,86 frente al 5,20 (tabla 5.1). En otras dos fases del proceso emprendedor, en particular en los casos de iniciativas nuevas y cese efectivo, las diferencias se reducen al mínimo (menos de 0,1 puntos). Solo empeora el diferencial en el caso de las iniciativas nuevas, donde en el año 2013

el TEA femenino se situaba por encima del masculino y en el 2014 sucede al contrario, ya que si bien descienden tanto las iniciativas nuevas masculinas como las femeninas, estas últimas presentan una mayor bajada.

En comparación con la media española, tanto el TEA masculino como el femenino de Galicia se encuentran por debajo, sin embargo, en ambos casos se sitúan por encima en el tramo de iniciativas consolidadas.

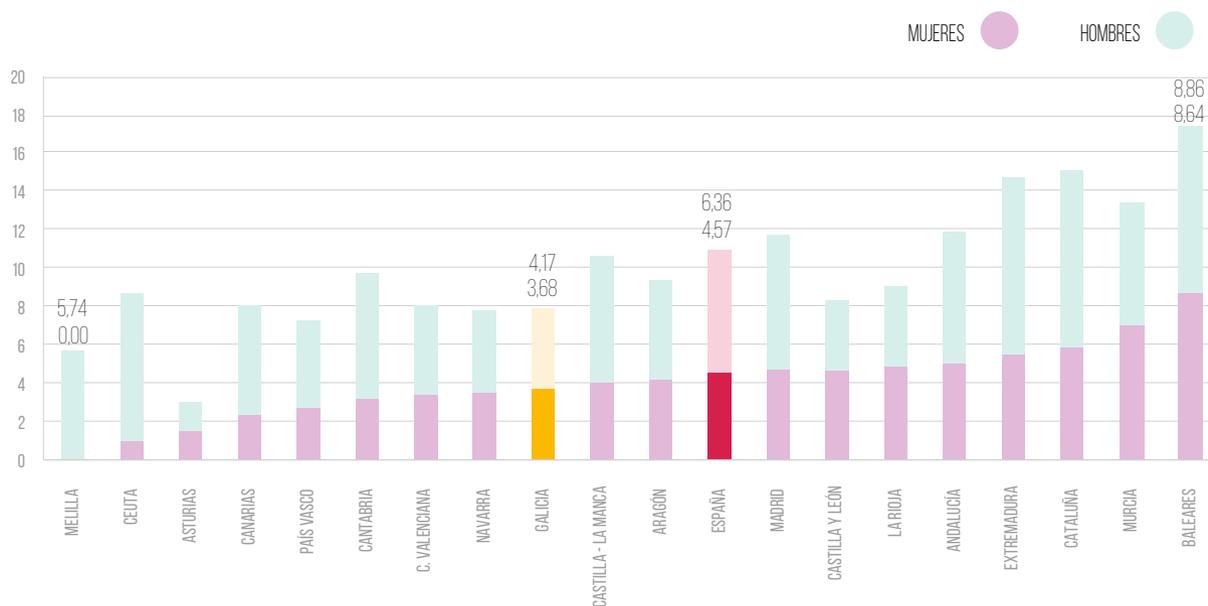
**TABLA 5.1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2014)**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Emprendedores potenciales	5,20	5,86	5,53
Iniciativas nacientes	2,38	1,92	2,15
Iniciativas nuevas	1,80	1,76	1,78
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA 2014	4,17	3,68	3,92
Iniciativas consolidadas	8,75	8,19	8,47
Cese efectivo de iniciativas	1,88	1,81	1,85

La posición del TEA femenino en Galicia sigue siendo inferior a la media española (figura 5.2). Galicia se sitúa como la novena comunidad autónoma con mejor evolución en este indicador en el año 2014, con un aumento de esta tasa de 0,41 puntos frente al 0,26

de media. Además, se trata de la sexta comunidad con un menor diferencial entre el TEA masculino y el femenino (0,5), muy inferior al 1,79 que se presenta de media en España, o a las elevadas diferencias que se dan en otras comunidades autónomas.

**FIGURA 5.2. TEA EN FUNCIÓN DEL SEXO EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% , 2014)**



### 5.3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

En este apartado se describen los principales indicadores que definen el perfil socioeconómico de las emprendedoras de Galicia (tabla 5.2).

En el año 2014, las emprendedoras presentan una media de edad más reducida que los varones, ya que el 71,34% estarían entre los 25 y los 44 años frente al 57,94% de los emprendedores varones.

Dentro de estas edades no se perciben grandes diferencias entre las emprendedoras menores de 34 años o las comprendidas entre 35 y 44, siendo estas diferencias significativas en el caso de los varones (donde superan los 10 puntos). En comparación con el informe anterior, disminuyen las emprendedoras con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años (del 51,46% al 37,19%) y aumentan las comprendidas entre los 35 y los 44 años (del 22,69% al 34,15%).

Si analizamos el nivel de estudios de las emprendedoras gallegas, prevalecen las que poseen estudios universitarios y mejoran los porcentajes relativos a las que presentan estudios obligatorios (26,99%) y bachillerato (22,82%), aunque disminuyen las que tienen estudios universitarios (28,63%), si bien este porcentaje es superior al que presentan los varones en Galicia (21,27%).

Se detecta un descenso importante en el porcentaje de emprendedoras gallegas que manifiestan tener formación específica para emprender (31,64% fren-

te al 56,93% del año 2013), siendo este porcentaje, además, muy inferior al de los hombres (54,34%).

Si analizamos los niveles de renta anual podemos observar que el 42,02% de las emprendedoras gallegas declara percibir menos de 20.000 euros, el 10,89% entre 20.000 y 30.000 euros y el 7,84% más de 30.000 euros. El porcentaje de no respuesta continúa siendo elevado, situándose en el 39,25%.

Las emprendedoras gallegas viven en un entorno urbano (80,24%), si bien este porcentaje se reduce levemente en relación con el año 2013, en el que llegaba al 82,77%.

El 80,24 % de las emprendedoras gallegas se encuentran en situación de empleo activo frente al 91,57% del año anterior. Este porcentaje se sitúa por debajo del masculino que, se reduce pero en menor cuantía, situándose en el 81,03%.

Lo mismo ocurre con el porcentaje de emprendedoras gallegas que declara dedicarse a tiempo completo a su negocio, que baja del 100% de la edición anterior al 97,08% en el año 2014, situándose, además, por debajo del porcentaje masculino, que se eleva al 100%.

Para finalizar, el tamaño medio de las familias de las emprendedoras de Galicia (3,4 personas), es ligeramente superior al tamaño medio de los emprendedores varones (3,31).

TABLA 5.2. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2014)

PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN		HOMBRE	MUJER	TOTAL
Edad	25-34 años	23,57	37,19	29,97
	35-44 años	34,37	34,15	34,27
Nivel de estudios	Obligatorios	36,10	26,99	31,82
	Bachillerato	23,44	22,82	23,15
	Universitarios	21,27	28,63	24,73
Poseción de formación específica para emprender	Con formación específica	54,34	31,64	43,67
Nivel de renta anual	< 20.000€	33,07	42,02	37,28
	20.000-30.000€	16,28	10,89	13,75
	> 30.000€	17,33	7,84	12,87
	NS/NC	33,31	39,25	36,11
Tipo de entorno	Urbano	88,19	80,24	84,45
Situación laboral	Empleo activo	81,03	90,94	85,62
Dedicación	Tiempo completo	100,00	97,08	98,56
Tamaño del hogar (media)		3,31	3,40	3,35

## 5.4. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Las principales características de las actividades puestas en marcha por mujeres se recogen en este apartado a través de la tabla 5.3.

Se trata de iniciativas mayoritariamente dentro del sector servicios de consumo (50,33%), superando al porcentaje de varones en este sector (47,48%).

En este año se incrementa el porcentaje de mujeres promotoras dentro del sector servicios a empresas, que alcanza un 21,69%, estando muy próximo al de los hombres (22,44%). En el sector de transformación, se reducen las actividades promovidas por mujeres (13,95% frente al 17,23% del año 2013), situándose esta cifra por debajo de la de los varones, que se incrementa hasta el 25,13%.

El peso de las iniciativas unipersonales alcanza en el año 2014 el 61,59%, por encima del porcentaje masculino que se queda en el 56,53%.

Se observa un aumento significativo del peso de las iniciativas promovidas por mujeres que tienen empleados a su cargo (45,44% frente al 46,22% de las iniciativas promovidas por hombres). El porcentaje de emprendedoras gallegas que manifiesta no incrementar plantilla, se sitúa en el 45,83%, y se mantiene por encima de los varones, que en esta edición está en el 30,67%. También se produce un aumento de las emprendedoras gallegas que prevén un incremento de plantilla (54,17% frente al 39,82% del 2013), aunque sigue siendo un porcentaje inferior al de las iniciativas promovidas por hombres (69,33%).

En el área de innovación, el 23,53% de las iniciativas emprendidas por mujeres utilizan productos o servicios total o parcialmente innovadores mejorando respecto a la edición anterior, si bien este porcentaje sigue siendo bajo y ligeramente inferior al de las iniciativas promovidas por hombres (25,6%). Además, desciende el uso de tecnologías nuevas o recientes, empleadas por el 13,56% de las iniciativas femeninas, a una distancia significativa del porcentaje para los varones (28%).

Por último, y en consonancia con los resultados anteriores, sigue siendo muy elevado el porcentaje de

emprendedoras gallegas que desarrollan su actividad en sectores de baja o nula tecnología (94,75%).

Si analizamos las variables relativas al mercado, se puede ver que disminuye el porcentaje de emprendedoras que perciben mucha competencia en su sector de actividad (46,29%) y que manifiestan que están trabajando en sectores sin expansión (66,09%), aumentando las diferencias en comparación con la media de los emprendedores varones de Galicia. Un punto a destacar es la reducción que se produce en el porcentaje de emprendedoras que manifiesta no exportar (77,18% frente al 88,59% de la edición anterior).

**TABLA 5.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2014)**

CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS		HOMBRE	MUJER	TOTAL
Sector general de actividad	Transformador	25,13	13,95	19,73
	Servicios a empresas	22,44	21,69	22,08
	Servicios de consumo	47,48	50,33	48,86
Número de propietarios	Un propietario	56,53	61,59	58,91
Dimensión	Sin empleados	49,16	54,56	51,80
	De 1 a 5 empleados	46,22	45,44	45,84
Tipo de evolución esperada	Sin empleados	30,67	45,83	38,48
	Incremento de plantilla	69,33	54,17	61,52
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	25,60	23,53	24,63
	Uso de tecnología nueva o reciente	28,00	13,56	21,21
	Presencia en sectores con baja o nula tecnología	93,02	94,75	93,83
Mercado	Mucha competencia	62,28	46,29	54,76
	Sin expansión	74,29	66,09	70,44
	No exporta	66,32	77,18	71,43

## 5.5. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES

A continuación se analizan algunos de los factores psicológicos y sociales que influyen en la actividad emprendedora, diferenciados según el género y reflejados en la tabla 5.4.

Así, mejora ligeramente la percepción de oportunidades para la creación de empresas por las mujeres, que alcanza un 18,39%, siendo este porcentaje inferior a la percepción de los emprendedores varones en Galicia (34,3%).

Aunque la mayoría de las emprendedoras manifiestan no temer al fracaso (50,51%), este resultado empeora con respecto al del año 2013 (60,25%) y es muy inferior al porcentaje de los emprendedores (75,78%).

Se reduce también el porcentaje de emprendedoras en Galicia que manifiestan tener habilidades y conocimientos para emprender, si bien sigue siendo muy elevado e inferior al de los varones (el 81,31% frente al 92,77%).

En este sentido, aumenta ligeramente el diferencial en comparación con el informe anterior, situándose en algo más de 11 puntos.

Por último, en el año 2014 el 5,92% de las emprendedoras están dispuestas a invertir en nuevos proyectos, lo que supone una clara mejoría en relación con el año anterior, situándose por delante de los hombres en este factor (4,69%).

**TABLA 5.4. FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2014)**

FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER		HOMBRE	MUJER	TOTAL
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	65,70	81,61	73,56
	Sí	34,30	18,39	26,44
Temor al fracaso	No	75,78	50,51	64,06
	Sí	24,22	49,49	35,94
Posesión de habilidades y conocimientos para emprender	No	7,23	18,69	12,62
	Sí	92,77	81,31	87,38
Inversor informal	No	95,31	94,08	94,73
	Sí	4,69	5,92	5,27

## 5.6. EL PROCESO EMPRENDEDOR DE LA MUJER

En la siguiente tabla se recoge la síntesis del perfil socioeconómico y el perfil de las principales

características de las emprendedoras en Galicia y sus actividades.

**TABLA 5.5. SÍNTESIS DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO Y DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN GALICIA DE LA MUJER (2014)**

<b>DINÁMICA EMPRENDEDORA</b>	Iniciativas potenciales	5,86%
	Iniciativas nacientes	1,92%
	Iniciativas nuevas	1,76%
	Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA14	3,68%
	Iniciativas consolidadas	8,19%
	Cese efectivo de iniciativas	1,81%
<b>PERFIL SOCIOECONÓMICO</b>	Edad	El 71,34% tiene entre 25 y 44 años.
	Nivel de formación	El 28,63% posee estudios universitarios.
	Formación específica para emprender	El 31,64% han recibido formación específica para emprender.
	Nivel de renta anual	El 42,02% tiene una renta inferior a los 20.000 € anuales.
	Tipo de entorno: urbano	Un 80,24% desarrollan iniciativas en un entorno urbano.
	Situación laboral	El 90,94% está en situación de empleo activo y se dedica en exclusiva a la gestión de su negocio.
	Tamaño medio del hogar	Entre 3 y 4 miembros.
<b>CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS</b>	Sector general de actividad	El 50,33% de las iniciativas están en el sector de servicios de consumo.
	Número de propietarios	El 61,59% son unipersonales.
	Dimensión	El 54,56% no tiene empleados.
	Potencial de crecimiento de empleo	El 54,17% esperan aumentar el número de trabajadores en los próximos 5 años.
	Carácter innovador	El 94,75 % son iniciativas en sectores con bajo nivel tecnológico. El 23,53% ofertan productos o servicios parcialmente innovadores y el 13,56% utilizan tecnologías nuevas o recientes.
	Nivel de competencia esperado	Mucha competencia (46,29%).
	Previsión de expansión en el mercado	Sin expansión (66,09%).
	Internacionalización	77,18%
<b>FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER</b>	Escasa percepción de buenas oportunidades para emprender (18,39%). El temor al fracaso se sitúa en un 49,49%. El porcentaje de emprendedoras con conocimientos y habilidades para emprender es muy elevado (81,31%).	
<b>INVERSOR INFORMAL</b>	El 5,92% están dispuestas a invertir en nuevos proyectos.	



**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]

# EDUCACIÓN SUPERIOR Y EMPRENDIMIENTO

## 6.1. INTRODUCCIÓN

La actividad emprendedora está influenciada por el nivel de educación del emprendedor, a pesar de no constituir un factor absolutamente determinante. Ello justifica la dedicación de este capítulo al análisis de las posibles diferencias entre emprendedores con estu-

dios universitarios con respecto a los que no alcanzan dicho nivel de educación, en cuanto a las características de su actividad emprendedora, perfil socioeconómico y factores psicológicos y sociales que pueden influir en el desarrollo de su actividad.

## 6.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

En el año 2014 crece ligeramente el porcentaje de universitarios que se consideran potencialmente emprendedores (9,05%), casi duplicando el dato que reportan aquellos que no lo son (4,87%) (tabla 6.1). Este patrón se repite en el caso de las iniciativas incipientes y nuevas, provocando una diferencia más marcada entre el TEA de universitarios (6,42) y el de no universitarios (3,5), diferencia que en la edición anterior era de menos de un punto porcentual.

En el caso de las iniciativas consolidadas, y a diferencia de años anteriores, vuelve a ser mayor, aunque de forma poco significativa, la actividad de los emprendedores sin titulación universitaria (8,39) que la de los que poseen titulación (7,95). También se observa un peso ligeramente mayor en el porcentaje de universitarios que cesan definitivamente sus proyectos frente al de no universitarios.

**TABLA 6.1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS (% , 2014)**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS	NO UNIVERSITARIOS	UNIVERSITARIOS	TOTAL
Emprendedores potenciales	4,87	9,05	5,53
Iniciativas nacientes	1,89	3,69	2,15
Iniciativas nuevas	1,62	2,73	1,78
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA14	3,50	6,42	3,92
Iniciativas consolidadas	8,39	7,95	8,47
Cese efectivo de iniciativas	1,69	2,41	1,85

### 6.3. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA

A continuación se recogen y analizan los principales indicadores que definen el perfil socioeconómico de emprendedores con estudios universitarios (tabla 6.2).

El tramo de edad mayoritario es de 35 a 44 años con más peso incluso que el de los más jóvenes (25 a 34 años), un 49,52% frente al 34,51%. Si tenemos en cuenta los dos intervalos de edad observamos que aproximadamente el 84% de los emprendedores universitarios han puesto en marcha sus iniciativas antes de los 45 años. Por su parte, este porcentaje se situaría en torno al 60% en el caso de los emprendedores no universitarios. Dichas cifras indican que éstos últimos tienden a emprender más tarde.

Al igual que en la edición anterior, los emprendedores no universitarios son los que manifiestan en mayor medida poseer formación específica para emprender (45,92% de no universitarios frente al 36,81% de los universitarios), si bien el dato ha descendido respecto a 2013. En el caso de los universitarios también cae de forma importante, del 57,87% en 2013 al 36,81% en 2014.

En el caso de los emprendedores universitarios sólo el 15,58% se sitúan en el tramo de percepción de renta de más de 30.000 euros al año y con una tendencia a reducirse que ya viene de ediciones anteriores. En el caso de los no universitarios, es de remarcar el predominio de emprendedores que reportan ingresos inferiores a los 20.000 euros (el 65,22%).

El entorno en el que desarrollan sus iniciativas los emprendedores universitarios es principalmente urbano (un 89,11% frente a un 82,92% de los no universitarios).

En la gran mayoría de los casos, los emprendedores están en situación de empleo activo, aunque en 2014 el porcentaje en el caso de los universitarios es inferior al de los no universitarios en casi 2 puntos, frente a lo que venía ocurriendo en años anteriores.

En el caso de los universitarios, la situación actual indica que todos ellos se dedican a su negocio a tiempo completo. Por último, el tamaño medio del hogar es similar, sin apreciarse diferencias por razón de estudios.

**TABLA 6.2. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS (% , 2014)**

PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS		NO UNIVERSITARIOS	UNIVERSITARIOS	TOTAL
Edad	25-34 años	28,48	34,51	29,97
	35-44 años	29,25	49,52	34,27
Posesión de formación específica para emprender	Con formación específica	45,92	36,81	43,67
Nivel de renta anual (*)	<20.000€	65,22	39,09	58,34
	20.000-30.000€	15,62	38,00	21,52
	>30.000€	19,16	22,90	20,14
Tipo de entorno	Urbano	82,92	89,11	84,45
Situación laboral	Empleo activo	86,06	84,29	85,62
Dedicación	Tiempo completo	98,09	100,00	98,56
Tamaño del hogar (media)		3,37	3,32	3,35

## 6.4. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En este apartado se analizan determinadas características de las empresas creadas y las posibles diferencias que pueden existir entre las promovidas por emprendedores con nivel de estudios universitarios y los que no poseen dicha titulación (tabla 6.3).

Los servicios orientados al consumo siguen siendo el sector más habitual en el que inician nuevos negocios los emprendedores no universitarios (49,74%), aunque este porcentaje cae respecto a 2013 en torno a 9 puntos. En el caso de emprendedores universitarios las nuevas empresas se reparten de forma similar entre servicios a empresas y servicios de consumo, siendo el primero el predominante con un 48,75% de las iniciativas. Los emprendedores universitarios no presentan iniciativas en el sector transformador.

Destaca el descenso en el número de empresas creadas por iniciativa de una sola persona, sobre todo en el caso de emprendedores universitarios, que es de 10 puntos respecto a 2013, situándose en el 47,53%. Asimismo, es también significativo el descenso de iniciativas que se ponen en marcha sin empleados, en el caso de emprendedores con titulación universitaria representan un 55,25% frente al 62,37% de 2013, y entre no universitarios un 50,71% frente al 74,28%, mientras que aumentan entre no universitarios de forma significativa las iniciativas de 1 a 5 empleados, pasando del 22,93% al 49,29% en 2014.

Otra tendencia respecto al año anterior es que las iniciativas que nacen con perspectivas de incremen-

tar la plantilla son ahora más frecuentes entre emprendedores no universitarios: el 61,77% frente al 60,87% entre los emprendedores con titulación superior, cuando en 2013 era al contrario.

Predominan claramente las iniciativas desarrolladas en sectores de bajo nivel tecnológico (93,83%), situación similar a 2013, aunque este porcentaje es mucho más alto entre emprendedores no universitarios. Sin embargo, caen entre emprendedores universitarios tanto las iniciativas centradas en productos o servicios total o parcialmente innovadores (del 42,59% al 26,51%) y las que emplean nuevas tecnologías (del 46,14% al 11,04%), con lo que en la edición actual observamos como desaparecen las posibles diferencias que identificaban una presencia mucho mayor de la innovación entre emprendedores universitarios en informes anteriores.

Por último, en cuanto a la dimensión del mercado en el que operan, ambos grupos de emprendedores perciben en porcentaje similar un alto nivel de competencia en su mercado. Las diferencias que marca el nivel de educación aparecen cuando se analiza su percepción acerca de la expansión del mercado y su alcance. Así, si bien aumenta el número de los universitarios que declaran no esperar expansión en el futuro, disminuyen, sin embargo, de forma importante los que no exportan (en 2013 eran el 83,87% y en 2014 el 67,73%), augurando, por tanto, un efecto positivo de la educación superior sobre el alcance previsto del mercado en las nuevas empresas.

TABLA 6.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS (% , 2014)

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS		NO UNIVERSITARIOS	UNIVERSITARIOS	TOTAL
Sector general de actividad	Transformador	25,95	-	19,73
	Servicios a empresas	13,67	48,75	22,08
	Servicios de consumo	49,74	46,04	48,86
Número de propietarios	Un propietario	62,65	47,53	58,91
Dimensión	Sin empleados	50,71	55,25	51,80
	De 1 a 5 empleados	49,29	34,90	45,84
Tipo de evolución esperada	Sin empleados	38,23	39,13	38,48
	Incremento de plantilla	61,77	60,87	61,52
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	24,01	26,51	24,63
	Uso de tecnología nueva o reciente	24,56	11,04	21,21
	Presencia en sectores con baja o nula tecnología	98,39	79,95	93,83
Mercado	Mucha competencia	54,12	56,71	54,76
	Sin expansión	67,82	78,40	70,44
	No exporta	72,64	67,73	71,43

## 6.5. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES

Otro de los aspectos de mayor interés en el estudio de las iniciativas empresariales nuevas es el análisis de los factores de tipo psicológico y social que pueden influir en el proceso emprendedor.

En este sentido, se trata de analizar las posibles diferencias que puedan darse entre emprendedores según su nivel de estudios, y para ello se analizan sus percepciones acerca de las oportunidades para emprender, el temor al fracaso, sus propias habilidades y conocimientos para emprender y su visión como potenciales inversores.

Los datos muestran un retroceso en 2014 en cuanto a la influencia de la formación superior en la percepción de oportunidades para emprender.

Si en 2013 un 34,9% de los emprendedores universitarios contestaba afirmativamente a si percibía dichas oportunidades, ahora este porcentaje cae al 29,48%. Sin embargo, entre no universitarios se produce lo

contrario, y pasan del 15,91 al 25,41% los que perciben oportunidades en el entorno.

Aumenta también el temor al fracaso entre emprendedores universitarios, pasando del 22,47% en 2013 al 38,55% este año, mientras que desciende, aunque ligeramente (en torno a 2 puntos), entre emprendedores no titulados.

La percepción que tienen sobre sus habilidades y conocimientos para emprender, presenta diferencias entre los emprendedores por nivel de educación. Sigue siendo muy alta, un 87,38% en general, similar a la de 2013 y algo superior en el caso de los emprendedores universitarios.

En 2014 aparece un pequeño porcentaje de emprendedores universitarios que muestran disposición a actuar como inversores informales, un 5,15%, valor similar al de los emprendedores no universitarios, frente a ninguno en 2013.

**TABLA 6.4. FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS (% , 2014)**

FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS		NO UNIVERSITARIOS	UNIVERSITARIOS	TOTAL
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	74,59	70,52	73,56
	Sí	25,41	29,48	26,44
Temor al fracaso	No	64,94	61,45	64,06
	Sí	35,06	38,55	35,94
Posesión de habilidades y conocimientos para emprender	No	13,51	9,90	12,62
	Sí	86,49	90,10	87,38
Inversor informal	No	94,69	94,85	94,73
	Sí	5,31	5,15	5,27

**TABLA 6.5. SÍNTESIS DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO Y DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS DE LAS PERSONAS CON ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN GALICIA 2014**

<b>DINÁMICA EMPRENDEDORA</b>	Emprendedores potenciales	9,05%
	Iniciativas nacientes	3,69%
	Iniciativas nuevas	2,73%
	Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA	6,42%
	Iniciativas consolidadas	7,95%
	Cese efectivo de iniciativas	2,41%
<b>PERFIL SOCIOECONÓMICO</b>	Edad	El 34,51% tiene entre 25 y 34 años.
	Formación específica para emprender	Un 49,52% afirma tener formación específica para emprender.
	Nivel de renta anual	Un 39,09% declara tener una renta inferior a 20.000€.
	Tipo de entorno: urbano	Un 89,11% opera en un entorno urbano.
	Situación laboral	Un 84,29% está en situación de empleo activo.
	Tamaño medio del hogar	El tamaño medio del hogar se sitúa en los 3,32 miembros.
<b>CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS</b>	Sector general de actividad	Un 48,75% se dedica al sector de los servicios a empresas, frente al 13,67% que representa dicho sector entre los no universitarios.
	Número de propietarios	Un 47,53% poseen un único propietario.
	Dimensión	Las iniciativas sin empleados representan un 55,25% frente al 50,71% que representan entre los no universitarios.
	Potencial de crecimiento de empleo	El 60,87% esperan incrementar su plantilla.
	Carácter innovador	El 26,51% ofrecen productos o servicios total o parcialmente innovadores.
	Nivel de competencia esperado	El 56,71% esperan un nivel de competencia elevado.
	Previsión de expansión en el mercado	El 78,4% no espera expansión del mercado.
	Internacionalización	El 67,73% no exportan frente al 72,64% de no universitarios.
<b>FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER</b>		El 29,48% afirma percibir oportunidades del entorno, frente al 25,41% de los no universitarios.
<b>INVERSOR INFORMAL</b>		El 5,15% están dispuestos a ser inversores informales.





**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]

# ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

## ÍNDICE DE TABLAS

Introducción .....	15
Tabla 0.1. Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia .....	20
Tabla 0.2. Distribución de las entrevistas a población por sexo y provincia.....	20
<b>Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial .....</b>	<b>33</b>
Tabla 1.1. Actividad emprendedora incipiente total o TEA (2013-2014) .....	35
Tabla 1.2. Motivación para emprender (% , 2013-2014).....	37
Tabla 1.3. Aprovechamiento de una oportunidad de negocio (% , 2013-2014).....	37
Tabla 1.4. Iniciativas consolidadas (2013-2014) .....	39
Tabla 1.5. Emprendedores potenciales (2013-2014) .....	43
<b>Capítulo 2. La influencia del entorno para emprender .....</b>	<b>49</b>
Tabla 2.1. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2014) .....	52
Tabla 2.2. Valoración media de las condiciones del entorno en relación con 2013 (expertos, 2014) .....	56
<b>Capítulo 3. Perfil socioeconómico del emprendedor .....</b>	<b>61</b>
Tabla 3.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso (% , 2013-2014) .....	61
Tabla 3.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso (2013-2014).....	62
Tabla 3.3. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso (% , 2013-2014).....	63
Tabla 3.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso (% , 2013-2014) .....	63
Tabla 3.5. Posesión de formación específica para emprender según la fase del proceso (% , 2013-2014).....	64
Tabla 3.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso (% , 2013-2014).....	65
Tabla 3.7. Implantación en entorno rural o urbano del emprendedor según la fase del proceso (% , 2013-2014).....	66
Tabla 3.8. Situación laboral del emprendedor según la fase del proceso (% , 2013-2014) .....	67
Tabla 3.9. Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso (% , 2013-2014).....	67

Tabla 3.10.	Tamaño medio del hogar del emprendedor según la fase del proceso (% , 2013-2014).....	68
Tabla 3.11.	Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia (2014).....	70
<b>Capítulo 4. Características de las actividades del proceso emprendedor .....</b>		<b>73</b>
Tabla 4.1.	Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2014) .....	75
Tabla 4.2.	Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (2013-2014) .....	77
Tabla 4.3.	Síntesis de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia 2014 .....	87
<b>Capítulo 5. El proceso emprendedor en función del sexo .....</b>		<b>89</b>
Tabla 5.1.	Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (% , 2014) .....	90
Tabla 5.2.	Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del sexo (% , 2014) .....	92
Tabla 5.3.	Características de la actividad emprendedora en función del sexo (% , 2014) .....	93
Tabla 5.4.	Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del sexo (% , 2014).....	94
Tabla 5.5.	Síntesis del perfil socioeconómico y de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia de la mujer (2014).....	95
<b>Capítulo 6. Educación superior y emprendimiento .....</b>		<b>97</b>
Tabla 6.1.	Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del nivel de estudios (% , 2014) .....	97
Tabla 6.2.	Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2014) .....	98
Tabla 6.3.	Características de la actividad emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2014) ....	100
Tabla 6.4.	Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2014) .....	101
Tabla 6.5.	Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de las personas con estudios universitarios en Galicia 2014.....	102

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Introducción .....</b>	<b>15</b>
Figura 0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento .....	17
Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos gem .....	18
<b>Capítulo 1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial .....</b>	<b>33</b>
Figura 1.1. Tipología de las iniciativas emprendedoras según la metodología GEM.....	33
Figura 1.2. Evolución del índice TEA (% , 2005-2014) .....	34
Figura 1.3. Evolución de las iniciativas en todas las fases del proceso emprendedor (2005-2014).....	35
Figura 1.4. TEA en el contexto de España (% , 2014).....	36
Figura 1.5. Motivación para emprender .....	37
Figura 1.6. Evolución del comportamiento emprendedor incipiente (% , 2005-2014) .....	38
Figura 1.7. Evolución de las iniciativas consolidadas (% , 2005-2014).....	39
Figura 1.8. Iniciativas consolidadas en el contexto de España (% , 2014).....	40
Figura 1.9. Evolución del abandono de iniciativas (% , 2005-2014) .....	40
Figura 1.10. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (% , 2014).....	41
Figura 1.11. Ratio de Regeneración empresarial (2005-2014) .....	42
Figura 1.12. Evolución de los emprendedores potenciales (% , 2005-2014).....	43
Figura 1.13. Emprendedores potenciales en el contexto de España (% , 2014).....	44
Figura 1.14. TEA de los países participantes en el Proyecto GEM 2014 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2014) .....	45
Figura 1.15. Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países GEM (2014) .....	46
Figura 1.16. Síntesis del índice de actividad emprendedora (% , 2014).....	47
<b>Capítulo 2. La influencia del entorno para emprender .....</b>	<b>49</b>
Figura 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2014) .....	50
Figura 2.2. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2014) .....	50
Figura 2.3. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2005-2014) .....	51

Figura 2.4.	Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% población, 2014).....	53
Figura 2.5.	El miedo al fracaso como obstáculo para emprender (% población, 2014).....	54
Figura 2.6.	Percepción de oportunidades en el entorno (% población, 2014).....	54
Figura 2.7.	Habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2014).....	55
Figura 2.8.	Conocimiento de algún emprendedor (% población, 2014).....	55
Figura 2.9.	Posición relativa de Galicia respecto a España en cuanto al estado promedio de las principales condiciones de entorno (expertos, 2014).....	57
Figura 2.10.	Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2014).....	58
Figura 2.11.	Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2014).....	59
Figura 2.12.	Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2014).....	59
<b>Capítulo 3.</b>	<b>Perfil socioeconómico del emprendedor .....</b>	<b>61</b>
Figura 3.1.	Evolución del TEA y la inversión informal (% , 2005-2014).....	69
Figura 3.2.	El inversor informal en el contexto de España (% 2014).....	69
Figura 3.3.	Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2014).....	71
<b>Capítulo 4.</b>	<b>Características de las actividades del proceso emprendedor .....</b>	<b>73</b>
Figura 4.1.	Sector general de la actividad emprendedora según la fase del proceso (% , 2014).....	74
Figura 4.2.	Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	76
Figura 4.3.	Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	77
Figura 4.4.	Previsión de la evolución en cuanto a empleo para los próximos 5 años en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	78
Figura 4.5.	Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	79
Figura 4.6.	Evolución de las iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente) según la fase del proceso (% , 2005-2014).....	79
Figura 4.7.	Nivel tecnológico del sector donde se encuadran las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	80
Figura 4.8.	Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	81
Figura 4.9.	Evolución de las iniciativas emprendedoras con uso de tecnologías nuevas o recientes (menos de 5 años) según la fase del proceso (% , 2005-2014).....	81



Figura 4.10. Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014) .....	82
Figura 4.11. Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado (alguna o mucha) según la fase del proceso (% , 2005-2014) .....	83
Figura 4.12. Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	83
Figura 4.13. Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso (% , 2005-2014) .....	84
Figura 4.14. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2014).....	85
Figura 4.15. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso (% , 2005-2014).....	86
<b>Capítulo 5. El proceso emprendedor en función del sexo.....</b>	<b>89</b>
Figura 5.1. Evolución del TEA en función del sexo (% , 2005-2014).....	89
Figura 5.2. TEA en función del sexo en el contexto de España (% , 2014) .....	90



# INFORME EJECUTIVO GALICIA [2014]



# BIBLIOGRAFÍA

**Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo Galicia 2013.**  
Santiago de Compostela: Confederación de Empresarios de Galicia.  
ISBN 978-84-697-1937-4.  
ISSN 1886-9319.

**Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2014.**  
Santander: Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE).  
[ISSN 1695-9302].



**INFORME EJECUTIVO** GALICIA [2014]



# EL CONSORCIO GEM

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un consorcio compuesto, en la edición 2014, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Argentina, Australia, Austria, Barbados, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Botswana, Brasil, Burkina Faso, Camerún, Canada, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Filipinas, Finlandia, Francia, Galicia, Georgia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Kazajistán, Lituania, Luxemburgo, Malasia, México, Noruega, Países Bajos, Panamá, Peru, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Qatar, Reino Unido, Rumanía, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Surinam, Tailandia, Taiwan, Trinidad y Tobago, Uganda, Uruguay y Vietnam.

Asimismo, son miembros de la Red Española de Equipos Regionales GEM las comunidades autónomas de Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Cataluña, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco.

Los nombres de quienes integran los equipos, así como los informes nacionales, regionales e internacionales se encuentran disponibles en <http://www.gem-spain.com>.

Aunque los datos utilizados en la confección de este *Informe Ejecutivo GEM Galicia 2014* 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: <http://www.gemconsortium.org>



# INFORME EJECUTIVO

GALICIA [2014]

Este informe se terminó de imprimir  
en Santiago de Compostela  
el 15 de octubre de 2015









GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



# INFORME EJECUTIVO

GALICIA [2014]