

INFORME EJECUTIVO

GALICIA [2015]



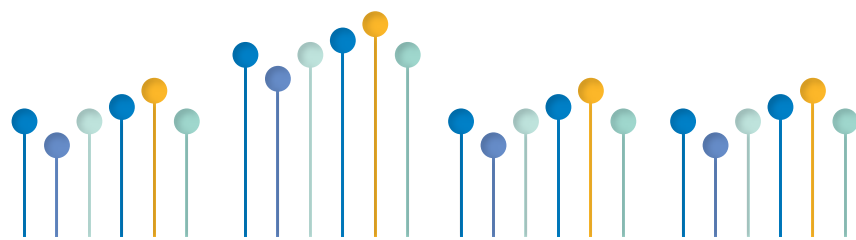
GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

EQUIPO GEM-GALICIA



FINANCIA





INFORME EJECUTIVO

GALICIA [2015]



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



Coordinación editorial: Equipo GEM-USC

Entidades responsables: Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)

Versión electrónica: <http://www.gemgalicia.org>

Maquetación e impresión: Campus na nube

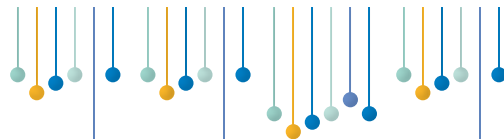
ISSN: 1886-9319

ISBN: 978-84-617-7268-1

Depósito legal: C 2189 - 2016



EQUIPO GEM-GALICIA



INSTITUTO GALLEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA (IGAPE)

Norberto Penedo Rey
Guillermo Viña González
Enrique Gómez Fernández

FEDERACIÓN GALEGA DE XOVES EMPRESARIOS (FEGAXE)

Carmen José López Rodríguez

UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA (USC)

Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia)
Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia)
Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC)
María Bobillo Varela
Nuria Calvo Babío
Marta Portela Maseda
Lucía Rey Ares
David Rodeiro Pazos
Mercedes Teijeiro Álvarez
M^a Milagros Vivel Búa
Guillermo Andrés Zapata Huamani

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2015

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 L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz UTE Fujitsu Magtel
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 Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprendre en Aragón Cátedra Emprendre Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón
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	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) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Gemma Hernando Moliner Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Sánchez Ruiz	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	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
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 Adrián Rabadán Guerra	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Fgulem

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School (Madrid)	Isidro de Pablo López (Director GEM-Comunidad de Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba Iñaki Ortega Cachón	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Avante Extremadura Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundecyt - Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo GEM-USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Marta Portela Maseda Lucía Rey Ares David Rodeiro Pazos Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa Guillermo Andrés Zapata Huamaní Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Carmen José López Rodríguez	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2015

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Madrid ciudad	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández	Ayuntamiento de Madrid
	Universidad Autónoma de Madrid	Miguel Angoitia Grijalba	
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	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 Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez	Universidad Pública de Navarra Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
	King's College London (UK)	Victor Martin Sánchez	
País Vasco	Deusto Business School	Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco) Iñaki Peña	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	José L. González-Pernía	
	Mondragón Unibertsitatea	María Saiz	
	Universitat Autònoma de Barcelona	Jon Hoyos Nerea González David Urbano	
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





PRESENTACIÓN

Con un TEA de 5,51 el más elevado desde 2008, la ratio TEA que mide el porcentaje de población adulta que tiene intención de emprender, presenta una positiva visión del año 2015, asentada además en iniciativas que tienen entre 3 y 42 meses de actividad, el más complicado de los períodos en el proceso emprendedor, iniciativas además que tienen intención de exportar en el 20% de los casos y expandirse usando nuevas tecnologías en el 10%. Dicho índice ha crecido en mayor medida potenciado por los hombres con estudios universitarios, que ven cada vez más oportunidades de emprender, frente a la población en general en la que el emprendimiento por necesidad continúa siendo el de mayor auge.

El año 2015 ha sido un año de consolidación de iniciativas emprendedoras, alcanzando un 5,51%. Este crecimiento, el mayor de la última década, ha supuesto la convergencia hacia la media española, mejorando la posición de Galicia en el contexto nacional e internacional. Han aumentado las iniciativas llevadas a cabo por mujeres, con un incremento en el TEA de 3,68 a 4,62, pero resulta mucho más acusada en el caso de los hombres, que pasan de un TEA de 4,17 en 2014, a un TEA de 6,40 en 2015.

Como punto más novedoso es de señalar que este crecimiento se ha debido a la consolidación de iniciativas nuevas entre 3 y 42 meses de actividad, un cambio de tendencia, dado que en los años anteriores surgían más iniciativas nacientes, las cuales no llegaban a consolidarse. Dentro de estas nuevas iniciativas, más de un 20% presentan intención de exportar y entorno al 10% prevén expansión ligada a las nuevas tecnologías.

Este avance continúa basándose en el emprendimiento por necesidad, que alcanza ya el 43,51% de las iniciativas, siendo la principal motivación de aquellos que emprenden por oportunidad el disponer de una mayor independencia profesional. Este hecho contrasta con el importante incremento en los dos últimos años de la percepción de oportunidades para emprender que manifiesta la población, alcanzando un 20% de la población en general, duplicándose esa cifra entre aquellos que se deciden a emprender en cualquiera de sus fases. En relación a este tema, es importante destacar la diferencia entre los universitarios, donde el 52,94% de los casos perciben oportunidades, mientras que entre los no universitarios solo el 30,48% confirman esta percepción, siendo en ambos casos el temor al fracaso uno de los principales obstáculos para emprender (cerca al 50% en ambos casos). Esta diferencia en cuanto a oportunidades, se traduce también en los futuros emprendedores, ya que en aquellos que están en las primeras fases de la idea emprendedora, la ratio TEA universitaria duplica a la de aquellos que no disponen de estudios (8,73 frente a 3,57).

Este proceso de mejora en las percepciones de la población, ha venido acompañado por una mayor apuesta de los inversores informales (3,77% de la población) que deciden invertir en procesos de emprendimiento, incrementándose en un punto respecto a la pasada edición. En relación al tipo de iniciativas se observa una diferencia importante entre los universitarios que se encuentran encuadrados en el sector de servicios a empresas (42,36% frente al 16,86% de los no universitarios).

Isabel Neira Gómez
Directora técnica GEM- Galicia





TABLA DE CONTENIDO

Relación de los equipos integrantes de la Red Gem España 2015.....	4
Presentación.....	11
Tabla de contenido	13
Introducción	17
0.1. El proyecto de investigación GEM	17
0.2 El modelo conceptual GEM	18
0.3. <i>Balanced Scorecard</i> o cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 2015	23
Resumen ejecutivo	25
Actividad emprendedora y dinámica empresarial	33
1.1. Introducción	33
1.2. Índice de EMPRENDIMIENTO (TEA): evolución temporal.....	34
1.2.1. Contexto nacional	36
1.2.2. Motivación para emprender.....	36
1.3. Dinámica empresarial.....	38
1.3.1. Consolidación de iniciativas: contexto nacional y evolución temporal.....	38
1.3.2. Abandono de iniciativas emprendedoras: motivación y relevo empresarial.....	40
1.3.3. Potencial emprendedor: contexto nacional y evolución temporal	42
1.4. Contexto internacional de los resultados.....	43
1.5. Desglose del índice de actividad emprendedora en Galicia	46
La influencia del entorno para emprender	49
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.....	51
2.3. Evaluación de los expertos respecto a las condiciones del entorno para emprender.....	55
2.3.1. Análisis general del entorno para emprender	55
2.3.2. Obstáculos	57
2.3.3. Factores determinantes de estímulo.....	58
2.3.4. Recomendaciones de los expertos.....	59
Perfil socioeconómico del emprendedor	63
3.1. Introducción	63
3.2. Sexo	63
3.3. Edad	63
3.4. Nivel de estudios	65
3.5. Posesión de formación específica para emprender	65
3.6. Nivel de renta anual	66
3.7. Implantación en entorno rural o urbano	66
3.8. Situación laboral y dedicación	67
3.9. Tamaño del hogar (hábitat).....	68
3.10. Participación del inversor informal	68
3.11. Perfil socioeconómico del emprendedor y evolución temporal	70
Características de las actividades del proceso emprendedor.....	73
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	86

El proceso emprendedor en función del sexo	89
5.1. Introducción	89
5.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial	89
5.3. Perfil socioeconómico de la población emprendedora.....	91
5.4. Características de la actividad emprendedora	92
5.5. Factores psicológicos y sociales.....	93
5.6. El proceso emprendedor de la mujer	94
Educación superior y emprendimiento	97
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.....	100
Índice de tablas	105
Índice de figuras.....	107
Bibliografía.....	111
El Consorcio GEM.....	113





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). En su edición de 2015, GEM ha medido la actividad emprendedora en sesenta y nueve países, lo que le ha merecido el reconocimiento como el es-

tudio longitudinal sobre el emprendimiento más importante 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 Entrepreneurs-hip 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 (CEG), el Instituto Gallego de Promoción Económica (IGA-PE), que da continuidad a BIC Galicia, y la Universidad de Santiago de Compostela (USC). El año 2015 ha supuesto un cambio en la dirección del equipo, que pasa a la USC y la incorporación de la Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) que sustituye a la CEG en la vertiente empresarial.

Además, es preciso destacar en este esfuerzo conjunto el importante apoyo que ha venido proporcionando la Secretaría Xeral de Universidades de la Xunta de Galicia.

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.

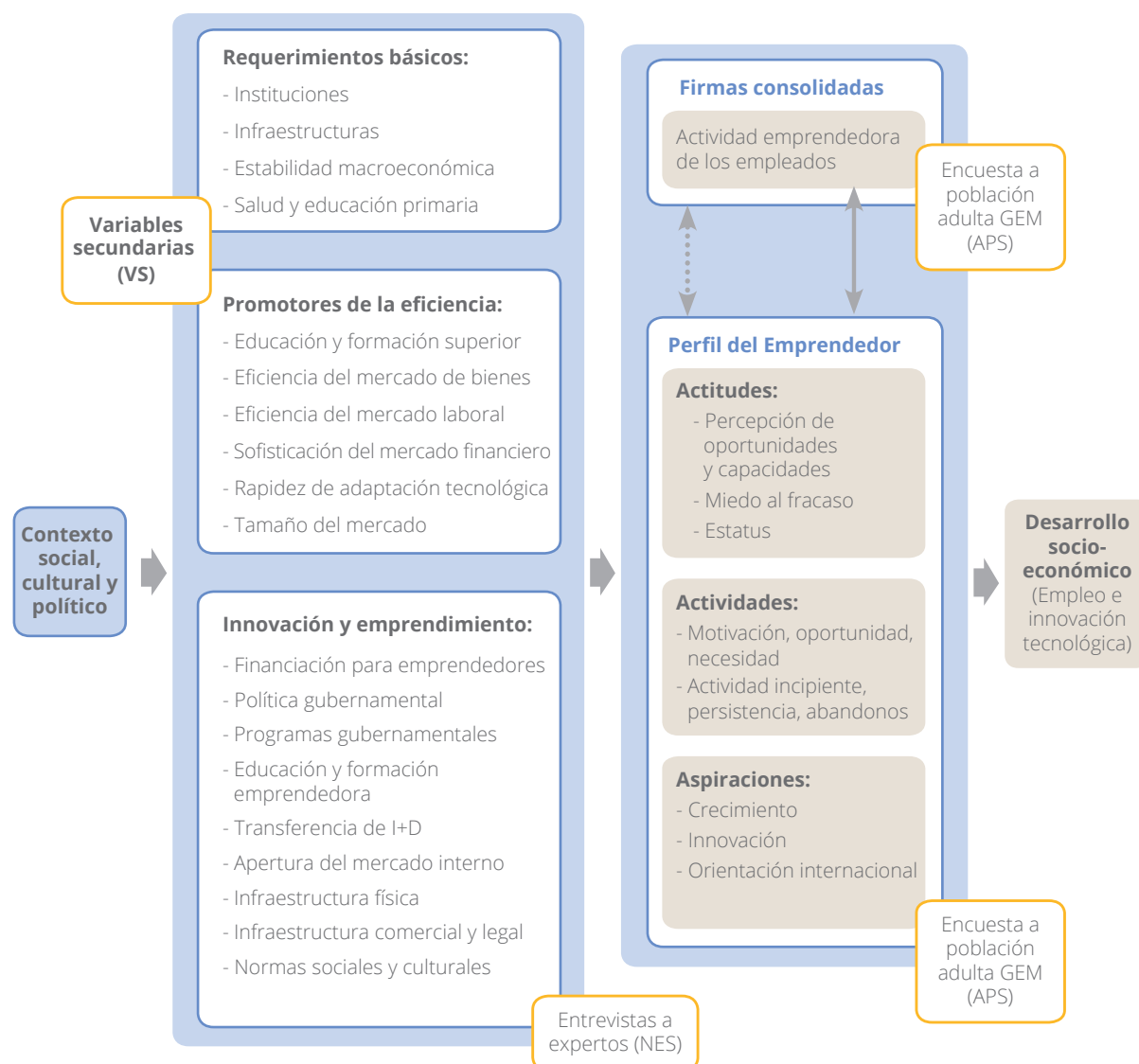
Los informes GEM se centran en el estudio de cómo las personas intervienen a lo largo del proceso emprendedor, lo que le permite proporcionar una visión que va más allá de la que se obtiene a partir de los registros oficiales de empresas, pues GEM aporta información sobre las iniciativas empresariales 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, por tanto, 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



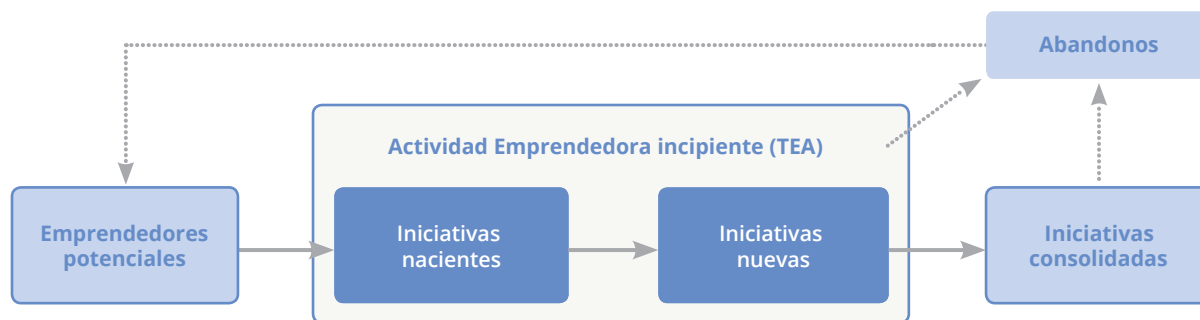
LAS FASES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

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 tres años y medio.

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 **emprendedores potenciales**, es decir, 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**, es decir, 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 constituye la **actividad emprendedora incipiente** o TEA (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity* en su de-

nominación en inglés), 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

EL 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* en su terminología inglesa), que se corresponde con el nivel de actividad emprendedora de una economía, equivalente a la incidencia de las iniciativas nacientes y de las nuevas

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, 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 uni-

consolidados, así como el de aquellos 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.

formas 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 debe entrevistarse a treinta y seis personas (cuatro expertos 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.

Fuentes secundarias. Además de las fuentes específicas del proyecto, GEM utiliza 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 2015	
Universo	Población residente en Galicia de 18 a 64 años
Población objetivo	1.689.920 individuos
Muestra	2.000 individuos
Margen de confianza	95,0%
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 2015
Grabación y creación de bases de datos	Instituto Opinòmetre

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

PROVINCIA	SEXO		TOTAL
	HOMBRE	MUJER	
A Coruña	408	416	824
Lugo	126	123	249
Ourense	119	116	235
Pontevedra	345	347	692
Total	998	1.002	2.000

0.3. BALANCED SCORECARD O CUADRO SINTÉTICO DE INDICADORES GEM GALICIA 2015

A continuación se presenta una síntesis de los indicadores más relevantes que ofrece el *Informe GEM Galicia 2015*, así como su comparación respecto a los

resultados de 2014, ello permite tener una visión de conjunto de los principales resultados y su evolución respecto a la edición precedente.

BALANCED SCORECARD GEM GALICIA 2014-2015			
Concepto: TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en Galicia	2014	2015	Evolución
TEA total	3,92	5,51	↑
TEA femenino (sobre total de población femenina de 18-64 años)	3,68	4,62	↑
TEA masculino (sobre total de población masculina de 18-64 años)	4,17	6,41	↑
Concepto: Distribución del TEA, tomado como 100%	2014	2015	Evolución
% TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	37,07	43,51	↑
% TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	57,85	56,49	↓
% TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,08	0,00	↓
% TEA sector extractivo	9,33	8,04	↓
% TEA sector transformador	19,73	25,34	↑
% TEA sector servicios a empresas	22,08	21,88	↓
% TEA sector orientado al consumo	48,86	44,74	↓
% TEA sin empleados	51,80	61,65	↑
% TEA con 1-5 empleados	45,84	33,29	↓
% TEA con 5-20 empleados	0,00	3,78	↑
% TEA con más de 20 empleados	2,36	1,28	↓
% TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	10,34	5,46	↓
% TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	11,12	10,95	↓
% TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	4,00	12,86	↑
% TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media y alta	6,17	8,16	↑
% TEA iniciativas que exportan en algún grado	28,57	27,15	↓
% TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	1,27	0,93	↓
Concepto: Actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2014	2015	Evolución
% Percepción de oportunidades para la creación de empresas	26,44	34,77	↑
% Posesión de habilidades/conocimientos para emprender	87,38	80,71	↓
% Temor al fracaso	35,94	43,70	↑
% Intención de emprender en los próximos tres años	5,53	4,30	↓
% Abandono de actividad	1,85	2,34	↑
% Inversión informal	5,27	7,21	↑

↑ Valor que aumenta respecto a 2014; ↓ Valor que disminuye respecto a 2014





RESUMEN EJECUTIVO

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

El TEA gallego obtuvo un valor de 5,51 en 2015, poniendo así fin a la etapa de decrecimiento registrada en el período 2012-2014. Esta evolución creciente es debido al auge de las iniciativas emprendedoras en la fase de nuevas (3- 42 meses).

Considerando el ámbito nacional, el TEA gallego continúa por debajo de la media nacional (5,70), si bien cabe destacar el diferencial entre ambos se ha reducido en 2015 pasando de 1,55 en 2014 (5,47 en España y 3,92 en Galicia) a 0,19 (5,7 en España y 5,51 en Galicia).

Al evaluar las motivaciones para emprender, se obtuvo que la existencia de una oportunidad de negocio es el principal factor que lo impulsa, pero éste registra un descenso en 2015 aunque menor al protagonizado en el período 2013-2014. Además, el deseo de tener una mayor independencia profesional se mantiene como el principal factor asociado a este tipo de emprendimiento. No obstante, debe destacarse el gran auge experimentado por el mantenimiento del volumen de ingresos que es el factor que representa un mayor crecimiento dentro emprendimiento por oportunidad.

LA INFLUENCIA DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

El análisis de la influencia del entorno sobre el emprendimiento gallego permite afirmar que el 21,02% de los entrevistados perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en Galicia y, de hecho, el 44,88% afirma poseer habilidades y conocimientos para ello.

Al evaluar la intencionalidad emprendedora, los emprendedores gallegos destacan por su menor miedo al fracaso y mayor capacidad para emprender respecto a la población general. Al mismo tiempo, se

En el análisis de la evolución del TEA por oportunidad y necesidad en Galicia, destaca su crecimiento durante el último año, más notable en el caso del emprendimiento por necesidad que alcanza el valor más alto de toda la serie histórica (2005-2015). Por su parte, el índice TEA de iniciativas consolidadas alcanza 10,61 en 2015, por encima de la media nacional (7,70) y, al mismo tiempo, suponiendo una mejora de la posición relativa de Galicia en el contexto nacional.

La tasa de abandono de las iniciativas emprendedoras crece en 2015, de 1,85% en 2014 a 2,34% en dicho año, continuando la tendencia del año anterior y en contraposición al descenso registrado a nivel nacional. Las causas de abandono más destacadas son, por este orden, la obtención de una rentabilidad insuficiente, las motivaciones personales, y la jubilación del emprendedor.

El TEA de los emprendedores potenciales ha continuado el descenso registrado en el año anterior, pasando de 5,53 a 4,30, y en línea con la evolución detectada a nivel nacional.

caracterizan por identificar en mayor medida oportunidades de negocio en el entorno.

Desde el punto de vista de los expertos, se ha registrado un empeoramiento en su percepción del entorno gallego para emprender que, si bien continúa por debajo de la media nacional, mejora su posición relativa respecto a España. En esta línea, los factores del entorno que, a su juicio, tienen una mejor valoración son, por este orden, las infraestructuras, la enseñanza postsecundaria y la disponibilidad de

apoyo financiero. Por el contrario, los peor valorados se identifican con la apertura del mercado interno y la enseñanza primaria/secundaria.

La principal recomendación para estimular el emprendimiento en Galicia formulada por los expertos se refiere a la mejora del apoyo financiero,

dado que éste ha sido identificado como uno de los principales obstáculos junto con las políticas del gobierno. Además, también identifican la mejora de las características de la fuerza de trabajo y la educación y la formación como otros dos factores relevantes como vehículos de estímulo del emprendimiento gallego.

PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

Uno de los aspectos más destacables del perfil socioeconómico del emprendedor es el durante el período 2014-2015, el descenso de la proporción de mujeres respecto a los varones en todas las fases del proceso, salvo en la de emprendimiento consolidado, que rompe así la tendencia al alza del período previo.

El perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia presenta en el año 2015, en términos generales, características similares a las recogidas en ediciones pasadas, con ligeros matices. Es el caso de la edad media, que continúa su tendencia alcista hasta situarse por encima de 40 años en todas las fases salvo la de emprendedor potencial, donde la edad media es de 38 años.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Durante el año 2015, el sector de actividad predominante en todas las fases del proceso emprendedor en Galicia continúa siendo el de los servicios orientados al consumo. La tónica dominante de las actividades resultantes del proceso emprendedor es la de microempresas sin empleados y con un solo propietario.

En lo relativo a la previsión sobre creación de empleo, en torno a un 40% de las iniciativas nacientes y un 37,5% de las iniciativas incipientes estiman que incrementarán su plantilla en los próximos 5 años.

La mayoría de las iniciativas, con porcentajes próximos al 80%, se definen claramente como

no innovadoras. Más elevado es el porcentaje de iniciativas emprendedoras que se sitúan en sectores de baja tecnología -superan el 90%-, también situándose en niveles elevados las iniciativas que no hacen utilización de tecnologías nuevas o recientes.

Por su parte, la percepción de los emprendedores en Galicia acerca del nivel de competencia de los mercados continúa siendo elevada. En relación a la expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras ligada al uso de nuevas tecnologías, experimenta un aumento significativo en todas las fases del proceso emprendedor.

EL PROCESO EMPRENDEDOR DE LA MUJER

Durante el año 2015 continúa la tendencia al alza de la actividad emprendedora iniciada en 2014. Esta tendencia se mantiene en el caso de las mujeres, que pasan de un TEA de un 3,68 a un 4,62, pero resulta mucho más acusada en el caso de los hombres, que pasan de un TEA de un 4,17 en 2014, a un TEA en

2015 de un 6,40, con una tendencia claramente ascendente que incrementa las diferencias entre emprendedores en función del sexo.

La posición del TEA femenino en la Comunidad Autónoma de Galicia sigue siendo inferior a la media

española (4,62 en Galicia frente al 5,02 en España), aunque Galicia mantiene su posición como novena comunidad autónoma con mayor TEA en el año 2015 y la octava con mayor diferencial positivo entre hombres y mujeres.

En el año 2015, casi la mitad de las emprendedoras gallegas tiene una edad comprendida entre los 35 y los 44 años, y si bien su nivel de estudios sigue siendo superior al de los varones en el nivel universita-

rio, perciben que tienen menos formación específica para emprender que los hombres.

Las iniciativas emprendedoras de las mujeres en Galicia se ubican en su mayoría en el entorno urbano y son lideradas por trabajadoras en activo que se dedican a tiempo completo a su negocio. El tamaño medio de las familias de las emprendedoras gallegas disminuye de 3,4 miembros en 2014 a 3,36 en 2015, un dato similar al del tamaño medio del hogar de los varones (3,37).

EDUCACIÓN SUPERIOR Y EMPRENDIMIENTO

La distancia entre emprendedores universitarios y no universitarios en cuanto a los niveles de TEA, situados en 6,78 y 5,26 puntos porcentuales, respectivamente, se reduce. El tramo de edad más frecuente para emprender en el caso de los universitarios sigue siendo el situado entre los 35 y los 44 años.

Al contrario de lo que sucedía en el año 2014, en esta edición el porcentaje de personas que poseen formación específica para emprender es mayor entre los universitarios (63,17% frente a los 47,26% de los no universitarios). El nivel de renta medio entre no universitarios se sitúa de forma predominante en el tramo más bajo (el 55,57% de los que responden a esta cuestión reportan ingresos inferiores a los 20.000 euros anuales) mientras que entre universitarios el 59,98% afirman tener un nivel de renta anual por encima de los 30.000 euros.

Predominan claramente las iniciativas desarrolladas en sectores de bajo nivel tecnológico, especialmente entre no universitarios (93,29% frente al 84,23% en-

tre universitarios), y ambos grupos de emprendedores perciben en porcentaje similar (en torno al 58%) un alto nivel de competencia en su mercado.

En 2015 ha habido una relativa mejoría en cuanto a la influencia de la formación superior en la percepción de oportunidades para la creación de empresas. Así, aumenta significativamente el porcentaje de emprendedores universitarios que afirma percibir dichas oportunidades (52,94% frente al 29,48% en 2014), mientras que este porcentaje experimenta un descenso en el caso de los no universitarios.

La percepción de los emprendedores sobre sus habilidades y conocimientos para emprender es muy positiva entre los emprendedores universitarios, donde el 100% considera que dispone de estas aptitudes, frente a una cifra que se sitúa en el 77,25% entre los no universitarios.

RESUMO EXECUTIVO

ACTIVIDADE EMPREENDEDORA E DINÁMICA EMPRESARIAL

O TEA galego obtivo un valor de 5,51 en 2015, rematando así o período de decrecemento rexistrado no período 2012-2014. Esta tendencia é motivada polo auxe de novas iniciativas empresariais entre 3 e 42 meses de actividade.

Considerando o ámbito nacional, o TEA galego aínda está por debaixo da media nacional (5,70), a pesar de terse reducido en 2015 esas diferenzas, pasando de 1,55 en 2014 (5,47 en España e 3,92 en Galicia) a 0,19 (5,7 en España e 5,51 en Galicia).

Ao avaliar as motivacións para emprender, a existencia dunha oportunidade de negocio é o principal factor que o impulsa, a pesar de rexistrar un descenso en 2015, este é inferior ó experimentado en 2013-2014. Ademais, o desexo de ter maior independencia profesional segue a ser o principal factor asociado con este tipo de emprendemento. Con todo, debe notarse que o auxe que experimenta o mantemento do volume do negocio, factor que representa un gran crecemento dentro do emprendemento por oportunidade.

A INFLUENCIA DO ENTORNO PARA EMPREENDEDOR

A análise da influencia do entorno sobre o emprendemento galego, permite afirmar que o 21,02% dos entrevistados perciben boas oportunidades para iniciar un negocio en Galicia, ademais o 44,88% afirma posuír habilidades e coñecementos para levalo a cabo.

Ao avaliar a intencionalidade emprendedora, os empresarios galegos destacan polo seu menor medo ao fracaso e maior capacidade para emprender sobre a poboación en xeral. Ao mesmo tempo, caracterízanse por identificar máis oportunidades de negocio no seu entorno.

Na análise da evolución do TEA por oportunidade e por necesidade en Galicia, destaca o seu crecemento en relación a pasada edición, máis notable no caso de emprendedores por necesidade, acadando o valor máis alto de toda a serie histórica (2005-2015). Mentres tanto, o índice TEA alcanzou 10,61 nas iniciativas consolidadas en 2015, por enriba da media nacional (7,70) e, á vez, supoñendo unha mellora na posición relativa de Galicia no contexto nacional.

A taxa de abandono de iniciativas emprendedoras medrou en 2015, pasando de 1,85% en 2014 para 2,34% no derradeiro ano, continuando a tendencia do ano anterior, en contraste coa caída rexistrada a nivel nacional. As causas máis importantes de abandono son, nesta orde, a obtención dunha rendibilidade insuficiente, motivacións persoais e xubilación do emprendedor.

O TEA dos emprendedores potenciais continuou o descenso rexistrado o ano anterior, de 5,5 a 4,30, e en liña coa evolución detectada a nivel nacional.

Dende o punto de vista dos expertos, produciuse un deterioro da percepción sobre o entorno galego para emprender, aínda que por debaixo da media nacional, mellorando polo tanto a posición en relación a España. Nesta liña, os factores do entorno, que, na súa opinión, teñen unha mellor avaliación son, nesta orde, infraestrutura, educación post-secundaria e dispoñibilidade de apoio financeiro. Por outra banda, os peor avaliados identifícanse coa apertura do mercado doméstico e o ensino primario / secundario.

A principal recomendación para estimular o espírito emprendedor en Galicia feita polos expertos refírese a mellora do apoio financeiro, xa que este foi identificado como un dos principais obstáculos, xunto as políticas gobernamentais. Ademais, identifican tamén

a mellora das características da forza de traballo, da educación e da formación como outros dous factores relevantes para o estímulo do emprendemento en Galicia.

PERFIL SOCIOECONÓMICO DO EMPRENDEDOR

Un dos aspectos máis relevantes do perfil socioeconómico do emprendedor é o descenso experimentado durante o período 2014-2015, na proporción de mulleres fronte a homes en todas as fases do proceso, agás para o emprendemento consolidado, rompendo así a tendencia ascendente do período anterior.

O perfil socioeconómico do emprendedor en Galicia presenta en 2015, en termos xerais, características similares ao de edicións pasadas, con lixeiros matices. Este é o caso da idade media, que segue a súa tendencia ascendente de estar por riba de 40 anos en todas as fases, excepto no emprendedor potencial, onde a idade media é de 38 anos.

CARACTERÍSTICAS DAS ACTIVIDADES DERIVADAS DO PROCESO EMPRENDEDOR

Durante 2015, o sector de actividade predominante en todas as fases do proceso emprendedor en Galicia segue sendo os servizos orientados ao consumo. A tendencia dominante das actividades derivadas do proceso emprendedor son as o microempresas, sen empregados e cun único propietario.

Mais elevada é a porcentaxe de iniciativas que están en sectores de baixa tecnoloxía -superan 90% - acadando tamén niveis elevados as que non fan uso de tecnoloxías novas ou recentes.

En canto á previsión sobre a creación de emprego, o 40% das iniciativas nacentes e 37,5% dos incipientes estiman aumentar a súa forza de traballo durante os próximos 5 anos.

Pola súa banda, a percepción dos emprendedores en Galicia sobre o nivel de competencia no mercado segue sendo elevada. A expansión no mercado ligada ao uso de novas tecnoloxías, experimentou un aumento significativo en todas as fases o proceso emprendedor.

A maioría das iniciativas, con porcentaxes próximos ao 80%, son claramente definidas como non inno-

O PROCESO EMPRENDEDOR DAS MULLERES

Durante o ano 2015 continuou a tendencia ascendente da actividade emprendedora iniciada en 2014. Esta tendencia continúa no caso das mulleres, que pasan de unha TEA de 3,68 a 4,62, máis pronunciado para os homes, que pasan de un TEA de 4,17 en 2014, a un TEA 6,40 en 2015, cunha tendencia claramente ascendente que aumenta as diferenzas entre emprendedores segundo o sexo.

A posición do TEA feminina na Comunidade Autónoma de Galicia é aínda inferior á media española (4,62 fronte 5,02 en Galicia, en España), aínda que Galicia mantén a súa posición como a novena rexión con maior TEA en 2015 e a oitava con maior diferenza positiva entre homes e mulleres.

No ano 2015, case a metade das emprendedoras galegas teñen idades comprendidas entre 35 e 44 anos e, aínda

que o seu nivel educativo sigue sendo superior ó dos homes no nivel universitario, perciben que teñen menos formación específica para emprender que os homes.

As iniciativas emprendedoras de mulleres en Galicia están localizadas principalmente no medio ur-

bano e son conducidas por traballadoras en activo, que se adican a tempo completo ao seu negocio. O tamaño medio das familias das emprendedoras, diminuíu de 3,4 membros en 2014 para 3,36 en 2015, semellante ao tamaño medio do fogar de (3.37) dos homes.

ENSINO SUPERIOR E EMPRENDIMENTO

A distancia entre os emprendedores universitarios e non universitarios en relación aos niveis de TEA, situados en 6,78 e 5,26 puntos porcentuais, respectivamente, redúcese. O tramo de idade máis frecuente sitúase entre 35 e 44 anos.

Ao contrario do que aconteceu en 2014, este ano a porcentaxe de persoas que teñen formación específica para emprender é maior entre os universitarios (63,17% en comparación co 47,26% dos non universitarios). O nivel medio de renda entre non universitarios reside principalmente na parte inferior (a 55,57% dos entrevistados responderon que gañan menos de 20.000 euros ao ano) mentres que entre os universitarios o 60% teñen un nivel de renda anual por enriba de 30.000 euros.

Dominan as iniciativas desenvolvidas en sectores de baixa tecnoloxía, especialmente entre os non univer-

sitarios (93,29% en comparación co 84,23% entre universitarios), e ambos os grupos entenden porcentaxe similar (uns 58%) de un alto nivel de competencia no seu mercado.

En 2015 houbo unha mellora relativa en termos da influencia da educación superior na percepción de oportunidades para emprender. Así, aumenta de forma significativa a porcentaxe de emprendedores universitarios que din percibir esas oportunidades (52,94% contra 29,48% en 2014), mentres que esta porcentaxe experimenta unha diminución no caso dos non universitarios.

A percepción dos emprendedores sobre as súas habilidades e coñecementos para emprender é moi positiva entre os universitarios, onde 100% cren que ten esas habilidades, contra unha 77,25% entre os non universitarios.



ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

1.1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de este capítulo se estudian las variables más relevantes en la cuantificación del emprendimiento gallego. El análisis engloba

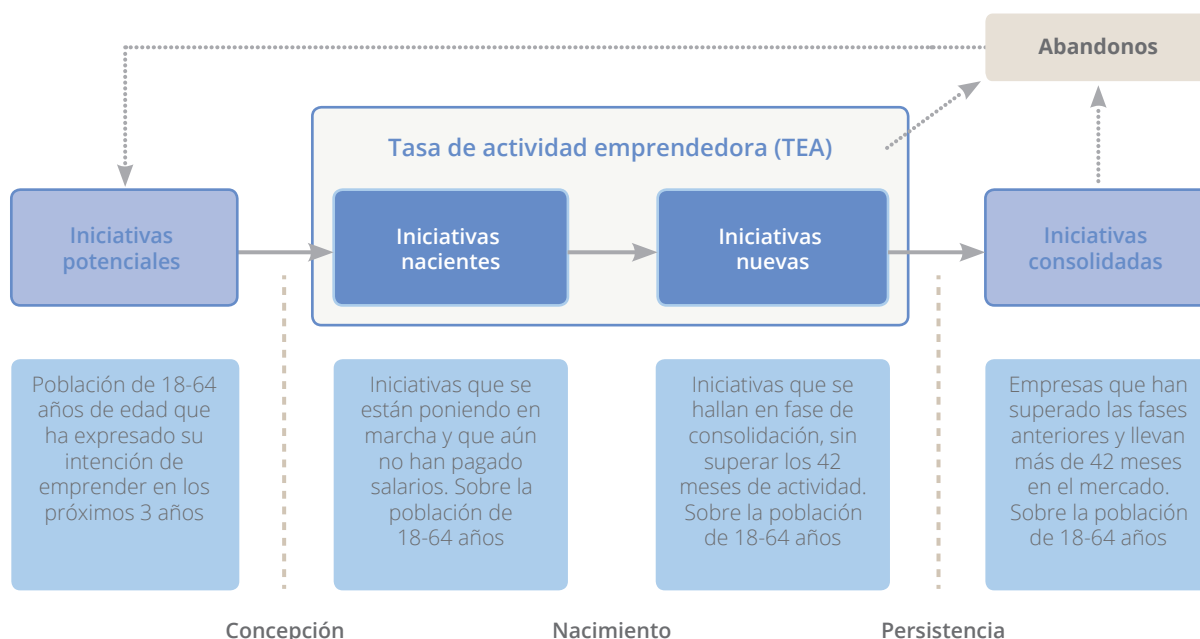
tanto la identificación de su evolución temporal como su comparación con otras localizaciones geográficas.

El Proyecto GEM considera como emprendedor activo a todas aquellas personas entre 18 y 64 años que se encuentran 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.

De acuerdo con la guía de investigación GEM, el proceso emprendedor se puede estructurar en

varias etapas o fases que son recogidas en la figura 1.1.

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



ETAPAS DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Concepción

Esta fase representa el nacimiento de la intención emprendedora (emprendimiento potencial) y su reflejo en una acción y, en consecuencia, hace referencia a las iniciativas nacientes.

Nacimiento

La realización y consolidación de la iniciativa emprendedora es representada a través de esta etapa, per-

mitiendo el cálculo del indicador TEA, el cual abarca tanto iniciativas nacientes (hasta 3 meses de actividad) como nuevas (entre 3 y 42 meses).

Consolidación

El proyecto emprendedor finaliza con esta etapa que hace referencia a las iniciativas con una antigüedad superior a 42 meses y que permite el estudio de la persistencia, cierre y causas vinculadas a dichos procesos.

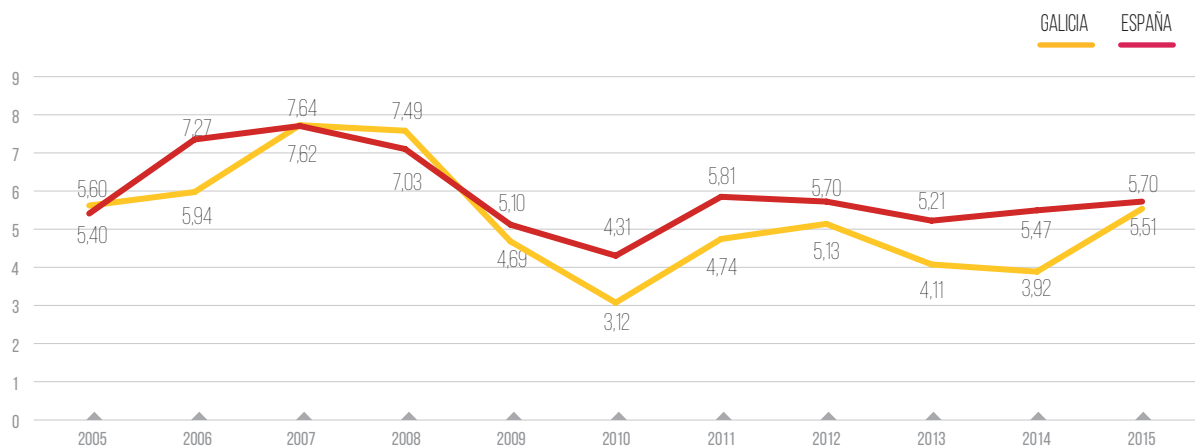
1.2. ÍNDICE DE EMPRENDIMIENTO (TEA): EVOLUCIÓN TEMPORAL

El TEA es un indicador que hace referencia al nacimiento de la iniciativa emprendedora y que, como se indicó anteriormente, diferencia entre iniciativas nacientes (hasta 3 meses de actividad) y nuevas (en-

tre 3 y 42 meses de actividad). La figura 1.2 muestra que el TEA gallego alcanzó un valor de 5,51 en 2015, superior al 3,92 del 2014, corrigiendo así la etapa de decrecimiento registrada en el período 2012-2014.

En 2015 el índice TEA protagoniza un crecimiento respecto al año previo y alcanza un 5,51%.

FIGURA 1.2. EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE TEA (% , 2005-2015)



El análisis desglosado del TEA en función del tipo de iniciativa emprendedora se expone en la tabla 1.1. Se puede comprobar el gran ascenso registrado en las iniciativas emprendedoras nuevas del 1,78% al

3,62%, lo cual explica la evolución creciente del TEA en el último año. Las iniciativas nacientes experimentan un descenso aproximado del 13%, pasando del 2,15% al 1,89%.

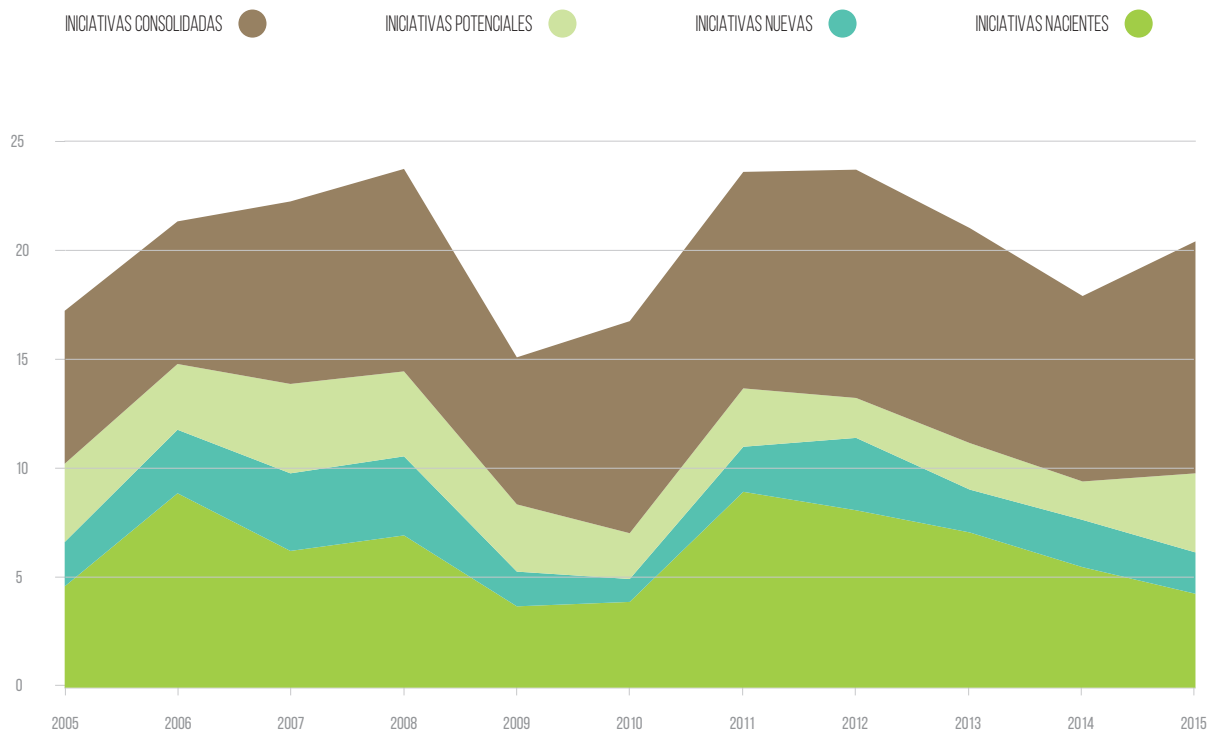
TABLA 1.1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA INCIPIENTE TOTAL O TEA (2014-2015)

	2014		2015	
	Nº	%	Nº	%
Iniciativas nacientes	36.775	2,15	31.985	1,89
Iniciativas nuevas	30.393	1,78	61.029	3,62
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA	67.168	3,92	93.014	5,51

La representación acumulada de las iniciativas emprendedoras a través de sus fases de desarrollo aparece en la figura 1.3. El ascenso más notable se produce en las

empresas consolidadas y, en menor medida, entre las iniciativas nuevas. Por el contrario, las iniciativas nacientes y potenciales registran un leve descenso.

FIGURA 1.3. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EN TODAS LAS FASES DEL PROCESO EMPRENDEDOR (% , 2005-2015)

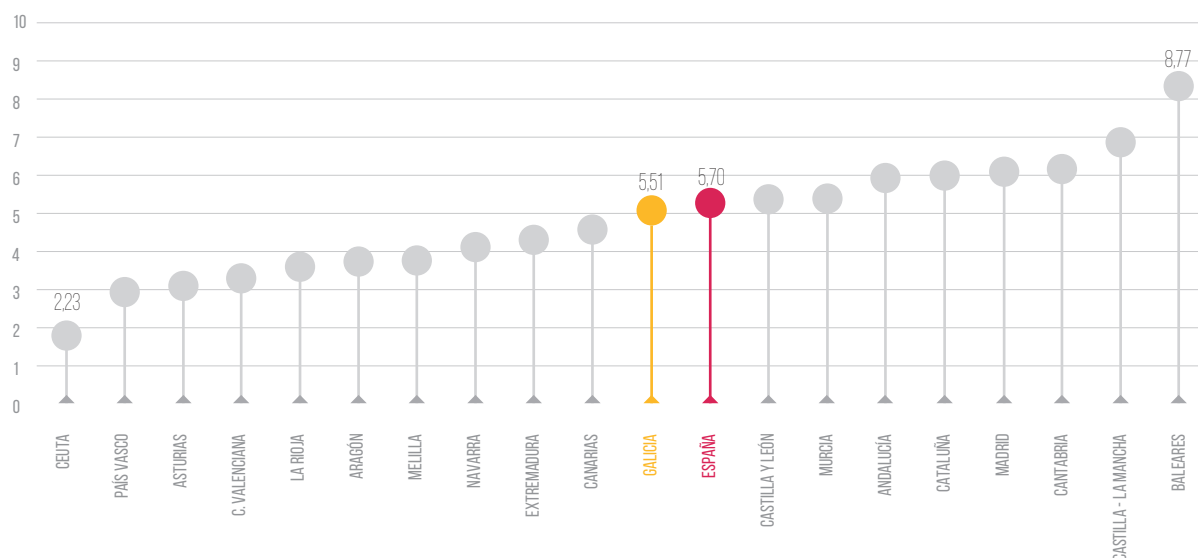


1.2.1. CONTEXTO NACIONAL

El análisis del TEA para las diferentes comunidades autónomas se muestra en la figura 1.4. A pesar del crecimiento experimentado en Galicia durante el último año, donde pasa de 3,92 en 2014 a 5,51 en 2015, esta comunidad continúa estando por debajo de la

media nacional, que alcanza un 5,70 en 2015. No obstante, esta brecha entre el TEA gallego y nacional se ha reducido notablemente de 1,55 en 2014 (5,47 en España y 3,92 en Galicia) a 0,19 en 2015 (5,70 en España y 5,51 en Galicia).

FIGURA 1.4. TEA EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% 2015)



1.2.2. MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER

La figura 1.5 identifica las motivaciones que acompañan el proceso emprendedor. Dichas motivaciones son clasificadas en función de que supongan la materialización de una oportunidad de negocio (Oportunidad), respondan a la necesidad de generar una opción profesional para el emprendedor (Necesidad), u otras alternativas intermedias entre ambas opciones. Focalizándose en la motivación por oportunidad, se identifican las razones que la sustentan, bien una mayor independencia, bien un incremento o estabilización de los ingresos, u otras causas.

La oportunidad como motivación para emprender protagoniza un descenso en 2015 y continúa la tendencia negativa ya registrada en 2014 (tabla 1.2). Esta

caída alcanza, en términos aproximados, un 2,35% frente al 16,98% identificado en el bienio 2013-2014. Al mismo tiempo, cabe destacar que el deseo de tener una mayor independencia profesional se mantiene como el principal factor asociado al emprendimiento por oportunidad, seguido del deseo del mantenimiento del volumen de ingresos que en 2015 se sitúa como motivación por delante del aumento del volumen de ingresos (tabla 1.3). Por tanto, incluso dentro del emprendimiento por oportunidad, gana peso cierto emprendimiento de “subsistencia” más que de “ambición”. Por su parte, la generación de autoempleo a través del emprendimiento (emprendimiento por necesidad) ha sido la motivación principal para el 43,51% de los emprendedores.

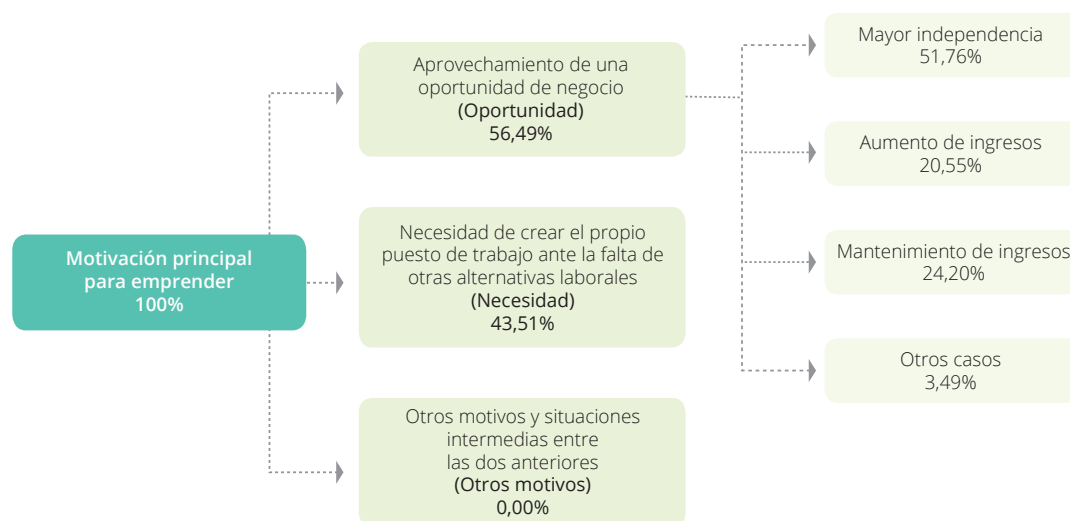
TABLA 1.2. MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER

Motivación para emprender	2014	2015	Evolución
% Aprovechamiento de una oportunidad de negocio (oportunidad)	57,85	56,49	-1,36
% Necesidad de crear el propio puesto de trabajo ante la falta de otras alternativas laborales (necesidad)	37,07	43,51	6,44
% Otros motivos y situaciones intermedias entre las dos anteriores	5,08	0,00	-5,08

TABLA 1.3. APROVECHAMIENTO DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO (% , 2014-2015)

Aprovechamiento de una oportunidad de negocio (oportunidad)	2014	2015	Evolución
% Mayor independencia	47,65	51,76	4,11
% Aumento de ingresos	25,75	20,55	-5,20
% Mantenimiento del ingreso	18,38	24,20	8,82
% Otro caso	8,22	3,49	-4,73

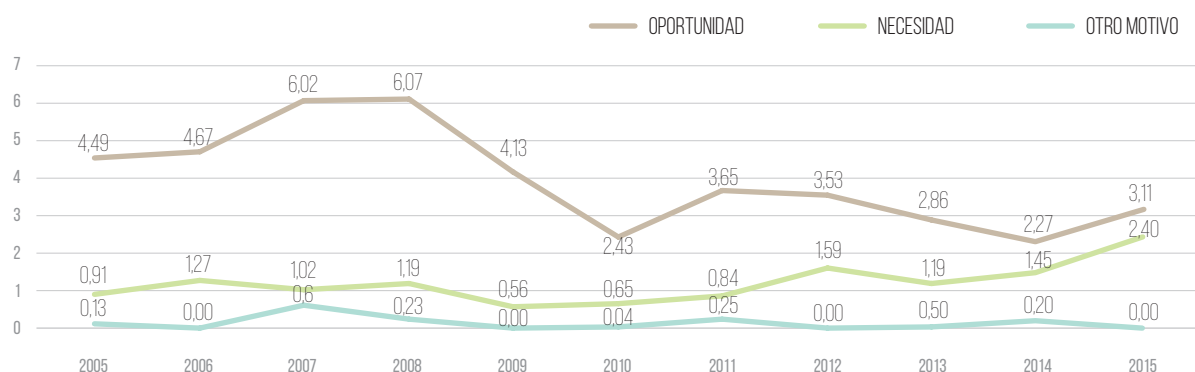
FIGURA 1.5. MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER



La evolución del TEA por oportunidad y necesidad es representada gráficamente en la figura 1.6. Se puede observar el importante incremento experimentado por este índice en ambos tipos de emprendimiento,

siendo más notable en el caso del emprendimiento por necesidad, el cual alcanza el valor más alto de todo el horizonte temporal de análisis.

FIGURA 1.6. EVOLUCIÓN DEL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR INCIPIENTE (%), 2005-2015



1.3. DINÁMICA EMPRESARIAL

1.3.1. CONSOLIDACIÓN DE INICIATIVAS: CONTEXTO NACIONAL Y EVOLUCIÓN TEMPORAL

El análisis del proceso emprendedor finaliza con el estudio de aquellas iniciativas que acumulan más de 42 meses de actividad.

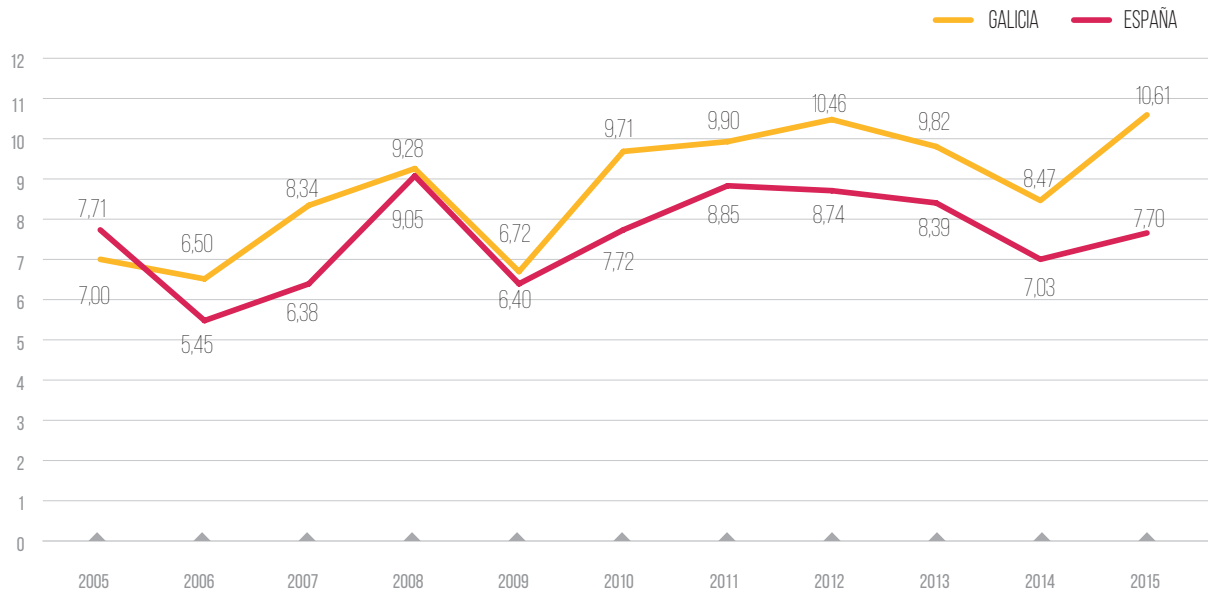
Se revierte la evolución decreciente de las iniciativas consolidadas respecto al año previo y, además, el TEA gallego asociado a estas (10,61%) sigue superando la media nacional (7,70%), lo cual se puede observar en la figura 1.7.

El índice TEA de iniciativas consolidadas alcanza el 10,61% en 2015, por encima de la media nacional (7,70%).

TABLA 1.4. INICIATIVAS CONSOLIDADAS (2014-2015)

	2014		2015	
	Nº	%	Nº	%
Empresas consolidadas	144.966	8,47	179.230	10,61

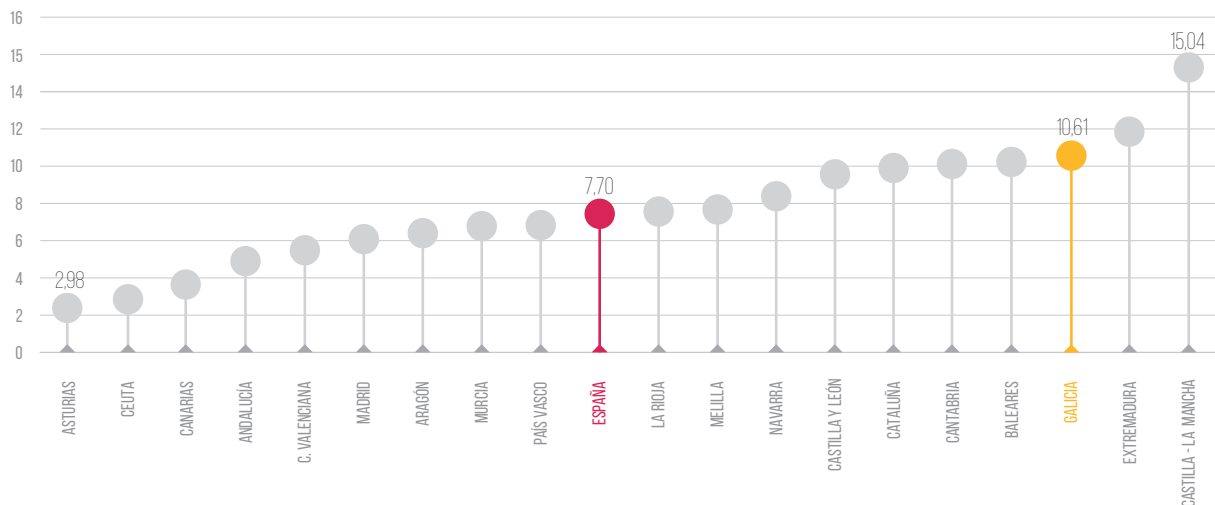
FIGURA 1.7. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS CONSOLIDADAS (% 2005-2015)



Si se consideran las comunidades autónomas, la figura 1.8 muestra que Galicia es la tercera región con el índice TEA de iniciativas consolidadas más alto, me-

jorando su posición relativa en relación con el año anterior, en el que ocupaba la novena posición.

FIGURA 1.8. INICIATIVAS CONSOLIDADAS EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% 2015)

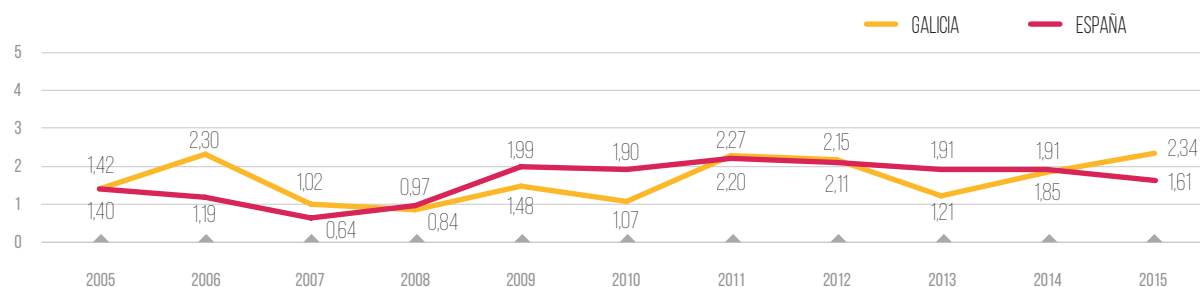


1.3.2. ABANDONO DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS: MOTIVACIÓN Y RELEVO EMPRESARIAL

La tasa de abandono de las iniciativas emprendedoras crece de 1,85% en 2014 a 2,34% en 2015, continuando la tendencia positiva del período anterior

(figura 1.9). Esta situación contrasta con el descenso registrado a nivel nacional, que alcanza un 1,61% frente al 1,91% en 2014.

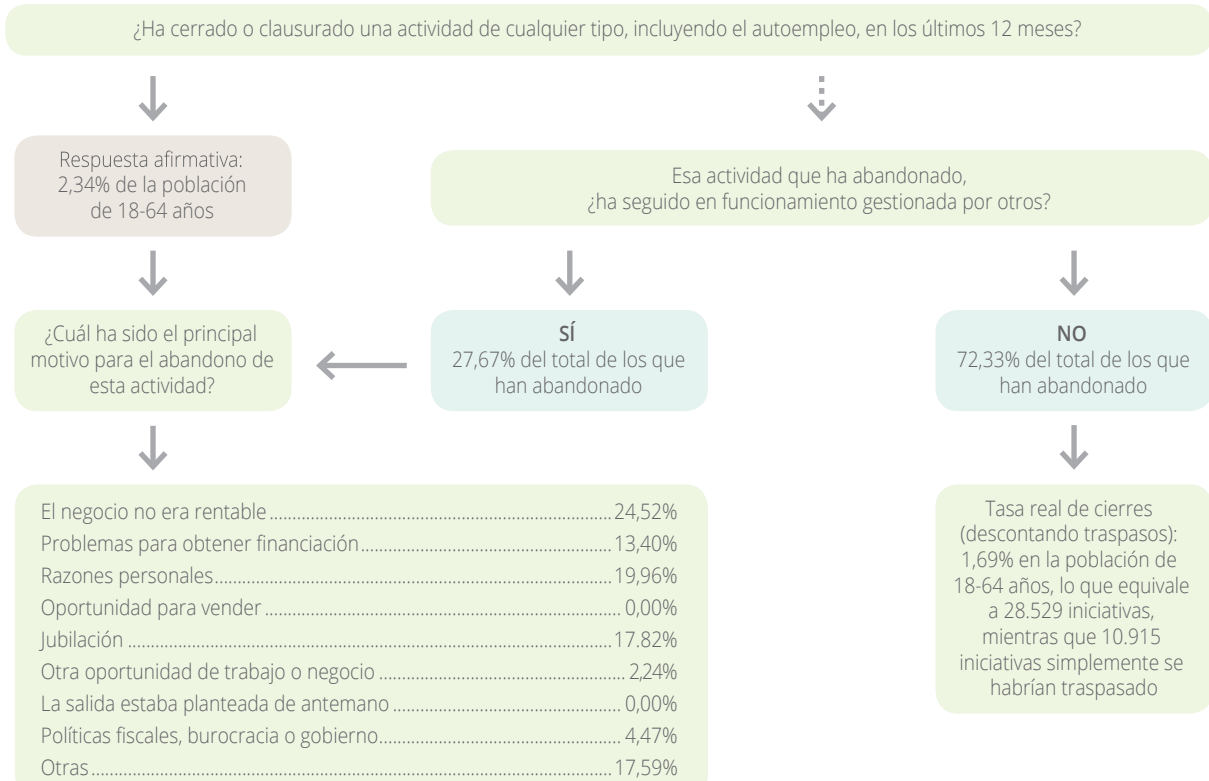
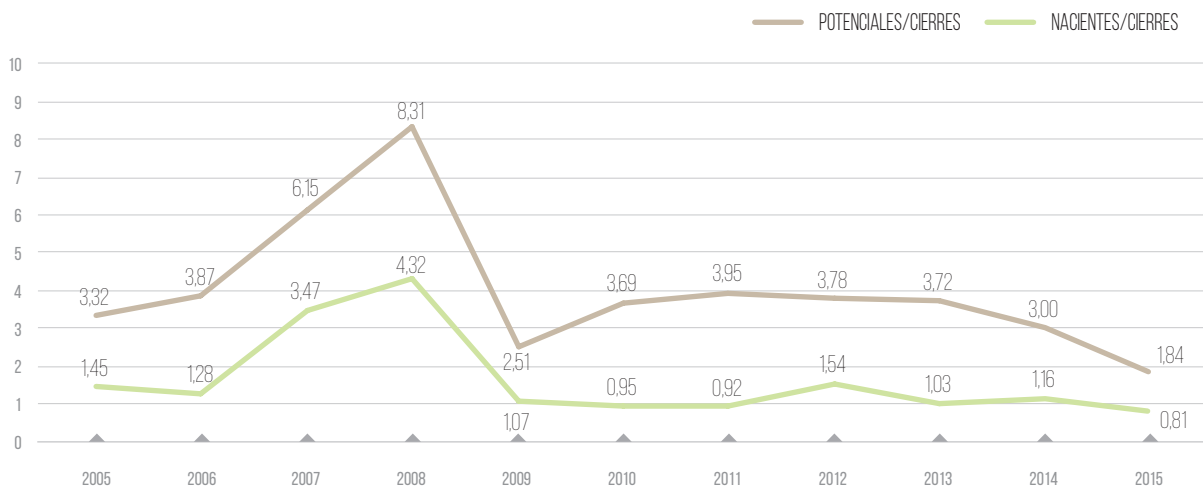
FIGURA 1.9. EVOLUCIÓN DEL ABANDONO DE INICIATIVAS (% , 2005-2015)



El incremento en la tasa de cierres en Galicia es explicado por los factores que se identifican en la figura 1.10. Así, de mayor a menor importancia, las causas del abandono del negocio son: una rentabilidad insuficiente (24,52%), con un valor claramente inferior al registrado en 2014 (54,28%), motivaciones personales (19,96%), y la jubilación del emprendedor (17,82%), protagonizando estas dos últimas un claro ascenso respecto al año previo (5,69% y 5,97%, respectivamente).

La figura 1.11 presenta el ratio de regeneración empresarial, el cual permite identificar la relación entre iniciativas potenciales y nacientes respecto a los cie-

rres. En relación a las iniciativas nacientes, el ratio ha descendido a un valor inferior a la unidad en 2015, de 1,16 a 0,81, lo que implica que estas son inferiores al número de cierres, poniendo en una situación complicada la regeneración empresarial. Ello confirma, además, que las iniciativas emprendedoras son especialmente vulnerables en los tres meses iniciales de actividad. Sólo en el caso de las iniciativas potenciales el ratio es superior a uno, es decir, superan a los cierres. No obstante, cabe destacar el deterioro de la regeneración empresarial para este tipo de iniciativas emprendedoras, las cuales quizás no lleguen a materializarse, dado que el ratio alcanzó un valor de 3,00 en 2014 frente a 1,84 en 2015.

FIGURA 1.10. PRINCIPAL MOTIVO QUE HA IMPULSADO AL ABANDONO DE ACTIVIDADES DE NEGOCIO, EMPRESARIALES Y AUTOEMPLEO (% , 2015)**FIGURA 1.11. RATIO DE REGENERACIÓN EMPRESARIAL (2005-2015)**

1.3.3. POTENCIAL EMPRENDEDOR: CONTEXTO NACIONAL Y EVOLUCIÓN TEMPORAL

La tabla 1.5 identifica el índice TEA de emprendedores potenciales, es decir, personas con intención de emprender en un horizonte temporal de corto plazo. Se puede comprobar que este índice ha continuado

con el deterioro ya registrado en el año anterior, descendiendo de 5,53 a 4,30 en Galicia, lo que representa una caída aproximada del 22,24%.

TABLA 1.5. EMPRENDEDORES POTENCIALES (% 2014-2015)

	2014		2015	
	Nº	%	Nº	%
Emprendedores potenciales	94.707	5,53	72.586	4,30

A nivel nacional, la tasa de emprendedores potenciales también continúa su senda decreciente, experimentando una caída de 24,66% en el bienio 2014-2015 (figura 1.12). Apesar de ello, los valores

nacionales son superiores a los registrados para la población gallega. Así, España tiene un índice del 6,05 en 2015 frente al 4,30 de Galicia (figura 1.13).

FIGURA 1.12. EVOLUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES POTENCIALES (% 2005-2015)

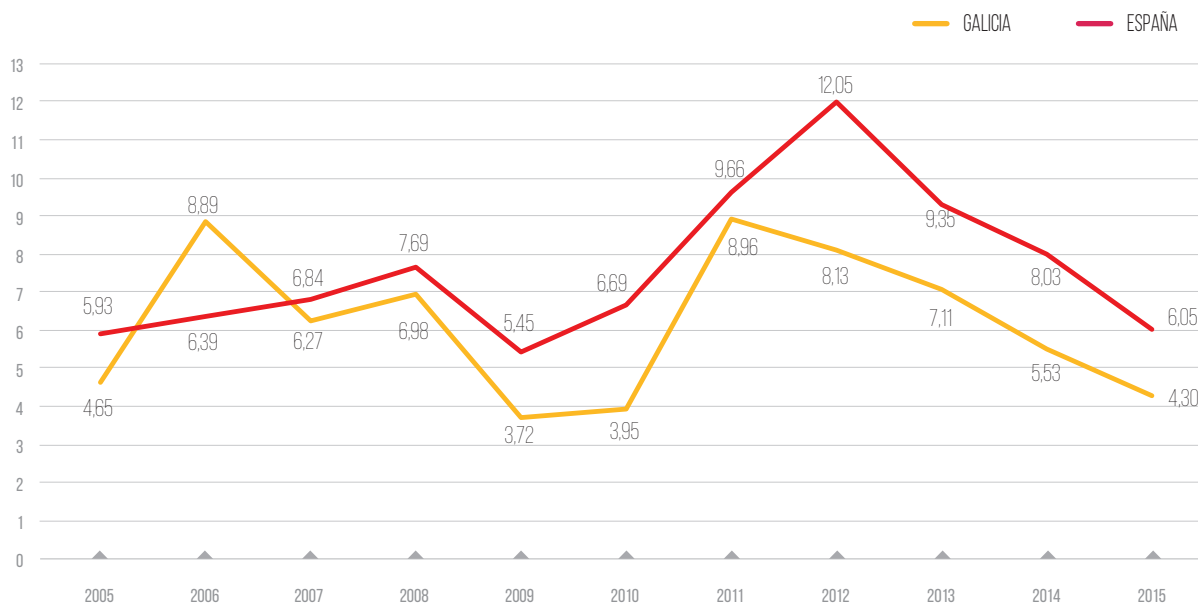
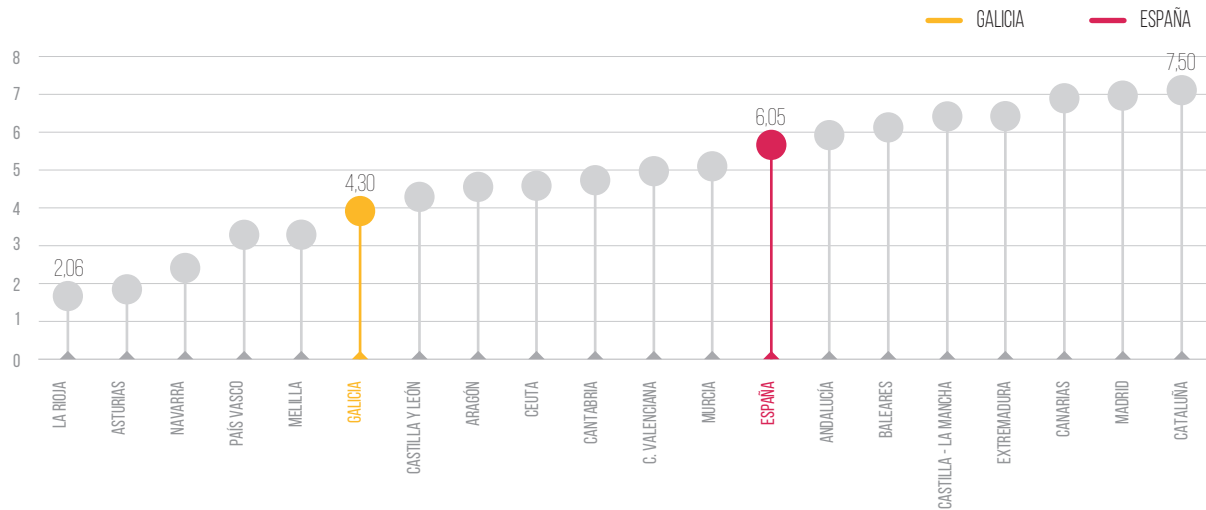


FIGURA 1.13. EMPRENDEDORES POTENCIALES EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% 2015)

1.4. CONTEXTO INTERNACIONAL DE LOS RESULTADOS

Un análisis del TEA español y gallego a escala internacional se representa en la figura 1.14. En particular, se identifica el posicionamiento de ambas economías frente a otros países clasificados de acuerdo con su nivel de desarrollo por el World Economic Forum (WEF). Tanto Galicia como España se localizan en el grupo de países cuyo crecimiento se basa en la inno-

vación. Al igual que en el año anterior, existe una elevada dispersión entre estas economías, fluctuando el TEA desde el 4,70 de Alemania al 14,72 existente en Canadá. Dentro de este intervalo, España alcanza un 5,70 mientras que Galicia tiene un 5,51, situándose ambas en valores próximos a aquellos registrados en otros países del entorno europeo.

FIGURA 1.14. TEA DE LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL PROYECTO GEM 2015 AGRUPADOS EN FUNCIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL (% 2015)

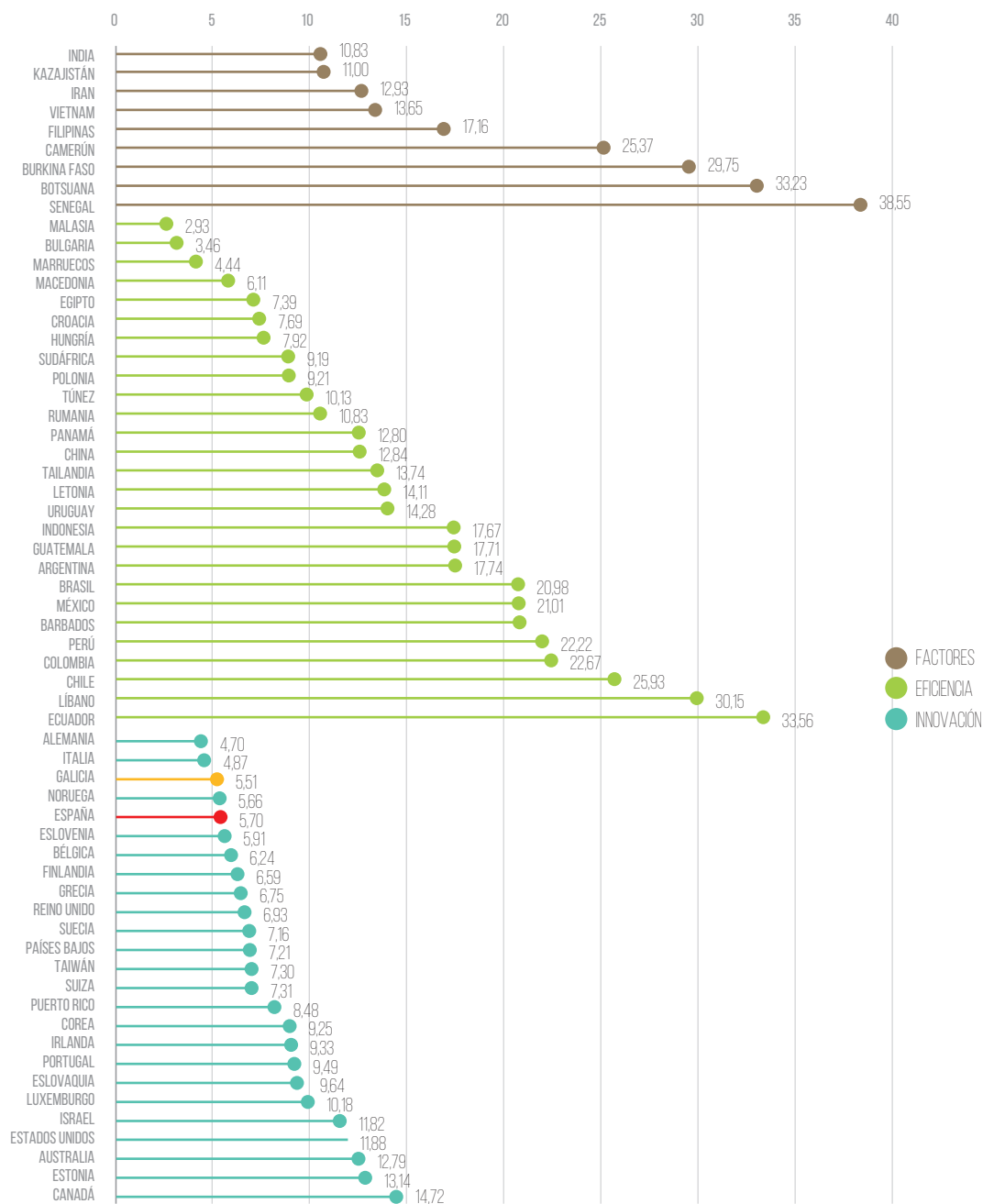
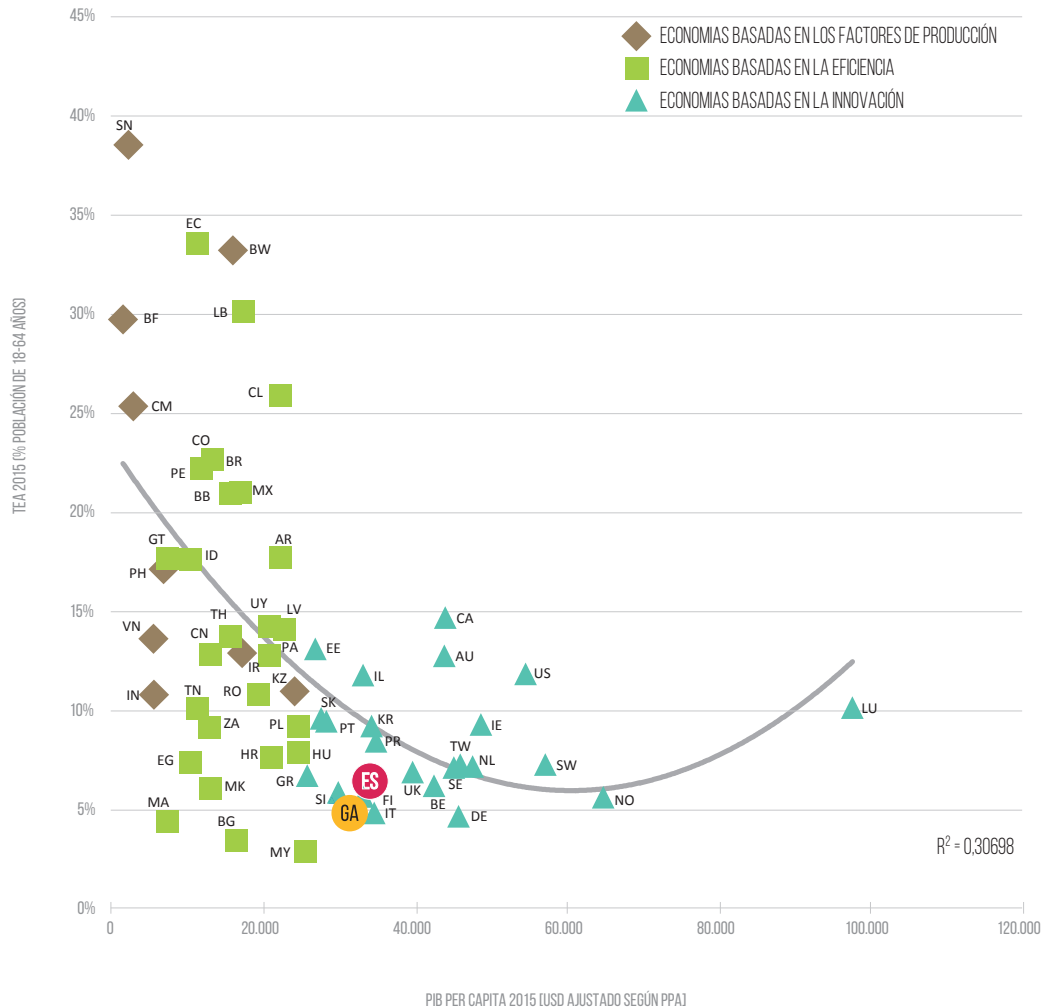


FIGURA 1.15. RELACIÓN ENTRE TEA Y GRADO DE DESARROLLO DE LOS PAÍSES GEM (2015)¹

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 2015 (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.

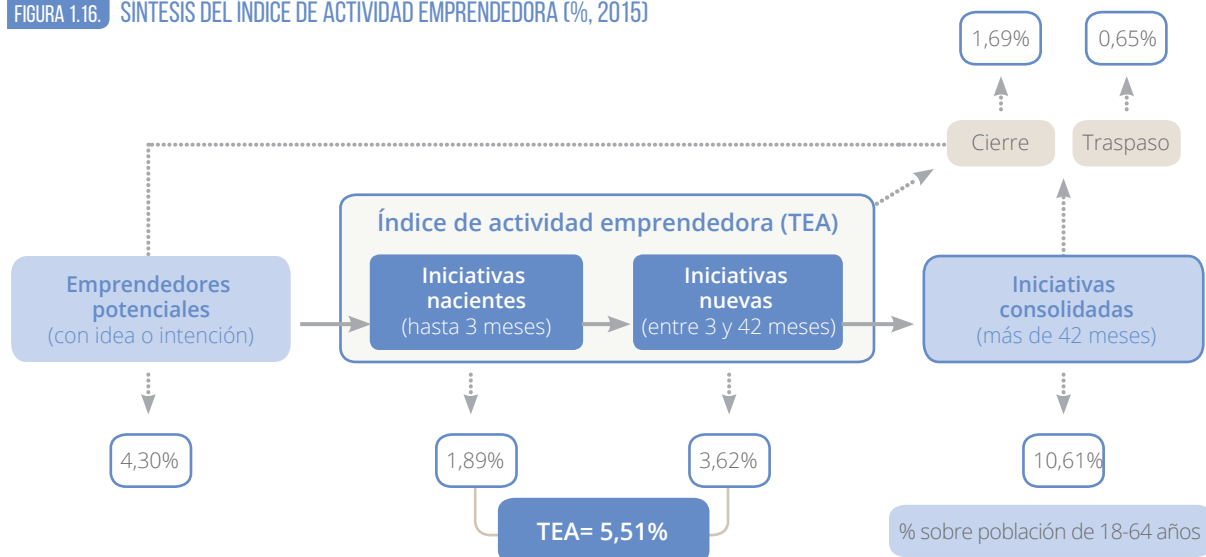
RELACIÓN DE PAÍSES GEM 2015

▲ DE Alemania	■ CN China	▲ FI Finlandia	■ LV Letonia	▲ PT Portugal
■ AR Argentina	■ CO Colombia	● GA Galicia	■ LB Líbano	▲ PR Puerto Rico
▲ AU Australia	▲ KR Corea	▲ GR Grecia	▲ LU Luxemburgo	▲ UK Reino Unido
■ BB Barbados	■ HR Croacia	■ GT Guatemala	■ MK Macedonia	■ RO Rumania
▲ BE Bélgica	■ EC Ecuador	■ HU Hungría	■ MY Malasia	◆ SN Senegal
◆ BW Botsuana	■ EG Egipto	◆ IN India	■ MA Marruecos	■ ZA Sudáfrica
■ BR Brasil	▲ SK Eslovaquia	■ ID Indonesia	■ MX México	▲ SE Suecia
■ BG Bulgaria	▲ SI Eslovenia	◆ IR Irán	▲ NO Noruega	▲ SW Suiza
◆ BF Burkina Faso	● ES España	▲ IE Irlanda	▲ NL Países Bajos	■ TH Tailandia
◆ CM Camerún	▲ US Estados Unidos	▲ IL Israel	■ PA Panamá	▲ TW Taiwán
▲ CA Canadá	▲ EE Estonia	▲ IT Italia	■ PE Perú	■ TN Túnez
■ CL Chile	◆ PH Filipinas	◆ KZ Kazajstán	■ PL Polonia	■ UY Uruguay
				◆ VN Vietnam

1.5. DESGLOSE DEL ÍNDICE DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN GALICIA

A continuación, la figura 1.18 resume los resultados más destacados para el año 2015 que se han expuesto a lo largo de este capítulo.

FIGURA 1.16. SÍNTESIS DEL ÍNDICE DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (% , 2015)





LA INFLUENCIA DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

2.1. INTRODUCCIÓN

El entorno constituye una pieza clave en el proceso emprendedor, influyendo en la probabilidad de éxito de las iniciativas. En consecuencia, factores tales como la disponibilidad y adecuación de infraestructuras, un marco legislativo actual y estable, el acceso a recursos o la estructura de mercado en relación con la competencia, que constituyen el ecosistema en el que nacen las empresas, afectan al diseño, materialización y consolidación de proyectos de negocio.

Este capítulo aborda el estudio de las oportunidades, las motivaciones y las capacidades que existen en el entorno gallego a través del análisis de la información obtenida en encuestas dirigidas a la población adulta. Asimismo, a partir de la opinión recabada entre expertos, se estudian los principales obstáculos y estímulos al emprendimiento en Galicia, y se exponen las recomendaciones y propuestas de mejora que realizan respecto a la misma.

2.2. PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER

La identificación de oportunidades así como la motivación y el entorno social para emprender percibidos por la población gallega son objeto de estudio a lo largo de este apartado. Además, se analizan la tenen-

cia de habilidades y conocimientos para el desarrollo de proyectos de negocio. Este apartado concluye con un análisis comparativo de Galicia con España y otros países de la UE.

2.2.1. PERCEPCIÓN DE BUENAS OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER

La percepción de oportunidades de negocio constituye el germen del proceso emprendedor. Por tanto, su estudio resulta relevante para conocer la potencialidad emprendedora que existe entre la población.

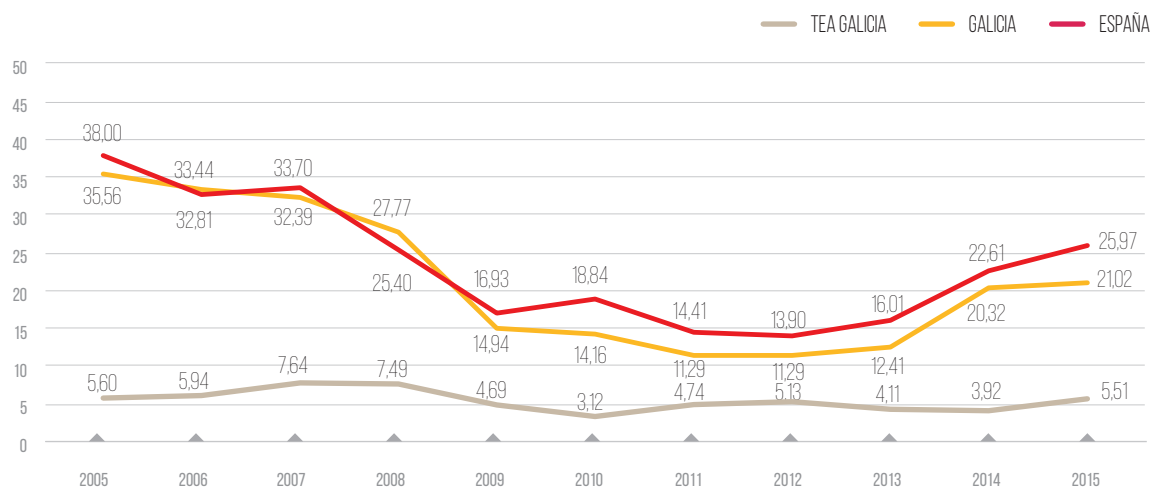
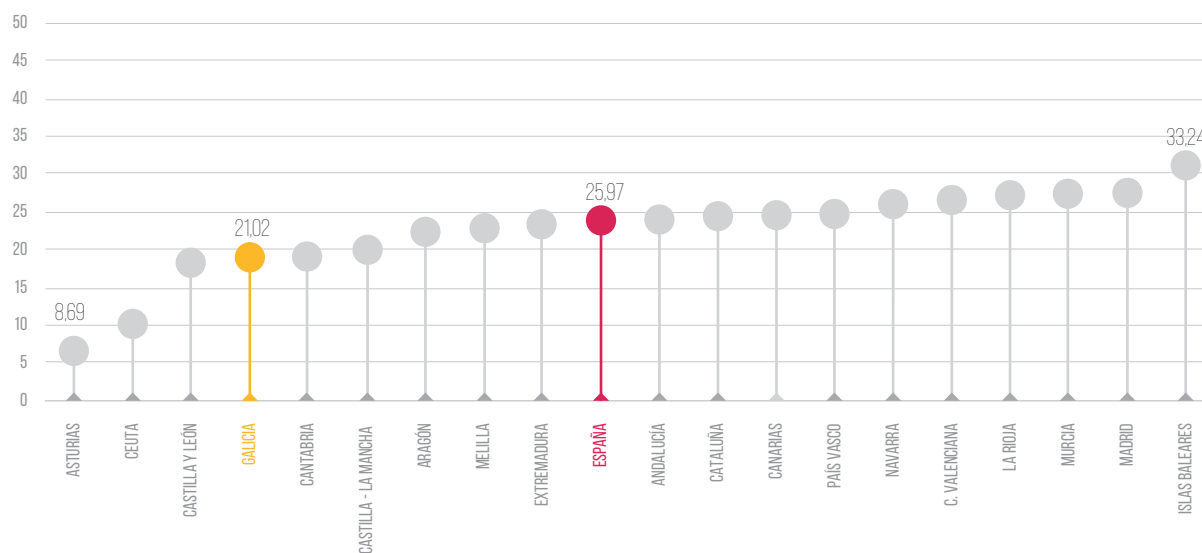
Al igual que en años precedentes, continúa la mejora en la percepción de oportunidades para emprender

en Galicia (figura 2.1). En concreto, el 21,02% de los encuestados las perciben, frente al 20,32% obtenido en 2014. A nivel nacional, también existe una evolución positiva, continuación de la tendencia iniciada en 2013 (22,61% en 2014 y 25,97% en 2015). En paralelo, el índice TEA experimenta en 2015 un crecimiento, tal y como se vio en el capítulo previo.

FIGURA 2.1. EVOLUCIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER Y TEA (% POBLACIÓN, 2005-2015)

A nivel autonómico, la figura 2.2 muestra que la comunidad gallega continúa por debajo de la media na-

cional (25,97%), empeorando su posición relativa en relación con el año 2014.

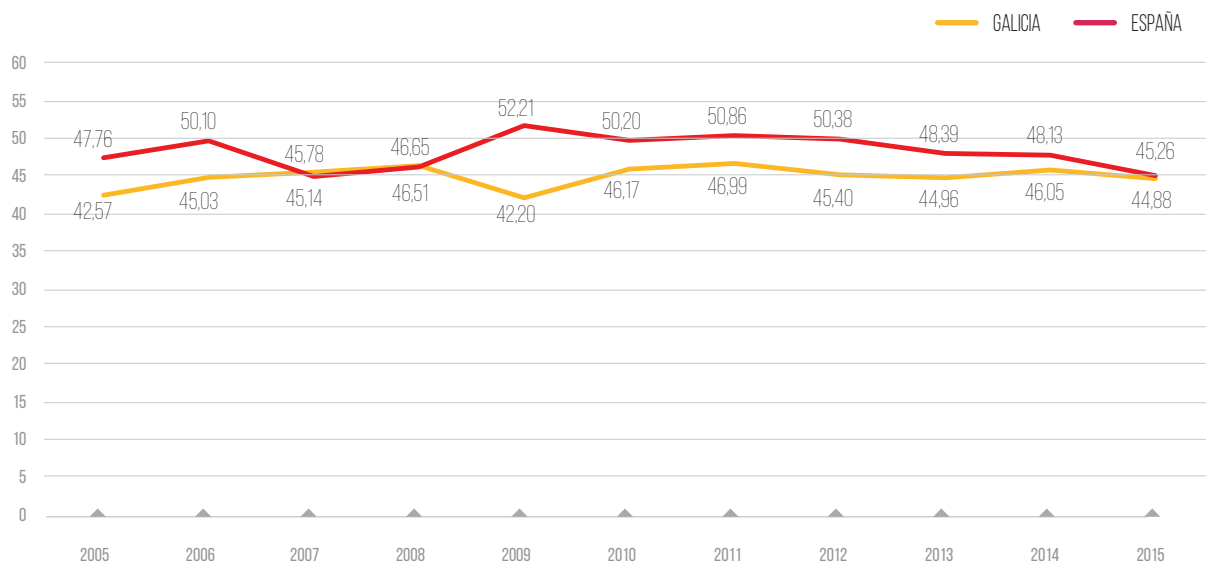
**FIGURA 2.2. PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% POBLACIÓN, 2015)**

2.2.2. HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER

En el año 2015, un 44,88% de la población gallega afirma poseer habilidades y conocimientos para emprender (figura 2.3). Si bien este porcentaje continúa siendo inferior a la media nacional (45,26%), esta brecha se ha reducido, pasando de una diferencia de 2,08 a 0,38. Al mismo tiempo, debe resaltarse que

en ambos contextos, Galicia y España, se produce un descenso respecto al año 2014, es decir, existe un menor porcentaje de personas que, a su juicio, cuentan con habilidades y conocimientos para emprender un negocio.

FIGURA 2.3. EVOLUCIÓN DE LAS HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER (% POBLACIÓN, 2005-2015)



2.2.3. ASPECTOS DIFERENCIALES EN LA INTENCIONALIDAD EMPRENDEDORA

Atendiendo a las fases del proceso emprendedor, este epígrafe se focaliza en el estudio de los factores psicosociales que influyen en el mismo considerando el entorno gallego. Asimismo, se realiza un análisis comparativo con España y otros países del entorno comunitario.

Al igual que en el año precedente, el porcentaje de personas que identifican el temor al fracaso como factor condicionante del proceso emprendedor es inferior entre los emprendedores respecto a la población en general (tabla 2.1). La aversión al riesgo

ha experimentado un notable crecimiento entre los emprendedores nacientes, que evolucionó del 26,6% del 2014 al 47,67% en 2015. Este ascenso también se registra, aunque a menor tasa, entre los emprendedores incipientes y consolidados, así como entre aquellos que han cesado su actividad. En el resto de colectivos evaluados, existe un descenso respecto a los valores obtenidos en el año 2014.

La identificación de oportunidades de negocio continúa siendo claramente superior entre los

emprendedores, especialmente los potenciales (37,45%), en comparación con la población en general (19,84%). Además, a excepción de los emprendedores consolidados y aquellos que abandonaron el negocio, se produce una mejora en el porcentaje de emprendedores que manifiestan percibir oportunidades en su entorno respecto al año 2014.

Al contrario que en el año precedente (2014), aumenta el porcentaje de emprendedores que afirma conocer algún homónimo, lo que incrementa la brecha respecto a la población en general, que reduce su porcentaje en este factor (de 34,44% en 2014 a 32,71% en 2015). Asimismo, existe un descenso entre aquellos emprendedores que han cerrado el negocio, cuyo porcentaje disminuye de 52,62% a 34,70% en 2015.

TABLA 2.1. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES PARA EMPRENDER SEGÚN LA FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR (% POBLACIÓN, 2015)

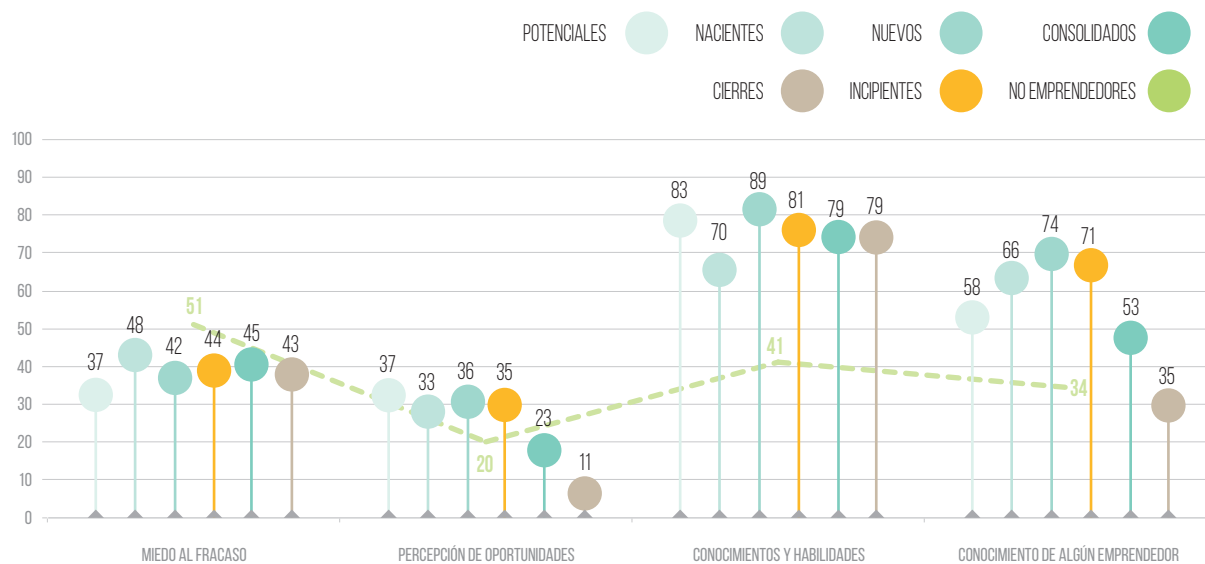
Factores psicosociales	Potenciales	Nacientes	Nuevos	Incipientes	Consolidados	Cierres	No emprendedores
Miedo al fracaso (-)	36,88	47,67	41,62	43,70	45,24	42,61	50,51
Percepción de oportunidades (+)	37,45	33,28	35,64	34,77	22,74	11,35	19,84
Conocimientos y habilidades (+)	83,19	70,11	86,12	80,71	79,04	78,95	38,10
Conocimiento de algún emprendedor (+)	58,25	65,91	73,75	71,05	52,57	34,70	32,71

Notas: + /- Indican el efecto que tradicionalmente la literatura atribuye a estos factores psicosociales sobre la puesta en marcha del negocio

Valor mínimo Valor máximo

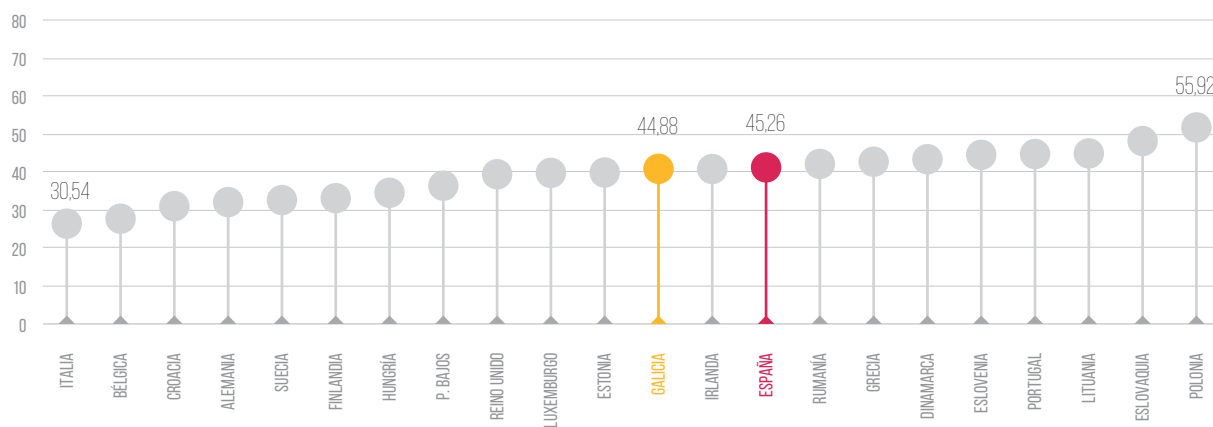
La autoevaluación de los conocimientos y habilidades para emprender es claramente superior entre los emprendedores (figura 2.4). Estos suponen porcentajes en torno al 80% o incluso superiores en todas las fases del proceso, comparativamente con la población en general que apenas alcanza el 40% y desciende respecto al año anterior. De hecho, si nos focalizamos

en los emprendedores, destaca el 86,12% registrado entre los nuevos, seguido del 83,19% que existe entre los potenciales. Al mismo tiempo, debe señalarse que el porcentaje de emprendedores nacientes e incipientes que consideran tener una buena formación para emprender se reduce en el último año, de 86,31% a 70,11% y de 87,38% a 80,71%, respectivamente.

FIGURA 2.4. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES PARA EMPRENDER SEGÚN LA FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR (% POBLACIÓN, 2015)

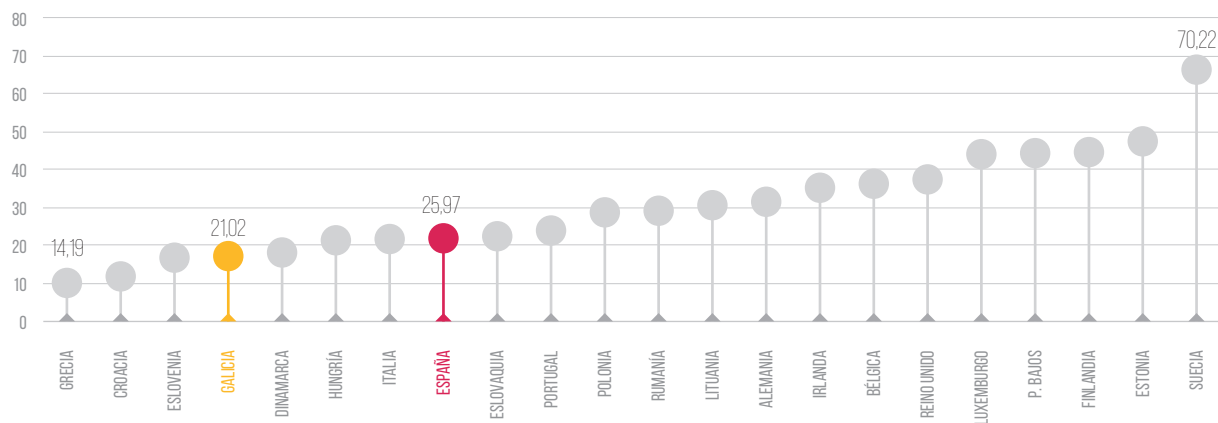
Si se considera el entorno europeo y España, la figura 2.5 muestra que el miedo al fracaso en Galicia presenta

un valor inferior a la media nacional, empeorando su posición relativa comparativamente con el año 2014.

FIGURA 2.5. EL MIEDO AL FRACASO COMO OBSTÁCULO PARA EMPRENDER (% POBLACIÓN, 2015)

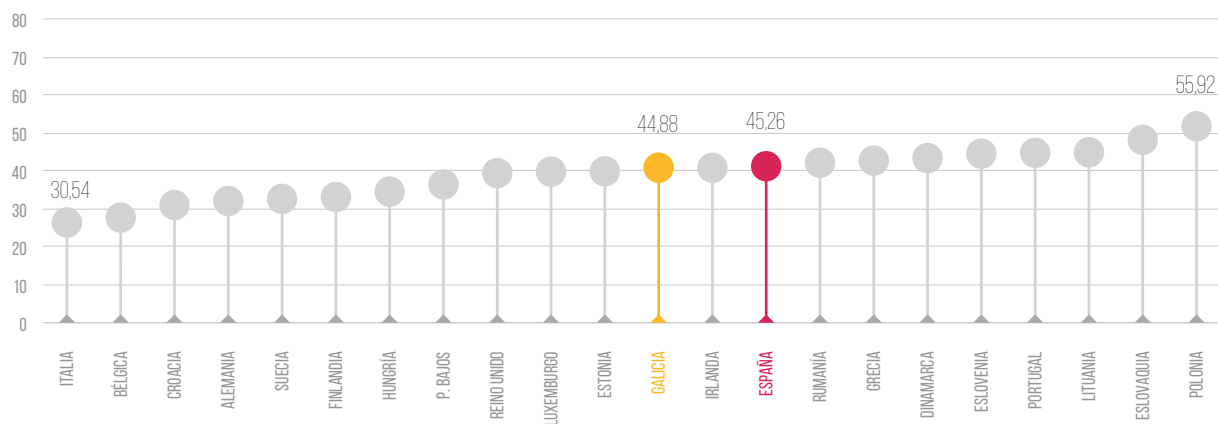
Respecto a la percepción de oportunidades de negocio, Galicia se mantiene en una posición baja en el entorno de la UE, con un valor del 21,02%, e in-

ferior a la media nacional (25,97%), aumentando la brecha entre ambas economías respecto al 2014 (figura 2.6).

FIGURA 2.6. PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES EN EL ENTORNO (% POBLACIÓN, 2015)

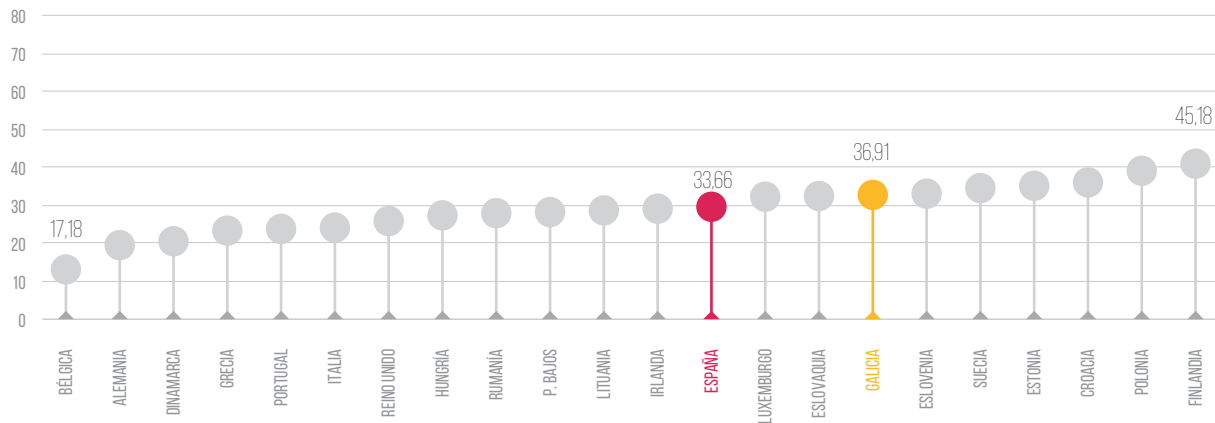
Si nos centramos en las habilidades y conocimientos para emprender, Galicia también ocupa una posición

inferior a España (45,26%), si bien más próxima que en el año 2014, e intermedia a nivel europeo (figura 2.7).

FIGURA 2.7. HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER (% POBLACIÓN, 2015)

Finalmente, en lo relativo al conocimiento de algún otro emprendedor, Galicia supera la media nacional (33,66%), al igual que en 2014, aunque empeora

levemente su posición relativa frente a otros países europeos (figura 2.8).

FIGURA 2.8. CONOCIMIENTO DE ALGÚN EMPRENDEDOR (% POBLACIÓN, 2015)

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

Este apartado muestra las opiniones manifestadas por expertos sobre los obstáculos y estímulos asociados al emprendimiento que existen en Galicia, así

como sus principales recomendaciones en esta materia para su mejora.

2.3.1. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

En general, la valoración del entorno para emprender en Galicia ha empeorado, continuando así el pesimismo ya detectado en informes anteriores. Sólo 4 de los 12 ítems sometidos a evaluación por parte de los expertos ha mejorado su valoración media respecto al 2014, y todos los demás han experimentado un descenso (tabla 2.2). En particular, la mejora se refiere a la evaluación de las infraestructuras, tanto de naturaleza física como comer-

cial y profesional, a la enseñanza postsecundaria y a la disponibilidad de apoyo financiero, los cuales representan los principales factores mejor valorados. Respecto a los factores que han evolucionado desfavorablemente, cabe destacar la caída experimentada por la apertura del mercado interno (capacidad de reacción) que, junto con la enseñanza primaria/secundaria, son los dos factores con peor valoración.

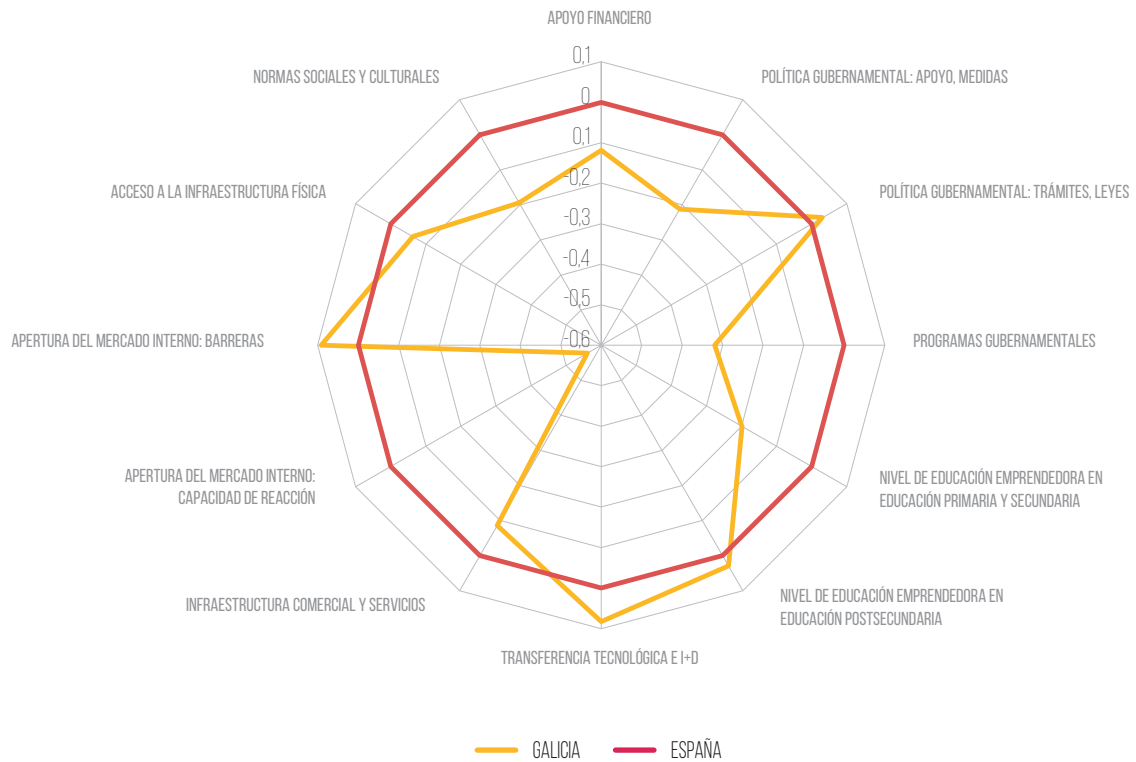
TABLA 2.2. VALORACIÓN MEDIA DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO EN RELACIÓN CON 2014 (EXPERTOS, 2015)

Condiciones de entorno	2014	2015	Evolución
Infraestructura física y acceso a servicios	3,42	3,71	↑
Infraestructura comercial y profesional	2,67	2,84	↑
Enseñanza postsecundaria	2,59	2,78	↑
Programas gubernamentales	2,73	2,69	↓
Apertura del mercado interno: barreras	2,46	2,45	↓
Transferencia tecnológica e I+D	2,59	2,44	↓
Normas sociales y culturales	2,33	2,31	↓
Política gubernamental: apoyo, medidas	2,45	2,30	↓
Política gubernamental: trámites, leyes	2,31	2,19	↓
Apoyo financiero	1,98	2,05	↑
Apertura del mercado interno: capacidad de reacción	2,43	1,79	↓
Educación primaria/secundaria	1,72	1,53	↓

Existe un entorno menos favorable al emprendimiento en Galicia respecto a España si bien, en general, mejora su posición relativa respecto al informe previo. No obstante, la valoración media dada por los expertos para Galicia es superior a la española en los factores

relativos a política gubernamental (trámites, leyes), nivel de educación emprendedora en enseñanza postsecundaria y, de forma más destacada, la apertura del mercado interno (barreras) así como, al igual que en el año 2014, la transferencia tecnológica e I+D.

FIGURA 2.9. POSICIÓN RELATIVA DE GALICIA RESPECTO A ESPAÑA EN CUANTO AL ESTADO PROMEDIO DE LAS PRINCIPALES CONDICIONES DE ENTORNO (EXPERTOS, 2015)

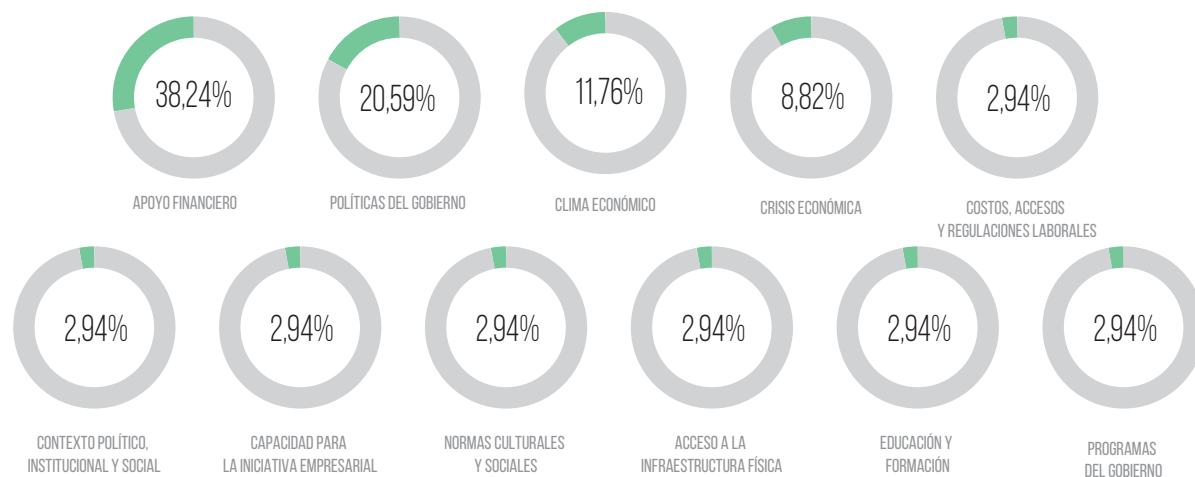


2.3.2. OBSTÁCULOS

Los dos principales obstáculos al emprendimiento en Galicia, según la opinión manifestada por los expertos, son el apoyo financiero (38,24%) y las políticas del gobierno (20,59%), coincidiendo con la jerarquía detectada en el informe anterior (figura 2.10). El ter-

cer obstáculo más relevante es el clima económico (11,76%), el cual experimenta un gran ascenso respecto al informe previo cuando sólo fue reconocido por el 2,70% de los expertos y era uno de los tres obstáculos menos valorados.

FIGURA 2.10. OBSTÁCULOS AL EMPRENDIMIENTO EN GALICIA (% EXPERTOS, 2015)

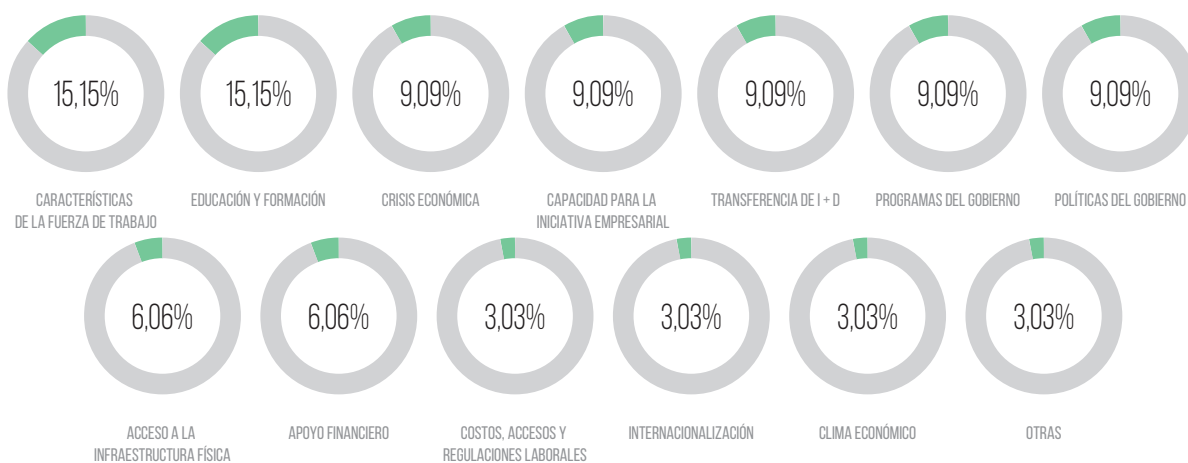


2.3.3. FACTORES DETERMINANTES DE ESTÍMULO

El emprendimiento en Galicia, según el juicio de los expertos, puede ser estimulado potenciando los aspectos que se recogen en la figura 2.11. El 15,15% de los expertos consideran que mejorar las características de la fuerza de trabajo, que mantiene su liderazgo respecto al año anterior aunque desciende notablemente (32,43% en 2014), así como, la educa-

ción y la formación, que incrementa su valor respecto a dicho año (8,11% en 2014), son los principales factores que pueden contribuir al fomento de la actividad emprendedora. A continuación, con un 9,09%, se sitúan: la crisis económica, la capacidad para la iniciativa empresarial, la transferencia de I+D y los programas y políticas del gobierno.

FIGURA 2.11. FACTORES DETERMINANTES DE ESTÍMULO AL EMPRENDIMIENTO EN GALICIA (% EXPERTOS, 2015)



2.3.4. RECOMENDACIONES DE LOS EXPERTOS

En la figura 2.12 se recogen las propuestas de mejora realizadas por los expertos orientadas a aprovechar los puntos fuertes y rectificar las debilidades identificadas respecto al ecosistema emprendedor gallego.

El apoyo financiero es la principal línea de mejora, aunque es identificada por el 23,53% de los expertos en 2015 frente al 30,56% del año precedente. A continuación, se sitúan las políticas y los programas

gubernamentales, con un 20,59% y 14,71% respectivamente. La educación y formación empeora significativamente su situación relativa respecto al año anterior pasando de ser la segunda recomendación más importante, en el año 2014 con un 25%, a la cuarta con un 8,82% en el 2015. Finalmente, con un 5,88%, se encuentran los costes, accesos y regulaciones laborales; el contexto político, institucional y social; las normas culturales y sociales; la apertura de mercado y la infraestructura comercial y de servicios.

FIGURA 2.12. RECOMENDACIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO EN GALICIA (% EXPERTOS, 2015)

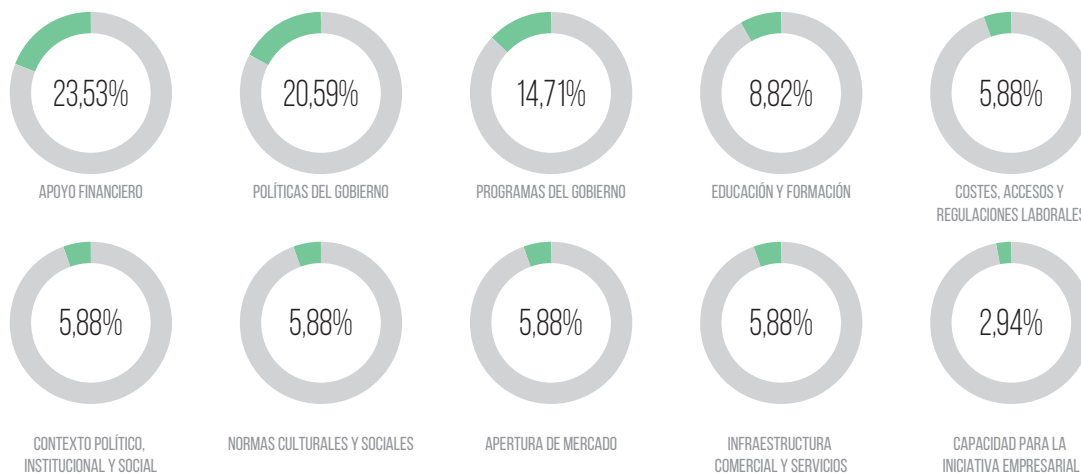


TABLA 2.3. SÍNTESIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GALICIA 2015

Oportunidades para emprender
El 21,02% de los encuestados perciben buenas oportunidades para emprender en Galicia.
Habilidades y conocimientos para emprender
El 44,88% de los encuestados afirma poseer habilidades y conocimientos para emprender en Galicia.
Intencionalidad emprendedora
Respecto a la población en general, los emprendedores gallegos manifiestan un menor temor al fracaso, afirman tener capacidad para explotar una idea de negocio, e identifican en mayor medida oportunidades de negocio en el entorno.
El porcentaje de emprendedores que conoce a algún otro emprendedor se ha incrementado en 2015, mientras que se ha reducido entre la población en general.
Desciende el número de emprendedores que han cesado su actividad mercantil.
Los expertos y las condiciones del entorno para emprender
La valoración general del entorno para emprender en Galicia ha empeorado en 2015.
Los factores del entorno mejor valorados son: las infraestructuras, la enseñanza postsecundaria y la disponibilidad de apoyo financiero.
Los factores del entorno peor valorados son: la apertura del mercado interno y la enseñanza primaria /secundaria.
Galicia mejora su posición relativa en España, si bien continúa por debajo media nacional.
Los principales obstáculos al emprendimiento gallego son: el apoyo financiero y las políticas del gobierno.
La mejora de las características de la fuerza de trabajo y la educación y la formación son los dos principales factores para estimular el emprendimiento gallego.
La mejora del apoyo financiero es la principal recomendación para estimular el emprendimiento en Galicia.



PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

3.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se emplean datos demográficos y socioeconómicos (sexo, edad, nivel de estudios, posesión de formación específica, nivel de renta, tamaño del hogar y origen) de los emprendedores

para analizar las características más importantes de su perfil. Su análisis permitirá diseñar políticas más ajustadas a las características de cada colectivo emprendedor.

3.2. SEXO

En el año 2015, a diferencia del año 2014, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras son llevadas a cabo por hombres, mientras que la participación de las mujeres ha disminuido en todas las fases, excepto un ligero repunte como emprendedor consolidado (tabla 3.1).

La caída más importante se observa en los emprendedores potenciales (8,56 puntos). También se

observan descensos significativos en las fases de emprendimiento naciente, nuevo e incipiente (con valores superiores a los 5 puntos).

La diferencia es inapreciable en abandono de la actividad emprendedora, con similares valores para hombres (51,26%) y mujeres (48,74%), y parejos a los de dos años atrás.

TABLA 3.1. SEXO DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR (%; 2014-2015)

SEXO	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Hombre	46,98	55,54	↑	55,14	60,37	↑	50,40	56,57	↑	52,99	57,88	↑	51,51	50,26	↓	50,76	51,26	↑
Mujer	53,02	44,46	↓	44,86	39,63	↓	49,60	43,43	↓	47,01	42,12	↓	48,49	49,74	↑	49,24	48,74	↓

3.3. EDAD

La edad media de las personas emprendedoras potenciales está cercana a los 38 años, mientras que para el resto de iniciativas se encuentra por encima de los 41 años, lo que supone un ligero incremento en la edad con respecto al año anterior en todas las

fases del emprendimiento excepto en las iniciativas consolidadas, que experimenta una leve reducción. Destaca el aumento de la edad media (de casi 4 años) en aquellos emprendedores que han abandonado (tabla 3.2).

TABLA 3.2. EDAD MEDIA DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (2014-2015)

EDAD MEDIA	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Edad	37,53	37,90	↑	39,80	41,52	↑	38,86	42,06	↑	39,38	41,87	↑	49,24	48,65	↓	46,75	50,73	↑

Analizando la distribución de emprendedores por franjas de edad y atendiendo a la fase del proceso emprendedor en que se encuentran (tabla 3.3), casi un 30% de los emprendedores potenciales tiene entre 35 y 44 años, con un aumento desde el 22,30% del año anterior al 29,87% de esta edición, volviendo a cifras similares a 2013. El crecimiento en esa franja de edad hace que los emprendedores potenciales de entre 25 y 34 años disminuyan del 30,45% al 26,04%, reducciones que también se aprecian, aunque en menor cuantía, entre los de edades 45-54 y 55-64 años.

Los emprendedores incipientes situados entre los 35 y 44 años de edad representan un 42,05% del total, creciendo desde el 34,27% que suponían en 2014. También se aprecia una reducción significativa entre los más jóvenes (18-24 años) pasando de 6,42% a un

2,79%, al contrario de lo que ocurre entre los que se sitúan en la franja de 45-54, que aumentan significativamente al pasar de 17,47% a un 23,52%.

En el caso de los emprendedores nuevos, los mayores cambios se sitúan en las franjas de edad de 25-34, donde disminuyen y pasan de representar un 44,62% a tan sólo un 18,17%, y entre 35-44, que se incrementan desde el 21,70% al 43,21%. Esta situación, aunque con menores oscilaciones, también se observa en los emprendedores incipientes.

Las menores variaciones se observan en las iniciativas consolidadas y en los abandonos, aunque aquí se podría destacar el descenso de abandonos en la franja de 25-34 años y el aumento para los mayores de 55 años, siguiendo la tendencia del año anterior donde eran también el grupo con mayor porcentaje.

TABLA 3.3. DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN FUNCIÓN DE LA EDAD Y LA FASE DEL PROCESO (% 2014-2015)

Tramo de edad	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
18-24	14,22	14,59	↑	9,40	2,71	↓	2,81	2,84	↑	6,42	2,79	↓	0,62	-		2,70	-	
25-34	30,45	26,04	↓	17,87	21,01	↑	44,62	18,17	↓	29,97	19,15	↓	6,65	9,01	↑	18,13	12,92	↓
35-44	22,30	29,87	↑	44,65	39,84	↓	21,70	43,21	↑	34,27	42,05	↑	23,91	27,09	↑	20,86	21,59	↑
45-54	23,50	21,29	↓	15,95	26,30	↑	19,30	22,06	↑	17,47	23,52	↑	34,68	32,41	↓	21,14	21,36	↑
55-64	9,53	8,21	↓	12,13	10,14	↓	11,57	13,72	↑	11,87	12,49	↑	34,14	31,49	↓	37,17	44,13	↑

3.4. NIVEL DE ESTUDIOS

En todas las iniciativas emprendedoras el grupo más numeroso está formado por aquellas personas que poseen solo estudios obligatorios, con lo que se confirma, de forma general, la tendencia iniciada el año anterior (tabla 3.4).

Sin embargo, en el caso de los emprendedores potenciales se observa un incremento entre aquellos con mayor nivel de estudios (formación profesional y universitarios), pero sin superar al número de aquellos que tienen estudios obligatorios. Una situación inversa se produce en el caso de los emprendedores incipientes, donde caen aquellas iniciativas realizadas por personas con estudios de formación profesional y universitaria, mientras que crecen los emprendedores

con estudios obligatorios. Esta tendencia se advierte, también, en el caso de los emprendedores nacientes.

Para los emprendedores nuevos las subidas provienen de las personas con estudios obligatorios y de formación profesional, mientras caen los universitarios y los titulados en bachillerato, que son el único grupo que también desciende en el emprendimiento consolidado.

Destaca la reducción en los abandonos del grupo de personas con estudios universitarios, con un descenso desde el 20,33 de la edición anterior al 10,80% de esta, siendo, además, el único grupo que disminuye en esta fase.

TABLA 3.4. NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014-2015)

Nivel de estudios	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Obligatorios	39,30	31,36	↓	27,58	40,42	↑	36,96	46,37	↑	31,82	44,34	↑	49,51	58,97	↑	56,83	59,27	↑
Bachillerato	23,67	20,58	↓	18,88	18,98	↑	28,31	21,09	↓	23,14	20,37	↓	17,36	19,54	↑	16,94	21,27	↑
FP	12,01	19,28	↑	27,60	18,96	↓	11,48	16,94	↑	20,31	17,63	↓	18,62	6,69	↓	5,90	8,66	↑
Universitarios	25,02	28,78	↑	25,94	21,64	↓	23,25	15,60	↓	24,73	17,66	↓	14,51	14,80	↑	20,33	10,80	↓

3.5. POSESIÓN DE FORMACIÓN ESPECÍFICA PARA EMPRENDER

El porcentaje de emprendedores potenciales y nacientes que dicen poseer formación específica para emprender se reduce con respecto al año anterior, mientras que en el resto de las fases incrementa, destacando que más de la mitad de los emprendedores nuevos e incipientes consideran que disponen de formación específica para emprender (tabla 3.5).

En el caso de los emprendedores que han abandonado se detecta un porcentaje muy elevado, aunque inferior al año anterior, de falta de esa formación específica, lo que podría ayudar a explicar ese abandono de la actividad.

TABLA 3.5. POSESIÓN DE FORMACIÓN ESPECÍFICA PARA EMPRENDER SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (%; 2014-2015)

Formación específica	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Sí	47,69	45,35	↓	51,71	44,80	↓	33,94	52,81	↑	43,67	50,05	↑	24,60	34,39	↑	22,53	29,77	↑
No	52,31	54,65	↑	48,29	52,49	↑	66,06	47,19	↓	56,33	49,02	↓	74,25	62,33	↓	77,47	70,23	↓
NS/NC	-	-		-	2,71	↑	-	-		-	0,93	↑	1,15	3,28	↑	-	-	

3.6. NIVEL DE RENTA ANUAL

Los emprendedores potenciales y nacientes presentan unos niveles de renta comprendidos entre los 20.001 y los 30.000 euros, mientras que la mayoría de los incipientes y de los nuevos tienen una renta anual inferior a 20.000 euros. En todas las fases del proceso emprendedor se observa una disminución de los emprendedores con niveles de renta de entre 10.001 y 20.000 euros y un incre-

mento del porcentaje de aquellos cuyos niveles de renta se sitúan entre 30.001 y 40.000 euros. Salvo los que han abandonado las iniciativas.. Cabe destacar el hecho de que los emprendedores nacientes que declaran disponer de una renta anual menor de 10.000 euros experimenta una notable subida con respecto a la edición anterior, pasando de 7,57% a 15,79%.

TABLA 3.6. DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN FUNCIÓN DE LA RENTA Y LA FASE DEL PROCESO (%; 2014-2015)

Tramos de renta anual	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
≤10.000 €	19,65	10,69	↓	7,57	15,79	↑	8,59	5,55	↓	8,03	9,07	↑	8,25	8,41	↑	25,45	23,33	↓
10.001-20.000 €	19,53	14,48	↓	20,56	10,41	↓	39,76	26,35	↓	29,24	20,87	↓	19,85	14,57	↓	29,32	16,87	↓
20.001-30.000 €	19,36	16,57	↓	16,03	18,32	↑	10,98	6,96	↓	13,75	10,87	↓	17,42	16,03	↓	14,14	14,96	↑
30.001-40.000 €	5,34	13,07	↑	9,57	13,29	↑	2,73	11,11	↑	6,47	11,86	↑	10,64	10,79	↑	2,58	2,14	↓
40.001-60.000 €	5,74	5,84	↑	6,80	5,24	↓	-	6,98	↑	3,72	6,38	↑	10,05	6,59	↓	2,98	4,28	↑
60.001-100.000 €	1,95	3,56	↑	-	-	↑	-	5,49	↑	-	3,61	↑	3,01	1,90	↓	2,70	2,14	↓
>100.000 €	2,87	2,37	↓	2,32	2,63	↑	3,10	-	↓	2,68	0,90	↓	1,89	0,47	↓	2,98	-	↑
Ns / Nc	25,56	33,42	↑	37,15	34,32	↓	34,84	37,56	↑	36,11	36,44	↑	28,89	41,24	↑	19,85	36,28	↑

3.7. IMPLANTACIÓN EN ENTORNO RURAL O URBANO

La gran mayoría de los emprendedores provienen de un entorno urbano en cualquiera de las iniciativas analizadas, con porcentajes superiores al 80%. Este porcentaje

se incrementa en cualquier fase del proceso emprendedor, en relación a la edición anterior, siendo de mayor cuantía en los emprendedores potenciales (tabla 3.7).

TABLA 3.7. IMPLANTACIÓN EN ENTORNO RURAL O URBANO DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014-2015)

Implantación	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Urbano	85,97	91,64	↑	86,04	87,02	↑	82,53	86,16	↑	84,45	86,46	↑	78,34	80,78	↑	80,90	82,90	↑
Rural	14,03	8,36	↓	13,96	12,98	↓	17,47	13,84	↓	15,55	13,54	↓	21,66	19,22	↓	19,10	17,10	↓

3.8. SITUACIÓN LABORAL Y DEDICACIÓN

Al igual que en ediciones anteriores la mayoría de los emprendedores son trabajadores en activo. Los emprendedores nuevos y consolidados poseen porcentajes de actividad laboral cercanos al 100%. El porcentaje de personas en paro se reduce en los emprendedores potenciales, ya que en la edición anterior era cercano al 40% y en la actual no alcanza el 30%.

Esta situación es similar en el caso de los emprendedores que han abandonado la iniciativa (tabla 3.8).

Se aprecia, también, un ligero incremento en la participación de estudiantes en las fases del proceso emprendedor en el que está presente, siendo más destacado en los emprendedores nacientes.

TABLA 3.8. SITUACIÓN LABORAL DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014-2015)

Situación laboral	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Empleado activo	47,45	58,07	↑	78,45	75,53	↓	94,10	98,62	↑	85,62	90,82	↑	98,10	99,06	↑	25,86	34,11	↑
Jubilado	-	-	↑	2,62	-	↓	-	1,38	↑	1,42	0,92	↓	0,60	-	↓	18,49	25,36	↑
Ama de casa	1,80	2,34	↑	-	-		-	-		-	-		-	0,94	↑	-	10,57	↑
Estudiante	8,97	9,68	↑	2,27	5,49	↑	-	-		1,23	1,86	↑	-	-		-	2,11	↑
En paro / otra	41,78	29,91	↓	16,66	18,98	↑	5,90	-	↓	11,73	6,40	↓	1,30	-	↓	55,65	27,85	↓

La mayoría de las personas que participan en el proceso emprendedor lo son a tiempo completo. Por su parte, los que se dedican a tiempo parcial, presentan

un mayor porcentaje de abandono, manteniéndose la tendencia del año anterior (tabla 3.9).

TABLA 3.9. DEDICACIÓN A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014-2015)

Dedicación	EMPRENDEDOR POTENCIAL			EMPRENDEDOR NACIENTE			EMPRENDEDOR NUEVO			EMPRENDEDOR INCIPIENTE			EMPRENDEDOR CONSOLIDADO			EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO		
	2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015		2014	2015	
Tiempo completo	83,41	87,62	↑	100,00	96,42	↓	97,15	100,00	↑	98,56	98,99	↑	98,75	100,00	↑	68,19	74,88	↑
Tiempo parcial	16,59	12,38	↓	0,00	3,58	↑	2,85	0,00	↓	1,44	1,01	↓	1,25	0,00	↓	31,81	25,12	↓

3.9. TAMAÑO DEL HOGAR (HÁBITAT)

No se aprecian variaciones significativas en cuanto al tamaño del hogar que continúa oscilando entre 3 y 4 miembros para todas las fases del proceso em-

prendedor, con excepción de los emprendedores que han abandonado que, en esta edición, baja de 3 miembros. (tabla 3.10).

TABLA 3.10. TAMAÑO MEDIO DEL HOGAR DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2014-2015)

Tamaño medio del hogar	EMPRENDEDOR POTENCIAL		EMPRENDEDOR NACIENTE		EMPRENDEDOR NUEVO		EMPRENDEDOR INCIPIENTE		EMPRENDEDOR CONSOLIDADO		EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Tamaño	3,67	3,50	3,44	3,08	3,26	3,51	3,35	3,37	3,38	3,41	3,22	2,98

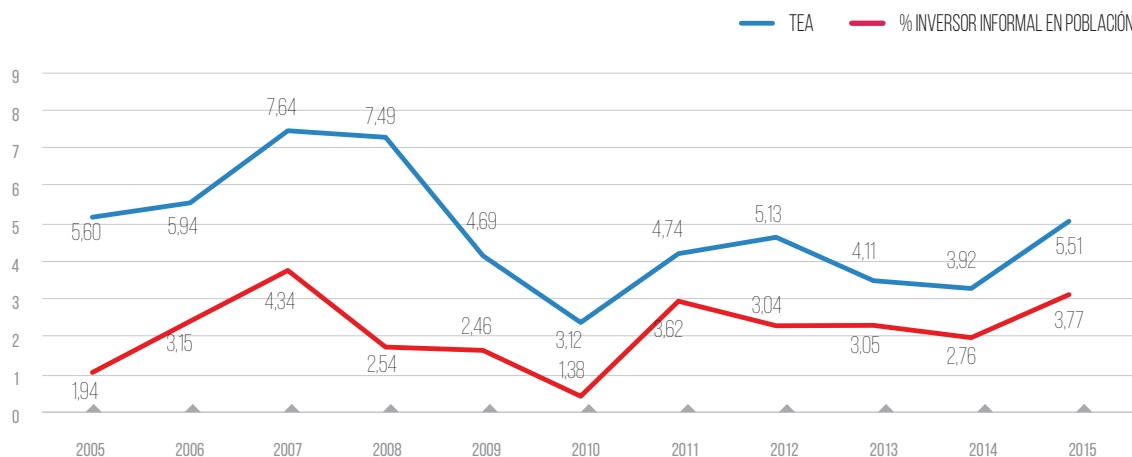
3.10. PARTICIPACIÓN DEL INVERSOR INFORMAL

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 es del 3,77%, incrementándose en poco más de un punto con respecto a la edición anterior y rompiendo con la tendencia bajista que venía observándose desde 2011. Además, se recuperan niveles

similares al periodo pre-crisis 2005-2006 (figura 3.1). La evolución del TEA presenta una tendencia similar a la evolución de la participación de los inversores informales.

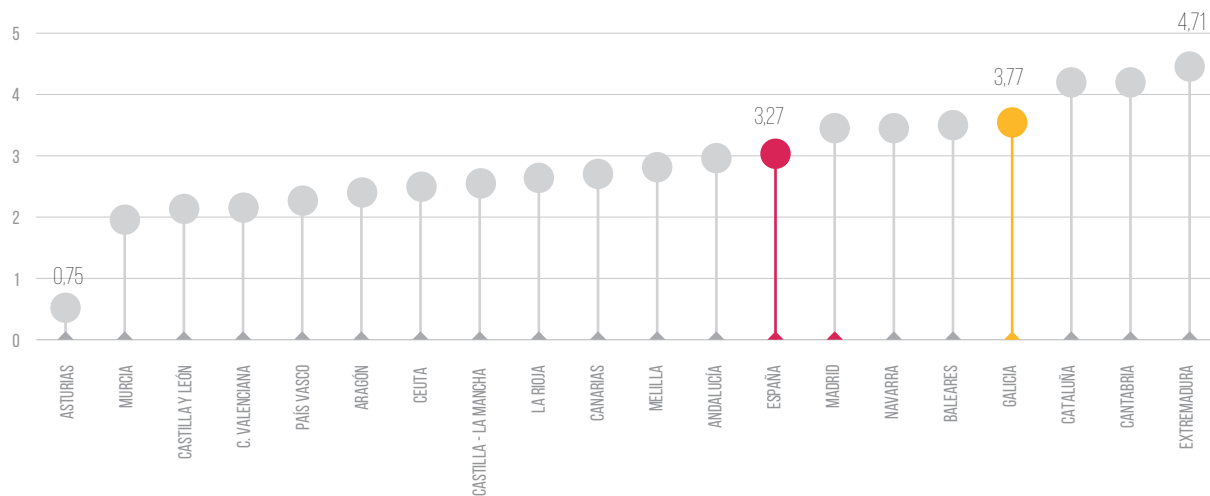
FIGURA 3.1. EVOLUCIÓN DEL TEA Y LA INVERSIÓN INFORMAL (% , 2005-2015)



Al contrario que en la edición anterior, donde Galicia se situaba en los puestos más bajos en cuanto a participación de inversores informales, actualmente se encuentra entre las comunidades con mayor participación. Este incremento se debe no solo a lo

observado en esta comunidad, sino también al descenso producido en otras comunidades autónomas, puesto que la media nacional ha descendido desde un 3,71% en 2014, a un 3,27% en esta edición (figura 3.2).

FIGURA 3.2. EL INVERSOR INFORMAL EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% 2015)



3.11. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR Y EVOLUCIÓN TEMPORAL

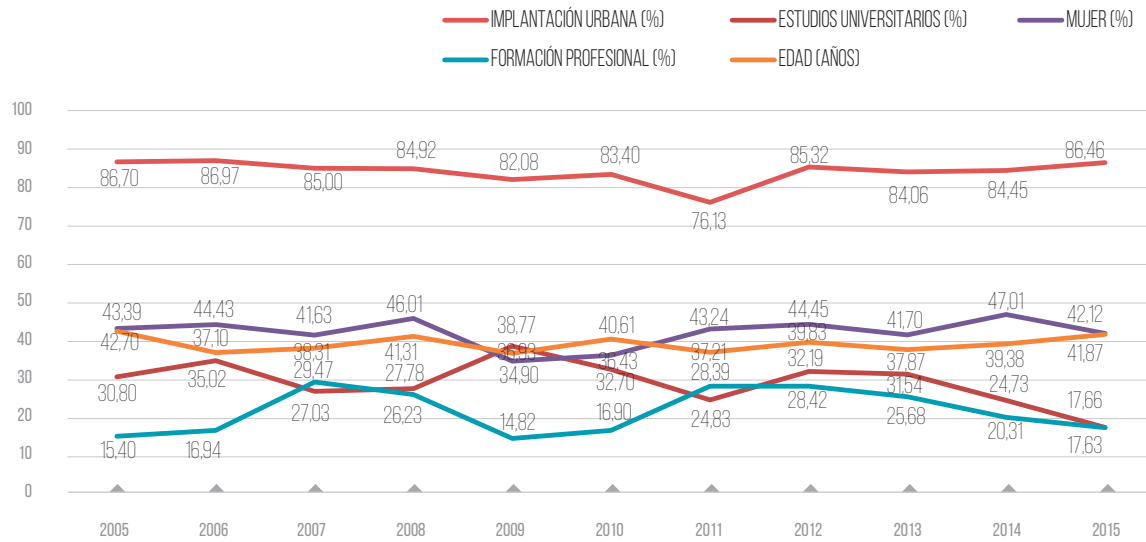
En la tabla 3.11 se muestran las características analizadas a lo largo de este capítulo así como la evo-

lución desde el año 2005 de las variables utilizadas para la realización de este análisis (figura 3.3).

TABLA 3.11. SÍNTESIS DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR EN GALICIA (2015)

Tamaño medio del hogar	EMPRENDEDOR POTENCIAL	EMPRENDEDOR NACIENTE	EMPRENDEDOR NUEVO	EMPRENDEDOR INCIPIENTE	EMPRENDEDOR CONSOLIDADO	EMPRENDEDOR QUE HA ABANDONADO
	H: 55,54% M: 44,46%	H: 60,37% M: 39,63%	H: 56,57% M: 43,43%	H: 57,88% M: 42,12%	H: 50,26% M: 49,74%	H: 51,26% M: 48,74%
Edad	38	42	42	42	49	51
Nivel de estudios mayoritario	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios	Obligatorios
Formación específica para emprender	45,35%	44,80%	52,81%	50,05%	34,39%	29,77%
Nivel de renta media	20.001-30.000€	20.001-30.000€	10.001-20.000€	10.001-20.000€	20.001-30.000€	≤10.000€
Implantación zona rural/urbana	U: 91,64% R: 8,36%	U: 87,02% R: 12,98%	U: 86,16% R: 13,84%	U: 86,46% R: 13,54%	U: 80,78% R: 19,22%	U: 82,90% R: 17,10%
Situación laboral	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa	Activa
Dedicación completa	87,62%	96,42%	100,00%	98,99%	100,00%	79,88%
Tamaño del hogar	3,50	3,08	3,51	3,37	3,41	2,98

FIGURA 3.3. EVOLUCIÓN DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR INCIPIENTE EN GALICIA (2005-2015)





CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

4.1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo analiza las principales características de las iniciativas emprendedoras en función de la fase del proceso emprendedor donde se encuentran. Se entienden como tales características: el sector de actividad, el número de propietarios y trabajadores que

presentan, el grado de innovación y uso de nuevas tecnologías, el nivel de competencia percibido por los emprendedores y, por último, la previsión de expansión e internacionalización de sus productos y/o servicios.

4.2. SECTOR GENERAL DE ACTIVIDAD

Tal como se observa en la figura 4.1, el sector servicios orientados al consumo es la actividad que predomina en todas las fases del proceso emprendedor a lo largo del año 2015, hecho que, lejos de ser una novedad, afianza la tendencia reflejada en las últimas ediciones.

Cabe destacar que el peso que el sector servicios orientados al consumo tiene en cada una de las fases del proceso emprendedor ha sufrido variaciones. En este sentido, en las iniciativas nacientes se observa un incremento de un 44,65% en 2014 a un 47,64% en 2015. Con todo, se reduce su presencia en las iniciativas nuevas e incipientes, pasando a representar, en 2015, un 43,23% y un 44,74%, respectivamente.

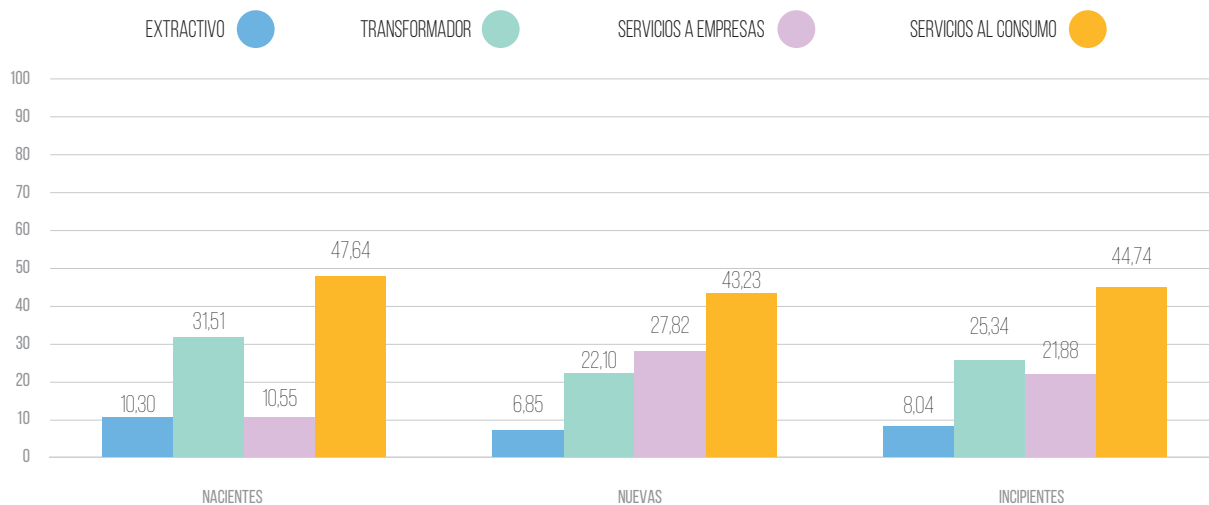
El sector servicios orientados a empresas reduce significativamente su presencia en las iniciativas nacientes (de 30,19% en 2014 a 10,55% en 2015) incrementándose en las iniciativas incipientes (de 22,08% en 2014 a 21,88% en 2015) y nuevas (de 11,64% en 2014 a 27,82% en 2015).

La reducción de iniciativas en el sector de servicios orientados al consumo y a empresas, respectivamente, afianza la representación del sector transformador en todas las fases del proceso emprendedor. De esta forma, la actividad de las iniciativas nacientes en dicho sector alcanza un 31,51% en 2015 respecto al 18,46% de la edición anterior. Asimismo, se incrementa ligeramente en las iniciativas nuevas (de 21,36% en 2014 a 22,10% en 2015) e incipientes (de 19,73% en 2014 a 25,34% en 2015).

Por el contrario, el sector extractivo o primario pierde presencia en todas las etapas asociadas al proceso emprendedor, con la excepción de las iniciativas nacientes, en el que se incrementa alcanzando en 2015 un 10,30%.

Por tanto, en esta edición continúa la tendencia de orientación de iniciativas emprendedoras en servicios al consumo y a empresas aunque hay que destacar el auge del sector primario o extractivo y transformador en las iniciativas nacientes.

FIGURA 4.1. SECTOR GENERAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN LA FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR (% 2015)



A continuación se presenta la tabla 4.1 como resumen de las características de las iniciativas empen-

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

TABLA 4.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS INCIPIENTES POR SECTORES (% , 2015)

CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS		SECTOR DE ACTIVIDAD			
		EXTRACTIVO	TRANSFORMADOR	SERVICIOS A EMPRESAS	SERVICIOS AL CONSUMO
Nivel de empleo	Sin empleados	56,70	45,01	57,90	75,22
	1-5 empleados	43,30	50,17	36,87	18,59
	6-19 empleados	-	4,82	5,23	3,09
	20 o más empleados	-	-	-	3,10
Expansión de mercado	Sin expansión	55,31	85,60	79,28	52,89
	Alguna expansión (sin nueva tecnología)	22,10	14,40	16,57	24,47
	Alguna expansión (con nueva tecnología)	22,59	-	4,15	20,56
	Profunda expansión	-	-	-	2,08
Nivel de innovación	Totalmente innovadora	-	-	4,13	10,18
	Parcialmente innovadora	11,25	14,50	33,16	20,43
	No innovadora	88,75	85,50	62,71	69,39
Nivel de competencia	Mucha competencia	44,11	64,20	79,28	48,94
	Alguna competencia	45,04	25,07	20,72	34,60
	Sin competencia	10,85	10,73	-	16,46
Nivel tecnológico	Tecnología nueva (menos de 1 año)	22,59	-	4,15	22,64
	Tecnología reciente (1-5 años)	-	28,36	37,69	18,27
	Tecnología antigua (más de 5 años)	77,41	71,64	58,16	59,09
Nivel tecnológico del sector	Bajo	100,00	89,28	75,13	100,00
	Medio	-	-	4,15	-
	Alto	-	10,72	20,72	-
Nivel de exportaciones	75%-100%	-	-	-	2,16
	25%-75%	-	-	4,73	8,70
	1%-25%	-	21,99	28,53	21,68
	No exporta	100,00	78,01	66,74	67,46

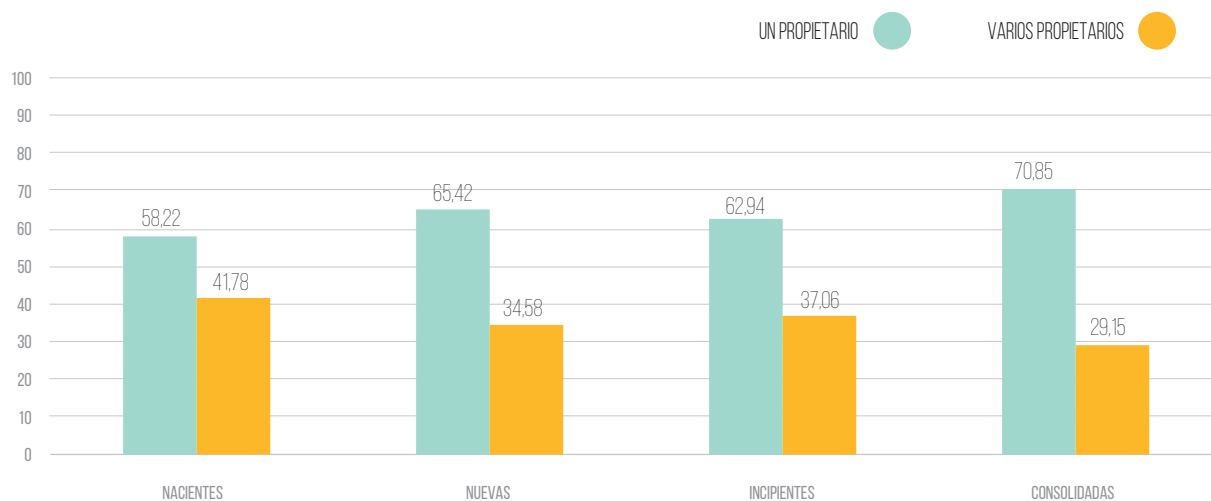
4.3. DIMENSIÓN EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE PROPIETARIOS Y DE TRABAJADORES

La mayoría de las iniciativas emprendedoras se presentan como microempresas sin empleados y con un solo propietario.

En 2015 se produce un descenso generalizado en las iniciativas que se desarrollan con varios

propietarios, en contraste con los datos reflejados en 2014. En ese sentido, únicamente se produce un incremento en el caso de las iniciativas nuevas desarrolladas por varios propietarios, donde asciende de un 31,73% en 2014 a un 34,58% en 2015.

FIGURA 4.2. NÚMERO DE PROPIETARIOS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2015)



Asimismo, y tal como se viene observando en ediciones anteriores, la media de propietarios de las inicia-

tivas en todas sus fases es mayor en España que en Galicia (tabla 4.2).

TABLA 4.2. NÚMERO DE PROPIETARIOS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (2014-2015)

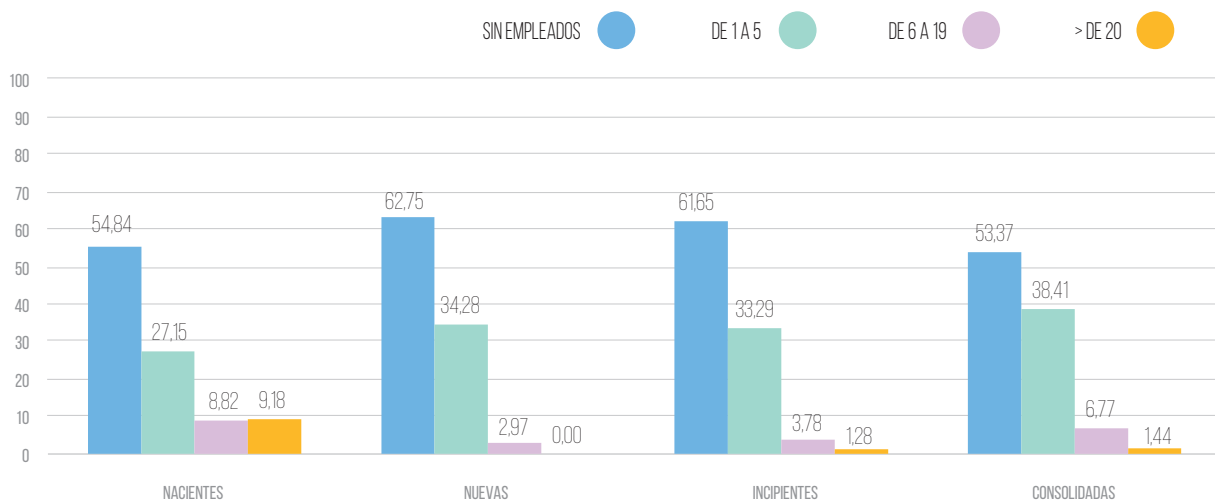
FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR	GALICIA		ESPAÑA	
	MEDIA		MEDIA	
	2014	2015	2014	2015
Naciente	1,86	1,78	1,90	1,81
Nueva	1,76	1,46	1,85	1,66
Incipiente	1,82	1,57	1,88	1,72
Consolidada	1,67	1,38	2,11	1,93

En cuanto a la dimensión de las iniciativas emprendedoras, se mantiene la tendencia de iniciativas sin empleados en todas las fases del proceso emprendedor. Con todo, cabe destacar el incremento de más de 5 empleados que se observa en las iniciativas nacientes, pasando de

representar un 0% en 2014 a representar alrededor de un 20% en 2015.

Las iniciativas de entre 1 y 5 empleados también decrecen significativamente en todas las fases del proceso emprendedor (figura 4.3).

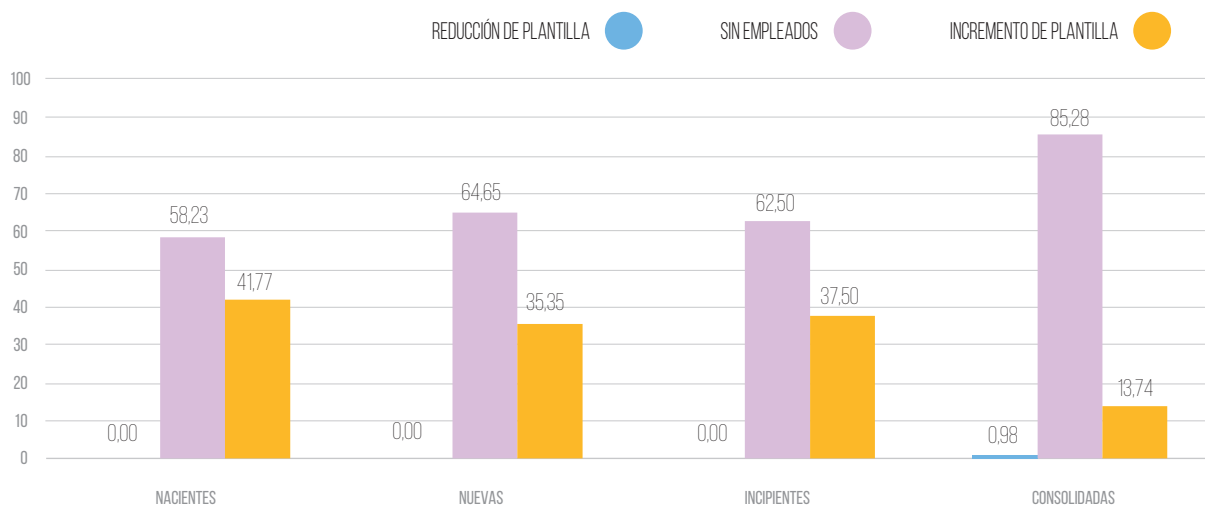
FIGURA 4.3. DIMENSIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2015)



En lo relativo a la previsión sobre la creación de empleo, los resultados son más pesimistas que en ediciones anteriores. Del total de iniciativas nuevas, un 35,35% prevé incrementar su plantilla en los próxi-

mos 5 años, continuando la tendencia creciente ya iniciada durante el año 2014 (figura 4.4). En las restantes fases del proceso emprendedor, decrece esta previsión a favor de aquella sin empleados.

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 (% , 2015).



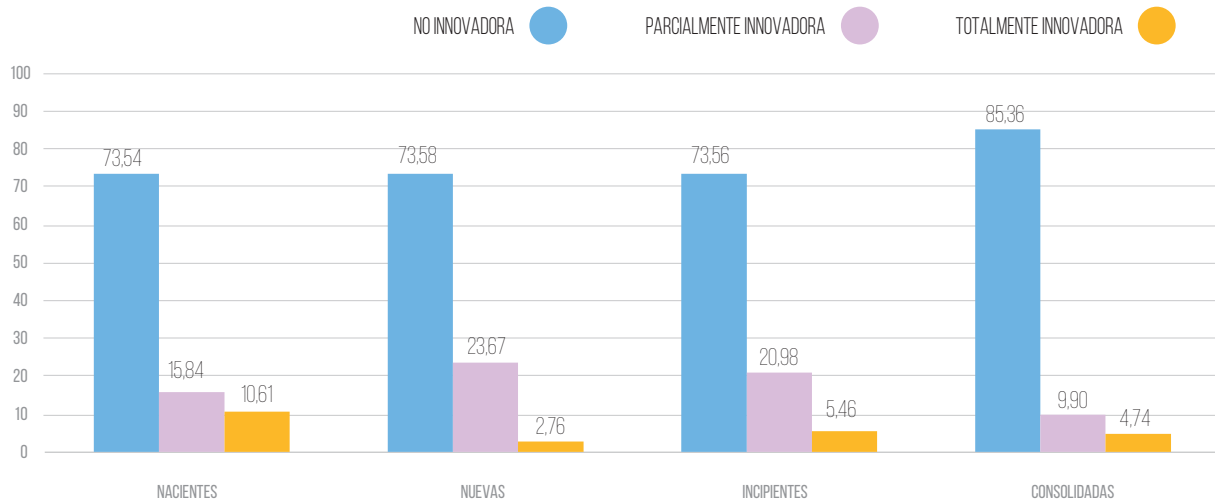
4.4. GRADO DE INNOVACIÓN Y USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

Las iniciativas emprendedoras en Galicia carecen de carácter innovador, presencia en el sector tecnológico y utilización de tecnologías nuevas o recientes.

Así, con respecto a la edición anterior, se produce un aumento en el número de iniciativas nacientes y consolidadas que se califican como no innovadoras. Con todo, se observa un ligero descenso en aquellas no innovadoras en fase nueva o incipiente (figura

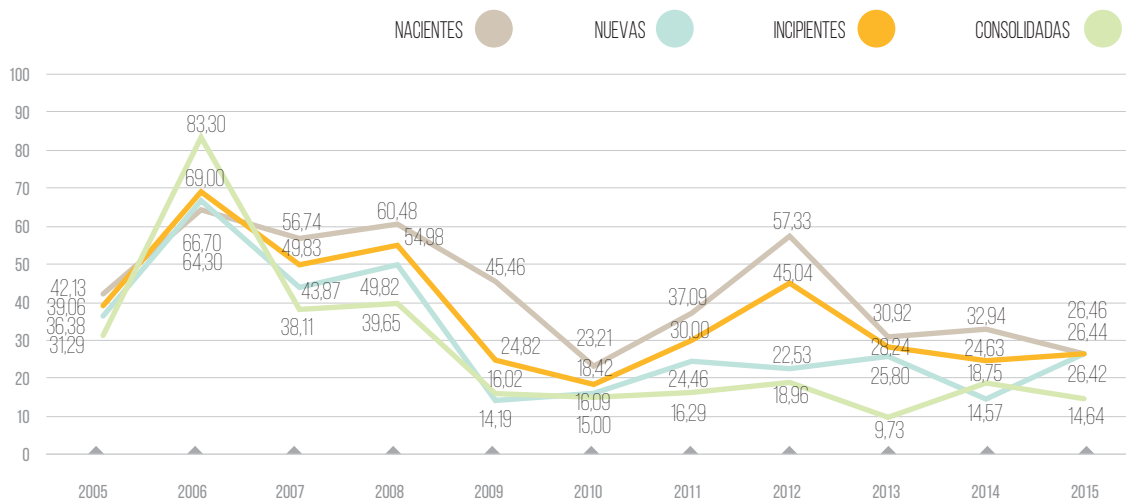
4.5) con porcentajes de 73,58% y 73,56% en 2015, respectivamente.

En relación a las iniciativas que se consideran totalmente innovadoras, se produce un descenso significativo en todas las fases del proceso emprendedor, siendo más acusado el descenso relativo a las iniciativas consolidadas, pasando de representar un 11,23% en 2014 a representar un 4,74% en 2015.

FIGURA 4.5. GRADO DE INNOVACIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2015)

A pesar de ello, la figura 4.6 muestra una evolución creciente de las iniciativas nuevas consideradas parcial o totalmente innovadoras pasando de un 14,57%

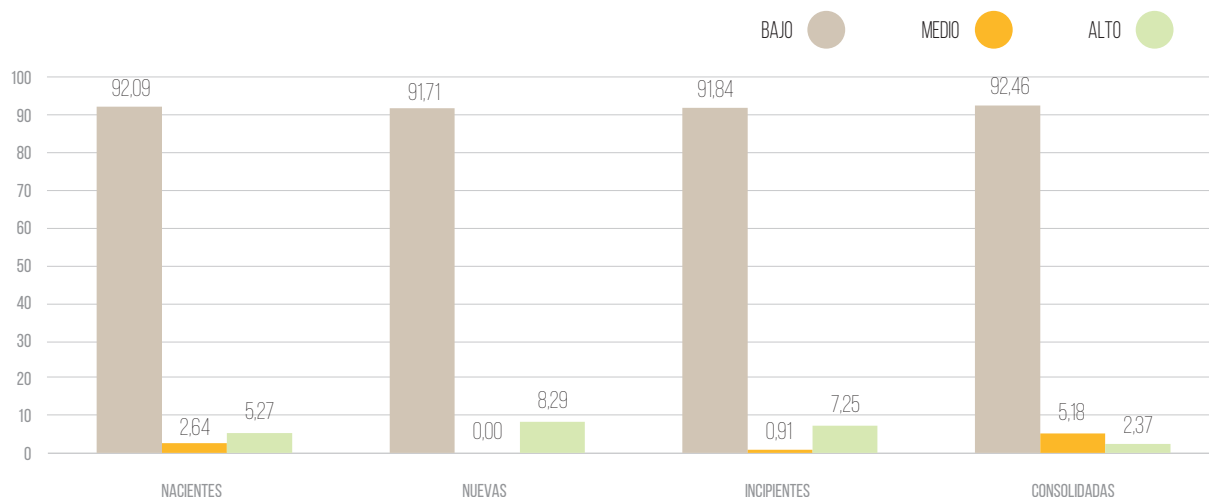
en 2014 a un 26,42% en 2015, así como de las incipientes aumentando del 24,63% en 2014 al 26,44% en 2015.

FIGURA 4.6. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS INNOVADORAS (TOTAL O PARCIALMENTE SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2005-2015))

La presencia de iniciativas en sectores de media y alta tecnología tiene un carácter residual en las iniciativas emprendedoras de Galicia, con porcentajes inferiores al 10% en todas las fases del proceso emprendedor. Sin embargo, esta presencia se incrementa ligeramente con respecto a la edición anterior. Cabe destacar el incremento de 0% en 2014 a 5,27% en 2015 en las iniciativas nacientes con un alto

nivel tecnológico. Además, se da un incremento en el peso de iniciativas con un alto nivel tecnológico en las restantes fases del proceso emprendedor, pasando de 2,68% en 2014 a 8,29% en 2015 para el caso de las nuevas, de 1,21% en 2014 a 7,25% en 2015 para el caso de las incipientes y de 0,59% en 2014 a 2,37% en 2015 para el caso de las consolidadas.

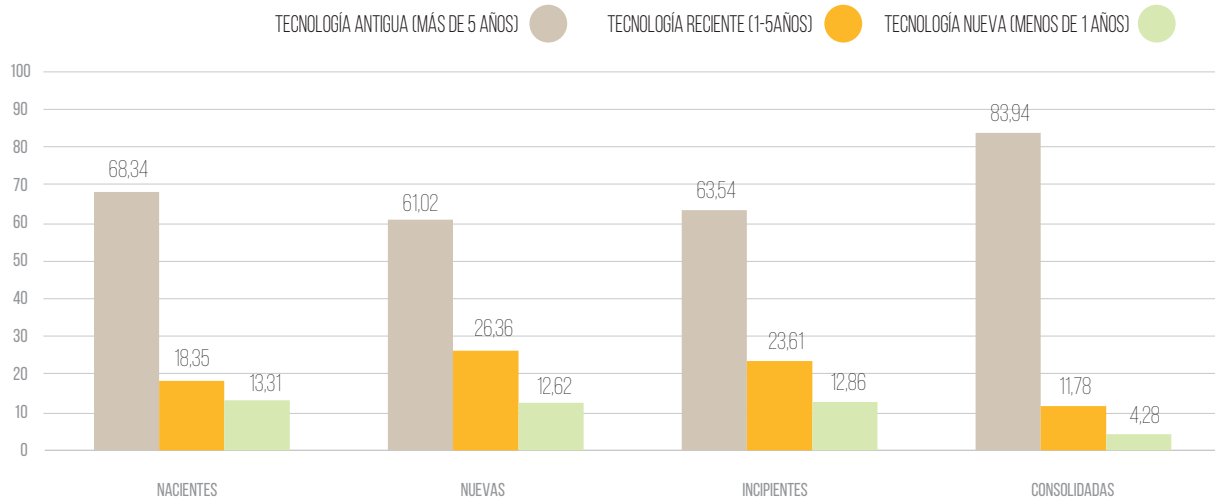
FIGURA 4.7. NIVEL TECNOLÓGICO DEL SECTOR DONDE SE ENCUADRAN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2015)



La situación continúa siendo grave cuando analizamos la antigüedad de la tecnología utilizada. Alrededor del 65% de las iniciativas en todas las fases del proceso emprendedor utilizan tecnología antigua (más de 5 años). Con todo, se observa una ligera mejora con respecto a los datos analizados en la edición anterior, ya que las tecnologías nuevas (menos

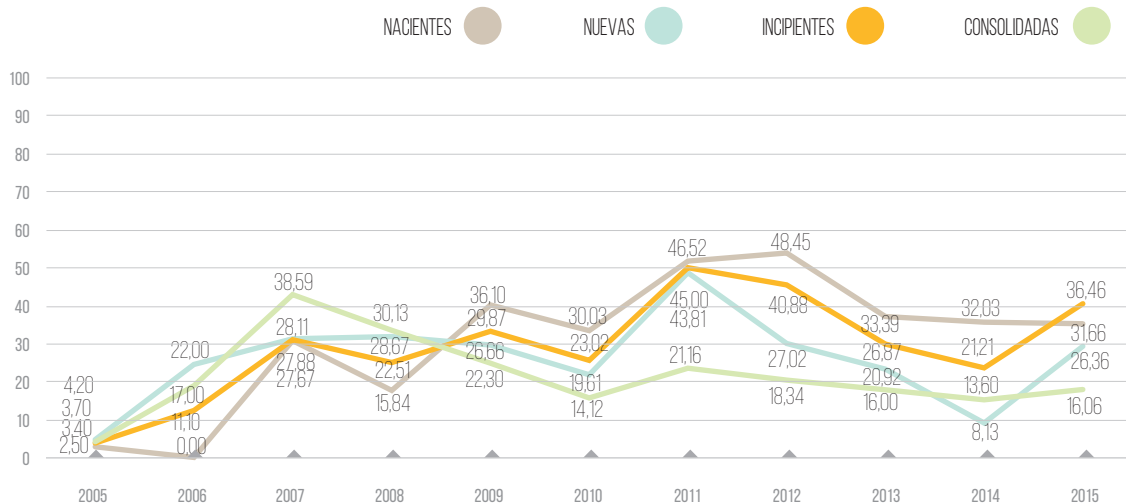
de 1 año) ganan en importancia en todas las fases del proceso emprendedor.

A pesar de estos datos positivos, el 83,94% de las iniciativas consolidadas continúa utilizando tecnología de más de 5 años (figura 4.8).

FIGURA 4.8. USO DE TECNOLOGÍAS EN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2015)

En relación a la evolución de estos datos, el uso de tecnología nueva o reciente se incrementa en todas las fases del proceso emprendedor con excepción de las iniciativas nacientes donde se produce un ligero

descenso (de 32,03% en 2014 a 31,66% en 2015) (figura 4.9). Ello supone un cambio de tendencia con respecto al descenso iniciado en el año 2011.

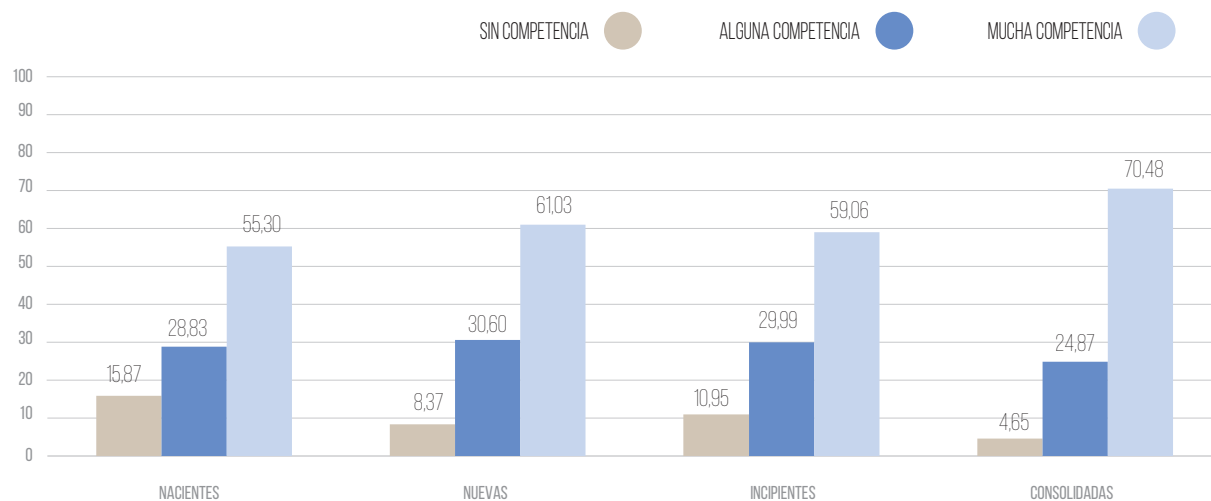
FIGURA 4.9. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS CON USO DE TECNOLOGÍAS NUEVAS O RECIENTES (MENOS DE 5 AÑOS) SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2005-2015)

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

La percepción del emprendedor gallego sobre el nivel de competencia de los mercados continúa siendo elevada, mostrando valores muy similares a los de 2014. En esta edición, esta percepción se incrementa

en las iniciativas nuevas e incipientes. Por el contrario, la percepción de un mercado sin apenas competencia se incrementa en las iniciativas nacientes y consolidadas.

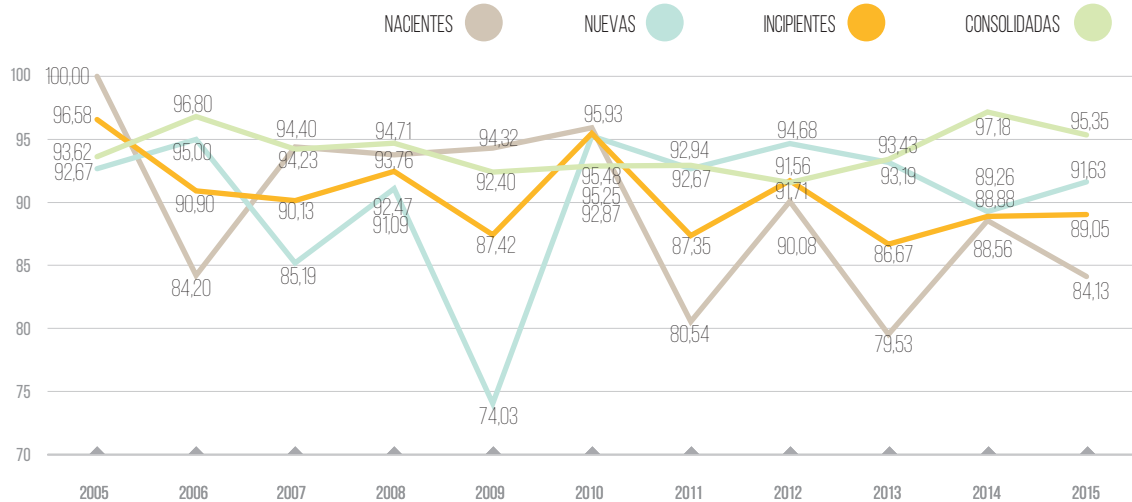
FIGURA 4.10. NIVEL DE COMPETENCIA ESPERADO EN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2015)



En relación a la evolución de estos datos, cabe destacar la ruptura de la tendencia creciente en lo relativo a la percepción de la presión competitiva por parte

de los emprendedores líderes de iniciativas consolidadas, que ha disminuido, pasando de un 97,18% en 2014 a un 95,35% en 2015 (figura 4.11).

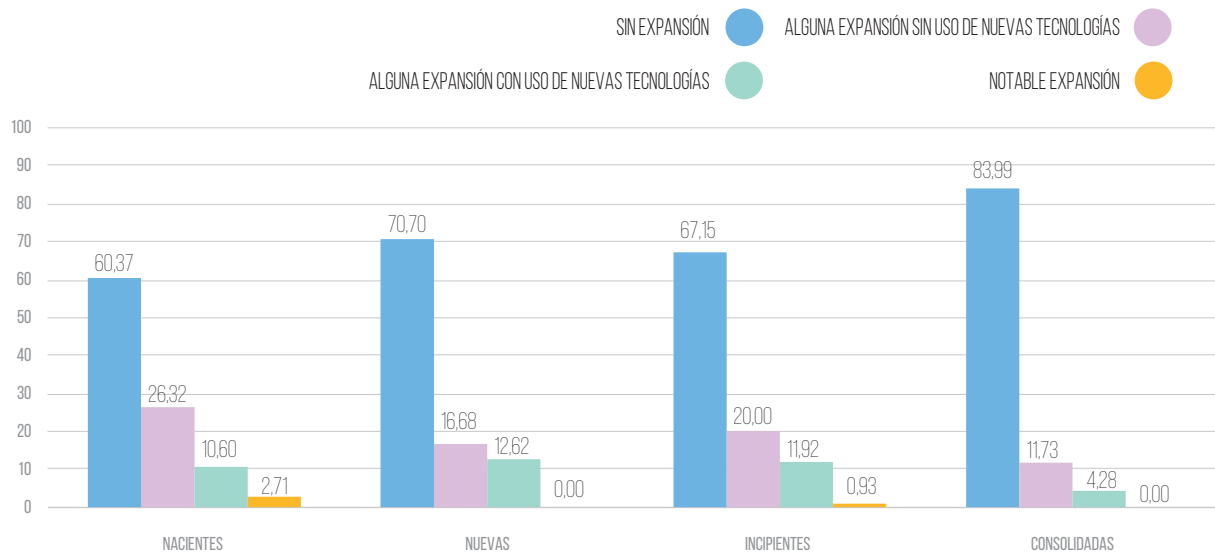
FIGURA 4.11. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS CON NIVEL DE COMPETENCIA ESPERADO (ALGUNA O MUCHA) SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2005-2015)



Respecto a la previsión de expansión en el mercado, continúa la evolución descendente iniciada en el año 2011. Sin embargo, es significativo el incremento

de expansión con uso de nuevas tecnologías que se produce en todas las fases del proceso emprendedor (figura 4.12).

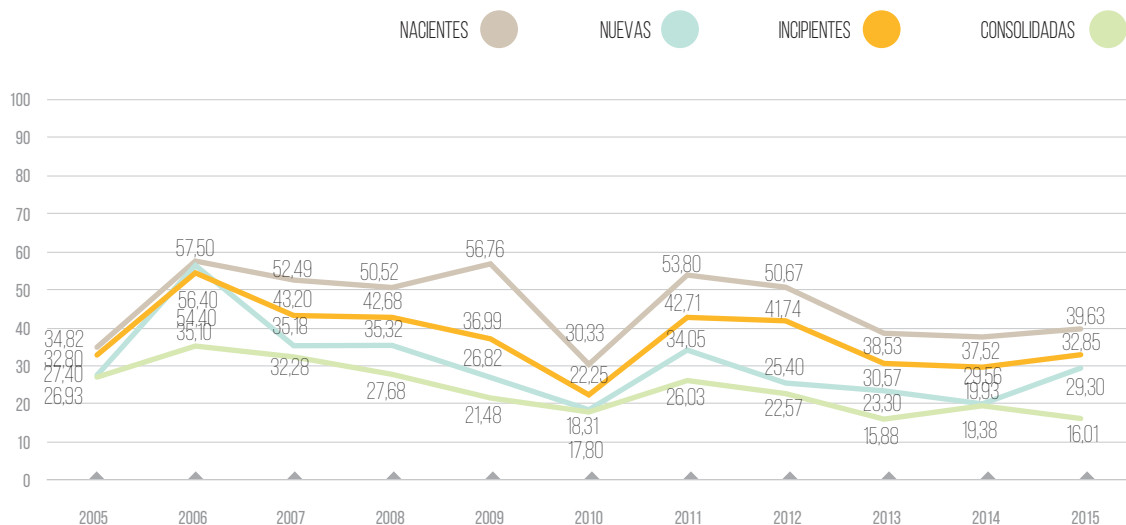
FIGURA 4.12. EXPANSIÓN EN EL MERCADO DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2015)



El análisis de las fases del proceso emprendedor refleja un ligero incremento con respecto a 2014 en la expansión de las iniciativas nacientes (del 37,52% en 2014

al 39,63% en 2015), iniciativas nuevas (del 19,93% en 2014 al 29,30% en 2015) e iniciativas incipientes (del 29,56% en 2014 al 32,85% en 2015) (figura 4.13).

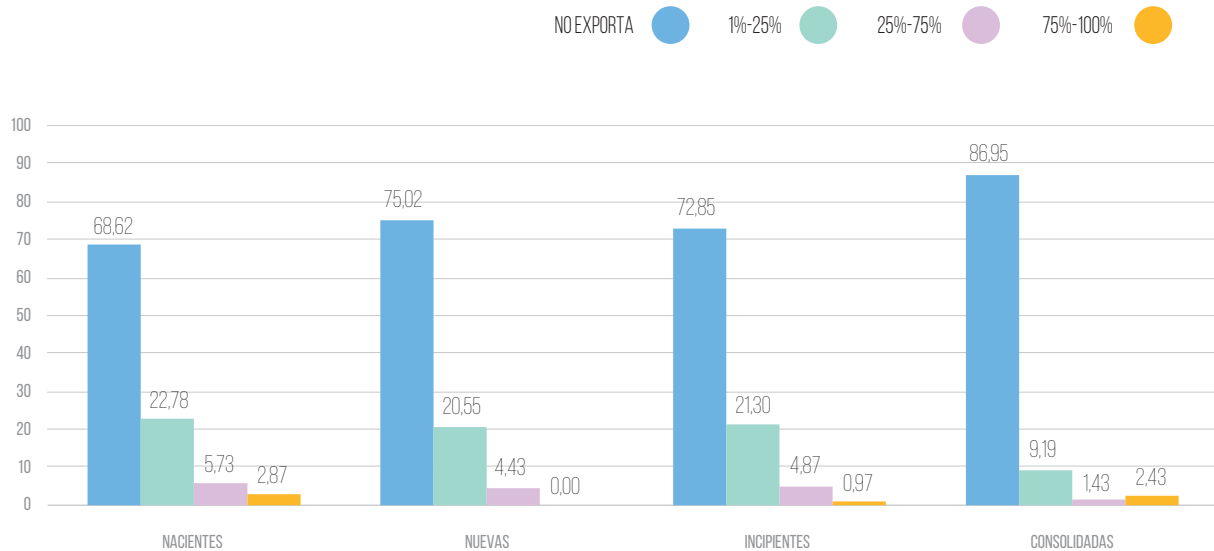
FIGURA 4.13. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS QUE PREVEN EXPANSIÓN DE MERCADO SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% 2005-2015)



En lo relativo a la orientación a mercados internacionales, durante el año 2015 se observa una mayor orientación hacia la internacionalización por parte de

las iniciativas nacientes, nuevas e incipientes en el tramo de 1% a 25% de total de actividad internacional (figura 4.14).

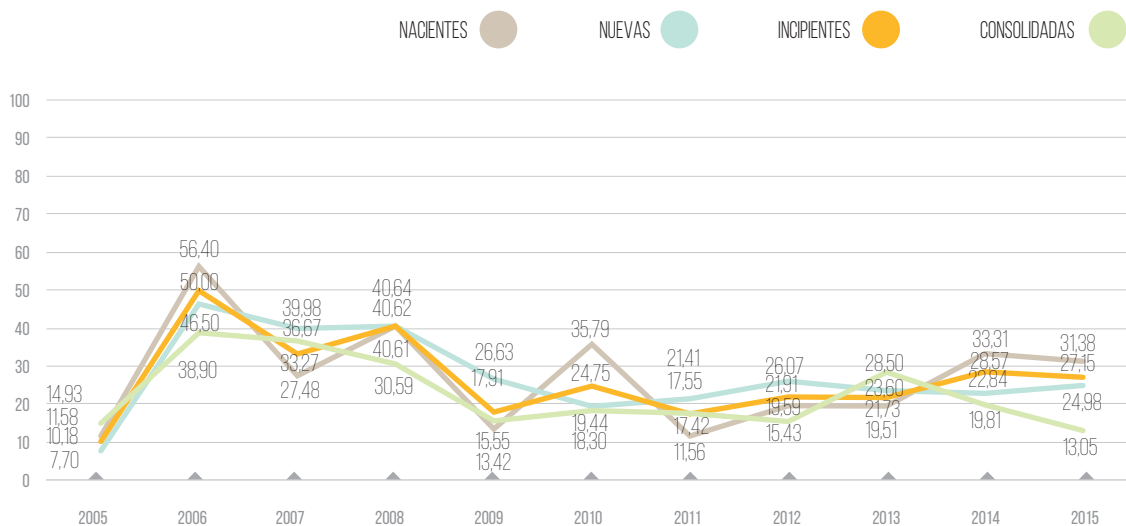
FIGURA 4.14. ACTIVIDAD GENERAL DE INTERNACIONALIZACIÓN ESTIMADA EN LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2015)



Si analizamos la tendencia a través de la figura 4.15, solamente se produce un incremento en el porcenta-

je de iniciativas nuevas que estima exportar, pasando de un 22,84% en 2014 a un 24,98% en 2015.

FIGURA 4.15. EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EXPORTADORAS SEGÚN LA FASE DEL PROCESO (% , 2005-2015)



4.6. CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Como resultado del análisis realizado, se presenta una síntesis de las principales características de las actividades del proceso emprendedor durante el año

2015. 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 2015

		EMPRENDEDOR NACIENTE	EMPRENDEDOR NUEVO	EMPRENDEDOR INCIENTE	EMPRENDEDOR CONSOLIDADO
Sector de actividad		Sector Consumo 47,64%	Sector Consumo 43,23%	Sector Consumo 44,74%	-
Dimensión	1 propietario	58,22%	65,42%	62,94%	70,85%
	Sin empleados	54,84%	62,75%	61,65%	53,39%
Innovación	Grado de innovación	No innovadora 73,54%	No innovadora 73,58%	No innovadora 73,56%	No innovadora 85,36%
	Nivel tecnológico del sector	Bajo 92,09%	Bajo 91,71%	Bajo 91,84%	Bajo 92,46%
	Uso de tecnologías	Tecnología antigua 68,34%	Tecnología antigua 61,02%	Tecnología antigua 63,54%	Tecnología antigua 83,94%
Competencia		Mucha competencia 55,30%	Mucha competencia 61,03%	Mucha competencia 59,06%	Mucha competencia 70,48%
Expansión		Sin expansión 60,37%	Sin expansión 70,70%	Sin expansión 67,15%	Sin expansión 83,99%
Mercado exterior		No exporta 68,62%	No exporta 75,02%	No exporta 72,85%	No exporta 86,95%



EL PROCESO EMPRENDEDOR EN FUNCIÓN DEL SEXO

5.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se describen las principales características de la labor emprendedora en Galicia utilizando como criterio el sexo de la persona emprendedora. Para ello se analiza, en primer lugar, la evolución de la actividad emprendedora de hombres y mujeres en los últimos diez años (2005-2015), el perfil socioeconómico y las característi-

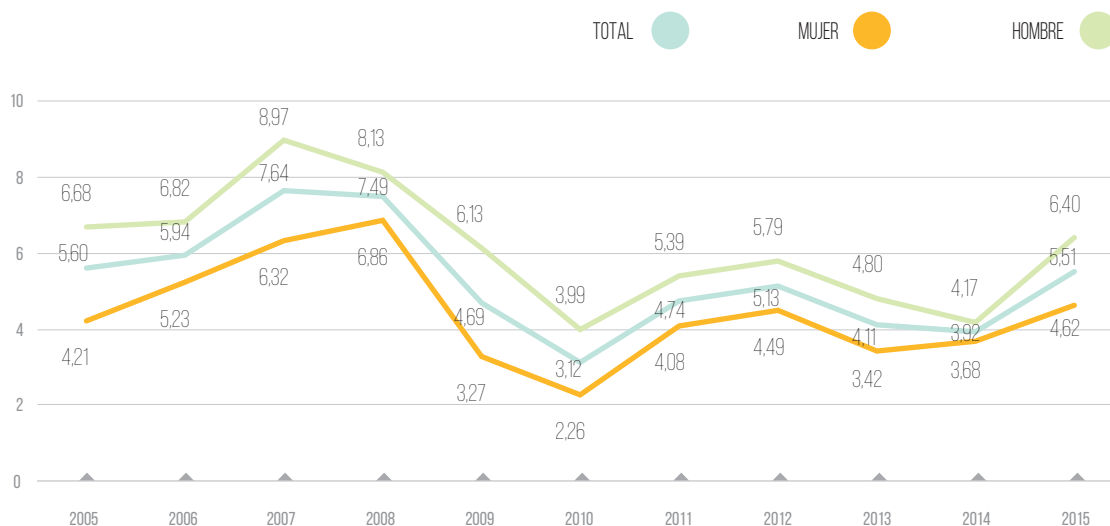
cas de la actividad emprendedora en función del sexo. A continuación, se plantean algunos factores psicológicos y sociales que influyen en la actividad emprendedora, y se describen los principales aspectos que diferencian el proceso emprendedor de hombres y mujeres en la Comunidad Autónoma de Galicia.

5.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

En el año 2015 continúa la tendencia al alza de la actividad emprendedora iniciada en 2014. Esta tendencia se mantiene en el caso de las mujeres, que pasan de un TEA de 3,68 a 4,62, pero resulta mucho más acusada en el caso de los hombres, que pasan de un TEA de 4,17 en 2014, a un TEA de 6,40 en 2015, con una tendencia claramente ascendente (figura 5.1).

Esta mejoría de la actividad emprendedora en distinto porcentaje en hombres y mujeres hace que la diferencia entre el TEA masculino y femenino se sitúe en 1,78, incrementando de nuevo la distancia entre ambos índices en relación a 2014.

FIGURA 5.1. EVOLUCIÓN DEL TEA EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2005-2015)



Analizando los valores a lo largo del proceso emprendedor, la mayor diferencia entre hombres y mujeres se produce en el porcentaje de emprendedores potenciales femeninos (3,79) en relación a los masculinos (4,82), a diferencia del año anterior (tabla 5.1).

Esta diferencia se atenúa en el caso de las iniciativas nacientes (0,81), nuevas (0,98) y especialmente en las iniciativas consolidadas (0,21), aunque en todas ellas el porcentaje de iniciativas masculinas supera a las femeninas.

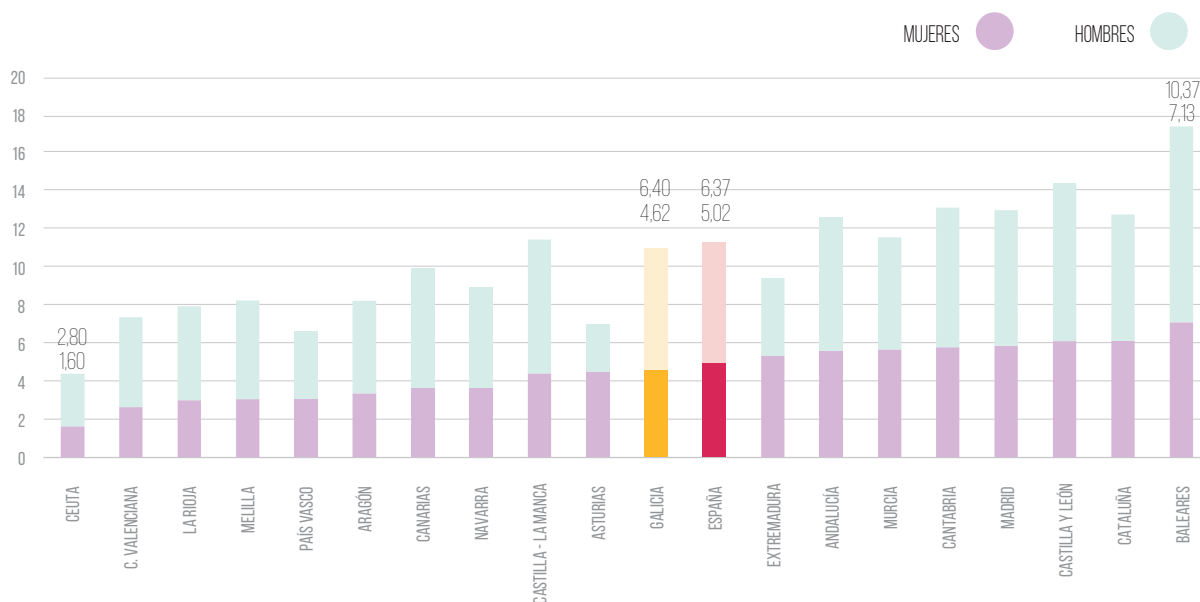
TABLA 5.1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2015)

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Emprendedores potenciales	4,82	3,79	4,30
Iniciativas nacientes	2,30	1,49	1,89
Iniciativas nuevas	4,11	3,13	3,62
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA 2015	6,40	4,62	5,51
Iniciativas consolidadas	10,72	10,51	10,61
Cese efectivo de iniciativas	2,41	2,27	2,34

La posición del TEA femenino en la comunidad autónoma gallega sigue siendo inferior a la media española (4,62 en Galicia frente al 5,02 en España) (figura 5.2). De este modo aunque Galicia mantiene su posición como novena comunidad autónoma con mayor TEA femenino en el año 2015 y la octava

con mayor diferencial positivo entre hombres y mujeres, con una diferencia de 1,78 puntos frente al 1,35 de la media española. Sólo Asturias y Extremadura mantienen un diferencial negativo, con mayor número de emprendedoras que emprendedores en el año 2015.

FIGURA 5.2. TEA EN FUNCIÓN DEL SEXO EN EL CONTEXTO DE ESPAÑA (% , 2015)



5.3. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA

En este apartado se describen los principales indicadores que definen el perfil socioeconómico del emprendedor gallego en función del sexo (tabla 5.2).

En el año 2015, casi la mitad de las emprendedoras (el 45,97%) tenía una edad comprendida entre los 35 y los 44 años, frente al 39,20% de los emprendedores. En ambos casos se percibe que la actividad emprendedora se produce en este rango de edad, dado que los porcentajes son sensiblemente menores en el rango de 25-34 años (un 16,98% en el caso de los hombres y un 22,13% en las mujeres). En relación al año 2014, disminuyen las emprendedoras con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años (del 37,19% al 22,13%) y se produce un aumento de las emprendedoras con edades comprendidas entre los 35 y los 44 años, pasando de 34,15% a 45,97%).

El nivel de estudios de las emprendedoras gallegas sigue siendo superior al de los varones en el nivel universitario (un 20,17% frente a un 15,84%) y mejoran los porcentajes de las que presentan estudios obligatorios (44,04% frente a 26,99% en 2014), aunque disminuye el porcentaje de las mujeres que tiene bachillerato (17,84% frente a 22,82% en 2014).

Se produce un incremento en el porcentaje de emprendedoras gallegas que manifiestan tener formación específica para emprender (43,73% frente a 31,64% en 2014), aunque este porcentaje todavía es inferior al 56,93% del año 2013, y todavía alejado del porcentaje de varones que consideran tener formación para emprender (54,66%).

A pesar del elevado porcentaje de personas que se niegan a responder a esta cuestión, el 23,97% de las emprendedoras afirma percibir rentas anuales superiores a 30.000 euros, seguidas de las que afirman percibir menos de 20.000 euros (23,76%) y de las que dicen percibir rentas intermedias (10,79%). En el caso de los hombres, es mucho mayor la diferencia entre los que afirman percibir rentas inferiores a 20.000 euros (34,45%) respecto a los que dicen percibir rentas superiores a 30.000 euros (21,86%).

El entorno urbano es el habitual para un 76,41% de emprendedoras, porcentaje que se incrementa sensiblemente en el caso de los hombres (93,77%).

El 93,30% de las emprendedoras gallegas estuvieron en activo en 2015, lo que supone un incremento considerable respecto al 80,24% del año 2014 y una diferencia respecto al 89,05% de los varones.

El 97,64% de las emprendedoras declara dedicarse a tiempo completo a su negocio, de forma similar al 97,08% del año 2014. En el caso de los varones el porcentaje se eleva al 100%, al igual que el año anterior.

Por último, para completar el perfil socioeconómico del emprendedor por razón de sexo, el tamaño medio de las familias de las emprendedoras gallegas disminuye de 3,4 miembros en 2014 a 3,36 en 2015, un dato similar al del tamaño medio del hogar de los varones (3,37).

TABLA 5.2. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2015)

PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR		HOMBRE	MUJER	TOTAL
Edad	25-34 años	16,98	22,13	19,15
	35-44 años	39,20	45,97	42,05
Nivel de estudios	Obligatorios	42,98	44,04	43,42
	Bachillerato	22,19	17,84	20,37
	Universitarios	15,84	20,17	17,66
Posesión de formación específica para emprender	Con formación específica	54,66	43,73	50,05
Nivel de renta anual	<20.000€	34,45	23,76	29,94
	20.000-30.000€	10,92	10,79	10,86
	>30.000€	21,86	23,97	22,75
	NS/NC	32,77	41,48	36,45
Tipo de entorno	Urbano	93,77	76,41	86,46
Situación laboral	Empleo activo	89,05	93,30	90,82
Dedicación	Tiempo completo	100,00	97,64	98,99
Tamaño del hogar (media)		3,37	3,36	3,37

5.4. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En esta sección se recogen los aspectos que caracterizan las iniciativas emprendedoras de hombres y mujeres, resumidos en la tabla 5.3.

Las iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres pertenecen en su mayoría al sector servicios de consumo (58,95%), el 67,81% son de carácter unipersonal, sin capacidad actual de creación de empleo (el 72,88% no tiene empleados) aunque con expectativas de crecimiento (el 58,60% espera incrementar la plantilla en el futuro). Casi la totalidad de estas iniciativas están posicionadas en sectores de baja tecnología (97,81%) y sin orientación hacia la internacionalización (el 76,77% de las iniciativas no tiene actividad exportadora), a pesar de percibir en mayor medida la competencia en su sector de actividad (el 52,21% en 2015 frente al 46,29% en 2014) y manifestar que están trabajando en sectores sin expansión (58,56%). Con carácter general, el perfil bajo que se refleja en las iniciativas de las emprendedoras gallegas se agrava respecto al año anterior, salvo en lo que se refiere al porcentaje de iniciativas que esperan crear empleo en el futuro, que se incrementan respecto a 2014.

Las iniciativas emprendedoras lideradas por hombres se reparten entre los sectores transformador (37,48%), servicios de consumo (34,41%) y servicios a empresas (23,43%). También son en su mayoría de carácter unipersonal (59,40%), aunque en menor medida que las de las mujeres. Estas iniciativas tienen mayor capacidad de creación de empleo (el 39,99% tiene empleados) y en su mayoría afirman tener expectativas de crecimiento (67,47%). Aunque el 87,50% están posicionadas en sectores de baja tecnología, este porcentaje es sensiblemente menor que el de las iniciativas lideradas por mujeres. El 70,01% de las iniciativas masculinas no tiene actividad exportadora, que si bien resulta elevado, es inferior al de las iniciativas femeninas, aunque el porcentaje de los que perciben la existencia de mucha competencia en su sector de actividad (64,04%) y los que manifiestan estar trabajando en sectores sin expansión (73,39%) es superior al de las mujeres.

En resumen, las iniciativas emprendedoras femeninas continúan, un año más, ubicadas en sectores con pocas posibilidades de expansión internacional y

creación de empleo, alejadas de la tecnología a pesar de estar en mercados percibidos como competitivos, y sin grandes posibilidades de expansión. A pesar del avance en la percepción de las expectativas de

crecimiento de las emprendedoras, la caracterización de las iniciativas empresariales de las mujeres sigue manteniendo un perfil más bajo que la de los hombres.

TABLA 5.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2015)

CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS		HOMBRE	MUJER	TOTAL
Sector general de actividad	Transformador	37,48	8,65	25,34
	Servicios a empresas	23,43	19,75	21,88
	Servicios de consumo	34,41	58,95	44,74
Número de propietarios	Un propietario	59,40	67,81	62,94
Dimensión	Sin empleados	53,33	72,88	61,65
	De 1 a 5 empleados	39,99	17,35	33,29
Tipo de evolución esperada	Sin empleados	32,53	41,40	36,13
	Incremento de plantilla	67,47	58,60	63,87
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	26,56	26,27	26,44
	Uso de tecnología nueva o reciente	34,40	39,29	36,46
	Presencia en sectores con baja o nula tecnología	87,50	97,81	91,84
Mercado	Mucha competencia	64,04	52,21	59,06
	Sin expansión	73,39	58,56	67,15
	No exporta	70,01	76,77	72,85

5.5. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES

En esta sección se presentan algunos factores psicológicos y sociales que influyen en la actividad emprendedora, diferenciados según el sexo en la tabla 5.4.

En el año 2015 mejora sensiblemente el porcentaje de mujeres que valora la existencia de oportunidades para la creación de empresas, que alcanza un 26,35% respecto al 18,39% del año anterior, man-

teniendo la tendencia al alza iniciada en 2013. En el caso de los hombres, también se incrementa el porcentaje de los que valoran positivamente la existencia de oportunidades para emprender (38,56%), aunque el incremento respecto al año anterior es inferior al de las mujeres.

También aumenta el porcentaje de emprendedoras gallegas que manifiestan no temer al fracaso (54,20% en 2015 respecto a 50,51% en 2014), acercándose al de los hombres, quienes experimentan un retroceso respecto al año anterior (57,83% de los hombres manifiestan no temer el fracaso en 2015, respecto a 75,78% en 2014).

Por otro lado, se incrementa ligeramente el porcentaje de emprendedoras que manifiestan tener habilidades y conocimientos para emprender (de un 81,31% en 2014 a un 82,57 en 2015), superando al 79,33% de los hombres que afirman lo mismo. En

el caso de los emprendedores, este porcentaje se reduce en gran medida respecto al del año anterior (92,77% en 2014).

Por último, en lo que se refiere a la capacidad inversora de los emprendedores, en el año 2015 solo el 4,26% de las emprendedoras estaban dispuestas a invertir en nuevos proyectos, frente al 5,92% del 2014, año en el que se situaban por delante de los hombres en esta intencionalidad. En el año 2015, sin embargo, se incrementa considerablemente el porcentaje de varones dispuestos a invertir en este tipo de proyectos (de 4,69% en 2014 a 9,36% en 2015).

TABLA 5.4. FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL SEXO (% , 2015)

FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER		HOMBRE	MUJER	TOTAL
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	61,44	62,74	65,23
	Sí	38,56	26,35	34,77
Temor al fracaso	No	57,83	54,20	56,30
	Sí	42,17	45,80	43,70
Posesión de habilidades y conocimientos para emprender	No	20,67	17,43	19,29
	Sí	79,33	82,57	80,71
Inversor informal	No	90,64	95,74	92,79
	Sí	9,36	4,26	7,21

5.6. EL PROCESO EMPRENDEDOR DE LA MUJER

En la tabla 5.5 se recoge la síntesis del perfil socioeconómico y de las principales características de las emprendedoras y sus actividades durante el año 2015. A efectos explicativos, conviene resaltar que el

porcentaje relativo al factor de internacionalización, como una de las características de las iniciativas emprendedoras, indica el porcentaje de las iniciativas que no realizan exportaciones (76,77%).

TABLA 5.5. SÍNTESIS DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO Y DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN GALICIA DE LA MUJER (2015)

DINÁMICA EMPRENDEDORA	Iniciativas potenciales	3,79%
	Iniciativas nacientes	1,49%
	Iniciativas nuevas	3,13%
	Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA15	4,62%
	Iniciativas consolidadas	10,51%
	Cese efectivo de iniciativas	2,27%
PERFIL SOCIOECONÓMICO	Edad	El 68,1% tiene entre 25 y 44 años
	Nivel de formación	El 20,17% posee estudios universitarios
	Formación específica para emprender	El 43,73% han recibido formación específica para emprender
	Nivel de renta anual	El 23,76% tiene una renta inferior a los 20.000 €. anuales
	Tipo de entorno: urbano	Un 76,41% desarrollan iniciativas en un entorno urbano
	Situación laboral	El 93,30% 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
CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS	Sector general de actividad	El 58,95% de las iniciativas están en el sector de servicios de consumo
	Número de propietarios	El 67,81% son unipersonales
	Dimensión	El 72,88% no tiene empleados
	Potencial de crecimiento de empleo	El 58,60% esperan aumentar el número de trabajadores en los próximos 5 años.
	Carácter innovador	El 97,81 % son iniciativas en sectores con bajo nivel tecnológico. El 26,27% ofertan productos o servicios parcialmente innovadores y el 39,29% utilizan tecnologías nuevas o recientes
	Nivel de competencia esperado	Mucha competencia (52,21%)
	Previsión de expansión en el mercado	Sin expansión (58,56%)
	Internacionalización	No exporta (76,77%)
FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER		Percepción de buenas oportunidades para emprender (26,35%). El temor al fracaso se sitúa en un 45,80%. El nivel de emprendedoras con conocimientos y habilidades para emprender es muy elevado (82,57%).
INVERSOR INFORMAL		El 4,26% están dispuestas a invertir en nuevos proyectos



EDUCACIÓN SUPERIOR Y EMPRENDIMIENTO

6.1. INTRODUCCIÓN

Al igual que en ediciones anteriores, este capítulo se centra en la relación que los estudios universitarios pueden tener con el nivel de emprendimiento en Galicia. Así, a continuación se analizan las posibles diferencias entre emprendedores gallegos con

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

6.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

El dato más significativo en 2015, si tenemos en cuenta las iniciativas en fase incipiente y nuevas (tabla 6.1), es la reducción de las diferencias entre el TEA de universitarios (6,78, prácticamente similar al de 2014) y el de no universitarios (5,26 frente a 3,5 de 2014). En cam-

bio, en los emprendedores potenciales, dichas diferencias persisten, en el caso de universitarios el 8,73% y en el de no universitarios el 3,57%, a pesar de haberse reducido en ambos colectivos los porcentajes de individuos que declaran su intención emprendedora.

TABLA 6.1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS (% , 2015)

	NO UNIVERSITARIO	UNIVERSITARIO	TOTAL
Emprendedores potenciales	3,57	8,73	4,30
Iniciativas nacientes	1,71	2,83	1,89
Iniciativas nuevas	3,55	3,95	3,62
Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA15	5,26	6,78	5,51
Iniciativas consolidadas	10,59	11,05	10,61
Cese efectivo de iniciativas	2,46	1,79	2,34

En las iniciativas consolidadas la situación revierte respecto a 2014, aunque de forma poco significativa, puesto que pasa a ser mayor el indicador de los emprendedores con titulación universitaria (11,05%)

frente a los no universitarios (10,59%). Sigue teniendo mayor peso el grupo de no universitarios que cesan definitivamente sus proyectos frente al de universitarios (2,46% y 1,79%, respectivamente).

6.3. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA

La tabla 6.2 recoge los principales indicadores que definen el perfil socioeconómico de emprendedores gallegos con estudios universitarios.

Como ya se comentó, el tramo de edad más frecuente para emprender en 2015 está entre los 35 y 44 años (42,05%), mientras que en el rango de los más jóvenes (de 25 a 34 años), se sitúa solo el 19,15% de los emprendedores. Ahora bien, entre los emprendedores universitarios el 63,50% han puesto en mar-

cha sus iniciativas antes de los 45 años pero después de los 35 años, mientras que entre los no universitarios este porcentaje se sitúa en el 38,41%. Estas cifras indican nuevamente que el emprendimiento entre aquellos que tienen formación universitaria tiende a ser más tardío, lo cual es lógico por la duración de los estudios, pero también puede responder al mayor periodo de maduración que requieren las áreas en las que este colectivo suele emprender (más innovadoras y basadas en conocimiento).

TABLA 6.2. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS. (% , 2015)

		NO UNIVERSITARIO	UNIVERSITARIO	TOTAL
Edad	25-34 años	18,07	20,84	19,15
	35-44 años	38,41	63,50	42,05
Posesión de formación específica para emprender	Con formación específica	47,26	63,17	50,05
Nivel de renta anual (*)	<20.000€	55,57	20,05	47,11
	20.000-30.000€	16,61	19,97	17,09
	>30.000€	27,83	59,98	35,79
Tipo de entorno	Urbano	83,24	100,00	86,46
Situación laboral	Empleo activo	89,86	94,49	90,82
Dedicación	Tiempo completo	98,75	100,00	98,99
Tamaño del hogar (media)		3,33	3,48	3,37

(*) Porcentajes calculados sobre total de emprendedores que contestan, no se tiene en cuenta la respuesta NS/NC

Se eleva el número de emprendedores que manifiestan poseer formación específica para emprender, pero, al contrario que en 2014, este porcentaje es mayor en el caso de los emprendedores universitarios (63,17%) que en el de no universitarios (47,26%).

Un dato resaltable y que también revierte la tendencia de años anteriores es el nivel de renta anual de los emprendedores gallegos analizados. El porcenta-

je de los emprendedores universitarios que se sitúan en el tramo de renta más elevado (más de 30.000 euros al año) venía sufriendo un descenso continuado; sin embargo, este año se convierte en el caso más frecuente con amplia diferencia (el 59,98% de los emprendedores frente al 15,58% en 2014). En el caso de no universitarios predominan, significativamente, los emprendedores que reportan ingresos inferiores a los 20.000 euros (el 55,57%).

La totalidad de los emprendedores con formación universitaria desarrollan sus iniciativas en un entorno urbano, también habitual para el caso de los no universitarios (83,24%), aunque en este grupo hay mayor diversidad. En la gran mayoría de los casos los emprendedores están en situación de empleo activo, aunque

a diferencia del año anterior, en 2015 es mayor el porcentaje en universitarios (94,49%) que en no universitarios (89,86%). Al igual que en 2014, la totalidad de los universitarios se dedican a su empresa a tiempo completo. Por último, el tamaño medio del hogar es similar, sin apreciarse diferencias por razón de estudios.

6.4. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Las características de las empresas creadas por uno y otro grupo de emprendedores pueden arrojar alguna conclusión sobre posibles diferencias por razón del nivel de estudios (tabla 6.3).

En relación al sector de actividad se observa una diferencia importante en el sector de servicios a empresas, donde trabajan el 42,36% de los emprendedores universitarios frente al 16,86% de los no universita-

rios. En este último grupo, los servicios de consumo es el sector más predominante, con el 46,31% de los casos. Y, como es habitual, el sector transformador tiene una presencia mucho menor en ambos casos, aunque en emprendedores no universitarios representa un 27,99% de los casos, mientras que el incremento registrado en este sector entre los universitarios ha sido notable, pasando de no existir ningún caso en 2014 a representar un 15,67%.

TABLA 6.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS (% 2015)

		NO UNIVERSITARIO	UNIVERSITARIO	TOTAL
Sector general de actividad	Transformador	27,99	15,67	25,34
	Servicios a empresas	16,86	42,36	21,88
	Servicios de consumo	46,31	36,82	44,74
Número de propietarios	Un propietario	62,02	63,33	62,94
Dimensión	Sin empleados	60,71	72,74	61,65
	De 1 a 5 empleados	33,29	27,26	33,29
Tipo de evolución esperada	Sin empleados	37,45	35,58	36,13
	Incremento de plantilla	62,55	64,42	63,87
Innovación	Productos o servicios total o parcialmente innovadores	27,08	20,86	26,44
	Uso de tecnología nueva o reciente	32,65	52,73	36,46
	Presencia en sectores con baja o nula tecnología	93,29	84,23	91,84
Mercado	Mucha competencia	59,53	57,88	59,06
	Sin expansión	69,52	57,97	67,15
	No exporta	73,50	68,60	72,85

Vuelve a aumentar el número de empresas de propiedad unipersonal, no apreciándose diferencias entre emprendedores universitarios (63,33%) y no universitarios (62,02%). Asimismo, es también significativo el incremento de iniciativas que se ponen en marcha sin empleados, y que en 2014 había descendido a favor de las iniciativas con algún empleado; en el caso de emprendedores con titulación universitaria son el 72,74% de los casos (frente al 55,25% de 2014), y entre no universitarios un 60,71% (frente al 50,71% de 2014). A estos datos hay que añadir que las iniciativas que nacen con perspectivas de incrementar la plantilla siguen siendo más frecuentes que las que no esperan crear empleo, y que esto ocurre en un porcentaje ligeramente superior en el caso de emprendedores universitarios (64,42%) frente a los no universitarios (62,55%).

Siguen predominando las iniciativas desarrolladas en sectores de bajo nivel tecnológico, aunque con menor intensidad que en 2014. Este porcentaje es superior en emprendedores sin titulación universitaria, 93,29% frente al 84,23% en el caso de universitarios. Es de destacar el importante aumento de iniciativas que utilizan nuevas tecnologías entre emprendedo-

res universitarios (52,73% frente al 11,04% en 2014), mientras que entre los no universitarios este porcentaje es del 32,65%. Por tanto, de nuevo hay un componente tecnológico mayor entre las iniciativas lanzadas por emprendedores universitarios.

En cuanto a las características del mercado en el que operan, ambos grupos de emprendedores perciben en porcentaje similar un alto nivel de competencia en su mercado. El nivel de educación de los emprendedores marca diferencias cuando se analiza su percepción acerca de la expansión del mercado y su alcance. Así, es mayor la presencia entre los emprendedores no universitarios que declaran no esperar expansión en el futuro (69,52%), mientras que entre universitarios se reduce al 57,97% de los casos. Continúa existiendo una diferencia importante en términos de capacidad de exportación entre ambos grupos, ya que se mantiene un porcentaje similar a 2014 de los emprendedores universitarios que no exportan (68,60%), frente a los no universitarios que alcanzan el 73,50%. En consecuencia, se intuye una relación positiva entre la educación superior y el alcance previsto del mercado en las nuevas empresas.

6.5. FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES

El proceso emprendedor puede verse influido por factores de tipo psicológico y social que afectan a los potenciales promotores (tabla 6.4). En este sentido, el análisis de las posibles diferencias que puedan darse entre emprendedores por su nivel de estudios se centra en si perciben o no oportunidades para emprender, el temor que manifiestan ante la posibilidad de fracasar, la consideración de sus propias habilidades y conocimientos para emprender y su visión como potenciales inversores.

Uno de los datos más destacables es que revierte la situación observada en 2014 frente a la percepción de oportunidades para emprender, cuando se produjo una caída entre los emprendedores universitarios que percibían dichas oportunidades hasta el 29,48%, y entre los no universitarios ocurría lo contrario, alcanzando

un porcentaje cercano al anterior, el 25,41%. En 2015, sin embargo, la diferencia es claramente a favor de los universitarios, que en un 52,94% de los casos perciben oportunidades, mientras que entre los no universitarios solo el 30,48% confirman esta percepción.

Se mantiene, por el contrario, la tendencia de 2014 en cuanto a miedo al fracaso. El número de emprendedores universitarios que manifiestan estos temores vuelve a aumentar, pasando del 38,55% al 52,48%, siendo algo menor este porcentaje en el caso de los no universitarios (41,65%). En 2015 la totalidad de emprendedores universitarios es unánime frente a la percepción que tienen sobre sus habilidades y conocimientos como motor para emprender, mientras que solo el 77,25% de los no universitarios responden afirmativamente a esta cuestión.

Por último, al preguntarles sobre si estarían dispuestos a actuar como inversores (informales) el 5,15% de emprendedores universitarios afirma que sí, porcentaje

idéntico al del año anterior, mientras que aumenta ligeramente este porcentaje en el caso de los no universitarios dispuestos a invertir en proyectos emprendedores.

TABLA 6.4. FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER DE LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS (% , 2015)

		NO UNIVERSITARIO	UNIVERSITARIO	TOTAL
Percepción de oportunidades para la creación de empresas	No	69,52	47,06	65,23
	Sí	30,48	52,94	34,77
Temor al fracaso	No	58,35	47,52	56,30
	Sí	41,65	52,48	43,70
Posesión de habilidades y conocimientos para emprender	No	22,75	0,00	19,29
	Sí	77,25	100,00	80,71
Inversor informal	No	92,18	94,85	92,79
	Sí	7,82	5,15	7,21

TABLA 6.5. SÍNTESIS DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO Y DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS DE LAS PERSONAS CON ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EN GALICIA 2015

DINÁMICA EMPREDEDORA	Iniciativas potenciales	8,73%
	Iniciativas nacientes	2,83%
	Iniciativas nuevas	3,95%
	Total de iniciativas emprendedoras en fase incipiente: TEA15	6,78%
	Iniciativas consolidadas	11,05%
	Cese efectivo de iniciativas	1,79%
PERFIL SOCIOECONÓMICO	Edad	El 20,84% tiene entre 25 y 34 años
	Formación específica para emprender	Un 63,17% afirma tener formación específica para emprender
	Nivel de renta anual	Un 20,05% menor a 20.000€
	Tipo de entorno: urbano	Un 100,00% opera en un entorno urbano
	Situación laboral	Un 94,49% está en situación de empleo activo
	Tamaño medio del hogar	El tamaño medio del hogar se sitúa en los 3,48 miembros
CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPREDEDORAS	Sector general de actividad	Un 42,36% se dedica al sector de los servicios a empresas, frente al 16,86% que representa dicho sector entre los no universitarios
	Número de propietarios	Un 63,33% poseen un único propietario.
	Dimensión	Las iniciativas sin empleados representan un 72,74% frente al 60,71% que representan entre los no universitarios
	Potencial de crecimiento de empleo	El 64,42% esperan incrementar su plantilla
	Carácter innovador	El 20,86% ofrecen productos o servicios total o parcialmente innovadores
	Nivel de competencia esperado	El 57,88% esperan un nivel de competencia elevado
	Previsión de expansión en el mercado	El 57,97% no espera expansión del mercado
	Internacionalización	El 68,60% no exportan frente al 73,50% de no universitarios
FACTORES PSICOSOCIALES PARA EMPRENDER		El 52,94% afirma percibir oportunidades del entorno, frente al 30,48% de los no universitarios
INVERSOR INFORMAL		El 5,15% están dispuestos a ser inversores informales





ÍNDICE DE TABLAS

Introducción	17
Tabla 0.1. Ficha técnica de la investigación empírica en Galicia.....	22
Tabla 0.2. Distribución de las entrevistas a población por sexo y provincia	22
Actividad emprendedora y dinámica empresarial	33
Tabla 1.1. Actividad emprendedora incipiente total o TEA (2014-2015).....	35
Tabla 1.2. Motivación para emprender	37
Tabla 1.3. Aprovechamiento de una oportunidad de negocio (% , 2014-2015).....	37
Tabla 1.4. Iniciativas consolidadas (2014-2015)	38
Tabla 1.5. Emprendedores potenciales (% ,2014-2015).....	42
La influencia del entorno para emprender	49
Tabla 2.1. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (%población, 2015)	52
Tabla 2.2. Valoración media de las condiciones del entorno en relación con 2014 (expertos, 2015)	56
Tabla 2.3. Síntesis de las características del entorno para emprender en Galicia 2015	60
Perfil socioeconómico del emprendedor	63
Tabla 3.1. Sexo del emprendedor según la fase del proceso emprendedor (% , 2014-2015)	63
Tabla 3.2. Edad media del emprendedor según la fase del proceso (2014-2015)	64
Tabla 3.3. Distribución de los emprendedores en función de la edad y la fase del proceso (% , 2014-2015).....	64
Tabla 3.4. Nivel de estudios del emprendedor según la fase del proceso (% , 2014-2015).....	65
Tabla 3.5. Posesión de formación específica para emprender según la fase del proceso (% , 2014-2015).....	66
Tabla 3.6. Distribución de los emprendedores en función de la renta y la fase del proceso (% , 2014-2015).....	66

Tabla 3.7. Implantación en entorno rural o urbano del emprendedor según la fase del proceso (% , 2014-2015).....	67
Tabla 3.8. Situación laboral del emprendedor según la fase del proceso (% , 2014-2015).....	67
Tabla 3.9. Dedicación a la actividad emprendedora según la fase del proceso (% , 2014-2015)	67
Tabla 3.10. Tamaño medio del hogar del emprendedor según la fase del proceso (% , 2014-2015).....	68
Tabla 3.11. Síntesis del perfil socioeconómico del emprendedor en Galicia (2015).....	70
Características de las actividades del proceso emprendedor.....	73
Tabla 4.1. Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2015)	75
Tabla 4.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (2014-2015).....	76
Tabla 4.3. Síntesis de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia 2015.....	86
El proceso emprendedor en función del sexo	89
Tabla 5.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del sexo (% , 2015)	90
Tabla 5.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del sexo (% , 2015)	92
Tabla 5.3. Características de la actividad emprendedora en función del sexo (% , 2015)	93
Tabla 5.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del sexo (% , 2015)	94
Tabla 5.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Galicia de la mujer (2015)	95
Educación superior y emprendimiento	97
Tabla 6.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en función del nivel de estudios (% , 2015)	97
Tabla 6.2. Perfil socioeconómico de la población emprendedora en función del nivel de estudios. (% , 2015)	98
Tabla 6.3. Características de la actividad emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2015) .	99
Tabla 6.4. Factores psicosociales para emprender de la población emprendedora en función del nivel de estudios (% , 2015)	101
Tabla 6.5. Síntesis del perfil socioeconómico y de las iniciativas emprendedoras de las personas con estudios universitarios en Galicia 2015	102



ÍNDICE DE FIGURAS

Introducción	17
Figura 0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento	19
Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos GEM	20
Actividad emprendedora y dinámica empresarial	33
Figura 1.1. Tipología de las iniciativas emprendedoras según la metodología GEM	33
Figura 1.2. Evolución del índice TEA (% , 2005-2015).....	34
Figura 1.3. Evolución de las iniciativas en todas las fases del proceso emprendedor (% , 2005-2015)....	35
Figura 1.4. TEA en el contexto de España (% , 2015)	36
Figura 1.5. Motivación para emprender	37
Figura 1.6. Evolución del comportamiento emprendedor incipiente (% , 2005-2015).....	38
Figura 1.7. Evolución de las iniciativas consolidadas (% , 2005-2015).....	39
Figura 1.8. Iniciativas consolidadas en el contexto de España (% , 2015).....	39
Figura 1.9. Evolución del abandono de iniciativas (% , 2005-2015)	40
Figura 1.10. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (% , 2015).....	41
Figura 1.11. Ratio de regeneración empresarial (2005-2015)	41
Figura 1.12. Evolución de los emprendedores potenciales (% , 2005-2015)	42
Figura 1.13. Emprendedores potenciales en el contexto de España (% , 2015).....	43
Figura 1.14. TEA de los países participantes en el Proyecto GEM 2015 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2015).....	44
Figura 1.15. Relación entre TEA y grado de desarrollo de los países GEM (2015)	45
Figura 1.16. Síntesis del índice de actividad emprendedora (% , 2015)	46

La influencia del entorno para emprender 49

Figura 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% población, 2005-2015).....	50
Figura 2.2. Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población, 2015).....	50
Figura 2.3. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2005-2015) ..	51
Figura 2.4. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (%población, 2015).....	53
Figura 2.5. El miedo al fracaso como obstáculo para emprender (% población, 2015).....	53
Figura 2.6. Percepción de oportunidades en el entorno (% población, 2015)	54
Figura 2.7. Habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2015).....	54
Figura 2.8. Conocimiento de algún emprendedor (% población, 2015).....	55
Figura 2.9. Posición relativa de Galicia respecto a España en cuanto al estado promedio de las principales condiciones de entorno (expertos, 2015).....	57
Figura 2.10. Obstáculos al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2015)	58
Figura 2.11. Factores determinantes de estímulo al emprendimiento en Galicia (% expertos, 2015).....	58
Figura 2.12. Recomendaciones para el emprendimiento en Galicia (% expertos, 2015).....	59

Perfil socioeconómico del emprendedor 63

Figura 3.1. Evolución del TEA y la inversión informal (% , 2005-2015)	68
Figura 3.2. El inversor informal en el contexto de España (% 2015).....	69
Figura 3.3. Evolución del perfil socioeconómico del emprendedor incipiente en Galicia (2005-2015)....	71

Características de las actividades del proceso emprendedor..... 73

Figura 4.1. Sector general de la actividad emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% , 2015).....	74
Figura 4.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015).....	76
Figura 4.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015)	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 (% , 2015).	78
Figura 4.5. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015)79	

Figura 4.6. Evolución de las iniciativas emprendedoras innovadoras (total o parcialmente según la fase del proceso (% , 2005-2015)	79
Figura 4.7. Nivel tecnológico del sector donde se encuadran las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015)	80
Figura 4.8. Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015)..	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 (% , 2005-2015).....	81
Figura 4.10. Nivel de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015).....	82
Figura 4.11. Evolución de las iniciativas emprendedoras con nivel de competencia esperado (alguna o mucha) según la fase del proceso (% , 2005-2015)	83
Figura 4.12. Expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015).....	83
Figura 4.13. Evolución de las iniciativas emprendedoras que prevén expansión de mercado según la fase del proceso (% , 2005-2015)	84
Figura 4.14. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2015)	85
Figura 4.15. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso (% , 2005-2015).....	85
El proceso emprendedor en función del sexo	89
Figura 5.1. Evolución del TEA en función del sexo (% , 2005-2015)	89
Figura 5.2. TEA en función del sexo en el contexto de España (% , 2015)	90





BIBLIOGRAFÍA

Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo Galicia 2014.

Santiago de Compostela: Confederación de Empresarios de Galicia

ISBN 978-84-608-2927-0

ISSN1886-9319

Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2015.

Santander: Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

ISSN 1695-9302





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 2015, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argentina, Australia, Barbados, Bélgica, Botsuana, Brasil, Bulgaria, Burkina Faso, Camerún, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea, Croacia, Ecuador, Egipto, Eslovaquia, Eslovenia, Estados Unidos, Estonia, Filipinas, Finlandia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Kazajistán, Letonia, Líbano, Luxemburgo, Macedonia, Malasia, Marruecos, México, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Rumanía, Senegal, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Túnez, Uruguay, y Vietnam.

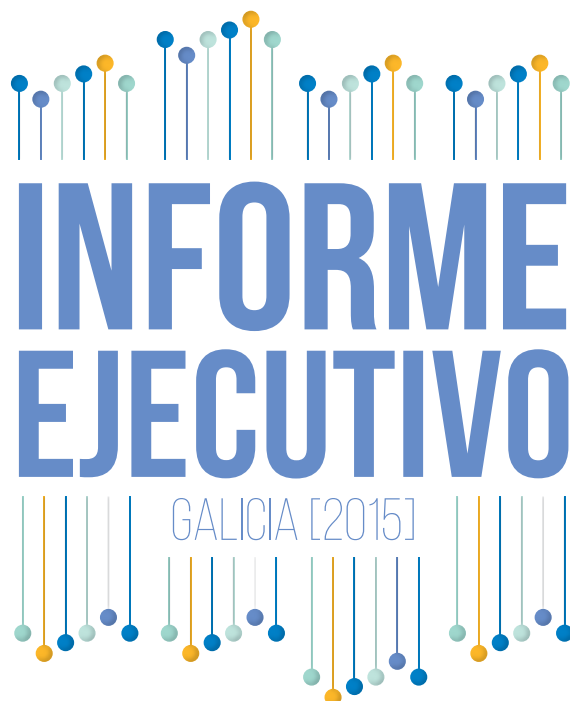
Asimismo, son miembros de la Red Española de Equipos Regionales GEM las comunidades autónomas de Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Cataluña, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Ceuta, Extremadura, Galicia, Madrid, Melilla, Murcia, Navarra y País Vasco.

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 2015** 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 [2015]

Este informe se terminó de imprimir
en Santiago de Compostela
el día 30 de noviembre de 2016



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



INFORME EJECUTIVO

GALICIA [2015]

