

INFORME EJECUTIVO GEM GALICIA 2022 - 2023



EQUIPO GEM ESPAÑA 2022

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



GEM Granada



GEM Córdoba



GEM Sevilla



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



Global Entrepreneurship Monitor: Informe GEM Galicia 2022-2023.

Autores del informe: Loreto Fernández Fernández (coordinación general), Emilio Ruza Sanmartín, Lucía Rey Ares, Isabel Neira Gómez, María Bastida Domínguez, Yago Atrio Lema, Guillermo Andrés Zapata Huamani (Universidad del Pacífico)
Alberto Vaquero García (Universidade de Vigo)
Ariadna Monje Amor (Universidade da Coruña)

Edita: Observatorio de Emprendimiento de España (RedGEM Spain)

Entidades responsables: Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia.
Universidade de Santiago de Compostela (USC)
Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)

Versión electrónica: www.gemgalicia.org

Diseño: Juan Feáns (www.juanfeans.com)

Impresión: Copinovadixital (Calcao)

ISSN: 1886-9319

ISBN: 978-84-09-55562-8

Depósito legal: C 1739-2023

Nota: En el caso de aparecer en el texto de este documento sustantivos de género gramatical masculino para referirse a colectivos, deberá entenderse que se emplean para designar de forma genérica individuos de ambos sexos, sin que ese uso comporte intención discriminatoria ninguna. Esta opción lingüística tiene como única finalidad facilitar la lectura del documento y lograr una mayor economía en la expresión. Así mismo, dado que el equipo GEM Galicia forma parte de la Red GEM España, el Informe se presenta en español, a excepción de los prólogos de los representantes institucionales del convenio GEM en Galicia.

Nota técnica: El hecho de que en algunos gráficos o tablas la suma de porcentajes totalice 99%, 99.9%, 100.1% o 101% en lugar de 100%, se atribuye al redondeo de las variables utilizadas en los cálculos. Este redondeo puede generar pequeñas discrepancias en la suma total de porcentajes, sin que ello implique un error, permitiendo una mayor claridad en el análisis de la información.

Informe GEM Galicia 2022/23



Autores del informe: Loreto Fernández Fernández (coordinación general), Emilio Ruza Sanmartín, Lucía Rey Ares, Isabel Neira Gómez, María Bastida Domínguez, Yago Atrio Lema, Guillermo Andrés Zapata Huamaní (Universidad del Pacífico)
Alberto Vaquero García (Universidade de Vigo)
Ariadna Monje Amor (Universidade da Coruña)

GRUPO GEM GALICIA

EQUIPO INVESTIGACIÓN GEM

Universidade de Santiago de Compostela

Loreto Fernández Fernández (Directora Equipo GEM Galicia)

Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM Galicia)

Emilio Ruza Sanmartín

Lucía Rey Ares

Sara Fernández López

David Rodeiro Pazos

Marta Portela Maseda

Jacobo Feás Vázquez

Pilar Piñeiro García

María Bastida Domínguez

Yago Atrio Lema

Guillermo Andrés Zapata Huamani
(Universidad del Pacífico)

Universidade da Coruña

Nuria Calvo Babío

Esther Barros Campello

Ariadna Monje Amor

Universidade de Vigo

Alberto Vaquero García

Ernesto López-Valeiras

Xavier Martínez Cobas

Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade (Xunta de Galicia)

Pablo Fernández

Margarita Ardao Rodríguez

Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)

José Manuel Maceira Blanco

M^a del Mar Barreiro Mariño

PRÓLOGO

Representante Consellería	9
Representante CEG	11
Representante USC	13

PRESENTACIÓN Y RESUMEN EJECUTIVO 15

INTRODUCCIÓN 19

1. ¿Qué es el GEM?	19
2. ¿Cómo se mide el proceso emprendedor?	21
3. Metodología del estudio	22
4. Cuadro de indicadores. Comparativa 2021-2022.....	23

PARTE I. EL PROCESO EMPRENDEDOR EN GALICIA EN 2022 27

Capítulo 1. Percepciones de la población gallega sobre el emprendimiento..... 29

1.1 ¿Sabemos emprender?.....	29
1.2. ¿Hay diferencias entre países y comunidades autónomas en las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento?.....	30

Capítulo 2. El proceso emprendedor en Galicia 35

2.1. Indicadores del proceso emprendedor.....	35
2.2. Dinámica de la actividad emprendedora.....	37
2.3. Etapas del proceso emprendedor de Galicia en el contexto de España e internacional	38

Capítulo 3. Perfil de la persona emprendedora en Galicia 43

3.1. Motivación para emprender	43
3.2. Edad	44
3.3. Educación.....	46
3.4. Nivel de conocimientos financieros auto percibidos	47
3.5. Nivel de renta.....	48
3.6. Discapacidad	50
3.7. Inmigración.....	50

Capítulo 4. Características de las iniciativas emprendedoras en Galicia 51

4.1. Sector de actividad	51
4.2. Carácter familiar.....	52
4.3. Tamaño	52
4.4. Expectativas de crecimiento	54
4.5. Orientación innovadora.....	55
4.6. Orientación internacional.....	56
4.7. Adopción de tecnologías digitales comerciales	57
4.8. Orientación a la sostenibilidad	58
4.9. Financiación	59

Capítulo 5. El ecosistema emprendedor: la percepción de las personas expertas 61

5.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender	61
5.2. Principales estímulos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Galicia	65

Anexo A. Encuesta a Personas Expertas (NES) 2022	69
Anexo B. Relación de personas expertas 2022	70
PARTE II. MONOGRAFÍA.....	73
Capítulo 6: Impulsando el cambio, creando oportunidades. El papel de la Economía Social de Galicia	75
6.1. Introducción.....	75
6.2. Implantación de las iniciativas	76
6.3. Conocimiento	78
6.4. Percepción sobre la financiación	79
6.5. Burocracia y puesta en marcha	82
6.6. Los principios cooperativos	84
6.7. Conclusiones	85
Listado de Gráficos.....	87
Listado de Tablas.....	88
Listado de Figuras	89
Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2022-2023	90



Cada empresa que nace constitúe unha fonte nova de emprego e contribúe á diversificación e robustez da nosa economía. Impulsar o emprendemento equivale a apostar polo progreso, a creatividade e a innovación. Galicia teno claro, por iso axudar ás persoas que queren iniciar un proxecto emprendedor está no centro da nosa axenda política.

O emprendemento actúa ademais como revelador de talentos. Reta ás persoas a identificar oportunidades, propor solucións e superar atrancos. Neste proceso non están soas. Galicia está a tecer unha rede de acompañamento especializado onde atopar as axudas que poden precisar durante todas as etapas.

Queremos aproveitar o enxeño de todas e todos: dos galegos de aquí e dos que residen fóra e queren tornar; pero tamén das persoas sen vencello algún coa nosa terra, pero que cren que Galicia pode ser ese lugar perfecto para investir e para desenvolver o seu proxecto vital.

Nós xa sabemos que Galicia ten moito potencial. Pero sobre todo o rural precisa de activos que o dinamicen. O emprendemento é, sen dúbida, a chave que pode contribuír a crear empregos próximos, de calidade, sustentables e igualitarios, que permitan abordar con decisión o reto demográfico que afrontamos.

A través de novas ideas e modelos de negocio estamos a potenciar un tecido empresarial máis rico e variado, plural, diverso... que non se esquece da tradición e que vencella xeracións. A experiencia dos maiores sumada á innovación da mocidade están a legar un futuro próspero para os que virán.

En tempos de cambio, os emprendedores son os navegantes que marcan o rumbo da nosa economía. Son quen de adaptala e fortalecela ante as adversidades. Desta resiliencia saben bastante as entidades da economía social, que representan á perfección a esencia da conciencia social e ambiental, tan en auge nos tempos que corren. Os seus proxectos non só buscan o beneficio económico, senón tamén o benestar da comunidade e a preservación da nosa contorna, algo a ter moi en conta.

A necesidade de competir e de innovar motiva a formación continua e a especialización, facendo do emprendemento un motor que propulsa a mellora do noso sistema educativo e a capacitación da forza laboral. Estudos como o desenvolvido polo grupo GEM constitúen ferramentas esenciais para coñecer esta realidade, para contaxiar esa idea de que con esforzo e determinación sempre poderemos aspirar a un mañá próspero.

O emprendemento é moito máis que unha estratexia económica, constitúe unha filosofía de vida. É a convicción de que cada individuo, armado cunha idea e a coraxe para perseguila, pode deixar unha pegada indeleble no tecido económico e social da nosa terra.

Como conselleira de Promoción do Emprego e Igualdade, seguirei apoiar e fomentar este espírito, pois nel reside a clave para un futuro de riqueza e benestar compartidos.

Celebramos, a través desta publicación, a paixón e determinación das nosas emprendedoras e emprendedores e recoñecemos a súa fundamental achega á construción da Galicia que queremos.

Elena Rivo López

Conselleira de Promoción do Emprego e Igualdade



Galicia cuenta con una larga tradición empresarial en el fomento del espíritu emprendedor. Por ello la CEG desde su fundación ha integrado como fin la promoción del emprendimiento y la consolidación de las iniciativas empresariales.

En este sentido, desde la Confederación de Empresarios de Galicia identificamos los desafíos específicos que enfrentan las empresas en los diferentes sectores y evaluamos su impacto en los negocios, para poder dar orientaciones a las personas emprendedoras, considerando los cambios en el entorno del tejido productivo y en este momento especialmente derivados de las transiciones digital y energética.

Las personas emprendedoras han de aprovechar las oportunidades que ofrecen estas transformaciones para mejorar los procesos y la eficiencia de sus empresas o en su caso para el diseño de nuevos proyectos. Asimismo, el fomento de la colaboración y la creación de redes que promuevan la cooperación empresarial puede abrir nuevas oportunidades de negocio y aumentar la capacidad de sus iniciativas empresariales para competir en un mercado cada vez más global y en permanente cambio.

De ahí la importancia del informe GEM, que a lo largo de sus ediciones pone de manifiesto un crecimiento constante de la iniciativa emprendedora en Galicia. Esto sugiere que nuestra comunidad autónoma continúa labrando un entorno propicio para el emprendimiento, con un aumento en la creación de nuevas empresas y oportunidades de negocio.

El Informe GEM nos ayuda a comprender mejor quiénes son las personas emprendedoras y el propio proceso de emprender. Los datos recogidos en el año 2022 manifiestan un incremento en la población con intención de emprender en los próximos años, por lo que Galicia ofrece un panorama estable y seguro en los distintos ámbitos del ecosistema emprendedor. Asimismo, destaca un fenómeno imparable: el crecimiento de las iniciativas promovidas por mujeres.

Galicia muestra un compromiso continuo en el respaldo al emprendimiento, tanto en el ámbito público como en el privado, a través de programas y proyectos innovadores como los de aceleración y reconocimiento a las personas emprendedoras, la promoción de *"business factories"* para acelerar empresas en áreas específicas o el imprescindible apoyo financiero a proyectos.

Fomentar la colaboración entre empresas, administraciones, universidades y centros de formación, para identificar las necesidades del mercado y desarrollar programas formativos adaptados a las exigencias actuales y futuras, resulta imprescindible. Pero también es clave fomentar el espíritu emprendedor y despertar en nuestros jóvenes inquietud por emprender desde las fases más incipientes de su educación.

La profesionalización y la formación serán clave para desarrollar las habilidades y competencias necesarias para desempeñar un nuevo emprendimiento de manera eficaz y eficiente, adaptado a los cambios y a los retos e intenso dinamismo a los que está sujeto nuestro tejido empresarial.

Es un orgullo para la CEG formar parte del equipo GEM Galicia, equipo que aúna distintos enfoques, desde los que promovemos conjuntamente el apoyo a la iniciativa emprendedora, la creación de empresas y su consolidación como un elemento clave para la creación de valor, de empleo y de bienestar social de nuestra Comunidad.

Juan Manuel Vieites Baptista de Sousa
Confederación de Empresarios de Galicia



Dende o ano 2005, o Grupo GEM Galicia elabora informes anuais que nos permiten observar as tendencias no eido emprendedor de Galicia, cuestión fundamental para entender a sociedade e o tecido produtivo e empresarial galegos. Este labor, constante e frutífero, tradúcese nun coñecemento exhaustivo sobre un dos ámbitos que, sen dúbida, reflicte a esencia emprendedora das galegos e os galegos.

Na Universidade de Santiago de Compostela temos claro o papel que, como institución pública, debemos xogar no eido do emprendemento de cara a impulsar a innovación, o desenvolvemento económico e a creación de emprego na sociedade. Neste sentido, as universidades temos un papel fundamental na promoción do espírito emprendedor e na transformación das ideas en empresas e proxectos que inciden

positivamente e con éxito no contexto social no que se concretan.

Son moitas e moitos os egresados universitarios que escollen o emprendemento como ferramenta para darlle forma ás súas ideas empresariais. É nese transitar entre a idea e a materialización do proxecto no que dende a Universidade apoiamos de xeito decidido o emprendemento a través da achega de coñecemento produto da investigación, creando un contexto interdisciplinar de relacións que permite a retroalimentación entre os proxectos e contribuindo, en definitiva, á dinamización e desenvolvemento económico do país.

GEM Galicia entréganos cada ano a foto fixa do ecosistema emprendedor que, inegablemente, é un dos piares do desenvolvemento económico e a innovación da sociedade galega. Por isto, quero agradecer ás persoas que traballan na elaboración deste informe, así como ás responsables da súa coordinación, o esforzo feito que nos permite ter hoxe entre as nosas mans esta fonte de información fiable que define, de xeito sobresaliente, o ámbito do emprendemento galego.

Antonio López Díaz

Reitor da USC

PRESENTACIÓN Y RESUMEN EJECUTIVO



Loreto Fernández

Directora del equipo GEM Galicia

Isabel Neira

Directora Técnica del Informe GEM Galicia

La actividad emprendedora es, sin duda, una de las claves principales de la recuperación económica. Poner en marcha nuevas iniciativas empresariales no

solo aporta valor a la economía de un país, sino que mejora la vida de las personas y de la sociedad en su conjunto, contribuyendo al empleo y abriendo el camino a futuras oportunidades.

El Grupo GEM Galicia lleva desde 2005 analizando la evolución del fenómeno emprendedor en nuestra comunidad autónoma, contando desde sus comienzos con el apoyo de la Xunta de Galicia, primero a través del Instituto Galego de Promoción Económica y, en la actualidad, de la Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Este equipo de investigadores pertenecientes a las tres universidades gallegas, liderados por la Universidade de Santiago de Compostela, recaba anualmente datos de 2.000 individuos (población adulta de 18 a 65 años) y de un panel de personas expertas de los distintos ámbitos del ecosistema emprendedor gallego. Con esta información y con una metodología propia del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor, analizamos la evolución anual de la actividad emprendedora, el perfil de la persona emprendedora, las características de las iniciativas emprendedoras y las condiciones del entorno para emprender en Galicia. Los datos recogidos en el año 2022 arrojan los resultados y conclusiones que se recogen en el presente informe y que resumimos a continuación.

El primer aspecto a destacar es el incremento observado en el porcentaje de la población con intención de emprender en los próximos tres años, que se sitúa en el 8,5%, lo que puede apuntar a una restauración de la confianza por parte de la población emprendedora y permite prever un mayor crecimiento de la actividad emprendedora en los próximos años, siempre que las circunstancias del entorno lo permitan.

Adicionalmente, hay que destacar la evolución de la tasa de actividad emprendedora total o TEA (*Total early-stage Entrepreneurial Activity*), principal indicador del GEM, que refleja el porcentaje de población adulta involucrada en iniciativas emprendedoras nacientes (ya creadas y que han pagado salarios hasta 3 meses) y nuevas (hasta 48 meses). Teniendo en cuenta esta tasa, el año 2022 ha sido un año positivo para el emprendimiento en Galicia, elevándose la TEA del 4,8% en 2021 al 5,4%. Este valor es el segundo más alto desde 2010, cercano al máximo alcanzado en los últimos diez años (5,6% en 2018).

Haciendo un análisis de este indicador por sexo, se hace patente un fenómeno ya imparable en el emprendimiento gallego: el crecimiento de las iniciativas de mujeres. En 2022 la TEA femenina se sitúa en el 6,7%, valor que salva el estancamiento de la masculina en el 4% y eleva la media de la comunidad autónoma. Nuestras emprendedoras ven más oportunidades que sus congéneres masculinos (30% frente al 24%), cuando emprenden lo hacen, en mayor medida que ellos, para marcar una diferencia en el mundo (49% frente al 45% masculino) y le conceden menos importancia a generar un nivel de renta alta (31% frente al 50% masculino).

La población emprendedora gallega es más joven que en otras ocasiones, ya que la mitad se encuentra entre 35 y 44 años. Es decir, el porcentaje de personas de este grupo de edad que están emprendiendo se acerca al 11%, tasa más alta de toda la serie analizada en todos los tramos de edad. Además de más jóvenes, son, al igual que la generación a la que pertenecen, más formados; el 51% de las emprendedoras y el 41% de los emprendedores tienen estudios universitarios. Destaca también la profesionalización, en el sentido de que el 16% en el caso femenino y el 18% en el masculino han cursado un ciclo de formación profesional. La formación específica para emprender y la educación financiera son también características clave en el proceso emprendedor. En este sentido, tres de cada cuatro personas emprendedoras afirman tener conocimientos medios o altos sobre emprendimiento en general y sobre finanzas de modo particular. Las iniciativas emprendedoras son más innovadoras; los proyectos lideradas por mujeres muestran una propensión a innovar, tanto en producto o servicio (31%) como en tecnología o proceso (30%), y lo hacen en mayor medida que las promovidas por hombres (18% y 26%, respectivamente). Hay que destacar también que, entre las personas emprendedoras, un 8% tienen algún grado de discapacidad y un 14% son inmigrantes.

Por término medio, son proyectos con poco capital semilla. Aproximadamente el 71% de los negocios creados en 2022 en Galicia han necesitado un capital semilla igual o inferior a 30.000 euros. Además, son mayoritarias las iniciativas que han comenzado su actividad con menos de 3.000 euros, un 34% del total, siendo 10.000 euros el valor más frecuente. Se dirigen en su mayoría al sector servicios (62% en el caso femenino y 47% en el masculino) y son mayoritariamente proyectos de origen familiar (85%), al igual que sucede en el tejido productivo en general en donde se acercan al 90%. También se trata mayoritariamente de microempresas (de menos de cinco empleados), que se han iniciado con empleados (70% en el caso de emprendedores hombres y 60% en el caso de mujeres), y que han creado de media tres empleos en cada una de ellas.

Además, las iniciativas creadas son más ambiciosas en 2022 que otros años en términos de expectativas de creación de empleo: un 90% de las promovidas por hombres (y entre estas un 23% esperan generar más de 5 empleos), y un 75% de las promovidas por mujeres (donde un 17% espera generar más de 8 empleos). Un aspecto a destacar es que los emprendedores están preocupados por el impacto social y ambiental de sus negocios. Algo más del 65% están de acuerdo en que a la hora de tomar decisiones sobre el futuro de sus negocios siempre tienen en cuenta las implicaciones de tipo social (77%) y medioambiental (73%), prioridad que no es tan compartida por las personas expertas entrevistadas, que tan solo otorgan el aprobado en este punto.

Nuestras empresas son cada vez más internacionales, una de las asignaturas pendientes que están cambiando en los últimos años, siendo exportadoras el 27% de las iniciativas emprendedoras. Este, como muchos de los indicadores analizados, es cuatro puntos más alto en el caso del emprendimiento femenino (el 29% de las iniciativas frente al 25% en el caso de las lideradas por hombres). Este espíritu de internacionalización llega también a las iniciativas consolidadas, que en esta edición alcanzan el 25%, una cifra que casi duplica a la del año anterior. La internacionalización es señalada por 46% de las personas expertas consultadas como la principal línea de trabajo en el apoyo al emprendimiento en Galicia.

En resumen, podemos constatar un dinamismo del entorno emprendedor en el año 2022, movimiento que se ve corroborado por las percepciones de los expertos que, en general, han experimentado una mejora en su valoración respecto al año 2021. Especialmente significativa es el crecimiento de la valoración que otorgan al dinamismo del mercado interno (de 2,9 a 4,0 puntos).

Finalmente, de cara a recomendaciones de políticas públicas y en aras de una mejora del contexto emprendedor en Galicia, un 30% de las personas expertas consultadas centra sus recomendaciones en la necesidad de actuar sobre las políticas gubernamentales, y particularmente, sobre tres ámbitos claramente definidos. El primero, la simplificación administrativa a través de la reducción y simplificación de los trámites para la puesta en marcha de empresas y la reducción de plazos administrativos (tanto en lo que se refiere a la concesión de licencias como al cobro de subvenciones). El segundo, una mayor y, sobre todo, una mejor coordinación entre las diferentes administraciones públicas y agentes vinculados con el emprendimiento, para evitar posibles “solapamientos y huecos sin cubrir”, tal como cita una de las personas expertas consultadas. El tercero, proporcionar más ayudas públicas, no solo de carácter económico, sino de acceso a espacios de trabajo y a nuevas tecnologías.

Como colofón al presente informe, y dado que 2022 Santiago de Compostela ostentó la capitalidad española de la economía social, hemos incluido un estudio monográfico sobre la percepción de estos modelos empresariales por parte de los ciudadanos gallegos. Hay que destacar que en España la *Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social* ha sido pionera en Europa; asimismo, es el único país europeo que cuenta con un Plan Estratégico Nacional de Economía Social, un PERTE específico para el sector y un Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social cofinanciado por el FSE (POISES). Por su parte, Galicia ha sido una de las comunidades pioneras en aprobar una ley autonómica para el fomento de la economía social (*Ley 6/2016, de 4 de mayo, de la economía social de Galicia*) dada la evolución de este sector de entidades en la economía: representa el 5,3% de las organizaciones del sector privado (empresas o entidades no lucrativas), cerca del 8% del producto interior bruto gallego y en torno al 10% del PIB nacional, y sus beneficios totales netos se cifran en unos 851 millones de euros anuales.

En este contexto, hemos querido analizar la información recogida de 259 personas emprendedoras con proyectos relacionados con la economía social. Entre los principales resultados, hay que destacar que los modelos empresariales de la economía social han sido valorados de forma positiva por las personas emprendedoras en Galicia, especialmente en el caso de los hombres involucrados en iniciativas de menos de 42 meses, el 64%, frente al 37% de las mujeres. Además, son más los universitarios que valoran esta fórmula de modo positivo: 53% en el caso de las iniciativas nuevas y el 37% en las consolidadas.

Aun así, es escasa la implantación de este tipo de iniciativas, y ello puede deberse a varios factores. Una de las principales razones alegadas es el desconocimiento de las formas jurídicas de la economía social (en un 30% de los casos de iniciativas nuevas y 54% de las consolidadas). Esta falta de información se traduce en una percepción financiera polarizada: el 40% de las personas emprendedoras embarcadas en nuevas iniciativas y el 60% de las consolidadas considera que las iniciativas de economía social disponen de más ayudas y de menores costes de constitución, pero a su vez sufren mayores dificultades en el acceso a financiación ajena (34% nuevas y 38% en las consolidadas). Este hecho unido a que prácticamente la mitad de las personas emprendedoras consideran que este tipo de iniciativas presentan mayor burocracia, se traduce en un freno a la creación de estas iniciativas. Considerando además que la mitad de las personas emprendedoras han seguido el consejo de una asesoría, queda todavía trabajo pendiente en la comunicación de este tipo de iniciativas y en dar a conocer sus ventajas en cuanto a constitución o modelo de financiación para contribuir al mayor desarrollo de la economía social.

Para terminar, queremos expresar nuestro agradecimiento a la Xunta de Galicia por el apoyo continuado para la realización de este informe, y a la Confederación de Empresarios de Galicia, entre cuyos objetivos está el apoyo al emprendimiento. Y a la Secretaría Xeral de Universidades, por su interés

en el estudio y análisis de la actividad emprendedora entre los universitarios gallegos. Una vez más, de forma especial, queremos dar las gracias a todos aquellos hombres y mujeres, jóvenes y seniors, del ámbito urbano y del rural gallego, que han tomado la decisión, a menudo valiente, de poner en marcha un proyecto empresarial, grande o pequeño, tecnológico, social o comercial, y del sector o actividad que sea. A todos ellos dedicamos nuestro esfuerzo en la elaboración de este informe.

¿Qué es el GEM?

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es un observatorio internacional que analiza el fenómeno emprendedor. Su actividad comienza en el año 1999 gracias a la iniciativa conjunta de la *London Business School* y el *Babson College*. A lo largo de más de veinte años se han publicado informes anuales sobre el fenómeno emprendedor de ámbito internacional, nacional, regional y provincial. Asimismo, investigadores del proyecto GEM elaboran anualmente informes sobre temas monográficos de interés para agentes económicos y sociales. En 2022 GEM ha aportado información sobre la actividad emprendedora observada en 49 países participantes, evaluando las condiciones del entorno para emprender en 52 países utilizando paneles de expertos nacionales y regionales.

Los informes que se elaboran desde el Observatorio del Emprendimiento (Red GEM España) se sustentan sobre un marco teórico de análisis del fenómeno emprendedor que se ha venido perfeccionando en los años recientes en el seno del Consorcio GEM (véase Figura 0.1).

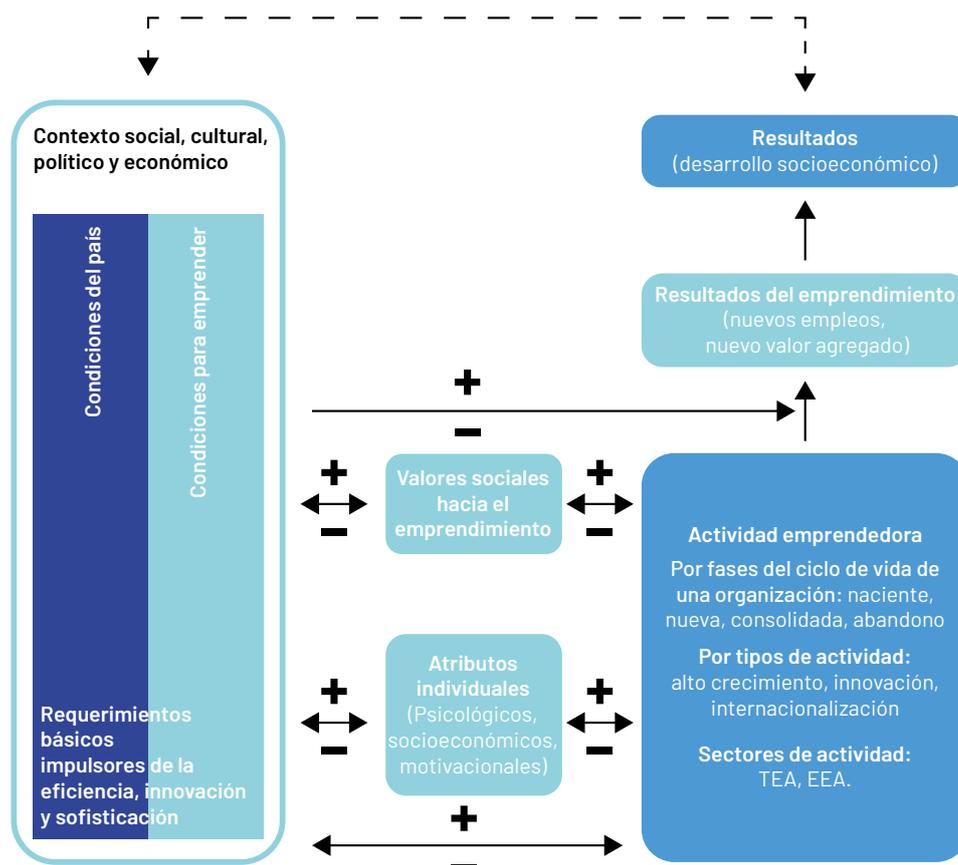


Figura 0.1. Marco teórico GEM revisado

España forma parte del proyecto GEM desde en el año 2000. Actualmente, 27 equipos académicos de universidades españolas¹, coordinados por el Observatorio de Emprendimiento de España (RedGEM), analizan el ecosistema emprendedor de la totalidad del territorio español. Este Observatorio ha sido

¹ Estos equipos son detallados al final de este informe.

referente a nivel internacional por su capacidad para crear una red de equipos regionales que analizan el fenómeno emprendedor a lo largo de todo el territorio nacional.

Galicia se sumó a la iniciativa en 2005, año en el que se crea el equipo GEM Galicia fruto de un convenio entre la Xunta de Galicia (a través del Instituto Galego de Promoción Económica -IGAPE-) y la Universidade de Santiago de Compostela (USC), responsable de la elaboración del estudio. En 2015 la USC asume la dirección del proyecto y el equipo incorpora investigadores de las Universidades de A Coruña y Vigo, hasta completar la configuración actual de 18 investigadores. En la renovación del convenio para la edición 2021-2022, la Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) se une al equipo GEM Galicia. En la actualidad, la Xunta sigue apoyando el proyecto, pero desde la Consellería de Promoción de Empleo e Igualdad, en la que se ha creado una Dirección Xeral específica de apoyo al emprendimiento.

Es preciso destacar en este esfuerzo conjunto el importante apoyo que ha venido proporcionando la Secretaría Xeral de Universidades de la Consellería de Cultura, Educación, Formación Profesional y Universidades de la Xunta de Galicia.

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

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.

En los siguientes sitios web se puede acceder a información detallada de este proyecto, así como a los distintos informes elaborados de ámbito global, nacional, regional y local, gracias al Consorcio de equipos de investigación pertenecientes a los países que lo integran:

- Consorcio GEM: www.gemconsortium.org
- Red GEM España: www.gem-spain.com
- GEM Galicia: www.gemgalicia.org

2. ¿Cómo se mide el proceso emprendedor?

GEM mide el fenómeno emprendedor en un territorio como proceso que va desde la consideración de la intención de emprender de la población hasta la consolidación de empresas, considerando todos los sectores y el autoempleo. Por actividad emprendedora o incipiente se consideran tanto las que se hayan en fase de despegue como las nuevas iniciativas de hasta 3 años y medio de vida. Por tanto, las iniciativas emprendedoras pueden estar registradas, o todavía no estarlo, en el momento de recogida de los datos, pero también se incluyen actividades registradas en años anteriores, abarcando un período de hasta 42 meses.

La figura 0.2 muestra este proceso que es medido a través de la encuesta a la población de entre 18 y 64 años (APS). El proceso se inicia con el análisis del emprendimiento potencial, esto es, de la intención de emprender. Se trata de aquella parte de la población adulta (18-64 años) que ha expresado su intención de emprender en los próximos 3 años.

La siguiente fase corresponde al emprendimiento naciente, es decir, aquellas iniciativas empresariales que se hallan en fase de despegue, puesto que no tienen más de 3 meses de actividad en los que hayan pagado salarios. 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. A continuación, el emprendimiento nuevo se refiere a las iniciativas que han superado esa fase inicial y están en camino de consolidación, pero que todavía no han llegado a los tres años y medio de actividad. Por tanto, son las empresas que se encuentran entre los 3 y los 42 meses de actividad económica. La suma de las iniciativas nacientes y nuevas constituye la actividad emprendedora incipiente o TEA (Total Early-stage Entrepreneurial Activity en su denominación en inglés), indicador que constituye una de las aportaciones más ampliamente conocidas del proyecto GEM y que se describirá a continuación.

El proceso finaliza con el estudio de las empresas consolidadas, aquellas que superan los tres años y medio de actividad. Es muy importante analizar el comportamiento de las personas emprendedoras ya consolidadas, así como el de quienes han abandonado su actividad (por abandono, cierre o traspaso), pues representan un factor clave para otras personas emprendedoras (por ejemplo, aportándoles financiación, asesoramiento u otro tipo de apoyo). Además, pueden volver a convertirse en personas emprendedoras que ponen en marcha nuevas iniciativas o fomentar una actitud emprendedora como personal empleado.

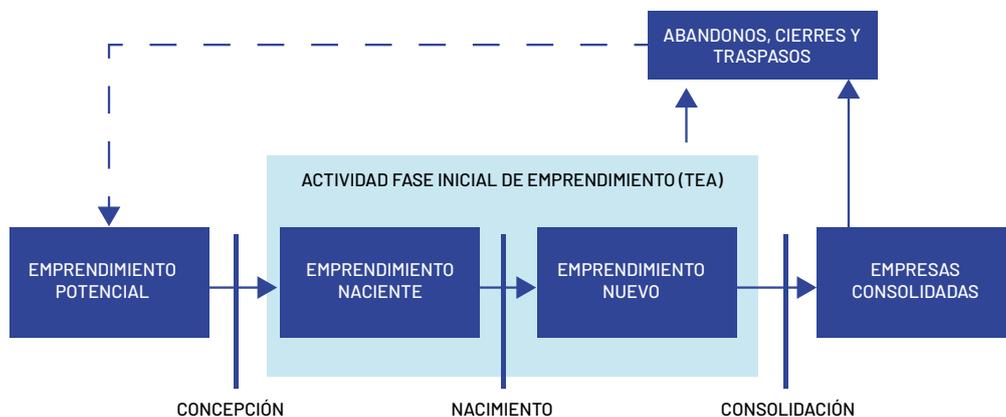


Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos GEM

3. Metodología del estudio

Fuentes de información

El Observatorio GEM se basa en dos fuentes de información propias y un conjunto de fuentes secundarias (artículos científicos, informes sectoriales o análisis internacionales) que permiten profundizar en la interpretación de los datos obtenidos (Figura 0.3). Los dos instrumentos propios son, por un lado, la encuesta a la población adulta (18-64 años), denominada APS (Adult Population Survey) y, por otro, la encuesta a personas expertas en diferentes áreas del ecosistema emprendedor, denominada NES (*National Experts Survey*). Estas dos encuestas, basadas en el marco conceptual del proyecto GEM, son sometidas a rigurosos controles de calidad en cuanto a su traducción y trabajo de campo para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes sean comparables.

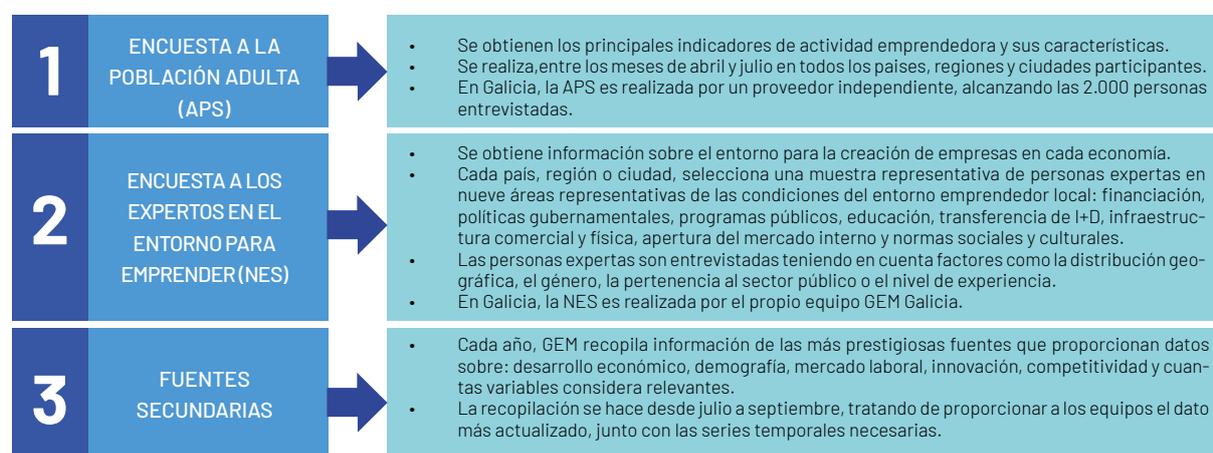


Figura 0.3. Fuentes de información del GEM

Ficha técnica del estudio

Las tablas 0.1 y 0.2 recogen, respectivamente, la ficha técnica de la investigación en Galicia, y su distribución territorial y por sexo para esta edición.

Universo	Población de 18 a 64 años residente en Galicia
Población objetivo	1.613.845 personas (fuente INE)
Muestra	2.000 personas
Período de realización de la encuesta	Junio - Agosto 2023
Diseño muestral	Distribución proporcional a la población objetivo según ámbito y cruce de sexo por edad agrupada
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI)
Error muestral	$\pm 2,19\%$ (para el conjunto de la muestra) para un intervalo de confianza del 95,0% (2 sigmas), y bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$).
Varianza	Máxima indeterminación ($p=q=50\%$)
Realización del trabajo de campo	Instituto Opinometre (www.opinometre.com)

Tabla 0.1. Ficha técnica de la encuesta APS (GEM Galicia, 2022)

Introducción

SEXO		EDAD				
MUJER	HOMBRE	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
1.008	992	179	303	487	539	492
50,4%	49,6%	9,0%	15,2%	24,3%	27%	24,6%

PROVINCIA				ÁMBITO	
A CORUÑA	LUGO	OURENSE	PONTEVEDRA	RURAL	URBANO
831	242	226	701	299	1.701
41,6%	12,1%	11,3%	35,0%	15,0%	85,0%

Tabla 0.2. Distribución de las encuestas APS por sexo, edad y ámbito geográfico (GEM Galicia, 2022)

4. Cuadro de indicadores. Comparativa 2021-2022

Percepciones de la población adulta entrevistada sobre valores, actitudes, habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2021	2022
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en autoempleado en los 2 últimos años	41%	41%
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	27%	22%
Posee los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un nuevo negocio	51%	47%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	62%	61%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años (emprendimiento potencial)	8,0%	8,5%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación (abandono empresarial)	1,6%	2,4%
TEA: Porcentaje de la población adulta en iniciativas emprendedoras en los últimos 42 meses	2021	2022
TEA Total	4,8%	5,4%
TEA Femenino (sobre total de población femenina de 18-64 años)	5,3%	6,7%
TEA Masculino (sobre total de población masculina de 18-64 años)	4,4%	4,1%
Porcentaje del TEA: características de la persona emprendedora	2021	2022
Motivación		
Marcar una diferencia en el mundo	42%	46%
Crear riqueza u obtener una renta muy alta	29%	38%
Continuar una tradición familiar	25%	27%
Ganarse la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	73%	69%
Edad		
35-44 años	22%	48%
45-54 años	35%	18%
Educación		
Primaria	28%	18%
Secundaria	43%	35%
Universitaria	29%	47%

Conocimientos auto percibidos		
Formación específica para emprender: nivel alto	40%	46%
Conocimientos financieros: nivel alto	18%	24%
Discapacidad		
Con algún grado de discapacidad	5%	13%
Inmigración		
Inmigrantes	11%	12%
Porcentaje del TEA: características de las iniciativas		
	2021	2022
Sector		
Extractivo o primario	9%	4%
Transformador	18%	12%
Servicios a empresas	29%	27%
Servicios al consumidor	45%	57%
Carácter familiar		
Propiedad familiar	76%	67%
Administración familiar	81%	69%
Tamaño		
Sin empleados	40%	34%
1-5 empleados	56%	60%
6-19 empleados	2%	4%
20 o más empleados	2%	2%
Crecimiento		
Con expectativas de creación de 6 o más empleos en 5 años	18%	19%
Orientación innovadora		
En sectores con nivel tecnológico medio-alto	5%	6%
Innovación en producto o servicio	30%	26%
Innovación en tecnología o proceso	31%	28%
Internacionalización		
Exportadora	28%	27%
Adopción de tecnologías digitales comerciales		
Adopción efectiva	78%	85%
Expectativas de adopción	50%	49%
Orientación a la sostenibilidad		
Priorización del impacto social o medioambiental	65%	67%
Consideración de implicaciones sociales	72%	77%
Consideración de implicaciones medioambientales	75%	73%

Introducción

Valoración de personas expertas sobre las condiciones del ecosistema emprendedor (Escala Likert 1-10)	2021	2022
Financiación al emprendimiento: facilidad de obtención	3,8	3,9
Financiación al emprendimiento: suficiencia	4,2	4,1
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,5	4,7
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	4,0	4,1
Programas gubernamentales	5,1	5,3
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	2,9	3,1
Educación y formación emprendedora en la etapa postescolar	4,3	4,5
Transferencia de I+D	3,7	4,1
Existencia y acceso a infraestructuras comercial y profesional	5,4	4,9
Dinámica del mercado interno	2,9	4,0
Barreras de acceso al mercado interno	4,3	4,1
Existencia y acceso a infraestructuras física y de servicios	5,6	5,6
Normas sociales y culturales	4,5	4,4
Tendencia/grado de recuperación hacia niveles de actividad prepandémicos en las empresas	s.d.	5,4
Percepción del grado de prioridad asignado a las buenas prácticas de contribución y responsabilidad social en las empresas nuevas y en expansión	s.d.	4,9
Percepción del grado de prioridad asignado a los resultados económicos en las empresas nuevas y en expansión.	s.d.	4,3
Percepción del grado de prioridad asignado a las buenas prácticas medioambientales en las empresas nuevas y en expansión	s.d.	5,2
Percepción del grado de prioridad asignado a la sostenibilidad en las empresas nuevas y en expansión	s.d.	5,1
Percepción del grado de prioridad asignado a la sostenibilidad empresarial por los gobiernos/responsables políticos a través de nuevas normativas/leyes.	s.d.	4,7
Valoración media de los expertos de las condiciones del entorno para emprender (NECI)	4,3	4,4

Notas: s.d. denota 'sin dato'.

A person wearing a dark protective mask and heavy-duty gloves is working with a large, dark piece of wood. A shower of bright sparks is flying from the work area, creating a dynamic and industrial atmosphere. The scene is lit with a strong blue and green color cast.

PARTE 1

**EL PROCESO
EMPRENDEDOR
EN GALICIA EN 2022**

PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN GALLEGA SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

En este capítulo se analizan las percepciones de la población gallega, de entre 18 y 64 años, sobre los valores y aptitudes necesarios para emprender, así como la valoración sobre la percepción de oportunidades, realizando el análisis en función de la involucración de la población en el proceso emprendedor y, cuando los datos lo permiten, en función del sexo de la persona que promueve la iniciativa. Por último, se presenta un análisis comparativo de la situación de Galicia con relación a otros países y comunidades autónomas.

1.1. ¿Sabemos emprender?

La percepción sobre valores y actitudes para emprender es mayor en el caso de las personas involucradas en el proceso emprendedor (esto es, aquellas que han llevado a cabo iniciativas emprendedoras en fase inicial -o TEA- o en fase de consolidación) que las no involucradas. De este modo, el 78% de las personas que emprenden considera que tiene los conocimientos y habilidades para hacerlo (frente al 42% de la población que no emprende), el 58% afirma conocer a otros emprendedores, lo que les ofrece modelos de referencia y posibles alianzas (frente al 38% de la población que no emprende), y el 44% manifiesta el miedo a fracasar como un factor limitador para el inicio de una iniciativa emprendedora (frente al 63% de la población que no emprende).



Gráfico 1.1. Percepciones sobre valores y actitudes para emprender (% de la población, 2022)

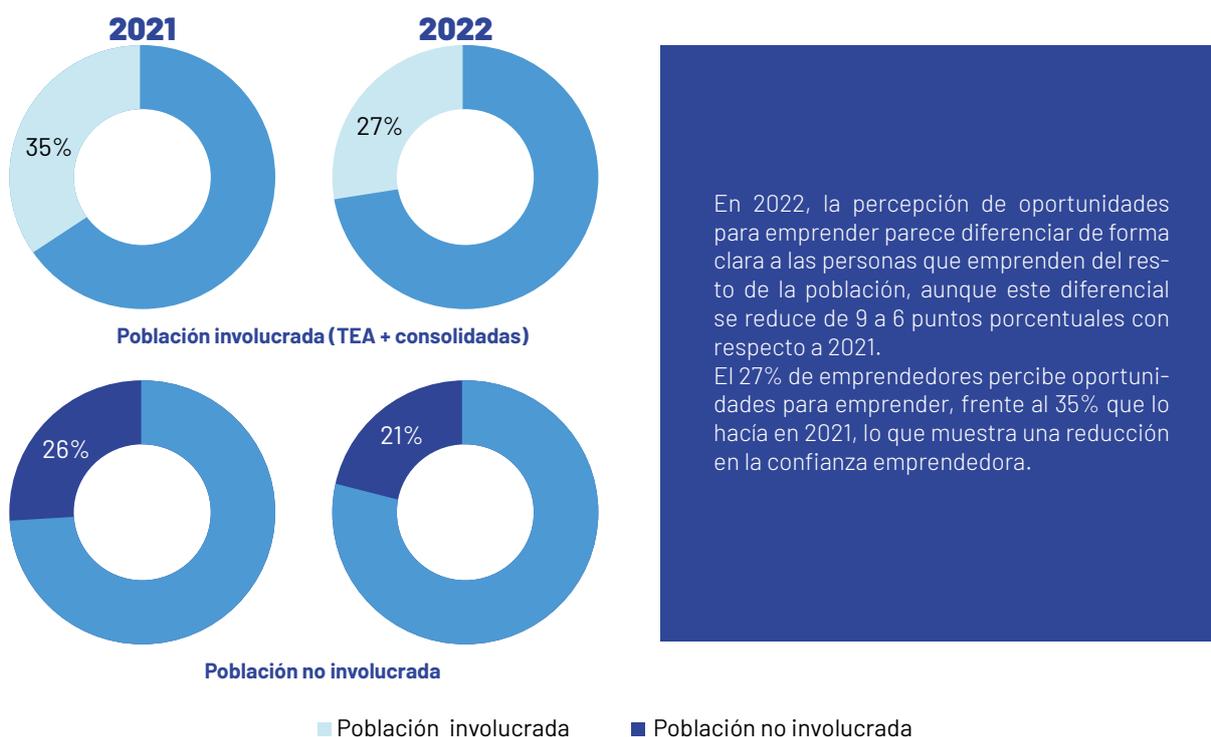


Gráfico 1.2. Percepción de oportunidades para emprender en los próximos seis meses (% de la población, 2021-2022)

En función del sexo la diferencia de la población que percibe oportunidades para emprender es superior en el caso de las mujeres que en los hombres (12 puntos porcentuales superior en el caso de mujeres emprendedoras que en el de no emprendedoras, siendo igual en ambos grupos para los hombres), dicha percepción es mayor en el caso de las mujeres (30% para el caso de las emprendedoras) que en el caso de los hombres (24% para el caso de los emprendedores).

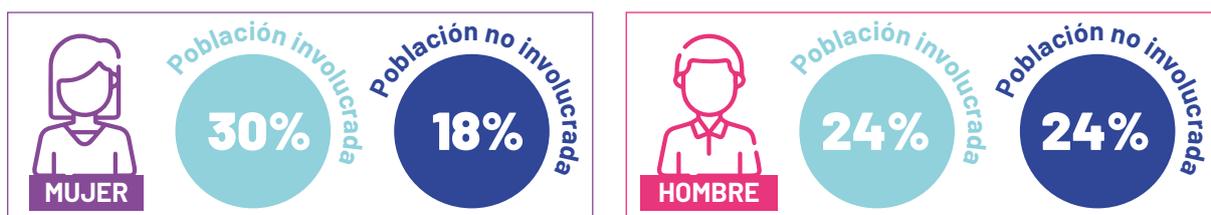


Tabla 1.1. Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo (% de la población, 2022)

1.2. ¿Hay diferencias entre países y comunidades autónomas en las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento?

En este epígrafe se presentan las actitudes y valoraciones sobre el emprendimiento por parte de la población gallega en el contexto nacional e internacional, analizando:

- La percepción de oportunidades para emprender (Gráfico 1.3).
- La percepción sobre la posesión de conocimientos y habilidades para emprender (Gráfico 1.4).
- La percepción de miedo al fracaso (Gráfico 1.5).
- La percepción sobre modelos de referencia (Gráfico 1.6).

Capítulo 1: Percepciones de la población gallega sobre el emprendimiento

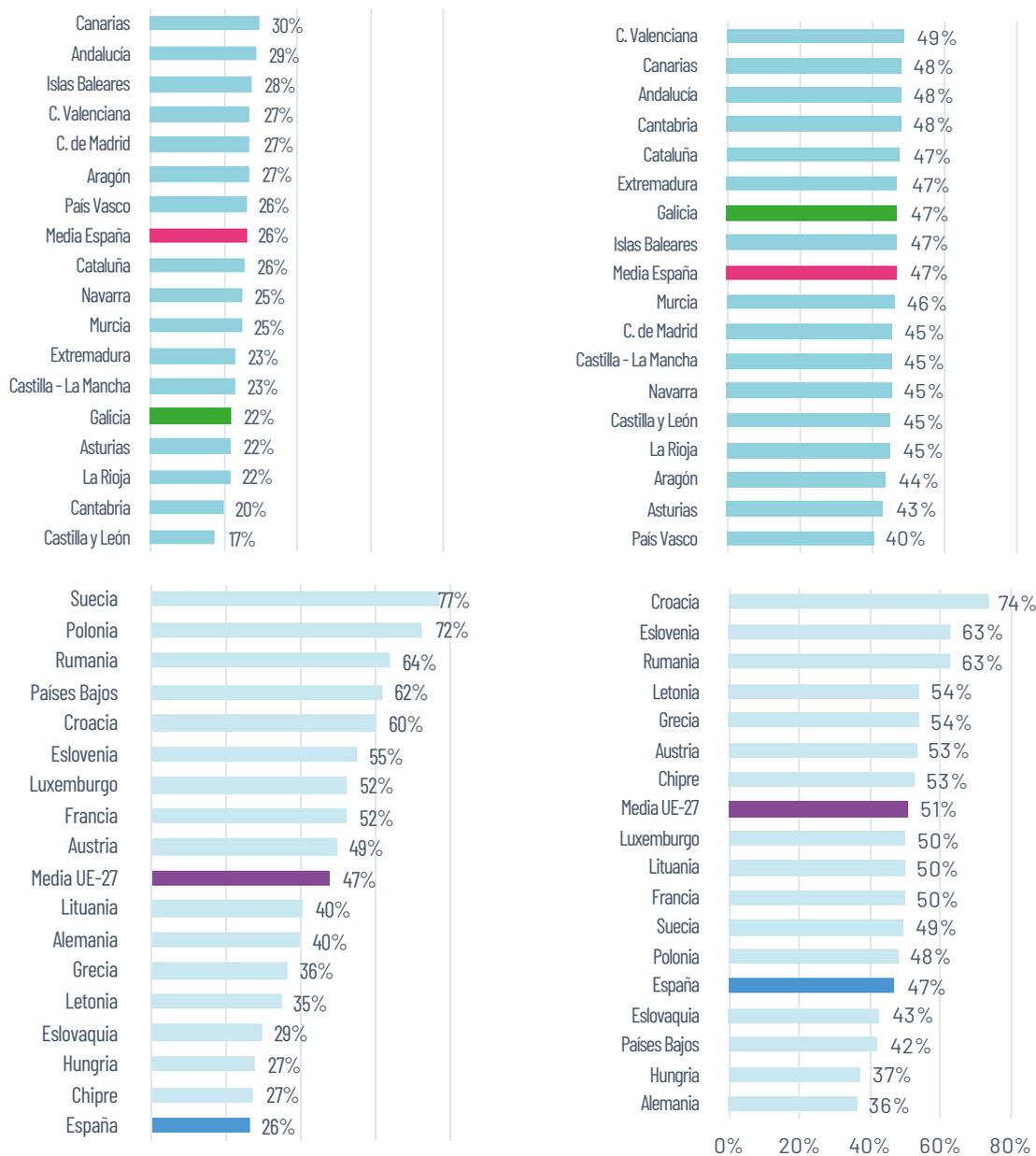


Gráfico 1.3. Percepción de oportunidades para emprender: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

Gráfico 1.4. Percepción de poseer conocimientos y habilidades para emprender: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

El 22% de la población gallega percibe oportunidades para emprender en 2022, 4 puntos porcentuales por debajo de la media de España (26%), presentando el valor más alto en el contexto nacional Canarias (30%) y el más bajo Castilla y León (17%). Aunque estos valores son más reducidos que los obtenidos en 2021, de un modo similar al observado en el resto de los países analizados, los valores obtenidos también son inferiores a los obtenidos para la media de países de la UE-27 (donde se obtiene un valor del 47%).

El 47% de la población gallega percibe que posee conocimientos y habilidades para emprender en 2022, igualando la media de España y ocupando el tercer lugar en el contexto nacional, liderado en este aspecto por la C. Valenciana, que presenta el valor más alto (49%), mientras que el País Vasco presenta el valor más bajo (40%). Estos valores son ligeramente inferiores a los obtenidos en 2021 y a los obtenidos en el resto de los países analizados, donde se aprecia un mantenimiento en los valores obtenidos para la media de países de la UE-27 (donde se alcanza el 51%).

Capítulo 1: Percepciones de la población gallega sobre el emprendimiento

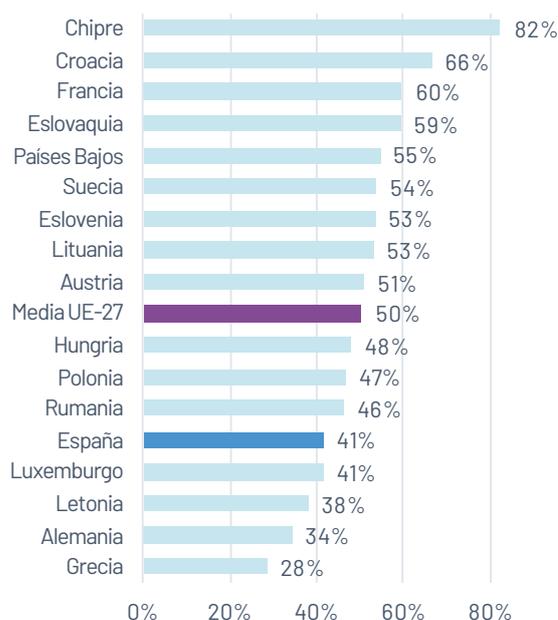
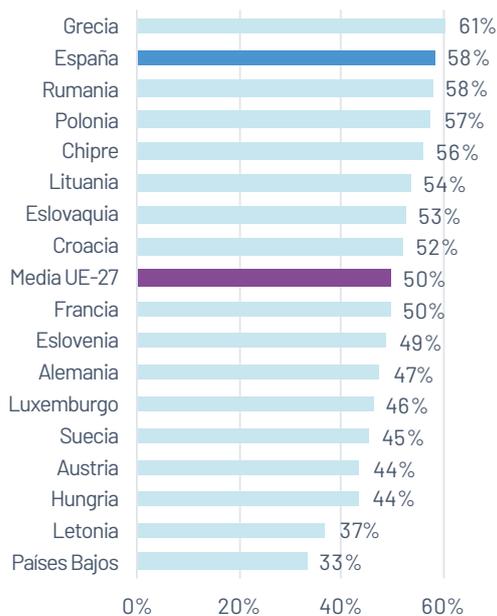
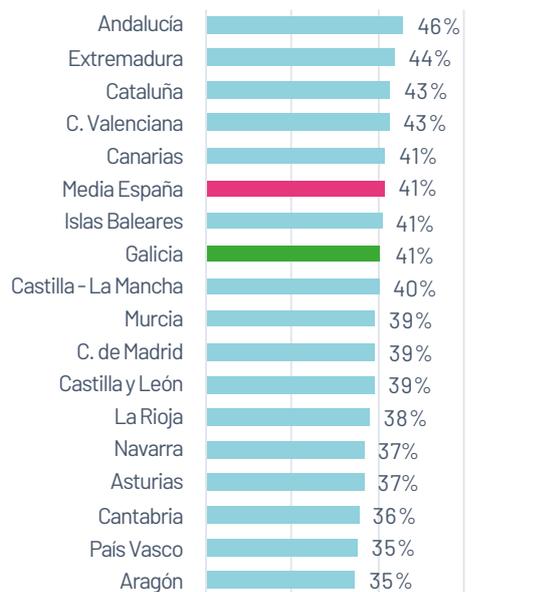
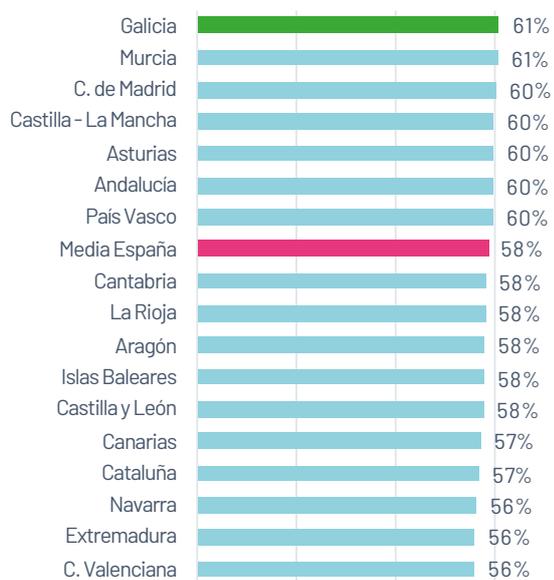


Gráfico 1.5. Percepción de miedo al fracaso: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

Gráfico 1.6. Percepción sobre modelos de referencia: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

El 61% de la población gallega percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender en 2022, 3 puntos porcentuales por encima de la media de España (58%), siendo la comunidad que presenta el valor más alto, mientras que la C. Valenciana es la que presenta el valor más bajo (56%). Estos valores son muy semejantes a los obtenidos en 2021, siendo además superiores a los obtenidos para la media de países de la UE-27 (con un valor de 50%), donde se aprecia un incremento de 4 puntos porcentuales con respecto al 2021.

El 41% de la población gallega afirma conocer modelos de referencia en 2022, igualando el valor de la media de España, ocupando el quinto lugar en el contexto nacional, donde Andalucía presenta el valor más alto (46%) y Aragón el valor más bajo (35%). Estos valores son muy similares a los obtenidos en 2021, aunque inferiores a los obtenidos en el resto de los países analizados, donde sí se aprecia un ligero incremento en los valores obtenidos para la media de países de la UE-27 (donde se alcanza un valor del 50%).

En primer lugar, los valores obtenidos en cuanto a la percepción de oportunidades para emprender por parte de la población gallega (22%) indican un ligero retroceso en la confianza para emprender, de modo que ésta aún se sitúa por debajo de la observada en el ámbito nacional y en el ámbito de los países analizados. En segundo lugar, considerando la percepción de conocimientos y habilidades suficientes para emprender por parte de la población gallega (47%), también se reduce ligeramente la autoconfianza en las capacidades propias para emprender, al igual que en el ámbito nacional, con valores similares a los observados en el ámbito de los países analizados, donde dicha percepción se ha mantenido estable. En tercer lugar, aunque se evidencia una ligera reducción en la percepción de miedo al fracaso por parte de la población gallega (61%), la presencia de dicha barrera aún sigue siendo ligeramente superior a la media nacional (58%) y sensiblemente superior al resto de países analizados, aunque en estos últimos se ha apreciado un incremento en dicho porcentaje. Por último, en cuanto a la percepción de modelos de referencia por parte de la población gallega (41%), esta se mantiene, situándose al mismo nivel que la observada en el ámbito nacional, de modo que, todavía sigue siendo inferior a la registrada en el ámbito de los países analizados, donde sí se ha apreciado un ligero incremento.

EL PROCESO EMPRENDEDOR EN GALICIA

Este capítulo se centra en el análisis del proceso y la dinámica emprendedora. Para ello, se presentan los datos obtenidos en Galicia para las diferentes fases del proceso emprendedor durante 2022, así como su evolución temporal. Asimismo, cuando la información está disponible, el análisis aborda las posibles diferencias en función del sexo de la persona emprendedora. Por último, se realiza una comparativa de la situación de Galicia para las diferentes fases del proceso emprendedor con relación a otros países y comunidades autónomas.

2.1. Indicadores del proceso emprendedor

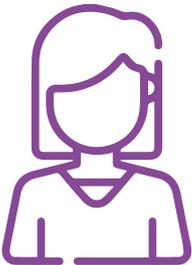
Emprender es un proceso que empieza con una intención y atraviesa distintas fases hasta lograr crear una empresa consolidada. El GEM identifica el porcentaje de población inmersa en cada una de las fases de ese proceso: emprendimiento potencial (personas con intención de emprender), emprendimiento naciente (personas que han pagado salarios durante menos de tres meses), emprendimiento nuevo (personas que han pagado salarios entre los cuatro y los 42 meses de vida de la empresa) y empresas consolidadas (personas que han pagado salarios en empresas de más de tres años y medio de vida). La tasa de actividad emprendedora total (*Total early-stage Entrepreneurial Activity* o TEA) refleja el porcentaje de población adulta involucrada en la fase central del proceso emprendedor (emprendimiento naciente y nuevo), donde se localizan las iniciativas emprendedoras recientes o en etapas iniciales.



Figura 2.1. Proceso emprendedor (% de la población, 2021-2022)

La actividad emprendedora total en etapas iniciales (TEA) en Galicia en 2022 se sitúa en el 5,4%, incrementándose con respecto a 2021 (4,8%), especialmente gracias al aumento observado para las iniciativas nacientes (del 2,7% al 3,3% en 2022), ya que las iniciativas emprendedoras nuevas se mantienen en el mismo valor (en un 2,1% en 2022). A pesar del ligero retroceso que se aprecia en la actividad emprendedora en fase de consolidación (del 8,7% al 8,4% en 2022) y de la estabilización en el abandono empresarial (un 1,6% en 2022), la tendencia creciente ya señalada en la evolución de las iniciativas nacientes, unida al incremento observado en el porcentaje de la población con intención de emprender en los próximos tres años (del 8% al 8,5% en 2022) permite prever una posible consolidación en la recuperación de la actividad emprendedora en Galicia para los próximos años, siempre que se mantengan las condiciones del entorno.

En 2022, el porcentaje de iniciativas emprendedoras aumenta en todas las fases del proceso emprendedor para el caso de las mujeres, salvo para las empresas consolidadas, donde se aprecia una reducción. En el caso de los hombres, únicamente se comprueba un incremento en las empresas consolidadas apreciándose una reducción tanto en el emprendimiento potencial como en la actividad emprendedora total en etapas iniciales. La comparativa entre ambos sexos permite apreciar mayores valores para los hombres tanto para la etapa de emprendimiento potencial como en el caso de la etapa de consolidación (en ambos casos con un 8,7% frente a un 8,2% de las mujeres), mientras que se observan mayores valores para las mujeres en el caso de la actividad emprendedora en etapas iniciales (con un 6,7% frente a un 4,0% de los hombres).

2021			2022	
POTENCIAL	6,4%		POTENCIAL	8,2%
TEA	5,3%		TEA	6,7%
CONSOLIDADA	9,3%		CONSOLIDADA	8,2%

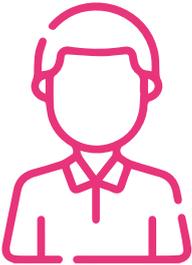
2021			2022	
POTENCIAL	9,7%		POTENCIAL	8,7%
TEA	4,4%		TEA	4,0%
CONSOLIDADA	8,0%		CONSOLIDADA	8,7%

Tabla 2.1. Emprendimiento potencial, TEA e iniciativas consolidadas en función del sexo (% de la población, 2021-2022)

Finalmente, se observa que el 2,4% de la población adulta ha cerrado o abandonado su actividad empresarial durante 2022, aunque en más de un tercio de las ocasiones (un 39,8%) otra persona ha retomado la actividad. La principal razón del cierre ha sido la falta de rentabilidad empresarial (37,4%), seguida por razones personales (19,4%) y por la aparición de otro trabajo u oportunidad de negocio (10,9%).

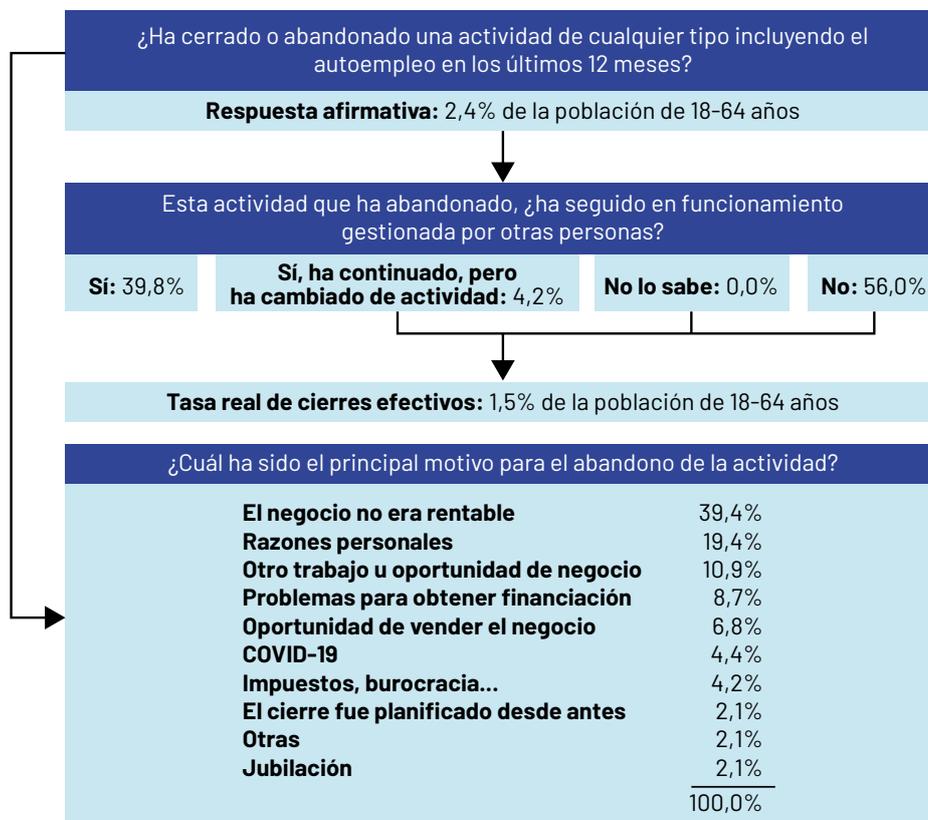


Figura 2.2. Abandono de la actividad empresarial (% , 2022)

2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Este segundo epígrafe analiza la evolución de las tasas de las cuatro fases del proceso emprendedor consideradas en la metodología GEM: emprendimiento potencial, emprendimiento en etapas iniciales (TEA), iniciativas consolidadas y abandonos.

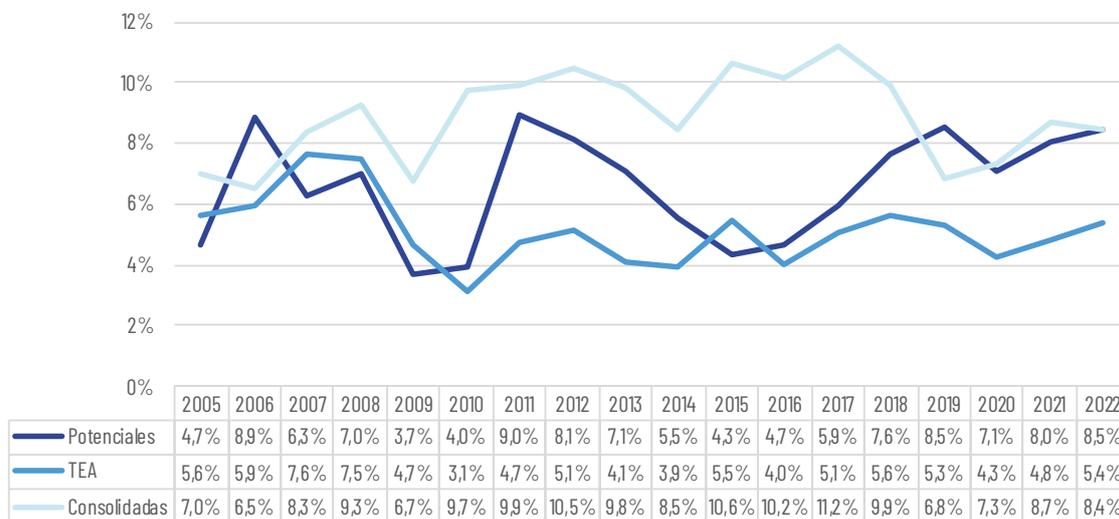


Gráfico 2.1. Evolución de las iniciativas emprendedoras (% de la población, 2005-2022)

Como conclusión, con un índice TEA de un 5,4%, la actividad emprendedora en Galicia parece que empieza a superar las consecuencias de la crisis sanitaria, aumentando por tercer año consecutivo. Las mujeres emprendedoras consolidan su liderazgo en la fase central del proceso emprendedor, con un 6,7% de la población femenina adulta involucrada en la creación de empresas de menos de tres años y medio de vida, frente a un 4,0% de la población masculina. Finalmente, aunque se observa un decrecimiento en las iniciativas consolidadas, que incluye a un 8,4% de la población (en este caso también liderada por hombres, con un 8,7%, frente al 8,2% de mujeres), el emprendimiento potencial también aumenta con respecto a 2021, alcanzando un 8,5%, siendo lideradas en su mayoría por hombres (8,7%, frente al 8,2% entre las mujeres), lo que permite confiar en el crecimiento de la actividad emprendedora en los próximos años, si las condiciones del entorno lo permiten.



Gráfico 2.2. Evolución del índice TEA en función del sexo (% de la población, 2005-2022)

De este modo, se aprecia una tendencia creciente en las distintas fases del proceso emprendedor, salvo un ligero retroceso para las iniciativas consolidadas, afianzando dicha evolución con respecto a los años previos para el emprendimiento potencial e incipiente. Analizando la actividad emprendedora total TEA por sexos se puede observar también esta tendencia con un gran incremento para la población emprendedora femenina, que compensa el estancamiento en la población emprendedora masculina.

2.3. Etapas del proceso emprendedor de Galicia en el contexto de España e internacional

En este epígrafe se presenta un análisis de la situación de Galicia para las diferentes fases del proceso emprendedor en el contexto nacional e internacional, analizando:

- Emprendimiento potencial (Gráfico 2.3).
- Actividad emprendedora total o TEA (Gráfico 2.4).
- Empresas consolidadas (Gráfico 2.5).
- Cierres (Gráfico 2.6).

Capítulo 2: El proceso emprendedor en Galicia

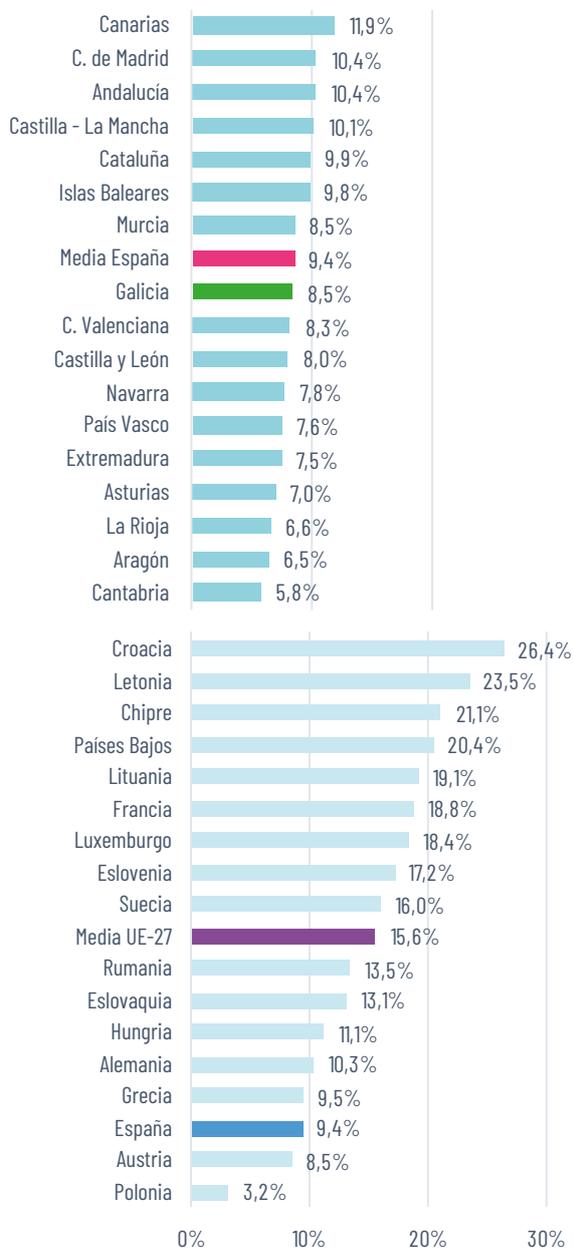


Gráfico 2.3. Emprendimiento potencial: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

El 8,5% de la población gallega se posiciona como emprendedora potencial en 2022, de modo que Galicia se sitúa levemente por debajo de la media de España, presentando Canarias el valor más alto (11,9%) y Cantabria el más bajo (5,8%). Aunque estos valores son más elevados que los obtenidos en 2021, con una tendencia similar a la observada en los países de la UE-27, son inferiores a los obtenidos para la media de dichos países (15,6%).

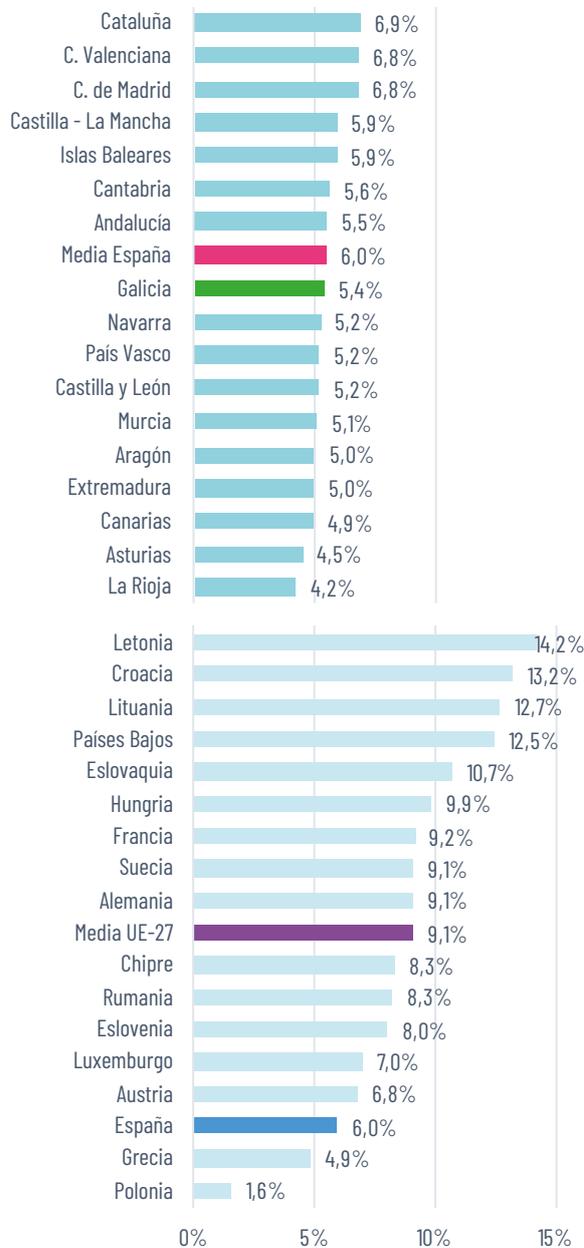


Gráfico 2.4. TEA: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

El 5,4% de la población gallega está inmersa en una iniciativa emprendedora en fase inicial en 2022, casi alcanzando la media de España (6,0%), presentando Cataluña el valor más alto (6,9%) y La Rioja el más bajo (4,2%). Aunque estos porcentajes son superiores a los obtenidos en 2021, con una tendencia similar a la observada en los países de la UE-27, resultan inferiores a los obtenidos para la media dichos países (9,1%).

Capítulo 2: El proceso emprendedor en Galicia

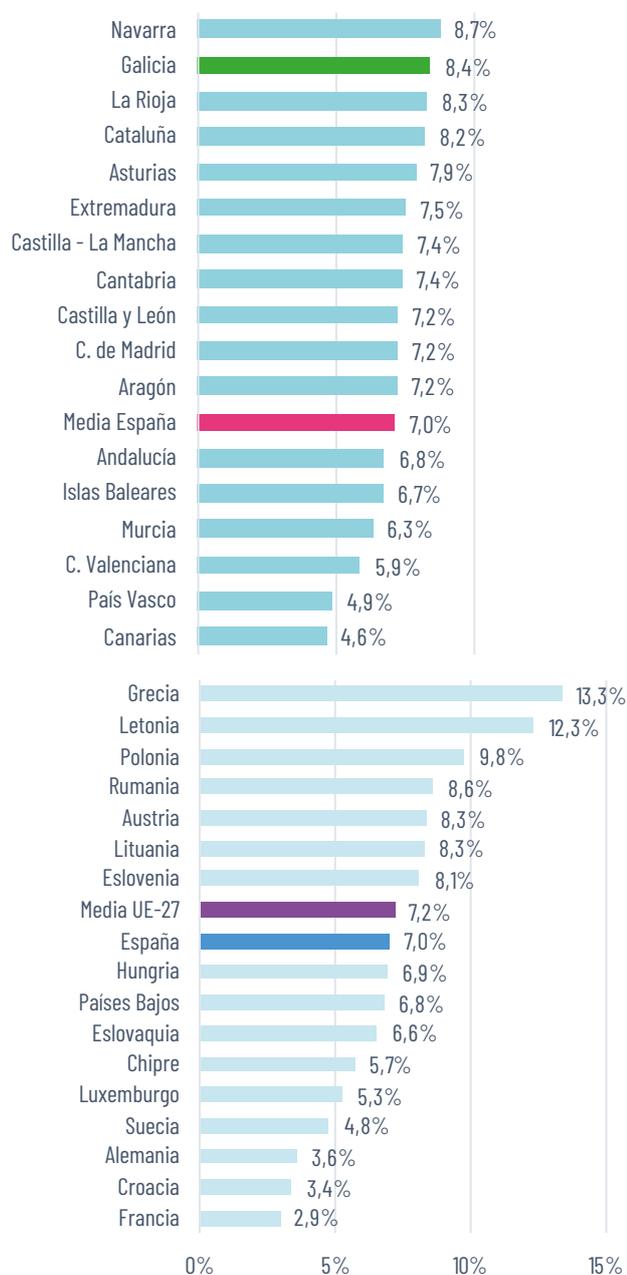


Gráfico 2.5. Empresas consolidadas: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

El 8,4% de la población gallega está inmersa en una iniciativa consolidada en 2022, valor superior a la media de España (7,0%), ocupando Galicia el segundo lugar en el contexto nacional, con una cifra próxima a Navarra, que presenta el valor más alto (8,7%), y alejada de Canarias, que presenta el valor más bajo (4,6%). Aunque esta tendencia es ligeramente decreciente con respecto a 2021 para el caso de Galicia y España, es creciente para los países de la UE-27, aunque con valores inferiores que para el caso gallego (situándose en el 7,2%).

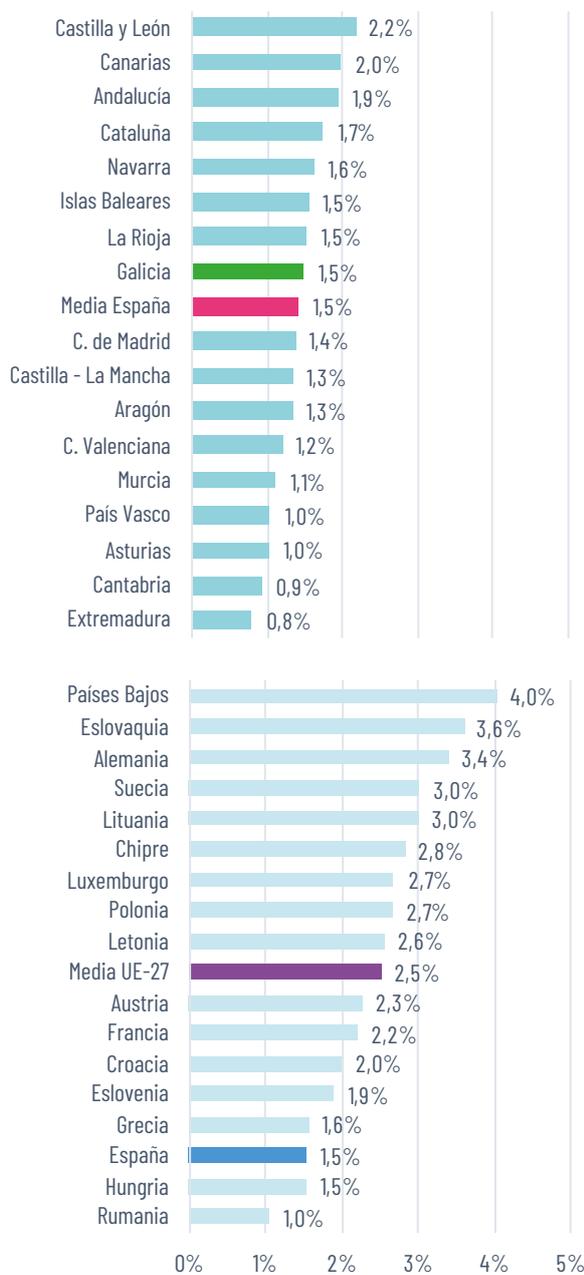


Gráfico 2.6. Cierres: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022)

El 1,5% de la población gallega abandonó su actividad empresarial en 2022, en el mismo nivel que España (1,4%). Castilla y León presenta el valor más alto (2,2%) y Extremadura el más bajo (0,8%). Estos valores son ligeramente superiores a los obtenidos en 2021, tendencia similar a la del resto de los países analizados, aunque son inferiores a los observados para la media de países de la UE-27 (2,5%).

En 2022, los valores obtenidos en Galicia para las diferentes fases del proceso emprendedor son muy similares a la media española, presentando una evolución creciente con respecto a la edición del año 2021:

- Emprendedores potenciales: 8,5% (menos que la media para España).
- Iniciativas emprendedoras en fases iniciales (TEA): 5,4% (frente al 6,0% de media en España).
- Iniciativas consolidadas: 8,4% (frente al 7,0% de media en España).
- Cierres: 1,5% (frente al 1,5% de media en España).

Considerando el contexto internacional, en 2022 la tendencia en Galicia es similar a la del resto de países analizados, de modo que se presentan valores inferiores a la media de países de la UE-27 en cuanto a emprendimiento potencial, a actividad emprendedora total en fases iniciales (TEA) y a abandono de actividad empresarial. Finalmente, en 2022 Galicia presenta mejores resultados en cuanto a empresas consolidadas la media de los países de la UE-27.

Como conclusión, en 2022 se consolida la tendencia creciente en Galicia en cuanto a la actividad emprendedora que había quedado en suspenso durante la pandemia, de modo que los emprendedores recuperan la confianza tras la crisis sanitaria, manteniendo las empresas consolidadas y evitando el cierre de iniciativas emprendedoras.

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA EN GALICIA

En este capítulo se analiza el perfil de la persona emprendedora en Galicia en 2022, construido analizando aspectos tales como la motivación para emprender, la edad, el nivel educativo, de renta y los conocimientos financieros auto percibidos, la tenencia de algún grado de discapacidad o el país de origen de la persona emprendedora. Cuando los datos lo permiten, el análisis de estas características tiene en cuenta el sexo.

3.1. Motivación para emprender

La motivación para emprender declarada por más del 70% de las personas emprendedoras en 2022 es buscar una alternativa frente a la escasez de trabajo. En este aspecto coinciden emprendedores en etapas iniciales (TEA) y consolidadas (70% y 77%, respectivamente). Ahora bien, la importancia de las demás motivaciones difiere entre emprendedores consolidados y noveles. Para los emprendedores consolidados la segunda razón en orden de importancia es la de continuar con una tradición familiar (30%), seguida de por marcar una diferencia en el mundo (23%) y por crear riqueza o una renta muy alta (21%). En cambio, los emprendedores en etapa inicial (TEA) aducen como segunda motivación marcar una diferencia en el mundo (47%), seguida por crear renta (38%) y continuar una tradición familiar (27%). El principal cambio en las motivaciones para emprender que se percibe en Galicia con respecto a 2021 es el incremento de emprendedores en etapa inicial que quieren crear riqueza (del 29% de 2021 al 38% en 2022).

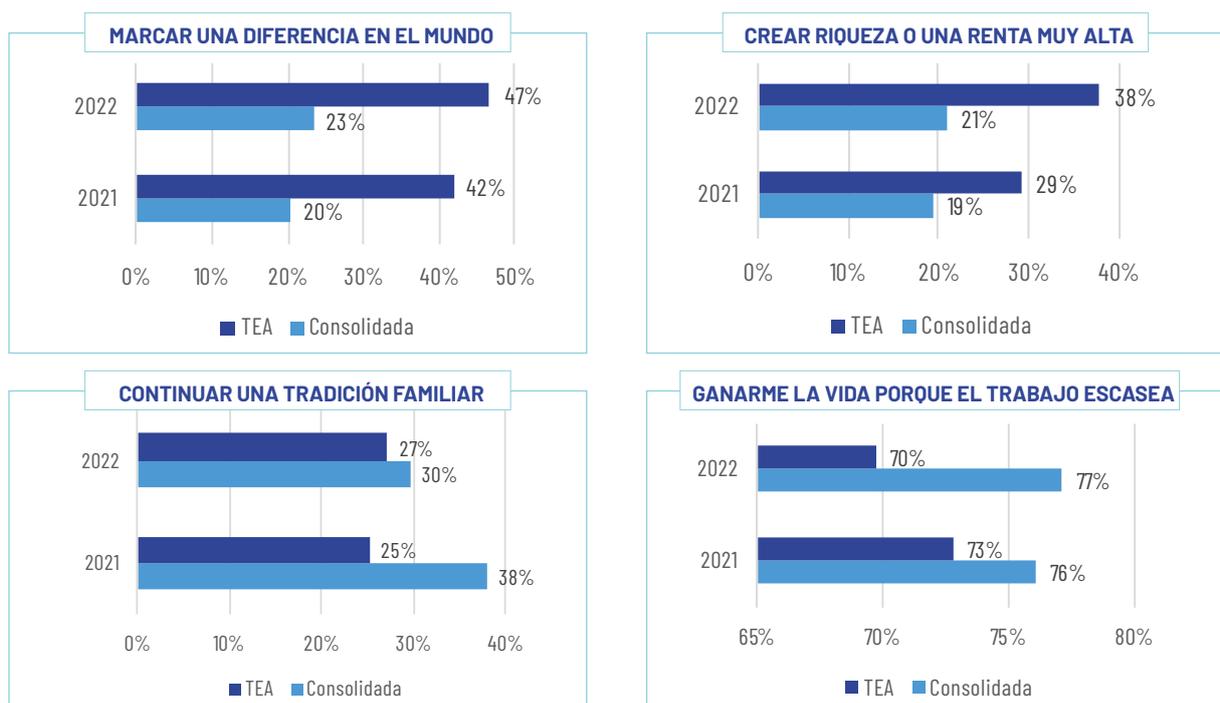


Gráfico 3.1. Motivaciones para emprender (% , 2021-2022)

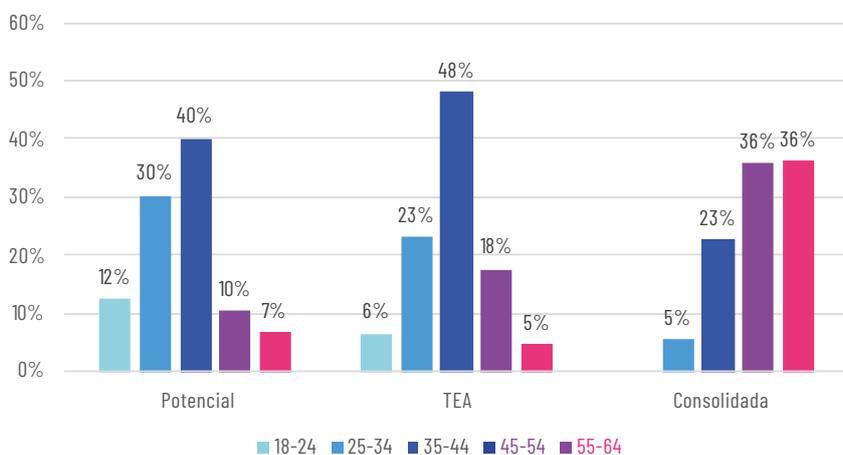
En 2022, en iniciativas emprendedoras en fases iniciales, las mujeres quieren crear empresas que marquen una diferencia en el mundo en mayor medida que los hombres, mientras que los hombres otorgan una mayor importancia a crear empresas para conseguir una renta alta y continuar una tradición familiar. Por su parte, en iniciativas emprendedoras consolidadas son los hombres los que manifiestan que marcar una diferencia es la principal motivación para emprender, mientras que las mujeres otorgan mayor importancia a continuar una tradición familiar o crear riqueza. En ambos casos, tanto en iniciativas en etapa inicial como consolidadas, se señala como principal motivación para emprender el construir una alternativa a la escasez de trabajo.

MOTIVACIÓN	TEA		CONSOLIDADAS	
	2021	2022	2021	2022
MUJERES				
Marcar una diferencia en el mundo	45%	49%	21%	20%
Crear riqueza o una renta muy alta	23%	31%	18%	24%
Continuar una tradición familiar	25%	22%	37%	33%
Ganarse la vida porque el trabajo escasea	77%	69%	80%	76%
HOMBRES				
Marcar una diferencia en el mundo	37%	45%	20%	27%
Crear riqueza o una renta muy alta	37%	50%	22%	18%
Continuar una tradición familiar	26%	35%	39%	26%
Ganarse la vida porque el trabajo escasea	68%	70%	71%	78%

Tabla 3.1. Motivaciones para emprender en función del sexo (% , 2021-2022)

3.2. Edad

La edad de las personas emprendedoras varía en las distintas etapas del proceso: un 30% de los emprendedores potenciales se sitúa en el tramo de 25 a 34 años, un 48% de aquellos en fase inicial tiene entre 35 y 44 años, y el 72% de los emprendedores consolidados tienen más de 45 años.



En 2022, casi la mitad de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) tenía entre 35 y 44 años.

Gráfico 3.2. Distribución por tramos de edad de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022)

El grueso de la población emprendedora en fase inicial (TEA) se concentra entre los 25 y 54 años (un 89%). De este modo, estos tramos de edad continúan siendo el “granero emprendedor” de la población de Galicia. En este sentido se aprecia, además, que el emprendimiento en las tres cohortes generacionales tiene una evolución acompañada con el ciclo económico; cae en los momentos de crisis y remonta con las recuperaciones. No obstante, en el grupo de 45 a 55 años esta evolución acorde con el ciclo económico está más suavizada que en los grupos de 25 a 34 años y de 35 a 44 años, siendo ésta última la que experimenta el mayor repunte en las cohortes por edad para el año 2022, alcanzando el 10,7%, lo que constituye el valor más elevado de todas las cohortes para toda la serie analizada.

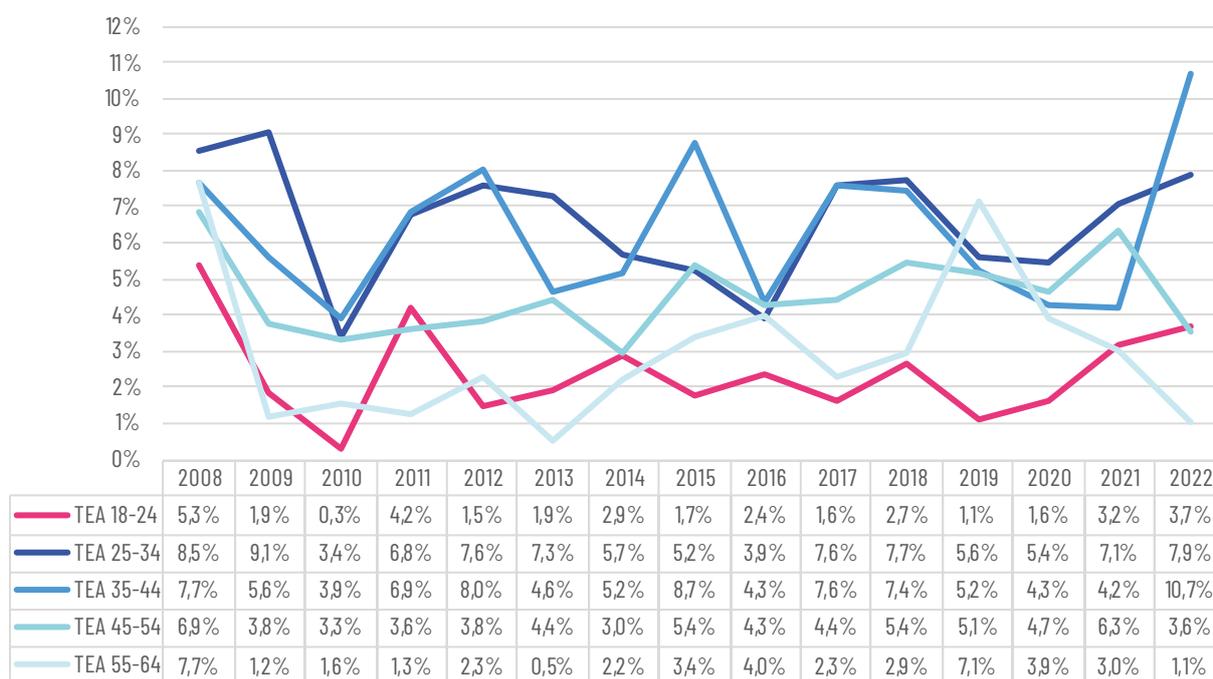


Gráfico 3.3. Evolución del índice TEA por tramos de edad (% de la población, 2008-2022)

El porcentaje de población que emprende entre los más jóvenes (18-24 años) no ha superado el 4% en la última década. Por su parte, la opción de emprender entre la población con más de 55 años, lo que se conoce como emprendimiento senior, que parecía haber alcanzado desde 2015 un umbral estructural del 3% alcanza su valor más bajo (1,1%). De este modo, son los grupos intermedios situados entre 25 a 44 los que crecen con mayor empuje, situándose en valores TEA del 7,9% y el 10,7%, respectivamente.

MUJERES	2021	2022	HOMBRES	2021	2022
18-34	29%	25%	18-34	27%	36%
35-44	27%	52%	35-44	16%	44%
45-65	44%	23%	45-65	57%	20%

Tabla 3.2. Distribución por tramos de edad de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) en función del sexo (% , 2021-2022)

En 2022, más del 70% de las emprendedoras en fase inicial (TEA) tienen menos de 45 años. De este modo, se observa en ambos sexos la fortaleza para emprender en menos de 45 años, igualando la tasa emprendedora que presenta la población de 45 o más años.

3.3. Educación

En 2022 el 47% de los emprendedores en fase inicial (TEA) tienen formación universitaria. El resto de los emprendedores en esta fase se distribuye mayoritariamente entre aquellos con estudios secundarios (35%) y, finalmente, primarios (18%). Esta distribución de los emprendedores según su nivel formativo varía en las fases potencial y consolidada. Así, en ambas fases, los emprendedores con estudios universitarios constituyen un 37% y un 34%, respectivamente, siendo mayoritarios los emprendedores con estudios secundarios (40% entre los potenciales y 37% entre los consolidados).

EDUCACIÓN		POTENCIAL	TEA	CONSOLIDADA
Primaria	TOTAL	24%	18%	29%
Secundaria	TOTAL	40%	35%	37%
	Secundaria	20%	19%	19%
	FP Superior	19%	17%	18%
Universitaria	TOTAL	37%	47%	34%
	Grado	22%	25%	24%
	Master	12%	20%	9%
	Doctorado	2%	2%	1%

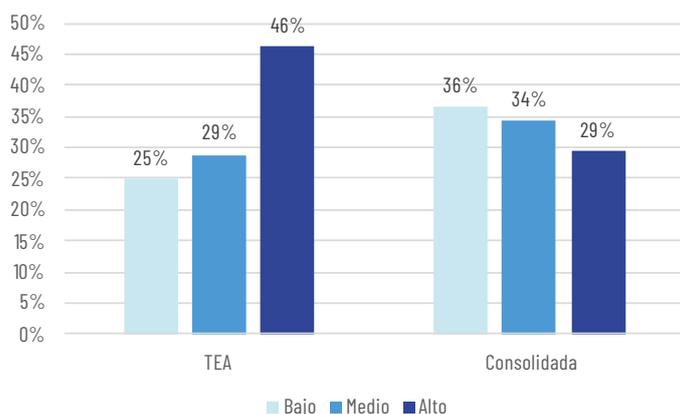
Tabla 3.3. Distribución por nivel educativo de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022)

Atendiendo al sexo, la distribución de las personas emprendedoras en Galicia por nivel educativo refleja ligeras diferencias. Por una parte, las emprendedoras con estudios universitarios representan el grupo mayoritario en todas las fases del proceso emprendedor, con porcentajes que van desde el 35% al 47%, y donde los grados universitarios tienen un papel muy importante. Por su parte, en los emprendedores esto

EDUCACIÓN		 MUJERES			 HOMBRES		
		POTENCIAL	TEA	CONSOLIDADA	POTENCIAL	TEA	CONSOLIDADA
Primaria	TOTAL	18%	14%	33%	29%	23%	24%
Secundaria	TOTAL	35%	35%	32%	45%	36%	42%
	Secundaria	21%	19%	15%	20%	18%	22%
	FP Superior	14%	16%	17%	24%	18%	20%
Universitaria	TOTAL	47%	51%	35%	27%	41%	34%
	Grado	29%	26%	26%	14%	23%	22%
	Master	15%	22%	8%	10%	18%	10%
	Doctorado	3%	3%	0%	2%	0%	1%

Tabla 3.4. Distribución por nivel educativo y sexo de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022)

solo sucede para las iniciativas en fase inicial (41%), mientras que para los emprendedores potenciales y consolidados los estudios secundarios constituyen el grupo mayoritario, especialmente en los emprendedores potenciales, donde los grados de FP superior tienen un papel importante, acercándose al 20% en todas las fases del proceso emprendedor.



En 2022, un 75% de los emprendedores en fase inicial (TEA) manifiestan tener un nivel medio o alto de formación específica para emprender y gestionar una nueva empresa, mientras que este porcentaje solo alcanza el 63% para el caso de los emprendedores consolidados.

Gráfico 3.4. Distribución según el nivel de formación específica para emprender de las personas emprendedoras (% , 2022)

La auto percepción que tienen los emprendedores de su nivel de formación específica para emprender y gestionar un nuevo negocio es similar entre mujeres y hombres, especialmente en fase inicial TEA. De este modo, en ambos sexos el 46% de los emprendedores en fase inicial (TEA) percibe que es alto, mientras que, en el caso de los consolidados, el mayor porcentaje es el de emprendedores que declara que su nivel de formación para emprender es bajo (39% para mujeres y 35% para hombres).

MUJERES		HOMBRES	
	TEA	CONSOLIDADA	
BAJO	25%	39%	26%
MEDIO	29%	34%	28%
ALTO	46%	28%	46%

Tabla 3.5. Distribución según el nivel de formación específica para emprender y el sexo de las personas emprendedoras (% , 2022)

3.4. Nivel de conocimientos financieros auto percibidos

En 2022 el 24% de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) consideraba que su nivel de conocimientos financieros era alto, porcentaje que se reduce al 14% en el caso de los emprendedores ya consolidados. Aunque estas cifras son mejores que las alcanzadas en la edición anterior, sigue siendo importante el porcentaje de emprendedores que declara tener conocimientos financieros bajos (27% para iniciativas TEA y 33% para consolidadas), lo cual puede afectar negativamente a la autoconfianza con la que las personas emprendedoras afrontan la gestión de sus negocios y, en consecuencia, a sus resultados.

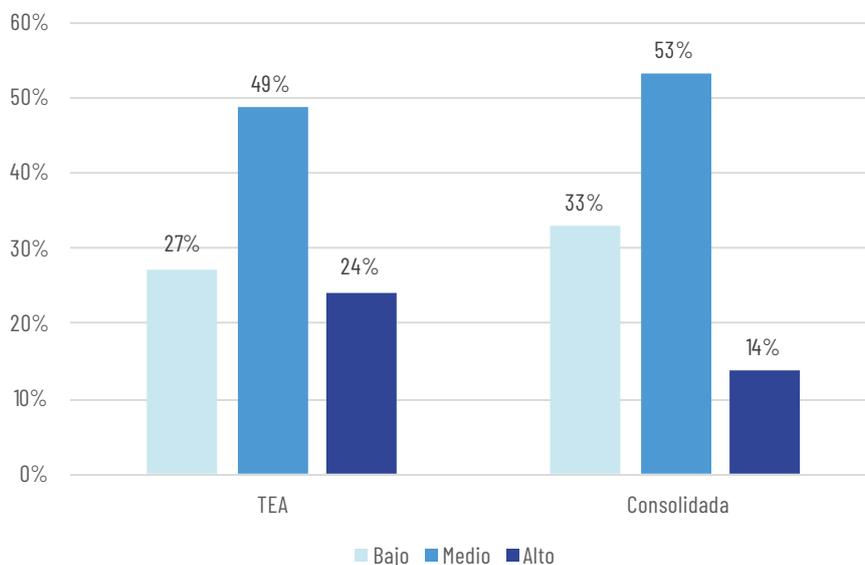


Gráfico 3.5. Distribución según el nivel de conocimientos financieros auto percibidos de las personas emprendedoras (% , 2022)

La autoevaluación de los conocimientos financieros muestra que las emprendedoras tienden a considerar que su nivel es medio o bajo en mayor medida que los emprendedores, sobre todo en el caso de los consolidados. Estos resultados obtenidos para Galicia en 2022 son coincidentes con lo obtenido en los estudios de alfabetización financiera.

Sexo	Nivel	Distribución (%)	
		TEA	CONSOLIDADA
MUJERES	ALTO	27%	36%
	MEDIO	52%	49%
	BAJO	21%	15%
HOMBRES	ALTO	28%	31%
	MEDIO	41%	26%
	BAJO	31%	13%

Tabla 3.6. Distribución según el nivel de conocimientos financieros auto percibidos y el sexo de las personas emprendedoras (% , 2022)

3.5. Nivel de renta

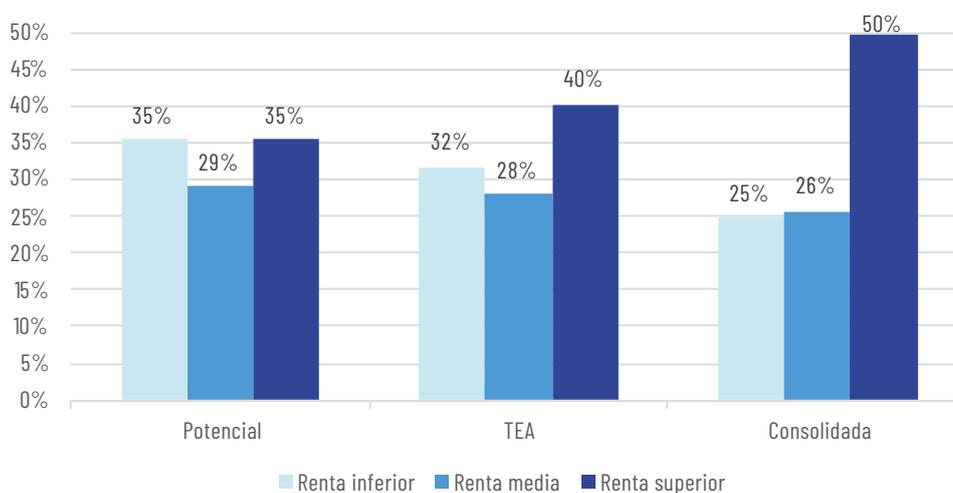


Gráfico 3.6. Distribución por nivel de renta de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022)

Tanto entre emprendedores potenciales como en fase inicial (TEA) la distribución de las personas según su renta sigue una forma de U, esto es, los emprendedores se acumulan en el nivel inferior de renta o en el superior; en el caso de consolidados la tendencia es creciente. En las tres etapas se concentra el mayor porcentaje de emprendedores en el nivel de renta superior.

En el periodo 2008-2022, salvo algunas excepciones, el porcentaje de población que emprende entre aquellas personas que se sitúan en el nivel superior de renta siempre ha sido mayor que en el resto de tramos (40% en 2022), lo que sugiere que el volumen del capital semilla para la puesta en marcha de un negocio puede actuar como factor determinante de la propensión a emprender. Además, la propensión a emprender entre la población con una renta media parece menos sensible a los cambios en las perspectivas macroeconómicas, frente a las oscilaciones que sufre esta propensión en los otros dos tramos de renta.

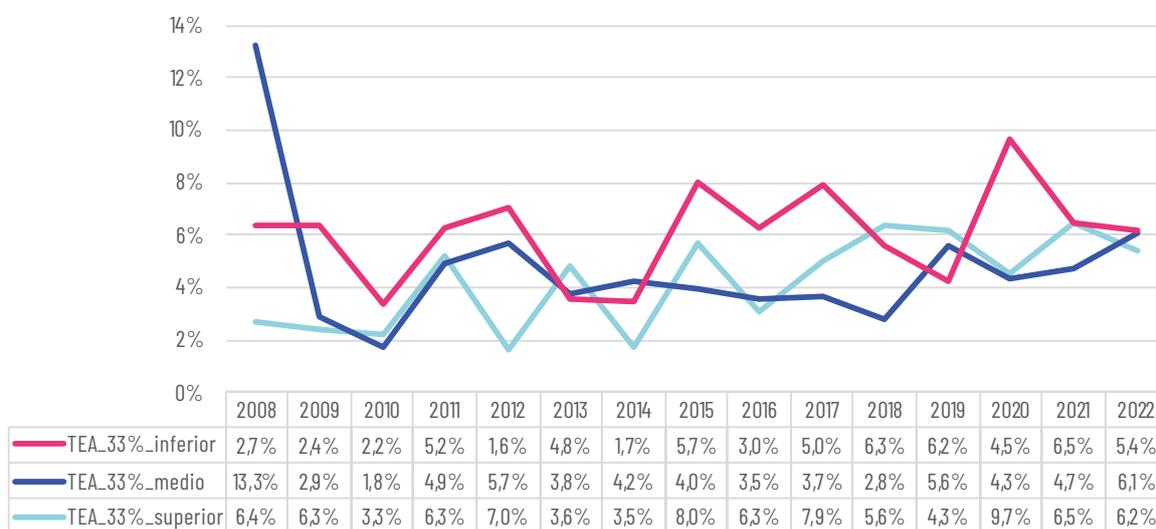


Gráfico 3.7. Evolución del índice TEA por nivel de renta (% , 2008-2022)

En 2022, el 40% de las emprendedoras en fase inicial (TEA) se sitúa en el nivel inferior de renta, mientras que el 56% de los emprendedores se encuentra en el nivel superior, mostrando una diferencia más acusada que en la edición anterior. Estas cifras sugieren que pueden existir divergencias en el volumen de capital semilla con el que inician las empresas promovidas por hombres y aquellas lideradas por mujeres.

Mujeres			Hombres		
	2021	2022		2021	2022
RENDA INFERIOR	47%	40%	RENDA INFERIOR	35%	19%
RENDA MEDIA	19%	30%	RENDA MEDIA	24%	25%
RENDA SUPERIOR	34%	30%	RENDA SUPERIOR	41%	56%

Tabla 3.7. Distribución por nivel de renta de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) en función del sexo (% , 2021-2022)

3.6. Discapacidad

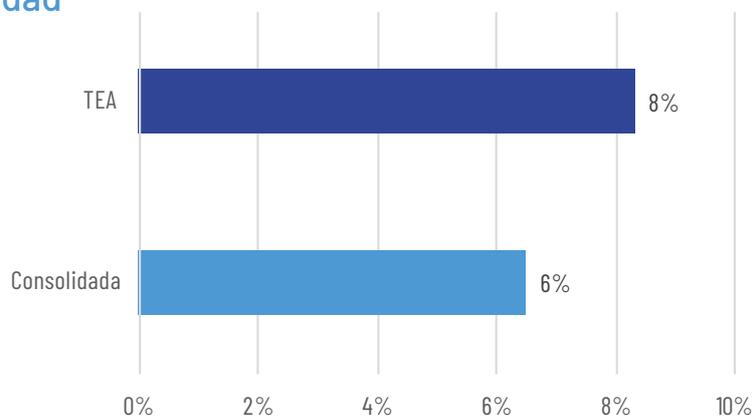
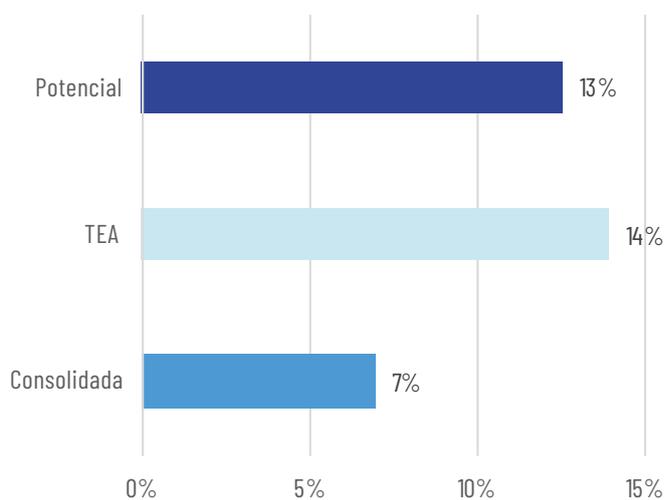


Gráfico 3.8. Personas emprendedoras con algún grado de discapacidad (% , 2022)

En 2022 un 8% de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) presenta algún grado de discapacidad; porcentaje que se reduce al 6% en la fase de consolidación. Estos valores son similares a los obtenidos en la edición anterior, ya que en 2022 casi 1 de cada 10 emprendedores manifiesta tener cierto grado de discapacidad, lo que pone de manifiesto la necesidad de construir de forma inclusiva el ecosistema emprendedor gallego.

3.7. Inmigración



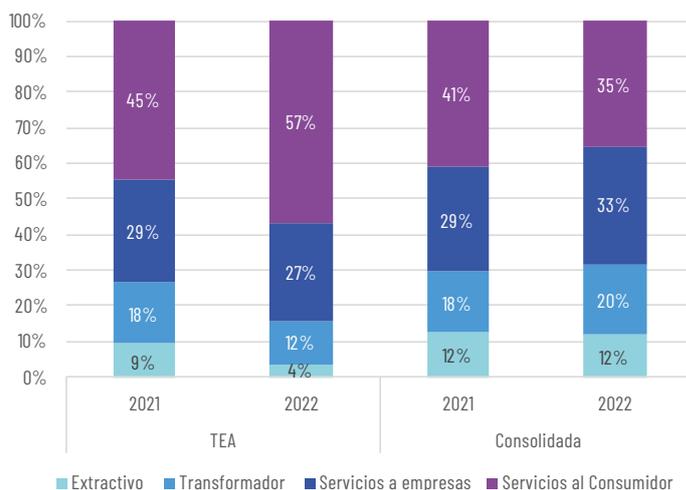
En 2022 un 14% de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) eran inmigrantes, siendo este porcentaje un 13% entre los emprendedores potenciales y un 7% entre los consolidados, valores superiores a los observados en la edición anterior. El hecho de que más de 1 de cada 10 emprendedores en fase inicial (TEA) proceda de otro país puede ampliar la diversidad del conocimiento en el ecosistema emprendedor.

Gráfico 3.9. Inmigración según la fase del proceso emprendedor (% , 2022)

CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN GALICIA

En este capítulo se analizan las características generales de las iniciativas emprendedoras en Galicia en 2022. Estas propiedades abarcan aspectos como el sector de actividad, el tamaño, las expectativas de crecimiento, la orientación innovadora e internacional, el carácter familiar, la digitalización en el ámbito comercial, el compromiso con la sostenibilidad o la forma de financiación inicial de los negocios. En la medida de lo posible, en base a los datos disponibles, este análisis se realiza también teniendo en cuenta el sexo de la persona que promueve la iniciativa.

4.1. Sector de actividad



En 2022, las iniciativas mayoritariamente se desarrollan en los sectores de servicios al consumidor (entre un 35% y un 57%) y a empresas (entre 27% y 33%). Con respecto a 2021, ha aumentado el porcentaje de servicios al consumidor en las iniciativas en fase inicial (TEA), mientras que en consolidadas ha incrementado el de servicios a empresas.

Gráfico 4.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad (%). 2021-2022

En ambos sexos, las iniciativas en fase inicial (TEA) se desarrollan mayoritariamente en el sector de servicios al consumidor, sobre todo en el caso de mujeres (un 62%), alcanzando un 47% en el de hombres). Sin embargo, en aquellas iniciativas lideradas por hombres el sector transformador tiene una significativa presencia (aproximadamente 1 de cada 5 iniciativas).



Tabla 4.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (TEA) por sector de actividad en función del sexo de la persona emprendedora (%). 2022

4.2. Carácter familiar

Las iniciativas emprendedoras en Galicia tienen un carácter marcadamente familiar. De hecho, 2 de cada 3 iniciativas pertenecerán y serán administradas de forma mayoritaria por la propia persona emprendedora y su familia, elevándose este porcentaje hasta el 90% en las iniciativas consolidadas.

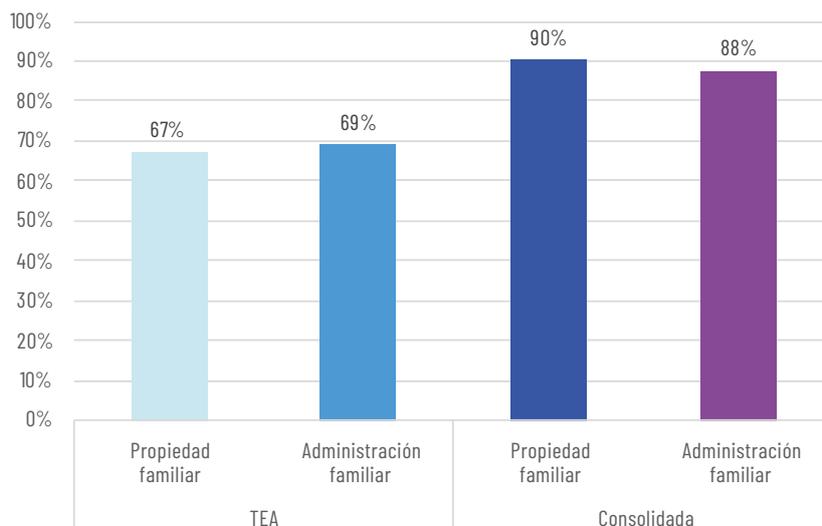


Gráfico 4.2. Iniciativas emprendedoras de carácter familiar (% , 2022)

Este carácter marcadamente familiar se da en mayor medida entre las iniciativas promovidas por mujeres. En particular, en las iniciativas en fase inicial (TEA) la propiedad pertenece en hasta un 85% de los casos a la emprendedora y a su familia; frente al 65% de los casos en las iniciativas lideradas por hombres. Si bien han de interpretarse con cautela, los datos sugieren diferencias en la financiación de las iniciativas en función del sexo. Parece que, a priori, las iniciativas emprendidas por mujeres utilizarían en mayor medida fondos aportados por la emprendedora y su entorno familiar.

Mujeres		TEA	CONSOLIDADA
	PROPIEDAD FAMILIAR	85%	94%
ADMINISTRACIÓN FAMILIAR	86%	92%	

Hombres		TEA	CONSOLIDADA
	PROPIEDAD FAMILIAR	65%	85%
ADMINISTRACIÓN FAMILIAR	75%	90%	

Tabla 4.2. Iniciativas emprendedoras de carácter familiar en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)

4.3. Tamaño

Las iniciativas emprendedoras en Galicia son, en base al tamaño de la empresa, mayoritariamente microempresas; esto es, con independencia de la fase en la que se encuentren, más del 90% tienen 5 o menos personas empleadas. Con respecto a 2021, el peso de las iniciativas con entre 1 y 5 empleados ha aumentado significativamente en las iniciativas en fase inicial TEA, mientras el porcentaje de iniciativas sin empleados ha aumentado entre las consolidadas, donde ya representan el 55% de las iniciativas, frente al 50% de 2021.

Capítulo 4: Características de las iniciativas emprendedoras en Galicia

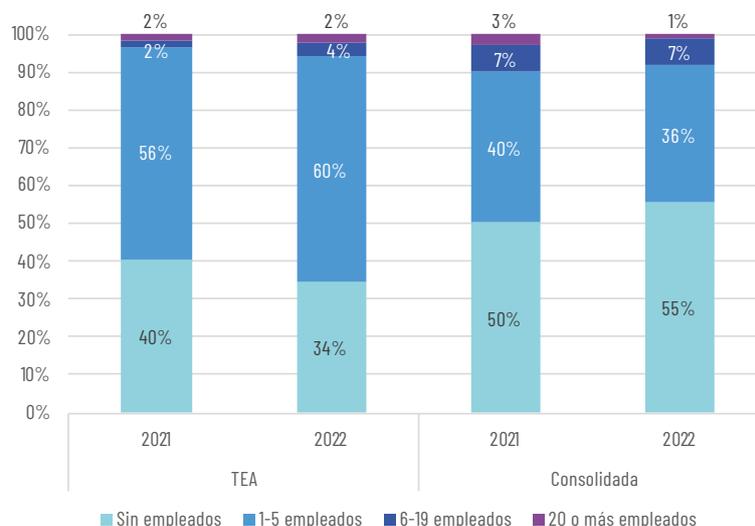


Gráfico 4.3. Distribución de las iniciativas emprendedoras por tamaño (% , 2021-2022)

Las iniciativas lideradas por hombres tienen una mayor dimensión en el caso de las iniciativas en fase inicial TEA (un 70% tiene empleados frente a un 60% para el caso de las mujeres). Sin embargo, en el caso de las iniciativas consolidadas, un 49% tiene empleados para el caso de las mujeres, mientras que un 60% no tiene empleados para el caso de los hombres.



MUJERES

	TEA	CONSOLIDADA
SIN EMPLEADOS	37%	51%
1-5 EMPLEADOS	60%	43%
6-19 EMPLEADOS		6%
20 O MÁS EMPLEADOS	3%	



HOMBRES

	TEA	CONSOLIDADA
SIN EMPLEADOS	30%	60%
1-5 EMPLEADOS	60%	30%
6-19 EMPLEADOS	10%	8%
20 O MÁS EMPLEADOS		2%

Tabla 4.3. Distribución de las iniciativas emprendedoras por tamaño en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)

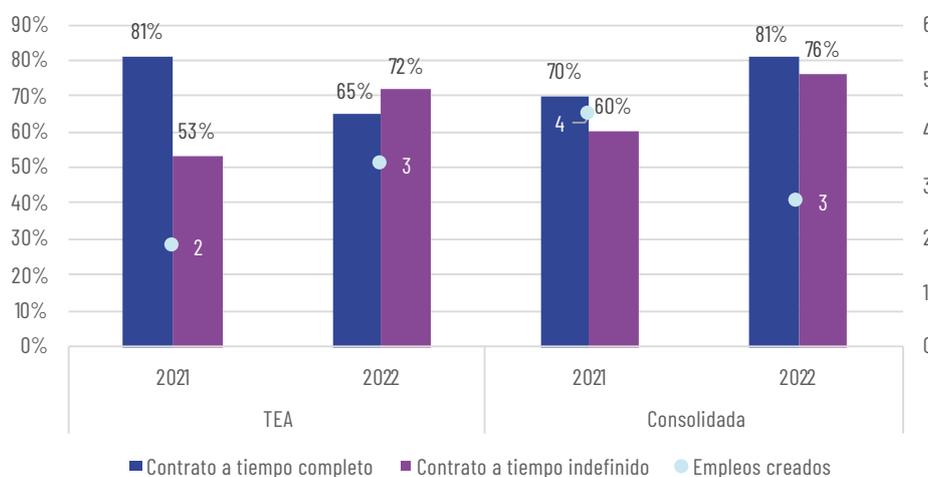


Gráfico 4.4. Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras que han llevado a cabo contrataciones en los últimos 12 meses (% , 2021-2022)

El número medio de trabajadores contratados por iniciativas emprendedoras en los últimos 12 meses ha sido de 3, tanto en el caso de las iniciativas en fase inicial (TEA) como en las consolidadas. Si bien el número medio de empleos creados se ha incrementado en el caso del emprendimiento en fase inicial entre los años 2021 y 2022 (de 2 a 3 empleos), sí se ha reducido en el caso del emprendimiento consolidado (de 4 a 3 empleos). Por otra parte, más del 65% de estos contratos han sido a tiempo completo, llegando al 81% entre las consolidadas, y más de dos tercios han sido contratos de carácter indefinido.

4.4. Expectativas de crecimiento

En 2022 las expectativas de creación de empleo de cara a los próximos 5 años han aumentado de forma significativa en las iniciativas en fase inicial (TEA), en tanto que un 81% de las iniciativas espera crear empleo e, incluso, casi 1 de cada 5 aspira a crear más de 5 puestos de trabajo. Este optimismo se aprecia también, aunque en menor medida, en las iniciativas consolidadas, donde casi la mitad de las iniciativas espera crear empleo, lo que parece consolidar esta tendencia creciente iniciada en años anteriores.

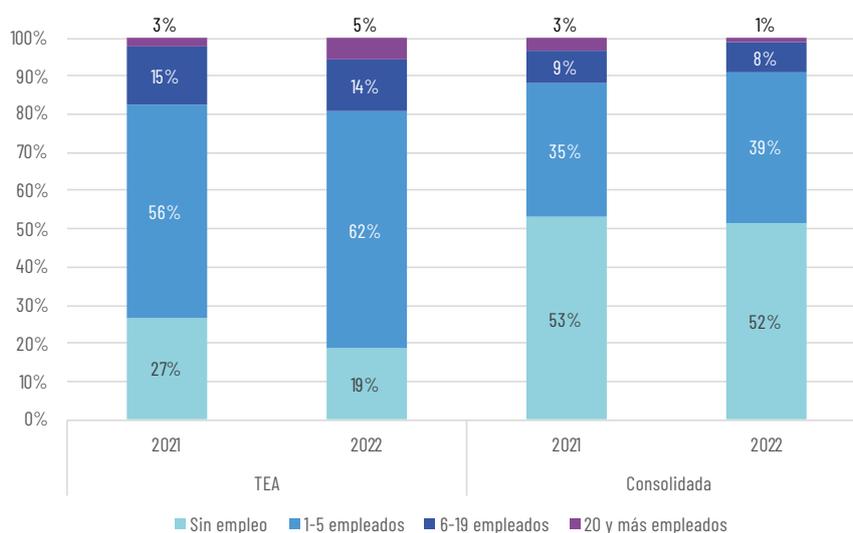


Gráfico 4.5. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de las expectativas de creación de empleo en 5 años (%), 2021-2022)

En general, en el caso de las iniciativas consolidadas no existen grandes diferencias en las expectativas de creación de empleo en función de si las iniciativas son promovidas por mujeres o por hombres. Sí se aprecian en el caso de las iniciativas en fase inicial (TEA), donde el 90% de las promovidas por hombres espera generar empleo (y un 23% más de 5 empleos), mientras que esta expectativa solo se baraja en el 75% de las promovidas por mujeres (donde un 17% espera generar más de 8 empleos).



MUJERES

	TEA	CONSOLIDADA
SIN EMPLEADOS	25%	51%
1-5 EMPLEADOS	58%	43%
6-19 EMPLEADOS	15%	6%
20 O MÁS EMPLEADOS	2%	



HOMBRES

	TEA	CONSOLIDADA
SIN EMPLEADOS	10%	51%
1-5 EMPLEADOS	67%	36%
6-19 EMPLEADOS	13%	10%
20 O MÁS EMPLEADOS	10%	3%

Tabla 4.4. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de las expectativas de creación de empleo en 5 años y del sexo de la persona emprendedora (%), 2022)

4.5. Orientación innovadora

La orientación innovadora de las iniciativas emprendedoras se analiza a través de tres aspectos: La presencia de iniciativas en sectores con nivel tecnológico medio-alto, la innovación en producto o servicio y la innovación en tecnología o proceso.



Gráfico 4.6. Iniciativas emprendedoras con orientación innovadora (% , 2021-2022)

Las iniciativas en fase inicial (TEA) impulsadas por mujeres muestran una propensión a innovar tanto en producto o servicio como en tecnología o proceso superior a las promovidas por hombres (31% y 30% de aquellas frente al 18% y 26% de ellos). Estas diferencias de género en la innovación empresarial son menos acusadas en las iniciativas en fase de consolidación.

 MUJERES		TEA	CONSOLIDADAS	 HOMBRES		TEA	CONSOLIDADAS
	INNOVACIÓN EN PRODUCTO O SERVICIO	31%	11%		18%	17%	
INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA O PROCESO	30%	12%	26%	19%			

Tabla 4.5. Iniciativas emprendedoras con orientación innovadora en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)

4.6. Orientación internacional

En 2022 el 27% de las iniciativas en fase inicial (TEA) ha realizado alguna exportación, valor similar al del año 2021. Sin embargo, esta participación de empresas exportadoras casi se duplica alcanzada entre las iniciativas consolidadas, que se sitúa en el 25% en 2022 (frente al 14% del año 2021). De este modo, con respecto a 2021, la propensión a exportar de las iniciativas recién implantadas casi se mantiene estable, mientras que en el caso de las consolidadas ha experimentado un incremento notable.

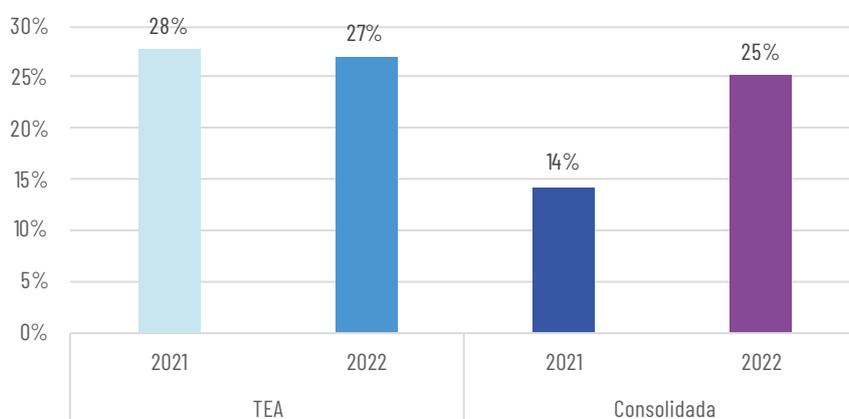


Gráfico 4.7. Iniciativas emprendedoras con orientación internacional (% , 2021-2022)

Las iniciativas en fase inicial (TEA) lideradas por mujeres muestran una propensión a exportar superior a las promovidas por hombres (29% de aquellas frente al 25% de estas). Esta relación se invierte al analizar las iniciativas consolidadas, donde el 29% de las lideradas por hombres venden fuera de España, frente al 22% de las promovidas por mujeres.

 MUJERES		TEA	CONSOLIDADAS	 HOMBRES		TEA	CONSOLIDADAS
	EXPORTA	29%	22%		25%	29%	

Tabla 4.6. Iniciativas emprendedoras con orientación internacional en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)

4.7. Adopción de tecnologías digitales comerciales

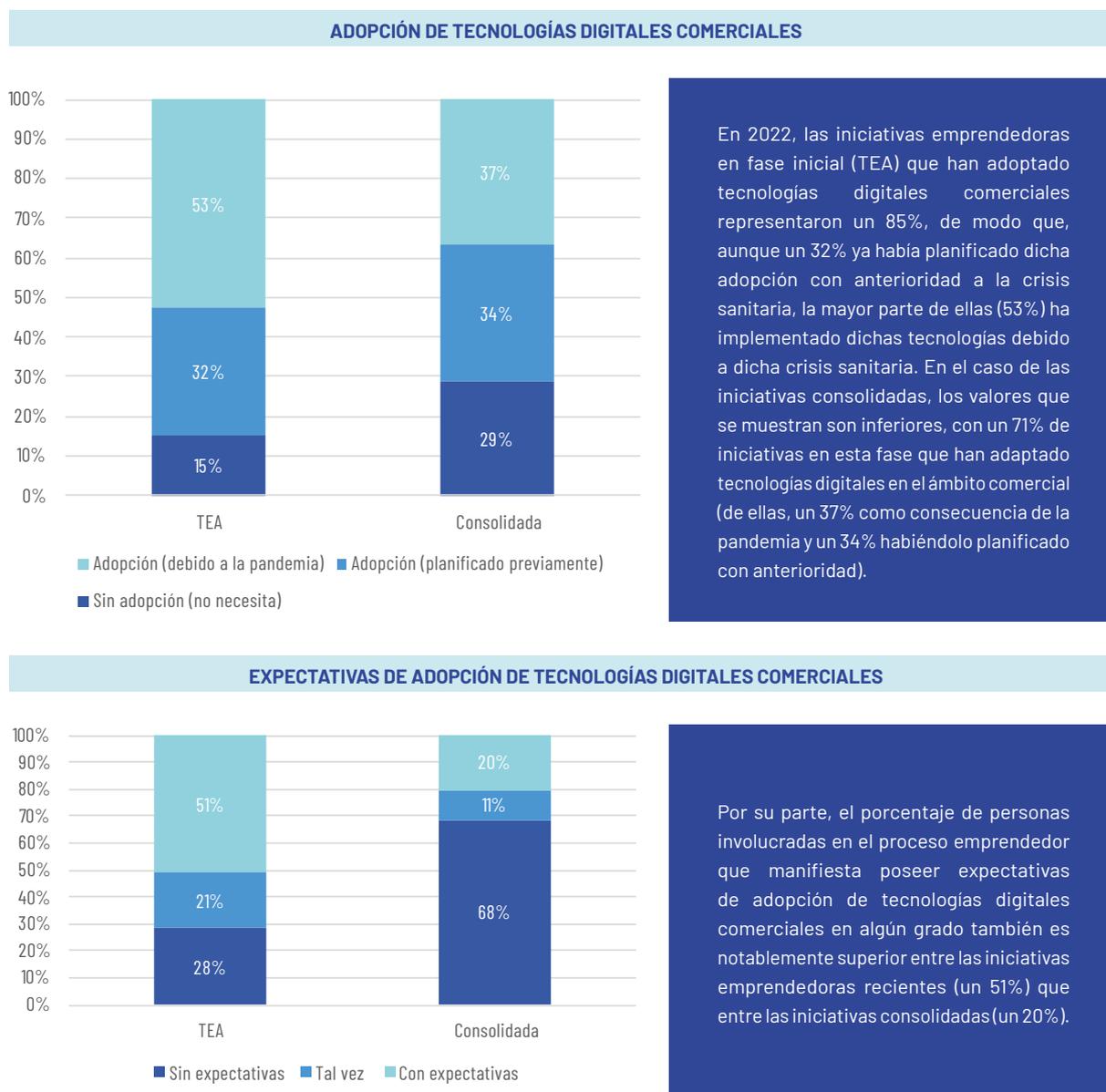


Gráfico 4.8. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de la adopción y las expectativas de adopción de tecnologías digitales comerciales debido a la crisis sanitaria (% , 2022)

Atendiendo al sexo, el porcentaje de personas involucradas en iniciativas emprendedoras recientes (TEA) que han adoptado tecnologías digitales comerciales es prácticamente igual en el caso de los hombres (84%) que en el de las mujeres (85%), aunque en el caso de las iniciativas consolidadas este porcentaje es superior en el caso de los hombres (74%) que en el de las mujeres (68%).

Sin embargo, al considerar las expectativas de adopción de tecnologías digitales comerciales, el porcentaje de adopción de dichas tecnologías por parte de personas involucradas en iniciativas emprendedoras

Capítulo 4: Características de las iniciativas emprendedoras en Galicia

recientes (TEA) es mayor en el caso de los hombres (55%) que en el caso de las mujeres (47%), mientras que en el caso de las iniciativas consolidadas es mayor en el caso de las mujeres (23%) que en el de los hombres (18%).

EXPECTATIVAS:			
 MUJERES		TEA	CONSOLIDADAS
	SIN ADOPCIÓN (NO NECESITA)	15%	32%
	ADOPCIÓN (PLANIFICADO PREVIAMENTE)	30%	31%
	ADOPCIÓN (DEBIDO A LA PANDEMIA)	55%	37%
 HOMBRES		TEA	CONSOLIDADAS
	SIN ADOPCIÓN (NO NECESITA)	16%	26%
	ADOPCIÓN (PLANIFICADO PREVIAMENTE)	35%	38%
	ADOPCIÓN (DEBIDO A LA PANDEMIA)	49%	36%

 MUJERES		TEA	CONSOLIDADAS
	SIN EXPECTATIVAS	27%	65%
	TAL VEZ	27%	12%
	CON EXPECTATIVAS	47%	23%
 HOMBRES		TEA	CONSOLIDADAS
	SIN EXPECTATIVAS	33%	72%
	TAL VEZ	13%	11%
	CON EXPECTATIVAS	55%	18%

Tabla 4.7. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de la adopción y las expectativas de adopción de tecnologías digitales comerciales debido a la crisis sanitaria y del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)

4.8. Orientación a la sostenibilidad

Aproximadamente algo más del 67% de las iniciativas emprendedoras están de acuerdo en que a la hora de tomar decisiones sobre el futuro de sus negocios siempre tienen en cuenta las implicaciones de tipo social (77%) y medioambiental (73%). Ahora bien, este porcentaje cae al 53% cuando se trata de priorizar el impacto social y/o medioambiental de la empresa por encima de la rentabilidad o el crecimiento (62% las que consideran las de tipo social y 69% las de tipo medioambiental). De este modo, siendo mayoría en ambas etapas de las iniciativas emprendedoras, en 2022 se aprecia una mayor orientación a la sostenibilidad en las empresas en fase inicial (TEA) y que en las consolidadas.

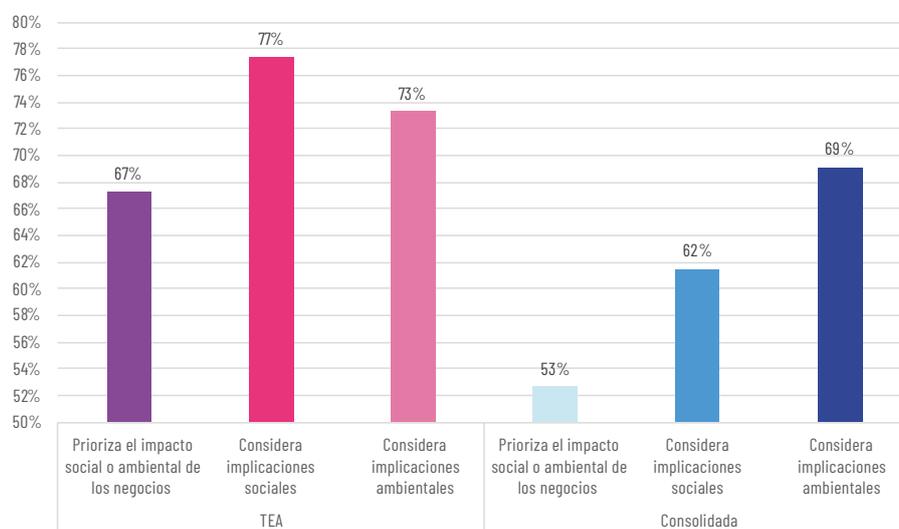


Gráfico 4.9. Iniciativas emprendedoras con orientación a la sostenibilidad (% , 2022)

Capítulo 4: Características de las iniciativas emprendedoras en Galicia

Las iniciativas lideradas por mujeres muestran, en general, un compromiso mayor con los componentes social y medioambiental del emprendimiento sostenible que aquellas impulsadas por hombres.

	TEA	CONSOLIDADAS		TEA	CONSOLIDADAS		
 MUJERES	PRIORIZA EL IMPACTO SOCIAL O MEDIOAMBIENTAL DE LOS NEGOCIOS	70%	59%	 HOMBRES	PRIORIZA EL IMPACTO SOCIAL O MEDIOAMBIENTAL DE LOS NEGOCIOS	62%	46%
	CONSIDERA IMPLICACIONES SOCIALES	78%	73%		CONSIDERA IMPLICACIONES SOCIALES	77%	51%
	CONSIDERA IMPLICACIONES MEDIOAMBIENTALES	71%	73%		CONSIDERA IMPLICACIONES MEDIOAMBIENTALES	77%	65%

Tabla 4.8. Iniciativas emprendedoras con orientación a la sostenibilidad en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)

4.9. Financiación

Aproximadamente el 71% de los proyectos de negocio iniciados en 2022 en Galicia han necesitado un capital semilla igual o inferior a 30.000 euros. Además, las iniciativas que han comenzado su actividad con menos de 10.000 euros son las mayoritarias, alcanzando un 34% del total, y siendo 3.000 euros el valor más frecuente).

La mitad de las empresas están por debajo de	10.000€
Valor más frecuente	3.000€

<3.000	34%
3.001-6.000	9%
6.001-30.000	30%
30.001-100.000	15%
100.001-300.000	9%
>300.000	3%
100%	

Figura 4.1. Capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de proyectos nacientes (2022)

Las iniciativas nacientes afirman que, en términos medios, el 57% de ese capital semilla procede de los ahorros de la persona emprendedora, el 9% de instituciones financieras y el 8% de ayudas públicas. Además de estas fuentes de financiación convencionales, el grupo de familiares, amigos y otras fuentes (las 3F de la financiación emprendedora), aportarían el restante 26% de capital semilla.

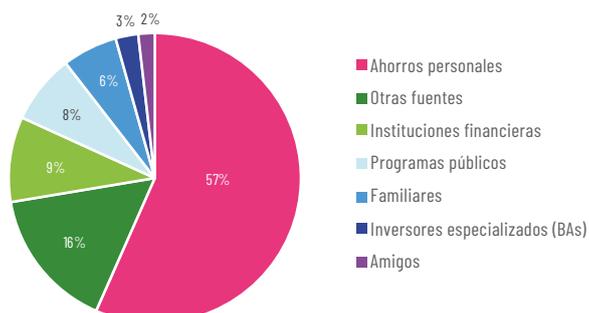


Gráfico 4.10. Origen de la fuente de financiación del capital semilla (% , 2022)

EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN GALICIA: LA PERCEPCIÓN DE LAS PERSONAS EXPERTAS

Este quinto capítulo tiene como objetivo realizar un diagnóstico del ecosistema emprendedor en Galicia, a través del análisis de datos procedentes de la *National Experts Survey* (encuesta NES). La muestra de estas encuestas está conformada por personas expertas vinculadas a un total de nueve áreas del ecosistema emprendedor gallego; a saber: apoyo financiero, políticas públicas, programas gubernamentales, educación y formación emprendedora, transferencia tecnológica, acceso a infraestructura comercial y profesional, apertura del mercado interno, acceso a infraestructura física y de servicios, y normas sociales y culturales.

En la edición GEM Galicia 2022 han participado un total de 40 personas expertas, seleccionadas tanto por su representatividad en cada una de las condiciones del entorno consideradas como por su ubicación geográfica en las cuatro provincias gallegas. El Anexo 1 resume la ficha técnica del estudio y caracteriza el perfil sociodemográfico y profesional de las personas expertas de la muestra.

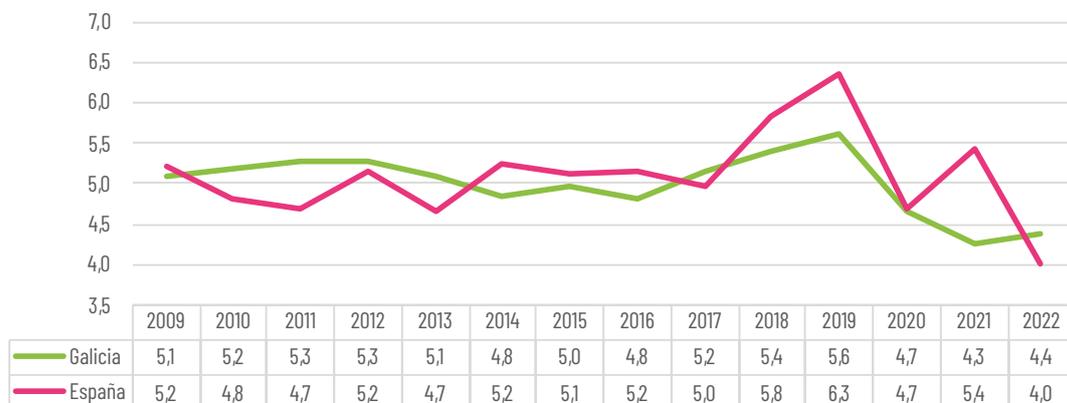
Cada una de estas personas expresa su opinión respecto a un conjunto de condiciones del entorno emprendedor gallego, que se irán desgranando a lo largo de este capítulo. Para ello, se hace uso de un cuestionario que incluye preguntas cerradas que, en una escala Likert 0-10, buscan conocer la percepción de las personas expertas respecto a diferentes aspectos del entorno. Asimismo, el cuestionario incluye preguntas abiertas encaminadas a identificar los principales estímulos a la actividad emprendedora en Galicia y las posibles recomendaciones de cara a su fortalecimiento, así como a ahondar en las principales medidas gubernamentales que, desde el inicio de la pandemia de COVID-19, han favorecido o retraído la actividad emprendedora en Galicia.

Tras esta introducción, el primer epígrafe realiza un diagnóstico de las condiciones del entorno emprendedor gallego, que incluye un análisis de su evolución temporal y un análisis comparado con el contexto nacional y europeo. El segundo epígrafe identifica los principales apoyos a la actividad emprendedora y las recomendaciones de mejora, así como las principales medidas gubernamentales que, a juicio del panel de personas expertas consultadas, han afectado positiva o negativamente a la actividad emprendedora en Galicia desde la irrupción de la pandemia.

5.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender

En la última década, la valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Galicia y España ha estado situada en puntos relativamente próximos, llegando incluso a confluir en el año 2020, pero alcanzando su diferencial máximo en el año 2021 (1,1 puntos). No obstante, el año 2022 ha sido testigo de una reducción de este diferencial, que ahora se sitúa en 0,4 puntos y es favorable para Galicia.

Capítulo 5: El ecosistema emprendedor en Galicia: La percepción de las personas expertas



Nota: En el eje vertical solo se recoge el intervalo de 3,5 a 7 para que puedan apreciarse mejor las diferencias.

Gráfico 5.1. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Galicia y España (2009-2022)

Esta valoración media en Galicia ha estado situada en la última década muy próxima al 5 (en una escala 0-10, donde 10 representa la valoración máxima) y ha alcanzado su valor máximo (5,6) en 2019 y su valor mínimo (4,3) en 2021. En 2022, la valoración media se sitúa en 4,4 puntos, aumentado de forma tímida con respecto al año anterior. Por el contrario, la valoración media en España experimenta un importante retroceso, hasta los 4,0 puntos, situándose así por debajo de la valoración media de las condiciones del ecosistema emprendedor gallego; situación que no se producía desde el año 2017.

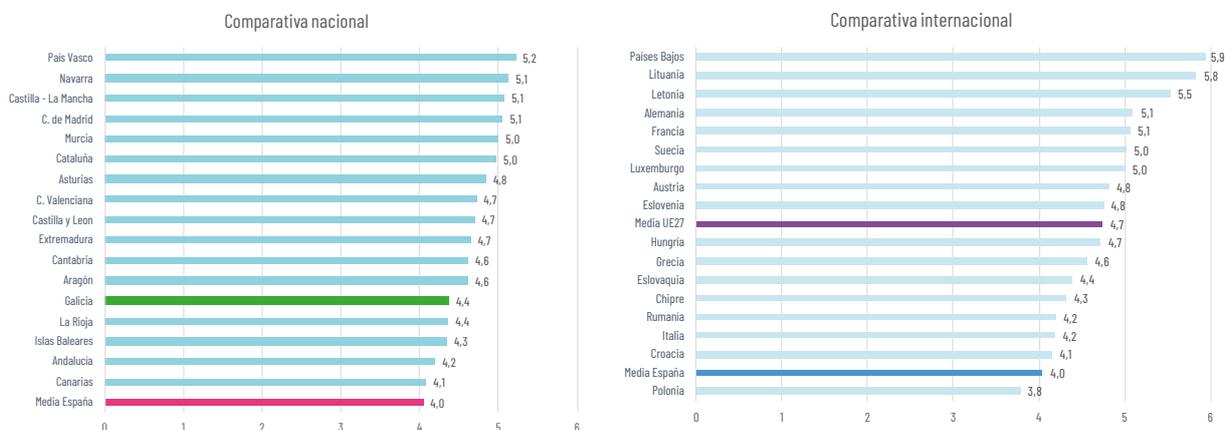


Gráfico 5.2. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Galicia: comparativa nacional e internacional (2022)

En términos comparativos, la valoración media de las condiciones del ecosistema emprendedor en Galicia (4,4 puntos) se sitúa por encima de la valoración media en el conjunto nacional (4,0 puntos), pero por debajo de la valoración que alcanzan la mayor parte de comunidades autónomas españolas. Galicia obtiene la misma valoración que La Rioja, superando únicamente la alcanzada por tres territorios: Canarias, Andalucía e Islas Baleares. Además, solo seis de las 17 comunidades autónomas (a saber: País Vasco, Navarra, Castilla-La Mancha, Comunidad de Madrid, Murcia y Cataluña) alcanzan una valoración media de su entorno emprendedor igual o superior a 5 puntos; valoración encabezada un año más por el País Vasco (5,2 puntos).

Situación similar ocurre si la comparativa se realiza con otras economías de la Unión Europea, donde la valoración en Galicia se sitúa relativamente próxima a la de economías como Chipre (4,3) y Eslovaquia (4,4) o a la media de países de la UE27 (4,7), pero alejada de economías como los Países Bajos (5,9) o Alemania y Francia (5,1).

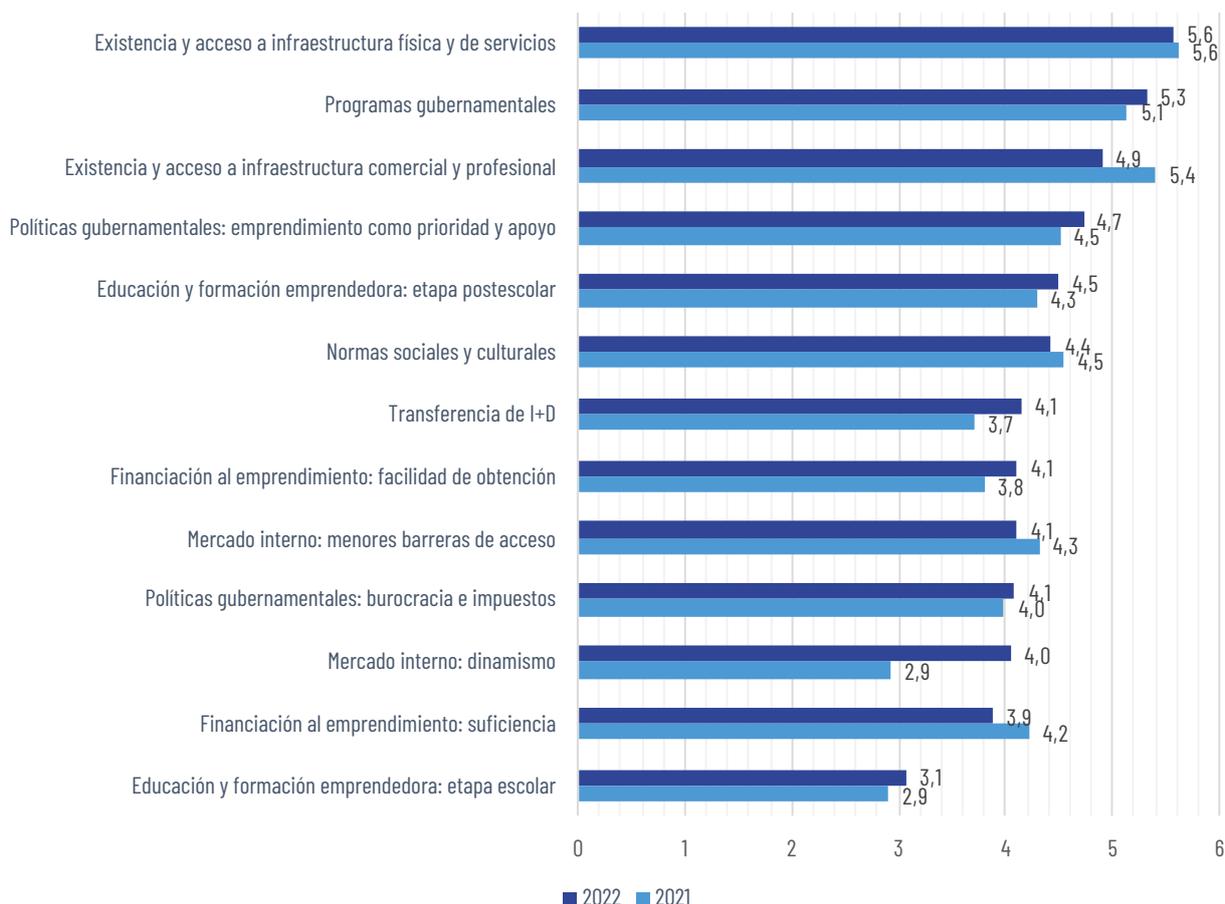


Gráfico 5.3. Valoración media desglosada de las condiciones del entorno para emprender en Galicia (2022)

Un análisis más detallado de las condiciones del entorno emprendedor en Galicia revela que todas ellas, exceptuando cinco (la existencia y acceso tanto a infraestructura física y de servicios como a infraestructura comercial y profesional, las normas sociales y culturales, las menores barreras de acceso al mercado interno y la suficiencia de financiación al emprendimiento), han experimentado una mejora en su valoración respecto al año 2021. Especialmente significativo es el crecimiento que experimenta la valoración que las personas expertas otorgan al dinamismo del mercado interno (de 2,9 a 4,0 puntos).

Solo dos de las condiciones del entorno emprendedor (a saber: la existencia y acceso a infraestructura física y de servicios y la disponibilidad de programas gubernamentales adecuados para apoyar al emprendimiento) alcanzan una puntuación igual o superior a los 5 puntos sobre 10, liderando así el ranking de valoración, al igual que sucedía en los tres años previos a la presente edición del informe. Por el contrario, la educación y formación emprendedora durante la etapa escolar se mantiene, un año más, como la condición peor valorada del ecosistema emprendedor gallego, con una valoración media de 3,1 puntos.



Gráfico 5.4. Valoración media del progreso en la consecución de los ODS (2022)

La edición GEM 2022 incorpora un bloque de preguntas que busca conocer en qué medida las personas expertas consultadas consideran que en Galicia se han conseguido algunos de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. En este sentido, las personas expertas consultadas otorgan una valoración de aprobado a la percepción sobre la prioridad asignada por parte de las empresas de nueva creación o en crecimiento a las prácticas de sostenibilidad en sentido amplio y de sostenibilidad medioambiental en particular (5,1 y 5,2 puntos, respectivamente, en una escala Likert 0-10, donde 10 representa la valoración máxima). Ligeramente inferior es la consideración de la prioridad asignada a la dimensión social de la responsabilidad, otorgando una puntuación de 4,9 puntos a la responsabilidad y contribución social de las empresas.

La prioridad que las personas expertas entrevistadas atribuyen a los gobiernos y responsables políticos en relación con la sostenibilidad empresarial, a través de por ejemplo el desarrollo de leyes y normativas específicas por parte del gobierno regional o el apoyo del gobierno nacional a través de subvenciones o derechos especiales, es de 4,7 puntos. Más escéptico se muestra el panel de expertos (4,3 puntos) en relación con el grado de prioridad que consideran que las empresas sostenibles asignan a los resultados económicos y, por tanto, a la creación de riqueza y beneficios (4,3 puntos).

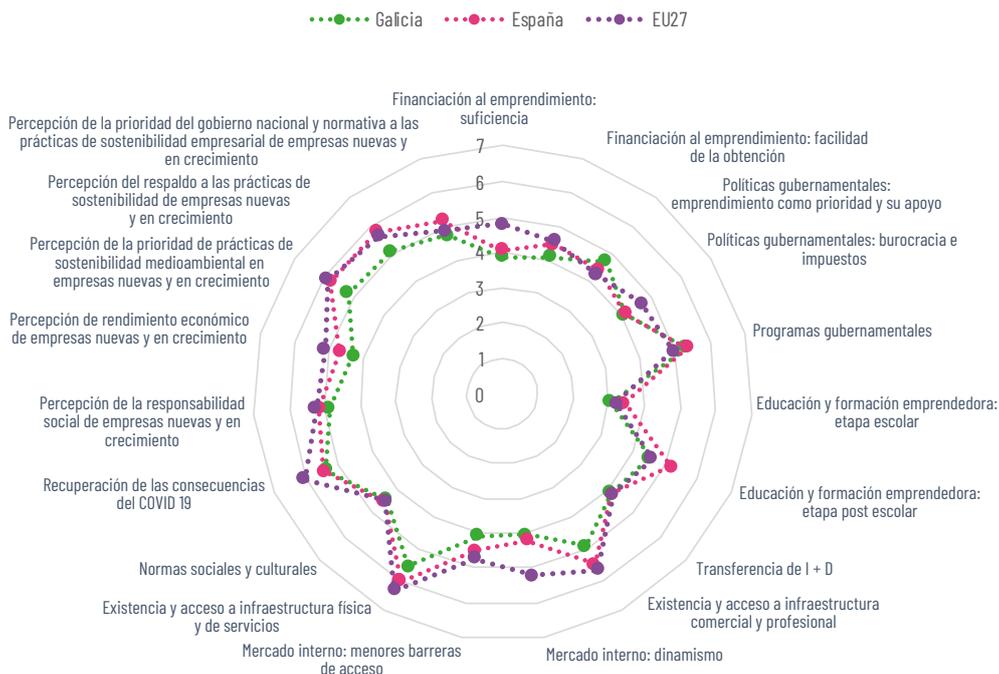


Gráfico 5.5. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: comparativa Galicia, España y EU-27 (2022)

5.2. Principales estímulos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Galicia²

Como se refería al inicio de este capítulo, las personas expertas participantes en la encuesta NES responden a una serie de preguntas abiertas, encaminadas a obtener información cualitativa sobre los principales apoyos a la actividad emprendedora en Galicia y las posibles recomendaciones de cara a favorecerla, así como a la identificación de aquellas políticas gubernamentales que han podido favorecer o retraer la actividad emprendedora desde el inicio de la pandemia. A diferencia de años anteriores, donde cada persona podía mencionar hasta tres posibles respuestas a cada una de las preguntas, en esta edición se permite una única respuesta que, posteriormente, a efectos de comentar los resultados, se codificará en diferentes categorías³.

El 46% de las personas expertas consultadas en 2022 coinciden a la hora de señalar que la apertura de mercado constituye, por tercer año consecutivo, el principal apoyo al emprendimiento en Galicia. En particular, las personas expertas consultadas señalan las oportunidades empresariales que surgen vinculadas a sectores relacionados con la biotecnología, la biomedicina y el turismo y, en menor medida, la economía social. Destacan también las oportunidades vinculadas a la creciente digitalización de la economía, sobre todo a raíz de la pandemia.

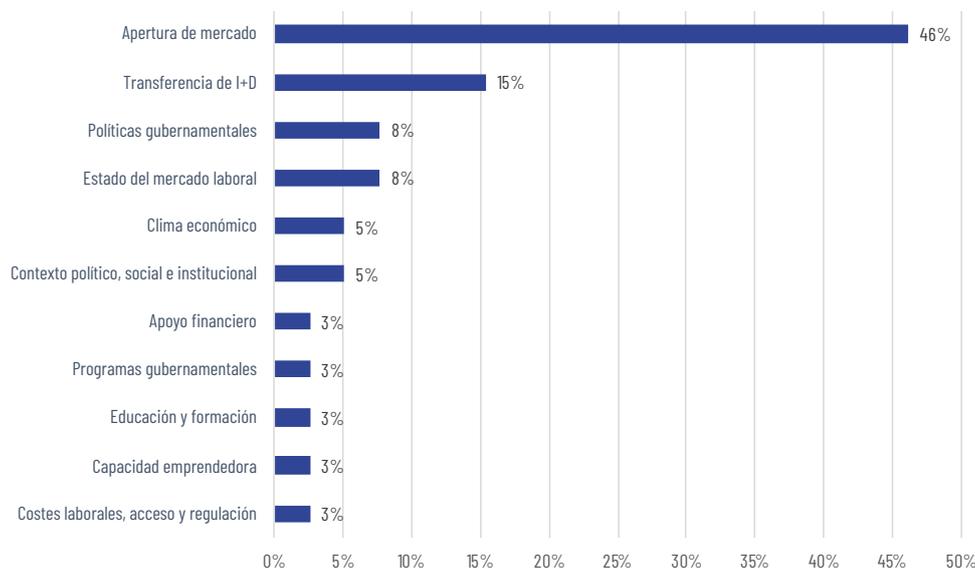


Gráfico 5.6. Estímulos a la actividad emprendedora (2022)

A la apertura de mercado (46%) le siguen, en orden de importancia, la transferencia de I+D (15%), las políticas gubernamentales (8%) y el estado del mercado laboral (8%). El panel de personas expertas señala como principales estímulos al emprendimiento, en lo que a transferencia de I+D se refiere, los programas de aceleración e incubación de proyectos empresariales, así como los resultados de investigación y talento que

² Este capítulo recoge la valoración y opinión de un grupo de personas vinculadas con diferentes áreas del ecosistema emprendedor gallego. El Equipo GEM no se hace responsable de las opiniones aportadas por las personas entrevistadas.

³ Desde el año 2013 esta codificación es realizada por cada uno de los equipos regionales, que debe clasificar cada una de las respuestas en uno de los 21 temas (en el caso de las preguntas sobre apoyos y recomendaciones) y 31 temas (en el caso de las preguntas sobre políticas gubernamentales) previamente definidos por la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA). A pesar del rigor con el que se realiza el proceso, este está sometido a un cierto grado de subjetividad.

surgen al amparo de los centros de investigación y que posteriormente son llevados al mercado. La Axencia Galega de Innovación (GAIN) y el papel que juega en el ecosistema emprendedor gallego es citado como el principal estímulo en el ámbito de las políticas gubernamentales.

Un año más, el panel de expertos considera que el estado del mercado laboral, especialmente por la falta de adecuación de las condiciones laborales a las expectativas del personal empleado, “fuerza” a la población gallega a emprender. Es más, se indica que esto podría ir en detrimento de la calidad del emprendimiento, si se llega a éste como “última alternativa”.

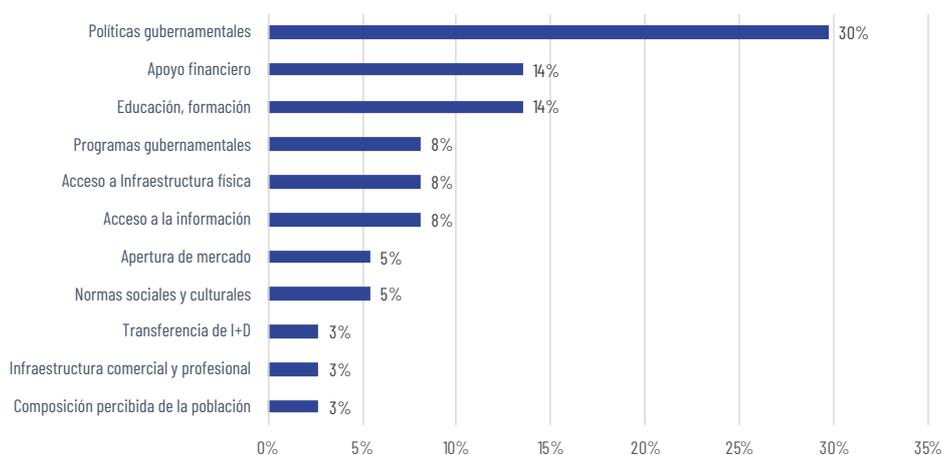


Gráfico 5.7. Recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor (2022)

En aras de mejorar el contexto emprendedor en Galicia, un 30% de las personas expertas consultadas centra sus recomendaciones en la necesidad de actuar sobre las políticas gubernamentales, y particularmente, sobre tres ámbitos claramente definidos. El primero, la simplificación administrativa, a través de la reducción y simplificación de los trámites para la puesta en marcha de empresas y la reducción de plazos administrativos (tanto en lo que se refiere a la concesión de licencias, como al cobro de subvenciones). El segundo, una mayor y, sobre todo, una mejor coordinación entre las diferentes administraciones públicas y agentes vinculados con el emprendimiento, para evitar posibles “solapes y huecos sin cubrir”, como cita una de las personas expertas. El tercero y último de los ámbitos de actuación, proporcionar más ayudas públicas, no solo de carácter económico, sino de acceso a espacios de trabajo y a nuevas tecnologías.

A las políticas públicas le siguen en orden de importancia, las recomendaciones en materia de apoyo financiero y educación y formación, citadas cada una por un 14% de las personas que conforma el panel de expertos. A este respecto, las personas consultadas señalan la importancia de conceder mayor financiación, tanto pública como privada, para favorecer la actividad emprendedora, con particular atención a la consolidación de iniciativas empresariales. Una de las fórmulas más citadas en este sentido es el capital riesgo, un tipo de financiación que en Galicia está despuntando, principalmente concentrándose en sectores muy punteros en nuestra región, como el de la biotecnología.

Las recomendaciones en materia educativa se centran, en el ámbito de la formación reglada, en mejorar la formación en emprendimiento en los diferentes niveles educativos, incorporando la Economía como materia obligatoria en la Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO); apoyando y apostando por la Formación Profesional (FP), que puede ser el germen de un gran número de proyectos empresariales; y educando y sensibilizando al alumnado universitario con el emprendimiento a través de diferentes acciones formativas. El

panel de personas expertas en Galicia también destaca la importancia de formar, orientar, asesorar y tutorizar a quienes se plantean llevar a cabo iniciativas emprendedoras, así como reforzar la cultura o conocimientos financieros de quienes emprenden, para que así sean capaces de abordar las primeras fases de sus proyectos empresariales.



Gráfico 5.8. Acciones gubernamentales que han favorecido la actividad emprendedora durante la pandemia (2022)

El principal estímulo a la actividad emprendedora en Galicia desde la esfera gubernamental ha sido, según un 31% de las personas expertas consultadas, un conjunto de medidas de apoyo de amplio espectro, que incluyen tanto medidas desarrolladas por el gobierno estatal (por ejemplo, los Expedientes de Regulación Temporales de Empleo o ERTE), como por el gobierno autonómico (por ejemplo, los planes de rescate), e incluso medidas desde un ámbito supranacional (por ejemplo, ayudas europeas para el sector tecnológico). Se incluyen también en este grupo la creciente digitalización de las administraciones públicas (eventos online, presentación telemática de subvenciones...) y las ayudas públicas a los procesos de digitalización empresarial. La digitalización es, sin duda, una de las medidas que se considera que más ha beneficiado al emprendimiento en Galicia en el año 2022, tanto a través del teletrabajo como a través de la venta online.

La valoración de estas acciones se realiza en el año 2022, en un contexto en el que Galicia aún estaba sufriendo los efectos de la pandemia de COVID-19 declarada en marzo de 2020. De hecho, las personas expertas de la muestra consideran que el grado de recuperación de niveles de actividad previos a la pandemia por parte de las empresas en Galicia se sitúa aún en niveles bajos; concretamente, su valoración es de 5,4 puntos, en una escala Likert 0-10 (siendo 10 la valoración máxima).

El apoyo financiero constituye otra de las medidas gubernamentales que más ha favorecido la actividad emprendedora durante la pandemia, como señalan el 19% de las personas consultadas. La mayor

financiación pública a la actividad empresarial a través de los fondos *Next Generation* o la dotación de más fondos a *XesGalicia*, son citadas como algunas de las acciones concretas en este ámbito.

La transferencia de I+D, a través de aceleradoras e incubadoras, y las subvenciones específicas del gobierno para el mantenimiento del empleo, la moratoria de créditos o el aplazamiento de obligaciones fiscales ocupan la tercera posición de medidas gubernamentales que más han favorecido la actividad empresarial en el año 2022.



Gráfico 5.9. Acciones gubernamentales que han retraído la actividad emprendedora durante la pandemia (2022)

Un porcentaje considerable de personas expertas (30%) considera que no hay o no conoce ninguna acción gubernamental concreta que puede haber retraído la actividad emprendedora en Galicia en el año 2022. Entre las personas que citan algún aspecto concreto (70%), cuyos datos aparecen reflejados en el gráfico 5.9, un 42% coincide a la hora de señalar aspectos concretos de las políticas gubernamentales; a saber: la excesiva burocracia, la carga impositiva, los retrasos en los trámites administrativos, la priorización de la hostelería frente a otros sectores o la inacción gubernamental ante la subida del coste de las materias primas o los problemas en el transporte.

Un 14% de las personas expertas considera que el apoyo financiero ha sido otro de los aspectos gubernamentales que no han contribuido a la mejora de la situación en el ámbito empresarial durante la pandemia. En este caso, hay una confrontación de opiniones. Por una parte, se señala la falta de apoyo financiero a las personas emprendedoras; y por otra, la existencia de ayudas indiscriminadas y sin el suficiente control.

ENCUESTA A PERSONAS EXPERTAS (NES) 2022

La Tabla 5.1 muestra la ficha técnica de la encuesta NES en Galicia. La Tabla 5.2 muestra el perfil de las personas expertas integrantes del panel de esta edición, conformado por 13 mujeres y 27 hombres, con una edad media de 48 años y aproximadamente 15 años de experiencia en áreas afines al emprendimiento. Todas las personas que integran la muestra cuentan con estudios superiores; en su mayoría estudios de posgrado -máster y/o doctorado- (70%).

Población objetivo	Personas con representatividad en cada una de las condiciones del entorno
Muestra	40 personas distribuidas en función de las condiciones del entorno para emprender y la provincia
Período de realización de la NES	Trabajo de campo: abril-junio de 2022. Procesado de datos: julio de 2022.
Metodología	Encuesta en línea asistida por el GERA <i>Data Quality Team</i> . El cuestionario está integrado por preguntas cerradas valoradas con una escala Likert 0-10 (siendo 10 la valoración máxima) y preguntas abiertas en las que se consulta la opinión de las personas encuestadas acerca de los principales estímulos a la actividad emprendedora, recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno que influyen en la actividad emprendedora, así como principales medidas gubernamentales que han afectado positiva y negativamente a la actividad emprendedora durante la pandemia.
Trabajo de campo	Equipo GEM Galicia
Grabación y creación de la base de datos	GERA <i>Data Quality Team</i> y Equipo GEM Galicia

Tabla 5.1. Ficha técnica de la encuesta a personas expertas

Género	32,5% mujeres 67,5% hombres
Edad promedio	48 años
Años de experiencia en emprendimiento	Experiencia promedio de 15 años en áreas relacionadas con el emprendimiento
Nivel educativo	2,5% estudios secundarios 27,5% estudios universitarios (grado, diplomatura o licenciatura) 70% estudios de postgrado (máster o doctorado)
Categoría profesional ⁴	35% emprendedor/a 10% inversor/a, financiador/a o directivo/a de banca 17,5% gestor/a de políticas públicas 42,5% proveedor/a de servicios y apoyo a empresas (sector privado) 15% proveedor/a de servicios y apoyo a empresas (sector público) 20% profesor/a, investigador/a o académico/a

Tabla 5.2. Perfil sociodemográfico y profesional de las personas expertas entrevistadas

⁴ La persona entrevistada puede seleccionar más de una categoría profesional.

RELACIÓN DE PERSONAS EXPERTAS 2022

El Equipo GEM Galicia quiere agradecer la colaboración de las personas que han participado en la encuesta de la edición 2022 (Tabla 5.3)

Tabla 5.3. Listado de personas expertas participantes

Apellidos, Nombre	Afiliación
Aldecoa Fuentes, Manuel	Técnico de gestión en el consorcio Zona Franca de Vigo.
Ardao Rodríguez, Margarita	Directora general de Emprendimiento y Apoyo al Empleo en la Consellería de Promoción del Empleo e Igualdad.
Bouza Seoane, Maica	Secretaria de Empleo y Previsión Social en <i>Comisiones Obreras-Galicia</i> .
Castro-Thome, Roberto	Director territorial en AESVAL <i>Lógica de Valoraciones, S.A.</i> Responsable de la consultora <i>Social Urban</i> . Vocal de la <i>Asociación de Emprendedores con Discapacidad (Asemdis)</i> . Presidente del <i>Club Galicia ESADE Alumni</i> .
Cerqueiro García, Daniel	Head of Customer Success y Director de Marketing en <i>Docuten</i> . Socio promotor de <i>Phottic</i> . Colaborador activo en <i>Startup.gal</i> .
Crego Gil, Eladio	Fundador y CEO de <i>EFT INNOVATION & COMMERCIALIZATION CONSULTING, S.L.</i>
Davila Aparicio, Raúl	Facilitador empresarial y agente de igualdad. Tesorero del equipo directivo de la <i>Asociación Española de Directores de Personas (AEDIPE)</i> en Galicia.
de la Cruz de la Rosa, Antonio	Socio director de <i>EOSA Estrategia y Organización, S.A.</i>
Díéguez, Jesús M.	Responsable de <i>Asociación Gallega de Trabajadores Autónomos y del Mar (AGTAMAR)</i> Galicia.
Fernández Díaz, Rosa María	Gerente en la <i>Asociación de Jóvenes Empresarios de Vigo (AJE Vigo)</i> y gerente de <i>AJE Galicia</i> . Mentora de proyectos de emprendimiento.
Figueroa Silveira, Nuria	Directora financiera y de control de gestión en <i>VIGO ACTIVO SCR SA SME</i> .
Fraga Castro, M ^a Isabel	Presidenta de la <i>Asociación de Empresas de Inserción de Galicia (AEIGA)</i> .
García García, Xosé Manuel	Responsable de Innovación y Colaboración UDC-Empresa y de los Fondos <i>Next Generation EU</i> en la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación (OTRI) de la Universidade da Coruña.
García Méndez, Esther Libia	Responsable del área de economía de la <i>Confederación de Empresarios de Pontevedra</i> .
Gens Montes, Pablo M ^a	Responsable de creación de spin-offs y vivero de empresas en la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación (OTRI) de la Universidade da Coruña.
Lamelas Nogueira, Guillermo	CEO y cofundador de <i>Alen Space</i> .
López Labrada, Juan Manuel	CEO y fundador de <i>PyH Global Services Holding, S.L.</i>
López Lozano, María Ángeles	Responsable de la Oficina de I+D de la Universidade de Vigo.
López Lozano, M ^a Ángeles	Oficina de I+D de la Universidade de Vigo.
Lustres Pérez, Vicente	Director gerente y administrador de <i>Biostatech Advice Training & Innovation in Biostatistics, S.L.</i>
Mariño Fontenla, M ^a José	Directora del área de centros en la <i>Axencia Galega de Innovación (GAIN)</i> .
Méndez Mosqueira, Gonzalo	Agente de Empleo en <i>Fundación Paideia Galiza</i> .

Apellidos, Nombre	Afiliación
Mougán Bouzón, Higinio	Director y gerente de la <i>Asociación Galega de Cooperativas Agrarias</i> (AGACA).
Muñoz Pliego, M ^a Inmaculada	Técnica del Servicio Universitario de Empleo en la Universidade da Coruña. Responsable del programa "Explorers Jóvenes con Soluciones" en el Campus Universitario de Ferrol.
Oliveira Blanco, Ana	Presidenta de la <i>Unión de Cooperativas Espazocoop</i> . Creadora de <i>Abeluria, S. Coop Galega</i> . Investigadora en cooperativismo y economía social.
Osorio Diéguez, Pablo	Consultor estratégico. Mentor en emprendimiento para el <i>Servicio Universitario de Creación de Empresas del Estudiantado</i> (SUCEDE) de la Univesidade de Vigo.
Parajó Naveira, Diego	Gerente de <i>XENEME Intervención Social S.L. Vocal del Colexio de Educadoras e Educadores Sociais de Galicia-CEESG</i> .
Pérez Fernández, M ^a Eugenia	Directora general de Formación Profesional en la Consellería de Cultura, Educación, Formación Profesional y Universidades.
Pérez Marijuán, Roberto	Socio y consultor en <i>SUMA IMPORTANCIA, S.L.L.</i>
Pérez Rodríguez, Roberto	Gerente en el <i>Clúster TIC Galicia</i> .
Rodríguez Cuervo, M ^a Inmaculada	Directora general de <i>UNIRISCO</i> .
Seoane Vilariño, David	<i>Comms y community manager</i> en <i>FundingBox</i> . Gestor de proyectos y redes en <i>NGL The Next Generation Internet</i> .
Sobradelo Vicente, Eloi	Profesor de Economía en Educación Secundaria.
Suárez Pousa, Diego	Personal técnico del Área de Valorización, Transferencia y Emprendimiento de la Universidade de Santiago de Compostela.
Taibo Gallego, Javier	Director Gerente del <i>Parque Tecnolóxico de Galicia, S.A. (Tecnópole)</i> .
Tubío Villanueva, Ramón	Socio director en <i>Craftium</i> .
Vaamonde Rivero, Carlos Alberto	Gestor de políticas públicas en la <i>Axencia Galega de Innovación</i> (GAIN).
Varela, Miguel	CEO y co-fundador de <i>TEIMAS</i> .
Villares Balsa, Tania	Gestora de inversiones en <i>XESGALICIA, Sociedad Gestora de Entidades de Inversión de Tipo Cerrado, S.A.U.</i>
Villaverde Acuña, José Luis	Director del Área de Valorización, Transferencia y Emprendimiento en la Univesidade de Santiago de Compostela.



PARTE 2

MONOGRAFÍA

IMPULSANDO EL CAMBIO, CREANDO OPORTUNIDADES. EL PAPEL DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE GALICIA

6.1. Introducción

En los últimos años ha crecido el interés por el emprendimiento como motor de desarrollo y crecimiento económico. Paralelamente, ha aumentado la preocupación por los límites del modelo de desarrollo económico imperante, determinando la necesidad de cambio hacia un nuevo paradigma de actividad que combine el desarrollo económico y la sostenibilidad. En este contexto, recientemente se ha desarrollado un discurso defensor de la transformación del comportamiento empresarial hacia enfoques más 'sociales', como el de responsabilidad social empresarial, las empresas con impacto, las *B-corp*⁵, el empresariado social, la nueva filantropía y la transformación de los agentes sociales en *social investors*.

Al mismo tiempo, se potencia el rol como agente de cambio de la Economía Social (en adelante, ES), concebido como un tercer sector económico institucional, situado entre el Estado y el Sector empresarial privado tradicional que tiende a la maximización de beneficios. Este sector emergente está integrado principalmente por cooperativas, fundaciones, entidades sin fines de lucro y otras entidades de innovación social y de base asociativa constituye el principal modelo de desarrollo por la innovación social. Emplea a más de 14 millones de personas en la Unión Europea y aglutina a más de 28.000 entidades activas (EESC, 2017). La ES cumple funciones macro y microeconómicas correctoras de diferentes desequilibrios y problemas sustantivos de índole económica y social, ampliamente contrastados por la evidencia científica. Por ello, aumentar el espacio de la ES en las economías ayudaría a alcanzar un desarrollo más equilibrado económica y socialmente. Esta es la base de los argumentos en favor de la necesidad de transitar cara un nuevo paradigma, una *better balanced economy*, caracterizada por una participación adecuada de los tres sectores económicos: el público, el privado capitalista y el de ES.

Tradicionalmente, además, se ha destacado el papel que las entidades de ES pueden tener para salir de las crisis económicas sobre la base del desarrollo de un modelo de organización que de la prioridad a resultados que trascienden los estrictamente económicos, como son la creación de empleo de calidad, el desarrollo local, la mejora del bienestar social y el empoderamiento de la ciudadanía. En última instancia, lo que subyace a estos objetivos es la necesidad de compatibilizar el crecimiento económico con la sostenibilidad del sistema, lo que aboca a las organizaciones a realizar profundas transformaciones en sus procesos de gestión y producción.

Este reconocimiento del potencial transformador de ES ensalza el interés por analizar la intención de las personas emprendedoras a la hora de elegir un modelo empresarial en el ámbito de la ES para materializar su intención de emprender. Ello supone optar por un modelo de organización con capacidad para generar impactos socioeconómicos positivos, en particular, sobre el empleo, la cohesión social, la generación de

⁵ Una B corp es una empresa que cumple con los estándares más altos vinculados con la sostenibilidad y el medio ambiente, impacto social, legalidad y transparencia. Se trata de compañías que generan un impacto positivo, resolviendo problemas de naturaleza social y medioambiental.

tejido social y económico, el desarrollo de la democracia, la innovación social, la igualdad de oportunidades, y un desarrollo espacial más equilibrado. Además, pulsar esta intención es especialmente interesante en el caso de las mujeres emprendedoras, pues tradicionalmente se ha destacado la existencia de una relación mutuamente beneficiosa entre el cooperativismo y las mujeres; de hecho, la igualdad de oportunidades y la no discriminación forman parte de los principios constitutivos de las sociedades cooperativas, seguidos del deber de incluir criterios de equilibrio cuantitativo en los programas de educación y desarrollo de liderazgo en dichas sociedades y del derecho a la promoción de la igualdad en puestos de toma de decisiones y en actividades del movimiento cooperativo.

En este contexto, en la comunidad autónoma de Galicia se viene observando una participación creciente de los modelos empresariales en el ámbito de la ES, que implica a más de 100.000 personas y es responsable aproximadamente de la generación del 7% del PIB autonómico. El papel que juega la ES como agente de desarrollo económico, sumado al interés por la generación de un tejido empresarial más resiliente y sostenible, refuerza la importancia de fomentar el estudio de estas entidades, para lo que es importante testar el conocimiento y percepción que tienen las personas con espíritu emprendedor por la ES. Con este objetivo, en la encuesta a la población activa (APS) en Galicia de 2022 se incluyó una batería específica de preguntas sobre la ES, obteniéndose, de la muestra total de 2.000 personas encuestadas, un total de 259 respuestas de personas emprendedoras en fases de nacimiento y consolidación relacionadas con la ES.

6.2. Implantación de las iniciativas

Los modelos empresariales de ES son valorados de modo positivo por los emprendedores en Galicia: en promedio, un 46,3% de las personas emprendedoras involucradas en los primeros años en la creación de empresas valoró la posibilidad de poner en marcha un modelo de negocio bajo algunas de las fórmulas de ES (Figura 6.1). Este porcentaje es mayor en el caso de las empresas dirigidas por varones (63,9%), frente a las mujeres (36,1%). En las iniciativas ya consolidadas, con mayor número de empleados y mayor antigüedad, los porcentajes de intención de elección de un modelo de ES se encuentran más equilibrados, situándose en torno al 31% de media (33,3% y 28,4% para hombres y mujeres, respectivamente).

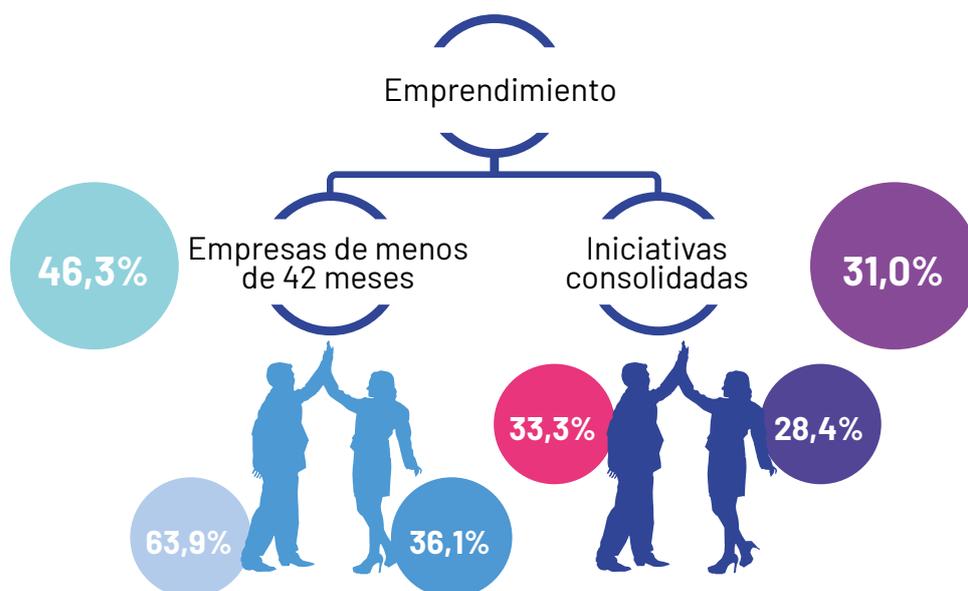


Figura 6.1. Valoró o valoraría la fórmula cooperativa, sociedad laboral u otras tipologías de empresas de Economía Social para poner en marcha el proyecto de emprendimiento (% respuestas positivas)

Se comprueba que estos modelos son cada vez más valorados, sobre todo para las personas con formación universitaria, que aumenta su protagonismo de forma creciente en el marco del emprendimiento (Gráfico 6.1). Así, para las empresas de menos de 42 meses, el 53,2% de las personas con estudios universitarios ha valorado la posibilidad de crear alguna entidad de ES. Por lo que respecta a las iniciativas consolidadas, el porcentaje sería del 36,8%. A tenor de estos resultados, parece deducirse la existencia de un mayor interés por alguna de las fórmulas de ES en las empresas de reciente creación, que son más permeables a las iniciativas de esta naturaleza que las ya consolidadas. Es posible que la menor edad de las personas emprendedoras, muchas con formación universitaria, que suelen estar detrás de las empresas de reciente creación tenga relación con este resultado. Entre los sectores de actividad que se han contemplado en la encuesta (extractivo, transformador, servicios a empresa y servicios al consumidor), la propensión al uso de modelos de ES resulta más elevada entre los servicios a empresas (Figura 6.2). El 63,0% del total de los emprendedores de este sector considera este modelo como una fórmula viable para su emprendimiento si son empresas de menos de 42 meses, porcentaje que se reduce al 30,2% para las empresas consolidadas. En segundo lugar, estaría el sector transformador (40,0%) y el extractivo (36,8%) para las empresas de menos de 42 meses y consolidadas, respectivamente.

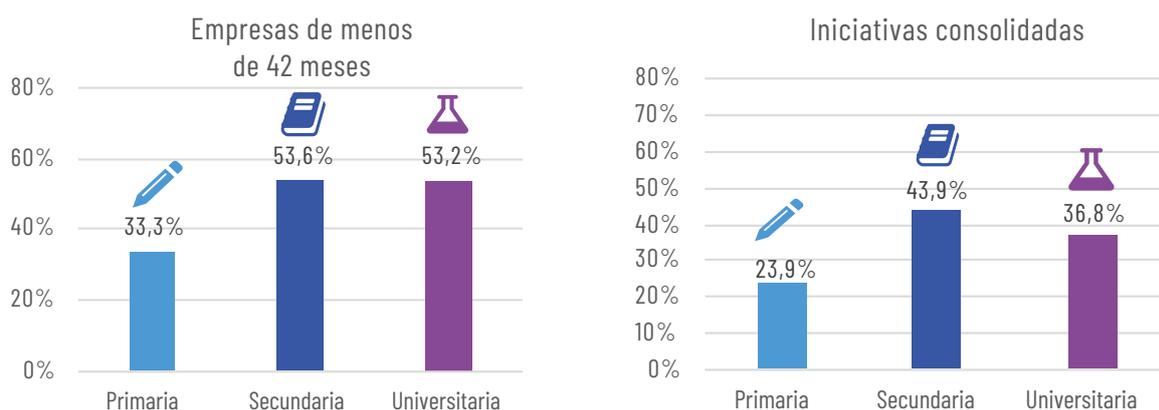


Gráfico 6.1. Posibilidad de implantación de un modelo de Economía Social según nivel de formación

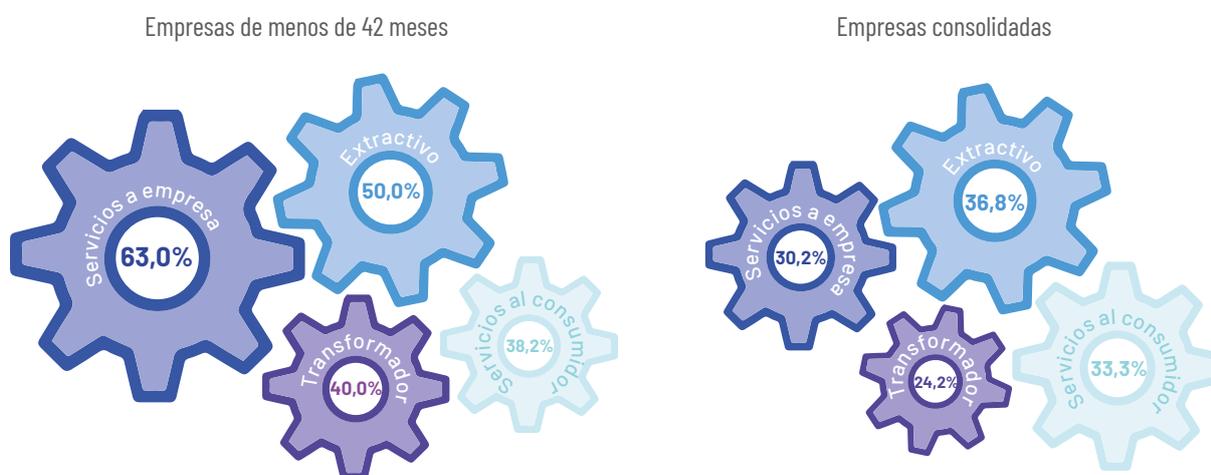


Figura 6.2. Posibilidad de implementación de sociedades de Economía Social según sector de actividad

6.3. Conocimiento

El conocimiento de las potencialidades de los modelos de ES es uno de los elementos clave para optar por alguna de sus fórmulas. En términos generales, el 39,8% de las personas encuestadas de empresas de menos de 42 meses señala un escaso conocimiento de los modelos de ES, porcentaje que asciende al 54,5% en el caso de las iniciativas consolidadas. Las mujeres involucradas en iniciativas ya consolidadas manifiestan de forma mayoritaria (62,2%) que existe un problema de desconocimiento de este tipo de actividades, un resultado que contrasta con el de los emprendedores varones (46,5%). Esta limitación resulta menor para las mujeres en empresas de menos de 42 meses (44,3%), aunque persisten las diferencias en relación con el desconocimiento manifestado por los hombres (31,3%). Este menor grado de conocimiento por parte de las mujeres guarda relación con el resultado obtenido en la intención de implantar una iniciativa de ES (Figura 6.3).

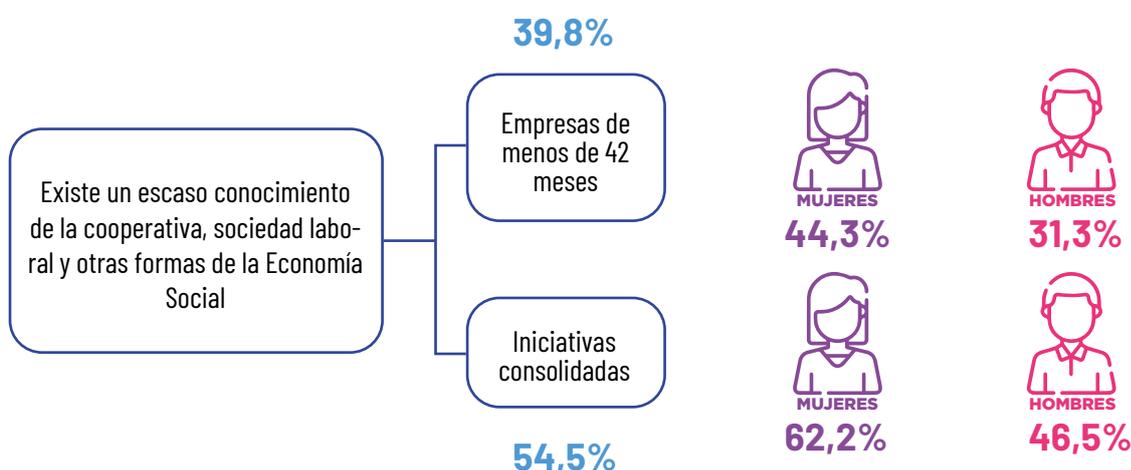


Figura 6.3. Desconocimiento de las fórmulas de ES

Si se analiza el grado de desconocimiento de las fórmulas empresariales de la ES por nivel educativo (Gráfico 6.2), observamos que éste persiste incluso entre las personas con estudios universitarios (46,7% y 53,2% para las empresas de menos de 42 y meses y las empresas consolidadas, respectivamente). Por lo tanto, para potenciar los modelos de ES se hace necesario realizar un mayor esfuerzo de comunicación a personas potencialmente interesadas en estas iniciativas, con independencia de su nivel educativo.

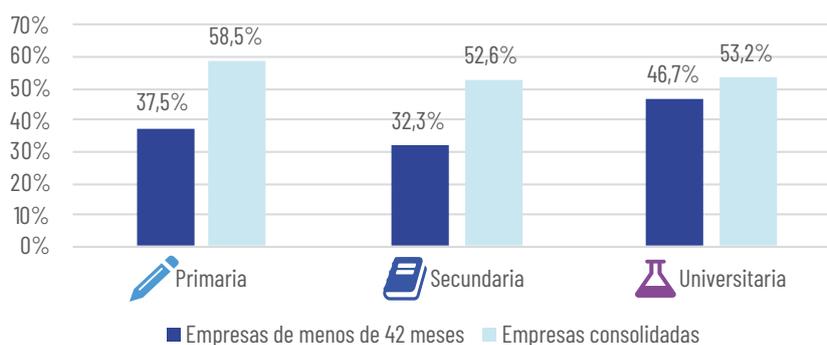


Gráfico 6.2. Grado de desconocimiento de las fórmulas de Economía Social por nivel de estudios

6.4. Percepción sobre la financiación

El 40,7% de las personas emprendedoras de la fase inicial (hasta 42 meses) consideran que las iniciativas en el marco de la ES disponen de mayores ayudas para su implantación y desarrollo (Figura 6.4), siendo mayor esta percepción entre los hombres (46,2%) que entre las mujeres (38,2%). Esta diferencia va en la línea con la mayor predisposición para crear una empresa de ES entre los hombres, como ya se ha señalado. Este resultado se repite en las iniciativas consolidadas, aunque en esta etapa los datos de intención para mujeres y hombres son más similares. Además, son las personas con formación universitaria quienes consideran que estas iniciativas están más favorecidas (Gráfico 6.3) y todo ello pese al alto nivel de desconocimiento de este tipo de iniciativas para toda la muestra entrevistada, incluido aquella con formación superior.

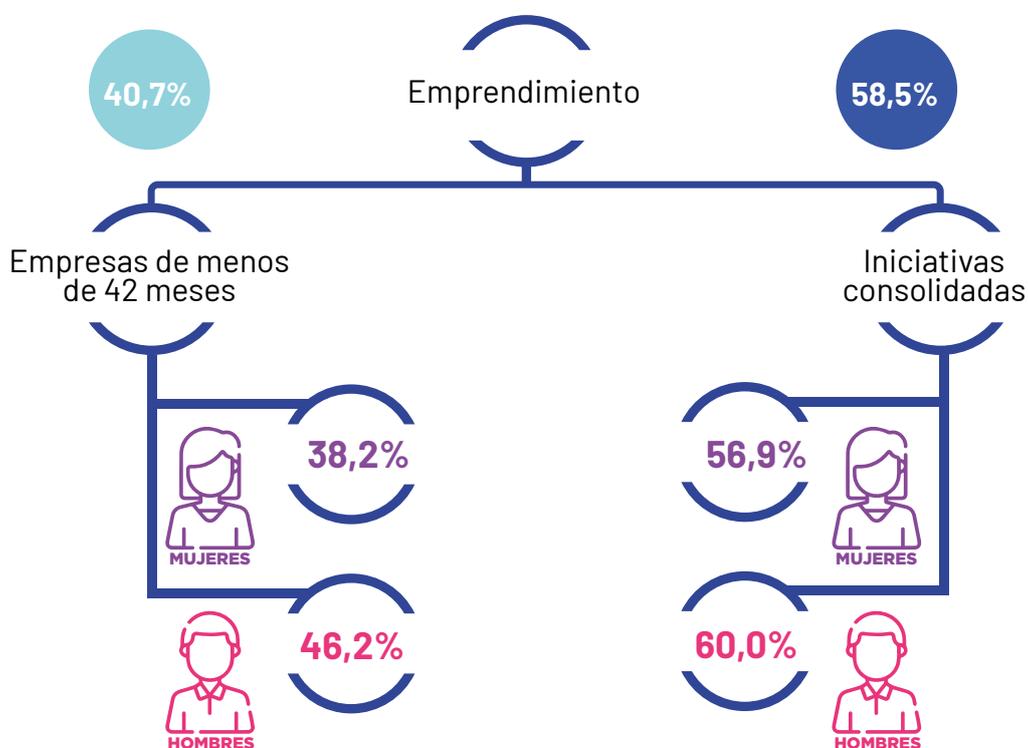


Figura 6.4. Valoración sobre si las fórmulas de Economía Social tienen mayores ayudas

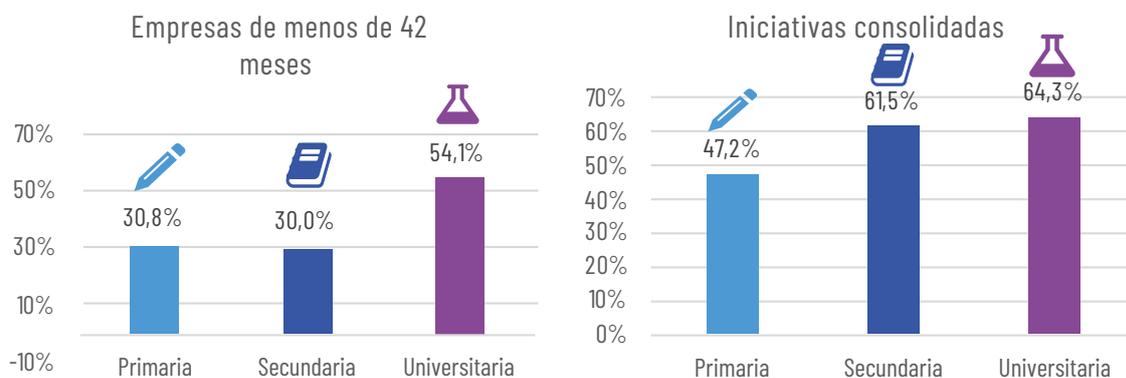


Gráfico 6.3. Valoración sobre si las fórmulas de ES tienen mayores ayudas por nivel de formación

En términos generales, algo menos de la mitad de las personas participantes en la encuesta consideran que las fórmulas de ES suponen menos costes en su constitución: casi un 43% está algo o bastante de acuerdo con esta afirmación (Gráfico 6.4). En este grupo, la percepción de los hombres participantes (53,3%) es claramente superior a la de las mujeres (37,5%). De nuevo, este resultado concuerda con el obtenido en la valoración de si se han planteado crear algún tipo de entidad de ES, puesto que un menor coste para su constitución puede implicar un mayor interés por este tipo de actividades.

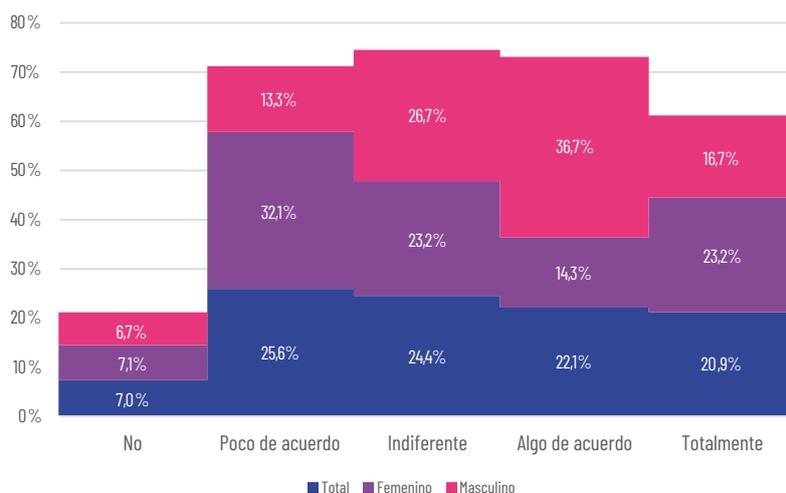


Gráfico 6.4. Percepción sobre la existencia de menores costes económicos en la constitución de entidades de ES: empresas de menos de 42 meses

Para las iniciativas consolidadas (Gráfico 6.5) el 25,9% de las mujeres están totalmente de acuerdo con que las empresas de ES cuentan con menos costes económicos en la constitución, porcentaje que se reduce al 15,3% para los hombres. Como se observa, los resultados son similares a los obtenidos entre las empresas de menos de 42 meses.

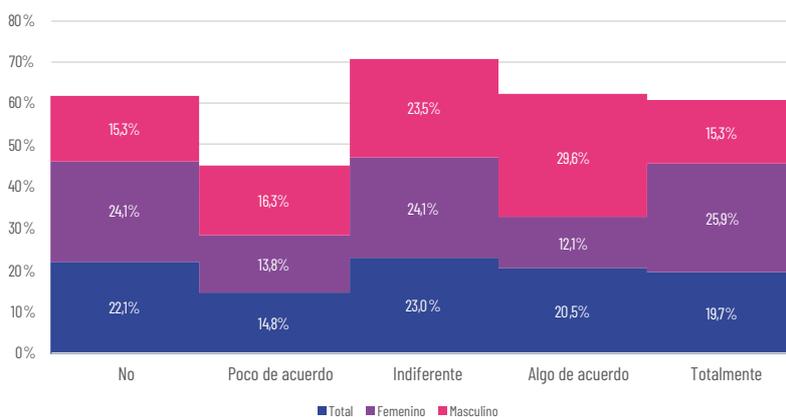


Gráfico 6.5. Percepción sobre la existencia de menores costes económicos en la constitución de entidades de Economía Social: iniciativas consolidadas

Sin embargo, cuando se consideran el agregado de las valoraciones más elevadas (algo y totalmente de acuerdo), los hombres (44,9%) manifiestan un mayor grado de acuerdo frente a las mujeres (37,5%).

En relación con la mayor dificultad de este tipo de iniciativas en cuanto a financiación ajena, el 33,7% de las personas participantes manifiesta que este tipo de iniciativas presentan problemas para acceder a estos recursos si se trata de empresas de menos de 42 meses (Figura 6.5), porcentaje que se eleva al 37,7% para las iniciativas consolidadas. En este caso, las mujeres reconocen mayores dificultades, invirtiéndose el resultado para las empresas de menos de 42 meses. Esta percepción es particularmente llamativa entre las personas que cuentan con titulación universitaria (Figura 6.6), donde el 41,5% de las personas señala la existencia de mayores dificultades para conseguir financiación ajena si se trata de una empresa de menos de 42 meses. Para el caso de iniciativas consolidadas, el porcentaje más elevado de dificultades para conseguir financiación ajena lo recoge las personas con estudios secundarios (51,1%).

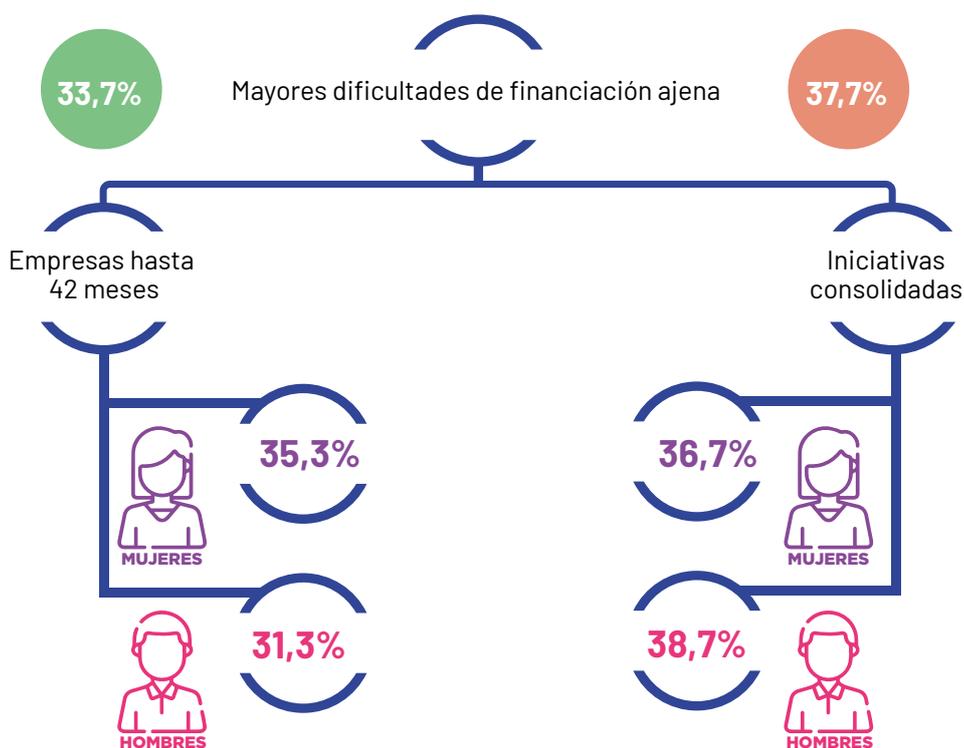


Figura 6.5. Porcentaje de personas que señalan la existencia de mayores dificultades de financiación ajena en las iniciativas de economía social

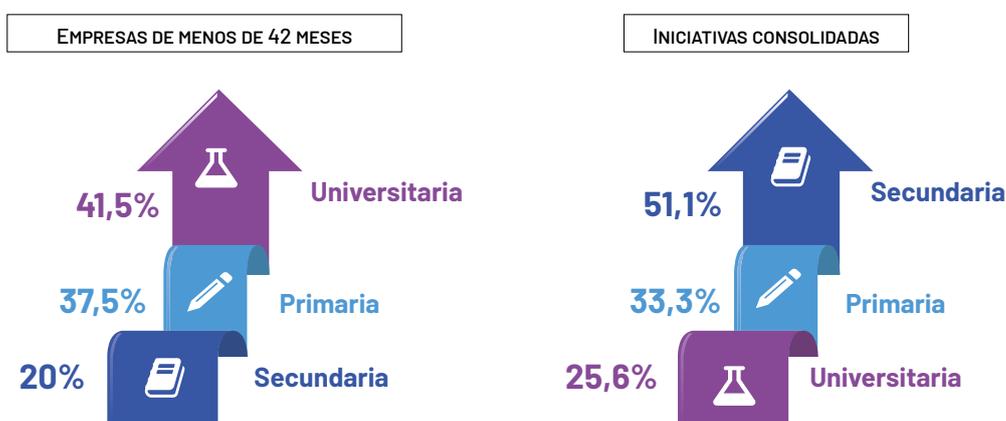


Figura 6.6. Porcentaje de personas que señalan la existencia de mayores dificultades de financiación ajena en las iniciativas de economía social por nivel de estudios

6.5. Burocracia y puesta en marcha

Una de las mayores preocupaciones de las personas emprendedoras es las limitaciones y problemas que puede conllevar la burocracia para la puesta en marcha de una nueva iniciativa, algo que se viene reflejando sistemáticamente en los informes GEM, tanto a nivel nacional como en el informe GEM Galicia. En efecto, unas mayores exigencias burocráticas pueden desincentivar no solo la creación de nuevas iniciativas, sino complicar el funcionamiento de las ya consolidadas, por lo que es necesario pulsar la valoración de las personas emprendedoras sobre estas cuestiones.

Para ello se ha preguntado si han seguido el consejo de su gestoría o entidad que le acompañó en el proceso de constitución o puesta en marcha de la empresa. Si las personas entrevistadas señalan un alto grado de seguimiento, se estaría reflejando la necesidad de contar con profesionales que orienten en este proceso, lo que puede entenderse como un indicador de complejidad administrativa. El Gráfico 6.6 muestra que casi el 45% de las personas emprendedoras en iniciativas de menos de 42 meses de antigüedad ha seguido el consejo de su asesoría para poner en marcha la entidad (aunando a quienes manifiestan estar algo y totalmente de acuerdo con esta pregunta). Además, un 32,7% reconoce haber optado totalmente por esta vía, mientras que un 12,2% manifiestan haberlo hecho en ciertas ocasiones. Las mujeres (46,3%) emplean esta vía en mayor proporción que los hombres (41,9%). Por el contrario, solo el 18,4% de las personas entrevistadas manifiesta no haber acudido a una asesoría (17,9% y 19,4% para mujeres y hombres, respectivamente). Estos resultados se ratifican para el caso de iniciativas consolidadas, donde el 56,2% de las personas emprendedoras manifiesta haber acudido alguna vez o haber dependido totalmente de esta ayuda. Las mujeres recogen un indicador algo más elevado que los varones (58,1% y 54,2%, respectivamente)(Gráfico 6.7).

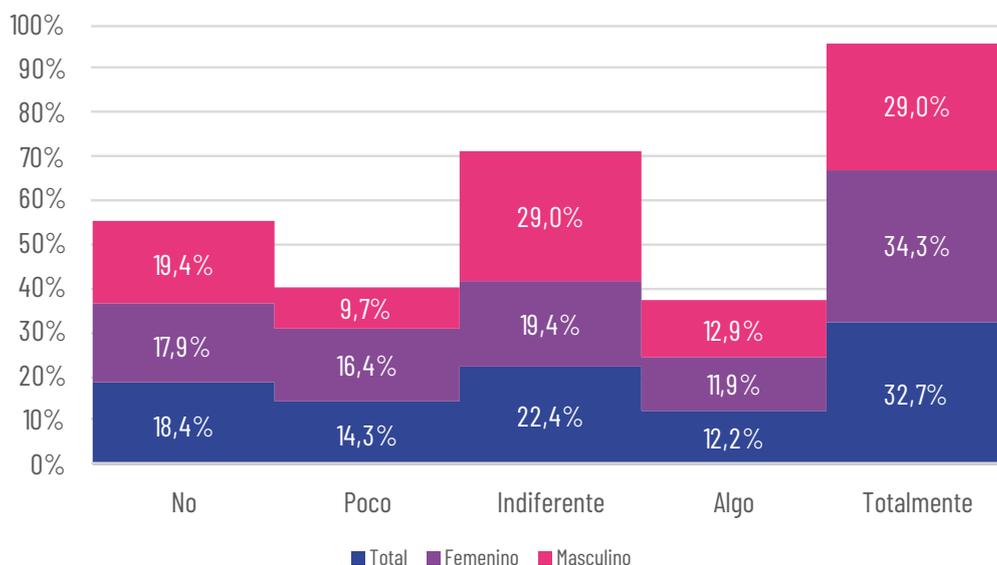


Gráfico 6.6. Ha seguido el consejo de su asesoría para poner en marcha la entidad: empresas de menos de 42 meses (% respuestas)

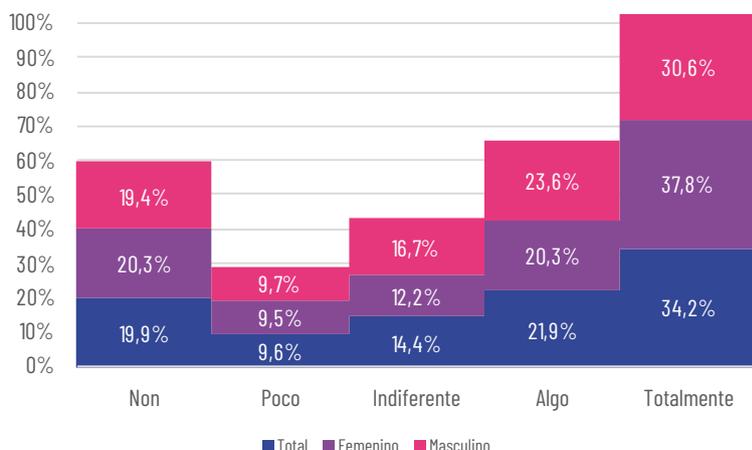


Gráfico 6.7. Ha seguido el consejo de su asesoría para poner en marcha la entidad: iniciativas consolidadas (% respuestas)

En términos agregados, el 48,3% de las personas entrevistadas señala que existe una mayor burocracia a la hora de poner en marcha la empresa si se opta por un modelo de economía social si se trata de una entidad de menos de 42 meses y el 53,5% si se trata de una iniciativa consolidada (Figura 6.7). Las mujeres (56,3%) señalan la existencia de un mayor grado de burocratización que los hombres (50,8%) para las iniciativas consolidadas, comportamiento similar al reflejado para el caso de empresas de menos de 42 meses (49,1% y 46,7% para mujeres y hombres, respectivamente).

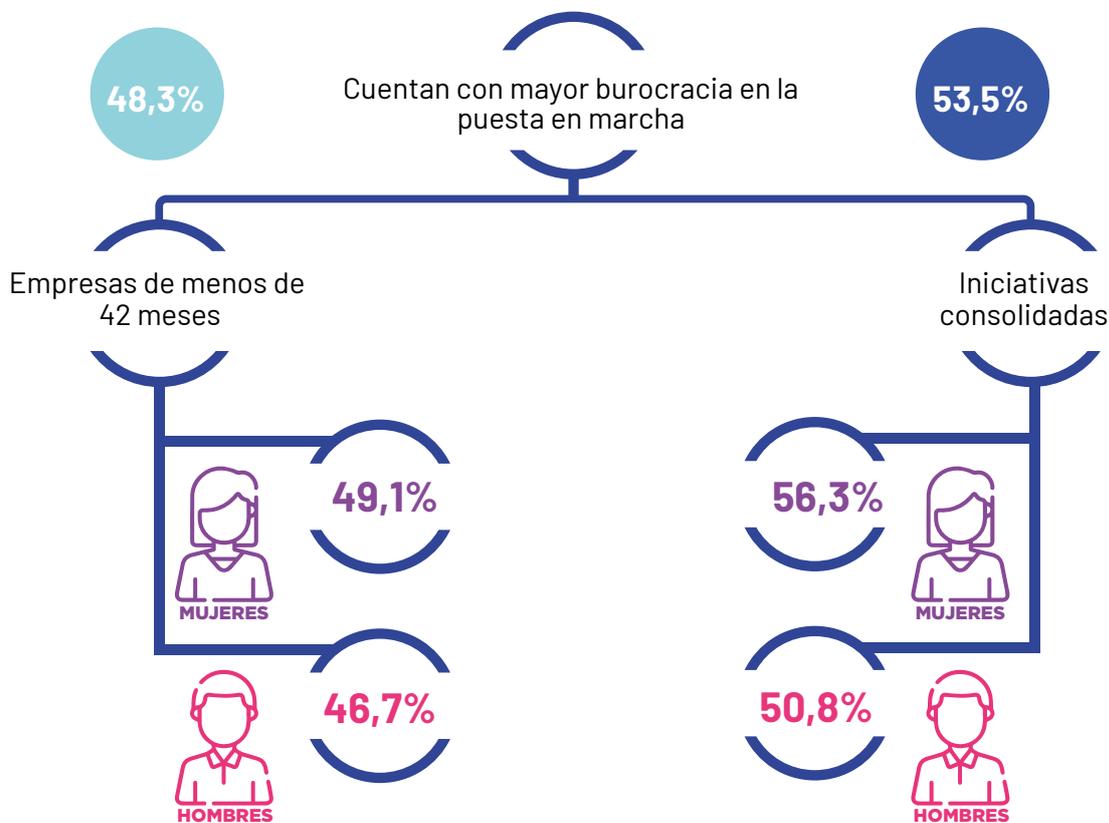


Figura 6.7. Porcentaje de personas que señalan la existencia de mayor burocracia a la hora de poner en marcha una empresa en el ámbito de la Economía Social

6.6. Los principios cooperativos

Una cuestión importante para detectar las opciones de las iniciativas de ES es conocer la valoración de las personas emprendedoras sobre hasta qué punto los principios y valores de las entidades que conforman la ES se ajustan a la forma en que los emprendedores entienden su empresa. Como se indica en la figura 6.8, en el caso de las iniciativas de menos de 42 meses los hombres indican que las entidades que han creado reflejan estos principios y valores en mayor proporción que las mujeres (58,1% y 50,8%, para hombres y mujeres, respectivamente). Este resultado se invierte entre las iniciativas consolidadas, donde las mujeres perciben un mayor grado de ajuste (52,1% para los hombres y 56,9% para las mujeres). En términos agregados los porcentajes son del 53,3% y del 54,5% para las empresas de menos de 42 meses y las iniciativas consolidadas, respectivamente.

Desagregando estos resultados por el nivel de estudios (Gráfico 6.8), las personas con educación primaria (62,5%) son quienes manifiestan que sus empresas se ajustan con mayor intensidad a los principios y valores cooperativos en el caso de entidades de menos de 42 meses, mientras que, en las iniciativas consolidadas, esta valoración es mayoritaria para las personas con educación secundaria (64,3%). Además, resulta destacable que las personas con formación universitaria son las que más alejadas se encuentran de los principios y valores de la ES en su forma de entender la empresa, puesto que solo el 46,8% y el 41,9% para las empresas de menos de 42 meses e iniciativas consolidadas, respectivamente, manifiestan estar de acuerdo. Quizás, la clara orientación de la ES hacia actividades más centradas en el sector primario puede ser el motivo de esta menor sintonía de las personas con formación superior con los principios y valores de a ES.

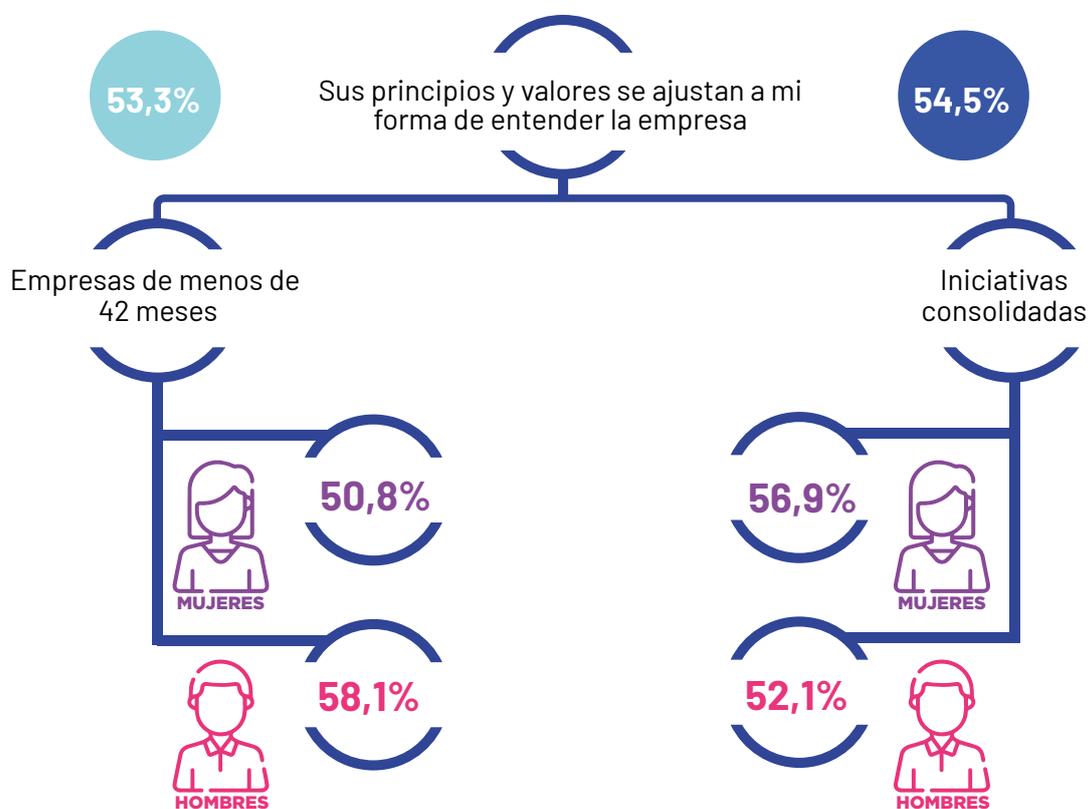


Figura 6.8. Porcentaje de personas que consideran que los principios y valores de la Economía Social se ajustan a su forma de entender la empresa

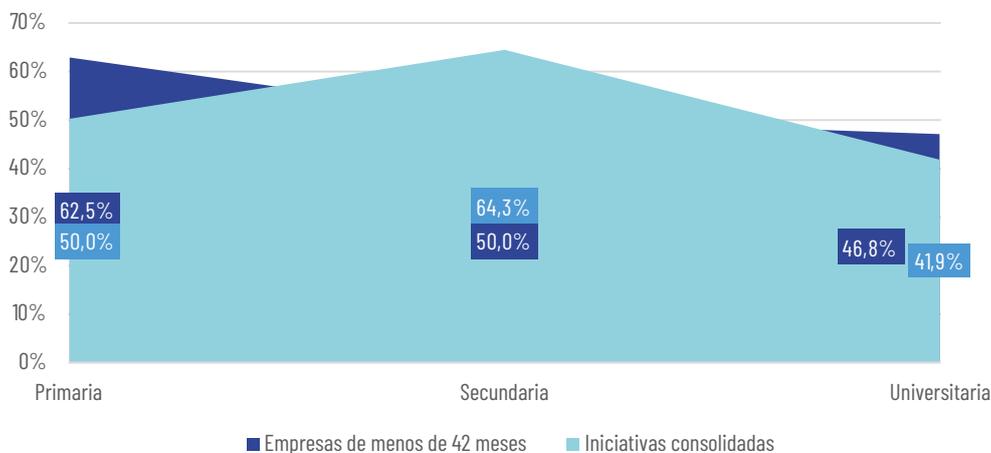


Gráfico 6.8. Porcentaje de personas que consideran que los principios y valores de la Economía Social se ajustan a su forma de entender la empresa por nivel educativo

6.7. Conclusiones

El 46,3 % de los emprendedores que están en las primeras fases de negocio consideran que las fórmulas de ES podrían constituir una alternativa válida para sus negocios. Existen, sin embargo, importantes diferencias por género: el 63,9% son hombres, frente al 36,1% que suponen las mujeres. Además, si se trata de iniciativas consolidadas, el 62,2% de las mujeres manifiestan un desconocimiento de la fórmula cooperativa, sociedad laboral u otras empresas de ES frente al 46,5 % de los hombres.

Esta percepción también se ve reflejada en materia de financiación, donde en relación con las ayudas recibidas, un 46,2% de los emprendedores varones y un 38,2% de las mujeres consideran que estas iniciativas disponen de mayores ayudas a hora de emprender si se trata de iniciativas de menos de 42 meses.

Además, un 53,5% de los hombres considera que las fórmulas de ES implican menos costes económicos frente al 37,5% de las mujeres para este tipo de entidades. No obstante, un 35,3% de ellas y un 31,3% de ellos consideran que existen mayores dificultades de financiación ajena en las primeras etapas. Además, casi la mitad de los emprendedores consideran que estas fórmulas son más burocráticas si se trata de una empresa de menos de 42 meses (48,3%), aumentando ligeramente esta valoración para las iniciativas consolidadas (53,5%).

Finalmente, más de la mitad de las personas emprendedoras, tanto para las empresas de menos de 42 meses como aquellas ya consolidadas, señalan que los principios y valores cooperativos presentes en las entidades de ES se ajustan a su forma de entender la empresa.

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1. Percepciones sobre valores y actitudes para emprender (% de la población, 2022).....	29
Gráfico 1.2. Percepción de oportunidades para emprender en los próximos seis meses (% de la población, 2021-2022).....	30
Gráfico 1.3. Percepción de oportunidades para emprender: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	31
Gráfico 1.4. Percepción de poseer conocimientos y habilidades para emprender: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	31
Gráfico 1.5. Percepción de miedo al fracaso: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	32
Gráfico 1.6. Percepción sobre modelos de referencia: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	32
Gráfico 2.1. Evolución de las iniciativas emprendedoras (% de la población, 2005-2022).....	37
Gráfico 2.2. Evolución del índice TEA en función del sexo (% de la población, 2005-2022).....	38
Gráfico 2.3. Emprendimiento potencial: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	39
Gráfico 2.4. TEA: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	39
Gráfico 2.5. Empresas consolidadas: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	40
Gráfico 2.6. Cierres: Galicia en el contexto español e internacional (% de la población, 2022).....	40
Gráfico 3.1. Motivaciones para emprender (% , 2021-2022).....	43
Gráfico 3.2. Distribución por tramos de edad de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022).....	44
Gráfico 3.3. Evolución del índice TEA por tramos de edad (% de la población, 2008-2022).....	45
Gráfico 3.4. Distribución según el nivel de formación específica para emprender de las personas emprendedoras (% , 2022).....	47
Gráfico 3.5. Distribución según el nivel de conocimientos financieros auto percibidos de las personas emprendedoras (% , 2022).....	48
Gráfico 3.6. Distribución por nivel de renta de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022).....	48
Gráfico 3.7. Evolución del índice TEA por nivel de renta (% , 2008-2022).....	49
Gráfico 3.8. Personas emprendedoras con algún grado de discapacidad (% , 2022).....	50
Gráfico 3.9. Inmigración según la fase del proceso emprendedor (% , 2022).....	50
Gráfico 4.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras por sector de actividad (% , 2021-2022).....	51
Gráfico 4.2. Iniciativas emprendedoras de carácter familiar (% , 2022).....	52
Gráfico 4.3. Distribución de las iniciativas emprendedoras por tamaño (% , 2021-2022).....	53
Gráfico 4.4. Características del empleo creado por las iniciativas emprendedoras que han llevado a cabo contrataciones en los últimos 12 meses (% , 2021-2022).....	53
Gráfico 4.5. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de las expectativas de creación de empleo en 5 años (% , 2021-2022).....	54
Gráfico 4.6. Iniciativas emprendedoras con orientación innovadora (% , 2021-2022).....	55
Gráfico 4.7. Iniciativas emprendedoras con orientación internacional (% , 2021-2022).....	56
Gráfico 4.8. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de la adopción y las expectativas de adopción de tecnologías digitales comerciales debido a la crisis sanitaria (% , 2022).....	57
Gráfico 4.9. Iniciativas emprendedoras con orientación a la sostenibilidad (% , 2022).....	58
Gráfico 4.10. Origen de la fuente de financiación del capital semilla (% , 2022).....	59
Gráfico 5.1. Evolución de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender: Galicia y España (2009-2022).....	62
Gráfico 5.2. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Galicia: comparativa nacional e internacional (2022).....	62
Gráfico 5.3. Valoración media desglosada de las condiciones del entorno para emprender en Galicia (2022).....	63
Gráfico 5.4. Valoración media del progreso en la consecución de los ODS (2022).....	64
Gráfico 5.5. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: comparativa Galicia, España y EU-27 (2022).....	64
Gráfico 5.6. Estímulos a la actividad emprendedora (2022).....	65
Gráfico 5.7. Recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor (2022).....	66
Gráfico 5.8. Acciones gubernamentales que han favorecido la actividad emprendedora durante la pandemia (2022).....	67
Gráfico 5.9. Acciones gubernamentales que han retraído la actividad emprendedora durante la pandemia (2022).....	68

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfico 6.1. Posibilidad de implantación de un modelo de Economía Social según nivel de formación.....	77
Gráfico 6.2. Grado de desconocimiento de las fórmulas de Economía Social por nivel de estudios	78
Gráfico 6.3. Valoración sobre si las fórmulas de ES tienen mayores ayudas por nivel de formación	79
Gráfico 6.4. Percepción sobre la existencia de menores costes económicos en la constitución de entidades de ES: empresas de menos de 42 meses	80
Gráfico 6.5. Percepción sobre la existencia de menores costes económicos en la constitución de entidades de Economía Social: iniciativas consolidadas	80
Gráfico 6.6. Ha seguido el consejo de su asesoría para poner en marcha la entidad: empresas de menos de 42 meses (% respuestas).....	82
Gráfico 6.7. Ha seguido el consejo de su asesoría para poner en marcha la entidad: iniciativas consolidadas (% respuestas).....	83
Gráfico 6.8. Porcentaje de personas que consideran que los principios y valores de la Economía Social se ajustan a su forma de entender la empresa por nivel educativo	85

LISTADO DE TABLAS

Tabla 0.1. Ficha técnica de la encuesta APS (GEM Galicia, 2022).....	22
Tabla 0.2. Distribución de las encuestas APS por sexo, edad y ámbito geográfico (GEM Galicia, 2022).....	23
Tabla 1.1. Percepción de oportunidades para emprender en función del sexo (% de la población, 2022)	30
Tabla 2.1. Emprendimiento potencial, TEA e iniciativas consolidadas en función del sexo (% de la población, 2021-2022).....	36
Tabla 3.1. Motivaciones para emprender en función del sexo (% , 2021-2022)	44
Tabla 3.2. Distribución por tramos de edad de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) en función del sexo (% , 2021-2022).....	45
Tabla 3.3. Distribución por nivel educativo de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022)	46
Tabla 3.4. Distribución por nivel educativo y sexo de las personas en el proceso emprendedor (% , 2022).....	46
Tabla 3.5. Distribución según el nivel de formación específica para emprender y el sexo de las personas emprendedoras (% , 2022).....	47
Tabla 3.6. Distribución según el nivel de conocimientos financieros auto percibidos y el sexo de las personas emprendedoras (% , 2022)	48
Tabla 3.7. Distribución por nivel de renta de las personas emprendedoras en fase inicial (TEA) en función del sexo (% , 2021-2022).....	49
Tabla 4.1. Distribución de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (TEA) por sector de actividad en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022).....	51
Tabla 4.2. Iniciativas emprendedoras de carácter familiar en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022).....	52
Tabla 4.3. Distribución de las iniciativas emprendedoras por tamaño en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022).....	53
Tabla 4.4. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de las expectativas de creación de empleo en 5 años y del sexo de la persona emprendedora (% , 2022).....	54
Tabla 4.5. Iniciativas emprendedoras con orientación innovadora en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022).....	56
Tabla 4.6. Iniciativas emprendedoras con orientación internacional en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)	56
Tabla 4.7. Distribución de las iniciativas emprendedoras en función de la adopción y las expectativas de adopción de tecnologías digitales comerciales debido a la crisis sanitaria y del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)	58
Tabla 4.8. Iniciativas emprendedoras con orientación a la sostenibilidad en función del sexo de la persona emprendedora (% , 2022)	59
Tabla 5.1. Ficha técnica de la encuesta a personas expertas.....	69
Tabla 5.2. Perfil sociodemográfico y profesional de las personas expertas entrevistadas	69
Tabla 5.3. Listado de personas expertas participantes	70

LISTADO DE FIGURAS

Figura 0.1. Marco teórico GEM revisado.....	19
Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos GEM	21
Figura 0.3. Fuentes de información del GEM	22
Figura 2.1. Proceso emprendedor (% de la población, 2021-2022).....	35
Figura 2.2. Abandono de la actividad empresarial (% , 2022).....	37
Figura 6.1. Valoró o valoraría la fórmula cooperativa, sociedad laboral u otras tipologías de empresas de Economía Social para poner en marcha el proyecto de emprendimiento (% respuestas positivas).....	76
Figura 6.2. Posibilidad de implementación de sociedades de Economía Social según sector de actividad	77
Figura 6.3. Desconocimiento de las fórmulas de ES.....	78
Figura 6.4. Valoración sobre si las fórmulas de Economía Social tienen mayores ayudas	79
Figura 6.5. Porcentaje de personas que señalan la existencia de mayores dificultades de financiación ajena en las iniciativas de economía social.....	81
Figura 6.6. Porcentaje de personas que señalan la existencia de mayores dificultades de financiación ajena en las iniciativas de economía social por nivel de estudios	81
Figura 6.7. Porcentaje de personas que señalan la existencia de mayor burocracia a la hora de poner en marcha una empresa en el ámbito de la Economía Social.....	83
Figura 6.8. Porcentaje de personas que consideran que los principios y valores de la Economía Social se ajustan a su forma de entender la empresa	84

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022 - 2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio, Directora Ejecutiva GEM España) Nuria Calvo Babio (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España) María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves y María Saiz (Comité de Dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José Manuel Sánchez Vázquez Carmen Camelo Ordaz Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Universidad, Investigación e Innovación
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) Juan García García José Céspedes Lorente Miguel Pérez Valls	Universidad de Almería Diputación Provincial de Almería
Cádiz	Universidad de Cádiz	José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Camelo Ordaz (Coordinador) Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández (Coordinador) Mercedes Pérez Millán Joaquín García-Tapial Arregui	Universidad Loyola Andalucía
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada Diputación Provincial de Granada (Granada Empresas) Unión Europea-Fondo Social Europeo España Emprende Cámara de Comercio de España Cámara de Comercio de Granada

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022 - 2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Jaén	Universidad de Jaén	<p>María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora)</p> <p>Elia García Martí</p> <p>José García Vico</p> <p>Lucas Antonio Cañas Lozano</p> <p>Manuel Carlos Vallejo Martos</p> <p>María Gutiérrez Salcedo</p> <p>Raquel Barreda Tarrazona</p> <p>Julio Vena Oya</p> <p>María de la Paz Horno Bueno</p>	Universidad de Jaén
Málaga	Universidad de Málaga	<p>Rafael Ventura Fernández (Coordinador)</p> <p>Sofía Louise Martínez Martínez</p>	<p>Universidad de Málaga</p> <p>Ayuntamiento de Málaga</p> <p>Cátedra de Emprendimiento Sostenible</p> <p>Promalaga</p>
Sevilla	<p>Universidad Pablo de Olavide</p> <p>Universidad de Sevilla</p>	<p>Carmen Cabello Medina (Coordinadora)</p> <p>Francisco Liñán (Coordinador)</p> <p>Antonio Carmona Lavado</p> <p>Aída del Cubo</p> <p>Ana M^a Domínguez Quintero</p> <p>José Fernández Serrano</p> <p>Juan Alberto Hueso Arrabal</p> <p>Inmaculada Jaén Figueroa</p> <p>Ana Perez Luño</p> <p>Elena Sousa</p>	<p>Universidad Pablo de Olavide</p> <p>INNLAB</p> <p>Universidad de Sevilla</p> <p>PYMED (Gr. Investigación)</p> <p>Prodetur (Diputación de Sevilla)</p>
Aragón	Universidad de Zaragoza	<p>Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón)</p> <p>Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón)</p> <p>Elisabet Garrido Martínez</p> <p>Jaime Gómez Villascuerna</p> <p>Juan Pablo Maicas López</p> <p>Javier Montero Villacampa</p> <p>Raquel Ortega Lapiedra</p> <p>Sergio Palomas Doña</p>	<p>Fundación Aragón Emprende</p> <p>Cátedra Emrender</p> <p>Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón</p>
Asturias	Universidad de Oviedo	<p>Manuel González Díaz (Director GEM- Asturias)</p> <p>Vanesa Solís Rodríguez (Directora Técnica GEM- Asturias)</p> <p>Marta Fernández Barcala</p> <p>Susana López Bayón</p> <p>Irene Martínez López</p>	<p>Cátedra de Emprendimiento</p> <p>Universidad de Oviedo</p> <p>Caja Rural de Asturias</p>
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	<p>Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares)</p> <p>María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares)</p> <p>Bartolomé Deyá Tortella</p> <p>Francina Orfila Sintés</p> <p>César Llorente López</p> <p>Joan Garau Vadell</p>	<p>Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear</p> <p>Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius</p> <p>Laboratori d'Emprendedoría i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears</p>

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022 - 2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Ana Isabel Lemes Hernández	Gobierno de Canarias - Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria) Elsa Díez Busto Carlos López Gutiérrez Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Francisco Manuel Somohano Rodríguez	Catedra PYME Gobierno de Cantabria - Consejería de empleo y políticas sociales EMCAN - Servicio Cántabro de Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Teresa Obis	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Codirector GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Codirectora GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico GEM-Castilla-La Mancha) Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^a Ruiz Palomo M ^a . Cristina Díaz García	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022 - 2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León INEA, Universidad Pontificia de Comillas	Nuria González Álvarez (Directora GEM-Castilla y León) Daniel Alonso Martínez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Luis Gregorio Holguín Galarón Alberto Matellán Pinilla Félix Revilla Grande Carlos Ballesteros García Laura Sierra Moral	Universidad de León Universidad Pontificia de Comillas
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Francisco Javier Blanco Encomienda	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Dir. 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 Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera María Cinta Gisbert López M ^a Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Generalitat Valenciana. Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo Fundación: LAB Mediterráneo Air Nostrum Aligrupo Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia
Extremadura	Fundación Xavier de Salas - Universidad de Extremadura	Antonio Fernández Portillo (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Ricardo Hernández Mogollón Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Ángel Manuel Díaz Aunión Nuria Ramos Vecino Adelaida Ramos Mariño	Junta de Extremadura Diputación de Badajoz Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Tambo Campón & Martínez-Pereda Bodegas Habla Dehesa La Torrecilla Grupo Ros Multimedia

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022 - 2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Galicia	Universidade de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) ¹ Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) ¹ Emilio Ruzo Sanmartín ¹ Lucía Rey Ares ¹ Sara Fernandez López ¹ David Rodeiro Pazos ¹ Pilar Piñeiro García ¹ Marta Portela Maseda ¹ Jacobo Feás Vázquez ¹ María Bastida Domínguez ¹ Yago Atrio Lema ¹ Nuria Calvo Babío ² Ariadna Monje Amor ² Esther Barros Campello ² Alberto Vaquero García ³ Ernesto López-Valeiras Sampedro ³ Xavier Martínez Cobas ³ Guillermo A. Zapata Huamaní ⁴	Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Secretaría Xeral de Universidades. Xunta de Galicia ¹ Universidade de Santiago de Compostela (USC) ² Universidade da Coruña ³ Universidade de Vigo ⁴ Universidad del Pacífico (Perú)
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico GEM-Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Lara Mata José Eduardo Rodríguez Osés Sergio Rodríguez-Garnica Andrés Morales	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) UNIR- La Universidad en Internet CaixaBank-Day ONE- Premios Emprende XXI Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA - GRUPO OJA JIG Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Jenny María Ruiz Jiménez Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín Matilde Ruiz Arroyo Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus	Universidad de Granada

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2022 - 2023

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE CEIN Universidad de La Rioja University of Southern Denmark (SDU)	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra - CEIN
País Vasco	EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz-Santos (Directora GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Mikel Aberasturi Gomendio Aimar Basañez Zulueta Valery Chistov Nerea González Eguía Jon Hoyos Iruarrizaga Rebeca Martín Díez Iñaki Peña Legazkue David Urbano Pulido Alaitz Zabala Zarauz	Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba FESIDE
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España

GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco





INFORME EJECUTIVO
GEM GALICIA 2022 - 2023