

INFORME EJECUTIVO GEM GALICIA 2019 - 2020



EQUIPO GEM ESPAÑA 2019

GEM España



GEM Andalucía

GEM Almería

GEM Cádiz



GEM Córdoba

GEM Granada

GEM Jaén



GEM Málaga

GEM Sevilla



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares

GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha

GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



INFORME EJECUTIVO GEM GALICIA 2019 - 2020



Coordinación editorial: FEGAXE

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

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

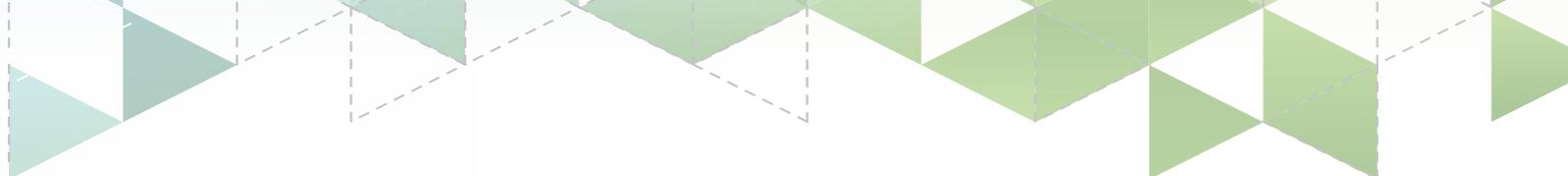
Diseño: Juan Feáns

Impresión: Copinovadixital (Calcao)

ISSN: 1886-9319

ISBN: 978-84-09-24503-1

Depósito legal:



GRUPO GEM GALICIA

Equipo investigación GEM:

Universidade de Santiago de Compostela:

Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia)

Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia)

Sara Fernández López (Coordinadora Equipo GEM-USC)

Emilio Ruzo Sanmartín

David Rodeiro Pazos

Marta Portela Maseda

Jacobo Feás Vázquez

Guillermo Andrés Zapata Huamaní

Yago Atrio Lema

Nuria Calvo Babío, Universidade da Coruña

Lucía Rey Ares, Universidade da Coruña

Alberto Vaquero García, Universidade de Vigo

Pilar Piñeiro García, Universidade de Vigo

María Bobillo Varela, Consultora externa

Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)

Norberto Penedo Rey

Fany Suárez Mansilla

Enrique Gómez Fernández

Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)

Luciano Covelo Fandiño



RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2019 - 2020

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster)	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
	Asociación RED GEM España	Asociación RED GEM España	
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruíz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez José María Biedma Ferrer Coordinadores Equipos Provinciales: Luis López Molina M ^ª del Mar Fuentes Fuentes María Jesús Hernández Ortiz Rafael Ventura Fernández Carmen Cabello Medina Francisco Liñán	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Asturias	Universidad de Oviedo	Beatriz Junquera Cimadevilla (Directora GEM-Asturias) Jesús Ángel del Brío González Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández	Cátedra Capgemini-Caja Rural de Asturias de Emprendimiento

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Baleares	Universidad de las islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Cátedra ICAPE Institut de Innovació Empresarial Conselleria de Trabajo, Comercio e Industria
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz	Santander SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M.ª Ruiz Palomo Mireya Martínez López	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Globalcaja HXXII

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez (Co-Directora GEMCastilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Equipo UAM: Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías Equipo Deusto Business School: Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	<p>José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana)</p> <p>Ignacio Mira Solves (Director Técnico)</p> <p>Jesús Martínez Mateo</p> <p>Marina Estrada De la Cruz</p> <p>Antonio J. Verdú Jover</p> <p>M^a José Alarcón García</p> <p>M^a Cinta Gisbert López</p> <p>Lirios Alós Simó</p> <p>Domingo Galiana Lapera</p> <p>M^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE)</p> <p>Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana</p> <p>Diputación Provincial Alicante</p> <p>Air Nostrum</p> <p>Catral Garden</p> <p>Fundación Juan Perán-Pikolinos</p> <p>Fundación Manuel Peláez Castillo</p> <p>Grupo Eulen</p> <p>Grupo Soledad</p> <p>Seur</p> <p>Vectalia</p> <p>Escuela de Empresarios (EDEM)</p> <p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
Extremadura	Fundación Xavier de Salas - Universidad de Extremadura	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura)</p> <p>J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)</p> <p>Mari Cruz Sánchez Escobedo</p> <p>Antonio Fernández Portillo</p> <p>Manuel Almodóvar González</p> <p>Ángel Manuel Díaz Aunión</p> <p>Raúl Rodríguez Preciado</p>	<p>Universidad de Extremadura</p> <p>Junta de Extremadura</p> <p>Sodiex</p> <p>CC. NN. Almaraz-Trillo</p> <p>Philip Morris Spain, S.L.</p> <p>Grupo Ros Multimedia</p> <p>Diputación de Badajoz</p> <p>Tambo</p> <p>Tany Nature</p>

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López Jacobo Feás Vázquez Marta Portela Maseda David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Colaboradores: Nuria Calvo Babío (Univ. da Coruña) Lucía Rey Ares (Univ. da Coruña) Alberto Vaquero García (Univ. de Vigo) Pilar Piñeiro García (Univ. de Vigo) María Bobillo Varela (consultora independiente) Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Xunta de Galicia Secretaría Xeral de Universidades - Xunta de Galicia Universidade da Coruña
	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)	Norberto Penedo Rey Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández	Universidade de Vigo
	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Luciano Covelo Fandiño	
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja
	Universidad de La Rioja	Rubén Fernández Ortiz Juan Manuel Domínguez Ortega Emma Juaneda Ayensa	Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medioambiente Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Newcastle Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Jon Hoyos Iñaki Peña Javier Montero Villacampa Maribel Guerrero David Urbano	SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Relación de los equipos integrantes de la Red GEM España 2019-2020	5
Índice de contenidos	11
Índice de tablas	13
Índice de figuras.....	15
Prólogo Igape	19
Prólogo Fegaxe	21
Presentación Equipo GEM - USC	23
PARTE I - INFORME GEM GALICIA 2019.....	27
Introducción	27
1. El proyecto GEM	27
2.El modelo conceptual GEM	28
3. Las fases del proceso emprendedor	29
4. Metodología y ficha técnica del estudio	31
5. Cuadro sintético de Indicadores GEM Galicia 2019 (balanced scorecard).....	33
Capítulo 1: El Proceso emprendedor en Galicia en 2019.....	35
1.1 Introducción	37
1.2 Evolución de las fases del proceso emprendedor: el TEA.....	37
1.2.1 Emprendimiento potencial	37
1.2.2 Iniciativa emprendedora: el TEA	38
1.2.3 Iniciativas consolidadas.....	39
1.2.4 Iniciativas abandonadas	40
1.2.5 TEA en el contexto internacional.....	42
1.3 El perfil de la persona emprendedora.....	43
1.3.1 Género.....	43
1.3.2 Edad.....	45
1.3.3 Nivel de estudios	45
1.3.4 Nivel de renta	46
1.3.5 Entorno urbano/rural	47
1.4 Motivación para emprender	48
1.5 Características de las iniciativas emprendedoras	49
1.5.1 Sector	49
1.5.2 Dimensión: propiedad y nivel de empleo	50
1.5.4 Perspectivas de crecimiento	51
1.5.5 Internacionalización	52
1.5.6 Financiación de las iniciativas emprendedoras	54
1.6 Intraemprendimiento.....	54
Capítulo 2: Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población gallega	55
2.1 Introducción	56

ÍNDICE DE CONTENIDOS

2.2 Percepción de la población gallega sobre sus valores y aptitudes para emprender	57
2.2.1 Percepción sobre oportunidades para emprender en Galicia.....	57
2.2.2 Percepción sobre habilidades y conocimientos para emprender en Galicia	60
2.2.3 Aversión al riesgo.....	63
2.3 Percepción de la población gallega sobre su cultura para emprender y su influencia en el emprendimiento	64
2.3.1 Emprendimiento en modelos de referencia.....	64
2.3.2 Emprendimiento como buena opción profesional	66
2.3.3 Emprendimiento por estatus social	67
2.3.4 Difusión del emprendimiento en los medios de comunicación	69
2.4 Valores, percepciones y aptitudes para emprender de la población gallega: síntesis y comparativa social.....	71
Capítulo 3: El entorno emprendedor en Galicia	75
3.1 Introducción	77
3.2 Valoración de las condiciones para emprender	78
3.3 Obstáculos para emprender	81
3.4 Estímulos para emprender	83
3.5 Recomendaciones para mejorar el entorno emprendedor.....	85
3.6 Conclusiones	88
ANEXO A. Encuesta a personas expertas (NES) 2019	89
ANEXO B. Lista de personas expertas del panel 2019 en Galicia	90
PARTE II - MONOGRAFÍA	93
Capítulo 4: El impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora de Galicia	95
4.1. Introducción	95
4.2. Impacto sobre la actividad emprendedora en Galicia tras 50 días de confinamiento	95
4.2.1 Impacto en la demanda y medidas adoptadas	96
4.2.2 Impacto en el empleo y medidas adoptadas	97
4.2.3 Impacto en el acceso a la financiación y medidas adoptadas.....	98
4.2.4 Impacto en la cadena de valor y medidas adoptadas	99
4.3 Previsiones sobre el futuro de los negocios	100
4.3.1 Dificultades clave en el futuro inmediato	100
4.3.2 Previsiones sobre el modelo de negocio.....	101
4.3.3 Planes sobre el empleo	101
4.3.4 Medidas solicitadas a la administración pública	102
4.4 La visión de las personas expertas.....	103
4.5 Recomendaciones	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 0.1.	Ficha técnica de la investigación empírica (GEM Galicia, 2019).....	32
Tabla 0.2.	Distribución de las encuestas APS por género y provincia (GEM Galicia, 2019).....	33
Tabla 0.3.	Balanced Scorecard (GEM Galicia, 2018-2020)	33
Tabla 1.1.	Número medio de personas propietarias de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (2018-2019).....	50
Tabla 1.2.	Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2019)	53
Tabla 2.1.	Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% , 2019).....	72
Tabla 2.2.	Factores psicológicos y sociales para emprender según nivel educativo (% población, 2019).....	72
Tabla 2.3.	Factores psicológicos y sociales para emprender por género e implicación en emprendimiento (% población, 2019)	72
Tabla 2.4.	Factores psicológicos y sociales para emprender, emprendedores-no emprendedores, comparativa Galicia-España (% , 2019)	73
Tabla 2.5.	Factores psicológicos y sociales para emprender a nivel europeo (% , 2019).....	74
Tabla 3.1.	Descripción de las condiciones del entorno emprendedor	77
Tabla 3.2.	Ficha técnica de la encuesta a personas expertas	89
Tabla 3.3.	Perfil socio-demográfico y profesional de las personas expertas entrevistadas	89
Tabla 3.4.	Listado de personas expertas participantes.....	90
Tabla 4.1.	Recomendaciones y principales líneas de actuación para el fomento del emprendimiento en la etapa post COVID-19.....	108



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 0.1.	Contexto institucional y relación con el emprendimiento.....	29
Figura 0.2.	El proceso emprendedor y los términos operativos GEM.....	30
Figura 0.3.	Fuentes de información del GEM	32
Figura 1.1.	Evolución de emprendedores potenciales Galicia vs España (% , 2005-2019)	37
Figura 1.2.	Emprendedores potenciales en el contexto de España (% , 2019).....	38
Figura 1.3.	Evolución del índice TEA (% población involucrada en negocios nacientes y negocios nuevos en Galicia, 2005-2019)	38
Figura 1.4.	TEA en el contexto de España (% , 2019).....	39
Figura 1.5.	Evolución de las iniciativas consolidadas Galicia vs España (% , 2005-2019)	39
Figura 1.6.	Iniciativas consolidadas en el contexto de España (% , 2019)	40
Figura 1.7.	Evolución del abandono de iniciativas (% , 2008-2019).....	40
Figura 1.8.	Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (% , 2019).....	41
Figura 1.9.	TEA de los países participantes en el Proyecto GEM 2017 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2019).....	42
Figura 1.10.	Distribución por género de la población emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% de la población emprendedora, 2019)	43
Figura 1.11.	Evolución del TEA en Galicia en función del género (% , 2005-2019).....	44
Figura 1.12.	TEA en función del género en el contexto de España (% , 2019).....	44
Figura 1.13.	Edad media de la población emprendedora (2008-2019)	45
Figura 1.14.	Población emprendedora por género y nivel de estudios (% , 2008-2019).....	46
Figura 1.15.	TEA en función de la educación universitaria (% , 2008-2019).....	46
Figura 1.16.	Evolución del índice TEA en función de la renta (2008-2019)	47
Figura 1.17.	Distribución de la población emprendedora en función del entorno rural o urbano (% , 2008-2019).....	47
Figura 1.18.	Motivación para emprender y para mantener el negocio	48
Figura 1.19.	Sector general de la actividad emprendedora en la fase de iniciativas incipientes (% , 2019)	49
Figura 1.20.	Número de personas propietarias de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019).....	50
Figura 1.21.	Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019).....	51
Figura 1.22.	Previsión de la evolución en cuanto a empleo para los próximos 5 años en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019).....	52
Figura 1.23.	Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019)	52
Figura 1.24.	Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso (% , 2007-2019).....	53
Figura 1.25.	Fuentes de financiación de las iniciativas emprendedoras a las que se ha accedido o se espera acceder para obtener capital semilla (% , 2019).....	54
Figura 1.26.	Evolución en el porcentaje de iniciativas emprendedoras incipientes (TEA) e iniciativas intraemprendedoras (EEA) en Galicia (% , 2015-2019)	54
Figura 2.1.	Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% , 2005-2019).....	58
Figura 2.2.	Percepción de oportunidades para emprender: comparativa regional (% , 2019).....	58
Figura 2.3.	Evolución de la percepción de oportunidades para emprender, emprendedores- no emprendedores (% , 2008-2019)	59

Figura 2.4.	Evolución de la percepción de oportunidades para emprendedores- no emprendedores, por género (% , 2008-2019)	59
Figura 2.5.	Evolución de la percepción de oportunidades para emprender según nivel de estudios (% población emprendedora, 2008-2019).....	60
Figura 2.6.	Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2008-2019).....	60
Figura 2.7.	Aptitudes para emprender: comparativa regional (% , 2019)	61
Figura 2.8.	Evolución de las aptitudes para emprender, emprendedores- no emprendedores, hombres- mujeres (% población, 2008-2019)	62
Figura 2.9.	Evolución de la aversión al riesgo (% población, 2008-2019).....	62
Figura 2.10.	Aversión al riesgo: comparativa regional (% , 2019).....	63
Figura 2.11.	Evolución de la aversión al riesgo emprendedores-no emprendedores, hombres- mujeres (% población, 2008-2019)	64
Figura 2.12.	Modelos de referencia: comparativa regional (% , 2019).....	64
Figura 2.13.	Modelos de referencia: población emprendedora-no emprendedora (% , 2008-2019).....	65
Figura 2.14.	Modelos de referencia: población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres (% , 2008-2019).....	65
Figura 2.15.	Emprender como una opción profesional: comparativa regional (% , 2019)	66
Figura 2.16.	Emprender como una buena opción profesional (% población, 2008-2019).....	66
Figura 2.17.	Emprender como opción profesional:población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres (% , 2008-2019).....	67
Figura 2.18.	Estatus profesional que otorga emprender: comparativa regional (% , 2019).....	67
Figura 2.19.	Estatus profesional que otorga emprender (% población, 2008-2019)	68
Figura 2.20.	Estatus profesional que otorga emprender: población emprendedora-no emprendedora (% , 2008-2019).....	68
Figura 2.21.	Estatus profesional que otorga emprender: población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres (% , 2008-2019).....	69
Figura 2.22.	Difusión del emprendimiento en los medios: comparativa regional (% , 2019)	69
Figura 2.23.	Difusión del emprendimiento en los medios (% , 2008-2019).....	70
Figura 2.24.	Difusión del emprendimiento en los medios: población emprendedora-no emprendedora (% , 2008-2019).....	70
Figura 2.25.	Difusión del emprendimiento en los medios: población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres (% , 2018-2019).....	71
Figura 3.1.	Valoración de las condiciones del entorno para emprender (Galicia, 2018-2019)	79
Figura 3.2.	Evolución temporal de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender (Galicia, 2009-2019)	80
Figura 3.3.	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Galicia en comparación con el valor medio en España (2019).....	80
Figura 3.4.	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: comparativa Galicia, España y UE28 (2019)	81
Figura 3.5.	Obstáculos a la actividad emprendedora (% personas expertas que citan cada aspecto, 2019).....	82
Figura 3.6.	Estímulos a la actividad emprendedora (% personas expertas que citan cada aspecto, 2019).....	84

Figura 3.7.	Recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor (% personas expertas que citan cada aspecto, 2019).....	85
Figura 4.1.	Situación de las empresas tras 50 días de confinamiento	96
Figura 4.2.	Cambios en la demanda debido a la pandemia	96
Figura 4.3.	Impacto de la pandemia sobre la demanda	97
Figura 4.4.	Medidas de urgencia adoptadas sobre el empleo.....	97
Figura 4.5.	Medidas de urgencia adoptadas sobre el empleo, por sectores.....	98
Figura 4.6.	Peso de los ERTES por sector por la pandemia	98
Figura 4.7.	Dificultades experimentadas en el acceso a la financiación.....	99
Figura 4.8.	Medidas de urgencia adoptadas en la cadena de valor	99
Figura 4.9.	Impacto de la COVID-19 en los próximos meses	100
Figura 4.10.	Principales dificultades encontradas por la COVID-19	100
Figura 4.11.	Previsiones sobre su negocio	101
Figura 4.12.	Planes sobre el empleo	102
Figura 4.13.	Solicitud de medidas a la Administración Pública	102
Figura 4.14.	Reactividad y reinversión del emprendimiento	103
Figura 4.15.	Impacto de la COVID-19 en políticas gubernamentales	104
Figura 4.16.	Medidas urgentes que a implantar para reactivar el emprendimiento (%).....	105

PRÓLOGO IGAPE

O Proxecto GEM é un proxecto global e colaborativo que se consolidou coma o observatorio máis importante a nivel mundial sobre emprendemento pola súa metodoloxía, o seu alcance e os resultados fiables e comparables que ofrece sobre máis de 60 países. O Informe GEM, que se publica cada ano no ámbito mundial, nacional ou rexional, constitúe a análise máis completa do fenómeno emprendedor e a súa contorna, froito dun rigoroso esforzo da comunidade investigadora.

A Xunta de Galicia comprácese en colaborar un ano máis co Grupo GEM da Universidade de Santiago de Compostela na elaboración do Informe GEM Galicia, que permite dispoñer de información de alta calidade sobre a iniciativa emprendedora galega e favorece un maior e mellor coñecemento do ecosistema emprendedor na nosa comunidade, na que teñen a súa orixe e desenvolvemento as dinámicas empresariais e innovadoras.

Un exemplo máis da iniciativa investigadora do Grupo GEM é a de ofrecer en primicia, como complemento ao informe anual, un adianto da incidencia dos efectos da COVID-19 sobre a actividade emprendedora, que serve para poñer en contexto os resultados obtidos respecto do 2019. Doutro xeito, se non se tivera en conta esa visión actualizada, pasada polo filtro das circunstancias deste estraño ano 2020 que nos tocou vivir, no que a pandemia veu trastocar as nosas vidas persoais e profesionais, a información quedaría desvirtuada.

Como resumo do ano 2019 poderíamos dicir que o emprendemento en Galicia é feminino e rural. A taxa de emprendemento feminino elévase respecto de 2018 e o emprendemento en zonas rurais incrementábase significativamente, ata un 12% máis. Esta orientación mantense durante a crise sanitaria, polas facilidades que proporciona o teletraballo e porque as zonas rurais se perciben como máis seguras e con maior calidade de vida. Isto lévanos a pensar que se consolidará nun futuro próximo, marcado polas novas tendencias de consumo e os novos modelos de negocio, modificados de repente a raíz da pandemia e a obrigada dixitalización das empresas nas súas relacións con clientes, provedores e traballadores. Con todo, isto pode supoñer unha oportunidade de dinamización das zonas rurais que axude a combater a despoboación e que deberíamos aproveitar.

Deixo nas vosas mans este novo informe, agradecendo novamente o esforzo e a dedicación do Grupo GEM, en primeiro lugar, e tamén a participación da Federación Galega de Xoves Empresarios e a súa contribución á edición, un ano máis, deste imprescindible documento de traballo.

Fernando Guldrís Iglesias
Director Xeral do IGAPE

PRÓLOGO FEGAXE

En el marco actual debido a la situación marcada por el COVID-19 no cabe duda de que el camino de vuelta a la normalidad es incierto. Ante esta incertidumbre es primordial que las empresas incrementen su capacidad de adaptación y reacción ante nuevos retos que puedan ir surgiendo. A pesar del presente escenario, un porcentaje elevado de emprendedores sigue viendo oportunidades para crear empresas, factor que resulta decisivo en la recuperación económica.

Desde AJE Galicia apostamos por fomentar la vocación empresarial y la difusión de la cultura emprendedora entre los jóvenes gallegos, representamos y defendemos sus intereses profesionales y ofrecemos oportunidades de desarrollo empresarial local, regional, nacional e internacional a través de diferentes servicios, actividades y programas, generando sinergias empresariales dentro de nuestra comunidad. Actualmente, AJE Galicia cuenta con 982 socios y agrupa a 1.394 empresas, que generan cerca de 7.000 empleos directos, integradas en seis asociaciones de jóvenes empresarios: AJE Coruña, AJE Ferrolterra, AJE Lugo, AJE Ourense, AJE Pontevedra y AJE Vigo.

Cuando abordamos la cuestión del emprendimiento en Galicia tenemos que hablar del proyecto GEM, con el cual colaboramos desde sus inicios en 2005. Un informe que busca encontrar nexos entre la creación de empresas y el crecimiento económico y que es posible gracias a la labor investigadora de grandes expertos de la USC.

Luciano Covelo Fandiño
Presidente de AJE Galicia

PRESENTACIÓN

Un año más el equipo GEM Galicia presenta el informe de seguimiento de la actividad emprendedora en Galicia: Pero esta edición no es como las demás. La actual situación de crisis sanitaria, económica y social derivada de la pandemia de la COVID-19 ha provocado un complejo contexto para la elaboración del trabajo. Esto nos ha llevado a estructurar el presente Informe en dos grandes partes y a recoger en el título los años 2019-2020.

En la primera parte, presentamos los principales resultados del Informe tradicional, con los datos recogidos de la población adulta (encuesta APS) y de las personas expertas (NES) en el año 2019, cuando no vislumbrábamos siquiera el panorama en el que ahora estamos inmersos. En esta parte seguimos un esquema similar a ediciones anteriores a la hora de presentar los resultados, de forma que podemos observar la evolución de la serie temporal de los diversos indicadores analizados.

La segunda parte incluye un estudio monográfico sobre el impacto inicial de la parálisis -sin precedentes- de la mayor parte de nuestra actividad económica por causa de la pandemia, con importantes repercusiones en materia de emprendimiento. Este capítulo se basa en un estudio que puso en marcha el Observatorio del Emprendimiento de España, al que pertenece el equipo GEM Galicia, a partir de los datos recabados durante el mes de abril, cincuenta días después de declararse el estado de alarma y el confinamiento de la población en nuestro país.

El estudio de la actividad emprendedora en 2019 ofrece algunos resultados interesantes que queremos destacar aquí. El índice TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) cae ligeramente este año situándose en un 5,3%; esto quiere decir que aproximadamente 5 de cada 100 personas de entre 16 a 64 años (población activa) estaban involucradas en procesos emprendedores (entre 3 y 42 meses de actividad empresarial). De ellas, el 53% eran autónomos y el 41% tenían entre 1 y 5 empleados; estando el 48% de las iniciativas orientadas al consumo. De estos emprendedores, el 28% tenía estudios universitarios. Además, en 2019 se afianza el pulso del emprendimiento femenino que, con un TEA de 6,8% (frente al 3,7% masculino), ocupa una situación de liderazgo si lo comparamos con el resto de Comunidades y Ciudades Autónomas en España, solo superada por Cataluña. Este liderazgo se refuerza en el caso de emprendimiento no universitario, donde el 74% de los casos son iniciativas femeninas, mientras que en el contexto universitario este porcentaje cae al 27%. Atendiendo a sus características, en su mayoría se trata de iniciativas empresariales del sector servicios a empresa (47%), de pequeña dimensión (62%), y situadas en entornos urbanos (71,7%). En este ámbito, cabe destacar el significativo crecimiento del emprendimiento rural, que pasa del 16,7% en 2018 al 28,3% en 2019, lo que puede reflejar que un contexto rural puede ser nicho de oportunidades emprendedoras con capacidad para consolidarse en el futuro. Por último, las empresas consolidadas, esto es, con más de 3 años y medio de actividad, representaban el 7% de la población gallega, lo cual unido a las empresas más jóvenes sitúa a un 12% de la población involucrada en algún tipo de iniciativa empresarial.

Situándonos en el momento presente, nos preocupa especialmente el impacto que la crisis puede tener en la actividad emprendedora. De acuerdo con los datos históricos de crisis anteriores, los futuros emprendedores (los que manifestaban tener intención de crear una empresa -10% en el caso masculino y 7% en el femenino-) demoraron su decisión y se retrasó el proceso emprendedor varios años. De este modo el TEA de la anterior recesión económica recibió su mayor impacto dos años después, en

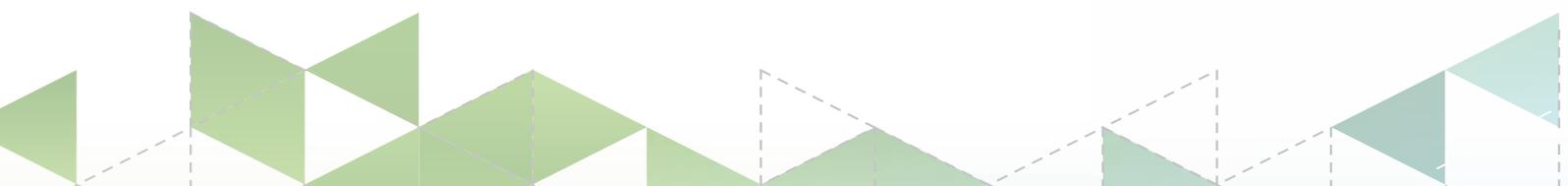
2010. También es importante destacar el diferente prisma con el que las personas que inician o pretenden iniciar un negocio ven las oportunidades. Así, entre los años 2010-2013 más del 30% de las personas involucradas en un proceso emprendedor veían oportunidades, mientras que entre los que no lo estaban sólo el 10% manifestaba percibir las. Esto sucede también en plena crisis de la COVID. Después de 50 días de confinamiento tan solo el 4% de los futuros emprendedores han abandonado sus planes de emprender y un 35% ha paralizado sus planes por el momento, pero aún hay un 45% que señalaba que va a cambiar su modelo de negocio. Además, el 97% de ellos ven oportunidades, aunque sea de forma excepcional (para el 29%), solo en el caso de empresas diversificadas (25%), en el caso de actividades relacionadas con la crisis sanitaria (28%), o en general para cualquier empresa (15%). Tan solo el 3% de los emprendedores gallegos entrevistados no veían oportunidades para ninguna empresa.

Por otra parte, las personas expertas encuestadas a mediados de julio de 2020 han priorizado sus recomendaciones para hacer frente a la nueva situación y éstas se centran en la ayuda más directa por parte del estado, financiando un emprendimiento innovador, y en la reducción de la presión fiscal sobre los emprendedores. Destacan también la potenciación del comercio interior y de la economía de cercanía, reduciendo los costes fijos de determinadas industrias o fomentando la colaboración entre empresas e individuos, especialmente a los “poseedores de capital” con los “poseedores de ideas”.

Estas son solo algunas de las conclusiones que podrán encontrar en el Informe, cuya elaboración no sería posible sin la ayuda de diversas personas que debemos de reconocer y agradecer públicamente. A todo el equipo de investigadores del equipo GEM Galicia de la Universidad de Santiago de Compostela, y los colaboradores de las Universidades de Vigo y A Coruña, y externos. A nuestro principal patrocinador, la Xunta de Galicia, que a través del Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) continúa apostando por el emprendimiento como motor de desarrollo económico y apoyando la elaboración de este Informe, cuyos resultados ofrecen una información relevante a la hora de diseñar políticas y estrategias de apoyo al emprendimiento. Al sector empresarial, representado en nuestro equipo por la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Galicia. A los expertos/as de nuestro panel, que nos aportan su conocimiento, experiencia y visión sobre las condiciones del entorno en el que los emprendedores gallegos ponen en marcha sus iniciativas e ilusiones. Y a la Secretaría Xeral de Universidades que también presta su apoyo para que el personal investigador de este equipo pueda ampliar el estudio de la realidad del emprendimiento universitario, gracias a lo cual derivan otros estudios que son presentados en reuniones científicas como el Workshop de Investigación basada en datos GEM, que este año hemos tenido el privilegio de acoger en Santiago.

Somos un equipo que conforma la triple hélice de la innovación. Uniendo el esfuerzo investigador de las tres instituciones que forman el Sistema Universitario Gallego, con el apoyo de la Administración Pública y del sector empresarial. Si esto ha sido una constante en nuestro proyecto a lo largo de los años, permitiendo aportar a la sociedad un valioso conocimiento, más lo será en los años venideros, en los que solo la coordinación entre instituciones permitirá que avancemos en el estudio del fenómeno emprendedor que, sin duda alguna, tendrá un protagonismo cada vez mayor y más relevante en la recuperación económica de España, y de Galicia en particular.

Loreto Fernández (Directora del Equipo GEM Galicia)
Isabel Neira (Directora Técnica del Informe GEM Galicia)



The image features three men in silhouette against a solid green background. They are positioned in a line, appearing to be in a workshop or industrial setting. The man on the left is seen from the back, the middle man is in profile, and the man on the right is facing them. They seem to be engaged in a task, possibly related to gemstones, as suggested by the text. The lighting is dramatic, highlighting the contours of their bodies and clothing.

Parte I

INFORME GEM GALICIA 2019



Introducción

1. El proyecto GEM

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

- Los resultados de la investigación GEM facilitan el conocimiento de las nuevas empresas y proporcionan información para su estudio, permitiendo:
- Establecer comparaciones sobre el nivel y las características de la actividad emprendedora entre las diferentes economías regionales o nacionales.
- Determinar el modo en el que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico de las economías regionales.
- Identificar los factores que favorecen y/o dificultan la actividad emprendedora.
- Orientar a quienes tienen capacidad de decisión para proponer políticas eficaces y específicas destinadas a estimular la iniciativa empresarial.

El proyecto GEM fue puesto en marcha por la London Business School (Londres, Reino Unido) y el BabsonCollege (Boston, EEUU). El elemento clave que le caracteriza y diferencia de otras fuentes de información sobre el fenómeno emprendedor y la creación de empresas es la utilización de una metodología de investigación propia y común en todos los países y regiones participantes, lo que le permite proporcionar información comparable entre territorios. La clave de su metodología es la homogeneidad de las herramientas empleadas para recoger la información, y el hecho de trabajar como fuente independiente complementada por las fuentes ya existentes sobre indicadores socioeconómicos.

El primer informe GEM se refería a diez economías nacionales desarrolladas y se llevó a cabo en 1999. En estos 20 años de vida, el proyecto GEM ha llegado a analizar el fenómeno emprendedor en más de 100 países, convirtiéndose en una referencia obligada en este ámbito y mereciendo el reconocimiento como el estudio longitudinal sobre el emprendimiento más importante del mundo.

España se integró en el proyecto en el año 2000, con el equipo nacional del IE Business School. A partir de 2003, el proyecto comenzó a crecer con la incorporación de equipos de investigación de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas, que llevan a cabo estudios regionales independientes de carácter anual. En 2011 el proyecto inició una etapa de transición, con la Fundación Xavier de Salas como entidad interlocutora de los equipos regionales ante la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA). Desde 2012, el *Centro Internacional Santander Emprendimiento* (CISE) lidera el programa en España, con el apoyo de la *Función Rafael del Pino*, y también desde 2018 la *Empresa Nacional de Innovación* (ENISA). Actualmente, son 19 los equipos académicos de universidades españolas los que llevan a cabo el proyecto GEM, agrupados en la RedGEM, cubriendo la totalidad de las Comunidades y Ciudades Autónomas y aportando así conocimiento sobre el ecosistema emprendedor del país.

Por su parte, Galicia se sumó a la iniciativa con el Informe GEM Galicia 2005. Las 13 ediciones consecutivas publicadas hasta la fecha son un ejemplo de colaboración entre la academia (las tres universidades gallegas, con la **Universidad de Santiago de Compostela** al frente de la elaboración del estudio), la Administración Pública (a través del **Instituto Galego de Promoción Económica -IGAPE-**, perteneciente a la Consellería de Economía, Emprego e Industria de la Xunta de Galicia), y el sector empresarial (inicialmente a través de la Confederación de Empresarios de Galicia y desde 2015, cuando la dirección del equipo GEM Galicia pasa a la USC, a través de la **Federación Galega de Xoves Empresarios -FEGAXE-**). Además, es preciso destacar en este esfuerzo conjunto el importante apoyo que ha venido proporcionando la Secretaría Xeral de Universidades de la Consellería de Educación, Universidade e Formación Profesional de la Xunta de Galicia.

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

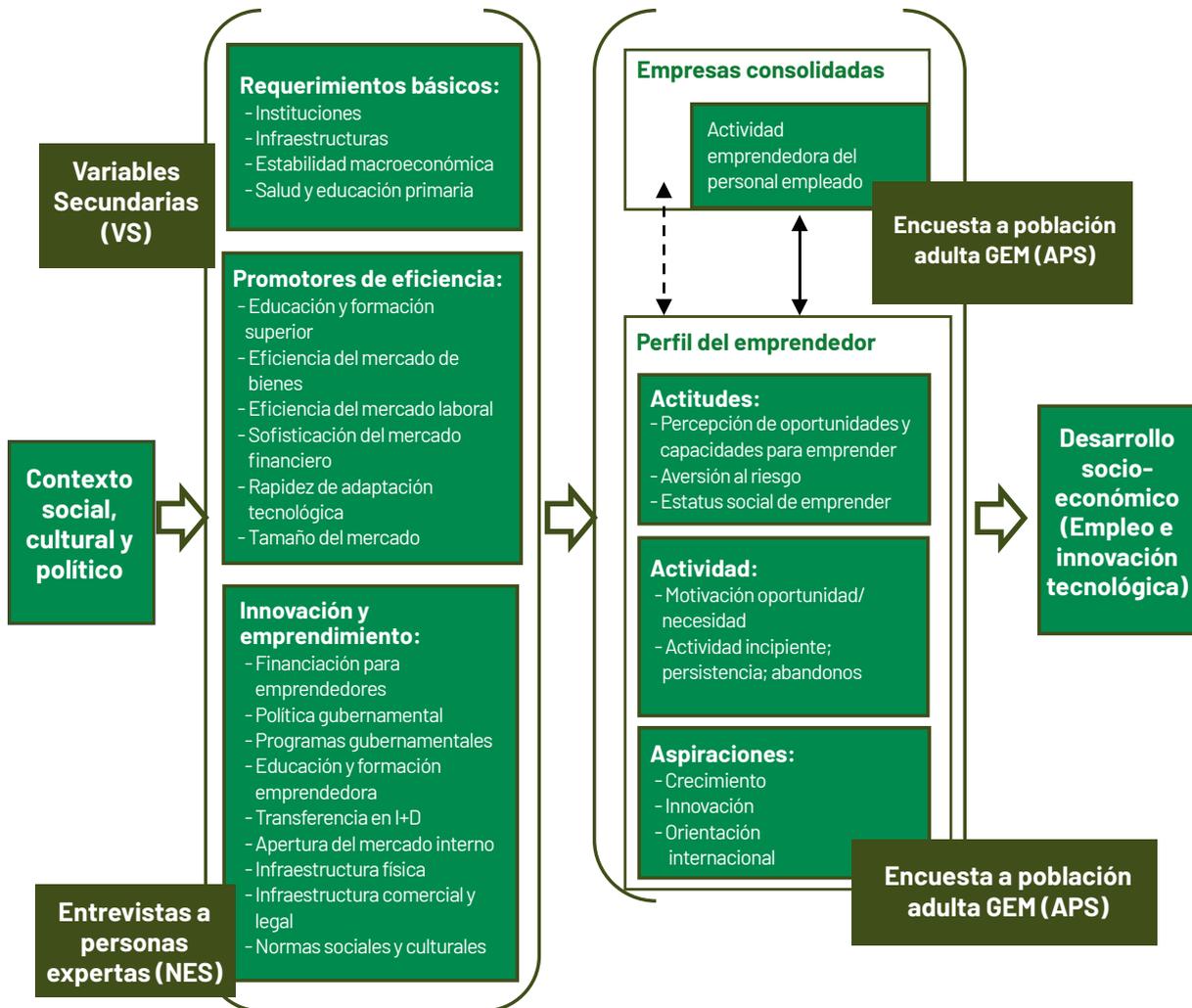
2. El modelo conceptual GEM

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

Así, el proyecto GEM considera que el emprendimiento es un proceso con diferentes fases, que van desde la intención de poner en marcha una iniciativa emprendedora a la consolidación de empresas y al abandono de negocios. La Figura 0.2 representa este proceso, si bien, dado que el contexto y los condicionantes que afectan al emprendimiento en las diferentes economías son muy diversos y complejos, no se puede concluir que una fase conduzca necesariamente a la siguiente (por ejemplo, en una determinada economía puede existir un enorme número de personas emprendedoras potenciales, pero ello no siempre se corresponde con una elevada tasa de actividad empresarial). En este sentido, no deben interpretarse las flechas de la figura como conexiones determinantes entre las diferentes etapas o fases, sino que sugieren la naturaleza de las relaciones entre ellas, cuya definición y estructura resulta especialmente útil para la evaluación del estado del emprendimiento.

El entorno influye asimismo en el proceso emprendedor; por ello se han acotado nueve condiciones del entorno que influyen en las decisiones de las personas a la hora de promover iniciativas emprendedoras, así como en su perfil. La figura 0.1 también recoge la importancia de la actividad emprendedora de las personas empleadas, o de aquellas que desarrollan o lideran actividades de negocio para sus empleadores/as, esto es, el intraemprendimiento.

Figura 0.1. Contexto institucional y relación con el emprendimiento



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

Para obtener la información para este estudio el informe GEM se nutre de dos fuentes principales, que se detallarán posteriormente: la encuesta a la población de 18 a 64 años, denominada APS (*Adult Population Survey*) y la encuesta a personas expertas, denominada NES (*National Experts Survey*).

3. Las fases del proceso emprendedor

GEM mide la actividad emprendedora y va más allá del registro anual de empresas, diferenciando entre actividades que se están poniendo en marcha, que pueden o no estar registradas y que no llevan operando más de tres meses en el mercado, y actividades en fase de consolidación, de hasta tres años

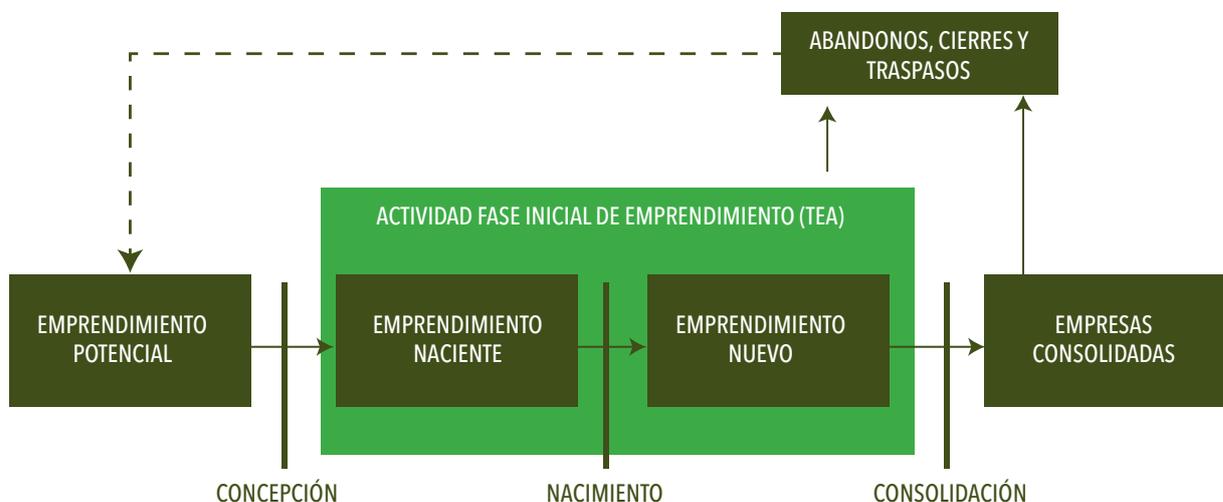
y medio de vida, considerando todos los sectores y el autoempleo. Por consiguiente, los resultados facilitados por GEM se refieren a nuevas iniciativas registradas - o no - al cierre de la edición, y también a actividades registradas en años anteriores, ya que su definición de la actividad emprendedora abarca un período de hasta tres años y medio.

Siguiendo el esquema teórico presentado en la Figura 0.2, 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.

Figura 0.2. El proceso emprendedor y los términos operativos GEM



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 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.

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

La primera unidad de medida del emprendimiento que utiliza GEM es el mencionado índice TEA, o índice de actividad emprendedora incipiente total, que se corresponde con el nivel de actividad emprendedora de una economía, equivalente a la incidencia de las iniciativas nacientes y de las nuevas, medida en porcentaje respecto a la población de 18 a 64 años.

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

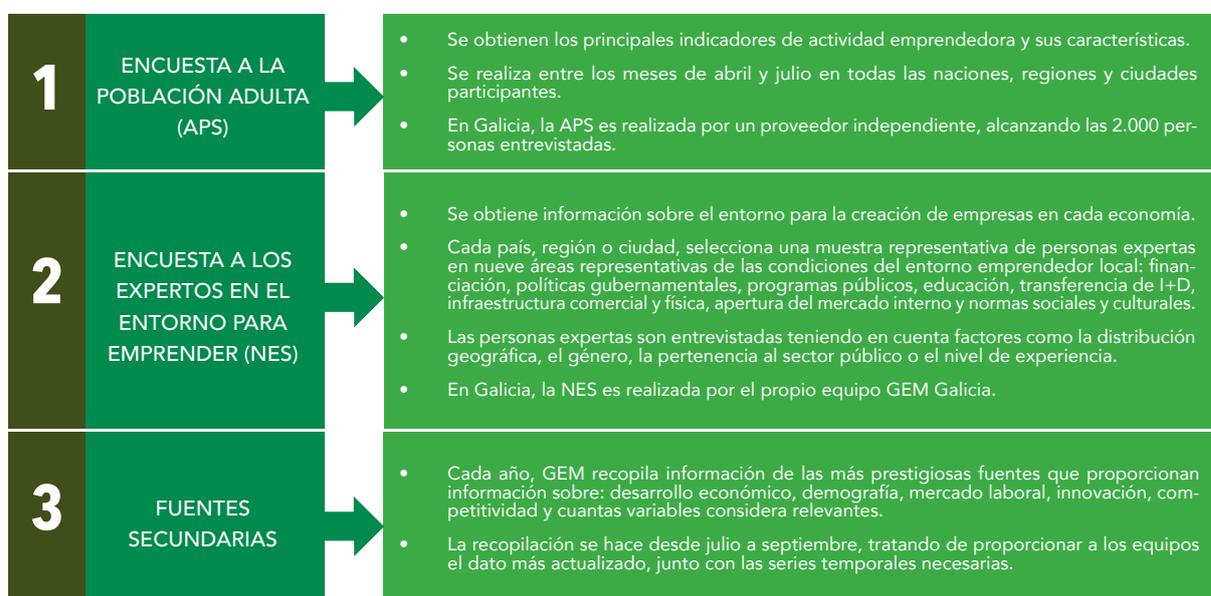
4. Metodología y ficha técnica del estudio

GEM recopila los datos en ciclos anuales, mayoritariamente a través de dos fuentes de información propias y otras fuentes secundarias (Figura 0.3):

- **Encuesta a población adulta** (*Adult Population Survey o APS*). En todas las naciones y regiones participantes se lleva a cabo una encuesta de forma aleatoria entre su población, que en Galicia comprende un total de 2.000 participantes. Su realización es simultánea en todo el mundo (generalmente entre abril y julio), utilizando un mismo cuestionario formulado por el Consorcio GEM. La APS se lleva a cabo por un proveedor independiente, elegido sobre la base de su oferta investigadora. Los datos originales se envían directamente al equipo de investigación GEM mundial para su supervisión y la realización de cálculos uniformes antes de hacerlos accesibles a los equipos nacionales y regionales participantes.
- **Encuesta a un panel de personas expertas** (*National Experts Survey o NES*). Esta encuesta proporciona información sobre el entorno para la creación de empresas en cada economía, sobre la base de nueve condiciones marco: 1) financiación; 2) políticas gubernamentales; 3) programas gubernamentales; 4) educación y formación; 5) transferencia de investigación y desarrollo; 6) infraestructura comercial; 7) apertura del mercado interno; 8) infraestructura física; y 9) normas sociales y culturales. Al menos debe entrevistarse a treinta y seis personas (cuatro por condición de entorno). En su selección también deben tenerse en cuenta factores como la distribución geográfica, el género, la pertenencia al sector público o el nivel de experiencia.

Adicionalmente, GEM utiliza datos procedentes de organismos internacionales, como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional o las Naciones Unidas, y nacionales, como el Instituto Nacional de Estadística para el caso español. Estas fuentes secundarias se utilizan para añadir información de contexto, así como para explicar las relaciones entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico.

Figura 0.3. Fuentes de información del GEM



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

Tabla 0.1. Ficha técnica de la investigación empírica (GEM Galicia, 2019)

Universo	Población residente en Galicia de 18 a 64 años
Población objetivo	1.663.309 personas
Muestra	2.000 personas
Margen de confianza	95,00%
Error muestral	± 2,19% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período de realización de la encuesta	Abril-mayo 2019
Grabación y creación de bases de datos	Instituto Opinometre (www.opinometre.com)

* Se aproxima el género con el sexo de las personas encuestadas

Tabla 0.2. Distribución de las encuestas APS por género y provincia (GEM Galicia, 2019)

Provincia	Género		Total
	Hombre	Mujer	
A Coruña	409	420	829
Lugo	122	124	246
Ourense	116	114	230
Pontevedra	345	350	695
Total	992	1.008	2.000

5. Cuadro sintético de indicadores GEM Galicia 2019 (*balanced scorecard*)

Por último, se presenta en la Tabla 0.3 una síntesis de los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Galicia 2019, así como su comparación respecto a los resultados de 2018, permitiendo así tener una visión de conjunto de los principales resultados y su evolución respecto a la edición precedente.

Tabla 0.3. Balanced Scorecard (GEM Galicia, 2018-2019)

Concepto: TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en Galicia	2018	2019	Evolución
TEA total	5,60	5,27	▼
TEA femenino (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,43	6,81	▲
TEA masculino (sobre total de población masculina de 18-64 años)	4,76	3,71	▼
Concepto: Distribución del TEA, tomado como 100%			
% TEA sector extractivo	11,42	14,20	▲
% TEA sector transformador	17,98	18,87	▲
% TEA sector servicios a empresas	26,28	18,97	▼
% TEA sector orientado al consumo	44,32	47,96	▲
% TEA sin personal empleado	50,67	53,30	▲
% TEA con 1-5 personas empleadas	37,33	41,40	▲
% TEA con 6-20 personas empleadas	8,00	4,00	▼
% TEA con más de 20 personas empleadas	4,00	1,30	▼
% TEA iniciativas que exportan en algún grado	32,00	16,69	▼
Concepto: actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población			
% Percepción de oportunidades para la creación de empresas	34,20	33,37	▼
% Posesión de habilidades/conocimientos para emprender	83,18	87,05	▲
% Temor al fracaso	35,78	38,92	▲
% Intención de emprender en los próximos tres años	7,61	8,51	▲
% Abandono de actividad	2,10	1,98	▼
% Inversión informal	3,65	3,41	▼



A photograph of a person's hands writing on a document with a pen, overlaid with a green filter. The person is wearing glasses and a dark shirt. The background is a plain, light-colored wall.

Capítulo 1

**El proceso emprendedor
en Galicia en 2019**



El proceso emprendedor en Galicia en 2019

1.1 Introducción

Este primer capítulo se centra en el estudio del proceso y la dinámica emprendedora desde tres puntos de vista, las tasas de emprendimiento, la persona emprendedora y las iniciativas. Siguiendo el orden anterior, en primer lugar, analizamos la evolución temporal de los datos relativos a las diferentes fases del proceso emprendedor, poniendo un mayor énfasis en los valores obtenidos para el TEA. A continuación nos centramos en la descripción de la persona emprendedora, tanto desde el punto de vista de su caracterización como de su motivación. Por último, se analizan las principales características de las iniciativas emprendedoras, así como sus fuentes de financiación.

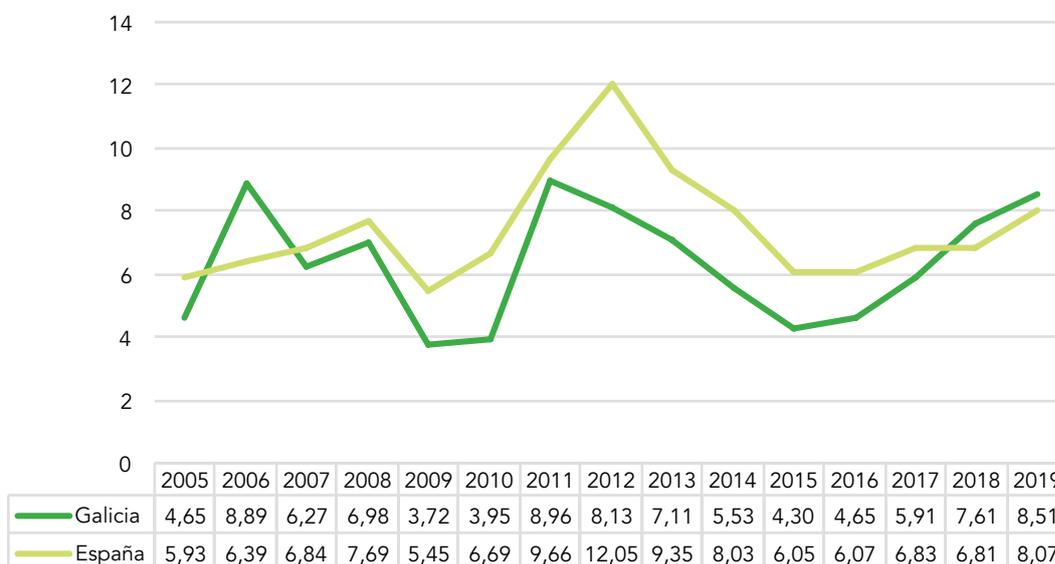
1.2 Evolución de las fases del proceso emprendedor: el TEA

En este epígrafe se realizará un repaso de la evolución de las tasas de las cuatro fases del proceso emprendedor consideradas en el informe GEM: emprendimiento potencial, incipiente (TEA), iniciativas consolidadas y abandonos. En cada una de estas fases se incluye la comparativa con las demás Comunidades y Ciudades Autónomas y con la media española, y finalmente se realiza una comparativa del TEA en Galicia con el de otros países.

1.2.1 Emprendimiento potencial

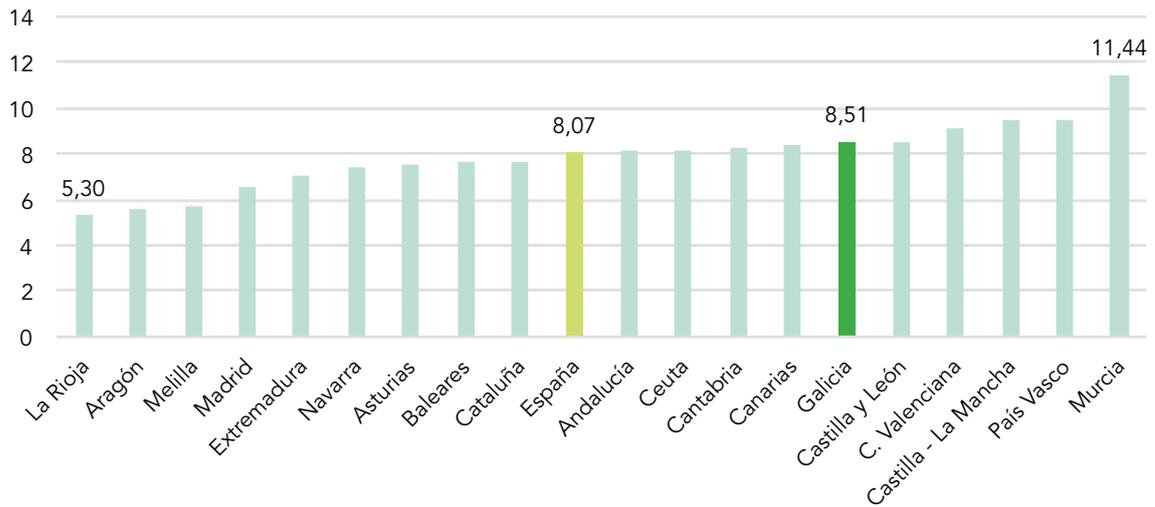
La evolución de las iniciativas emprendedoras potenciales en Galicia sigue en 2019 su tendencia positiva de los últimos años, donde se incrementa de forma continuada desde el año 2015. Las iniciativas potenciales son las únicas que han aumentado dentro de las recogidas en el proceso emprendedor. Este porcentaje asciende en Galicia del 7,61% en 2018 a un 8,51% en el año 2019. Además, supera durante dos años consecutivos la media española, que también aumenta respecto al año anterior, de un 6,81% en 2018 a un 8,07% en 2019 (Figura 1.1).

Figura 1.1. Evolución de emprendedores potenciales Galicia vs España (% , 2005-2019)



El valor del porcentaje de la población identificada como emprendedores potenciales para Galicia la coloca como sexta comunidad autónoma con un valor más alto en el año 2019 (Figura 1.2).

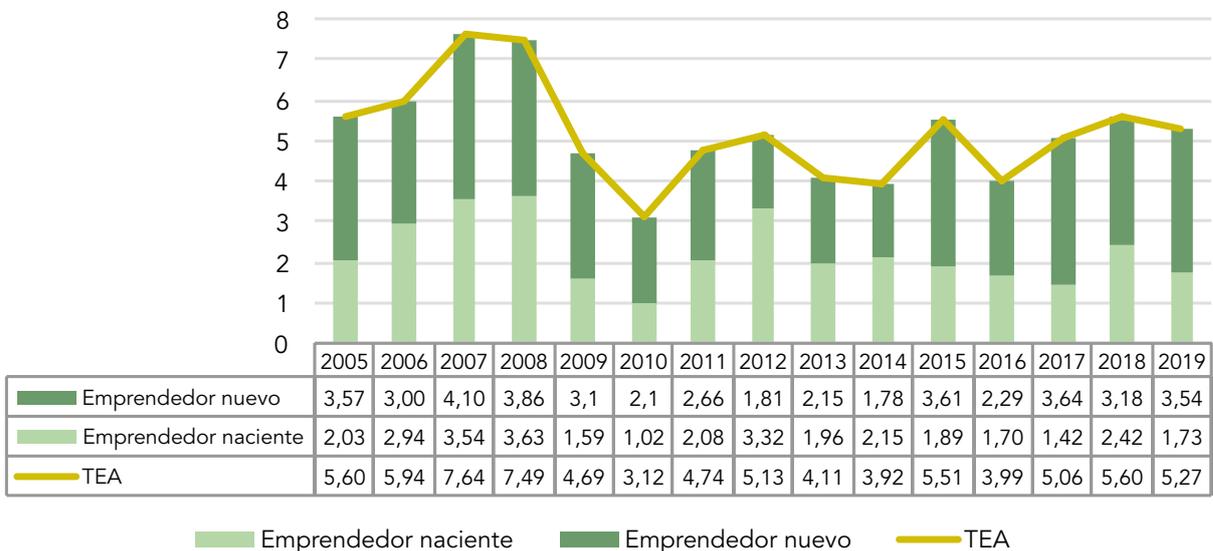
Figura 1.2. Emprendedores potenciales en el contexto de España (% , 2019)



1.2.2 Iniciativa emprendedora: el TEA

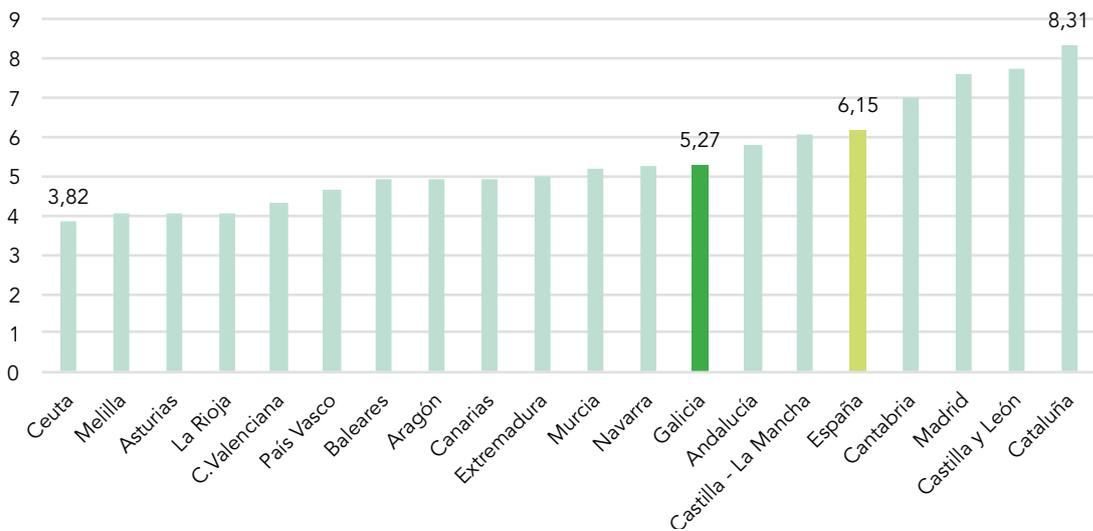
El indicador TEA representa el origen de la iniciativa emprendedora, y diferencia entre iniciativas nacientes (hasta 3 meses de actividad) y nuevas (entre 3 y 42 meses de actividad). En Galicia, el índice TEA obtuvo un valor de 5,27% en 2019, con una tendencia a la baja en el último año, ya que en 2018 era del 5,60%. La Figura 1.3, que resume la evolución del TEA desagregado para los últimos años, muestra un descenso en las iniciativas nacientes (del 2,42% en 2018 al 1,73% en 2019) mientras que el valor de las iniciativas nuevas aumenta (de un 3,18% en 2018 al 3,54% en el año 2019).

Figura 1.3. Evolución del índice TEA (% población involucrada en negocios nacientes y negocios nuevos en Galicia, 2005-2019)



En relación al TEA, Galicia continúa estando por debajo de la media de España, a pesar de que esta también ha sufrido un descenso en el último año (del 6,39% en 2018 al 6,15% en 2019). La Figura 1.4 identifica el TEA en las CCAA españolas. Analizando la posición relativa entre las diferentes comunidades, vemos como Galicia ocupa el séptimo puesto.

Figura 1.4. TEA en el contexto de España (% , 2019)



1.2.3 Iniciativas consolidadas

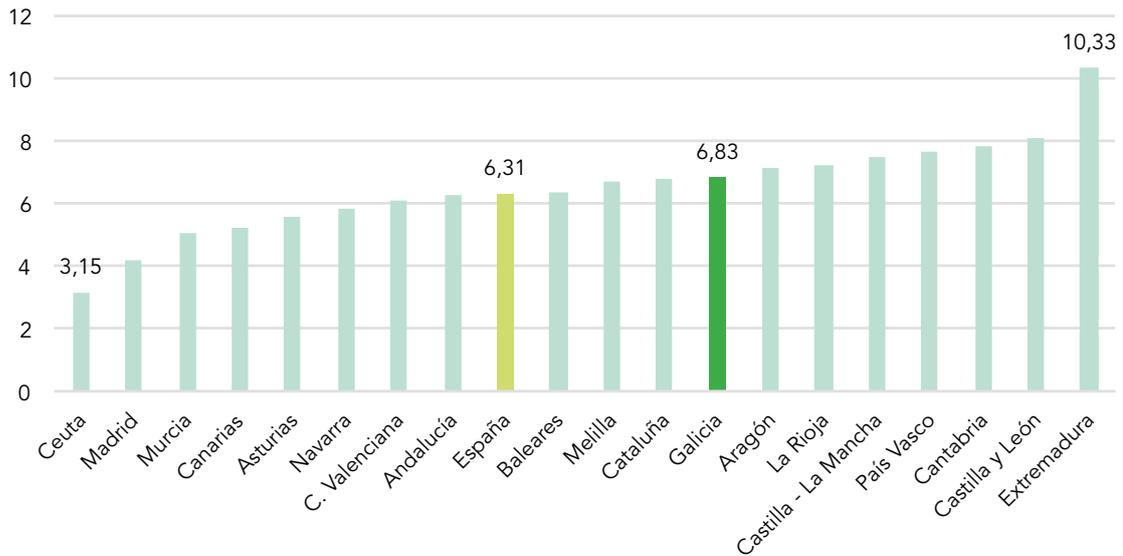
En relación a la evolución temporal de las iniciativas emprendedoras consolidadas, que son aquellas con más de 42 meses de actividad, vemos cómo se produce un descenso bastante fuerte. El valor para Galicia de las iniciativas consolidadas en el año 2018 era de 9,94% mientras que el año 2019 es de 6,83%. De esta forma se continúa con la evolución negativa del año anterior. Por el contrario, el valor para España de las iniciativas consolidadas aumenta, alcanzando el 6,31%, si bien en Galicia continúan por encima (Figura 1.5).

Figura 1.5. Evolución de las iniciativas consolidadas Galicia vs España (% , 2005-2019)



En el contexto autonómico, debido al descenso del valor de las iniciativas emprendedoras consolidadas, Galicia empeora su situación, ya que llevaba ocupando varios años el segundo lugar más elevado y ahora pasa a ocupar la octava posición (Figura 1.6).

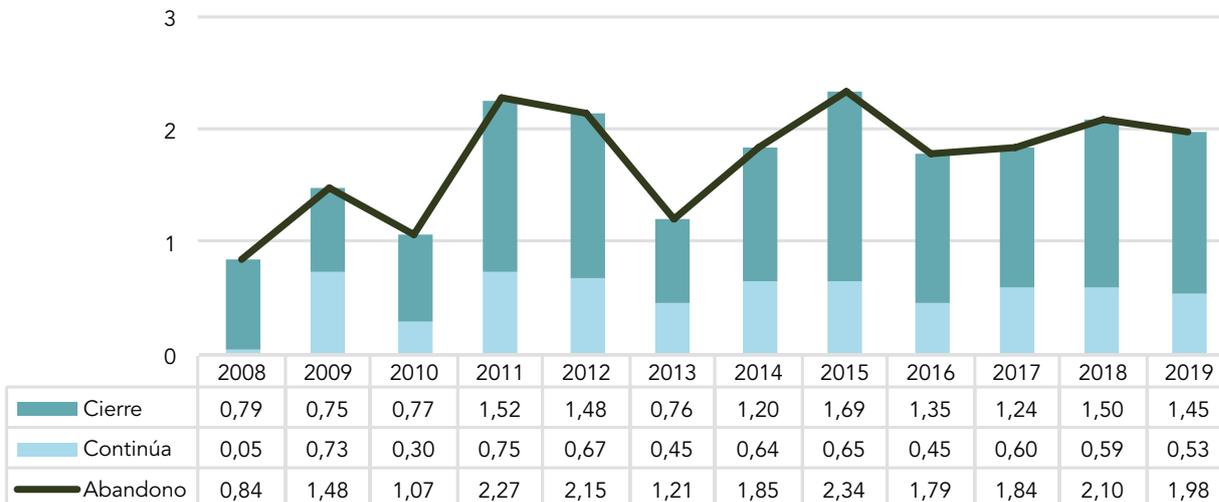
Figura 1.6. Iniciativas consolidadas en el contexto de España(%, 2019)



1.2.4 Iniciativas abandonadas

Por último, el análisis del abandono de iniciativas emprendedoras muestra que el porcentaje de iniciativas emprendedoras que han sido abandonadas en Galicia en el año 2019 es de 1,98%, inferior al 2,10% del año 2018. La Figura 1.7 muestra la evolución de este índice distinguiendo entre los abandonos por cierre y aquellos por traspaso, pero donde la actividad continúa en manos de otras personas.

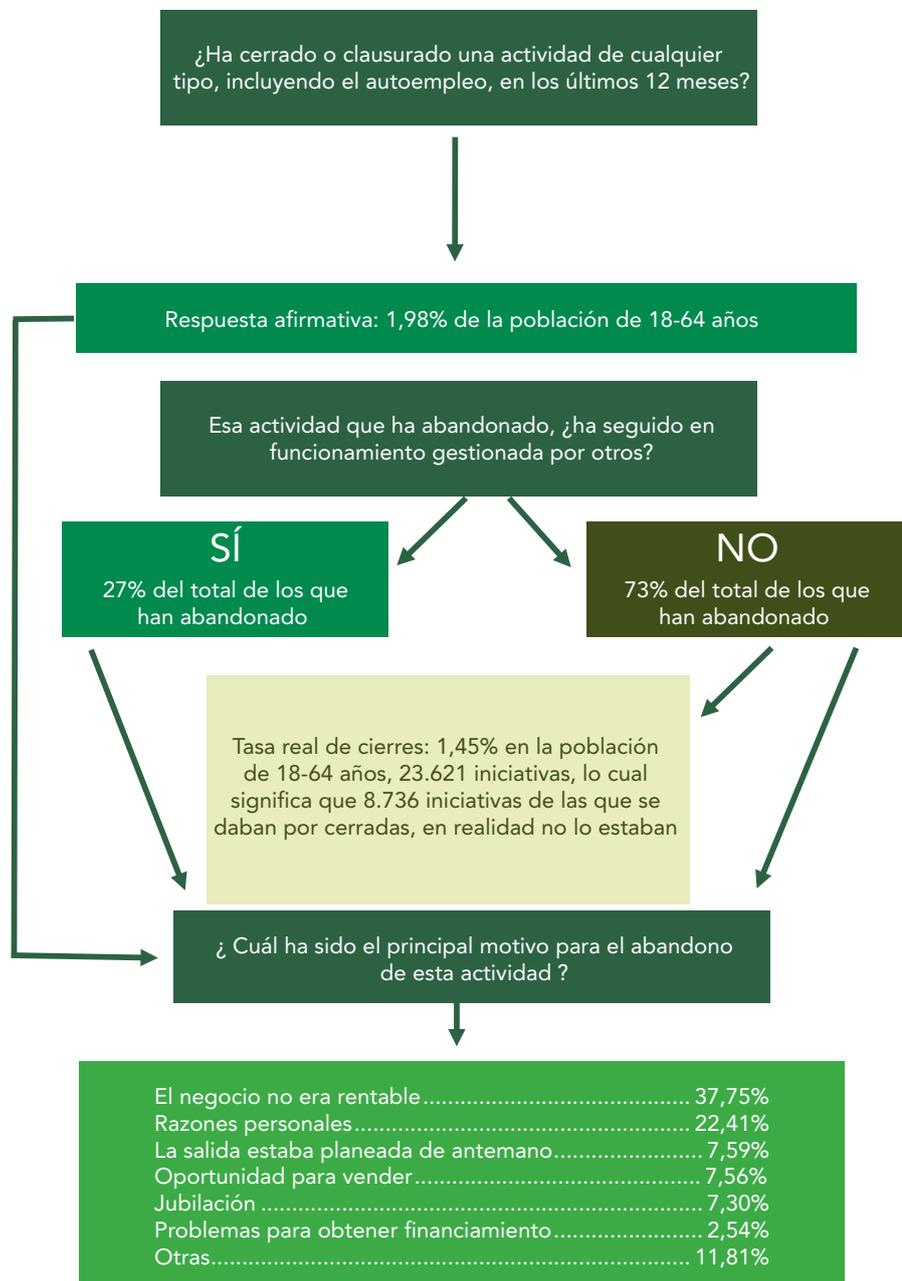
Figura 1.7. Evolución del abandono de iniciativas(%, 2008-2019)



Se rompe así la tendencia al alza del porcentaje de abandono de los últimos años, si bien con un descenso no muy alto. El valor de este indicador en Galicia es superior a la tasa de abandono en España, que se sitúa en el 1,55% en 2019, y que ha descendido respecto a 2018 (1,74%).

La Figura 1.8 permite el análisis de las principales causas del cierre de negocios en Galicia durante 2019. En la misma podemos observar cómo, al igual que en años anteriores, la ausencia de rentabilidad es el principal factor determinante, con un 37,75%, valor mucho más bajo que en el año anterior (52,80%). A continuación, se sitúan las razones personales, con un 22,41%, mientras que los problemas para obtener financiación son el menos señalado por los emprendedores, con un 2,54%.

Figura 1.8. Principal motivo que ha impulsado al abandono de actividades de negocio, empresariales y autoempleo (% , 2019)

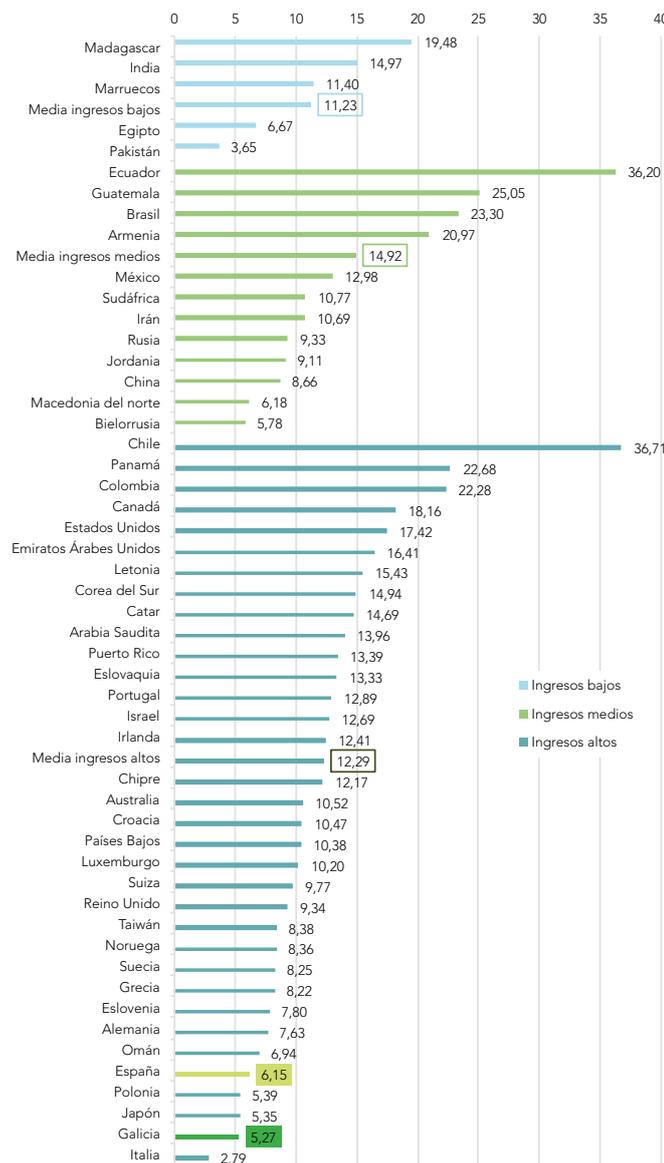


1.2.5. TEA en el contexto internacional

En el análisis a escala internacional del TEA, las economías gallega y española están encuadradas dentro del grupo de países con crecimiento basado en la innovación. La clasificación de los países se realiza de acuerdo con su nivel de desarrollo identificado por el Foro Económico Mundial (World Economic Forum, WEF).

La posición de Galicia, si bien había mejorado en los últimos años, desde el año 2016, en el que ocupaba el último lugar, ha vuelto a empeorar de forma relativa, siendo la segunda economía con el valor más bajo en su grupo, únicamente por delante de Italia, y lejos de la media para los países de innovación, situada en un 12,29% (Figura 1.9).

Figura 1.9. TEA de los países participantes en el Proyecto GEM 2017 agrupados en función de la clasificación del Foro Económico Mundial (% , 2019)



Por último, vemos como Galicia, al igual que España, se encuentran por debajo de la media de países a la hora de relacionar el valor de su TEA con su grado de desarrollo (Figura 1.9).

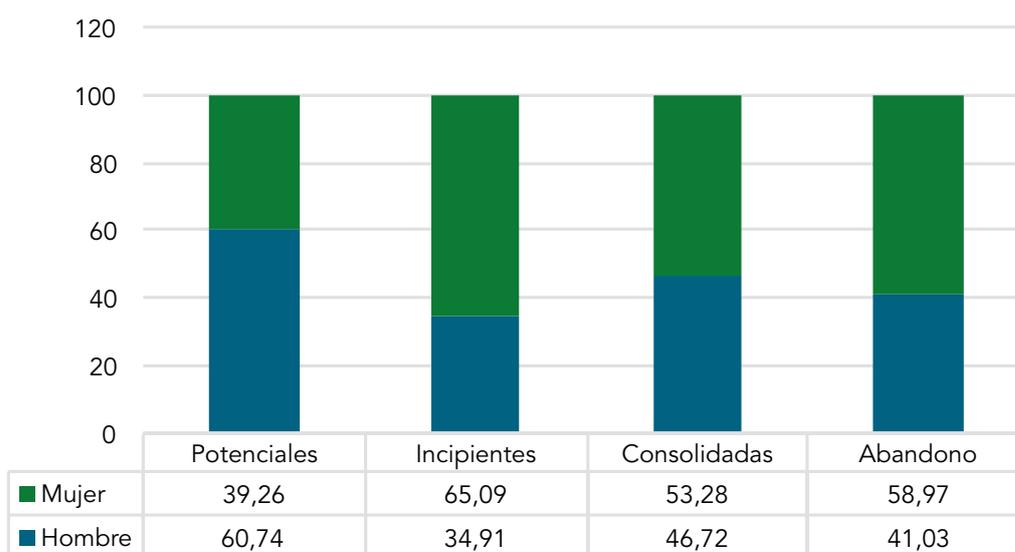
1.3. El perfil de la persona emprendedora

En este epígrafe se analizan las características de las personas que emprenden en Galicia. Para ello se ha utilizado la información demográfica y socioeconómica disponible de las personas emprendedoras (género, edad, nivel de estudios, nivel de renta) y sus respuestas a preguntas sobre su motivación para emprender. El análisis del perfil de la persona emprendedora permite diseñar políticas que responden mejor a las necesidades y preferencias de cada grupo de emprendedores.

1.3.1 Género

En el año 2019 las iniciativas emprendedoras incipientes (nacientes y nuevas) y consolidadas de las mujeres superaron por segundo año consecutivo a las de los hombres. Esto significa que, al igual que en 2018, en el año 2019 hay un mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres que por hombres. Si bien el porcentaje de hombres que manifiesta su intención de emprender (iniciativas potenciales) en 2019 es superior al de las mujeres, el porcentaje de mujeres con iniciativas incipientes se incrementa de un 57,66% en 2018 a un 65,09% en 2019. También el porcentaje de mujeres con iniciativas consolidadas se incrementa de un 51,74% en 2018 a un 53,28% en 2019. Sin embargo, el porcentaje de abandono de mujeres emprendedoras aumenta de un 40,48% en 2018 a un 58,97% en 2019, lo que indica que, a pesar del empuje emprendedor de las mujeres, en el último año muchas de ellas no han superado las dificultades del proceso emprendedor (Figura 1.10.).

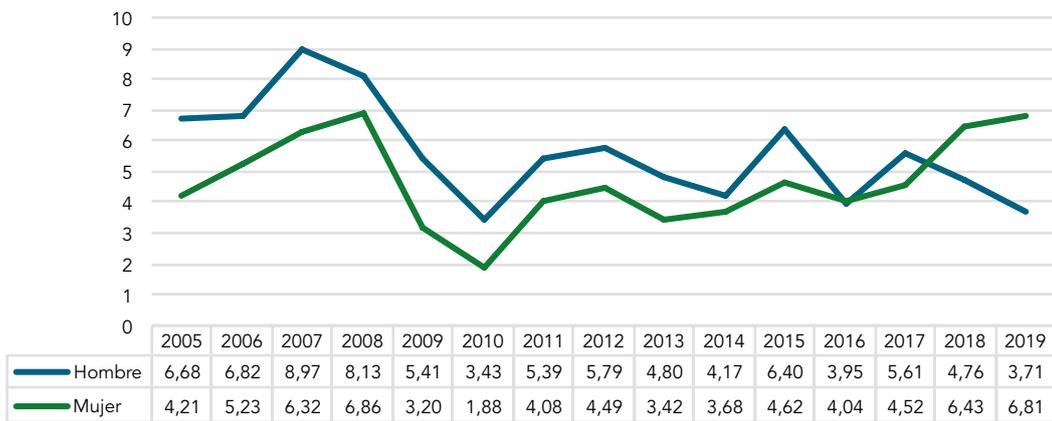
Figura 1.10. Distribución por género de la población emprendedora según la fase del proceso emprendedor (% de la población emprendedora, 2019)



El índice TEA de las mujeres en Galicia en 2019 (6,81%) aumenta con respecto al año anterior (6,43%) y casi duplica al de los hombres (3,71%), siendo también superior al TEA femenino de la media española

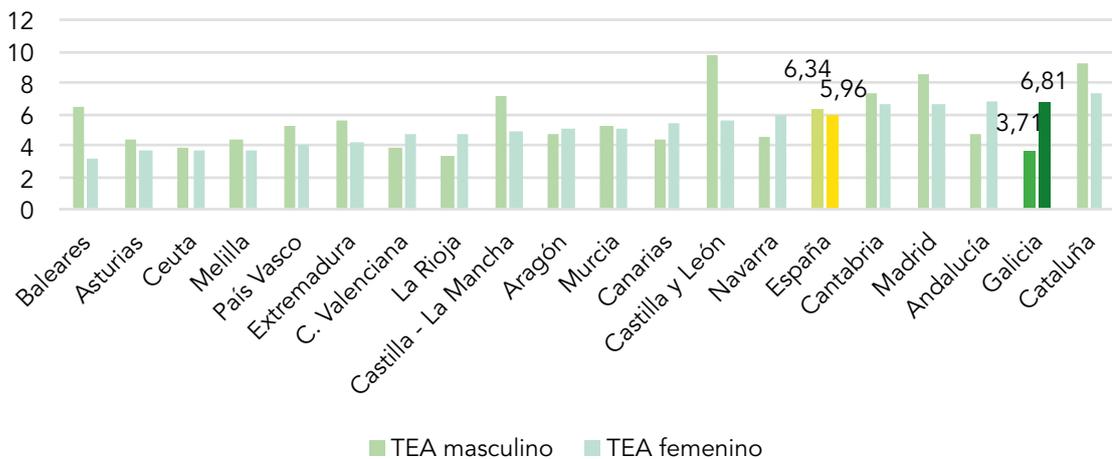
(5,96%) y al TEA masculino de la media española (6,34%). La evolución del TEA de las mujeres gallegas mantiene así su tendencia creciente desde 2016, a diferencia del TEA de los hombres, que desciende de un 4,76% en 2018 a un 3,71% en 2019, situándose así muy por debajo de la media española para este colectivo (Figura 1.11).

Figura 1.11. Evolución del TEA en Galicia en función del género (% , 2005-2019)



La evolución de las iniciativas emprendedoras promovidas por mujeres sitúa a Galicia como la segunda región con mayor índice TEA femenino de España en 2019, solo por detrás de Cataluña (7,29%) (Figura 1.12). Dado que el TEA masculino ha bajado, el incremento del emprendimiento femenino es el responsable de situar a Galicia como séptima Comunidad Autónoma más emprendedora de España en 2019 (GEM España, 2019, p. 83), un retroceso de una posición respecto al año anterior, pero aún muy por encima de la décima posición que ocupaba Galicia en 2017.

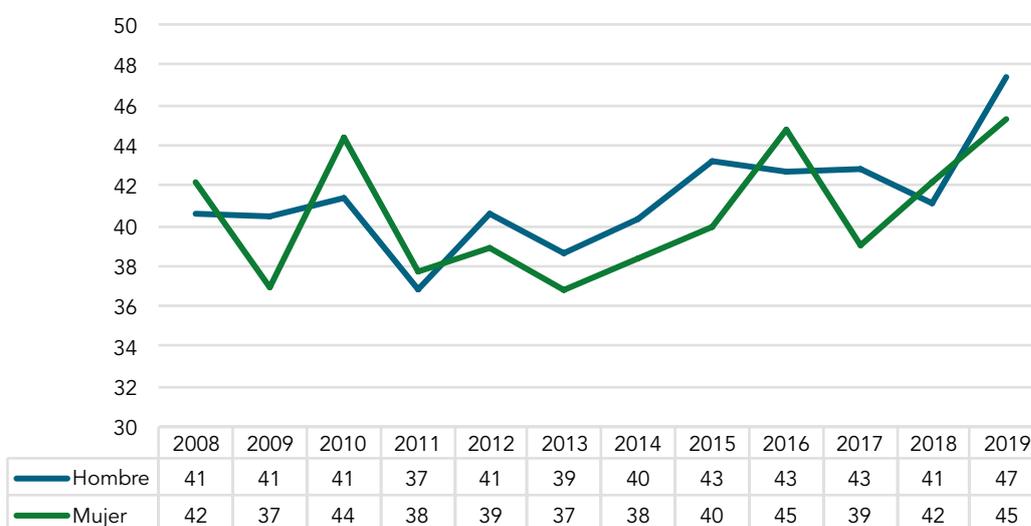
Figura 1.12. TEA en función del género en el contexto de España (% , 2019)



1.3.2 Edad

En 2019 se produce un envejecimiento de la población emprendedora en Galicia. La media de edad de las mujeres emprendedoras fue de 45 años, respecto a los 42 del año anterior, y de 47 años en el caso de los hombres, seis años más que en 2018. En ambos casos es el mayor aumento de la edad media de los emprendedores en los últimos diez años (Figura 1.13.).

Figura 1.13. Edad media de la población emprendedora (2008-2019)



1.3.3 Nivel de estudios

El porcentaje de personas emprendedoras con estudios universitarios se reduce de un 32,97% en 2018 a un 27,78% en 2019 (Figura 1.14). Este porcentaje desciende tanto en el caso de las mujeres, que pasan de un 31,25% en 2018 a un 26,20% en 2019, como en el de los hombres, que pasan de un 34,69% en 2018 a un 30,81% en 2019.

La literatura previa en emprendimiento señala que las iniciativas emprendedoras de personas con estudios universitarios suelen tener más posibilidades de sobrevivir y generar más empleo cualificado¹.

El dato más significativo en 2019 es el descenso del TEA entre las personas que tienen estudios universitarios, que ha pasado de ser 14,58% en el año 2018 a un 8,06% en el año 2019. Por su parte, el TEA de personas sin educación universitaria se mantiene estable como en años anteriores, aumentando ligeramente del 4,30% al 4,64% (Figura 1.15).

¹ Calvo, N., Rodeiro, D., Soares, I. (2013). Are USOs more supported to compete than spin-offs not linked to universities? A dynamic overview and proposal of model of USOs support. *International Journal of Innovation and Learning*, 14-(3/4), pp.271-288.

Figura 1.14. Población emprendedora por género y nivel de estudios(%, 2008-2019)

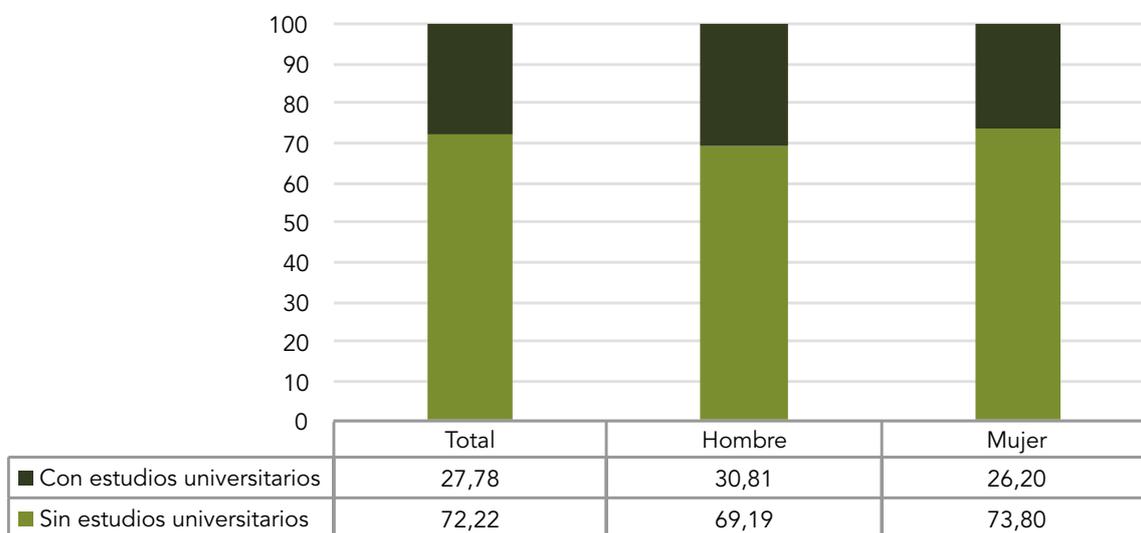


Figura 1.15. TEA en función de la educación universitaria (% , 2008-2019)

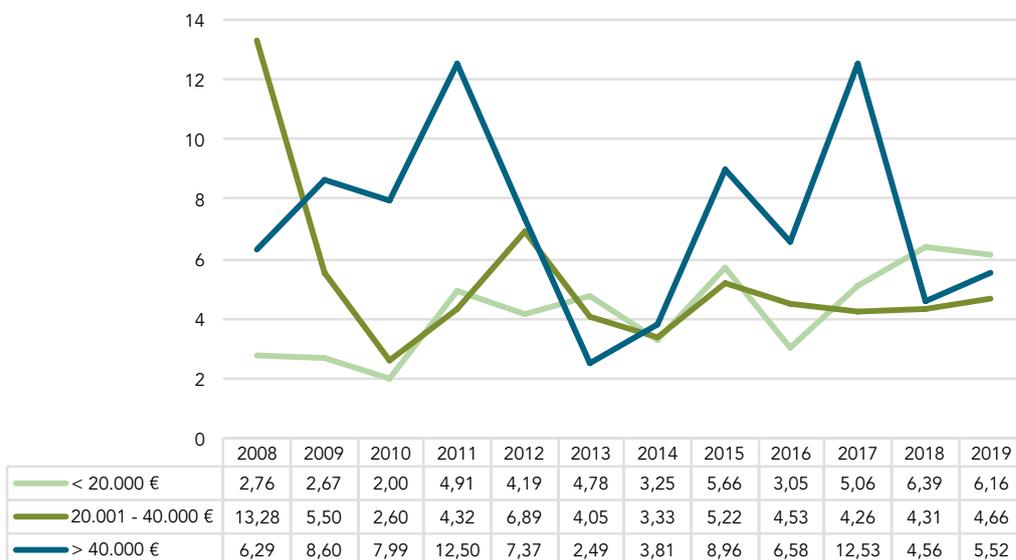


En cualquier caso, el TEA de la población universitaria continúa siendo superior al TEA de la población no universitaria.

1.3.4 Nivel de renta

Dado que la financiación de las primeras fases de la actividad emprendedora suele ser a costa de los ahorros personales de la persona que emprende, el nivel de renta es una variable relevante del perfil emprendedor. La Figura 1.16. muestra la evolución del índice TEA en función del nivel de renta de la persona emprendedora en los últimos diez años. Los datos de 2019 reflejan una ligera recuperación del TEA en niveles de renta superiores a 40.000 euros, que pasan de un 4,56% en 2018 a un 5,52% en 2019, mientras el TEA en niveles de renta inferiores se mantiene estable.

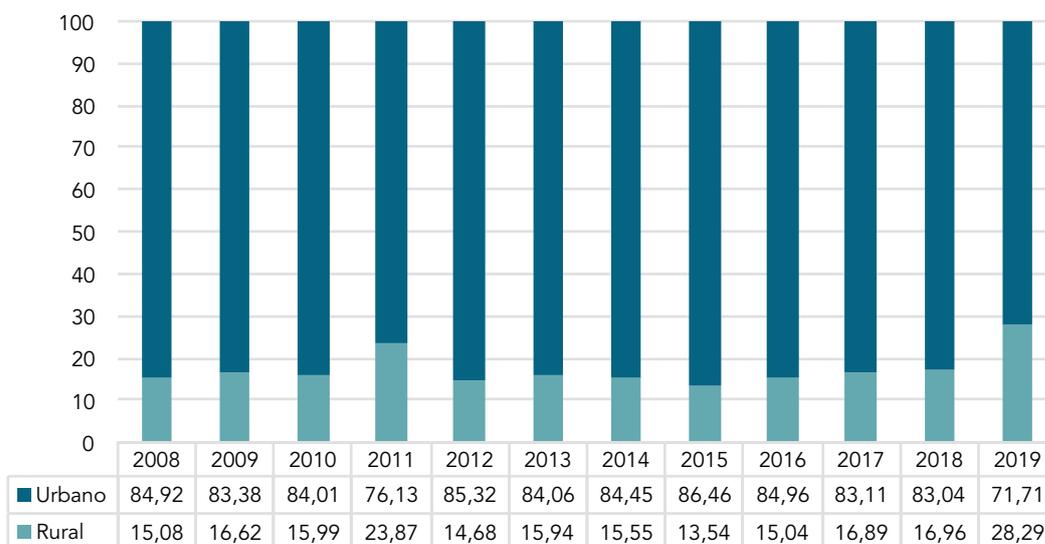
Figura 1.16. Evolución del índice TEA en función de la renta (2008-2019)



1.3.5 Entorno urbano/rural

En lo que se refiere a la localización de las iniciativas emprendedoras, si en los últimos diez años 2 de cada 10 iniciativas emprendedoras se desarrollaron en el entorno rural (Figura 1.17), en el año 2019 se produce un incremento de iniciativas emprendedoras en el rural similar al producido entre 2010 y 2011. El aumento de los emprendedores rurales, que pasan del 16,96% en 2018 al 28,29% en 2019 refleja que el ámbito rural puede ser un nicho de oportunidades emprendedoras con capacidad para consolidarse en el futuro.

Figura 1.17. Distribución de la población emprendedora en función del entorno rural o urbano (% , 2008-2019)

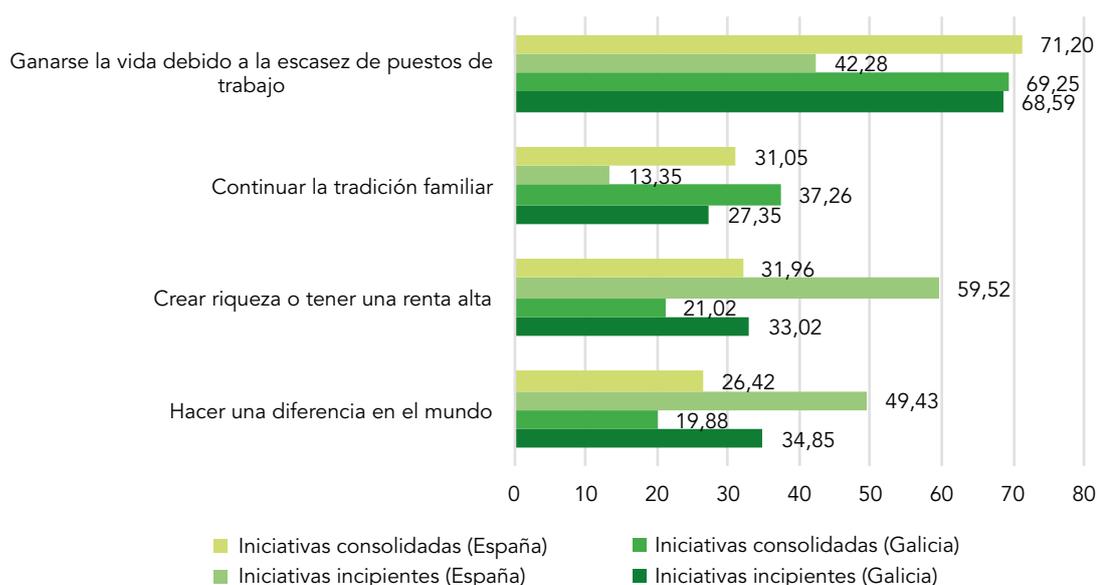


1.4. Motivación para emprender

Cada persona tiene sus razones a la hora de emprender, pero muchas de esas razones coinciden en grupos de población. En esta edición del informe se han detectado cuatro motivaciones para emprender: 1) ganarse la vida ante la escasez de puestos de trabajo, que corresponde a lo que tradicionalmente llamamos “motivación por necesidad”, 2) continuar la tradición familiar, 3) crear riqueza o tener renta alta y 4) hacer una diferencia en el mundo, lo que indicaría una visión más ambiciosa de la vocación emprendedora.

Tal y como se muestra en la Figura 1.18, el perfil motivador de las iniciativas incipientes es diferente al de las consolidadas. A pesar de que en ambos casos la necesidad de ganarse la vida motiva a cerca del 70% de los emprendedores, las iniciativas incipientes vienen más motivadas por el deseo de la persona emprendedora por cambiar las cosas (34,85%), así como generar riqueza para sí misma y para otros (33,02%), a diferencia de los emprendedores consolidados, entre los que pesa más continuar con la tradición emprendedora familiar (37,26%).

Figura 1.18. Motivación para emprender y para mantener el negocio



En comparación con las personas emprendedoras del resto de CCAA, en Galicia la mayoría emprenden para ganarse la vida (68,59%) o para seguir la tradición familiar (27,35%), mientras que el porcentaje de los que emprenden por motivaciones más estratégicas (diferenciarse del mundo) o económicas (crear riqueza o tener una renta alta) sitúan a Galicia en penúltimo y último lugar entre las CCAA. Las características del tejido empresarial gallego y la aversión al riesgo de la población son razones que podrían explicar estas diferencias.

Del mismo modo, la mayoría de las personas que han emprendido en Galicia mantienen sus iniciativas emprendedoras para ganarse la vida, dada la escasez de puestos de trabajo (69,25%), aunque en este caso el porcentaje es inferior al de la media española (71,20%), y más de un tercio de los emprendedores (37,26%) permanece en su empresa para continuar con la tradición familiar, un porcentaje superior al de la media española (31,05%). Al igual que en el caso de las iniciativas incipientes, la motivación

de diferenciación (19,88%) y la motivación económica (21,02%) pesan menos en Galicia que en el resto de España (Figura 1.18).

En resumen, en 2019 quien emprende en Galicia es en un 65,09% de los casos una mujer, con una edad media de 45 años. Algo más de un cuarto de las iniciativas emprendedoras son promovidas por personas con estudios universitarios (27,78%). La distribución de la renta anual de los emprendedores incipientes se equilibra en el rango de los 20.000 a 40.000 euros. Casi un tercio de las iniciativas emprendedoras se producen en el entorno rural gallego (28,29%), lo que supone un incremento sustancial respecto al año anterior. Quien emprende en Galicia suele hacerlo para ganarse la vida ante la falta de otras opciones laborales o para seguir la tradición familiar, a diferencia de los que lo hacen en otras CCAA.

1.5. Características de las iniciativas emprendedoras

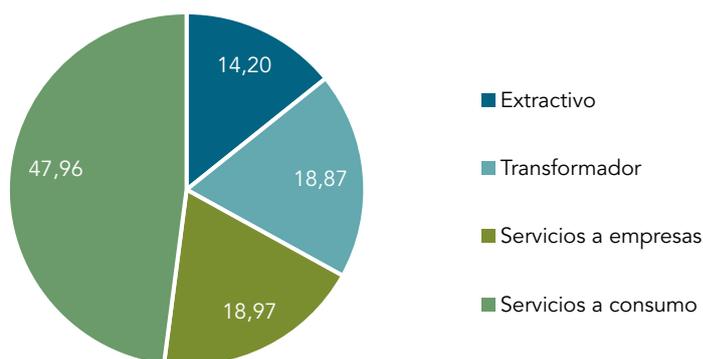
En este apartado se analizan las características generales de la actividad emprendedora y sus modelos de financiación. Así mismo, se analiza la actividad intraemprendedora, concebida como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores (EEA-Entrepreneurial Employee Activity) dentro de sus organizaciones.

1.5.1. Sector

En 2019 la mayoría de las iniciativas emprendedoras, al igual que en años anteriores, siguen desarrollándose en el sector servicios (66,93%), especialmente en el sector de servicios orientados al consumidor, que aumenta de un 44,32% en 2018 a un 47,96% en 2019. Sin embargo, las iniciativas de servicios a empresas se reducen de un 26,28% en 2018 a un 18,97% en 2019 (Figura 1.19), cambiando la tendencia creciente iniciada en 2017.

En lo que se refiere a las iniciativas desarrolladas en los sectores transformador y extractivo o primario, si bien tienen menor peso que el sector servicios en la actividad emprendedora en Galicia, siguen aumentando su participación respecto a años anteriores. En el caso del sector transformador, las iniciativas emprendedoras pasan de un 17,00% en 2018 a un 18,87% en 2019. En el sector extractivo o primario, las iniciativas emprendedoras aumentan de un 11,42% en 2018 a un 14,20% en 2019. En este sentido, el cambio de los condicionantes del entorno provocado por la crisis sanitaria podría incrementar el peso de la actividad emprendedora en el sector primario en los próximos años.

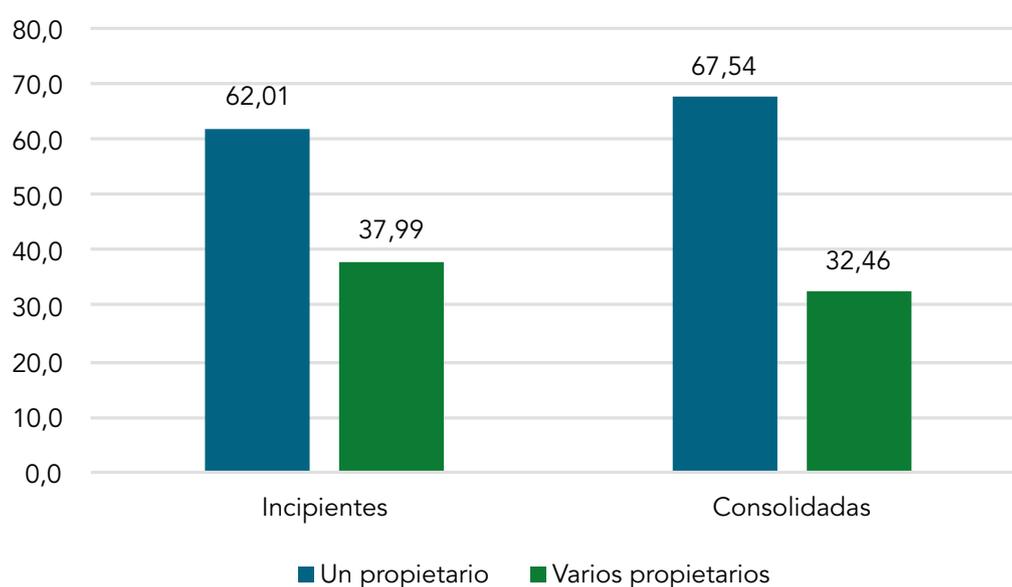
Figura 1.19. Sector general de la actividad emprendedora en la fase de iniciativas incipientes(%, 2019)



1.5.2. Dimensión: propiedad y nivel de empleo

En lo que se refiere al número de personas propietarias a cargo de las iniciativas emprendedoras, en 2019 sigue la tendencia de años anteriores de mantener un propietario único, aunque el porcentaje baja respecto al año anterior, tanto en el caso de las iniciativas incipientes, que pasan de 67,57% en 2018 a un 62,01% en 2019, como en el caso de las iniciativas consolidadas, que pasan de un 69,15% en 2018 a un 67,54% en 2019 (Figura 1.20).

Figura 1.20. Número de personas propietarias de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019)



La comparación del número de propietarios a cargo de las iniciativas emprendedoras entre Galicia y España indica que, a diferencia de años anteriores, la dimensión de las iniciativas gallegas tanto incipientes (1,64 propietarios de media) como consolidadas (1,68 propietarios de media) en 2019 supera a la dimensión de las iniciativas emprendedoras en España. En este sentido, se reduce la dimensión en las iniciativas consolidadas de España, que pasan de tener 1,64 propietarios de media en 2018 a 1,59 en 2019 (Tabla 1.1).

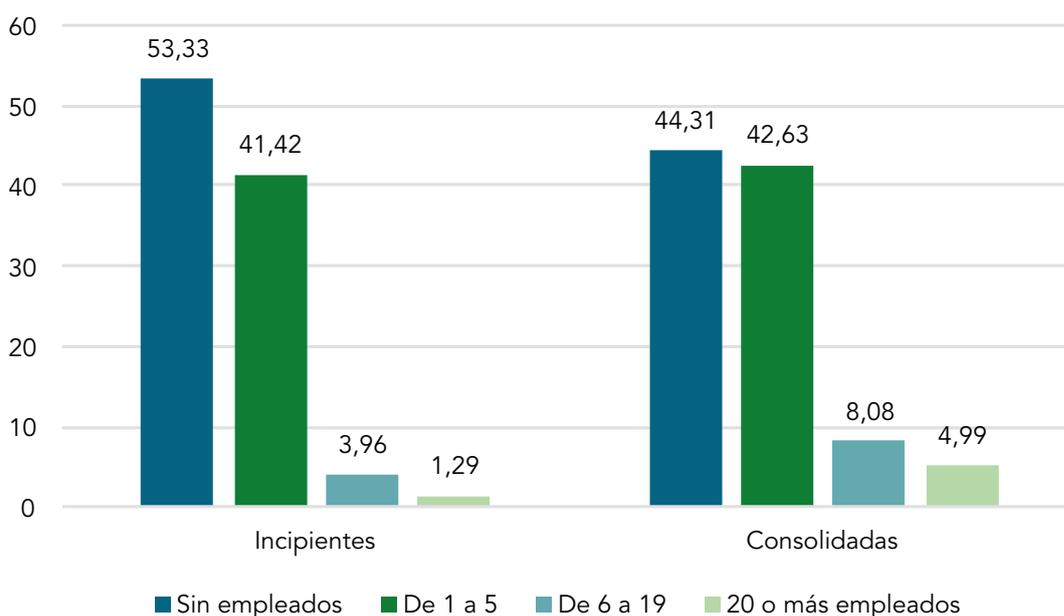
Tabla 1.1. Número medio de personas propietarias de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (2018-2019)

	Galicia		España	
	2018	2019	2018	2019
Incipiente	1,60	1,64	1,55	1,54
Consolidada	1,57	1,68	1,64	1,59

En cuanto a la dimensión de las iniciativas emprendedoras en función del número de trabajadores, se produce un aumento del porcentaje de iniciativas sin personal empleado en las primeras fases del

proceso emprendedor (de un 50,67% en 2018 a un 53,33% en 2019), pero un descenso en el caso de las iniciativas consolidadas, que pasan de un 53,09% en 2018 a un 44,31% en 2019), mientras que aumenta el porcentaje de las que emplea a entre uno y cinco personas (de un 38,14% en 2018 a un 42,63% en 2019). Esto parece reflejar el incremento de la capacidad empleadora de las iniciativas emprendedoras a lo largo del tiempo (Figura 1.21).

Figura 1.21. Dimensión de las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019)

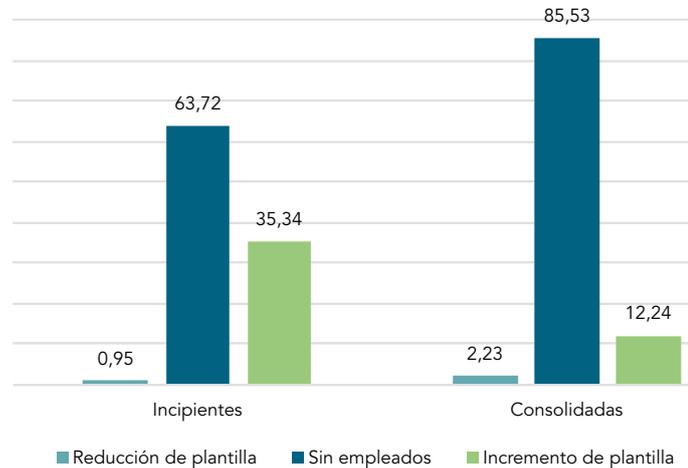


Si lo analizamos por sectores, la mayoría de las iniciativas emprendedoras del sector extractivo y de servicios a empresas no tienen empleados. En el caso del sector extractivo, ese porcentaje baja de un 70% en 2018 a un 66,4% en 2019, mientras que en sector de servicios a empresas aumenta de un 47,37% en 2018 a un 69,2% en 2019. Sin embargo, en algunos sectores las iniciativas emprendedoras mantienen su capacidad de creación de empleo. Así, el sector extractivo aumenta su capacidad de crear más de 20 puestos de trabajo (8,1%), y en el sector de servicios al consumo la mitad de las iniciativas contrataron a entre uno y cinco empleados de media en 2019.

1.5.4 Perspectivas de crecimiento

En relación a la previsión sobre la creación de empleo en los próximos 5 años, se produce un cambio de tendencia respecto a años anteriores (Figura 1.22). En el caso de las iniciativas incipientes, el porcentaje de las que esperan incrementar la plantilla en los próximos 5 años desciende de un 46,85% en 2018 a un 35,34% en 2019, mientras que en el caso de las iniciativas consolidadas ese porcentaje desciende de un 16,84% en 2018 a un 12,24% en 2019. Se prevé que el porcentaje de las iniciativas con previsión de incrementar la contratación descienda aún más dadas las circunstancias sobrevenidas como consecuencia de la crisis sanitaria, e incluso se incremente el porcentaje, ahora residual, de las iniciativas emprendedoras que prevén una reducción de plantilla.

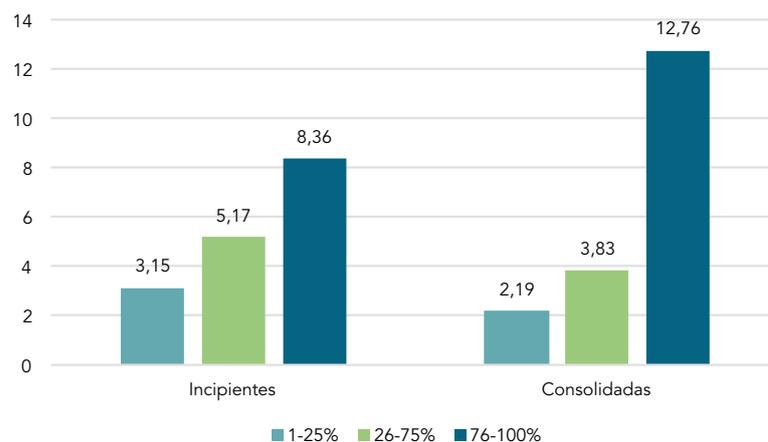
Figura 1.22. Previsión de la evolución en cuanto a empleo para los próximos 5 años en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019)



1.5.5. Internacionalización

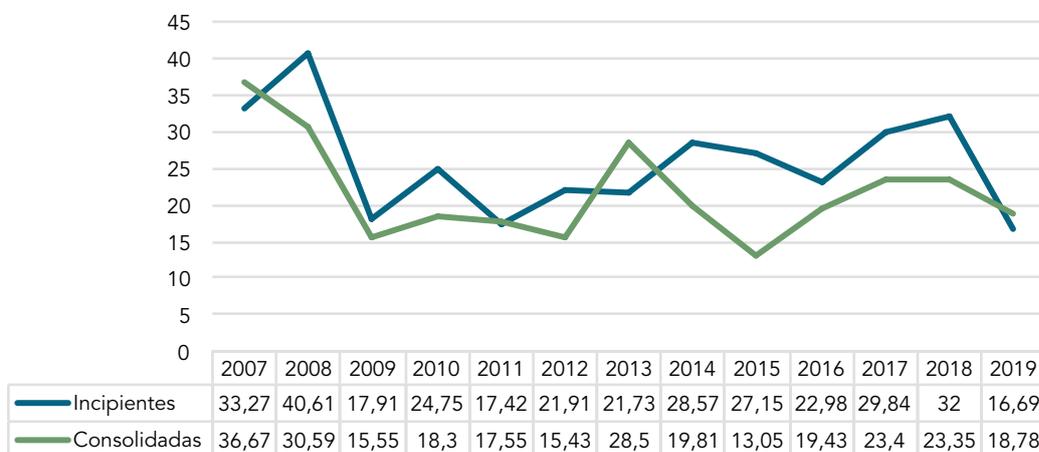
En relación a la expansión internacional de las iniciativas emprendedoras se espera un aumento de la internacionalización (Figura 1.23), con previsiones de exportación de entre un 26% y un 75% respecto a 2018 tanto en el caso de las iniciativas incipientes, que pasan de un 4,00% en 2018 a un 5,17% en 2019 como en el caso de las iniciativas consolidadas, que pasan de un 1,52% en 2018 a un 3,83% en 2019. Sin embargo, desciende considerablemente el porcentaje de las iniciativas que esperan un crecimiento en su nivel de exportación entre el 76% y el 100%, tanto en el caso de las iniciativas incipientes (de un 26% en 2018 a un 8,36% en 2019) como en el caso de las consolidadas (de un 19,8% en 2018 a un 12,76% en 2019)

Figura 1.23. Actividad general de internacionalización estimada en las iniciativas emprendedoras según la fase del proceso (% , 2019)



En 2019 se aprecia un descenso en la capacidad de exportación de las iniciativas emprendedoras en las fases analizadas, tanto en el caso de las iniciativas incipientes, que pasan de un 32% en 2018 a un 16,69% en 2019 como en el caso de las iniciativas consolidadas, que pasan de un 23,35% en 2018 a un 18,78% en 2019 (Figura 1.24). Esto supone un cambio de tendencia respecto a años anteriores, especialmente acusado en las primeras fases del proceso emprendedor.

Figura 1.24. Evolución de las iniciativas emprendedoras exportadoras según la fase del proceso (% , 2007-2019)



El grado de internacionalización varía por sectores: transformación (4,9%), servicios a empresas (11,8%) y servicios al consumo (4,3%), muestran cierta expansión de su mercado, quedando fuera de esta tendencia el sector extractivo o primario, aunque no se descarta un cambio de tendencia en los próximos años.

Esta información puede verse reflejada en la Tabla 1.2, que presenta un resumen de las características de las iniciativas emprendedoras incipientes en función del sector de actividad en el que se encuadran.

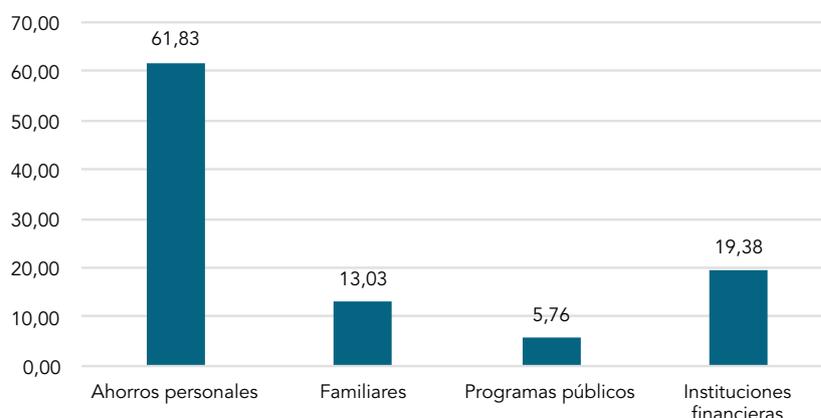
Tabla 1.2. Principales características de las iniciativas emprendedoras incipientes por sectores (% , 2019)

Característica de las iniciativas emprendedoras incipientes		Sector de actividad			
		Extractivo	Transformador	Servicios a empresas	Servicios al consumo
Nivel de empleo	Sin empleados	66,4	36,0	69,2	49,9
	1-5 empleados	25,5	42,9	30,8	50,1
	6-19 empleados	-	21,1	-	-
	20 o más empleados	8,1	-	-	-
Grado de innovación	Sin innovaciones	93,6	63,2	94,7	74,5
	Innovación en el área	-	15,9	5,3	19,6
	Innovación en el país	6,4	15,8	-	3,9
	Innovación internacional	-	5,1	-	2,0
Nivel tecnológico	Bajo	100,0	80,0	85,0	100,0
	Medio	-	15,1	10,1	-
	Alto	-	4,9	4,8	-
Expansión fuerte de mercado		0,0	4,9	5,0	1,9
Grado de internacionalización	76%-100%	-	5,2	-	4,3
	26%-75%	-	4,9	11,8	4,3
	1%-25%	-	5,0	11,6	11,0
	No exporta	100,0	84,9	76,7	80,4

1.5.6. Financiación de las iniciativas emprendedoras

La mayoría de las iniciativas emprendedoras se financiaron en 2019 con ahorros personales de los emprendedores (61,83%) o de familiares (13,03%), lo que se consolida como la principal fuente de financiación de las iniciativas emprendedoras en Galicia, mientras desciende el porcentaje de iniciativas financiadas por instituciones financieras, que pasa de un 24,69% en 2018 a un 19,38% en 2019 (Figura 1.25).

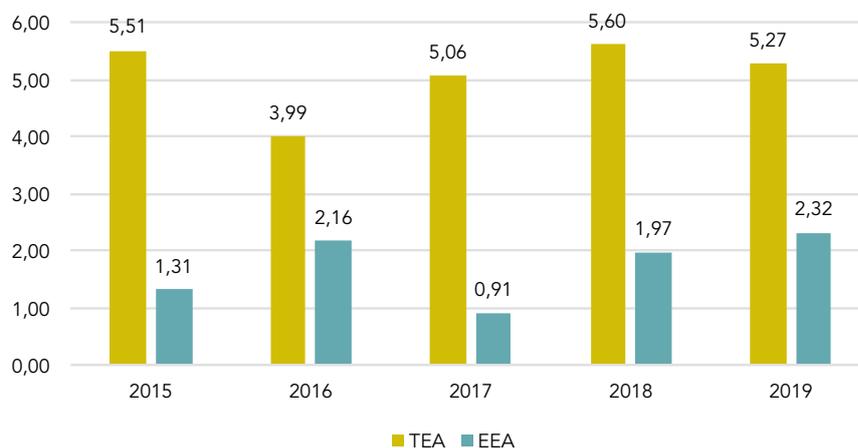
Figura 1.25. Fuentes de financiación de las iniciativas emprendedoras a las que se ha accedido o se espera acceder para obtener capital semilla (% , 2019)



1.6. Intraemprendimiento

Desde la edición de 2014 el proyecto GEM ha analizado la actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores dentro de sus organizaciones para desarrollar nuevos productos o servicios o nuevos negocios con el apoyo de sus empleadores: lo que se denomina intraemprendimiento. A partir de 2017 se produce una tendencia creciente en el porcentaje de intraemprendedores en Galicia, que se consolida en 2019 con un porcentaje del 2,32% de la población comprendida entre 18 y 64 años que ha participado activamente liderando la generación y puesta en marcha de ideas e iniciativas emprendedoras en sus organizaciones, muy por encima del 1,7% obtenido para España en 2019 (Figura 1.26).

Figura 1.26. Evolución en el porcentaje de iniciativas emprendedoras incipientes (TEA) e iniciativas intraemprendedoras (EEA) en Galicia (% , 2015-2019)



A person wearing a Miller welding mask and gloves is holding a digital readout (DRO) device. The device has a screen and is labeled "DIGITAL Elite". The background is dark and industrial.

Capítulo 2

Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población gallega



Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población gallega

2.1. Introducción

La literatura sobre los factores determinantes del emprendimiento se ha abordado desde diferentes enfoques derivados de los campos de la psicología, la sociología o la economía. Los factores más relevantes están relacionados con temas como la educación, la edad, la riqueza y la situación laboral¹. Desde el campo de la sociología se han trabajado cuestiones como el entorno, la cultura, etc. y finalmente desde un punto de vista relacionado con la percepción², se señalan la percepción de oportunidades, la confianza en las propias habilidades y el miedo al fracaso (o aversión al riesgo) como elementos de gran relevancia en la decisión de emprender.

En los siguientes epígrafes se analizan las percepciones que los individuos presentan en cuanto a la detección de oportunidades de emprender: las habilidades y conocimientos que le capacitan para iniciar un proyecto empresarial, y el miedo al fracaso, factores clave en la decisión de emprender. A continuación, nos referiremos a diversos aspectos que conforman la cultura emprendedora de la población, para finalizar con una síntesis de los principales resultados obtenidos, tanto desde una visión gallega específica, como desde una perspectiva general que compara Galicia con el contexto europeo.

2.2. Percepción de la población gallega sobre sus valores y aptitudes para emprender

2.2.1. Percepción sobre oportunidades para emprender en Galicia

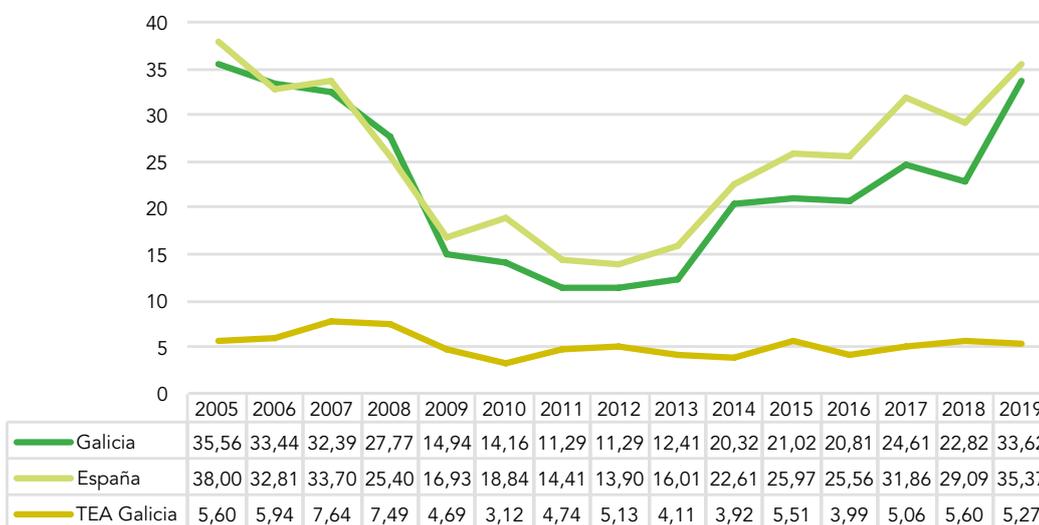
Uno de los primeros aspectos a considerar al analizar el potencial emprendedor en una población es el de su percepción de oportunidades de negocio en el entorno.

En la Figura 2.1 se muestra la evolución de dicha percepción, tanto a nivel gallego como nacional, constatando un comportamiento muy similar, con un descenso de esta durante el período de la crisis y un repunte en los últimos años. De este modo, en 2019, un 33,62% de la población gallega percibía oportunidades para emprender. Así, tras un período en el que la percepción de oportunidades por parte de la población gallega se redujo drásticamente (de 2005 a 2011), desde el año 2012 hasta el 2019 se recuperaron los niveles de principios de la serie, acercándose a la media de la percepción para emprender de la población española (35,37%). Durante el periodo analizado (2005-2019), el TEA de Galicia ha evolucionado con una tendencia más estable que la de las percepciones de oportunidades para emprender.

1 Neira, I., Fernández, L., Portela, M. y Calvo, N. (2017). "Entrepreneur: do social capital and culture matter?". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13 (2), pp. 665-683.

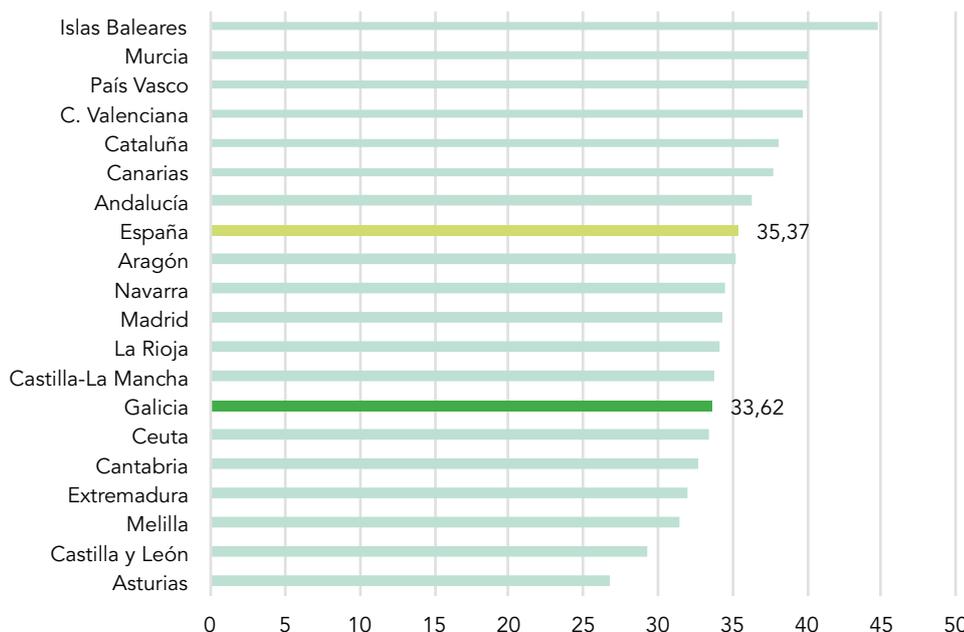
2 Arenius, P. y Minniti, M. (2005). "Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 24, pp. 233-247.

Figura 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender y TEA (% , 2005-2019)



Comparando la situación de la percepción de las oportunidades para emprender entre las diferentes CCAA (Figura 2.2) se observa que Galicia se encuentra entre las regiones con percepción de oportunidades por debajo de la media, aunque se aproxima a la media nacional y avanza posiciones con respecto a años anteriores.

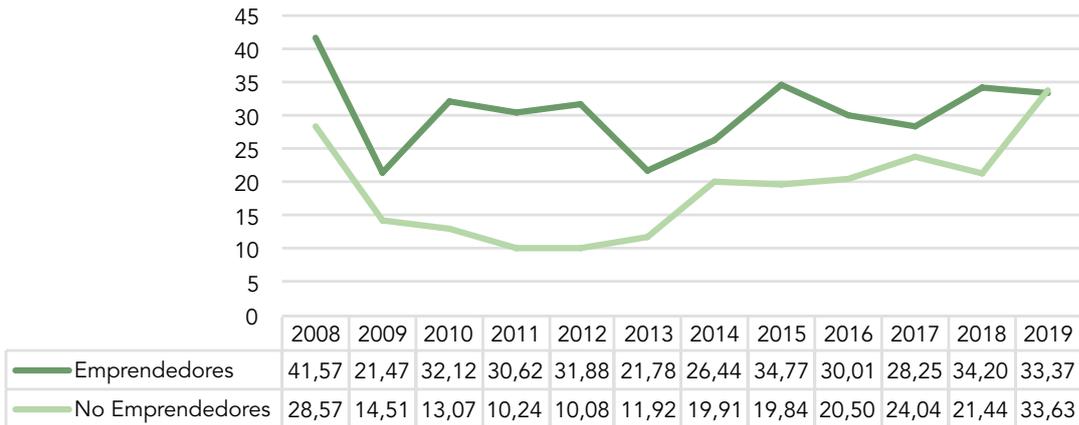
Figura 2.2. Percepción de oportunidades para emprender: comparativa regional (% , 2019)



Si se analiza esta variable a lo largo del tiempo, diferenciando entre personas emprendedoras y no emprendedoras (Figura 2.3), se observa que las primeras ven siempre más oportunidades para emprender. La evolución de ambas variables es similar con momentos en los que se acorta la diferencia y otros

en los que se vuelve a ampliar. Sin embargo, este es el primer año de la serie en el que, con una diferencia muy pequeña, la percepción de oportunidades de quienes no emprenden supera a la de quienes emprenden (33,37% para los emprendedores y 33,63% para los no emprendedores).

Figura 2.3. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender, emprendedores- no emprendedores (% , 2008-2019)



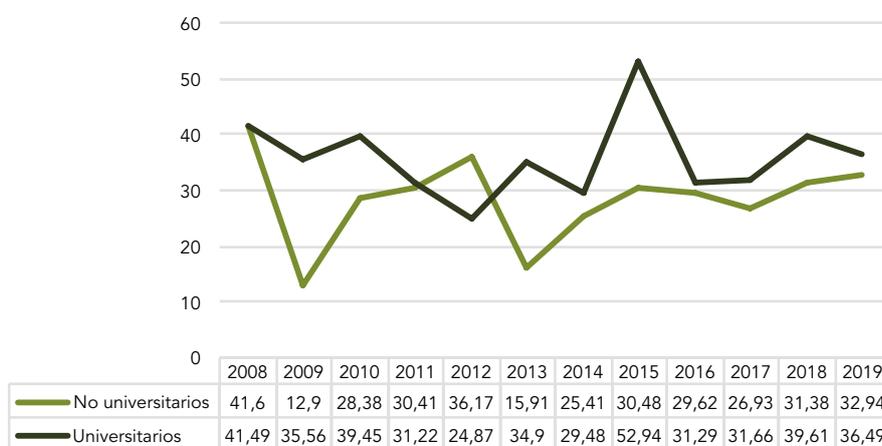
Si realizamos un análisis por género (Figura 2.4), podemos observar diferencias más acusadas entre la población que decide involucrarse en un proceso emprendedor, de modo que las mujeres manifiestan detectar menos oportunidades en ambos estratos (un 26,38% entre emprendedoras frente al 47,37% entre emprendedores, así como un 29,61% entre no emprendedoras frente al 37,70% entre no emprendedores). Además, estas divergencias entre ambos estratos, emprendedores y no emprendedores, son mayores en el caso de los hombres (10 puntos por encima los emprendedores frente a los que no lo son), que en el caso de las mujeres (3 puntos por encima las no emprendedoras frente a las que lo son).

Figura 2.4. Evolución de la percepción de oportunidades para emprendedores- no emprendedores, por género (% , 2008-2019)



En relación al nivel de estudios, los emprendedores universitarios son los que perciben más oportunidades para emprender (Figura 2.5), lo que corrobora los datos obtenidos sobre actitud y competencias emprendedoras del estudio sobre el perfil emprendedor del estudiante universitario en España³, aunque en 2019 ambos grupos alcanzan valores muy próximos (36,49% los universitarios frente a un 32,94% los no universitarios).

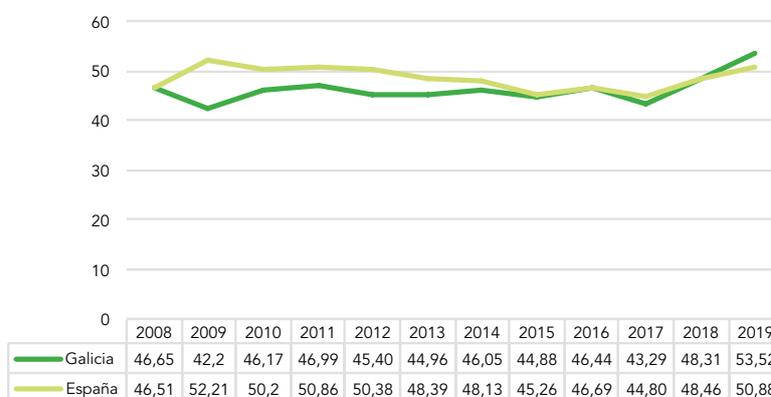
Figura 2.5. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender según nivel de estudios (población emprendedora, %, 2008-2019)



2.2.2. Percepción sobre habilidades y conocimientos para emprender en Galicia

La percepción sobre aptitudes para emprender representa el factor psicológico y social más importante para explicar el emprendimiento. La Figura 2.6 muestra que un 53,52% de la población manifiesta tener habilidades y conocimientos para emprender en Galicia en 2019, incrementándose con respecto al dato del año anterior y superando la media nacional (50,88%).

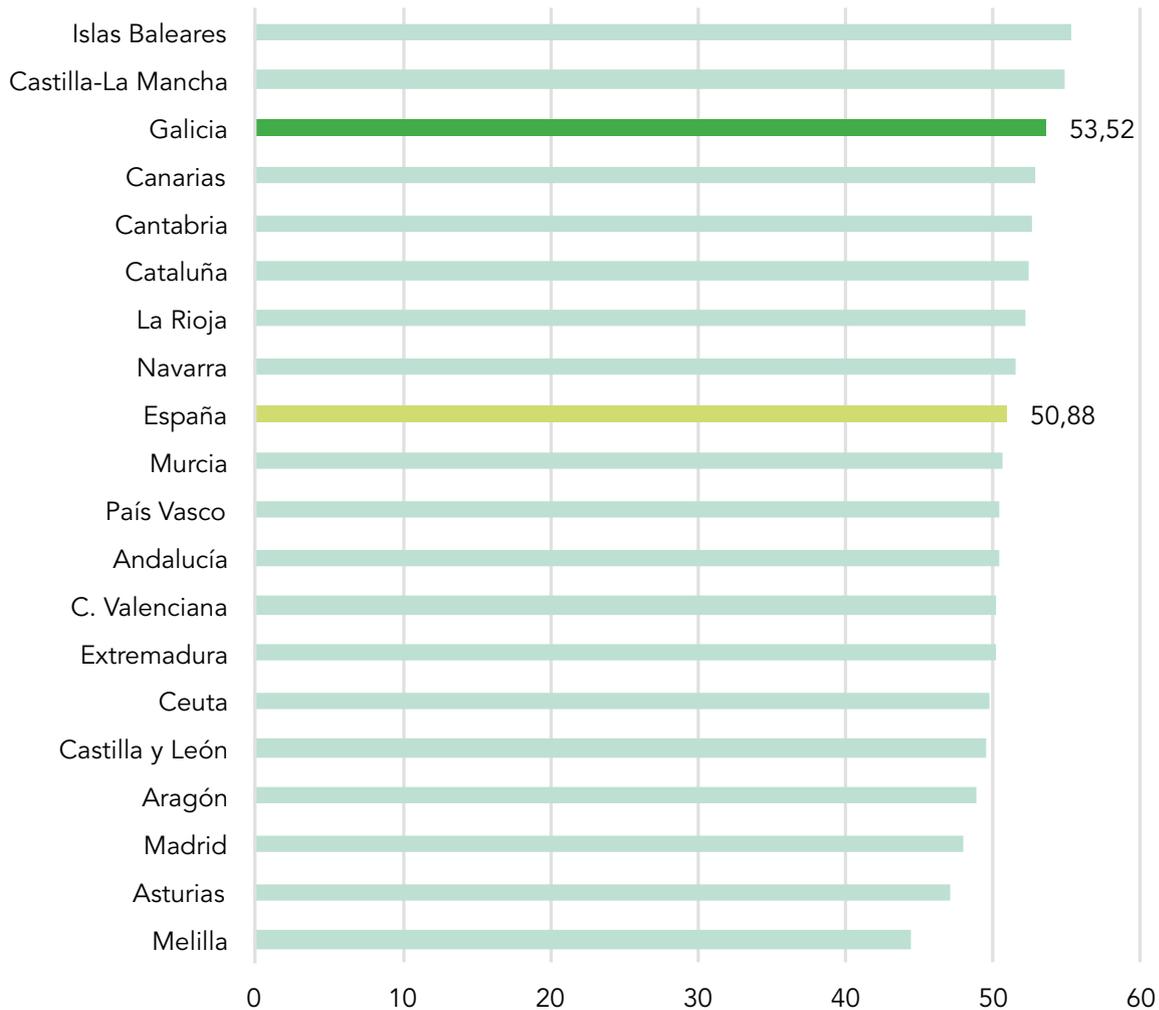
Figura 2.6. Evolución de las habilidades y conocimientos para emprender (% población, 2008-2019)



³ Guerrero, M. (coord.) (2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario. Observatorio de emprendimiento universitario*, Informe 2015-2016. CRUE-RedEmprendia-CISE.

En una comparativa con las demás regiones españolas (Figura 2.7), Galicia se sitúa como tercera comunidad en este indicador, por encima de la media nacional y solo por detrás de Islas Baleares y Castilla-La Mancha.

Figura 2.7. Aptitudes para emprender: comparativa regional (% , 2019)



La evolución temporal de la diferencia en las aptitudes para emprender entre emprendedores y no emprendedores se muestra en la Figura 2.8. Claramente se observa que son los primeros los que presentan mayores aptitudes con porcentajes superiores al 80% para todo el período, mientras que los no emprendedores se encuentran en porcentajes en torno al intervalo 40-50%. La percepción en este ítem es similar entre géneros en cada uno de los dos estratos, aunque las mujeres se sitúan ligeramente por debajo, tanto en la población involucrada como no involucrada en el proceso emprendedor, con una mayor diferencia entre géneros en este último caso.

Figura 2.8. Evolución de las aptitudes para emprender, emprendedores- no emprendedores, hombres- mujeres (% población, 2008-2019)

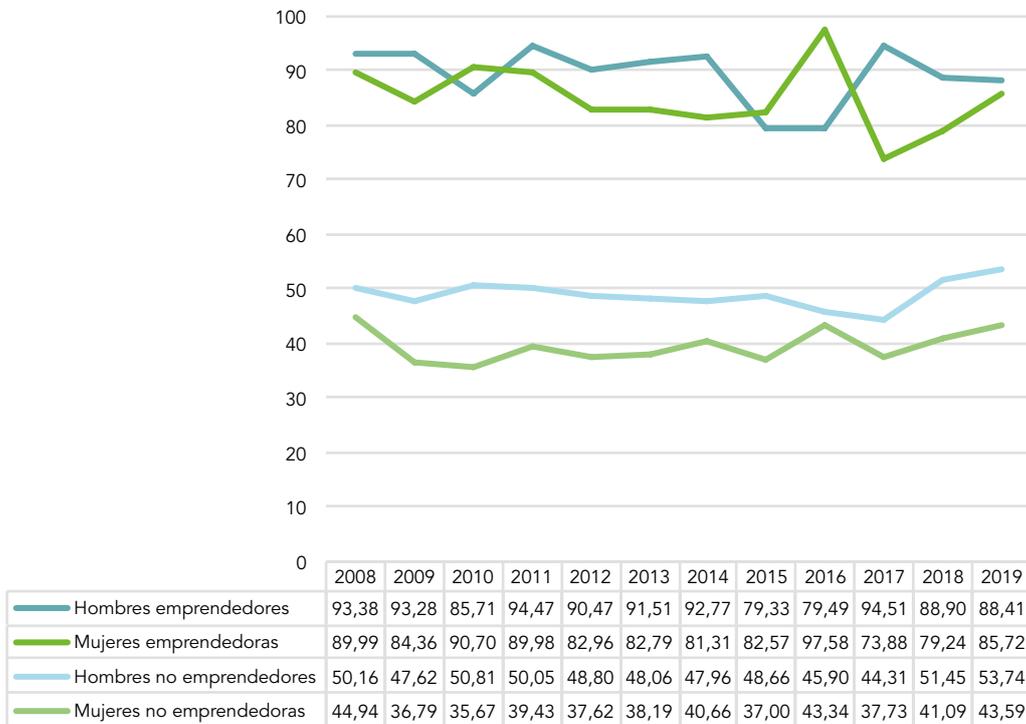


Figura 2.9. Evolución de la aversión al riesgo (% población, 2008-2019)



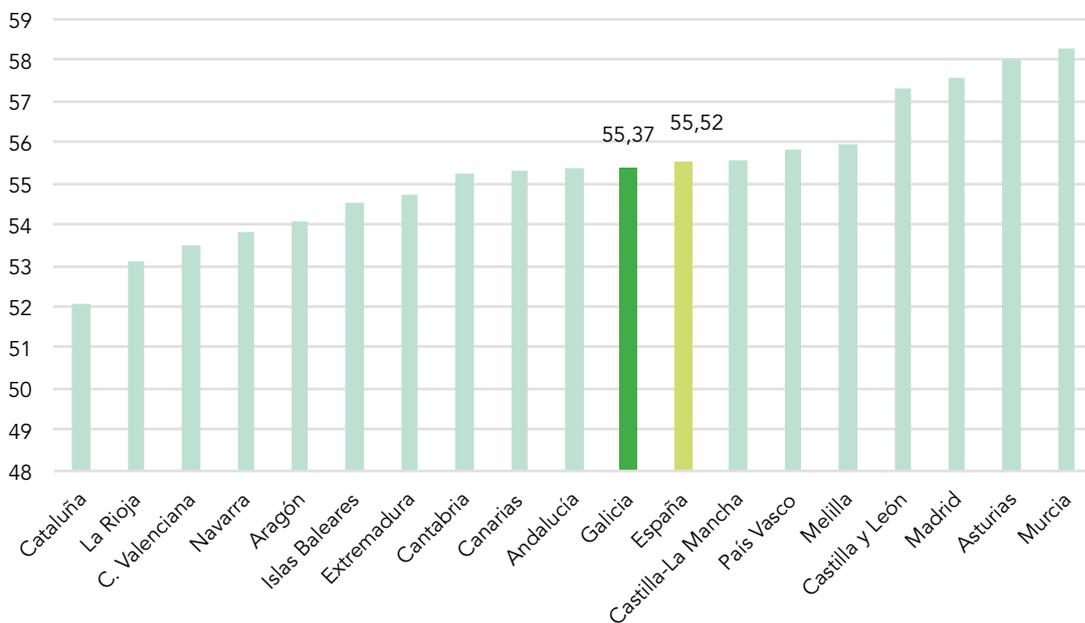
2.2.3. Aversión al riesgo

La aversión al riesgo es un factor que puede ser un obstáculo para el emprendimiento, por cuanto puede generar en la persona emprendedora el temor a que su proyecto acabe fracasando. Así, en el contexto de este estudio, mayor aversión al riesgo se refiere a mayor temor a fracasar en la aventura empresarial, de modo que un valor alto en este indicador indica una menor predisposición de la población para emprender.

En la Figura 2.9 se muestra la evolución de esta variable desde el año 2008, comprobándose un incremento respecto a 2018 tanto en la población emprendedora (alcanzando un 38,92%) como en la no involucrada en el proceso emprendedor (alcanzando un 56,29%), de modo que se aprecia en toda la serie que la población emprendedora presenta unos porcentajes de miedo al fracaso inferiores a la población no involucrada en el proceso emprendedor.

En el contexto regional (Figura 2.10) ese valor pasa a ser inferior al de la media nacional (55,52%), pudiéndose destacar que las CCAA con un indicador más elevado son Murcia y Asturias, mientras que se obtiene un valor más reducido en Cataluña y La Rioja, donde la población encuentra en menor medida este obstáculo para emprender.

Figura 2.10. Aversión al riesgo: comparativa regional (% , 2019)



La población emprendedora muestra un menor porcentaje de miedo al fracaso que la población no emprendedora, siendo menor para los hombres que para las mujeres en ambos casos, observándose un distanciamiento importante entre ambos colectivos en 2019 (Figura 2.11).

Figura 2.11. Evolución de la aversión al riesgo emprendedores-no emprendedores, hombres- mujeres (% población, 2008-2019)



2.3. Percepción de la población gallega sobre su cultura para emprender y su influencia en el emprendimiento

Uno de los factores importantes a la hora de llevar a cabo iniciativas emprendedoras es la existencia de un entorno económico y social que facilite la generación y el desarrollo de nuevos proyectos y que no penalice los fracasos. Entre estos elementos destacan la existencia de modelos de referencia, la posibilidad de considerar al emprendimiento como una opción profesional, el estatus de los emprendedores y la difusión y el tratamiento del emprendimiento en los medios de comunicación.

2.3.1. Emprendimiento por modelos de referencia

La existencia de modelos de referencia, es decir, del conocimiento de alguien que está involucrado en un proceso emprendedor, es uno de los aspectos más importantes para el emprendimiento. En la

Figura 2.12. Modelos de referencia: comparativa regional (% , 2019)

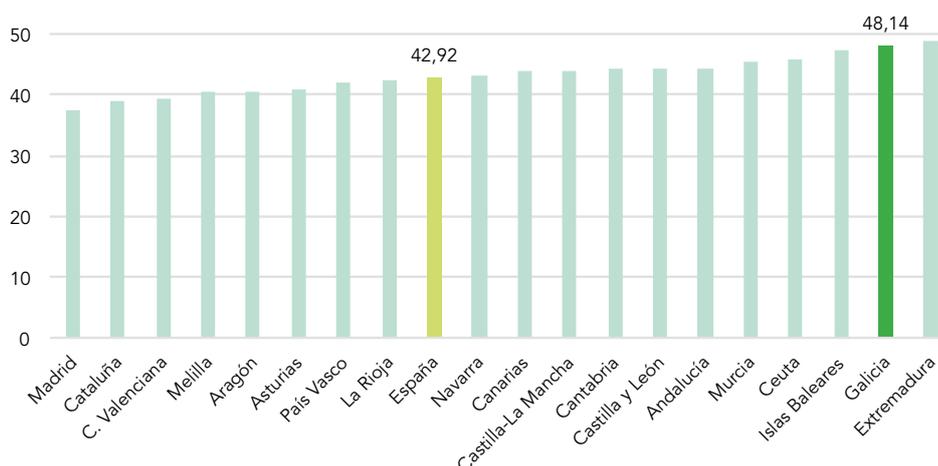
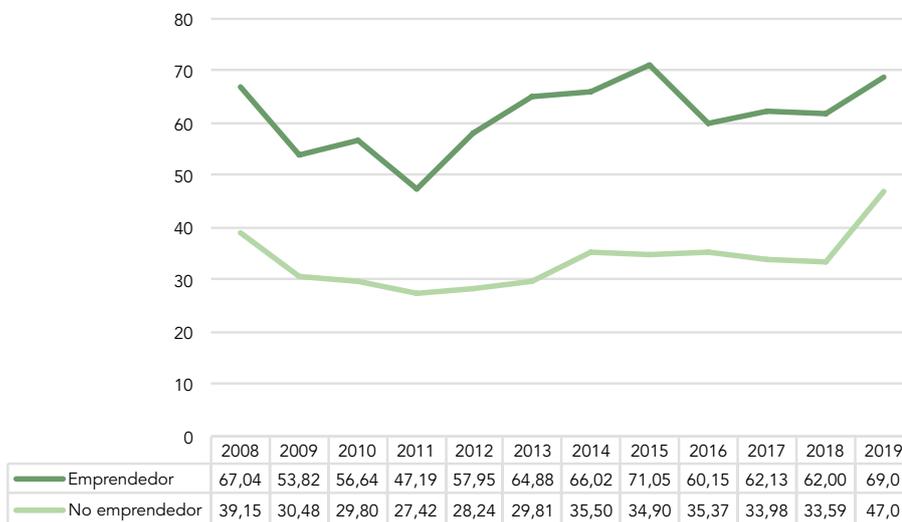


Figura 2.12 se expone esta variable a nivel regional. Galicia se encuentra situada en segundo lugar (con un 48,14%), por encima de la media española (42,92%), correspondiendo el mayor valor a Extremadura y el menor a Madrid.

La evolución temporal muestra un ligero repunte tras una tendencia decreciente durante los cuatro últimos años, con valores todavía muy alejados de la situación antes de la crisis de 2008, pero superiores a los del período de crisis. De este modo, se aprecia que la población emprendedora muestra una percepción mucho más elevada con respecto a esos modelos de referencia que los no emprendedores (un 69% frente a un 47%), teniendo un similar comportamiento su evolución temporal (Figura 2.13).

Figura 2.13. Modelos de referencia: población emprendedora-no emprendedora (% , 2008-2019)



Finalmente, también se aprecia que la existencia de modelos de referencia es mayor entre la población emprendedora que entre la población no emprendedora y, del mismo modo, entre los hombres que entre las mujeres en cada uno de los dos estratos (Figura 2.14).

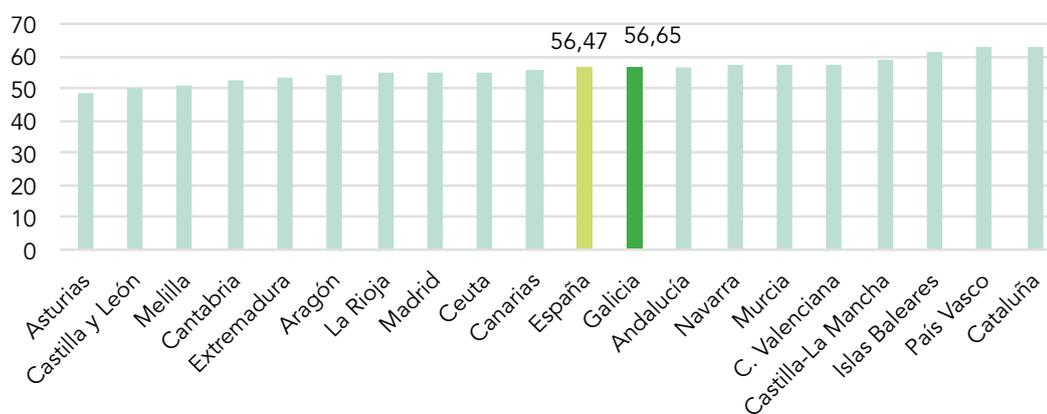
Figura 2.14. Modelos de referencia: población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres (% , 2008-2019)



2.3.2. Emprendimiento como buena opción profesional

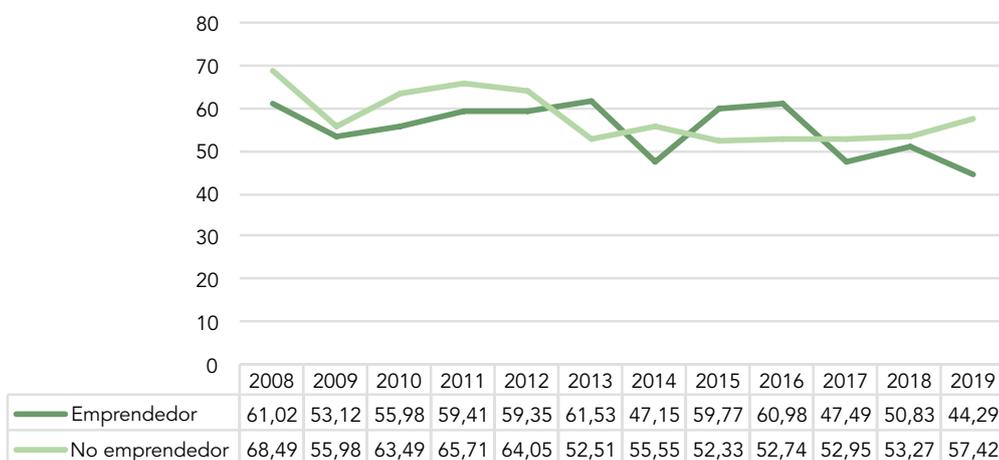
El emprendimiento es considerado en España, en general, como una buena opción profesional (Figura 2.15), con valores superiores al 49% en todas las CCAA. Galicia (56,65%) se sitúa en la media nacional (56,47%) y dentro del grupo superior de regiones que creen que emprender es una opción profesional perfectamente válida. El mayor valor corresponde a Cataluña y el menor a Asturias.

Figura 2.15. Emprender como una opción profesional: comparativa regional (% , 2019)



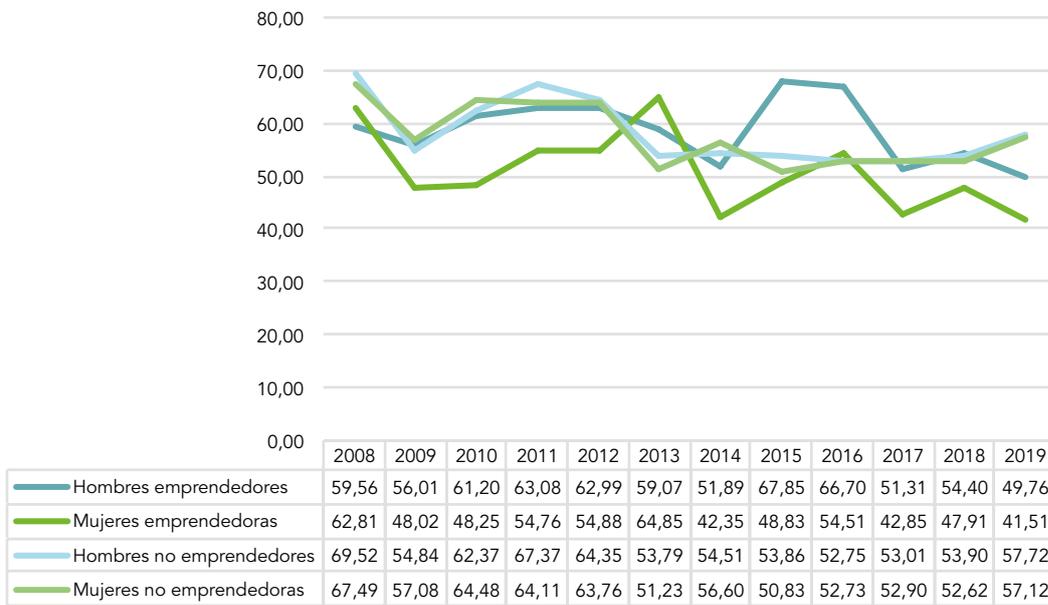
Si se analiza esta variable comparando la población emprendedora con la no emprendedora (Figura 2.16), se observa que hasta 2012 los no emprendedores consideraban el emprendimiento como una buena opción profesional en mayor porcentaje que los emprendedores. Desde 2016 se produce un descenso entre la población emprendedora que se ha mantenido hasta la actualidad, de modo que en 2019 alcanza una diferencia de 13 puntos porcentuales, con un menor valor entre la población emprendedora (44,29%) que entre la población no emprendedora (57,42%).

Figura 2.16. Emprender como una buena opción profesional (% población, 2008-2019)



Finalmente, también se aprecia que emprender es visto como una opción profesional aceptable por un porcentaje mayor de hombres que de mujeres en cada uno de los dos estratos (emprendedor y no emprendedor) aunque la diferencia mayor se aprecia en el caso de la población involucrada en el proceso emprendedor (Figura 2.17).

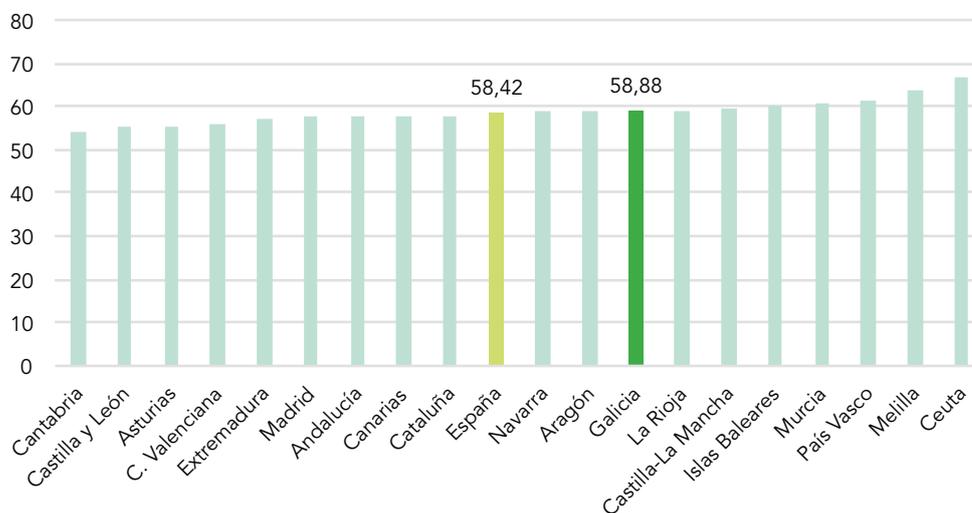
Figura 2.17. Emprender como opción profesional: población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres (% , 2008-2019)



2.3.3. Emprendimiento por estatus social

En este apartado se analiza si tener éxito en el proceso emprendedor otorga un estatus social elevado. El porcentaje en Galicia (58,88%) supera la media nacional (58,42%), situándose en la parte alta dentro del contexto regional (Figura 2.18), correspondiendo el mayor valor a Ceuta y el menor a Cantabria.

Figura 2.18. Estatus profesional que otorga emprender: comparativa regional (% , 2019)



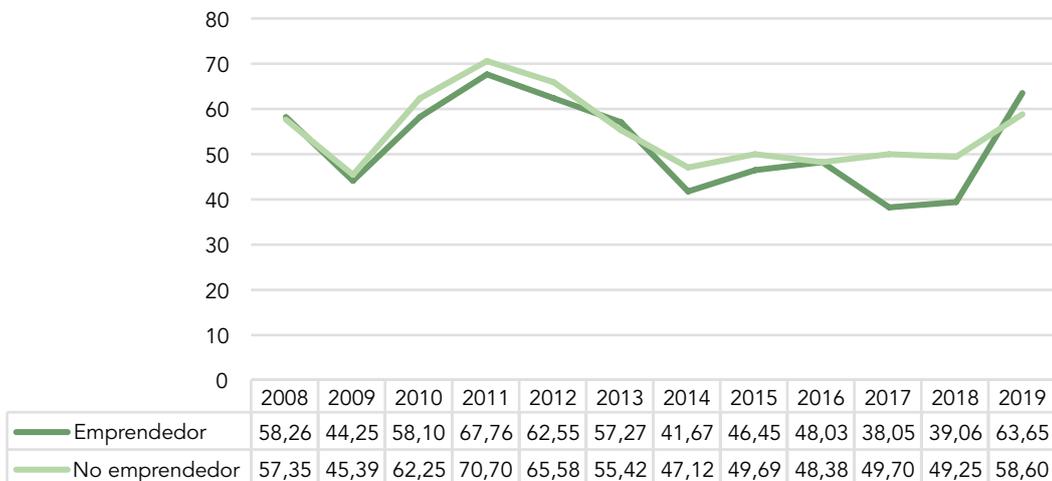
Si se analizan los cambios de esa variable a lo largo de los últimos años (Figura 2.19) se observa que el mayor porcentaje se alcanza en 2011 (70,56%), desde donde desciende hasta mantener un comportamiento bastante estable en los últimos cinco años, volviendo a experimentar un fuerte incremento en 2019, año en el que alcanza hasta el 58,88%.

Figura 2.19. Estatus profesional que otorga emprender (% población, 2008-2019)



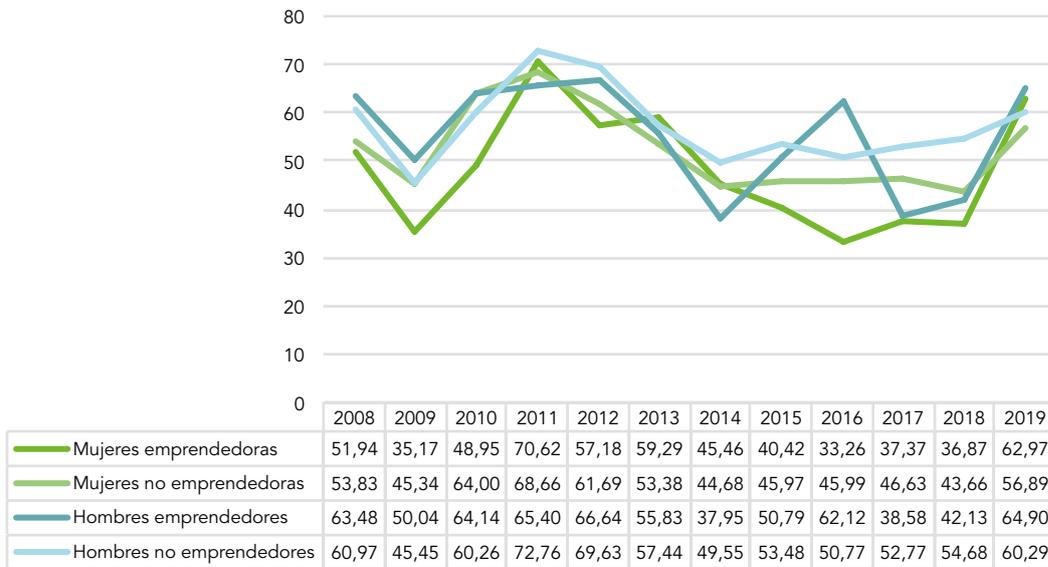
La población emprendedora es la que considera en mayor porcentaje (63,65%, frente al 58,60% de la no emprendedora) que tener éxito en las iniciativas emprendedoras otorga un mayor estatus social, cambiando así la tendencia contraria existente desde 2014 (Figura 2.20).

Figura 2.20. Estatus profesional que otorga emprender: población emprendedora-no emprendedora (% , 2008-2019)



Por último, también se aprecia que el estatus profesional que otorga emprender es menor en el caso de las mujeres que en el caso de los hombres en cada uno de los dos estratos, aunque la diferencia menor se aprecia en el caso de la población involucrada en el proceso emprendedor (Figura 2.21).

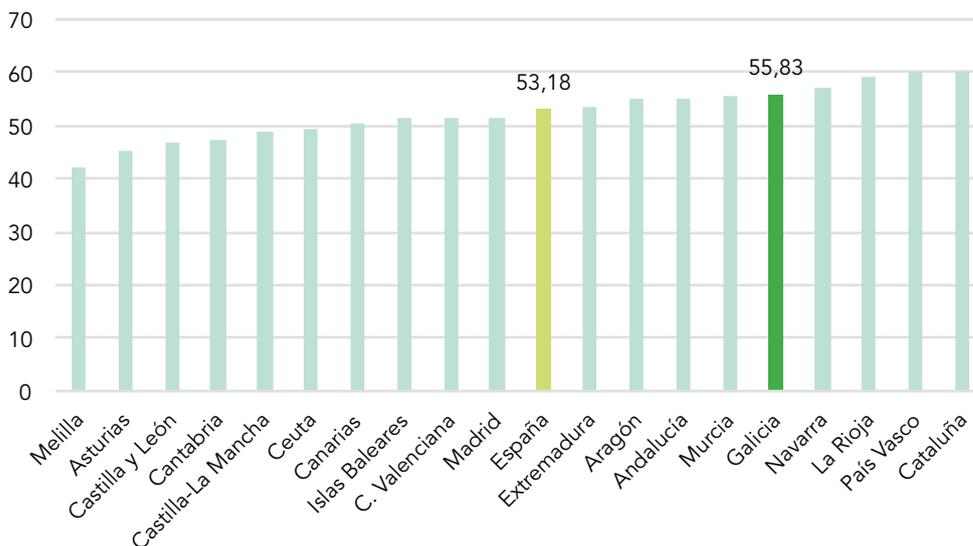
Figura 2.21. Estatus profesional que otorga emprender: población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres(%, 2008-2019)



2.3.4. Difusión del emprendimiento por los medios

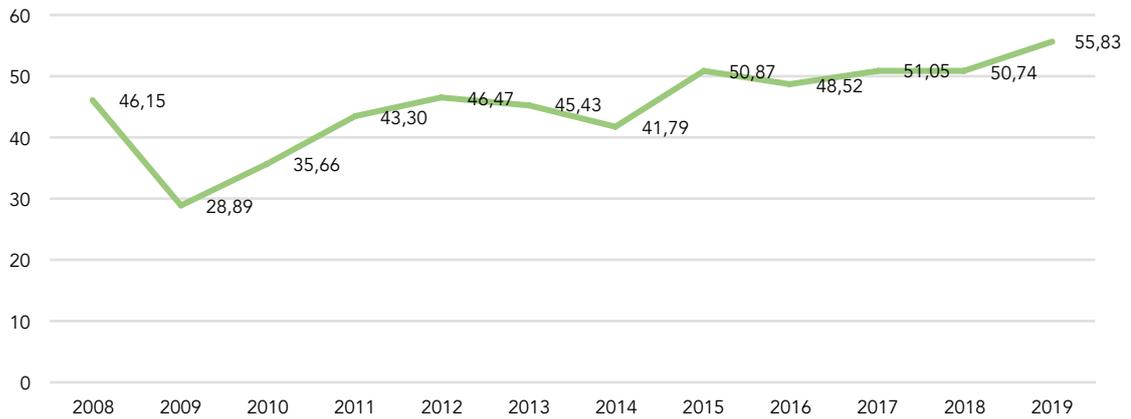
La difusión de experiencias sobre nuevos negocios de éxito en los medios de comunicación es otro de los factores positivos para el comportamiento emprendedor en una sociedad. En España un 53,18% de la población afirma que, a menudo, se produce esa difusión (Figura 2.22). Ese porcentaje es superior en Galicia (55,83%). A nivel regional el mayor valor en España se alcanza en Cataluña y el menor en Melilla.

Figura 2.22. Difusión del emprendimiento en los medios: comparativa regional (% , 2019)



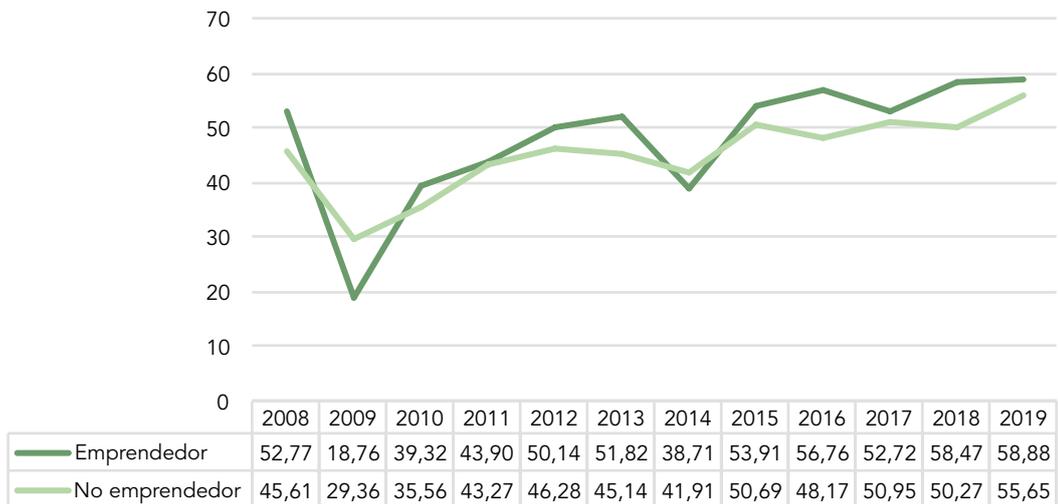
La evolución temporal de esta variable en Galicia muestra un incremento continuo en los últimos seis años, alcanzando en la actualidad el mayor valor del período analizado (Figura 2.23).

Figura 2.23. Difusión del emprendimiento en los medios (% , 2008-2019)



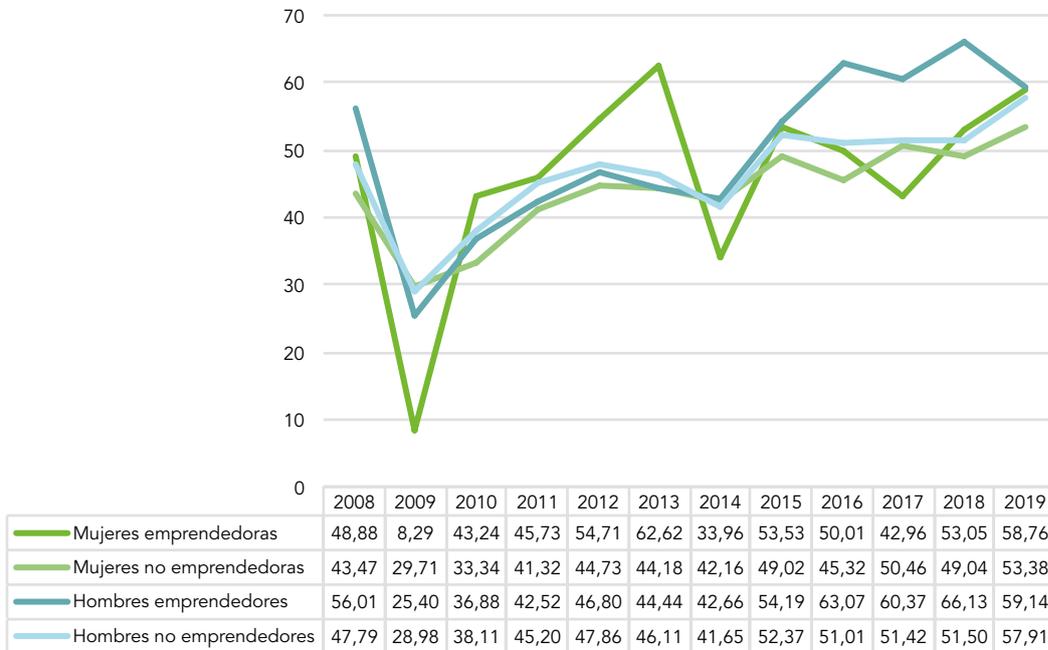
Analizando la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación diferenciando entre población emprendedora y no emprendedora (Figura 2.24) se observan pocas diferencias, con cifras ligeramente superiores en los últimos años dentro de la población emprendedora y con una tendencia creciente en ambos casos.

Figura 2.24. Difusión del emprendimiento en los medios: población emprendedora-no emprendedora (% , 2008-2019)



Por último, también se aprecia que la difusión del emprendimiento en los medios se percibe en mayor medida en el caso de los hombres que en el de las mujeres en cada uno de los dos estratos, aunque la menor diferencia se aprecia, en líneas generales y exceptuando los valores del año 2019, en el caso de la población no involucrada en el proceso emprendedor (Figura 2.25).

Figura 2.25. Difusión del emprendimiento en los medios: población emprendedora-no emprendedora, hombres-mujeres (% , 2018-2019)



2.4. Valores, percepciones y aptitudes para emprender de la población gallega: síntesis y comparativa internacional

En este apartado se presenta un resumen de los factores psicológicos y sociales para emprender que presenta la población gallega y una comparativa de esta a nivel internacional.

Teniendo en cuenta las fases del proceso emprendedor (Tabla 2.1) existen tres factores que afectan de forma positiva, por una parte, la percepción de oportunidades, la posesión de conocimientos y habilidades para emprender y el conocimiento de alguna persona implicada en el proceso emprendedor, y uno que actúa como freno, por otra parte, que es la aversión al riesgo.

Analizando estos factores se observa que el grupo de no emprendedores tiene mayor miedo al fracaso, percibe menos oportunidades (salvo para las iniciativas incipientes y consolidadas), afirma tener menos habilidades para emprender y muestra un menor conocimiento de personas que están en un proceso emprendedor. En cuanto a los emprendedores, son los nuevos los que muestran una mayor percepción de oportunidades, pero también uno de los valores más altos de aversión al riesgo. Los emprendedores nacientes y consolidados destacan en la posesión de conocimientos y habilidades para emprender. Aquellos que han tenido que cerrar su proyecto manifiestan un mayor aversión al riesgo y menos habilidades.

Emprender como buena opción profesional destaca en el caso de los emprendedores potenciales y en los consolidados, mientras que el estatus profesional y la difusión en los medios alcanza los mayores valores en el caso de los emprendedores potenciales y en los incipientes.

Tabla 2.1. Factores psicológicos y sociales para emprender según la fase del proceso emprendedor (% , 2019)

Percepción sobre:	Emprendimiento				No emprende
	Potencial	Incipiente	Consolidado	Cierres	
Oportunidades (+)	53,7	33,4	26,3	42,5	33,6
Habilidades y conocimientos (+)	82,8	84,9	84,9	75,9	51,7
Aversión al riesgo (-)	45,1	38,9	44,2	51,8	56,3
Modelos de referencia (+)	67,5	69,0	59,4	69,2	47,0
Emprender como opción profesional	57,4	44,3	51,7	45,9	57,4
Estatus profesional	64,8	63,6	58,4	46,3	58,6
Difusión del emprendimiento en los medios	64,4	58,9	56,1	55,5	55,7

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

En la Tabla 2.2 se presentan los factores psicológicos y sociales para emprender **según el nivel educativo de la población emprendedora**.

Los emprendedores con estudios universitarios presentan mejores valores en casi todos los indicadores (oportunidades, habilidades, menor aversión al riesgo, modelos de referencia, estatus profesional y difusión en los medios), salvo para el caso de emprender como buena opción profesional, donde los emprendedores no universitarios consideran al emprendimiento como una buena opción para emprender en un porcentaje mayor que los emprendedores con estudios universitarios.

Tabla 2.2. Factores psicológicos y sociales para emprender según nivel educativo (% , 2019)

	Oportunidades emprender	Habilidades y conocimientos	Aversión al riesgo	Modelos referencia	Opción profesional	Estatus profesional	Difusión medios
No universitario	33,1	51,0	56,2	46,1	58,2	58,0	54,7
Universitario	36,5	64,3	52,4	58,6	50,4	63,4	61,0

Diferenciando por género entre las personas que han iniciado un proyecto emprendedor y las que no, la Tabla 2.3 muestra que los valores alcanzados en todos los indicadores analizados son mayores en los hombres que en las mujeres (oportunidades, habilidades, modelos de referencia, opción profesional, estatus profesional y difusión en los medios) para cada uno de los dos estratos considerados (población emprendedora y población no emprendedora), salvo para el caso de aversión al riesgo, donde este valor es superior en ambos estratos para el caso de las mujeres que para el de los hombres.

Tabla 2.3. Factores psicológicos y sociales para emprender por género e implicación en emprendimiento (% , 2019)

		Oportunidades emprender	Habilidades y conocimientos	Aversión al riesgo	Modelos referencia	Opción profesional	Estatus profesional	Difusión medios
Mujeres	Emprendedoras	26,4	81,3	42,2	64,1	41,5	63,0	58,8
	No emprendedoras	29,6	46,4	60,5	43,1	57,1	56,9	53,4
Hombres	Emprendedores	47,4	91,7	32,8	77,9	49,8	64,9	59,1
	No emprendedores	37,7	56,9	52,1	50,9	57,7	60,3	57,9

Por último, en la Tabla 2.4 se presentan los factores psicológicos y sociales para emprender según la implicación en el emprendimiento de la población gallega y la media nacional. Según estos datos, la población gallega presenta mayores valores que la media española en las variables modelos de referencia, estatus profesional y difusión en los medios, siendo inferior en la percepción de oportunidades para emprender, en cada uno de los dos estratos (emprendedores y no emprendedores). En el caso de habilidades y conocimientos, aversión al riesgo y consideración del emprendimiento como una buena opción profesional, la diferencia entre ambos estratos se invierte.

Tabla 2.4. Factores psicológicos y sociales para emprender emprendedores-no emprendedores, comparativa Galicia-España (% , 2019)

		Oportunidades emprender	Habilidades y conocimientos	Aversión al riesgo	Modelos de referencia	Opción profesional	Estatus profesional	Difusión medios
Galicia	Emprendedores	33,4	84,9	38,9	69,0	44,3	63,6	58,9
	No emprendedores	33,6	51,7	56,3	47,0	57,4	58,6	55,7
España	Emprendedores	46,8	87,1	36,1	66,5	57,6	60,0	58,5
	No emprendedores	34,7	48,7	56,7	41,5	56,4	58,3	52,9

En la Tabla 2.5 se presenta una comparativa de los factores psicológicos y sociales para emprender de Galicia y España con una serie de países europeos.

España y Galicia presentan menores percepciones de oportunidades para emprender, solo teniendo por debajo a Bulgaria y Grecia. En la percepción de habilidades y conocimientos, tanto Galicia como España se encuentran entre los que tienen más valor en el factor, situándose solo por debajo de Eslovenia, Croacia y Eslovaquia. Galicia y España tienen unos niveles medios de aversión al riesgo, inferiores a los datos que tienen los países del Mediterráneo.

En el caso de los modelos de referencia vuelve a ocurrir algo similar a la aversión al riesgo, los datos están en torno a la media, siendo notablemente superiores al valor obtenido por los países del Mediterráneo.

España y Galicia se encuentran en el grupo de los que menos consideran emprender como una buena opción profesional, situándose treinta puntos porcentuales por debajo de Países Bajos y Polonia.

En cuanto al estatus profesional que otorga emprender, tanto Galicia como España se encuentran en torno a 20 puntos porcentuales por debajo de la media, y a más de treinta puntos porcentuales de Irlanda, que es el país que más estatus profesional le otorga al emprendimiento, solo por delante de Croacia. España y Galicia se encuentran ligeramente por debajo de la media de los países europeos en cuanto a la difusión percibida del emprendimiento en los medios, estando la mayoría en una banda relativamente estrecha en cuanto a valores, salvo dos países, como son Eslovenia e Irlanda, con 20 puntos porcentuales por encima de la media.

Tabla 2.5. Factores psicológicos y sociales para emprender a nivel europeo (% , 2019)

	Oportunidades emprender	Habilidades y conocimientos	Aversión al riesgo	Modelos referencia	Opción profesional	Estatus profesional	Difusión medios
Alemania	42,11	38,31	38,72	23,69	49,60	74,79	50,59
Bulgaria	19,25	36,88	47,52	33,47	62,57	69,31	44,64
Chipre	45,89	45,89	55,06	33,21	69,93	67,60	54,26
Croacia	33,13	52,32	39,55	34,62	62,09	42,97	53,68
Eslovaquia	37,41	53,29	38,54	34,96	46,89	60,36	53,92
Eslovenia	42,17	50,97	37,42	38,45	58,43	75,78	77,19
España	29,09	48,46	43,07	33,36	53,11	49,75	49,37
Francia	34,95	37,46	36,71	33,16	58,21	71,52	52,84
Galicia	22,82	48,31	44,48	35,2	53,14	48,69	50,74
Grecia	19,22	46,39	67,97	23,53	64,89	67,80	50,13
Irlanda	51,65	45,56	41,22	32,41	55,48	83,86	73,42
Italia	34,57	29,77	51,95	26,02	63,93	74,63	60,23
Luxemburgo	55,00	43,91	50,74	35,29	48,81	74,22	49,29
Países Bajos	66,73	46,08	34,83	36,01	81,74	63,05	64,77
Polonia	68,48	46,60	40,63	40,1	85,86	76,33	46,22
Reino Unido	44,02	46,63	39,79	33,27	56,09	76,42	58,48



Capítulo 3

**El entorno emprendedor
en Galicia**



El entorno emprendedor en Galicia

3.1. Introducción

La literatura sobre emprendimiento otorga un papel destacado al entorno en el que se desarrollan las iniciativas, esto es, el conjunto de elementos que forman parte del ecosistema y que pueden favorecer o retraer la actividad emprendedora. Estos elementos vienen de la mano de personas emprendedoras, de agentes financiadores (empresas, entidades financieras, *business angels*, *venture capitalists*...) y de organizaciones promotoras (instituciones públicas, universidades y centros de investigación...) vinculadas a las diferentes iniciativas emprendedoras (sociales, tecnológicas...) y orientadas a generar valor en el territorio.

El proyecto GEM posibilita la realización de un diagnóstico de este entorno emprendedor a través de la National Experts Survey (NES); una encuesta dirigida a personas expertas pertenecientes a distintas áreas del ecosistema, y que se traducen en hasta doce condiciones del entorno en el que se enmarca el proceso emprendedor (Tabla 3.1).

Tabla 3.1. Descripción de las condiciones del entorno emprendedor

ÁREAS DEL ECOSISTEMA	Condiciones del entorno para emprender
1) APOYO FINANCIERO A PERSONAS EMPRENDEDORAS	Disponibilidad de recursos financieros para creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluyendo subvenciones y subsidios.
POLÍTICAS PÚBLICAS: 2) PRIORIDAD Y APOYO 3) BUROCRACIA E IMPUESTOS	Apoyo de las políticas de las administraciones públicas a empresas nuevas o en crecimiento. Se valora tanto la prioridad que se estima da el Gobierno a esta política, como el peso de los trámites administrativos y fiscales exigidos para emprender.
4) PROGRAMAS GUBERNAMENTALES	Existencia de iniciativas o programas de apoyo directo para asistir a empresas nuevas y en crecimiento.
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EMPRENDEDORA: 5) ESCOLAR (ENSEÑANZA OBLIGATORIA) 6) POSTOBLIGATORIA	Presencia en los sistemas educativos y demás formación no reglada, de programas y herramientas que potencien habilidades y conocimientos necesarios para la creación y dirección de empresas. Se valora de forma separada la educación en la fase escolar u obligatoria (primaria y secundaria) y la educación postobligatoria (bachillerato, formación profesional y universitaria)
7) TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	Contribución de los sistemas de investigación y desarrollo a la creación de nuevas oportunidades de negocio relacionadas con la I+D.
8) ACCESO A INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	Disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, y otras instituciones que facilitan servicios para creación o desarrollo de negocios.
APERTURA DEL MERCADO INTERNO: 9) DINAMISMO DEL MERCADO INTERNO 10) BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO INTERNO	Facilidad de las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y competir. Se valora tanto la capacidad de reacción que muestra el mercado (su dinamismo), como la existencia de barreras de entrada.
11) ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y DE SERVICIOS	Facilidad de acceso a los recursos físicos existentes a un coste que no discrimine a las empresas nuevas o en crecimiento.
12) NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	Medida en la que las normas culturales y sociales del territorio favorecen o inhiben la puesta en marcha de nuevas empresas

En las NES de la edición GEM Galicia 2019 han participado un total de 36 personas expertas, seleccionadas tanto por su representatividad en cada una de las condiciones del entorno consideradas, como por su ubicación geográfica en Galicia. El cuestionario incluye preguntas cerradas que recogen su valoración acerca del conjunto de las condiciones antes mencionadas (escala Likert 0-10)¹, y preguntas abiertas para expresar su opinión sobre los principales obstáculos y estímulos a la actividad emprendedora en Galicia, así como recomendaciones de cara a su fortalecimiento.

En el Anexo A se recoge la ficha técnica del estudio y se describe el perfil de la muestra de personas expertas que han conformado esta edición. En el Anexo B se muestra la lista de las personas que han conformado el panel.

Tras esta introducción, el epígrafe siguiente se centra en el análisis de la valoración que las personas expertas entrevistadas otorgan a las condiciones para emprender en Galicia. Este capítulo continúa en los epígrafes siguientes con el análisis de los principales obstáculos y apoyos al emprendimiento, así como las recomendaciones para mejorar el ecosistema emprendedor sugeridas por el panel de personas expertas. El capítulo finaliza con la síntesis de las principales conclusiones.

3.2. Valoración de las condiciones para emprender

Tal y como se puede observar en la Figura 3.1, en términos generales, la valoración del entorno para emprender ha experimentado una mejoría en 2019 respecto al año anterior. Desde el punto de vista del panel de expertos, todas las condiciones consideradas son mejores, exceptuando el acceso a infraestructura física y de servicios, donde se constata un pequeño retroceso en su valoración.

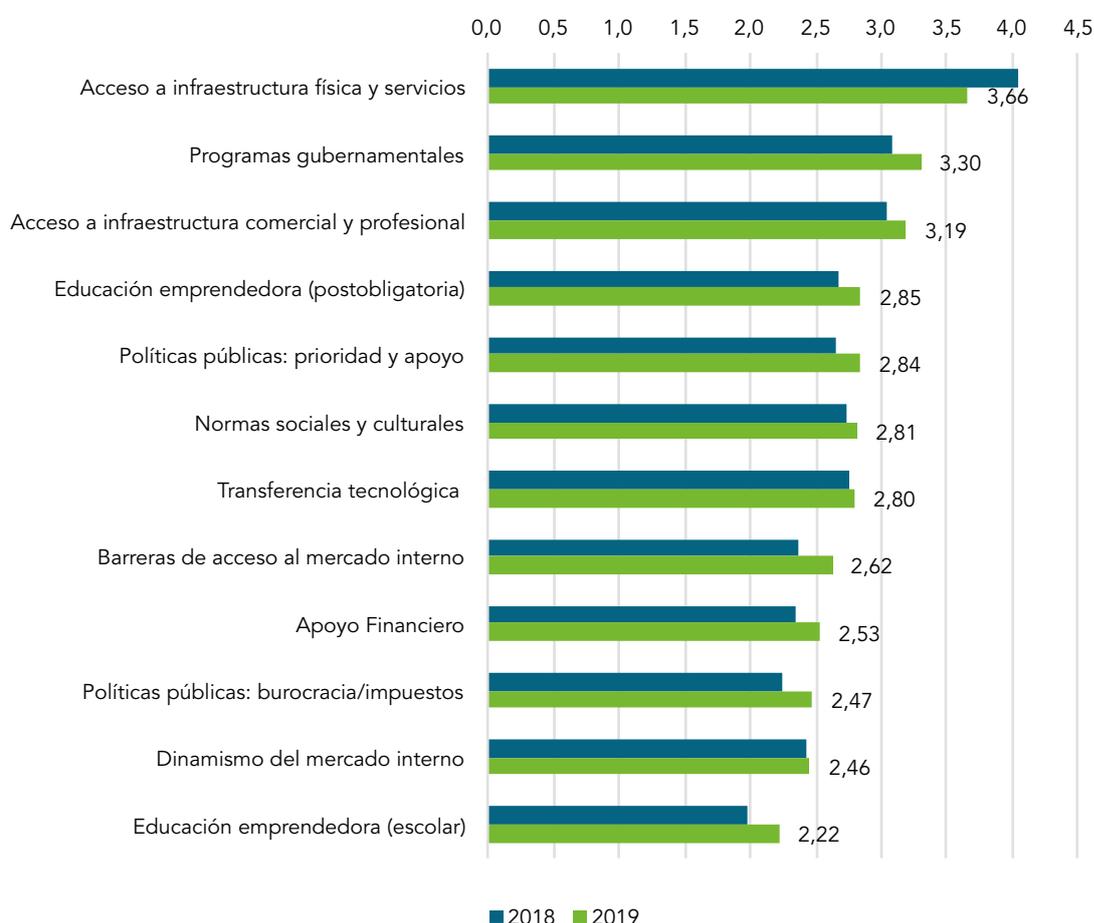
La mayor parte de condiciones del entorno reciben una valoración superior o próxima a la media (2,5 sobre 5), y solo tres de ellas se encuentran ligeramente por debajo de esa puntuación. El acceso a la infraestructura física y de servicios recibe una valoración destacable entre todas las condiciones del entorno, al considerar las personas expertas que las empresas gallegas nuevas o en crecimiento pueden conseguir un buen acceso -en tiempo y forma- a servicios de telecomunicación, sin incurrir en un coste demasiado elevado.

La formación emprendedora en educación primaria y secundaria² (2,22) y la burocracia asociada a los trámites administrativos y el nivel de impuestos (2,47), continúan siendo, al igual que ocurría en la anterior edición del Informe GEM Galicia, las condiciones peor valoradas del entorno emprendedor, junto con el dinamismo del mercado interno (2,46), que este año substituye a las condiciones financieras como tercer factor peor valorado.

1 Los datos de este capítulo presentan las valoraciones en una escala 0-5 para permitir la comparabilidad con el año 2018, donde la valoración del conjunto de condiciones se realizaba en una escala Likert 0-5.

2 Para un análisis más detallado acerca de la valoración de las condiciones vinculadas a la educación obligatoria y postobligatoria, puede consultarse: Rey, L., Fernández, S., Fernández, L., y Rodeiro, D. (2019). "La educación en Galicia: ¿impulso o barrera al emprendimiento empresarial?". En: A. Díaz-Román & A. Carneiro-Barrera (Comps.). *FECIES 2019* (pp. 80-88). Granada: Asociación Española de Psicología Conductual. ISBN: 978-84-09-19787-3.

Figura 3.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender (Galicia, 2018-2019)



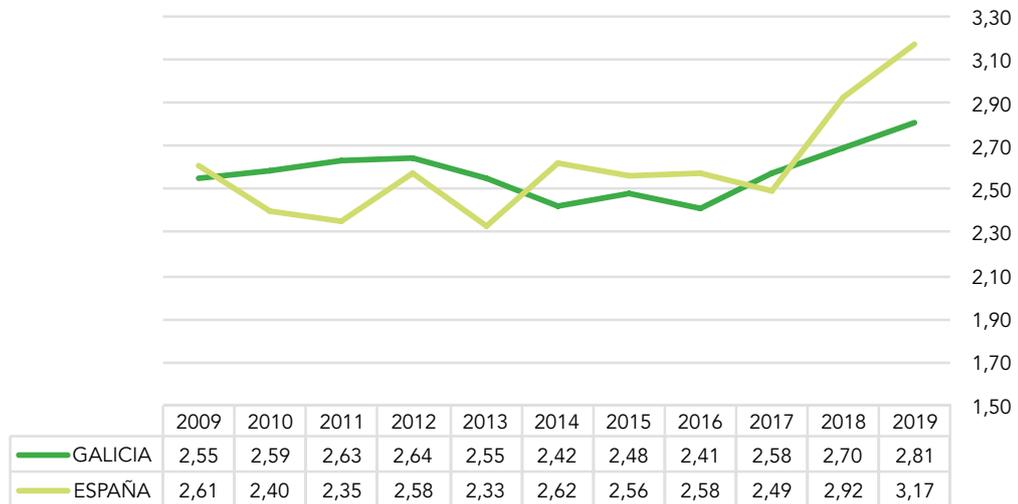
La Figura 3.2 refleja la evolución de la valoración media de las doce condiciones del entorno presentadas en la figura anterior, a lo largo de los últimos diez años (2009-2019), comparando Galicia con el contexto nacional.

Como se puede observar³, en todo el período temporal considerado la valoración del entorno gallego ha estado siempre muy próxima al valor medio (2,5 sobre 5), mostrando una tendencia alcista desde el año 2016, hasta alcanzar el valor de 2,81 puntos en el año 2019. Aunque próxima a la valoración media de las condiciones del entorno para emprender en España, lo cierto es que la brecha entre ambas realidades se ha ampliado ligeramente en estos dos últimos años.

Galicia mantuvo una valoración media de su entorno emprendedor por encima de la valoración nacional en los años posteriores a la crisis, concretamente entre 2010 y 2013; sin embargo, desde 2014 la valoración del entorno por parte de las personas expertas se ha situado por debajo de la media nacional, con la única excepción del año 2017.

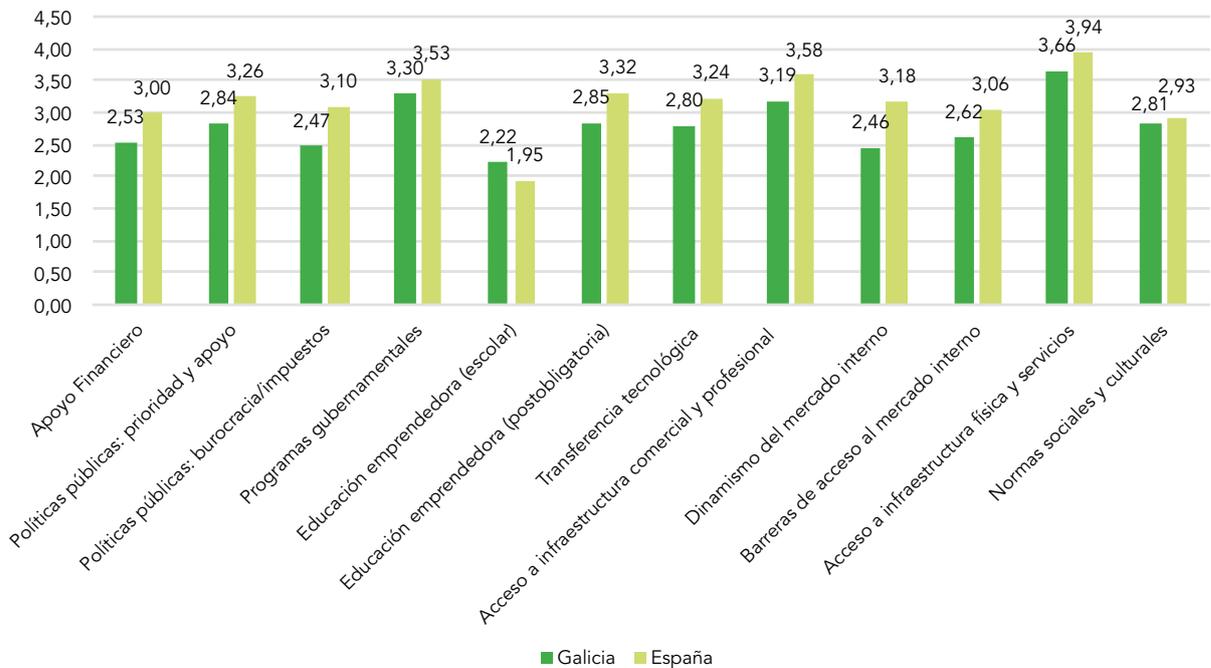
3 En el eje de ordenadas solo se recoge el intervalo de 1,5 a 3,3 para que puedan apreciarse mejor las diferencias.

Figura 3.2. Evolución temporal de la valoración media de las condiciones del entorno para emprender (Galicia, 2009-2019)



Centramos ahora nuestra atención en la valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Galicia en comparativa con la media nacional (Figura 3.3).

Figura 3.3. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender en Galicia en comparación con el valor medio en España (2019)

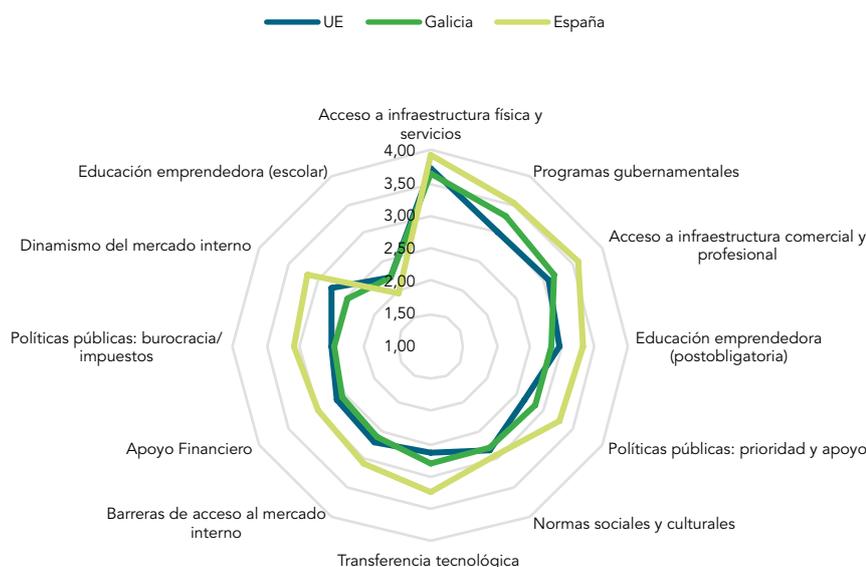


En general, Galicia se encuentra muy cerca de la media española. Solo en una de las condiciones valoradas se puede observar una ligera ventaja a favor de Galicia; concretamente, en la educación emprendedora

durante la etapa escolar. No obstante, la valoración tanto autonómica como nacional de esta condición es poco optimista, situándose por debajo de los 2,5 puntos, siendo mejor la valoración que se otorga a la educación emprendedora en la etapa postobligatoria (2,85 puntos en Galicia). La condición mejor valorada en Galicia continúa siendo, al igual que en el año anterior, el acceso a la infraestructura física y de servicios, aunque la valoración ha empeorado desde el año anterior (3,66 puntos en 2019 frente a los 4,05 puntos en 2018), como ya se ha referido al inicio de este epígrafe.

Por último, y con el objetivo de realizar una comparativa internacional, en la Figura 3.4⁴ se incluyen, junto a Galicia y España, las valoraciones medias de las condiciones del entorno para emprender en la media de los países de la UE 28⁵. La valoración media de las doce condiciones del entorno es la misma que en Galicia (2,81). En general, la valoración que reciben las diferentes condiciones del entorno gallego se sitúa por detrás o a medio camino entre las dos realidades comparadas; solo en el caso de la valoración de la educación emprendedora en etapa escolar la comunidad gallega parece presentar una situación similar a la UE28. Por el contrario, se corrobora la peor valoración en Galicia del dinamismo del mercado interno y del apoyo financiero.

Figura 3.4. Valoración media de las condiciones del entorno para emprender: comparativa Galicia, España y UE28 (2019)



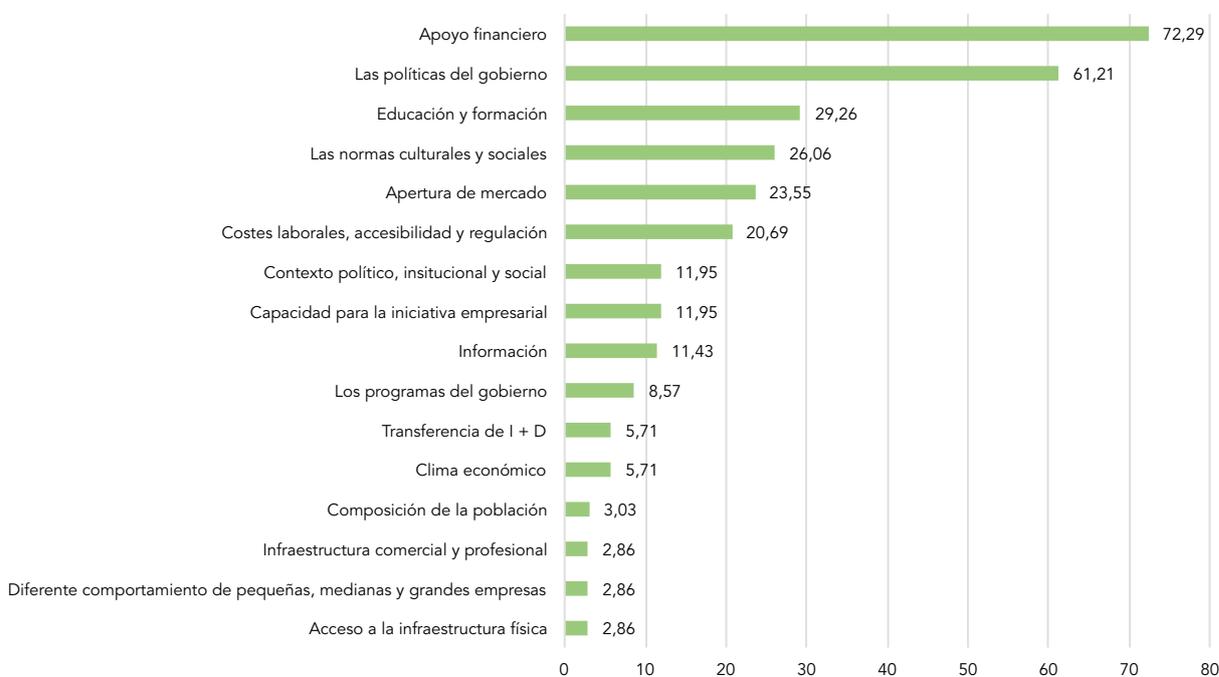
3.3. Obstáculos para emprender

El proyecto GEM indaga entre las personas expertas cuáles consideran que son los principales obstáculos que frenan el proceso emprendedor en Galicia. La Figura 3.5 muestra el porcentaje de personas expertas que mencionan cada uno de esos obstáculos.

⁴ Para una mejor visión se han obviado los valores 0 y 5 del gráfico.

⁵ En esta edición, los países de la UE28 participantes en la NES fueron: Alemania, Bulgaria, Chipre, Croacia, Eslovaquia, España, Grecia, Irlanda, Italia, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido y Suecia.

Figura 3.5. Obstáculos a la actividad emprendedora (% personas expertas que citan cada aspecto, 2019)



El apoyo financiero continúa siendo el obstáculo más citado, al igual que en anteriores ediciones de este informe; de hecho, el 72,29% de las personas expertas lo citan, y de estas, el 41,67% lo señala en primer lugar⁶. Al analizar las razones concretas para señalar este factor como principal freno del emprendimiento, se destaca la falta de financiación privada y el difícil acceso a esta, sobre todo en el caso de empresas de nueva creación; y en menor medida, la escasez de programas públicos de instrumentos financieros, que se indican son “lentos y conservadores”; la falta de información en el acceso a las fuentes de financiación más novedosas; y la dificultad para conseguir avales y garantías para acceder a los métodos de financiación más tradicionales. Esta última cuestión tiene especial relevancia en el caso de proyectos de base tecnológica, donde con frecuencia las entidades financieras parecen “prestar más atención a las garantías y avales que presenta un proyecto empresarial, que a su viabilidad”.

Como obstáculo al emprendimiento, al apoyo financiero le siguen en importancia las políticas del gobierno, que son citadas por un 61,21% de las personas expertas y, de ellas, un 13,89% lo cita como el primer obstáculo.

En ambos casos -tanto en el apoyo financiero como en las políticas de gobierno- ha disminuido el porcentaje de personas expertas que señalan estos factores como principales obstáculos al emprendimiento empresarial en relación a la edición anterior. Por lo que hace referencia a las políticas de gobierno, el panel de expertos coincide en señalar como principales limitantes de la actividad emprendedora los siguientes: las trabas burocráticas y administrativas, tanto en lo que a cantidad

⁶ Aunque no se les pide que citen los tres obstáculos por orden de importancia, sí podemos entender que, de alguna forma, el primero citado es el que consideran más importante. Aun así, este dato ha de tomarse con cierta cautela.

de trámites como a complejidad y tiempo de estos se refiere (por ejemplo, en relación a la concesión de permisos y licencias); la ausencia de una verdadera ventanilla única; una carga impositiva poco incentivadora; la ausencia de una política industrial planificada; la falta de asesoramiento; o la excesiva regulación legal, que muchas veces es cambiante, creando inseguridad jurídica. Todos ellos, motivos que limitan el emprendimiento en Galicia y pueden derivar en “fugas” de empresas hacia otras regiones y países.

En relación a la formación y educación, tercer obstáculo más citado, el panel de personas expertas insisten en la ausencia de una verdadera formación en cultura emprendedora y habilidades para emprender en las diferentes etapas del sistema educativo, así como una escasa formación de cara a la transformación digital; pero también reconocen una posible falta de cualificación técnica en el proceso de asesoramiento. A juicio de algunas de las personas encuestadas, la educación está “alejada de reconocer el valor y la necesidad de los empresarios”.

La ausencia de reconocimiento social, junto con la falta de confianza y un apoyo social más efectivo son los obstáculos citados dentro de las normas sociales y culturales. En el caso de la apertura del mercado, se destacan la alta competitividad y el escaso dinamismo del mercado interno. Dentro de los obstáculos vinculados a los costes laborales, el acceso y la regulación laboral, la mayor parte de las personas entrevistadas coincide en señalar la falta de progresividad en las cuotas a la Seguridad Social de las personas que trabajan por cuenta propia, en tanto que dichas cuotas no se encuentran vinculadas a los ingresos de su negocio.

En relación al contexto político, institucional y social, el panel de expertos coincide en señalar como principales limitantes la incertidumbre política y económica y la escasa atracción de talento. La necesidad de profesionalizar la gestión y dirección de las empresas o el desconocimiento sobre el mapa de ayudas al emprendimiento son otros de los principales obstáculos al emprendimiento en Galicia que se citan en las encuestas realizadas.

3.4. Estímulos para emprender

Al preguntar acerca de los aspectos que pueden estimular la actividad emprendedora en Galicia (Figura 3.6), las personas expertas consideran que el aspecto más determinante es la mejora de las habilidades o características de la fuerza laboral. Así lo señalan el 49,02% de las personas entrevistadas. Este factor mantiene así la hegemonía registrada en los dos informes previos.

A continuación, destacan en importancia la apertura del mercado (43,14%) y los programas de gobierno (32,75%), seguidos del apoyo financiero (28,43%), el acceso a la infraestructura física (27,65%) o las políticas del gobierno (24,31%).

Figura 3.6. Estimulos a la actividad emprendedora (% personas expertas que citan cada aspecto, 2019)



En lo que a las características de la fuerza de trabajo se refiere, las personas expertas coinciden en señalar el desempleo y la falta de alternativas laborales -o la precariedad de estas- como las principales razones que animan a la población gallega a emprender. La apertura del mercado gana peso como principal estímulo al emprendimiento, frente a la transferencia de I+D, que en el informe del año 2018 ocupaba la segunda posición. En este ámbito, el panel de expertos cita como principales motores del emprendimiento empresarial la mayor creación de empresas basadas en la I+D gracias al desarrollo tecnológico; las iniciativas vinculadas al sector servicios; y la existencia de grandes empresas tractoras en el tejido empresarial gallego.

Los programas del gobierno, principalmente a través de los diferentes programas de aceleración disponibles en Galicia y, en menor medida, a través de los programas de asesoramiento (*coaching, mentoring...*) a personas emprendedoras, favorecen la creación de nuevas empresas.

El apoyo financiero, concretado a través de ayudas públicas y cofinanciación, así como asesoramiento a través de capital riesgo público, juega también un papel clave a la hora de impulsar el emprendimiento. Si antes se citaba el apoyo financiero como el principal obstáculo al emprendimiento en Galicia, parece que también puede constituir un estímulo destacable; son las dos caras de una misma moneda.

El acceso a la infraestructura física y de servicios, que en ediciones anteriores estaba lejos de constituir uno de los principales estímulos al emprendimiento empresarial, se sitúa en esta edición en quinto lugar por orden de importancia. En este sentido, el panel de expertos destaca la modernización de las infraestructuras y de las redes de telecomunicaciones, así como la existencia de “espacios emprendedores” (centros de *coworking*, viveros de empresas...), que contribuyen a crear sinergias y redes de confianza entre emprendedores.

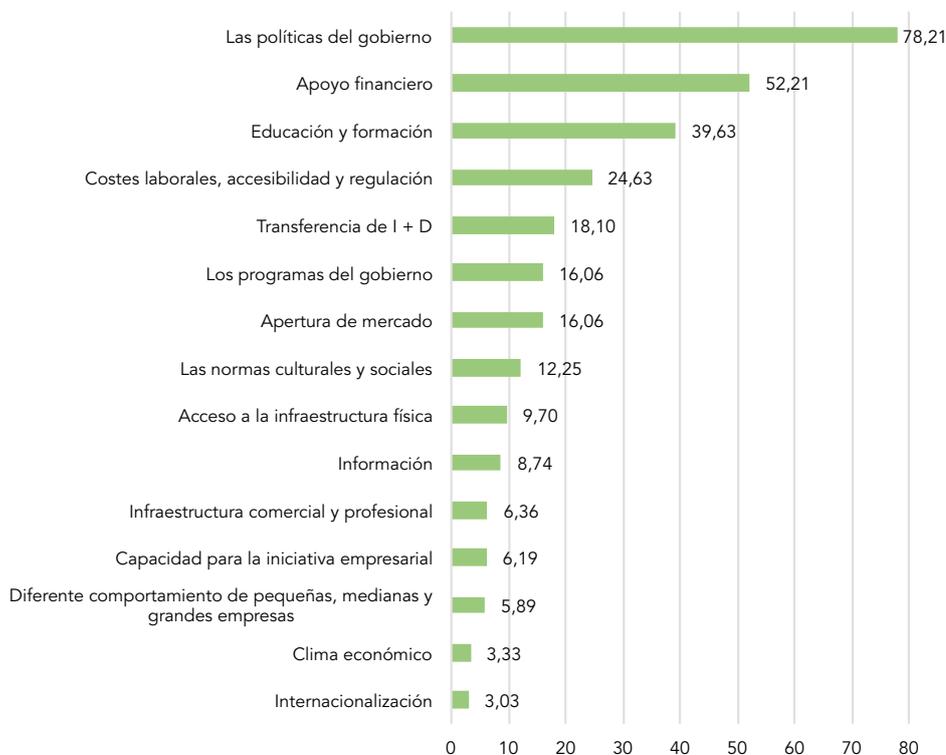
Entre las políticas de gobierno que favorecen la actividad empresarial se citan las políticas públicas de apoyo al emprendimiento o la nueva ley de contratación pública. También la mayor transferencia de I+D a través de, por ejemplo, la existencia de viveros de empresas vinculados a instituciones educativas; o la mejora en las normas sociales y culturales, con un mayor reconocimiento público de casos de éxito o un mayor emprendimiento femenino, parecen estimular la actividad empresarial en Galicia.

3.5. Recomendaciones para mejorar el entorno emprendedor

Por último, se solicita al panel de personas expertas que indiquen cuáles serían sus recomendaciones para mejorar el contexto en que se desarrolla la actividad emprendedora en Galicia.

Como se observa en la Figura 3.7, al igual que ya ocurría en la edición anterior, la recomendación más citada (78,18%) es el establecimiento de políticas públicas adecuadas para el fomento de la actividad emprendedora, siendo también la recomendación más citada en primer término (38,9%) entre las personas entrevistadas. Las medidas de apoyo financiero ocupan el segundo lugar (52,21%), seguidas por las mejoras en el ámbito educativo y de la formación para emprender (39,26%). En la anterior edición del informe las principales recomendaciones estaban también vinculadas a estas condiciones, si bien su importancia ha aumentado en términos relativos.

Figura 3.7. Recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor (% personas expertas que citan cada aspecto, 2019)



Dado el interés de las recomendaciones apuntadas por las personas consultadas, profundizamos a continuación en algunas de las áreas consideradas, buscando medidas concretas para la mejora del entorno emprendedor en Galicia.

- **Políticas públicas de apoyo al emprendimiento**

En esta línea, las propuestas abogan por la reducción de los trámites y tiempos en las gestiones con la administración y en la concesión de licencias, la reducción de tasas, o el establecimiento de un sistema fiscal competitivo para atraer inversiones. Más en concreto, en relación a esta última propuesta se cita *“la creación de un ecosistema fiscal para los proyectos emprendedores que pudiese compararse a los beneficios que una Zona Franca ofrece a las empresas que en ella pueden asentarse”*.

El establecimiento de bonificaciones fiscales y de las cuotas a la Seguridad Social también es una de las recomendaciones más citadas. En este sentido, se señalan medidas concretas para las personas empleadas por cuenta propia como *“la reducción en la tarifa de autónomos”, “realizar el ingreso del Impuesto sobre el Valor Añadido en la administración cuando se efectúe el pago por parte de la clientela, y no cuando se factura (y aquí cobra importancia el importante retraso en el pago a proveedores por parte de las administraciones públicas)”, o la “revisión del modelo de empleo autónomo, siendo necesaria una reforma que persiga de manera contundente el abuso de la fórmula del autónomo de cliente único y mejore la relación entre tributación y facturación real de las personas inscritas en el régimen de trabajo autónomo”*.

Las personas entrevistadas también recomiendan *“el fomento del asociacionismo y el cooperativismo”, “la apertura del gasto público a la adquisición de productos innovadores” o “la coordinación de las políticas de promoción industrial y de apoyo a la innovación entre los distintos niveles de la administración (local, autonómica y estatal) para implantar ventanillas únicas de atención a nuevos proyectos y mejora de la competitividad de los ya implantados”*.

- **Financiación al emprendimiento**

Las recomendaciones desde el punto de vista de apoyo financiero incluyen, entre otras, la mejora de los instrumentos financieros, tanto de carácter público como privado, así como su difusión. Esta mejora de los instrumentos se señala no solo para la fase inicial de la actividad emprendedora, sino también para las fases de consolidación.

Más concretamente, las personas expertas reclaman un mayor fomento de los fondos de capital riesgo, una mayor flexibilización de las condiciones de la financiación pública, una apuesta más decidida por la figura de los *business angels* y las redes de mentores, o un mayor apoyo al emprendimiento de segunda oportunidad.

- **Educación y formación para emprender**

Las propuestas de mejora en este ámbito se concentran en fomentar la formación en emprendimiento del alumnado, tanto en lo que se refiere a contenidos como a competencias y habilidades, desde las etapas más iniciales del sistema educativo. La idea, señalan algunas de las personas entrevistadas, es que el emprendimiento se vea no solo *“como una salida profesional normal por el alumnado”, sino también como “una buena opción profesional”*.

Esta es una transformación que requiere tiempo y esfuerzo, adaptando los contenidos y metodologías empleadas en el aula. Por ello, los/as expertos/as señalan que en el medio-largo plazo debería

producirse una *“una verdadera integración de los valores emprendedores en el sistema educativo, sobre todo en la universidad”*.

- **Costes laborales, accesibilidad y regulación**

En esta área las recomendaciones coinciden, en gran medida, con las ya señaladas en el apartado de políticas públicas para las personas que trabajan por cuenta propia. Si bien las personas expertas entrevistadas reconocen el estímulo que ha supuesto la cuota reducida de autónomos, consideran que aún hay margen de mejora.

Adicionalmente se propone la mejora de las condiciones sociolaborales de quienes emprenden, así como *“el impulso de mayores polos de atracción de talento”*, el establecimiento de *“programas de incorporación de diferentes perfiles profesionales (especialmente vinculados a la gestión y dirección estratégica) a los equipos emprendedores”*, o el *“aumento de las ayudas a la contratación de personal”*.

En esta línea también se reconoce la necesidad de *“menos ‘aceleración’ en base a planes de formación y más en base a facilitar los recursos técnicos o profesionales que necesitan las jóvenes empresas para sacar un producto mínimo viable y que no pueden contratar o tener en plantilla en una fase inicial”*.

- **Transferencia de I+D**

Las propuestas en materia de transferencia de I+D se centran en cuatro líneas principales, que no resultan excluyentes: una mayor colaboración universidad-empresa para favorecer la transferencia de la investigación aplicada al mercado, una mayor cooperación entre nuevas empresas, una transferencia de fondos de I+D+i directa a las empresas, y una mayor implicación de las administraciones públicas con los centros de emprendimiento (centros de negocio, aceleradoras...).

- **Programas gubernamentales**

En esta área destacan, entre otras, las propuestas de ceder locales vacíos de titularidad pública para emprendedores/as de primera y segunda oportunidad, favorecer proyectos integrales de emprendimiento, que cubran diferentes fases y sectores, apoyar más la contratación de recursos humanos altamente formados y favorecer la integración laboral de jóvenes promesas, conceder mayor importancia a los programas de apoyo al emprendimiento vinculados a la formación profesional, o crear programas de apoyo al emprendimiento centralizados, donde la información esté unificada.

En lo que respecta a la información, el panel de expertos también señala medidas concretas, como *“ordenar el mapa de emprendimiento; esto es, esclarecer qué agentes se encargan de cada función y aclarar la terminología (incubación, aceleración...)”* o *“centralizar el acceso relativo a información sobre ayudas y normativa sectorial”*.

Para finalizar esta sección recogemos dos de las recomendaciones que textualmente se citan. La primera de estas recomendaciones se relaciona con la necesidad de considerar las particularidades del territorio gallego.

Otra recomendación, aquí ya desde la óptica de la Galicia interior y provincias como Lugo y Ourense, es la *“necesidad de completar infraestructuras básicas de comunicaciones (autovías internas, infraestructura*

ferroviaria interna y hacia la meseta y el corredor cantábrico) y telecomunicaciones (accesos a Internet y banda ancha de calidad) que permitan el asentamiento de empresas y emprendedores (atracción y retención de talento), para equilibrar la Galicia interior con la atlántica y así ayudar a frenar despoblación y envejecimiento de la misma”.

La segunda de las recomendaciones aborda diferentes aspectos que eviten el emprendimiento por necesidad sin garantías de éxito al que algunas personas se ven abocadas. *“Sistemas de renta básica familiar que garanticen el bienestar de las familias y eviten modelos de emprendimiento por desesperación que acaben en fracaso empresarial y mayor nivel de deuda familiar. Necesitamos mejores programas de microcréditos para alimentar proyectos de microemprendimientos basados en negocios comerciales y de prestación de servicios de proximidad, que mejoren la situación de las familias con más dificultades; pero también la calidad urbana de los barrios y territorios en los que habitan”.*

3.6. Conclusiones

La valoración del entorno para emprender en Galicia ha mejorado en 2019 respecto a 2018. Desde el punto de vista de las personas expertas todas las condiciones del entorno son más positivas, exceptuando la relacionada con el acceso a infraestructura física y de servicios. A lo largo de la última década, la valoración media del entorno gallego ha estado siempre muy próxima a los 2,5 puntos en una escala 0-5. Sin embargo, en los tres últimos años se constata cierta recuperación hasta los 2,81 puntos actuales, aunque aumentando en este último año el diferencial con respecto a España (3,17 puntos).

Si analizamos la situación de Galicia en el contexto español, se puede afirmar que la valoración del entorno emprendedor gallego se encuentra muy cerca de la media española. Solo en una de las condiciones valoradas se puede observar una cierta ventaja a favor de Galicia; en particular, en la educación emprendedora durante la etapa de formación obligatoria (educación primaria y secundaria). No obstante, la valoración de esta etapa formativa recibe en general puntuaciones muy bajas.

Dos aspectos destacan de forma clara como obstáculos para emprender en Galicia según la visión de las personas expertas consultadas. El apoyo financiero continúa siendo, un año más, el obstáculo más citado (por el 72,29% de las personas expertas), seguido muy de cerca por las políticas del gobierno (61,21%). Entre los aspectos que pueden estimular la actividad emprendedora, dos son los más determinantes: la mejora de las características de la fuerza laboral (citado por el 49,02% de las personas expertas), un factor que ya venía destacándose en los informes previos, y la mayor apertura del mercado (43,14%), estímulo éste que substituye a las políticas de transferencia de I+D como segundo factor en importancia, de acuerdo con los datos de 2018.

Es reseñable como estímulo al emprendimiento el acceso a la infraestructura física y de servicios, que tradicionalmente estaba lejos de constituir uno de los principales estímulos al emprendimiento empresarial en Galicia, y en esta edición se sitúa en quinto lugar por orden de importancia.

Por último, al igual que ya ocurría en la edición anterior, la recomendación más citada para mejorar el entorno emprendedor en Galicia es el establecimiento de políticas de gobierno adecuadas para el fomento de la actividad emprendedora (78,18%), seguida de las medidas de apoyo a la financiación (52,21%) y de mejora de la educación y formación emprendedora (39,26%).

Anexo A. Encuesta a personas expertas (NES) 2019

En la Tabla 3.2 se muestra la ficha técnica del estudio en el que se basa este capítulo: la National Experts Survey (NES). La Tabla 3.3 muestra el perfil de las personas expertas integrantes del panel de esta edición, conformado por 14 mujeres y 22 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– (63,89%).

Tabla 3.2. Ficha técnica de la encuesta a personas expertas

Población objetivo	Personas con representatividad en cada una de las condiciones del entorno
Muestra	36 personas distribuidas en función de las condiciones del entorno para emprender (ver Tabla 3.1) y la provincia
Período de realización de encuestas	Mayo-julio de 2019
Metodología	Encuesta en línea asistida por el GERA Data Quality Team. 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 obstáculos, apoyos y recomendaciones en relación a las condiciones del entorno que influyen en la actividad emprendedora.
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 3.3. Perfil socio-demográfico y profesional de las personas expertas entrevistadas

Género	38,89% mujeres 61,11% hombres
Edad promedio	48 años
Años de experiencia	Experiencia promedio de 15 años en áreas relacionadas con el emprendimiento
Nivel educativo	2,78% estudios de formación profesional 33,33% estudios universitarios 63,89% estudios de postgrado (máster o doctorado)
Categoría profesional ⁷	41,67% emprendedor/a 13,89% inversor/a, financiador/a o banquero/a 27,78% gestor/a de políticas públicas 30,56% proveedor/a de servicio y apoyo a empresas 16,67% profesor/a, investigador/a o académico/a 13,89% otra categoría profesional

⁷ La persona entrevistada puede seleccionar más de una categoría profesional.

Anexo B. Lista de personas expertas del panel 2019 en Galicia

El Equipo GEM Galicia quiere agradecer la colaboración de las personas que han participado en la encuesta de esta edición 2019 (Tabla 3.4).

Tabla 3.4. Listado de personas expertas particulares

Persona	Empresa/Institución
D. Jacobo García Durán	HANSA Consultores
D. José Lino Comesaña Calvo	ABANCA
D ^a M ^a Isabel Aneiros Penedo	Sociedad Gestora de Entidades de Capital Riesgo (XESGALICIA)
D ^a Yolanda Facón García	UNIRISCO Galicia, SCR, S.A y UNINVEST, SGEIC, S.A.
D. Carlos Alberto Vaamonde Rivero	Axencia Galega de Innovación (GAIN)
D ^a M ^a Eugenia Pérez Fernández	Subdirección General de Formación Profesional. Xunta de Galicia
D ^a M ^a Teresa Moya Fernández	Asesora de Emprendimiento y Programas Europeos de Formación Profesional. Xunta de Galicia
D. Roberto Vieites Rodríguez	Unidad Galicia Emprende. Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)
D. Alfonso Salazar Martínez	Asociación de Emprendedores de Galicia (ASCEGA)
D. Esther Libia García Méndez	Confederación de Empresarios de Pontevedra
D ^a Eva López Barrio	Área de Valorización, Transferencia y Emprendimiento. <i>Woman Emprende</i> . Universidade de Santiago de Compostela
D ^a Marta Amate López	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
D. David López Bao	Fundación Equipo Humano
D. Francisco Jesús Ferreiro Seoane	Departamento de Economía Aplicada. Universidade de Santiago de Compostela
D ^a Margarita Valcarce Fernández	Departamento de Pedagogía y Didáctica. Universidade de Santiago de Compostela
D ^a Obdulia Taboadela Álvarez	Departamento de Sociología y Ciencias de la Comunicación. Universidade da Coruña
D. Javier Garrido Barral	Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI). Universidade da Coruña.
D. José Luis Villaverde Acuña	Área de Valorización, Transferencia y Emprendimiento. Universidade de Santiago de Compostela
D ^a M ^a Ángeles López Lozano	Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI). Universidade de Vigo
D. Vicente Lustres Pérez	Emprendedor. <i>Biostatech</i>
D. Daniel Fernández Mosquera	Emprendedor. <i>QubioTech Health Intelligence</i>
D. Elio Celso Laureano Gálvez	Emprendedor. <i>AXEL Lugo</i>
D ^a Rosa Mary Cardeso Trillo	Cámara de Comercio de Santiago de Compostela
D. Ramón Tubío Villanueva	Emprendedor. <i>Craftium Consultores</i>
D ^a Carme Casado Casado	CERSIA Empresa

Persona	Empresa/Institución
D ^a Carolina Lodeiro Malde	Wayna Consultora, S.L.
D. José Baqueiro Estévez	Consultor. <i>EOSA Estrategia y Organización, S.A.</i>
D. Roberto Pereira Costa	Asesoría Roberto Pereira, S.L. Club Financiero de Santiago
D ^a Berta Álvarez-Buylla Falces	Centro de Emprendimiento Gaiás
D. Juan Diego Pereiro Areán	Emprendedor. WeKCo (espacio de coworking) y WeKAb.com (3P Ventures S.L. - Startup IEBT)
D. Rafael Granados Guillén	Asociación de Trabajadores Autónomos de Galicia (ATA Galicia)
D. Rodolfo Ojea Alonso	Fundación CEL - Iniciativas por Lugo
D. Diego Parajó Naviera	Emprendedor. <i>XENEME Intervención Social, S.L.</i>
D. Higinio Mougán Bouzón	Asociación Galega de Cooperativas Agrarias (AGACA)
D. Luis García Deber	Fundación Ronsel
D ^a Margarita Hermo Figueira	Asociación Gallega de Empresa Familiar



Capítulo 4

ESTUDIO MONOGRÁFICO

**El impacto de la COVID-19 en
la actividad emprendedora
de Galicia**



El impacto de la COVID-19 en la actividad emprendedora de Galicia

4.1. Introducción

La crisis sanitaria provocada por la COVID-19 ha tenido, sin duda, una repercusión sin precedentes que ha provocado importantes efectos en los ámbitos económico y social. Estos efectos, de diferente naturaleza e intensidad, están todavía por delimitar.

En este capítulo se analizan los efectos que la pandemia ha provocado sobre las personas emprendedoras residentes en Galicia, siendo fruto de un trabajo exploratorio realizado en abril de 2020 por diversos equipos del Observatorio del Emprendimiento de España, bajo la coordinación de M^ª del Mar Fuentes (Universidad de Granada y Directora del equipo GEM Melilla) e Isabel Neira Gómez (Universidad de Santiago de Compostela y Directora Técnica de GEM España y de GEM Galicia). Entre el 20 y 30 de abril se obtuvo información de más de 4.300 encuestas a pequeñas empresas y personas emprendedoras, acerca del impacto de la COVID-19 en su actividad. Adicionalmente, en el apartado 4 de este monográfico, utilizamos datos recogidos por medio de una encuesta a 34 personas expertas vinculadas al emprendimiento de la Comunidad Autónoma de Galicia durante el mes de julio de 2020.

En este capítulo se presentan los principales resultados obtenidos para la muestra de 332 encuestas correspondientes a la Comunidad Autónoma de Galicia. En el análisis se incluye el impacto en las actividades y recursos claves para los emprendedores nacientes, nuevos y consolidados, así como en sus expectativas, planes de futuro y medidas demandadas a las administraciones públicas. Asimismo, en algunas de las cuestiones analizadas se realiza una comparativa con los resultados a nivel nacional.

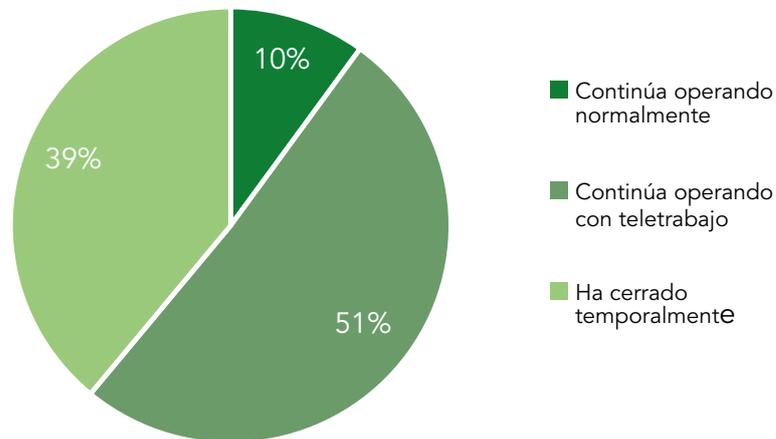
Sin duda, este análisis será de gran relevancia para fijar los cimientos con los que se debe afrontar lo que se conoce como “la nueva normalidad”, tras la mayor crisis sanitaria de los últimos años que ha provocado una parálisis sin precedentes de la mayor parte de nuestra actividad económica, con importantes repercusiones en materia de emprendimiento.

4.2. Impacto sobre la actividad emprendedora en Galicia tras 50 días de confinamiento

Con la encuesta se pudo conocer el panorama empresarial en Galicia tras 50 días de pandemia, lo que permitió determinar el primer impacto sobre la situación operativa de las empresas. Así, únicamente el 10% pudo continuar operando normalmente sin ningún tipo de ajuste, mientras que un 51% lo hizo con teletrabajo, con independencia de su tamaño. Este ha sido, sin duda, el cambio más relevante en el modo de trabajo experimentado, especialmente en los servicios a empresas, donde el 81% de las personas emprendedoras se han acogido a esta modalidad.

Además, el 39% de las empresas manifestó que, debido a la situación sanitaria tuvieron que paralizar temporalmente su actividad (Figura 4.1). El cierre temporal ha afectado en mayor medida a los servicios al consumidor final, puesto que el 53% de las mismas, debido a la imposibilidad o dificultad para llevar a cabo esta reconversión en su funcionamiento, se decantaron por el cierre temporal.

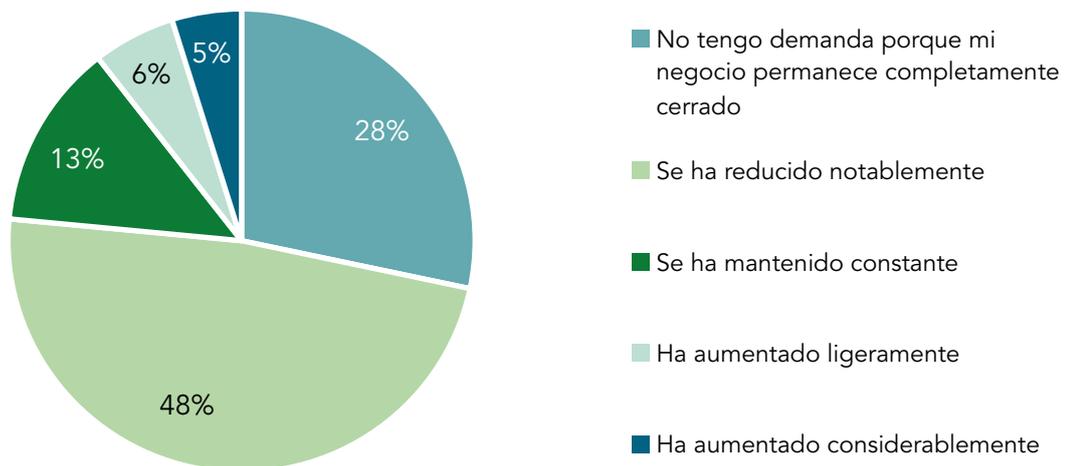
Figura 4.1. Situación de las empresas tras 50 días de confinamiento



4.2.1. Impacto en la demanda y medidas adoptadas

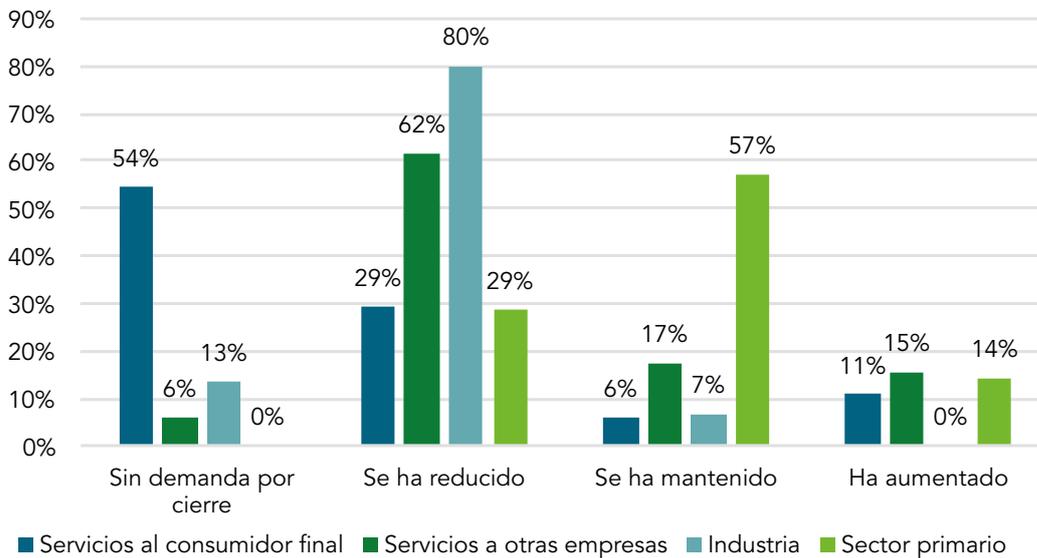
Como era previsible, la mayor parte de las empresas gallegas se ha visto afectada por una fuerte caída en la demanda. El 48% señalan que se ha reducido notablemente y un 28% indican que carecen de demanda por paralización de la actividad. Por lo tanto, tres de cada cuatro empresas manifiestan haber visto reducida su demanda notable o totalmente (Figura 4.2).

Figura 4.2. Cambios en la demanda debido a la pandemia



Además, se comprueba una alta heterogeneidad por tipo de actividad ante cambios en la demanda. En el sector de servicios al consumidor final un 54% de las personas encuestadas afirmaron no tener demanda. En el caso de las empresas del sector industrial, un 80% ha visto reducida su demanda; porcentaje que cae al 62% entre las empresas que proveen servicios a otras empresas. Por el contrario, el sector primario destaca por el elevado porcentaje de empresas que han conseguido mantener su demanda, un 57%, siendo una de las actividades que, debido a su posición estratégica y a la necesidad de seguir produciendo, mejor ha capeado la pandemia.

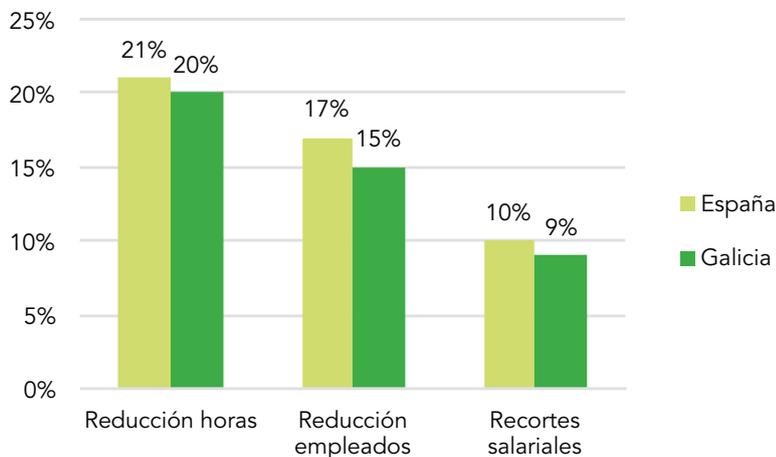
Figura 4.3. Impacto de la pandemia sobre la demanda



4.2.2. Impacto en el empleo y medidas adoptadas

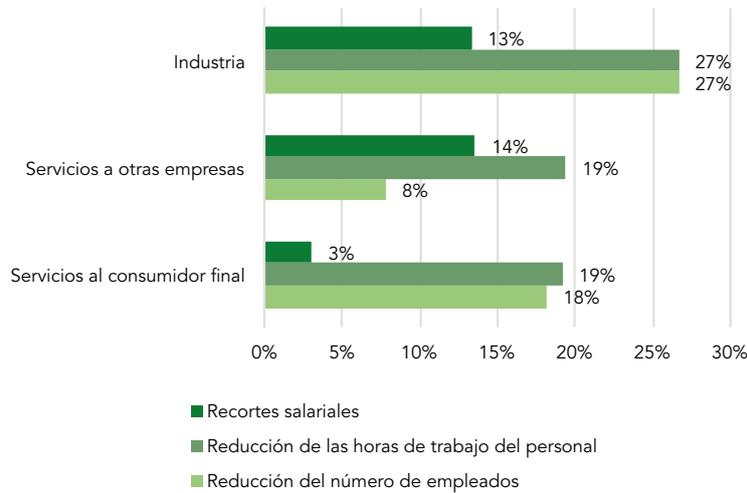
La caída en la demanda y en la actividad ha tenido una clara traslación en términos de empleo. En su intento por hacer frente a la situación, un 9% de las empresas gallegas han optado por recortes salariales y un 15% por reducciones de plantilla, mientras que un 20% se ha decantado por la reducción de horas de trabajo de su personal (Figura 4.4). Comparando los resultados en Galicia con los obtenidos a nivel nacional, se comprueba como las medidas de urgencia han tenido una menor intensidad en Galicia. Además, se da la paradoja de que las empresas gallegas que continuaron operando a través del teletrabajo, sobre todo empresas proveedoras de servicios fueron las que más aplicaron recortes en salarios y empleo, una cifra que supuso el 62%, prácticamente el doble que la media nacional.

Figura 4.4. Medidas de urgencia adoptadas sobre el empleo



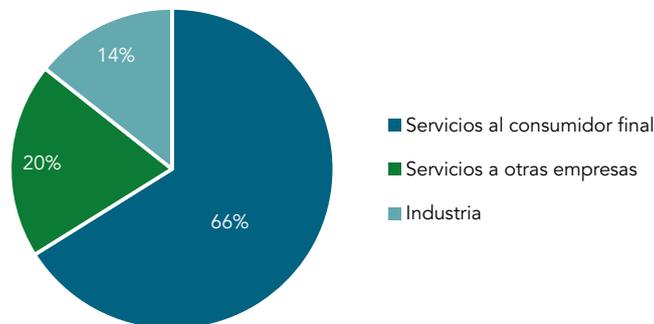
Por el contrario, en el sector industrial, al ser más complicado el teletrabajo, se apostó con mayor intensidad por la reducción del personal (27%), unos resultados esperables dada las diferentes características de cada actividad (Figura 4.5).

Figura 4.5. Medidas de urgencia adoptadas sobre el empleo, por sectores



Uno de los recursos más utilizados para reajustar temporalmente la plantilla fueron los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTEs), una medida laboral que permite suspender los contratos de trabajo o reducir la jornada laboral por causas de fuerza mayor de naturaleza temporal, como fue la reciente crisis sanitaria. El 20% de las entidades del sector servicios a empresas se acogieron a este mecanismo, frente al 66% del sector servicios al consumidor final (Figura 4.6). Además de los ajustes en materia de empleo, para paliar los efectos de la situación vivida, el sector de servicios a empresas ha trabajado intensamente en buscar alianzas dentro de la cadena de suministros, ha apostado por la cancelación de pedidos a proveedores en los servicios al consumidor, y por reorientar su negocio.

Figura 4.6. Peso de los ERTES por sector por la pandemia



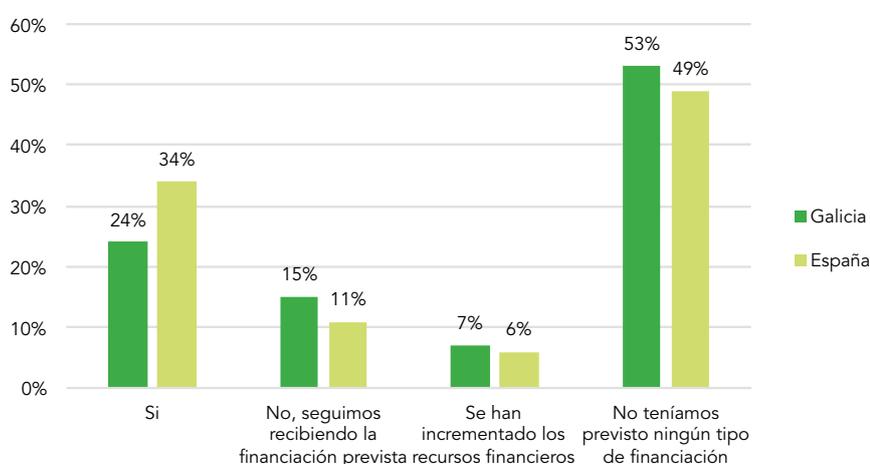
4.2.3. Impacto en el acceso a la financiación y medidas adoptadas

Una cuestión muy a tener en cuenta es la situación en materia financiera de la actividad emprendedora durante la pandemia, puesto que se trata de un indicador muy relevante para conocer la intensidad

de los ajustes. En este sentido, se observa un menor impacto en el acceso a la financiación de la actividad emprendedora en Galicia en relación a la media nacional.

Un 53% de las empresas gallegas manifiestan que no tenían prevista ninguna operación de financiación, un 15% no se ha visto afectada en este sentido (4 puntos por encima de la media nacional) y un 24 % sí se ha visto afectada, cifra que resulta prácticamente independiente del tamaño de la empresa, y que está diez puntos por debajo de la cifra obtenida a nivel nacional (Figura 4.7).

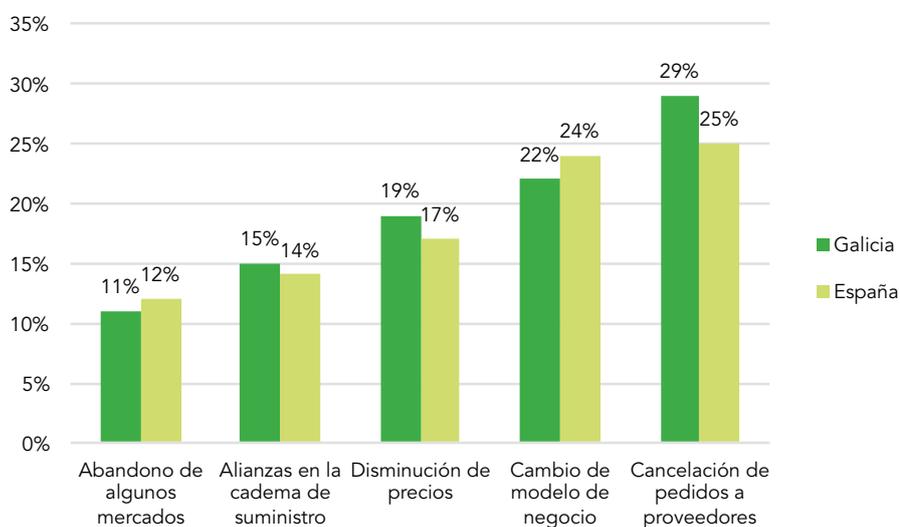
Figura 4.7. Dificultades experimentadas en el acceso a la financiación



4.2.4. Impacto en la cadena de valor y medidas adoptadas

Las medidas de urgencia tomadas en la cadena de valor se muestran en el Figura 4.8. La actuación más empleada ha sido la cancelación de pedidos a proveedores (29% en Galicia frente a la media nacional del 25%), seguido por un cambio en el modelo de negocio (22% en Galicia y 24% para la media nacional).

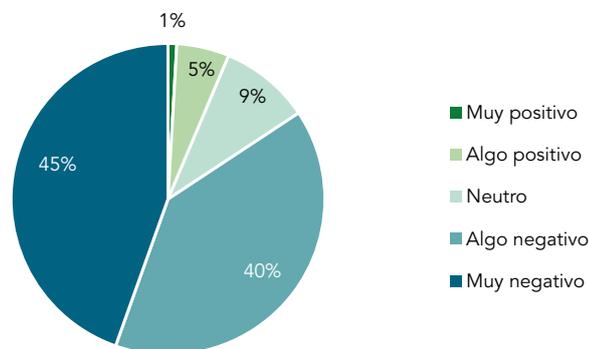
Figura 4.8. Medidas de urgencia adoptadas en la cadena de valor



4.3. Previsiones sobre el futuro de los negocios

Las expectativas generales sobre el impacto de la pandemia para la actividad económica y el futuro de la empresa en Galicia son muy negativas: incluso peores que las obtenidas para el conjunto nacional. El 85% de las empresas gallegas considera que el impacto de la COVID-19 en sus negocios será negativo (40%) o muy negativo (45%), tal y como se observa en el Figura 4.9, siendo este dato el 79% para la media española.

Figura 4.9. Impacto de la COVID-19 en los próximos meses

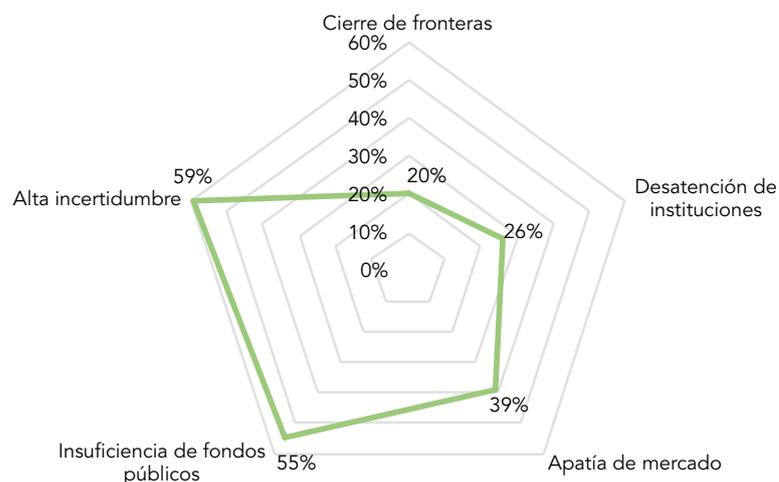


Por sectores, el más afectado en Galicia es el industrial, puesto que el 80% de las personas entrevistadas califican el impacto como muy negativo. Completando la información anterior, el 60% de las empresas gallegas ven un futuro muy incierto y el 22% de los emprendedores ya ha modificado su modelo de negocio como respuesta a la pandemia.

4.3.1. Dificultades clave en el futuro inmediato

En cuanto a las principales dificultades encontradas por las personas emprendedoras (Figura 4.10), pivotan en tres aspectos: una alta incertidumbre (59%), insuficiente dotación de fondos públicos (55%) y

Figura 4.10. Principales dificultades encontradas por la COVID-19

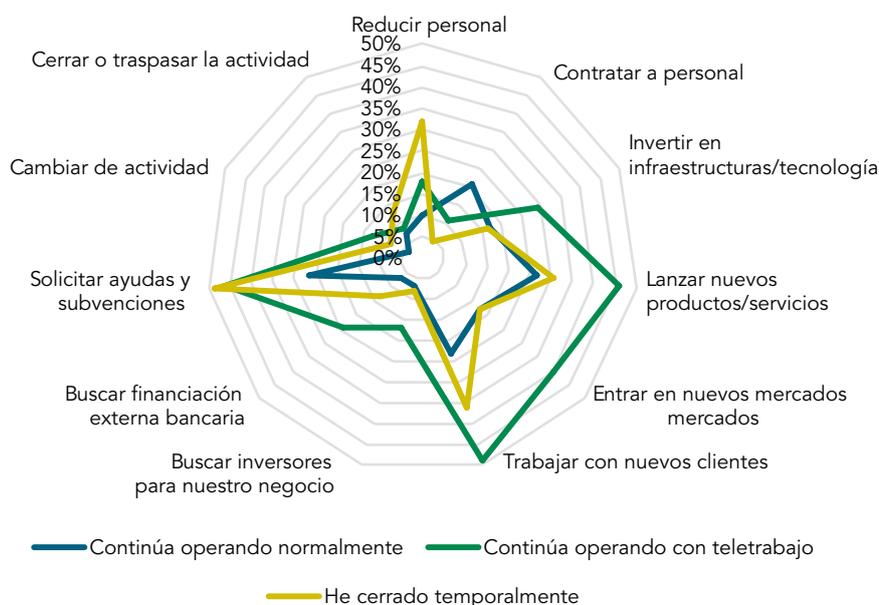


la apatía de mercado (39%). La desatención de las instituciones y el cierre de fronteras, con el 26% y 20% respectivamente, son otras de las dificultades señaladas, pero con una menor intensidad.

4.3.2. Previsiones sobre el modelo de negocio

Fruto del incierto panorama con el que se enfrenta la actividad emprendedora, un 13% de las actividades que continúan operando y un 8% de las que han cerrado temporalmente tienen previsto cambiar de actividad, así como buscar nuevos clientes (36%) (Figura 4.11). Para los que han decidido continuar con la actividad que venían desarrollando con teletrabajo, las principales soluciones adoptadas para retomar la actividad son el lanzamiento de nuevos productos (46%) y entrar en nuevos mercados y trabajar con nuevos clientes (40% y 49%, respectivamente).

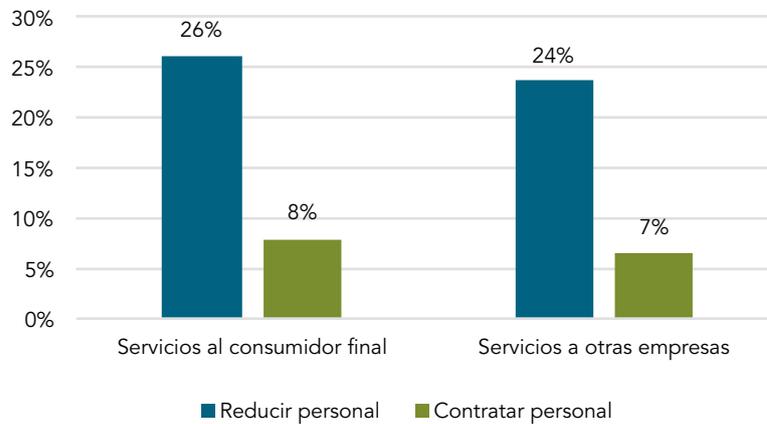
Figura 4.11. Previsiones sobre su negocio



4.3.3. Planes sobre el empleo

La mayor parte de las personas encuestadas aporta como soluciones para salir de esta crisis, la búsqueda de financiación externa (bancaria y otros inversores) y la reducción de personal (Figura 4.12). Además, todas estas iniciativas se van a desarrollar en un marco de incertidumbre y apatía de los mercados que obligará a reajustar significativamente las plantillas, cuestión que se ha reiterado profusamente en los resultados de esta encuesta y que junto con la incertidumbre es la mayor preocupación de las personas entrevistadas. Lo anterior responde al grave problema de demanda generado y que precisa de soluciones adaptadas al tamaño, sector y fase en la que se encuentre el proyecto empresarial y las necesidades específicas del colectivo emprendedor. Esto precisa de una respuesta por parte de la administración pública diferente y adaptada a esta compleja casuística del fenómeno emprendedor.

Figura 4.12. Planes sobre el empleo



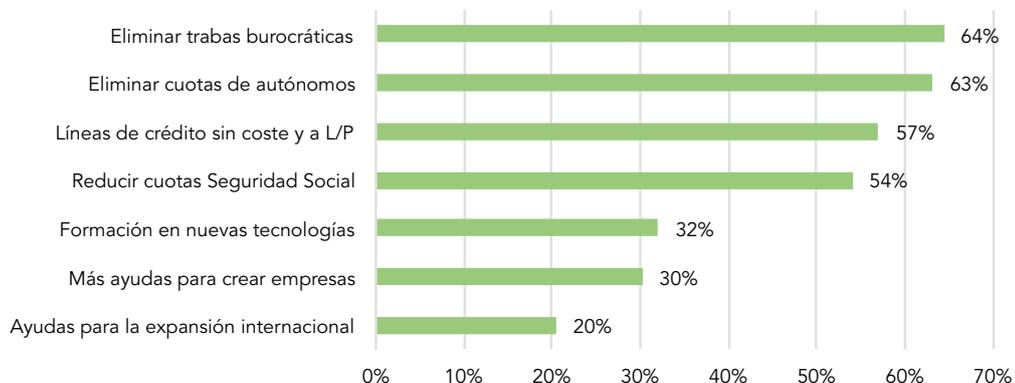
A pesar de que el tamaño de la muestra gallega no permite realizar un análisis particular para las empresas que se encontraban en fase de creación, los resultados para Galicia son muy similares al conjunto de España, por lo que podemos señalar ciertas características del colectivo emprendedor.

Durante los primeros 50 días de confinamiento solo el 4% ha abandonado sus planes de emprender, un 35% ha paralizado temporalmente sus planes y el 45% señala que optará por un cambio en su modelo de negocio.

4.3.4. Medidas solicitadas a la administración pública

Un 75% de las personas emprendedoras reclama a las administraciones públicas medidas extraordinarias de apoyo a la creación de empresas. Dentro de las medidas más demandadas destaca la eliminación de trabas burocráticas (64%) y las relacionadas con la mejora de la liquidez a través de medidas como la eliminación de la cuota de autónomos (63%), la mejora de las líneas de créditos sin coste y a largo plazo (57%) y la reducción de las cuotas a la Seguridad Social (54%) (Figura 4.13).

Figura 4.13. Solicitud de medidas a la Administración Pública



Resumiendo, esta crisis ha provocado, según opinión mayoritaria, un problema de demanda, pero en función del tamaño, el sector y la fase en la que se encuentre el proyecto empresarial, las necesidades

del emprendedor y, por tanto, las respuestas de la administración deben ser diferentes. Esto implica un trabajo conjunto entre la administración pública y los emprendedores, de manera que la primera garantice un conjunto de iniciativas para paliar los efectos de esta crisis, atendiendo a las necesidades manifiestas del colectivo emprendedor.

4.4. La visión de las personas expertas

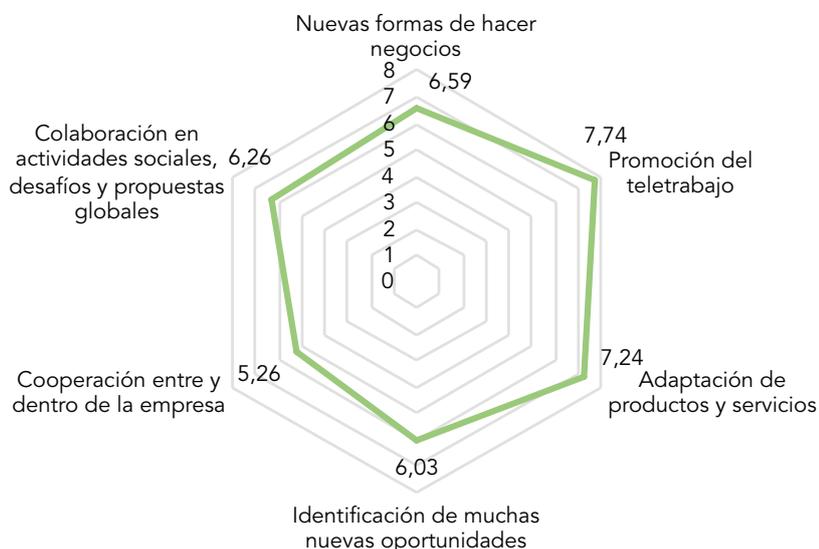
En este epígrafe se analizan las valoraciones, recogidas por medio de encuestas durante el mes de julio de 2020 de 34 personas expertas vinculadas al fenómeno emprendedor de la Comunidad Autónoma de Galicia, siendo datos complementarios a los obtenidos en el informe de abril, al valorar en retrospectiva las actuaciones de las empresas privadas y las administraciones públicas frente al shock producido por la pandemia mundial.

Tal y como se puede observar en la Figura 4.14, la valoración de las medidas llevadas a cabo por las empresas nuevas y en crecimiento es positiva en general, al tener todas las actuaciones una valoración por encima de 5 sobre 10. La promoción del teletrabajo recibe una valoración de 7,74, lo cual indica que la mayoría de las personas expertas considera que las empresas han promovido el teletrabajo entre sus empleados, así como han sabido adaptar sus productos y servicios (7,24) y han identificado nuevas formas de hacer negocios (6,59).

Aunque la demanda de los negocios se haya reducido debido a la pandemia (Figura 4.2), buena parte de las personas emprendedoras consideraron en la encuesta de abril que están identificando nuevas oportunidades de negocio. Esta impresión se corrobora ahora con la opinión de las personas expertas entrevistadas, que valoran positivamente esta cuestión (6,03).

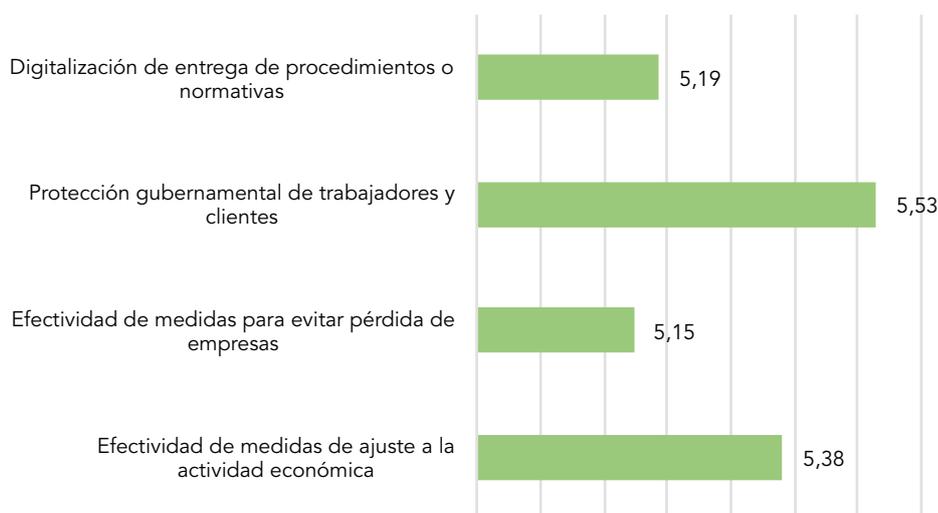
A pesar de la difícil situación para las empresas que provocó la COVID-19, según los expertos, no ha hecho que se incremente la cooperación entre y dentro de la empresa, aunque se ha incrementado levemente la colaboración en actividades sociales, desafíos y propuestas globales.

Figura 4.14. Reactividad y reinención del emprendimiento



En la Figura 4.15 se presentan las valoraciones (entre 0 y 10) otorgadas por los expertos a una serie de afirmaciones sobre las medidas que puso en marcha el gobierno para paliar los efectos de la COVID-19. En primer lugar, está la protección gubernamental de trabajadores y clientes, con una nota de 5,53, seguida de la efectividad de las medidas de ajuste a la actividad económica. Las dos medidas peor valoradas son la digitalización de entrega de procedimientos o normativas y la efectividad de las medidas de ajuste a la actividad económica.

Figura 4.15. Impacto de la COVID-19 en políticas gubernamentales



Para tratar de conocer qué medidas urgentes implantarían las personas expertas para reactivar el emprendimiento en Galicia se planteó una pregunta abierta en la que se podían incluir tres respuestas. Estas han sido codificadas por temáticas. De esta forma, se analiza en qué porcentaje las personas expertas mencionan cada una de esas medidas urgentes (Figura 4.16).

A pesar de ser datos provenientes de encuestas de años diferentes, las medidas urgentes que los expertos implantarían para reactivar el emprendimiento, tienen una estructura muy similar a la de los obstáculos a la actividad emprendedora y a las recomendaciones para mejorar el contexto emprendedor del capítulo 3.

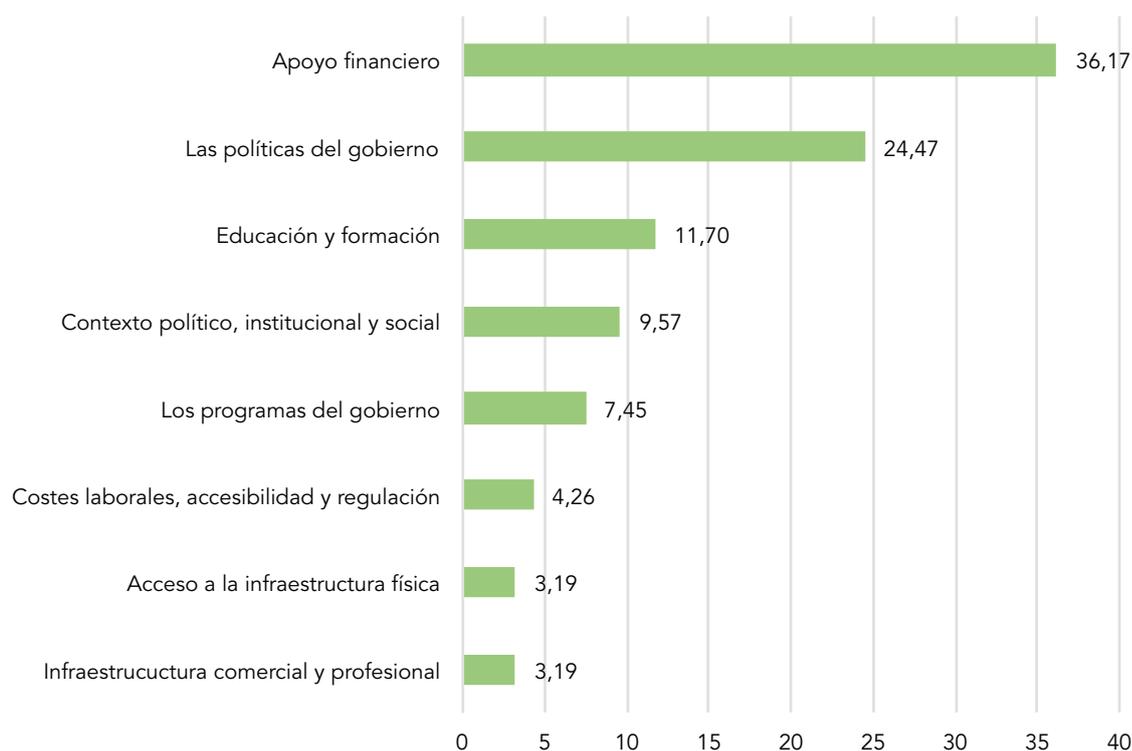
El grupo de medidas urgentes más solicitadas por los expertos (36,17%) son las relacionadas con el apoyo financiero. Analizando medidas concretas, se pueden encontrar dos grupos: una primera relacionada con una ayuda más directa por parte del Estado, financiando un emprendimiento innovador, mientras que la segunda vía encontrada por los expertos es la reducción de la presión fiscal sobre quienes emprenden.

En tercer lugar, se sitúa la educación y formación, donde todos los expertos coinciden en que se debe apostar por el fomento del emprendimiento desde las escuelas, además de la inclusión de algún tipo de asignatura obligatoria de gestión empresarial o económica.

En el resto de los grupos de medidas urgentes se observa una gran heterogeneidad en las propuestas, que se podrían clasificar como las siguientes, grosso modo: potenciación del comercio interior y de la economía de cercanía, reducción de los costes fijos de determinadas industrias o fomento de la

colaboración entre empresas e individuos, especialmente a los "poseedores de capital" con los "poseedores de ideas", como ya se ha referido en el Capítulo 3 de este Informe.

Figura 4.16. Medidas urgentes que a implantar para reactivar el emprendimiento (%)



4.5. Recomendaciones

Una de las características que tienen los Informes GEM Galicia es la elaboración de una serie de recomendaciones, que a modo de planteamiento propositivo buscan mejorar el emprendimiento. Esto es especialmente relevante, por el elevado grado de incertidumbre con el que tendremos que aprender a convivir y la brecha económica y social que se ha producido con la pandemia. Por ello, desde el Observatorio de Emprendimiento de España, en el que se integra el equipo GEM Galicia, se propone el siguiente decálogo de recomendaciones (ver resumen en Tabla 4.1).

1º) DEMOGRAFÍA EMPRESARIAL

Si bien la COVID-19 ha afectado a todas las empresas, lo ha hecho con mayor virulencia sobre aquellas de reciente creación y de pequeño tamaño. En consecuencia, va a ser necesario establecer un conjunto de medidas específicas para frenar el cierre de empresas -que en condiciones normales han demostrado ser competitivas- y paralelamente, estimular la creación de nuevas entidades para paliar los efectos económicos de la COVID-19. Los resultados muestran que el 45% de las personas que pensaban emprender continúan haciéndolo, pero adaptando su modelo de negocio, un aviso para navegantes que merece la máxima atención de los responsables públicos en materia de emprendimiento y que demuestra que, a pesar de todo lo sucedido, se mantiene el espíritu emprendedor: cuestión muy a tener en cuenta.

2º) EMPLEO

La COVID-19 ha provocado recortes salariales, por la reducción de la jornada de trabajo y por los ajustes en materia de empleo. Esto ha sido mucho más patente en las microempresas, que han sido las que se han visto obligadas a realizar un ajuste mayor. Para paliar esta situación es necesario proceder con una profunda revisión de las cargas sociales a las que se enfrentan las empresas y, al mismo tiempo, reducir los trámites en la concesión de las ayudas, además de facilitar la recuperación del empleo destruido. Si bien todo esto es necesario realizarlo con independencia del tipo de empresas para garantizar su supervivencia, debe garantizarse en aquellas que se encuentran en una situación más vulnerable, pero con una perspectiva de potencial crecimiento.

3º) ENTORNO DE OPORTUNIDADES

La COVID-19 ha dejado sobre el tejido económico y social una fuerte carga de incertidumbre que está afectando notablemente a las expectativas empresariales, condicionando a los emprendedores e inversionistas y que genera un mayor riesgo a la hora de plantear nuevos negocios. No obstante, y sin menoscabar esta realidad, los resultados obtenidos permiten señalar como 9 de cada 10 emprendedores siguen viendo oportunidades para crear empresas, un resultado que incita al optimismo y que pone de relieve la existencia de un importante margen para mejorar la actual situación, cuestión que debe ser aprovechada y potenciada también desde la óptica de las políticas públicas en materia de emprendimiento.

4º) INNOVACIÓN

La pandemia ha puesto sobre la mesa la necesidad de seguir apostando por la innovación empresarial, una de las asignaturas pendientes del emprendimiento en Galicia. Esta actuación precisa disponer de más personas emprendedoras con proactividad y capacidad para desarrollar innovaciones colaborativas y abiertas en un marco de innovación social. Lo anterior exige una mayor relación entre el ecosistema emprendedor, el corporativo y el académico, apostando, por ejemplo, por las *spin-offs* y *spins-ins*.

5º) EMPRENDIMIENTO EN EL RURAL

La crisis sanitaria ha dado un mayor protagonismo al sector rural, que antes de la pandemia estaba sufriendo un importante proceso de despoblación, pero que ahora parece que muestra un mayor interés para una parte importante de la población. Aprovechando esta nueva realidad, es necesario señalar las oportunidades de negocio en las comarcas del rural, que debe ser prioritario para mantener y aumentar población en estas zonas. En este sentido el turismo sostenible y el turismo de forma relajada y sin horarios, la formación de guías locales, y la transformación de productos primarios con valor añadido, son algunas de las medidas que exigen formación específica para poder desarrollarlos adecuadamente, primando la calidad y rentabilidad. Junto con lo anterior, es preciso garantizar servicios públicos de calidad, cercanos a la ciudadanía, ya que redundarán en una mayor calidad de vida.

6º) ADAPTACIÓN A LA NUEVA REALIDAD

Tal y como cabría esperar, empresas de diferente tamaño y sector perciben de forma distinta el papel que debe desempeñar la inversión privada y las actuaciones que buscan el apoyo financiero, laboral y

fiscal tras la pandemia. Esto resulta relevante si se desea apoyar la coinversión con otros agentes (redes de *business angels* y capital riesgo) para abordar nuevas oportunidades de negocio. Por lo tanto, hay que plantear iniciativas adaptadas a cada realidad, en un intento por adecuar el marco del emprendimiento a la situación de las personas emprendedoras.

7º) FINANCIACIÓN

Se debe contar con fórmulas financieras que involucren a sociedades de garantía recíproca (por medio de garantías y avales), instituciones financieras tradicionales (facilitando el acceso real al crédito) y administraciones públicas (subvenciones y ayudas) y, al mismo tiempo, fomentar el uso de nuevas prácticas (*crowdfunding*, bonos anticipados de consumo, bonos de impacto social) e incluso una mejor utilización de herramientas como el micro-crédito. Contar con este abanico de posibilidades permitirá crear y retomar la financiación de empresas con potencial de crecimiento.

8º) INTRAEMPRENDIMIENTO Y RE-EMPRENDIMIENTO

Es necesario fomentar el intraemprendimiento (por medio de personas que poseen las características de un emprendedor pero respaldados por la empresa en la que desarrollan su actividad) y el reemprendimiento (personas que, a pesar de sufrir un fracaso a la hora de emprender, comienzan un nuevo proyecto). Es el momento preciso para aprovechar las habilidades intraemprendedoras que mejor se ajusten al nuevo contexto, así como favorecer el reemprendimiento. Las medidas que faciliten las segundas oportunidades y no estigmatizar el fracaso de las personas emprendedoras son algunos de los elementos claves para la reactivación de la economía.

9º) DIGITALIZACIÓN

La crisis de la COVID-19 ha convertido la digitalización en una prioridad para hacer frente a los retos y oportunidades derivadas de la nueva realidad económica. El desarrollo de infraestructuras, especialmente en el ámbito rural, y la formación en nuevas tecnologías son una necesidad para que nuestras empresas puedan sobrevivir, internacionalizarse y llegar a nuevos mercados. Por lo tanto, es necesario contar con redes de fibra óptica que posibiliten la implantación de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TICs).

10º) BUROCRACIA

Finalmente, es precisa una mayor claridad en la regulación para reducir la incertidumbre social. Es conveniente un replanteamiento integral y la simplificación de los trámites para la creación y desarrollo de empresas, así como más rapidez en la resolución de las ayudas y expedientes administrativos, lo que redundará en la reactivación de la actividad de las empresas. La recuperación económica precisa de una urgente unificación de estándares digitales para la *e-administración* y de normas claras y concisas, que ayuden al emprendimiento y que no supongan trabas a esta actividad. Este proceso debe contemplar a todas las administraciones públicas con responsabilidad en materia de emprendimiento.

Tabla 4.1. Recomendaciones y principales líneas de actuación para el fomento del emprendimiento en la etapa post COVID-19

Recomendación	Principales líneas de actuación
Mejorar la demografía empresarial	Continuar con las medidas específicas que frenen el cierre de empresas y, al mismo tiempo, estimular la creación de nuevas entidades.
Potenciar el empleo	Revisar las cargas sociales, reducir trámites en la concesión de ayudas y facilitar el mantenimiento del empleo destruido durante la pandemia. Si bien esto debe incluir a todas las actividades, debe tener una mayor intensidad en las empresas más vulnerables, pero con potencial de crecimiento.
Reducir la incertidumbre y abrir nuevas líneas de negocio	Señalar y potenciar las oportunidades para crear empresas como elemento clave de la recuperación.
Fomentar la innovación	Mayor imbricación entre el ecosistema emprendedor, el corporativo y el académico, promoviendo con mayor intensidad <i>spin-offs</i> y <i>spin-ins</i> .
Potenciar la innovación social y el emprendimiento en el rural	Optar por el turismo sostenible, turismo <i>slow</i> y formación de guías locales y potenciar actividades económicas que busquen la transformación de productos primarios con elevado valor añadido.
Aplicar políticas diferenciadas entre sectores y por tamaño empresarial	Diseñar actuaciones específicas en materia financiera, laboral y fiscal en función de las características del sector y tamaño de las empresas.
Potenciar fórmulas financieras	Mayor involucración de sociedades de garantía recíproca, instituciones financieras tradicionales, administraciones públicas y uso de nuevas prácticas para la consecución de recursos para las personas emprendedoras.
Fomentar el intraemprendimiento y reemprendimiento	Aprovechar las habilidades intraemprendedoras, favorecer el reemprendimiento, facilitar las segundas oportunidades y desestigmatizar el fracaso empresarial.
Apostar por la digitalización	Desarrollar infraestructuras, especialmente en el ámbito rural y la formación en nuevas tecnologías.
Reducir la burocracia	Replanteamiento integral y simplificación de los trámites para la creación y funcionamiento empresarial. Mayor rapidez en la resolución de las ayudas y expedientes administrativos.

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 2019 - 2020**