



Análise estatística

Este apartado contará con tres partes diferenciadas que farán referencia, en primeiro lugar, á situación e á evolución empresarial en Galicia, a partires dos datos presentados polo Directorio Central de Empresas, o Rexistro Mercantil, o Ministerio de Trabajo e Ardán. En segundo lugar, analizaranse as características das novas empresas (tanto persoais como empresariais) a partir dos datos que se deducen das enquisas e das entrevistas realizadas para a elaboración deste informe. A terceira parte está adicada ó estudio das áreas críticas de desenvolvemento da capacidade emprendedora.

2.1.- SITUACIÓN E EVOLUCIÓN XERAL

Segundo os datos do Directorio Central de Empresas (Dirce)¹, o **número total de empresas** existentes en Galicia (**cadro 2.1.1.**) ascendeu a 157.045 empresas a 31 de decembro de 1998, o que representa o

Cadro 2.1.1.

Empresas existentes nas CC.AA. 1996-98 ⁽¹⁾

	1996		1997		1998		98/96	
	Empresas	% CA. / Total	Empresas	% CA. / Total	Empresas	% CA. / Total	número	%
Andalucía	347.531	14,04	352.776	14,26	359.426	14,27	11.895	3,42
Aragón	74.808	3,02	79.491	3,21	78.476	3,12	3.668	4,90
Asturias	61.607	2,49	60.242	2,43	46.612	1,85	-14.995	-24,34
Baleares	62.848	2,54	64.659	2,61	67.132	2,67	4.284	6,82
Canarias	91.780	3,71	95.962	3,88	100.008	3,97	8.228	8,96
Cantabria	30.271	1,22	31.021	1,25	31.447	1,25	1.176	3,88
Castela-A Mancha	93.620	3,78	96.347	3,89	98.147	3,90	4.527	4,84
Castela e León	139.550	5,64	142.385	5,75	143.953	5,72	4.403	3,16
Cataluña	473.806	19,15	478.734	19,35	489.656	19,44	15.850	3,35
C. Valenciana	256.319	10,36	260.505	10,53	266.763	10,59	10.444	4,07
Estremadura	51.789	2,09	51.481	2,08	46.501	1,85	-5.288	-10,21
Galicia	155.061	6,27	158.583	6,41	157.045	6,23	1.984	1,28
Madrid	343.776	13,89	343.743	13,89	357.833	14,21	14.057	4,09
Murcia	60.789	2,46	63.457	2,56	65.523	2,60	4.734	7,79
Navarra	37.610	1,52	37.572	1,52	38.294	1,52	684	1,82
País Vasco	133.707	5,40	132.909	5,37	146.928	5,83	13.221	9,89
A Ríoxa	17.707	0,72	18.325	0,74	18.398	0,73	691	3,90
Ceuta e Melilla	6.251	0,25	6.498	0,26	6.659	0,26	408	6,53
España	2.438.830	100,00	2.474.690	100,00	2.518.801	100,00	79.971	3,28

(1) datos a 31 de decembro de cada ano
 Fonte: INE, Directorio Central de Empresas

Cadro 2.1.2.

Empresas existentes en Galicia e España 1996-98 ⁽¹⁾: distribución segundo sector económico

(%)

	1996		1997		1998	
	Galicia	España	Galicia	España	Galicia	España
Industria	9,4	10,0	8,8	9,6	8,9	9,4
Construcción	11,6	10,0	12,0	10,5	12,5	10,8
Comercio	34,8	33,1	33,6	32,1	33,1	31,2
Resto servicios	44,3	46,9	45,6	47,9	45,6	48,6

(1) datos a 31 de decembro de cada ano
 Fonte: INE, Directorio Central de Empresas

6,23% do total de empresas existentes en España, que nesa data era de 2.518.801 empresas. Comparado coas outras comunidades autónomas, Galicia é a quinta comunidade polo seu número total de empresas, por detrás de Cataluña (19,44%), Andalucía (14,27%), Madrid (14,21%) e a Comunidade Valenciana (10,59%).

Considerando tódolos anos da serie (1996-98), o número de empresas existentes en Galicia aumentou, en valores absolutos, en 1.984, o que significa que o número de empresas aumentou un 1,28% respecto ó ano 1996, sendo o crecemento medio no conxunto do estado do 3,28%. Comparada co resto das comunidades autónomas, Galicia presenta unha das menores dinámicas de crecemento, xa que só está por riba de

Estremadura e Asturias, ámbalas dúas cunha redución no número de empresas.

Este lento proceso de creación de empresas agrávase ó ter en conta que o número total de empresas existentes en Galicia en 1998 descendeu en relación ó ano anterior, tal e como indican os datos reflectidos no **cadro 2.1.1.**

Respecto á súa **distribución sectorial**, o **cadro 2.1.2.** reflicte o predominio do sector servicios, subdividido en comercio e resto de servicios. No ano 1998, o sector servicios acollía ó 78,7% do total de empresas consideradas polo Dirce –o subsector comercio representaba o 33,1% e o resto dos servicios, o 45,6%–, en tanto que a construción acollía o 12,5% e a industria, o

Cadro 2.1.3.

Empresas existentes 1996-98 ⁽¹⁾: *distribución segundo o tipo de empresa*

1996					
	Total	Personas Físicas	Sociedades Anónimas	Sociedades de Responsabilidade Limitada	Outros
Galicia	155.071	111.784	4.179	30.224	8.884
A Coruña	64.946	47.431	1.842	11.367	4.306
Lugo	20.545	15.682	302	3.376	1.185
Ourense	20.086	14.862	537	3.701	986
Pontevedra	49.494	33.809	1.498	11.780	2.407
España	2.438.830	1.664.071	139.369	468.127	167.263
G/E (%)	6,36	6,72	3,00	6,46	5,31
1997					
	Total	Personas Físicas	Sociedades Anónimas	Sociedades de Responsabilidade Limitada	Outros
Galicia	158.583	112.434	4.119	32.785	9.245
A Coruña	66.313	47.693	1.805	12.367	4.448
Lugo	20.945	15.820	290	3.635	1.200
Ourense	20.370	14.968	514	3.859	1.029
Pontevedra	50.955	33.953	1.510	12.924	2.568
España	2.474.690	1.659.810	135.669	509.072	170.139
G/E (%)	6,41	6,77	3,04	6,44	5,43
1998					
	Total	Personas Físicas	Sociedades Anónimas	Sociedades de Responsabilidade Limitada	Outros
Galicia	157.045	108.784	4.054	34.778	9.429
A Coruña	63.167	44.018	1.767	13.067	4.315
Lugo	21.267	15.810	293	3.864	1.300
Ourense	20.598	14.939	502	4.053	1.104
Pontevedra	52.013	34.017	1.492	13.794	2.710
España	2.518.801	1.647.699	133.410	559.483	178.209
G/E (%)	6,23	6,60	3,04	6,22	5,29

(1) datos a 31 de decembro de cada ano

Fonte: INE , Directorio Central de Empresas

8,9%. Comparado coa distribución sectorial en España, neste ano, ó igual que en todos os anos da serie considerada, en Galicia hai un maior peso relativo das empresas no sector da construción e do comercio.

Atendendo á súa **distribución xeográfica**, a provincia de A Coruña acolle o maior número de empresas, con 63.167 (40,2%) en 1998, seguida de Pontevedra, con 52.013 empresas (33,1%), en tanto que as provincias de Ourense e Lugo acollen 20.598 (13,1%) e 21.267 empresas (13,5%), respectivamente. Comparado co ano 1996, o aumento no peso relativo das empresas da provincia de Pontevedra no conxunto de empresas galegas incluídas no Dirce (signifi-

can o 31,9% no ano 1996), foi a costa do descenso producido na provincia de A Coruña, onde esa porcentaxe pasa do 41,9% ata o 40,2% de 1998. As provincias de Lugo e Ourense manteñen porcentaxes similares ás do ano 1996.

Os datos recollidos no Dirce reflicten o predominio da **condición xurídica** de persoas físicas, xa que en 1998 éstas supoñían o 69,3% do total de empresas existentes en Galicia, en tanto que no que se refire ás sociedades mercantís, salienta o peso das sociedades de responsabilidade limitada (significan o 22,1% do total de empresas consideradas) fronte á fórmula de sociedades anónimas. Tendo en conta os tres anos da serie analizada, en Galicia, ó

Cadro 2.1.4.

Empresas existentes 1996-98 (1): distribución segundo o número de asalariados

1996						
	Total	Sen asalariados	De 1 a 2 asalariados	De 3 a 9 asalariados	De 10 a 49 asalariados	Más de 50 asalariados
Galicia	155.061	87.849	40.831	19.534	6.069	778
A Coruña	64.946	38.189	16.093	7.705	2.625	334
Lugo	20.545	11.683	5.730	2.500	580	52
Ourense	20.076	11.751	5.176	2.418	648	83
Pontevedra	49.494	26.226	13.832	6.911	2.216	309
España	2.438.830	1.383.945	613.624	314.417	109.544	17.300
G/E (%)	6,36	6,35	6,65	6,21	5,54	4,50
1997						
	Total	Sen asalariados	De 1 a 2 asalariados	De 3 a 9 asalariados	De 10 a 49 asalariados	Más de 50 asalariados
Galicia	158.583	88.250	42.645	20.518	6.379	791
A Coruña	66.313	38.271	16.868	8.110	2.719	345
Lugo	20.945	11.744	5.924	2.605	628	44
Ourense	20.370	11.754	5.402	2.474	660	80
Pontevedra	50.955	26.481	14.451	7.329	2.372	322
España	2.474.690	1.390.210	626.687	324.246	115.627	17.920
G/E (%)	6,41	6,35	6,80	6,33	5,52	4,41
1998						
	Total	Sen asalariados	De 1 a 2 asalariados	De 3 a 9 asalariados	De 10 a 49 asalariados	Más de 50 asalariados
Galicia	157.045	84.772	43.485	21.194	6.739	855
A Coruña	63.167	34.778	16.932	8.279	2.817	361
Lugo	21.267	11.666	6.146	2.733	672	50
Ourense	20.598	11.768	5.509	2.520	705	96
Pontevedra	52.013	26.560	14.898	7.662	2.545	348
España	2.518.801	1.388.116	648.771	336.848	125.062	20.004
G/E (%)	6,23	6,11	6,70	6,29	5,39	4,27

(1) datos a 31 de decembro de cada ano
 Fonte: INE, Directorio Central de Empresas

igual que en España, prodúcese un descenso continuado no peso relativo das “persoas físicas” que é paralelo ó aumento da forma de sociedades limitadas (**cadro 2.1.3.**).

No concernente á relación existente entre as empresas e o **número de asalariados**, **cadro 2.1.4.**, as empresas sen asalariados ascendían en 1998 a 84.772 (54%), en tanto que un 27,7% das empresas estaba composta por 1 ou 2 asalariados e só o 4,8% tiña máis de dez asalariados. Considerando o período 1996-98, o **cadro 2.1.4.** reflicte un descenso relativo das empresas sen asalariados no total galego, mentres aumenta o peso relativo das outras categorías mencionadas.

Atendendo ó peso relativo das empresas galegas no total español, o devandito

cadro reflicte que as empresas galegas sen asalariados manteñen o seu peso relativo en 1997, para descender en 1998 ata o 6,11%, en tanto que as empresas que teñen entre un e nove traballadores, despois do aumento de 1997, ven como o seu peso relativo descende, aínda que rexistrando niveis superiores ós existentes en 1996 (6,7% e 6,29%, respectivamente). Pola contra, as empresas de máis de dez asalariados presentan un descenso relativo continuado nos tres anos considerados. No caso das empresas entre dez e 49 traballadores, a súa importancia relativa pasa do 5,54% ata o 5,39% e no caso das empresas con máis de 50 asalariados, pasa de 4,5% ó 4,27%.

Unha primeira aproximación ás **empresas de nova creación** pode realizar-

se a partires dos datos de novas sociedades nos rexistros. Non obstante, *“a inscrición non sempre se corresponde coa creación efectiva dunha nova empresa, e iso por varios motivos: Por unha banda, porque ás veces reflicte a constitución dunha sociedade mercantil que dá cobertura a unha empresa que previamente viña operando sen personalidade xurídica diferenciada da do seu titular; outras veces porque a sociedade constituída non chega a ser operativa nunca”*².

O número de **sociedades constituídas** no período 1996-99 ascendeu a 20.079 empresas, o que representa o 4,9% do total de empresas constituídas en España neses anos. Comparado coas outras comunidades autónomas, case que dúas terceiras partes das empresas constituídas pertencen a catro comunidades: Cataluña (19,7%), Madrid (18,7%), Andalucía (14,4%) e a C. Valenciana (11,6%), en tanto que Galicia sería a sexta comunidade con maior número de sociedades constituídas (**cadro 2.1.5.**).

Tendo en conta a evolución da constitución de sociedades mercantís entre os anos considerados, despois do mal ano de 1996 –produciuse un descenso no número de constitucións respecto ó ano anterior nun 12,0% no conxunto do estado, en tanto que en Galicia este descenso foi do 28,1%, superado tan só por Castela e León (-35,2%) e A Ríoxa (-28,8%)– no ano 1997, a pesares de producirse un aumento no número de empresas constituídas no conxunto do estado (3,5%) hai cinco comunidades que experimentan un descenso das mesmas: Extremadura (7,1%), Galicia (1,8%), C. Valenciana (1,7%), Cantabria (1%) e Castela e León (0,8%). 1998 pode considerarse como un bo ano para Galicia neste ámbito, xa que non só medra o número de constitucións respecto ó ano anterior (20%), senón que ese aumento é o terceiro en importancia comparado co resto das comunidades autónomas, superado tan só pola evolución experimentada en Castela e León (39,8%) e Baleares (25%). Finalmente, en 1999 en Galicia, e noutras oito comunidades, prodúcese un descenso no número de sociedades constituídas (-2,7%), para

acadar as 5.345 sociedades, fronte ó aumento do 0,3% en España.

Se se considera o cociente: nº sociedades constituídas/10.000 habitantes como un indicador aproximado da **taxa de creación de empresas**, do cadro antedito podería deducirse que só cinco comunidades –Baleares, Canarias, Cataluña, a Comunidade Valenciana e Madrid– presentan un ratio superior ó existente para o conxunto do estado nos tres anos considerados. Galicia, que ocuparía o 13º posto nunha clasificación atendendo ó ratio considerado, presenta en 1999 un valor de 19,62, fronte ós 27,54 de media en España, cando no ano 1996 eses valores eran do 17,00 e 23,65, respectivamente.

Considerando a desagregación **por provincias**, o **cadro 2.1.5.** amosa que a provincia de Pontevedra presenta valores superiores á media galega nos catro anos considerados, en tanto que A Coruña supera o valor existente en Galicia en 1998 e 1999, despois do forte aumento de sociedades constituídas en 1998.

No concernente ás **cooperativas**, o número de cooperativas existentes en España ascendeu, a 31 de decembro de 1999, a 22.564 sociedades, das que 6.020 correspondían ó réxime de autónomos (sociedades onde o cadro de persoal está integrado na súa totalidade no réxime especial de autónomos da Seguridade Social), sendo o número de traballadores de 259.757 persoas (60.883 autónomos). No caso concreto de Galicia, a 31 de decembro de 1999, o número de cooperativas ascendeu a 798 (3,5% do total de cooperativas en España), o que a sitúa como a novena comunidade autónoma neste aspecto. Un total de 145 desas cooperativas pertencen ó réxime de autónomos.

En relación ás cooperativas constituídas por primeira vez, o **cadro 2.1.6.** reflicte a distribución territorial das mesmas, que é *“unha resposta bastante axustada á poboación e características económicas das diferentes comunidades autónomas”* (R.Velasco, 1998). No devandito cadro pódese observar que en 1998 Cataluña ocupa o primeiro lugar, seguida de Andalucía, a Comu-

Cadro 2.1.5.

Sociedades constituídas nas CC.AA. 1996-99

	1996			1997			1998			1999		
	Sociedades constituídas	96/95	Soc./10.000 habs.(1)	Sociedades constituídas	97/96	Soc./10.000 habs.(1)	Sociedades constituídas	98/97	Soc./10.000 habs.(2)	Sociedades constituídas	99/98	Soc./10.000 habs.(2)
Andalucía	12.887	-8,41	17,81	13.803	7,11	19,08	15.529	12,50	21,46	16.718	7,66	23,10
Aragón	2.430	-16,15	20,46	2.712	11,60	22,84	2.774	2,29	23,44	2.904	4,69	24,54
Asturias	1.706	-6,57	15,68	1.731	1,47	15,91	1.784	3,06	16,49	1.744	-2,24	16,12
Baleares	2.853	-11,31	37,52	3.064	7,40	40,30	3.829	24,97	48,07	3.520	-8,07	44,19
Canarias	4.538	14,16	28,25	4.925	8,53	30,66	5.622	14,15	34,49	5.506	-2,06	33,78
Cantabria	827	-6,97	15,68	819	-0,97	15,53	798	-2,56	15,14	927	16,17	17,59
Castela - A Mancha	3.937	-23,82	22,99	4.023	2,18	23,49	3.665	-8,90	21,36	3.594	-1,94	20,94
Castela e León	3.218	-35,17	12,83	3.193	-0,78	12,73	4.463	39,77	17,96	4.247	-4,84	17,09
Cataluña	18.375	-8,94	30,17	18.952	3,14	31,12	21.867	15,38	35,57	21.431	-1,99	34,86
C. Valenciana	11.409	-18,52	28,46	11.210	-1,74	27,96	12.824	14,40	31,87	12.241	-4,55	30,42
Extremadura	1.234	-21,50	11,53	1.147	-7,05	10,72	1.237	7,85	11,57	1.406	13,66	13,15
Galicia	4.662	-28,07	17,00	4.579	-1,78	16,70	5.493	19,96	20,16	5.345	-2,69	19,62
A Coruña	1.798	-22,53	16,19	1.684	-6,34	15,17	2.396	42,28	21,66	2.213	-7,64	20,00
Lugo	468	-33,52	12,64	473	1,07	12,77	515	8,88	14,00	441	-14,37	11,99
Ourense	512	-37,10	14,76	485	-5,27	13,98	509	4,95	14,79	531	4,32	15,43
Pontevedra	1.884	-28,69	20,59	1.937	2,81	21,17	2.073	7,02	22,87	2.160	4,20	23,83
Madrid	17.610	-2,43	35,06	18.524	5,19	36,88	20.167	8,87	39,61	20.429	1,30	40,13
Murcia	2.651	-27,31	24,16	2.723	2,72	24,82	3.018	10,83	27,07	2.992	-0,86	26,83
Navarra	973	-0,21	18,69	1.019	4,73	19,57	1.126	10,50	21,21	1.269	12,70	23,91
País Vasco	3.915	-1,16	18,66	4.183	6,85	19,94	4.510	7,82	21,49	4.677	3,70	22,29
A Ríoxa	421	-28,76	17,05	483	9,98	18,75	506	9,29	19,19	577	14,03	21,89
Ceuta e Melilla	165	-14,51	12,85	-	-	-	227	-	17,17	227	0,00	17,17
Total	93.811	-12,04	23,65	97.070	3,47	24,47	109.439	12,74	27,46	109.754	0,29	27,54

(1) sociedades constituídas/10.000 habitantes calculáase a partir dos datos do Padrón de 1-5-1996

(2) sociedades constituídas/10.000 habitantes calculáase a partir dos datos da revisión do Padrón a 1-1-1998

Fonte: *Registro Mercantil Central* e *INE*

Sociedades cooperativas constituídas nas CC-AA 1996-99: número e socios iniciais

	1996			1997			1998			1999		
	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais número	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais número	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais número	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais número
Andalucía	568	20,18	4.081	467	18,28	4.492	418	20,53	3.548	14,81	-	-
Aragón	52	1,85	842	66	2,58	514	65	3,19	543	2,27	76	2,72
Asturias	28	1,00	299	23	0,90	158	24	1,18	482	2,01	22	1,00
Baleares	14	0,50	79	10	0,39	66	7	0,34	66	0,28	2	0,08
Canarias	87	3,09	594	72	2,82	448	43	2,11	359	1,50	27	1,01
Cantabria	9	0,32	52	4	0,16	35	5	0,25	51	0,21	7	0,28
Castela - A Mancha	127	4,51	991	81	3,17	2.852	47	2,31	1.080	4,51	57	5,80
Castela e León	136	4,83	3.258	148	5,79	1.129	117	5,75	877	3,66	116	7,73
Cataluña	969	34,43	4.105	897	35,11	4.686	664	32,61	2.798	11,68	510	14,73
C. Valenciana	262	9,31	2.183	221	8,65	12.456	148	7,27	10.374	43,32	205	13,66
Extremadura	45	1,60	569	47	1,84	511	48	2,36	459	1,92	68	4,46
Galicia	81	2,88	585	98	3,84	847	85	4,17	676	2,82	67	4,46
A Coruña	25	30,86	182	17	17,35	118	16	18,82	124	18,34	16	1,07
Lugo	10	12,35	85	17	17,35	184	11	12,94	102	15,09	10	0,67
Ourense	14	17,28	86	21	21,43	161	17	20,00	129	19,08	10	0,67
Pontevedra	23	28,40	176	29	29,59	252	29	34,12	208	30,77	19	1,27
R.A. Galicia	9	11,11	56	14	14,29	132	12	14,12	113	16,72	12	0,80
Madrid	166	5,90	1.501	164	6,42	1.290	131	6,43	948	3,96	87	5,80
Murcia	110	3,91	751	129	5,05	745	117	5,75	696	2,91	118	7,86
Navarra	21	0,75	192	14	0,55	87	19	0,93	145	0,61	33	2,20
País Vasco	58	2,06	754	58	2,27	431	46	2,26	447	1,87	47	3,13
Rioja	-	-	-	8	0,31	334	6	0,29	79	0,33	8	0,53
Caixa e Melilla	17	0,60	213	1	0,04	10	2	0,10	24	0,10	3	0,20
Registro Central	64	2,27	680	47	1,84	331	44	2,16	298	1,24	48	3,42
Total	2.814	100	21.729	2.555	100,00	31.422	2.036	100	23.950	100	1.501	100

Fonte: Dirección General de Fomento de la Economía Social

Cadro 2.1.7.

Sociedades laborais rexistradas nas C.A.A. 1996-99: número e socios iniciais

	1996			1997			1998			1999		
	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais número	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais número	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais número	Sociedades número	CA/total	Socios iniciais CA/total
Andalucía	82	11,57	15,61	90	6,84	583	617	15,51	2,681	672	14,86	2,428
Aragón	18	2,54	2,82	56	4,26	236	196	4,93	717	222	4,91	777
Asturias	29	4,09	3,33	54	4,11	204	122	3,07	431	107	2,37	407
Baleares	14	1,97	1,38	23	1,75	86	39	0,98	128	51	1,13	173
Canarias	28	3,95	1,21	74	5,63	330	236	5,93	809	278	6,15	970
Cantabria	11	1,55	1,48	16	1,22	82	23	0,58	98	25	0,55	106
Castela - A Mancha	60	8,46	9,58	117	8,90	523	296	7,44	1,109	456	10,08	1,606
Castela e León	38	5,36	18,2	78	5,93	312	248	6,23	900	251	5,55	896
Cataluña	52	7,33	4,27	137	10,42	588	484	12,16	1,778	530	11,72	1,885
C. Valenciana	54	7,62	28,1	119	9,05	495	380	9,55	1,412	446	9,86	1,542
Extremadura	23	3,24	115	57	4,33	258	51	1,28	187	80	1,77	316
Galicia	29	4,09	143	54	4,11	248	157	3,95	566	201	4,44	750
A Coruña			3,36			4,08		47,8	256		-	4,52
Lugo							75	12,7	75		-	-
Ourense							20	13,3	75		-	-
Pontevedra							22	14,0	86		-	-
							40	25,5	149		-	-
Madrid	139	19,61	680	224	17,03	906	579	14,55	2,177	682	15,30	2,440
Murcia	15	2,12	83	38	2,89	161	262	6,58	966	205	4,53	725
Navarra	27	3,81	157	50	3,80	230	77	1,94	294	104	2,30	626
País Vasco	83	11,71	551	119	9,05	763	193	4,85	987	182	4,02	868
Rioxa	6	0,85	43	6	0,46	43	17	0,43	64	19	0,42	70
Ceuta e Melilla	1	0,14	20	3	0,23	23	2	0,05	9	1	0,02	4
Total	709	100	4,260	1,315	100	6,071	3,979	100	15,313	4,522	100	16,589
			100			100			100			100

Fonte: Dirección General de Fomento de la Economía Social

Cadro 2.1.8.

Sectores productivos 1998

(en millóns de pesetas)

	Empresas	Ingresos de explotación	V.E.B. c.f.	Cash-flow	Activo total	Emprego medio
Industria	3.048	2.453.937,34	444.220,75	137.143,43	1.483.830,48	30
Energía	128	73.580,20	27.639,39	11.823,73	135.050,26	17
Bens intermedios	688	381.305,61	85.764,35	26.429,66	274.674,03	25
Bens de equipamento	1.353	1.375.475,52	213.407,27	55.292,55	663.518,83	32
Bens de consumo	879	623.576,02	117.409,74	43.597,49	410.587,36	34
Construcción	3.003	818.336,50	200.939,41	46.142,46	874.051,05	18
Servicios	2.439	626.593,58	205.791,85	52.642,13	706.224,35	22
Servicios empresariais	484	102.920,05	44.378,44	6.814,32	121.668,61	33
Turismo e ocio	523	113.409,95	39.624,06	17.361,57	110.954,25	18
Transportes	1.001	269.566,63	68.678,55	19.068,85	360.524,94	15
Comunicacións	349	110.324,95	36.721,07	6.290,43	86.570,99	25
Servicios relac. coa saúde	82	30.372,00	16.389,74	3.106,97	26.505,56	47
Sector primario	2.619	1.660.345,60	223.862,91	56.208,54	925.263,23	21
Total	11.109	5.559.213,02	1.074.814,91	292.136,55	3.989.369,12	23

Fonte: Ardán

nidade Valenciana e Madrid (entre as catro acaparan o 66,8% do total de cooperativas constituídas). Galicia é a sétima comunidade, co 4,2% do total das mesmas. No que ó número de socios se refire, a concentración nas devanditas catro comunidades aumenta ata o 73,8%, en tanto que a porcentaxe en Galicia pasa ó 2,8% no ano 1998.

En 1999 constituíronse 67 cooperativas en Galicia, o que representa o 4,5% do total de novas sociedades deste tipo en España. O seu número de socios iniciais foi de 561, o 4% do total estatal.

No que ás **sociedades laborais** se refire, a 31 de decembro de 1999 había en España un total de 9.620 sociedades deste tipo, das que 4.560 eran sociedades anónimas laborais (SAL), ocupando a un total de 75.606 persoas (54.798 traballaban en sociedades anónimas laborais). En Galicia, o número de sociedades laborais ascendeu a 370 na mesma data (3,8% do total de sociedades en España), das que 141 eran SAL, en tanto que o número de traballadores ascendeu a 2.345 persoas (1.469 en SAL).

As sociedades laborais rexistradas en Galicia no ano 1999 ascenderon a 201, das que 197 foron sociedades limitadas laborais (SLL) e as outras 4, SAL. As sociedades laborais galegas eran o 4,44% do total das sociedades deste tipo rexistradas en España e os seus 750 socios (733 nas SLL e 17 nas

SAL) significaban o 4,52% do total de socios en España. A distribución rexional das sociedades laborais rexistradas pon de manifesto que as comunidades de Andalucía, Madrid e Cataluña son as que empregan en maior medida esta fórmula, mentres Galicia é a décima comunidade en canto ó número de sociedades rexistradas neste último ano.

Atendendo á súa **desagregación sectorial**, a meirande parte das sociedades rexistradas pertence ó sector servicios, que acolle ó 69,7% do total das mesmas, porcentaxe que é do 64,2% en España. O sector industria séguelle en importancia, mentres o sector primario utiliza en menor medida esta fórmula de creación de empresas.

Finalmente, pódese comenta-la situación empresarial en Galicia a partires dos datos das empresas seleccionadas polo servizo de información **Ardán** en función dos seguintes criterios: empresas que dispoñen de datos durante dous anos consecutivos, que teñen o seu domicilio social en Galicia –o que implica deixar fóra algunha firma importante, polo que as cifras poden presentar algunha distorsión– e que facturan máis de 40 millóns de pesetas ó ano. Segundo este criterio, o número de empresas ascendía a 11.109 no ano 1998, fronte ás 11.130 sociedades do ano anterior.

Atendendo á desagregación sectorial, do total de empresas seleccionadas³, o

cadro 2.1.8. reflicte que o sector industrial en Galicia acolle o maior número de empresas, 3.048 firmas, e presenta o 44,1% do total dos ingresos de explotación das empresas seleccionadas e o 41,3% do VEB total das mesmas. Asemade, estas empresas presentan o maior emprego medio, con 30 traballadores por empresa, calculado segundo os datos presentados polas propias empresas. Ponderando os datos das empresas do sector industrial cos datos da CNAE-74, Ardán considera que o 27,4% das sociedades estarían englobadas no sector industrial, fronte ó 15,3% da CNAE-74 (grupos 1-4).

O cadro amosa tamén a importancia das empresas do sector primario e industrias relacionadas, que xeran o 29,9% dos ingresos de explotación e o 20,8% do VEB do total de empresas consideradas, cunha ocupación media de 21 traballadores por empresa.

2.2.- CARACTERIZACIÓN DAS NOVAS EMPRESAS

A análise da caracterización das empresas partirá dos datos aportados polas enquisas e entrevistas realizadas *ad hoc*. Tras un primeiro apartado adicado á presentación da metodoloxía seguida para a obtención dos datos, comentaranse os perfís e características das novas empresas e do empresario galego, así como a percepción que eles teñen do seu entorno.

• Metodoloxía

Para a realización da análise estatística, a definición inicial do universo e mostra teórica do estudio é resultado da selección que o IGE efectuou para o CES, atendendo ós seguintes criterios: centrarse en empresas que iniciaran ou reiniciaran a súa actividade en Galicia no período 1994-96, restrinxila a determinados sectores de actividade e tentar obter resultados dos distintos sectores de actividade e formas xurídicas (persoas físicas, sociedades anónimas e limitadas, e outras).

A **análise cuantitativa** do estudio pretende determinar un número de proporcións de empresas que teñen determinadas opi-

nións ou ben unhas determinadas características. Isto é, preténdese estudar non o volume total de empresarios que teñen unha determinada opinión ou característica, senón a porcentaxe deles que a presentan.

Como fonte da medición e segmentación do universo e marco da mostra empregáronse, cruzándoas para refundilas nunha soa, dúas bases de datos, procedentes do I.N.S.S. e do I.A.E., que incluían tódalas empresas de tódalas actividades que iniciaron ou reiniciaron a súa andaina nos anos de referencia. Tendo en conta os criterios mencionados, o “universo convencional de partida” quedou fixado en 37.509 empresas.

Para a determinación do tamaño da “mostra teórica” realizouse unha asignación proporcional prefixando un erro de mostraxe do 0,05 tanto a nivel de agrupación de actividade para cada proporción como para o nivel de personalidade xurídica para cada proporción.

Para a obtención de datos das 950 empresas útiles previstas na mostra teórica, xestionáronse, entre o 1 de xullo e o 5 de novembro, un total de 1.306 unidades, das que só foi posible obter información expresiva –en canto a verificar que cumprisen o atributo mostral– no caso de 854 empresas (“mostra total de partida”).

Partindo da mostra total inicial, non foi posible determina-lo conxunto de variables requirido como obxecto da investigación para tódalas súas unidades. A “mostra total útil” quedou reducida a 590 empresas, xa que, por unha banda, hai un total de 222 empresas que no momento da realización da enquisa estaban pechadas, fundamentalmente, por mor dos malos resultados e abandonos por motivos persoais. Por outra, porque para 42 empresas, cumprindo formalmente coas condicións de pertenza á mostra universo convencional de partida, non era factible aquela determinación.

Os motivos para esta non determinación son diferentes. Por unha banda, un total de 23 unidades son consideradas como “autónomos” (unidades que responden en

Cadro 2.2.1.

Universo convencional de partida: mostra teórica, mostra total de partida, mostra total final e mostra útil total: distribución segundo sectores de actividade

	Universo convencional	Mostra teórica	Mostra total partida	Empresas non enquisables	Mostra total final	Empresas pechadas	Mostra total útil	Erro estatístico sobre MTU
Sector Primario	881	90	92	12	80	28	52	0,07
Industria Relacionada S.P.	1.803	95	93	1	92	18	74	0,06
Industria Extractiva	382	79	70	2	68	22	46	0,07
Fabricación Prod. Metálicos	1.194	92	88	-	88	17	71	0,06
Industria Téxtil	631	86	81	9	72	21	51	0,07
Construcción	9.662	99	82	1	81	23	58	0,07
Actividades Informáticas	323	76	48	5	43	14	29	0,09
Investigación e Desenvolvemento	215	68	64	2	62	20	42	0,07
Alugueiro de Maquinaria e Útiles	195	66	54	2	52	13	39	0,07
Comercio	16.198	101	99	1	98	25	73	0,06
Outras Actividades	6.025	98	83	7	76	21	55	0,07
Total	37.509	950	854	42	812	222	590	0,02

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cuantitativa*, 1999

termos xurídico-administrativos ó atributo mostral e que se negaron a contesta-lo cuestionario por seren a súa condición de empresario froito dun imperativo de orde formal do mercado laboral, na medida en que tal situación encubre unha relación laboral exclusiva cun terceiro). Outras 8 son consideradas como “altas formais” (a razón última desta situación está motivada por unha opción doutro emprendedor distinto que, por razóns fiscais, patrimoniais ou análogas, require o concurso do “emprendedor formal” para imputar a éste, e só a ese efecto, a titularidade dunha iniciativa), 4 son “empresas de fóra de Galicia” e outras 4, “empresas participadas”.

Finalmente, hai dúas catalogadas como “outras empresas” que fan referencia a casos episódicos caracterizados por unha alta formal, acompañada dunha falta absoluta de actividade.

Xunto á análise cuantitativa do informe, realizouse un **estudio cualitativo** do mesmo baseado nunha serie de entrevistas realizadas entre o 5 de novembro de 1999 e o 21 de xaneiro de 2000.

Partíuse do “universo convencional” de 37.509 empresas, e dunha mostra teórica de 150 empresas que cumprían o atributo mostral (“mostra teórica total de partida”). Destas 150 empresas só foi posible recoller a información requirida nun total de 73

empresas (“mostra total útil”), o que implica, cun nivel de confianza do 95,5%, un erro de mostreo do 11,53%, baixo a hipótese de $p=q=50$.

A diminución das 150 empresas da mostra teórica de partida ás 73 finais débese á non dispoñibilidade do responsable da empresa, ó peche da actividade da empresa, ó cambio de razón social, a datos erróneos ou á imposibilidade para contactar.

• O perfil das novas empresas

Tendo en consideración os datos reflectidos nas dúas enquisas realizadas (unha máis centrada nos datos cuantitativos e a outra nos aspectos cualitativos), o estudo das características do perfil das empresas abordará, en primeiro lugar, os datos referidos á súa forma xurídica; en segundo lugar, a súa distribución sectorial; posteriormente, o número de asalariados, a súa distribución xeográfica (ubicación das empresas e o seu ámbito de actuación), a vida media das empresas (tanto das pechadas como das que seguen en funcionamento); e, finalmente, se analizarán os aspectos relacionados coa estrutura organizativa e a estratexia empresarial.

Respecto á **forma xurídica** das empresas obxecto da análise, dos datos da mostra útil considerada despréndese que practicamente a metade das empresas consideradas son empresas das que a titulari-

Cadro 2.2.2.

Mostra útil das empresas segundo forma xurídica e sectores de actividade

	Sector Primario	Industria Relacionada S.P.	Industria Extractiva	Fabricación Productos Metálicos	Industria Textil	Construcción	Actividades Informáticas	I+D	Alugueiro de Maquinaria e Utiles	Comercio	Outras Actividades	Total
Persoas Físicas	63,5	41,9	28,3	46,5	41,2	44,8	51,7	88,1	41,0	52,1	56,4	49,8
Sociedades Mercantis	17,3	50,0	63,0	47,9	49,0	37,9	48,3	7,1	46,2	27,4	34,5	39,0
Outras	19,2	8,1	8,7	5,6	9,8	17,3	0,0	4,8	12,8	20,5	9,1	11,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Empresas	52	74	46	71	51	58	número 29	42	39	73	55	590

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cuantitativa , 1999

Cadro 2.2.3.

Mostra total útil das empresas segundo forma xurídica e número inicial de asalariados

	Persoas Físicas	Sociedades Mercantís	Outras	Total
<i>estructura porcentual</i>				
Ningún	68,7	23,5	48,5	51,3
De 1 a 4	27,6	60,4	36,4	40,4
De 5 a 9	3,4	10,4	9,1	5,0
De 10 a 20	0,3	3,5	4,5	2,3
Máis de 20	-	1,3	1,5	0,7
Non consta	-	0,9	-	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>número</i>				
Empresas	294	230	66	590

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cuantitativa*, 1999

Cadro 2.2.4.

Mostra total útil das empresas segundo forma xurídica e número actual de asalariados

	Persoas Físicas	Sociedades Mercantís	Outras	Total
<i>estructura porcentual</i>				
Ningún	56,5	12,2	28,8	34,0
De 1 a 4	38,1	42,2	51,5	45,2
De 5 a 9	2,0	21,7	7,6	11,0
De 10 a 20	2,7	12,6	4,5	6,0
Máis de 20	0,7	11,3	7,6	3,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>número</i>				
Empresas	294	230	66	590

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cuantitativa*, 1999

dade é ostentada por unha persoa física (49,8%), en tanto que un 39% das empresas pertencentes á mostra útil son sociedades mercantís, principalmente sociedades limitadas.

Atendendo á súa **distribución sectorial**, o 40,3% das empresas da mostra pertencen ó sector servizos, en tanto que un 28,5% pertence ó sector industrial e un 21,4%, ó sector primario e industrias relacionadas co mesmo. O restante 9,8% corresponde ó sector da construción.

Dun xeito máis desagregado, algo máis dun tercio da mostra equidistribúese entre as industrias relacionadas co sector primario, as de fabricación de produtos metálicos e o comercio. O sector primario, a industria téxtil e a construción teñen un peso relativo entre o 8% e o 10%, en tanto que o peso relativo das industrias extracti-

vas, o I+D e o aluguer de maquinaria e útiles está entre o 6% e o 8%. Finalmente, as actividades informáticas son as que presentan o menor peso relativo, cun 4,9% do total de empresas que compoñen a mostra útil.

Relacionando a **forma xurídica** e a **distribución sectorial**, o **cadro 2.2.2.** amosa como primeiro aspecto salientable que as actividades con maior esixencia de capitalización e maior peso das iniciativas de envergadura pronuncian a presenza de sociedades mercantís.

O cadro reflicte que, en termos comparativos, o peso das persoas físicas incrementase no caso das denominadas "outras actividades", o sector primario propiamente dito e, de forma especial, no caso das iniciativas relacionadas coa I+D. Igualmente, as actividades pertencentes ó sector industrial acentúan o peso relativo das sociedades

mercantís, salientando o caso da industria extractiva, en tanto que na construción, no comercio e no sector primario, hai maior peso relativo das outras formas xurídicas en relación ó resto dos sectores.

Un terceiro aspecto definitorio a ter en consideración é o referente ó **número de asalariados**. Os datos da enquisa reflicten que o conxunto de empresas considerado está constituído por firmas de tamaño modesto, aínda que presentan un carácter expansivo en canto ó emprego xerado.

A discreta envergadura reflíctese no feito de que o 91,7% das empresas tiña menos de 5 empregados no momento inicial da mesma, mentres que tan só un 3% das mesmas presentaban máis de 10 empregados. Se comparamos estes datos cos existentes no momento actual, podemos deducilo devandito carácter expansivo das empresas, xa que a porcentaxe de empresas con menos de 5 empregados reduciuse ata o 79,2%, en tanto que as empresas con máis de 10 empregados representan o 9,8% do total da mostra útil.

Así, en canto ó emprego xerado, hai que dicir que un 62,2% das empresas poden calificarse de expansivas, e só un 4,6% serán recesivas. O restante 33,2% corresponde a empresas que non se moven de intervalo.

Atendendo á relación existente entre o número de asalariados e a forma xurídica das empresas, o tamaño das empresas tende a aumentar en paralelo coa incidencia das sociedades mercantís nos sectores con crecentes esixencias de capacidade produtiva e técnica.

Os **cadros 2.2.3.** (número inicial de asalariados) e **2.2.4.** (número actual de asalariados) reflicten unha concentración da submostra de empresas con titularidade de persoas físicas nos intervalos de ningún a 4 empregados (96,3% e 94,6%, respectivamente, no momento inicial e actual) aínda que cun desprazamento relativo no tempo cara ó segundo deses intervalos (de 1 a 4 asalariados). Da súa parte, nos dous mesmos tramos iniciais, pero con prevalencia do

segundo, ubícanse o 83,9% das sociedades mercantís, que no momento actual representan o 54,4%. En ámbolos dous momentos, as “outras” formas xurídicas ocupan unha posición intermedia, aínda que en canto o número actual de asalariados, presentan unha estrutura menos gradual.

No concernente á distribución xeográfica, e máis concretamente, no que á **localización** das empresas se refire, as provincias de Pontevedra e A Coruña son as que concentran a maior parte das empresas, o 72,3% das mesmas, en tanto que Lugo e Ourense acollen o 27,7% restante. O maior peso das sociedades mercantís corresponde á provincia de A Coruña en tanto que en Pontevedra hai un volume, en relación con aquela provincia, maior de titularidades en calidade de persoas físicas e “outras formas” –tendencia que se acentúa en Ourense e Lugo—. Coherentemente con esta distribución, o 68,1% das empresas concéntrase, segundo declaran os propios empresarios, nun ámbito definido como urbano.

Atendendo á relación existente entre a **localización** e o **número de asalariados** tanto no momento inicial como no actual, vese que certa regularidade nas distribucións provinciais por tamaño inicial, dá paso, cos datos correspondentes ó momento actual, a catro perfís característicos:

- O primeiro deles é que A Coruña tería o subconxunto das empresas da mostra cos niveis máis altos, por riba dos 9 asalariados, en detrimento do estrato entre 1 e 4, pero non vería minguada a proporción de empresas sen persoal contratado que se manifesta globalmente.

- Lugo, minguando aquelas proporcións de maior volume de emprego, respecto dos valores globais, adecuaríase, en xeral, bastante a estes.

- Ourense mantería, amosando a menor evolución, a prevalencia relativa nas empresas sen asalariados, e case os valores literais do tamaño inicial no nivel entre 1 e 4 traballadores, de xeito que, en perspectiva temporal, semella que o aumento da pro-

Cadro 2.2.5.

**Ambito xeográfico de actuación das
empresas de nova creación**

(%)

Local	21,9
Comarcal	6,8
Provincial	23,3
Galicia	23,3
España	13,7
Unión Europea	8,2
Mundo	2,7
Total	100,0

Fonte: Elaboración propia a partir de datos
da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-200

Cadro 2.2.6.

Ambito de actuación das empresas de nova creación segundo sectores

(%)

	Local	Comarcal	Provincial	Galicia	España	Unión Europea	Mundo
Sector primario	-	20,0	5,9	5,9	10,0	-	-
Industria relacionada s.p.	12,5	-	11,8	5,9	10,0	16,7	-
Industria extractiva	-	-	-	-	10,0	33,3	100,0
Fabricación prod. Metálicos	-	20,0	5,9	-	-	33,3	-
Industria téxtil	-	-	5,9	23,5	30,0	-	-
Construcción	6,3	-	17,6	23,5	-	-	-
Actividades informáticas	12,5	-	-	-	10,0	-	-
Alquiler de maquinaria e Útiles	-	-	11,8	5,9	-	-	-
Comercio	50,0	60,0	5,9	11,8	-	16,7	-
Otras actividades	18,8	-	35,3	23,5	30,0	-	-

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

porción no intervalo de 5 a 9 fíxose en detrimento daquela primeira, pero non da segunda, sendo estatisticamente despreziables os restantes valores para intervalos superiores.

- Por último, Pontevedra ofrecería o perfil máis dinámico, colocando agora a prevalencia absoluta entre 1 e 4 traballadores asalariados –a maior porcentaxe das catro provincias– e ofrecendo a proporción máis baixa nas catro submostras de empresas sen asalariados, así como porcentaxes expresivas nos intervalos superiores.

Unha vez analizado o lugar onde se estableceron as empresas, o seguinte paso é coñecer-lo seu **ámbito de actuación**. Segundo os datos reflectidos no **cadro 2.2.5.**, as empresas galegas de nova creación teñen pouca apertura internacional: un 75,3% do total das novas empresas céntranse no ámbito galego. No lado oposto, un 10,9% das empresas teñen apertura internacional, comercializando os seus produtos basicamente na UE.

Atendendo á desagregación sectorial dos datos, o **cadro 2.2.6.** reflicte que entre as empresas que traballan no ámbito local e comarcal salientan as encadradas no sector comercio, que acollen, respectivamente, ó 50% e 60% dos enquisados en cada unha das dúas categorías.

No ámbito provincial é onde a mostra está máis repartida. O sector de outras actividades é o máis representado, cun 35,3% dos enquisados. No ámbito de Galicia destacan por igual, cun 23,5% de los enquisados, os sectores de industria téxtil, construción e outras actividades. No ámbito xeográfico español salientan as empresas dos sectores téxtil e outras actividades, cun 30% do total das empresas.

No caso da distribución sectorial das empresas que chegan a traballar na UE, o devandito cadro reflicte o predominio de catro sectores: fabricación de produtos metálicos e industria extractiva, cun 33,3% cada un, e comercio e industrias relaciona-

Cadro 2.2.7.

Fracción da mostra total final excluída da mostra total útil: causa do peche de empresas segundo sectores de actividade

Sector Primario	Industria Relacionada S.P.	Industria Extractiva	Fabricación Productos Metálicos	Industria Têxtil	Construcción	Actividades Informáticas	I+D	Alugueiro de Maquinaria e Útiles	Comercio	Outras Actividades	Total
Malos resultados	14,3	0,0	22,7	29,4	33,3	21,7	25,0	15,4	20,0	19,0	20,3
Xubilación	28,6	22,2	0,0	11,8	0,0	8,7	0,0	15,4	12,0	19,0	12,2
Cambio de actividade	7,1	5,6	9,1	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	4,8	3,6
Pase a asalariado	14,3	0,0	0,0	17,6	0,0	4,3	25,0	0,0	4,0	9,5	8,1
Outras	14,3	27,8	18,2	11,8	23,8	30,5	30,0	46,1	32,0	19,0	24,8
Non consta	21,4	44,4	50,0	23,5	42,9	34,8	20,0	23,1	28,0	28,7	31,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Empresas	28	18	22	17	21	23	20	13	25	21	222

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cuantitativa , 1999

das co sector primario, cun 16,7%, cada un. Cando o ámbito de actuación é o resto do mundo a mostra está composta só por empresas relacionadas coa industria extractiva, principalmente firmas do sector do granito.

No concernente á **vida media** ou **traxectoria temporal** das empresas, a análise desta variable debe partir da diferenciación entre aquelas empresas que estaban pechadas no momento da realización da enquisa e aquelas que estaban en funcionamento nese intre.

As actividades iniciadas ou reiniciadas no trienio 1994-96 e que no momento da realización da enquisa estaban sen actividade, ascendían a 222 empresas, o que representa o 27,3% da mostra total final, e está a indicar que hai unha certa febleza do tecido empresarial considerado. Esta fracción de empresas caracterízase, por unha banda, por unha certa sobrerrepresentación das empresas do sector primario, do sector de industrias extractivas, as actividades informáticas e as de investigación e desenvolvemento, e por outra, polo elevado peso relativo da modalidade de forma xurídica “persoas físicas” (65,3%) en relación co peso relativo desta modalidade na mostra total final e na mostra total útil (54,1% e 49,8%, respectivamente).

O promedio global do tempo de funcionamento das iniciativas de referencia é de 22,9 meses, un espazo de tempo tan exíguo que reforza a impresión dunhas iniciativas precarias e/ou subsidiarias para os que as protagonizaron. Isto é algo que encaixa na tonalidade xeral de pequena dimensión empresarial que, nalgunha medida, vai tamén caracteriza-la mostra total útil.

Atendendo á desagregación sectorial, resalta o baixo promedio de duración das iniciativas desaparecidas na industria téxtil (16,1 meses), construción (16,3) e investigación e desenvolvemento (16,1). No outro extremo, o tempo medio das iniciativas nos sectores de outras actividades, aluguer de maquinaria e útiles e comercio ascende a 31,7 meses, 29,5 e 27,3, respectivamente.

As causas dos peches, amosadas no devandito **cadro 2.2.7.**, son, en esencia, os malos resultados e os abandonos por razóns persoais, evidenciándose nestes últimos casos que a actividade non era substantiva para a autonomía económica do emprendedor. Dun xeito máis desagregado, o cadro reflicte unha posible maior incidencia dos malos resultados na industria téxtil, na fabricación de produtos metálicos e na investigación e desenvolvemento, así como das xubilacións no sector primario e industria relacionada co mesmo.

Na consideración da **traxectoria temporal das empresas activas**, o **cadro 2.2.8.** indica un elevado promedio global: 91,5 meses (7,6 anos) e unha alta desviación típica que indica unha dispersión notable, sesgada por unidades con valores elevados por mor da coincidencia, no marco da mostra, de empresas que iniciaron a súa actividade no trienio 94-96 con outras que reiniciaron a mesma no mesmo espazo temporal.

Tomando os valores do **cadro 2.2.8.** como unha indicación expresiva, un 36,9% das iniciativas teñen máis de 6 anos e os sectores cunha composición da titularidade das empresas con maior peso nos estratos máis elevados de idade –sector primario, industria extractiva e comercio– presentan uns valores medios superiores ós 7,6 anos de antigüidade. Pola contra, son os restantes sectores, catalogables no sector terciario da actividade económica, os que presentan os promedios relativamente máis baixos.

Outros datos de interese respecto á traxectoria temporal son os do comportamento das seguintes fraccións da mostra:

- as empresas nas que o promedio de idade dos seus socios supera os 50 anos presentan un valor medio de 136,8 meses;
- as que teñen máis de 20 asalariados, 116 meses;
- as firmas que teñen de 5 a 9 asalariados, 113,9 meses;
- as empresas tituladas por emprendedores cun nivel de estudos de bacharelato elemental, 104,5 meses;

Cadro 2.2.8.

Mostra total útil segundo tempo de funcionamento da iniciativa de referencia e sectores de actividade

	Media	Mediana	Moda	N	
Sector Primario	104,4	89,4	72,0	60,0	52,0
Industria Relacionada S.P.	91,0	70,7	60,0	60,0	74,0
Industria Extractiva	117,4	127,3	69,0	48,0	46,0
Fabricación Prod. Metálicos	97,5	83,6	60,0	48-60	71,0
Industria Téxtil	93,8	151,6	48,0	48,0	51,0
Construcción	97,1	70,2	72,0	60-72	58,0
Actividades Informáticas	68,8	37,1	70,0	96,0	29,0
Investigación e Desenvolvemento	61,4	54,3	48,0	36,0	42,0
Alugueiro de Maquinaria e Útiles	79,8	86,2	48,0	60,0	39,0
Comercio	97,4	78,9	60,0	60,0	73,0
Outras Actividades	64,6	60,6	48,0	60,0	55,0
Total	91,5	76,8	60,0	60,0	590,0

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.2.9.

Obxectivos empresariais por parte de empresas de nova creación

	Total (1)	(%)
Xeración de emprego	45,2	
Crecemento das vendas	24,7	
Xeración de beneficios	42,5	
Recuperación da inversión	21,9	
Cota de mercado interior	1,4	
Cota de mercado exterior	2,7	
Outros	9,6	

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

(1) Suma vertical de porcentaxes pode ser superior ó 100 % debido á posibilidade de resposta múltiple

• aquelas nas que o informante accedeu á condición de empresario por herdanza, 100,6 meses;

• as empresas propiedade de individuos que antes de xestionalas eran asalariados, 99,7 meses, mentres os que estaban “noutra” situación, 202,5 meses.

Finalmente, como última característica do perfil das empresas galegas están os aspectos relacionados coa **estrutura organizativa** e a **estratexia empresarial**. Como paso previo a este estudo cómpre advertir que a fixación de obxectivos empresariais por parte das empresas de nova creación parece ser un proceso pouco formalizado, de tal xeito que só un 23% dos emprendedores enquisados recoñeceron ter elaborado un plan de empresa no que se reflectían os mesmos.

Dentro dos obxectivos dos emprendedores e emprendedoras galegos poden defi-

nirse dous grandes grupos, en función da importancia que os enquisados lles asignan. No primeiro grupo encadraríanse a xeración de emprego, cun 45,2%, e a xeración de beneficios, cun 42,5%, que parecen ser os obxectivos de maior importancia para os emprendedores galegos. Nun segundo grupo encadraríanse o crecemento das vendas e a recuperación do investimento (cun 24,7% e un 21,9%, respectivamente). As restantes categorías definidas terían unha menor importancia relativa en relación cos anteriores.

A situación xeral descrita para as empresas de nova creación pode particularizarse para calquera categoría de situación laboral previa do emprendedor con excepción dos estudantes, que sitúan os seus obxectivos no crecemento das vendas e na xeración de beneficios. Outro dato relevante é as diferencias que se aprecian no peso do obxectivo de xeración de beneficios en fun-

Cadro 2.2.10.

Obxectivos por parte das empresas de nova creacións segundo a situación laboral previa do emprendedor ⁽¹⁾

(%)

	Empresario	Autónomo	Asalariado	Desempregado con exp.	Desempregado sen exp.	Estudiante	Outros
Xeración de emprego	100,0	50,0	43,2	54,5	50,0	-	28,6
Crecemento das vendas	33,3	30,0	18,9	18,2	-	66,7	42,9
Xeración de beneficios	33,3	20,0	40,5	36,4	50,0	66,7	85,7
Recuperación do investimento	33,3	30,0	10,8	36,4	-	33,3	42,9
Cuota de mercado interior	-	10,0	-	-	-	-	-
Cuota de mercado exterior	-	-	2,7	-	-	-	14,3
Outros	-	-	10,8	9,1	-	33,3	14,3

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

(1) Suma vertical de porcentaxes pode ser superior ó 100 % debido á posibilidade de resposta multiple

Cadro 2.2.11.

Obxectivos por parte das empresas de nova creacións segundo sectores de actividade ⁽¹⁾

(%) (1)

	Xeración de emprego	Crecemento das vendas	Xeración de beneficios	Recuperación da inversión	Cota de mercado interior	Cota de mercado exterior	Outros
Sector primario	75,0	25,0	-	25,0	-	-	-
Industria relacionada s.p.	57,1	57,1	42,9	14,3	-	-	-
Industria extractiva	60,0	-	60,0	20,0	20,0	20,0	-
Fabricación prod. Metálicos	25,0	-	50,0	-	-	-	25,0
Industria téxtil	50,0	37,5	25,0	37,5	-	12,5	-
Construcción	50,0	25,0	62,5	-	-	-	-
Actividades informáticas	66,7	33,3	33,3	33,3	-	-	-
Aluguer de maquinaria e útiles	33,3	33,3	33,3	66,7	-	-	-
Comercio	40,0	33,3	26,7	20,0	-	-	13,3
Outras actividades	31,3	6,3	62,5	25,0	-	-	25,0

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

(1) Suma vertical de porcentaxes pode ser superior ó 100 % debido á posibilidade de resposta multiple

ción da tipoloxía de emprendedor. Tanto os asalariados como os desempregados sen experiencia valoran relativamente o obxectivo de xeración de beneficios. Esta situación pode ser un reflexo das intencións finais deste tipo de emprendedores no proceso de creación de empresas. Trataríase dun profundo interese por lograr un posto de traballo na empresa creada, así como a xeración de beneficios como fonte de ingresos persoais.

Atendendo á relación existente entre o sector de actividade e os obxectivos empresariais, o **cadro 2.2.11.** reflicte que no sector primario resulta especialmente importante o obxectivo de xeración de emprego, situación que se atopa, con maior ou menor repercusión, en tódalas categorías agás o aluguer de maquinaria –onde, debido ós fortes investimentos, a recuperación dos mesmos preséntase como obxectivo primordial– e no sector da construción, onde a xeración de beneficios supón o obxectivo máis buscado (xustificable pola fase expansiva na que se atopa este sector na actualidade).

Respecto á estrutura organizativa das empresas, esta pode ser situada entre dous extremos denominados como estruturas orgánicas e estruturas mecanicistas⁴. A primeira ten máis capacidade de adaptación ás situacións cambiantes do entorno, está máis aberta á comunicación, tenta lograr maiores cotas de consenso entre os seus membros e é controlada mediante sistemas pouco ríxidos. Fronte a ela, as estruturas mecanicistas serán aquelas máis tradicionais, con canles de comunicación pechadas, onde as decisións baséanse na autoridade formal, os sistemas de control son ríxidos e, en xeral, son consideradas como xerarquizadas.

Cos datos obtidos da enquisa pódese afirmar que as empresas de nova creación sitúanse na esfera das empresas con estrutura moderadamente orgánica, cunha valoración de 2,76 (puntuación obtida sobre 7, onde 1 corresponde a unha estrutura orgánica pura e 7, a unha estrutura mecanicista pura). A situación descrita pode deberse máis ó pequeno tamaño das empresas, que

Cadro 2.2.12.

Estructura organizativa das empresas de nova creación

Sector primario	1,81
Industria relacionada s.p.	3,67
Industria extractiva	2,09
Fabricación prod. Metálicos	3,26
Industria textil	3,24
Construcción	2,74
Actividades informáticas	1,83
Aluguer de maquinaria e útiles	2,61
Comercio	2,75
Outras actividades	2,58

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.2.13.

Orientación estratéxica das empresas de nova creación segundo sectores de actividade

Sector primario	2,14
Industria relacionada s.p.	2,12
Industria extractiva	3,01
Fabricación prod. Metálicos	2,95
Industria textil	3,54
Construcción	3,07
Actividades informáticas	5,51
Aluguer de maquinaria e útiles	3,01
Comercio	3,40
Outras actividades	3,01

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

(1) Puntuación sobre 7, onde 7 é "empresa estratéxicamente emprendedora" e 1 "empresa estratéxicamente conservadora"

Cadro 2.2.14.

Orientación estratéxica das empresas de nova creación segundo nivel de estudos do emprendedor

Universitarios	3,27
F. P.	3,22
COU	3,55
Bacharelato	3,23
Primarios	2,48
Sen estudos acabados	2,50

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

(1) Puntuación sobre 7, onde 7 é "empresa estratéxicamente emprendedora" e 1 "empresa estratéxicamente conservadora"

obriga a organizarse dun modo orgánico facilitando a participación de tódolos membros da organización, que á filosofía dos emprendedores, que poden ter unha forte compoñente mecanicista.

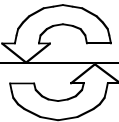
A análise por sectores pon de relieve que, malia que a estrutura orgánica predomina en tódolos sectores, o grado de pureza desta estrutura é ben distinto. En sectores como o primario ou o das actividades infor-

máticas a estrutura é certamente orgánica, fronte a sectores como o das industrias relacionadas co sector primario, a fabricación de produtos metálicos ou a industria téxtil, onde a estrutura está a medio camiño entre a orgánica e a mecanicista.

As diferencias por sectores poden xustificarse polo método de produción que emprega cada un deles, onde a utilización de liñas de produción requiren estruturas

Cadro 2.2.15.

Ciclo polo que pasan as empresas atendendo á estrutura e estratexia empresariais: aplicación ás empresas galegas

		ESTRUTURA EMPRESARIAL	
		MECANICISTA	ORGÁNICA
ESTRATEGIA EMPRESARIAL	EMPREDEDORA 	EMPRESAS PSEUDO EMPRENDEDORAS	EMPRESAS CON EFICIENCIA EMPRENDEDORA
		Industria Textil	Actividades Informáticas - Comercio
	CONSERVADORA 	EMPRESAS CON EFICIENCIA BUROCRÁTICA	EMPRESAS CON EFICIENCIA EMPRENDEDORA
		Industrias relacionadas con S.P.Fabricación de productos metálicos	Sector Primario. Industrias Extractiva. Construcción. Alquiler de Maquinaria. Otras actividades

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

organizativas ríxidas. Así, segundo os datos do **cadro 2.2.12.**, pódese considerar como empresas moderadamente mecanicistas ás que desenvolven a súa actividade nos sectores téxtil, fabricación de produtos metálicos e as industrias relacionadas co sector primario. As empresas dos restantes sectores poden ser consideradas como orgánicas.

Por outra banda, non se aprecian diferencias salientables na estrutura das empresas atendendo ó nivel de estudos dos emprendedores: tódalas categorías diferéncianse en menos de medio punto.

En relación á estratexia empresarial, as empresas pódense clasificar como conservadoras ou como emprendedoras⁵. A orientación estratéxica emprendedora dase en aquelas empresas nas que o decisor asume os riscos derivados do seu negocio co obxectivo de favorecer a innovación que dé como resultado o logro dunha vantaxe competitiva e cunha actitude agresiva ante a competencia. A orientación estratéxica conservadora, pola contra, caracterízase por un estilo directivo con aversión ó risco, non innovador e reactivo (responde a accións da competencia).

Os datos obtidos da mostra sacan á luz as grandes diferencias existentes entre os distintos sectores con relación a súa estratexia empresarial. Sectores como o das actividades informáticas adoptan estratexias claramente emprendedoras, fronte a secto-

res como o primario ou o das industrias relacionadas co sector primario, con estratexias claramente conservadoras. Esta situación é comprensible pois unha actividade relativamente novedosa como a de informática vese obrigada a investigar cara ó logro de produtos tecnoloxicamente avanzados e innovadores. Este sector caracterízase por proxectos con elevados riscos mais con posibilidades de xerar grandes beneficios. Pola contra, o sector primario, con produtos que poden levar moito tempo no mercado, adopta poucas decisións que podan supoñer unha ruptura do *statu quo* e perda da súa posición competitiva, o que supón o desenvolvemento de estratexias conservadoras.

A análise dos restantes sectores de actividade indica que as súas estratexias empresariais poden ser consideradas como moderadamente emprendedoras na industria téxtil e no comercio, mentres as restantes merecen a consideración de conservadoras. Esta primacía das empresas conservadoras pode ser explicada pola tradicional aversión ó risco dos emprendedores.

Nunha análise da estratexia empresarial en función do nivel de estudos do emprendedor ou emprendedora, parece existir certa relación inversa entre o desenvolvemento de estratexias mecanicistas e un maior nivel de estudos.

Os emprendedores e emprendedoras con estudos primarios ou sen estudos

Cadro 2.2.16.

**Cumprimento de obxectivos de beneficio das empresas
de nova creación segundo sectores de actividade**

Sector primario	5,50
Industria relacionada s.p.	6,00
Industria extractiva	5,80
Fabricación prod. Metálicos	5,50
Industria téxtil	6,63
Construcción	6,25
Actividades informáticas	5,00
Aluguer de Maquinaria e Útiles	7,00
Comercio	6,40
Outras actividades	6,25

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

(1) Puntuación, sobre 10, obtida con relación ó logro do obxectivo de beneficios

rematados tenden a desenvolver proxectos relativamente seguros con baixa rendibilidade, reaccionan ante a competencia pero rara vez son eles os que, por decisións propias, modifican a situación na que se atopan. En definitiva, actúan mediante estratexias conservadoras.

Fronte a esta situación, aqueles emprendedores con maior nivel de estudos actúan dun xeito máis competitivo, pese a que non se pode afirmar que estean a desenvolver estratexias emprendedoras *strictu sensu*. Cabe supoñer que a maior formación proporciónalles certa motivación cara á innovación que os emprendedores con menor nivel de estudos non recoñecen.

O **cadro 2.2.15.** reflicte o cruce entre a estrutura empresarial e a estratexia seguida polas empresas de nova creación⁶.

O ciclo habitual polo que pasan as empresas é, na dirección das flechas e seguindo a orde indicada polos números, o seguinte:

1.- Normalmente as empresas de nova creación favorecen a comunicación interna e fan mínimas as barreiras cara á innovación, o que permite adaptarse con rapidez ás situacións cambiantes dun entorno que descoñecen. Atendendo ós datos recollidos na enquisa (cualitativa), en Galicia só se atopan nesta fase as empresas do sector das actividades informáticas e o comercio.

2.- A estrutura que desenvolve este

tipo de empresas non proporciona o soporte necesario para ese tipo de emprendedor. Nesta situación atópanse en Galicia ás empresas do sector téxtil.

3.- A estratexia empresarial conservadora vese apoiada por unha estrutura feita á súa medida. Logran a eficiencia mediante a estandarización das actividades. Dos datos recollidos na enquisa dedúcese que nesta situación atópanse en Galicia as Industrias relacionadas co sector primario e a fabricación de produtos metálicos.

4.- Este tipo de organización pode responder rapidamente a cambios no entorno, mais os cambios se desenvolven dun xeito conservador. O grupo máis numeroso dos sectores productivos galegos atópase nesta categoría. Son as denominadas empresas pouco estruturadas, e entre elas atópanse o sector primario, as industrias extractivas, a construción, o aluguer de maquinaria e maila agrupación outras actividades.

En termos xerais, as empresas exitosas móvense entre as posicións 1 e 3, o que supón un cambio de estrutura empresarial compaxinado cuns cambios na estratexia. As posicións 2 e 4 son situacións disfuncionais, aínda que a situación 2 pode ser considerada como unha transición entre as posición 1 e 3.

No caso das empresas galegas, e atendendo ós datos obtidos na enquisa, parece observarse a tendencia descrita para o caso das empresas do sector comercio e parcialmente para as industrias relacionadas

co sector primario, pero non se pode apreciar esta tendencia nin no caso das empresas informáticas nin nas dedicadas á fabricación de produtos metálicos.

• O perfil do emprendedor

Á hora de analiza-lo perfil dos emprendedores galegos obxecto da enquisa, o estudio centrase na consideración dunha serie de variables características do novo emprendedor, como son (1) sexo e idade, (2) o seu nivel de formación, (3) o xeito de accederen á condición de empresario, (4) a súa actividade anterior á posta en marcha da iniciativa de referencia, (5) aspectos motivacionais, e finalmente, (6) a localización.

No tocante á composición por **sexo e idade** salienta, como característica dos socios, que hai unha tendencia que se manifesta nunha relación directa entre o pronunciamento da masculinidade e da idade media en sentido crecente.

Outro elemento característico é o predominio das empresas cun promedio etario nos seus socios relativamente elevado, dado que o 66% teñen medias superiores ós 40 anos. Este dato cobra todo o seu significado característico asociado a aquel trazo sinalado dunha envergadura en xeral modesta no que ó seu número de asalariados se refire.

Relacionando a **idade media** dos emprendedores e a **titularidade** das empresas, as tres estruturas comparadas resultan diferentes. A que reflicte unha composición de máis idade como promedio é a das sociedades mercantís; e no polo oposto, a das “outras” formas xurídicas é (non alterando o predominio dos valores por riba dos 40 anos) a máis nova, ubicándose a das persoas físicas na posición intermedia.

No concernente á distribución por **sexos**, case dúas terceiras partes das empresas presentan un predominio de socios varóns, en tanto que a porcentaxe restante corresponde a empresas con predominio de mulleres. É máis, nun 59% dos casos os socios varóns supoñen unha proporción superior ó 75% do total dos socios,

en tanto que para as mulleres esta porcentaxe chega ó 14,7% das iniciativas analizadas.

Tendo en conta a composición por **sexo e idade** e a súa **desagregación sectorial**, pódese inferir, en termos comparativos, que á industria téxtil e ós servizos de aluguer de máquinas e útiles poderíaseles poñer-la etiqueta de sectores novos e feminizados, mentres que a construción e as actividades informáticas serían sectores tendencialmente maduros e masculinizados. Finalmente, o sector das actividades de investigación e desenvolvemento pode considerarse como un sector maduro e feminizado.

Dúas terceiras partes das empresas con forma xurídica de persoas físicas corresponden a varóns. Deste xeito, sen altera-la prevalencia absoluta de empresas de predominio masculino, as sociedades mercantís estarían máis feminizadas cás empresas correspondentes a “outras” formas xurídicas, aínda que estas últimas teñen maior porcentaxe de iniciativas de absoluto predominio feminino.

En relación ó **nivel de estudos** dos emprendedores, conséntase, en termos globais, a existencia dun nivel de formación académica discreto. Este caracterízase polo predominio de individuos con bacharelato elemental, un 50,1%, prevalecendo na outra metade, en proporción case de 3 a 2, os individuos con formación de nivel secundario (bacharelato superior e formación profesional) sobre os universitarios, que, maioritariamente, son licenciados. Ademais, pode supoñerse que a formación académica de partida non garda relación co obxecto da actuación empresarial, xa que un 65,8% afirma dispor de bacharelato nalgún nivel.

Paralelamente, só 40 respondentes (6,8%) aludiron ter recibido formación empresarial nos seus estudos regrados. Considerando os datos ponderados, destácanse os titulados de formación profesional (27,8%) e diplomados (30%).

Ó relaciona-lo **nivel de estudos** dos emprendedores ó accederen a tal condición

Cadro 2.2.17.

Mostra total útil dos emprendedores, ó accederen a tal condición, segundo forma xurídica das empresas e nivel de estudos

	Persoas Físicas	Sociedades Mercantis	Outras	Total
	(%)			
Bacharelato Elemental	49,3	48,0	48,5	50,1
Bacharelato Superior	11,9	17,5	18,2	15,7
Formación Profesional	12,6	14,8	12,1	12,9
Diplomatura	4,8	7,0	9,1	5,3
Licenciatura	21,4	12,7	12,1	16,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
	número			
Total	294	229	66	590

Fonte: Elaboración propia CES-Galicia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cuantitativa*, 1999

Cadro 2.2.18.

Mostra total útil dos emprendedores, ó accederen a tal condición, segundo nivel de estudos e forma de acceso

	Bacharelato Elemental	Bacharelato Superior	Formación Profesional	Diplomatura	Licenciatura	Total
	(%)					
Creación	84,2	76,8	80,9	91,2	79,2	82,1
Compra	4,8	4,7	5,1	1	7,5	5,1
Herdanza	11	18,5	14	7,8	13,3	12,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	número					
Total	295	92	76	31	95	590

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cuantitativa*, 1999

Cadro 2.2.19.

Mostra total útil dos emprendedores, segundo a súa dedicación anterior á iniciativa de referencia e segundo o acceso á dita condición

	Empresario	Asalariado	Estudiante	Desempregado	Outra	Total
	(%)					
Creación	78,2	92,0	61,4	74,3	60,9	82,1
Compra	9,9	2,1	8,8	12,5	7,1	5,1
Herdanza	11,9	5,9	29,8	13,2	32,0	12,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	número					
Total	77,00	344,00	82,00	34,00	53,00	590,00

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cuantitativa*, 1999

coa **forma xurídica** das empresas, **cadro 2.2.17.**, e tendo en conta o efecto da ponderación sobre os datos globais, pode apreciarse un incremento do peso dos licenciados na fracción de persoas físicas (a costa dos bachareles superiores) polo influxo das situacións de exercicio liberal da profesión. Xunto a esta característica, hai unha leve

redución desa proporción nas sociedades mercantís, a favor de leves incrementos de bachareles superiores, titulados de formación profesional e diplomados; e unha reiteración dunha tendencia semellante entre as “outras” formas xurídicas, aínda que afecta só a bachareles superiores e, dun xeito máis destacado, diplomados.

Atendendo á relación existente entre o **nivel de estudos** e a **forma de acceso** á condición de empresario, o **cadro 2.2.18.** reflicte unha correspondencia entre a distribución por forma de acceso do conxunto da mostra e as fraccións caracterizadas polo bacharelato elemental, formación profesional e licenciatura. No conxunto global da mostra, un 87% dos emprendedores accederon á condición de empresario a través da creación ou a compra da empresa, en tanto que nos tres subgrupos mencionados, as porcentaxes de creación ou compra de empresas ascenderon a 89%, 86% e 86,7%, respectivamente.

No caso dos bachareles superiores e dos diplomados, hai que matiza-los seus perfís. No primeiro caso, salienta o alto peso comparativo da herdanza –o 18,5%, fronte ó 12,8% no conxunto mostral–, en tanto que nos diplomados, hai un elevado peso comparativo da creación como vía de acceso á condición de empresario –o 91,2%, fronte ó 82,1% do total da mostra–.

Respecto á **dedicación anterior** á actividade de referencia, do **cadro 2.2.19.** dedúcese que un 58,3% dos emprendedores accederon á condición de empresario a partir da condición de asalariado. Un 13% dos emprendedores eran empresarios con anterioridade, unha porcentaxe similar á dos estudantes (13,9%), en tanto que a relación dos desempregados representou un 5,8%.

Relacionando estes datos coa información referente á forma de acceso, apréciase que entre os asalariados se acusa un maior peso relativo da creación de empresas como vía de acceso á condición empresarial, en tanto que nos estudantes e os individuos con outra dedicación, caracterízanse por un alto peso comparativo da herdanza.

A partires dos datos da enquisa realizada, o 67,5% dos emprendedores entrevistados afirman ter unha experiencia laboral previa no sector de actividade no que se atopan no momento actual. Esta porcentaxe pódese modular segundo os casos, e así, no que ó xeito de acceso se refire, acada o 47,7% dos que adquiriron a empresa; un

63,4% dos que herdaron e un 69,3% dos que a crearon. Igualmente, contrasta o 68% dos que anteriormente eran empresarios, o 78,4% dos asalariados, e o 60,5% dos que estaban noutra situación, co 53,1% dos desempregados e o 31,3% dos estudantes.

Finalmente, en referencia á **desagregación sectorial** e á súa relación coa **forma de acceso** á condición de empresario, a creación destácase na construción, “outras actividades”, industria téxtil, servizos de aluguer de maquinaria, actividades informáticas e I+D. As herdanzas teñen un papel destacado na industria relacionada co sector primario (31,1%) e significativo, relativamente, no sector primario e no de fabricación de produtos metálicos, en tanto que a compra é un mecanismo de acceso ás responsabilidades empresariais relativamente destacada no sector primario, industria extractiva e comercio.

Respecto ós **aspectos motivacionais** dos emprendedores, a enquisa 99 para a realización dunha análise cuantitativa sinala que os factores determinantes da opción por unha dedicación empresarial son, principalmente, **cadro 2.2.20.**⁷, o desexo de autonomía e seguridade económico-laboral –alúdono 8 de cada 10 enquisados– e, en menor proporción –2 de cada 10–, en cada caso, a vocación empresarial ou os antecedentes familiares.

Atendendo á súa **desagregación sectorial**, o dito **cadro 2.2.20.** amosa o peso da coxuntura e a procura de independencia no sector primario, así como o dos antecedentes empresariais na industria relacionada con aquel e no comercio, en tanto algo semellante ocorre coa industria extractiva, onde, ademais –e é o único caso– se destaca o compromiso. Na industria téxtil, construción, actividades informáticas, I+D e nas “outras actividades”, pronúnciase o peso da busca de independencia, aínda que nas tres últimas tamén o do sinalamento das oportunidades coxunturais.

Por outra parte, se temos en conta a relación existente entre as **motivacións empresariais** e a **dedicación anterior**,

Cadro 2.2.20.

Mostra total útil da motivación dos emprendedores, segundo sectores de actividade

Sector Primario	Industria Relacionada a S.P.	Industria Extractiva	Fabricación Productos Metálicos	Industria Textil	Construcción	Actividades Informáticas	I+D	Alugueiro de Maquinaria e Útiles	Comercio	Outras Actividades	Total
Vocación	17,3	18,9	21,7	14,1	23,5	17,2	4,8	28,2	24,7	14,5	20,1
Compromiso	-	1,4	6,5	1,4	2,0	-	-	-	-	-	0,2
Conxuntura	9,6	2,7	2,2	4,2	2,0	3,4	9,5	5,1	6,8	10,9	6,3
Independencia	86,5	71,6	69,6	80,3	92,2	98,7	100,0	82,1	65,8	105,5	80,6
Antecedentes	17,3	28,4	23,9	18,3	5,9	12,1	2,4	12,8	24,7	10,9	18,3
Non consta	-	-	-	1,4	-	1,7	-	-	-	-	0,5
Total	130,8	123,0	123,9	119,7	125,5	124,1 número	116,7	128,2	121,9	141,8	126,1
Total	52	74	46	71	51	58	42	39	73	55	590

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cuantitativa , 1999

Cadro 2.2.21.

Mostra total útil da motivación dos emprendedores, segundo a súa dedicación anterior á iniciativa de referencia

	Empresario	Asalariado	Estudiante	Desempregado	Outra	Total
			(%)			
Vocación	36,9	18,3	26,9	0,6	9,8	20,1
Compromiso	-	0,4	-	-	-	0,2
Conxuntura	5,0	5,9	8,8	10,2	4,5	6,3
Independencia	44,8	87,9	77,7	98,0	78,1	80,6
Antecedentes	29,3	9,3	37,0	19,8	31,2	18,3
Non consta	-	0,8	-	-	-	0,5
Total	116,1	122,7	150,4	128,6	123,6	126,1
			número			
Total	77	344	82	34	53	590

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

cadro 2.2.21., a condición xa anterior de empresario relaciónase cun aumento do peso da vocación e dos antecedentes, en tanto que a independencia e a seguridade son un horizonte motivador moi determinante para asalariados e desempregados. No caso dos estudantes e os individuos con “outra” situación anterior non tipificada aumentan o influxo dos antecedentes.

Para os que crearon a súa propia empresa é determinante, máis aínda que en conxunto, a busca de independencia, en tanto que para os que accederon por herdanza, o dato motivacional esencial é a existencia de antecedentes.

En función dos datos obtidos na enquisa 99-00 para unha análise cualitativa, poden distinguirse tres grandes niveis de motivacións que inflúen na decisión de emprender⁸. O primeiro deles estaría formado por catro dos motivos reflectidos no **cadro 2.2.22.**: dedicarte ó que che gusta, independencia, o reto que supón e mailo aspecto de gañar diñeiro. Estes motivos son nomeados como factores influíntes (algo ou moito) na decisión de emprender por, aproximadamente, un 90% dos emprendedores (entre o 93% e o 86%), sendo considerados como factores de gran importancia por un 62%⁹ dos emprendedores (datos promedio).

Os datos recollidos no **cadro 2.2.23.** parecen reforza-las teorías que sitúan o logro dos beneficios como un factor que pouco a pouco vai perdendo peso nas motivación que levan ós emprendedores a iniciar unha actividade empresarial. Así, factores

como a adicación ó que ó emprendedor lle gusta ou o reto de desenvolver unha aventura empresarial toman forza, situándose por riba na importancia que os emprendedores lles asignan.

Un segundo nivel de influencia estaría formado polos feitos de demostrar ós demais que un é capaz e o de saír do desemprego. Estes motivos son sinalados como factores influenciadores por, aproximadamente, un 50% dos emprendedores, sendo considerado como moi importantes por un 17%¹⁰ dos emprendedores (datos promedio). Estes factores, xunto ó anteriormente considerado “gañar diñeiro”, son os denominados factores extrínsecos, por ser considerada a actividade emprendida como medio para a obtención de determinados fins (recoñecemento, traballo, riqueza).

Por último, un terceiro grupo de factores con influencia está formado por dirixir persoas e organizacións e “outros” como pode se-la presión familiar. Estes factores están presentes en, aproximadamente un 20% dos emprendedores (en promedio), mais a importancia que se lles asigna é relativamente baixa, só un 7% (en promedio) dos emprendedores os consideran entre os tres factores con máis influencia á hora de emprender.

Tendo en conta a diferenciación por sexos, o **cadro 2.2.22.** sinala certas diferencias nas motivación entre homes e mulleres. Entre as diferencias motivacionais máis salientables están o feito de demostrar ós demais que é capaz, valorado por un 39%

Cadro 2.2.22.

Influencia dos motivos para emprender

	Total		Total Enquisas		Homes		Mulleres	
	Molto	Algo	Nada	Molto	Algo	Nada	Molto	Algo
Ganar diñeiro	42	22	9	26	14	6	16	8
Demostrarte a ti mesmo que es capaz, o reto que supón	44	21	8	28	12	5	16	9
Demostrar ós demais que es capaz	20	16	37	11	7	27	9	9
Dedicarte ó que che gusta	57	11	5	37	5	3	20	6
Independencia, ser o teu propio xefe	50	13	10	31	8	6	19	5
Saír do desemprego	25	9	39	12	6	28	13	9
Desexo de dirixir persoas ou organización	4	16	53	2	9	34	2	7
Outras	9	3	61	8	1	36	1	2

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cualitativa , 1999-2000

Cadro 2.2.23.

Orde de importancia dos motivos para emprender

	1º	2º	3º
Ganar diñeiro	16	14	21
Demostrarte a ti mesmo que es capaz, o reto que supón	10	17	13
Demostrar ós demais que es capaz	1	3	6
Dedicarte ó que che gusta	25	14	13
Independencia, ser o teu propio xefe	7	17	13
Sair do desemprego	8	2	5
Desexo de dirixir persoas ou organización	2	1	-
Outros	4	1	2

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

dos homes fronte a un 67% das mulleres; e a motivación de sair do desemprego, valorado por un 39% dos homes fronte a 59% das mulleres. O primeiro dos factores pode deberse á aínda forte presión social e ás diferencias entre a igualdade legal e a igualdade real, o que fai que as mulleres emprendedoras xoguen un dobre papel, o primeiro relacionado co propio feito de emprender e o segundo servir de guía e de referente a outras mulleres cara a lograla igualdade real entre os dous sexos. O segundo motivo non é outra cousa que o reflexo da situación actual do mercado laboral, onde as mulleres teñen taxas de desemprego moi superiores ós homes, ó tempo que atopar un posto de traballo resulta ser moito máis difícil, polo que o autoemprego é unha solución para rachar con esta situación.

No concernente á **localización** dos emprendedores, e tal e como recolle o Plan Estratéxico para o Desenvolvemento Económico de Galicia (PEDEGA), as cuestións clave que orientan e determinan a localización industrial de Galicia son as tradicionais, as circunstancias persoais de vinculación á zona, ás que habería que engadi-las economías de localización (en especial a tradición industrial da zona do sector) e as economías de urbanización e aglomeración, en xeral, entre as que salienta especialmente a proximidade a grandes núcleos urbanos. Aínda que estes últimos factores ocupaban tamén un peso importante no conxunto do estado, a súa incidencia resultaba ser apreciablemente superior en Galicia, como reflexo das singularidades factoriais e productivas de Galicia.

Aínda que a maior parte das empresas constituídas con posterioridade a 1994

continúan manifestando que os factores persoais do empresario (empresa autóctona, residencia do emprendedor) son o principal aspecto incidente e determinante da localización (un 30,8% e un 24,7% das respostas, respectivamente), o aumento da potencia de certos factores respecto á situación precedente e, sobre todo, a aparición doutros novos, revelan os avances que rexistrou Galicia cara a un modelo de localización relativamente máis maduro có anterior, onde os factores obxectivos do territorio e da economía aumentaron a súa capacidade de atracción.

Entre estes novos factores de localización tamén cómpre subliñar:

- a existencia dunhas boas perspectivas no mercado local ou rexional (a incidencia presenta unha valoración positiva no 43% das novas empresas)
- a existencia dun contorno ambiental e social agradable de calidade (chegou a incidir nun 11% das novas empresas, sendo un factor determinante no 4,2%)
- a existencia dunha boa oferta privada de servizos avanzados (4,9% e 2,1%), de servizos financeiros (13,9% e 9,0%) e, en menor medida, de centros públicos de investigación (2,8% e 0,7%).
- a existencia de man de obra cualificada (11,1% e 7,6%) ou ter disfrutado de subvencións ó investimento (11,8% e 5,6%).

Os factores estratéxicos ligados á dotación de infraestruturas tamén parece terse potenciado, xa que a súa incidencia e a súa capacidade determinante recibiron, por media, unha resposta positiva do 10,4% e do 5,0% das empresas, respectivamente. Dentro deste conxunto salientan, en sentido positivo, a estrada (arredor dun 25% e un

10%) e, no lado oposto, o ferrocarril (3,5% e 1,4%), o que denota a súa mala situación actual. Os portos, pola súa parte, parecen dispoñer dunha capacidade de localización relativamente elevada (7,6% e 4,9%), en consonancia coas características territoriais, productivas e exportadoras da comunidade galega.

Existe unha satisfacción das empresas coas localizacións eleixidas, o que reforza a positiva valoración global que se está realizando dos factores de localización de Galicia. Un 85,6% das empresas volverían a ubicarse no lugar eleixido. Das empresas que mostraron o seu descontento coa localización inicial, a maior parte (52,5%) trasladaríase a outras provincias galegas e só unha parte relativamente reducida (35,7%) se cambiaría a outra zona do resto de España ou o Norte de Portugal (21,4%). En relación ó Norte de Portugal, nun 5,62% das empresas localizadas en Galicia anteriores a 1994 e nun 2,1% das posteriores, a proximidade ó país veciño supuxo un incentivo á hora de decidi-la súa localización.

Tan só un 17,12% das novas empresas realizou algún tipo de estudio ou análise para decidi-la súa localización e unicamente un 4,7% considerou localizacións alternativas. Aínda que a dita actitude se atopa normalmente moi ligada ó estreito coñecemento que dispoñen as empresas máis pequenas do mercado local no que se insiren (un 18% das empresas cualifican este factor como determinante), o feito de que máis dun 47% das empresas declarasen que non dispuxeron de suficiente información para adoptaren a decisión revela a necesidade de ir corrixindo no futuro estes aspectos ligados ó que, en termos moi amplos, se adoita denominar como “cultura empresarial”.

• Percepción do entorno

Este último apartado adicado á análise da caracterización das novas empresas e os emprendedores galegos estrutúrase en catro grandes bloques. Os dous primeiros responden ás preguntas 6 e 7 do cuestionario para a análise cuantitativa (anexo 2) e tratan de analizar, respectivamente, as dificultades dos emprendedores no comezo

da actividade e primeiros momentos da vida das empresas e as valoracións que os propios empresarios teñen sobre a aplicación das medidas de fomento empresarial. A continuación estudíaranse os factores que contribúen ó éxito empresarial, para finalizar coa análise da percepción do entorno no que se desenvolve a súa actividade.

Respecto ás **dificultades no comenzo da actividade**, dun xeito agregado, o **cadro 2.2.24** reflicte a mostra útil -efectiva- por grao de dificultade dunha serie de aspectos na creación e despegue das iniciativas de referencia. Nel pódese apreciar que existe una certa homoxeneidade tendencial nas medias, que ubica o conxunto de problemas nun parecer xenérico que as considera fonte de dificultades comprendidas entre “pouco importantes” e “importantes”. No momento da creación de empresas, a verificación de trámites no entramado administrativo e a obtención de financiamento son os aspectos valorados como máis importantes, estando nun segundo nivel de relevancia a falta de información.

No caso das valoracións das **dificultades** referidas ó momento do **despegue inicial** das empresas, son en xeral aínda menos intensas e facilitadas por unha mostra efectiva que, como promedio, se reduce nun 11,8% nas diferentes cuestións. Ó igual que no caso anterior, salientan os problemas administrativos e financeiros, estando nun segundo plano as consideracións da información, os impagos e a competencia.

Nunha valoración integrada de todas as puntuacións en función do número efectivo de respondentes en tódolos aspectos valorados, poden sinalarse, con certo valor indicativo, os seguintes aspectos:

a) A industria relacionada co sector primario, a industria extractiva e o téxtil, e en menor medida, o comercio e o aluguer de maquinaria, transmitirían en conxunto unha tónica de dificultades “importantes” na creación de empresas, de xeito que para o despegue se mantería, salvante para a industria de primeira transformación.

b) Os respondentes que foron, antes

de emprendedores, desempregados ou estiveron “noutra” situación, acadan un expresivo 2,8 na creación e 2,6 e 2,7, respectivamente, no despegue.

c) Finalmente, é notable a imputación que transmiten, o 2,9 no momento de creación, e o 2,7, máis relativamente, no de despegue, que resultan dos datos daqueles respondentes que accederon á condición de empresarios cunha bagaxe académica de formación profesional.

Centrando a análise nos diferentes aspectos considerados en función do seu grao de dificultade, o *entorno económico financeiro* é o que presenta o maior grao de xeración de dificultades nos dous momentos considerados, existindo unha correspondencia entre a intensidade da percepción de dificultades e as esixencias de capital inicial e de financiamento para afrontar mercados competidos que se poden atribuír ós distintos sectores.

Atendendo á súa desagregación sectorial, as iniciativas relacionadas co aluguer de maquinaria e útiles (3,1), a industria extractiva (3,0), e as actividades do sector téxtil, comercio e “outras” actividades (2,9) sobordan o promedio de 2,8 do momento da creación da empresa. No caso da consideración do despegue, este feito prodúcese no caso da industria téxtil, aluguer de maquinaria e útiles e comercio (2,9) podéndose afirmar que se dá a tendencia a un mantemento, con leve descenso, entre a creación e o despegue.

Finalmente, o crecente tamaño inicial dispara os valores de percepción das dificultades. Para as empresas de máis de 9 asalariados, ó comenzo da súa andaina, os valores están por riba de 3, mentes que nas que superan os 20 asalariados, acadan un 3,9.

No concernente á percepción do *entorno administrativo*, a media global é de 2,7 no caso da creación e de 2,6 no caso do despegue inicial, polo que as dificultades poden catalogarse como “importantes”. No que á creación se refire, o sinalamento de dificultades acúsase comparativamente respecto ós datos globais na industria extracti-

va e no comercio, en tanto que no caso do despegue inicial, esto prodúcese, ademais, no caso do aluguer de maquinaria e útiles. Para tódolos sectores descende o valor promedio, excepto para o sector primario, a fabricación de produtos metálicos e “outras actividades” que, no caso do despegue inicial, terían unha percepción levemente máis intensa de dificultades.

O maior nivel de dificultade, un 2,9, é sinalado no momento da creación da empresa por aqueles emprendedores que adquiriron por compra, así como polos que anteriormente eran asalariados ou estaban “noutra” situación, xuntamente cos que dispoñían dun nivel de estudos caracterizado pola formación profesional.

Nos dous momentos considerados, a medida que medra o tamaño da empresa, a puntuación aumenta ata chegar ó 3,9, considerado como moi importante, na fracción de empresas cun tamaño inicial superior ós 20 asalariados.

A *falta de información* sitúase no punto límite entre a consideración como “pouco importante” e “importante”. Desde un punto de vista sectorial, nos dous momentos considerados, creación e despegue inicial, os valores globais son excedidos pola industria vinculada ó sector primario (2,6) e aluguer de maquinaria e útiles (2,6), o comercio (2,7), a industria téxtil (2,9 e 2,7, respectivamente), e a industria extractiva (2,9 e 2,8, respectivamente).

Atendendo á mostra útil –efectiva– segundo a dedicación dos emprendedores anterior á iniciativa de referencia, os desempregados e axentes “noutras” situacións colócanse nun nivel de valoración que alude a dificultades “importantes”. Pola contra, os emprendedores conceptuables con anterioridade como empresarios e os estudantes presentan valores comparativamente baixos.

Cómpre salientar tamén a influencia que o nivel académico presenta sobre o entorno considerado, xa que a menor intensidade se dá para os titulados con bachare-

Mostra útil-efectiva dunha serie de aspectos na creación e despegue da iniciativa de referencia, segundo grao de dificultade

	Creación				Despeque inicial			
	Media	Desviación típica	Mediana	Nw	Media	Desviación típica	Mediana	Nw
Entorno administrativo	2,7	1,1	3,0	545,0	2,6	1,0	3,0	527,0
Entorno económico-financ.	2,8	1,1	3,0	550,0	2,8	1,0	3,0	527,0
Entorno técnico e tecnolox.	2,2	1,0	2,0	530,0	2,3	1,0	2,0	511,0
Falla de información	2,5	1,1	3,0	533,0	2,5	1,0	2,0	513,0
Falla de formación empres.	2,4	1,1	2,0	534,0	2,4	1,0	2,0	512,0
Impagos					2,5	1,1	2,0	518,0
Competencia					2,5	1,2	3,0	534,0
Dificultades na xestión					2,2	1,0	2,0	523,0

Fonte: *Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cuantitativa*, 1999

Mostra útil-efectiva dunha serie de medidas de fomento da actividade empresarial, segundo valoración da importancia e aplicación

	Valoración da importancia				Valoración da aplicación			
	Media	Desviación típica	Mediana	Nw	Media	Desviación típica	Mediana	Nw
Axilización de trámites	3,3	0,8	3	520	2,6	0,8	3	483
Loita contra a morosidade	3,2	0,8	3	515	2,4	0,9	2	467
Asesoramento en plans de viabil.	3,1	0,9	3	486	2,4	0,8	2	447
Mellora na transmisión de empresas	2,9	0,9	3	393	2,5	0,8	3	366
Formación previa	3,1	0,9	3	514	2,5	0,8	3	475
Reximes fiscais máis atractivos	3,4	0,8	3	476	2,5	1,0	3	443
Mellora do financiamento	3,3	0,9	3	501	2,5	0,9	3	451
Facilitación da innovación e do acceso as novas tecnolox.	3,1	0,8	3	494	2,6	0,8	3	437
Acceso a programas comunitarios	2,9	0,8	3	454	2,5	0,8	2	412
Subvencións	3,2	0,9	3	525	2,4	1,0	2	479
Coñecemento de programas de axuda	3,1	0,9	3	500	2,4	0,9	2	461
Titulización de empresas	2,8	0,9	3	388	2,6	0,9	3	315

Fuente: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cuantitativa, 1999

lato superior ou formación profesional, en especial durante a creación de empresas.

Finalmente, ó igual que nos casos anteriores, a medida que crece o tamaño das empresas, medra a valoración desta dificultade. As empresas por riba dos 10 asalariados no momento inicial presentan uns valores que superan o 3, chegando ó 3,8 ó supera-los 20 empregados, e isto de xeito idéntico nos dous momentos indagados.

Respecto á *falta de formación empresarial* como fonte de dificultades, estímase que é un elemento considerado como “pouco” importante tanto no momento de creación como no de despegue inicial das iniciativas estudadas.

No momento da creación, aquel valor ascendera ó 2,7 para as actividades pertencentes á industria extractiva e ó 2,8 no caso do téxtil e da industria relacionada co sector primario. No momento do despegue inicial, mantense o nivel nas dúas primeiras, e na terceira, o promedio, a pesares de seguindo sendo considerado como importante, desce ata o 2,6. Hai 6 subsectores onde aumenta a percepción de dificultades no despegue respecto da creación: sector primario, construción, actividades informáticas, aluguer de maquinaria e útiles, comercio e “outras actividades”

No momento da creación de empresas, os axentes que eran empresarios anteriormente consideran como “pouco” importantes os problemas da falta de formación dos emprendedores (1,9) fronte aqueles con “outra” situación (2,8, que é sinónimo de “importancia”). A valoración dos asalariados, estudantes e desempregados axústase ós valores globais. No caso do despegue inicial, hai que salienta-la situación dos desempregados, onde a súa valoración pasa do 2,4 na creación ata o 2,8 no despegue inicial.

Destacan as altas puntuacións das empresas con máis volumes de emprego inicial: 2,5 e 3,1 para as empresas de entre 10 e 20 asalariados, respectivamente, na creación e despegue inicial; 3,8 nos dous

momentos, nas de máis de 20 traballadores contratados.

No concenrente ós *impagos*, o **cadro 2.2.24.** reflicte un promedio global que está no límite entre a consideración de problema “importante” e “pouco importante”. Sen embargo, se se considera a situación nos diferentes sectores, obtense a constancia de comportamentos moi contrastados entre os mesmos. Así, sería claramente fonte de atrancos “pouco” significativos para as actividades de investigación e desenvolvemento, do sector primario, actividades informáticas, e aínda para a construción; manteríase no valor global para o comercio e a industria relacionada co sector primario; así como o sobordaría en 1 ou 2 décimas nos sectores restantes: a industria extractiva, de produtos metálicos e téxtil, o aluguer de maquinaria e as “outras actividades”.

En canto á forma xurídica, o valor global, aumenta ata o 2,6 que se manifesta nas sociedades mercantís, algo semellante ó que ocorre coas iniciativas asumidas por compra por parte dos respondentes.

En relación á actividade anterior dos empresarios, os clasificados en “outra” situación (2,7) e os desempregados (3) semellan os máis vulnerables, o mesmo que, desde o punto de vista dos estudos posuídos no inicio da actividade empresarial, os bachareles superiores (2,7) e os titulados da formación profesional (2,6).

Para rematar, unha vez máis hai un incremento de puntuación ó compás do aumento do número inicial de asalariados das empresas, de xeito que se chega, nas de máis de 20, a un 3,8, comparativamente moi alto.

Ó igual que no caso anterior, a *competencia* presenta o mesmo valor global intermedio (2,5) no momento do despegue inicial, co que é valorada como fonte de dificultades no límite entre o “pouco importante” e o “importante”. Atendendo á súa distribución sectorial, a industria relacionada co sector primario mantén aquel valor límite, en tanto que a industria extractiva, téxtil, o

comercio e as “outras actividades” superan levemente o 2,5.

Cando se trata de sociedades mercantís, empresas creadas *ex-profeso*, con titulares anteriormente desempregados e, moi especialmente, inactivos –non estudantes– ou axudas familiares, a entidade dos atrancos que supón a competencia para a actuación inicial no mercado é maior. O mesmo ocorre, decrecentemente, cando os titulares accederon a tal condición co bacharelato superior, formación profesional ou cunha diplomatura.

Como corolario, cómpre volver a sinalalo feito que, en canto se supera o tamaño de 9 asalariados no empezo da traxectoria da empresa, os valores suben tendencialmente por riba do 3.

Finalmente, no que ás *dificultades na xestión* se refire, éste é o aspecto menos problemático, xunto coas dificultades de orde técnica e tecnolóxica, atendendo ó 2,2 que, das valoracións emitidas, resulta como promedio. Sectorialmente, vese como a valoración menos intensa corresponde ó sector primario, á construción e, cun 1,9, á investigación e desenvolvemento; a seguir, a maior parte fluctúan 1 décima á volta do valor global, ou o reproducen, disterándose co 2,5 a industria téxtil.

A creación dunha empresa reportaría unha visión coincidente cos valores globais, e a herdanza acentuaría levemente a ausencia de dificultades, sempre nunha tónica de “pouca importancia”, que sería maior cando a iniciativa é asumida por compra.

O feito de que o emprendedor, antes de xestionar-la iniciativa de referencia, fose xa empresario ou desempregado minimiza as dificultades, que están para os asalariados na valoración promedio global, acusándose levemente naqueles que tiñan “outra” situación e nos estudantes. Por iso resulta bastante coherente que, fronte ó 2 de valoración –“pouco importante”– de bachareles elementais e diplomados, os licenciados cheguen ó 2,3 e os bachareles superiores e titulados de formación profesional ó 2,5, no límite coa “importancia”.

Cando o volume inicial de emprego excede dos 20 asalariados, a valoración acada un 3,8, conforme a unha tendencia constante na que o crecente tamaño das empresas implica unha percepción así mesmo crecente de dificultades.

O segundo aspecto a analizar é o concernente á valoración da importancia e aplicación das **medidas de fomento** da actividade empresarial. Tal e como reflicte o **cadro 2.2.25.**, tódalas medidas sometidas a consideración son valoradas, en virtude da media global, como “importantes”, destacándose entre todas elas a procura de réximes fiscais máis atractivos, a axilización de trámites e a mellora de financiamento.

No que ás valoracións da aplicación das medidas se refire, tódolos valores móvense unha décima á volta do valor límite entre “mala” e “boa” ou coinciden con el, e só a axilización de trámites, a facilitación de innovación e a titorización de empresas acadan un matiz positivo.

Centrando a análise nas diferentes medidas, o devandito cadro reflicte que o aspecto comparativamente máis sensible para os emprendedores é a consecución de *réximes fiscais máis favorables* (3,4), estando a valoración da aplicación das medidas no 2,5 de interpretación incerta.

Atendendo á súa distribución sectorial, a valoración da súa importancia para as empresas encadradas nos sectores de industrias relacionadas co sector primario e I+D está no límite entre a consideración de “importante” e “moi importante”, presentando as actividades encadradas dentro dos sectores industria extractiva, aluguer de maquinaria e útiles e comercio unha valoración igual ó promedio global. En canto á valoración da aplicación, salienta a relativa abundancia de sectores tendencialmente máis críticos có conxunto ó valora-la súa aplicación actual: todos agás o sector primario, a industria téxtil e a construción (todos eles cunha valoración de 2,6), destacando a industria relacionada co sector primario e a extractiva, cun 2,3, e o das actividades informáticas, cun 2,1.

Destaca tamén a severidade do xuízo en canto á valoración da aplicación que expresan os emprendedores que mercaron a súa empresa (1,5, que indica o límite entre “mala” e “moi mala”), e os que, antes de atender á iniciativa de referencia, xa eran empresarios (2,1) ou estaban “noutras” situacións (2,2).

Respecto ó tamaño actual das empresas, as que contan con máis de 20 asalariados destácanse, cun 2,8 de promedio, na valoración da aplicación desta medida.

A *axilización de trámites* é a segunda medida á que se lle imputa, en termos comparativos, maior valoración da importancia (3,3), o que resulta coherente coa valoración que se emitía para o entorno administrativo como fonte de dificultades. Tamén é un dos mellor valorados (2,6) en canto á súa aplicación actual.

Atendendo á súa desagregación sectorial, dous sectores subliñan aínda máis aquela consideración de importancia: a industria relacionada co sector primario e a extractiva –cun 3,5 tenden xa a imputarlle “moita importancia”–, en tanto a fabricación de produtos metálicos, a construción e o comercio manteñen o 3,3 global.

Respecto á valoración da aplicación, ésta non segue unha curva que reflecta aquelas valoracións de importancia; por exemplo, a industria relacionada co sector primario e a extractiva, xunto co comercio, están algo por baixo do 2,6 global; a fabricación de produtos metálicos mantén ese valor, mentres a construción é o sector que outorga a maior puntuación. A valoración máis crítica, 2,1, é dicir “mala”, apórtana os emprendedores relacionados coas actividades informáticas.

Algo semellante ocorre desde o punto de vista da forma xurídica, aínda que con diferencias menores, resultando que as medidas nesta liña son menos apreciadas polas empresas dependentes de persoas físicas –lémbrese que tiñan menos dificultades–, pero tamén levemente menos valoradas na súa aplicación.

As iniciativas asumidas por compra dunha empresa –que sinalaron comparativamente máis dificultades neste nivel– reportan a valoración de importancia máis elevada (3,4, preto do límite coa “moita importancia”) e a máis baixa na aplicación (2, “mala”).

Atendendo á actividade anterior do emprendedor, a valoración da importancia da medida de axilización de trámites é máis elevada no caso dos estudantes (3,5), sendo a valoración de aplicación algo por riba da media global (2,7, en concreto). Os emprendedores que con anterioridade estaban “noutra” situación e que valoran “importantes” as medidas para a axilización de trámites cun relativamente discreto 3,1, son os que presentan a valoración de aplicación máis crítica (2,2).

No concernente á *mellora do financiamento*, os emprendedores impútanlle un 3,3 (“importante”) á valoración da importancia das medidas para mellorar esta medida, en tanto que a valoración da aplicación das mesmas colócase no xa comentado promedio 2,5.

Sectorialmente, fronte á homoxeneidade evidenciada no caso da valoración da importancia da medida, a valoración da aplicación actual é máis fluctuante. Ésta é relativamente elevada no sector primario, industria extractiva, téxtil, aluguer de máquinas, comercio e outras actividades; axustada ós valores globais na construción, e minguada nos restantes casos, especialmente, no caso da fabricación de produtos metálicos (2,3) e as actividades informáticas (2,2).

Desde o punto de vista da situación anterior dos empresarios, como datos singulares destácanse a alta valoración de importancia dos desempregados (3,5) e a alta valoración da aplicación (2,8, “boa”) dos estudantes, que, por certo, fan a valoración promedio da importancia máis baixa (3,1) das diferentes fraccións definidas por esta variable.

Finalmente, como acontecera no caso da promoción de réximes fiscais máis atractivos, a observación do tamaño actual das

empresas pon en evidencia unha destacada valoración da aplicación das medidas (2,9) naquelas empresas de máis de 20 empregados.

Respecto á valoración da importancia e a valoración da aplicación actual das *medidas de loita contra a morosidade*, apréciase que non hai correspondencia entre unha e outra. Por unha banda, o valor do 3,2 (considerado como “importante”) que se obtiña a nivel global para o caso da valoración da importancia das medidas evoluciona ó 3,3 para unha serie de sectores como son a industria relacionada o sector primario, a extractiva, a de fabricación de produtos metálicos, e o comercio; en xeral, sectores que aparecían como sensíbles perante a dificultade que supoñían os impagos no despegue inicial das empresas.

Por outra parte, o promedio global da valoración da aplicación actual das medidas sitúase no 2,4, é dicir sería “mala”, non lonxe do límite cos valores que permitirían entendela como “boa”. A diferenza do caso da valoración da importancia das medidas, agora hai unha notable disparidade de pareceres segundo os sectores, nas que as valoracións máis negativas, literalmente “malas”, serían as dos emprendedores das actividades informáticas e a investigación e desenvolvemento.

Considerando a forma de acceso á titularidade da empresa, cando aquela foi mediante compra –lémbrese que a incidencia dos impagos aparecía como maior cando a empresa fora adquirida por parte do emprendedor–, a sensibilidade perante a importancia das medidas é moi elevada (3,6, no ámbito do “moi importante”) e elevado o criticismo respecto da súa aplicación (1,9, “mala”). Retomando a tendencia xeral a unha non correspondencia neta, na observación por situación anterior dos emprendedores só é digna de salientala coincidencia entre unha valoración da importancia notable e unha valoración da aplicación deficiente na percepción daqueles que estaban “noutras” situacións. Igualmente, son os empresarios que dispoñían ó empezo da súa traxectoria do bacharelato superior os que

imputan maior importancia a esta cuestión, aínda que os máis críticos, en termos da valoración da aplicación, son os diplomados.

Finalmente, o tamaño das empresas non inflúe marcando diferenzas na valoración de importancia, aínda que si o fai en canto á valoración da aplicación das medidas, que medra dun promedio do 2,3 naquelas actualmente sen asalariados ata o 2,6 nas que teñen máis de 20.

As *subvencións* son consideradas como relativamente “importantes” (en canto a valores globais), acadando un promedio de 3,2, en tanto que a súa valoración da aplicación actual recibe unha puntuación de 2,4, que se pode catalogar como mala, aínda que preto do límite con “boa”.

No concernente á distribución sectorial, salientan os valores comparativamente baixos que, en canto a valoración importancia, resultan para as actividades informáticas e as “outras actividades”, así como o maior significado que a industria téxtil, pero en especial a relacionada co sector primario, a metalúrxica e a extractiva, lle imputan. Por outra parte, aquela “mala” aplicación é máis acusada nalgúns sectores, en especial na construción e as actividades informáticas –que aparecen como comparativamente sensíbles nesta cuestión que xulgan importante en menor medida ca outros sectores– así como a xa “boa” aplicación que, como xuízo, expresaría o 2,6 do sector primario.

En canto ó eventual influxo da forma xurídica, o máis destacado é que, unha valoración alta da importancia e da aplicación (3,4 e 2,6), sempre relativamente, coinciden nas empresas distintas das persoas físicas e sociedades mercantís. Xustamente o contrario –alta valoración da importancia e visión crítica da aplicación– do que acontece coas valoracións dos emprendedores que accederon a tal condición por adquisición de dereitos ou herdanza, ou dos que, atendendo á súa situación anterior á xestión da iniciativa estudada, están clasificados “noutras”.

Por outra parte, da observación do nivel de estudos dos emprendedores pódese

Cadro 2.2.26.

Investimento medio nas empresas de nova creación

	ptas	euros
Sector primario	833.333	5.008,43
Industria relacionada s.p.	8.750.000	52.588,56
Industria extractiva	14.875.000	89.400,55
Fabricación prod. metálicos	8.333.333	50.084,34
Industria téxtil	3.312.500	19.908,53
Construcción	2.962.500	17.804,98
Actividades informáticas	5.000.000	30.050,61
Aluguer de maquinaria e útiles	10.733.333	64.508,63
Comercio	9.233.333	55.493,45
Outras actividades	1.057.000	3.652,70

Fonte: Elaboración propia CES-Galicia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.2.27.

Financiamento do investimento das empresas de nova creación

	% de emprendedores (1)	% sobre capital invertido
Fondos Propios	86,6	64,1
Créditos bancarios	38,8	30,7
Créditos subvencionados	6,0	1,6
Subvencións	3,0	2,9
Outros	3,0	0,8

(1) as porcentaxes verticais poden ser superiores a 100 debido á posibilidade de resposta múltiple

Fonte: Elaboración propia CES-Galicia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

se destacar que os bachareles superiores veñen expresar, con outros valores, esa mesma tendencia, mentres que os titulados en formación profesional introducen, agora neste caso, a emisión de dúas puntuacións promedio comparativamente baixas (3 e 2,1).

Ó igual que acontece no caso do acceso a programas comunitarios, o aumento do tamaño das empresas non provoca un incremento da valoración da importancia, pero si do sentido positivo da valoración da aplicación actual, que, dun promedio do 2,5, nas empresas sen asalariados, sobe progresivamente ata o 2,9 nas de máis de 20.

A pesares da importancia dada ás subvencións polos emprendedores galegos, a análise cualitativa reflicte que a utilización das subvencións e dos créditos subvencionados como fonte de financiamento para cubri-lo investimento das empresas de nova creación (o investimento medio, **cadro 2.2.26.**, acadou as 5.776.590 pesetas)¹¹ é reducida. Respecto ás subvencións, o número de emprendedores que recibiron algunha subvención representa o 3% do total de emprendedores enquisados, acaando tan só o 2,9% do capital total investi-

do. En relación ós créditos subvencionados, estas porcentaxes ascenderon ó 6% e ó 1,6%, respectivamente.

O **cadro 2.2.27.** reflicte que os fondos propios son utilizados polo 86,6% dos emprendedores como principal fonte de financiamento, representando un 64,1% do capital invertido. A segunda fonte de financiamento corresponde ós créditos bancarios, que son utilizados por un 38,8% dos emprendedores e representan o 30,7% do capital invertido.

A distribución dos emprendedores que recibiron algún tipo de axuda por categorías de axudas permite determinar que os préstamos subvencionados son as axudas máis utilizadas (36,4% dos emprendedores), seguidos das axudas a autónomos e as axudas por creación de emprego (**cadro 2.2.28.**).

Son tamén importantes as axudas recibidas polo plan Emega a as recibidas por Iniciativa Local de Emprego (18,2% dos emprendedores que recibiron axudas).

Analizando os datos referidos ás axudas recibidas por sectores de actividade

Cadro 2.2.28.

Distribución dos emprendedores que recibiron algún tipo de axuda, segundo categorías de axudas ⁽¹⁾

	(%)
Préstamos subvencionados IGAPE	36,4
Creación de emprego	27,3
Incentivos rexionais	9,1
Autónomos	27,3
Emega	18,2
Iniciativa local de emprego	18,2
Préstamos subvencionados ICO	9,1
Contratación indefinida	9,1
Outros	9,1

(1) as porcentaxes poden ser superiores a 100, debido á posibilidade de resposta múltiple
 Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.2.29..

Axudas recibidas segundo sectores de actividade

	Recibiron axudas	Non recibiron axudas
Sector primario	-	100,00
Industria relacionada s.p.	14,30	85,70
Industria extractiva	40,00	60,00
Fabricación prod. Metálicos	50,00	50,00
Industria textil	12,50	87,50
Construcción	-	100,00
Actividades informáticas	-	100,00
Aluguer de maquinaria e útiles	33,30	66,70
Comercio	13,30	86,70
Outras actividades	12,50	87,50

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.2.30.

Causas fundamentais, segundo os emprendedores, polas que non recibiron axudas ⁽¹⁾

	(%)
Descoñecemento, falla de información	41,90
Solicitadas e non concedidas	16,10
Non cumprir requisitos	4,80
Non existen subvencións para o seu sector	25,80
Non as necesita	9,70
Outros	11,30

(1) as porcentaxes poden ser superiores a 100, debido á posibilidade de resposta múltiple
 Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

obsérvase que os emprendedores dos sectores primario, construción e actividades informáticas non teñen recibido axuda ningunha para a creación de empresas.

No extremo oposto sitúanse as empresas dedicadas á fabricación de produtos metálicos, a industria extractiva e as dedicadas ó aluguer de maquinaria, onde un 50%, un 40% e un 33,3% dos emprendedores, respectivamente, teñen recibido algún tipo de axuda para a creación de empresas.

Por último as empresas dedicadas ó comercio, a industria relacionada co sector primario, a industria téxtil e o sector de outras actividades recibiron axudas nunha porcentaxe dos emprendedores inferior ó 15%.

Para aquelas empresas que non recibiron ningún tipo de axudas, os motivos sinalados polos emprendedores como causas fundamentais son o descoñecemento ou a falla de información nun 41,9% dos casos e o non existir subvención para o seu sector de actividade (25,8% dos emprendedores

Cadro 2.2.31.

Causas polas que non se ten participado neste tipo de instrumentos de apoio á creación de empresas, con relación á formación do emprendedor ⁽¹⁾

	Universitarios	F. P.	COU	Bacharelato	Primarios	Sen estudos acabados
Descoñecemento	33,30	55,60	25,00	55,60	56,30	100,00
Non axeltado ás necesidades	20,00	11,10	-	-	6,30	-
Falla de tempo	13,30	22,20	25,00	11,10	50,00	100,00
Falla de interés	-	-	-	11,10	-	-
Elevado coste	-	-	-	-	6,30	-
Formación suficiente	26,70	11,10	25,00	22,20	6,30	-
Outros	6,70	11,10	25,00	-	-	-

(1) as porcentaxes poden ser superiores a 100, debido á posibilidade de resposta múltiple

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

que non recibiron axudas). A análise en profundidade deste último dato permite afirmar que o motivo real para non ter recibido axudas non é o sinalado senón o descoñecemento, xa que tódolos sectores das empresas que sinalaron esta categoría son susceptibles de recibir diversas axudas.

Resulta interesante observar cómo un 9,7% dos emprendedores que non recibiron axudas indican como motivo o non necesitalas. A estrutura de financiamento do investimento destes emprendedores baséase nos fondos propios, cos que un 80% dos emprendedores financian o 100% do investimento. O restante 20% dos emprendedores financian o 100% do investimento mediante crédito bancario.

Seguindo coa análise das dificultades no comezo da actividade (**cadro 2.2.25.**), dentro da tónica de valoracións globais tendencialmente homoxéneas que se veñen manifestando, as medidas tendentes á facilitación da innovación e do acceso a novas tecnoloxías, formación previa, asesoramentos en planos de viabilidade e coñecemento de programas de axuda son consideradas como “importantes”, pero cun promedio na valoración relativamente discreto (3,1). Respecto á súa aplicación actual como medida de promoción da iniciativa empresarial, ésta recibe unha valoración de 2,6 no primeiro caso, 2,5 no segundo e 2,4 nos dous últimos aspectos.

Centrando o estudo na *facilitación da innovación e do acceso a novas tecnoloxías*, unha observación por sectores leva á conclusión de cómo, no marco das sempre discretas modulacións observadas, hai unha

grande diversidade de pareceres. Neste senso, só a industria de fabricación de produtos metálicos, o comercio e as “outras” actividades manteñen ou diminúen aquela valoración de importancia; os restantes sectores auméntana, debendo disterarse a construción, a industria extractiva (ámbalas dúas co 3,3) e a industria de primeira transformación (3,4).

Con todo, e mantendo a tendencia dominante, as valoracións da aplicación son variadas e de difícil vinculación, como tendencias obvias, ás imputacións comentadas. Así, as mellores valoracións da aplicación son agora as do sector primario, aluguer de maquinaria e, máis preto dos valores globais, industria de primeira transformación, construción –ámbalas dúas citadas anteriormente pola importancia significada que se deducía dos seus promedios– e investigación e desenvolvemento. A industria extractiva e as actividades informáticas manifestarían o maior criticismo, cando a primeira era das que valoraban maior importancia e a segunda das non citadas que, co mesmo senso, aumentaban algo os valores globais.

En relación ós datos segundo fose o acceso á condición empresarial por parte do emprendedor, o máis notorio é cómo a relevancia imputada baixa na fracción que o fixo mediante adquisición, e cómo esta e maila que accedeu por herdanza son comparativamente críticas coa aplicación das medidas neste senso.

En canto ó nivel formativo inicial dos emprendedores, os bachareles superiores e diplomados, que ofrecen, xunto cos titulados

Cadro 2.2.32.

Factores que contribuen ó éxito empresarial

Factor Humano	4,2
Financiación	0,6
Organización	2,7
Proceso	1,3
Ubicación	1,9
Producto	3,7
Precio	2,5
Distribución	0,8
Comunicación	1,0

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

da formación profesional, os máis altos niveis de valoración de importancia, xulgan a aplicación expresándose en valores que están nos extremos dos recollidos (2,7 e 2,4, respectivamente).

É, por último, unha liña de medidas progresivamente máis apreciadas e máis valoradas na súa aplicación, segundo aumenta o tamaño da empresa. Así, tomando os intervalos definidos para o tamaño actual, na imputación da importancia vaise dun promedio do 3 a outro do 3,3, en tanto que, no xuízo sobre a aplicación, se vai, paralelamente, do 2,5 ó 3, citando as cifras respectivas das empresas sen asalariados e con máis de 20, entre as que se estende un abano de puntuacións.

En relación á *formación previa*, a análise sectorial amosa que os valores máis notables no que á valoración de importancia se refire danse nas industrias relacionadas co sector primario, as actividades de investigación e desenvolvemento e, especialmente, a industria téxtil, en tanto que dentro daquela ausencia de tendencias claras de correspondencia, as valoracións da aplicación máis inclinadas, sempre na tónica xeral, en sentido positivo, son as do sector primario, industria de fabricación de produtos metálicos e industria téxtil.

Por outra parte, a forma xurídica non modula en absoluto estas percepcións. Si a forma de asunción da iniciativa en canto a que, sempre sen relación aparente entre ámbalas dúas valoracións, os emprendedores que se convertiron en tales por herdanza coidan máis importantes estas medidas, en canto que os que o fixeron por compra son os máis críticos na valoración da aplicación.

Doutra banda, a situación anterior do emprendedor introduce, falando en xeral, unha curva moderadamente descendente e, agora si, paralela, entre a valoración de importancia e a valoración da aplicación.

Finalmente, atendendo ó nivel de estudos dos emprendedores, hai unha valoración de importancia constante, pero unha valoración de aplicación actual tendencialmente decrecente, coa excepción dos valores comparativamente altos, nos dous niveis, dos licenciados.

No concernente á valoración da importancia das medidas relacionadas co *asesoramento en planos de viabilidade* e a súa aplicación actual, a desagregación sectorial amosa unha certa regularidade aínda que con matices: o sector primario, as actividades informáticas –moi especialmente–, as de investigación e desenvolvemento, aluguer e “outras” reducen relativamente a valoración de importancia, que aumenta para a industria relacionada co sector primario e o comercio. En canto á valoración da aplicación actual, destácanse algúns valores positivos en particular: a industria relacionada co sector primario, o aluguer de maquinaria e útiles e a construción, especialmente.

Dentro sempre nun marco de fluctuacións moderadas, destaca a maior valoración de importancia, curiosa en todo caso, dos emprendedores que mercaron ou herdaron a súa empresa, que os fai máis críticos coa realidade efectiva do asesoramento en materia de viabilidade, especialmente ós que efectuaron unha compra (1,8, literalmente “mala”).

Aqueles entrevistados que antes de

Cadro 2.2.33.

Factores que contribúen ó éxito empresarial segundo actividade económica

	Factor humano	Financiamento	Organización	Proceso	Ubicación	Producto	Prezo	Distribución	Comunicación
Sector primario	4,0	-0,8	0,3	-0,8	1,5	-	0,8	1,5	-
Industria relacionada s.p.	4,3	-0,4	2,9	3,7	2,4	4,6	3,4	2,4	1,3
Industria extractiva	4,0	1,0	2,6	3,6	1,8	3,8	1,6	1,8	0,2
Fabricación prod. Metálicos	4,0	1,5	1,5	1,3	1,3	3,5	4,0	-	1,0
Industria téxtil	3,8	1,1	3,1	2,3	1,0	3,6	1,9	-	0,5
Construción	3,9	-0,3	3,4	1,5	1,8	4,0	1,4	0,9	0,4
Actividades informáticas	4,3	1,3	3,0	1,0	1,7	4,7	2,3	-	-
Aluguer de maquinaria e útiles	3,7	1,3	3,0	0,0	2,0	4,0	3,7	-	1,3
Comercio	4,5	0,1	2,9	0,7	1,3	4,3	2,9	0,8	1,9
Outras actividades	4,3	1,2	2,5	0,1	2,9	3,2	2,6	0,4	0,9

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cualitativa , 1999-2000

xestióna-la iniciativa analizada eran empresarios, asalariados ou estudantes presentan unha tendencia á relación directa –menor valoración da aplicación canto menor é a valoración de importancia– en tanto os tipificados como “noutra” situación polarízanse coa maior valoración de importancia (3,3) e a menor valoración da aplicación actual (2,2).

Noutro nivel, e como corolario, agora reproducéase a tendencia comentada ó falar da loita contra a morosidade: a valoración de importancia non se modula en función do tamaño actual, a valoración da aplicación si; evoluciona dun 2,4, nas empresas sen asalariados, ó 2,7 nas que teñen máis de 20.

O último aspecto que presenta unha valoración de importancia de 3,1 é o referente ó *coñecemento de programas de axuda*. Nunha análise por fraccións segundo sectores, reaparecen as fluctuacións sen un significado tendencial aparente que resulte deducible. De feito, non hai un só sector para o que se obtería aquel 3,1: o primario, a metalurxia, o aluguer de maquinaria e útiles e mais o comercio aumentano 1 décima; a industria relacionada co sector primario, a téxtil e a investigación e desenvolvemento, en 2; e a industria extractiva en 3, chegando ó 3,4. No polo oposto, a construción (3), as actividades informáticas e as “outras” (2,9) relativizan levemente a visión global. No caso da valoración da aplicación das medidas, hai unha valoración constante entre o 2,4 e 2,5, que só cae ó 2,1 nas actividades informáticas, que se aludiron por matizar á baixa o promedio conxunto de importancia.

En canto á forma xurídica, outra vez semella non caracterizar en absoluto modulacións de interese, pero si a vía de acceso á condición empresarial, xa que, aínda tratándose dunha pequena fracción, é notable o contraste, cando tal vía foi a adquisición, entre o 3,4 de promedio na valoración de importancia e o 1,5 –a interpretar como “moi mala”– na valoración da aplicación.

Menos forte, pero tendencialmente idéntico, é o contraste de pareceres para aqueles emprendedores que, previamente a

selo, eran desempregados ou estaban en situacións non tipificadas; en tanto, atendendo ós estudos posuídos ó acceder á condición de empresario, o que aparece é un paralelismo entre a intensidade da importancia imputada e a modulación na valoración de como se aplican as medidas.

Noutro nivel, e como matiz complementario non desdeñable, conséntase que o incremento do tamaño das empresas leva aparelado un incremento da valoración da aplicación de medidas –non da valoración de importancia–. Neste caso, tal incremento parte dun 2,4 nas empresas sen asalariados para chegar ó 2,8 naquelas con máis de 20.

Hai dous aspectos, *mellora da transmisión de empresas e acceso a programas comunitarios*, que reciben unha valoración de importancia do 2,9 (“importante”), que pode considerarse como unha puntuación globalmente discreta, en tanto que a súa valoración da aplicación actual está, globalmente, naquel valor límite do 2,5.

Atendendo ó primeiro dos aspectos mencionados, a valoración das medidas ten importancia comparativa en sectores como a industria relacionada co sector primario –que valora a súa aplicación actual como “boa”–, a industria extractiva –que o valora na súa aplicación no mesmo nivel que o conxunto mostral: 2,5–, a construción –que o fai de xeito tendencialmente positivo cun 2,7– e o comercio, que lle imputa logo unha aplicación puntuada 2,4 –tendencialmente “mala”–, sendo, con todo, a valoración de aplicación máis baixa (2,1) a do sector das actividades informáticas –que lle apoñía unha discreta importancia, cun 2,7–.

No concernente á forma de acceso á condición de empresario, é moi evidente o desfase entre a comparativamente elevada importancia (3,4) que lle dan os que a verificaron mediante compra e a baixa puntuación (1,8) que outorgan na valoración da súa aplicación actual. Igualmente, aínda que cun diferencial máis mitigado, os emprendedores que eran anteriormente estudantes ou estaban “noutras” situacións contrastan niveis de

importancia significativos con valoración severas –falando sempre comparativamente–. En canto á perspectiva que se deriva de observa-lo nivel de estudos dos emprendedores, o único digno de subliñar é unha tendencia xenérica a unha maior sensibilidade perante a importancia destas medidas, ó compas do aumento daquel nivel.

En relación ó acceso a programas comunitarios, a desagregación sectorial amosa que é unha constante nos distintos sectores unha puntuación do 2,9 ou 3, que só se reduce no sector primario e unicamente sube no da investigación e desenvolvemento (3,2). Ademais, hai unha constancia das valoracións da aplicación actual entre o 2,3 e 2,5, por baixo da que se ubican só as actividades informáticas, e por riba da que só está o 2,6 da investigación e desenvolvemento, que semella, entón, singularmente sensible a esta cuestión.

Atendendo á actividade anterior do emprendedor, a valoración de importancia que fan empresarios, estudantes e desempregados é máis acusada; como o é a de bachareles superiores, diplomados –en menor medida– e licenciados, sendo unicamente de notar, desde este punto de vista do nivel de estudos, que os titulados de formación profesional emitan dúas valoracións comparativamente baixas: 2,7 para a valoración de importancia e 2,2 para a valoración da aplicación actual.

Ademais do comentado, reproducése unha tendencia xa evidenciada con anterioridade: non se vendo modulada a valoración de importancia polo tamaño das empresas, a valoración da aplicación é crecente a medida que aquel aumenta, indo do 2,4 nas que actualmente carecen de asalariados, ó 2,7 nas que dispoñen de máis de 20.

Finalmente, cunha valoración comparativamente positiva (2,6, no nivel mínimo de “boa”) na súa aplicación e a máis baixa valoración de importancia recollida (2,8), as *medidas de titorización* son, ante todo, unhas grandes descoñecidas, se se atende ó exíguo das bases de resposta significativa obtidas ó indagalas; un fenómeno non exclu-

sivo das respostas a esta cuestión, pero que agora se manifesta de xeito extremo.

Aínda así, obviando aquel dato, a titorización de empresas, que na valoración dos distintos sectores nunca excede, en canto a valoración de importancia, un valor promedio do 3, recolle imputacións de intensidade variada por parte daqueles. Así, fóra da industria relacionada co sector primario e a téxtil, que manteñen aquel valor, hai un decaemento progresivo: comercio, 2,9; sector primario, fabricación de produtos metálicos e I+D, 2,8; construción e actividades informáticas, 2,7; industria extractiva e aluguer de maquinaria, 2,6; “outras”, 2,5. Hai, de feito, unha proximidade inédita entre o abano de valores matemáticos nas dúas valoracións. Deste xeito, cando a valoración de importancia sobe por riba do 2,8 global ou coincide con ese valor, tamén aumenta a valoración da aplicación ou, cando menos, mantén o valor global do 2,6. As excepcións son a leve baixada na valoración da aplicación no sector da fabricación de produtos metálicos; a similitude de dous promedios do 2,7 –é dicir unha valoración tendencialmente positiva dun conxunto de medidas ás que se asocia unha valoración de importancia relativamente discreta– na construción, do 2,5 nas “outras” actividades, e do 2,6 no aluguer de maquinaria e útiles, así como o relativamente elevado, e xa comentado, 2,9 do comercio cando valora a importancia, que se transforma en 2,5 ó valora-la aplicación.

Pola contra, de xeito diferente ó comentado para aspectos anteriores, o tamaño actual das empresas non discrimina nin a valoración de importancia nin a valoración de aplicación; unha falta de influxo que xa se dera para a mellora na transmisión de empresas e a formación previa ó comezo de actividade.

Para finalizar esta análise adicada á valoración da aplicación das medidas de fomento empresarial, a enquisa para unha análise cualitativa indica que os *servicios ou programas de apoio á creación de empresas* están sendo infrautilizados en Galicia. Neste senso, só un 6,8% dos emprendedores participaron en cursos para

a creación de empresas, só un 1,4% ten participado en programas para a creación de empresas tanto públicos coma privados; e un 8,2% ten utilizado diversos servicios de información.

Os motivos indicados polos enquisados, polos que non se ten participado nin utilizado este tipo de servicios son o descoñecemento, nun 50% dos casos aproximadamente, a falta de tempo para dedicarlle a estas tarefas formativas (27,5% aproximadamente) e a formación suficiente (21% aproximadamente).

Ó analiza-las causas polas que non se ten participado neste tipo de instrumentos de apoio á creación de empresas, con relación á formación do emprendedor (**cadro 2.2.31.**), pódese deducir que existe certa relación entre o nivel de formación dos emprendedores e o grado de coñecemento sobre os servicios de apoio á creación de empresas. Os emprendedores con formación universitaria indican que o descoñecemento sobre este tipo de servicios foi a causa de non telo utilizado nun 33,3% dos casos. Esta taxa vai aumentando cando o nivel formativo dos emprendedores é menor, chegando a un 56% para os que teñen estudos primarios e a un 100% para aqueles sen estudos rematados.

Por outra banda, o non ter participado por posuír formación suficiente segue a tendencia oposta á antes mencionada. Os emprendedores que posúen formación universitaria son os que indican, nunha maior porcentaxe (26,7%) que este motivo foi a causa para non ter utilizado estes servicios de apoio a creación de empresas. Esta porcentaxe descende ata o 0% en aqueles emprendedores que carecen de estudos rematados.

Respecto ós **factores** que contribúen ó **éxito empresarial** no caso das empresas de nova creación, tódolos factores sinalados presentan unha contribución positiva (valoracións entre 5 e -5), mais pola súa puntuación parecen ser determinantes para o éxito, por este orde: o factor humano, os produtos ou servicios comercializados, a organización

da empresa e os prezos ós que se está a vender.

Salienta pola súa pouca aportación ó éxito o financiamento, xa que, sen chegar a ser un factor negativo, a súa aportación é case nula. Tamén son pouco valorados os factores de distribución e de comunicación (cunha valoración de 0,79 e 0,96, respectivamente).

Atendendo á súa desagregación por sectores de actividade (**cadro 2.2.33.**), existen dous grupos de sectores: o que basea o seu éxito no factor humano (entre os que atopamos o sector primario, a industria extractiva, a fabricación de produtos metálicos, a industria téxtil, o comercio e outras actividades), e outro no que o factor de éxito é o produto comercializado ou fabricado (industrias relacionadas co sector primario, construción, actividades informáticas e aluguer de maquinaria). Unha análise dos datos aportados na taboa permite observar que para aquelas empresas onde o factor clave é o humano, o segundo factor clave do éxito é o produto, e viceversa (agás o sector primario, onde o segundo factor en importancia é a distribución).

Destaca a baixa importancia que os emprendedores e emprendedoras dan ás actividades de comunicación. Só no caso do sector do comercio este factor aparece recoñecido como relevante e cunha puntuación de só 1,9. Parece observarse que este tipo de actividades son unha asignatura pendente nas empresas de nova creación.

Outros datos que destacan da relación de factores de éxito por sectores son os seguintes:

- No sector primario destaca a baixa importancia de tódolos factores agás o factor humano, observando que incluso o financiamento e o proceso de fabricación repercuten de xeito negativo no éxito empresarial.

- No sector das industrias relacionadas con sector primario prodúcese unha distribución moito máis homoxénea dos factores relacionados co éxito, destacando a aportación, a

Cadro 2.2.34.

Nivel de hostilidade do entorno para o emprendedor, segundo actividade económica

	(%)		
	Hostil	Non hostil	Medio
Sector primario	25,0	50,0	25,0
Industria relacionada s.p.	42,9	42,9	14,3
Industria extractiva	40,0	40,0	20,0
Fabricación prod. Metálicos	50,0	-	50,0
Industria téxtil	25,0	12,5	62,5
Construcción	37,5	12,5	50,0
Actividades informáticas	33,3	33,3	33,3
Aluguer de maquinaria e útiles	33,3	-	66,7
Comercio	46,7	6,7	46,7
Outras actividades	31,3	31,3	37,5

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.2.35.

Cumprimento das expectativas do emprendedor segundo sectores de actividade e nivel de hostilidade ⁽¹⁾

	Media	Hostiles	Medios	Non hostiles
Sector primario	6,3	7,0	10,0	4,0
Industria relacionada s.p.	4,4	5,0	4,0	4,0
Industria extractiva	5,2	7,0	4,0	4,0
Fabricación prod. Metálicos	4,8	5,5	4,0	
Industria téxtil	5,5	7,0	5,2	4,0
Construcción	4,0	3,0	5,0	4,0
Actividades informáticas	4,0	4,0	4,0	4,0
Aluguer	6,0	7,0	5,5	
Comercio	4,4	5,3	3,6	4,0
Outras actividades	4,8	5,2	4,5	4,8

(1) puntuación comprendida entre 1 e 10, sendo 1 incumprimento total das expectativas e 10 cumprimento total das mesmas

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

maiores do factor humano e o produto, do proceso de elaboración e do precio de venda. O financiamento é recoñecido como un factor cunha pequena influencia negativa.

- No sector das industrias extractivas é considerado como terceiro factor en importancia o proceso de elaboración.

- Para as empresas pertencentes ó sector da fabricación de produtos metálicos os factores claves para o logro do éxito empresarial atopámoslos no prezo no que comercializan os seus produtos así como nos produtos e no factor humano.

- No sector téxtil, a organización do traballo parece ser recoñecida como un factor clave, a maiores dos xa mencionados produto e factor humano. Este recoñecemento exterioriza a importancia que para este sector ten a eficiencia na xestión das liñas de produción.

- No sector da construción é intere-

sante analiza-la valoración levemente negativa que dan ó financiamento. Este dato contrasta coa actual coxuntura financeira pola que atravesa a banca estatal, cos tipos de xuro máis baixos dos últimos anos, o que, a todas luces, facilita o acceso á compra de vivenda a unha boa parte da sociedades, co que esto significa como motor do sector da construción.

- Nos sectores de actividades informáticas e aluguer de maquinaria, a maiores dos dous factores claves (produto e factor humano) destacan tamén pola súa aportación a organización e o prezo.

- Para o sector do comercio, salienta a pouca importancia que lle asignan os emprendedores á ubicación como factor de éxito. Calquera análise apriorístico faría considerar como determinante do éxito dun comercio a ubicación de éste, mais polas resposta recollidas pódese afirmar que, dende o punto de vista dos comerciantes, éste non é un factor clave. Unha explicación desta situación

podemos atopala na consideración que os comerciantes fan da súa ubicación, que é considerada como dato e non como un factor que podan manipular ó seu antoxo. En troques, valoran dun xeito relativamente alto ó factor humano, ós produtos comercializados, ós prezos de venda e a organización do negocio.

Finalmente, respecto á **percepción** que o emprendedor ten do seu **entorno**, dos datos obtidos mediante a enquisa para a análise cualitativa 99-00 parece deducirse que existe certa polarización en canto á hostilidade do entorno que rodea ás empresas de nova creación. Esta reflexión é o resultado da análise dos datos referidos a esta variable, que arrojan un resultado promedio de 4,19 puntos de hostilidade do entorno (onde 1 corresponde a un entorno seguro puro e 7, ó entorno hostil puro)¹².

A mostra total de empresas pódese desagregar en tres submostras: unha primeira, que agrupa o 37% das empresas, que consideran o seu entorno de actuación como hostil (valoración entre 5 e 7, ámbolos dous incluídos); unha segunda, formada por un 21,9% das empresas, que consideran a seu entorno seguro (valoración da hostilidade entre 1 e 3, ámbolos dous incluídos); e unha terceira, formada por un 41,1%, que considera o entorno con hostilidade media (valoración da hostilidade entre 3 e 5).

Un determinado sector actúa en entornos fortemente hostís cando a maior porcentaxe dos seus integrantes así o consideran. Nesta categoría, en Galicia, a tenor dos datos obtidos da enquisa para a análise cualitativa, non está a actuar ningún sector de actividade. Por outra banda, un determinado sector actúa en entornos fortemente non hostís cando a maior porcentaxe dos seus integrantes así o consideran. Nesta categoría en Galicia encádrase o sector primario.

Á vez, un determinado sector actúa en entornos de hostilidade media cando a maior porcentaxe dos seus integrantes así o consideran ou cando os integrantes da categoría

repártense por igual entre entornos hostís e non hostís. En Galicia nesta situación atópanse o maior número de sectores, a saber: a industria extractiva, a industria téxtil, a construción, as actividades informáticas, o aluguer de maquinaria, a industria relacionada co sector primario e o sector de outras actividades.

Enténdese que un sector actúa en entornos hostís cando, sen poder ser clasificado en ningunha das anteriores categorías, a suma dos emprendedores que consideran que están a actuar nun entorno hostil e os que consideran que están a actuar nun entorno medio é superior os que consideran que actúan nun entorno non hostil. Nesta situación atópanse os sectores da fabricación de produtos metálicos e o comercio.

Por último, un sector actúa en entornos non hostís cando, sen poder ser clasificado en ningunha das anteriores categorías, a suma dos emprendedores que consideran que están a actuar nun entorno non hostil e os que consideran que están a actuar nun entorno medio é superior os que estiman que actúan nun entorno hostil. En Galicia nesta categoría non se atopa encadrado ningún sector.

O estudo da percepción das expectativas asociadas á actividade empresarial dos emprendedores en función da hostilidade do entorno arroxa uns resultados que poden contrastan co que cabería esperar. En xeral, existe unha relación directa entre a hostilidade do entorno e o logro das expectativas asociadas ó desenvolvemento da actividade empresarial.

Para tódolos sectores de actividade, agás o da construción, o cumprimento de expectativas é superior ou igual á media cando a empresa está a actuar en entornos hostís, independentemente do entorno maioritario do sector.

Por outra banda, agás nos sectores primario e construción, as empresas que actúan en entornos hostís logran taxas superiores de cumprimento das expectativas

Cadro 2.3.1.

Necesidades formativas consideradas fundamentais polos emprendedores

nome	Frecuencia	(%)
Coñecementos do mercado	38	52,1
Servicio ó cliente	32	43,8
Calidade	30	41,1
Marketing	29	39,7
Coñecementos básicos do negocio	29	39,7
Finanzas e tesorería	26	35,6
Vendas	23	31,5
Relacións humanas	22	30,1
Contabilidade	17	23,3
Producto	17	23,3
Financiamento	16	21,9
Dirección	15	20,0
Psicoloxía	13	17,8
Economía	13	17,8
Producción	13	17,8
Pensamento estratéxico	12	16,4
Toma de decisións	12	16,4
Informática	10	13,7
Recursos persoais	10	13,7
Execución	6	8,2
Técnicas de comunicación	5	6,8
Enxenería	2	2,7
Autoavaliación	2	2,7
Liderazgo	2	2,7
Lexislación mercantil	1	1,4
Arte	1	1,4

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

que as empresas que están a actuar en entornos non hostís ou medios.

2.3.- Áreas críticas de desenvolvemento da capacidade emprendedora

Este punto tratará de analizar ó emprendedor galego a partires da consideración que el ten das catro áreas críticas (contido formativo, habilidades, perfil psicolóxico e personalidade) onde os empresarios con éxito deben desenvolverse¹³.

As tres primeiras áreas, o contido formativo, as habilidades e o perfil psicolóxico, son denominadas áreas de coñecemento creativo, é dicir, áreas onde o suxeito que coñece e o obxecto coñecido únense xerando feitos na imaxinación do suxeito. A cuarta área crítica que contribúe ó éxito empresarial, a personalidade, debe ser considerada crítica pola dificultade que os individuos teñen para modificala.

• Contido formativo

No concernente ós contidos formativos¹⁴, o **cadro 2.3.1.** reflicte as áreas de formación que os emprendedores galegos consideran fundamentais segundo as res-

postas proporcionadas polos enquisados. Destaca a grande importancia que se lle asigna ás áreas relativas ó marketing (catro das oito categorías máis sinaladas), que van dende o coñecemento sobre o mercado (52,1%), ata os servizos ó cliente (43,8%), o propio marketing (39,7%) ou as vendas (31,5%). Salientan tamén as áreas de calidade (41,1%, facilmente comprensible pola cada vez maior importancia da normalización e certificación de produtos como ferramenta competitiva), coñecementos de xestión básica de negocios (39,7%), finanzas e tesorería (35,6%) e relacións humanas (30,1%).

Por outra parte, sorprende a pouca importancia que se lle dá ós coñecementos sobre informática. Só un 13,7% dos enquisados recoñécena coma importante, o que se contradice coa crecente importancia que a informática en xeral e internet en particular van tendo nas vidas das empresas e da poboación en xeral.

Asemade, asígnase pouca importancia ás áreas de dirección e de toma de decisións (actividades inherentes á propia concepción de emprendedor). Unha xustificación a esta situación pode estar no pequeno tamaño das empresas de nova creación, o

Cadro 2.3.2.

Necesidades formativas consideradas fundamentais polos emprendedores segundo a súa actividade económica

(%)

	Sector primario	Industria relacionada S.P.	Industria extractiva	Fabricación prod. Metálicos	Industria têxtil	Construcción	Actividades informáticas	Aluguer de maquinaria e útiles	Comercio	Outras actividades
Finanzas	50	43	40	25	25	38	33	33	47	31
Enxeñaría		29	20	25	38		67	67	53	6
Contabilidade		14	20	50	38	38	67	53	53	56
Marketing	25	14	20	25	38	13	33	33	47	31
Vendas		14	40	50	25	50	67	20	20	6
Dirección		43	20	25	25	13	67	33	33	31
Pensamento estratéxico	50	14	20	25	25	50	67	100	33	50
Cofecementos negocio	25	43	20	25	13	13	33	60	60	38
Relacións humanas	25	14	40	25	25	13	33	27	27	31
Financiamento		14			13	13	33	27	27	31
Matemáticas		43	40	25	25	38	67	67	53	56
Psicoloxía		14			13	13	33	27	27	31
Lexislación mercantil	25	43	40	75	63	50	67	100	40	6
Cofecementos de mercado		14	20	25		38		67	7	38
Toma de decisións		43	20	25					27	13
Economía		14							13	13
Autoavaliación		57	20	50	13	13	33	67	13	13
Técnicas de comunicación	25	20	20	25	50	38	33	67	40	56
Informática		57	20	25	25		33		19	19
Servicio ó cliente							33			
Execución										
Arte										
Liderazgo	25	20			13	25			7	31
Recursos pessoais	25	60		50		38			33	19
Producto	25	43	40	25	25	13	67		7	
Producción		57	20	75	50	38	67	33	47	31
Calidade										

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cualitativa , 1999-2000

Cadro 2.3.3.

Necesidades formativas consideradas fundamentais polos emprendedores segundo o seu nivel de estudos ⁽¹⁾

(%)

	Universitarios	F. P.	C.O.U.	Bachillerato	Primarios	Sen estudos acabados
Finanzas	48	33	40	36	13	
Enxeñaría			20	9		
Contabilidade	19	22	40	18	31	
Marketing	52	44		45	25	
Vendas	39	22	40	55	6	
Dirección	16	11	40	27	25	
Pensamento estratéxico	19	33	20	9	6	
Coñecementos Negocio	42	11	60	36	50	
Relacións humanas	45	44	20		19	
Financiamento	23	33	40	27	6	
Psicoloxía	19	33		9	19	
Lexislación mercantil	3					
Coñecementos de mercado	58	67	80	55	25	
Toma de decisións	19	22		9	19	
Economía	16	11	40		31	
Autoavaliación	6					
Técnicas de comunicación	10	11	20			
Informática	13	11	20	18	13	
Servicio ó cliente	45	56	40	45	38	
Execución	10			18	6	
Arte	3					
Liderazgo	3				6	
Recursos personais	23		20	9	6	
Producto	26	22	40	27	6	100
Producción	16	11		27	19	100
Calidade	42	22	20	55	50	

(1) as porcentaxes poden ser superiores a 100, debido á posibilidade de resposta múltiple

Fonte: Elaboración propia CES-Galicia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

que, dende a perspectiva do emprendedor, pode verse coma unha limitación da súa capacidade de decisión.

Tamén chama a atención o pouco interese amosado polos coñecementos sobre lexislación mercantil (1,4%). Isto pode deberse a que se trata dun servizo que habitualmente é contratado exteriormente.

Atendendo á distribución sectorial dos contidos formativos, o **cadro 2.3.2.** reflicte importantes diferencias entre uns sectores de actividade e outros. Para os emprendedores e emprendedoras do sector primario as finanzas e os coñecementos básicos da xestión do negocio son consideradas como as áreas de formación máis necesarias. No caso daqueles emprendedores que desenvolven a súa actividade nas áreas das industrias relacionadas co sector primario, o servizo ó cliente e a calidade son escollidas como áreas fundamentais da formación.

No caso das ramas industriais, as empresas pertencentes á actividade da industria extractiva entenden que é fundamental un bo coñecemento do produto e coñecementos sobre vendas, mentres que as industrias de fabricación de produtos metálicos e a industria téxtil sinalan como

áreas fundamentais de formación a calidade e o coñecemento do mercado. A industria téxtil, a maiores das anteriores áreas, indica tamén a importancia da formación no servizo ó cliente.

As empresas da construción ven como fundamental o coñecemento do negocio, do mercado e de técnicas de dirección.

O sector das actividades informáticas é o que valora, de modo fundamental, máis áreas de formación, indicando que o marketing, o pensamento estratéxico, o coñecemento do negocio e do mercado, a produción e a calidade son áreas de formación determinantes para o éxito empresarial.

No caso das empresas adicadas ó aluguer de maquinaria e útiles, se consideran importantes a formación en contabilidade, coñecemento do mercado e do negocio, economía e servizo ó cliente.

No sector comercio chama a atención que non sexa considerada como área fundamental de formación a de atención ó cliente, fronte a áreas como contabilidade, marketing ou relacións humanas.

Por último, o sector de outras activida-

Cadro 2.3.4.

Habilidades consideradas fundamentais polos emprendedores

nome	Frecuencia	(%)
Toma de decisións	49	67,1
Relacións humanas	38	52,1
Plan de empresa	29	39,7
Comerciais	26	35,6
Comunicación oral	25	34,2
Selección de persoal	23	31,5
Dirección	22	30,1
Habilidade para acadar obxectivos	21	28,8
Pensamento lóxico	19	26,0
Liderazgo	11	15,1
Analítica	9	12,3
Comunicación escrita	4	5,5
Outras	2	2,7

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

des sinala como importantes as áreas de marketing, coñecemento do negocio e do mercado e o servizo ó cliente.

A análise das necesidades formativas en función da formación dos emprendedores, **cadro 2.3.3.**, parece reflectir un maior interese pola formación en aqueles emprendedores e emprendedoras que parten dunha maior formación inicial.

Os emprendedores e emprendedoras con estudos superiores son os que amosan interese por un número maior de áreas de coñecemento (25 áreas en total), cun interese medio de 6,16 áreas por emprendedor. Por outra banda, as áreas nas que teñen maior interese son as de marketing e coñecementos do mercado.

Os emprendedores con Formación Profesional teñen interese en 19 áreas, sendo as máis importantes as de servizo ó cliente e coñecemento do mercado. Cada un dos emprendedores mostra como media interese en 5,22 áreas.

Os emprendedores con formación de COU indican que teñen interese en 17 áreas, cunha media de 6 áreas por emprendedor. As áreas indicadas por un maior número de emprendedores como de interese son as de coñecemento do negocio e coñecemento do mercado.

Para os emprendedores con formación en bacharelato as áreas de interese indicadas son 19, cun interese medio de 5,36 áreas por emprendedor, sendo ás

áreas máis importantes as de vendas, coñecemento do mercado e calidade.

No grupo de emprendedores con estudos primarios, ás áreas de formación consideradas son 21, sendo sinaladas como fundamentais as de vendas e calidade. O número medio de áreas sinalado por cada un dos emprendedores é de 4,19.

Para aqueles emprendedores que non teñen estudos rematados, ás áreas indicadas como fundamentais son as de produción e produto, sendo sinaladas por todos os emprendedores desta categoría.

• Habilidades

No concernerne á área crítica das habilidades¹⁵, dos datos recollidos na enquisa para unha análise cualitativa, destaca o interese amosado polos emprendedores galegos no desenvolvemento das habilidades para a toma de decisións (67,1% dos emprendedores). Este dato contrasta coa valoración dada en formación para a toma de decisión, onde só un 16,1% dos emprendedores entenden que é unha área de formación necesaria. Esta situación pode deberse a que os emprendedores entenden que as habilidades para a toma de decisións non son áreas nas que se poda formar unha persoa, son coñecementos que se adquiren mediante a práctica diaria (**cadro 2.3.4.**).

Outras áreas que foron sinaladas como importantes para os emprendedores foron as habilidades para a relación humana e a elaboración do plan de empresa. Esta última contrasta con que só un 23,3% dos

Cadro 2.3.5.

Habilidades consideradas fundamentais polos emprendedores segundo a súa actividade económica

(%)

	Sector primario	Industria relacionada s.p.	Industria extractiva	Fabricación prod. Metálicos	Industria textil	Construcción	Actividades informáticas	Aluguer de maquinaria e útiles	Comercio	Otras actividades
Liderazgo	50,0	14,3	40,0	25,0	-	12,5	66,7	33,3	6,7	18,8
Comunicación oral	50,0	14,3	40,0	25,0	37,5	37,5	33,3	33,3	26,7	56,3
Relación humana	50,0	28,6	40,0	25,0	62,5	37,5	66,7	66,7	66,7	56,3
Comunicación escrita							33,3		6,7	12,5
Dirección	25,0	14,3	20,0	25,0	25,0	37,5		66,7	40,0	31,3
Comercial	75,0	57,1	20,0	25,0	37,5	37,5		33,3	46,7	18,8
Pensamento lóxico	25,0	28,6	60,0	25,0	12,5	12,5	33,3	33,3	13,3	37,5
Analítica		14,3	20,0	25,0	25,0				13,3	18,8
Toma de decisións	50,0	71,4	40,0	100,0	75,0	75,0	100,0	33,3	46,7	81,3
Acadar obxectivos	25,0	20,0	20,0	25,0	12,5	12,5	66,7	33,3	33,3	50,0
Selección de persoal		42,9	60,0	25,0	37,5	62,5	33,3		20,0	25,0
Plan de empresa	25,0	28,6	40,0		50,0	62,5		33,3	60,0	31,3
Outras						12,5				6,3

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cualitativa , 1999-2000

enquisados recoñezan ter elaborado plan de empresa previo ó inicio da actividade.

Dentro das habilidades menos valoradas, a situación de liderado só é recoñecida como área a desenvolver por un 15,1% dos emprendedores. Esta situación pode xustificarse polo pequeno tamaño das empresas de nova creación, o que fai que a necesidade de guiar á organización nos procesos de cambio non sexa recoñecida como factor determinante.

Segundo a distribución por sector de actividade da empresa, o **cadro 2.3.5.** amosa diferencias importantes entre os mesmos. Para os emprendedores do sector primario as habilidades fundamentais son as comerciais seguidas das de comunicación oral, relacións humanas e toma de decisións, en tanto que os emprendedores das industrias relacionadas co sector primario consideran importantes as áreas de toma de decisións e as habilidades comerciais.

No caso das ramas industriais, os emprendedores do sector das industrias extractivas sinalan ás áreas do pensamento lóxico e á selección de persoal. Fronte a esta situación, os emprendedores do sector da fabricación de produtos metálicos entenden que as habilidades para a toma de decisións son determinantes no perfil do emprendedor. Os emprendedores da industria téxtil consideran que as áreas fundamentais, en canto a habilidades, son a toma de decisións, as relacións humanas e a elaboración de plan de empresa. Este mesmo plan de empresa é considerado como importante polos emprendedores do sector da construción, que sinalan tamén como áreas relevantes a toma de decisións e a selección de persoal.

No sector das actividades informáticas son catro as áreas consideradas decisivas á hora de lograr o éxito nos proxectos empresariais: habilidades para a toma de decisións, liderazgo, relacións humanas e logro dos obxectivos.

No sector do aluguer de maquinaria e útiles son consideradas como relevantes as habilidades para a dirección e para as rela-

cións humanas. Esta última categoría é considerada tamén importante polos emprendedores dedicados ó comercio, os que, ó tempo, consideran o plan de empresa como relevante.

Por último os emprendedores da categoría de outras actividades sinalan as áreas de toma de decisións, comunicación oral, relacións humanas e logro de obxectivos como factores determinantes.

Analizando a relación de habilidades consideradas como importantes e a formación dos emprendedores, **cadro 2.3.6.**, constátase que existen algunhas diferencias entre os distintos grupos de formación.

En termos xerais, as relacións humanas e a habilidade para a toma de decisións son consideradas como unha habilidade relevante por boa parte dos emprendedores con excepción daqueles que teñen estudos primarios: só para un 12,5% deles son relevantes as relacións humanas.

Analizando os datos da enquisa por categorías atópase que os emprendedores con estudos universitarios seguen o criterio xeral antes mencionado. Aqueles que teñen estudos de Formación Profesional consideran, en porcentaxes relevantes, as áreas de selección de persoal e plan de empresa, a maiores das xa mencionadas.

Os emprendedores con formación de COU consideran importantes tamén as áreas de pensamento lóxico e a de logro de obxectivos. Os que teñen estudos de bacharelato sinalan, nunha porcentaxe relevante, as áreas de comunicación oral e a habilidade comercial. Esta última área é sinalada tamén polos emprendedores con estudos primarios. Por último, os emprendedores sen estudos rematados indican, a maiores das dúas áreas xerais, as de comunicación oral e pensamento lóxico.

• Perfil psicolóxico

Respecto á terceira área crítica considerada, o perfil psicolóxico¹⁶, o **cadro 2.3.7.** reflicte a importancia que os emprendedores e emprendedoras galegos dan á creatividade

Cadro 2.3.6.

Habilidades consideradas fundamentais polos emprendedores segundo o seu nivel de estudos

	Universitarios	F. P.	Cou	Bacharelato	Primarios	(%) Sen estudos acabados
Liderazgo	25,8			18,2	6,3	
Comunicación oral	32,3	33,3		54,5	31,3	100,0
Relación humana	67,7	66,7	60,0	45,5	12,5	100,0
Comunicación escrita	6,5	11,1		9,1		
Dirección	38,7	33,3	20,0	18,2	25,0	
Comercial	29,0	22,2		54,5	50,0	100,0
Pensamento lóxico	22,6	33,3	60,0	36,4	12,5	
Analítica	19,4	22,2	20,0			
Toma de decisións	64,5	44,4	60,0	72,7	81,3	100,0
Lograr obxectivos	32,3	11,1	60,0	18,2	31,3	
Selección de persoal	22,6	55,6	40,0	18,2	43,8	
Plan de empresa	41,9	55,6	40,0	36,4	31,3	
Outros		11,1			6,3	

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.3.7.

Perfis psicolóxicos considerados como os máis importantes para os emprendedores

nome	Frecuencia	(%)
Creatividade	55	75,3
Visión de conxunto	34	46,6
Capacidade de improvisación	34	46,6
Optimismo	33	45,2
Atención ós demais	33	45,2
Innovación	33	45,2
Detallista	19	26,0
Oportunismo	13	17,8
Outros	2	2,7

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

de como factor de éxito do perfil psicolóxico do emprendedor (75,3% dos emprendedores), creatividade que, por certo, non está asociada á innovación.

Un grupo de items son considerados por aproximadamente un 45% dos emprendedores como aspectos importantes do perfil dos emprendedores, a saber: visión de conxunto, capacidade de improvisación, optimismo, atención ós demais e innovación. Por outra banda, o detallismo e o oportunismo son factores da personalidade que son recoñecidos como importantes por só un 26% e un 17,8% dos emprendedores.

A análise do perfil psicolóxico do emprendedor por sectores de actividade reflicte a existencia de diferencias sustanciais entre unhas categorías e outras. Mentres que para o sector primario o factor máis relevante do perfil do emprendedor é a capacidade de improvisación, xunto con outros aspectos relevantes como o optimismo, a atención ós demais ou a visión de con-

xunto, para a industria extractiva e o aluguer de maquinaria o é a visión de conxunto, xunto a outros de certa importancia como son a creatividade e a innovación. Na industria extractiva son a creatividade, a atención ós demais e a capacidade de improvisación (**cadro 2.3.8.**).

Na industria téxtil, dado que se trata dun sector donde a moda é un elemento consustancial, a creatividade é o factor clave, tendo importancia tamén a visión de conxunto, a innovación e a capacidade de improvisación. Creatividade que tamén é considerada como factor determinante no perfil do emprendedor para aqueles que actúan no sector das actividades informáticas, que tamén indican como factor relevante o da visión de conxunto.

Os emprendedores e emprendedoras da industria relacionada co sector primario indican como factores claves da personalidade os de creatividade, optimismo e atención ós demais. Tres factores que son reco-

Cadro 2.3.8.

Perfiles psicológicos considerados como os máis importantes polos emprendedores segundo a súa actividade económica

	Sector primario	Industria relacionada S.P.	Industria extractiva	Fabricación prod. Metálicos	Industria textil	Construcción	Actividades informáticas	Alquiler de maquinaria e útiles	Comercio	Otras actividades
Creatividade	25,0	71,4	60,0	50,0	75,0	87,5	100,0	66,7	86,7	81,3
Oportunismo	25,0	37,5	20,0	50,0	37,5	25,0	100,0	33,3	6,7	25,0
Visión de conxunto	50,0	14,3	80,0	25,0	50,0		100,0	100,0	40,0	62,5
Optimismo	50,0	71,4		25,0	37,5	37,5	33,3	33,3	53,3	56,3
Atención aos demás	50,0	57,1		50,0	37,5	25,0	33,3	66,7	53,3	56,3
Capacidade de improvisación	75,0	42,9	40,0	50,0	50,0	50,0	33,3	66,7	33,3	50,0
Innovación		28,6	60,0	50,0	50,0	50,0	33,3	33,3	66,7	50,0
Detallista				50,0		50,0			53,3	25,0
Otros				25,0						6,3

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cualitativa , 1999-2000

Cadro 2.3.9.

Perfiles psicológicos considerados como os máis importantes polos emprendedores segundo o seu nivel de estudos

	Universitarios	F. P.	Cou	Bacharelato	Primarios	(%) Sen estudios acabados
Creatividade	77,4	77,8	60,0	81,8	75,0	
Oportunismo	22,6	11,1	20,0	9,1	18,8	
Visión de conxunto	74,2	22,2	60,0	36,4	12,5	
Optimismo	38,7	44,4	20,0	63,6	56,3	
Atención aos demais	41,9	44,4	40,0	45,5	50,0	100,0
Capacidade de improvisación	45,2	22,2	80,0	45,5	50,0	100,0
Innovación	51,6	77,8	20,0	36,4	31,3	
Detallista	16,1	22,2	20,0	27,3	50,0	
Outros	3,2			9,1		

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

Cadro 2.3.10.

Importancia das características da personalidade para os emprendedores

nome	Frecuencia	(%)
Responsable	53	72,6
Sentido común	46	63,0
Automotivación	36	49,3
Tenacidade	27	37,0
Persistente	24	32,9
Autoconfianza	24	32,9
Asunción do risco	21	28,8
Adaptabilidade	18	24,7
Competitivo/agresivo	14	19,2
Valores	6	8,2
Acepta-la soedade	4	5,5

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

ñecidos, tamén, por aqueles dedicados a outras actividades, ó tempo que sinalan a importancia doutros como a visión de conxunto, a capacidade de improvisación ou a innovación.

Os sectores da construción e o da fabricación de produtos metálicos coinciden ó nombrar os factores de creatividade, capacidade de improvisación e detallista. No sector da construción sinalan, tamén, a importancia da innovación e no sector da fabricación de produtos metálicos, a atención ós demais.

Por último, o sector do comercio aposta por un gran número de factores que van dende a creatividade, considerado como o máis importante, ata a atención ós demais, o optimismo, a innovación ou o detallismo.

Analizando a relación das características do perfil psicológico consideradas

como importantes e a formación dos emprendedores, **cadro 2.3.9.**, constátanse algunhas diferencias entre os distintos grupos de formación.

Para aqueles emprendedores con formación universitaria, bacharelato, formación profesional e estudos primarios, o factor considerado como máis importante é a creatividade seguido, no caso dos universitarios, pola visión de conxunto e a innovación; no caso dos emprendedores con formación de bacharelato, polo optimismo; no caso dos emprendedores con formación profesional, pola innovación; e nos emprendedores con estudos primarios, polo optimismo, capacidade de improvisación, atención ós demais e detallismo.

• Personalidade

Finalmente, no que á personalidade¹⁷ se refire, **cadro 2.3.10.**, da análise dos datos recollidos na enquisa destaca a importancia

Cadro 2.3.11.

Importancia das características da personalidade para os emprendedores segundo actividade económica

Sector primario	Industria relacionada s.p.	Industria extractiva	Fabricación prod. Metálicos	Industria textil	Construcción	Actividades informáticas	Alquiler de maquinaria e útiles	Comercio	Otras actividades
(%) (1)									
Automotivación	50,0	42,9	40,0	75,0	50,0	66,7	66,7	40,0	56,3
Asunción de risco	25,0	42,9	20,0	75,0	12,5	33,3	33,3	13,3	43,8
Sentido común	50,0	71,4	60,0	25,0	62,5	100,0	66,7	66,7	62,5
Valores			40,0					6,7	18,8
Competitivo/agresivo	25,0	14,3			25,0	33,3	33,3	33,3	18,8
Tenacidade	25,0	14,3			50,0	66,7	66,7	40,0	62,5
Persistente	25,0	28,6	40,0	50,0	12,5	33,3	33,3	33,3	43,8
Responsable	100,0	42,9	80,0	75,0	75,0	66,7	100,0	66,7	81,3
Autoconfianza		14,3	40,0		25,0	33,3	33,3	53,3	43,8
Acepta-la soedade								13,3	
Adaptabilidade	25,0		40,0	25,0	12,5	33,3	66,7	40,0	25,0

(1) porcentaxes verticais superiores a 100, debido á posibilidade de respostas múltiples

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Enquisa para unha análise cualitativa , 1999-2000

Cadro 2.3.12.

Importancia das características da personalidade para os emprendedores segundo o seu nivel de estudos

	Universitarios	F. P.	COU	Bacharelato	Primarios	Sen estudos rematados
	(%)					
Automotivación	58,1	22,2	20,2	45,5	62,5	
Asunción de risco	32,3	22,2	20,0	27,3	31,3	
Sentido común	71,0	66,7	40,0	54,5	56,3	100,0
Valores	12,9		20,0	9,1		
Competitivo/agresivo	22,6	22,2		18,2	18,8	
Tenacidade	41,9	44,4	20,0	45,5	25,0	
Persistente	32,3	33,3	60,0	18,2	37,5	
Responsable	71,0	55,6	100,0	90,9	62,5	100,0
Autoconfianza	35,5	22,2	100,0	18,2	25,0	
Acepta-la soedade				9,1	18,0	
Adaptabilidade	38,7		40,0	9,1	12,5	100,0

(1) porcentaxes verticais superiores a 100, debido á posibilidade de respostas múltiples

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da *Enquisa para unha análise cualitativa*, 1999-2000

que os emprendedores galegos dan á responsabilidade como factor da personalidade do emprendedor asociada ó éxito (72,6% dos emprendedores)

Destaca tamén o número de emprendedores que consideran importante tanto o sentido común como a automotivación (63% e 49,3%, respectivamente).

Nun nivel intermedio sitúanse factores como a tenacidade (37%), a persistencia (32,9%), a autoconfianza (32,9%), a asunción do risco (28,8%) e a adaptabilidade (24,7%).

Nun último nivel de importancia colócanse aspectos da personalidade dos emprendedores como son o da competitividade, os valores ou a aceptación da soidade, que son considerados por menos do 20% dos emprendedores.

Salienta que o aspecto referido á competitividade sexa só recoñecido por un 19,2% dos emprendedores, pois está arraigada a idea de que os emprendedores son persoas competitivas e agresivas que buscan coas súas accións defende-la porción do mercado sobre a que están actuando. Dende un punto de vista puramente analítico, a pervivencia no tempo desa consideración da personalidade dos emprendedores pode deberse máis a unha percepción subxectiva que á contrastación dunha realidade empírica, da que posiblemente ata o momento non se dispuxese de información. Por outra banda, a baixa consideración dada a este factor da personalidade deixa entre-

ver os cambios que poden estarse a producir nas estratexias competitivas das empresas, que, desenvolvendo estratexias de cooperación empresarial, evitan entrar en loitas competitivas das que ninguén pode asegurarlles como van sair. Este dato está confirmado polo interese pola cooperación empresarial amosado polos emprendedores entrevistados: case un 60% afirma estar interesado en desenvolver acordos de cooperación empresarial de diverso carácter.

A análise dos elementos da personalidade do emprendedor considerados como importantes por sectores de actividade, **cadro 2.3.11.**, reflicte as existencia de certas diferencias entre unhas categorías e outras.

Neste senso, a responsabilidade parece ser unha cualidade valorada por tódolos sectores agás o das industrias relacionadas co sector primario, que valora especialmente o sentido común, sendo éste valorado do mesmo xeito por tódolos sectores agás o da fabricación de produtos metálicos.

As diferencias fundamentais entre os distintos sectores non xorden tanto dos aspectos valorados como da importancia que se lles asigna ós factores.

Os sectores da industria relacionada co sector primario, o téxtil, construción e o comercio valoran dun xeito relativamente baixo a aportación dos diferentes factores ó éxito empresarial (como media, aproximadamente un 35% dos enquisados sinalan cada un dos factores).

O sector primario, a industria extractiva e o sector de outras actividades, en troques, valoran cada un dos factores sinalados entre un 40% e un 45% dos emprendedores (datos promedio).

E, por último, os sectores da fabricación de produtos metálicos, as actividades informáticas e o aluguer de maquinaria valoran cada un dos factores entre un 50% e un 55% dos emprendedores (datos promedio).

Analizando a relación de características do perfil psicolóxico consideradas como importantes e a formación dos emprendedores, existen algunhas diferenzas entre os distintos grupos de formación (**cadro 2.3.12.**).

Tódalas categorías consideran importante o aspecto da responsabilidade e o sentido común, agás os emprendedores con formación de COU, dos que só un 40% sinalan que este factor é importante.

Os universitarios e os emprendedores con estudos primarios indican, a maiores dos dous factores anteriormente sinalados, que a automotivación é tamén un factor importante. Os emprendedores con estudos de COU indican, tamén, os factores de persistencia e autoconfianza. Por último, os emprendedores sen estudos rematados apostan pola importancia da adaptabilidade como característica da personalidade do emprendedor asociada ó éxito da empresa. ■

NOTAS

1) O Dirce cubre tódalas actividades económicas agás a produción agraria e pesqueira, os servizos administrativos da Administración Central, Autónoma e Local (incluída a Seguridade Social), as actividades das comunidades de propietarios e o servizo doméstico. A unidade básica de análise é a empresa, que se define como unha organización sometida a unha autoridade rectora que pode ser, segundo os casos, unha persoa física, unha persoa xurídica ou unha combinación de ámbalas dúas, e constituída con miras a exercer nun ou varios lugares unha ou varias actividades económicas por conta dunha mesma empresa.

2) Factores de éxito/fracaso na creación de empresas. IKEI (1996). O libro sinala que no País Vasco para o conxunto da década 1980-1989, a desviación media entre as dúas variables (sociedades constituídas e as novas empresas creadas) calculouse cercana ó 40%.

3) A sectorialización da mostra establécese baixo a consideración de adaptación á realidade económica e empresarial da Comunidade Galega. A devandita sectorialización reflicte os diferentes grupos de actividades empresariais tendo en conta as interrelacións entre as empresas en torno a un determinado produto ou servizo sobre a base dos mecanismos de xeración de valor.

4) Segundo a clasificación de D. Slevin e J. Covin en "Juggling Entrepreneurial Style and Organizational Structure", Sloan Management Review, 1990.

5) Segundo a clasificación realizada por Miller D. e P.H. Friesen ("Strategy-making and envi-

ronment: the tirad link", Strategic Management Journal, 1983)

6) Se segue a análise proposta por D. Slevin e J. Covin en Juggling Entrepreneurial Style and Organizational Structure, Sloan Management Review, 1990)

7) As categorías conceptuais recollidas neste cadro fan referencia a diferentes categorías de resposta á pregunta 8 do cuestionario recollido no Anexo: Vocación ("vocación", "ter unha boa idea de negocio"), compromiso ("compromiso cun proxecto", "compromiso social"), Conxuntura ("conxuntura", "subvencións", "posuír algún cliente"), independencia ("independencia laboral", "ingresos superiores ó traballo por conta allea", "a súa situación no mercado de traballo"), e antecedentes ("antecedentes empresariais").

8) Para esta análise se segue o modelo deseñado por José M^a Mateu para a súa investigación sobre a relación existente entre a personalidade do emprendedor e as motivacións (Motivación y personalidad del emprendedor, José M^a Mateu, Iniciativa Emprendedora). Os datos obtidos en Galicia non difiren moito dos resultados obtidos polo propio Mateu, con excepción da incorporación da motivación de gañar diñeiro (motivación de tipo extrínseca) que aparece recollido como factor de primeira magnitude. As outras tres motivacións recollidas nesta primeiro nivel de influencia son as denominadas motivacións intrínsecas, que en palabras do profesor Mateu son as asociadas á realización da actividade en si mesma.

9) Factores considerados entre os 3 primeiros en orde de importancia.

10) Factores considerados entre os 3 primeiros en orde de importancia.

11) Os datos da enquisa cualitativa 99-00 reflicte que as empresas de nova creación presentan unha tendencia cara a proxectos de pouca envergadura dado que a metade das empresas presentan investimentos inferiores ós 2 millóns de pesetas, e sendo os investimentos máis usuais os de 500.000 pesetas e un millón de pesetas, cun 12,1% do total de emprendedores cada unha das categorías.

12) Estudio de Hostilidade realizado seguindo as investigacións desenvolvidas neste ámbito por J. G. Covin e D. P. Slevin (Strategic management of small firms in hostile and benign environments, Strategic Management Journal. Vol 10, pag. 75-87, 1989)

13) J. N. Hood e J. E. Young no seu artigo "Entrepreneurship's requisite areas of development: A survey of top executives in successful entrepreneurial firms"

14) Nesta análise terá a consideración de factor relevante aquél que é nomeado polo 50% ou máis dos emprendedores de cada categoría.

15) Nesta análise terá a consideración de factor relevante aquél que é nomeado polo 50% ou máis dos emprendedores de cada categoría.

16) Nesta análise terá a consideración de factor relevante aquél que é nomeado polo 50% ou máis dos emprendedores de cada categoría.

17) Nesta análise terá a consideración de factor relevante aquél que é nomeado polo 50% ou máis dos emprendedores de cada categoría.