

A light red map of Catalonia is overlaid on a white grid background. The map shows the outline of the region, including its coastline and internal provincial boundaries.

# Global Entrepreneurship Monitor Informe ejecutivo Cataluña 2014



Con la colaboración de:



**Universitat Autònoma  
de Barcelona**

**Autores y equipo de investigación:**

Carlos Guallarte (Director GEM Cataluña)  
Joan Lluís Capelleras  
Marc Fíguls  
Enric Genescà  
Carlos Martínez  
Teresa Obis

**Coordinación editorial:**

Carme Cuartielles

**Traducciones y corrección de textos:**

Sira Ponsa

**Maquetación y diseño:**

zipzapsocial.com

Los datos utilizados para la confección de este informe son recogidas por el Consorcio Internacional GEM. Su análisis e interpretación es responsabilidad exclusiva de los autores.

## CONTENIDO

<b>1. Presentación y resumen ejecutivo</b>	<b>3</b>
1.1. El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)	3
1.2. Metodología	5
1.3. Resumen ejecutivo	6
1.4. Cuadro de mando integral	10
<b>2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población catalana</b>	<b>14</b>
2.1. Percepción de oportunidades de la población catalana y de sus aptitudes para emprender	16
2.2. Percepción de la población catalana sobre factores socioculturales y su influencia en el emprendimiento	20
2.3. Benchmarking internacional y por Comunidades Autónomas sobre los valores, percepciones y aptitudes para emprender	32
<b>3. Actividad emprendedora y sus características</b>	<b>38</b>
3.1. Indicadores del proceso emprendedor	38
3.2. Dinámica de la actividad emprendedora	47
3.3. Motivación para emprender: Oportunidad versus necesidad	53
3.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de la actividad emprendedora	59
<b>4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor</b>	<b>64</b>
4.1. Distribución por edad	64
4.2. Distribución por género	72
4.3. Distribución por nivel de educación	78
4.4. Distribución por nivel de renta	83
4.5. Distribución por situación laboral	85
<b>5. Perfil empresarial y aspiraciones de la actividad emprendedora en Cataluña</b>	<b>88</b>
5.1. Aspectos generales del negocio	89
5.2. Financiación de la actividad emprendedora naciente	92
5.3. Expectativas de Crecimiento	94
5.4. Orientación innovadora	96
5.5. Orientación internacional	100
5.6. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de las aspiraciones de la actividad emprendedora	102
<b>6. El entorno emprendedor</b>	<b>109</b>
6.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cataluña	111
6.2. Benchmarking internacional sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña	113
6.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña	114
<b>Bibliografía</b>	<b>121</b>
<b>Listado de tablas, figuras y gráficos</b>	<b>123</b>
Listado de tablas	123
Listado de Figuras	123
Listado de Gráficos	124
<b>Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2014</b>	<b>129</b>



## 1. Presentación y resumen ejecutivo

### 1.1. El proyecto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)

La creación de empresas es la savia del sistema de economía de mercado y uno de los principales motores de desarrollo económico y social de un país (Audretsch y Fritsch, 2002; Acs, Armington y Zhang, 2007), tanto por su influencia sobre el crecimiento económico como en la generación de puestos de trabajo (Storey y Greene, 2010) y, consecuentemente, clave para lograr una economía competitiva y sostenible, garante del bienestar social (Lundström *et al.*, 2014).

No obstante, las dificultades para encontrar una definición precisa de iniciativa empresarial han obstaculizado durante años la constatación empírica de la relación entre emprendimiento y crecimiento económico, especialmente cuando se quieren realizar comparaciones entre países. La iniciativa emprendedora engloba un amplio abanico de actividades heterogéneas y, generalmente, al describirla se hace como si fuese una actividad homogénea, siendo ésta una de las limitaciones de muchas de las investigaciones realizadas en este campo. Algunos autores, entre los que se encuentran los iniciadores del proyecto GEM (Reynolds *et al.*, 2000), abogan por identificar la iniciativa empresarial con las primeras etapas del negocio, puesto que a ellas se orientan en buena medida las políticas de estímulo a la creación y desarrollo de empresas.

El proyecto GEM, que pusieron en marcha en 1999 como observatorio internacional el *Babson College* y la *London Business School* con la participación de diez países, tiene como objetivo analizar anualmente el fenómeno emprendedor, proporcionando datos de las áreas fundamentales que nutren la investigación relacionada con el emprendimiento: los valores, percepciones y aptitudes de la población adulta activa; la actividad emprendedora y sus características; y el contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

A este proyecto se han ido sumando los equipos de investigación de las principales universidades del mundo que trabajan en este campo. España se incorporó en el 2000 y Cataluña en el 2003. En la actualidad, en el ciclo 2014, han participado más de 75 países, así como casi todas las comunidades autónomas de España. La Asociación RED GEM España con más de 130 investigadores, 19 universidades y más de 90 instituciones constituye un potente recurso por su capacidad de estudio, diagnóstico e investigación sobre la actividad emprendedora. Todo ello hace que, en la actualidad, el proyecto GEM sea el estudio de referencia internacional en el campo del emprendimiento.

Todos los participantes operan bajo el mismo modelo teórico (Figura 1.1), metodología (apartado 1.2), homogeneización y tratamiento de los datos, lo que posibilita la comparación del proceso emprendedor (Figura 1.2) entre las diferentes zonas geográficas, siendo este hecho el factor más relevante de este observatorio anual.

El proyecto GEM Cataluña se ha llevado a cabo en el marco del Observatori de la Petita i Mitjana Empresa, una iniciativa conjunta entre el Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona y el Departament d'Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona, y su realización ha sido posible gracias al patrocinio del Àrea de Desenvolupament Econòmic Local de la Diputació de Barcelona y al Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

El presente informe GEM Cataluña 2014, el duodécimo de la serie, brinda al lector la oportunidad de conocer la actividad emprendedora catalana de forma rigurosa, contrastada y comparativa. Asimismo, esperamos que sirva de punto de partida para otros análisis y reflexiones de interés, tanto para los encargados de formular las políticas y programas vinculados a la iniciativa emprendedora como de todos aquellos a quienes este asunto suscita interés.

Figura 1.1. Modelo teórico GEM

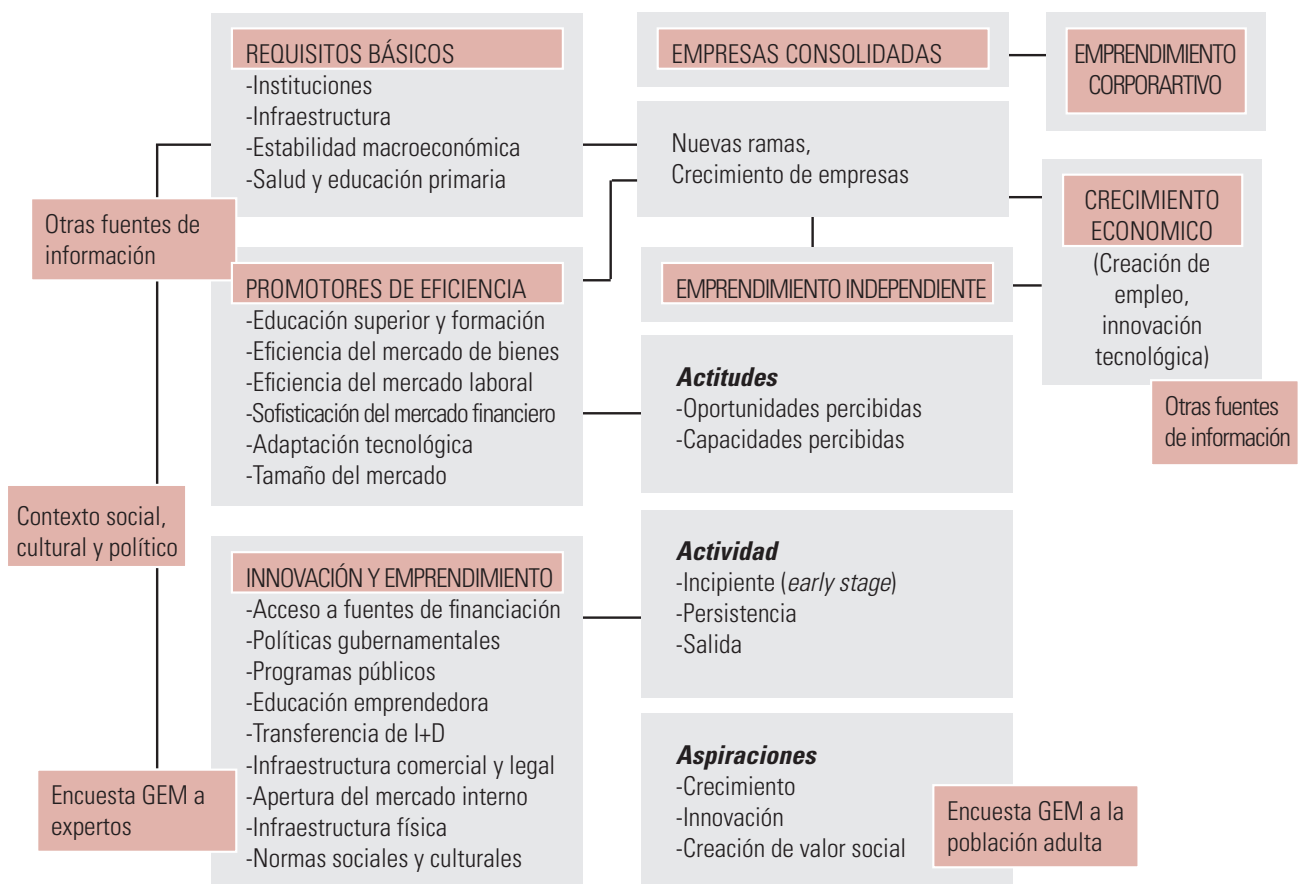
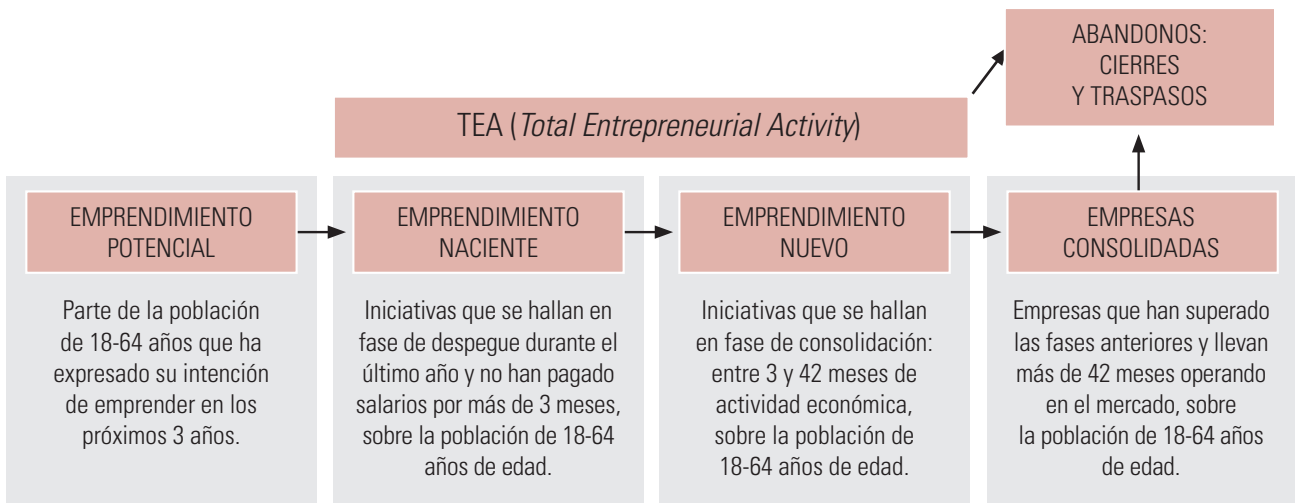


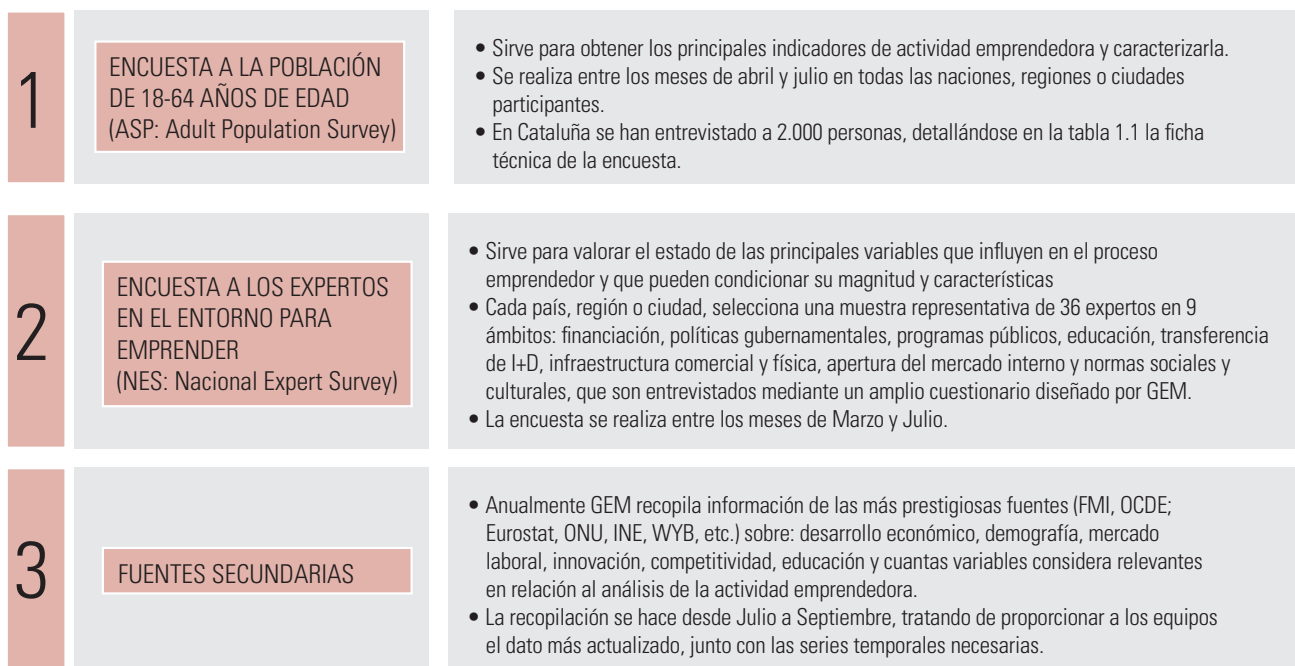
Figura 1.2: El proceso emprendedor en el proyecto GEM



## 1.2. Metodología

El observatorio GEM se basa en tres fuentes de información que se detallan en la figura 1.3. Las dos primeras, basadas en herramientas originales del Proyecto, son sometidas a rigurosos controles de calidad para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes sean comparables. La tercera son datos secundarios, especialmente de tipo económico y social.

Figura 1.3. Las fuentes de información que nutren el observatorio GEM



La encuesta a la población adulta catalana entre 18 y 64 años se llevó a cabo de acuerdo con las características de la ficha técnica que se presenta en la tabla 1.1.

Figura 1.1. Modelo teórico GEM

Universo:	Población residente en Cataluña de 18 a 64 años
Población objetivo:	4.785.424 individuos
Muestra:	2.000 individuos
Margen de confianza:	95,0%
Error muestral:	±2,19% para el conjunto de la muestra
Varianza:	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período realización de encuestas:	Junio-Julio de 2014
Trabajo de campo, grabación y creación bases de datos:	Instituto Opinometre
<b>Distribución de la muestra</b>	
Género:	Hombres: 996 y Mujeres: 1.004
Ámbito:	Urbano: 1.780 y Rural: 220
Edad:	18-24: 185; 25-34: 395; 35-44: 550; 45-54: 458; 55-64: 412
Provincia:	Barcelona: 1467; Girona: 200; Lleida: 118; Tarragona: 215

### 1.3. Resumen ejecutivo

Después de haber experimentado una caída en el año anterior, la tasa de actividad emprendedora (TEA) en Cataluña mejoró situándose en el 7.54%. Esta TEA, así como la de Barcelona, están por encima de la media del resto de países de economías basadas en innovación de la Unión Europea (6.9%) y muy por encima del resto de España (5.1%).

Este aumento puede ser el reflejo de la tendencia positiva que se detecta en algunos de los valores y percepciones de la población adulta catalana encuestada. En concreto, por tercer año consecutivo se produce un incremento en la percepción de oportunidades. Asimismo, los expertos encuestados detectan ligeros síntomas favorables en el entorno.

No obstante, en los factores socioculturales todavía hay muchas oportunidades de mejora. A pesar de que emprender se considera una buena opción profesional y de que en los medios de comunicación aparecen historias de éxito empresarial, todavía no se considera que genere buen estatus social y económico (a gran distancia del resto de Europa). De ahí la importancia del marketing de testimonio y de los modelos de referencia, que han mejorado este año.

Respecto a la composición y evolución de la TEA:

- El crecimiento de la TEA en un 14% respecto al 2013 ha sido motivado, fundamentalmente, por el gran aumento (32%) de los emprendedores nuevos, emprendedores con una actividad entre 4 y 42 meses, que buscan hacerse un hueco en el mercado y consolidar la empresa. Mucho más rele-



vantes por su recorrido e impacto en la economía que los nacientes (hasta 3 meses de actividad).

– En la TEA, como viene siendo habitual, más de la mitad corresponde a emprendedores nacientes que están intentando poner en marcha un negocio (4.37% de la población adulta), mientras que el resto (3.17% de la población adulta) son emprendedores nuevos. Esto supone que por cada emprendedor naciente hay 0.73 emprendedores nuevos. No sólo la TEA es mayor sino que el peso de estos últimos también lo es respecto al resto de España, donde la ratio es de 0.64.

– Desde 2010 no ha parado de crecer la TEA de los emprendedores en fase inicial de edad comprendida entre 18-24 años, pasando del 2% al 9.1% el 2014, con un incremento del 82% respecto al 2013.

– Emprender en Cataluña sigue siendo una actividad en la que predominan los hombres. Algo más de seis de cada diez emprendedores (61%) en fase inicial son del género masculino. No obstante, la actividad emprendedora femenina en Cataluña (5,9%) sigue siendo superior a la del resto de España (4.3%) y resto de Europa (5.0%).

vSigue manteniéndose la proporción relativamente alta de emprendedores catalanes con nivel educativo alto, así como con formación específica para emprender. Precisamente, la TEA de las personas que tienen educación superior ha sido del 20.5%; destacando que la más alta en Cataluña ha sido la femenina con nivel de educación alto (26%), que en Barcelona alcanzó el 27%.

– Distinguiendo el motivo por el que emprendieron, el 68% lo hizo para aprovechar una oportunidad, siendo dicha TEA (5.2%) un 67% mayor que la del resto de España (3.3%) e igual a la del resto de Europa (5.1%).

– Otro dato positivo es que la ratio TEA por necesidad/TEA por oportunidad, que indica la calidad de la actividad emprendedora, después de cuatro años de fuerte crecimiento, ha disminuido ligeramente. La rotura de esta tendencia es destacable pues se ha producido en un contexto de continuo crecimiento tanto en el resto de España como en el resto de Europa.

La tasa de emprendedores potenciales (personas que declaran tener intenciones de emprender en los próximos tres años) en 2014 ha sido del 9.7%, cifra superior

a la de antes de la crisis, y continúa rejuveneciéndose la población que la compone. Sigue manteniéndose en esta población una alta proporción que está en el paro (26%), al igual que en los nacientes (23%).

Muy relevante es la reducción a la mitad de los cierres de empresas. No sólo disminuyeron un 15% las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial (1.48% de la población adulta), sino que la mayoría de estos negocios no se cerraron. Como el observatorio GEM distingue entre el abandono por venta o traspaso del que lo es por cierre efectivo de la actividad, el primero representa 0.80% (con un incremento del 130% respecto al año anterior) y el segundo sólo 0.68% (con una caída del 51% respecto 2013). Es decir, se ha pasado de un abandono por cierre en 2013 del 1.40% a un valor de 0.68% en 2014, mientras que en el resto de España se ha mantenido (de 1.40% a 1.36% en 2014).

El proyecto GEM también analiza las características de las nuevas empresas creadas por los emprendedores en Cataluña. En concreto, se examinan el sector de actividad en el que se enmarca el nuevo negocio, la financiación utilizada para lanzarlo, su tamaño inicial y aspiraciones de crecimiento, así como su grado de orientación innovadora e internacional, siendo los principales resultados:

- En línea con la tendencia de los últimos años, en 2014 la mitad de los emprendedores catalanes en fase inicial se concentran en el comercio de bienes de consumo (51%) y casi un tercio prestan servicios a empresas (31%). En este contexto, continúan creándose empresas muy pequeñas, la mayoría sin empleados (un 71%).
- En 2014 el 50% de los proyectos nacientes en Cataluña ha necesitado una inversión de al menos 20.000€. El porcentaje de inversores privados ha aumentado ligeramente en 2014 respecto a 2013.
- Las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores catalanes continúan siendo bajas. De forma similar, sólo un porcentaje pequeño (7%) considera que el grado de novedad de sus productos es elevado. Poco menos del 10% manifiesta estar utilizando tecnologías de última generación. También se mantiene la tendencia de los últimos años a concentrarse en el mercado local.
- En comparación con las economías basadas en la innovación, los emprendedores catalanes dedicados a servicios a empresas y servicios al

consumo suponen una mayor proporción del total. No obstante, sus expectativas de crecimiento, la novedad de sus productos y su orientación internacional son menores.

– Respecto al resto de España, los emprendedores en Barcelona y Cataluña que ofrecen servicios a empresas también suponen un porcentaje superior. En cambio, las expectativas de crecimiento y la novedad de sus productos están por debajo de los del resto de España. En Barcelona los emprendedores tienden a contar con tecnologías recientes en mayor proporción que en el resto de Cataluña, pero sus expectativas de crecimiento son menores.

Para los expertos encuestados, las condiciones del entorno para emprender han mejorado ligeramente, pero siguen siendo poco favorables. Consideran que se dispone de una buena infraestructura física y de servicios, así como infraestructura comercial y profesional. También valoran positivamente los programas promovidos por organismos públicos, la mayoría de los cuales son de ámbito local y autonómico. La parte a mejorar, como el pasado año, sigue siendo la financiación; la burocracia e impuestos; así como la educación emprendedora, sobre todo en la etapa escolar. Esta última se mantiene como una de las asignaturas pendientes. Las cuatro principales recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno de la actividad emprendedora son las mismas que el año anterior: apoyo financiero (67%), políticas públicas (67%), educación y formación (33%) y programas gubernamentales (28 %); aunque las dos últimas han intercambiado el orden.

Algunos de los expertos han enfatizado en sus recomendaciones dos temas: el tamaño de las empresas y la calidad de las iniciativas emprendedoras, claves para el cambio y regeneración del tejido productivo, así como para la creación de empleo.

En economías basadas en la innovación no es tan importante la tasa de actividad emprendedora como su calidad, es decir, la capacidad de crecer e innovar así como de competir internacionalmente, siendo éste uno de los aspectos prioritarios.

En las investigaciones sobre las empresas de alto crecimiento, las variables características de las empresas gacela jóvenes son el nivel de educación formal del empresario-directivo y la motivación para crear la empresa, así como el capital relacional. Por ese motivo, las políticas de fomento a la creación de empresas deberían de estar centradas en el territorio como factor de desarrollo endógeno y estar orientadas a los yacimientos de empresarios, de los cuales los principales son los

universitarios (titulados, investigadores, etc.) y los directivos de empresa. Y esto es así porque en la sociedad del conocimiento las personas mejor preparadas para crear y hacer crecer empresas basadas en nuevas tecnologías y, por tanto, de valor añadido, capaces de competir a nivel internacional, y susceptibles de crear puestos de trabajo con salarios altos, son las que están técnicamente capacitadas y suficientemente motivadas, empezando porque el verdadero motivo de crear la empresa sea aprovechar una oportunidad.

Como los dos grandes retos de nuestra economía son ganar competitividad y aumentar el ritmo de creación de empleo, el tamaño de las empresas es fundamental. Para mejorar la competitividad de las empresas e incrementar las exportaciones, simplificando, hay dos vías: disminuir el precio de las exportaciones manteniendo la calidad, o aumentar la calidad manteniendo el precio. Desde la crisis, el camino seguido ha sido el de reducir de forma notable los costes laborales unitarios, pero el mismo está casi agotado. La otra es mejorar la calidad de los productos exportados, fruto de la capacidad de innovar y del desarrollo tecnológico de las empresas. Pero una de las claves que determina dicha capacidad, así como la de entrar en nuevos mercados internacionales, es el tamaño. La falta de tamaño provoca escasas economías de escala de las inversiones, baja I+D, limitaciones en el acceso al crédito, al personal cualificado, a nuevas tecnologías y a mercados internacionales. Y Cataluña, así como España, tiene un porcentaje, en comparación de otros países europeos, excesivamente alto de microempresas en el sector industrial, que, además, no ha dejado en reducirse en favor de los servicios.

Por estos motivos, uno de los objetivos de las políticas y programas gubernamentales debería ser el crecimiento de las empresas, diseñar un entorno que favorezca un mayor tamaño de las empresas catalanas para que sean más innovadoras y mejorar la calidad de sus exportaciones. Reconociendo, ya de antemano, que es una tarea compleja y que no tiene fácil respuesta.

#### **1.4. Cuadro de mando integral**

En este apartado se recogen los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Cataluña 2014 en forma de Cuadro de Mando Integral o *Balanced Scorecard*, siguiendo la misma estructura que el Informe GEM España 2014 para así facilitar comparaciones (Tablas 1.2 a 1.4). Los indicadores que se presentan son:

- Los valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población.
- Las tasa de actividad emprendedora de entre 0 y 3.5 años en el mercado (TEA).
- La distribución del TEA por distintas categorías de la variable.
- La valoración media de los expertos de las condiciones del entorno.

Tabla 1.2. Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña 2014

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2013	2014	Evolución
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	32,3%	37,2%	Aumenta
Percibe buenas oportunidades para emprender	18,1%	22,6%	Aumenta
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos para emprender	50,7%	51,9%	Aumenta
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	45,5%	45,0%	Estable
Piensa que la población catalana posee espíritu competitivo	26,4%	27,0%	Estable
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	10,9%	9,7%	Disminuye
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,75%	1,48%	Disminuye
Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>	3,9%	4,2%	Aumenta
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en Cataluña	2013	2014	Evolución
TEA Total	6,6%	7,5%	Aumenta
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,8%	5,9%	Aumenta
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	8,3%	9,1%	Aumenta
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2014	Evolución
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	28,0%	27,6%	Estable
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	66,8%	68,4%	Aumenta
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,3%	4,0%	Disminuye
TEA del sector extractivo o primario	1,5%	3,5%	Aumenta
TEA del sector transformador	20,6%	14,2%	Disminuye
TEA del sector de servicios a empresas	29,9%	31,1%	Aumenta
TEA del sector orientado al consumo	48,0%	51,1%	Aumenta
TEA sin empleados	47,7%	70,5%	Aumenta
TEA de 1-5 empleados	40,9%	23,8%	Disminuye
TEA de 6-19 empleados	5,0%	4,5%	Disminuye
TEA de 20 y más empleados	6,5%	1,1%	Disminuye
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	19,7%	7,5%	Disminuye
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	12,9%	11,9%	Disminuye
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	15,1%	9,2%	Disminuye
TEA iniciativas que exportan más del 25%	12,1%	13,0%	Aumenta
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	17,5%	11,5%	Disminuye
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (mínimo 1-máximo 5) <sup>1</sup>	2013	2014	Evolución
Financiación para emprendedores	1,9	2,1	Aumenta
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,5	2,5	Estable
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,2	2,3	Estable
Programas gubernamentales	3,1	3,1	Estable
Educación y formación emprendedora etapa escolar	2,1	2,0	Estable
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,7	2,7	Estable
Transferencia de I + D	2,4	2,5	Estable
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,0	3,2	Aumenta
Dinámica del mercado interno	2,6	2,5	Estable
Barreras de acceso al mercado interno	2,4	2,4	Estable
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,6	3,7	Estable
Normas sociales y culturales	2,5	2,7	Aumenta

<sup>1</sup> Debido a un cambio en la metodología, en particular en la reducción del cuestionario dirigido a expertos, no se obtuvo información relativa a algunas condiciones del entorno tales como: apoyos al emprendimiento femenino, de alto potencial, valoración de la innovación y de la propiedad intelectual.

Tabla 1.3. Cuadro de Mando Integral GEM España 2014

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2013	2014	Evolución
Tiene cierta red social/modelos de referencia (conoce a emprendedores)	30,8%	35,7%	Aumenta
Percibe buenas oportunidades para emprender	16,0%	22,6%	Aumenta
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos para emprender	48,4%	48,1%	Estable
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	47,7%	46,5%	Disminuye
Piensa que la población española posee espíritu competitivo	26,1%	28,1%	Aumenta
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	9,3%	8,0%	Disminuye
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,9%	1,9%	Estable
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angel</i>	3,2%	3,7%	Aumenta
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en España	2013	2014	Evolución
TEA Total	5,2%	5,5%	Estable
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,2%	4,6%	Estable
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,2%	6,4%	Estable
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2014	Evolución
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	29,2%	29,8%	Estable
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	66,8%	66,1%	Estable
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	4,0%	4,2%	Estable
TEA del sector extractivo o primario	3,5%	4,5%	Aumenta
TEA del sector transformador	14,9%	15,1%	Estable
TEA del sector de servicios a empresas	28,0%	28,7%	Estable
TEA del sector orientado al consumo	53,6%	51,8%	Disminuye
TEA sin empleados	52,2%	54,7%	Aumenta
TEA de 1-5 empleados	39,6%	37,1%	Disminuye
TEA de 6-19 empleados	5,1%	6,5%	Aumenta
TEA de 20 y más empleados	3,1%	1,7%	Disminuye
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	14,7%	14,7%	Estable
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	11,2%	10,7%	Estable
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	12,0%	11,6%	Estable
TEA iniciativas que exportan más del 25%	9,3%	13,6%	Aumenta
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	14,9%	19,3%	Aumenta
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (mínimo 1-máximo 5)	2013	2014	Evolución
Financiación para emprendedores	1,79	2,14	Aumenta
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,34	2,50	Aumenta
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,01	2,40	Aumenta
Programas gubernamentales	3,05	2,88	Disminuye
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,37	1,84	Aumenta
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,25	2,61	Aumenta
Transferencia de I + D	2,19	2,45	Aumenta
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,53	3,03	Aumenta
Dinámica del mercado interno	2,14	2,87	Aumenta
Barreras de acceso al mercado interno	2,28	2,47	Aumenta
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,91	3,64	Disminuye
Normas sociales y culturales	2,11	2,64	Aumenta

Tabla 1.4. Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona 2014

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2013	2014	Evolución
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	32,4%	34,8%	Aumenta
Percibe buenas oportunidades para emprender	18,5%	22,7%	Aumenta
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos para emprender	49,3%	51,2%	Aumenta
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	45,3%	44,5%	Disminuye
Piensa que la población catalana posee espíritu competitivo	28,0%	26,6%	Disminuye
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	11,5%	10,2%	Disminuye
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,70%	1,69%	Estable
Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>	4,0%	4,3%	Mejora
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en Barcelona	2013	2014	Evolución
TEA Total	6,6%	7,3%	Aumenta
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	5,7%	5,3%	Estable
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	7,8%	9,2%	Aumenta
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2014	Evolución
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	30,2%	26,5%	Disminuye
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	64,8%	69,8%	Aumenta
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,0%	3,7%	Disminuye
TEA del sector extractivo o primario	0,0%	2,0%	Aumenta
TEA del sector transformador	16,2%	14,1%	Disminuye
TEA del sector de servicios a empresas	33,9%	34,9%	Aumenta
TEA del sector orientado al consumo	49,9%	49,0%	Disminuye
TEA sin empleados	44,3%	70,7%	Aumenta
TEA de 1-5 empleados	44,2%	22,4%	Disminuye
TEA de 6-19 empleados	4,8%	5,2%	Aumenta
TEA de 20 y más empleados	6,8%	1,7%	Disminuye
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	20,2%	7,4%	Disminuye
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	15,2%	12,1%	Disminuye
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	16,1%	10,2%	Disminuye
TEA iniciativas que exportan más del 25%	14,0%	11,0%	Disminuye
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	19,3%	10,6%	Disminuye

## 2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población catalana

El estudio de los factores que inciden en la decisión de poner en marcha una iniciativa emprendedora es uno de los temas que tradicionalmente ha despertado mayor interés entre los investigadores, constatando que dicha decisión depende de múltiples factores. Algunos son externos al emprendedor, como la coyuntura económica, la legislación y políticas gubernamentales o las medidas de apoyo. Otros son más internos, como los valores, percepciones y aptitudes. En cualquier caso, todos acaban afectando, en mayor o menor intensidad, la probabilidad de crear una empresa.

Siguiendo el modelo de Gnyawali y Fogel (1994), entre los factores que condicionan la decisión de crear una empresa destacan (figura 2.1): si se perciben oportunidades; si se considera que se tienen las habilidades, conocimientos y experiencia para poner en marcha un nuevo negocio y gestionarlo; y la predisposición a crear una empresa, que, a su vez, depende de una serie de factores económicos<sup>2</sup> y, fundamentalmente, socioculturales. La evidencia empírica confirma que dichos factores, mayormente vinculados con las percepciones del emprendedor, tienen un impacto altamente significativo en su decisión de crear una empresa (Capelleras *et al.*, 2013).

El proyecto GEM analiza la mayor parte de estos factores. En los próximos apartados se desarrollarán tres de ellos: la percepción de oportunidades, la posesión de habilidades para crear y gestionar una empresa y los factores socioculturales, tanto en relación a la población involucrada en el proceso emprendedor como para la que no lo está, así como para Cataluña, resto de España (RE) y resto de países de la UE (RUE)<sup>3</sup> que se consideran “economías basadas en la innovación”.

Una de las fortalezas del proyecto GEM es que permite comparar la actividad emprendedora entre distintos países. No obstante, debido a las distintas características de sus entornos, a veces, es recomendable clasificarlos en varios

---

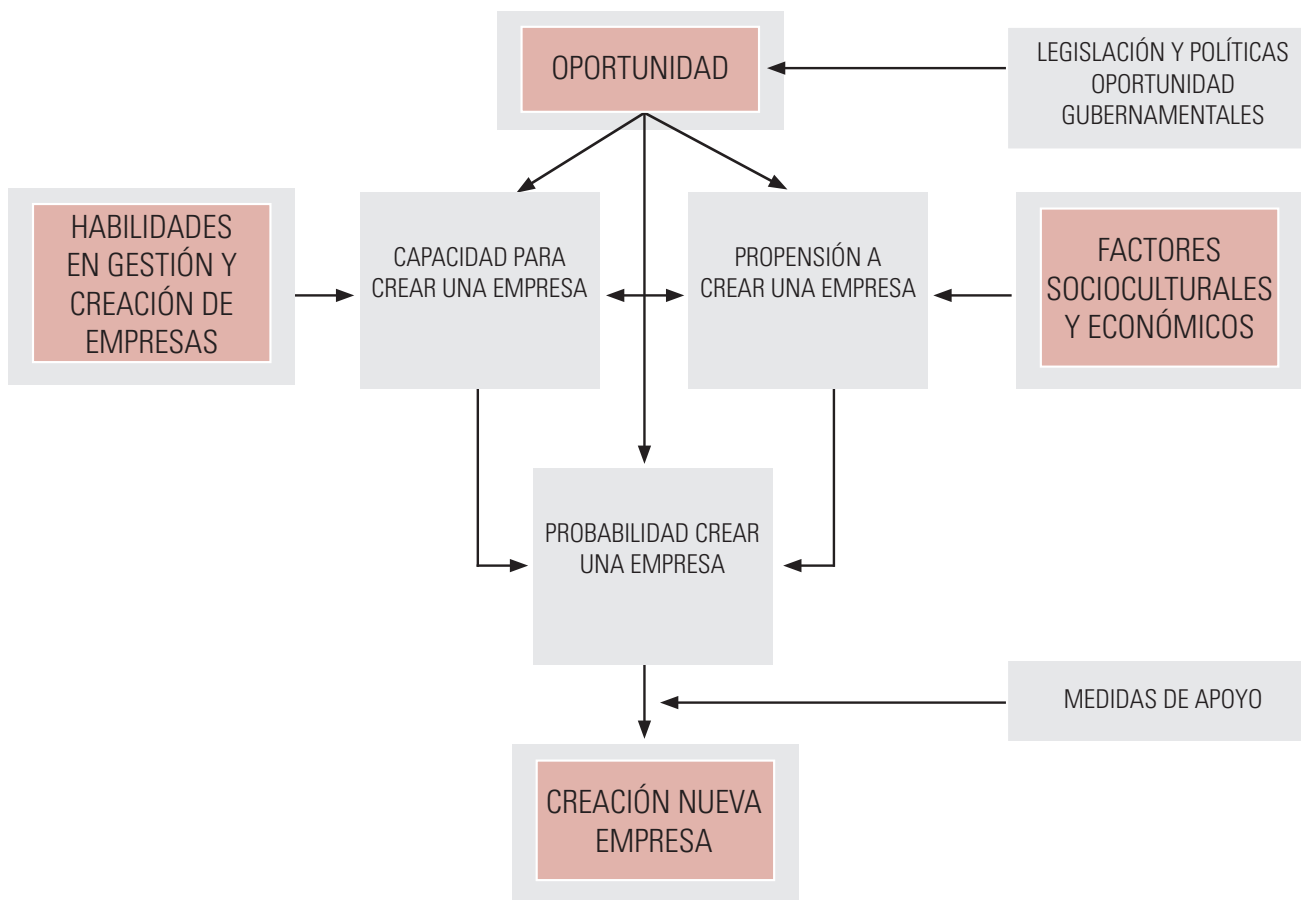
<sup>2</sup> Como a la población catalana no se le pregunta directamente por aspectos de coyuntura económica del país, los factores económicos que condicionan la actividad emprendedora se tratarán en el apartado 6 de este trabajo, los cuales son muy relevantes en un contexto como el actual. No obstante, quedan bastante reflejados en el impacto de la creación de empresas por necesidad, que se desarrolla en el siguiente capítulo (ver Gráfico 3.30).

<sup>3</sup> A lo largo del estudio utilizaremos las abreviaturas RE, como “resto de España”, es decir, España sin Cataluña; y RUE, como abreviatura de países con economías basadas en la innovación del resto de la Unión Europea (sin España).



grupos. Así, el World Economic Forum lo hace en tres grandes categorías que reflejan sus distintos estadios de desarrollo económico<sup>4</sup>: economías basadas en factores de producción, economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación; situando a España, y por ende Cataluña, en esta última categoría con la mayoría de los países europeos, países norteamericanos y algunos países del este asiático. En lo sucesivo, cuando se compare Cataluña con resto de la UE se comparará precisamente con el conjunto de países de la UE que son considerados “economías basadas en la innovación”.

Figura 2.1. Factores que inciden en la decisión de crear una empresa (Gnyawali y Fogel, 1994)



<sup>4</sup> El *Global Competitiveness Report* (GCR), cita a los países mediante las expresiones anglosajonas: “*factor driven*”, “*efficiency driven*” e “*innovation driven*” para indicar su nivel de desarrollo desde el estadio más bajo al más elevado. Para más información, consultar los informes GCR en su website: <http://www.weforum.org>

## 2.1. Percepción de oportunidades de la población catalana y de sus aptitudes para emprender

La identificación de una oportunidad representa el principal punto de partida del proceso emprendedor. El porcentaje de personas de 18-64 años en Cataluña que percibe buenas oportunidades para emprender en los seis meses posteriores al momento de la entrevista es del 22.6 % que, sin embargo, continúa desde 2009 muy por debajo del RUE (36.0%) (Gráfico 2.1).

Después de tocar fondo en 2011, hay una recuperación sostenida durante estos tres últimos años, que se ha acentuado en 2014 con un incremento del 24.7% respecto al año anterior.

La percepción de oportunidades varía mucho dependiendo de si la persona está o no involucrada en el proceso emprendedor. El 32.1% de la población implicada percibe oportunidades para emprender algún negocio, mientras que esta proporción desciende al 20.6% para los no implicados (Gráfico 2.2).

La mencionada mejora de casi un 25% de este año se debe fundamentalmente a la población no involucrada, que ha aumentado en su percepción de oportunidades un 32.8% frente a un 2.3% los involucrados. Este es un hecho relevante que pone de manifiesto que un porcentaje considerable de la población catalana empieza a detectar oportunidades de negocio que pueden ser explotadas en su entorno.

Gráfico 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses

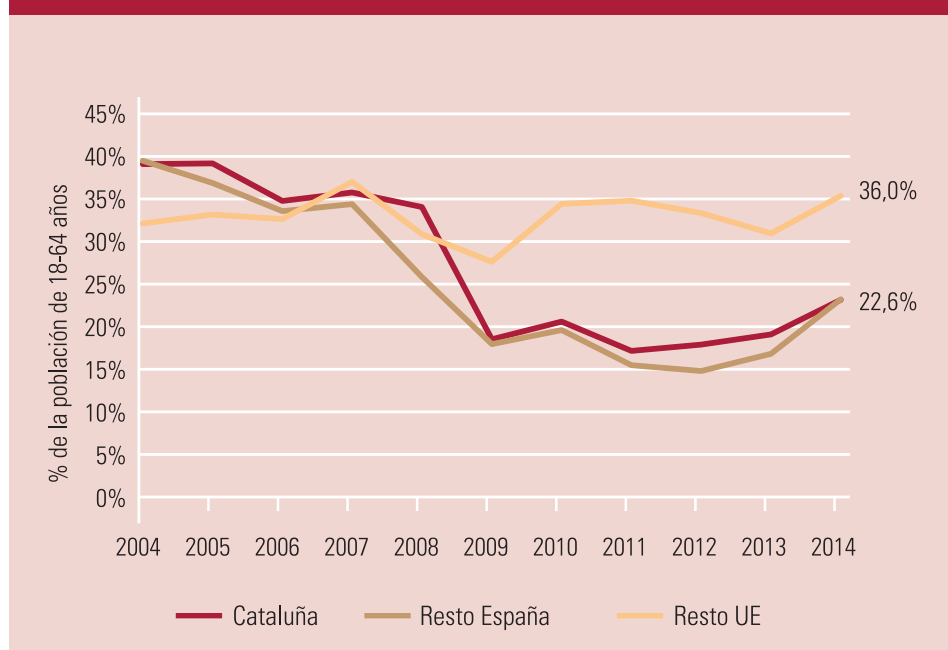
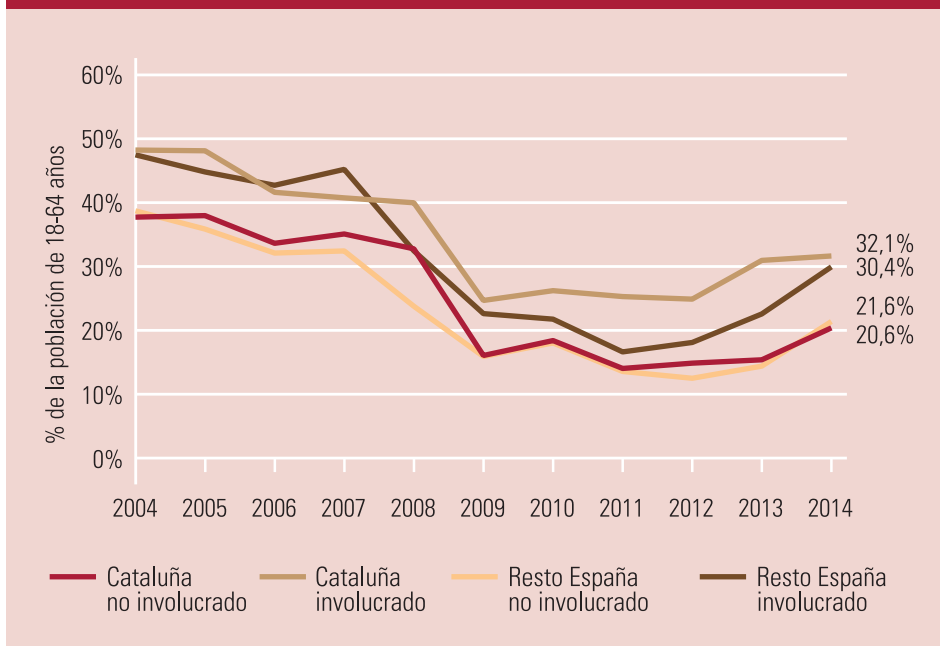


Gráfico 2.2. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



Otro de los factores relevantes para aprovechar la oportunidad en el momento en que se presenta, tanto para la creación del negocio como para su crecimiento, es la percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades necesarios para ello, vinculados al desarrollo de actividades de gestión, de mercado, de innovación o financieras. Contribuyen a reducir las barreras individuales en el momento de emprender, ya que la persona percibe que es capaz de gestionar el proyecto y reduce sus miedos a emprender.

En este sentido, si bien las actitudes y las motivaciones del emprendedor son relevantes para el crecimiento, sus conocimientos y, en concreto, su nivel de habilidades directivas, parece que todavía lo son más. Las investigaciones en diversos países ponen de manifiesto que el crecimiento de las empresas recién creadas depende en gran medida de las habilidades directivas del empresario, tanto de las que tenía antes de crear su empresa como las que haya podido adquirir a través de su experiencia en la dirección de la nueva empresa (Colombo y Grilli, 2005 y 2010).

En Cataluña, la mitad (51.9%) de la población adulta entrevistada declara tener habilidades y capacidades para emprender y desarrollar un negocio, situándose por encima de la media del RUE (40.3%) y del RE (47.4%), con un ligero aumento (2.2%) respecto al 2013 (Gráfico 2.3).

La inmensa mayoría de la clase empresarial (85%) manifiesta disponer de dichos conocimientos y habilidades, características que también se atribuye el 45% de la población no involucrada (Gráfico 2.4).

La serie presenta una tendencia estable a lo largo de los años, tanto en la población total como en la desagregada (población involucrada y no involucrada), manteniéndose superior este auto-reconocimiento de aptitudes de la población de Cataluña respecto a la del RUE en torno a diez puntos.

El sistema educativo, la capacitación laboral y otras actividades formativas han podido tener su efecto en estos resultados sobre la elevada percepción de auto-eficacia. No obstante, como señalan Batista et al (2015), la oferta formativa y la imbricación de las competencias transversales relacionadas con la iniciativa y el espíritu emprendedor en los diferentes niveles educativos aún requiere un largo recorrido para que la formación en habilidades y conocimientos emprendedores surtan el efecto deseado en la sociedad.

En esta línea, es interesante remarcar que, cuando en las distintas ediciones del proyecto GEM Cataluña se ha preguntado a los expertos por la interpretación de estos resultados (ya en 2003, primer año de participación en el GEM, sorprendió que el valor obtenido por Cataluña, 53.3%, fuera superior al del resto de países europeos participantes en el estudio), la mayoría siempre ha indicado que son percepciones sesgadas, fruto de una elevada autoestima y que no responden a la realidad.

Sorprende también que la crisis y, por tanto, las competencias directivas necesarias para hacer frente a estas nuevas y persistentes condiciones desfavorables del entorno no hayan afectado a esta percepción, sobre todo al conjunto de población no involucrada en el proceso emprendedor, manteniéndose en torno a un 45% durante los últimos diez años.

Ello puede tener efectos peligrosos para la viabilidad a largo plazo de las empresas que éstas creen, ya que suelen ser personas que, como ya consideran que poseen las aptitudes (recordemos: 85% de los involucrados y 45% de los no involucrados), son menos propensas al aprendizaje, a la formación o a complementar sus equipos para hacer frente a las carencias o debilidades del proyecto emprendedor. Precisamente varias personas *business angels* y de capital riesgo señalan como uno de los principales errores de los emprendedores el no disponer de un equipo equilibrado y, en algunos casos, sus reticencias a “profesionalizar” la gestión de la empresa.

Gráfico 2.3. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender

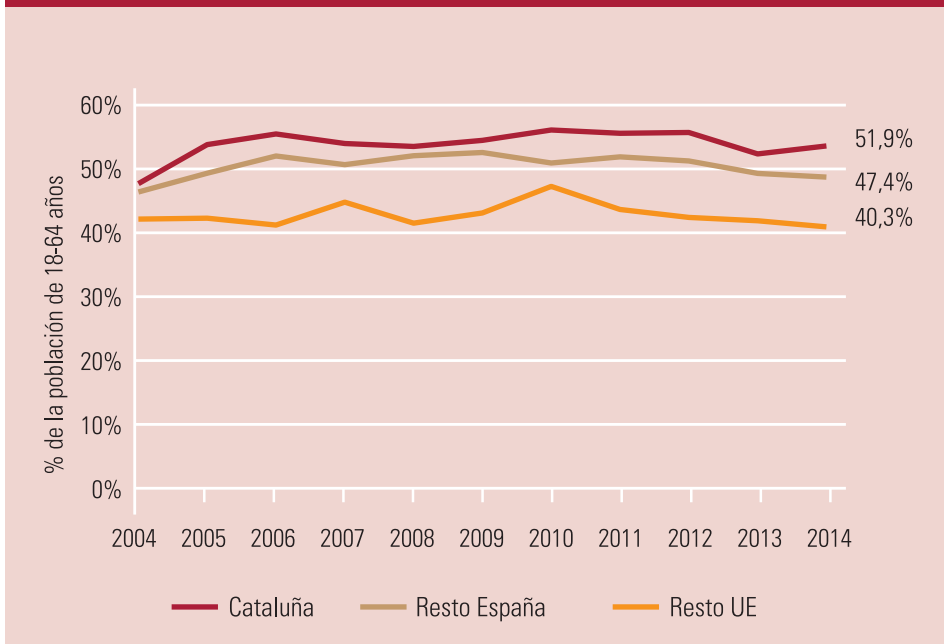
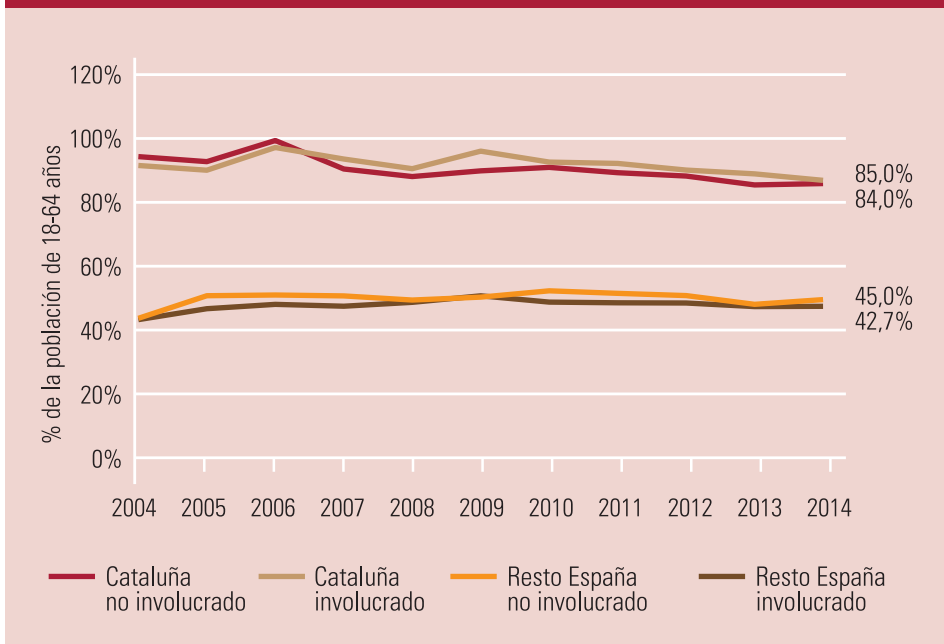


Gráfico 2.4. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



## 2.2. Percepción de la población catalana sobre factores socioculturales y su influencia en el emprendimiento

Ya se ha señalado anteriormente que la decisión de crear una empresa y, por lo tanto, la tasa de actividad emprendedora depende de diversos factores, entre los que destacan los socioculturales, a saber:

- Si conoce a empresarios y modelos de referencia.
- Si el temor al fracaso supone un freno a la creación de empresas.
- Si le gustaría que todo el mundo tuviera un nivel de vida similar (“equidad en los estándares de vida”).
- Si se considera que empezar un negocio es una opción profesional atractiva.
- Si el éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio y reconocimiento social.
- Si en los medios de comunicación aparecen, a menudo, noticias sobre negocios y/o empresarios exitosos (y éticos).

Una de las formas de adquirir conocimientos es el aprendizaje a través de lo experimentado por otros (*vicarious learning*). Por tanto, se produce un aprendizaje empresarial mediante la experiencia indirecta o el conocimiento y la observación del comportamiento de otros emprendedores. Generalmente, será más fuerte cuanto más próximos sean. El conocimiento de empresarios también es relevante desde la perspectiva de que se incrementa su capital relacional, les permite aprender y conseguir recursos en el interior de sus redes. Por tanto, la existencia en la red social de personas que hayan creado y/o gestionen su propia empresa puede influir sobre la deseabilidad y la credibilidad de la opción de convertirse en empresario. De ahí la importancia de los modelos de referencia, de las historias de éxito, del marketing de testimonio.

Este aspecto ha mejorado considerablemente este año. En el gráfico 2.5 se muestra la evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia en el período 2004-2014. Después de tocar fondo en 2009 (28.9% y diez puntos porcentuales por debajo de RUE), Cataluña se ha ido recuperando hasta superar estos dos últimos años al RUE (Cataluña 37.2%, RE 35,9% y RUE 32.6%) y mejorando en 2014 un 15,2% respecto al 2013.

Estos datos son relevantes, ya que la existencia de modelos de referencia suele ser uno de los factores que más refuerza las percepciones de las personas en lo relativo al emprendimiento. Generalmente, cuando alguien próximo al círculo social ha tenido éxito en un negocio o empresa, se percibe como más verosímil que uno también lo pueda lograr.

Nuevamente las diferencias no se detectan tanto por zonas geográficas como por su condición de involucrados y no involucrados, siendo la valoración de los primeros prácticamente el doble que la de los segundos, tanto en Cataluña (58.7% frente a 32.8%) como en el RE (55.6% frente a 32.8%) (Gráfico 2.6).

Destaca el crecimiento del 23% respecto al 2013 de la valoración de este aspecto que realizan los emprendedores de la provincia de Barcelona, señal del desarrollo de actividades y redes sociales que visualizan el fenómeno y del marketing de testimonio.

Gráfico 2.5. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia

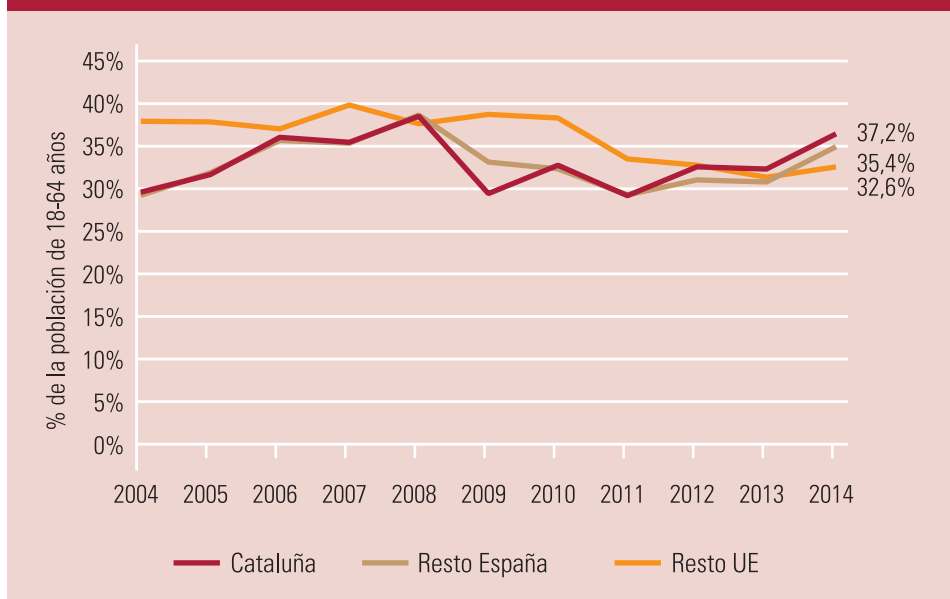
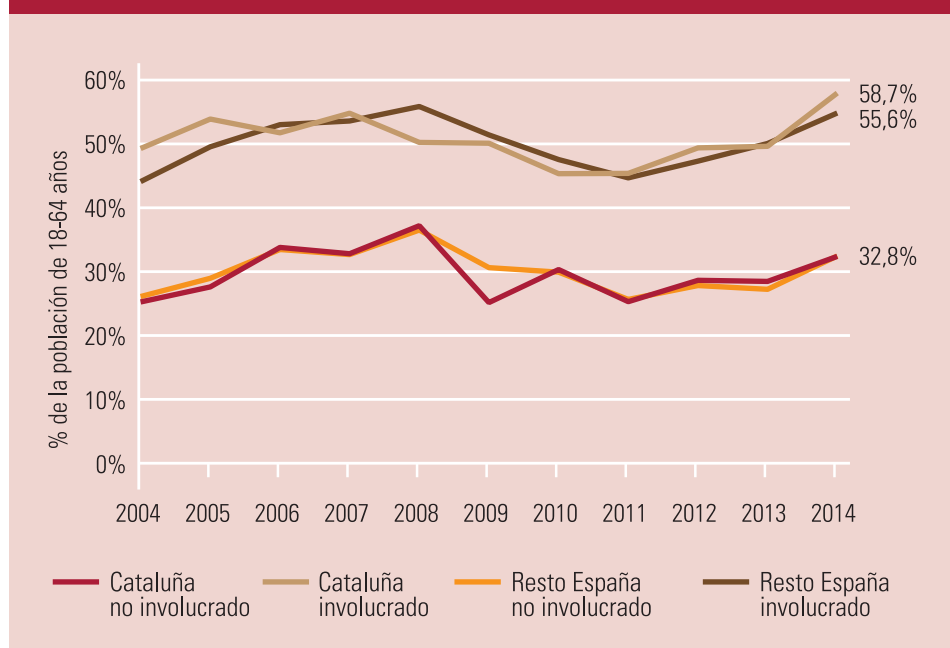


Gráfico 2.6. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



Por otro lado, el miedo al fracaso es un freno a la creación de empresas debido a la poca separación, por lo menos en muchos de los países europeos, entre riesgo personal y riesgo del negocio y que, en caso de que éste vaya mal, el emprendedor quede estigmatizado. Estigma que se encuentra más arraigado en sociedades en las que el emprendimiento no forma parte de la cultura social. Por ese motivo, suelen evitar situaciones de riesgo y prefieren seguir en una zona de “confort” conocida.

En Cataluña un 45% de los entrevistados manifiestan temor al fracaso como obstáculo para emprender. Este porcentaje es ligeramente menor que en el RE (46.8%) y en el RUE (46.4%). Por segundo año consecutivo el temor al fracaso es menor en Cataluña que en el resto de Europa, cuando en los años previos a la crisis era algo más de diez puntos porcentuales superior.

Destaca la convergencia de las tres medias, especialmente por el crecimiento del RUE durante los últimos años (del 35.5% en 2007 al 46.4% en 2014), y que en el RE siempre ha estado más presente que en los otros territorios analizados (Gráfico 2.7).

Señalar que son las personas que no están involucradas las que tienen más temor a ser estigmatizadas por el fracaso de un posible negocio. De nuevo, las mayores diferencias se detectan entre los involucrados (29.9%) y quienes no lo están (48.1%), incrementándose dicho temor en los primeros desde 2004, cuyo valor era de 18.1% (Gráfico 2.8).

Vuelven a ser los emprendedores involucrados de la provincia de Barcelona los que muestran una mayor disminución respecto al 2013 del miedo al fracaso, un 9% frente al 7% en los de Cataluña.

La percepció sobre la necessitat d'equitat en els estàndards de distribució de la renda o nivell de vida en la societat també condiciona la intenció d'emprendre.



Gráfico 2.7. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender

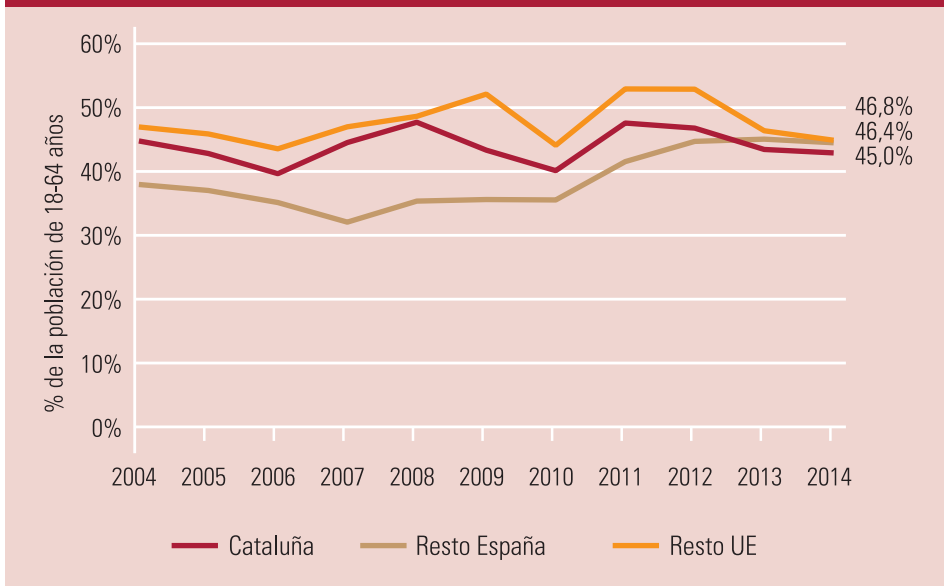
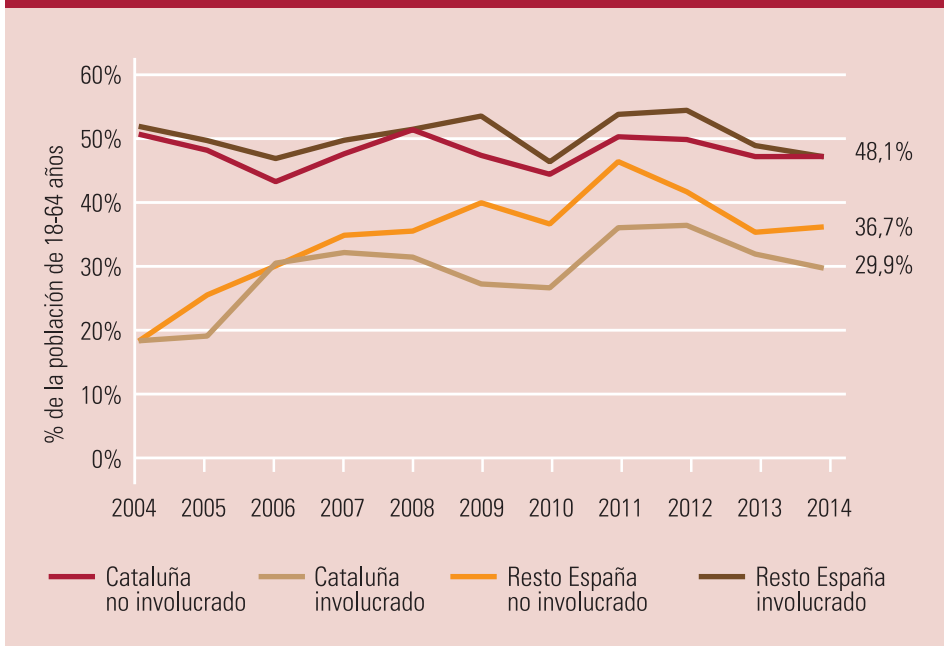


Gráfico 2.8. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



La percepción sobre la necesidad de equidad en los estándares de distribución de la renta o nivel de vida en la sociedad también condiciona la intención de emprender.

A menudo, en vez de presentar el indicador anterior, se utiliza su complementario (100 menos el % de los que prefieren igualdad de los estándares de vida) como indicativo del espíritu competitivo de la población.

El proyecto GEM asume que la competitividad suele ser un rasgo que se considera deseable en un emprendedor y que las personas más competitivas manifiestan su preferencia porque su nivel de vida dependa de su desempeño.

Las reformas en el mercado de trabajo, para rebajar los costes salariales y los costes del postrabajo (pensiones, prestaciones por desempleo e indemnizaciones por despido), y su impacto en la renta de las familias ha provocado que España sufra uno de los mayores incrementos de la desigualdad de la OCDE (2014). La dramática disminución del ingreso disponible refleja igualmente la disparidad de la protección de los parados, cuando la tasa de desempleo española es 2.5 veces superior a la media de la UE y con un fuerte aumento del paro de larga duración y del riesgo para las familias de encontrarse en situación de pobreza.

Esta situación ha provocado que en Cataluña, de forma similar a España, se desee cada vez más una equidad en los estándares de vida, como denota que este indicador haya aumentado trece puntos porcentuales desde el año 2009 (59.9%) al 2014 (73%), manteniéndose desde el 2010 con valores ligeramente superiores al 70% y diez puntos porcentuales por encima del RUE (Gráfico 2.9). En este sentido y de acuerdo con lo que decíamos en los párrafos anteriores debemos concluir que ha aumentado significativamente el deseo de equidad de la población.

Es interesante señalar que esta percepción es mucho más estable en las personas no involucradas en iniciativas emprendedoras que en las que sí lo están, convergiendo todas ellas estos cuatro últimos años, en los que se han notado más los efectos de la crisis, en valores similares, tanto en Cataluña como en el resto de España entre valores que van del 71 al 73.5% (Gráfico 2.10).

Gráfico 2.9. Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida

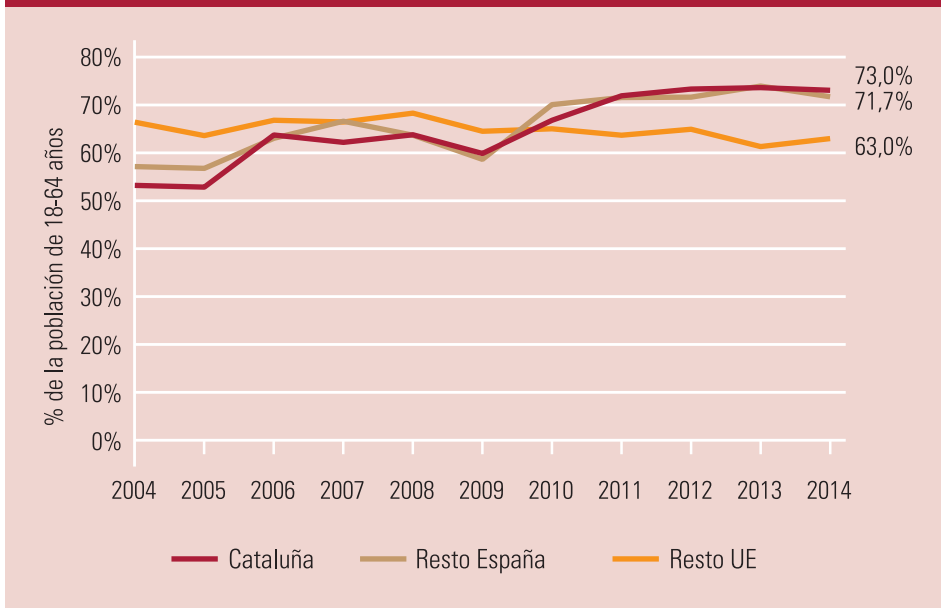
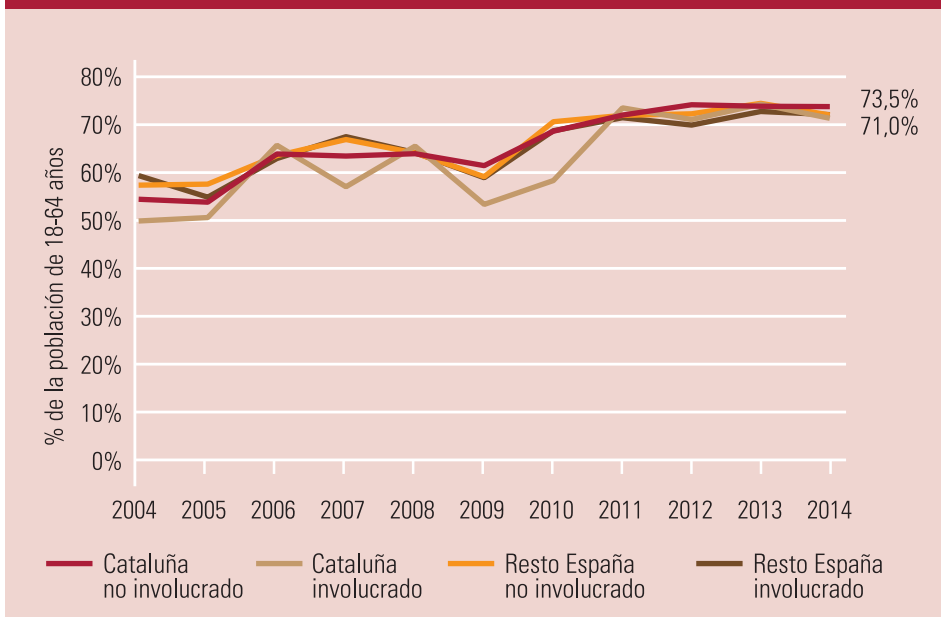


Gráfico 2.10. Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



La percepción de que iniciar un negocio o ser emprendedor es una buena opción profesional pierde fuerza. En Cataluña estos dos últimos años se han obtenido las puntuaciones más bajas de la última década (59.3% en 2014), aunque continúan superiores al RE (52.9%) y RUE (54.5%), siendo igual la opinión de los involucrados y la de los no involucrados (Gráficos 2.11 y 2.12).

Estos resultados podrían poner de manifiesto que emprender tiende a ser menos atractivo y valorado como una buena opción profesional, quizás, entre otras explicaciones, porque el entorno actual hace más difícil y arriesgado emprender, así como el menor prestigio social y económico que se atribuye a dicha acción, al que haremos referencia a más adelante.

Algunos de los expertos consultados sobre la evolución de este indicador han señalado que, después de los máximos alcanzados en 2011 y 2012 y del elevado porcentaje de autoempleo por necesidad (ver gráfico 3.30), la duración de la crisis y las dificultades que están teniendo los empresarios han puesto de manifiesto que desarrollar una iniciativa emprendedora es tarea compleja y no una opción profesional fácil, reputándose menos atractiva que anteriormente.

Gráfico 2.11. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional

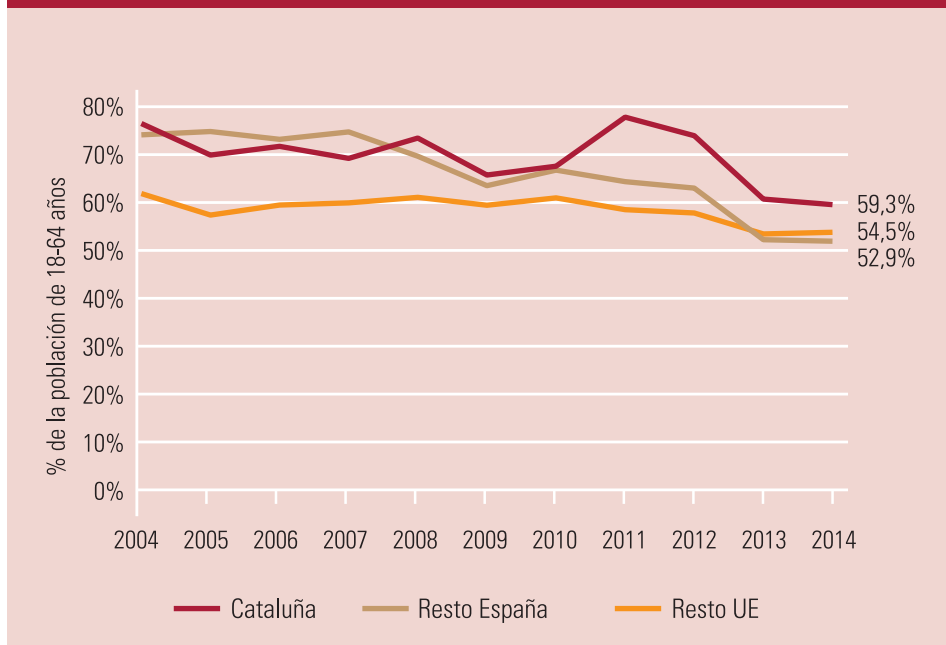
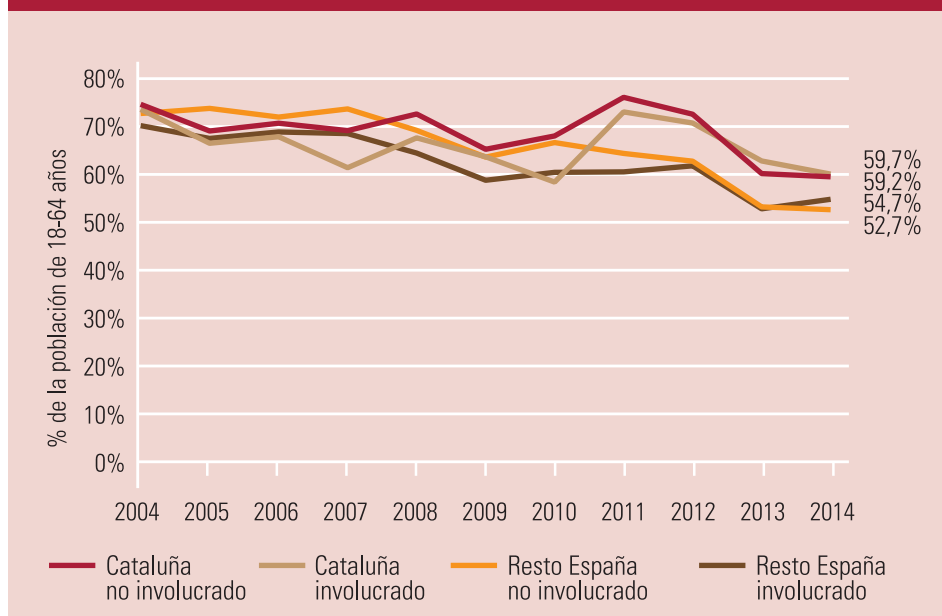


Gráfico 2.12. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



La percepción de la imagen del emprendedor en la sociedad suele ser un factor relevante en el momento de configurar las intenciones de todo emprendedor potencial. El proyecto GEM no recoge la percepción de dicha imagen, pero sí la opinión de si el éxito de un nuevo negocio puede estar asociado a un alto nivel de estatus social y económico para el emprendedor. Precisamente, el prestigio y el reconocimiento social vinculado a la iniciativa emprendedora suele actuar también como un relevante factor de motivación, influyendo también sobre el coste de oportunidad de convertirse en empresario.

La opinión de que emprender brinda estatus social y económico en Cataluña y resto de España siempre ha estado en torno a diez puntos por debajo de Europa, ensanchándose esta diferencia estos tres últimos años hasta más de veinte puntos en el caso de Cataluña (49.5% frente al 70.1% del RUE), a pesar de que este año ha mejorado casi un 3%. Similares puntuaciones obtiene el RE, 48.9%, con un descenso respecto al año anterior del 8% (Gráfico 2.13).

La proliferación de noticias negativas, especialmente de corrupción, que se asocian bastante indiscriminadamente a directivos, empresarios y políticos, puede ser una de las causas de este continuo retroceso. Por otra parte, la profundidad y duración de la crisis ha determinado que muchas empresas se hayan visto abocadas al concurso de acreedores, terminando la mayoría en proceso de liquidación, con el desprestigio que esto supone. Aunque el número de concursos de acreedores que se presentaron en España en 2014 fue un 22% menor que en 2013, se venía de alcanzar dicho año el máximo histórico. Cataluña, al igual que en 2013, sigue siendo la autonomía donde más empresas se declararon en concurso el año pasado.

Gráfico 2.13. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico

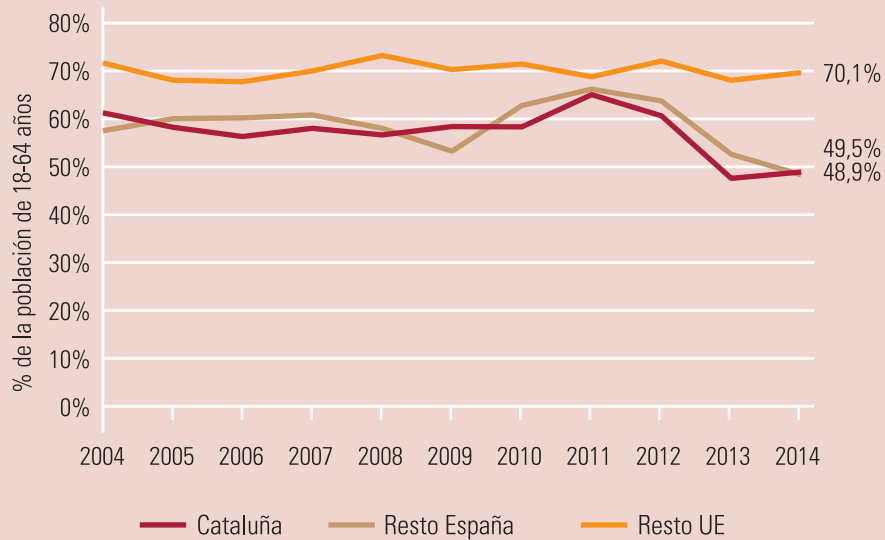
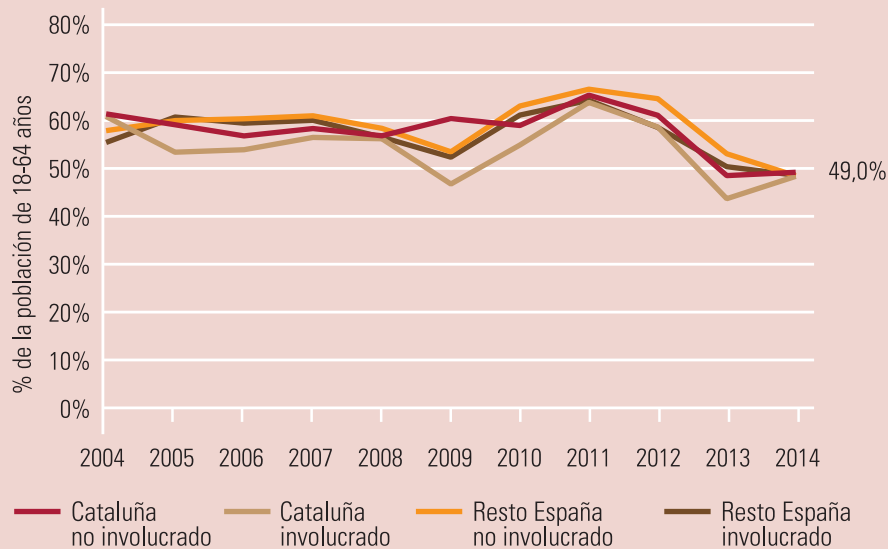


Gráfico 2.14. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



Los medios de comunicación desempeñan un papel muy relevante como mecanismo de difusión de la actividad emprendedora, especialmente si aparecen noticias sobre negocios y/o empresarios exitosos (y éticos). En contraposición a lo expuesto en puntos anteriores, en 2014 el 54,9% de la población catalana encuestada percibe que, a menudo, se publican noticias sobre el éxito de nuevas empresas en los medios de comunicación, calificación superior a la del RE (44,7%) y RUE (49,7%), hecho que sucede por tercer año consecutivo (Gráfico 2.15).

Lo más relevante es el fuerte cambio de tendencia en Cataluña en los últimos cuatro años, que ha pasado del 34.1% en 2010 hasta el citado 54.9% de 2014. La labor de algunos programas de medios de comunicación de emitir también noticias positivas de emprendedores, las de emprendedores vinculados a acontecimientos de gran repercusión como el *Mobile World Congress*, entre otros, pueden haber provocado esta mejoría. Fruto de la sensibilización y formación que se realiza en diferentes ámbitos sobre emprendimiento (incluyendo también el social y el que adopta la forma de cooperativa), la población detecta más que antes dichas noticias en los medios de comunicación.

En todos los territorios, las personas involucradas perciben en un porcentaje algo superior las noticias positivas que los que no lo están. En la línea que se apuntaba en el párrafo anterior, las detectan más, son más sensibles y no les pasan desapercibidas (Gráfico 2.16).

En el marco de la metodología GEM se ha diseñado un índice que permite conocer el impacto de la cultura de apoyo al emprendimiento en cada territorio y que se calcula a partir de los indicadores que han sido analizados anteriormente. Este índice es fruto de la combinación de los resultados de tres variables: si emprender es una buena opción profesional; si brinda estatus social y económico; y sobre su difusión en los medios de comunicación. El índice contempla cuatro categorías: "Nulo" = % de la población que no respondió afirmativamente a ninguna de las tres preguntas; "Bajo" = % de la población que respondió afirmativamente a una de las tres preguntas; "Medio" = % de la población que respondió afirmativamente a dos de las tres preguntas; "Alto" = % de la población que respondió afirmativamente a las tres preguntas.

Este indicador identifica una ligera mejoría en Cataluña respecto al 2013 (Gráfico 2.17), destacando la disminución del apoyo nulo en un 15%. Los valores para la demarcación de Barcelona son similares a los de Cataluña: nulo, 13,8%; bajo, 31,0%; medio, 35,4%; y alto, 19,8%.

En el gráfico 2.18, para facilitar la comparación, se han unido el apoyo nulo con el bajo y el apoyo medio con el alto. En Cataluña, respecto a 2013, ambos índices han mejorado. Éste último un 2% (frente a un empeoramiento del 6% en RE) y el primero disminuyendo un 3% (frente a un incremento del 6% en RE).

Gráfico 2.15. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación

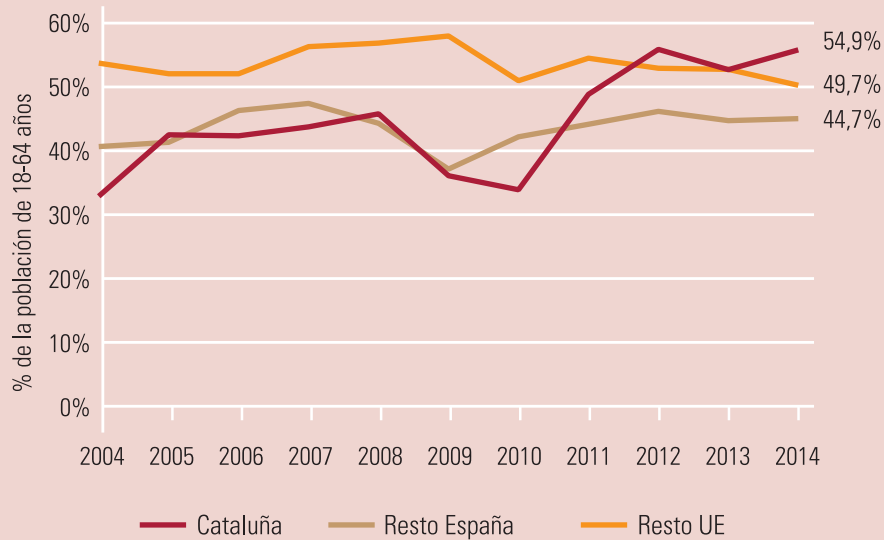


Gráfico 2.16. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora

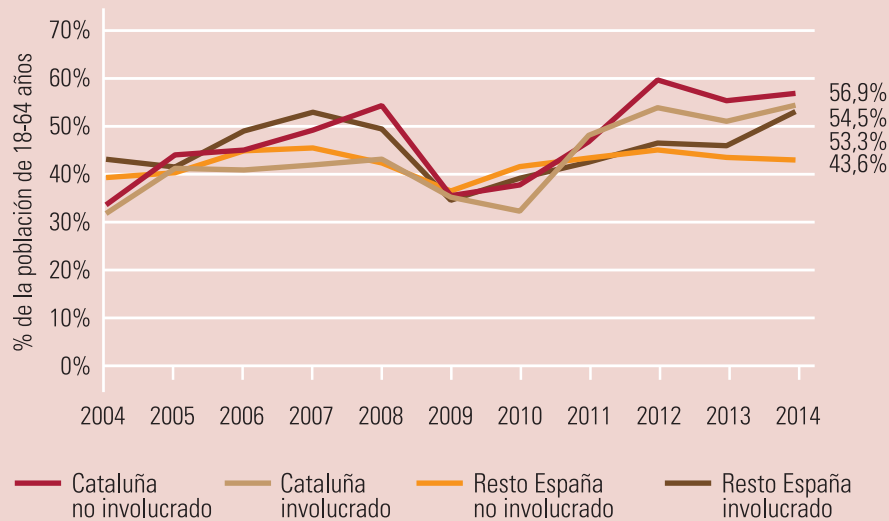




Gráfico 2.17. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

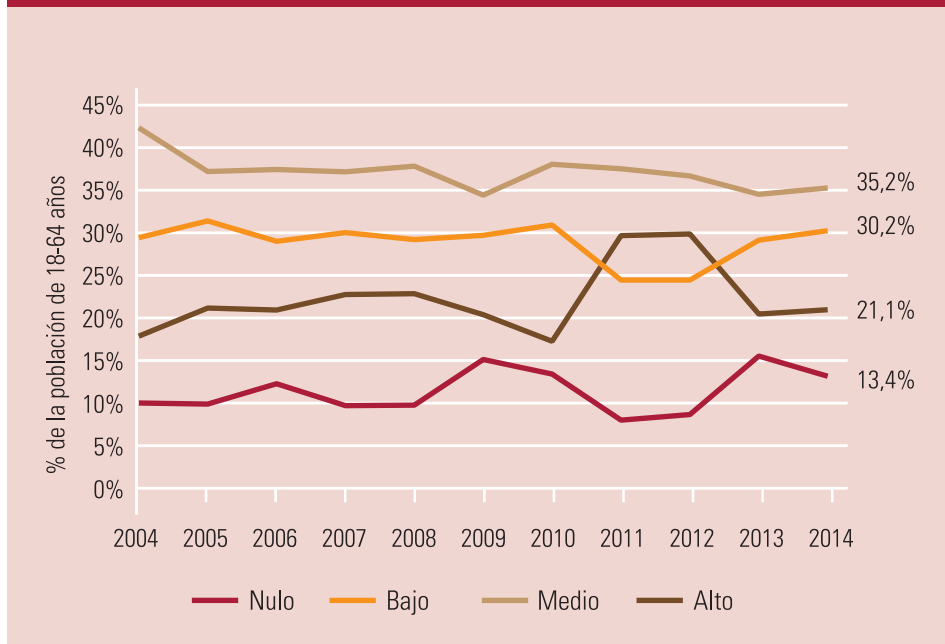
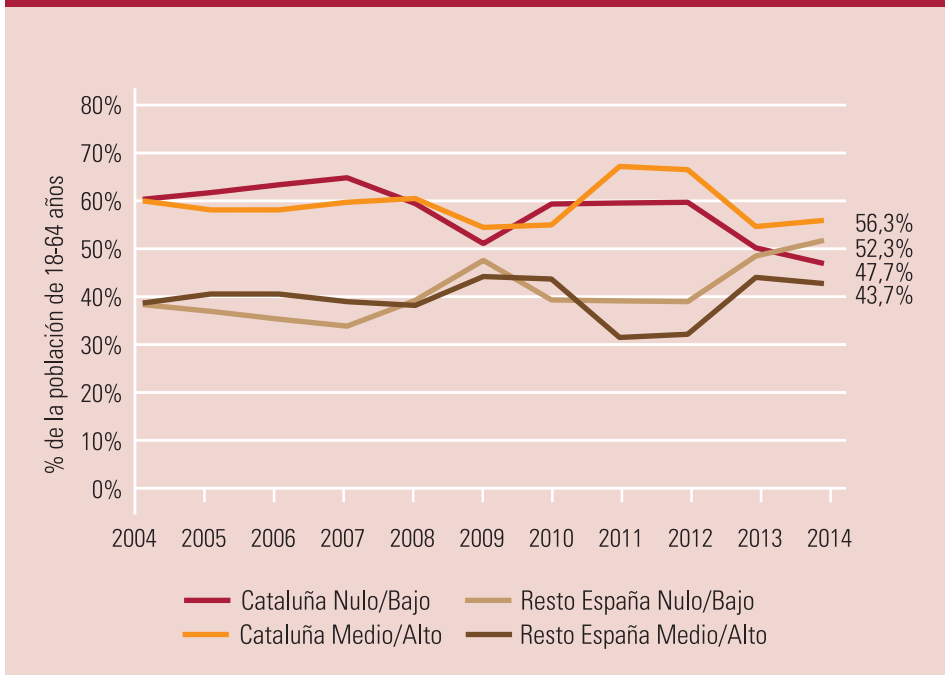


Gráfico 2.18. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cataluña y resto de España



### **2.3. Benchmarking internacional y por Comunidades Autónomas sobre los valores, percepciones y aptitudes para emprender**

Tal y como se ha señalado anteriormente, uno de los puntos fuertes de este proyecto es que permite la comparación entre distintos territorios. A pesar de que en los apartados anteriores ya hemos introducido los resultados del resto de España y del resto de países de la UE para tener una mejor perspectiva a la hora de interpretar los datos de Cataluña, a continuación se presenta el posicionamiento de Cataluña respecto a la media de las distintas economías y luego se comparan los datos de la actividad emprendedora con la de aquellos países que pertenecen a economías avanzadas (Tabla 2.1 y Gráficos 2.22 y 2.23).

El gráfico 2.19 resume las percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto a España y al resto de países de la UE, ya comentados detalladamente en los dos apartados anteriores:

- Cataluña es un país en el que, después de tocar fondo en 2011, hay una recuperación sostenida durante los últimos tres años de la percepción de oportunidades.
- Con una percepción alta respecto a sus competencias para emprender.
- Y con unos condicionamientos socioculturales en los que, a pesar de que emprender se considera una buena opción profesional, de la existencia de modelos de referencia y de que en los medios de comunicación aparecen historias de éxito empresarial, todavía no se considera que emprender genere buen estatus social y económico. Este es uno de los ámbitos donde debemos centrar nuestra atención para hacer posible materializar una de nuestras mayores oportunidades de mejora.

No se observan diferencias significativas entre las percepciones de las personas de Barcelona y las del resto de Cataluña (Gráfico 2.20), sólo que en estas últimas hay un porcentaje mayor de modelos de referencia.

El gráfico 2.21 presenta el resumen de resultados de las mismas variables según que la persona esté involucrada o no en cualquier fase del proceso emprendedor, que coinciden con los del 2013. De los resultados, que básicamente coinciden con los del 2013, cabe destacar que los individuos que están efectivamente involucrados en comparación con el resto de la población:

- Poseen una mayor confianza en sus habilidades para emprender.
- Conocen a otros emprendedores en mayores proporciones.
- Perciben más la existencia de oportunidades en el entorno.
- Tienen menor miedo al fracaso.

Gráfico 2.19. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto al resto de España y al resto de países GEM de la UE impulsados por la innovación

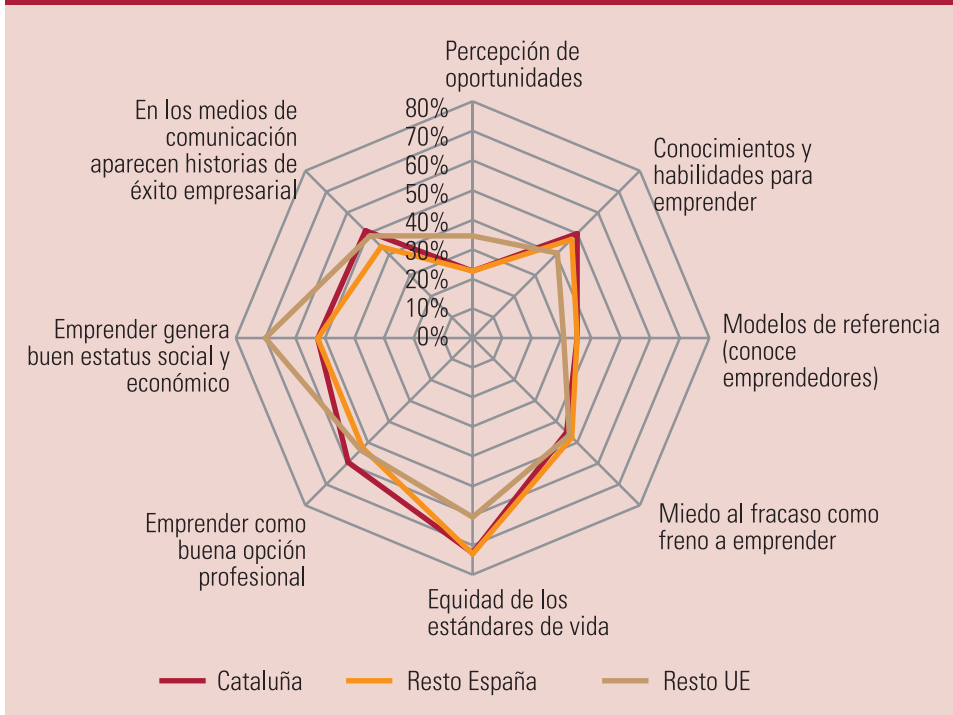


Gráfico 2.20. Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña

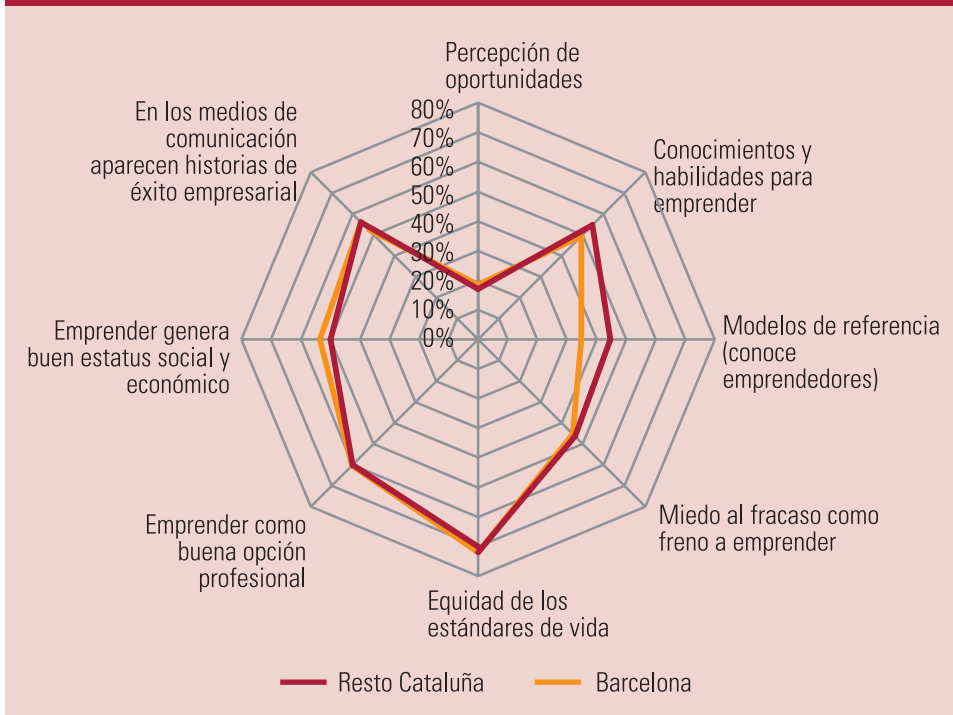


Gráfico 2.21. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes según que estén involucrados o no en cualquier fase del proceso emprendedor

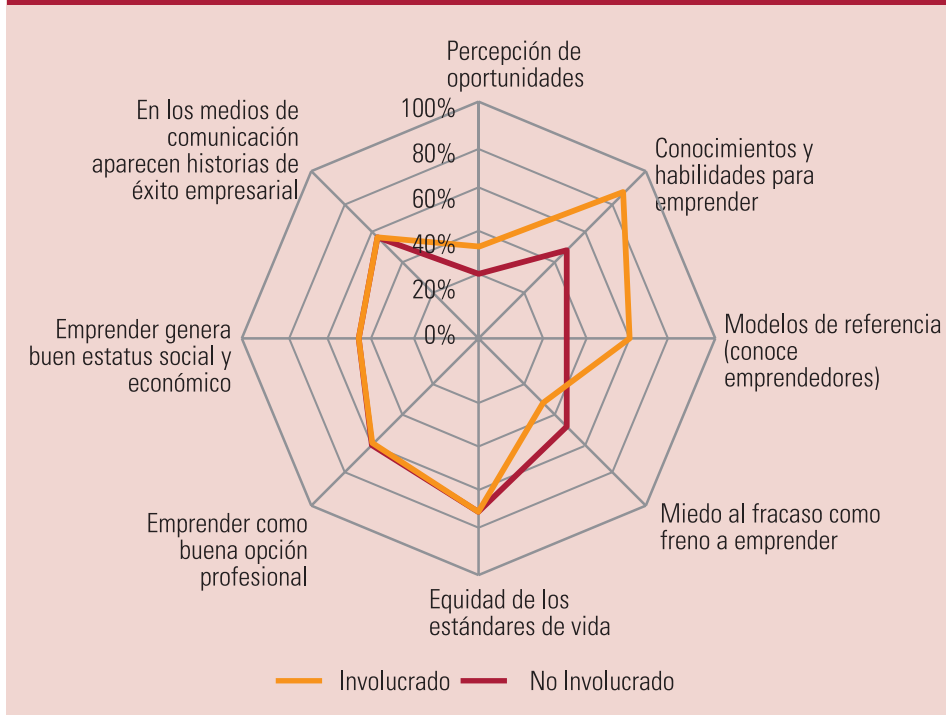


Tabla 2.1. Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en el 2014 por tipo de economía

		Percepciones de la población adulta sobre sus valores y aptitudes para emprender		Percepciones de la población adulta sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento					
		Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia	Equidad en los estándares de vida en la sociedad	Emprender como buena opción profesional	Emprender brinda estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
Economías basadas en los factores producción	<b>Media</b>	<b>54,6</b>	<b>64,7</b>	<b>32,3</b>	<b>49,6</b>	<b>58,3</b>	<b>67,8</b>	<b>76,1</b>	<b>72,3</b>
	Angola	69,8	61,7	37,5	72,9	70,6	75,1	81,7	71,7
	Bolivia	57,7	73,1	38,8	48,1	66,6	70,3	77,0	76,5
	Botsuana	57,2	67,1	19,8	45,4	50,7	69,9	78,1	74,6
	Burkina Faso	63,6	65,9	21,0	63,3	-	-	-	-
	Camerún	69,3	73,8	25,7	58,6	-	-	-	-
	Filipinas	45,9	66,2	40,0	33,3	62,3	81,8	78,1	84,7
	India	38,9	36,7	35,7	23,1	62,2	57,9	66,2	56,6
	Irán	27,7	59,5	35,2	35,2	42,4	52,3	75,6	55,1
	Uganda	76,9	84,9	12,9	67,9	-	-	-	-
Vietnam	39,4	58,2	56,1	48,6	53,5	67,2	75,9	86,8	
Economías basadas en la eficiencia	<b>Media</b>	<b>41,4</b>	<b>54,0</b>	<b>35,6</b>	<b>39,1</b>	<b>63,1</b>	<b>68,4</b>	<b>66,1</b>	<b>64,8</b>
	Argentina	31,9	57,8	32,1	29,7	59,9	57,8	52,2	63,6
	Barbados	38,2	63,5	25,6	45,5	53,0	57,6	58,5	46,3
	Bosnia Herzegovina	19,6	47,3	37,5	28,6	86,9	78,2	69,9	39,9
	Brasil	55,5	50,0	39,1	37,7	-	-	-	-
	Chile	67,0	64,9	31,1	48,3	-	69,4	64,4	65,2
	China	31,9	33,0	32,2	56,0	48,7	65,7	72,9	69,3
	Colombia	65,7	57,4	34,3	26,8	60,0	70,5	67,1	74,4
	Costa Rica	39,0	59,4	38,8	41,4	61,7	61,3	59,0	79,7
	Croacia	18,4	45,9	44,5	25,1	75,8	63,3	46,6	40,4
	Ecuador	62,0	72,8	36,2	37,9	71,7	66,4	67,1	82,9
	El Salvador	44,7	70,8	44,3	41,5	51,2	82,6	59,5	59,6
	Georgia	36,6	37,5	33,9	21,0	42,7	66,0	75,9	58,5
	Guatemala	45,4	64,2	37,1	26,8	67,0	95,3	76,9	60,6
	Hungría	23,4	40,9	48,1	28,7	66,2	47,4	72,4	33,5
	Indonesia	45,5	60,2	42,3	68,1	65,2	72,9	78,0	84,8
	Jamaica	57,1	81,2	27,2	44,0	54,8	83,5	84,1	83,9
	Kazakstán	26,5	52,5	32,6	63,1	71,3	78,6	74,4	83,0
	Lituania	31,7	33,4	49,2	32,4	71,3	68,8	58,3	55,1
	Malasia	43,4	38,4	30,8	44,6	37,2	50,4	50,0	69,9
México	48,9	53,5	30,3	47,7	48,4	53,2	50,8	45,5	
Panamá	43,3	54,4	12,4	39,5	-	-	-	-	
Perú	62,3	69,4	27,9	52,6	56,5	82,4	81,4	83,6	
Polonia	31,4	54,3	58,5	39,0	71,3	63,3	56,5	54,5	
Rumania	32,4	48,4	47,9	28,6	68,6	73,6	75,2	71,3	
Rusia	26,5	27,8	40,9	41,4	67,8	67,1	65,9	50,4	
Sudáfrica	37,0	37,7	25,5	29,0	62,7	69,6	72,9	72,6	
Surinam	41,0	77,4	14,4	40,3	70,2	66,8	67,2	80,7	
Tailandia	47,4	50,1	46,5	36,4	83,0	73,6	71,1	80,3	
Uruguay	45,6	63,1	30,8	32,4	67,7	62,1	56,7	60,8	
Economías basadas en la innovación	<b>Media</b>	<b>38,9</b>	<b>42,0</b>	<b>42,1</b>	<b>31,6</b>	<b>62,5</b>	<b>55,1</b>	<b>68,2</b>	<b>60,3</b>
	Alemania	37,6	36,4	46,4	24,0	63,3	51,7	79,1	51,4
	Australia	45,7	46,8	44,5	27,7	79,2	53,4	67,1	72,6
	Austria	44,4	48,7	43,6	35,3	-	-	-	-
	Bélgica	35,9	30,4	49,8	19,5	55,8	52,4	51,7	50,8
	Canadá	55,5	49,0	39,3	30,9	68,1	57,3	69,7	67,7
	<b>Cataluña</b>	<b>22,6</b>	<b>51,9</b>	<b>45,0</b>	<b>37,2</b>	<b>73,0</b>	<b>59,3</b>	<b>49,5</b>	<b>54,9</b>
	Dinamarca	59,7	34,9	41,3	32,2	-	-	-	-
	Eslovaquia	23,5	54,4	46,1	42,6	68,4	45,4	58,1	52,6
	Eslovenia	17,3	48,6	38,7	40,5	82,0	53,4	72,3	57,6
	<b>España</b>	<b>22,6</b>	<b>48,1</b>	<b>46,5</b>	<b>35,7</b>	<b>71,9</b>	<b>53,9</b>	<b>49,0</b>	<b>46,3</b>
	Estados Unidos	50,9	53,3	32,8	28,8	49,2	64,7	76,9	75,8
	Estonia	49,4	42,5	49,7	42,0	57,7	55,6	64,9	43,3
	Finlandia	42,4	34,9	42,1	43,1	68,6	41,2	84,4	66,9
	Francia	28,3	35,4	42,8	35,9	52,7	59,1	70,4	39,0
	Grecia	19,9	45,5	70,6	25,9	56,4	58,4	66,4	45,8
	Holanda	45,6	44,3	38,7	33,5	61,4	79,1	67,8	55,7
	Irlanda	33,4	47,2	42,5	35,8	74,6	49,4	76,9	75,7
	Italia	26,6	31,3	57,1	24,2	70,3	65,1	72,1	48,3
	Japón	7,3	12,2	44,4	15,6	41,7	31,0	55,8	58,7
	Luxemburgo	42,5	37,6	50,7	34,6	44,3	40,7	68,2	43,5
	Noruega	63,5	30,5	33,1	32,2	-	58,2	83,5	-
	Portugal	22,9	46,6	47,9	28,6	76,0	62,2	62,9	69,8
	Puerto Rico	25,1	48,8	32,6	20,3	51,3	18,5	51,1	72,7
	Qatar	63,4	60,9	26,6	34,8	65,9	75,8	87,1	76,8
	Reino Unido	41,0	46,4	37,7	31,0	-	60,3	75,0	58,4
	Singapur	16,7	21,4	38,6	18,5	63,8	51,7	62,9	79,1
Suecia	70,1	36,7	40,7	37,5	57,9	51,6	70,9	60,3	
Suiza	43,7	41,6	34,0	28,6	52,3	42,3	65,8	50,4	
Taiwán	33,5	29,0	40,0	36,0	-	75,2	62,6	83,5	
Trinidad y Tobago	58,6	-	22,2	41,9	68,1	79,5	69,5	65,6	

Gráfico 2.22. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de la percepción de oportunidades y auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en el 2014

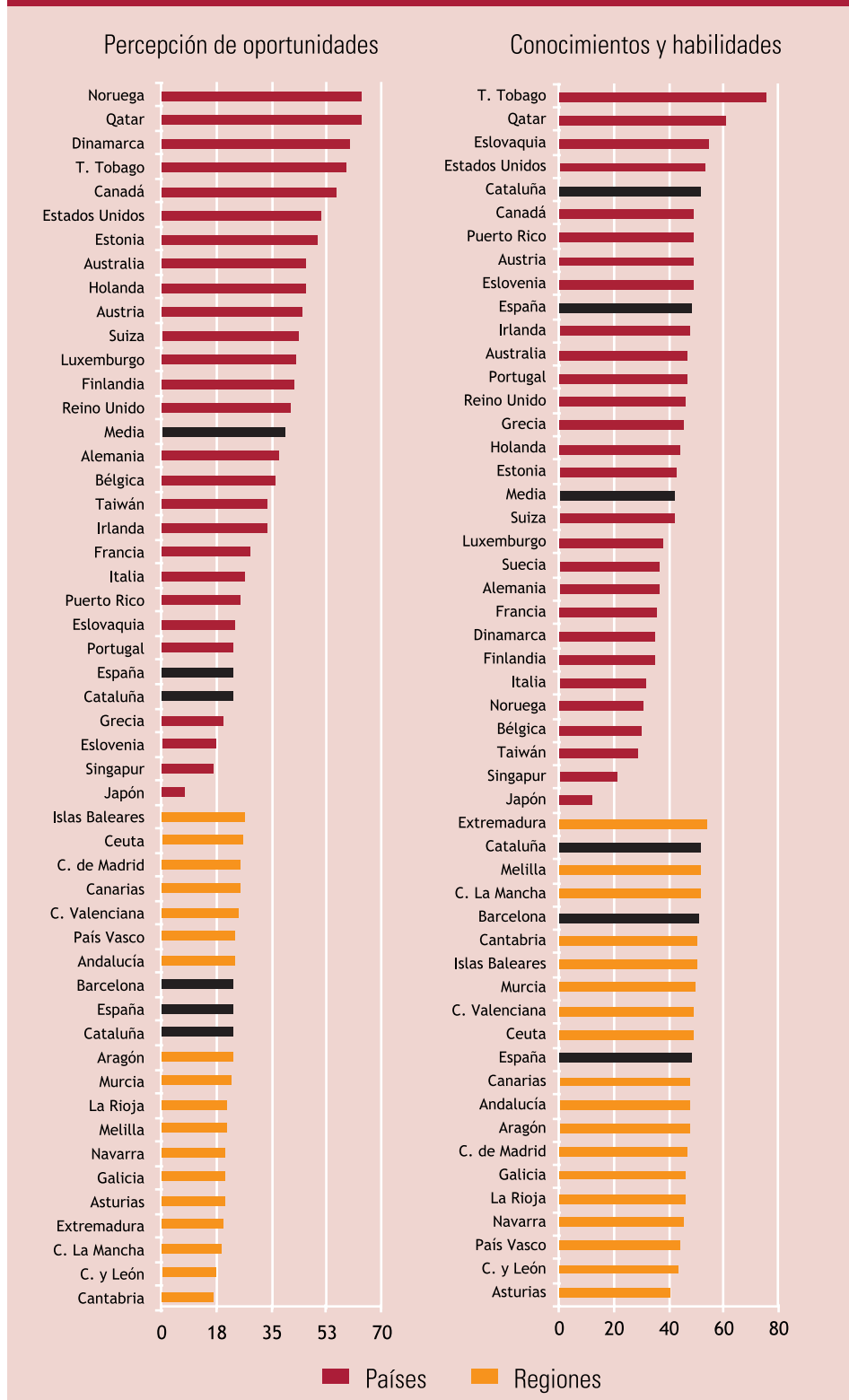
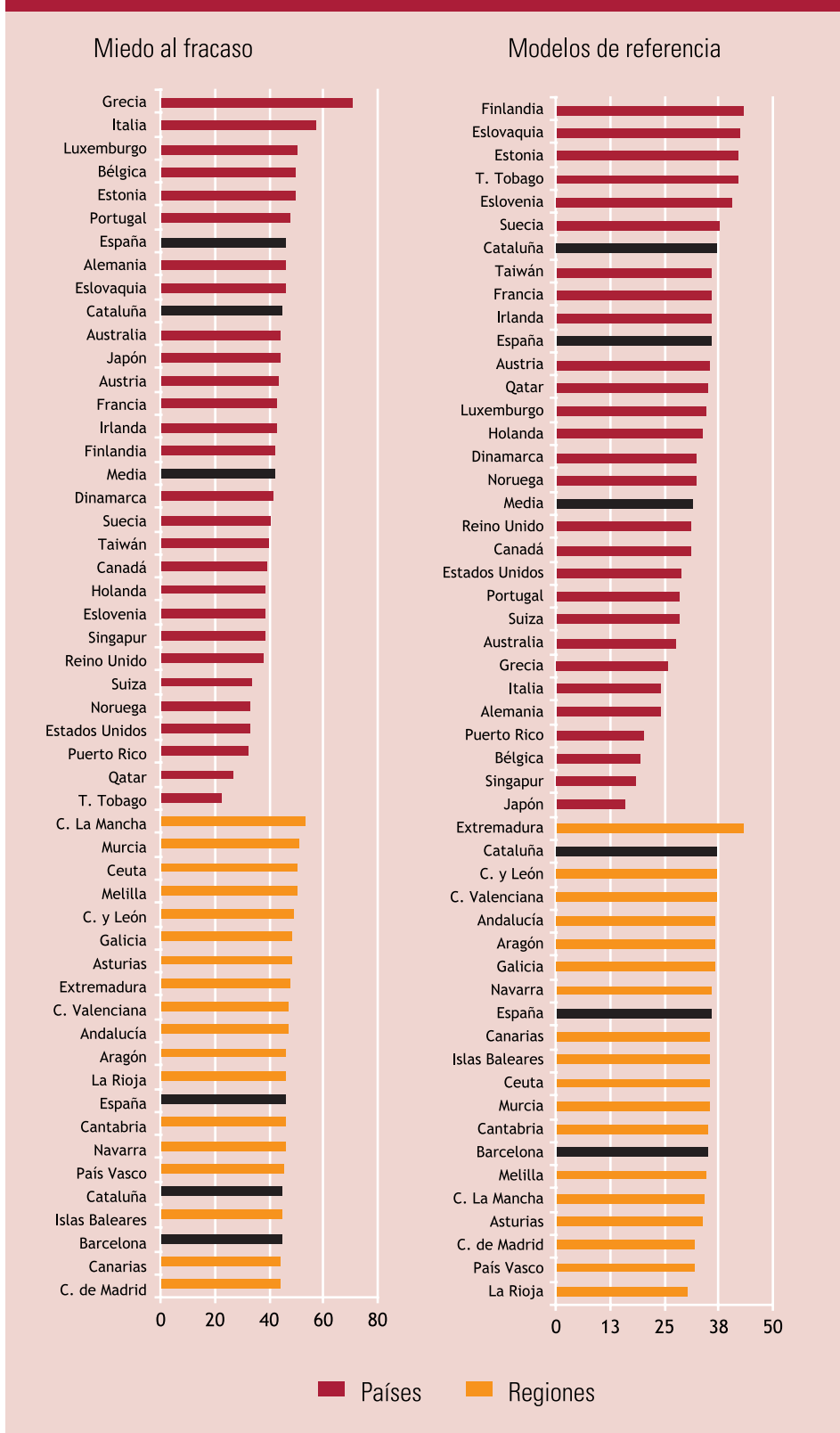


Gráfico 2.23. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia en el 2014



### 3. Actividad emprendedora y sus características

#### 3.1. Indicadores del procés emprendedor

Dada la amplitud del concepto de iniciativa emprendedora y de las dificultades que entraña su medición, el proyecto GEM desagrega el proceso emprendedor en distintas fases: desde la intención de emprender en el futuro próximo hasta la puesta en marcha de un negocio, la gestión de uno ya consolidado o, incluso, el abandono reciente de una actividad empresarial.

No obstante, como se verá a continuación al definir el principal indicador del proyecto (la TEA), GEM aboga por identificar la iniciativa empresarial con las primeras etapas del negocio, puesto que acostumbra a ser en éstas sobre las que suelen centrar la atención las medidas de políticas de estímulo a la creación y desarrollo de las empresas, las cuales acostumbran a enfatizar todo aquello que se refiere al fomento de la capacidad de generar empresas.

La conceptualización del proyecto GEM basada en múltiples etapas facilita el análisis de la actividad emprendedora de una economía a través de distintos indicadores dentro del proceso emprendedor:

- El primer indicador lo constituye el porcentaje de emprendedores potenciales o personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han declarado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos 3 años.
- El segundo corresponde al porcentaje de emprendedores nacientes (*start up*) o personas adultas implicadas en la puesta en marcha de una empresa durante los últimos 12 meses, en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo, y que han tenido hasta tres meses de actividad efectiva, entendiendo por actividad el pago de salarios, honorarios, beneficios o retribución en especie.
- El tercero es el porcentaje de emprendedores nuevos (*baby business*) o personas adultas que poseen un negocio (del que poseen al menos una parte del capital) y que han pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses.
- El cuarto es la tasa de actividad emprendedora total (TEA: *Total Entrepreneurial Activity*) en fase inicial, que constituye el principal indicador elaborado por el proyecto GEM y corresponde a la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.
- El quinto es el porcentaje de empresarios consolidados o personas adul-



tas que poseen un negocio que ya se ha afianzado en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses.

– Finalmente, el proyecto GEM también ofrece un indicador de abandono de la actividad empresarial medido como el porcentaje de personas adultas que han cerrado o abandonado un negocio en los últimos 12 meses.

Los gráficos 3.1 y 3.2 presentan los indicadores de las diferentes etapas del proceso emprendedor en Cataluña en 2014 según el proyecto GEM.

El índice TEA revela que en 2014 el 7.54% de la población adulta catalana de 18 a 64 años estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial, con una considerable mejoría del 14% respecto al 2013, que se explica por el gran crecimiento de los emprendedores nuevos (32%).

Como viene siendo habitual, más de la mitad de este colectivo corresponde a emprendedores nacientes que están intentando poner en marcha un negocio (4.37% de la población adulta), mientras que el resto (3.17% de la población adulta) son emprendedores nuevos que buscan hacerse un hueco en el mercado y consolidar la empresa. Esto supone que por cada emprendedor naciente había 0.73 emprendedores nuevos. Siendo en Cataluña el peso de estos últimos (emprendedores con mayor recorrido realizado, con una actividad entre 4 y 42 meses) mayor que en España, donde esta ratio es de 0.64.

Por otro lado, uno de los criterios básicos para detectar tanto la aceptación social de la actividad emprendedora como para tener una idea aproximada del potencial empresarial de una sociedad es la medición de la intención emprendedora. En este sentido, el Proyecto GEM calcula la proporción de la población adulta que declara tener intenciones de emprender dentro de los próximos tres años. La tasa de emprendedores potenciales en 2014 ha sido del 9.7%, que ha supuesto una reducción del 11% respecto al año anterior.

No obstante, para valorar adecuadamente la cifra anterior, se tiene que tener presente que en los años previos a la crisis ésta se movía entre un 4 y un 8%. El crecimiento espectacular hasta llegar a cifras del 14% en 2012 puede tener explicaciones relacionadas con la motivación por necesidad de crear un negocio como forma de autoempleo. Seguramente lo deseable es tener un valor similar al del RUE, que en la última década se ha movido en el intervalo 9-12%, mientras que Cataluña lo ha hecho en uno de mayor rango, 4-14%.

Los emprendedores consolidados (iniciativas empresariales de más de 3,5 años) representan el 9.7% de la población adulta de Cataluña, disminuyendo ligeramente (-4%) respecto al año anterior.

La suma de las tasas de emprendedores potenciales, en fase inicial y consolidados representan la tasa de población adulta de Cataluña involucrada en el proceso empresarial (26.9%), similar a la del 2013 (27.7%).

La tasa de población adulta involucrada en el proceso empresarial activo (Gráfico 3.8), suma de los emprendedores en fase inicial más los consolidados, se ha incrementado ligeramente hasta el 17,21% (16.71% en 2013).

Otro dato positivo es que las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial sumaron el 1.48% de la población adulta, que representó una reducción del 15% respecto al 2013. Como el observatorio GEM distingue entre el abandono por venta o traspaso del que lo es por cierre efectivo de la actividad, más interesante es analizar su desglose, pues el primero representa 0.80% (con un incremento del 130% respecto al año anterior) y el segundo sólo 0.68% (con una caída del 51% respecto 2013). Es decir, se ha pasado de un abandono por cierre en 2013 del 1.40% a un valor de 0.68% en 2014, mientras que en el resto de España se ha mantenido (de 1.40% a 1.36% en 2014).

Algo similar podemos decir del comportamiento en la provincia de Barcelona, aunque la tasa de abandono se ha mantenido, su composición ha cambiado positivamente de forma radical. De unos valores en 2013 de 1.43% cierre y 0.27% traspaso se ha pasado a 0.80% cierre y 0.89% traspaso (Gráfico 3.9).

Respecto al abandono por traspaso, iniciativas como Reempresa, que supone la creación de un mercado de transmisión de empresas, apuntan un camino alternativo para que una persona inicie una actividad emprendedora. Como señala Albert Colomer, "cuando se estructura el proceso de Reempresa, se mantienen todos los activos de la empresa, de forma que esta continúa funcionando, se mantienen los puestos de trabajo, las instalaciones, los clientes y los proveedores y se da valor a toda la historia, especialmente al esfuerzo invertido en la creación y el crecimiento de la empresa".

La principal razón, tanto en Cataluña (59.1%) como en España (50.4%), de los abandonos ha sido que el negocio no era rentable, seguido de razones personales (17.6%) y jubilación (9.3%) (Gráfico 3.2).

A continuación, se presentan los resultados del proceso emprendedor en 2014 en Cataluña, Barcelona, Resto de España, España y Europa, así como unos cuadros resumen con las variaciones interanuales para cada uno de los territorios, los cuales ofrecen una amplia visión de conjunto de toda la actividad emprendedora.

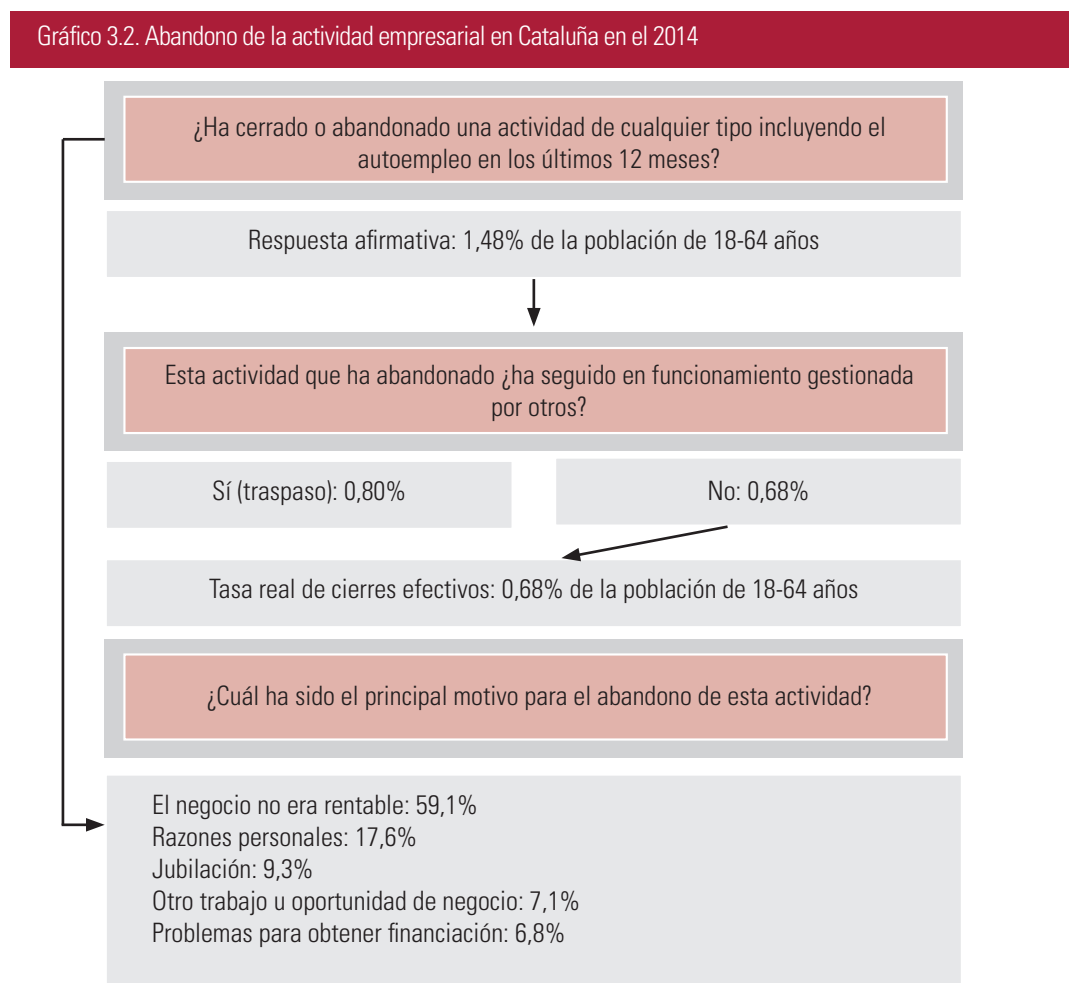
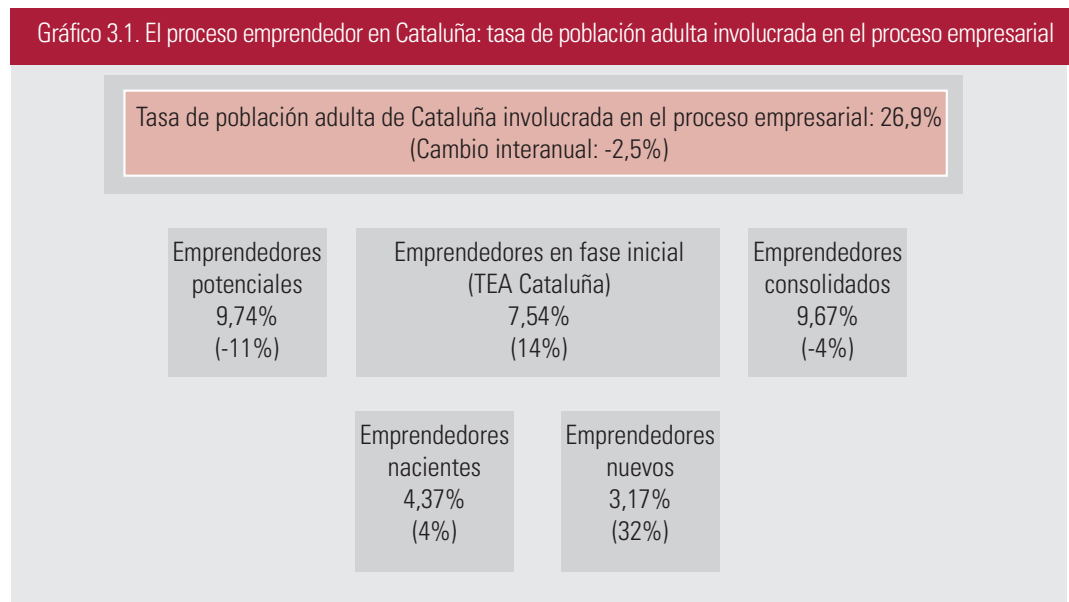


Gráfico 3.3. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2014

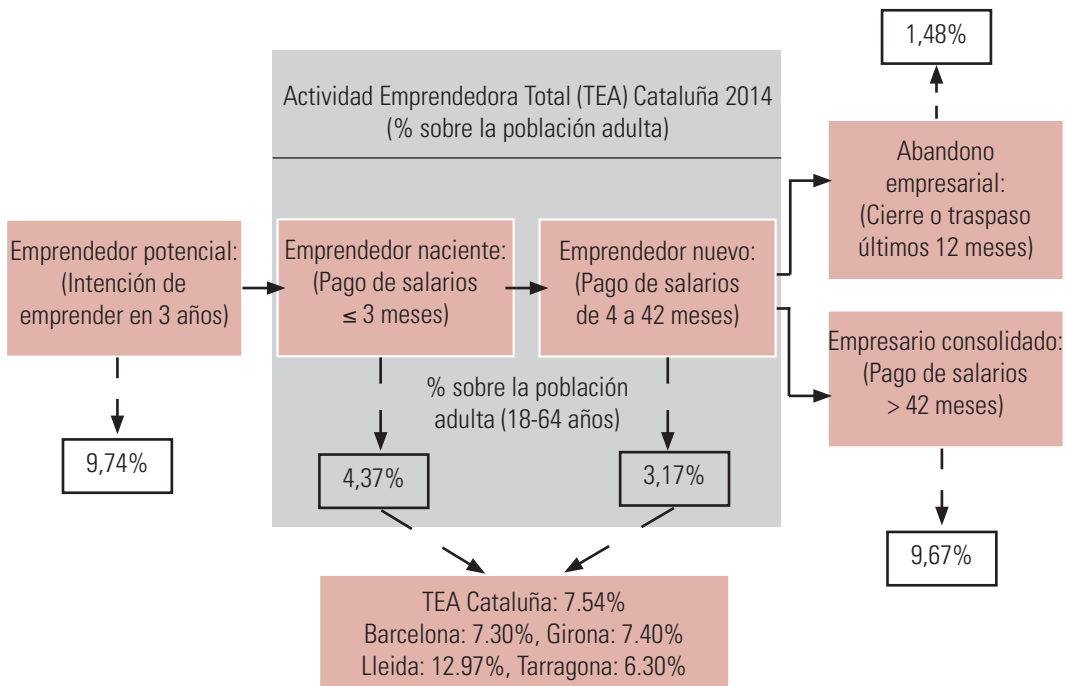


Gráfico 3.4. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2014

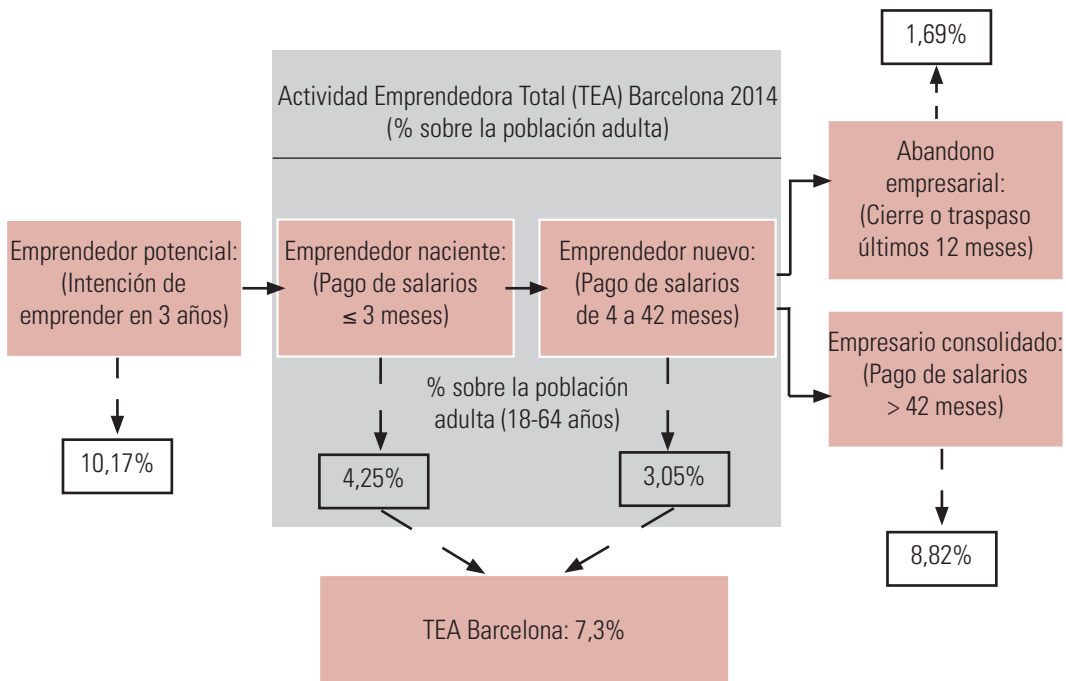


Gráfico 3.5. El proceso emprendedor en el resto de España en el 2014

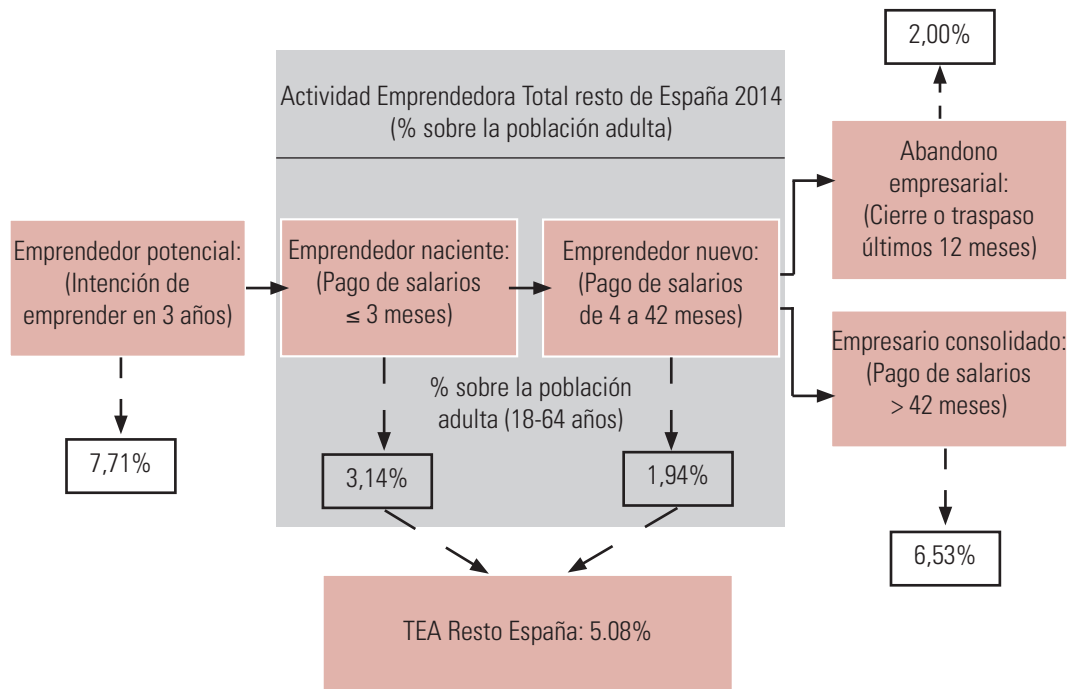


Gráfico 3.6. El proceso emprendedor en España en el 2014

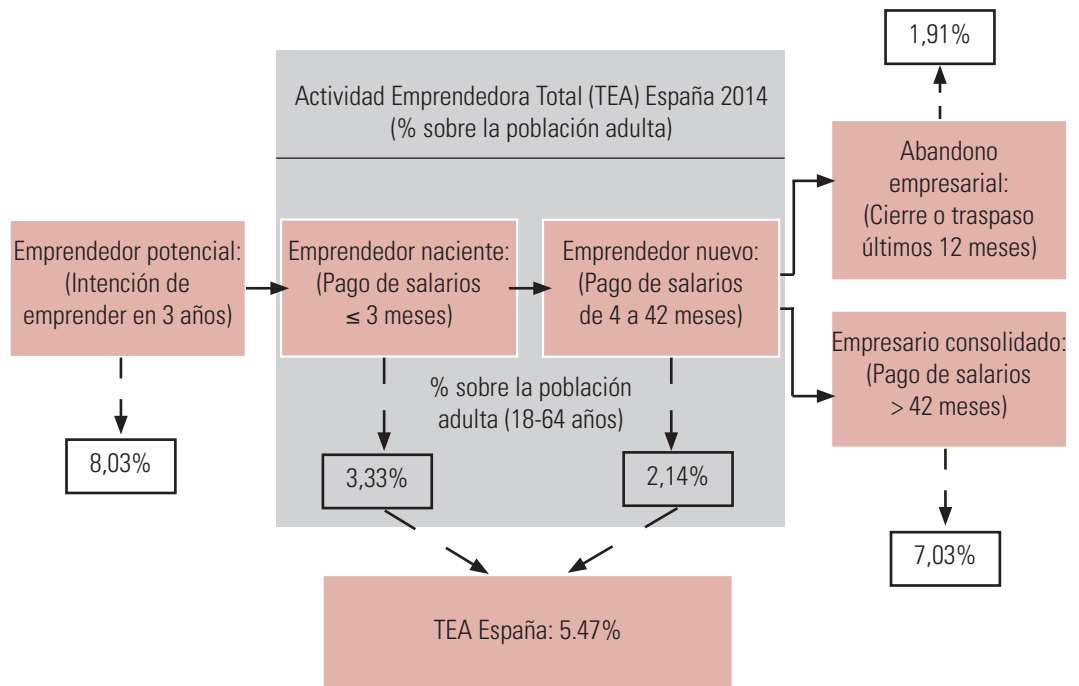


Gráfico 3.7 El proceso emprendedor en Europa en el 2014

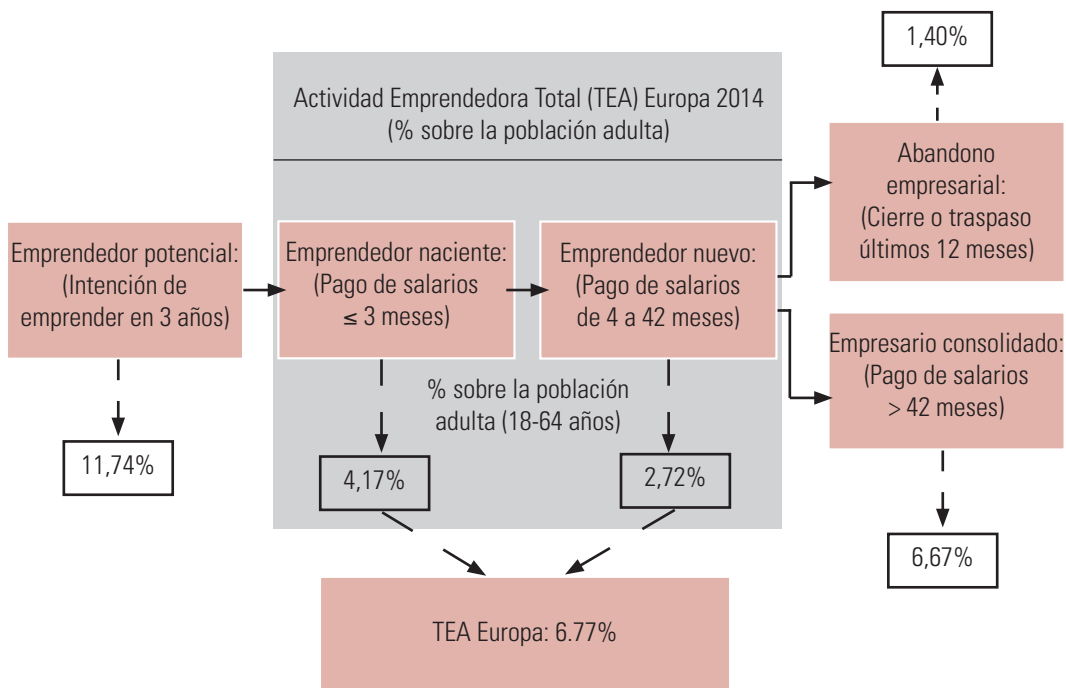


Gráfico 3.8. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales.

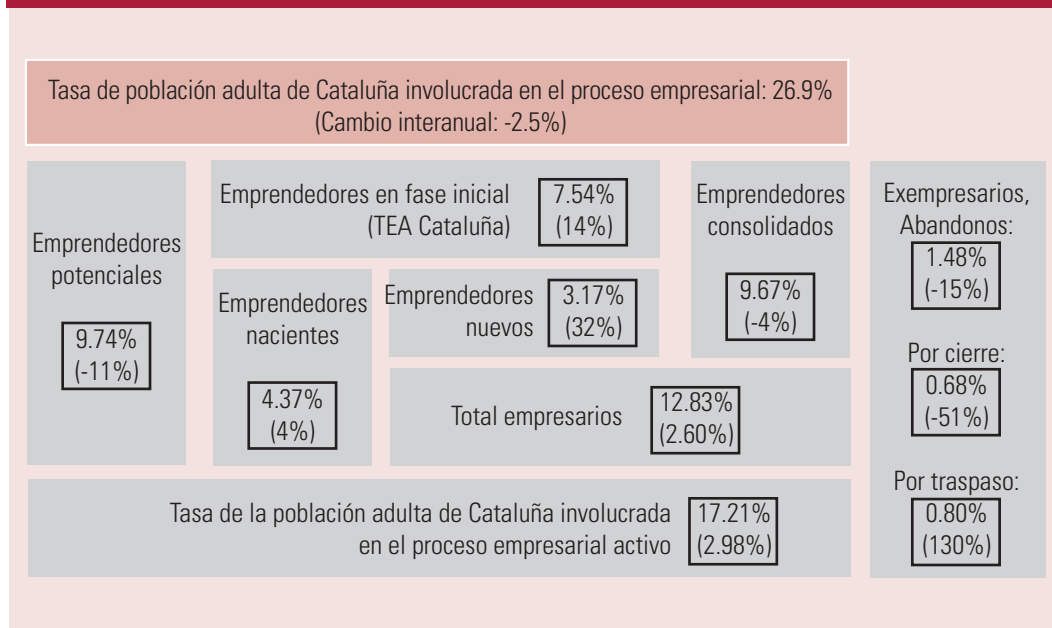


Gráfico 3.9. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales

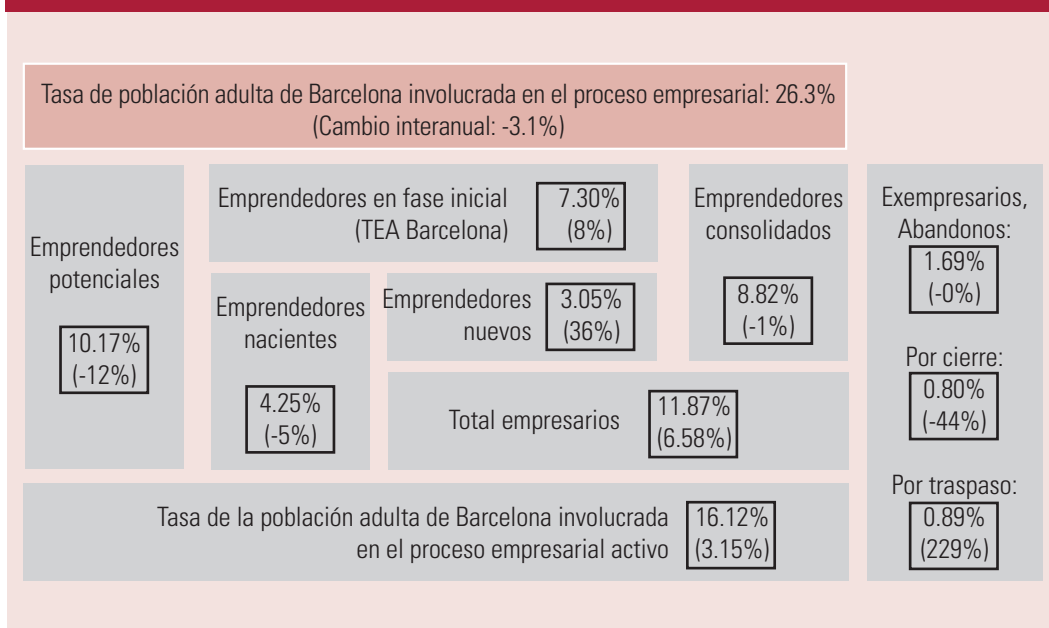


Gráfico 3.11. Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales

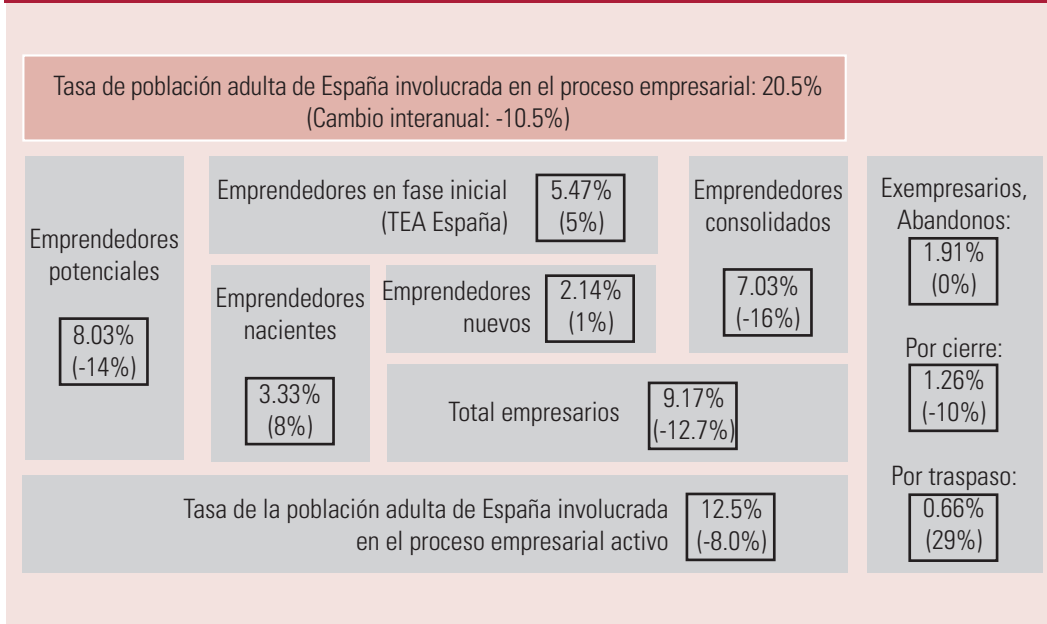
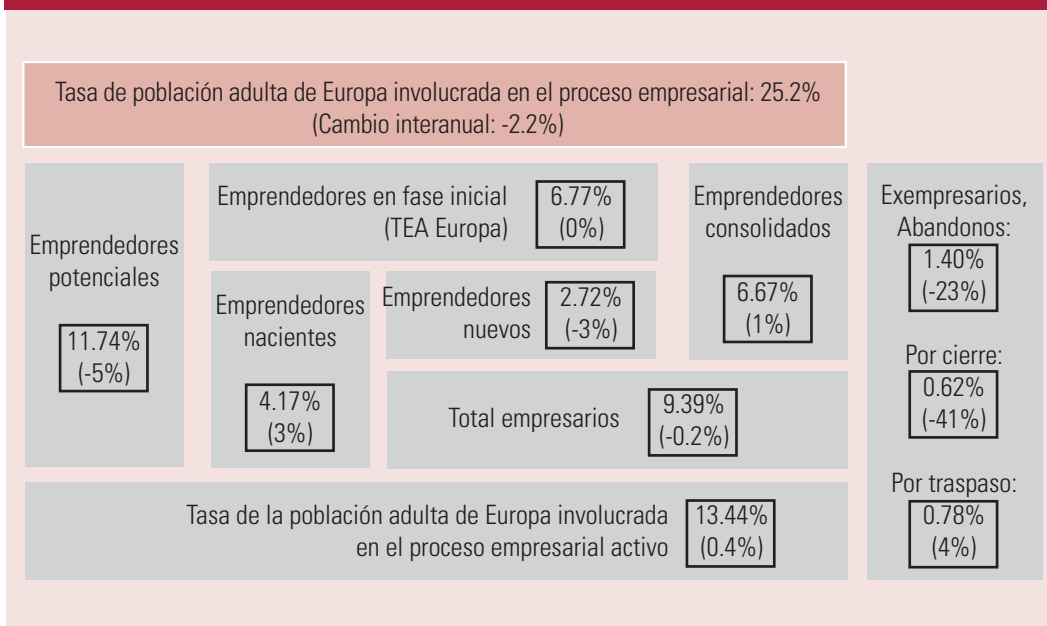


Gráfico 3.12. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Europa con variaciones interanuales



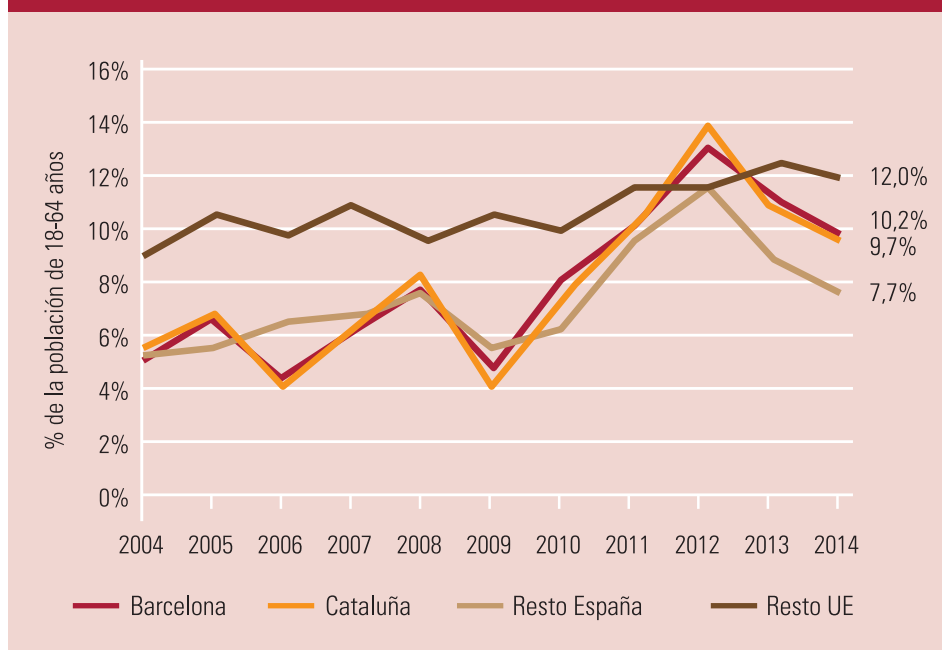


### 3.2. Dinámica de la actividad emprendedora

En este apartado se presentará y analizará la dinámica emprendedora en estos últimos once años, desglosando los resultados para Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de la UE (tal como se ha explicado al principio del apartado 2, se compara con los países de la UE considerados “economías avanzadas basadas en la innovación”).

El porcentaje de emprendedores potenciales ha experimentado una disminución entre el 2013 y 2014, pasando del 10.94% al 9.7%, que se une a la del pasado año, después de venir de un máximo en 2012 de 14.1% (Gráfico 3.13) No obstante, si analizamos su evolución en este periodo, con un espectacular crecimiento desde 2009 y a pesar de la caída de los dos últimos años,<sup>5</sup> se siguen manteniendo valores superiores a los de antes del comienzo de la crisis,<sup>6</sup> un par de puntos porcentuales por encima del resto de España.

Gráfico 3.13. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2014



<sup>5</sup> Resultados que están en consonancia la mencionada pérdida de fuerza de la percepción de que iniciar un negocio era una buena opción profesional (Gráfico 2.11) y de que brindaba estatus social y económico (Gráfico 2.13).

<sup>6</sup> Coherentes con algunos que se presentarán en próximos apartados, como pueden ser un alto porcentaje de emprendimiento por necesidad (Gráfico 3.30) o que el 26% de los emprendedores potenciales están actualmente en paro (Gráfico 4.25).

A diferencia del indicador anterior, la TEA de Cataluña ha crecido un 14% este último año. El gráfico 3.14 muestra cómo la TEA de Cataluña y Barcelona se ha mantenido prácticamente siempre por encima de la del resto de UE y resto de España, algunos años con distancias de varios puntos. En 2014 la de Cataluña supera a la del resto de España en casi 2.5 puntos porcentuales y en medio punto a la del resto de la UE.

El incremento anterior se debe, fundamentalmente, al aumento de emprendedores nuevos (Gráfico 3.15), que han pasado de 2.41% a 3.17% (variación del 32%) en 2014, habiéndose mantenido la alta tasa de emprendedores nacientes (de 4.20% a 4.37%, con una variación del 4%). Se ha de tener presente, no obstante, que muchos de estos nacientes, que también engloban a las personas que durante el último año están realizando tareas encaminadas a lanzar el negocio, no se acaban constituyendo en empresa, tal y como puede observarse al no producirse al año siguiente un crecimiento de las nuevas acorde al de las nacientes del año precedente.

Al analizar la situación por demarcaciones (Gráfico 3.16), se observa que, tras la fuerte caída sufrida en 2013 en Girona, Lleida y Tarragona, en 2014 las tres se han recuperado. Estos últimos tres años, la TEA de Lleida supera ampliamente la de las otras tres provincias, confirmando lo que se apuntaba en el Informe GEM Cataluña 2010 de que las zonas rurales tienen una tasa de actividad emprendedora mayor que la del resto del territorio catalán.

Gráfico 3.14. Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2014

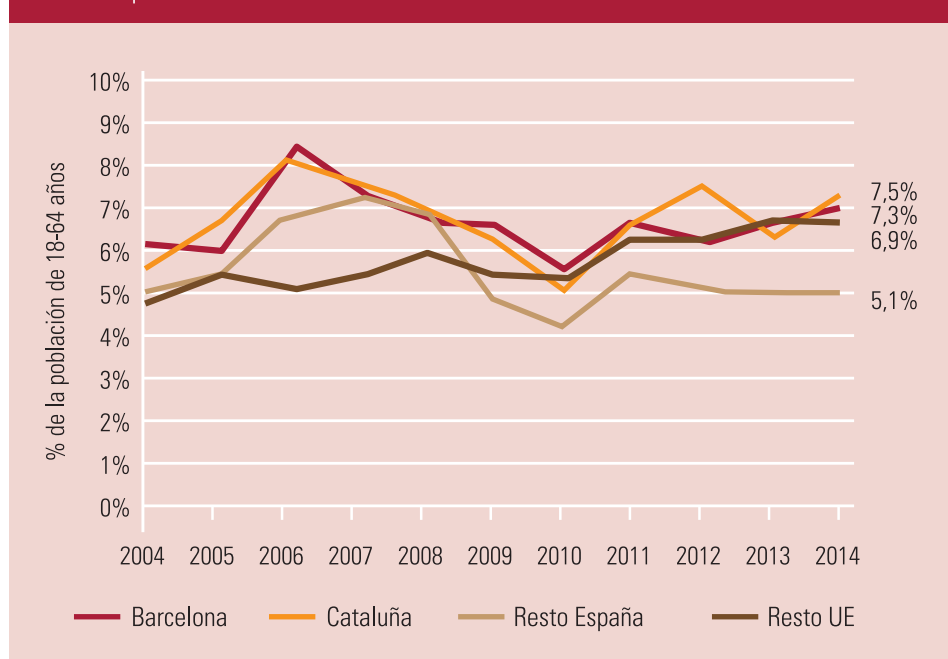


Gráfico 3.15. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos de Cataluña y resto de España.

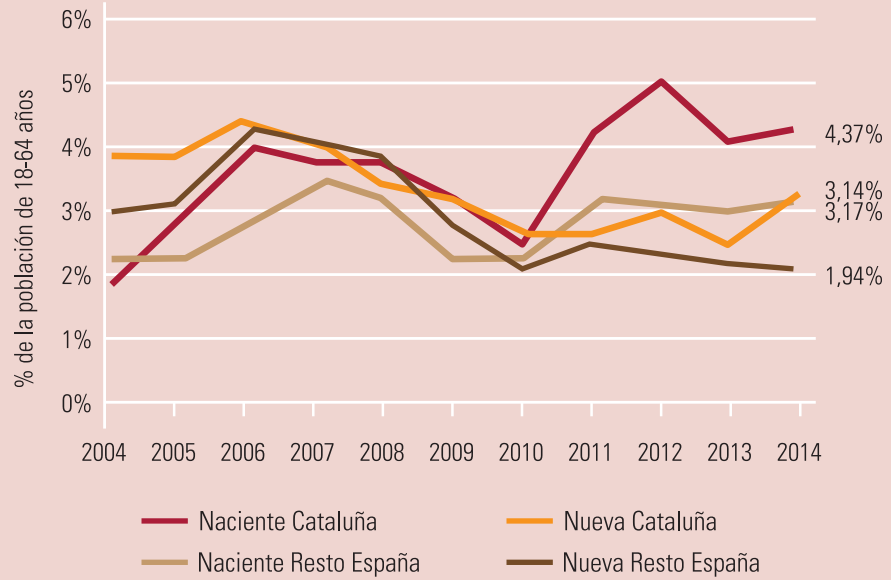


Gráfico 3.16. Evolución del índice TEA por demarcaciones durante el período 2004-2014

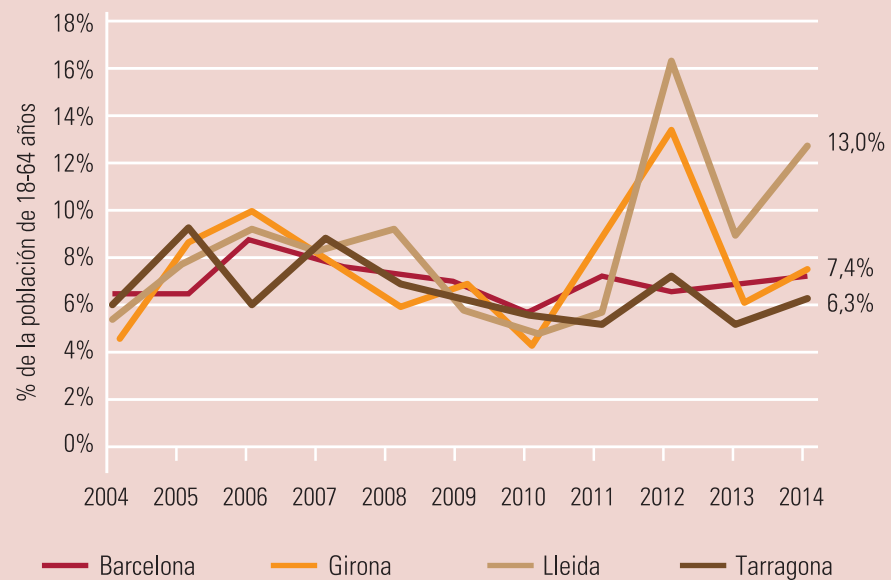
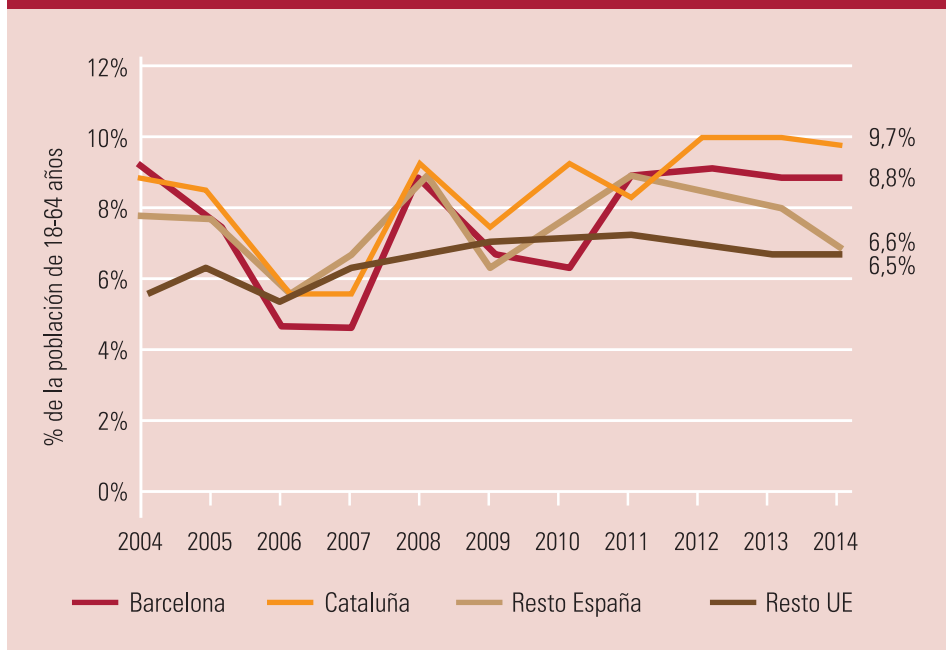


Gráfico 3.17. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2014



El porcentaje de emprendedores consolidados en Cataluña se ha mantenido casi siempre por encima del RE y RUE, situándose estos tres últimos años en los niveles más altos, en torno al 10%, superando en 2014 en más de tres puntos porcentuales al RE y al RUE (gráfico 3.17).

Precisamente es destacable dicho comportamiento positivo en Cataluña desde 2011, cuando en paralelo el resto de España ha enlazado tres años consecutivos de descensos de los emprendedores consolidados, siendo el último de casi el 20%.

Otro dato positivo es que desde 2012 el porcentaje de personas que han abandonado una actividad empresarial en el último año, a diferencia del RE que se ha mantenido en torno al 2%, ha disminuido hasta el 1.5%, un nivel similar a la del RUE (gráfico 3.18).

Pero más importante que esto, es la evolución de su composición (Gráfico 3.19), siendo superiores los negocios que continúan (0.8%) a los que cierran (0.68%). Los cierres han acumulado disminuciones del 26% en 2013 y del 51% en 2014.

El Gráfico 3.20 muestra la evolución de los que abandonan pero el negocio continúa (traspaso), alcanzándose en Cataluña valores similares al RUE y muy por encima del RE. Destaca positivamente la demarcación de Barcelona que ha pasado de un 0,27% en 2013 a un 0,89% en 2014.

Mientras que el Gráfico 3.21 presenta el tanto por ciento de los abandonos que

cierran el negocio, siendo en Cataluña 22 puntos porcentuales inferior que en el RE. Remarcable que en Cataluña se ha reducido en dos años a la mitad el porcentaje de abandonos que acaban cerrando.

Gráfico 3.18. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses

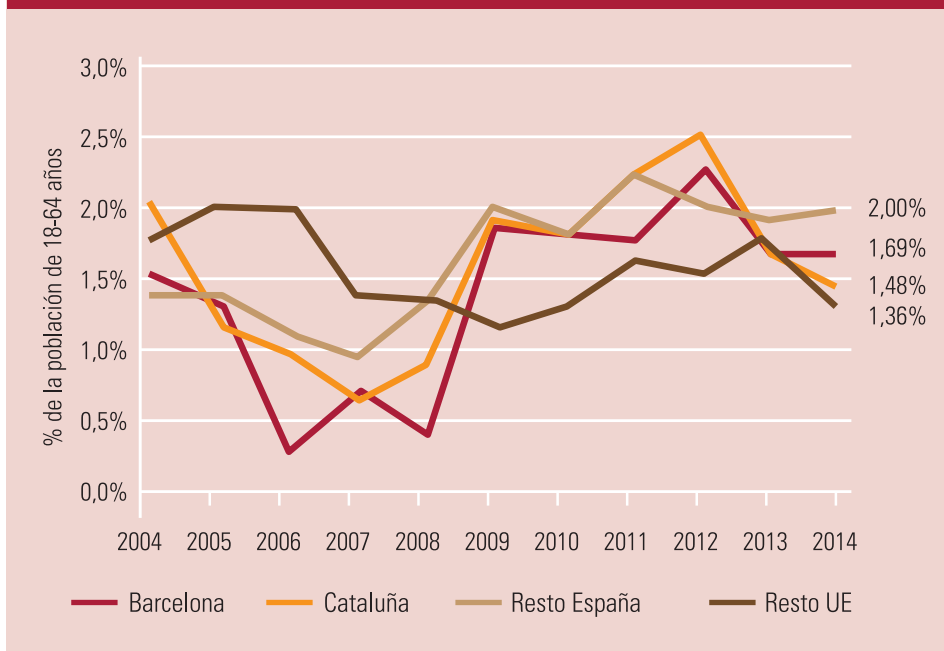


Gráfico 3.19. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cataluña durante el periodo 2007-2014, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) y en los que se cierra

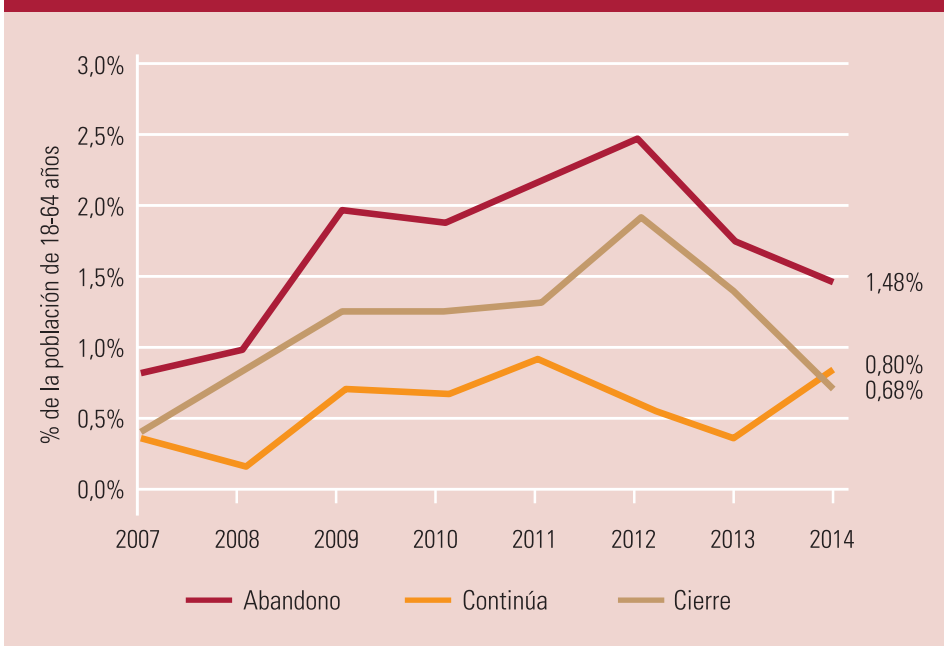


Gráfico 3.20. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses pero que el negocio continúa (traspaso) en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2007-2014

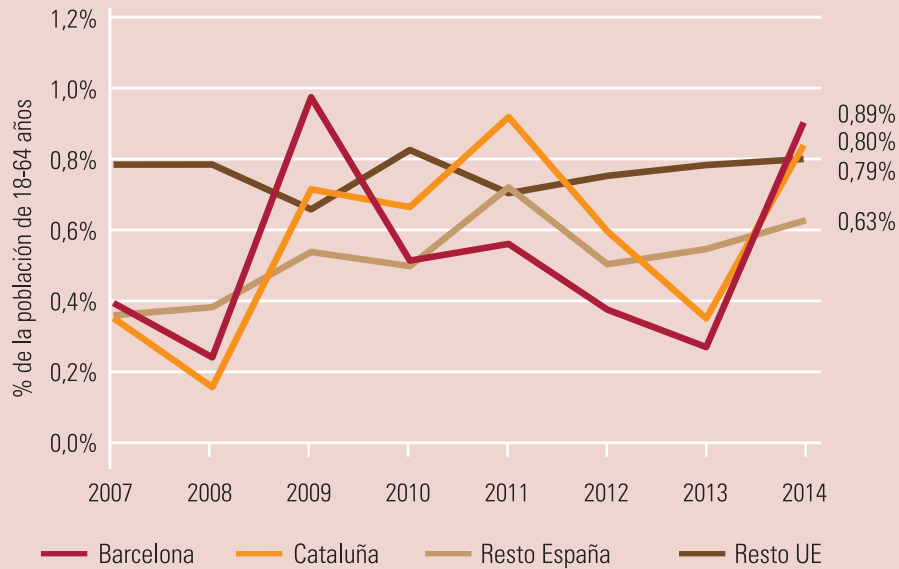
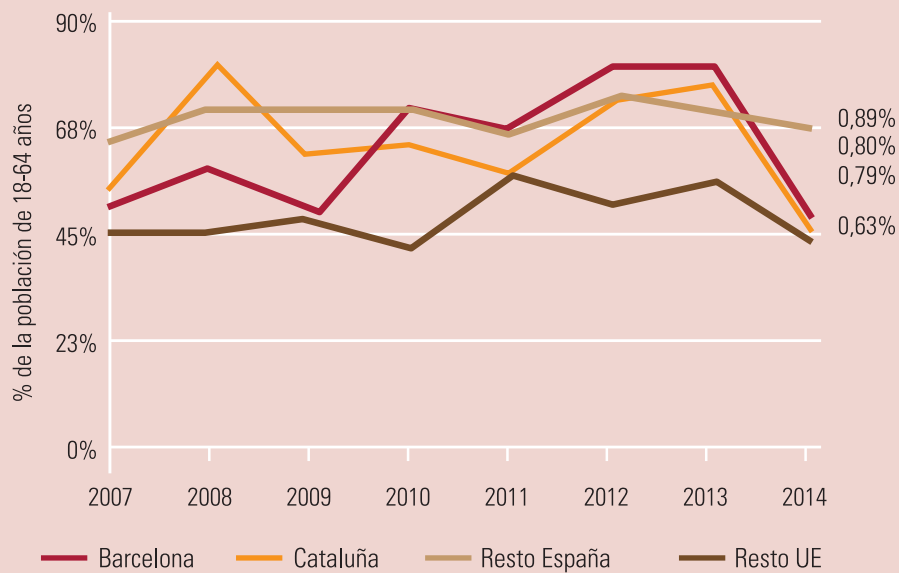


Gráfico 3.21. Evolución del % de abandonos que cierran en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2007-2014



### 3.3. Motivación para emprender: Oportunidad versus necesidad

La creación de una empresa se asocia en la literatura a dos motivaciones básicas: la oportunidad y la necesidad. La primera, calificada como *pull* o por oportunidad, parte de la identificación de una oportunidad y de la explotación de la idea de negocio. Cuando la decisión de independizarse resulta de factores positivos, el futuro empresario se ve "atraído" por esta perspectiva y de ahí que se denominen *pull*, reflejando un alto nivel de empresariedad. La segunda, denominada *push* o por necesidad, considera que la decisión de creación de una empresa viene determinada por la inexistencia de alternativas para lograr un empleo asalariado satisfactorio, o sea, esta falta de alternativas "empuja" a las personas a establecer su propia empresa como medio de subsistencia.

Estos dos grupos de factores no sólo son importantes para explicar la creación de la empresa, sino que también se ha comprobado que influyen en su posterior crecimiento. Los trabajos sustentados por las teorías del capital humano y el capital relacional, que estudian de manera multidimensional los determinantes del crecimiento en diferentes países, sugieren que las motivaciones del empresario y las características psicológicas influyen sobre el nivel de crecimiento. Siendo la creación por oportunidad, en oposición a la creación por necesidad, uno de los principales determinantes de la probabilidad de crecimiento.

Los resultados obtenidos por el GEM estos últimos años reflejan la preponderancia de la motivación por oportunidad en Cataluña, tanto en 2014 (Gráfico 3.22) como durante la última década (Gráfico 3.26).

El porcentaje de población adulta que en 2014 fue identificada como emprendedor en fase inicial (7.5%) se divide en un 5.2% motivado por oportunidad (3.3% oportunidad pura y 1.8% en parte), un 1.9% por necesidad y un 0.3% son emprendedores por otros motivos.

La TEA por oportunidad de Cataluña (5.2%) es un 67% mayor que la del resto de España (3.3%) e igual a la del RUE (5.1%) (Gráfico 3.28).

El tipo de comportamiento emprendedor en la población adulta catalana en fase inicial muestra que dos tercios (68%) deciden emprender por la detección de una oportunidad, ya sea pura (44%) o en parte (24%).

Mientras que el porcentaje de aquellos que han decidido emprender por necesidad ha sido 28% y por otros motivos 4% (Gráfico 3.24).

Entre quienes emprendieron para explotar una oportunidad de negocio, la mayoría buscaba mayor independencia (52%, cifra considerablemente superior al 36% del RE del 2014 y al 33% de Cataluña del 2013) o aumentar los ingresos (25%). Sólo el 10% buscaba mantener los ingresos actuales, mientras que el restante 13% perseguía otras razones. Como se puede apreciar en el Gráfico 3.29, el aumentar o mantener los ingresos ha perdido peso, pasando del 52% en 2013 al 35% en 2014.

Pero más relevante que los valores absolutos de motivación para emprender por necesidad o por oportunidad, es la evolución de la diferencia entre ambos. Si para analizar la tendencia utilizamos como indicador la ratio resultante del cociente entre la tasa de actividad por necesidad y la tasa de actividad por oportunidad, ésta puede servir como indicador de la calidad y sostenibilidad de la actividad emprendedora. Así pues, a mayor ratio, menor será la calidad de la creación de empresas.

En el gráfico 3.30 se puede apreciar como desde el 2009 hasta 2013 esta ratio para Cataluña había crecido de forma sostenida, cuadruplicándose su valor (de 0.11 a 0.42). Pero en 2014 se ha roto la tendencia, con un ligero descenso del 5%, hecho relevante pues se ha producido en un contexto de continua crecida tanto en el RE (de 0.44 a 0.47) como en el RUE (de 0.22 a 0.29). Quedando nueve puntos porcentuales por debajo de la media del resto de España (0.47), aunque siendo once puntos superior a la del resto de Europa (0.29).

Barcelona, que hasta 2013 había acusado más dicho deterioro (pasando el valor de esta ratio de 0.06 en 2009 a 0.47 en 2013), ha logrado invertir la tendencia con una mejoría del 20%, pasando en 2014 a un valor de 0.38.

Así pues, estos resultados confirman que, aunque se ha mejorado en 2014, en estos últimos años de crisis económica la creación de empresas por necesidad se ha incrementado de forma considerable entre las personas emprendedoras catalanas.



Gráfico 3.22. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2014 según el motivo para emprender

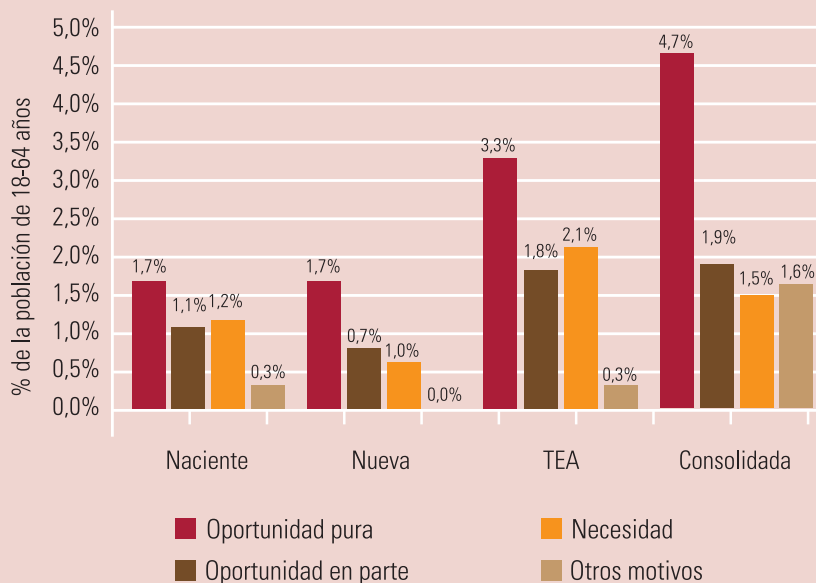


Gráfico 3.23. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2014 según el motivo para emprender

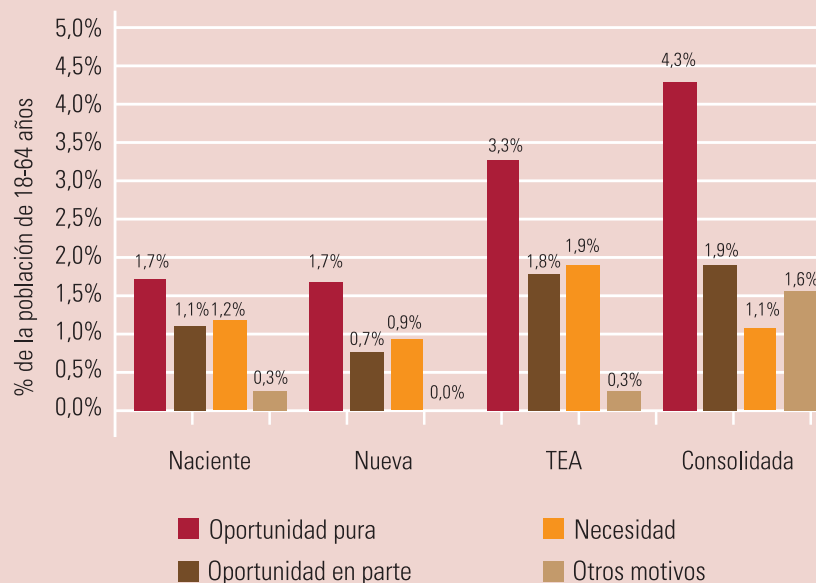


Gráfico 3.24. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender

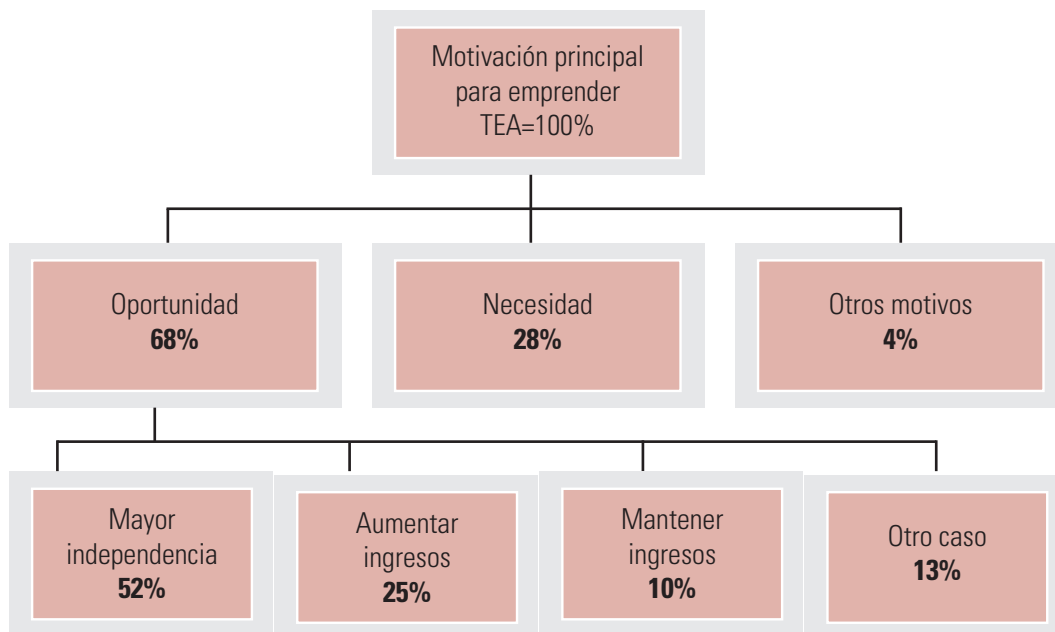


Gráfico 3.25. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender

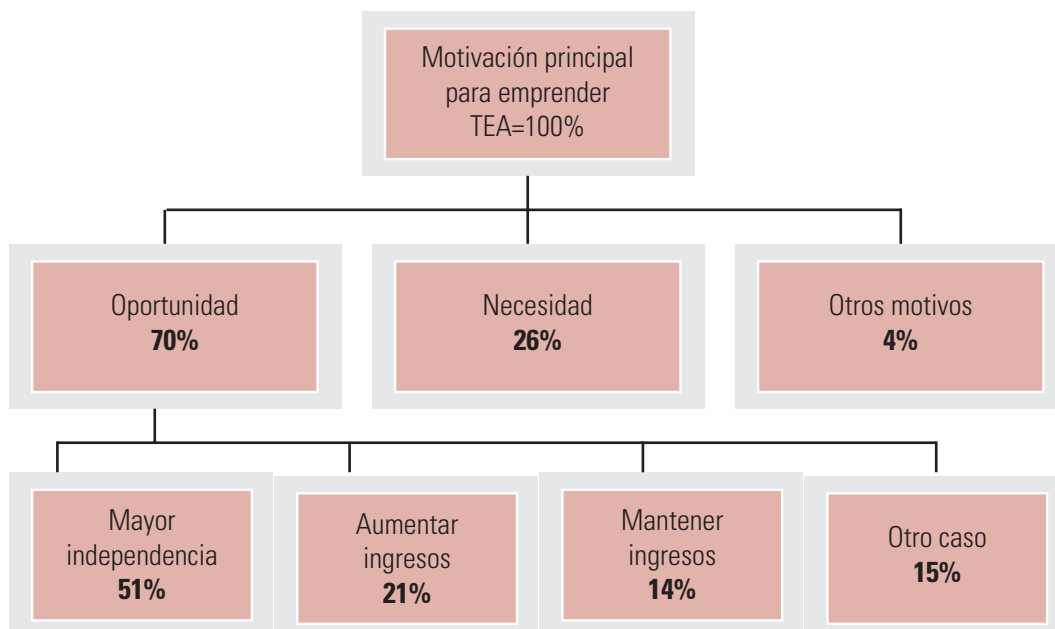


Gráfico 3.26. Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2005-2014 según el motivo para emprender

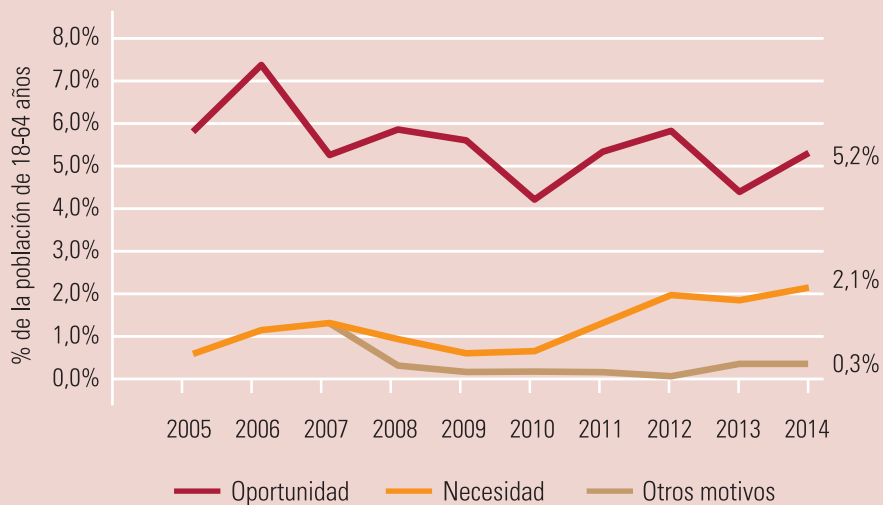


Gráfico 3.27. Evolución del índice TEA en Barcelona durante el periodo 2005-2014 según el motivo para emprender

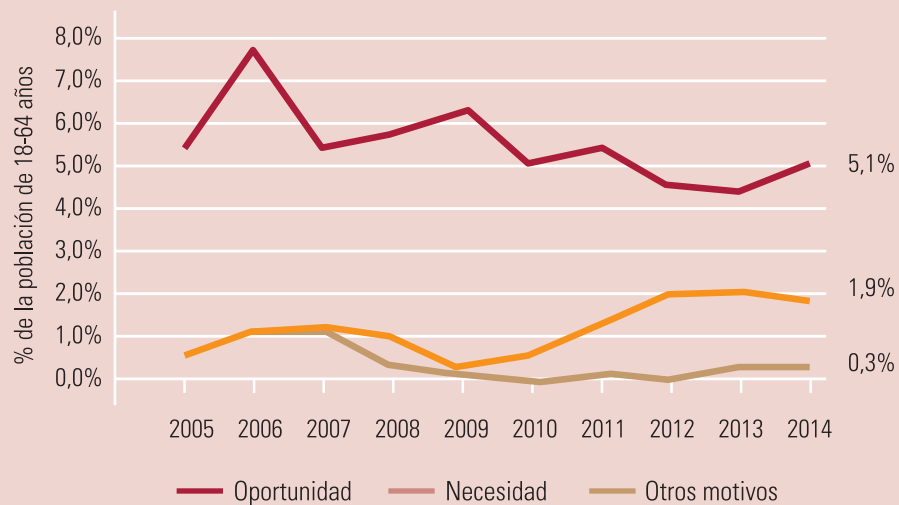


Gráfico 3.28. Evolución del índice TEA en Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el período 2005-2014 según el motivo para emprender es por oportunidad o por necesidad

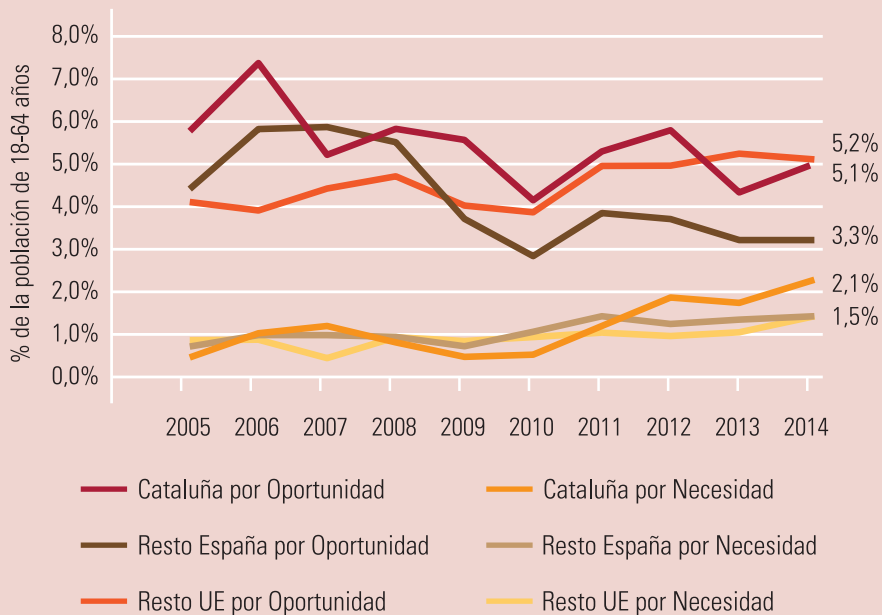


Gráfico 3.29. Evolución el porcentaje del índice TEA por oportunidad en Cataluña durante el período 2005-2014 según las razones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender

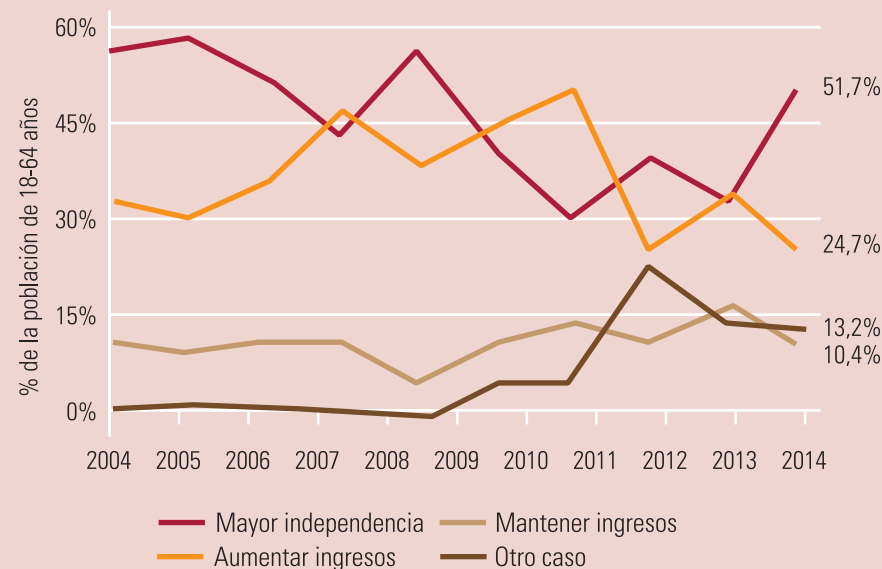
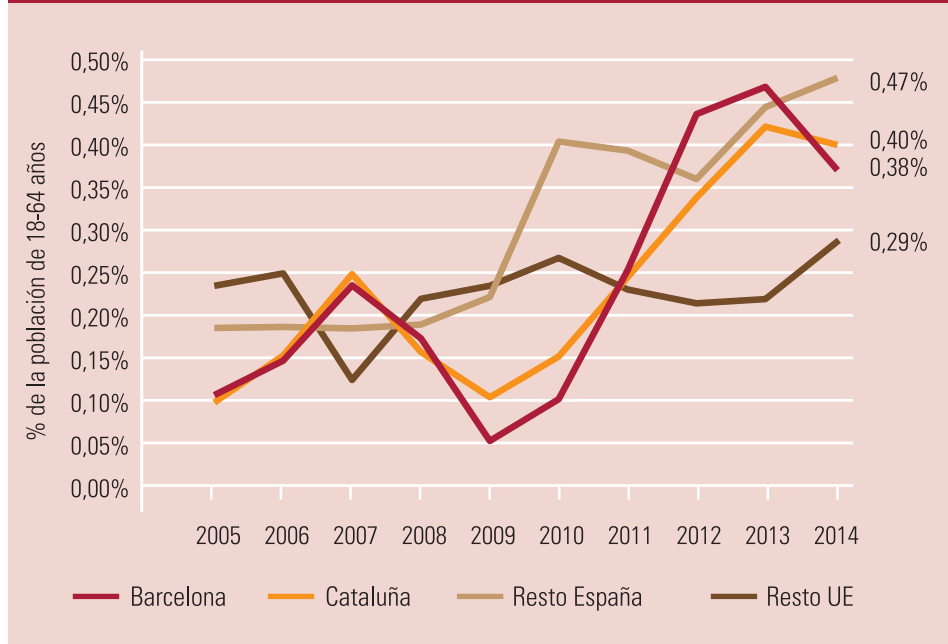


Gráfico 3.30. Evolución de la ratio Necesidad/Oportunidad como indicativo de la calidad del emprendimiento durante el periodo 2005-2014



### 3.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de la actividad emprendedora

La dimensión internacional del proyecto GEM posibilita una comparación de la situación en Cataluña con los indicadores de otros entornos. Aunque en los apartados anteriores ya se han ido introduciendo datos del resto de España y Europa, para contextualizar mejor los resultados obtenidos de Cataluña en este apartado se presentarán los resultados detallados del proceso emprendedor en los países GEM en función de su grado de desarrollo (índice de competitividad global).

Tal y como se puede apreciar en la tabla 3.1, la TEA suele ser mayor cuanto menor es el nivel de desarrollo del país. En los países en vías de desarrollo la población adulta tiene necesidad de emprender debido a la falta de otras oportunidades mejores, como, por ejemplo, de empleo por cuenta ajena en empresas o en la función pública.

En los países de economías basadas en los factores de producción la media es de 23.3%, pasando a 14.6% en los de economías basadas en la eficiencia y a 8.5% en los de economías basadas en la innovación. No obstante, es importante tener en cuenta que el impacto económico del emprendimiento depende más de su calidad que de su cantidad. Cabe destacar que en las economías basadas en la innovación la actividad emprendedora motivada por oportunidad es mucho más predominante que en otras economías menos desarrolladas, en las cuales una parte importante suele estar motivada por necesidad.

El gráfico 3.31 muestra la relación existente entre la tasa de actividad emprendedora y el nivel de desarrollo, medido por el PIB per cápita, de los países participantes en el proyecto GEM, que adopta una forma de “U” con una correlación en 2014 del 36.7%. Se puede apreciar la homogeneidad existente entre los grupos de países según los tres tipos de economías.

En las economías basadas en la innovación destacan por encima del 10% las tasas de Estados Unidos (13.8%), Australia (13.1%), Canadá (13%) y Singapur (11%), que son los que “tiran” de la curva hacia arriba, en contraposición de la mayoría de países europeos.

Cataluña con 7.5%, al igual que Barcelona con 7.3%, se sitúan por encima de la media del resto de países de la UE (sin contar España) de economías basadas en el innovación (6.9%) y muy por encima del resto de España (sin contar Cataluña), que tiene un 5.1%.

En la comparación autonómica Cataluña aparece en los primeros lugares en todas las etapas del proceso emprendedor (gráficos 3.31 y 3.32): sexta en emprendedores potenciales (9.7%); tercera en nacientes (4.37%); segunda en nuevos (3.17%); segunda en TEA (7.54%); sexta en consolidados (9.7%); y en la franja baja en abandonos (1.48%).

Gráfico 3.31. Relación cuadrática entre el indicador TEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita en el 2014

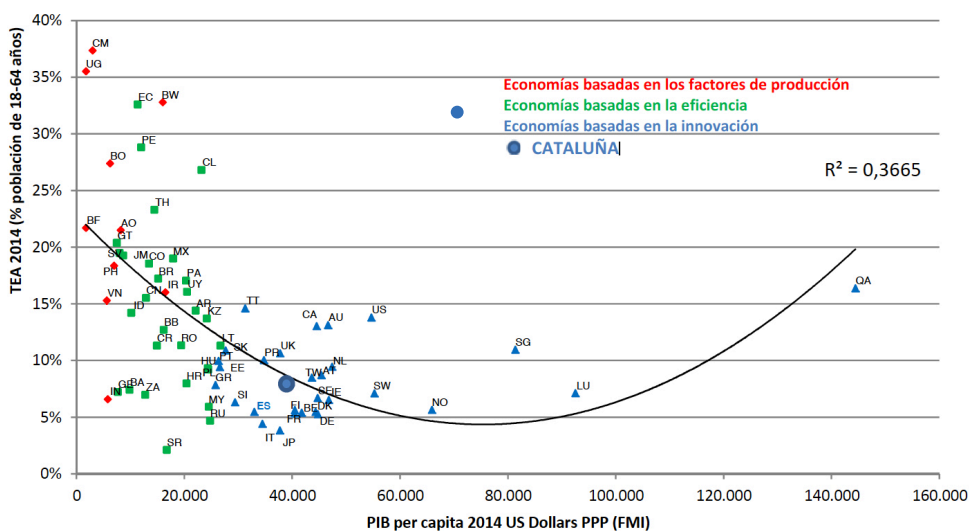


Tabla 3.1. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2014 clasificados por tipo de economía

		Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	
Economías basadas en los factores de producción	<b>Media</b>	<b>43,2</b>	<b>12,4</b>	<b>11,7</b>	<b>23,3</b>	<b>12,7</b>	<b>10,9</b>	
	Angola	44,7	9,5	12,4	21,5	6,5	14,8	
	Bolivia	50,7	21,5	7,1	27,4	7,6	6,9	
	Botswana	66,0	23,1	11,1	32,8	5,0	15,1	
	Burkina Faso	48,5	12,7	9,8	21,7	17,7	10,8	
	Camerún	57,7	26,4	13,7	37,4	11,5	17,7	
	Filipinas	45,6	8,2	10,5	18,4	6,2	12,6	
	India	9,6	4,1	2,5	6,6	3,7	1,2	
	Irán	27,5	7,5	8,7	16,0	10,9	5,7	
	Uganda	58,6	8,9	28,1	35,5	35,9	21,2	
Vietnam	22,7	2,0	13,3	15,3	22,2	3,6		
Economías basadas en la eficiencia	<b>Media</b>	<b>26,2</b>	<b>8,5</b>	<b>6,5</b>	<b>14,6</b>	<b>8,9</b>	<b>4,4</b>	
	Argentina	28,9	9,5	5,2	14,4	9,1	4,9	
	Barbados	14,6	8,5	4,2	12,7	7,1	3,7	
	Bosnia Herzegovina	21,7	4,5	2,9	7,4	6,7	4,5	
	Brasil	22,2	3,7	13,8	17,2	17,5	4,1	
	Chile	48,8	16,6	11,1	26,8	8,8	8,3	
	China	20,2	5,5	10,2	15,5	11,6	1,4	
	Colombia	51,3	12,4	6,7	18,6	4,9	5,6	
	Costa Rica	31,8	7,6	3,7	11,3	2,5	4,9	
	Croacia	22,9	6,0	2,0	8,0	3,6	3,8	
	Ecuador	46,3	24,5	9,9	32,6	17,7	8,1	
	El Salvador	23,0	11,4	8,7	19,5	12,7	10,8	
	Georgia	16,7	4,1	3,2	7,2	7,3	2,5	
	Guatemala	41,9	12,0	9,2	20,4	7,4	4,4	
	Hungría	16,0	5,6	3,9	9,3	8,0	3,1	
	Indonesia	30,7	4,4	10,1	14,2	11,9	4,1	
	Jamaica	34,0	7,9	11,9	19,3	14,4	6,3	
	Kazakstán	23,3	8,1	6,2	13,7	7,4	2,9	
	Lituania	22,3	6,1	5,3	11,3	7,8	2,9	
	Malasia	12,1	1,4	4,6	5,9	8,5	2,0	
México	22,1	12,7	6,4	19,0	4,5	5,5		
Panamá	27,2	13,1	4,1	17,1	3,4	4,5		
Perú	55,7	23,1	7,3	28,8	9,2	8,0		
Polonia	19,4	5,8	3,6	9,2	7,3	4,2		
Rumania	32,7	5,3	6,2	11,4	7,6	3,2		
Rusia	5,7	2,4	2,4	4,7	4,0	1,2		
Sudáfrica	11,8	3,9	3,2	7,0	2,7	3,9		
Surinam	4,9	1,9	0,2	2,1	5,2	0,2		
Tailandia	22,4	7,6	16,7	23,3	33,1	4,2		
Uruguay	28,9	10,5	5,8	16,1	6,7	4,4		
Economías basadas en la Innovación	<b>Media</b>	<b>14,8</b>	<b>5,3</b>	<b>3,4</b>	<b>8,5</b>	<b>6,7</b>	<b>2,7</b>	
	Alemania	8,3	3,1	2,3	5,3	5,2	1,7	
	Australia	12,1	7,7	5,7	13,1	9,8	3,9	
	Austria	10,7	5,8	3,1	8,7	9,9	2,7	
	Bélgica	12,4	2,9	2,6	5,4	3,5	2,3	
	Canadá	16,8	7,9	5,6	13,0	9,4	4,2	
	<b>Cataluña</b>	<b>9,7</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>7,5</b>	<b>9,7</b>	<b>1,5</b>	
	Dinamarca	8,4	3,1	2,5	5,5	5,1	2,2	
	Eslovaquia	19,0	6,7	4,4	10,9	7,8	5,2	
	Eslovenia	12,3	3,8	2,7	6,3	4,8	1,5	
	<b>España</b>	<b>8,0</b>	<b>3,3</b>	<b>2,2</b>	<b>5,5</b>	<b>7,0</b>	<b>1,9</b>	
	Estados Unidos	16,2	9,7	4,3	13,8	7,0	4,0	
	Estonia	10,6	6,3	3,5	9,4	5,7	2,0	
	Finlandia	9,1	3,5	2,3	5,6	6,6	2,3	
	Francia	16,0	3,7	1,7	5,3	2,9	1,7	
	Grecia	10,4	4,6	3,4	7,9	12,8	2,8	
	Holanda	10,8	5,2	4,5	9,5	9,6	1,8	
	Irlanda	8,3	4,4	2,5	6,5	9,9	1,9	
	Italia	13,2	3,2	1,3	4,4	4,3	2,1	
	Japón	5,3	2,7	1,3	3,8	7,2	1,1	
	Luxemburgo	16,4	4,9	2,3	7,1	3,7	2,6	
	Noruega	6,2	2,8	3,0	5,7	5,4	1,9	
	Portugal	18,4	5,8	4,4	10,0	7,6	3,0	
	Puerto Rico	19,4	8,8	1,3	10,0	1,3	3,6	
	Qatar	55,5	11,3	5,4	16,4	3,5	4,8	
	Reino Unido	8,9	6,3	4,5	10,7	6,5	1,9	
	Singapur	15,0	6,4	4,8	11,0	2,9	2,4	
Suecia	10,1	4,9	1,9	6,7	6,5	2,1		
Suiza	8,8	3,4	3,8	7,1	9,1	1,5		
Taiwán	28,1	4,4	4,1	8,5	12,2	5,1		
Trinidad y Tobago	33,7	7,5	7,4	14,6	8,5	2,8		

Gráfico 3.32. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes, nuevos de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2014

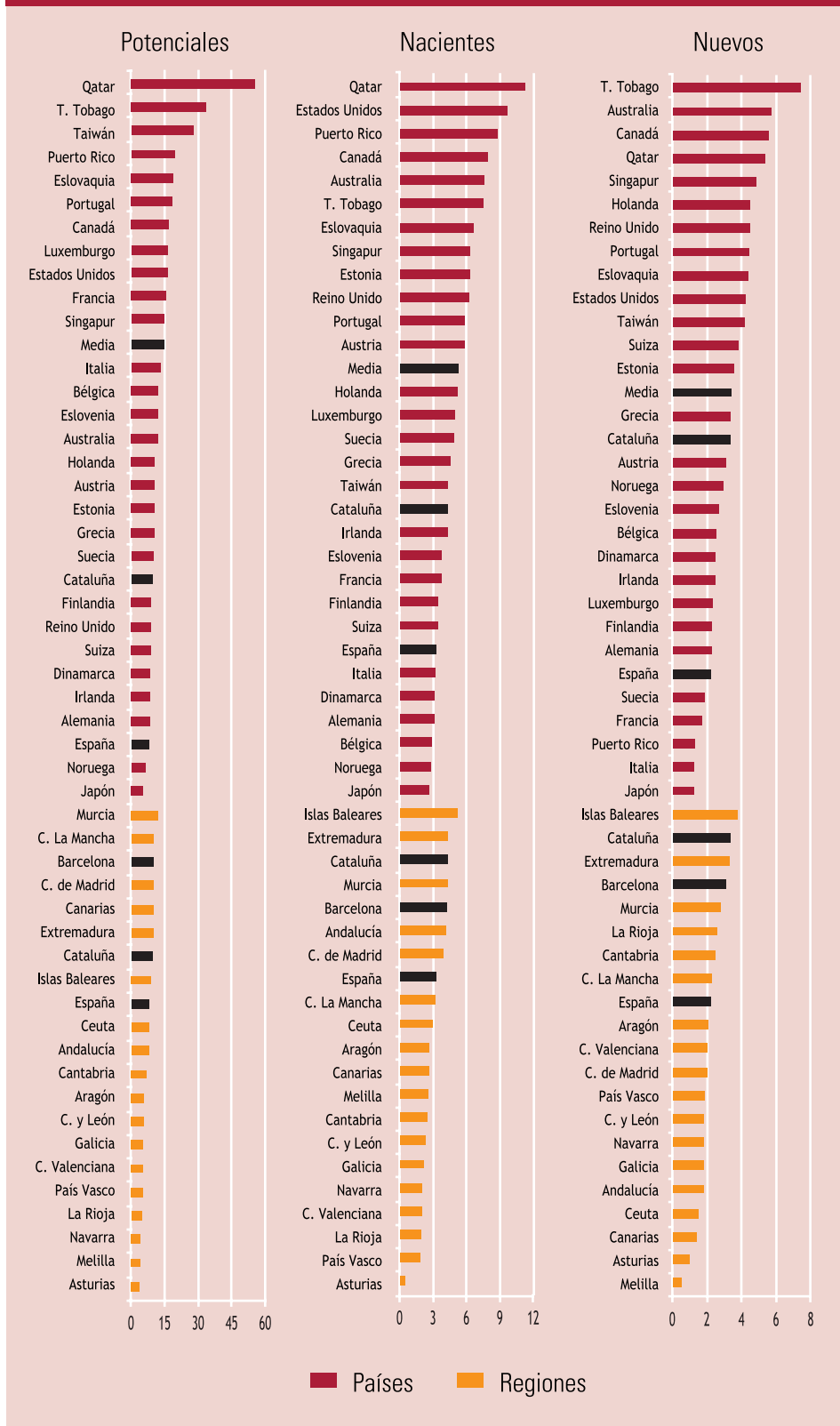
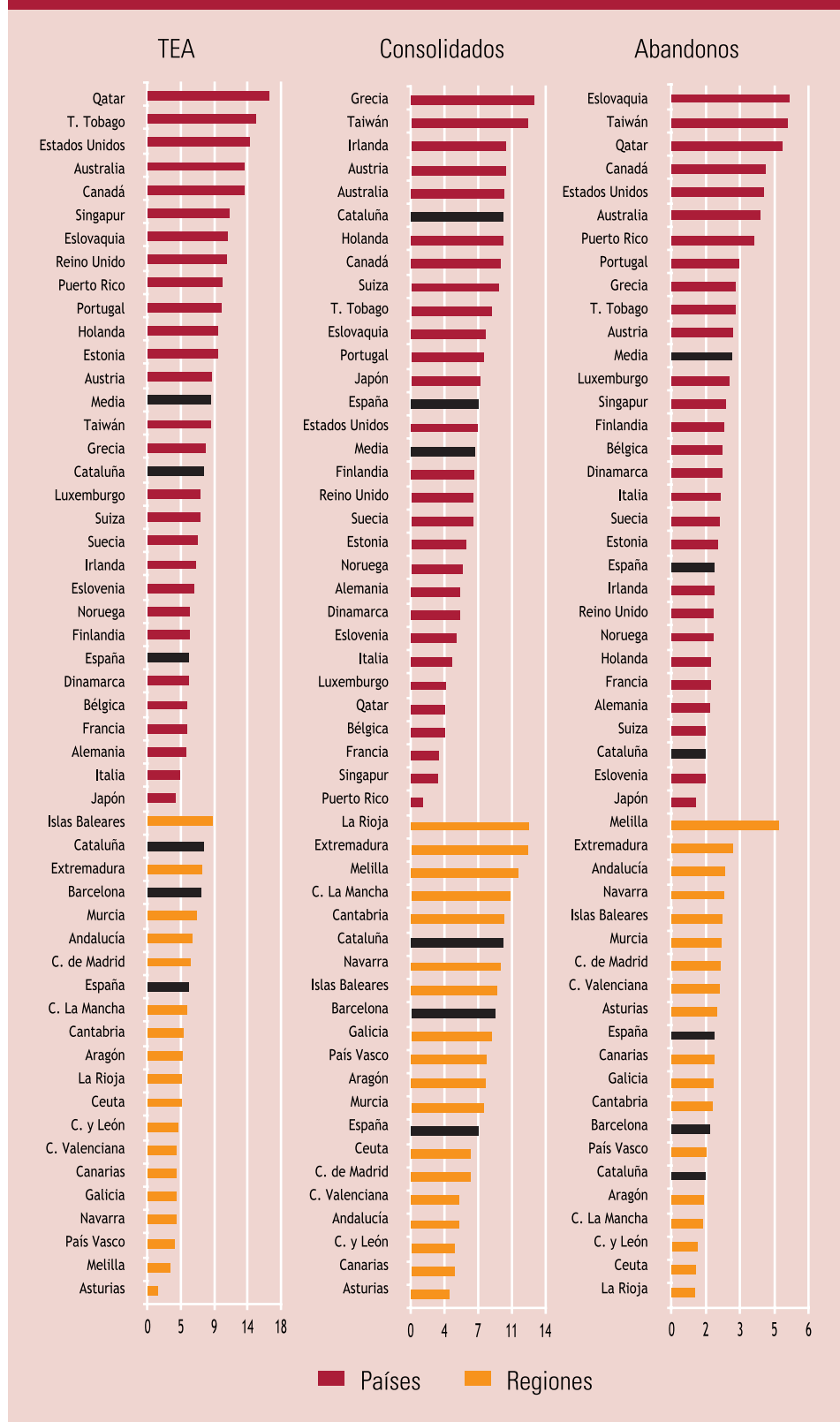




Gráfico 3.33. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2014



## 4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

Un dels aspectes rellevants a l'hora d'estudiar el procés emprendedor és l'anàlisi del perfil de les persones involucrades en les diferents etapes d'aquest procés. En aquest apartat s'analitzen els principals elements que el defineixen: edat, gènere, nivell d'educació, nivell de renda i situació laboral. A continuació es presenten els resultats detallats per a cadascun.

### 4.1. Distribución por edad

La edad de los emprendedores varía según la fase del proceso emprendedor en que se encuentran (Tabla 4.1). Así, la media de los potenciales es de 35 años; la de los nacientes, nuevos y en fase inicial de 39; subiendo los consolidados hasta 48 y los que abandonan a 47. Valores un año menores, exceptuando los abandonos que se han incrementado en uno, a los de 2013, similares a los de Barcelona (Tabla 4.2) y ligeramente inferiores respecto a los del resto de España (Tabla 4.3).

El gráfico 4.1 muestra la distribución por edades de los distintos tipos de emprendedores identificados en Cataluña en 2014, siendo las principales variaciones respecto al año anterior:

- Continúa el rejuvenecimiento de emprendedores potenciales. Se ha mantenido la proporción de los jóvenes entre 18-24 años (24%) e incrementado la de los de la franja de 25-34 años del 20 al 28%. Es decir, los jóvenes (18-34 años) han pasado de representar el 44% de los emprendedores potenciales en 2013 al 52% en 2014.
- Continúa la caída en los nacientes de los comprendidos entre 45-54 años: del 35% en 2012, al 26% en 2013 y al 22% en 2014. Cuyo impacto se puede apreciar en la evolución de la TEA de este colectivo (Gráfico 4.3)
- En los emprendedores en fase inicial, los cambios más significativos han sido: incremento de 18-24 en un 37% y de 25-34 un 16%; disminución de 35-44 un 16% y de 45-54 otro 17%; e incremento de 55-64 un 32%.
- El 56% de los emprendedores en fase inicial se concentra en la franja de 25 a 44 años, siendo la de 25-34 años la de la TEA más alta: 9.3%.
- En la franja 45-54, al igual que en 2013, es donde más se concentran los empresarios consolidados (33%).
- El tramo 45-64 años representa el 60.4% de los abandonos.

El Gráfico 4.3 muestra el índice TEA calculado para distintos grupos de población de acuerdo al tramo de edad, permitiendo distinguir en qué segmento de edad la población es más propensa a emprender. Como se puede observar:

- Los tramos 18-24 (TEA de 9.1%) y 25-34 (9.3%) son los que tienen una TEA superior a la media de Cataluña (7.5%); los de 35-44 (7.6%) y 45-54 (7.2%) similar; y los de 55-64 (4.7%) bastante inferior.
- Si se analizan las tendencias, desde 2010 no ha parado de crecer la TEA de los emprendedores en fase inicial de edad comprendida entre 18-24 años (Gráfico 4.3), pasando del 2% al 9.1% el 2014, con un incremento del 82% respecto al 2013. Cifra relacionada con alta tasa de paro juvenil.
- Relevantes también han sido los crecimientos del 44% y 43% de 25-34 y 55-64, respectivamente.
- La franja de 45-54 años, cuya TEA había tenido un crecimiento espectacular desde el 2010 (3.4%) al 2012 (11%), interpretado como forma de autoempleo por las dificultades derivadas de la edad para encontrar empleo por cuenta ajena, ha vuelto a valores similares a los años anteriores a la crisis. Respecto al 2013, ha sufrido un descenso del 11%, quedando la TEA en 7.2%.
- En estos últimos once años, las TEA más estables han sido las de 35-44, con valores en torno al 8%, y las de 55-64, con valores en torno al 4%.

Al clasificar a los emprendedores en dos grupos de edades (18-34 y 35-64 años) se puede apreciar que la TEA de los emprendedores jóvenes ha crecido un 54%, alcanzando un valor de 9.3% (Gráfico 4.4) y siendo casi el doble que la del resto de España de la misma franja de edad (4.9% y disminuyendo desde 2011) y superior a la del resto de UE (8.2%) (Gráfico 4.5).

Mientras que la de los de más edad se ha mantenido, pasando de 7% a 6,7%, cifra casi un 30% superior a la del resto de España (5.2%).

La edad de los hombres emprendedores en fase inicial es igual que la de las mujeres (39 años), al haber disminuido en dos años la de los primeros respecto al 2013 (Tabla 4.4) y mantenido la de éstas. La edad de las emprendedoras potenciales también se ha reducido en dos años, pasando de 37 a 35 años.

Respecto a las percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña, si las comparamos con las personas de más edad también involucradas, las principales diferencias, que coinciden con las del 2013, son que el porcentaje de los primeros que conoce a emprendedores y tiene modelos de referencia es mucho mayor (71% frente al 55%), así como su percepción de oportunidades (48% frente al 27%) (Gráfico 4.6). Su creciente capital humano les da un mayor espectro de alternativas, así como una mejor capacidad de identificación y explotación de oportunidades de negocio (Haynie *et al.*, 2009).

Otro cambio es que ahora los segundos detectan en los medios de comunicación más historias de éxito que los jóvenes (59% frente 48%).

Las mayores diferencias se detectan si comparamos por franjas de edad a los involucrados en el proceso emprendedor con quienes no lo están, mucho más acusadas en los jóvenes (Gráfico 4.7): conocimientos y habilidades para emprender (88% frente al 41%), modelos de referencia (71% frente al 39%), percepción de oportunidades (48% frente 24%) y miedo al fracaso (33% frente al 49%).

Entre los no involucrados prácticamente no hay diferencias por franja de edad. La única es que los jóvenes no involucrados tienen más modelos de referencia (39%) que los de 35-64 años (29%).

Tabla 4.1. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono	
<b>Media</b>	<b>35</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	
Desviación estándar	12	12	11	11	9	12	
Mínimo	18	18	21	18	20	23	
Percentil 05	19	21	24	22	31	30	
Percentil 10	20	23	25	24	37	32	
Percentil 25	25	28	32	30	41	38	
Mediana	34	39	39	39	48	48	
Percentil 75	44	49	47	47	55	56	
Percentil 90	52	56	52	55	61	63	
Percentil 95	57	58	58	58	62	64	
Máximo	62	64	64	64	64	64	

Tabla 4.2. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono	
<b>Media</b>	<b>35</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>48</b>	<b>46</b>	
Desviación estándar	12	12	11	12	9	11	
Mínimo	18	18	21	18	22	23	
Percentil 05	19	22	24	22	30	30	
Percentil 10	20	23	26	24	37	32	
Percentil 25	24	26	33	30	42	38	
Mediana	34	40	39	40	48	47	
Percentil 75	44	50	47	50	55	54	
Percentil 90	52	57	55	56	60	63	
Percentil 95	56	58	58	58	62	64	
Máximo	62	64	64	64	64	64	

Tabla 4.3. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en resto de España en el 2014

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono	
<b>Media</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>48</b>	<b>45</b>	
Desviación estándar	12	11	10	11	9	13	
Mínimo	18	18	21	18	18	19	
Percentil 05	20	23	25	24	32	25	
Percentil 10	22	26	27	26	36	28	
Percentil 25	27	32	32	32	42	35	
Mediana	37	41	40	41	49	46	
Percentil 75	47	49	48	49	55	56	
Percentil 90	55	55	53	54	60	62	
Percentil 95	57	58	57	58	62	64	
Máximo	64	64	64	64	64	64	

Tabla 4.4. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en el 2014

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono	
<b>Mujeres Media</b>	<b>33</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>39</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	
Desviación estándar	11	11	11	11	10	11	
<b>Hombres Media</b>	<b>37</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>49</b>	<b>48</b>	
Desviación estándar	13	13	11	12	9	12	

Tabla 4.5. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Barcelona en el 2014

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono	
<b>Mujeres Media</b>	<b>33</b>	<b>39</b>	<b>44</b>	<b>41</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	
Desviación estándar	11	11	10	11	10	11	
<b>Hombres Media</b>	<b>37</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>49</b>	<b>45</b>	
Desviación estándar	12	13	11	12	9	11	

Gráfico 4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014

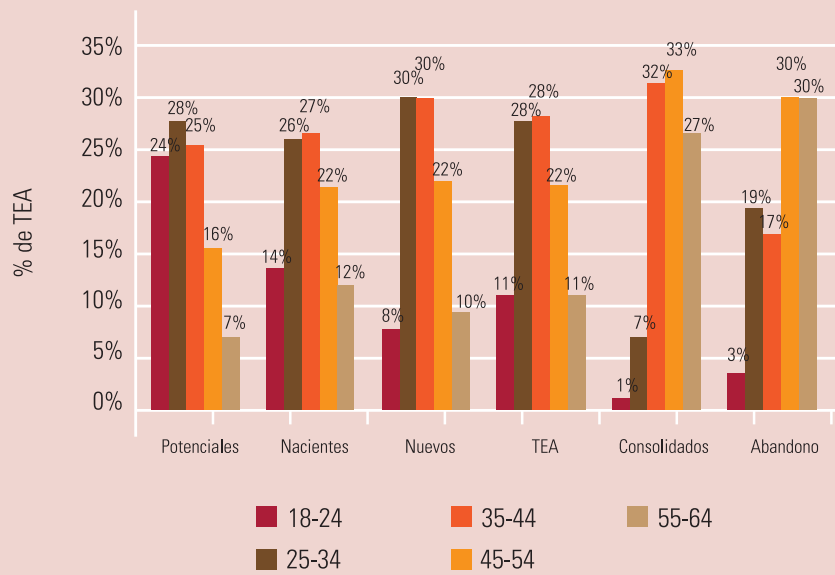


Gráfico 4.2. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014

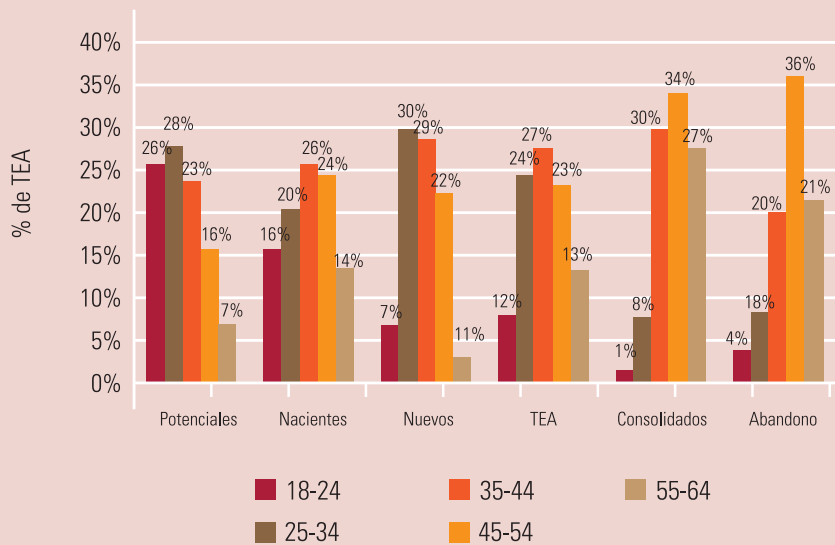


Gráfico 4.3. Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2004-2014

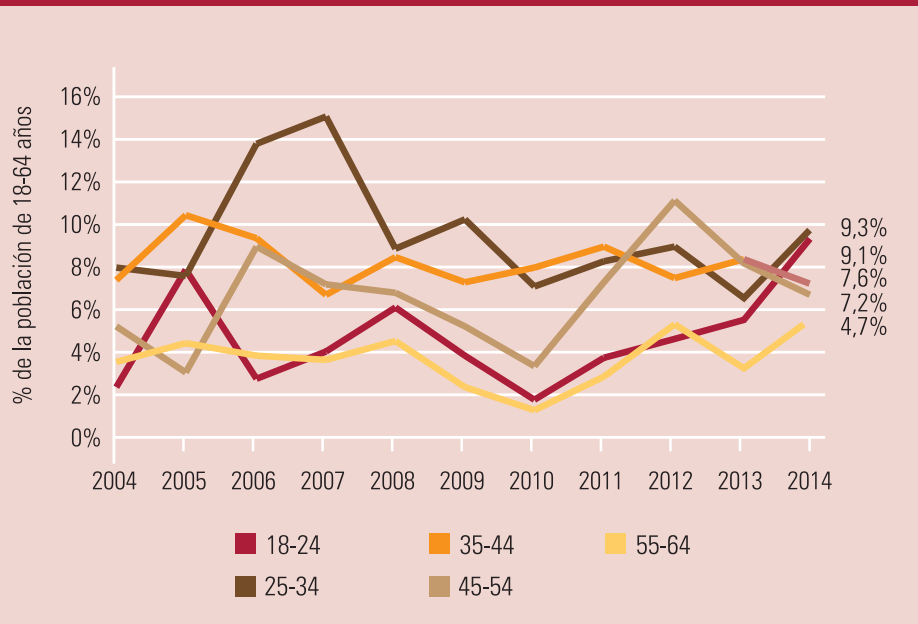


Gráfico 4.4. Evolución del TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y resto de España en el periodo 2004-2014

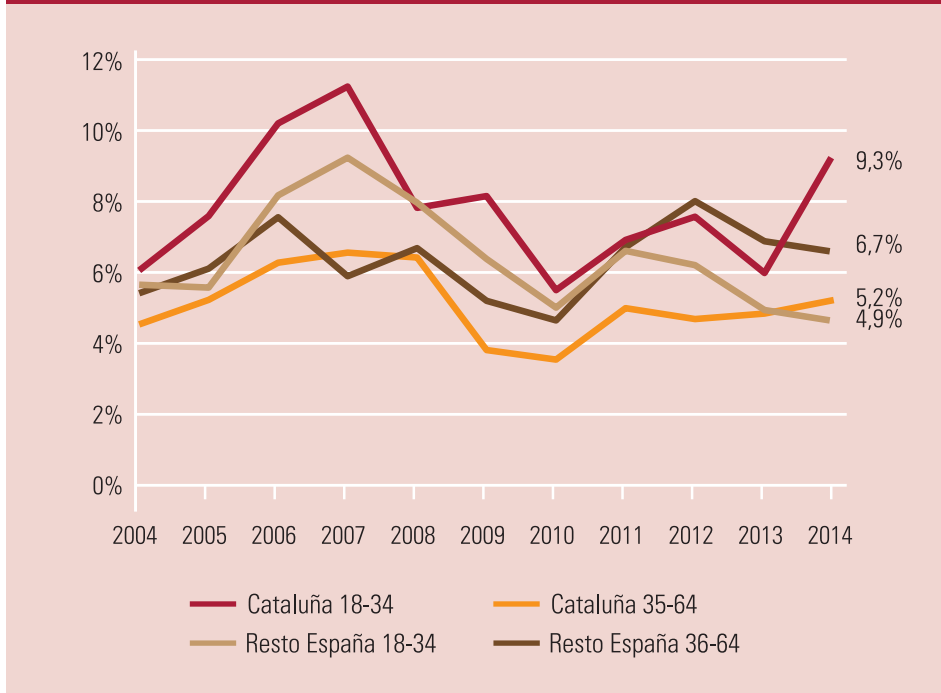


Gráfico 4.5.: Evolución del TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña, resto de España y resto UE en el período 2006-2014

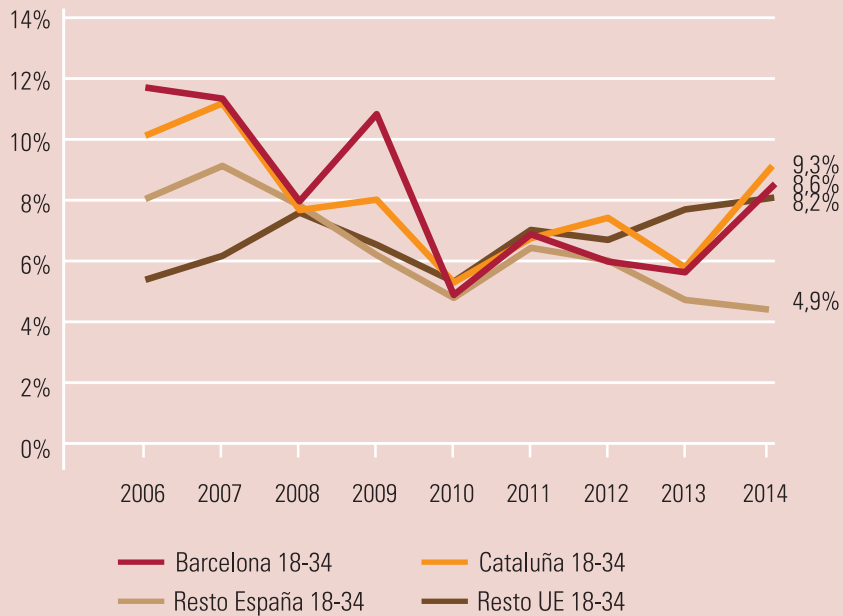


Gráfico 4.6. Percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes (18-34 años) y maduras (35-64) involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña

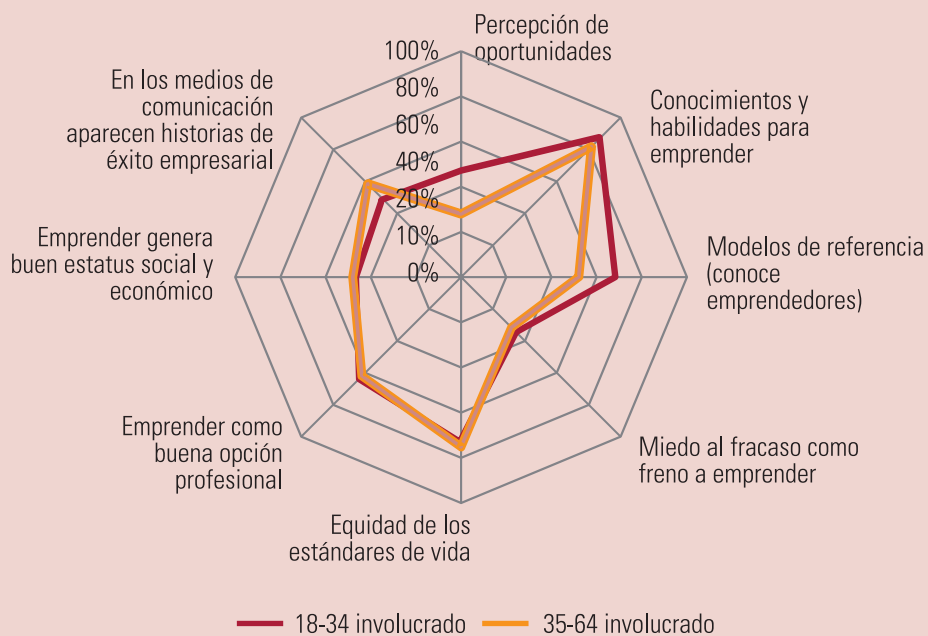




Gráfico 4.7. Percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes (18-34 años) involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y las no involucradas

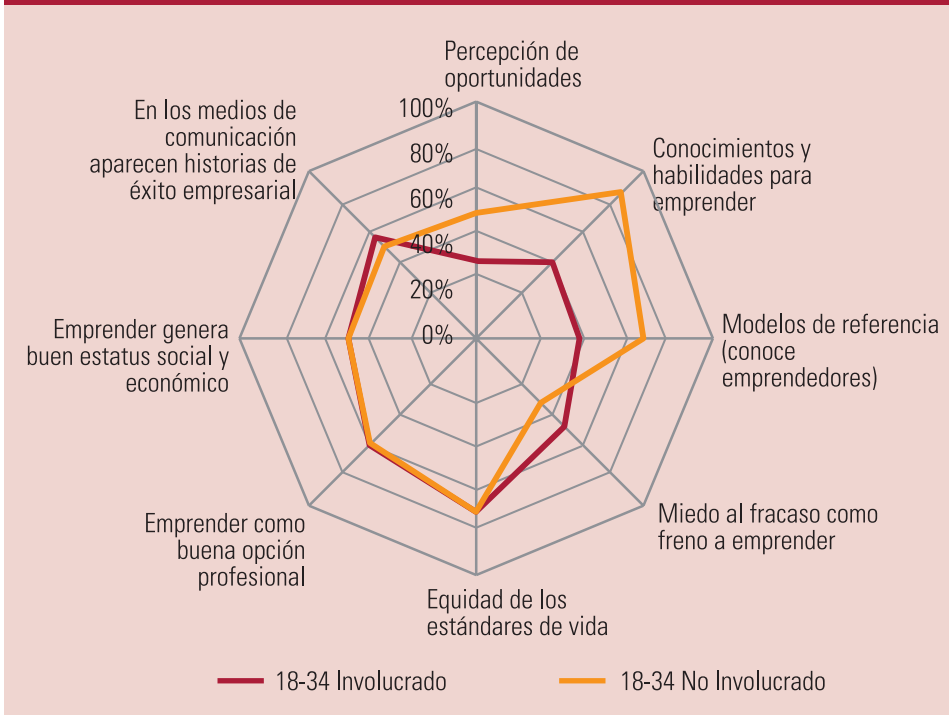
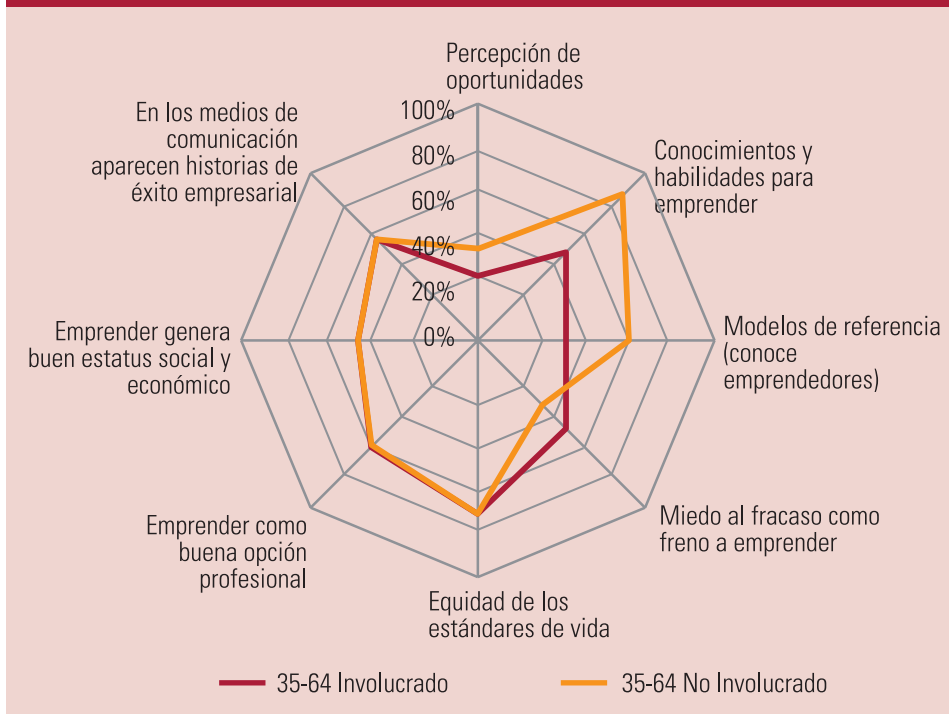


Gráfico 4.8. Percepciones, valores y aptitudes de las personas de 35-64 años involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y las no involucradas



## 4.2. Distribución por género

La distribución de la población emprendedora por género refleja que emprender en Cataluña sigue siendo una actividad en la que predominan los hombres, como se puede observar en el Gráfico 4.9. En 2014, algo más de seis de cada diez emprendedores en fase inicial eran del género masculino (61% frente a 64% en 2013).

Entre los emprendedores consolidados se puede observar también un peso relativamente mayoritario por parte de los hombres (63% frente a 59% en 2013), así como en los abandonos (71%).

En el caso de los emprendedores potenciales la participación es más equitativa entre ambos géneros, siendo el 53% hombres y el 47% mujeres (42% en 2013).

El índice TEA por género constata que la población adulta masculina (9.1%) es con diferencia más propensa a emprender que la femenina (5.9%) (Gráfico 4.11). Y, especialmente, la de 18-34 años: 11.3%, por 7.2% la femenina (Gráfico 4.13).

Pero mientras que la primera creció un 9% respecto al 2013, la segunda lo hizo un 23%, alcanzando los valores previos a la crisis. Ambas cifras son significativamente superiores a las del resto de España: 5.8% hombres y 4.3% mujeres (Gráfico 4.11).

Si tenemos en cuenta la ratio TEA femenina/TEA masculina, a pesar de mantenerse lejos del máximo de 2008 (83%), lleva los dos últimos años recuperándose desde el mínimo histórico de 2012 (45%) hasta el 65% actual (Gráfico 4.12). Es decir, por cada hombre emprendedor en fase inicial hay 0,65 mujeres emprendedoras.

La TEA femenina catalana (5.9%), al igual que la de la provincia de Barcelona (5.3%) se sitúa también, como lo han venido haciendo durante la última década, por encima de la del RUE (5.0%). Durante 2009 y 2010, año en que tocó fondo (3.6%), tuvo un fuerte retroceso, del que se ha venido recuperando estos últimos cuatro años. Es de destacar el crecimiento del 32% en 2014 de las emprendedoras de 18-34 años, alcanzando una TEA del 7.2%; así como del 19% en las de 35-64 (Gráfico 4.13), con una TEA del 5.3%.

Valores que se han conseguido en un contexto en el que la TEA femenina del resto de España, a pesar de que estuvo por encima de la del RUE a mediados de la década pasada, lleva los últimos seis años por debajo (Gráfico 4.13)

El crecimiento de la TEA se debía, fundamentalmente, al incremento de la TEA de los jóvenes (9.3%, con crecimiento del 54%) (Gráfico 4.4), que se descompone en el masculino (11.3%, con crecimiento del 71%) y femenino (7.2%, con crecimiento del 32%) (Gráfico 4.14).

Si distinguimos por género las percepciones, valores y actitudes de las personas involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor, las principales diferencias son que los hombres consideran en mayor medida (65%) que las mujeres (50%) que emprender es una buena opción profesional; su temor al fracaso es menor (25% frente al 38%); perciben más oportunidades (36% frente a 26%), así como en los medios de comunicación más historias de éxito (60% frente a 51%). Por el contrario, las mujeres consideran que emprender genera un buen estatus social y económico (53% por 46% los hombres) y son algo más competitivas (34% por 26%) (Gráfico 4.15)

Las diferencias entre los hombres y mujeres no involucrados son menores, prácticamente sólo en que los hombres consideran que tienen más habilidades para emprender que las mujeres (51% frente al 40%) y conocen más emprendedores (38% frente al 28%) (Gráfico 4.16).

Las mayores diferencias se detectan si comparamos por género a los involucrados en el proceso emprendedor con quienes no lo están (Gráficos 4.17 y 4.18):

- El 81% de las mujeres involucradas consideran que tienen conocimientos y habilidades para emprender, frente a un 40% de las no involucradas; conocen emprendedores/tienen modelos de referencia (60% frente al 28%) y les afecta menos el miedo al fracaso (38% frente al 49%).
- El 87% de los hombres involucrados opina que tiene conocimientos para emprender (frente al 51% de los no involucrados); tiene modelos de referencia (58% frente 38%); menos miedo al fracaso (25% frente al 47%) y percibe más oportunidades (36% frente al 22%).

Gráfico 4.9. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014

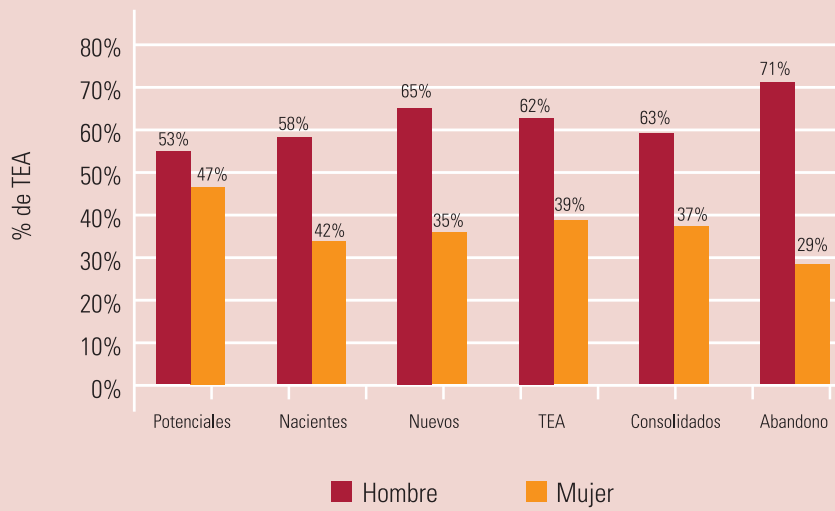


Gráfico 4.10. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014

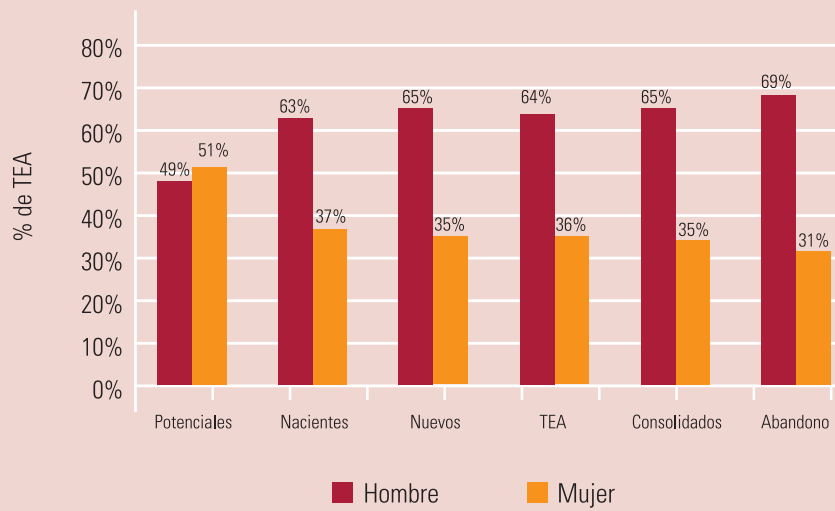


Gráfico 4.11. Evolución índice TEA por género en Cataluña durante el periodo 2004-2014

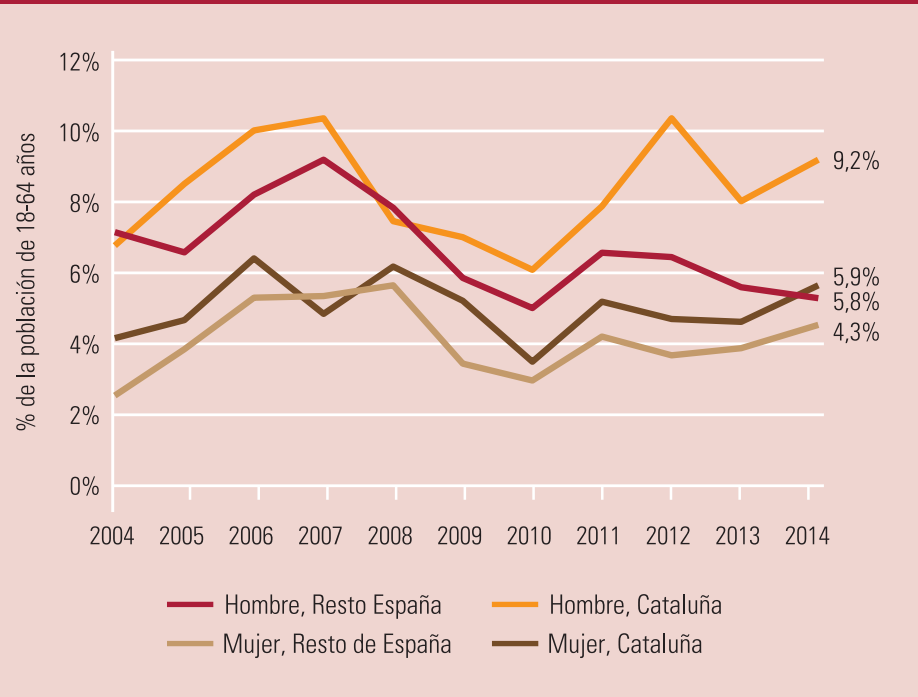


Gráfico 4.12. Evolución de la ratio TEA femenina/TEA masculina en Cataluña y resto de España y resto UE en el periodo 2004-2014

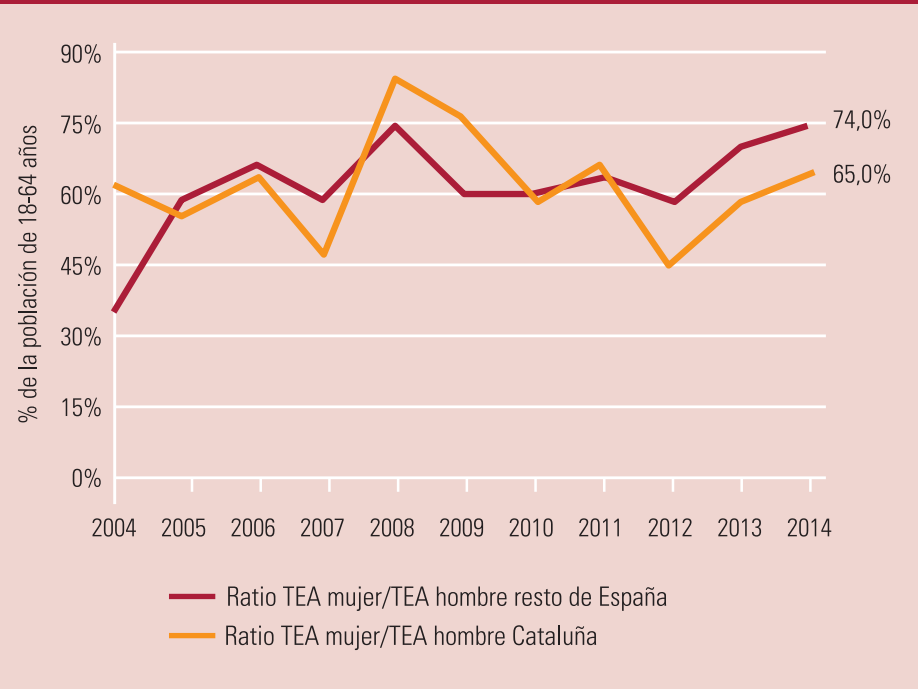


Gráfico 4.13. Evolución TEA femenino en Cataluña, resto de España y resto UE en el periodo 2004-2014

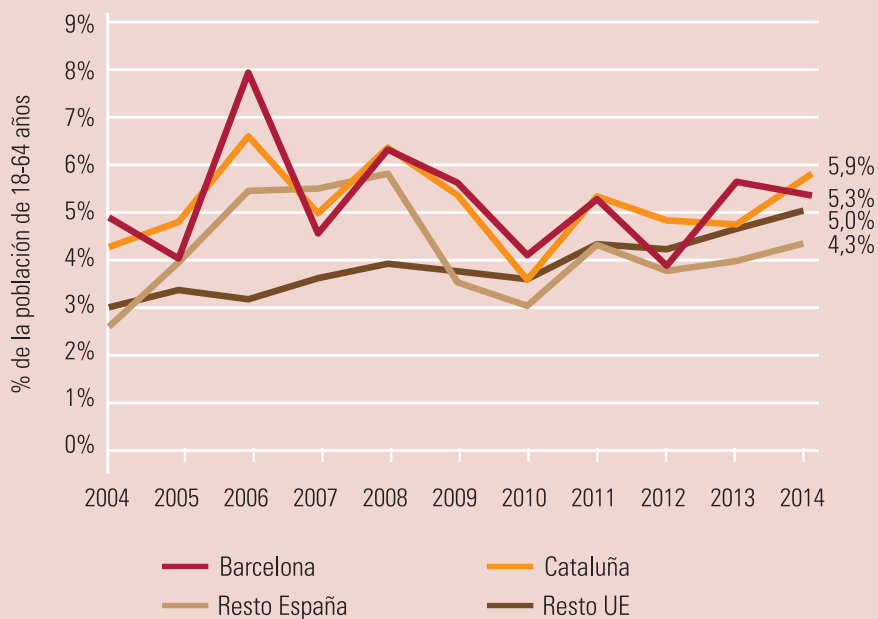


Gráfico 4.14. Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2014

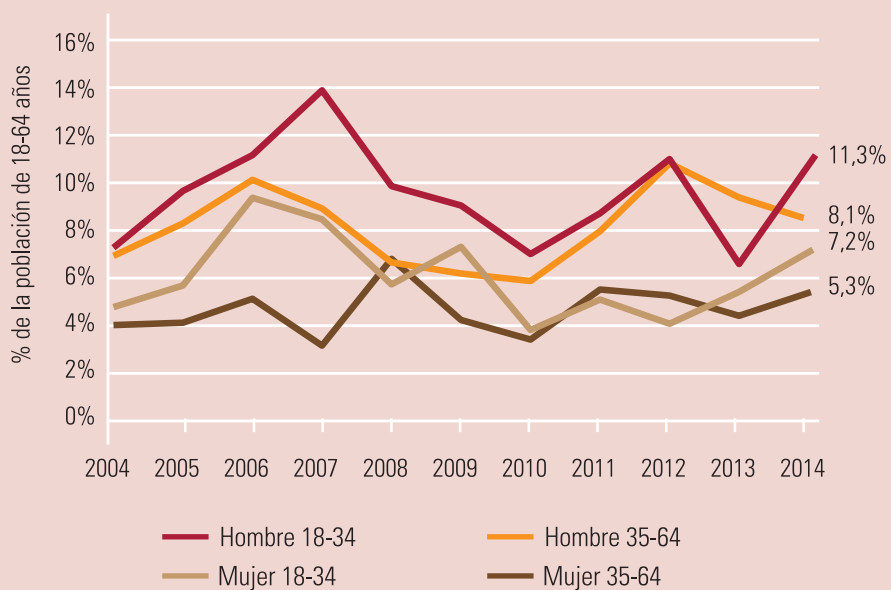


Gráfico 4.15. Percepciones, valores y aptitudes de los hombres y mujeres involucrados en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña

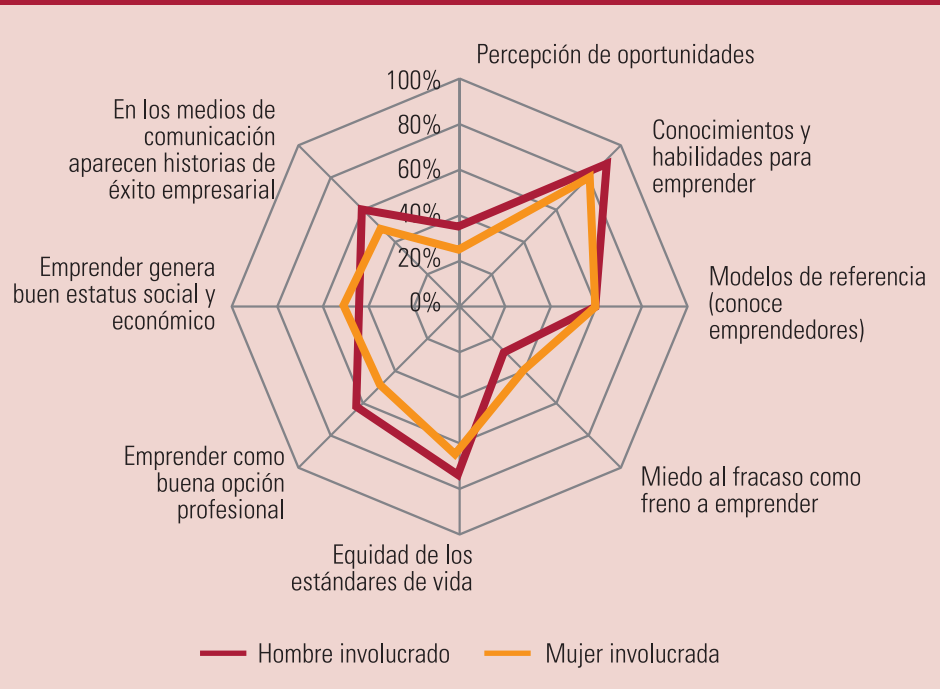


Gráfico 4.16. Percepciones, valores y aptitudes de los hombres y mujeres no involucrados en proceso emprendedor en Cataluña

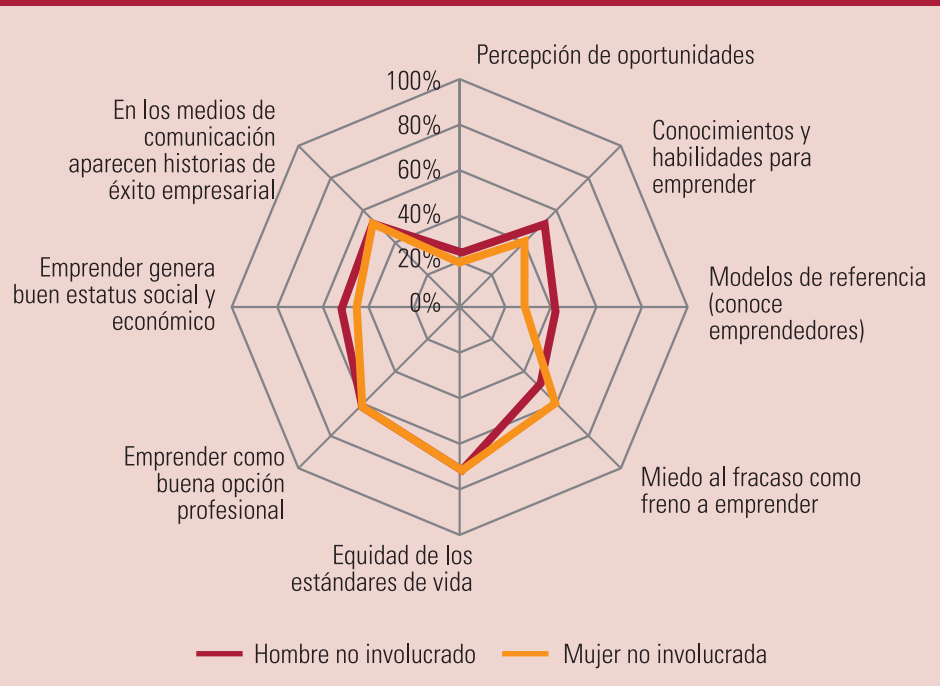


Gráfico 4.17. Percepciones, valores y aptitudes de los hombres involucrados en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y los no involucrados

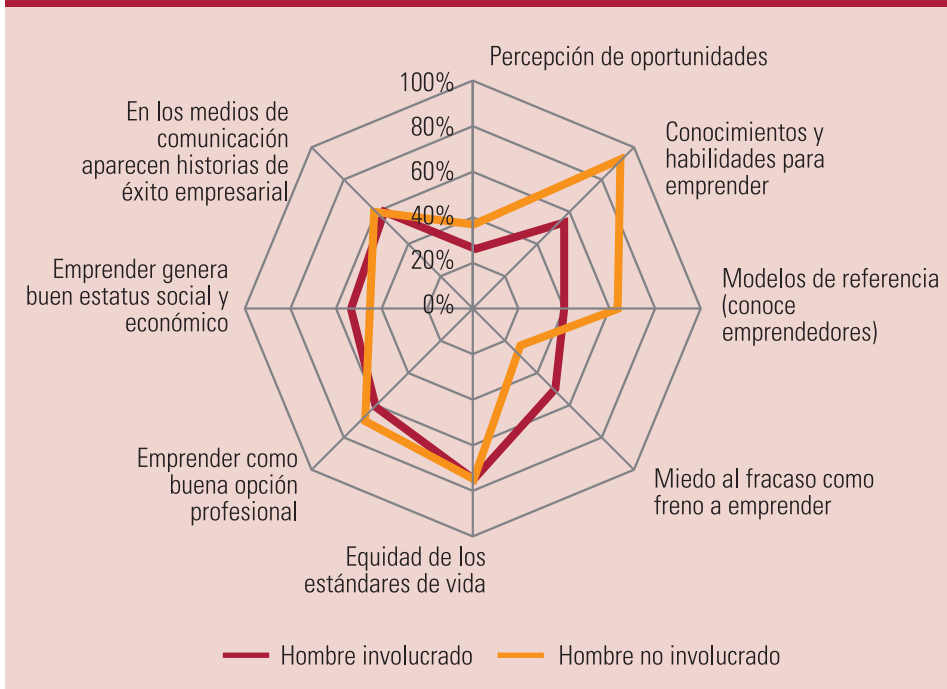
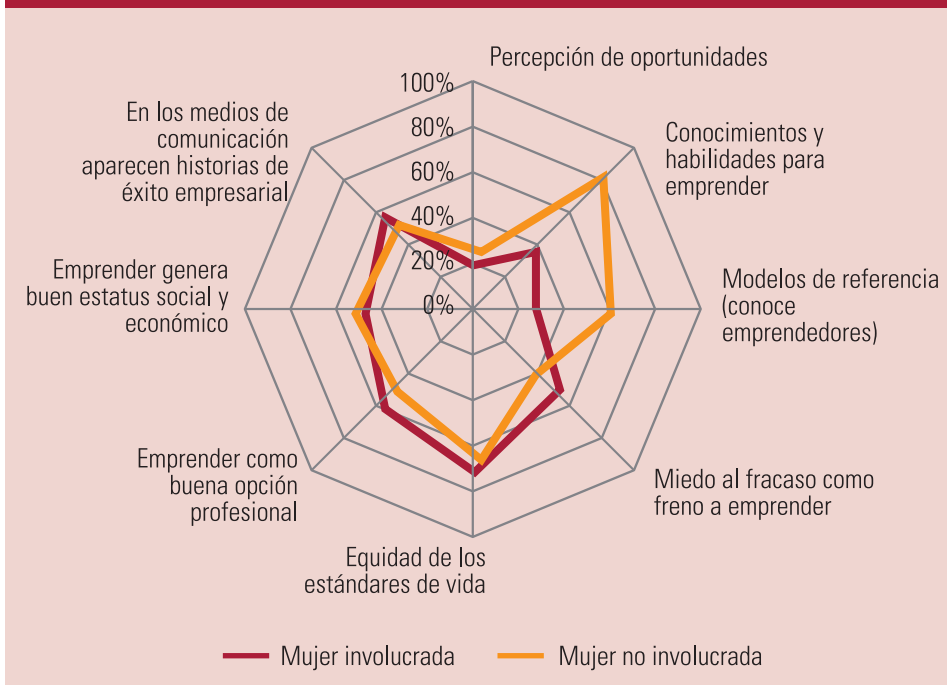


Gráfico 4.18. Percepciones, valores y aptitudes de las mujeres involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y las no involucradas





### 4.3 Distribución por nivel de educación

El nivel de capital humano del emprendedor es de gran importancia para la calidad del emprendimiento, siendo uno de sus principales componentes la educación formal alcanzada. Por este motivo, otra característica relevante para distinguir cómo se distribuyen los distintos grupos de emprendedores identificados por el proyecto GEM es el nivel de educación.

Las investigaciones señalan que en entornos con información incompleta, como suele suceder al crear una nueva empresa, el nivel de estudios tiene un valor importante como señal de habilidad productiva (Riley, 2002). El conocimiento previo adquirido desempeña un papel muy relevante en el buen desarrollo del proyecto del emprendedor, siendo de gran utilidad para identificar y valorar oportunidades de negocio (Shepherd and Detienne, 2005; Haynie et al., 2009), para adaptarse a nuevas situaciones (Weick, 1996); lo que justifica la importancia de la educación como factor clave del desarrollo empresarial, sobretudo en el momento de puesta en funcionamiento de una empresa, donde la incertidumbre es elevada. Pero no sólo es relevante en el momento de la puesta en marcha, también lo es en la orientación al crecimiento (Colombo y Grili, 2009) o a la innovación (Koellinger, 2008; Ucbasaran et al., 2008).

Como muestra el Gráfico 4.19, los emprendedores en fase inicial que componen el índice TEA poseen una formación superior (41%) o de postgrado (12%) en mayor proporción que los potenciales, consolidados y abandonos. Grupos que tienen menor formación. En el caso de los primeros, el 61% tenía como máximo formación secundaria; subiendo al 63% en los segundos y siendo el 63% en los terceros.

Cuando se agrupan los niveles de educación en tres grupos (bajo: sin estudios y primarios; medio: secundaria; y superior: superior y de posgrado), se aprecia que la propensión a emprender durante la última década ha sido mayor, incrementándose durante la crisis, en las personas con un nivel de educación superior.

La TEA de las personas que tienen educación superior ha sido del 20.5% (22% de la franja 35-64 años y 19% de la de 18-34), más del triple que la del nivel medio (5.9%) y casi el cuádruple que la del bajo (5.2%) (Gráfico 4.21); y también casi el doble que la del resto de España (10.4%) y resto de Europa (13.6%).

Destacar que la TEA más alta en Cataluña ha sido la femenina del nivel de educación alto (26%), que en Barcelona alcanzó el 27%.

Indicativos ambos, de acuerdo a las investigaciones empíricas, de una mejora de la calidad del emprendimiento.

Hace ya tres años se apuntaba que estos resultados tenían dos lecturas. Por un lado, indican que no sólo en el contexto económico actual el capital humano parece ser cada vez más un requisito importante a la hora de llevar a cabo de forma exitosa la creación de una nueva empresa. Y por otro, el resultado es indicativo que los catalanes con un mayor nivel de educación formal se sienten más atraídos hacia la iniciativa emprendedora.

También se debe remarcar que los emprendedores con una educación formal superior continúan estando menos representados en los abandonos que en las otras categorías, lo que claramente señala la mayor solidez empresarial de sus iniciativas empresariales.

Además, el proyecto GEM también recoge información sobre la formación específica para emprender que han recibido aquellos que han sido identificados como emprendedores (Gráfico 4.22). Los colectivos que declararon estar mejor formados son los que se encuentran en las primeras fases, el potencial (49% del total) y el naciente (46%), más que los de fases más avanzadas del proceso emprendedor.

Salvo en nacientes, que es similar, en el resto de colectivos la formación para emprender es superior en Cataluña que en el resto de España; y en Barcelona, superior a los dos anteriores en todos los colectivos.

No obstante, Salas y Sánchez-Asín (2006 y 2008), al estudiar la calidad de los emprendedores a través de su educación formal, llegan a la conclusión de que en España, a pesar de que la educación formal de todos los ocupados en los últimos veinticinco años se ha incrementado, sólo en los últimos diez la de los emprendedores ha crecido más que la del conjunto de ocupados. Lo que puede comportar un cierto déficit a la hora de aportar los elementos cualitativos que aseguren un vínculo robusto entre emprendimiento y crecimiento económico.

Gráfico 4.19. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña en el 2014

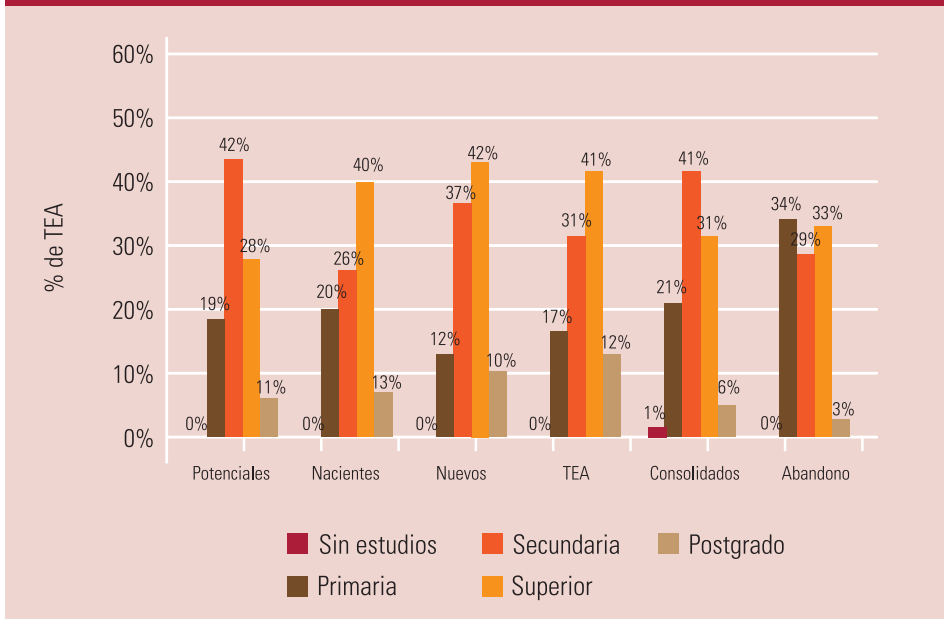


Gráfico 4.20. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona en el 2014

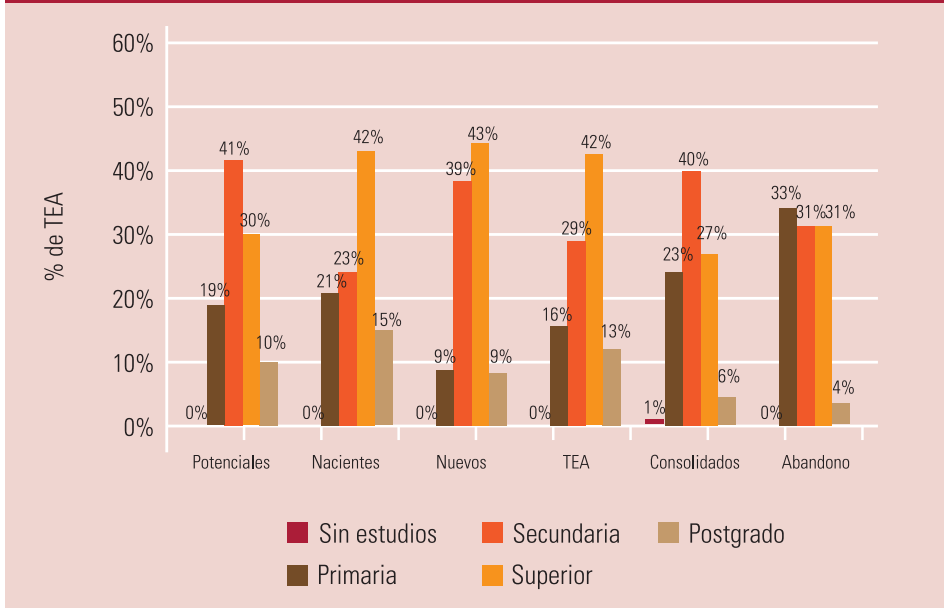


Gráfico 4.21. Evolución índice TEA por nivel de educación en Cataluña durante el periodo 2004-2014

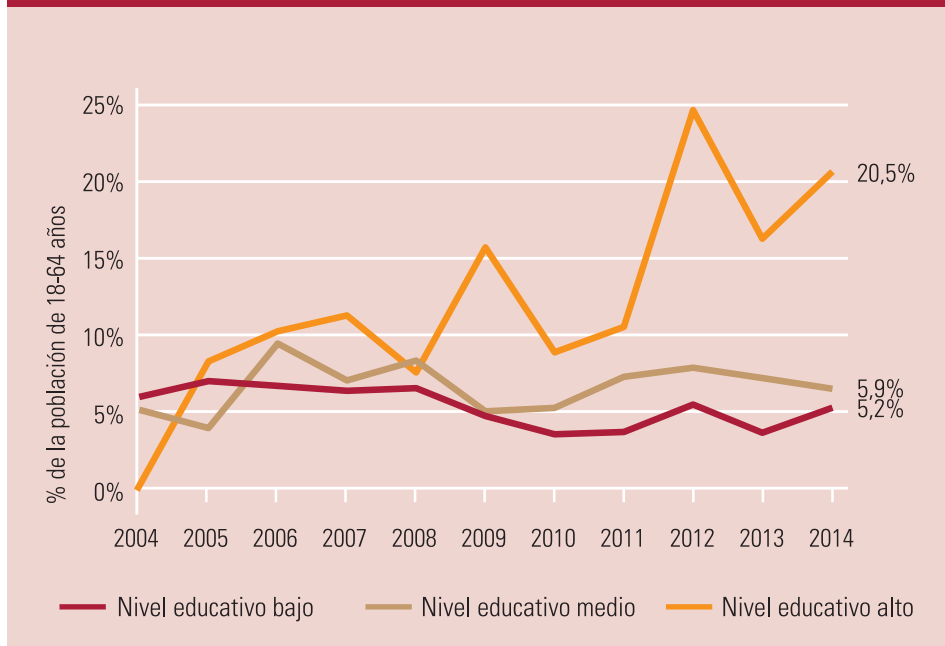
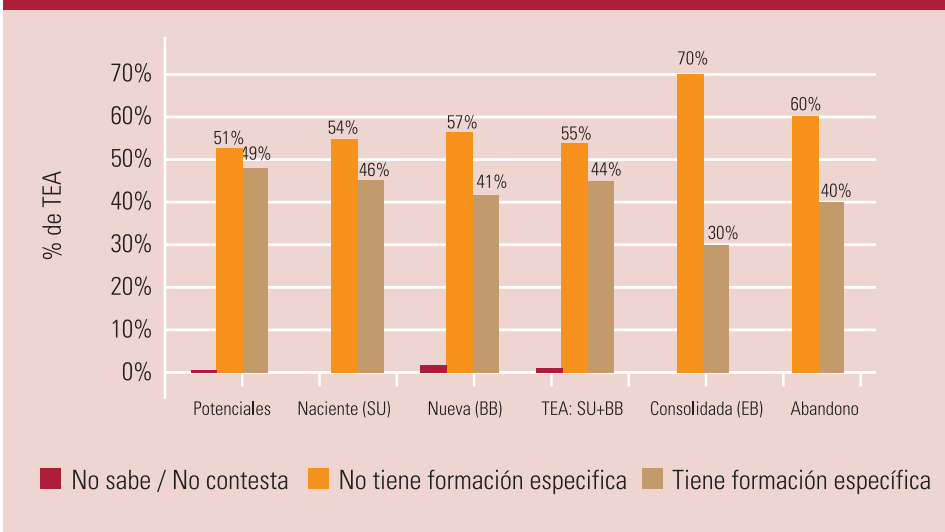


Gráfico 4.22. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014, según si cuenta con educación específica para emprender



#### 4.4 Distribución por nivel de renta

Para poner en marcha y desarrollar un proyecto empresarial hace falta invertir recursos y en muchas ocasiones son los propios emprendedores quienes los aportan. Para ello, el nivel de renta del emprendedor puede ser un aspecto relevante a la hora de decidir involucrarse o no en un proyecto empresarial y en su potencial y solidez posterior.

El Gráfico 4.23 muestra la evolución de la TEA para la población que se encuentra en el tramo inferior, medio y superior del nivel de renta de Cataluña en el periodo 2004-2014, que durante este último año han convergido a valores entre 8.2 y 8.6%.

Señalar que en el 2013 se cambió la definición de los tramos, con un incremento de 10.000€ para cada uno de ellos, quedando así: 0-20.000; 20.000-30.000; y más de 30.000€. Esta modificación puede explicar, en parte, la caída desde dicho año de la TEA del tramo superior.

El máximo valor lo obtienen los jóvenes (18-34 años) de renta media, con una TEA del 14%. Por el contrario, los de mayor edad del mismo tramo son los que obtienen una TEA menor (5%).

Por género, los valores mayores se dan en hombres del tramo inferior de renta (11%) y en el superior (10%). Mientras que el valor de la TEA menor se da en el tramo superior de mujer (5%).

A pesar de que no se observa un patrón constante, el nivel de actividad emprendedora del tramo superior (salvo en 2008 y 2014) ha sido mayor que en los otros dos. No obstante, el nivel medio ha crecido significativamente desde 2010; y también lo ha hecho el inferior (8.6%), que este último año ha aumentado un 63%, situándose por primera vez por encima del resto.

En el Gráfico 4.24 se presenta el nivel de renta según la fase del proceso en la que se encuentra el emprendedor. Si recordamos que en un 59.1% de los casos el motivo principal de cierre del negocio fue que no eran rentables, se puede entender el alto porcentaje (45%, 32% en 2013) de emprendedores que abandonan con nivel de renta inferior a 20.000€. Es decir, las personas en Cataluña que declaran haber abandonado una iniciativa empresarial de la cual eran dueños se caracterizan de forma marcada por su bajo nivel de ingresos familiares.

En todas las fases del proceso emprendedor predomina el nivel de renta entre 10.001 y 20.000€, a excepción de los consolidados en los que el siguiente tramo es ligeramente mayor.

Gráfico 4.23. Evolución índice TEA por nivel de renta en Cataluña durante el periodo 2004-2014

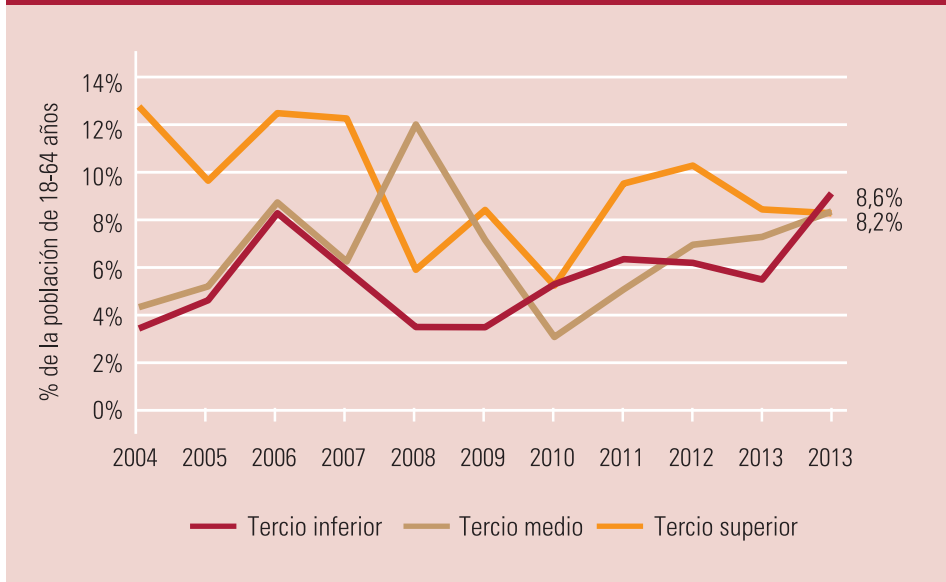


Gráfico 4.24. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014 por nivel de renta

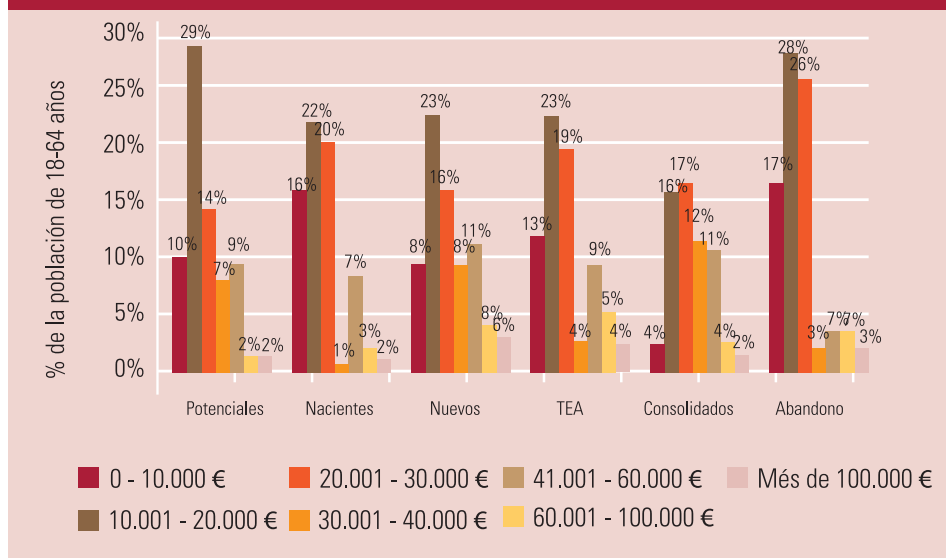
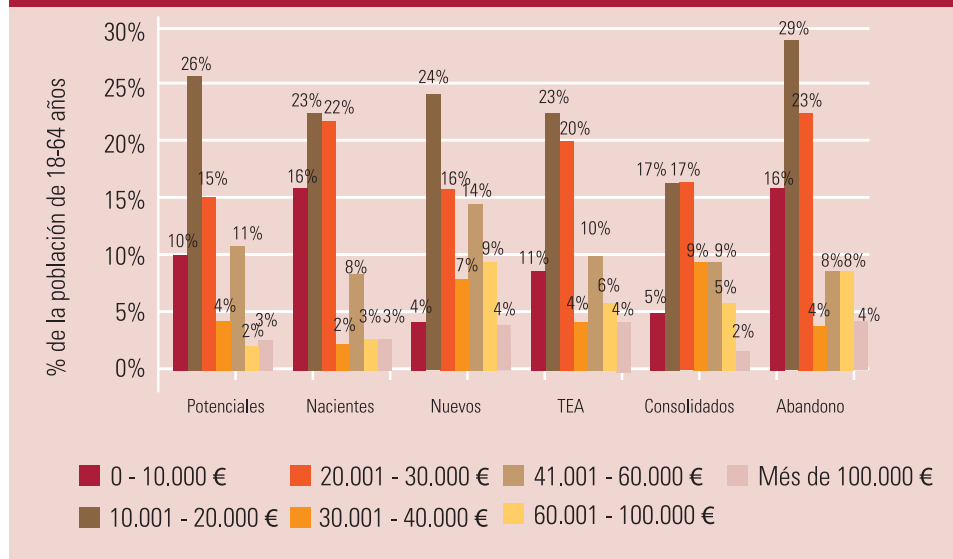


Gráfico 4.25. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014 por nivel de renta



#### 4.5 Distribución por situación laboral

La mayor parte de las personas emprendedoras proviene de una situación laboral de ocupación a tiempo completo o parcial. No obstante, sigue observándose una alta proporción de emprendedores potenciales (26%) y de nacientes (23%) que están en el paro, siendo el porcentaje dentro del grupo que han abandonado el negocio algo mayor (27%) (Gráfico 4.26). El peso de los desempleados en Barcelona es ligeramente superior, 27%, 25% y 33%, respectivamente (Gráfico 4.27).

El impacto desde 2009 de este colectivo en la TEA es cada vez mayor, como se puede apreciar en el gráfico 4.28, con un crecimiento del 123% en estos últimos cinco años. Mientras que los empleados a tiempo completo o parcial sólo han aumentado un 21% en dicho periodo.

Pero mientras que en los emprendedores potenciales los que provienen del paro representan un 27% y en los emprendedores nacientes un 25% (recordar que eran las personas adultas implicadas en la puesta en marcha de una empresa durante los últimos 12 meses, en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo, pero con hasta tres meses de actividad, entendiéndose por actividad el pago de salarios, honorarios, beneficios o retribución en especie.), en los nuevos este porcentaje baja a un 2%. Esto es indicativo de que la mayoría de las personas en desempleo parecen quedarse sólo con la intención de emprender y/o puesta en marcha del negocio, pero sin sobrepasar los tres meses de actividad y difícilmente pasando a la etapa de emprendedor nuevo.

Estos datos estarían en sintonía con el aumento durante estos últimos años de la creación de empresas por necesidad, dado que ésta suele estar asociada con la falta de alternativas para lograr un empleo asalariado satisfactorio, pero con un recorrido corto y calidad escasa.

Ya señalábamos hace tres años que, hasta cierto punto, estos resultados eran comprensibles. Para iniciar una carrera emprendedora una persona requiere tres cosas que suelen ser ajenas a quien se encuentra en situación de desempleo: tolerancia a la incertidumbre, solidez financiera, y confianza en sí mismo. Lo primero que busca habitualmente el parado es la estabilidad, que el emprendimiento no puede ofrecerle en el corto plazo. De la misma forma, muchos parados en el contexto actual no cuentan con un nivel de recursos financieros que les permita inyectarlos en una nueva empresa y aguantar el periodo de tiempo que suele pasar antes de que genere ingresos y beneficios. Y, finalmente, el aspecto psicológico y la confianza en sí mismo son esenciales. Estos componentes permiten al individuo tener el empuje suficiente y la ambición necesaria para cumplir con su proyecto emprendedor, a la vez que le ayudan a superar los numerosos obstáculos que suelen aparecer en el camino del emprendedor naciente.

Gráfico 4.26. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014 por situación laboral

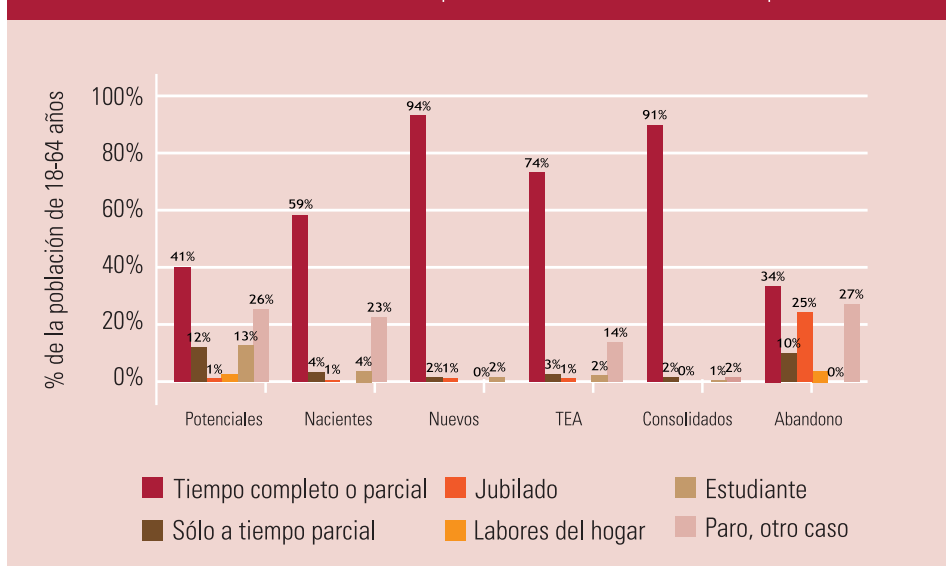




Gráfico 4.27. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014 por situación laboral

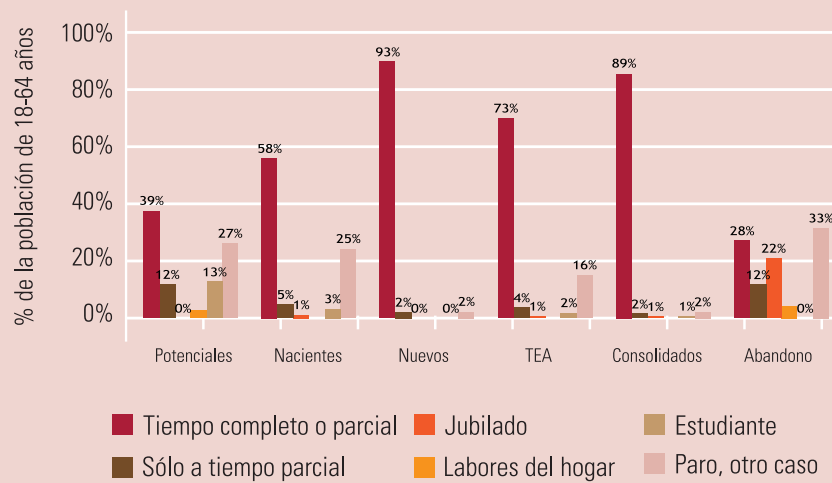
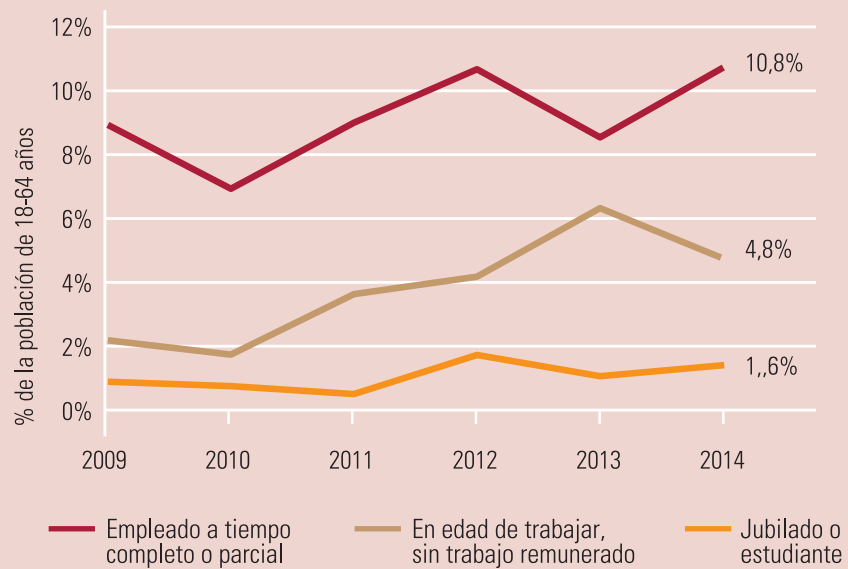


Gráfico 4.28. Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2014



## 5. Perfil empresarial y aspiraciones de la actividad emprendedora en Cataluña

En este apartado se analizan las características de las nuevas empresas creadas por los emprendedores en Cataluña. En concreto, se examinan el sector de actividad en el que se enmarca el nuevo negocio, la financiación utilizada para lanzarlo, su tamaño inicial y aspiraciones de crecimiento, así como su grado de orientación innovadora e internacional.

En primer lugar, es necesario examinar la distribución sectorial de los nuevos proyectos empresariales. En el marco del GEM se contemplan las cuatro categorías siguientes: actividades económicas de carácter extractivo, sectores transformadores, actividades de prestación de servicios a empresas y comercio de bienes de consumo dirigidos al consumidor final.

El proyecto GEM también incluye el tamaño inicial de la nueva empresa en términos del número de trabajadores. Esta variable supone un primer indicador del potencial del nuevo proyecto y, según algunos autores, es un elemento que favorece la supervivencia y consolidación de la nueva empresa (Audretsch *et al*, 1999; Falck, 2007).

Estas dos variables estructurales (sector y tamaño inicial) están relacionadas, dado que suelen existir diferencias sectoriales en cuanto al número de trabajadores en el arranque de una nueva empresa. En términos generales, el tamaño inicial suele ser más elevado en los sectores industrial que en el caso de empresas de comercio y servicios.

Un aspecto crucial de la puesta en marcha de nuevos negocios es la financiación. Es bien sabido que los ahorros personales, la familia y los amigos suelen ser las fuentes de financiación más comunes. La mayoría de emprendedores tienen dificultades para acceder a la financiación bancaria, mayormente por falta de historial o de garantías. Así pues, el desarrollo de mercados alternativos de capital adquiere un papel importante para facilitar el lanzamiento de los nuevos negocios y su consolidación posterior.

Por otra parte, es interesante observar las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores. Este factor es relevante porque el crecimiento real de una nueva empresa requiere que el fundador (o el equipo emprendedor) tenga aspiraciones a crecer. En este sentido, las aspiraciones de crecimiento se consideran una condición necesaria, aunque no suficiente, para que el proyecto pueda crecer en sus primeros años de funcionamiento (Wiklund y Shepherd, 2003).

Aunque la proporción de emprendedores con elevadas aspiraciones de crecimiento sobre el total de emprendedores tiende a ser reducida, la evidencia empírica nacional e internacional muestra que un reducido número de nuevas empresas de alto crecimiento pueden tener una influencia muy positiva en la creación de empleo y el desarrollo regional (Henrekson y Johanson, 2010; Storey and Greene, 2010).

Tanto la financiación como las aspiraciones son elementos que se analizan en el proyecto GEM. Además de estos aspectos, también se examina el perfil innovador de los nuevos negocios, puesto que la innovación es una característica básica del emprendimiento. Así, los emprendedores se distinguen de los gestores en su capacidad de transformación de recursos en nuevos bienes y servicios. La supervivencia y crecimiento de los nuevos negocios también dependen en parte de su capacidad de innovación. Para analizar esta cuestión, en el proyecto GEM se mide el grado de novedad del producto ofrecido por la nueva empresa así como la novedad en el desarrollo y/o aplicación de nuevas tecnologías con que cuenta la empresa.

La orientación internacional de los nuevos negocios también se considera una característica indicativa de la calidad del emprendimiento. En los últimos años se constata que algunos emprendedores conciben su negocio desde una perspectiva internacional desde las fases más tempranas de la creación de la empresa. Estas empresas que nacen con vocación global son pocas pero suelen alcanzar un crecimiento y desempeño considerable en sus primeros años de vida (Hisrich, 2013).

En definitiva, todos los aspectos anteriores son importantes para definir el perfil de la actividad emprendedora y entender el potencial que tienen los nuevos negocios en Cataluña para crear empleo, innovar e internacionalizar sus actividades. A continuación se presentan los resultados relativos a estas variables que se han obtenido de los datos del GEM.

### **5.1. Aspectos generales del negocio**

Al analizar los datos del proyecto GEM en Cataluña se observa que los nuevos negocios se concentran en el sector terciario (Gráfico 5.1). Así, en 2014 poco más de la mitad de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) se enmarca en el comercio de bienes de consumo (51 %) y casi un tercio guarda relación con la prestación de servicios a empresas (31 %). Las actividades transformadoras representan un 14%, mientras que las extractivas sólo alcanzan un 4%. Esta distribución por sectores de los emprendedores en fase inicial (TEA) es similar a la de los últimos años en la que se ha producido una tercerización de la economía catalana.

No obstante, cabe señalar que en 2014 el porcentaje de empresas en sectores transformadores (tales como la industria manufacturera) en el caso de los emprendedores consolidados ha repuntado y se sitúa en el 33%, un valor similar al del año 2011 (Gráfico 5.2). Actualmente la proporción de empresas en estos sectores aún está por debajo del porcentaje que suponen los negocios orientados al consumo (42%), si bien se sitúa por encima de las iniciativas emprendedoras dedicadas a servicios a empresas (21%).

Gráfico 5.1. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2014

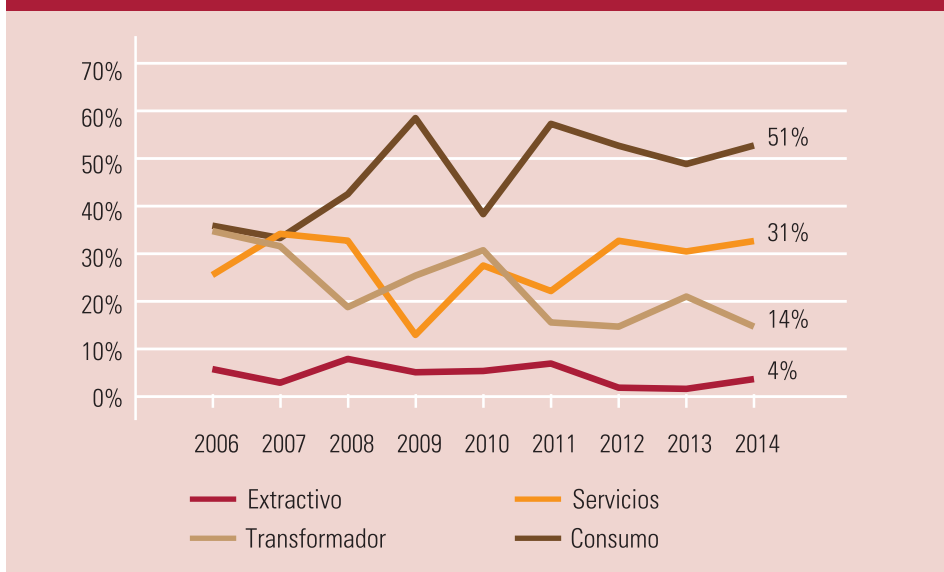
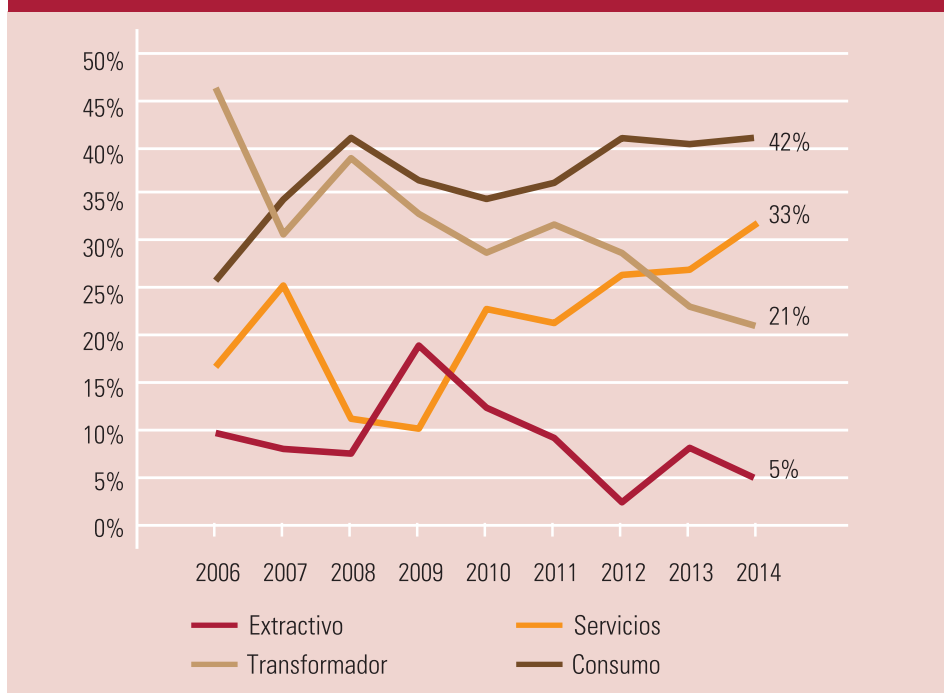


Gráfico 5.2. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2014



Para medir el tamaño de los nuevos negocios el proyecto GEM contempla el número de trabajadores en el momento de la creación. Los resultados del año 2014 indican una mayor presencia de emprendedores que no contratan empleados, más acusada aún en el caso de los que están en fase inicial (TEA), alcanzando un 71% del total en 2014 (Gráfico 5.3). En este grupo de emprendedores tan sólo un 6% de los nuevos negocios cuenta con más de 5 empleados. En cambio, en el período 2004-2009 la proporción de emprendedores sin empleados se situaba por debajo de los emprendedores con un número de trabajadores entre 1 y 5.

Los datos de 2014 sobre el tamaño en empleo de emprendedores consolidados corroboran la tendencia de los últimos años hacia un menor tamaño medio de los nuevos negocios. Así, alrededor de la mitad de ellos no cuentan con empleados (49%), algo menos de un 40% tiene entre 1 y 5 trabajadores (38%), un 10% cuenta con un número de empleados que oscila entre 6 y 19 y, finalmente, un 3% tienen un tamaño superior a 19 empleados (Gráfico 5.4).

En conclusión, se puede afirmar que actualmente las empresas se crean con un tamaño promedio inicial muy pequeño e inferior al que se observaba en el ciclo expansivo de la economía.

Gráfico 5.3. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2014

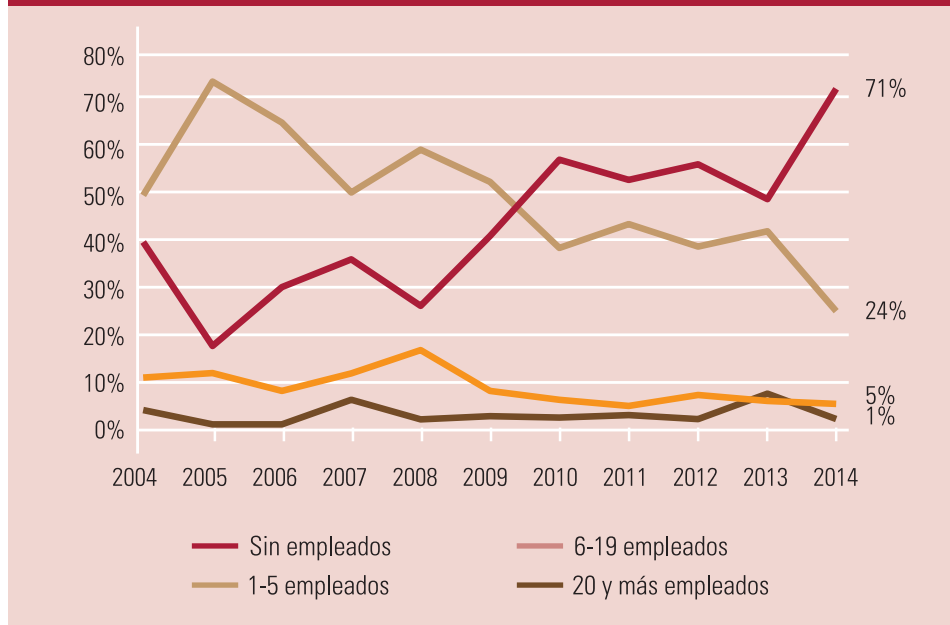
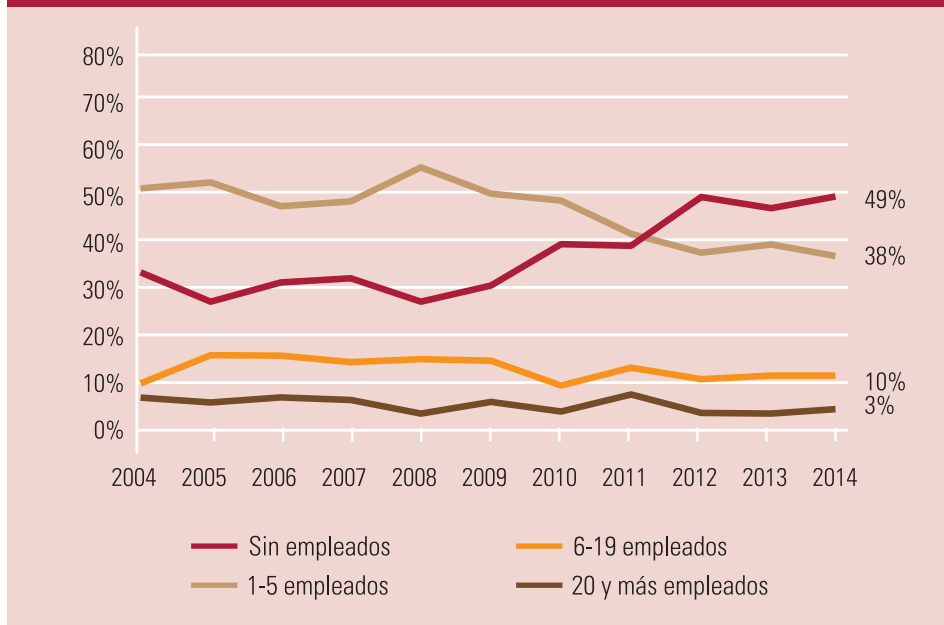


Gráfico 5.4. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2014



## 5.2. Financiación de la actividad emprendedora naciente

La financiación es importante no sólo para el lanzamiento de nuevos proyectos emprendedores sino también para el subsiguiente crecimiento e internacionalización de la empresa.

Desde el punto de vista de la demanda de financiación que requieren las nuevas empresas, el proyecto GEM incorpora datos sobre sus necesidades de financiación. En el año 2014 el capital semilla de los proyectos nacientes fue de 55.283 euros en promedio (Tabla 5.1). Ahora bien, existe una gran dispersión en las necesidades de capital de los distintos proyectos y, por ello, el capital semilla oscila entre 500 euros como mínimo y 600.000 euros como máximo. Atendiendo a la mediana de esta variable, se observa que el 50% de los proyectos ha necesitado una inversión de al menos 20.000 euros. En el resto de España, tanto la media como la mediana del capital total necesario para arrancar el negocio son similares a las de Cataluña (Tabla 5.3). No así en la demarcación de Barcelona, en la que ambas son bastante superiores: 66.131 y 29.000 euros, respectivamente (Tabla 5.2).

Por otra parte, en el 2014 cerca del 70% del capital semilla para proyectos nacientes en Cataluña fue aportado por los propios emprendedores, mientras que en el resto de España este porcentaje fue casi diez puntos inferior (un 61%). Sin embargo, tanto en Cataluña como en España al menos uno de cada cuatro emprendedores aportaron el 100% del capital semilla con fondos propios.

No obstante, desde el punto de vista de la oferta de financiación se observa que el porcentaje de la población que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años ha aumentado en 2014 respecto a 2013 (Gráfico 5.5). De esta forma se retoma la tendencia creciente en el porcentaje de inversores privados del período 2009-2012, tras el descenso que hubo en 2013. En concreto, los porcentajes de población que manifiesta haber invertido dinero en nuevas empresas en el año 2014 son del 4,3%, 4,2% y 3,6% para Barcelona, Cataluña y resto de España, respectivamente.

Tabla 5.1. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña en el 2014

	Capital total necesario para arrancar el negocio	Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes	Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes
<b>Media</b>	<b>55.283,70</b>	<b>31.857,04</b>	<b>69,87</b>
Desviación estándar	106.384,34	66.586,05	33,21
Mínimo	500	300	5,00
Percentil 05	800	600	15,00
Percentil 10	2.300	1.000	26,67
Percentil 25	9.000	3.000	33,33
Mediana	20.000	10.000	80,00
Percentil 75	50.000	30.000	100,00
Percentil 90	150.000	65.000	100,00
Percentil 95	200.000	120.000	100,00
Máximo	600.000	400.000	100,00

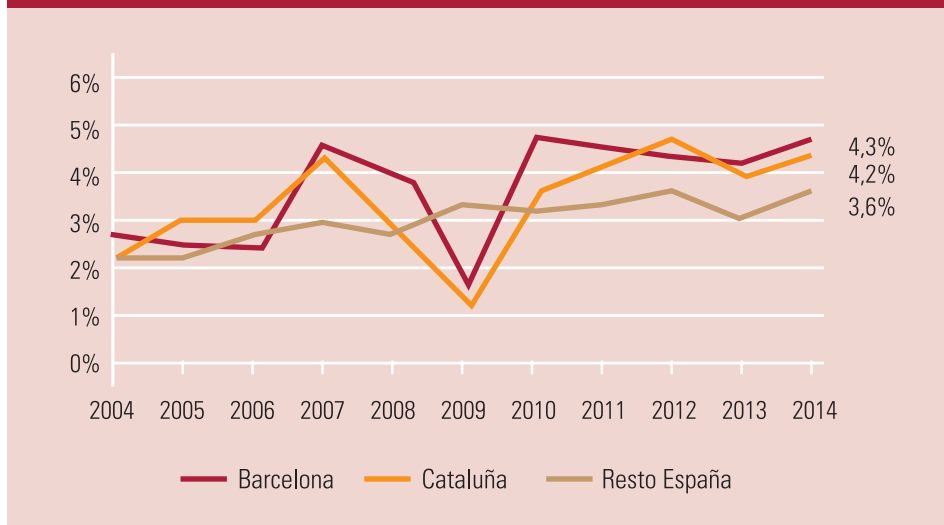
Tabla 5.2. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Barcelona en el 2014

	Capital total necesario para arrancar el negocio	Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes	Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes
<b>Media</b>	<b>66.131,35</b>	<b>34.125,09</b>	<b>68,16</b>
Desviación estándar	121.085,38	72.626,36	32,37
Mínimo	500	300	10,00
Percentil 05	800	500	15,00
Percentil 10	1.000	800	26,67
Percentil 25	8.000	3.000	33,33
Mediana	29.000	10.000	70,00
Percentil 75	50.000	30.000	100,00
Percentil 90	150.000	70.000	100,00
Percentil 95	200.000	200.000	100,00
Máximo	600.000	400.000	100,00

Tabla 5.3. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en resto de España en el 2014

	Capital total necesario para arrancar el negocio	Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes	Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes
<b>Media</b>	<b>55.613,53</b>	<b>28.795,70</b>	<b>61,06</b>
Desviación estándar	105.215,46	81.226,15	32,72
Mínimo	500	1	,20
Percentil 05	1.500	500	12,50
Percentil 10	3.000	1.500	21,43
Percentil 25	7.500	4.000	33,33
Mediana	20.000	10.000	50,00
Percentil 75	50.000	30.000	100,00
Percentil 90	150.000	50.000	100,00
Percentil 95	300.000	100.000	100,00
Máximo	1.500.000	1.500.000	100,00

Gráfico 5.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en Barcelona, Cataluña y resto de España durante el periodo 2004-2014



### 5.3. Expectativas de Crecimiento

El proyecto GEM también estudia el fenómeno de las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores. Esto es así porque la orientación hacia el crecimiento de la nueva empresa es una característica importante del comportamiento emprendedor. Los individuos involucrados en actividades de creación de empresas que tiene elevadas aspiraciones de crecimiento suelen mostrar un alto compromiso con el éxito empresarial. Asimismo, representan el grupo de emprendedores con más probabilidad de creación de empleo en el futuro y, por ello, suelen ser de especial interés para agentes políticos, consultores y académicos.

En el año 2014 los resultados muestran que las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores catalanes continúan siendo relativamente bajas, aunque existen ciertas diferencias entre los emprendedores en fase inicial (TEA) y los emprendedores consolidados. En este sentido, los primeros son algo más optimistas que los segundos, dado que un 40% de los nacientes esperan emplear entre 1 y 5 trabajadores en los próximos cinco años (Gráfico 5.6), frente al 33% de los consolidados que así lo esperan (Gráfico 5.7). Las proporciones de emprendedores en ambos grupos que esperan tener 6 o más empleados son similares (12% de los nacientes y 11% de los consolidados).

La tendencia observada en los últimos años en el nivel de aspiraciones ha sido decreciente. Una señal positiva que se detecta es que los emprendedores consolidados aumentan sus aspiraciones de tener entre 1 y 5 empleados en los próximos



cinco años y mantienen sus expectativas respecto al empleo de 6 o más trabajadores. En el futuro habrá que confirmar si se confirma este incremento de las expectativas de crecimiento de los emprendedores consolidados.

Gráfico 5.6. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años durante el periodo 2006-2014

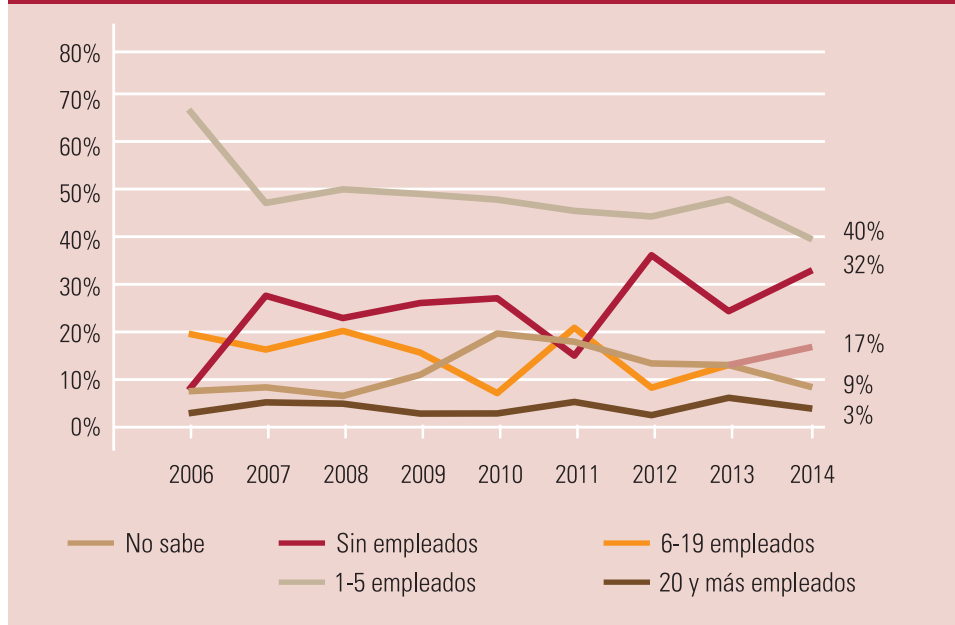
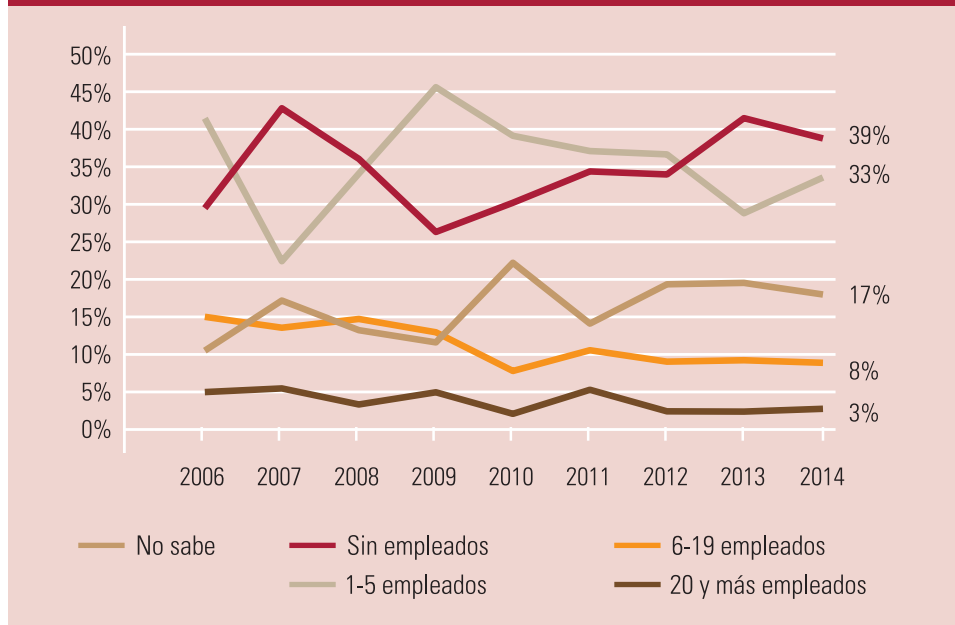


Gráfico 5.7. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2014



#### 5.4. Orientación innovadora

La capacidad de innovar es otra característica clave del emprendimiento de calidad. Un mayor número de nuevas empresas innovadoras en un contexto determinado puede facilitar la transformación y mejora del tejido empresarial. No obstante, no todas las personas emprendedoras son capaces u optan por lanzar productos nuevos al mercado, ni tampoco de adoptar nuevas tecnologías.

Según los resultados del proyecto GEM en 2014, la mayoría de emprendedores en fase inicial (63%) no han lanzado productos o servicios innovadores (Gráfico 5.8). Sólo el 7% consideran que el grado de novedad de sus productos es elevado, mientras que el 30% manifiesta que su oferta de productos tiene un cierto componente innovador. Estos resultados rompen una tendencia a la mejora de los últimos años con respecto al grado de novedad de los productos y servicios. En cambio, en el grupo de los emprendedores consolidados, las empresas innovadoras o algo innovadoras han aumentado hasta el 20% del total en 2014 (Gráfico 5.9).

Al comparar los resultados globales de emprendedores nacientes y consolidados, como sería de esperar son los primeros los que pretenden en mayor medida lanzar productos y servicios más novedosos que los ya existentes en el mercado.

Gráfico 5.8. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2014

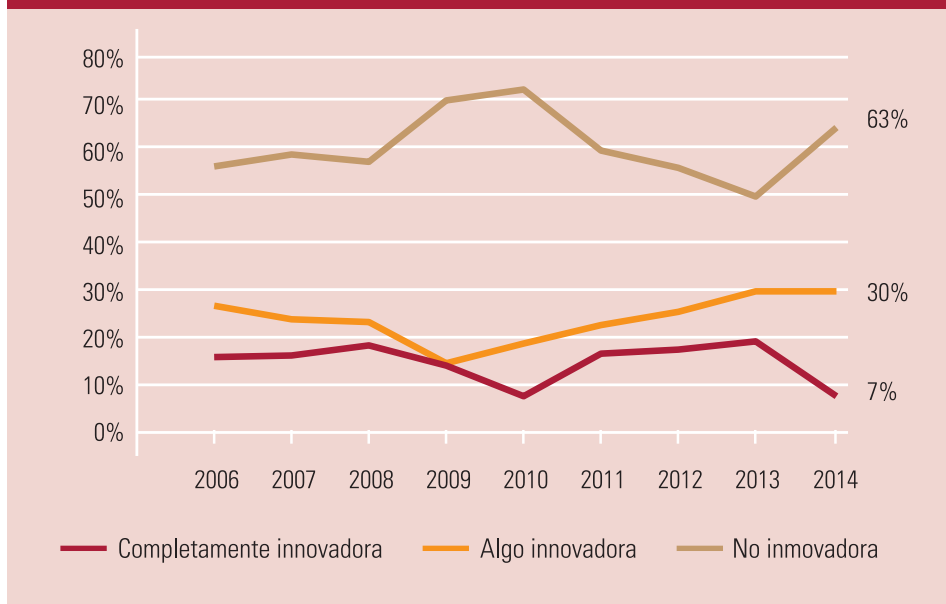
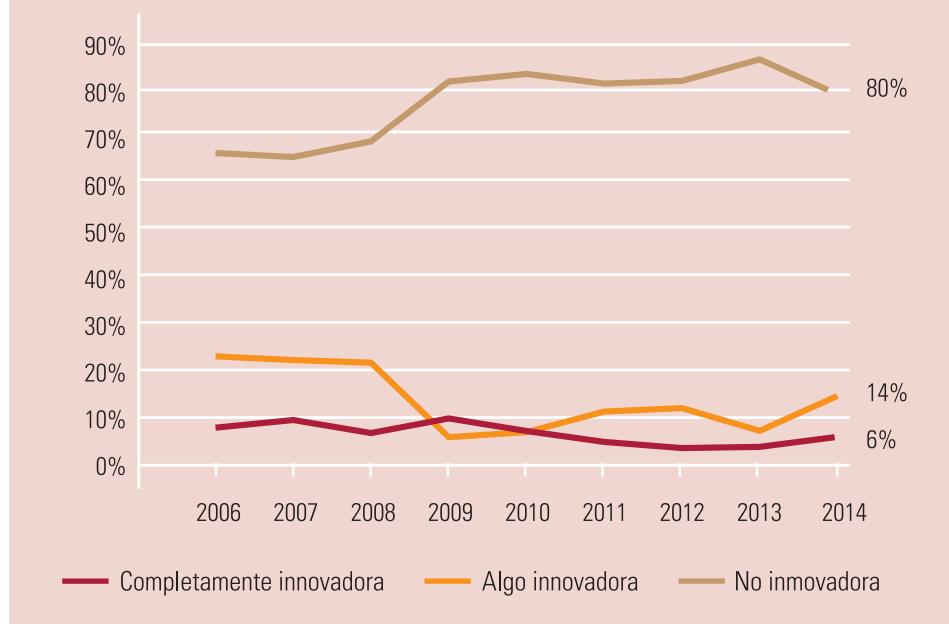


Gráfico 5.9. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el período 2006-2014



Otro aspecto vinculado a la innovación guarda relación con la adopción de nuevas tecnologías. La mayoría de emprendedores se apoyan en tecnologías de más de 5 años: 75% de los que están en fase inicial y 84% de los consolidados (Gráficos 5.10 y 5.11). En la misma línea de los resultados relativos a los nuevos productos, los emprendedores en fase inicial no parecen mejorar en cuanto a la novedad de las tecnologías utilizadas, dado que desde el 2012 el porcentaje de los que utilizan tecnologías de más de 5 años ha ido creciendo. En el caso de los consolidados, hay una cierta mejoría en 2014 respecto al año anterior.

Hay un 9% de los emprendedores en fase inicial que manifiesta estar utilizando tecnologías de última generación (de antigüedad inferior a un año), aunque de nuevo la tendencia creciente desde el año 2009 al 2013 no se ha mantenido en 2014. Entre los consolidados sí parece haber un aumento del uso de tecnología de última generación hasta alcanzar un 6%.

Gráfico 5.10. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2014

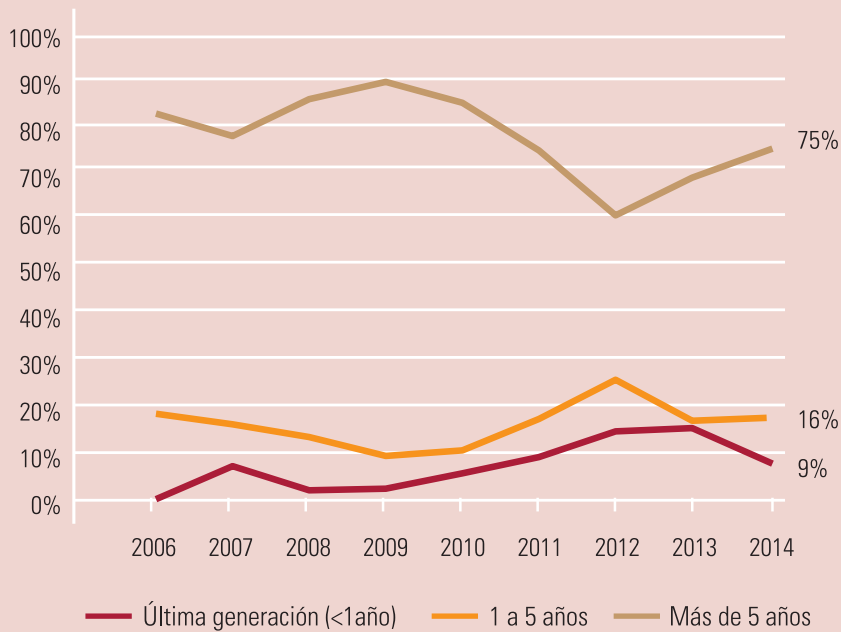
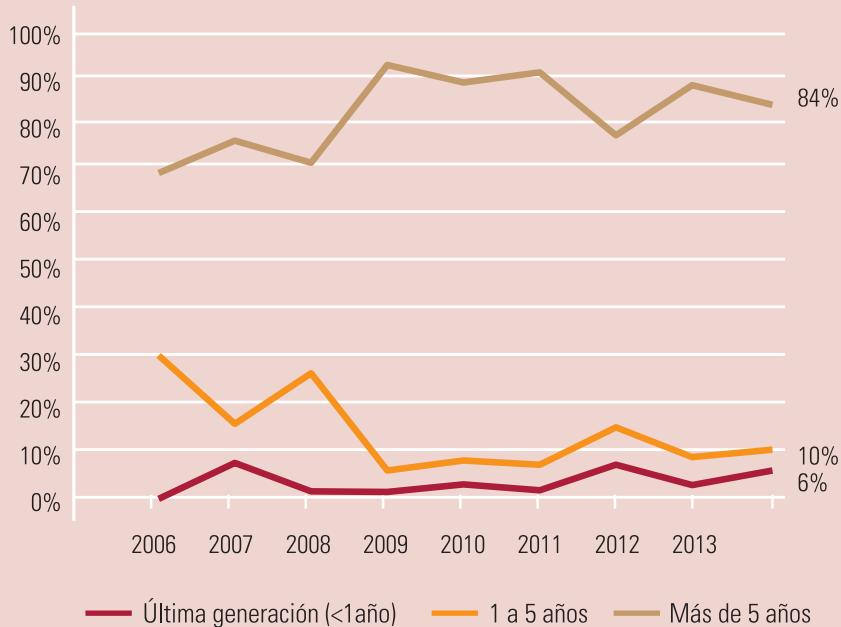


Gráfico 5.11. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2014



Un elemento adicional contemplado en el GEM es el nivel de competencia percibida por los emprendedores (inexistente, poca o mucha). Los emprendedores en fase inicial han cambiado notoriamente sus percepciones en esta cuestión. Así, la percepción de poca competencia pasa del 28% en el 2010 al 45% en 2013 (Gráfico 5.12). En 2014 este porcentaje desciende y se sitúa en el 32%. En consecuencia, repunta la proporción de los emprendedores que perciben mucha competencia hasta llegar a un 56% del total.

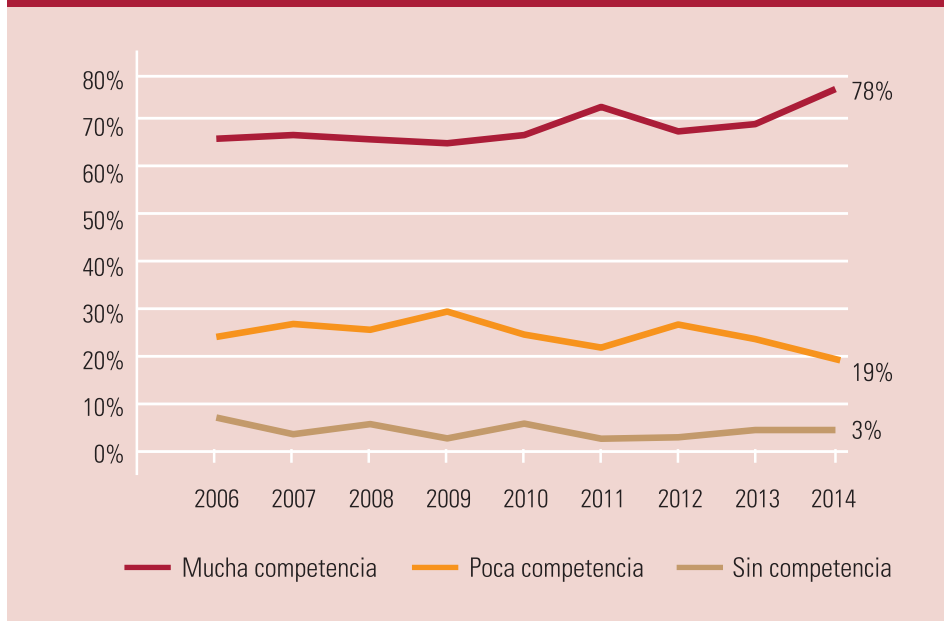
Las percepciones sobre el nivel de la competencia de los consolidados han sido bastante estables durante los últimos años (Gráfico 5.13). No obstante, de forma similar a lo que ocurre con los emprendedores en fase inicial, en el 2014 aumentan los que perciben mucha competencia (del 70% al 78%) y disminuye los que declaran tener poca competencia (del 25% al 19%) (Gráfico 5.13).

En conjunto, se observa que la competencia percibida por los emprendedores catalanes ha aumentado el último año. Este resultado tendrá que analizarse en las siguientes ediciones del proyecto GEM para ver si se mantiene esta tendencia al alza y puede afectar a la supervivencia de los nuevos negocios.

Gráfico 5.12. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2014



Gráfico 5.13. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2014



## 5.5. Orientación internacional

El fenómeno del emprendimiento internacional ha ido ganando peso en los últimos tiempos y los estudios realizados muestran que las nuevas empresas con vocación internacional alcanzan un mejor desempeño que el resto de nuevos negocios.

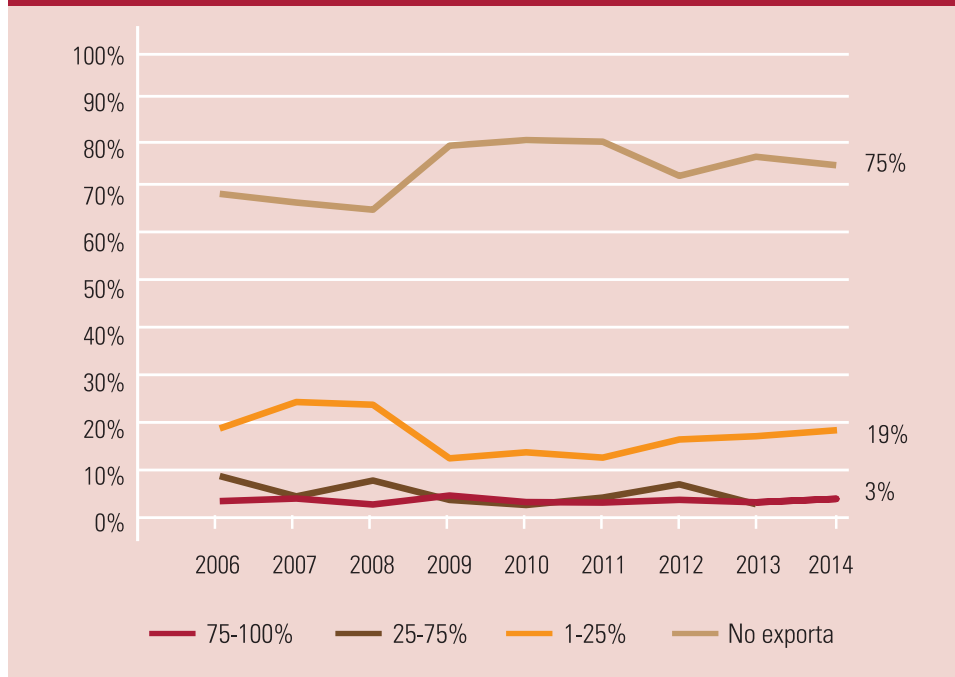
El proyecto GEM analiza la orientación internacional de los emprendedores a través del porcentaje de clientes en el extranjero. En el año 2008 el 54% de las empresas de menos de 3,5 años tenía algún cliente extranjero. En cambio, desde el año 2009 hasta la actualidad los emprendedores en fase inicial que se centran en el mercado doméstico (esto es, que no exportan) representan cifras superiores al 70% (Gráfico 5.14). Además, en los dos últimos años las nuevas empresas con una elevada orientación internacional (entre el 75 y el 100% de sus clientes son extranjeros) ha ido disminuyendo ligeramente, siendo del 6,3% en 2014. Sin embargo, un dato positivo es que en 2014 aumenta el grupo de empresas con una proporción de clientes extranjeros entre el 25 y el 75% que se sitúa en el 7%, cuando en 2013 era del 4%.

Una situación similar se observa en las empresas consolidadas, aunque el porcentaje de las mismas con una orientación marcadamente internacional es menor, tan sólo del 3% (Gráfico 5.15). Esto parece indicar que los nuevos emprendedores se abren más a los mercados exteriores que los que están en una fase más avanzada.

Gráfico 5.14. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2014



Gráfico 5.15. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2014



## 5.6. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de las aspiraciones de la actividad emprendedora

En este apartado se comparan por tipo de economía y país la distribución sectorial (extractivo, transformación, servicios a empresas y servicios al consumo), las expectativas de crecimiento (más de 5 empleados en los próximos cinco años), la orientación innovadora (novedad del producto y servicio) y la orientación internacional (porcentaje de clientes extranjeros) de los emprendedores en fase inicial (TEA) en el año 2014. Estos resultados se muestran en la tabla 5.4. Se puede observar que en Cataluña los emprendedores dedicados tanto a servicios a empresas como a servicios al consumo suponen una mayor proporción del total de emprendedores, si la comparamos con la media de las economías basadas en la innovación. No obstante, las expectativas de crecimiento son bastante bajas en comparación con estas economías. Algo similar ocurre con la introducción de productos totalmente nuevos, si bien el porcentaje de emprendedores que lanzan productos con un alto grado de novedad es similar al de la mayoría de países avanzados. Respecto a la orientación internacional de los nuevos negocios, aún queda camino por recorrer, dado que la proporción de emprendedores que no exportan es elevada en comparación con la de los países más desarrollados.

Los gráficos 5.16 a 5.18 muestran el posicionamiento de Barcelona y Cataluña a nivel internacional en comparación con otras economías basadas en la innovación (EBI) y las demás comunidades autónomas en 2014. Los resultados obtenidos indican que el emprendimiento en fase inicial en Cataluña se centra mayormente en el sector terciario. Cataluña está en una posición elevada en el ranking si atendemos al porcentaje de nuevos negocios dedicados a servicios al consumidor. Respecto a las actividades de servicios a empresas ocupa una posición intermedia, superior a la media de España. Ello se debe en buena parte al hecho de que en la provincia de Barcelona los emprendedores que ofrecen dichos servicios a empresas suponen una proporción elevada del total de emprendedores. En este sentido, Barcelona se sitúa en las primeras posiciones del ranking en la comparación por comunidades (Gráfico 5.16).

En cambio, el porcentaje de emprendedores con negocios que en el 2014 ofrecían un producto nuevo para todos los clientes es bajo tanto en Cataluña como en Barcelona si lo comparamos con otros países, con España y con las comunidades autónomas. La proporción observada de emprendedores que usaban tecnologías con menos de un año de antigüedad está más cercana a la media de España, mientras que el porcentaje que declaran que no tenían competencia está por encima



de la media española. En Barcelona se observa un nivel relativamente alto de emprendedores cuya percepción sobre el nivel de la competencia es baja (Gráfico 5.17).

La orientación internacional, medida como la proporción de emprendedores con negocios que en 2014 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior, es similar en Barcelona, Cataluña y España, pero está por debajo de la media de los países avanzados. Tal y como se ha apuntado anteriormente, las aspiraciones de crecimiento en empleo en los próximos cinco años se sitúan en cambio en niveles bajos en comparación con las economías avanzadas y también respecto a otras comunidades autónomas (Gráfico 5.18).

En el Gráfico 5.19 se presenta de forma agrupada el posicionamiento de Cataluña en comparación con el resto de España y el resto de la UE de economías basadas en la innovación. De nuevo se pone de manifiesto que las expectativas de crecimiento y la novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores catalanes presentan niveles inferiores a los del resto de España y el resto de la UE en el año 2014.

En el Gráfico 5.20 se compara Barcelona con el resto de Cataluña. Los resultados del último año indican que la proporción de emprendedores en Barcelona en sectores vinculados a los servicios a empresas está muy por encima de la que existe en el resto de Cataluña. También es superior en Barcelona el porcentaje de emprendedores que cuentan con tecnologías de menos de 1 año. En el resto de Cataluña hay una proporción mayor de nuevas empresas con más del 25% de clientes extranjeros y con la expectativa de contar con más de cinco empleados en los próximos 5 años, en comparación con los datos de la provincia de Barcelona.

Tabla 5.4. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en el 2014. Análisis por tipo de economía

		Distribución sectorial				Expectativas crecimiento + de 5 empleados en 5 años	Orientación Innovadora			Orientación internacional			
		Extractivo	Transformación	Servicios a empresas	Servicios al consumidor		Completa-mente	Alta	Ninguna	No exporta	1-25%	25-75%	75-100%
Economías basadas en los factores de producción	<b>Media</b>	<b>12,8</b>	<b>17,9</b>	<b>5,8</b>	<b>63,5</b>	<b>19,3</b>	<b>13,7</b>	<b>25,1</b>	<b>61,2</b>	<b>76,7</b>	<b>18,4</b>	<b>3,3</b>	<b>1,6</b>
	Angola	0,4	13,8	3,2	82,7	23,7	11,2	29,7	59,1	55,4	30,6	6,0	8,0
	Bolivia	5,5	22,3	8,3	63,9	20,4	32,5	35,4	32,1	71,7	23,2	3,0	2,1
	Botsuana	17,4	18,2	10,9	53,5	35,9	11,8	28,0	60,3	53,8	36,6	7,8	1,8
	Burkina Faso	28,6	20,4	4,0	47,0	19,7	3,8	19,1	77,2	93,4	5,6	0,5	0,5
	Camerún	27,1	20,5	7,0	45,4	19,6	6,5	20,4	73,1	80,8	12,6	4,6	2,1
	Filipinas	4,8	7,9	1,1	86,2	7,3	31,5	29,5	39,0	86,8	12,8	0,4	0,0
	India	2,1	19,4	5,8	72,7	9,8	23,4	34,1	42,5	76,6	18,8	3,8	0,8
	Irán	7,8	35,6	10,7	46,0	29,1	4,3	15,1	80,6	83,5	13,0	2,9	0,6
	Uganda	33,7	15,8	1,7	48,9	10,6	6,2	8,6	85,2	89,7	8,1	2,0	0,2
	Vietnam	0,3	5,5	5,1	89,0	16,7	5,9	31,1	63,1	75,3	23,0	1,7	0,0
Economías basadas en la eficiencia	<b>Media</b>	<b>8,9</b>	<b>23,3</b>	<b>11,8</b>	<b>56,0</b>	<b>22,9</b>	<b>14,7</b>	<b>25,4</b>	<b>60,0</b>	<b>58,1</b>	<b>27,2</b>	<b>8,7</b>	<b>6,0</b>
	Argentina	2,6	24,4	19,5	53,5	25,9	18,3	28,1	53,6	76,4	18,8	3,8	1,0
	Barbados	5,4	11,1	12,9	70,7	13,6	7,6	31,1	61,3	23,4	46,4	20,9	9,4
	Bosnia y H.	30,7	32,0	13,4	24,0	32,9	9,3	15,2	75,6	47,8	34,3	12,9	5,1
	Brasil	1,4	25,5	8,9	64,1	11,1	2,5	19,4	78,1	92,6	6,8	0,6	0,0
	Chile	1,8	26,2	17,1	55,0	43,2	47,7	41,3	11,0	46,8	38,6	10,5	4,1
	China	3,0	16,9	5,1	75,0	24,3	8,7	52,0	39,3	77,0	19,5	2,6	0,9
	Colombia	3,8	26,5	15,4	54,3	62,0	24,7	34,4	40,9	21,7	66,5	8,3	3,5
	Costa Rica	2,6	25,1	10,8	61,5	18,5	20,6	20,6	58,8	73,4	16,5	5,1	5,1
	Croacia	10,1	23,2	30,6	36,1	40,5	8,2	19,1	72,7	20,5	41,1	14,9	23,5
	Ecuador	5,9	19,4	8,0	66,7	10,0	20,9	23,1	56,0	91,4	6,9	1,4	0,4
	El Salvador	1,8	8,8	2,5	86,9	6,7	1,5	9,1	89,4	84,8	11,4	3,8	0,0
	Georgia	31,6	24,0	4,3	40,2	21,6	10,0	19,0	71,1	41,6	37,1	13,0	8,3
	Guatemala	1,8	20,4	7,6	70,2	7,7	37,2	29,6	33,2	94,5	3,0	1,6	0,9
	Hungría	15,2	27,5	22,2	35,2	41,3	10,1	31,0	58,9	32,9	43,8	15,7	7,6
	Indonesia	2,3	28,4	12,0	57,3	5,9	26,2	21,0	52,8	87,4	4,9	6,1	1,6
	Jamaica	17,9	12,9	3,2	66,1	11,2	5,3	13,3	81,4	55,3	34,6	7,3	2,8
	Kazakstán	3,7	25,3	7,0	64,1	31,3	6,9	30,2	62,9	47,8	38,5	11,7	2,0
	Lituania	9,7	28,8	16,8	44,7	34,3	15,3	33,9	50,9	24,7	52,1	14,4	8,8
	Malasia	4,2	16,3	13,5	66,1	11,4	5,1	25,0	70,0	67,1	30,5	0,0	2,4
México	0,3	16,6	4,0	79,2	13,3	18,2	28,2	53,7	74,3	17,1	6,4	2,2	
Panamá	3,5	22,5	6,4	67,5	7,0	5,0	7,3	87,7	60,9	22,9	9,9	6,3	
Perú	6,0	22,0	7,5	64,6	11,3	7,9	19,4	72,7	69,7	18,0	9,2	3,1	
Polonia	1,9	41,9	24,4	31,8	27,7	21,0	42,5	36,5	16,8	68,7	8,9	5,6	
Rumania	26,9	31,3	21,1	20,7	47,2	12,9	24,1	63,0	24,0	46,7	20,7	8,6	
Rusia	6,5	34,1	14,4	45,1	24,0	11,7	19,0	69,3	90,3	4,8	1,1	3,7	
Sudáfrica	1,5	27,2	11,6	59,7	27,8	21,9	29,4	48,6	46,1	27,5	17,4	9,1	
Surinam	42,0	18,4	4,0	35,7	7,6	2,5	5,1	92,4	42,2	6,3	11,8	39,7	
Tailandia	10,5	11,1	5,7	72,6	8,9	17,3	32,3	50,4	89,8	6,4	3,6	0,2	
Uruguay	4,1	28,0	11,6	56,3	36,6	21,2	32,1	46,8	62,4	20,3	9,6	7,8	
Economías basadas en la innovación	<b>Media</b>	<b>5,1</b>	<b>22,1</b>	<b>28,8</b>	<b>44,0</b>	<b>26,2</b>	<b>17,1</b>	<b>30,3</b>	<b>52,7</b>	<b>40,5</b>	<b>38,8</b>	<b>12,1</b>	<b>8,6</b>
	Alemania	1,4	16,6	37,3	44,7	27,4	12,9	24,4	62,7	43,5	35,4	13,1	8,0
	Australia	6,4	23,7	32,8	37,1	29,0	14,7	29,8	55,5	16,4	71,5	8,1	4,0
	Austria	3,7	17,7	35,0	43,6	14,8	10,6	36,6	52,9	34,1	41,2	14,3	10,4
	Bélgica	9,4	11,4	29,0	50,3	16,9	14,5	33,2	52,4	28,3	39,0	16,8	15,9
	Canadá	7,9	21,0	34,8	36,3	31,3	18,5	30,3	51,2	16,5	63,7	12,4	7,4
	<b>Cataluña</b>	<b>3,5</b>	<b>14,2</b>	<b>31,1</b>	<b>51,1</b>	<b>11,5</b>	<b>7,5</b>	<b>29,9</b>	<b>62,6</b>	<b>72,6</b>	<b>14,3</b>	<b>6,8</b>	<b>6,3</b>
	Dinamarca	3,5	19,5	43,4	33,6	21,8	26,5	30,8	42,8	70,7	16,0	7,2	6,1
	Eslovaquia	5,0	34,7	25,3	35,2	34,4	14,2	48,6	37,2	14,5	66,2	13,0	6,3
	Eslovenia	10,8	24,6	33,4	31,2	28,6	21,2	36,6	42,3	28,6	39,8	19,7	12,0
	<b>España</b>	<b>4,5</b>	<b>15,1</b>	<b>28,7</b>	<b>51,8</b>	<b>19,3</b>	<b>14,7</b>	<b>24,6</b>	<b>60,7</b>	<b>67,6</b>	<b>18,9</b>	<b>7,2</b>	<b>6,4</b>
	E. Unidos	3,0	18,7	35,5	42,8	39,3	18,0	30,4	51,5	16,3	69,1	9,1	5,4
	Estonia	6,9	31,2	30,1	31,8	22,4	15,6	31,3	53,1	29,5	46,6	14,4	9,6
	Finlandia	13,0	25,0	23,9	38,2	15,7	12,8	30,2	57,0	55,0	32,2	2,6	10,3
	Francia	1,4	28,9	31,4	38,3	30,8	24,3	27,2	48,5	36,3	41,7	10,4	11,5
	Grecia	3,1	28,7	14,4	53,8	12,0	13,2	24,0	62,9	41,8	40,5	6,5	11,2
	Holanda	2,3	27,1	29,8	40,8	19,5	23,7	16,2	60,1	49,5	34,7	9,2	6,7
	Irlanda	7,1	28,6	34,4	30,0	34,2	14,9	35,2	49,9	39,7	36,0	14,0	10,2
	Italia	9,0	18,5	22,6	50,0	14,2	30,7	38,2	31,1	50,1	29,2	14,6	6,1
	Japón	1,0	24,8	25,0	49,2	33,1	8,5	39,0	52,6	74,0	14,8	10,1	1,1
	Luxemburgo	1,6	10,9	40,2	47,3	28,6	17,1	54,2	28,7	4,1	54,0	25,1	16,8
	Noruega	11,5	17,7	36,3	34,5	15,0	9,7	16,8	73,5	67,3	22,7	6,4	3,6
	Portugal	4,7	23,3	22,2	49,8	23,0	10,2	23,8	66,1	23,8	54,3	11,6	10,3
	Puerto Rico	1,4	16,3	10,6	71,8	9,3	12,0	39,0	49,0	60,4	23,9	7,3	8,4
	Qatar	1,8	34,8	22,8	40,6	44,6	21,2	26,9	51,9	46,6	27,2	19,6	6,6
	Reino Unido	0,4	27,1	27,2	45,3	24,0	8,9	22,5	68,7	60,5	24,7	8,8	6,1
	Singapur	0,5	15,4	22,8	61,4	42,5	17,0	31,8	51,2	23,6	39,2	22,3	14,9
Suecia	10,0	12,4	46,8	30,7	21,5	14,4	31,0	54,6	33,6	39,1	13,2	14,2	
Suiza	6,4	15,8	31,8	46,1	20,3	15,6	27,9	56,5	28,9	40,1	21,2	9,8	
Taiwan	4,3	23,1	18,6	54,1	53,9	50,7	20,1	29,2	52,7	31,2	7,6	8,5	
T. Tobago	4,7	28,0	10,2	57,2	32,9	8,6	17,5	74,0	60,5	32,5	5,8	1,3	

Gráfico 5.16. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumo en el 2014

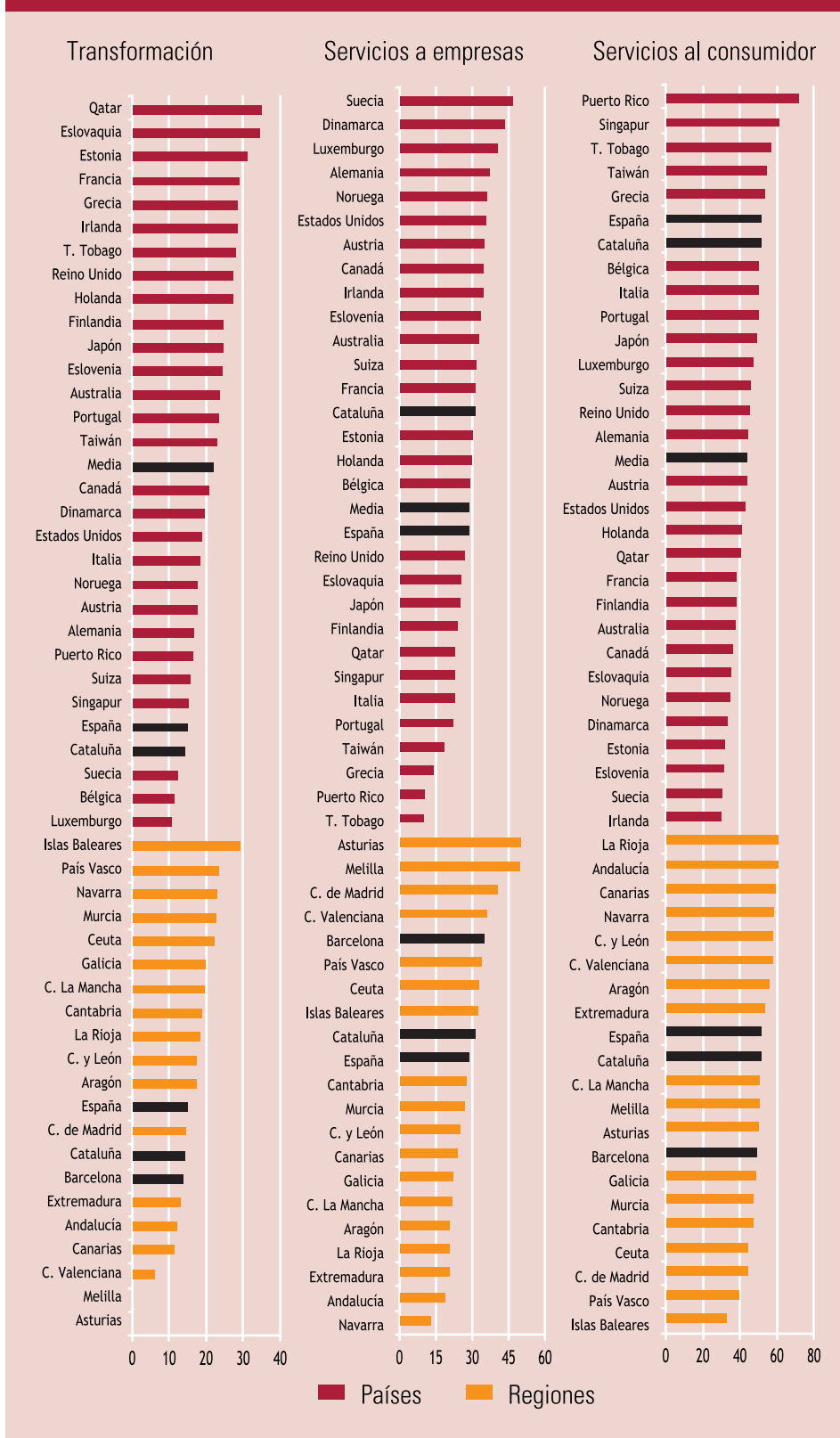


Gráfico 5.17. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2014 ofrecían un producto nuevo para todos los clientes, que usaban tecnologías con menos de un año de antigüedad y que no tenían competencia

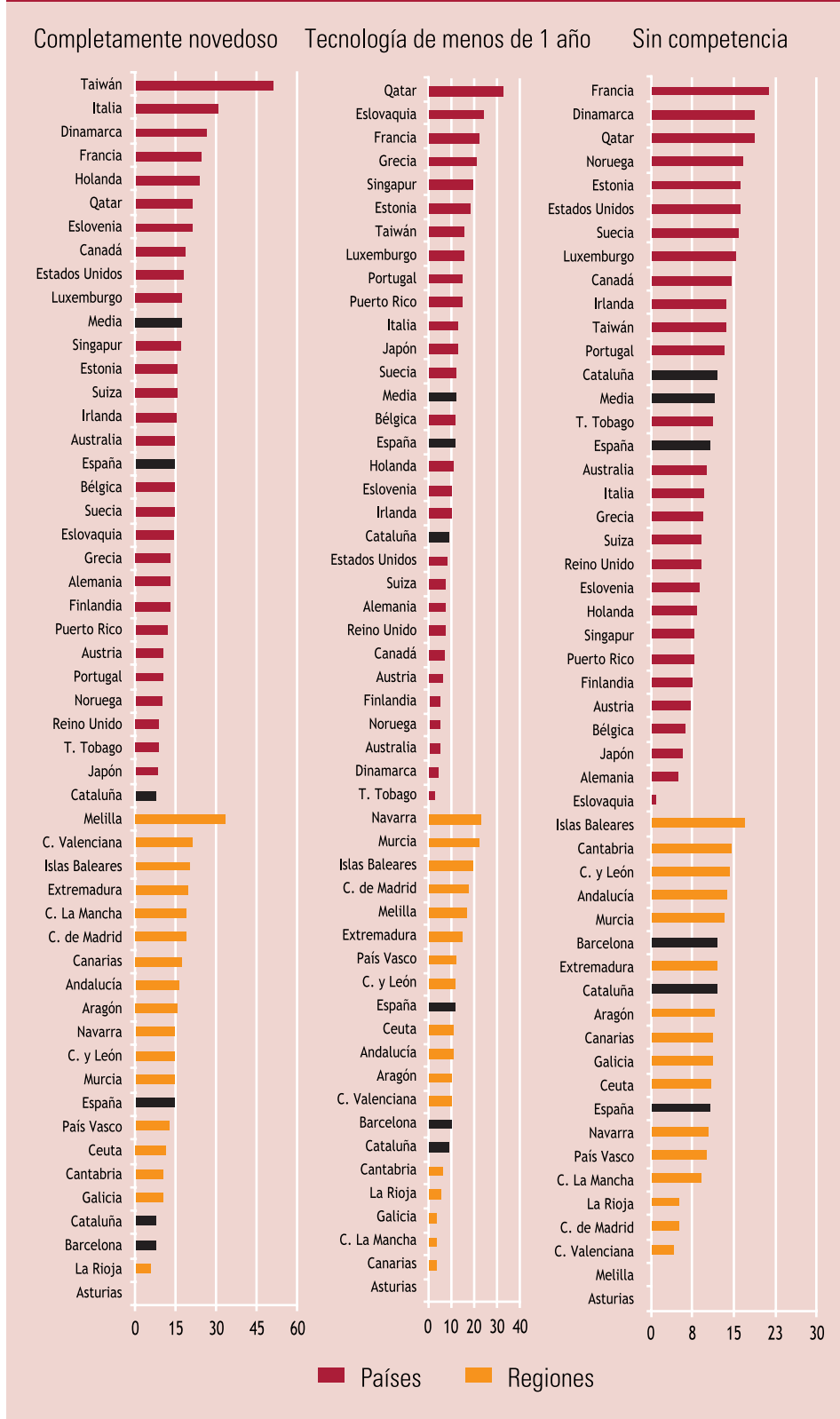


Gráfico 5.18. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2014 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años

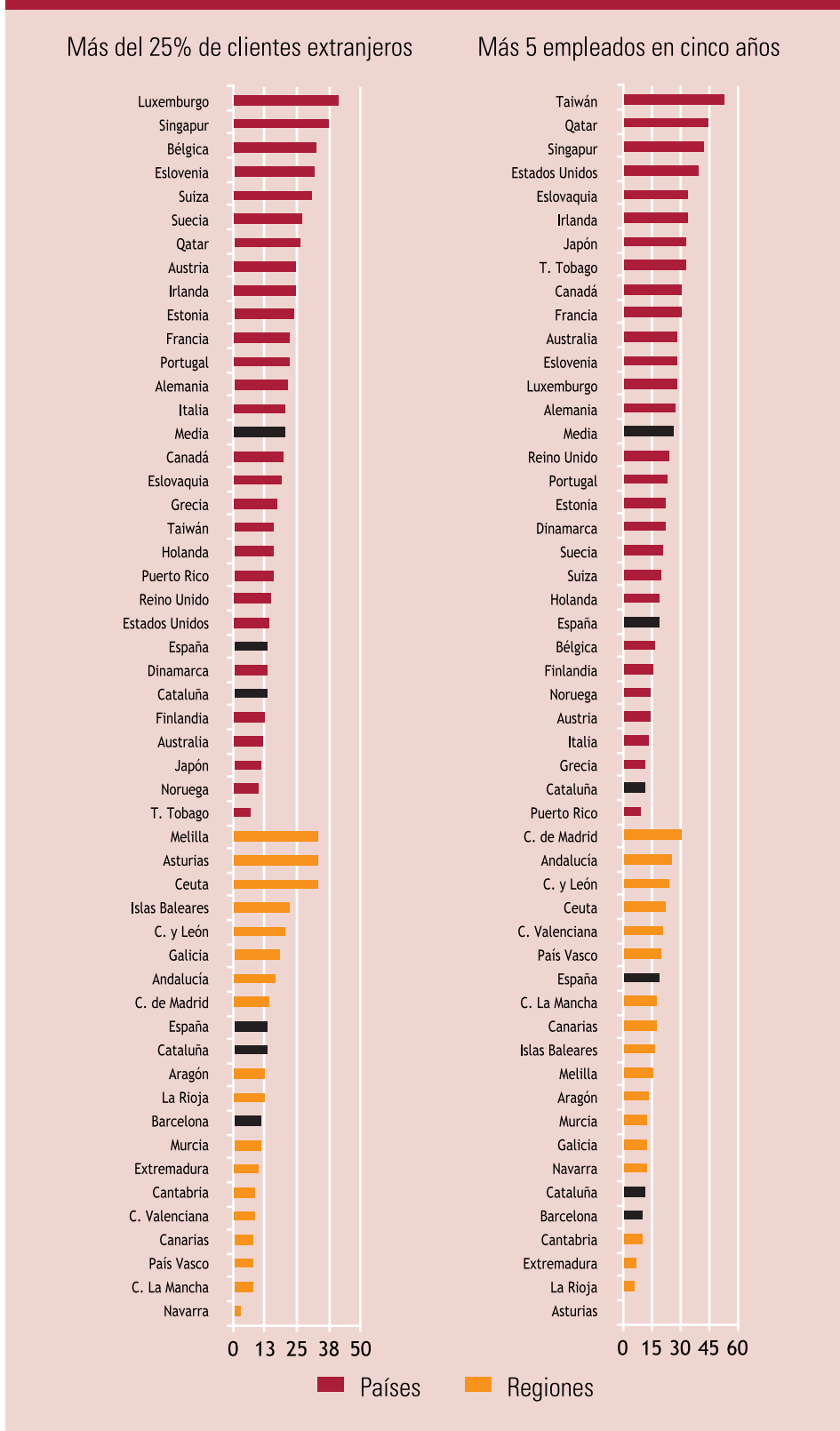


Gráfico 5.19. Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media del resto de España y del resto UE en 2014 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2014

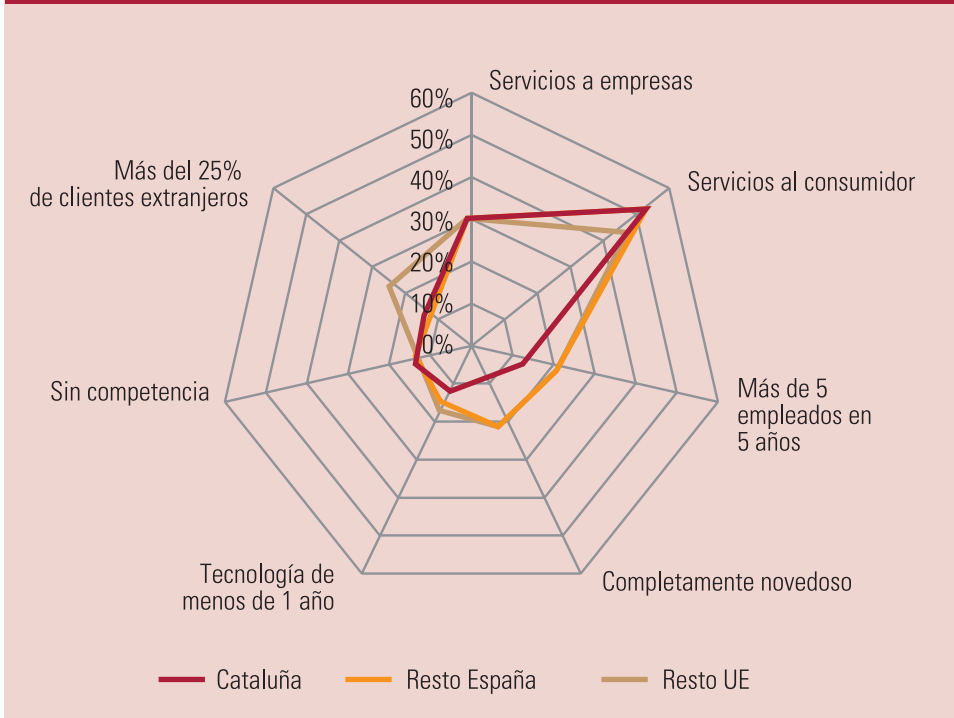
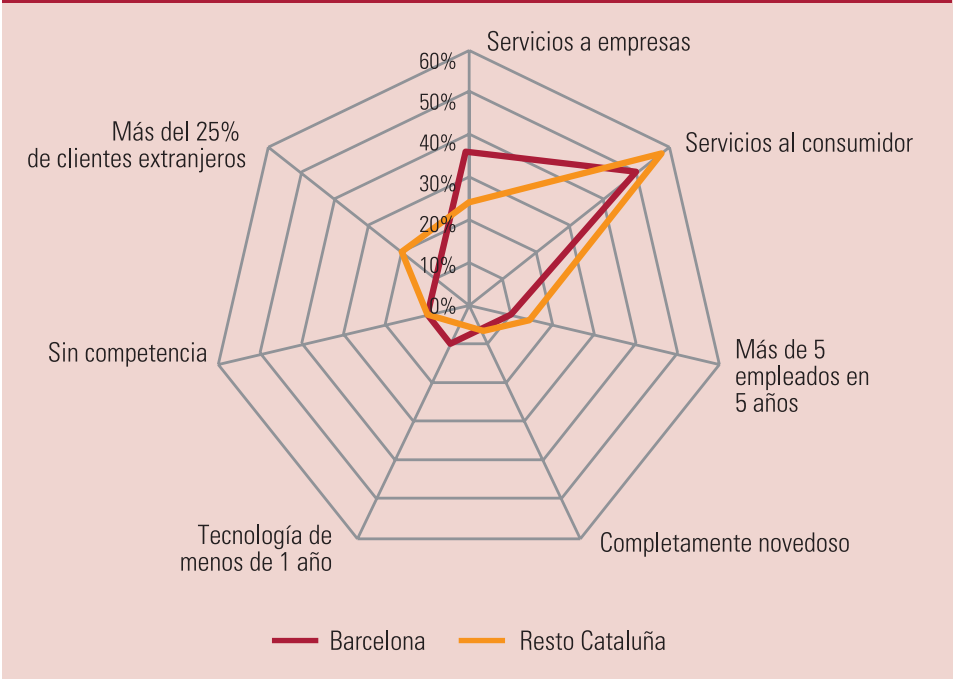


Gráfico 5.20. Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña en 2014 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2014



## 6. El entorno emprendedor

El marco conceptual GEM (Figura 1.1) y la literatura sobre emprendimiento otorgan al entorno un papel relevante tanto en el fomento de la actividad emprendedora como en su impacto en el desarrollo económico de un territorio. Por ese motivo, el proyecto GEM a través de una herramienta propia, la encuesta a expertos, recoge información acerca del estado de los factores que la literatura especializada identifica más influyentes en el contexto emprendedor.

Antes de proseguir con la presentación de los resultados de la encuesta a expertos, consideramos necesario explicitar brevemente el contexto económico en el que se mueve la actividad emprendedora objeto de estudio. Es relevante recordar que todavía se están sufriendo los efectos de los fuertes desequilibrios generados durante la etapa de crecimiento previa a la crisis: crecimiento excesivo de la demanda nacional, por encima del crecimiento del producto, que provocó un elevado déficit exterior y un elevado nivel de endeudamiento privado; burbuja inmobiliaria; pérdida de competitividad-costes desde la entrada del euro respecto a los países de la eurozona; excesiva concentración de riesgos en el sector inmobiliario de las entidades financieras; crecimiento del gasto público por encima de su nivel sostenible a largo plazo.

El PIB de la economía española en 2014 creció un 1.4% (la aportación de la demanda nacional al crecimiento del PIB fue de 2.2 puntos porcentuales, restando el saldo exterior 0.8 pp), después de varios años de tasas negativas. Esta mejora, que obedece al aumento de la confianza en la capacidad de crecimiento de la economía española –a diferencia de la eurozona-, se ha visto reforzada por dos factores externos: la disminución del precio del petróleo, más profunda y duradera de lo inicialmente prevista; y la depreciación del euro como resultado de las actuaciones del BCE, que también ha provocado nuevos mínimos históricos en la rentabilidad de la deuda pública.

Durante 2014 los principales desequilibrios macroeconómicos anteriormente señalados se han seguido corrigiendo: el precio del petróleo presiona la inflación a la baja; las exportaciones de bienes consolidan el cambio de tendencia; balance positivo en el mercado laboral (más allá del sector servicios que lidera la recuperación, el avance del empleo se está consolidando en la industria y la construcción), disminuyendo el paro hasta el 23,7% (19.9% en Cataluña) de la población activa (en parte debido al crecimiento del empleo y en parte debido a la caída de la población activa), aunque alcanzando el 14.6% el de larga duración, cifras ambas que siguen siendo inaceptablemente elevadas; el sector turístico cerró 2014 con una cifra récord de turistas extranjeros (casi 65 millones, 4.3 millones más que en

2013); se dan signos finalmente de mejora en el sector inmobiliario; el proceso de desapalancamiento del sector privado prosigue lentamente y se está produciendo una recuperación de los índices de confianza, tanto de consumidores como de comercio al por menor.

Continúa la mejora de la productividad, siguiendo el proceso de ajuste salarial (devaluación interna) para recuperar la competitividad perdida desde la entrada del euro. Los costes laborales unitarios, que tienen en cuenta los costes laborales por trabajador y la productividad, se sitúan respecto a los socios comerciales de la eurozona ya a niveles de hace quince años. Uno de los requisitos para que la economía española pueda afrontar con garantías los dos grandes retos pendientes: seguir ganando competitividad para asegurar superávits de la cuenta corriente que permitan reducir la deuda externa y aumentar el ritmo de creación de empleo.

En Cataluña, con un crecimiento del PIB del 1.4% , se está produciendo una recuperación del empleo en la industria, a la vez que se ha frenado la sangría en el número de parados y los indicadores de negocio empiezan a repuntar, especialmente en los sectores de alimentación y fabricación de material de transporte o equipos mecánicos, eléctricos, electrónicos y ópticos. Simultáneamente, remarcar que los productos industriales catalanes, aunque siguen manteniendo una buena posición competitiva fruto de la rebaja de costes y precios acaecida durante la primera parte de la crisis, han perdido algo de ventaja respecto al resto de países industrializados.

Una vez realizada esta breve descripción que contextualiza la situación económica del país, nos centraremos en el análisis del entorno que realiza el proyecto GEM a través de la encuesta a 36 expertos, que, como ya se ha indicado, recoge información acerca del estado de los factores que la literatura especializada identifica como directamente influyentes en la actividad emprendedora y que se detallan en la tabla 6.1. Los resultados que se presentan deben de ser tomados más como mediciones de tendencia que como valores absolutos.

En cuanto a los aspectos metodológicos, en el proyecto GEM Cataluña 2014 participaron 36 expertos en nueve condiciones del entorno (financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales), sobre las que dieron su opinión por medio de un cuestionarios con escalas Likert de 5 puntos (1=completamente en desacuerdo/falso, 5=completamente de acuerdo/cierto). Las valoraciones que superan la media de 3 se pueden considerar favorables; mientras que las que no la superan, deben considerarse como desfavorables.



Señalar que en esta edición se redujo el cuestionario a expertos, por lo que no se obtuvo información relativa a algunas condiciones del entorno como: apoyo al emprendimiento femenino, de alto potencial, valoración de la innovación, tanto desde el punto de vista empresarial como del consumidor, y de la propiedad intelectual. Además, a través de varias preguntas abiertas (sin una lista de opciones previamente definida) expresaron los que consideraban los principales obstáculos y apoyos a la actividad emprendedora. Finalmente, se les planteó que reflexionaran sobre tres propuestas que, a su juicio, serían recomendables para mejorar el entorno emprendedor nacional.

### **6.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cataluña**

Los expertos catalanes entrevistados continúan considerando que las condiciones del entorno para emprender siguen siendo poco favorables, en consonancia con la situación económica del país antes señalada, aunque con valores ligeramente superiores a los del año anterior, quizás por la recuperación de la evolución del PIB a cifras positivas después de cuatro de los últimos cinco años (salvo 2010 con un 0.2%) con cifras negativas y por la mejora de los índices de confianza.

Como se observa en la tabla 6.1, la mayoría de variables han obtenido una valoración media inferior a 3, siendo las condiciones del entorno las que han recibido una puntuación menor:

- La educación y formación emprendedora en la etapa escolar (2.0).
- La financiación para emprendedores (2.1)
- Y las políticas públicas asociadas con impuestos, regulaciones y burocracia (2.3).

Que coinciden con las tres peor valoradas en 2013 y, también, con las de este año en España, con puntuaciones, respectivamente, de 1.8, 2.1 y 2.4.

Por otra parte, las tres que aprueban claramente son:

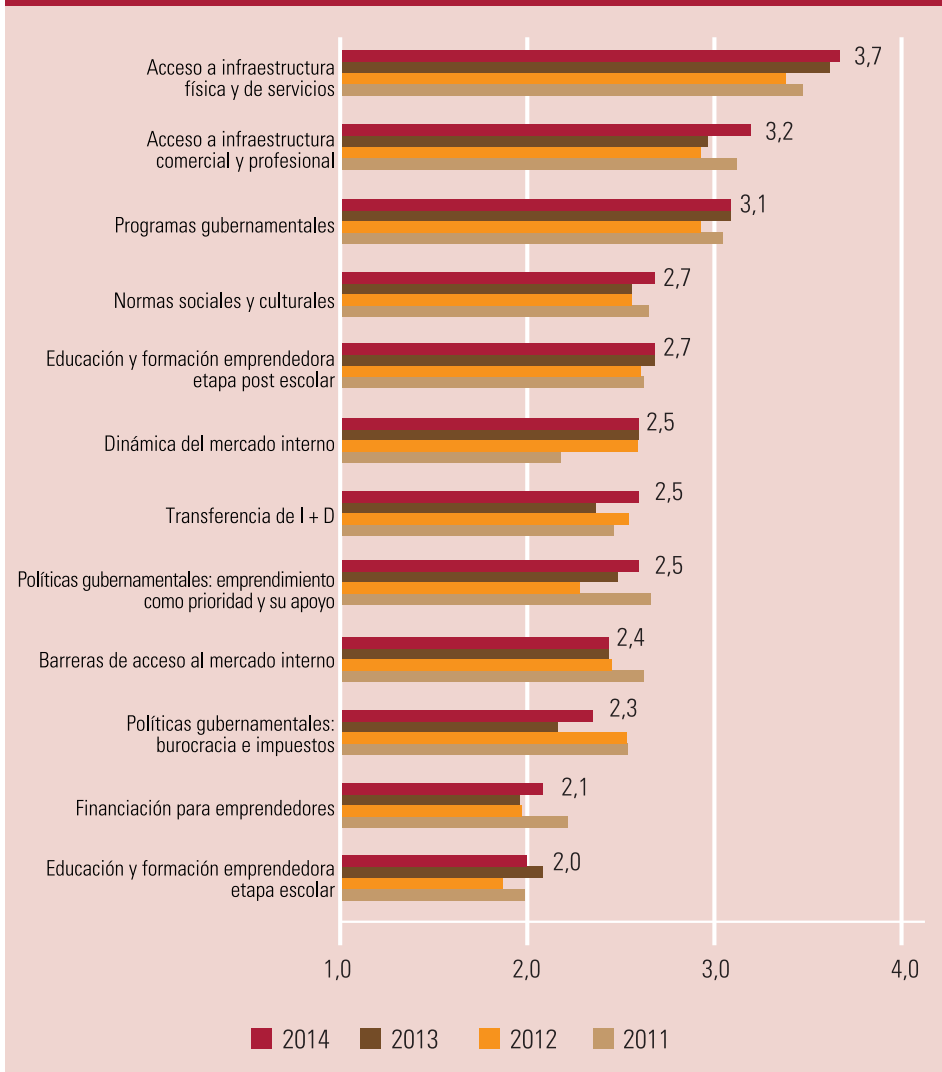
- Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios: como carreteras, aeropuertos y demás sistemas de comunicación; coste y acceso de los servicios básicos y de telecomunicaciones (gas, agua, electricidad, teléfono, internet,...).
- Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional: como existencia de proveedores, consultores y subcontratistas; asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal; servicios financieros y bancarios.

– Programas públicos: como ayudas a la creación y crecimiento de nuevas empresas; parques científicos e incubadoras; programas de fomento a la creación y crecimiento de las nuevas empresas.

En suma, según los expertos encuestados, se dispone de una buena infraestructura física, de servicios, comercial y profesional, y unos programas gubernamentales que, a pesar de la crisis, estimulan y facilitan el proceso emprendedor.

La parte a mejorar, como el pasado año, sigue siendo la financiación; la burocracia e impuestos; así como la educación emprendedora, sobre todo en la etapa escolar. Esta última se mantiene como una de las asignaturas pendientes, a pesar de los programas que se están lanzando últimamente, que suelen ser todavía de alcance reducido.

Gráfico 6.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña (periodo 2011-2014)



### 6.2 Benchmarking internacional sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña

Para la contextualización de los datos del apartado anterior, a continuación se presenta un benchmarking sobre las condiciones para emprender. Por un lado, la valoración de las condiciones del entorno según la opinión de los expertos europeos de las economías basadas en la innovación, de España y de cada una de las Comunidades Autónomas (Tabla 6.1); y, por otro y más interesante (Gráfico 6.2), la valoración comparativa media de los expertos de Cataluña, resto de España y del resto de la UE.

Los resultados de Cataluña y resto de España son bastantes similares, pero respecto al resto de UE se tienen oportunidades de mejora en financiación para emprendedores, dinámica del mercado interno y barreras de acceso al mercado interno.

Es oportuno resaltar que, al igual que en 2013, en la única condición que se obtiene una puntuación superior es en la valoración positiva que realizan de los programas gubernamentales, la mayoría de los cuales son de ámbito local y autonómico.

Gráfico 6.2. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, resto de España y resto UE en 2014



Tabla 6.1. Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas en el 2014

	EUROPA		COMUNIDADES AUTÓNOMAS														
	PAÍSES EUROPEOS INNOVACIÓN	ESPAÑA	ANDALUCÍA	ARAGÓN	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA Y LEÓN	CASTILLA LA MANCHA	CATALUÑA	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	MADRID CA	MURCIA	NAVARRA	PAIS VASCO	MADRID C
No. expertos entrevistados	59	36	36	45	36	36	36	42	36	36	36	37	39	36	36	37	36
Financiación para emprendedores	2,7	2,1	2,0	2,1	2,1	2,0	2,1	2,2	2,1	2,1	2,1	2,0	2,4	1,9	2,0	2,2	2,5
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	2,8	2,5	2,6	2,6	2,7	2,8	2,6	3,0	2,5	2,6	2,9	2,5	2,7	2,6	2,8	2,7	3,4
Políticas gubernamentales: burocracia/impuestos	2,5	2,4	2,0	2,4	2,6	2,4	2,5	2,5	2,3	2,6	2,4	2,3	2,2	2,5	2,3	2,3	2,9
Programas gubernamentales	2,9	2,9	2,8	3,1	3,1	3,1	3,1	3,0	3,1	3,0	3,1	2,7	3,0	3,1	3,2	3,3	3,8
Educación y formación emprendedora (escolar)	2,1	1,8	1,9	1,8	2,1	2,1	2,0	2,3	2,0	2,0	2,0	1,7	1,7	2,1	2,2	1,8	2,0
Educación y formación emprendedora (post)	2,8	2,6	2,6	2,7	3,0	3,0	2,8	3,1	2,7	3,0	2,8	2,6	2,7	3,2	2,9	2,8	2,9
Transferencia de I + D	2,6	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,4	2,6	2,5	2,4	2,6	2,6	2,5	2,5	2,4	2,4	2,7
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,2	3,0	2,9	3,1	3,2	2,9	2,9	2,9	3,2	3,2	2,8	2,7	3,1	3,2	2,9	2,7	3,4
Dinámica del mercado interno	2,9	2,9	2,4	2,6	2,5	2,7	2,8	2,6	2,5	2,6	2,5	2,4	2,7	2,2	2,6	2,8	2,3
Barreras de acceso al mercado interno	2,8	2,5	2,3	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,4	2,8	2,6	2,5	2,6	2,7	2,5	2,2	2,9
Acceso a infraestructura física y de servicios	3,9	3,6	3,7	3,7	3,8	3,8	3,6	3,7	3,7	3,9	3,8	3,4	3,8	3,8	3,7	3,7	4,1
Normas sociales y culturales	2,6	2,6	2,2	2,7	2,6	2,6	2,8	2,8	2,7	2,5	2,7	2,3	2,4	2,6	2,7	2,8	2,7

### 6.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña

En la encuesta a los expertos también hay una serie de preguntas abiertas en las que cada uno de ellos puede mencionar hasta 3 temas que considere que pueden ser obstáculos a la actividad emprendedora, apoyos a la misma y, por último, las recomendaciones para la mejora del contexto para emprender en Cataluña.

Para interpretar correctamente los datos hay que tener presente que hasta el 2012 todas estas preguntas eran totalmente abiertas; y, a partir de 2013, los tres temas propuestos han sido previamente clasificados a partir de un listado de 21 temas definidos por el equipo GEM-NES internacional y, posteriormente, se ha estimado el porcentaje de cada grupo sobre el total de respuestas. Esto es lo que ha motivado que en los gráficos, cuando se presenta la evolución, en algunos factores no existan valoraciones para los 3 años.

Según se muestra en el Gráfico 6.3, los tres principales obstáculos señalados en Cataluña en 2014 coinciden con los de España: el acceso a la financiación (89%, España: 62%), las políticas públicas (56%, España: 68%) y la capacidad emprendedora (42% España: 26%).

El tema de la financiación es recurrente durante los últimos años, ocupando siempre de forma destacada el primer lugar entre los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña.

Aunque en 2014 aumentó ligeramente el crédito destinado a las pymes (8.6%), su impacto ha sido escaso porque se venía de mínimos. Mientras que el nuevo crédito a grandes empresas continúa por debajo de los niveles de 2013, en parte porque éstas prefieren otras formas de financiación, como los mercados de capitales.

Ya comentábamos el pasado año que a la banca le cuesta discriminar a los clientes pequeños o medianos que son solventes de los que no lo son, resultando singularmente perjudicial en el caso de las empresas de nueva creación o que tratan de establecer relaciones crediticias con un nuevo proveedor, por lo que la mayoría sufre unas condiciones de financiación más restrictivas de lo que estaría justificado por su solvencia.

En cuanto a los apoyos, tal y como se observa en el Gráfico 6.4, los principales han sido: los programas públicos (56%); la situación económica (33%), que empuja a una iniciativa emprendedora por necesidad; el apoyo financiero (25%) y el acceso a la infraestructura física (25%). No coincidiendo con ninguno de los tres principales de 2013.

Las normas sociales y culturales, que habían sido un importante obstáculo en años precedentes, en 2014 continúan apareciendo tanto como un obstáculo (11%) como un apoyo (19%), aunque perdiendo peso. Señal de que, aunque es un factor estructural que todavía limita, lo hace bastante menos que antes (37% en 2013) y que está cambiando positivamente. En el capítulo 2 ya se ha tratado cómo los valores, percepciones y aptitudes inciden en la iniciativa emprendedora y se ha señalado que en Cataluña, entre otros factores, hay una mayor difusión del emprendimiento en los medios de comunicación o que se considera que emprender es una buena opción profesional (Gráfico 2.19).

Las cuatro principales recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno de la actividad emprendedora son las mismas que el año anterior: apoyo financiero (67%), políticas gubernamentales (67%), educación y formación (33%) y programas de instituciones públicas (28 %) (Gráfico 6.5); aunque las dos últimas han intercambiado el orden.

Varios de los expertos han enfatizado en sus recomendaciones dos temas: la calidad de las iniciativas emprendedoras y el tamaño de las empresas, claves para el cambio y regeneración del tejido productivo, así como para la creación de empleo.

Respecto a la calidad, retomamos lo que ya era señalado por Veciana (2005) hace diez años: las políticas de fomento a la creación de empresas deberían de estar orientadas a los yacimientos de empresarios, siendo los principales los universitarios (titulados, investigadores, etc.) y los directivos de empresa (tanto los que están en activo como los prejubilados o en paro). Esto es así porque en la sociedad del conocimiento las personas mejor preparadas para crear y hacer crecer empresas basadas en las nuevas tecnologías y, por tanto, de alto valor añadido, capaces de ir cambiando nuestro modelo productivo, de competir a nivel internacional y susceptibles de crear empleo con salarios altos, son las que están técnicamente capacitadas y suficientemente motivadas.

Anteriormente señalábamos los dos grandes retos de la economía del país: ganar competitividad y aumentar el ritmo de creación de empleo. Precisamente algunos de los expertos los han relacionado con el tamaño de las empresas.

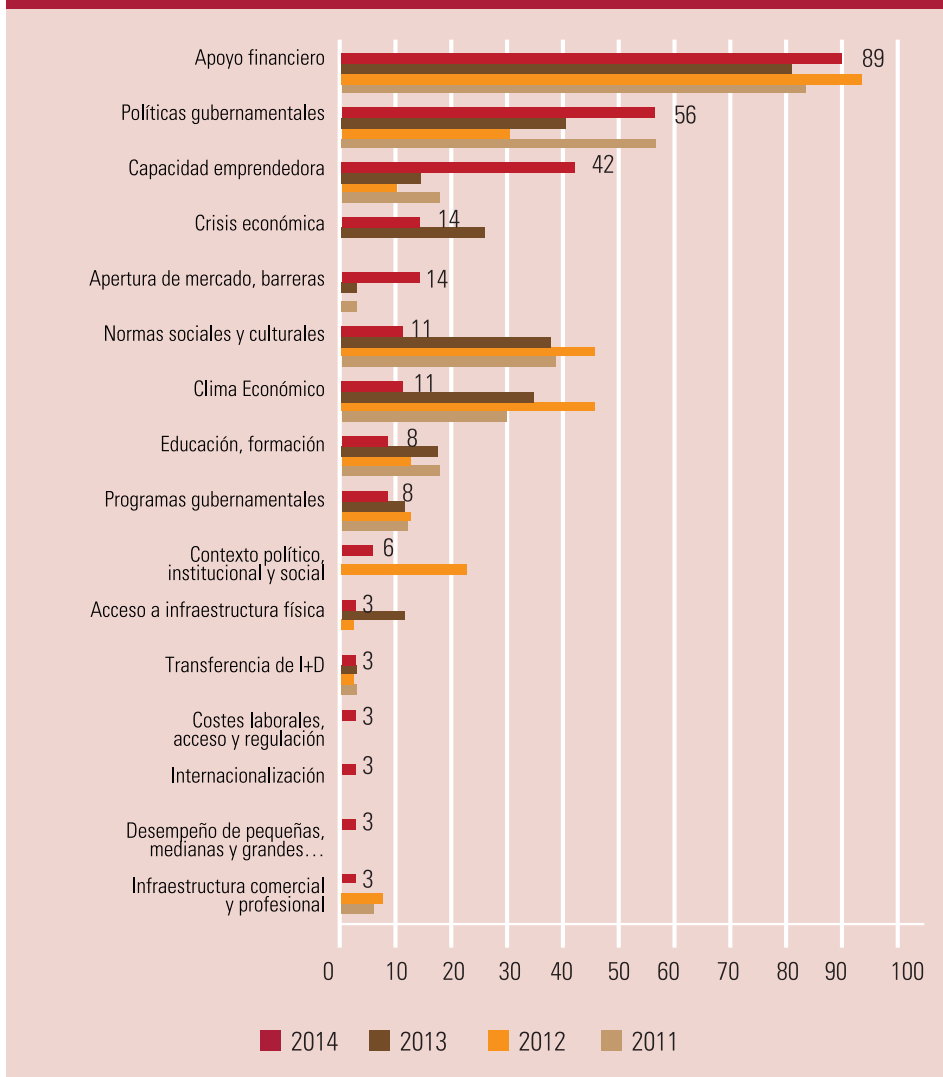
Para mejorar la competitividad de las empresas e incrementar las exportaciones, simplificando, hay dos formas: disminuir el precio de las exportaciones manteniendo la calidad, o aumentar la calidad manteniendo el precio. Desde la crisis, se ha logrado reduciendo de forma notable los costes laborales unitarios, pero ese camino está ya casi agotado. La otra es mejorar la calidad de los productos exportados, fruto de la capacidad de innovar y del desarrollo tecnológico de las empresas, que aumente el valor añadido de los productos, sean más diferenciados y, por tanto, la demanda menos sensible al precio.

Pero una de las claves que determina dicha capacidad, así como la de entrar en nuevos mercados internacionales, es el tamaño. La falta de tamaño provoca escasas economías de escala de las inversiones, baja I+D, limitaciones en el acceso al crédito, al personal cualificado, a nuevas tecnologías y a mercados internacionales. Y Cataluña, así como España, tiene un porcentaje, en comparación de otros países europeos, excesivamente alto de microempresa en el sector industrial, que, además, no ha dejado en reducirse en favor de los servicios y de los países emergentes.

Por estos motivos, uno de los objetivos de las políticas y programas gubernamentales debería ser el crecimiento de las empresas, especialmente de sectores industriales de alto componente estratégico y que tengan un efecto tractor para otros. Diseñar un entorno que favorezca un mayor tamaño de las empresas catalanas para que sean más innovadoras y mejorar la calidad de sus exportaciones, reconociendo que es una tarea compleja y que no tiene respuesta fácil. De

ahí la necesidad de la continuidad de estudios de economía industrial<sup>7</sup> u otros de iniciativa emprendedora de carácter longitudinal que ayuden a entender la complejidad del crecimiento empresarial.

Gráfico 6.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2014



<sup>7</sup> Com, per exemple, *La industria en España: claves para competir en un mundo global* del Centre d'Economia Industrial o *Les empreses d'alt creixement i les gaseles a Catalunya* de l'Observatori de Prospectiva Industrial del Departament d'Empresa i Ocupació.

Gráfico 6.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2014

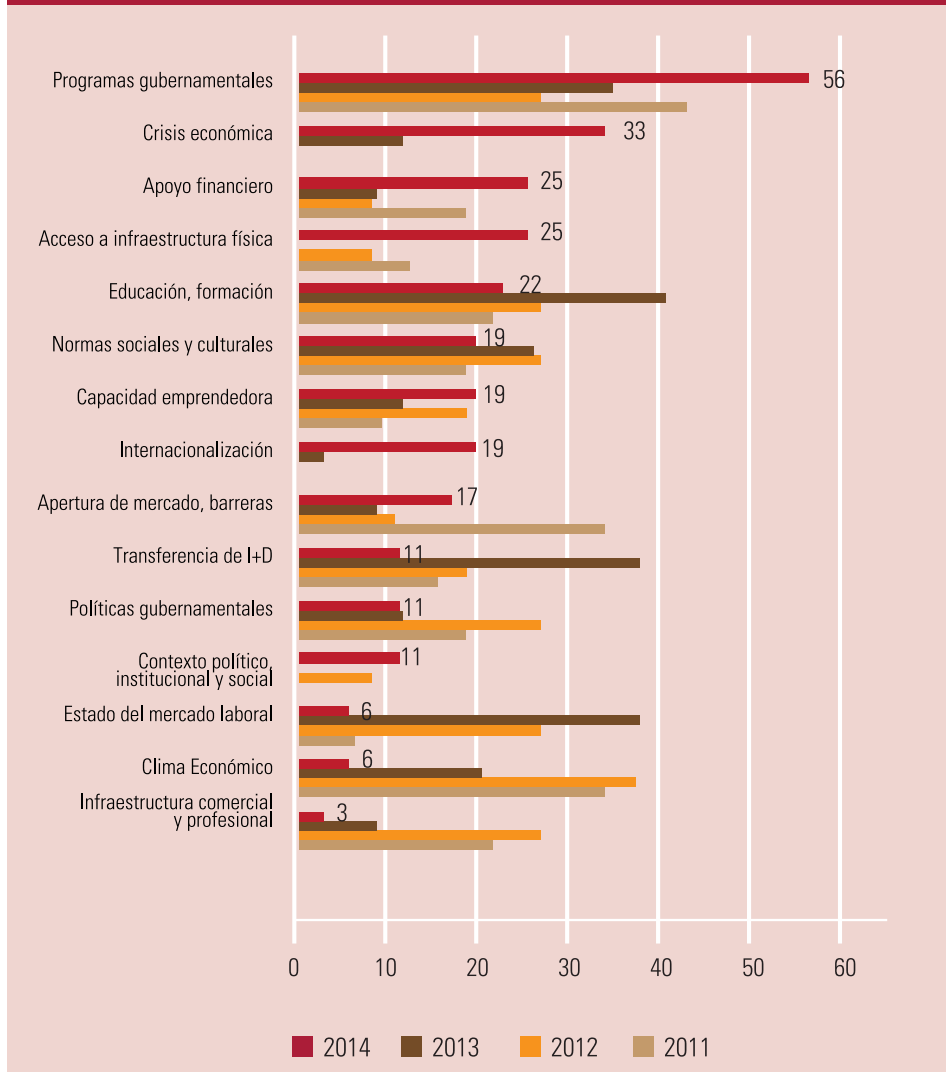
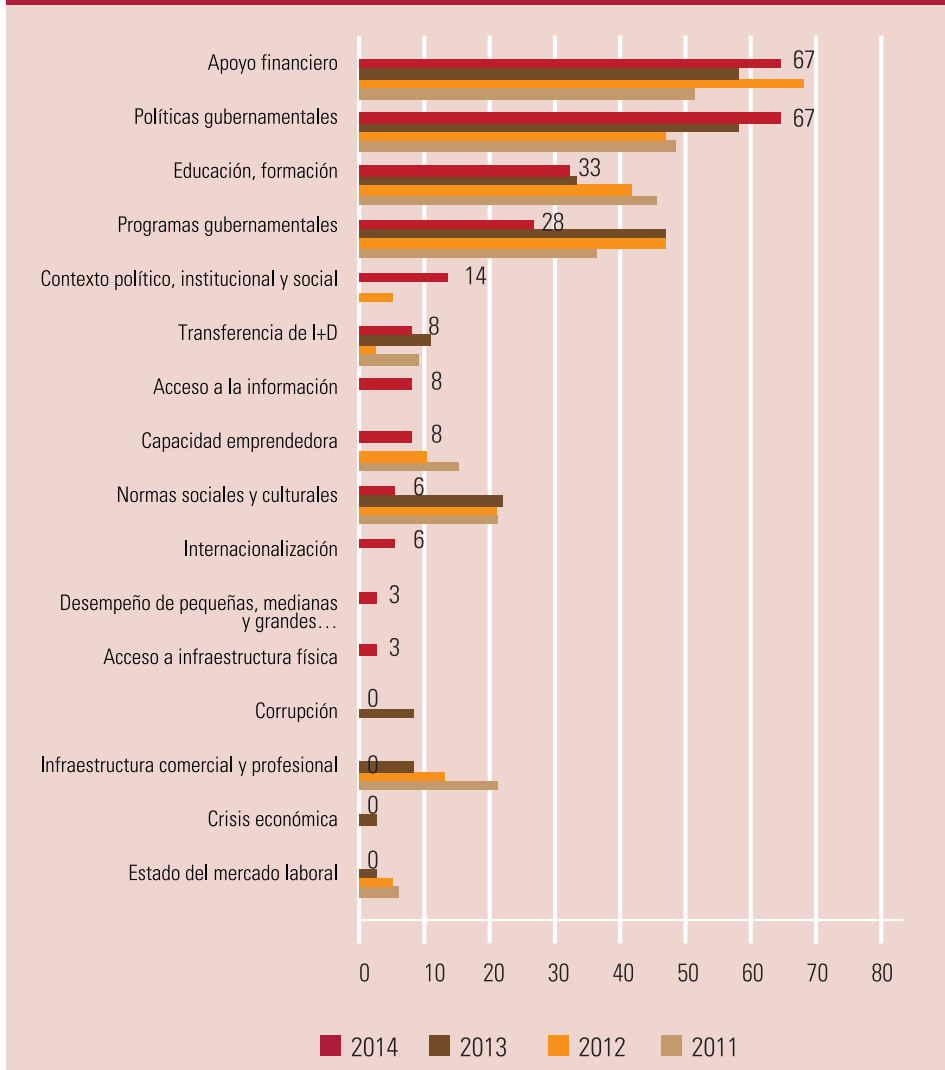




Gráfico 6.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2014





## Bibliografía

ACS Z. J.; ARMINGTON C.; ZHANG T. (2007): "The Determinants of New-firm Survival across Regional Economies: The Role of Human Capital Stock and Knowledge Spillover". *Papers in Regional Science*, 86, 367-91.

AMAT, O.; FONTRDONA, J.; HERNÁNDEZ, J. M.; STOYANOVA, A. (2010): *Les empreses d'alt creixement i les gaseles a Catalunya*. Barcelona: Papers d'Economia Industrial, 29.

AUDRETSCH, D. B.; FRITSCH, M. (2002): "Growth regimes over time and space". *Regional Studies* 36, 113-124.

AUDRETSCH, D. B.; SANTARELLI, E.; VIVARELLI, M. (1999): "Start-Up Size and Industrial Dynamics: Some Evidence from Italian Manufacturing". *International Journal of Industrial Organization*, 17: 965-983.

BATISTA, R.; FERNÁNDEZ-LAVIADA, A.; MEDINA, M.; ESTEBAN, N.; RUEDA, I. SÁNCHEZ, L. (2015): "Educación en emprendimiento" en *Informe GEM España 2014*.

CAPELLERAS, J. L.; CONTIN; I. LARRAZA, M.; MARTÍN, V. (2013): "The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship". *Investigaciones Regionales*, 26: 96-113.

COLOMBO, M. G.; GRILLI, L. (2005): "Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view". *Research Policy*, 34: 795-816.

COLOMBO, M., GRILLI, L. (2010): "On growth drivers of high-tech start-ups: Exploring the role of founders' human capital and venture capital". *Journal of Business Venturing*, 25: 610-626.

FALCK, O. (2007): "Survival Chances of New Businesses: Do Regional Conditions Matter?" *Applied Economics*, 39, 2039-2048.

FRITSCH, M.; STOREY, D. J. (2014). "Entrepreneurship in a regional context: Historical roots, recent developments and future challenges". *Regional Studies*, 48 (6), 939-954.

GENESCÀ E.; GOULA, J.; OLIVER, J.; SALAS, V.; SURÍS, J. M. (eds.) (2005): *La industria en España. Claves para competir en un mundo global*. Barcelona: Ariel.

GNYAWALI, D. R.; FOGEL, D. S. (1994): "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications". *Entrepreneurship Theory and Practice*, juny, 43-62.

HAYNIE, J. M.; SHEPHERD, D. A.; McMULLEN, J. S. (2009). "An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions". *Journal of Management Studies*, 46: 337-361.

HENREKSON, M.; JOHANSSON, D. (2010): "Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence". *Small Business Economics*, 35(2): 227-244.

HISRICH, R. D. (2013): *International Entrepreneurship*. Thousand Oaks: Sage.

KOELLINGER, P. (2008). "Why are some entrepreneurs more innovative than others?". *Small Business Economics*. Springer, 31(1): 21-37.

LUNDSTRÖM, A.; VIKSTRÖM, P.; FINK, M.; MEULEMAN, M.; GLODEK, P.; STOREY, D.; KROKSGÅRD, A. (2014). "Measuring the Costs and Coverage of SME and Entrepreneurship Policy; A pioneering study". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38: 941-957.

REYNOLDS, P. D.; CAMP, S.M.; BYGRAVE, W.D.; AUTIO, E.; HAY, M. (2000). *GEM Global Entrepreneurship Monitor Report*. London Business School and Babson College.

SALAS, V.; SANCHEZ-ASIN, J. J. (2006). "Entrepreneurship, Management Services and Economic Growth". *Social Science Research Network WP No. 878620*.

SALAS, V.; SANCHEZ-ASIN, J. J. (2008). "Los emprendedores y el crecimiento económico en España". Capítulo 5 a *El capital humano y los emprendedores en España*. Fundación Bancaja, Valencia, p. 165-208.

SHEPHERD, D.; DETIENNE, D. (2005). "Prior Knowledge, Potential Financial Reward, and Opportunity Identification". *Entrepreneurship Theory & Practice*. Vol. 29 (1), 91-112.

STOREY, D. J.; GREENE, F. J. (2010): *Small business and entrepreneurship*. London: Pearson.

UCBASARAN, D.; WESTHEAD, P.; WRIGHT, M. (2008): Opportunity Identification and Pursuit: Does an Entrepreneur's Human capital matter? *Small Business Economics*, 30 (2): 153-173.

VECIANA, J. M. (2005): *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Colección Estudios Económicos. Servicio de Estudios de La Caixa.

WEICK, K. (1996): "Drop your tools: an allegory for organizational studies". *Administrative Science Quarterly*, 41, 301-314.

WIKLUND, J.; SHEPHERD, D. (2003): "Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities". *Journal of Management Studies*, 40 (8): 1919-1941.

WRIGHT, M.; STIGLIANI, I. (2013): "Entrepreneurship and growth". *International Small Business Journal*, 31(1): 3-22.

## Listado de tablas, figuras y gráficos

### Listado de tablas

<b>Tabla 1.1.</b> Ficha técnica de la encuesta a la población adulta catalana	6
<b>Tabla 1.2.</b> Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña 2014	11
<b>Tabla 1.3.</b> Cuadro de Mando Integral GEM España 2014	12
<b>Tabla 1.4.</b> Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona 2014	13
<b>Tabla 2.1.</b> Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en el 2014 por tipo de economía	35
<b>Tabla 3.1.</b> Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2014 clasificados por tipo de economía	61
<b>Tabla 4.1.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014	66
<b>Tabla 4.2.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014	67
<b>Tabla 4.3.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en resto de España en el 2014	67
<b>Tabla 4.4.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en el 2014	67
<b>Tabla 4.5.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Barcelona en el 2014	67
<b>Tabla 5.1.</b> Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña en el 2014	93
<b>Tabla 5.2.</b> Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Barcelona en el 2014	93
<b>Tabla 5.3.</b> Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en resto de España en el 2014	93
<b>Tabla 5.4.</b> Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en el 2014. Análisis por tipo de economía	104
<b>Tabla 6.1.</b> Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas en el 2014	114

### Listado de Figuras

<b>Figura 1.1.</b> Modelo teórico GEM	4
<b>Figura 1.2.</b> El proceso emprendedor del proyecto GEM	5
<b>Figura 1.3.</b> Las fuentes de información que nutren el observatorio GEM	5
<b>Figura 2.1.</b> Factores que inciden en la decisión de crear una empresa	15

### Listado de Gráficos

<b>Gráfico 2.1.</b> Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	16
<b>Gráfico 2.2.</b> Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	17
<b>Gráfico 2.3.</b> Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender	19
<b>Gráfico 2.4.</b> Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	19
<b>Gráfico 2.5.</b> Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia	21
<b>Gráfico 2.6.</b> Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	21

<b>Gráfico 2.7.</b> Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender	23
<b>Gráfico 2.8.</b> Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	23
<b>Gráfico 2.9.</b> Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida	25
<b>Gráfico 2.10.</b> Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	25
<b>Gráfico 2.11.</b> Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional	26
<b>Gráfico 2.12.</b> Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	27
<b>Gráfico 2.13.</b> Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico	28
<b>Gráfico 2.14.</b> Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	28
<b>Gráfico 2.15.</b> Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación	30
<b>Gráfico 2.16.</b> Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	30
<b>Gráfico 2.17.</b> Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	31
<b>Gráfico 2.18.</b> Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cataluña y resto de España	31
<b>Gráfico 2.19.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto al resto de España y al resto de países GEM de la UE impulsados por la innovación	33
<b>Gráfico 2.20.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña	33
<b>Gráfico 2.21.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes según que estén involucrados o no en cualquier fase del proceso emprendedor	34
<b>Gráfico 2.22.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de la percepción de oportunidades y auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en el 2014	36
<b>Gráfico 2.23.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia en el 2014	37
<b>Gráfico 3.1.</b> El proceso emprendedor en Cataluña: tasa de población adulta involucrada en el proceso empresarial	41
<b>Gráfico 3.2.</b> Abandono de la actividad empresarial en Cataluña en el 2014	41
<b>Gráfico 3.3.</b> El proceso emprendedor en Cataluña en el 2014	42
<b>Gráfico 3.4.</b> El proceso emprendedor en Barcelona en el 2014	42
<b>Gráfico 3.5.</b> El proceso emprendedor en el resto de España en el 2014	43
<b>Gráfico 3.6.</b> El proceso emprendedor en España en el 2014	43
<b>Gráfico 3.7.</b> El proceso emprendedor en Europa en el 2014	44
<b>Gráfico 3.8.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales	44
<b>Gráfico 3.9.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales	45
<b>Gráfico 3.10.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en el resto de España con variaciones interanuales	45

<b>Gráfico 3.11.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales	46
<b>Gráfico 3.12.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en Europa con variaciones interanuales	46
<b>Gráfico 3.13.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2014	47
<b>Gráfico 3.14.</b> Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2014	48
<b>Gráfico 3.15.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos de Cataluña y resto de España durante el periodo 2004-2014	49
<b>Gráfico 3.16.</b> Evolución del índice TEA por demarcaciones durante el periodo 2004-2014	49
<b>Gráfico 3.17.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2014	50
<b>Gráfico 3.18.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses durante el periodo 2004-2014	51
<b>Gráfico 3.19.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cataluña durante el periodo 2007-2014, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) y en los que se cierra	51
<b>Gráfico 3.20.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses, pero que negocio continúa (traspaso) en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2007-2014	52
<b>Gráfico 3.21.</b> Evolución del % de abandonos que cierran en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2007-2014	52
<b>Gráfico 3.22.</b> El proceso emprendedor en Cataluña en el 2014 según el motivo para emprender	55
<b>Gráfico 3.23.</b> El proceso emprendedor en Barcelona en el 2014 según el motivo para emprender	55
<b>Gráfico 3.24.</b> Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender	56
<b>Gráfico 3.25.</b> Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender	56
<b>Gráfico 3.26.</b> Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2005-2014 según el motivo para emprender	57
<b>Gráfico 3.27.</b> Evolución del índice TEA en Barcelona durante el periodo 2005-2014 según el motivo para emprender	57
<b>Gráfico 3.28.</b> Evolución del índice TEA en Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2005-2014 según el motivo para emprender es por oportunidad o por necesidad	58
<b>Gráfico 3.29.</b> Evolución el porcentaje del índice TEA por oportunidad en Cataluña durante el periodo 2005-2014 según las razones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender	58
<b>Gráfico 3.30.</b> Evolución de la ratio Necesidad/Oportunidad como indicativo de la calidad del emprendimiento durante el periodo 2005-2014	59
<b>Gráfico 3.31.</b> Relación cuadrática entre el indicador TEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita en el 2014	60
<b>Gráfico 3.32.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes, nuevos de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2014	62

<b>Gráfico 3.33.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2014	63
<b>Gráfico 4.1.</b> Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014	68
<b>Gráfico 4.2.</b> Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014	68
<b>Gráfico 4.3.</b> Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2004-2014	69
<b>Gráfico 4.4.</b> Evolución del TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y resto de España en el periodo 2004-2014	69
<b>Gráfico 4.5.</b> Evolución del TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña, resto de España y resto EU en el periodo 2006-2014	70
<b>Gráfico 4.6.</b> Percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes (18-34 años) y maduras (35-64) involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña	70
<b>Gráfico 4.7.</b> Percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes (18-34 años) involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y las no involucradas	71
<b>Gráfico 4.8.</b> Percepciones, valores y aptitudes de las personas de 35-64 años involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y las no involucradas	71
<b>Gráfico 4.9.</b> Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014	74
<b>Gráfico 4.10.</b> Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014	74
<b>Gráfico 4.11.</b> Evolución índice TEA por género en Cataluña durante el periodo 2004-2014	75
<b>Gráfico 4.12.</b> Evolución de la ratio TEA femenina/TEA masculina en Cataluña y resto de España y resto UE en el periodo 2004-2014	75
<b>Gráfico 4.13.</b> Evolución TEA femenino en Cataluña, resto de España y resto UE en el periodo 2004-2014	76
<b>Gráfico 4.14.</b> Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2014	76
<b>Gráfico 4.15.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los hombres y mujeres involucrados en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña	77
<b>Gráfico 4.16.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los hombres y mujeres no involucrados en proceso emprendedor en Cataluña	77
<b>Gráfico 4.17.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los hombres involucrados en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y los no involucrados	78
<b>Gráfico 4.18.</b> Percepciones, valores y aptitudes de las mujeres involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña y las no involucradas	78
<b>Gráfico 4.19.</b> Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña en el 2014	81
<b>Gráfico 4.20.</b> Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona en el 2014	81
<b>Gráfico 4.21.</b> Evolución índice TEA por nivel de educación en España durante el periodo 2004-2014	82
<b>Gráfico 4.22.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014, según si cuenta con educación específica para emprender	82
<b>Gráfico 4.23.</b> Evolución índice TEA por nivel de renta en Cataluña durante el periodo 2004-2014	84
<b>Gráfico 4.24.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014 por nivel de renta	84



<b>Gráfico 4.25.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014 por nivel de renta	85
<b>Gráfico 4.26.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2014 por situación laboral	86
<b>Gráfico 4.27.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2014 por situación laboral	87
<b>Gráfico 4.28.</b> Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2014	87
<b>Gráfico 5.1.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2014	90
<b>Gráfico 5.2.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2014	90
<b>Gráfico 5.3.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2014	91
<b>Gráfico 5.4.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2014	92
<b>Gráfico 5.5.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en Barcelona, Cataluña y resto de España durante el periodo 2004-2014	94
<b>Gráfico 5.6.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2014	95
<b>Gráfico 5.7.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2014	95
<b>Gráfico 5.8.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2014	96
<b>Gráfico 5.9.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2014	97
<b>Gráfico 5.10.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2014	98
<b>Gráfico 5.11.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2014	98
<b>Gráfico 5.12.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2014	99
<b>Gráfico 5.13.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2014	100
<b>Gráfico 5.14.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2014	101
<b>Gráfico 5.15.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2014	101
<b>Gráfico 5.16.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumo en el 2014	105
<b>Gráfico 5.17.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2014 ofrecían un producto nuevo para todos los clientes, que usaban tecnologías con menos de un año de antigüedad y que no tenían competencia	106
<b>Gráfico 5.18.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2014 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años	107
<b>Gráfico 5.19.</b> Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media del resto de España y del resto UE en 2014 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2014	108

<b>Gráfico 5.20.</b> Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña en 2014 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2014	108
<b>Gráfico 6.1.</b> Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para en Cataluña (periodo 2011-2014)	112
<b>Gráfico 6.2.</b> Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, resto de España y resto UE en 2014	113
<b>Gráfico 6.3.</b> Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2014	117
<b>Gráfico 6.4.</b> Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2014	118
<b>Gráfico 6.5.</b> Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2014	119

## Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2014

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Nacional</b>	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutivo GEM España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
<b>Andalucía</b>	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía
<b>Aragón</b>	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación
<b>Canarias</b>	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
<b>Cantabria</b>	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Marta Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz Paula San Martín Espina Ana María Serrano Bedía Inés Rueda Sampedro	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
<b>Cataluña</b>	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Figuls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
<b>Castilla La Mancha</b>	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Horizonte XXII
<b>Castilla y León</b>	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Iberdrola Fgulem

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Comunidad Valenciana</b>	Universidad Miguel Hernández de Elche	<p>José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana)</p> <p>Ignacio Mira Solves (Director Técnico)</p> <p>Jesús Martínez Mateo</p> <p>Marina Estrada De la Cruz</p> <p>Antonio J. Verdú Jover</p> <p>M<sup>ª</sup> José Alarcón García</p> <p>M<sup>ª</sup> Cinta Gisbert López</p> <p>Lirios Alós Simó</p> <p>Domingo Galiana Lapera</p> <p>M<sup>ª</sup> Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE)</p> <p>Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana</p> <p>Diputación Provincial Alicante</p> <p>Air Nostrum</p> <p>Catral Export</p> <p>Fundación Juan Perán-Pikolinos</p> <p>Fundación Manuel Peláez Castillo</p> <p>Goldcar</p> <p>Grupo Eulen</p> <p>Grupo Soledad</p> <p>Mustang</p> <p>Panther</p> <p>Seur</p> <p>Vectalia</p> <p>Escuela de Empresarios (EDEM)</p> <p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
<b>Extremadura</b>	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura)</p> <p>J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)</p> <p>M<sup>ª</sup> de la Cruz Sánchez Escobedo</p> <p>Antonio Fernández Portillo</p> <p>Manuel Almodóvar González</p> <p>Ángel Manuel Díaz Aunión</p> <p>Raúl Rodríguez Preciado</p>	<p>Gobierno de Extremadura</p> <p>Universidad de Extremadura</p> <p>Avante Extremadura</p> <p>CC. NN. Almaraz-Trillo</p> <p>Fundación Academia Europea de Yuste</p> <p>Hoy Diario de Extremadura</p> <p>El Periódico de Extremadura</p> <p>Philip Morris Spain, S.L.</p> <p>Palicrisa</p> <p>Imedexsa</p> <p>Caja Rural de Extremadura</p> <p>Caja Duero</p> <p>La Caixa</p> <p>Gestyona, S.L.</p> <p>Grupo Ros Multimedia</p> <p>Garrigues</p> <p>Cofex</p> <p>Diputación de Badajoz</p> <p>Diputación de Cáceres</p> <p>Fundación Cáceres Capital</p> <p>Fundación Cívica</p> <p>Fundecyt - Parque Científico y Tecnológico de Extremadura</p> <p>Fundación Universidad Sociedad</p>
<b>Galicia</b>	<p>Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (Ilgape)</p> <p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p>	<p>Ana Belén Vázquez Eibes (Directora GEM-Galicia)</p> <p>Fausto Santamarina Fernández</p> <p>Marta Amate López</p> <p>Ana García Caeiro</p> <p>Norberto Penedo Rey</p> <p>Guillermo Viña González</p> <p>Enrique Gómez Fernández</p> <p>Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC)</p> <p>Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC)</p> <p>Nuria Calvo Babío</p> <p>María Bobillo Varela</p> <p>Maite Cancelo Márquez</p> <p>Loreto Fernández Fernández</p> <p>Rubén Lado Sestayo</p> <p>Marta Portela Maseda</p> <p>Mercedes Teijeiro Álvarez</p> <p>M<sup>ª</sup> Milagros Vivel Búa</p> <p>David Rodeiro Pazos</p> <p>Guillermo Andrés Zapata Huamaní</p>	<p>Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (Ilgape)</p> <p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p>

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Comunidad Autónoma de Madrid</b>	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)  Universidad Autónoma de Madrid
<b>Murcia</b>	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)  Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
<b>Navarra</b>	Universidad Pública de Navarra  Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra  Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
<b>País Vasco</b>	Deusto Business School  Universidad del País Vasco  Mondragón Unibertsitatea  Universitat Autònoma de Barcelona	Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco) Iñaki Peña José L. González-Pernía  María Saiz Jon Hoyos  Nerea González  David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
<b>Madrid ciudad</b>	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emrende"  Ayuntamiento de Madrid  Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)  Universidad Autónoma de Madrid	Iñaki Ortega Cachón (Director GEM-Madrid Ciudad) Iván Soto San Andrés  Isidro de Pablo López (Director Técnico) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emrende"  Ayuntamiento de Madrid
<b>Trabajo de campo GEM España</b>	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España

