

# Global Entrepreneurship Monitor Informe ejecutivo Cataluña 2015





Global  
Entrepreneurship  
Monitor

**Informe ejecutivo  
Cataluña 2015**

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  
Teresa Obis

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.

# ÍNDICE

|  |            |
|--|------------|
| <b>1. Presentación y resumen ejecutivo</b>   | <b>4</b>   |
| 1.1. El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor): alcance y metodología  | 4          |
| 1.1.1. Ámbito geográfico   | 4          |
| 1.1.2. Bases de datos y fuentes de información   | 6          |
| 1.1.3. Esquema conceptual del proyecto GEM. Relación entre las principales variables                                   | 7          |
| 1.2. Resumen ejecutivo   | 10         |
| 1.3. Cuadro de mando integral  | 15         |
| <b>2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población catalana</b>                                     | <b>18</b>  |
| 2.1. Valoración social de la actividad emprendedora  | 19         |
| 2.2. Percepción de oportunidades de la población catalana y de sus aptitudes para emprender                            | 25         |
| 2.3. La intención de emprender   | 31         |
| 2.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas sobre los valores, percepciones y aptitudes para emprender | 32         |
| <b>3. Actividad emprendedora y sus características</b>   | <b>37</b>  |
| 3.1. Indicadores del proceso emprendedor   | 37         |
| 3.2. Dinámica de la actividad emprendedora   | 43         |
| 3.3. Actividad intraemprendedora   | 48         |
| 3.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de la actividad emprendedora                               | 50         |
| <b>4. Perfil empresarial y aspiraciones de la actividad emprendedora en Cataluña</b>                                   | <b>55</b>  |
| 4.1. Motivación para emprender: Oportunidad versus necesidad   | 56         |
| 4.2. Aspectos generales del negocio  | 61         |
| 4.3. Financiación de la actividad emprendedora naciente  | 64         |
| 4.4. Aspiraciones de la actividad emprendedora   | 65         |
| 4.4.1. Expectativas de crecimiento   | 65         |
| 4.4.2. Orientación innovadora  | 67         |
| 4.4.3. Orientación internacional   | 70         |
| 4.5. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de las aspiraciones de la actividad emprendedora           | 71         |
| <b>5. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor</b>  | <b>78</b>  |
| 5.1. Distribución por edad   | 78         |
| 5.2. Distribución por género   | 83         |
| 5.3. Distribución por nivel de educación   | 88         |
| 5.4. Distribución por nivel de renta   | 91         |
| 5.5. Distribución por situación laboral  | 94         |
| <b>6. El entorno emprendedor</b>   | <b>96</b>  |
| 6.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cataluña  | 97         |
| 6.2. Benchmarking internacional sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña                           | 100        |
| 6.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña                      | 102        |
| <b>Bibliografía</b>  | <b>107</b> |
| <b>Listado de tablas, figuras y gráficos</b>   | <b>109</b> |
| Listado de tablas  | 109        |
| Listado de figuras   | 109        |
| Listado de gráficos  | 109        |
| <b>Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2015</b>   | <b>116</b> |

## 1. Presentación y resumen ejecutivo

### 1.1. El proyecto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*): alcance y metodología

El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) tiene por objeto el análisis del proceso de creación de empresas y el estudio de los determinantes de su intensidad en cada uno de los países que participan en el mismo. 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).

Una estructura económica equilibrada y sana presupone el proceso de entrada y salida de empresas en el mercado. El proceso de asignación y reasignación de recursos, así como la vitalidad del sistema económico, depende, en buena medida, de que desaparezcan del mercado las empresas ineficaces, por una parte, y de la creación de nuevas empresas, por otra.

Los economistas, salvo excepciones, han tendido a infravalorar la función del empresario, considerando la dinámica empresarial, es decir, la existencia de empresarios, la creación de nuevas empresas y su posterior desarrollo, como una variable dependiente de factores económicos, tales como la disponibilidad de capital, mano de obra, tecnología o de la dimensión del mercado. Por el contrario, sociólogos, psicólogos, junto con algunos economistas (Schumpeter, Cole, Cochran,...) han considerado al empresario como uno de los motores básicos de la economía de un país.

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 por objeto, tal como hemos dicho, analizar el fenómeno emprendedor, proporcionando datos de las áreas fundamentales que nutren la investigación relacionada con el emprendimiento.

Anualmente, se emiten informes a nivel mundial y de cada país participante sobre las fases del proceso emprendedor; las características, motivaciones y ambiciones de los emprendedores; las actitudes de la sociedad hacia esta función y, finalmente, la calidad de los entornos a los que se enfrentan en cada país aquellos que se proponen poner en marcha una nueva actividad empresarial.

#### 1.1.1 Ámbito geográfico

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 2015, han participado más de 60 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.

Tabla 1.1. Países participantes en el GEM 2015 agrupados por áreas geográficas y nivel de desarrollo económico

|                            | Economías basadas en los factores productivos                     | Economías basadas en la eficiencia   | Economías basadas en la innovación   |
|----------------------------|---|--|--|
| África                     | Botswana<br>Burkina Faso<br>Camerún<br>Egipto<br>Senegal<br>Túnez | Marruecos<br>Sudáfrica   |  |
| Asia y Oceanía             | India<br>Irán<br>Filipinas<br>Vietnam                             | China<br>Indonesia<br>Kazakstán<br>Libia<br>Malasia<br>Tailandia<br>Turquía  | Australia<br>Israel<br>Japón<br>República de Corea<br>Taiwan   |
| América Latina y el Caribe |   | Argentina<br>Barbados<br>Brasil<br>Chile<br>Colombia<br>Ecuador<br>Guatemala<br>México<br>Panamá<br>Perú<br>Puerto Rico<br>Uruguay |  |
| Europa                     |   | Bulgaria<br>Croacia<br>Estonia<br>Hungría<br>Letonia   | Bélgica<br>Finlandia<br>Alemania<br>Grecia<br>Irlanda<br>Italia<br>Luxemburgo<br>Holanda<br>Noruega<br>Portugal<br>Eslovaquia<br>Eslovenia<br>ESPAÑA<br>Suecia<br>Suiza<br>Reino Unido |
| América del Norte          |   |  | Canadá<br>Estados Unidos   |

Fuente: GEM 2015 / 2016 Global Report (Kelley, Singer y Herrington, 2016)

Uno de los puntos fuertes del proyecto GEM es que permite comparar la actividad emprendedora de diferentes países. No obstante, debido a la diversidad de características de los entornos estudiados es recomendable clasificar los países participantes en varios grupos. Por este motivo, los 62 países que este año integran el proyecto se han clasificado en tres categorías, siguiendo la tipología del World Economic Forum basada en un trabajo de Porter (Porter *et al*, 2002):

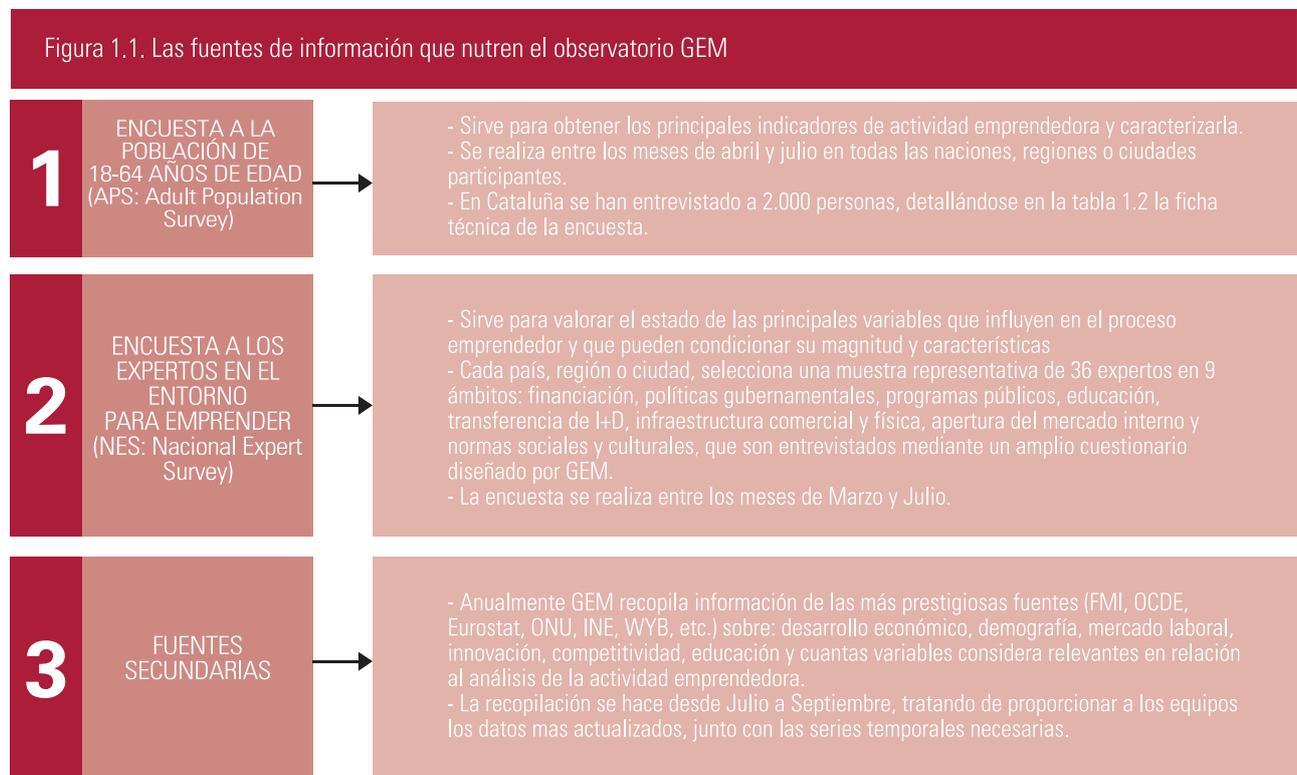
- a. “Factor-driven”: economías basadas en sus factores productivos, en las que predominan las actividades agrícolas y extractivas y con una mano de obra poco formada y especializada.
- b. “Efficiency-driven”: economías en las que han aumentado los niveles de producción y bienestar gracias al desarrollo de actividades industriales intensivas en capital que basan su competitividad en economías de escala.
- c. “Innovation-driven”: economías basadas en la innovación, son intensivas en conocimiento y el sector predominante es el de los servicios.

En la tabla 1.1 figuran los países que participan en el proyecto GEM de este año clasificados en estas tres categorías.

Uno de los aspectos más relevantes de este observatorio anual es que todos los participantes operan bajo un mismo modelo teórico, una metodología común y una homogeneización en los procedimientos de obtención y tratamiento de los datos. Esto es lo que hace posible la comparación de las características del proceso emprendedor de diferentes países. A continuación se describen con más detalle estos aspectos metodológicos.

### 1.1.2 Bases de datos y fuentes de información

El observatorio GEM se nutre de tres fuentes de información que se detallan en la figura 1.1. 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.



En lo que respecta a Cataluña, 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 figura en la tabla 1.2.

Tabla 1.2. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta catalana

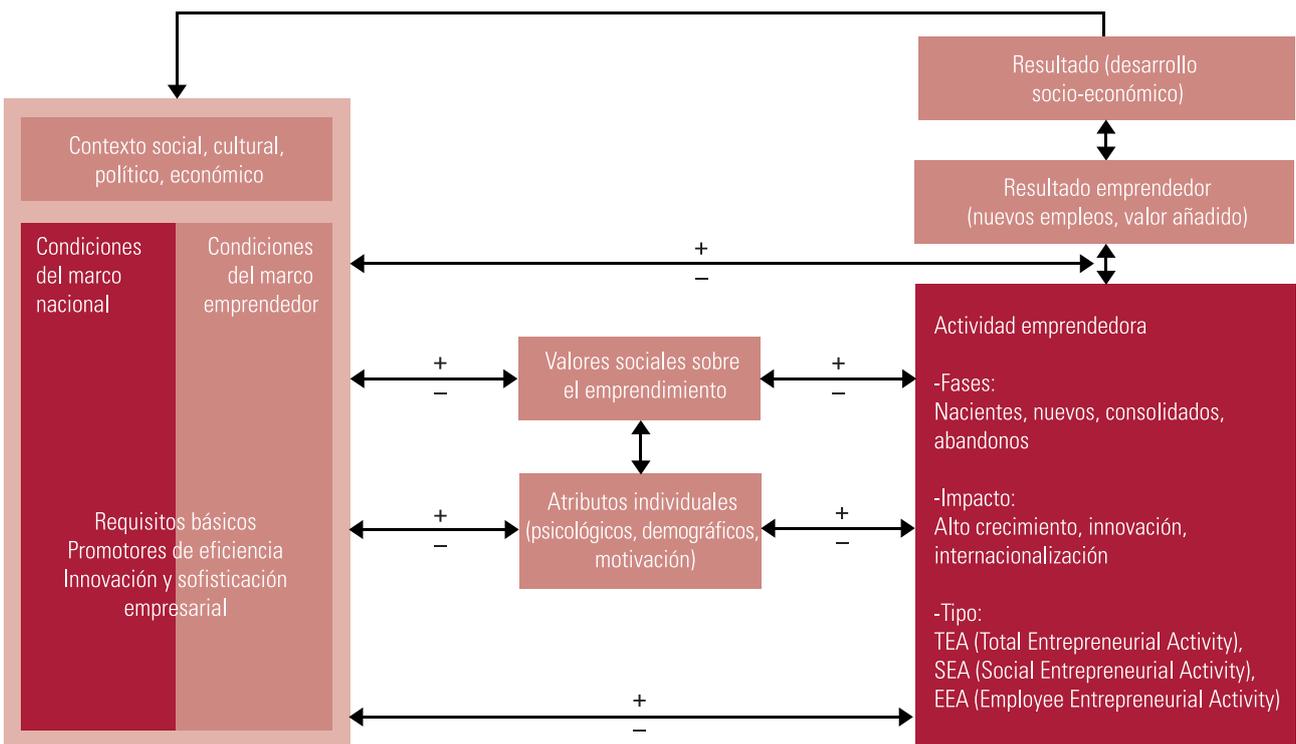
|  |  |
|--|--|
| Universo:  | Población residente en Cataluña de 18 a 64 años            |
| Población objetivo:                                    | 4.724.241 individuos                                       |
| Muestra:   | 2.000 individuos   |
| Margen de confianza:                                   | 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 2015  |
| Trabajo de campo, grabación y creación bases de datos: | Instituto Opinometre                                       |
| Distribución de la muestra:                            |  |
| Género:  | Hombres: 1.005 y Mujeres: 995                              |
| Ámbito:  | Urbano: 1.787 y Rural: 213                                 |
| Edad:  | 18-24: 183; 25-34: 428; 35-44: 558; 45-54: 462; 55-64: 369 |
| Provincia:   | Barcelona: 1.469; Girona: 201; Lleida: 117; Tarragona: 213 |

**1.1.3 Esquema conceptual del proyecto GEM. Relación entre las principales variables**

Una de las ideas centrales del proyecto GEM es que la actividad empresarial no es un acto aislado de un individuo independiente del contexto social, sino que está íntimamente entroncada con éste. En este sentido, se considera que la misma es consecuencia de la interacción entre la percepción que el emprendedor tiene sobre las oportunidades que le ofrece el entorno y sobre las propias capacidades, habilidades y motivaciones para emprender, por un lado, y las condiciones del entorno en que ésta se desarrolla, por otro. Obviamente, el resultado de esta actividad empresarial será, a su vez, un importante condicionante del desarrollo socioeconómico del país.

El esquema conceptual, revisado en 2014 y en el que se basa el proyecto GEM puede verse en la figura 1.2.

Figura 1.2. Modelo conceptual GEM



Fuente: GEM 2015 / 2016 Global Report (Kelley, Singer y Herrington, 2016)

El primer elemento de este esquema conceptual y de interrelaciones es el “contexto social, cultural, político y económico” del país, el cual entronca directamente con la clasificación de las economías que se ha hecho en el apartado 1.1.1. Los elementos que integran este contexto pueden verse en la Tabla 1.3. La información relativa a cada país para cada uno de estos elementos proviene de las dos fuentes de información que se han descrito en el apartado anterior: encuesta a los expertos y fuentes secundarias.

Tabla 1.3. Contexto social, cultural, político y económico y fase de desarrollo económico

|   | Otras fuentes de información   | Encuesta GEM a Expertos (NES)   |
|---|--|---|
| Fases de desarrollo económico   | Condiciones del marco nacional, basadas en los pilares de competitividad del World Economic Forum para perfilar las fases de desarrollo económico  | Condiciones del marco emprendedor   |
| Requisitos básicos – claves para las economías basadas en los factores productivos                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituciones</li> <li>- Infraestructura</li> <li>- Estabilidad macroeconómica</li> <li>- Sanidad y educación primaria</li> </ul>   |  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a fuentes de financiación</li> <li>- Educación emprendedora</li> <li>- Transferencia de I+D</li> <li>- Políticas gubernamentales</li> <li>- Programas públicos</li> <li>- Apertura del mercado interno</li> <li>- Infraestructura física</li> <li>- Infraestructura comercial y legal</li> <li>- Normas sociales y culturales</li> </ul> |
| Promotores de eficiencia – claves para las economías basadas en la eficiencia                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación superior y formación</li> <li>- Eficiencia del mercado de bienes</li> <li>- Eficiencia del mercado laboral</li> <li>- Sofisticación del mercado financiero</li> <li>- Adaptación tecnológica</li> <li>- Tamaño del mercado</li> </ul> |   |
| Factores de innovación y sofisticación empresarial – claves para las economías basadas en la innovación | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sofisticación empresarial</li> <li>- Innovación</li> </ul>  |   |

Fuente: GEM 2015 / 2016 Global Report (Kelley, Singer y Herrington, 2016)

El contexto socioeconómico del país condiciona los resultados de la actividad emprendedora tanto en términos de crecimiento económico como de empleo. Este contexto influye también en la valoración y percepción que la sociedad tiene de la función empresarial, por una parte, y en la valoración y percepción que los emprendedores potenciales tienen sobre la existencia o no de oportunidades para emprender y sobre la propia valía (capacidad y motivación) para poner en marcha una nueva empresa, por otra. En consecuencia, el contexto socioeconómico del país será un factor clave para explicar tanto la propensión a iniciar nuevas actividades empresariales, como para explicar sus resultados.

Tal como puede verse en la figura 1.2 se produce también un efecto de retroalimentación en relación a cada uno de estos elementos, es decir, el contexto socioeconómico influye en la propensión al emprendimiento de una sociedad y en los resultados que del mismo se derivan y, a su vez, aquella y éstos influyen en el propio contexto.

En la metodología GEM los indicadores básicos sobre percepción de la sociedad respecto de la función empresarial son:

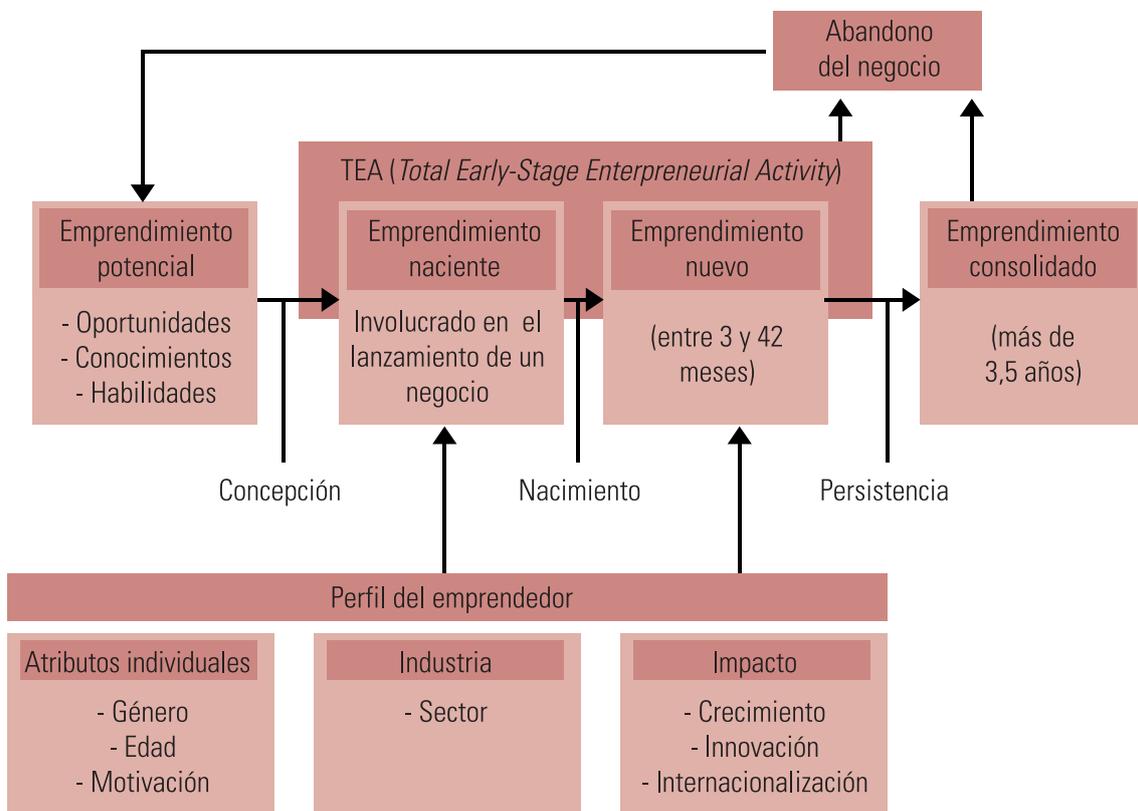
- a. La percepción que la sociedad tiene sobre el estatus social y económico que tienen los emprendedores con éxito.
- b. El grado en que la actividad empresarial es considerada por la sociedad una buena opción profesional y, finalmente,
- c. La atención y valoración que los medios de comunicación prestan a la actividad empresarial.

Por otra parte, las variables básicas relativas a las percepciones que los propios emprendedores potenciales tienen sobre el entorno y sobre sí mismos son, según GEM, las siguientes:

- El grado en que se perciben buenas oportunidades para emprender.
- La percepción respecto de uno mismo sobre si se dispone de las capacidades y habilidades necesarias para ser empresario.
- Intenciones y motivaciones para emprender.
- Miedo al fracaso

Tal como se puede ver en la figura 1.2, la interacción de estos dos elementos (valoración social de la función empresarial, por un lado, y percepción de oportunidades y de las propias capacidades por parte del emprendedor potencial, por otro) determinará tal como se explicita en la figura 1.3 la intensidad de la actividad empresarial y sus características.

Figura 1.3. Fases del proceso emprendedor y características del emprendedor en el proyecto GEM



Fuente: GEM 2015 / 2016 Global Report (Kelley, Singer y Herrington, 2016)

Tal como se ha dicho, estos dos elementos condicionan y determinan la intensidad en que en una determinada sociedad se manifiesta la intención de emprender, la intención de iniciar una actividad empresarial. El porcentaje de población adulta que en un periodo determinado manifiesta la intención de crear una empresa en los próximos tres años servirá para medir el grado de emprendimiento potencial de esta sociedad. Una parte de estos emprendedores potenciales creará su propia empresa. En el esquema de la figura 1.3 se distingue entre emprendimiento naciente (hasta tres meses de actividad efectiva), nuevo (de 3 meses hasta 3,5 años) y consolidado (más de 3,5 años). En el proyecto GEM uno de los indicadores básicos es el TEA que es igual al porcentaje de la población adulta que en un determinado periodo manifiesta ser empresario (propietario y directivo) de una empresa naciente o nueva.

Un posible indicador de dinámica empresarial lo constituye la comparación entre el valor de la TEA de una sociedad (empresarios de empresas nacientes o nuevas) y el porcentaje de la población que manifiesta haber dejado de ser empresario (abandono de la actividad empresarial), bien sea porque ésta ha desaparecido o bien porque se ha traspasado.

Tal como puede verse en la figura 1.2, en los últimos años se incluye también dentro de la actividad emprendedora la desarrollada dentro de las empresas por sus propios empleados no empresarios, lo que usualmente se califica como “intrapreneurship” (EEA en esta figura). Se trata también de un porcentaje de la población adulta y, en este caso, se refiere a aquellos que como empleados de una empresa y por cuenta de su empleador han intervenido de forma determinante en actividades empresariales como el lanzamiento de nuevos productos o la creación de nuevas unidades de negocio, filiales o subsidiarias.

Finalmente, tal como puede verse en la figura 1.3, el proyecto GEM permite estudiar las características demográficas del fundador (edad y género), el sector de actividad de la empresa creada, la tipología de la motivación del empresario y relacionada con ésta y con el contexto socioeconómico del país, las aspiraciones/intenciones del fundador en relación a crecimiento, innovación e internacionalización de la nueva empresa.

En lo que respecta a las motivaciones para crear una empresa propia, se distingue entre la motivación “pull” (oportunidad) y la motivación “push” (necesidad). La primera, parte de la identificación de una oportunidad y de la percepción de que su explotación puede aportar ventajas a quien sea capaz de materializarla, como principal motivo para crear una empresa propia. Para la segunda concepción, la creación de una empresa propia viene determinada por la inexistencia de alternativas personales, es decir, por la dificultad de obtener un trabajo dependiente satisfactorio (Capelleras, Genescà y Vaillant, 2005). Según se ha demostrado en diversas investigaciones empíricas, la capacidad de crecimiento de una empresa y su probabilidad de supervivencia dependen en buena medida de dos variables clave incluidas en el proyecto GEM: el tipo de motivación que impulsó su creación (oportunidad o necesidad), por una parte, y el capital humano del fundador y su equipo, por otra.

En los próximos capítulos, en el desarrollo de este informe, seguiremos el esquema conceptual presentado en este apartado (Figuras 1.2 y 1.3). Es precisamente la utilización de una misma base teórica y unas bases de datos uniformes lo que hace posible comparar los resultados de nuestra investigación con los de otros países y zonas geográficas.

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 2015, el treceavo 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 por parte de los encargados de formular las políticas y programas vinculados a la iniciativa emprendedora como de todos aquellos a quienes este asunto suscite interés.

## 1.2. Resumen ejecutivo

De acuerdo con el esquema conceptual del proyecto GEM la intención de emprender y su eventual posterior materialización en la creación de una nueva empresa depende, por un lado, de la valoración que la sociedad hace de la función empresarial y, en concreto, del emprendimiento y, por otro, de que el emprendedor potencial perciba que existen buenas oportunidades para crear una empresa propia y considere que dispone de las capacidades y habilidades necesarias para hacerlo.

En cuanto a los condicionamientos socioculturales, se observa que, si bien emprender se considera una buena opción profesional y que en los medios de comunicación aparecen historias de éxito empresarial, Cataluña queda muy por debajo de la UE y del conjunto de países avanzados en la percepción de que emprender genera un buen estatus social y económico. Este es uno de los aspectos donde habría que centrar la atención para lograr alcanzar unos niveles homologables a los de nuestro entorno. El segundo aspecto a destacar es que, a pesar de la recuperación sostenida en los últimos años de la percepción de que existen buenas oportunidades para crear una empresa propia, su nivel queda todavía más de diez puntos por debajo del de los países basados en la innovación. Son básicamente estos dos aspectos los que explican el diferencial negativo de más de cinco puntos con respecto a los países avanzados que se observa en la intención de emprender, en prácticamente toda la serie histórica.

No obstante, en plena crisis (2009 a 2011) este indicador tuvo una evolución peculiar: la intención de emprender aumentó a pesar de la caída en percepción de oportunidades. La explicación de este comportamiento la podemos encontrar precisamente en que la falta de posibilidades para encontrar trabajo dependiente fue lo que impulsó a muchas personas a plantearse la creación de una empresa propia como salida de esta situación. Hay algunas investigaciones que ya habían demostrado que la creación de empresas por falta de alternativas y con el objetivo de posibilitar el autoempleo crece precisamente en los momentos bajos del ciclo económico. La disminución en emprendimiento potencial que se observa en los últimos ejercicios debe considerarse, por tanto, como una corrección de un comportamiento anómalo que se dio en circunstancias excepcionales.

En consecuencia, cuando la situación económica empieza a mejorar y con ello aumentan las oportunidades para encontrar trabajo dependiente, el porcentaje de emprendedores potenciales baja hasta niveles parecidos a los años previos a la crisis. De ser ciertas nuestras hipótesis, el carácter de excepcionalidad de la disminución del indicador de emprendimiento potencial que se observa cuando el ciclo económico y las oportunidades para emprender mejoran debería verse contrarrestado por una mejora en la calidad del emprendimiento y en el nivel de aspiraciones y objetivos de las empresas creadas.

Sin embargo, queda en pie el reto de reducir el gap que viene siendo habitual respecto de los países avanzados en el índice de emprendimiento potencial. El objetivo debería ser el de, sin perder en la calidad del emprendimiento, ir acercándose a los porcentajes que se dan en el conjunto de países basados en la innovación. De acuerdo con el modelo conceptual del GEM, el nivel de emprendimiento potencial depende de los aspectos antes mencionados, en concreto de la valoración social de la actividad emprendedora y de la percepción de la existencia de buenas oportunidades para emprender. Las políticas de actuación sobre estas variables pueden ser determinantes para alcanzar este objetivo de convergencia.

La materialización de la intención de emprender se mide en el proyecto GEM con la tasa de actividad emprendedora (TEA: *Total Entrepreneurial Activity*), que es el porcentaje de personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que está poniendo en marcha una empresa durante el último año pero que no ha pagado salarios por más de tres meses (emprendedores nacientes) o que posee un negocio que ha pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses (emprendedores nuevos).

El índice TEA revela que en 2015 el 6,42% de la población adulta catalana de 18 a 64 años estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial (nacientes más nuevos), siendo 1.1 puntos inferior al de 2014, como consecuencia básicamente de la disminución de los emprendedores nacientes (-1,7 pp). El menor número de emprendedores nacientes es coherente con el descenso de la intención de emprender (emprendedores potenciales) que se ha producido en los tres últimos años y viene explicada, en gran medida, por la reducción de la TEA por necesidad (0,9 pp) desde el 2,08% en 2014 al 1,15% en 2015. Este último valor es, por primera vez en los últimos cinco años, inferior al de Europa y al de países GEM basados en la innovación.

Los emprendedores consolidados (iniciativas empresariales de más de 3,5 años) representan el 10,0% de la población adulta de Cataluña, aumentando ligeramente respecto al año anterior. Este porcentaje se ha man-

tenido casi siempre por encima del de España, Europa y países GEM basados en la innovación, situándose estos cuatro últimos años en los niveles más altos, superando en 2015 en más de tres puntos porcentuales a Europa (6,53%) y países GEM basados en la innovación (6,77%).

Continúa la reducción en términos relativos de la tasa de abandonos. No sólo disminuyen éstos, sino que son superiores los que abandonan por traspaso (0,55%) a los que cierran (0,45%), hecho que desde 2007 sólo ha sucedido estos dos últimos años. La evolución de la tasa de cierre en el periodo 2007-2015 dibuja una "U" invertida, siendo el valor de 2015 similar al de 2007, año previo a la crisis. Ha acumulado continuas disminuciones desde su valor máximo en 2012 (1,90%), habiéndose reducido sustancialmente en estos tres últimos años hasta el actual 0,45%. En Barcelona todavía ha sido mayor la disminución en dicho periodo, desde un valor de 1,87% en 2012 al 0,34% en 2015.

Además de los indicadores anteriores basados en iniciativas emprendedoras independientes, GEM también calcula el intraemprendimiento (EEA: *Entrepreneurial Employee Activity*), es decir, la actividad emprendedora que llevan a cabo algunos empleados en el interior de organizaciones existentes cuando han participado activamente en los últimos tres años liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o creando nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs/spin-outs*). La EEA en Cataluña ha ido disminuyendo estos últimos años hasta el 1,5% en 2015, que, a pesar de ser 0,4 puntos porcentuales superior a España, es 3,1 puntos inferior a Europa.

Si se comparan los datos de Cataluña con los de Europa, se detecta un mayor dinamismo en esta última. Aunque la TEA es bastante similar, la media de los países GEM de Europa con economías basadas en la innovación casi duplica en intención emprendedora (emprendedores potenciales) a Cataluña (13,1% vs 7,5%) y en emprendedores nacientes (4,8% vs 2,7%); es algo más de la mitad en emprendedores consolidados (6,5% vs 10,0%) y casi la triplica en abandonos (2,7% vs 1,0%). Así como también la triplica en intraemprendedores (4,6% vs 1,5%). Valores que reflejan comportamientos y estructuras empresariales muy diferentes.

Por otra parte, los resultados del GEM en el 2015 apuntan hacia una mejora de la calidad del emprendimiento en Cataluña y en Barcelona desde el punto de vista de la motivación para crear una empresa. En este sentido, la motivación por oportunidad se mantiene en un nivel idéntico al del año pasado (5,2%), mientras que la motivación por necesidad disminuye de forma remarcable en 2015 (1,2%), tras el máximo que alcanzó en 2014 (2,1%) y después de unos años de aumento casi continuado desde 2010. El porcentaje de población que crea por oportunidad en Cataluña continúa siendo próximo al de los países de la UE (5,8%) y es superior al de España (4,2%). Igualmente se observa que la disminución del porcentaje de creación por necesidad en Cataluña la sitúa por debajo de los niveles de Europa (1,5%) y España (1,4%).

El cociente entre la tasa de actividad (TEA) por oportunidad y la tasa de actividad (TEA) por necesidad, considerado como otro indicador de la calidad de la creación de empresas, había bajado progresivamente en Cataluña desde 2009 pero en 2015 aumenta considerablemente y se sitúa al mismo nivel que en las economías basadas en la innovación y por encima de la media española.

También se aprecia una mejora en el perfil empresarial y aspiraciones de la actividad emprendedora en Cataluña. Por una parte, si bien en 2015 se mantiene una distribución sectorial similar a la de años anteriores, con cerca de la mitad de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) centrada en el comercio de bienes de consumo (47%), hay un aumento del peso de los servicios a empresas (del 31% al 33%) y de las actividades transformadoras (del 14% al 16%). Por otra parte, se rompe la tendencia decreciente del tamaño medio en empleo de los nuevos negocios. En este sentido, en el grupo de emprendedores en fase inicial (TEA) el porcentaje de los que cuentan con 1 a 5 empleados se sitúa en 2015 al mismo nivel que los que no tienen empleados (48%), tras cinco años en que éstos últimos tenían un peso superior. Así pues, aunque el tamaño inicial de las nuevas empresas continúa siendo pequeño en promedio, en 2015 hay un aumento del número de empleados.

Asimismo, la tendencia decreciente en las expectativas de crecimiento de los emprendedores catalanes durante los años de la crisis parece revertir. En 2015 un 46% de los emprendedores nacientes espera emplear

entre 1 y 5 trabajadores en los próximos cinco años, lo que significa un aumento de seis puntos con respecto al año 2014. También crece el porcentaje de los que prevén emplear entre 6 y 19 empleados, pasando del 9 al 15%. Además, se produce una mejora con respecto al grado de novedad de los productos y servicios. Con respecto al año 2014, se pasa de un 7% a un 13% de los emprendedores en fase inicial (TEA) que consideran que el grado de novedad de sus productos es elevado, así como de un 30% a un 34% de los que consideran que su oferta tiene un cierto componente innovador.

Los emprendedores también mejoran en cuanto a la novedad de las tecnologías utilizadas. Así, en 2015 hay un 18% de los emprendedores en fase inicial (TEA) que manifiesta estar utilizando tecnologías de última generación (de antigüedad inferior a un año), lo que supone el valor máximo en la serie desde el año 2006. Además, aumenta el uso de tecnología de 1 a 5 años que pasa del 16% al 27%. En cuanto a la orientación internacional de los emprendedores, los resultados son bastante similares a los que se observan desde hace unos cuantos años. Así, desde el año 2009 hasta la actualidad los emprendedores en fase inicial (TEA) que no exportan representan cifras superiores al 70%. El porcentaje de nuevas empresas con una elevada orientación internacional (entre el 75 y el 100% de clientes extranjeros) ha ido disminuyendo ligeramente, siendo del 5% en 2015.

En términos comparativos con otros países, se aprecia que los emprendedores dedicados a servicios a empresas suponen una mayor proporción del total de emprendedores en Cataluña que en las economías basadas en la innovación (32,8% por 27,3%, respectivamente). El porcentaje de emprendedores en actividades transformadoras es inferior al de estos países (16,4% por 19,4%) pero está por encima de la media española (14,5%). De forma similar, las expectativas de crecimiento son inferiores a las de las economías innovadoras y superiores a las que se obtienen en España (el peso de los emprendedores que esperan contar con más cinco empleados al cabo de cinco años es del 25,0% en los países innovadores, 18,0% en Cataluña y 14,6% en España). Algo similar ocurre con el porcentaje de emprendedores que ofrecen un producto completamente nuevo (la media es de 16,0% en las economías innovadoras, 13,3% en Cataluña y 10,6% en España). Respecto a la orientación internacional de los nuevos negocios, la proporción de emprendedores catalanes que no exportan es claramente más elevada que la de los países más desarrollados (79,5% por 39,4%). A pesar de todo ello, cabe señalar que la brecha en el perfil empresarial y aspiraciones con respecto a la UE y países basados en la innovación ha ido disminuyendo en los últimos años.

Respecto al perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor, la TEA de los emprendedores jóvenes (18-34 años) ha bajado en 2015 con respecto al año anterior (de 9,3% a 7,4%). No obstante, este valor continúa siendo superior a la TEA de los emprendedores maduros (35-64 años), la cual decrece poco (de 6,7% a 6,0%). La TEA de los jóvenes es superior a la de España pero inferior a la de la UE (8,7%) y de los países con economías basadas en la innovación (9,3%).

Por otra parte, la participación de las mujeres emprendedoras ha aumentado en 2015. La TEA de los hombres es del 6,4% y las de las mujeres se sitúa ya en el 6,2%. Así, pues, las grandes diferencias observadas en la última década en la TEA por género se reducen al mínimo en este año. En España la TEA de las mujeres continúa siendo claramente inferior a la de los hombres (5,0% frente a 6,4%).

La propensión a emprender continúa siendo mayor en las personas con un nivel de educación superior. En 2015 se alcanza el máximo histórico de la serie 2004-2015 con un valor del 24,4%. Este valor supera ampliamente al de España (14%), así como al de la UE (11%) y al de los países con economías basadas en la innovación (12%).

Para los expertos encuestados, las condiciones del entorno para emprender siguen siendo poco favorables, como denota que han valorado la mayoría de las variables (9 de 12) con menos de un 5 (sobre 10). Consideran que, al igual que en 2014, se dispone de una buena infraestructura física y de servicios (5,87), así como infraestructura comercial y profesional (5,10). También valoran positivamente los programas promovidos por organismos públicos (5,22), la mayoría de los cuales son de ámbito local y autonómico. Los aspectos a mejorar, como en años anteriores, siguen siendo las políticas públicas asociadas con impuestos, regulaciones y burocracia (3,29), la educación y formación emprendedora en la etapa escolar (3,37) y la financiación para emprendedores (3,50).

Los tres principales obstáculos señalados en Cataluña en 2015 coinciden con los del 2014: acceso a la financiación (77%), políticas públicas (57%) y capacidad emprendedora 43% (42% en 2014). 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. No obstante, en Cataluña su incidencia ha disminuido 12 puntos porcentuales respecto al 2014, aunque todavía es 34 puntos superior al de Europa (43%).

En cuanto a los apoyos, los principales han sido: los programas públicos (43%), la educación y formación (29%), el ciclo económico (23%), la situación del mercado laboral (23%) y la capacidad emprendedora (23%).

Destacable que, mientras en Europa las políticas públicas han sido el segundo factor de apoyo en valoración (27%), tanto en Cataluña (3%) como en España (15%) han obtenido puntuaciones muy inferiores. Todo lo contrario sucede con los programas públicos, que en Cataluña ha sido el factor de apoyo que ha obtenido una puntuación mayor (43%), 15 puntos por encima de Europa (28%) y 28 de España (15%).

Las normas sociales y culturales, que habían sido un importante obstáculo en años precedentes, si exceptuamos 2014, en 2015 continúan apareciendo tanto como un obstáculo (14%) como un apoyo (14%), aunque perdiendo peso en ambos aspectos. Cabe señalar también que como apoyo se encuentran respecto a Europa 9 puntos por debajo.

Las cuatro principales recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno de la actividad emprendedora son similares a las del pasado año: políticas públicas (69%), apoyo financiero (51%), educación y formación (40%) y programas de instituciones públicas (28%); que coinciden, aunque con diferente intensidad, con las de los expertos de Europa.

De nuevo se incide en la necesidad de mayor calidad de las iniciativas emprendedoras y de mayor tamaño de las empresas, claves para el cambio y regeneración del tejido productivo, así como para la creación de empleo.

Respecto a la calidad, es fundamental que el emprendedor esté capacitado y que la motivación sea por oportunidad. 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 y crean la empresa para aprovechar una oportunidad. Por ello es necesario seguir fomentando la cultura innovadora y emprendedora, puesto que se innova mejor a través de personas emprendedoras.

Ya se señalaban el año pasado los dos grandes retos de la economía del país: ganar competitividad (para poder incrementar las exportaciones) y aumentar el ritmo de creación de empleo, a lo que puede ayudar de forma significativa el tamaño de las empresas. Y Cataluña, así como España, tiene un porcentaje, en comparación de otros países europeos, excesivamente alto de microempresa y un sector industrial que no ha dejado de reducirse (del 34% en 2006 al 16% en 2015) 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, especialmente de sectores industriales de alto componente estratégico y que tengan un efecto tractor para otros. En la misma línea, como el intraemprendedor suele ser el motor del crecimiento orgánico de una empresa, también sería necesario continuar con los programas que lo refuercen y potenciar el desarrollo de aceleradoras corporativas.

Tras reconocer el relevante papel desempeñado por organismos y entidades, generalmente públicos y de ámbito local, en el fomento y soporte de la iniciativa emprendedora, se ha señalado que hay una excesiva atomización y dispersión. Si el tamaño es relevante para las empresas, también lo es para este tipo de organizaciones. Necesitan tener el tamaño crítico necesario para poder prestar soporte y servicios de alto valor añadido.

### 1.3. Cuadro de mando integral

Tabla 1.4. Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña 2015

| Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras | 2014  | 2015  | Cambio % |
|---|-------|-------|----------|
| Percibe modelos de referencia (conoce a emprendedores)  | 37,2% | 35,7% | -4,2%    |
| Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses   | 22,6% | 26,5% | 17,5%    |
| Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos requeridos para emprender  | 51,9% | 46,6% | -10,1%   |
| El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender  | 45,0% | 41,2% | -8,5%    |
| Considera que la mayoría de población preferiría tener el mismo nivel de vida   | 73,0% | 75,3% | 3,1%     |
| Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años  | 9,7%  | 7,5%  | -23,0%   |
| Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla   | 1,5%  | 1,0%  | -32,6%   |
| Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>  | 4,2%  | 4,4%  | 6,3%     |
| TEA: Porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras entre 0 y 3,5 años   | 2014  | 2015  | Cambio % |
| TEA Total (nacientes + nuevos)  | 7,5%  | 6,4%  | -14,9%   |
| TEA Emprendedores nacientes   | 4,4%  | 2,7%  | -38,1%   |
| TEA Emprendedores nuevos  | 3,2%  | 3,7%  | 17,1%    |
| TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)  | 5,9%  | 6,2%  | 3,9%     |
| TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)  | 9,1%  | 6,7%  | -26,8%   |
| Distribución de la TEA, tomada como 100%  | 2014  | 2015  | Cambio % |
| TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)   | 27,6% | 17,9% | -34,9%   |
| TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)   | 68,4% | 80,5% | 17,7%    |
| TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)   | 4,0%  | 1,6%  | -61,4%   |
| TEA del sector extractivo o primario  | 3,5%  | 3,9%  | 11,5%    |
| TEA del sector transformador  | 14,2% | 16,4% | 15,1%    |
| TEA del sector de servicios a empresas  | 31,1% | 32,8% | 5,5%     |
| TEA del sector orientado al consumo   | 51,1% | 46,8% | -8,3%    |
| TEA sin empleados   | 70,5% | 46,4% | -34,2%   |
| TEA de 1-5 empleados  | 23,8% | 47,6% | 100,1%   |
| TEA de 6-19 empleados   | 4,5%  | 4,8%  | 5,8%     |
| TEA de 20 y más empleados   | 1,1%  | 1,2%  | 4,8%     |
| TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio  | 7,5%  | 13,3% | 77,5%    |
| TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado   | 11,9% | 9,4%  | -20,8%   |
| TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado   | 9,2%  | 18,0% | 94,8%    |
| TEA iniciativas que exportan más del 25%  | 13,0% | 8,2%  | -37,1%   |
| TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años  | 11,5% | 18,0% | 53,9%    |
| EEA: Porcentaje de la población de 18-64 años que desarrolló/lideró iniciativas intraemprendedoras en los últimos 3 años                            | 2014  | 2015  | Cambio % |
| EEA   | 2,1%  | 1,5%  | -29,5%   |
| Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert: 1 a 5)  | 2014  | 2015  | Cambio % |
| Financiación para emprendedores   | 2,1   | 2,1   | 1,0%     |
| Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo   | 2,5   | 2,4   | -4,4%    |
| Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos   | 2,3   | 2,0   | -11,0%   |
| Programas gubernamentales   | 3,1   | 3,2   | 2,1%     |
| Educación y formación emprendedora etapa escolar  | 2,0   | 2,0   | -2,1%    |
| Educación y formación emprendedora etapa post escolar   | 2,7   | 2,7   | -0,4%    |
| Transferencia de I + D  | 2,5   | 2,3   | -8,7%    |
| Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional   | 3,2   | 3,1   | -3,7%    |
| Dinámica del mercado interno  | 2,5   | 2,5   | -2,4%    |
| Barreras de acceso al mercado interno   | 2,4   | 2,5   | 2,8%     |
| Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios   | 3,7   | 3,6   | -3,3%    |
| Normas sociales y culturales  | 2,7   | 2,8   | 3,3%     |

Tabla 1.5. Cuadro de Mando Integral GEM España 2015

| Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras | 2014  | 2015  | Cambio % |
|---|-------|-------|----------|
| Percibe modelos de referencia (conoce a emprendedores)  | 35,7% | 33,7% | -5,7%    |
| Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses   | 22,6% | 26,0% | 14,8%    |
| Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos requeridos para emprender  | 48,1% | 45,3% | -6,0%    |
| El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender  | 46,5% | 43,1% | -7,4%    |
| Considera que la mayoría de población preferiría tener el mismo nivel de vida   | 71,9% | 72,1% | 0,3%     |
| Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años  | 8,0%  | 6,1%  | -24,7%   |
| Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla   | 1,9%  | 1,6%  | -15,6%   |
| Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>  | 3,7%  | 3,2%  | -12,7%   |
| TEA: Porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras entre 0 y 3,5 años   | 2014  | 2015  | Cambio % |
| TEA Total (nacientes + nuevos)  | 5,5%  | 5,7%  | 4,1%     |
| TEA Emprendedores nacientes   | 3,3%  | 2,1%  | -36,1%   |
| TEA Emprendedores nuevos  | 2,1%  | 3,6%  | 63,7%    |
| TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)  | 4,6%  | 5,0%  | 9,8%     |
| TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)  | 6,4%  | 6,4%  | 0,2%     |
| Distribución de la TEA, tomada como 100%  | 2014  | 2015  | Cambio % |
| TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)   | 29,8% | 24,8% | -16,8%   |
| TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)   | 66,1% | 73,5% | 11,3%    |
| TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)   | 4,2%  | 1,7%  | -58,9%   |
| TEA del sector extractivo o primario  | 4,5%  | 4,9%  | 8,8%     |
| TEA del sector transformador  | 15,1% | 14,5% | -3,5%    |
| TEA del sector de servicios a empresas  | 28,7% | 29,5% | 2,8%     |
| TEA del sector orientado al consumo   | 51,8% | 51,1% | -1,3%    |
| TEA sin empleados   | 54,7% | 50,5% | -7,7%    |
| TEA de 1-5 empleados  | 37,1% | 44,9% | 20,9%    |
| TEA de 6-19 empleados   | 6,5%  | 4,1%  | -36,5%   |
| TEA de 20 y más empleados   | 1,7%  | 0,5%  | -68,8%   |
| TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio  | 14,7% | 10,6% | -27,8%   |
| TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado   | 10,7% | 8,5%  | -20,2%   |
| TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado   | 11,6% | 11,9% | 2,6%     |
| TEA iniciativas que exportan más del 25%  | 13,6% | 6,3%  | -53,7%   |
| TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años  | 19,3% | 14,6% | -24,4%   |
| EEA: Porcentaje de la población de 18-64 años que desarrolló/lideró iniciativas intraemprendedoras en los últimos 3 años                            | 2014  | 2015  | Cambio % |
| EEA   | 1,8%  | 1,1%  | -39,9%   |
| Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert: 1 a 5)  | 2014  | 2015  | Cambio % |
| Financiación para emprendedores   | 2,1   | 2,4   | 12,1%    |
| Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo   | 2,5   | 2,5   | -2,0%    |
| Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos   | 2,4   | 2,3   | -3,3%    |
| Programas gubernamentales   | 2,9   | 2,9   | 0,3%     |
| Educación y formación emprendedora etapa escolar  | 1,8   | 2,1   | 13,6%    |
| Educación y formación emprendedora etapa post escolar   | 2,6   | 2,6   | -1,1%    |
| Transferencia de I + D  | 2,5   | 2,4   | -3,7%    |
| Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional   | 3,0   | 2,7   | -11,6%   |
| Dinámica del mercado interno  | 2,9   | 2,7   | -6,6%    |
| Barreras de acceso al mercado interno   | 2,5   | 2,6   | 4,5%     |
| Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios   | 3,6   | 3,1   | -15,9%   |
| Normas sociales y culturales  | 2,6   | 2,6   | -0,4%    |

Tabla 1.6. Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona 2015

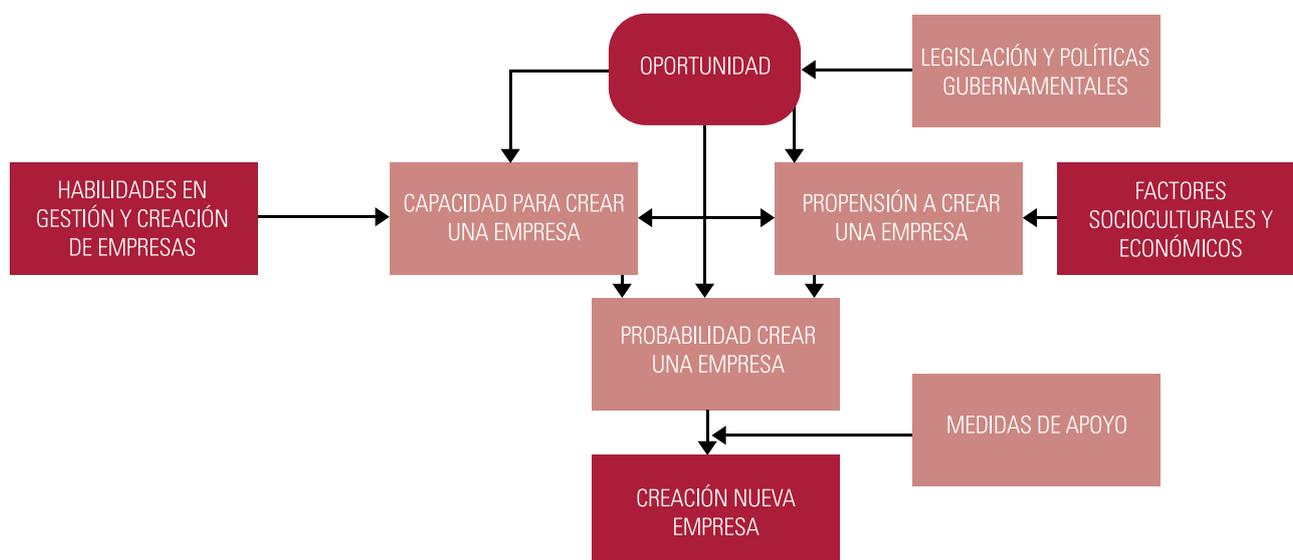
| Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras | 2014  | 2015  | Cambio % |
|---|-------|-------|----------|
| Percibe modelos de referencia (conoce a emprendedores)  | 34,8% | 35,8% | 2,9%     |
| Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses   | 22,7% | 27,8% | 22,5%    |
| Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos requeridos para emprender  | 51,2% | 46,8% | -8,5%    |
| El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender  | 44,5% | 40,6% | -8,8%    |
| Considera que la mayoría de población preferiría tener el mismo nivel de vida   | 73,4% | 75,1% | 2,3%     |
| Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años  | 10,2% | 7,1%  | -30,5%   |
| Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla   | 1,7%  | 1,0%  | -43,8%   |
| Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>  | 4,3%  | 4,1%  | -5,6%    |
| TEA: Porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras entre 0 y 3,5 años   | 2014  | 2015  | Cambio % |
| TEA Total (nacientes + nuevos)  | 7,3%  | 6,1%  | -15,9%   |
| TEA Emprendedores nacientes   | 4,3%  | 2,6%  | -39,0%   |
| TEA Emprendedores nuevos  | 3,1%  | 3,6%  | 16,4%    |
| TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)  | 5,3%  | 5,7%  | 7,4%     |
| TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)  | 9,2%  | 6,6%  | -28,9%   |
| Distribución de la TEA, tomada como 100%  | 2014  | 2015  | Cambio % |
| TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)   | 26,5% | 19,1% | -25,6%   |
| TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)   | 69,8% | 75,6% | 11,8%    |
| TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)   | 3,7%  | 1,1%  | -70,4%   |
| TEA del sector extractivo o primario  | 2,0%  | 2,2%  | 13,2%    |
| TEA del sector transformador  | 14,1% | 17,8% | 25,7%    |
| TEA del sector de servicios a empresas  | 34,9% | 33,4% | -4,5%    |
| TEA del sector orientado al consumo   | 49,0% | 46,6% | -4,8%    |
| TEA sin empleados   | 70,7% | 45,0% | -36,4%   |
| TEA de 1-5 empleados  | 22,4% | 48,3% | 116,0%   |
| TEA de 6-19 empleados   | 5,2%  | 6,7%  | 29,5%    |
| TEA de 20 y más empleados   | 1,7%  | 0,0%  | -100,0%  |
| TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio  | 7,4%  | 11,1% | 50,0%    |
| TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado   | 12,1% | 12,3% | 1,3%     |
| TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado   | 10,2% | 16,7% | 63,5%    |
| TEA iniciativas que exportan más del 25%  | 11,0% | 8,1%  | -26,9%   |
| TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años  | 10,6% | 18,9% | 78,3%    |

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

La decisión de iniciar una actividad empresarial depende de muchos factores. Algunos son externos al propio emprendedor, como la coyuntura económica, la legislación y las políticas gubernamentales o las medidas de apoyo. Otros son internos, como los valores, percepciones y aptitudes del emprendedor potencial. En cualquier caso, todos acaban afectando con mayor o menor intensidad en 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>1</sup> y, fundamentalmente, socioculturales. La evidencia empírica confirma que dichos factores, mayormente vinculados a las percepciones del emprendedor, tienen un impacto altamente significativo en su decisión de crear una empresa (Capelleras *et al.*, 2013).

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



Tal como se ha visto en el apartado 1.1.3, el esquema conceptual en que se basa el proyecto GEM parte de unas premisas similares. En las Figuras 1.2 y 1.3 de aquel apartado se puede ver que la intención y posteriormente la decisión de crear una empresa propia depende del contexto social, cultural, político y económico de un país. Este contexto socioeconómico, junto con otros aspectos, determina o influye, por un lado, en la valoración que una determinada sociedad hace de la función empresarial y, por otro, en la percepción de oportunidades y de la propia capacidad que el emprendedor potencial tiene. Estas dos cuestiones, que son centrales para explicar la evolución en el tiempo y las diferencias entre países y regiones relativas a la intensidad en que se manifiesta la intención de emprender, en primera instancia, y la realidad emprendedora, en último término, son las que a continuación estudiaremos con todo detalle en relación a Cataluña.

Una de las fortalezas del proyecto GEM es que permite comparar la actividad emprendedora de diferentes países. Con todo, debido a las diferentes características de los entornos es recomendable, como se ha visto en el apartado 1.1.1 del capítulo anterior, clasificarlos en varios grupos que reflejen los diferentes estadios de desarrollo económico: economías basadas en los factores de producción, economías basadas en la eficiencia

<sup>1</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 capítulo 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 capítulo 4.

y economías basadas en la innovación. España y, por tanto, Cataluña, se sitúan en esta última categoría junto con la mayoría de los países europeos, países norteamericanos y algunos países del este asiático. En adelante, cuando se comparen los datos relativos a Cataluña con los de la UE se compararán precisamente con el conjunto de países de la UE que son considerados “economías basadas en la innovación”.

## 2.1. Valoración social de la actividad emprendedora

Tal como ya se ha indicado, el contexto socioeconómico de un país es un elemento determinante de la valoración y percepción que la sociedad tiene de la función empresarial así como de la valoración y percepción que los emprendedores potenciales tienen sobre la existencia o no de oportunidades para emprender y sobre la propia valía (capacidad y motivación) para poner en marcha una nueva empresa.

En el proyecto GEM los datos para conocer la orientación de la sociedad respecto de la función empresarial provienen de dos bases: la encuesta a la población adulta y la encuesta a los expertos (ver 1.1.2). En este apartado nos basaremos exclusivamente en la información proveniente de la primera fuente. En concreto, los indicadores principales del proyecto GEM sobre la percepción de la sociedad hacia la función empresarial son los siguientes:

- a. En qué grado en una determinada sociedad, el éxito de un nuevo negocio supone mejorar el prestigio y reconocimiento social del emprendedor así como su estatus económico.
- b. En qué grado se considera que poner en marcha un negocio es una opción profesional atractiva.
- c. En qué grado en los medios de comunicación aparecen noticias sobre negocios y/o empresarios de éxito (y éticos).
- d. En qué grado se prefiere que todo el mundo tenga un nivel de vida similar (“equidad en los estándares de vida”).

En el último capítulo de este informe se ampliará el análisis que aquí se hace sobre la valoración social de la función empresarial y el emprendimiento a partir de los resultados de la encuesta a los expertos respecto de estas cuestiones.

Tal como ya se ha dicho, la percepción de la imagen del emprendedor en la sociedad suele ser un factor relevante en el momento de configurar las intenciones de cualquier persona hacia el emprendimiento. El proyecto GEM no recoge de forma directa esta percepción de la sociedad, pero sí recoge la opinión de hasta qué grado el éxito de un nuevo negocio está 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 factor de motivación relevante a la hora de valorar la oportunidad y los costes de convertirse en empresario.

Tal como puede verse en el gráfico 2.1, en toda la serie histórica considerada y tanto para Cataluña como para España, la opinión de que emprender otorga estatus social y económico está más de diez puntos por debajo de Europa. En los últimos tres años esta diferencia se ha ampliado hasta veinte puntos: la media de respuestas afirmativas a la pregunta de si emprender otorga estatus social y económico de los ejercicios que van de 2013 a 2015 es del 48,9% en Cataluña, del 67,8% en Europa y del 76,9% en los EEUU. Con respecto al último ejercicio se produce tanto en Cataluña como en España una disminución de medio punto porcentual.

Es evidente, por tanto, que en este aspecto, la valoración social de la función empresarial es muy inferior a la que se da en Europa, al conjunto de países basados en la innovación y a los Estados Unidos. Las causas pueden ser muy diversas. 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 procesos de liquidación, con

el desprestigio que esto supone. Desde nuestro punto de vista, no obstante, la principal causa del diferencial observado es, probablemente, el distinto tipo de empresas que se crean en unos y otros países. Como más adelante se verá, una parte de las empresas creadas en Cataluña y en España lo han sido por necesidad, es decir como consecuencia de la falta de posibilidad de encontrar ocupación en el mercado de trabajo. Esto hace que las empresas creadas sean más una forma de autoempleo, generalmente con escasas aspiraciones de crecimiento. En otros países basados en la innovación la motivación para crear una empresa es, en términos relativos, con mayor frecuencia la de explotar una oportunidad, conocimiento o idea. Esto hace que las empresas tengan un mayor potencial de crecimiento y que en consecuencia la función empresarial tenga una mejor valoración. Sea como sea, este es un punto débil importante al que hay que prestar la atención y los medios que requiera para cambiar de signo su evolución.

Gráfico 2.1. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015

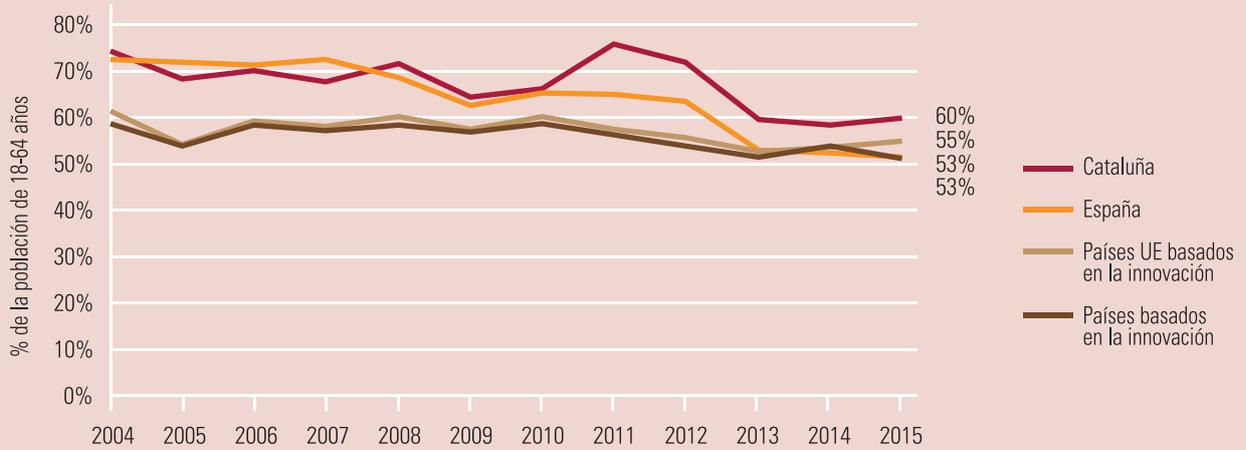


El segundo aspecto que se analiza en este apartado es la percepción que la sociedad tiene de que iniciar un negocio o ser emprendedor es una buena opción profesional. En Cataluña, en el último año el porcentaje de respuestas afirmativas a esta cuestión ha aumentado más de un punto porcentual (ver Gráfico 2.2), mientras que en España ha disminuido 0,7 puntos. Si se compara la media de los años previos a la crisis (2004 a 2007) con la media de los tres últimos años se observa para Cataluña una disminución de casi diez puntos (de 69,5% a 60%) y en España de 17,5 puntos (de 71,3% a 53,8%), mientras que en Europa la disminución en el mismo periodo ha sido de 4,5 puntos.

Estos resultados ponen de manifiesto la diferente intensidad de la crisis y también que en Cataluña (y en España) emprender tiende a ser menos atractivo y valorado como una buena opción profesional que hace diez años porque en el entorno actual es más difícil y arriesgado. La duración de la crisis y las dificultades que en la implementación de su proyecto tienen los empresarios, han puesto de manifiesto que desarrollar con éxito una iniciativa emprendedora es una tarea difícil. Hay que hacer, sin embargo, una valoración positiva del cambio de tendencia que se observa en Cataluña en el último año, que habrá que seguir de cerca para confirmar la posible reversión de una tendencia de hace años.

Si se analiza la serie histórica de Cataluña se observa que el promedio de los años 2008 al 2012, en plena crisis económica, es prácticamente igual al de los años previos a la crisis. Una posible explicación sería que en los años de la crisis emprender era en ocasiones la única salida posible por falta de alternativas de empleo por cuenta de otro. Es hasta cierto punto lógico que cuando éstas aumentan la valoración de crear una empresa propia como opción profesional disminuya. El diferencial entre las posibilidades de encontrar trabajo por cuenta de terceros puede explicar también que en los tres últimos ejercicios la media de Cataluña en esta variable sea casi cinco puntos superior a la de Europa.

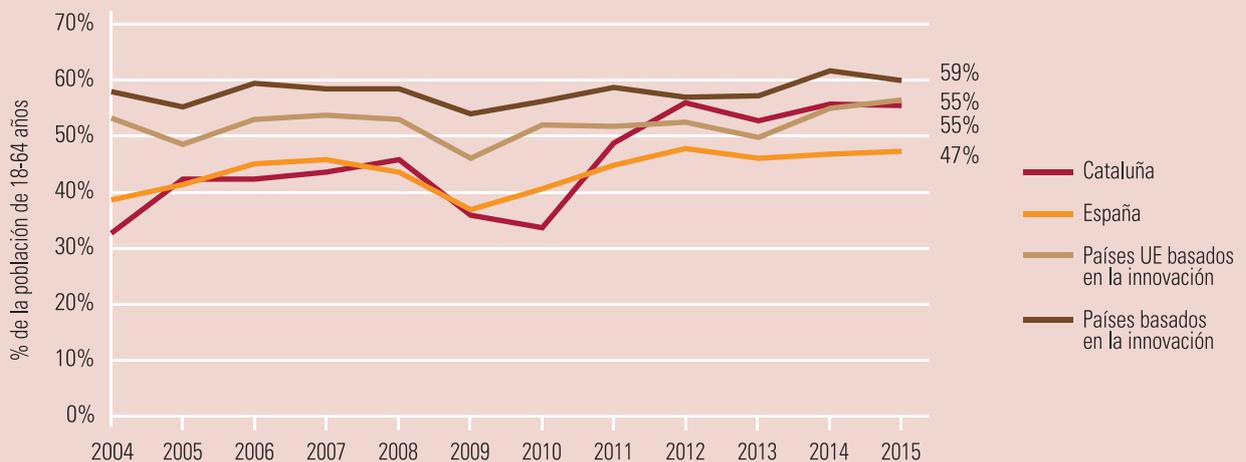
Gráfico 2.2. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



Los medios de comunicación tienen un papel muy relevante como mecanismo de difusión de la actividad emprendedora, especialmente si aparecen noticias sobre negocios y/o empresarios de éxito (y éticos). Tal como puede verse en el Gráfico 2.3 en Cataluña en el último ejercicio las respuestas afirmativas se mantienen alrededor del 55%, casi ocho puntos porcentuales por encima de España. En contraposición con lo expuesto en epígrafes anteriores, el promedio de los tres últimos años de Cataluña es 14 puntos porcentuales superior a la media de los años previos a la crisis. Si se compara la media catalana de los tres últimos años con la de otros ámbitos geográficos se observa que es 7,5 puntos superior a la española, 0,8 puntos superior a la de la UE, 4,7 puntos inferior a la del conjunto de países basados en la innovación y, finalmente, 22 puntos inferior a la de los EEUU.

En este aspecto es muy relevante el gran cambio de tendencia de Cataluña de los últimos cinco años, que ha pasado del 34,1% en 2010 al mencionado 55% de 2014. La labor de algunos programas de medios de comunicación al emitir noticias positivas de emprendedores y, en especial, de emprendedores vinculados a eventos de gran repercusión como el Mobile World Congress o el BizBarcelona, por ejemplo, puede haber influido en esta mejora. Fruto de la sensibilización y formación que se realiza en diferentes ámbitos sobre emprendimiento (incluido también el social y el que adopta la forma de cooperativa), la población detecta la presencia en los medios de comunicación de estas noticias con más intensidad que antes.

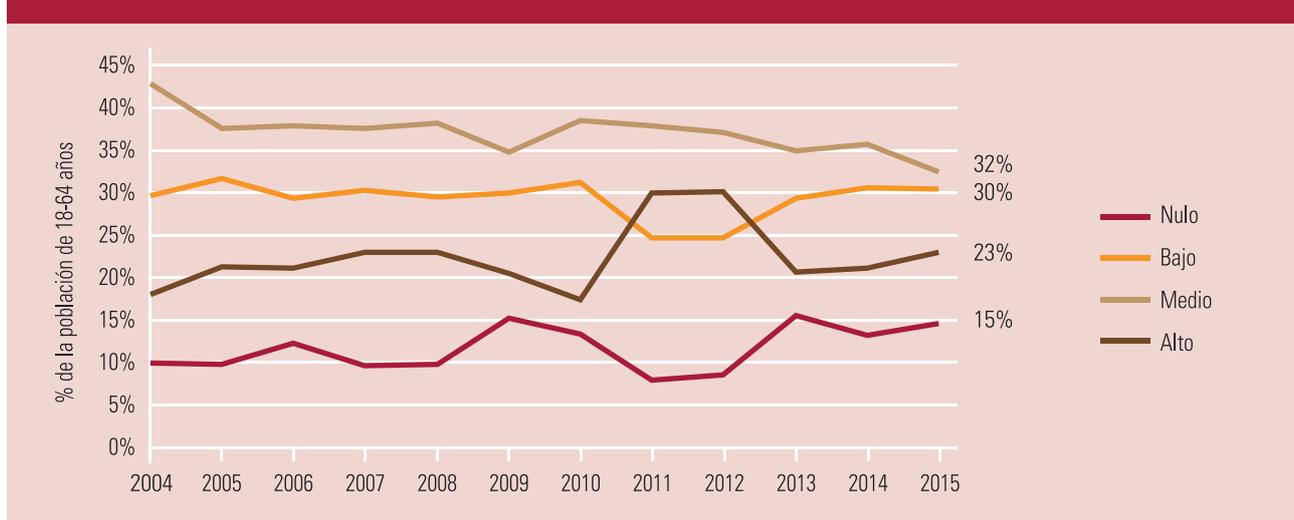
Gráfico 2.3. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



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 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.

Para Cataluña este indicador muestra un ligero deterioro respecto del 2014 (gráfico 2.4) el aumento del apoyo nulo pasa del 13,4% al 14,9% y la suma de los que responden afirmativamente a dos de tres y tres de tres pasa del 56,3% al 55%. Para la demarcación de Barcelona los resultados son mejores ya que este último porcentaje mejora 0,3 puntos porcentuales. Si con una perspectiva temporal mayor se compara, tal como se ha venido haciendo hasta ahora, la media de los tres últimos ejercicios con la de los años previos a la crisis se ve que en Barcelona se pierden tres puntos porcentuales y en Cataluña 3,8 puntos.

Gráfico 2.4. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cataluña durante el período 2004-2015



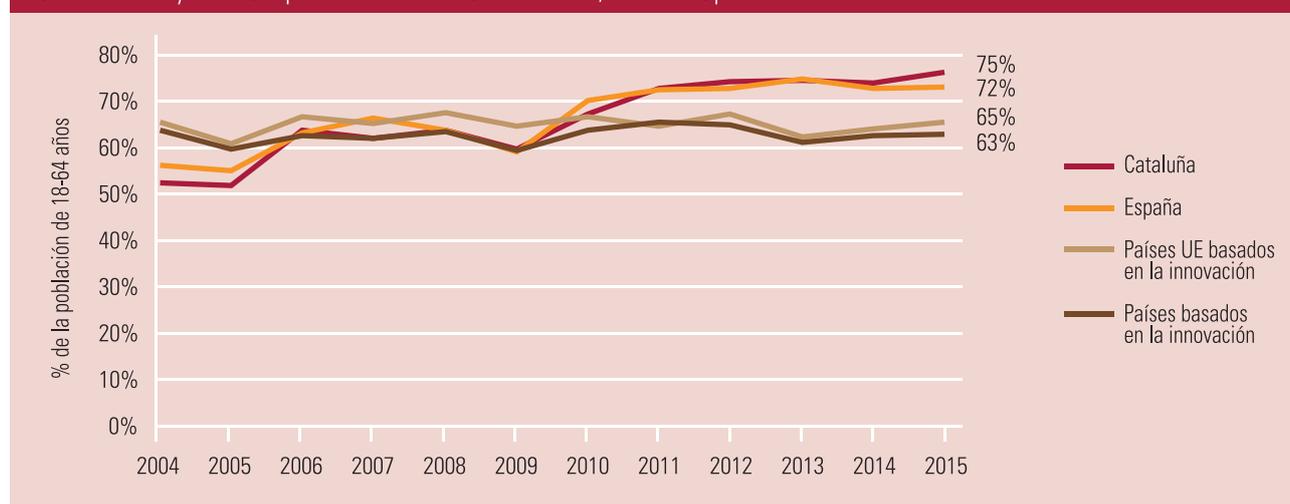
El último elemento que se analiza en este apartado con el objetivo de medir la orientación de la sociedad hacia la función empresarial hace referencia a la pregunta que se hace a los encuestados sobre si les gustaría que todo el mundo tuviera un nivel de vida similar ("equidad en los estándares de vida").

La percepción sobre la demanda social de equidad en los estándares de distribución de la renta o del nivel de vida en la sociedad condiciona la intención de emprender. A menudo, en vez de utilizar directamente este indicador se utiliza su complementario (100 menos el % de los que prefieren igualdad de los estándares de vida) como un estimador del espíritu competitivo de la población. En el proyecto GEM se parte de la hipótesis de que este espíritu competitivo se considera deseable en un emprendedor y que las personas más competitivas desean en mayor proporción que su nivel de vida dependa de su desempeño.

Las reformas en el mercado de trabajo, para rebajar los costes salariales y los 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 (2015). La dramática disminución del ingreso disponible refleja igualmente la disparidad de la protección de los parados. La tasa de desempleo española es 2,5 veces superior a la media de la UE, manifestándose un fuerte aumento del paro de larga duración y del riesgo para las familias de encontrarse en situación de pobreza.

Son probablemente estos hechos los que en buena medida ayudan a explicar la evolución en los últimos años de este indicador, el cual muestra que tanto en Cataluña como en España la sociedad manifiesta un mayor deseo de equidad en los estándares de vida. Tal como se puede ver en el gráfico 2.5 la respuesta afirmativa a esta cuestión en Cataluña ha pasado del 58% de media en los años previos a la crisis al 74% de media en los tres últimos años. En España este incremento ha sido de más de 12 puntos porcentuales. En Cataluña, en el último ejercicio se ha producido de nuevo un aumento de 2,3 puntos porcentuales. En ese mismo año el diferencial en puntos porcentuales entre Cataluña y la UE es de 10 puntos, de 12,5 puntos con el conjunto de países basados en la innovación y de 23,8 puntos con los EEUU. Aunque las circunstancias que en nuestro país se han dado en los últimos años expliquen tanto esta evolución como los diferenciales observados con los otros países basados en la innovación, aquella y éstos son un indicador negativo de la percepción de la sociedad hacia la empresarialidad, a la que habrá que prestar atención por el impacto negativo que podría tener de cara a la orientación hacia la creación de empresas.

Gráfico 2.5. Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



Para terminar este apartado, en los gráficos 2.6, 2.7 y 2.8 puede verse la evolución en los últimos doce años de las opiniones de la muestra catalana sobre los tres primeros aspectos antes analizados, diferenciando entre:

- Las respuestas de los que tienen intención de crear una empresa en los próximos años (emprendedores potenciales),
- La suma de las respuestas de aquellos que se declaran empresarios de empresas que están en funcionamiento desde hace menos de 3,5 años (emprendedores en fase inicial / TEA) y las de los que llevan más tiempo (emprendedores consolidados). Denominamos "involucrados" a la suma de los colectivos a) y b).
- Las respuestas de aquellos que no están involucrados en ninguna fase del proceso emprendedor, es decir de aquellos que no corresponden a ninguna de las dos categorías anteriores.

En lo que respecta a que emprender da estatus social y económico, la evolución de las tres submuestras es bastante parecida, si bien en los últimos años la opinión más favorable se encuentra en los estratos de emprendedores potenciales, en fase inicial o consolidados (involucrados). En relación al segundo aspecto (emprender es una buena opción profesional) se puede ver que en los últimos ejercicios las opiniones más favorables corresponden también a la categoría de "involucrados". Finalmente, en relación a la presencia del emprendimiento en los medios de comunicación, las pautas de evolución son también muy similares en las tres submuestras, si bien las líneas de tendencia correspondientes a los involucrados están también por encima de las de los no involucrados.

Gráfico 2.6. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015



Gráfico 2.7. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015

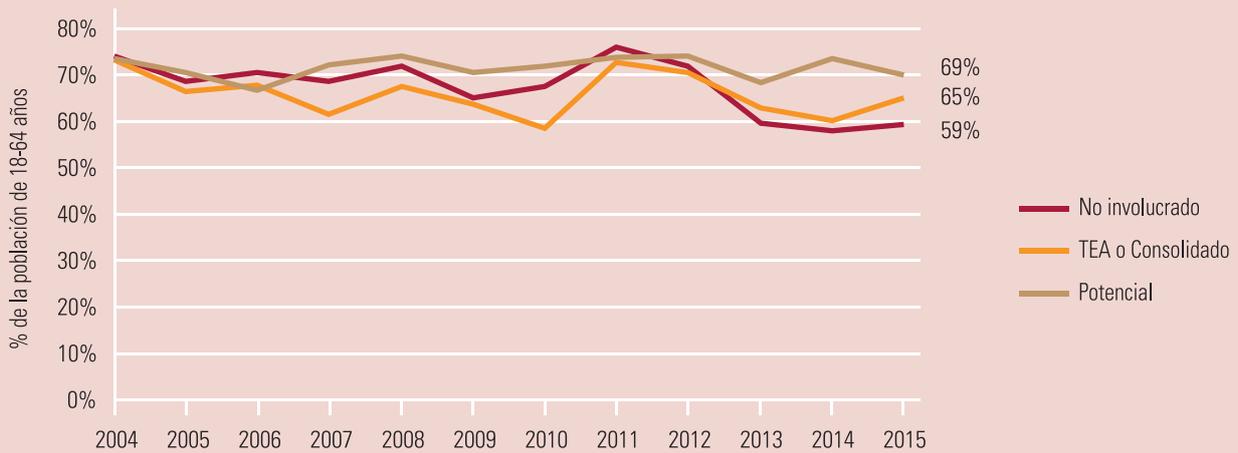
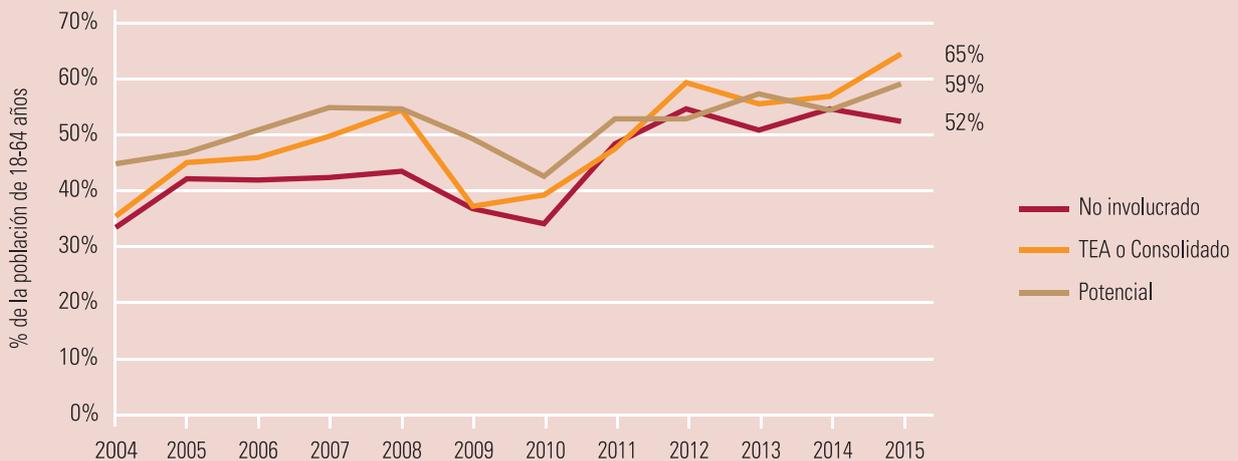


Gráfico 2.8. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015



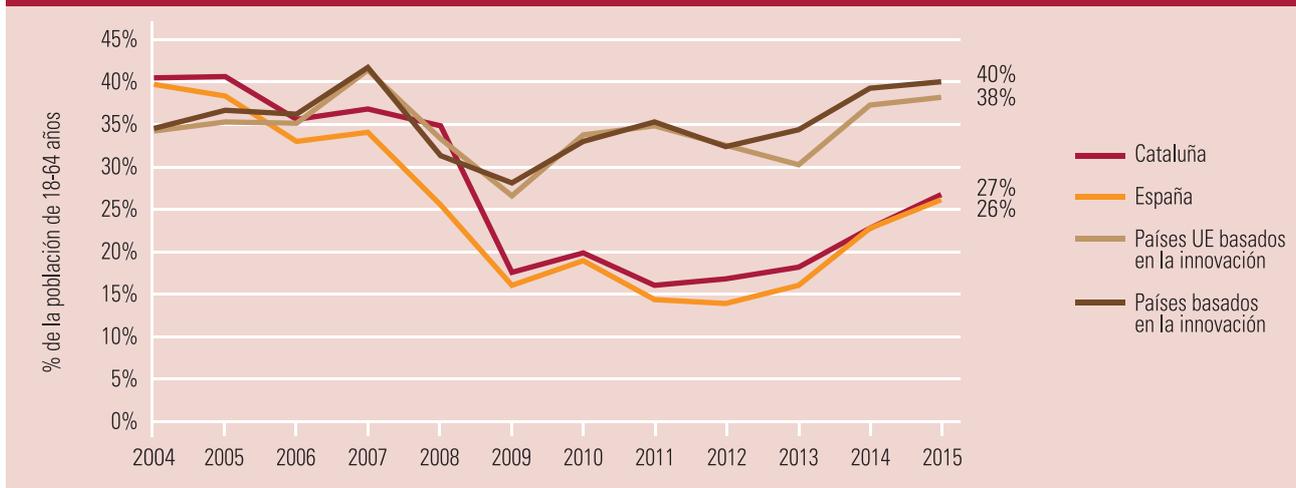
## 2.2. Percepción de oportunidades de la población catalana y de sus aptitudes para emprender

En el apartado anterior se han analizado aquellos elementos que permiten evaluar para cada uno de los países que integran el proyecto GEM la actitud, más o menos positiva, de la sociedad hacia la función empresarial y la creación de empresas. En este apartado se estudian aquellas percepciones individuales que suelen ser determinantes a la hora de plantearse la decisión de crear una empresa propia y que en el proyecto GEM son:

- La percepción de que existen buenas oportunidades para iniciar una actividad empresarial en los próximos meses.
- La percepción que uno tiene de poseer las habilidades y conocimientos necesarios para crear y gestionar una empresa.
- El miedo a un hipotético fracaso como freno a la creación de empresas.
- El grado de conocimiento que uno tiene de la existencia de empresarios y modelos de referencia.

Según el modelo conceptual del proyecto GEM estos elementos condicionan y determinan la intención de iniciar o no un proyecto empresarial. Al igual que en el apartado anterior el análisis que sigue se basa en las respuestas que a estas cuestiones han dado las personas que integran las submuestras de cada país en las respectivas encuestas a la población adulta.

Gráfico 2.9. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



La identificación de una buena oportunidad es el principal punto de partida del proceso emprendedor. El porcentaje de personas de 18 a 64 años que en Cataluña en 2015 percibe buenas oportunidades para emprender en los seis meses siguientes al momento de la entrevista es del 26,5% con un crecimiento de casi cuatro puntos porcentuales respecto del año anterior. En España se observa una evolución similar. Después de tocar fondo en 2011, este indicador está mejorando año a año tanto en Cataluña como en España y, en una medida aún mayor, en Barcelona donde en el último ejercicio este porcentaje llega al 27,8%, 1,3 puntos por encima de Cataluña.

No obstante, el descenso de 2008 y 2009 fue tan profundo que tanto en Cataluña como en España, a pesar del mencionado aumento de los tres últimos ejercicios, este indicador sigue muy por debajo del de los otros países basados en la innovación. Así, para Cataluña, en 2015 el porcentaje de respuestas afirmativas está aún 11,3 puntos porcentuales por debajo de la UE, 13,2 puntos por debajo del conjunto de países basados en la innovación y 20,1 puntos por debajo de los EEUU.

Queda aún mucho camino por recorrer, deben seguir los esfuerzos y los cambios de orientación para mejorar la percepción de oportunidades pero hay que decir también que la evolución que se ha producido en los últimos

tres años es buena y pone de manifiesto que un porcentaje creciente de la población catalana y española detecta buenas oportunidades de negocio susceptibles de ser explotadas mediante la creación de nuevas empresas.

Gráfico 2.10. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



Otro de los factores relevantes para aprovechar la oportunidad de emprender en el momento oportuno es la percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades necesarios para ello, vinculadas al desarrollo de actividades de gestión, de mercado, de innovación o financieras. En este sentido, si bien las actitudes y motivaciones del emprendedor son relevantes de cara al crecimiento de la empresa, 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).

No obstante, una cosa es la posesión real y efectiva de los conocimientos y aptitudes necesarios para tener éxito en la actividad emprendedora y otra distinta la percepción que uno tiene de estar en posesión de estos conocimientos y habilidades. La mera creencia de estar en disposición de conocimientos y habilidades no influirá en los resultados finales, pero sí que puede ser determinante a la hora de decidir o no iniciar un proyecto empresarial, ya que contribuye a reducir las barreras individuales al emprendimiento o, dicho en otros términos, reduce el miedo a emprender.

En Cataluña, en 2015 casi la mitad (46,6%) de la población adulta entrevistada declara considerar que tiene las habilidades y capacidades necesarias para emprender y desarrollar un negocio. En España este porcentaje es del 45,3%. Ambos porcentajes son superiores a la media de la UE (42,1%) y la de los países basados en la innovación (41,9%). El diferencial, sin embargo, en el último ejercicio se ha reducido a la mitad (ha pasado de 10 puntos a 5 puntos porcentuales). Esta reducción puede venir explicada por el hecho de que la percepción de tener o no los conocimientos y aptitudes requeridos depende del tipo de empresa que se quiere crear. Si esta es poco compleja y tiene como objetivo el autoempleo por falta de oportunidades en el mercado de trabajo, es más probable que se tenga la percepción de poseer los conocimientos necesarios que si la empresa a crear es de mayor ambición y complejidad. Si, como es previsible, en el último ejercicio se ha planteado con mayor frecuencia la creación de empresas con mayor potencial de crecimiento y más complejas, es lógico que baje la percepción de poseer los conocimientos y habilidades requeridos.

El sistema educativo, la capacitación laboral y otras actividades formativas han podido tener su efecto en estos resultados relativos a 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 en los años en que la crisis se manifestó con más intensidad esta percepción se mantuviera e incluso aumentara pese ser objetivamente elevadas las competencias directivas necesarias para hacer frente a estas nuevas y persistentes condiciones desfavorables del entorno.

Una posible explicación de estas aparentes inconsistencias la podemos encontrar utilizando el mismo hilo argumental que nos ha servido antes para explicar la reducción en Cataluña de este indicador en el último año. Si es cierta la hipótesis de que la percepción de posesión de conocimientos y aptitudes depende del tipo de empresa que se tiene intención de crear, es lógico que en periodos de crisis en los que se plantea la creación de empresas poco complejas y fundamentadas en el autoempleo, la percepción de poseer los conocimientos requeridos sea elevada. También se explica así que en países donde predomina en términos relativos más la creación de empresas por oportunidad, más exigentes y complejas, la percepción de tener los conocimientos requeridos sea más baja.

Una elevada percepción de posesión de conocimientos, aptitudes y habilidades es, en principio, positiva en cuanto que facilita que haya más empresarios potenciales y que éstos den el paso para crear una empresa propia. No obstante, en la medida que haya sobrevaloración, los efectos negativos sobre la viabilidad a largo plazo de las empresas pueden ser importantes. Las personas que sobrevaloran sus capacidades y conocimientos son menos propensas al aprendizaje, a la formación o bien a complementar sus equipos para hacer frente a las carencias o debilidades de su proyecto empresarial y, en último término, a profesionalizar su gestión.

Gráfico 2.11. Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



El miedo al fracaso es un freno a la creación de empresas debido a la poca separación, por lo menos en muchos países europeos, entre riesgo personal y riesgo del negocio y que, en caso de que éste vaya mal, el emprendedor puede quedar estigmatizado. Estigma que se encuentra más arraigado en sociedades en las que el emprendimiento no forma parte de la cultura social. Ello hace que se eviten situaciones de riesgo y se prefiera seguir en una zona de "confort" conocida.

En Cataluña en 2015, un 41,2% de los entrevistados manifiesta que el miedo a fracasar es un obstáculo para emprender. Este porcentaje es ligeramente menor que en España (43,1%), que en la Unión Europea (45,7%) y que en el conjunto de países basado en la innovación (43,1%). No obstante, es muy superior al correspondiente a los EEUU (31,5%).

Por tercer año consecutivo el miedo a fracasar es menor en Cataluña que en el resto de Europa, si bien los años anteriores a la crisis era cinco puntos porcentuales superior y en los primeros años de la crisis llegó a ser diez puntos superior. Destaca la convergencia que se produce en este indicador, especialmente por el crecimiento de la UE durante los últimos años (del 39,8% en 2004 al 45,7% en 2015). Destaca también el hecho de que en España este indicador siempre ha sido superior que en Cataluña.

Gráfico 2.12. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



El conocimiento que una persona tiene de empresarios que han creado su propia empresa y que para él pueden constituir modelos de referencia es un elemento que puede ser también relevante a la hora de plantearse la creación de una empresa. El conocimiento de ejemplos reales y cercanos a uno mismo, pueden ayudar a plantearse un "porque no yo...". Por otra parte, 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 que, generalmente, será más intenso cuanto más próximos sean.

Desde la perspectiva de un empresario potencial, el conocimiento de otros empresarios incrementa su capital relacional que le puede permitir 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.

Tal como puede verse en el gráfico 2.12 la evolución de este indicador refleja el impacto de la crisis. Si hacemos abstracción del fuerte descenso que como consecuencia de la misma se produjo en 2009, se observa una gran estabilidad junto a una cierta tendencia al aumento. Así la media de los años previos a la crisis fue de 33,4% y la de los tres últimos años del 35,1%. En España el comportamiento es similar pero el nivel es entre uno y dos puntos inferior a Cataluña. La tendencia de la UE es a disminuir siendo la media de los tres últimos ejercicios casi tres puntos inferior a la de Cataluña. 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 propio ha tenido éxito en un negocio o empresa, se percibe como más verosímil que uno también lo pueda lograr.

Queremos destacar finalmente que en relación a Barcelona se observa de nuevo en el 2015 un incremento de un punto porcentual en este indicador, señal del desarrollo de actividades y redes sociales que visualizan el fenómeno y el marketing de testimonio.

Para terminar este apartado y tal como se ha hecho también en el anterior, en los gráficos 2.13, 2.14 y 2.15 se puede ver la evolución en los últimos doce años de las opiniones de la muestra catalana sobre los tres primeros aspectos analizados en este apartado, diferenciando entre:

- a. Las respuestas de los que tienen intención de crear una empresa en los próximos años (emprendedores potenciales),
- b. La suma de las respuestas de aquellos que se declaran empresarios de empresas que están en funcionamiento desde hace menos de 3,5 años (emprendedores en fase inicial / TEA) y las de los que llevan más tiempo (emprendedores consolidados). Los "involucrados" son la suma de los colectivos a) y b).
- c. Las respuestas de aquellos que no están involucrados en ninguna fase del proceso emprendedor, es decir de aquellos que no corresponden a ninguna de las dos categorías anteriores.

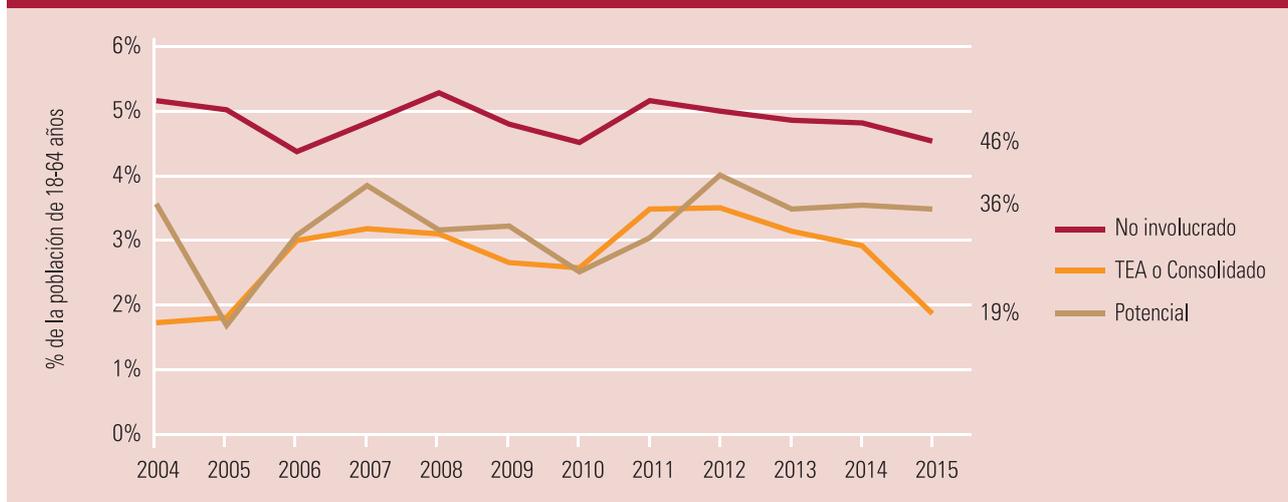
Gráfico 2.13. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en Cataluña en los próximos 6 meses dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015



Gráfico 2.14. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015



Gráfico 2.15. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015



Tal como puede verse en el gráfico 2.13, la percepción de oportunidades varía mucho según si la persona está involucrada o no en el proceso emprendedor. El 40% de la población implicada percibe que existen buenas oportunidades para emprender, mientras que esta proporción baja hasta el 23% en los no involucrados. El aumento global de 4 puntos porcentuales que se produce en este último ejercicio en relación a este aspecto se debe a los incrementos que se dan tanto en el grupo de "TEA y consolidados" (+8,8 puntos) como en el de los no involucrados (+3,3 puntos porcentuales). Este es un hecho relevante que pone de manifiesto que un porcentaje considerable de la población catalana, tanto si está involucrada en un proceso empresarial como si no lo está, detecta en su entorno buenas oportunidades de negocio susceptibles de ser explotadas. No obstante, en todas las categorías se está todavía lejos de los niveles previos a la crisis. Si se compara la media de los tres últimos años con la de los años previos a la crisis las diferencias son de -16,6 puntos para los no involucrados, -22,6 puntos para los potenciales y -10,6 puntos por los que han creado una empresa que está en funcionamiento (TEA más consolidados).

En cuanto a la percepción de tener los conocimientos y habilidades requeridas para emprender, tal como puede verse en el gráfico 2.14, la inmensa mayoría de los empresarios (90%) cree que dispone de ellos, mientras que este porcentaje baja al 37% para los no involucrados. En el caso de los empresarios potenciales, es decir, los que tienen la intención de crear una empresa en los próximos tres años el porcentaje que representan los que consideran que poseen los conocimientos requeridos para hacerlo ha bajado en este último ejercicio del 71,8% al 58,2%. A una conclusión similar nos lleva comparar para este colectivo el promedio de la tasa de respuestas afirmativas de los últimos tres años con la de los años anteriores a la crisis (de 83,2% a 68,9%). Si bien este hecho puede suponer que algunos empresarios potenciales no materialicen su proyecto de crear una empresa propia denota, por otra parte, una mayor conciencia de la complejidad que conlleva impulsar y dirigir un proyecto empresarial, lo que hay que valorar positivamente.

Con respecto al miedo al fracaso (ver gráfico 2.15), son las personas que no están involucradas las que más temen ser estigmatizadas si un posible negocio fracasa siendo este, probablemente, uno de los motivos para no plantearse la creación de una empresa propia. Diez puntos por debajo de ellos (36% frente a 46%) se hallan los emprendedores potenciales y, finalmente los que muestran un porcentaje más bajo de temor al fracaso son los empresarios recientes y consolidados (un 19% en el último ejercicio). Constituye también una muestra del cambio de percepción sobre la situación económica el hecho de que en el caso de los empresarios el porcentaje de miedo a fracasar haya disminuido diez puntos porcentuales en 2015.

### 2.3. La intención de emprender

Según el esquema conceptual del proyecto GEM (ver figuras 1.2. i 1.3. del capítulo anterior) la interacción de los dos elementos estudiados en este capítulo (la valoración social de la actividad emprendedora, por una parte, y la valoración de oportunidades y aptitudes personales, por otra) determina en buena medida la intensidad con que en una sociedad se manifiesta la intención de emprender, la intención de iniciar un proyecto empresarial. Aquella parte de la población que en un determinado periodo manifiesta su intención de crear una empresa propia en los próximos años mide el emprendimiento potencial de esta sociedad. Una parte de estos emprendedores potenciales creará su propia empresa. El primer elemento, por tanto, del esquema conceptual de la figura 1.3 lo constituye el porcentaje de emprendedores potenciales o personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han declarado que tienen la intención de poner en marcha un nuevo negocio.

Gráfico 2.16. Evolución de la intención de emprender: porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años (emprendedores potenciales) en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015



En el gráfico 2.16 puede verse la evolución en los últimos 12 años del porcentaje de los que se declararon emprendedores potenciales, según la definición anterior, en diversos contextos geográficos. Tal como se puede ver la evolución de Barcelona y Cataluña es muy similar si bien la primera suaviza ligeramente las tendencias. También es similar el perfil de Cataluña y España. Es destacable que a partir de 2010 la línea española queda más de un punto porcentual por debajo de la catalana. Si se compara la tendencia catalana (y española) con la de los países de la UE o con la del total de países basados en la innovación se observan diferencias relevantes. En primer lugar, estas dos últimas series muestran una cierta disminución hasta 2010 y un apreciable aumento a partir de este punto. Esta es una evolución compatible con el patrón del ciclo y con él, el de las oportunidades de emprender. En este primer tramo del gráfico la evolución catalana es mucho más volátil.

Si se compara la media de este indicador en los años previos a la crisis se observa que tanto Barcelona, como Cataluña y España quedan 3,5 puntos por debajo de la UE, 5 puntos por debajo del conjunto de países basados en la innovación y 8,5 puntos por debajo de EEUU. A partir de 2009 se observa un comportamiento atípico tanto en Cataluña como en Barcelona y España. En los peores años de la crisis este indicador pasa del 4,3% del 2009 al 14,1% del 2012. En España el comportamiento es similar si bien la diferencia entre los dos valores extremos es de 6,5 puntos en vez de los 9,8 de Cataluña. En Barcelona la diferencia es de 8,4 puntos. No obstante en los tres casos se observa un comportamiento similar. En el 2012 el porcentaje de emprendedores potenciales de Cataluña, Barcelona y España es superior al de la UE y al del conjunto de países basados en la innovación.

La explicación de este comportamiento, aparentemente anómalo, la podemos encontrar precisamente en que la falta de posibilidades para encontrar trabajo dependiente es lo que impulsó a muchas personas a plantearse la creación de una empresa propia como salida de esta situación. Hay algunas investigaciones (Capelleras, Genes-

cà) que ya habían demostrado que la creación de empresas por falta de alternativas y con el objetivo de posibilitar el autoempleo crece precisamente en los momentos bajos del ciclo económico.

Lo que ocurre entre 2012 y 2015 puede considerarse una corrección de lo que se ha explicado en el párrafo anterior. Cuando la situación parece que empieza a mejorar, cuando parece que aumentan las oportunidades para emprender, el porcentaje de emprendedores potenciales baja hasta niveles algo superiores a los de los años previos a la crisis: en Barcelona este porcentaje baja en 2015 hasta el 7,1%, en Cataluña hasta el 7,5% y en España hasta el 6,1%. La distancia con los otros países basados en la innovación vuelve a ser semejante a la de los años previos a la crisis, si bien se observa un cierto aumento del diferencial debido al aumento que en este indicador se produce en la UE a lo largo de toda la serie. Así pues, en 2015 Cataluña queda 5,6 puntos por debajo de la UE, 6,7 puntos por debajo del conjunto de países basados en la innovación y 9,6 puntos por debajo de los EEUU. Para el caso de España las diferencias son aún mayores (+1,4 puntos respecto de Cataluña) y para Barcelona también (+0,4 puntos).

Si bien hay que valorar positivamente el hecho de estar en vías de superar el comportamiento anómalo de este indicador entre 2009 y 2012, el objetivo debería ser el de irse acercando a los porcentajes de emprendimiento potencial que se dan en el conjunto de países basados en la innovación. De acuerdo con el modelo conceptual del GEM esta variable depende de los aspectos que se han estudiado en este capítulo: valoración social de la actividad emprendedora, percepción de oportunidades y autovaloración de conocimientos y aptitudes. Las políticas de actuación sobre estas variables pueden ser determinantes para alcanzar este objetivo de convergencia.

## **2.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas sobre los valores, percepciones y aptitudes para emprender**

En este apartado se comparan, a título de resumen, las respuestas que a las principales cuestiones estudiadas en este capítulo se han dado en 2015 en los diferentes territorios que abarca el proyecto GEM. A continuación se presenta en diferentes gráficos y tablas la comparación de Cataluña con España, con los países de la UE basados en la innovación y con el conjunto de países de economías avanzadas. Finalmente, la tabla 2.1 permite comparar los valores en 2015 de Cataluña con cada uno de los países que integran el proyecto GEM.

En el gráfico 2.17 se resumen las percepciones, valores y aptitudes analizadas en los apartados anteriores relativas a cada uno de los ítems estudiados, comparando los valores para 2015 de Cataluña con España, la UE y el conjunto de países avanzados. En cuanto a los condicionamientos socioculturales se observa que si bien emprender se considera una buena opción profesional, y que en los medios de comunicación aparecen historias de éxito empresarial, Cataluña queda muy por debajo de la UE y del conjunto de países avanzados en la percepción de que emprender genera un buen estatus social y económico.

Este es uno de los aspectos donde hay que centrar la atención para lograr unos niveles de percepción homologables a los de nuestro entorno. El segundo aspecto a destacar es que a pesar de la recuperación sostenida en los últimos años de la percepción de buenas oportunidades para crear una empresa, su nivel queda todavía más de diez puntos por debajo de los países basados en la innovación. Desde nuestro punto de vista son básicamente estas dos cuestiones las que explicarían el diferencial de más de cinco puntos que se observa en la intención de emprender.

En el gráfico 2.18 se puede ver que los perfiles de Cataluña y Barcelona son muy parecidos. La diferencia más relevante es sin duda la que se observa en percepción de oportunidades (más de cinco puntos adicionales en Barcelona).

En el gráfico 2.19 se presenta el resumen de resultados de las mismas variables de los apartados anteriores diferenciándolas según si la persona está involucrada o no en cualquiera de las fases del proceso emprendedor. Las diferencias más importantes, como es previsible, hacen referencia a que las personas involucradas (emprendedores potenciales, TEA o consolidados) consideran en mayor proporción que los no involucrados que hay buenas

oportunidades para emprender, que tienen los conocimientos y habilidades requeridas para emprender, tienen menos miedo al fracaso y, finalmente, consideran en mayor proporción que los no involucrados que emprender es una buena opción profesional y que genera status.

Gráfico 2.17. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto a España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2015

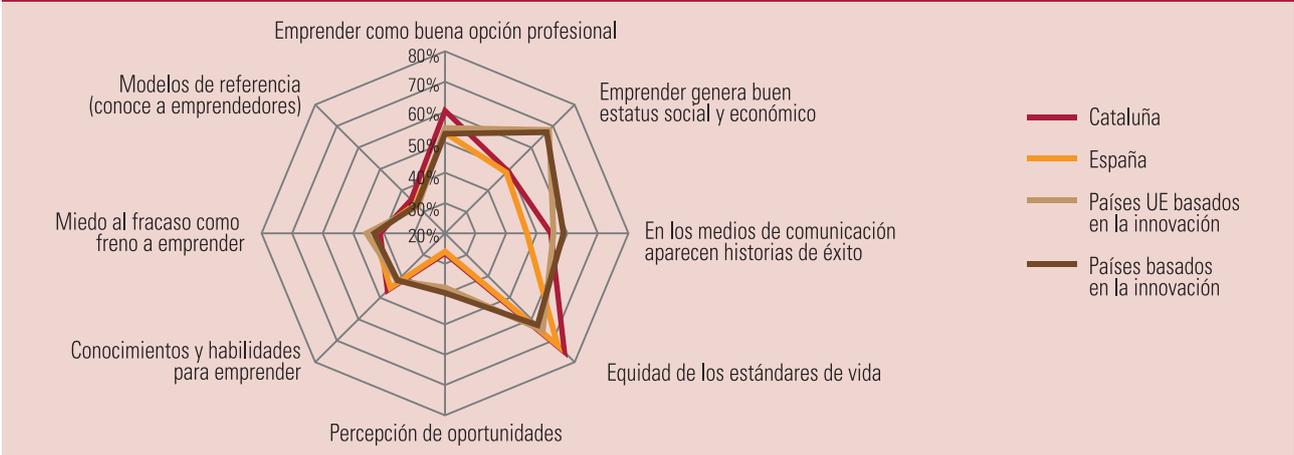


Gráfico 2.18. Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña, 2015



Gráfico 2.19. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes según que estén involucrados o no en cualquier fase del proceso emprendedor, 2015



Tabla 2.1. Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en el 2015 por tipo de economía

|   |                | Percepción de oportunidades | Conocimientos y habilidades para emprender | Miedo al fracaso como obstáculo para emprender | Modelo de referencia | Equidad en los estándares de vida en la sociedad | Emprender como una buena opción profesional | Emprender brinda un estatus social y económico | Medios de comunicación y emprendimiento |
|---|----------------|-----------------------------|--|--|----------------------|--|---|--|---|
| Economías basadas en los factores de producción | Promedio       | 53,8                        | 65,8                                       | 33,1   | 55,4                 | 52,9   | 65,7  | 74,4   | 67,6                                    |
|   | Botsuana       | 57,8                        | 74,1                                       | 23,5   | 49,1                 | 53,2   | 70,1  | 82,0   | 76,2                                    |
|   | Burkina Faso   | 58,1                        | 78,1                                       | 22,4   | 69,0                 | 63,0   | 73,8  | 83,4   | 67,3                                    |
|   | Camerún        | 60,7                        | 73,1                                       | 25,9   | 61,4                 | 44,0   | 61,1  | 64,8   | 64,5                                    |
|   | Filipinas      | 53,8                        | 69,0                                       | 36,3   | 46,2                 | 56,7   | 74,6  | 76,2   | 81,5                                    |
|   | India          | 37,8                        | 37,8                                       | 30,8   | 37,6                 | 46,2   | 39,3  | 46,7   | 39,4                                    |
|   | Irán           | 40,3                        | 62,0                                       | 40,4   | 45,9                 | 30,6   | 56,3  | 82,3   | 58,3                                    |
|   | Kazajstán      | 48,7                        | 52,1                                       | 50,7   | 62,0                 | 72,6   | 76,9  | 83,9   | 80,0                                    |
|   | Senegal        | 69,9                        | 89,1                                       | 15,6   | 62,9                 | -  | -   | -  | -                                       |
| Vietnam   | 50,8           | 56,8                        | 52,1                                       | 64,8   | 57,0                 | 73,3   | 75,8  | 73,5   |   |
| Economías basadas en la eficiencia              | Promedio       | 41,1                        | 53,0                                       | 38,0   | 39,6                 | 63,1   | 66,2  | 66,1   | 61,4                                    |
|   | Argentina      | 45,9                        | 61,6                                       | 30,4   | 33,3                 | 62,8   | 62,1  | 52,9   | 66,7                                    |
|   | Barbados       | 55,0                        | 75,0                                       | 18,0   | 34,6                 | 62,2   | 69,6  | 69,8   | 61,6                                    |
|   | Brasil         | 42,4                        | 58,3                                       | 49,2   | 51,7                 | 76,4   | 77,7  | 80,1   | 69,6                                    |
|   | Bulgaria       | 15,8                        | 35,2                                       | 42,9   | 39,8                 | 68,6   | 57,5  | 71,5   | 49,3                                    |
|   | Chile          | 57,4                        | 65,7                                       | 30,8   | 43,7                 | -  | 69,7  | 64,9   | 60,4                                    |
|   | China          | 31,7                        | 27,4                                       | 37,5   | 50,4                 | 49,7   | 65,9  | 77,6   | 77,2                                    |
|   | Colombia       | 58,3                        | 59,5                                       | 37,8   | 29,1                 | 63,2   | 72,3  | 69,8   | 71,7                                    |
|   | Croacia        | 22,3                        | 47,5                                       | 44,7   | 24,6                 | 79,9   | 61,5  | 42,3   | 47,5                                    |
|   | Ecuador        | 52,7                        | 72,3                                       | 34,5   | 39,5                 | 65,7   | 61,6  | 67,1   | 77,3                                    |
|   | Egipto         | 46,1                        | 41,5                                       | 32,6   | 18,1                 | 71,2   | 73,6  | 79,6   | 58,5                                    |
|   | Guatemala      | 47,9                        | 60,0                                       | 34,6   | 31,0                 | 66,9   | 95,6  | 79,8   | 60,6                                    |
|   | Hungría        | 25,3                        | 38,7                                       | 44,4   | 31,5                 | 62,5   | 48,4  | 68,4   | 33,4                                    |
|   | Indonesia      | 49,9                        | 65,3                                       | 51,4   | 68,3                 | 65,5   | 74,4  | 81,5   | 79,4                                    |
|   | Letonia        | 34,7                        | 49,1                                       | 42,8   | 32,8                 | 48,3   | 57,5  | 58,2   | 54,9                                    |
|   | Líbano         | 45,7                        | 69,8                                       | 38,2   | 62,1                 | -  | -   | -  | -                                       |
|   | Macedonia      | 37,8                        | 54,4                                       | 43,9   | 35,2                 | 75,0   | 67,1  | 57,1   | 71,1                                    |
|   | Malasia        | 28,2                        | 27,8                                       | 31,5   | 36,9                 | 31,2   | 39,3  | 51,0   | 63,9                                    |
|   | Marruecos      | 34,3                        | 47,6                                       | 38,3   | 30,4                 | 60,4   | 70,6  | 54,6   | 52,2                                    |
|   | México         | 44,7                        | 45,8                                       | 33,1   | 47,9                 | 46,7   | 49,3  | 52,0   | 40,5                                    |
|   | Panamá         | 46,5                        | 49,4                                       | 14,4   | 53,7                 | -  | -   | -  | -                                       |
|   | Perú           | 51,4                        | 65,3                                       | 28,8   | 48,2                 | 57,0   | 72,3  | 69,7   | 68,1                                    |
|   | Polonia        | 32,9                        | 55,9                                       | 57,9   | 43,2                 | 67,0   | 60,5  | 55,7   | 51,5                                    |
|   | Rumania        | 33,3                        | 46,3                                       | 48,7   | 32,1                 | 70,5   | 72,4  | 75,1   | 67,4                                    |
|   | Sudáfrica      | 40,9                        | 45,4                                       | 33,0   | 35,0                 | 66,4   | 73,8  | 76,1   | 72,2                                    |
|   | Tailandia      | 41,0                        | 46,2                                       | 52,3   | 32,6                 | 79,5   | 71,5  | 69,4   | 72,5                                    |
|   | Túnez          | 48,8                        | 59,9                                       | 41,7   | 48,9                 | 48,5   | 71,1  | 72,1   | 48,4                                    |
| Uruguay   | 39,2           | 61,0                        | 34,1                                       | 34,8   | 70,7                 | 58,8   | 56,8  | 59,9   |   |
| Economías basadas en la innovación              | Promedio       | 39,7                        | 41,9                                       | 43,1   | 33,1                 | 62,8   | 52,9  | 67,1   | 58,8                                    |
|   | Alemania       | 38,3                        | 36,2                                       | 46,8   | 23,6                 | 62,6   | 50,8  | 75,7   | 49,8                                    |
|   | Australia      | 48,9                        | 48,2                                       | 43,9   | 33,8                 | 78,1   | 56,4  | 70,1   | 72,3                                    |
|   | Bélgica        | 40,3                        | 31,9                                       | 50,2   | 17,2                 | 56,5   | 54,2  | 54,5   | 54,7                                    |
|   | Canadá         | 53,2                        | 50,5                                       | 42,6   | 31,6                 | -  | -   | -  | -                                       |
|   | Corea          | 14,4                        | 27,4                                       | 37,2   | 37,1                 | 59,2   | 38,0  | 53,5   | 61,5                                    |
|   | Cataluña       | 26,5                        | 46,6                                       | 41,2   | 35,7                 | 75,3   | 60,4  | 49,1   | 54,6                                    |
|   | Eslovaquia     | 26,4                        | 52,4                                       | 41,4   | 36,5                 | 70,7   | 50,8  | 64,2   | 54,0                                    |
|   | Eslovenia      | 20,5                        | 48,6                                       | 40,1   | 37,2                 | 81,9   | 53,7  | 70,0   | 60,3                                    |
|   | España         | 26,0                        | 45,3                                       | 43,1   | 33,7                 | 72,1   | 53,2  | 48,4   | 46,9                                    |
|   | Estados Unidos | 46,6                        | 55,7                                       | 31,6   | 29,8                 | -  | -   | -  | -                                       |
|   | Estonia        | 51,4                        | 44,0                                       | 47,1   | 39,3                 | 58,2   | 53,4  | 62,6   | 49,1                                    |
|   | Finlandia      | 48,6                        | 37,4                                       | 40,2   | 45,2                 | 65,0   | 33,2  | 84,9   | 68,2                                    |
|   | Grecia         | 14,2                        | 46,8                                       | 64,2   | 27,5                 | 61,6   | 60,9  | 67,8   | 38,0                                    |
|   | Irlanda        | 39,4                        | 45,0                                       | 40,8   | 33,3                 | 78,9   | 52,6  | 80,3   | 67,4                                    |
|   | Israel         | 55,5                        | 41,6                                       | 54,0   | 56,4                 | 44,5   | 64,5  | 86,2   | 54,8                                    |
|   | Italia         | 25,7                        | 30,5                                       | 61,9   | 28,2                 | 70,7   | 60,9  | 69,0   | 48,5                                    |
|   | Luxemburgo     | 48,2                        | 44,0                                       | 47,6   | 36,4                 | 43,2   | 44,1  | 68,8   | 44,1                                    |
|   | Noruega        | 68,9                        | 30,8                                       | 31,3   | 31,2                 | -  | -   | -  | -                                       |
|   | Países Bajos   | 48,4                        | 40,6                                       | 38,2   | 32,4                 | 63,8   | 79,2  | 64,6   | 57,7                                    |
|   | Portugal       | 28,1                        | 48,9                                       | 44,9   | 27,9                 | 75,9   | 63,4  | 62,9   | 71,6                                    |
|   | Puerto Rico    | 25,1                        | 50,4                                       | 31,2   | 24,4                 | 41,9   | 16,7  | 47,6   | 68,1                                    |
|   | Reino Unido    | 41,6                        | 43,6                                       | 37,2   | 29,7                 | -  | 57,9  | 79,2   | 61,1                                    |
|   | Suecia         | 70,2                        | 36,7                                       | 41,6   | 38,7                 | 52,1   | 52,7  | 69,8   | 61,3                                    |
|   | Suiza          | 41,8                        | 44,0                                       | 37,0   | 29,0                 | 56,3   | 40,0  | 66,5   | 59,5                                    |
|   | Taiwán         | 30,2                        | 25,4                                       | 40,9   | 35,3                 | -  | 74,0  | 62,7   | 85,6                                    |

Gráfico 2.20. 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 autovaloración de conocimientos y habilidades para emprender, 2015

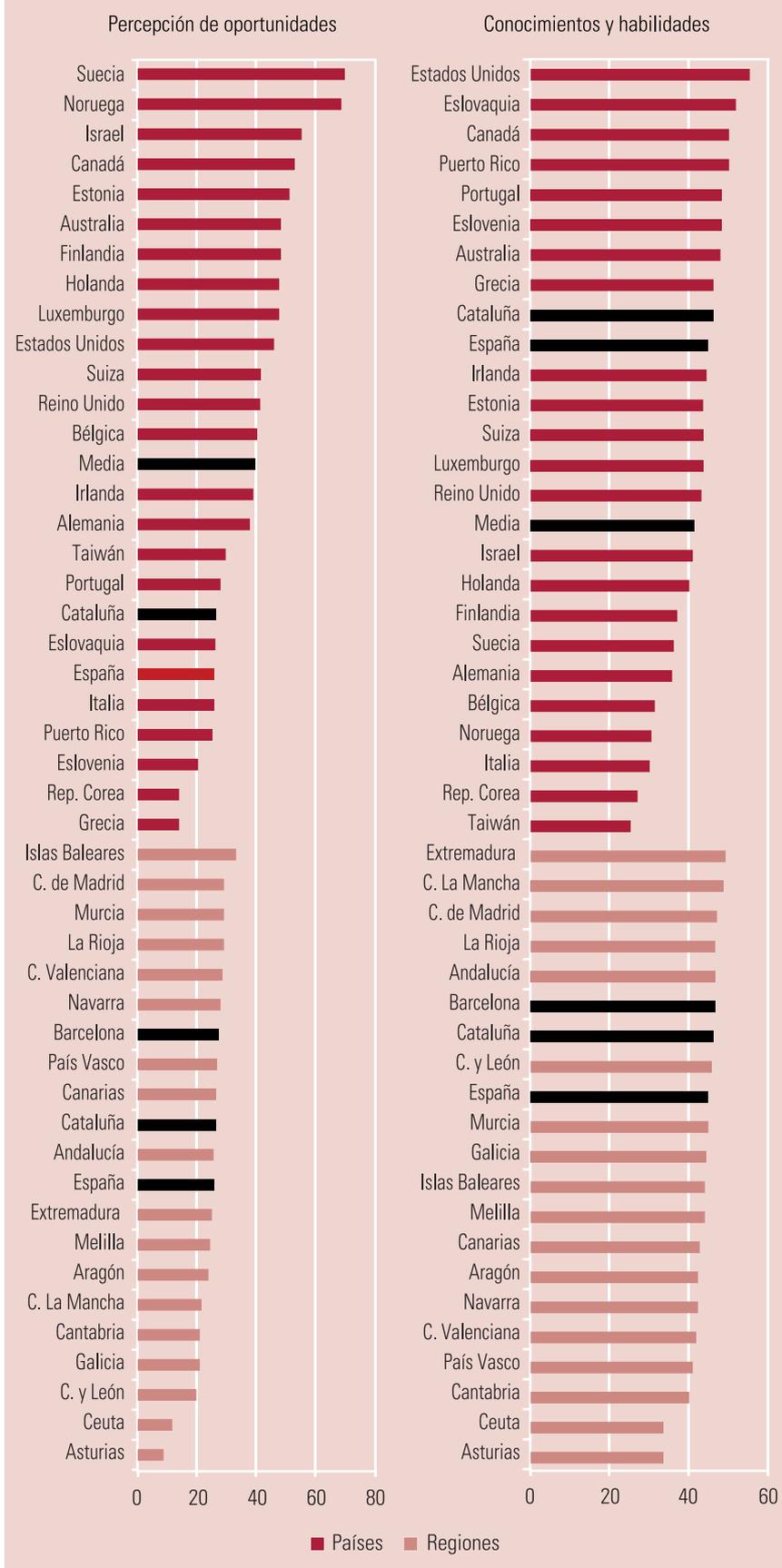


Gráfico 2.21. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia, 2015



### 3. Actividad emprendedora y sus características

#### 3.1. Indicadores del proceso 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 (Figura 1.3) 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, desarrollado anteriormente en el apartado 2.3.
- 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 adultas 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 traspasado 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 2015 según el proyecto GEM.

El índice TEA revela que en 2015 el 6,42% de la población adulta catalana de 18 a 64 años estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial. Por demarcaciones (gráfico 3.3), la TEA de Barcelona es de 6,14%, Tarragona de 6,60%, Lleida de 11,9% y Girona de 4,99%.

La TEA de Cataluña ha sido 1,1 puntos inferior a la del 2014, resultado de la disminución de los emprendedores nacientes (-1,7 pp) y del aumento de los nuevos (+0,5 pp).

Gran parte de la disminución de la TEA, como se verá más adelante en el apartado 4.1, viene explicada por la reducción de la TEA por necesidad (-0,9 pp) desde el 2,08% en 2014 al 1,15% en 2015 (gráfico 4.5), habiéndose mantenido la de por oportunidad.

En Cataluña, a diferencia de los cuatro últimos años, los emprendedores nuevos, que buscan hacerse un hueco en el mercado y consolidar la empresa, son superiores (3,71%) a los nacientes, que están intentando poner en marcha un negocio (2,71%). Esto supone que por cada emprendedor naciente había 1,37 emprendedores nuevos, emprendedores con mayor recorrido realizado y ya con una actividad entre 4 y 42 meses.

El menor número de emprendedores nacientes es coherente con el descenso de la intención de emprender (emprendedores potenciales) que se ha producido en los tres últimos años, que, tal y como se ha indicado en el apartado 2.3, puede considerarse una corrección al comportamiento atípico de tuvo este indicador durante los peores años de la crisis (pasó del 4,3% en 2009 al 14,1% en 2012) y que ha vuelto en 2015 (7,50%) a niveles parecidos a los previos a la crisis.

Los emprendedores consolidados (iniciativas empresariales de más de 3,5 años) representan el 10,0% de la población adulta de Cataluña, aumentando ligeramente 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 (23,92%), tres puntos inferior a la del 2014 (26,95%).

La tasa de población adulta involucrada en el proceso empresarial activo (Gráfico 3.8), suma de los emprendedores en fase inicial más los consolidados, ha sido de 16,42% (17,21% en 2014).

Las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial sumaron el 1,00% de la población adulta, una tercera parte menos que en 2014. 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 y evolución. El primero representa 0,55% y el segundo 0,45%, ambos también una tercera parte menores que en 2014. Se ha pasado de un abandono por cierre en 2013 del 1,40% al 0,45% en 2015.

El abandono en la provincia de Barcelona (0,95%) se ha reducido (-44%) este año más que en Cataluña, así como los cierres, que han disminuido un 57%. En los dos últimos años la composición de los abandonos ha cambiado positivamente de forma radical: de unos valores en 2013 de 1,43% cierre y 0,27% traspaso se ha pasado a 0,34% cierre y 0,61% traspaso (Gráfico 3.9).

La principal razón de los abandonos ha sido que el negocio no era rentable (42,4%), aunque con un peso menor que en años anteriores (59,1% en 2014 y 54,3% en 2013). La baja rentabilidad, como se apuntaba en otras ediciones, es consecuencia, fundamentalmente, de que son iniciativas que han sido lanzadas en mercados saturados, con excesiva competencia, y en las que la motivación por necesidad tenía mucho peso.

A la motivación anterior, que podría ser calificada de fracaso, hay que añadir otras que se atribuyen al abandono voluntario por parte del emprendedor, bien porque ha decidido jubilarse (26,2%) o bien porque ha encontrado otro trabajo u oportunidad de negocio más atractiva (10,5%). Precisamente esta última puede ser considerada como una salida exitosa, ya que, a menudo, son la red de contactos y habilidades adquiridas en la experiencia emprendedora las que le brindan al emprendedor nuevas oportunidades laborales o de negocio más rentables. En estos últimos tres años esta razón ha triplicado su incidencia, pasando del 3,0% en 2013 al 10,5% en 2015.

Ya se señalaba el pasado año respecto al abandono por traspaso que 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. Las dos causas principales de la venta en este programa coinciden con las señaladas en el párrafo anterior y alcanzan unos porcentajes similares (32,86% por jubilación y 12,45% por cambio de profesión).<sup>2</sup>

A continuación, se presentan los resultados del proceso emprendedor en 2015 en Cataluña, Barcelona, España, países de Europa con economías basadas en la innovación y países GEM con economías basadas en la innovación, 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 3.1. El proceso emprendedor en Cataluña: tasa de población adulta involucrada en el mismo, 2015

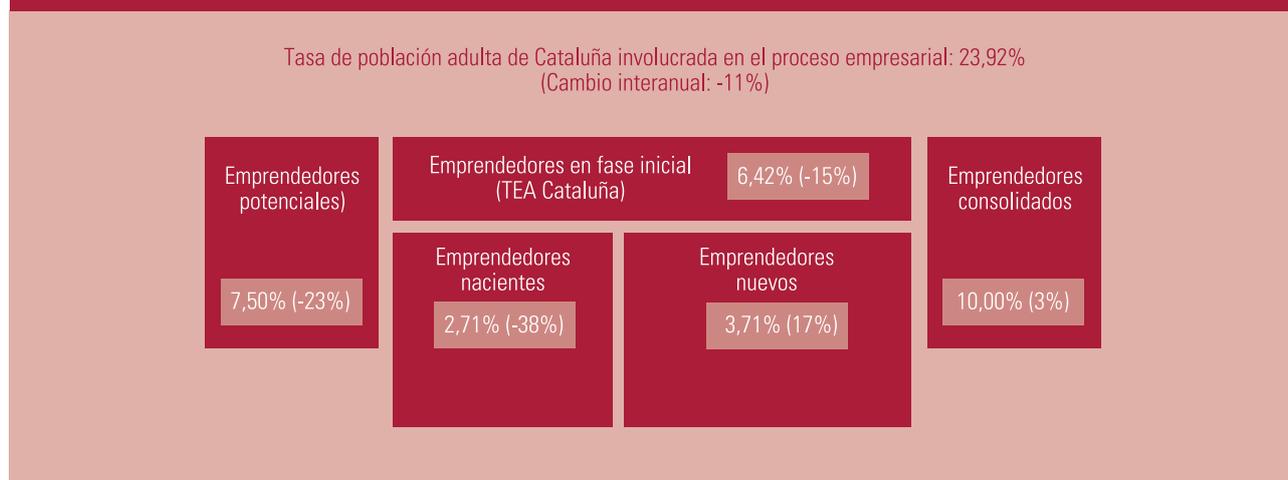
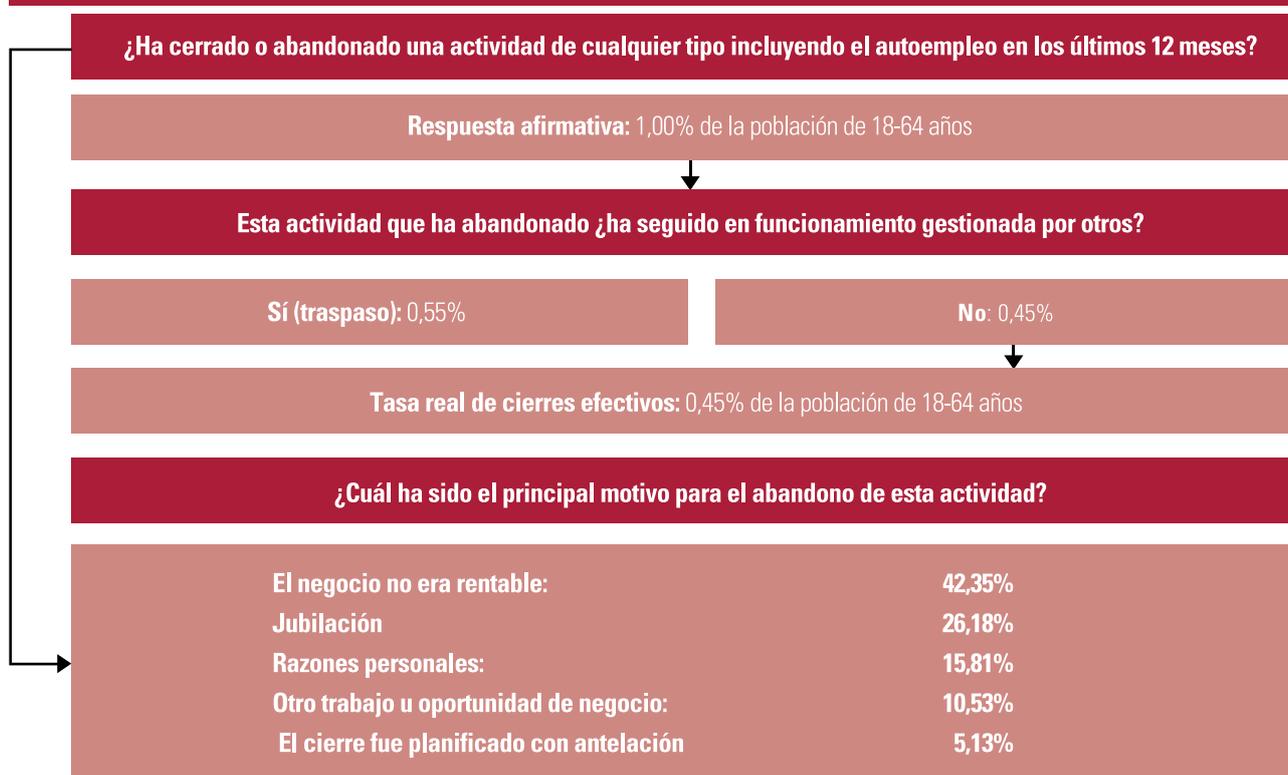


Gráfico 3.2. Abandono de la actividad empresarial en Cataluña, 2015



<sup>2</sup> Datos de Reempresa de finales del primer trimestre de 2016 sobre 3.131 empresas cedentes asesoradas.

Gráfico 3.3. El proceso emprendedor en Cataluña, 2015

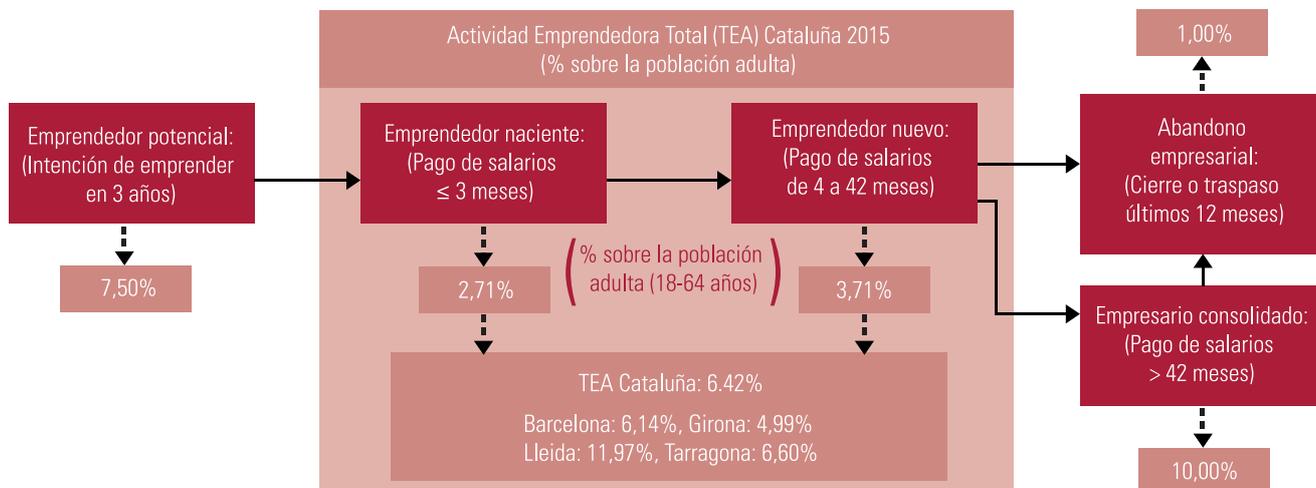


Gráfico 3.4. El proceso emprendedor en Barcelona, 2015

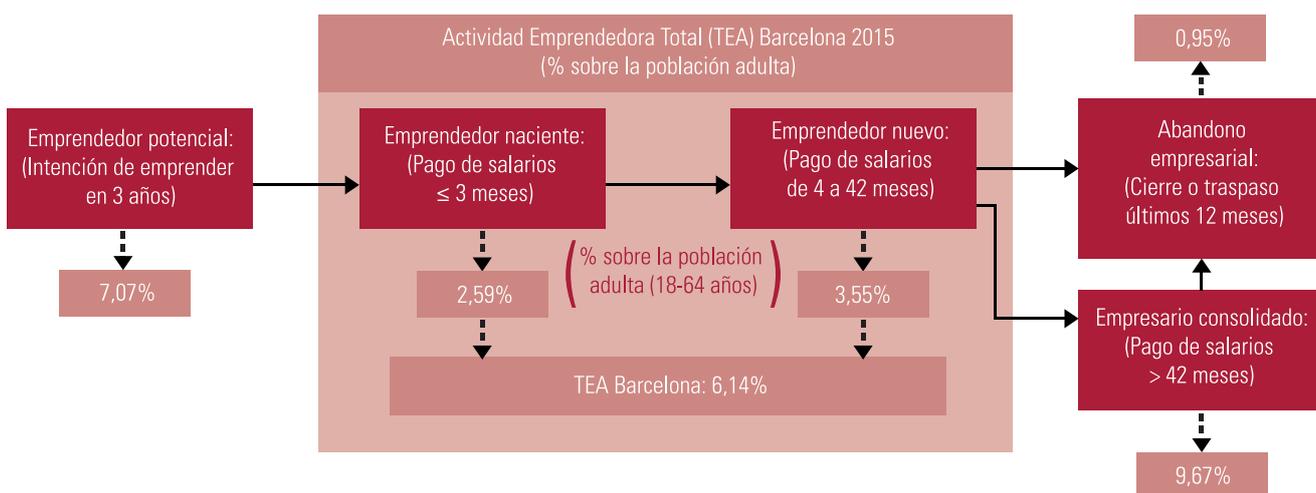


Gráfico 3.5. El proceso emprendedor en España, 2015

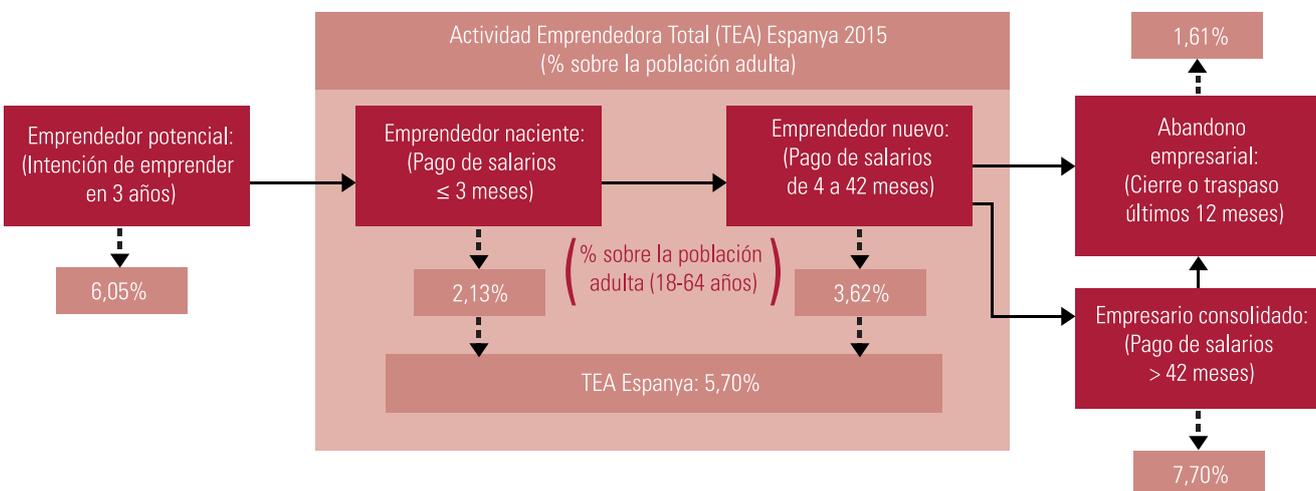


Gráfico 3.6. El proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación en el 2015

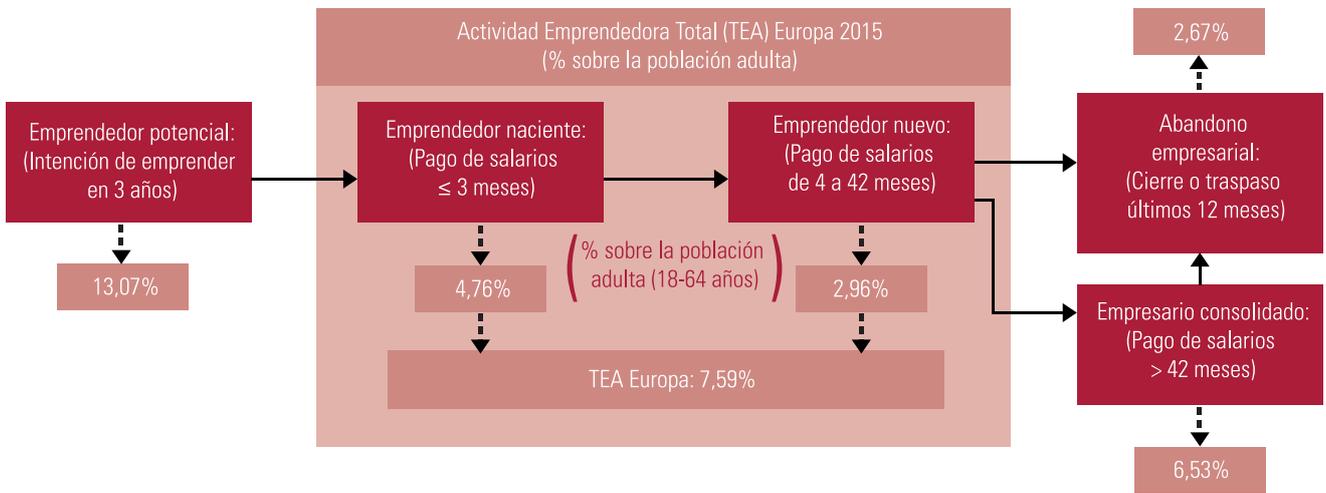


Gráfico 3.7. El proceso emprendedor en Países GEM basados en la innovación en el 2015

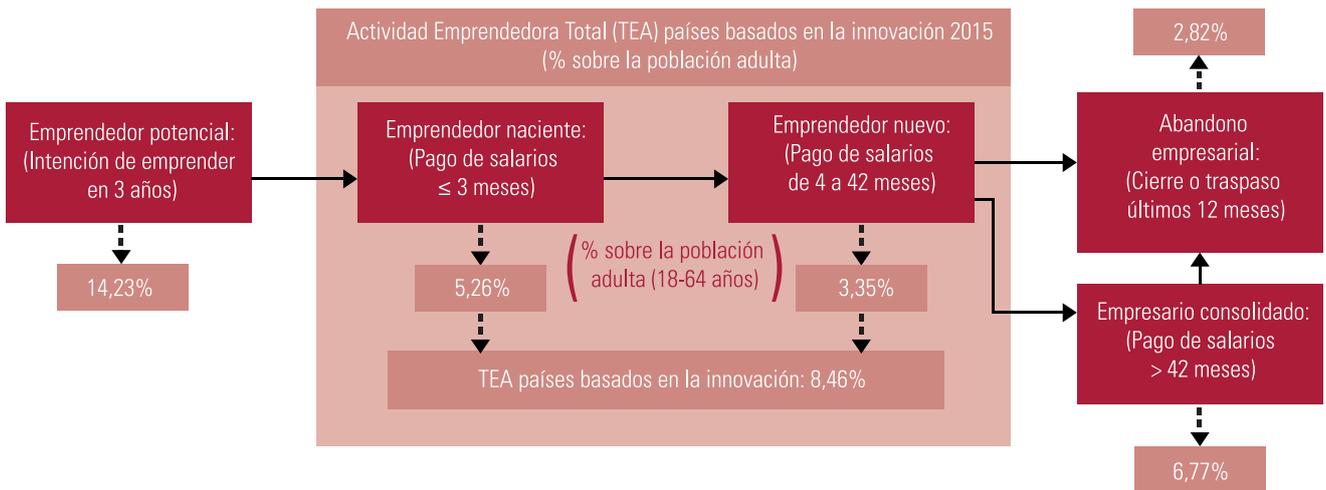


Gráfico 3.8. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales, 2015

Tasa de población adulta de Cataluña involucrada en el proceso empresarial: 23,92% (Cambio interanual: -11%)

|  |  |                      |                            |                           |
|--|--|----------------------|----------------------------|---------------------------|
| Emprendedores potenciales  | Emprendedores en fase inicial (TEA Cataluña) |                      | Emprendedores consolidados | Exempresarios, Abandonos: |
|  | Emprendedores nacientes                      | Emprendedores nuevos |                            |                           |
| 7,50% (-23%)   | 2,71% (-38%)                                 | 3,71% (17%)          | 10,00% (3%)                | 1,00% (-33%)              |
| Tasa de la población adulta de Cataluña involucrada en el proceso empresarial activo |  |                      | Total empresarios          | Por cierre:               |
| 16,42% (-5%)   |  |                      | 13,71% (7%)                | 0,45% (-33%)              |
|  |  |                      |                            | Por traspaso:             |
|  |  |                      |                            | 0,55% (-32%)              |

Gráfico 3.9. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales, 2015

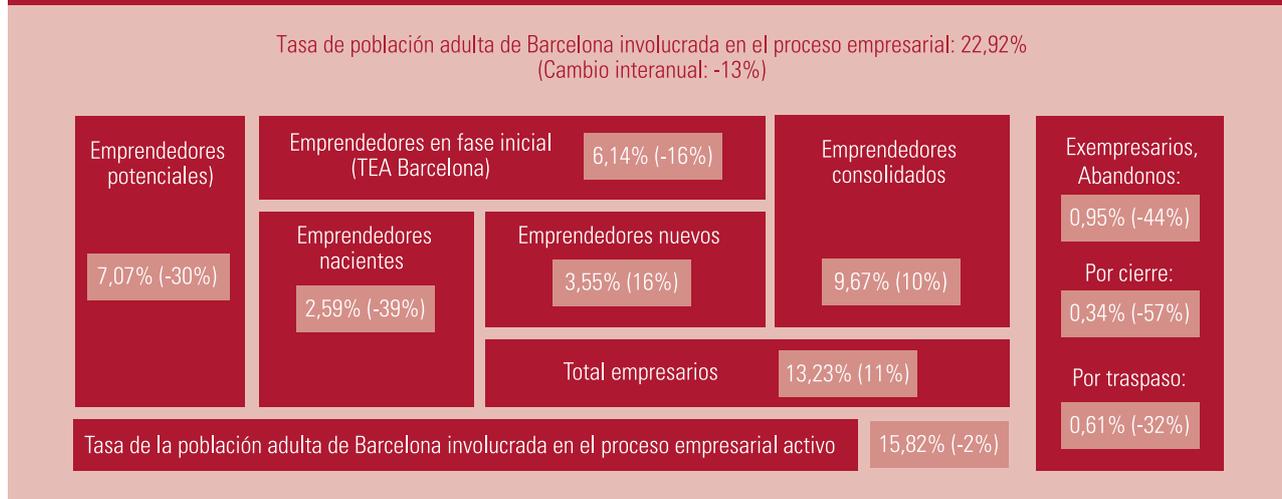


Gráfico 3.10. Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales, 2015

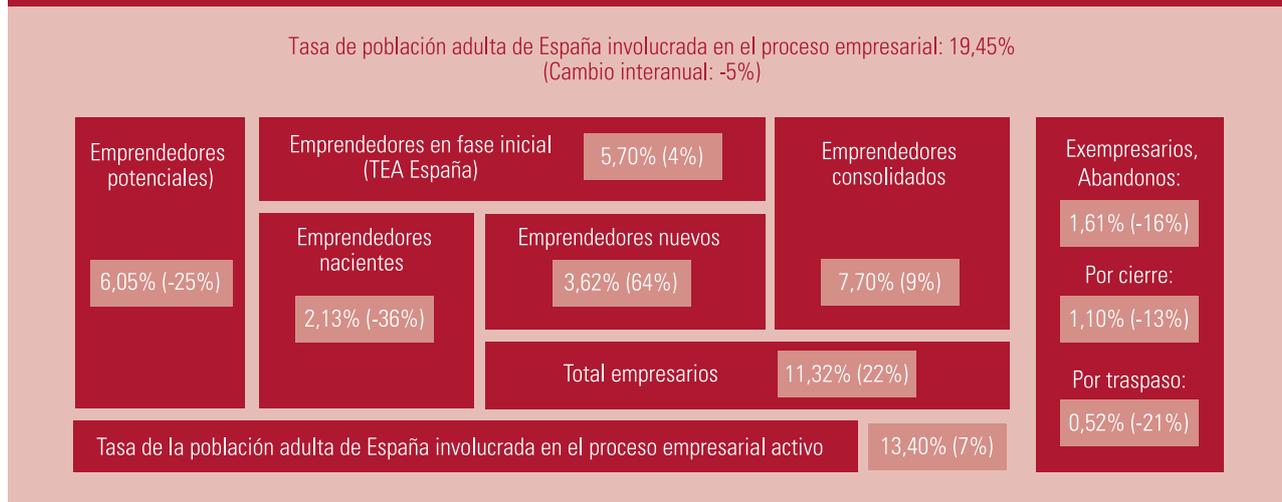


Gráfico 3.11. Cuadro resumen del proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación con variaciones interanuales, 2015

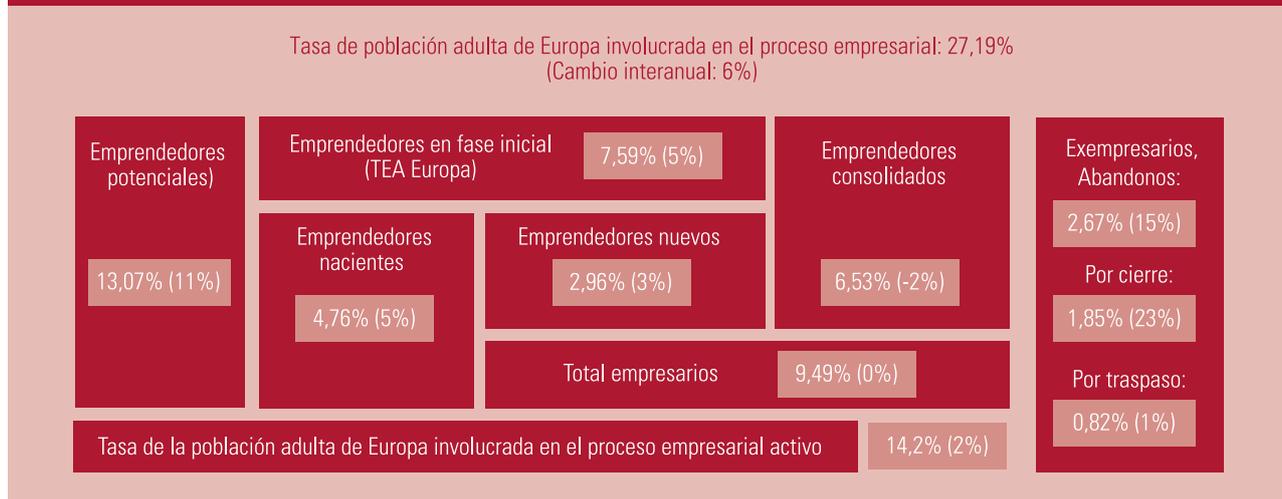


Gráfico 3.12. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Países GEM basados en la innovación con variaciones interanuales, 2015



### 3.2. Dinámica de la actividad emprendedora

En este apartado se presentará y analizará la dinámica emprendedora en estos últimos doce años (2004-2015) desglosando los resultados para Barcelona, Cataluña, España, países GEM de Europa con economías basadas en la innovación y países GEM basados en la innovación.

El gráfico 3.13 muestra como la TEA de Cataluña y Barcelona se ha mantenido prácticamente siempre por encima de la de España y Europa, algunos años con distancias de varios puntos. En 2015 la de Cataluña supera a la de España en 0,7 puntos porcentuales, pero es 1,2 puntos inferior a la de Europa.

El descenso de 1,1 puntos de la TEA de Cataluña se ha producido en un contexto en el que tanto la de España (+0,2pp) como la de Europa (+0,3 pp) han crecido ligeramente. Dicho descenso es el resultado de la disminución de los emprendedores nacientes (-1,7 pp) y del aumento de los nuevos (+0,5 pp).

Seguramente las altas tasas de emprendedores nacientes desde el 2011 al 2014 han tenido un efecto diferido en el crecimiento de los emprendedores nuevos en 2014 y 2015 (gráfico 3.14). Aunque con una intensidad suavizada, ya que se ha de tener presente 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. Por otro lado, la caída de los nacientes en 2015 y de los emprendedores potenciales (gráfico 2.16) hace prever, si no intervienen otras variables, una posible disminución de los nuevos en 2016, aunque perdure, en parte, el efecto diferido de los altos valores de los nacientes de los años previos.

Tal y como se ha apuntado anteriormente, gran parte del descenso de la TEA de Cataluña se explica por la disminución este año en 0,9 puntos de la TEA por necesidad, siendo su valor (1,15%) por primera vez en los últimos cinco años inferior al de Europa y al de países GEM basados en la innovación (gráfico 4.9).

Gráfico 3.13. Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015

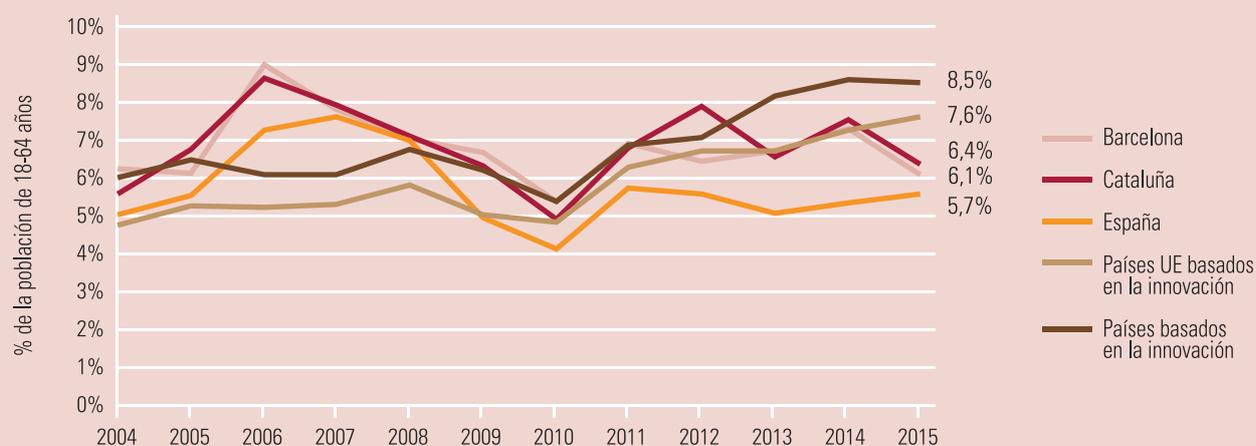
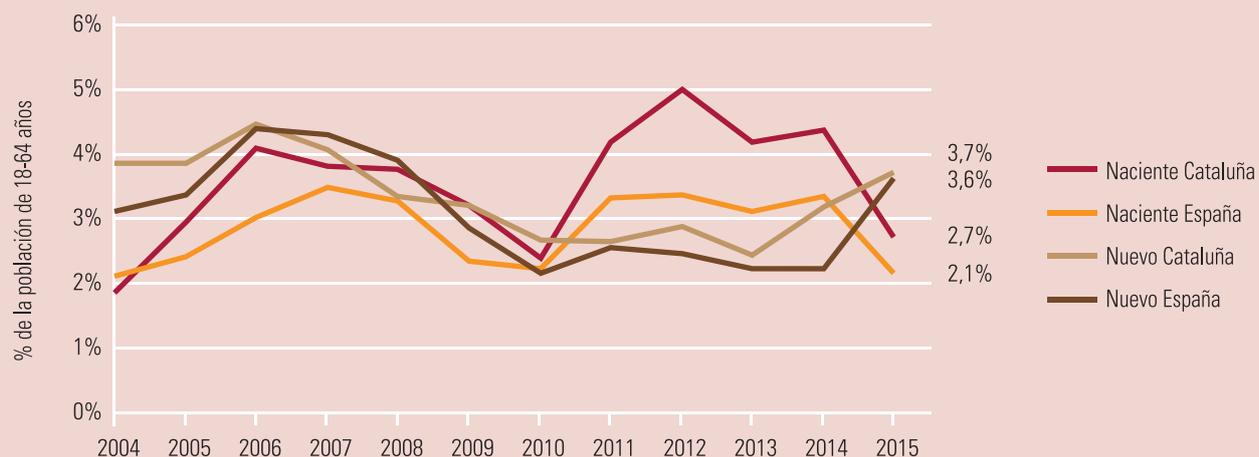


Gráfico 3.14. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos en Cataluña y España, durante el periodo 2004-2015



El porcentaje de emprendedores consolidados en Cataluña (10,00%) se ha mantenido casi siempre por encima de España, Europa y países GEM basados en la innovación, situándose estos cuatro últimos años en los niveles más altos, en torno al 10%, superando en 2015 (gráfico 3.15) en más de tres puntos porcentuales a Europa (6,53%) y países GEM basados en la innovación (6,77%). Gran parte de la explicación está en el menor tamaño de nuestras empresas, de un tejido empresarial en el predomina la micropyme y el autónomo.

Gráfico 3.15. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015



Desde el principio el proyecto GEM medía el fracaso emprendedor mediante la tasa de abandono de un negocio en los últimos 12 meses (dirigido por el emprendedor o autoempleado, aunque sea combinado con otro trabajo), desglosándose ésta desde 2007 entre los que cerraban y los que lo traspasaban. En el análisis longitudinal de estas variables, se aprecia una mayor variabilidad en los valores de Cataluña que en los de España y, sobre todo, que en los de Europa. Generalmente en muchos de los indicadores los ciclos en Cataluña se acusan más que el resto de España, tanto en positivo como en negativo, a causa de la diferente estructura económica y del menor tamaño de la muestra.

Remarcable es que desde 2012 el porcentaje de personas que han abandonado una actividad empresarial en el último año no ha dejado de disminuir: 2,49% en 2012, 1,75% en 2013, 1,48% en 2014 y 1,00% en 2015 (gráfico 3.16). Pero más importante es la evolución de su composición (Gráfico 3.17), siendo superiores los negocios que continúan (0,55%) a los que cierran (0,45%), hecho que desde 2007 sólo ha sucedido estos dos últimos años.

La evolución de los cierres en Cataluña en el periodo 2007-2015 (gráfico 3.19) dibuja una U invertida con el máximo en 2012, siendo el valor de 2015 similar al de 2007, año previo a la crisis. Los cierres han acumulado continuas disminuciones desde su valor máximo en 2012 (1,90%), habiéndose reducido en estos tres últimos años un 76% hasta el actual 0,45%. En Barcelona todavía ha sido mayor la disminución en dicho periodo, un 82%, desde un valor de 1,87% en 2012 al 0,34% en 2015.

El Gráfico 3.20 presenta el tanto por ciento de los abandonos que cierran el negocio, siendo en Cataluña (45%) 24 puntos porcentuales inferior que en Europa (69%) Y 23 que en España (68%). Barcelona obtiene la menor tasa (36%), 33 puntos inferior al de Europa.

El Gráfico 3.18 muestra la evolución de los que abandonan pero el negocio continúa (traspaso), alcanzándose en Cataluña (0,55%) este año valores ligeramente superiores a España (0,52%), pero casi 0,3 puntos inferiores a los de Europa (0,82%). De nuevo, remarcar positivamente que en Barcelona dicho porcentaje (0,61%) es superior tanto al de Cataluña como al de España.

Desde un punto de vista social es deseable tener una tasa de cierre lo menor posible. No obstante, desde un punto de vista económico la respuesta no es tan sencilla. La tasa de cierre en Europa (1,85%) cuadruplica la catalana (0,45%) y la de Estados Unidos (2,20%) casi la quintuplica. Dichas tasas también pueden ser expresión de vitalidad y de regeneración del tejido empresarial.

El abandono puede ser porque el emprendedor ha encontrado una oportunidad de empleo más atractiva o porque ha vendido la empresa exitosamente y ello le permite, por ejemplo, lanzar otra (emprendedor en serie). Y, seguramente, la experiencia emprendedora le ha brindado la oportunidad de establecer nuevos contactos y adquirir habilidades que le han posibilitado detectar y aprovechar nuevas oportunidades de negocio o laborales. Incluso cuando el abandono es por cierre porque el negocio no es rentable, el fracaso también puede representar una oportunidad única de aprendizaje, que, a menudo, el éxito no permite. No se trata de considerar el fracaso positivo en sí, sino por la experiencia que éste puede aportar. Además, entender las razones de los que han fracasado puede hacer posible la extracción de lecciones para los enfoques con las que abordar proyectos de emprendimiento futuros (Valls *et al*, 2012). Hay una relación positiva entre la experiencia emprendedora previa, tanto si ha sido exitosa como si no, con la intención de volver a emprender en el futuro (Kolvereid e Isaksen, 2006).

Durante la crisis han proliferado las iniciativas emprendedoras por necesidad (gráfico 4.9), en muchos de los casos como forma de autoempleo y, en menor medida, las micropymes de 1 a 5 trabajadores. Por un lado, han supuesto flexibilidad; pero, por otro, fragilidad de la estructura empresarial. Muchas son iniciativas de baja calidad empresarial, que operan en mercados maduros con alta rivalidad, pero que se mantienen a pesar de su escasa rentabilidad. En la misma línea están las personas que se han visto abocadas por razones de supervivencia económica a convertirse en falsos autónomos o en TRADE (Trabajadores Autónomos Económicamente Dependientes), que, a menudo, devienen “empresarios” por el temor a perder una oportunidad laboral. Estas pueden ser algunas de las explicaciones de la baja tasa de cierre en nuestro país y de la alta tasa de personas involucradas en negocios consolidados.

Gráfico 3.16. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015

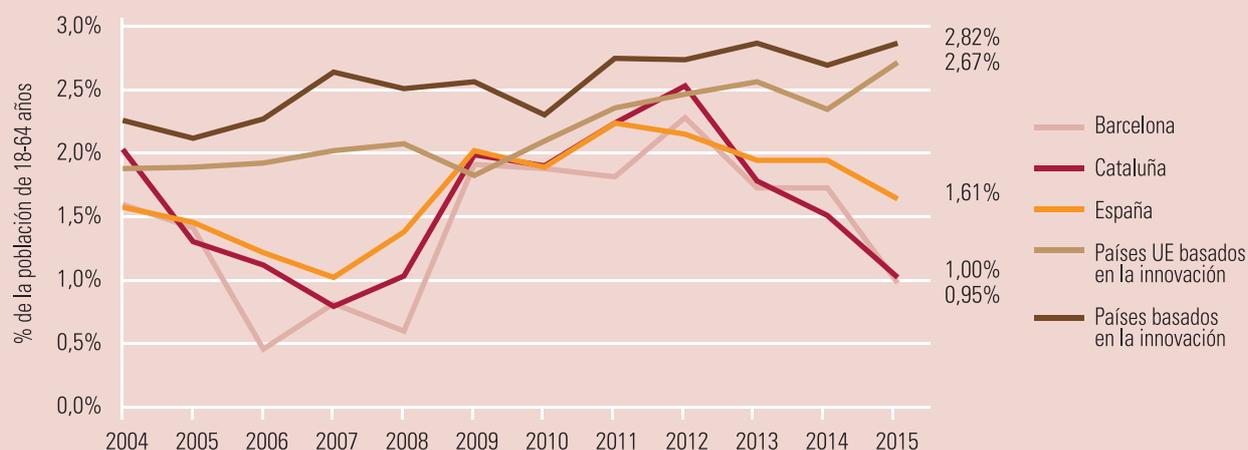


Gráfico 3.17. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cataluña durante el periodo 2007-2015, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) o cierra



Nota: Las series traspaso y cierre comienzan en el año 2007

Gráfico 3.18. 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, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015

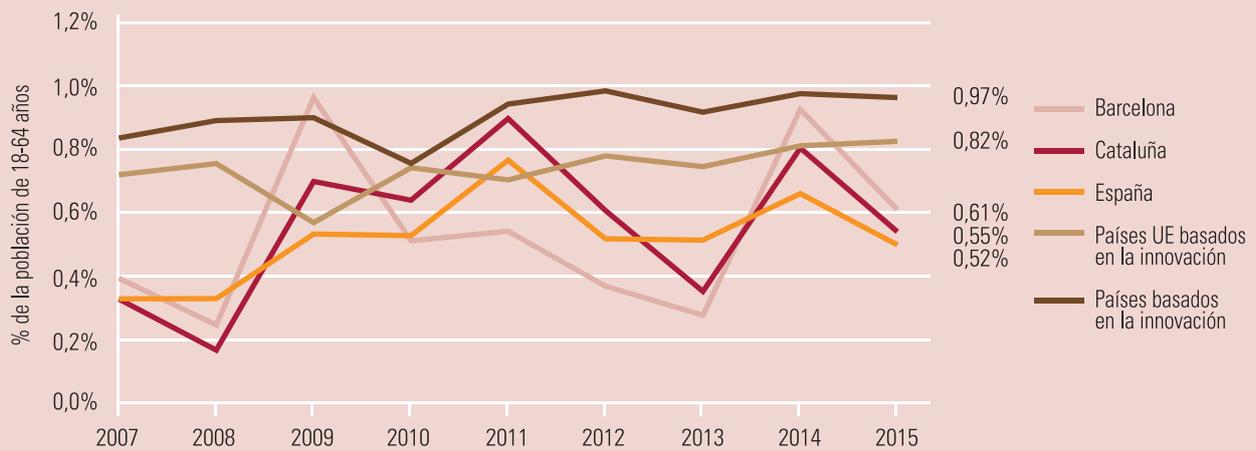


Gráfico 3.19. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015

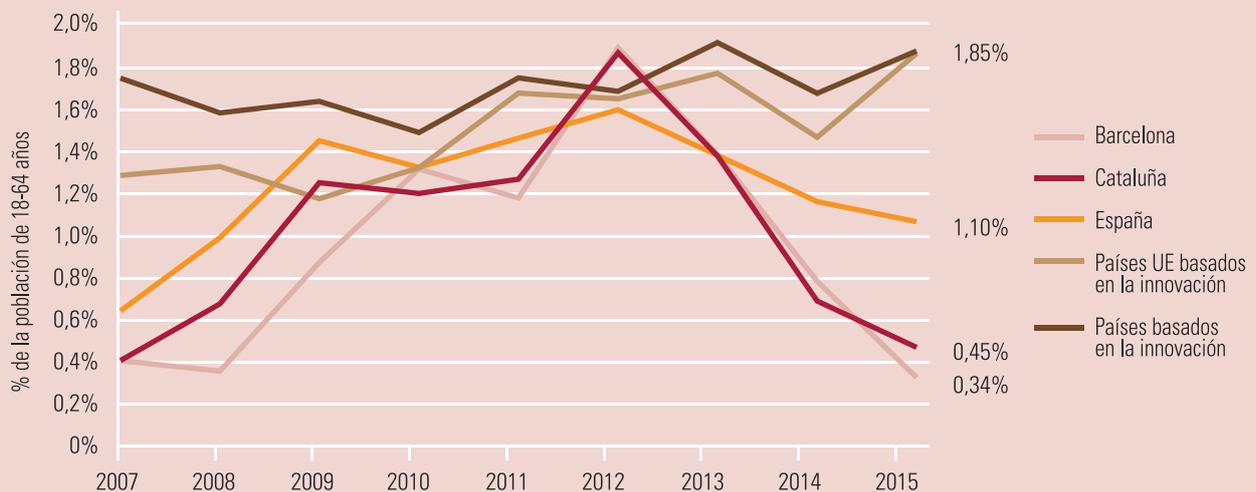
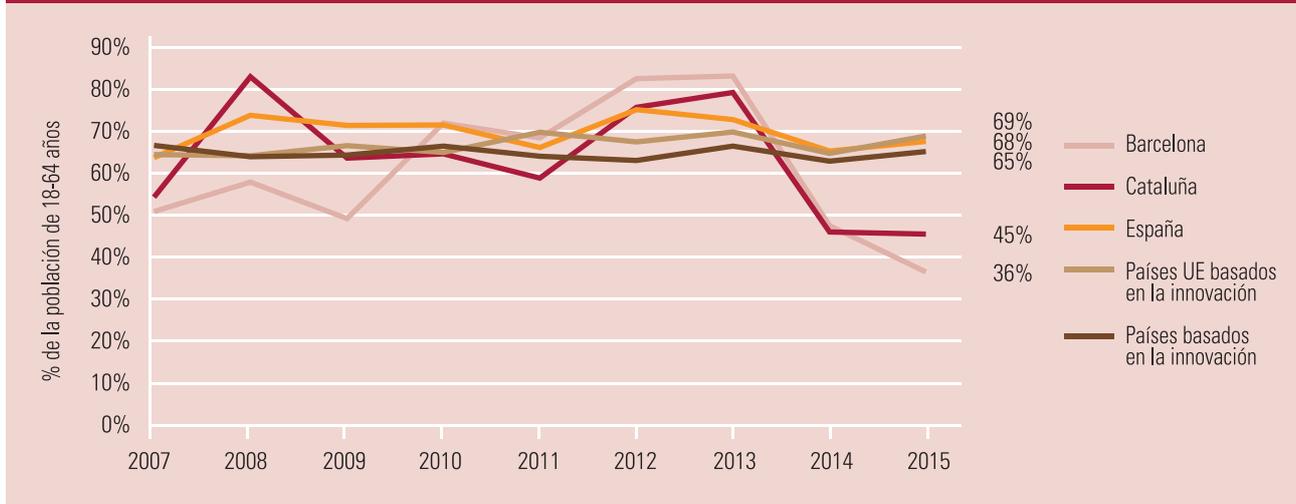


Gráfico 3.20. Evolución del porcentaje de abandonos que cierran en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015



### 3.3. Actividad intraemprendedora

Desde sus inicios el proyecto GEM se ha centrado en el análisis de las iniciativas emprendedoras que se llevan a cabo con la finalidad de poner en marcha un negocio por una persona autónomamente y de manera independiente. Sin embargo, los indicadores basados solo en iniciativas emprendedoras independientes ofrecen un perfil parcial e incompleto de la realidad emprendedora de un país. Por ese motivo, en los cuestionarios de los años 2011, 2014 y 2015 se incluyeron una serie de preguntas para analizar el comportamiento emprendedor que se realiza en el interior de las organizaciones existentes de forma proactiva e innovadora por parte de los empleados de dichas organizaciones.

GEM define el intraemprendimiento (EEA: *Entrepreneurial Employee Activity*) de forma amplia como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo algunos empleados en el interior de organizaciones existentes cuando han participado activamente en los últimos tres años liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o creando nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs/spin-outs*).

Su relevancia radica en que el motor del crecimiento orgánico de una empresa suele ser el intraemprendedor (vía desarrollo de nuevas empresas, modelos de negocio, productos/servicios o procesos internos), contribuyendo a su renovación y rejuvenecimiento. Y, precisamente, una de las necesidades de nuestra economía son empresas de mayor dimensión.

Muchas empresas, independientemente de su tamaño (como, por ejemplo, Agbar, Fluidra o InKemia), se han dado cuenta de que para crecer es necesario instaurar la dinámica del intraemprendedor o empresario corporativo. Las grandes podrán dedicar más recursos y las pequeñas deberán seleccionar y enfocarlos más, pero la mayoría lo está asumiendo como algo imprescindible.

La EEA en Cataluña ha ido disminuyendo estos últimos años hasta el 1,5% en 2015. No obstante, sigue siendo 0,4 puntos porcentuales superior a España, pero 3,1 puntos inferior a Europa, 3,6 puntos menos que la media de los países GEM de economías basadas en la innovación y 5,5 puntos inferior a Estados Unidos.

En el gráfico 3.21 se aprecia la evolución de la EEA y de la TEA en los dos últimos años en Cataluña, España, Europa y países GEM con economías basadas en la innovación. Mientras que la EEA de éstos en los dos últimos se ha mantenido bastante estable, en Cataluña y, sobre todo, en España ha sufrido un fuerte retroceso.

El gráfico 3.22 muestra la relación existente entre el nivel de desarrollo y la actividad emprendedora de los empleados de los países participantes en el proyecto GEM, que no adopta una forma de “U” como en el caso de la TEA (gráfico 2.23) sino una tendencia creciente.

Entre los países GEM de economías basadas en la innovación, destaca, por una parte, un grupo de países con tasas de EEA muy altas, por encima del 6%: Noruega (9,9%), Australia (8,5%), Canadá (7,1%), Estados Unidos (7,0%), Irlanda (6,6%), Israel (6,6%), Suiza (6,5%), Suecia (6,4%), Luxemburgo (6,4%), Estonia (6,3%), Países Bajos (6,3%) y Bélgica (6,1%). Y, por otra, un grupo con tasas EEA lejanas a la media (5,1%), inferiores al 2%: Italia (1,4%), España (1,1%), Grecia (1%) y Puerto Rico (0,6%), grupo en el que se encontraría Cataluña (1,5%); y cuyos valores no corresponderían a los deseables de acuerdo a su nivel de desarrollo.

Gráfico 3.21. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y del que lo ha hecho en el interior de organizaciones existentes (EEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en los años 2014 y 2015

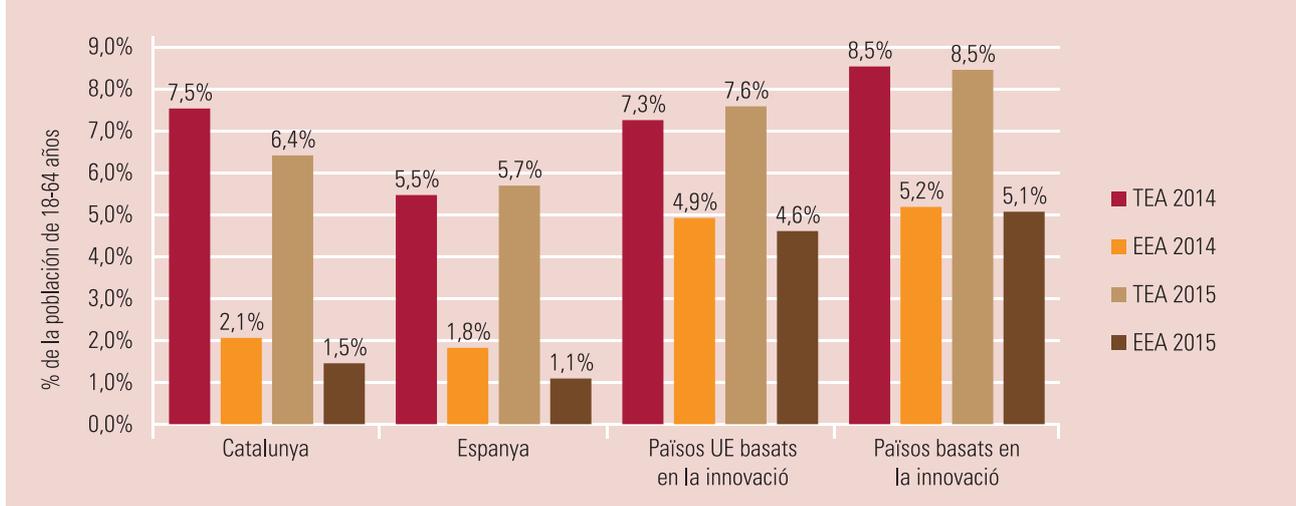
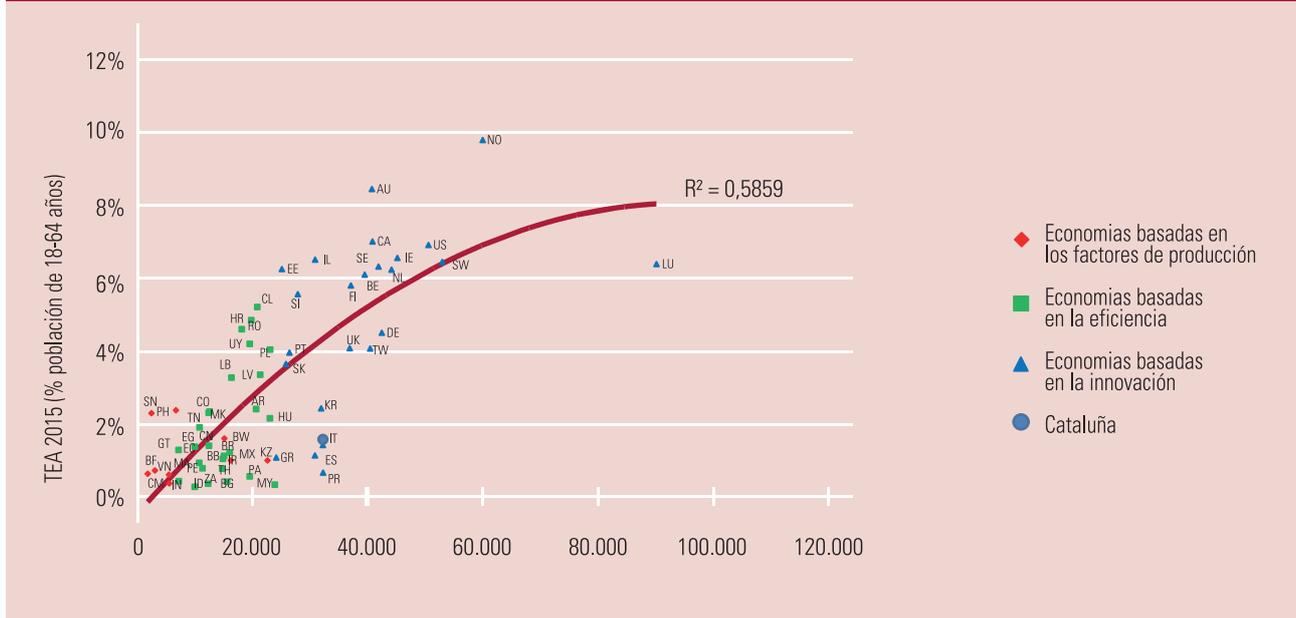


Gráfico 3.22. Relación entre el indicador EEA (2015) y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2014)



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

La dimensión internacional del proyecto GEM posibilita la comparación de la situación en Cataluña con los indicadores de otros entornos. Aunque en los apartados anteriores ya se han ido introduciendo datos de España, Europa y países GEM con economías basadas en la innovación, 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) y de las comunidades autónomas del Estado español.

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 más necesidad de emprender debido a la falta de otras oportunidades, 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 21,4%, pasando a 14,7% 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 3.23 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 un coeficiente de determinación en 2015 del 0,307. 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 Canadá (14,7%), Australia (12,8%), Estados Unidos (11,9) e Israel (11,8%), que son los que “tiran” de la curva hacia arriba, en contraposición de la mayoría de países europeos.

En la comparación autonómica Cataluña aparece en los primeros lugares en todas las etapas del proceso emprendedor (gráficos 3.24 y 3.25): primera en emprendedores potenciales, segunda en emprendedores nacientes, quinta en TEA, sexta en consolidados y tercera con menos abandonos.

No obstante, en la comparación internacional con los países GEM de economías basadas en la innovación sucede lo contrario, apareciendo en la franja baja en emprendedores potenciales, nacientes y TEA. Aunque es la cuarta en consolidados, la octava en nuevos y la segunda con menos abandonos.

Si se comparan los datos de Cataluña con los de Europa, se detecta un mayor dinamismo en esta última. Aunque la TEA es bastante similar, la media de los países GEM de Europa con economías basadas en la innovación casi duplica en intención emprendedora (emprendedores potenciales) a Cataluña (13,1% vs 7,5%) y en emprendedores nacientes (4,8% vs 2,7%); es algo más de la mitad en emprendedores consolidados (6,5% vs 10,0%) y casi la triplica en abandonos (2,7% vs 1,0%). Así como también la triplica en intraemprendedores (4,6% vs 1,5%). Valores que reflejan comportamientos y estructuras empresariales muy diferentes.

Gráfico 3.23. Relación entre el indicador TEA (2015) y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2014)

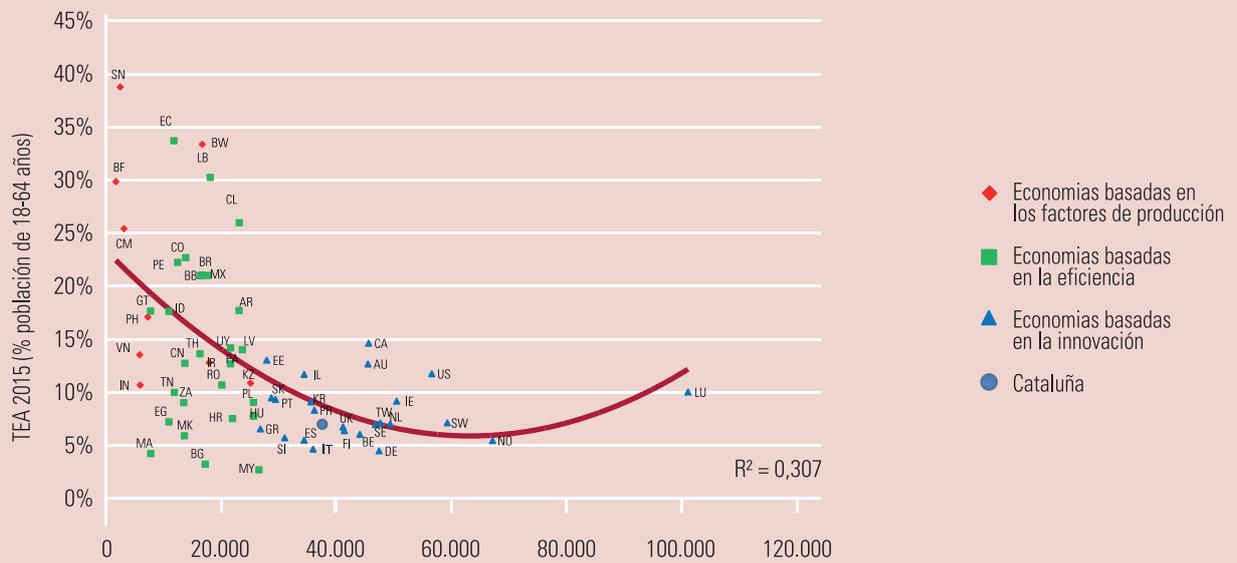


Tabla 3.1. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados, abandonos y cierres de actividad empresarial en 2015 clasificados por tipo de economía

|   |                | Emprendedor potencial | Emprendedor naciente | Emprendedor nuevo | TEA  | Empresario consolidado | Abandono empresarial | Cierres |
|---|----------------|-----------------------|----------------------|-------------------|------|------------------------|----------------------|---------|
| Economías basadas en los factores de producción | Promedio       | 43,3                  | 12,9                 | 9,2               | 21,4 | 12,5                   | 8,1                  | 5,7     |
|   | Botsuana       | 65,0                  | 23,0                 | 11,9              | 33,2 | 4,6                    | 14,7                 | 12,3    |
|   | Burkina Faso   | 64,5                  | 19,7                 | 11,2              | 29,8 | 27,8                   | 8,1                  | 5,6     |
|   | Camerún        | 40,6                  | 16,5                 | 10,0              | 25,4 | 12,9                   | 9,0                  | 7,0     |
|   | Filipinas      | 45,6                  | 7,6                  | 10,1              | 17,2 | 7,3                    | 12,2                 | 8,4     |
|   | India          | 13,4                  | 7,7                  | 3,2               | 10,8 | 5,5                    | 2,3                  | 1,8     |
|   | Irán           | 37,8                  | 7,9                  | 5,3               | 12,9 | 14,0                   | 6,7                  | 4,1     |
|   | Kazajstán      | 23,7                  | 8,0                  | 3,2               | 11,0 | 2,4                    | 3,0                  | 2,3     |
|   | Senegal        | 73,0                  | 24,9                 | 15,0              | 38,6 | 18,8                   | 13,3                 | 7,9     |
|   | Vietnam        | 26,2                  | 1,0                  | 12,7              | 13,7 | 19,6                   | 3,7                  | 2,3     |
| Economías basadas en la eficiencia              | Promedio       | 28,7                  | 8,5                  | 6,6               | 14,7 | 8,5                    | 4,7                  | 3,3     |
|   | Argentina      | 30,9                  | 11,7                 | 6,3               | 17,7 | 9,5                    | 6,3                  | 4,1     |
|   | Barbados       | 24,7                  | 11,5                 | 10,7              | 21,1 | 14,1                   | 3,8                  | 3,3     |
|   | Brasil         | 23,5                  | 6,7                  | 14,9              | 21,0 | 18,9                   | 6,7                  | 4,7     |
|   | Bulgaria       | 6,4                   | 2,0                  | 1,5               | 3,5  | 5,4                    | 1,4                  | 1,2     |
|   | Chile          | 52,2                  | 16,5                 | 9,8               | 25,9 | 8,2                    | 8,5                  | 6,0     |
|   | China          | 23,8                  | 6,8                  | 6,3               | 12,8 | 3,1                    | 2,7                  | 1,9     |
|   | Colombia       | 51,8                  | 15,6                 | 7,5               | 22,7 | 5,2                    | 7,2                  | 4,7     |
|   | Croacia        | 20,9                  | 5,1                  | 2,6               | 7,7  | 2,8                    | 2,9                  | 1,7     |
|   | Ecuador        | 49,0                  | 25,9                 | 9,8               | 33,6 | 17,4                   | 8,4                  | 6,4     |
|   | Egipto         | 39,5                  | 4,0                  | 3,4               | 7,4  | 2,9                    | 6,2                  | 4,8     |
|   | Guatemala      | 40,7                  | 10,8                 | 7,6               | 17,7 | 8,1                    | 4,0                  | 2,9     |
|   | Hungría        | 17,1                  | 5,3                  | 2,7               | 7,9  | 6,5                    | 2,8                  | 2,1     |
|   | Indonesia      | 30,9                  | 6,1                  | 12,1              | 17,7 | 17,2                   | 3,7                  | 2,7     |
|   | Letonia        | 23,5                  | 8,6                  | 6,0               | 14,1 | 9,6                    | 3,4                  | 2,5     |
|   | Líbano         | 47,8                  | 10,8                 | 20,4              | 30,2 | 18,0                   | 10,6                 | 4,4     |
|   | Macedonia      | 24,4                  | 3,0                  | 3,1               | 6,1  | 5,9                    | 2,3                  | 2,1     |
|   | Malasia        | 6,6                   | 0,8                  | 2,3               | 2,9  | 4,8                    | 1,1                  | 1,0     |
|   | Marruecos      | 30,5                  | 1,3                  | 3,2               | 4,4  | 5,2                    | 2,2                  | 1,8     |
|   | México         | 18,8                  | 16,2                 | 5,0               | 21,0 | 6,9                    | 6,3                  | 4,9     |
|   | Panamá         | 16,8                  | 5,2                  | 7,7               | 12,8 | 4,2                    | 2,2                  | 1,8     |
|   | Perú           | 44,4                  | 17,8                 | 4,9               | 22,2 | 6,6                    | 8,8                  | 6,7     |
| Polonia   | 22,4           | 5,7                   | 3,5                  | 9,2               | 5,9  | 2,7                    | 2,1                  |         |
| Rumania   | 31,1           | 6,1                   | 5,1                  | 10,8              | 7,5  | 3,3                    | 2,6                  |         |
| Sudáfrica                                       | 13,0           | 5,5                   | 3,8                  | 9,2               | 3,4  | 4,9                    | 4,0                  |         |
| Tailandia                                       | 20,0           | 4,5                   | 9,5                  | 13,7              | 24,6 | 3,4                    | 2,4                  |         |
| Túnez   | 33,7           | 5,4                   | 4,9                  | 10,1              | 5,0  | 7,0                    | 3,3                  |         |
| Uruguay   | 31,2           | 10,6                  | 3,8                  | 14,3              | 2,1  | 4,8                    | 3,0                  |         |
| Economías basadas en la innovación              | Promedio       | 14,2                  | 5,3                  | 3,4               | 8,5  | 6,8                    | 2,8                  | 1,8     |
|   | Alemania       | 9,2                   | 2,8                  | 1,9               | 4,7  | 4,8                    | 1,9                  | 1,3     |
|   | Australia      | 17,0                  | 7,3                  | 5,8               | 12,8 | 8,7                    | 4,5                  | 2,9     |
|   | Bélgica        | 12,7                  | 4,5                  | 2,0               | 6,2  | 3,8                    | 1,9                  | 1,0     |
|   | Canadá         | 17,4                  | 9,7                  | 5,5               | 14,7 | 8,9                    | 4,9                  | 2,7     |
|   | Corea          | 9,8                   | 5,0                  | 4,3               | 9,3  | 7,0                    | 2,0                  | 1,1     |
|   | Cataluña       | 7,5                   | 2,7                  | 3,7               | 6,4  | 10,0                   | 1,0                  | 0,5     |
|   | Eslovaquia     | 18,8                  | 6,5                  | 3,4               | 9,6  | 5,7                    | 5,4                  | 3,5     |
|   | Eslovenia      | 10,0                  | 3,2                  | 2,8               | 5,9  | 4,2                    | 1,8                  | 1,1     |
|   | España         | 6,1                   | 2,1                  | 3,6               | 5,7  | 7,7                    | 1,6                  | 1,1     |
|   | Estados Unidos | 17,1                  | 8,3                  | 4,0               | 11,9 | 7,3                    | 3,6                  | 2,2     |
|   | Estonia        | 19,0                  | 8,7                  | 4,7               | 13,1 | 7,7                    | 2,0                  | 1,4     |
|   | Finlandia      | 13,4                  | 4,0                  | 2,8               | 6,6  | 10,2                   | 2,7                  | 1,5     |
|   | Grecia         | 10,7                  | 3,9                  | 2,8               | 6,8  | 13,1                   | 3,4                  | 3,0     |
|   | Irlanda        | 18,5                  | 6,5                  | 3,0               | 9,3  | 5,6                    | 3,1                  | 2,1     |
|   | Israel         | 26,3                  | 8,4                  | 3,7               | 11,8 | 3,9                    | 4,5                  | 3,5     |
|   | Italia         | 9,6                   | 3,2                  | 1,7               | 4,9  | 4,5                    | 1,9                  | 1,4     |
|   | Luxemburgo     | 19,1                  | 7,1                  | 3,2               | 10,2 | 3,3                    | 4,2                  | 2,9     |
|   | Noruega        | 6,1                   | 2,3                  | 3,3               | 5,7  | 6,5                    | 1,6                  | 1,1     |
|   | Países Bajos   | 11,1                  | 4,2                  | 3,0               | 7,2  | 9,9                    | 2,1                  | 1,7     |
|   | Portugal       | 18,7                  | 5,6                  | 4,0               | 9,5  | 7,0                    | 3,2                  | 2,3     |
|   | Puerto Rico    | 14,6                  | 6,6                  | 1,9               | 8,5  | 1,4                    | 0,9                  | 0,6     |
| Reino Unido                                     | 9,4            | 4,0                   | 2,9                  | 6,9               | 5,3  | 2,3                    | 1,5                  |         |
| Suecia  | 10,1           | 4,8                   | 2,6                  | 7,2               | 5,2  | 2,7                    | 1,9                  |         |
| Suiza   | 9,5            | 4,6                   | 2,8                  | 7,3               | 11,3 | 1,7                    | 1,0                  |         |
| Taiwán  | 27,5           | 2,5                   | 4,8                  | 7,3               | 9,6  | 3,8                    | 1,5                  |         |

Gráfico 3.24. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación), y respecto de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes y nuevos, 2015

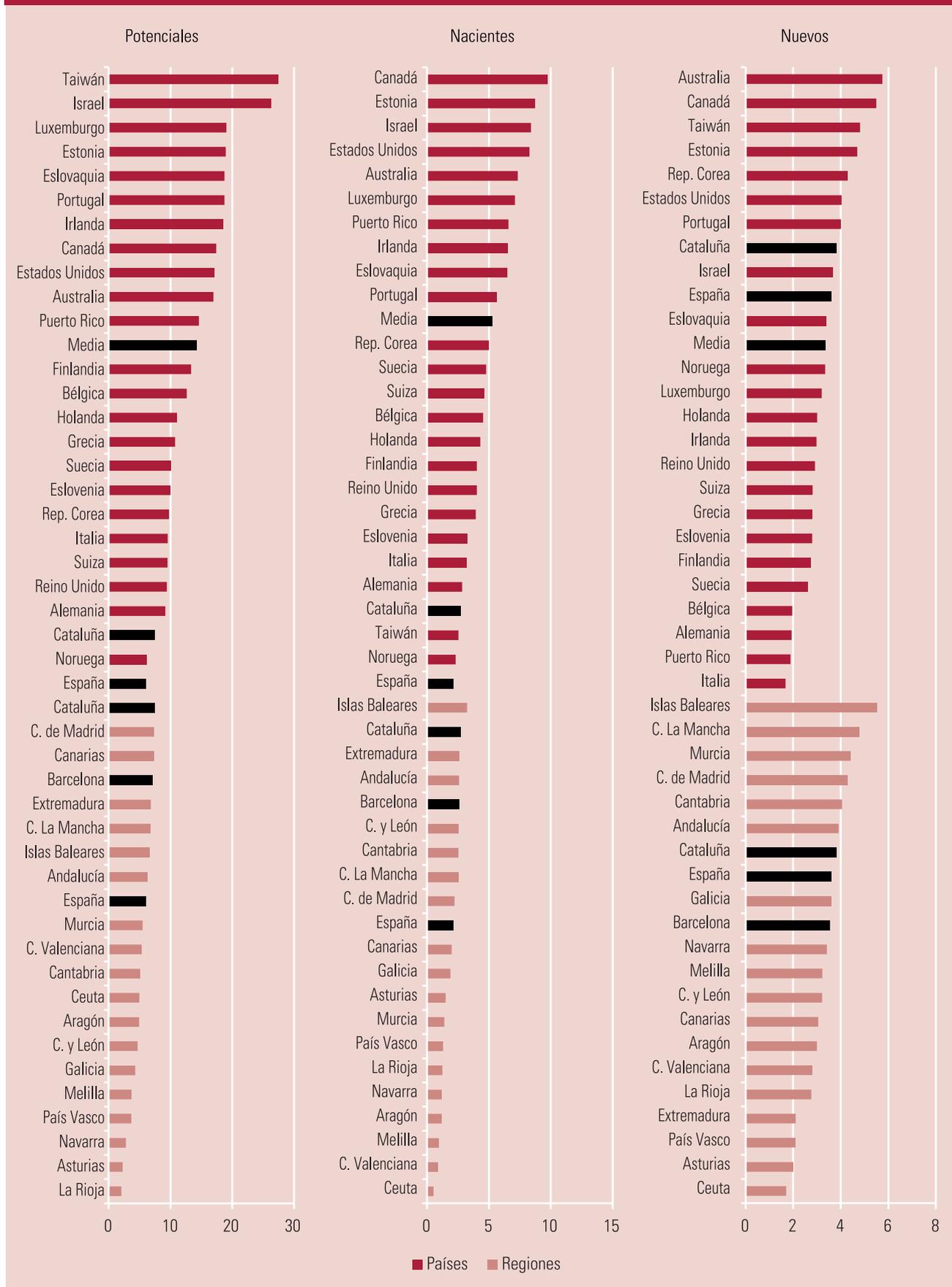
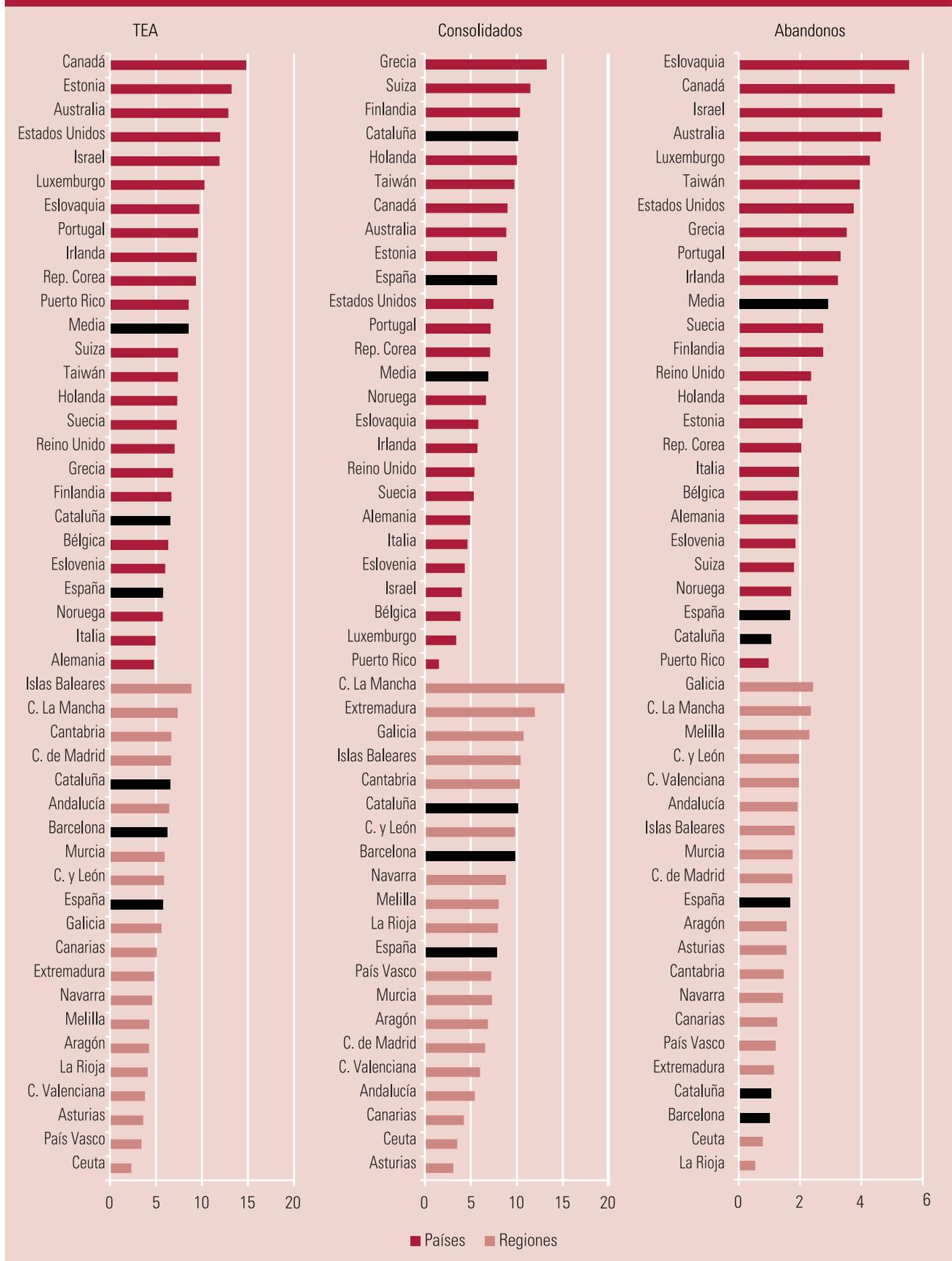


Gráfico 3.25. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación) y respecto de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en abandonos de empresas, 2015



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

En este apartado se analiza el perfil de las empresas creadas por los emprendedores en Cataluña. En concreto, se examinan la motivación para crear el negocio, el sector de actividad de la empresa, la financiación utilizada para lanzarla, su tamaño inicial y aspiraciones de crecimiento, así como su grado de orientación innovadora e internacional. Todos estos factores 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.

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

En la literatura sobre la actividad emprendedora se han identificado dos grupos de factores que llevan a las personas a crear su propia empresa. Por una parte, la decisión de lanzar una empresa puede resultar de factores positivos, como aprovechar una oportunidad de negocio, poner en práctica las propias ideas o lograr una mayor realización personal. En estos casos, el emprendedor se ve "atraído" por estas perspectivas y, por ello, hablamos de creación por oportunidad. Por otra parte, hay ocasiones en que predominan los factores negativos sobre los positivos como motivos principales para la creación de la empresa. Entre los negativos, figuran el despido, el desempleo o la marginación social. Así, la falta de otras alternativas personales "empuja" a las personas a establecer su propia empresa como medio de subsistencia. Por ello, en estos casos hablamos de creación por necesidad.

Estos dos grupos de factores no sólo son importantes para explicar la creación, sino que también influyen en el crecimiento y desempeño de la nueva empresa. 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 influyen sobre el nivel de crecimiento del nuevo negocio. Así, la creación por oportunidad, en oposición a la creación por necesidad, constituye uno de los principales determinantes de la probabilidad de crecimiento de la empresa recién creada.

Los resultados del proyecto GEM en Cataluña en 2015 muestran que los encuestados declaran mayormente que su principal motivación para la creación de su empresa fue por oportunidad, sea pura o en parte. El porcentaje que representa la motivación por oportunidad pura es superior en los consolidados, seguidos por los que están en fase inicial y los nuevos y, finalmente, los nacientes (Gráfico 4.1). La situación en Barcelona es similar ya que también se observa una preponderancia de la motivación por oportunidad (Gráfico 4.2).

Gráfico 4.1. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2015 según el motivo para emprender

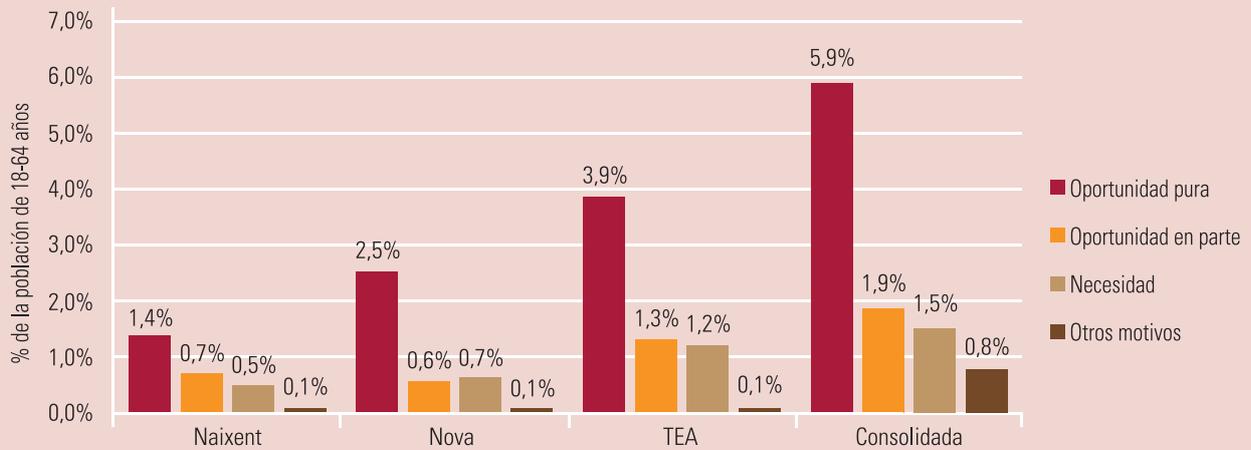
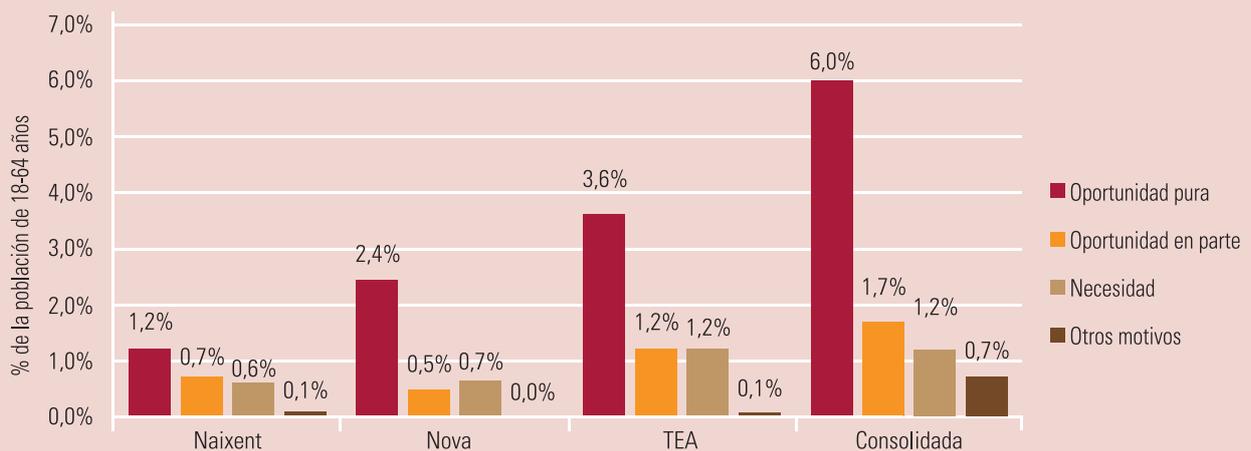


Gráfico 4.2. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2015 según el motivo para emprender



En este sentido, el tipo de comportamiento emprendedor en la población adulta catalana en fase inicial (TEA) muestra que alrededor del 80% de los emprendedores en Cataluña y Barcelona declara que el principal motivo de la creación fue aprovechar una oportunidad de negocio (Gráficos 4.3 y 4.4). Entre este grupo de emprendedores, la mayoría busca mayor independencia (57,1% en Cataluña y 58,4% en Barcelona) o aumentar los ingresos (28,6% y 31,3%).

Gráfico 4.3. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender, 2015

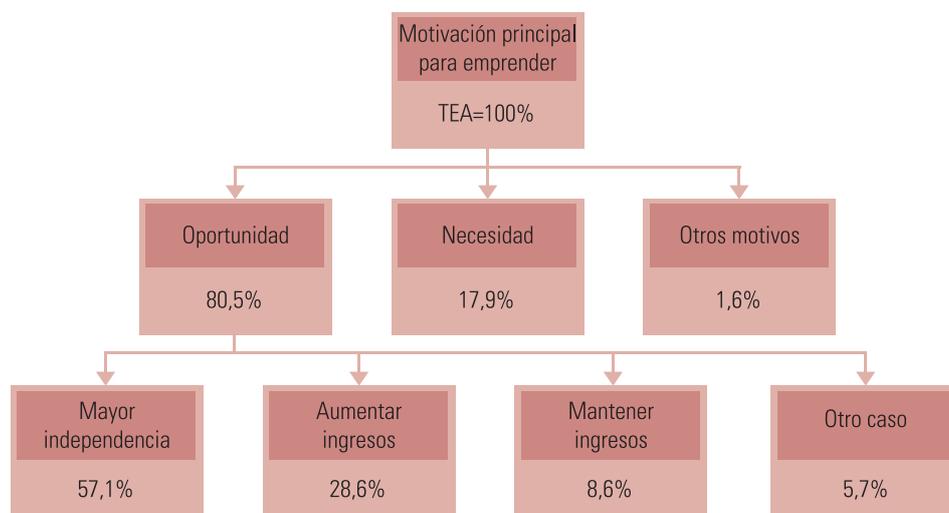
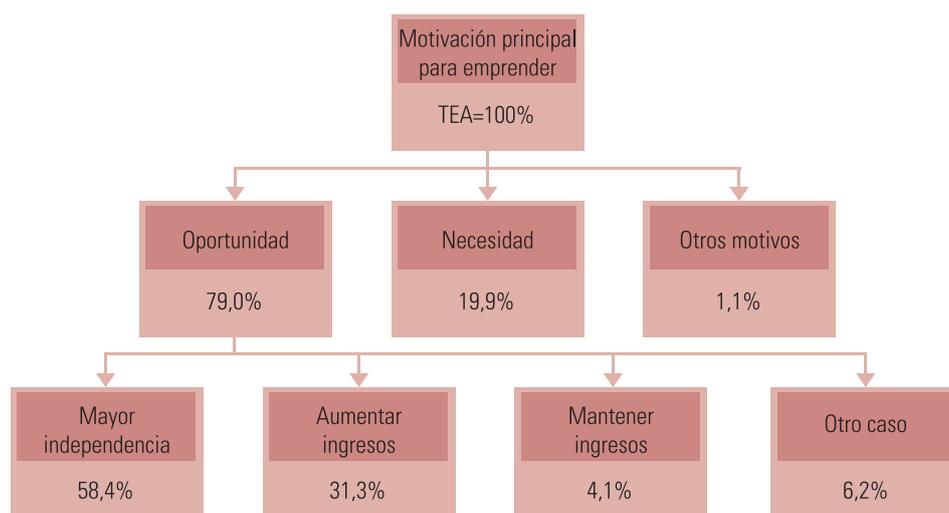


Gráfico 4.4. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender, 2015



El porcentaje de población adulta catalana que en 2015 fue identificada como emprendedor en fase inicial (TEA) (6,5%) se clasifica en un 5,2% motivado por oportunidad, un 1,2% por necesidad y un 0,1% son emprendedores por otros motivos (Gráfico 4.5). En Barcelona el porcentaje de motivación por oportunidad se sitúa en el 4,9% de la población adulta (Gráfico 4.6). Si observamos la evolución de los últimos años de estos índices, en el año 2015 la motivación por oportunidad se mantiene en un nivel idéntico al del año pasado tanto en Cataluña como en Barcelona y superior al del 2013 en que hubo un descenso considerable. Al mismo tiempo, cabe destacar que la motivación por necesidad disminuye de forma remarcable en 2015, tras el máximo que alcanzó en 2014 y después de unos años de aumento casi continuado desde 2010.

Gráfico 4.5. Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2005-2015 según el motivo para emprender



Gráfico 4.6. Evolución del índice TEA en Barcelona durante el periodo 2005-2015 según el motivo para emprender



Estos resultados positivos también se reflejan al comparar la evolución del índice TEA en Barcelona, Cataluña, España y UE y países basados en la innovación en los últimos once años según el motivo para emprender. Así, el porcentaje de población que crea por oportunidad en Cataluña (5,2%) está próximo al de los países de la UE basados en la innovación (5,8%) y es superior al de España (4,2%) (Gráfico 4,7). Después de las bajas cotas de años como el 2010 y el 2013, en los dos últimos años se apunta una mejora de este indicador.

Más importante aún es la disminución del porcentaje de creación por necesidad en Cataluña que se sitúa por debajo de los niveles de España y la UE. Es decir, hay una menor proporción de emprendedores catalanes en fase inicial que se ven obligados a crear su negocio porque no tienen otras alternativas (Gráfico 4.9). Los resultados en Barcelona están en la misma línea que los de Cataluña. En ambos casos, la tendencia creciente durante la crisis (en especial de 2009 a 2012) no solo se frenó en 2013-2014 sino que este año decrece considerablemente, tal y como se ha apuntado en el capítulo 2 de este informe.

Asimismo, al desglosar las razones que se contemplan en la creación por oportunidad se puede apreciar que continúa creciendo la proporción de emprendedores motivados por una mayor independencia, llegando a alcanzar un 57,1% del total (Gráfico 4.8). Este porcentaje está muy por encima del que se observó en los años de crisis y se sitúa a los niveles de hace diez años.

Por otra parte, la evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2006-2015 según el motivo para emprender y la fase del proceso emprendedor indica que el aumento de la creación por oportunidad se produce en los emprendedores nuevos y consolidados (Gráfico 4.10).

Gráfico 4.7. Evolución del índice TEA en Cataluña, España, países de la UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2005-2015 cuando el motivo para emprender es por oportunidad

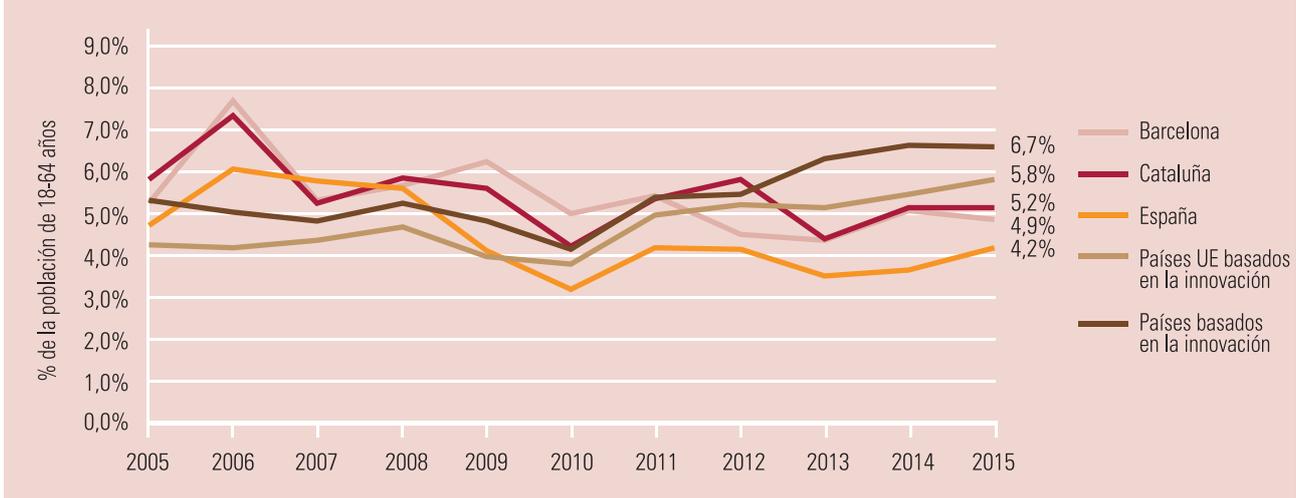


Gráfico 4.8. Evolución el porcentaje del índice TEA por oportunidad en Cataluña durante el periodo 2005-2015 según las razones dadas para emprender

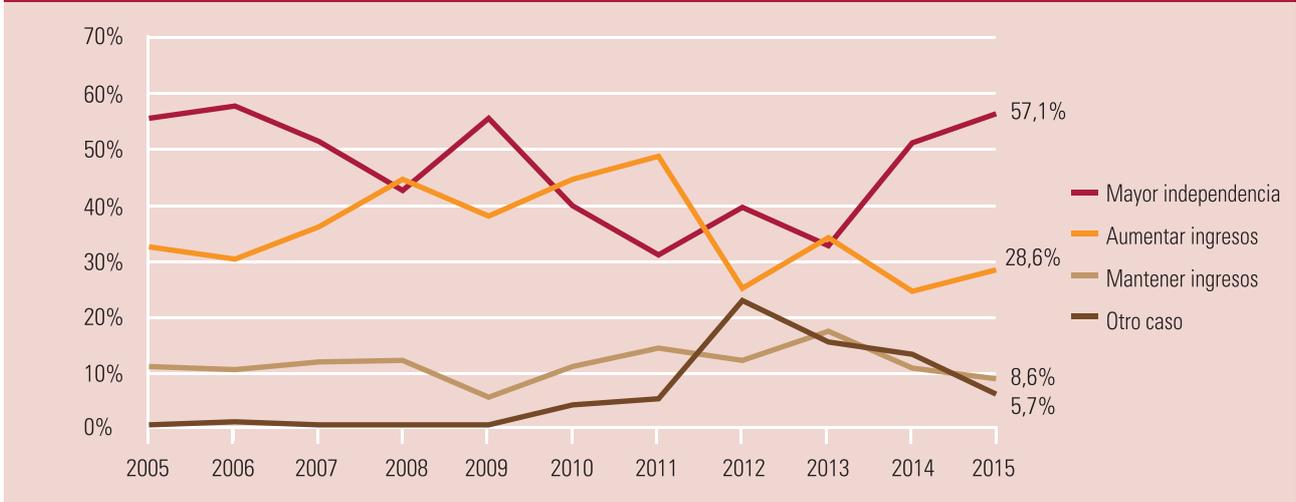


Gráfico 4.9. Evolución del índice TEA en Barcelona, Cataluña, España, países de la UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2005-2015 cuando el motivo para emprender es por necesidad

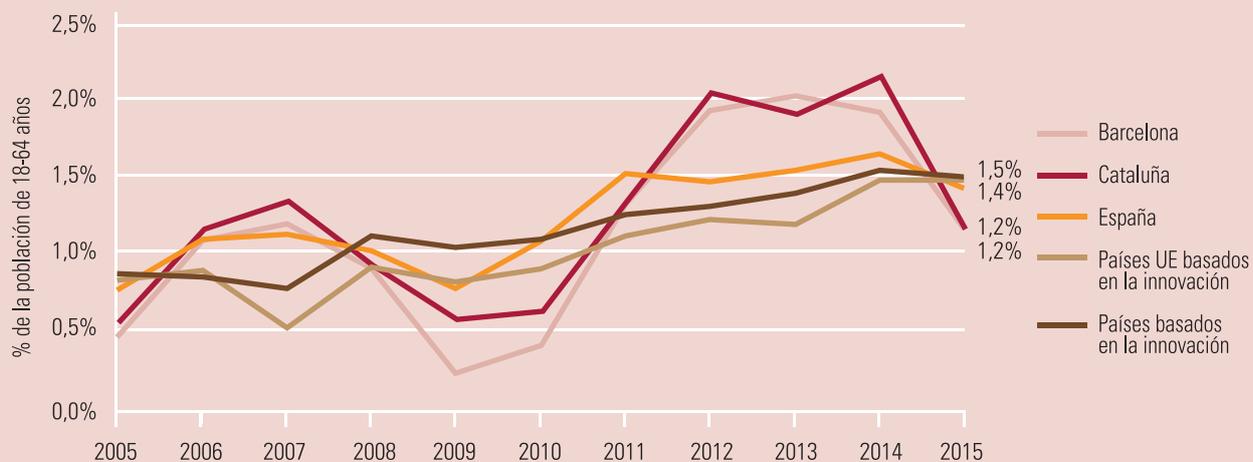
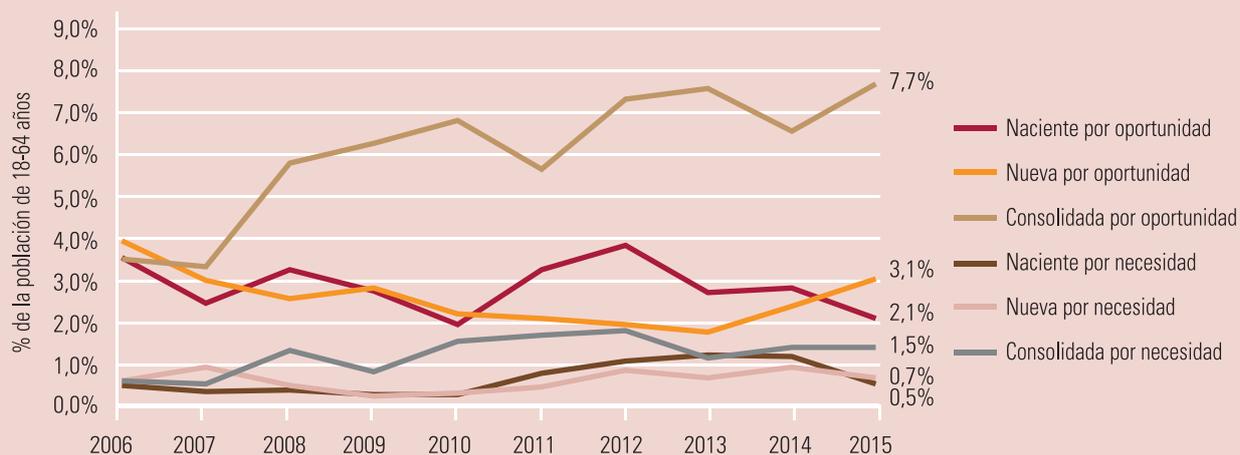


Gráfico 4.10. Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2006-2015 según el motivo para emprender y la fase del proceso emprendedor



Para complementar el análisis de la tendencia respecto a los motivos para crear una empresa, calculamos la ratio resultante del cociente entre la tasa de actividad por oportunidad y la tasa de actividad por necesidad. Este indicador puede servir como una aproximación a la calidad y sostenibilidad de la actividad emprendedora: a mayor ratio, mayor se considera la calidad de la creación de empresas. Los resultados confirman la tendencia positiva apuntada anteriormente, dado que en 2015 se produce un aumento considerable en Cataluña que sitúa dicha ratio al mismo nivel que las economías basadas en la innovación (4,49) y por encima de la media de la UE (3,98) y de España (2,96) (Gráfico 4.11). Además, en todas las fases del proceso emprendedor se observa un incremento de esta ratio, más pronunciado en los emprendedores nuevos y nacientes y un poco menos en los consolidados, los cuales continúan con un valor superior (5,30) al de los otros dos grupos (ratio de 4,35 en nuevos y de 3,84 en nacientes) (Gráfico 4.12).

En definitiva, los resultados parecen apuntar a una mejora de la calidad del emprendimiento en Cataluña y Barcelona desde el punto de vista de la motivación para crear la empresa.

Gráfico 4.11. Evolución de la ratio Oportunidad/Necesidad como indicativo de la calidad del emprendimiento durante el periodo 2005-2015 en Cataluña, España, países de la UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación



Gráfico 4.12. Evolución de la ratio Oportunidad/Necesidad como indicativo de la calidad del emprendimiento en Cataluña durante el periodo 2006-2015 según la fase del proceso emprendedor



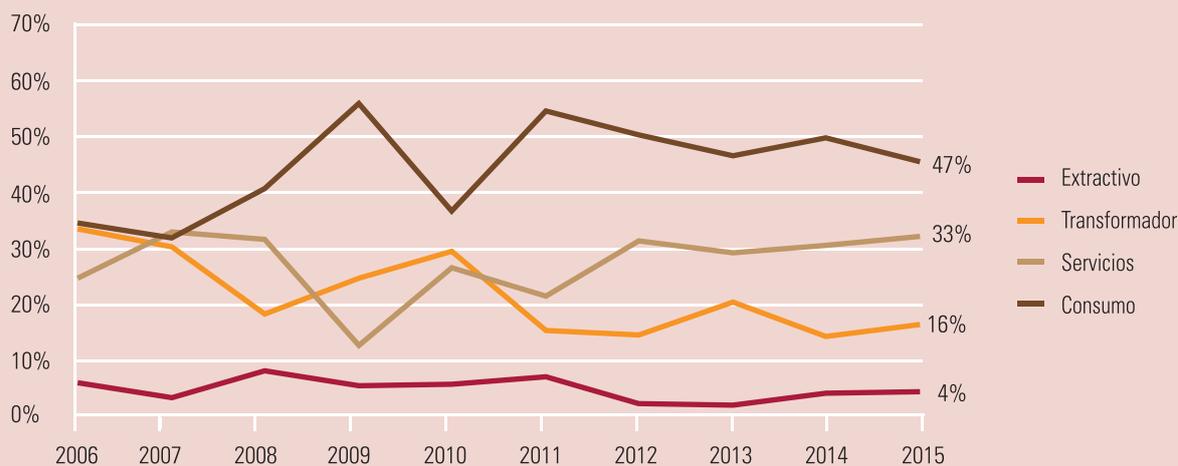
## 4.2. Aspectos generales del negocio

Una vez presentado el perfil motivacional de los emprendedores, pasamos a continuación a describir el perfil de las empresas que éstos han creado. En primer lugar, es necesario examinar la distribución sectorial de estos 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. En segundo lugar, el proyecto GEM también incluye el tamaño inicial de la nueva empresa en términos del número de trabajadores. Esta variable supone un indicador inicial 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 industriales que en el caso de empresas de comercio y servicios.

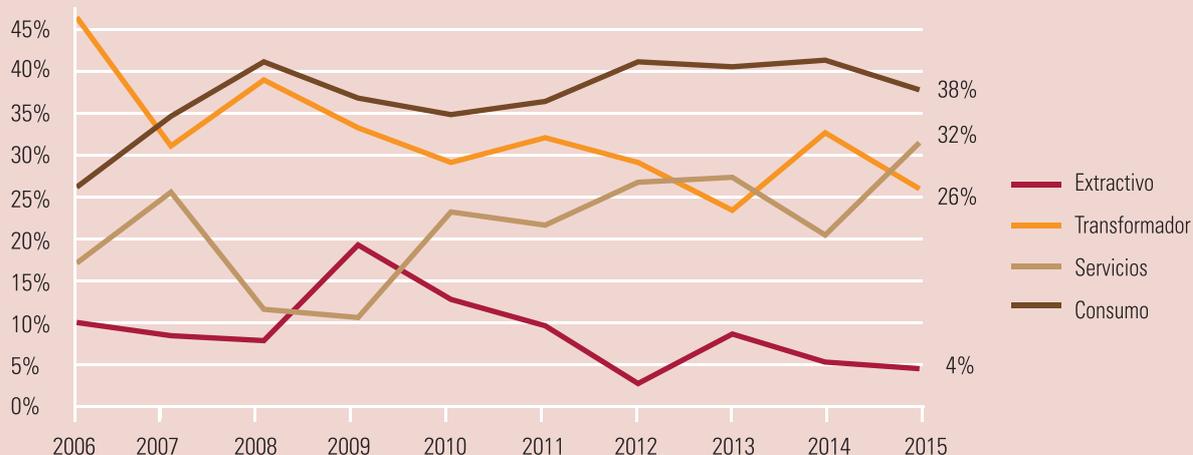
Los resultados del proyecto GEM sobre el sector de actividad confirman que los nuevos negocios se concentran en el sector terciario (Gráfico 4.13), tal como viene siendo habitual desde hace ya varios años. Así, en 2015 un poco menos de la mitad de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) se enmarca en el comercio de bienes de consumo (47%) y un tercio guarda relación con la prestación de servicios a empresas (33%). Las actividades transformadoras (como la industria manufacturera) representan un 16%, 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.

Gráfico 4.13. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2015



En el caso de los emprendedores consolidados, en el 2015 disminuye la proporción de negocios orientados al consumo, mientras que gana peso el sector de servicios a empresas, el cual supera a las actividades transformadoras (Gráfico 4.14). No obstante, la distribución entre estos tres grupos de sectores es relativamente equilibrada ya que el comercio de bienes de consumo representa un 38%, los servicios a empresas un 32% y las actividades transformadoras un 26%.

Gráfico 4.14. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2015



Respecto al tamaño de los nuevos negocios, el proyecto GEM contempla el número de trabajadores en el momento de la creación. Los resultados del año 2015 indican un claro descenso del porcentaje de emprendedores que no contratan empleados. Este resultado se observa tanto en el caso de los emprendedores en fase inicial (TEA) como en los consolidados, aunque es más acusado en el caso de los primeros (Gráfico 4.15

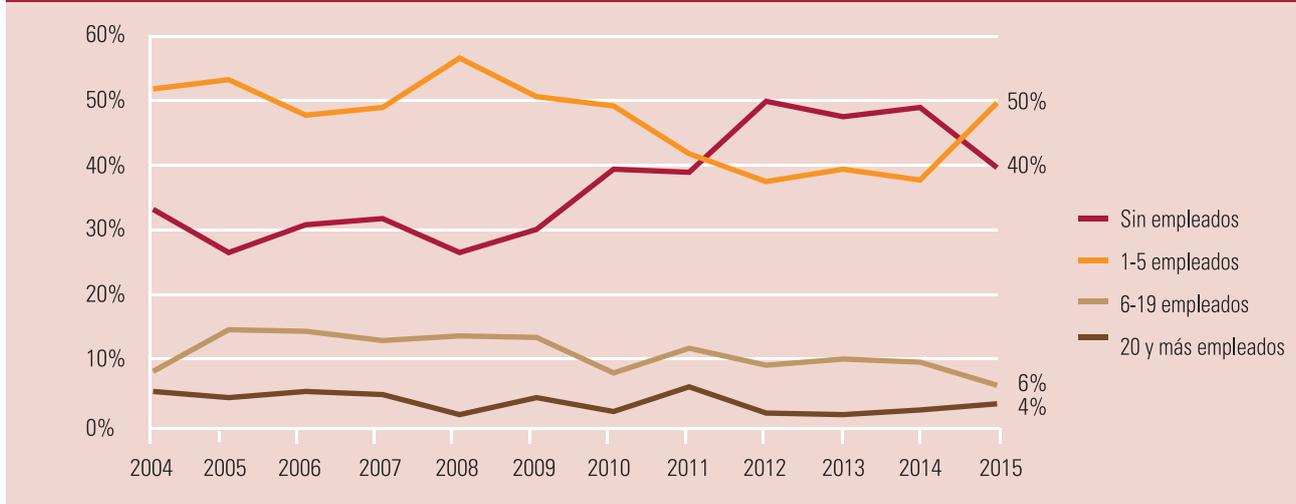
y Gráfico 4.16). Esta disminución va acompañada de un aumento considerable de la proporción de emprendedores que tienen entre 1 y 5 empleados. Así, en el grupo de emprendedores en fase inicial (TEA) el porcentaje de los que cuentan con 1 a 5 empleados se sitúa al mismo nivel que los que no tienen empleados (48%), tras cinco años en que éstos últimos tenían un peso superior. En el caso de los emprendedores consolidados, también es interesante observar que los negocios que cuentan con más de 5 empleados suponen un 50% del total, mientras que la proporción de emprendedores sin empleados desciende hasta el 40%. Además, el porcentaje de empresas con 20 o más empleados dentro del grupo de los emprendedores consolidados crece hasta situarse en el 4%.

Por lo tanto, los datos del proyecto GEM de 2015 sobre el tamaño en empleo parecen romper la tendencia de los últimos años hacia un menor tamaño medio de los nuevos negocios. Aunque el tamaño inicial de las nuevas empresas continúa siendo pequeño en promedio, los resultados parecen apuntar hacia un aumento del número de empleados de las empresas catalanas de reciente creación.

Gráfico 4.15. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2015



Gráfico 4.16. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2015



### 4.3. Financiación de la actividad emprendedora naciente

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 en términos de crecimiento e internacionalización.

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 2015 el capital semilla de los proyectos nacientes fue de 92.934 euros en promedio (Tabla 4.1). Este valor medio es claramente superior al del año 2014 que era de 55.283 euros. Ahora bien, existe una gran dispersión en las necesidades de capital de los distintos proyectos y, por ello, el capital semilla oscila entre 300 euros como mínimo y 1.000.000 de 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 la demarcación de Barcelona tanto la media (92.543 euros) como la mediana (20.000 euros) del capital total necesario para arrancar el negocio son iguales o muy similares a las de Cataluña (Tabla 4.2).

Por otra parte, en el 2015 cerca del 70% del capital semilla para proyectos nacientes fue aportado por los propios emprendedores, siendo exactamente del 68,3% en Cataluña y del 69,3% en Barcelona. Sin embargo, al menos uno de cada cuatro emprendedores aportaron el 100% del capital semilla con fondos propios, tanto en Cataluña como en Barcelona. Estos resultados son muy parecidos a los alcanzados en los últimos años en cuanto a la demanda de financiación de la actividad emprendedora.

Desde el punto de vista de la oferta de financiación se observa que el porcentaje de población que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años continúa con la tendencia creciente y ha aumentado en 2015, al igual que ya lo hizo en 2014 y después del descenso que se produjo en 2013 (Gráfico 4.17). En Barcelona, no obstante, se aprecia un ligero descenso con respecto al año 2014. En concreto, los porcentajes de población que manifiestan haber invertido dinero en nuevas empresas en el año 2015 son del 4,4% y 4,1% para Barcelona y Cataluña, respectivamente.

Tabla 4.1. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña en 2015

|                     | Capital total necesario para arrancar el negocio | Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes | Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes |
|---------------------|--|--|---|
| Media               | 92.934   | 36.833   | 68,3  |
| Desviación estándar | 187.338  | 85.299   | 34,4  |
| Mínimo              | 300  | 300  | 3,0   |
| Percentil 05        | 3.000  | 1.000  | 11,3  |
| Percentil 10        | 5.000  | 2.000  | 25,0  |
| Percentil 25        | 8.000  | 5.000  | 33,3  |
| Mediana             | 20.000   | 15.000   | 100,0   |
| Percentil 75        | 70.000   | 27.000   | 100,0   |
| Percentil 90        | 300.000  | 60.000   | 100,0   |
| Percentil 95        | 500.000  | 100.000  | 100,0   |
| Máximo              | 1.000.000  | 500.000  | 100,0   |

Tabla 4.2. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Barcelona en 2015

|                     | Capital total necesario para arrancar el negocio | Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes | Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes |
|---------------------|--|--|---|
| Media               | 92.543   | 34.043   | 69,3  |
| Desviación estándar | 205.441  | 87.526   | 33,9  |
| Mínimo              | 2.000  | 1.000  | 3,0   |
| Percentil 05        | 3.000  | 1.500  | 10,0  |
| Percentil 10        | 5.000  | 2.000  | 25,0  |
| Percentil 25        | 6.000  | 5.000  | 40,0  |
| Mediana             | 20.000   | 10.000   | 100,0   |
| Percentil 75        | 60.000   | 25.000   | 100,0   |
| Percentil 90        | 300.000  | 60.000   | 100,0   |
| Percentil 95        | 700.000  | 100.000  | 100,0   |
| Máximo              | 1.000.000  | 500.000  | 100,0   |

Gráfico 4.17. 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 y Cataluña durante el periodo 2004-2015



#### 4.4. Aspiraciones de la actividad emprendedora

##### 4.4.1. Expectativas de crecimiento

El fenómeno de las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores también se estudia en el proyecto GEM. Esto es así porque la orientación hacia el crecimiento 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. En este sentido, las aspiraciones se consideran una condición necesaria para que un proyecto pueda crecer en sus primeros años de funcionamiento (Wiklund y Shepherd, 2003).

Aunque la proporción de emprendedores con aspiraciones altas de crecimiento sobre el total de emprendedores tiende a ser reducida, la evidencia empírica 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 económico (Henrekson y Johanson, 2010; Storey y Greene, 2010). Por ello, los emprendedores con una orientación hacia el crecimiento suelen ser de especial interés para agentes políticos, consultores y académicos.

Los resultados del proyecto GEM en Cataluña en el año 2015 muestran que las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores catalanes continúan siendo relativamente bajas, pero con una mejora tanto en el grupo

de emprendedores en fase inicial (TEA) como en el de los emprendedores consolidados. En concreto, un 46% de los primeros espera emplear entre 1 y 5 trabajadores en los próximos cinco años (Gráfico 4.18), lo que significa un aumento de seis puntos con respecto al año 2014. También crece el porcentaje de los que prevén emplear entre 6 y 19 empleados, pasando del 9 al 15%. Al mismo tiempo, la proporción de los que no esperan contratar ningún empleado disminuye claramente ya que en 2014 era del 32% y en 2015 se sitúa en el 25%.

Estos emprendedores en fase inicial (TEA) son más optimistas que los emprendedores consolidados. Sin embargo, entre éstos últimos también hay cierta tendencia al aumento de las aspiraciones de crecimiento. En especial, cabe destacar que la proporción de los que esperan contar con 1 a 5 empleados continúa creciendo en el 2015 (41%), manteniendo la tendencia observada el año anterior, de forma que ya supera al porcentaje de los que no prevén contratar empleados (40%) (Gráfico 4.19). Por otra parte, si bien disminuye el porcentaje de consolidados con expectativas de 6 a 19 empleados, se observa un ascenso de los que prevén un tamaño de empleo de 20 o más empleados.

Así pues, la tendencia decreciente de los años de la crisis parece haberse revertido ya que se detecta una mejora en las expectativas de crecimiento de los emprendedores catalanes.

Gráfico 4.18. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño de empleo esperado a cinco años durante el periodo 2006-2015

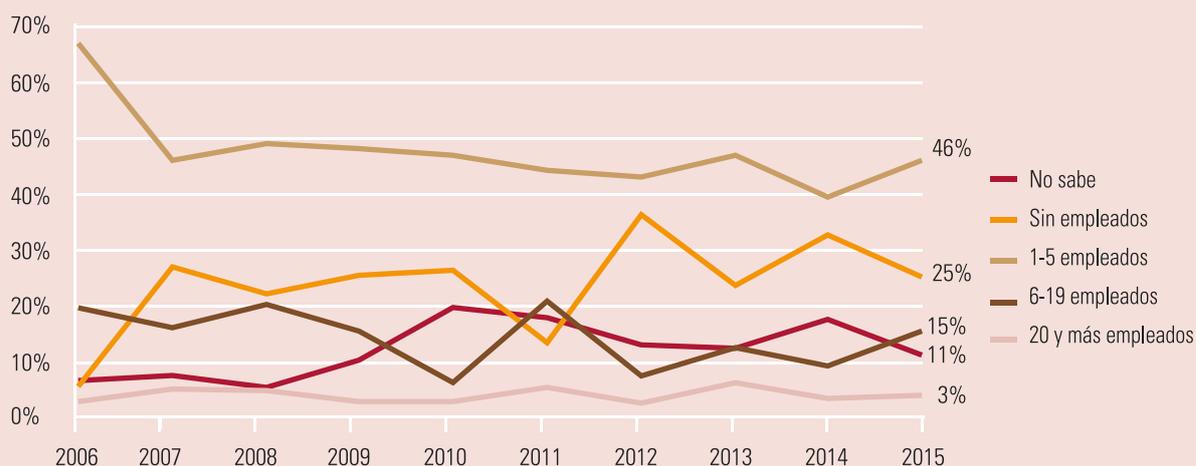
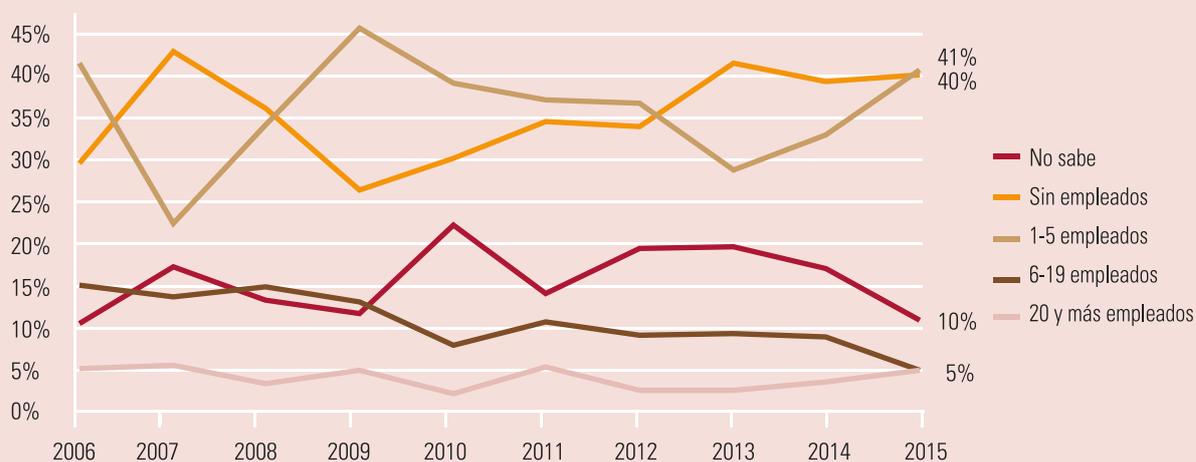


Gráfico 4.19. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2015



#### 4.4.2. 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. 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.

Según los resultados del proyecto GEM en 2015, aunque algo más de la mitad de emprendedores en fase inicial (TEA) (52%) no ha lanzado productos o servicios innovadores (Gráfico 4.20), se produce un aumento de los que manifiestan un mayor grado de novedad de sus productos y servicios. Con respecto al año 2014, se pasa de un 7% a un 13% de los que consideran que el grado de novedad de sus productos es elevado, así como de un 30% a un 34% de los que consideran que su oferta de productos tiene un cierto componente innovador. Estos resultados parecen indicar una tendencia a la mejora con respecto al grado de novedad de los productos y servicios.

Al comparar emprendedores en fase inicial y consolidados, como sería de esperar son los primeros los que declaran en mayor medida lanzar productos y servicios más novedosos que los ya existentes en el mercado. En este sentido, hay un 48% de los primeros que cuentan con cierta o mucha novedad en su oferta frente a un 22% de los consolidados. No obstante, en el grupo de los emprendedores consolidados se aprecia que en 2015 continúa habiendo una tendencia al aumento del porcentaje de los que cuentan con productos y servicios completamente innovadores y, al mismo tiempo, una tendencia a la disminución del porcentaje de los que no tienen una oferta innovadora (Gráfico 4.21).

Gráfico 4.20. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2015



Gráfico 4.21. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2015



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: 55% de los que están en fase inicial y 88% de los consolidados (Gráficos 4.22 y 4.23).

Ahora bien, es importante destacar que, en la misma línea de los resultados relativos a los nuevos productos, los emprendedores en fase inicial (TEA) mejoran en cuanto a la novedad de las tecnologías utilizadas. Así, en 2015 hay un 18% de los emprendedores en fase inicial que manifiesta estar utilizando tecnologías de última generación (de antigüedad inferior a un año), lo que supone el valor máximo en la serie desde el año 2006. Además, aumenta el uso de tecnología de 1 a 5 años y pasa del 16% al 27%. Por todo ello, disminuye en gran medida el porcentaje de los que utilizan tecnologías de más de 5 años, con una caída del 75% al 55%.

En el caso de los emprendedores consolidados, los resultados del año 2015 son similares a los de los años anteriores, aunque con pequeño aumento de los emprendedores que utilizan tecnologías de más de 5 años (del 84% al 88%).

Gráfico 4.22. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2015



Gráfico 4.23. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2015



Un elemento adicional contemplado en el GEM es el nivel de competencia percibida por los emprendedores ya que se trata de un factor que puede afectar a la supervivencia de los nuevos negocios. En concreto, se contemplan tres categorías: mucha, poca o ninguna competencia. Los resultados indican que en 2015 de nuevo se aprecia un cambio con respecto al año anterior, de forma que los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados tienden a percibir una menor competencia en el mercado.

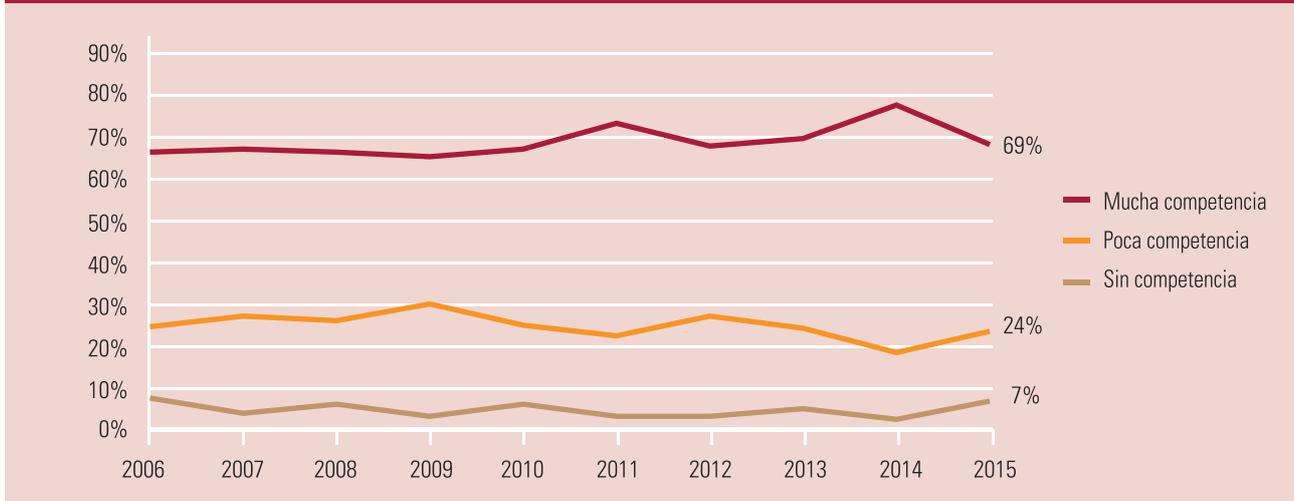
En el caso de los emprendedores en fase inicial, la percepción de poca competencia aumenta, pasando del 32% en 2014 al 40% en 2015, a la par que disminuye la percepción de mucha competencia, con una variación del 56% al 51% (Gráfico 4.24). Los que declaran no tener competencia son el restante 9%, tres puntos por debajo del año anterior.

Las percepciones sobre el nivel de la competencia de los consolidados han sido bastante estables durante los últimos años (Gráfico 4.25). No obstante, de forma similar a lo que ocurre con los emprendedores en fase inicial, en el 2015 disminuyen los que perciben mucha competencia (del 78% al 69%) y aumentan los que declaran tener poca competencia (del 25% al 19%) o ninguna (del 3% al 7%). En conjunto, pues, la competencia percibida por los emprendedores catalanes ha disminuido el último año.

Gráfico 4.24. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2015



Gráfico 4.25. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2015



#### 4.4.3. Orientación internacional

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 suelen ser muy pocas pero tienden a alcanzar un crecimiento y desempeño considerable en sus primeros años de vida (Hisrich, 2013).

El proyecto GEM analiza la orientación internacional de los emprendedores a través del porcentaje de clientes en el extranjero. Los resultados son bastante similares a los que se observan desde hace unos cuantos años. De hecho, desde el año 2009 hasta la actualidad los emprendedores en fase inicial (TEA) que se centran en el mercado doméstico (esto es, que no exportan) representan cifras superiores al 70% (Gráfico 4.26).

En el año 2015 este porcentaje incluso ha aumentado con respecto al año anterior, por cuanto los emprendedores en fase inicial que no exportan son el 79% del total. Además, en los tres 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 5% en 2015. Los emprendedores en fase inicial con una proporción de clientes extranjeros entre el 25 y el 75% son un 3% y las que tienen entre un 1% y un 25% representan un 12%.

Una situación similar se observa en los emprendedores consolidados, dado que el 78% no tiene clientes extranjeros (Gráfico 4.27). El porcentaje con una orientación marcadamente internacional es tan sólo del 2%. El porcentaje de emprendedores consolidados con clientes extranjeros entre el 1 y el 25% alcanza el 17% y, por tanto, es superior al porcentaje observado en los que están en fase inicial.

Gráfico 4.26. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2015

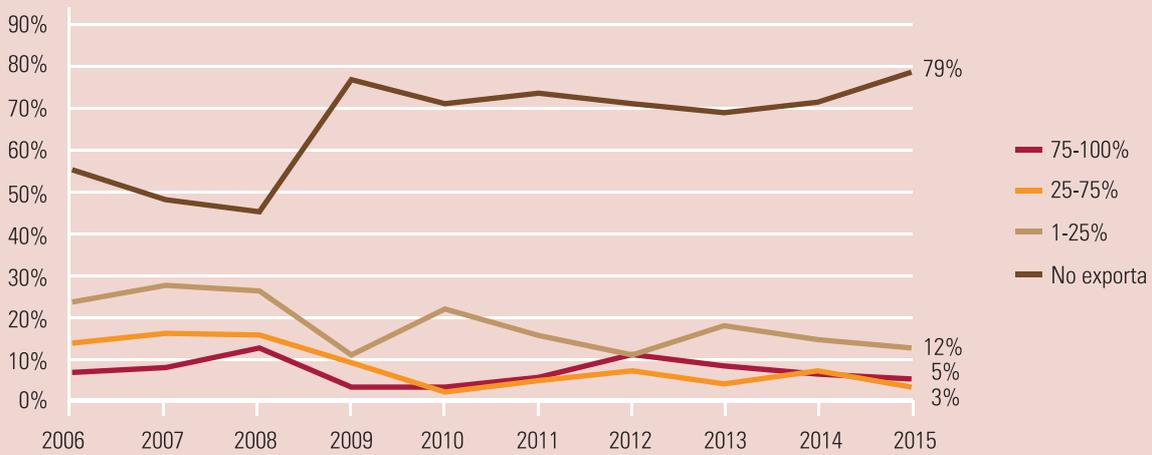
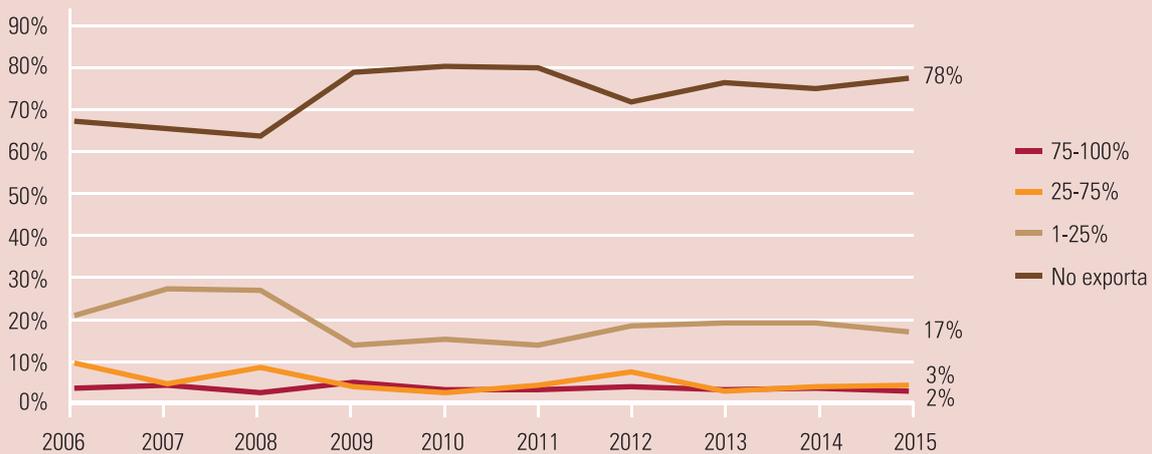


Gráfico 4.27. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2015



#### 4.5. 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, las expectativas de crecimiento, la orientación innovadora y la orientación internacional de los emprendedores en fase inicial (TEA) en el año 2015. Estos resultados se muestran en la Tabla 4.3. Se puede observar que en Cataluña los emprendedores dedicados a servicios a empresas suponen una mayor proporción del total de emprendedores, si la comparamos con la media de las economías basadas en la innovación (32,8 por 27,3, respectivamente). El porcentaje de emprendedores en actividades transformadores es inferior al de estos países (16,4 por 19,4) pero está por encima de la media española (14,5). De forma similar, las expectativas de crecimiento en número de empleados son inferiores a las de las economías innovadoras y superiores a las que se obtienen en España (el peso de los emprendedores que esperan contar con más cinco empleados al cabo de cinco años es del 25,0% en los países innovadores, 18,0% en Cataluña y 14,6% en España). Algo similar ocurre con el porcentaje de emprendedores que ofrecen un producto completamente nuevo (la media es de 16,0% en las economías innovadoras, 13,3% en Cataluña y 10,6% en España). Respecto a la orientación internacional de

los nuevos negocios, la proporción de emprendedores catalanes que no exportan es claramente más elevada que la de los países más desarrollados (79,5% por 39,4%).

Los gráficos 4.28 a 4.30 muestran el posicionamiento de Barcelona y Cataluña a nivel internacional y a nivel autonómico en 2015. Los resultados obtenidos confirman que el emprendimiento en fase inicial (TEA) en Cataluña está en una posición elevada en el ranking si atendemos al porcentaje de nuevos negocios dedicados a servicios a empresas (7ª en la comparación internacional y 4ª a nivel autonómico). En el caso de Barcelona, cabe destacar que ocupa la tercera posición en el ranking autonómico en la proporción de emprendedores dedicados a actividades transformadoras, como la industria manufacturera.

El porcentaje de emprendedores con negocios que ofrecen un producto completamente nuevo es inferior a la media de los países innovadores pero superior a la media española. Cataluña se sitúa en tercera posición en el ranking por países y en segunda posición en el ranking por comunidades por lo que respecta a los emprendedores en fase inicial que usan tecnologías con menos de un año de antigüedad. En cambio, respecto de los países basados en la innovación está en las últimas posiciones en cuanto a la orientación internacional, medida como la proporción de emprendedores con negocios que en 2015 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior, así como en las expectativas de crecimiento, entendidas como aquellos emprendedores que esperan tener más de cinco empleados en cinco años. Sin embargo, cabe señalar que en estos apartados de internacionalización y aspiraciones de crecimiento, tanto Cataluña como Barcelona están situadas en los primeros puestos del ranking español (por comunidades).

En el Gráfico 4.31 se presenta de forma agrupada el posicionamiento de Cataluña en comparación con España, la UE y las economías basadas en la innovación. De nuevo se pone de manifiesto la buena posición de los emprendedores catalanes en fase inicial (TEA) en cuanto al peso de los servicios a empresas y el uso de tecnologías nuevas, mientras que el posicionamiento respecto a la orientación internacional es mejorable. Finalmente, la comparación de Barcelona con el resto de Cataluña que se muestra en el Gráfico 4.32 indica que las expectativas de crecimiento en el empleo son superiores en Barcelona, mientras que se obtiene una valoración superior de la novedad de los productos en el resto de Cataluña.

En síntesis, podemos afirmar que tanto el perfil motivacional como el perfil empresarial y aspiraciones de los emprendedores catalanes mejoran en términos absolutos y también en comparación con los perfiles observado en otros países.

Tabla 4.3. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) según sectores, expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en el 2015. Análisis por tipo de economía.

|   |                | Distribución sectorial |                |                      |                         | Expectativas crecimiento   | Orientación Innovadora |      |         | Orientación internacional |       |        |         |
|---|----------------|------------------------|----------------|----------------------|-------------------------|----------------------------|------------------------|------|---------|---------------------------|-------|--------|---------|
|   |                | Extractivo             | Transformación | Servicios a empresas | Servicios al consumidor | + de 5 empleados en 5 años | Completamente          | Alta | Ninguna | No exporta                | 1-25% | 25-75% | 75-100% |
| Economías basadas en los factores de producción | Promedio       | 18,0                   | 22,4           | 5,8                  | 53,7                    | 21,0                       | 11,1                   | 25,3 | 63,6    | 75,8                      | 18,5  | 3,9    | 1,8     |
|   | Botsuana       | 18,1                   | 16,4           | 10,6                 | 54,9                    | 34,2                       | 10,0                   | 21,0 | 69,1    | 67,6                      | 26,3  | 5,0    | 1,2     |
|   | Burkina Faso   | 24,5                   | 24,5           | 0,3                  | 50,7                    | 14,5                       | 3,1                    | 23,0 | 74,0    | 88,7                      | 5,9   | 2,9    | 2,6     |
|   | Camerún        | 22,4                   | 26,0           | 5,6                  | 46,0                    | 15,3                       | 7,6                    | 24,0 | 68,4    | 74,6                      | 18,5  | 3,2    | 3,8     |
|   | Filipinas      | 8,9                    | 15,6           | 2,7                  | 72,8                    | 13,5                       | 16,2                   | 37,4 | 46,4    | 73,6                      | 19,5  | 6,0    | 0,8     |
|   | India          | 42,4                   | 9,0            | 1,4                  | 47,3                    | 6,2                        | 46,3                   | 24,1 | 29,6    | 58,7                      | 29,4  | 8,1    | 3,8     |
|   | Irán           | 5,6                    | 36,0           | 13,6                 | 44,9                    | 23,7                       | 4,6                    | 24,6 | 70,8    | 77,0                      | 19,6  | 2,1    | 1,3     |
|   | Kazajstán      | 11,9                   | 23,4           | 10,8                 | 53,9                    | 38,1                       | 4,8                    | 23,9 | 71,4    | 74,7                      | 19,2  | 4,9    | 1,2     |
|   | Senegal        | 20,7                   | 36,8           | 3,7                  | 38,8                    | 24,9                       | 3,0                    | 9,5  | 87,5    | 86,7                      | 10,1  | 2,2    | 1,0     |
|   | Vietnam        | 7,8                    | 14,4           | 3,3                  | 74,5                    | 19,1                       | 4,8                    | 40,3 | 55,0    | 80,4                      | 18,2  | 0,7    | 0,7     |
| Economías basadas en la eficiencia              | Promedio       | 6,6                    | 24,0           | 11,5                 | 58,0                    | 25,1                       | 15,5                   | 29,0 | 55,5    | 62,1                      | 25,0  | 9,4    | 3,5     |
|   | Argentina      | 1,5                    | 16,4           | 18,9                 | 63,2                    | 22,0                       | 12,8                   | 26,5 | 60,7    | 89,6                      | 9,2   | 0,6    | 0,6     |
|   | Barbados       | 6,8                    | 20,1           | 10,7                 | 62,4                    | 13,2                       | 7,5                    | 14,3 | 78,3    | 42,7                      | 48,1  | 4,7    | 4,5     |
|   | Brasil         | 1,4                    | 30,2           | 5,9                  | 62,5                    | 9,1                        | 9,7                    | 18,7 | 71,6    | 92,4                      | 7,6   | 0,0    | 0,0     |
|   | Bulgaria       | 4,6                    | 36,4           | 9,1                  | 49,9                    | 8,8                        | 2,9                    | 11,6 | 85,6    | 71,2                      | 20,9  | 4,8    | 3,2     |
|   | Chile          | 2,6                    | 23,3           | 18,8                 | 55,3                    | 38,8                       | 48,7                   | 40,0 | 11,3    | 59,0                      | 27,8  | 11,0   | 2,2     |
|   | China          | 3,4                    | 18,7           | 8,2                  | 69,8                    | 42,3                       | 11,1                   | 60,8 | 28,1    | 68,7                      | 25,8  | 4,4    | 1,1     |
|   | Colombia       | 4,9                    | 25,9           | 20,7                 | 48,5                    | 57,9                       | 20,3                   | 39,7 | 40,0    | 24,1                      | 59,7  | 11,5   | 4,7     |
|   | Croacia        | 16,8                   | 23,6           | 23,5                 | 36,1                    | 34,4                       | 8,8                    | 19,4 | 71,8    | 9,9                       | 52,5  | 23,7   | 13,9    |
|   | Ecuador        | 5,7                    | 12,8           | 5,9                  | 75,6                    | 10,2                       | 12,8                   | 29,6 | 57,6    | 83,8                      | 8,2   | 5,7    | 2,4     |
|   | Egipto         | 6,7                    | 34,6           | 2,5                  | 56,3                    | 28,7                       | 13,5                   | 29,4 | 57,1    | 55,1                      | 27,7  | 13,8   | 3,5     |
|   | Guatemala      | 1,9                    | 17,3           | 6,9                  | 73,9                    | 15,0                       | 37,0                   | 31,9 | 31,1    | 97,7                      | 2,1   | 0,3    | 0,0     |
|   | Hungría        | 12,6                   | 26,7           | 12,7                 | 48,0                    | 35,6                       | 11,4                   | 24,7 | 63,9    | 41,6                      | 40,1  | 13,6   | 4,7     |
|   | Indonesia      | 5,0                    | 14,3           | 4,3                  | 76,4                    | 4,2                        | 25,5                   | 19,0 | 55,6    | 97,8                      | 1,8   | 0,2    | 0,2     |
|   | Letonia        | 10,6                   | 36,0           | 19,8                 | 33,6                    | 35,8                       | 9,2                    | 31,4 | 59,4    | 42,2                      | 38,2  | 10,5   | 9,2     |
|   | Líbano         | 4,1                    | 15,6           | 5,5                  | 74,9                    | 16,6                       | 14,3                   | 25,0 | 50,7    | 26,3                      | 48,6  | 23,2   | 2,0     |
|   | Macedonia      | 17,1                   | 34,2           | 12,3                 | 36,3                    | 27,2                       | 5,7                    | 29,7 | 64,6    | 68,0                      | 15,5  | 12,1   | 4,5     |
|   | Malasia        | 1,2                    | 7,8            | 13,7                 | 77,4                    | 22,1                       | 6,0                    | 11,0 | 83,0    | 59,9                      | 32,4  | 6,4    | 1,4     |
|   | Marruecos      | 3,1                    | 51,6           | 3,2                  | 42,1                    | 21,1                       | 20,5                   | 34,6 | 45,0    | 73,1                      | 18,2  | 6,2    | 2,5     |
|   | México         | 1,6                    | 16,4           | 4,1                  | 77,9                    | 12,6                       | 9,2                    | 21,6 | 69,2    | 85,6                      | 12,9  | 0,6    | 0,8     |
| Panamá  | 2,0            | 22,4                   | 5,1            | 70,5                 | 4,3                     | 13,7                       | 32,0                   | 54,3 | 43,0    | 14,9                      | 37,2  | 5,0    |         |
| Perú  | 7,6            | 17,2                   | 6,9            | 68,4                 | 17,3                    | 11,4                       | 25,7                   | 62,9 | 72,1    | 22,2                      | 3,9   | 1,8    |         |
| Polonia   | 2,2            | 37,2                   | 25,0           | 35,7                 | 34,1                    | 17,0                       | 43,5                   | 39,5 | 59,8    | 29,7                      | 7,6   | 2,9    |         |
| Rumania   | 24,0           | 19,3                   | 18,0           | 38,6                 | 45,3                    | 16,0                       | 28,3                   | 55,7 | 40,4    | 37,6                      | 17,5  | 4,5    |         |
| Sudáfrica                                       | 7,2            | 16,7                   | 9,1            | 67,0                 | 30,1                    | 25,2                       | 26,8                   | 48,0 | 48,7    | 29,1                      | 12,3  | 10,0   |         |
| Tailandia                                       | 10,4           | 9,4                    | 4,2            | 76,0                 | 9,9                     | 9,5                        | 31,6                   | 58,9 | 88,6    | 8,1                       | 2,5   | 0,7    |         |
| Túnez   | 10,7           | 36,4                   | 15,9           | 37,0                 | 52,2                    | 17,2                       | 35,8                   | 47,0 | 68,5    | 16,5                      | 11,8  | 3,3    |         |
| Uruguay   | 2,6            | 27,3                   | 18,4           | 51,7                 | 28,0                    | 21,8                       | 29,4                   | 48,8 | 66,0    | 20,1                      | 7,7   | 6,2    |         |
| Economías basadas en la innovación              | Promedio       | 5,2                    | 19,4           | 27,3                 | 48,1                    | 25,0                       | 16,0                   | 32,5 | 51,5    | 39,4                      | 40,4  | 13,0   | 7,2     |
|   | Alemania       | 3,9                    | 16,5           | 26,9                 | 52,7                    | 28,8                       | 13,2                   | 35,7 | 51,1    | 43,6                      | 31,2  | 14,3   | 10,8    |
|   | Australia      | 6,4                    | 21,2           | 25,6                 | 46,9                    | 34,7                       | 9,7                    | 35,0 | 55,2    | 25,4                      | 58,6  | 10,4   | 5,6     |
|   | Bélgica        | 3,2                    | 18,7           | 28,8                 | 49,4                    | 23,1                       | 24,0                   | 32,1 | 44,0    | 18,5                      | 58,7  | 14,4   | 8,5     |
|   | Canadá         | 3,9                    | 19,9           | 24,7                 | 51,5                    | 29,1                       | 17,9                   | 39,3 | 42,8    | 17,4                      | 54,7  | 20,9   | 7,1     |
|   | Cataluña       | 3,9                    | 16,4           | 32,8                 | 46,8                    | 18,0                       | 13,3                   | 34,4 | 52,3    | 79,5                      | 12,3  | 3,3    | 4,9     |
|   | Corea          | 2,8                    | 20,5           | 16,5                 | 60,3                    | 22,1                       | 14,6                   | 46,5 | 38,9    | 77,5                      | 11,0  | 9,2    | 2,3     |
|   | Eslovaquia     | 4,4                    | 26,8           | 34,4                 | 34,4                    | 32,6                       | 13,5                   | 34,2 | 52,3    | 15,3                      | 63,9  | 14,8   | 6,0     |
|   | Eslovenia      | 9,6                    | 26,3           | 20,3                 | 43,9                    | 24,0                       | 20,5                   | 27,2 | 52,4    | 34,8                      | 31,5  | 16,7   | 17,0    |
|   | España         | 4,9                    | 14,5           | 29,5                 | 51,1                    | 14,6                       | 10,6                   | 23,8 | 65,6    | 79,1                      | 14,6  | 4,2    | 2,1     |
|   | Estados Unidos | 3,0                    | 17,4           | 32,8                 | 46,8                    | 35,5                       | 14,3                   | 32,8 | 52,9    | 15,8                      | 72,5  | 9,2    | 2,4     |
|   | Estonia        | 7,3                    | 29,6           | 27,5                 | 35,6                    | 33,5                       | 13,3                   | 39,5 | 47,2    | 38,3                      | 41,7  | 9,8    | 10,2    |
|   | Finlandia      | 9,2                    | 20,5           | 31,7                 | 38,6                    | 18,2                       | 15,2                   | 27,2 | 57,7    | 38,5                      | 54,3  | 4,0    | 3,2     |
|   | Grecia         | 12,1                   | 21,7           | 19,5                 | 46,7                    | 10,0                       | 13,8                   | 25,5 | 60,6    | 33,9                      | 43,5  | 14,7   | 8,0     |
|   | Irlanda        | 4,9                    | 17,9           | 30,4                 | 46,8                    | 36,7                       | 15,6                   | 39,8 | 44,6    | 21,6                      | 50,9  | 21,9   | 5,6     |
|   | Israel         | 2,2                    | 20,6           | 35,0                 | 42,3                    | 27,6                       | 12,5                   | 42,4 | 45,2    | 47,4                      | 29,6  | 11,0   | 12,0    |
|   | Italia         | 7,9                    | 16,2           | 21,5                 | 54,4                    | 8,9                        | 29,5                   | 36,7 | 33,8    | 51,4                      | 32,4  | 11,9   | 4,4     |
|   | Luxemburgo     | 3,2                    | 15,5           | 39,0                 | 42,3                    | 15,7                       | 13,0                   | 52,2 | 34,9    | 17,6                      | 42,4  | 24,6   | 15,4    |
|   | Noruega        | 8,7                    | 19,2           | 37,0                 | 35,1                    | 25,3                       | 3,5                    | 16,2 | 80,2    | 80,9                      | 12,0  | 2,3    | 4,9     |
|   | Países Bajos   | 5,4                    | 18,1           | 34,0                 | 42,5                    | 23,7                       | 20,7                   | 21,1 | 58,3    | 46,3                      | 34,0  | 11,6   | 8,1     |
| Portugal  | 2,6            | 18,9                   | 18,5           | 60,0                 | 23,6                    | 5,2                        | 29,2                   | 65,6 | 18,4    | 55,9                      | 20,0  | 5,7    |         |
| Puerto Rico                                     | 2,7            | 15,9                   | 5,9            | 75,5                 | 10,9                    | 12,6                       | 19,4                   | 68,0 | 70,4    | 21,6                      | 5,7   | 2,3    |         |
| Reino Unido                                     | 1,9            | 20,6                   | 35,5           | 42,1                 | 21,8                    | 19,8                       | 34,5                   | 45,7 | 36,9    | 45,0                      | 14,9  | 3,3    |         |
| Suecia  | 8,8            | 11,7                   | 33,0           | 46,4                 | 18,0                    | 9,2                        | 35,9                   | 54,9 | 37,8    | 44,4                      | 9,6   | 8,2    |         |
| Suiza   | 3,5            | 21,6                   | 32,5           | 42,5                 | 25,4                    | 16,9                       | 36,0                   | 47,1 | 22,9    | 38,5                      | 26,5  | 12,1   |         |
| Taiwán  | 1,4            | 15,8                   | 15,6           | 67,1                 | 55,9                    | 44,8                       | 16,8                   | 38,4 | 55,6    | 26,1                      | 10,8  | 7,5    |         |

Gráfico 4.28. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las 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 2015

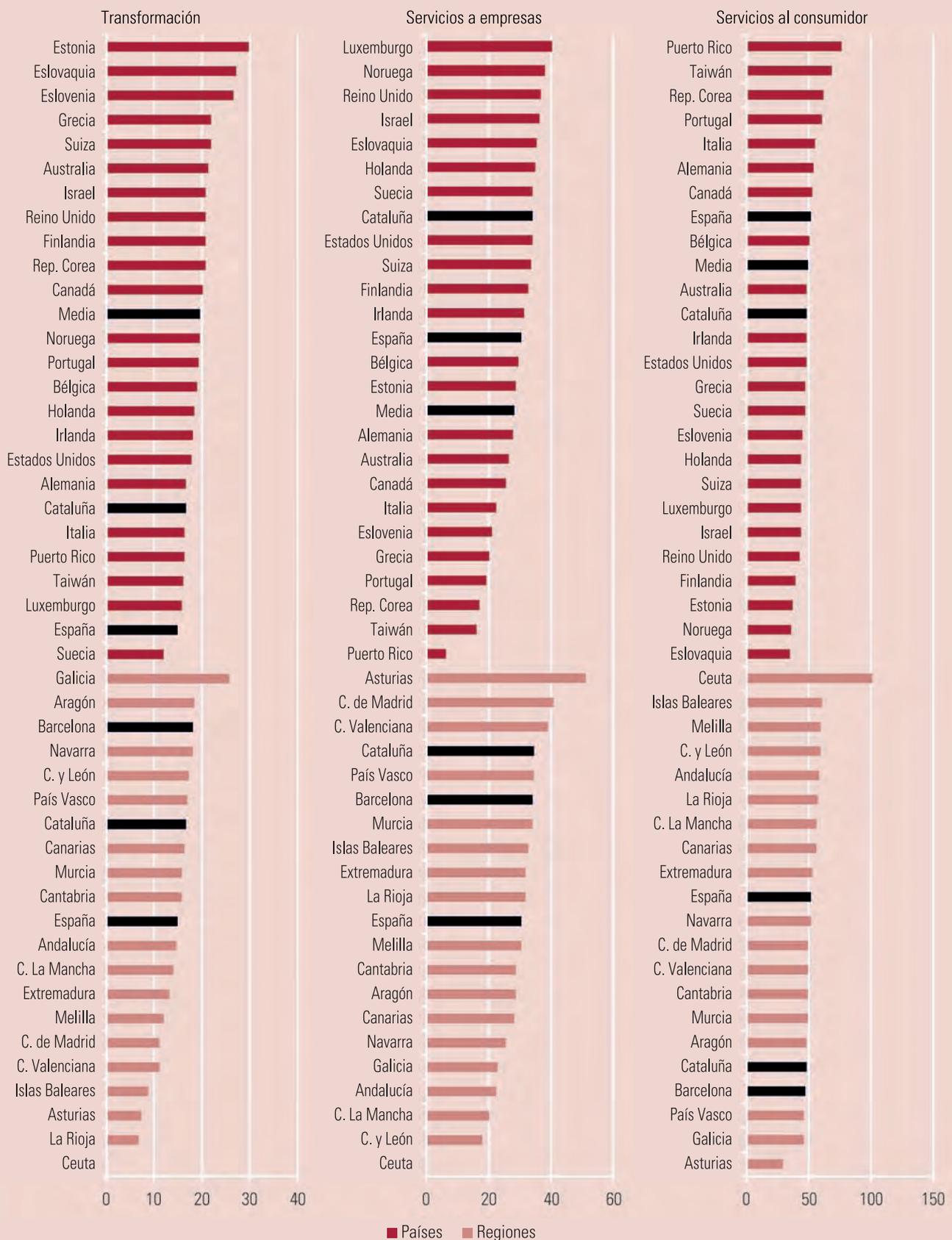


Gráfico 4.29. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2015 ofrecían un producto nuevo para todos los clientes, que usaban tecnologías con menos de un año de antigüedad y que no tenían competencia

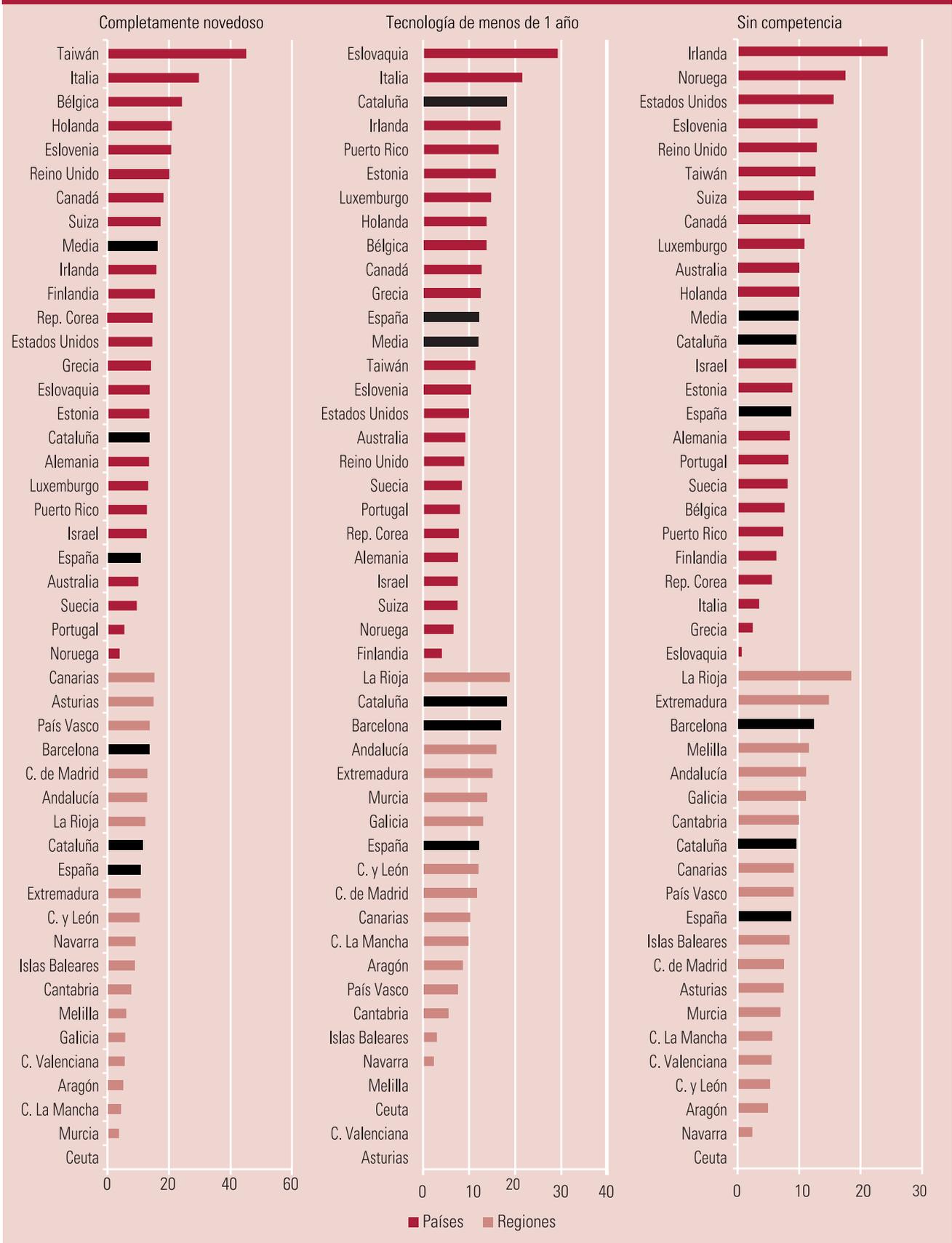


Gráfico 4.30. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en 2015 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años

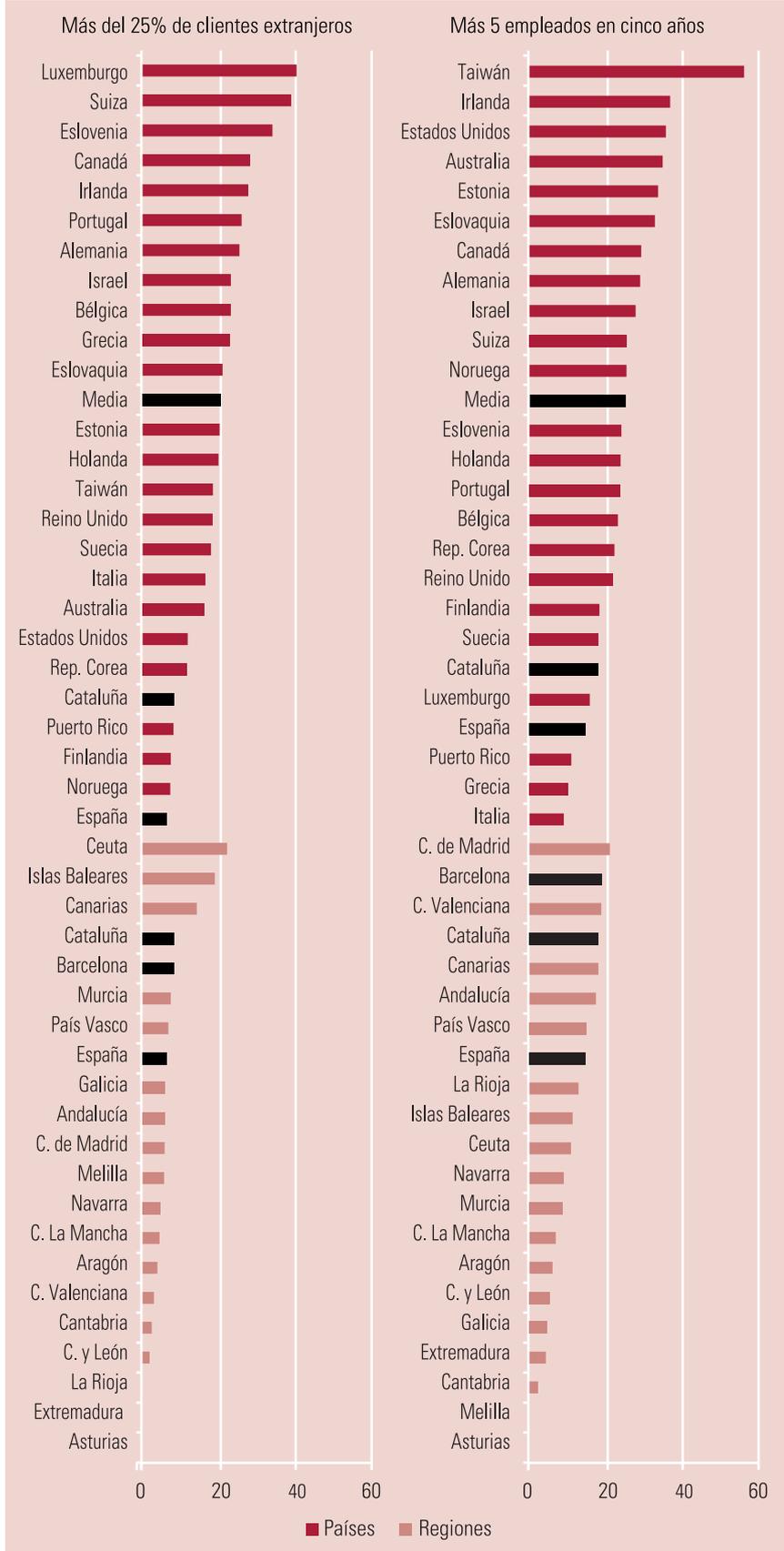


Gráfico 4.31. Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media de España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2015

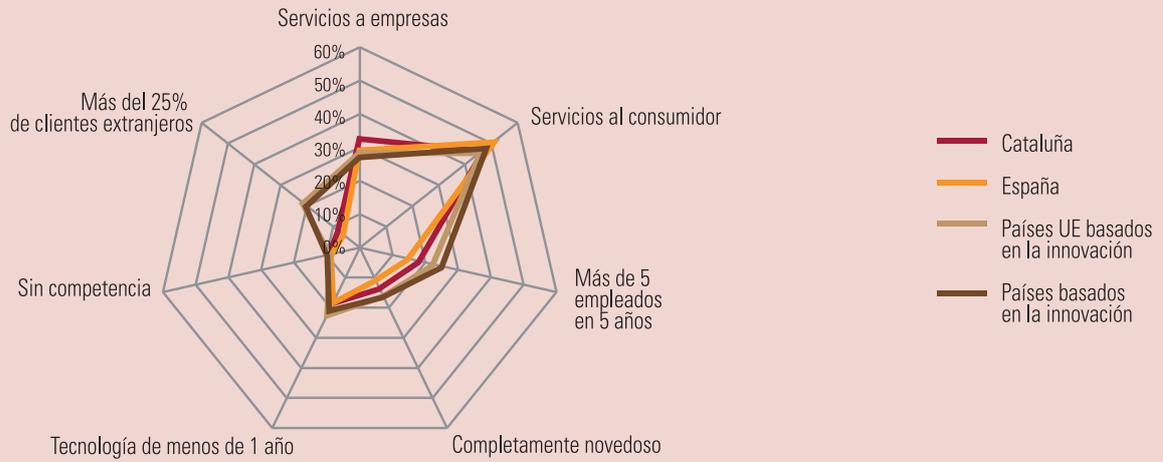
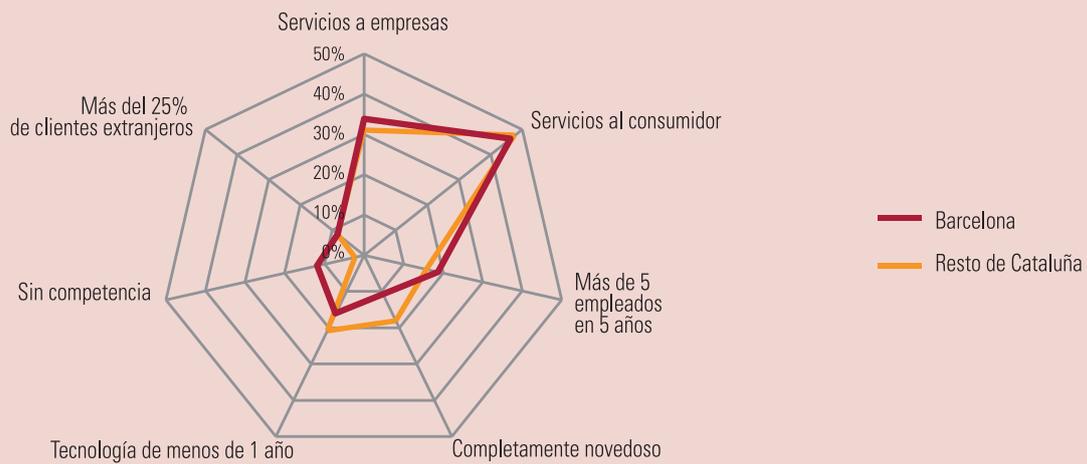


Gráfico 4.32. Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2015



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

A la hora de estudiar el proceso emprendedor es importante analizar el perfil de las personas involucradas en las diferentes etapas del mismo. En este apartado se analizan las principales variables que definen dicho perfil: edad, género, nivel de educación, nivel de renta y situación laboral. A continuación se presentan los resultados detallados para cada una de ellas.

### 5.1. Distribución por edad

En primer lugar, cabe señalar que la edad media de los emprendedores catalanes ha aumentado en 2015 con respecto al año anterior, si bien existen diferencias según la fase del proceso emprendedor en la que se encuentran. Estas diferencias son más acusadas entre los potenciales y nacientes por una parte y los consolidados por la otra. Así, en 2015 la media de los potenciales es de 38 años y la de los nacientes, nuevos y en fase inicial de 39, mientras que los consolidados tienen 48 años y los que abandonan 53 (Tabla 5.1). Estos valores medios son superiores a los observados en el 2014, sobre todo en el caso de los potenciales (aumento de tres años) y de los abandonos (incremento de seis años).

En Barcelona la media de edad de los emprendedores es similar a la de Cataluña en su conjunto, si bien es un año superior en los potenciales, nacientes y en fase inicial, mientras que es un año inferior en los consolidados y los abandonos (Tabla 5.2).

Atendiendo a la distribución por edades de los emprendedores catalanes en 2015 (Gráfico 5.1), se observa que en la franja de 18-24 años predominan los potenciales, en la de 25-34 destacan los nuevos y en fase inicial, en la de 35-44 y 45-54 hay una distribución bastante similar entre los grupos de emprendedores y que en la de 55-64 destaca el porcentaje de los abandonos. También cabe señalar que la gran mayoría de los consolidados (un 90%) tienen 35 o más años.

En Barcelona se aprecian unos patrones parecidos (Gráfico 5.2). Cabe señalar que el porcentaje de emprendedores barceloneses ha tendido a aumentar en las franjas de 18-24 y 25-34 años y a aumentar en las de 35-44 y 55-64 años, excepto en los abandonos.

El Gráfico 5.3 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 25-34 (TEA de 8,2%) y 35-44 (7,7%) son los que tienen una TEA superior. A continuación se sitúan los de 45-54 (6,7%) y 18-24 (5,5%). Los de 55-64 tienen una TEA (2,4%) claramente inferior.
- Con respecto al año 2014, en 2015 se produce una disminución de la TEA en todas las franjas, excepto en la de 35-44 años.
- Después de incrementos constantes desde 2010, el descenso más acusado en el último año se produce en el grupo de 18-24 años (de 9,1% a 5,5%).
- En los últimos años, la TEA más estable ha sido la de las personas de 35-44 años, con valores en torno al 8%.
- La franja de 45-54 años, cuya TEA creció considerablemente 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 disminuir y se sitúa en valores similares a los años anteriores a la crisis (6,7%).

Al clasificar a los emprendedores en dos grandes grupos de edades (18-34 y 35-64 años) se puede apreciar que la TEA de los emprendedores jóvenes ha disminuido considerablemente (de 9,3% a 7,4%). No obstante, este valor continúa siendo superior a la TEA de los emprendedores maduros, la cual decrece mucho menos

(de 6,7% a 6,0%) (Gráfico 5.4). La TEA en ambos grupos de edades en el resto de España es del 6% y, por lo tanto, continúa siendo inferior a la de Cataluña en los jóvenes y está al mismo nivel en el caso de los emprendedores de 35-64 años. A nivel internacional, cabe señalar que la disminución de TEA en Cataluña de los que tienen entre 18 y 34 la sitúa por debajo de la TEA de los países de la UE basados en la innovación (8,7%) y del conjunto de países del mundo con economías basadas en la innovación (9,3%) (Gráfico 5.5).

El análisis de la distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en el 2015 indica que la edad de las mujeres es mayor que la de los hombres en los grupos de emprendedores potenciales y nacientes (Tabla 5.3). En cambio, en el resto de fases del proceso los hombres tienen una edad media superior a la de las mujeres. Más concretamente, las mujeres tienen 40 años de media en potenciales y nacientes, mientras que los hombres están en promedios de 36 y 38 años, respectivamente. En este sentido, un cambio remarcable con respecto al año anterior es el aumento de la edad media de las emprendedoras potenciales, dado que en 2014 era de 33 años. Otra diferencia considerable se observa en los abandonos ya que en 2015 la media de las mujeres es de 46 años y la de los hombres sube hasta los 56 años, cuando en 2014 los hombres emprendedores que abandonaban tenían 48 años en promedio. En Barcelona los resultados son muy similares, si bien la edad media de las mujeres emprendedoras es un año superior en las potenciales, nacientes, en fase inicial y abandonos (Tabla 5.4).

Si comparamos las percepciones, valores y aptitudes del conjunto de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según su edad (18-34 años frente a 35-64 años), el porcentaje de jóvenes que declaran que perciben oportunidades, así como que consideran que emprender genera buen estatus social y económico, es superior al de los mayores (Gráfico 5.6). En cambio, la proporción de éstos últimos que tienen miedo al fracaso es menor que la de los jóvenes.

También se detectan diferencias si comparamos por franjas de edad a los involucrados en el proceso emprendedor con quienes no lo están. Estas diferencias son más acusadas en los jóvenes emprendedores en fase inicial (TEA) frente a los jóvenes no involucrados (Gráfico 5.7): conocimientos y habilidades para emprender (97% frente a 32%), modelos de referencia (60% frente a 35%), percepción de oportunidades (53% frente a 24%) y miedo al fracaso (14% frente a 50%). En el grupo de los emprendedores de edad entre 35 y 64 años también son mayores las percepciones sobre conocimientos y habilidades para emprender, así como sobre las oportunidades en el mercado, con respecto a los no involucrados de esta misma franja de edad (Gráfico 5.8).

Tabla 5.1. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en 2015

|                     | Potenciales | Nacientes | Nuevos | En fase inicial | Consolidados | Abandono |
|---------------------|-------------|-----------|--------|-----------------|--------------|----------|
| Media               | 38          | 39        | 39     | 39              | 48           | 53       |
| Desviación estándar | 13          | 10        | 10     | 10              | 9            | 11       |
| Mínimo              | 18          | 19        | 22     | 19              | 28           | 23       |
| Percentil 05        | 19          | 24        | 23     | 24              | 31           | 23       |
| Percentil 10        | 21          | 25        | 26     | 25              | 34           | 36       |
| Percentil 25        | 25          | 30        | 31     | 30              | 42           | 45       |
| Mediana             | 38          | 40        | 39     | 39              | 48           | 54       |
| Percentil 75        | 48          | 47        | 45     | 46              | 55           | 64       |
| Percentil 90        | 55          | 52        | 54     | 52              | 60           | 64       |
| Percentil 95        | 60          | 54        | 58     | 57              | 62           | 64       |
| Máximo              | 64          | 60        | 64     | 64              | 64           | 64       |

Tabla 5.2. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en 2015

|                     | Potenciales | Nacientes | Nuevos | En fase inicial | Consolidados | Abandono |
|---------------------|-------------|-----------|--------|-----------------|--------------|----------|
| Media               | 39          | 40        | 39     | 40              | 47           | 52       |
| Desviación estándar | 13          | 11        | 9      | 10              | 9            | 12       |
| Mínimo              | 18          | 19        | 22     | 19              | 28           | 23       |
| Percentil 05        | 19          | 21        | 25     | 24              | 31           | 23       |
| Percentil 10        | 21          | 24        | 29     | 25              | 34           | 36       |
| Percentil 25        | 25          | 33        | 32     | 32              | 42           | 45       |
| Mediana             | 40          | 42        | 39     | 40              | 47           | 54       |
| Percentil 75        | 49          | 48        | 45     | 47              | 54           | 64       |
| Percentil 90        | 55          | 52        | 51     | 52              | 60           | 64       |
| Percentil 95        | 60          | 57        | 56     | 56              | 62           | 64       |
| Máximo              | 64          | 60        | 60     | 60              | 64           | 64       |

Tabla 5.3. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en 2015

|                             | Potenciales | Nacientes | Nuevos | En fase inicial | Consolidados | Abandono |
|-----------------------------|-------------|-----------|--------|-----------------|--------------|----------|
| Mujeres Media               | 40          | 40        | 38     | 39              | 47           | 46       |
| Mujeres Desviación estándar | 13          | 11        | 9      | 10              | 9            | 12       |
| Hombres Media               | 36          | 38        | 40     | 39              | 48           | 56       |
| Hombres Desviación estándar | 13          | 9         | 11     | 11              | 9            | 9        |

Tabla 5.4. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Barcelona en 2015

|                             | Potenciales | Nacientes | Nuevos | En fase inicial | Consolidados | Abandono |
|-----------------------------|-------------|-----------|--------|-----------------|--------------|----------|
| Mujeres Media               | 41          | 41        | 38     | 40              | 46           | 47       |
| Mujeres Desviación estándar | 13          | 12        | 8      | 10              | 8            | 14       |
| Hombres Media               | 36          | 39        | 40     | 40              | 48           | 55       |
| Hombres Desviación estándar | 13          | 10        | 10     | 10              | 10           | 10       |

Gráfico 5.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2015

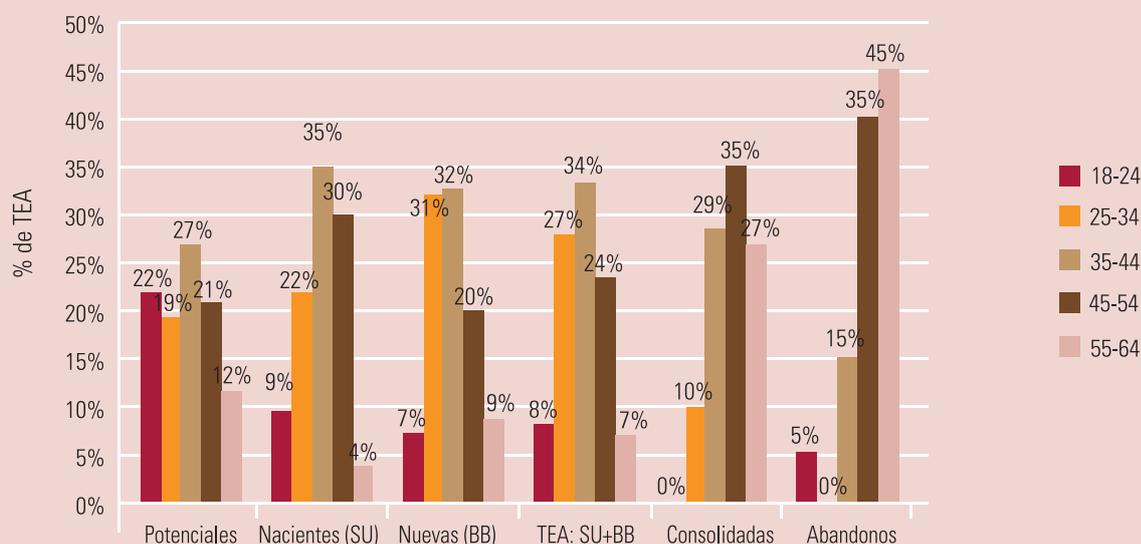


Gráfico 5.2. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2015

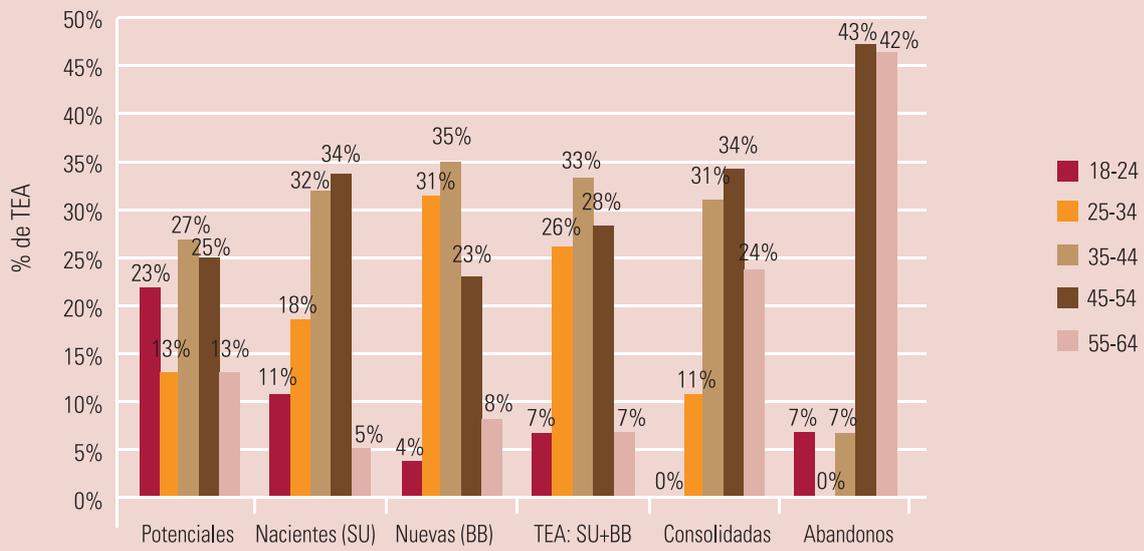


Gráfico 5.3. Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2004-2015



Gráfico 5.4. Evolución índice TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y España en el periodo 2004-2015



Gráfico 5.5. Evolución índice TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2015

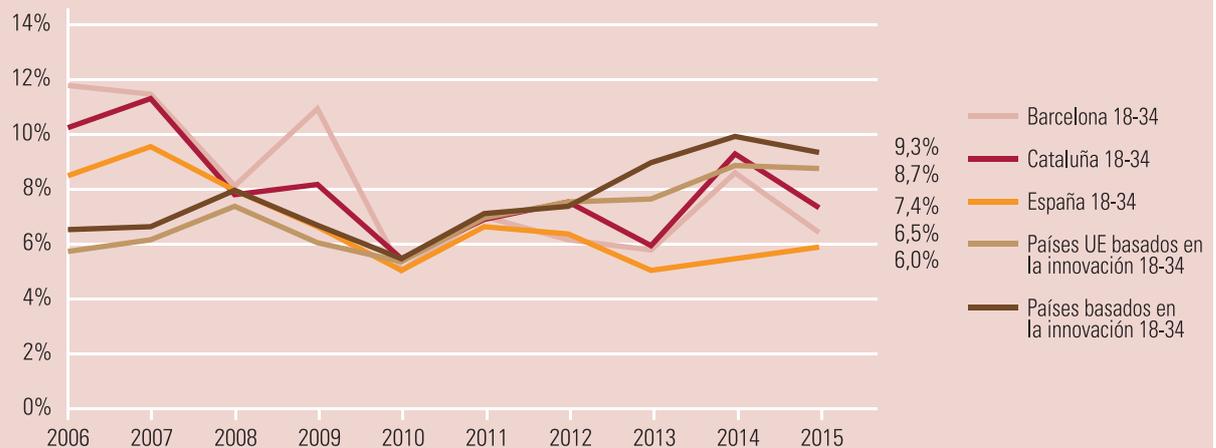


Gráfico 5.6. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña según tramos de edad, 2015



Gráfico 5.7. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad joven (18-34 años) en Cataluña, 2015



Gráfico 5.8. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad madura (35-64 años) en Cataluña, 2015



## 5.2. Distribución por género

La distribución de la población emprendedora por género refleja diferencias en función de la fase del proceso emprendedor. Así, cabe destacar que en 2015 las mujeres emprendedoras superan a los hombres en los grupos de potenciales y nacientes, mientras que la situación es inversa en los que están en fase inicial (TEA), consolidados y abandonos (Gráfico 5.9).

El hecho de que en 2015 haya más mujeres que hombres entre los potenciales y nacientes contrasta con el dato obtenido el año anterior según el cual los hombres eran mayoría en todas las fases del proceso. También cabe señalar que la participación es más equitativa entre ambos géneros (52% de hombres frente a 48% de mujeres) en el caso de los emprendedores en fase inicial (TEA). En cambio, hay un 60% o más de hombres emprendedores en las empresas nuevas y consolidadas, así como en los abandonos.

En Barcelona los resultados también muestran que en 2015 hay un porcentaje superior de mujeres en los grupos de potenciales y nacientes y que los hombres predominan en consolidados y abandonos (Gráfico 5.10).

El índice TEA por género constata este aumento de la participación de las mujeres emprendedoras en el año 2015. En este sentido, la TEA de los hombres es del 6,4% y las de las mujeres se sitúa en el 6,2%. Así, pues, las grandes diferencias observadas en la última década en la TEA por género se reducen al mínimo en este año (Gráfico 5.11). En cambio, en España la TEA de las mujeres continúa siendo claramente inferior a la de los hombres (5,0% frente a 6,4%).

En esta línea, se observa que en 2015 la ratio TEA femenina/TEA masculina alcanza su valor máximo en Cataluña (92%) y se sitúa por encima de la ratio en España (79%) (Gráfico 5.12). Ello significa que por cada hombre emprendedor en fase inicial en Cataluña hay 0,92 mujeres emprendedoras.

La TEA femenina catalana (6,2%), al igual que la de la provincia de Barcelona (5,7%) se sitúa, como lo ha venido haciendo en los últimos años, por encima de la de los países de la UE basados en la innovación (5,3%), aunque está ligeramente por debajo de la TEA femenina del conjunto de países basados en la innovación (6,3%) (Gráfico 5.13).

Es de destacar el crecimiento en 2015 de las emprendedoras de 35-64 años, alcanzando una TEA del 6,2% y la disminución de las de 18-34 años, que este año tienen una TEA del 6,0% (Gráfico 5.14).

Si distinguimos por género las percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, observamos que los hombres consideran en mayor medida (45%) que las mujeres (34%) que hay buenas oportunidades de negocio y que emprender genera un buen estatus social y económico (58% por 52%). No existen grandes diferencias en el resto de variables (Gráfico 5.15).

Las diferencias según el género entre los emprendedores que se encuentran en la fase potencial son mayores. Así, los hombres no sólo perciben más oportunidades (48% por 31%) sino que también consideran que emprender es una buena opción profesional (76% por 64%), consideran que aparecen más historias de éxito en los medios de comunicación (69% frente a 51%) y declaran conocer más emprendedores (57% frente al 44%) (Gráfico 5.16). Por el contrario, el temor al fracaso de las emprendedoras es superior al de los hombres que están en esta misma fase (40% por 31%).

Comparando a los no involucrados en el proceso emprendedor con los potenciales y los que están en fase inicial (TEA) o consolidada, se observa que la proporción de los que opinan que tienen conocimientos y habilidades para emprender es mucho mayor en los emprendedores que están en fase inicial o consolidada tanto en mujeres (91%) como en hombres (88%). Asimismo, este grupo también es el que tiene menos miedo al fracaso (19% y 20%, respectivamente).

En las mujeres prácticamente no hay diferencias en cuanto a si emprender se considera una buena opción profesional según la fase del proceso (alrededor del 63%), mientras que en los hombres el porcentaje de no involucrados es menor (56%) que el de los iniciales y consolidados (66%) y aún más que el de los potenciales (76%) (Gráficos 5.17 y 5.18).

Gráfico 5.9. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2015

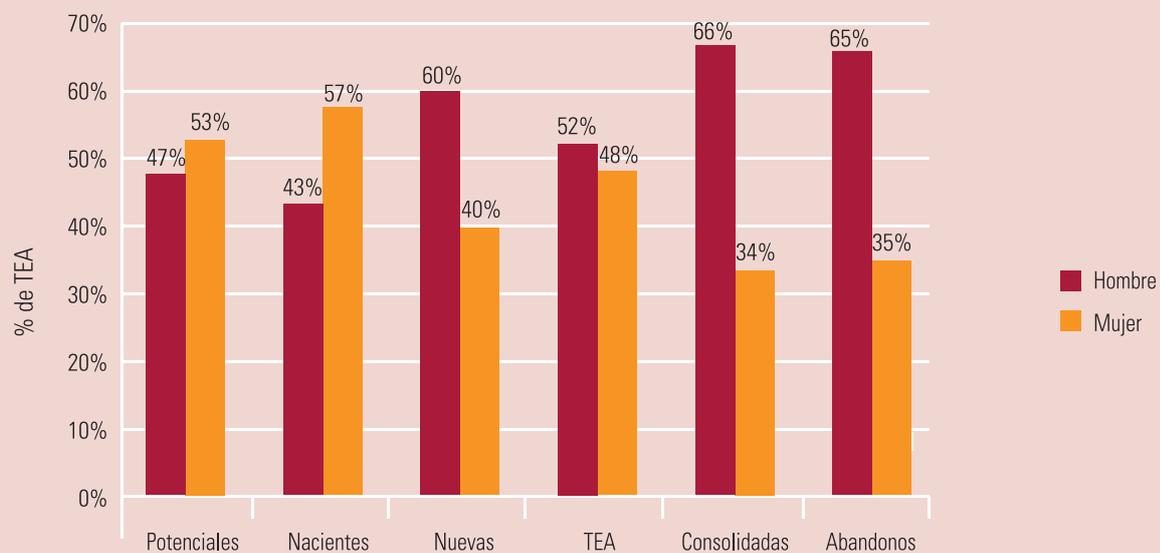


Gráfico 5.10. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2015

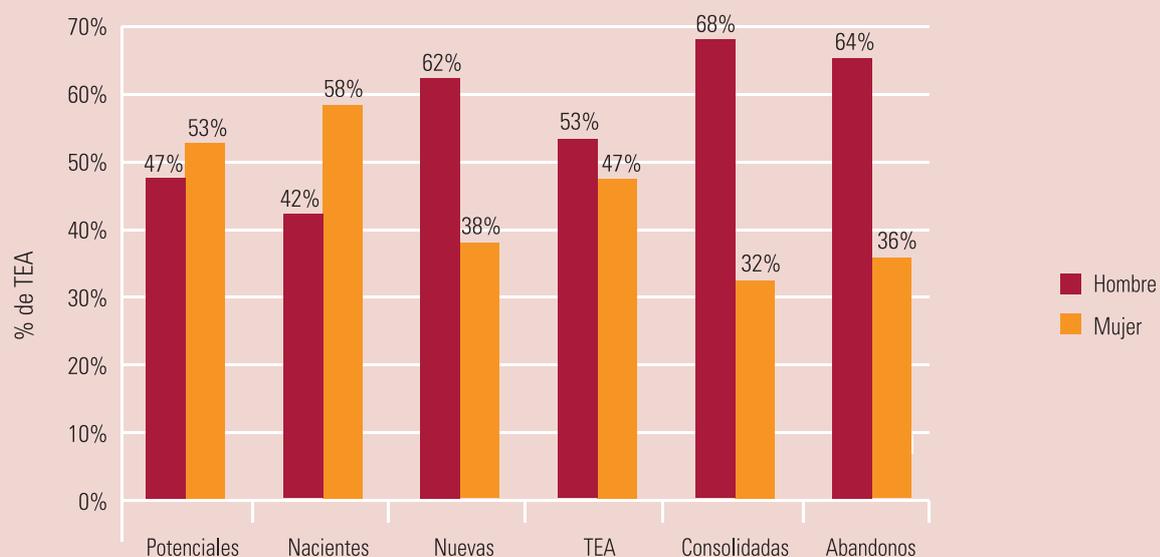


Gráfico 5.11. Evolución índice TEA por género en Cataluña y España durante el periodo 2004-2015

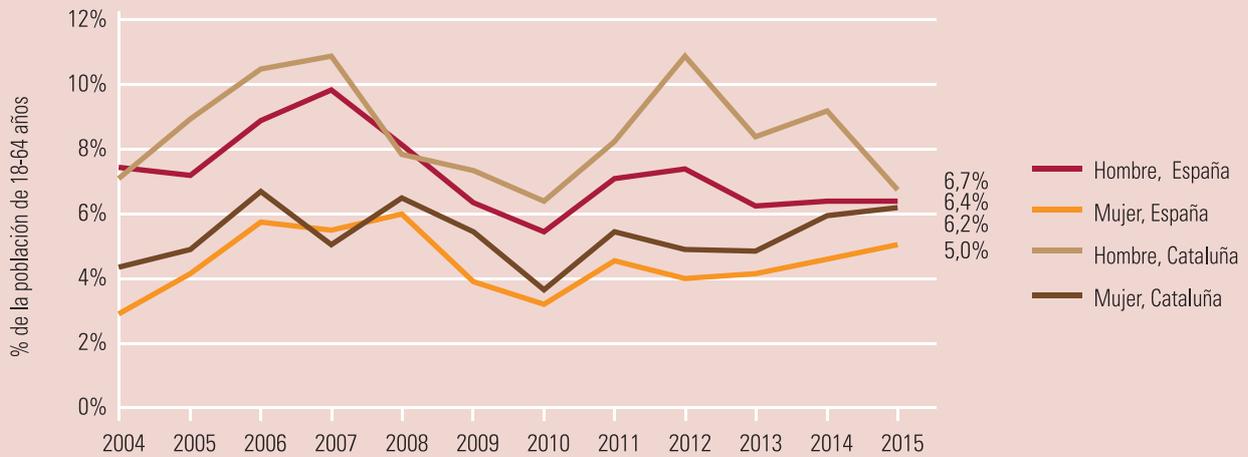


Gráfico 5.12. Evolución de la ratio TEA femenina/TEA masculina en Cataluña y España en el periodo 2004-2015

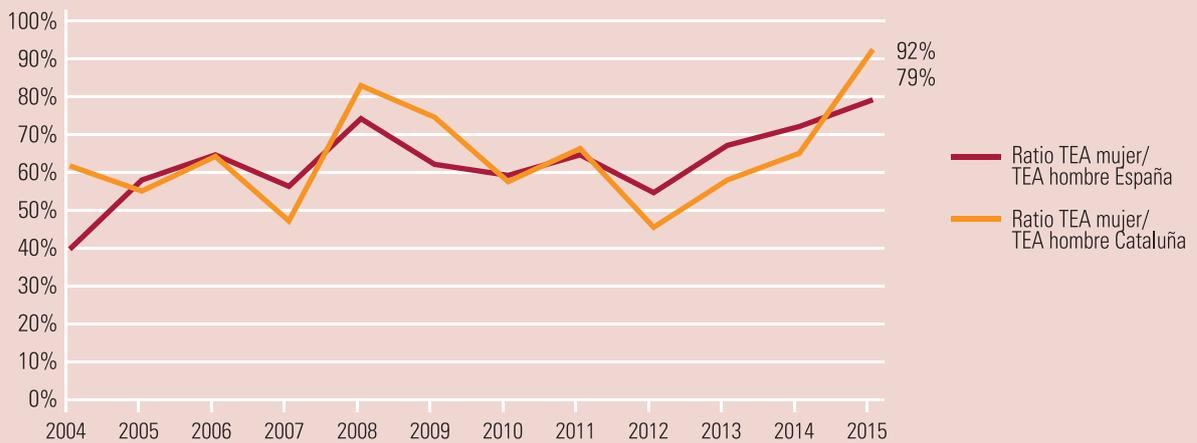


Gráfico 5.13. Evolución TEA femenino en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación i todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015

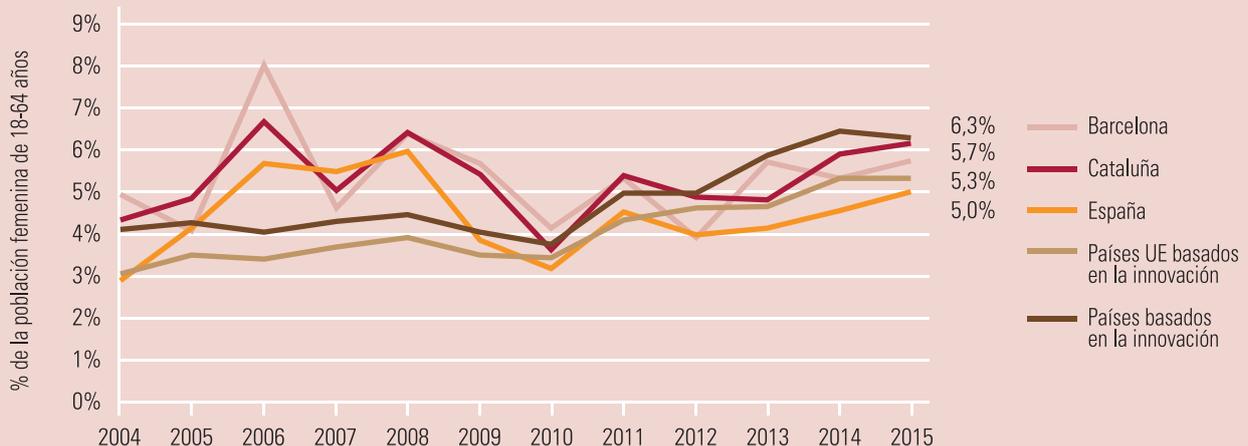


Gráfico 5.14. Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2015

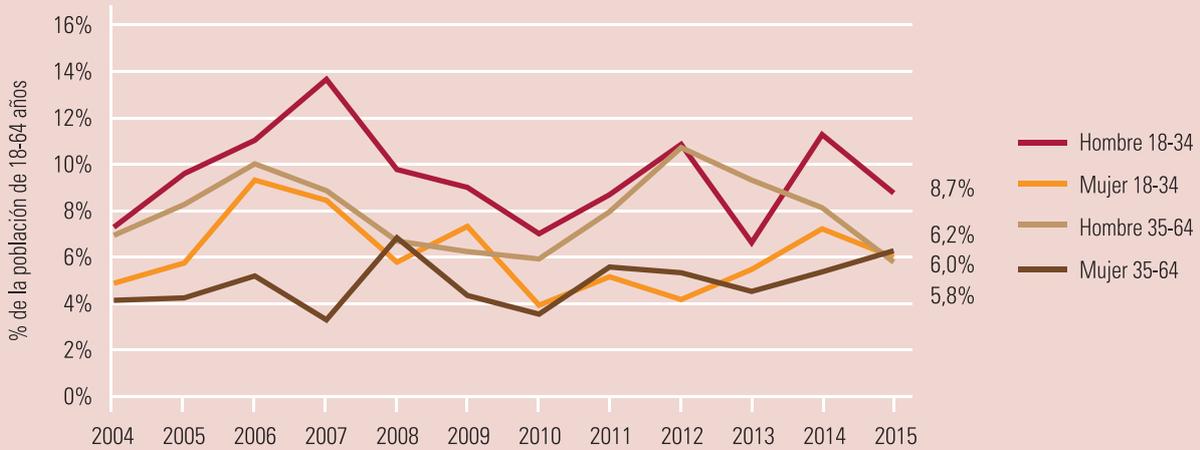


Gráfico 5.15. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según género en Cataluña, 2015

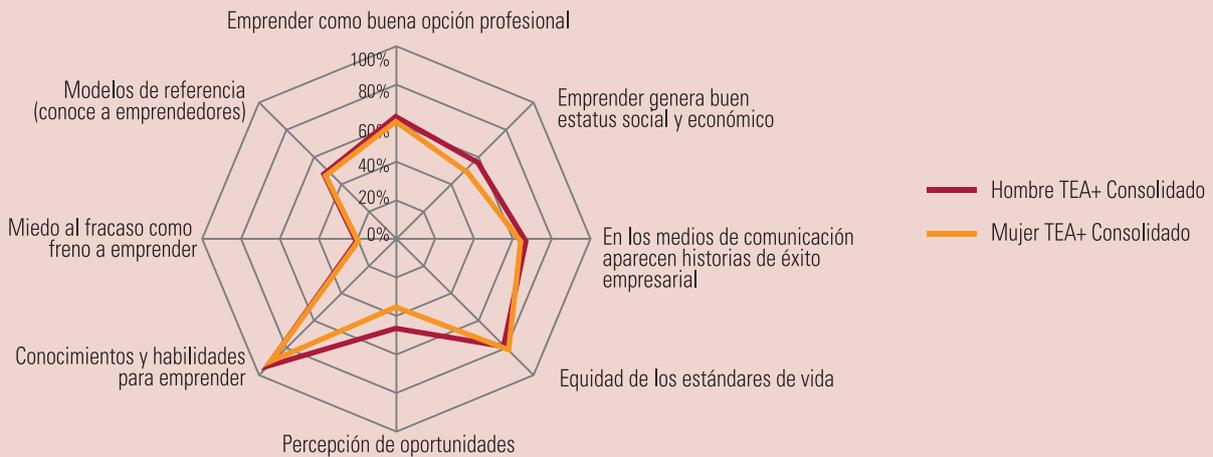


Gráfico 5.16. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales según género en Cataluña, 2015

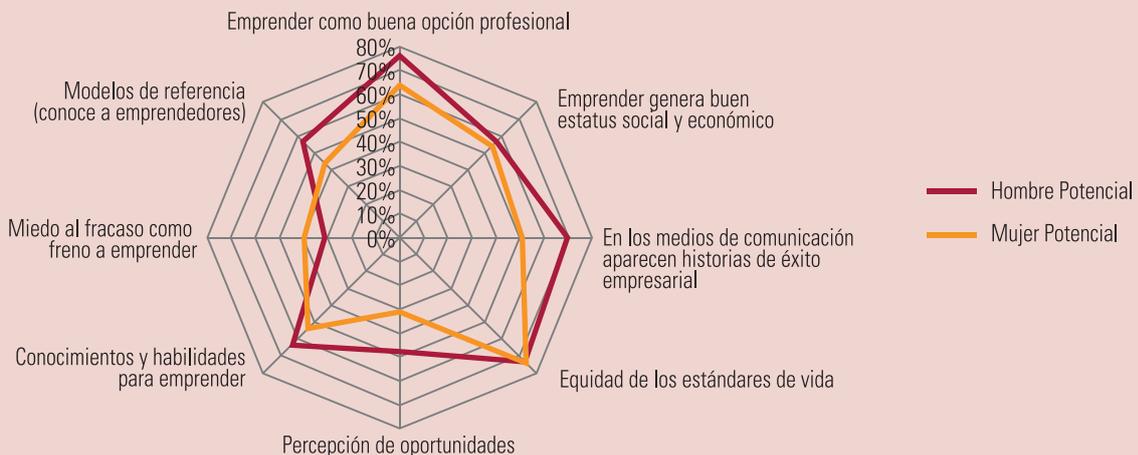


Gráfico 5.17. Percepciones, valores y aptitudes de los hombres no involucrados, de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña, 2015



Gráfico 5.18. Percepciones, valores y aptitudes de las mujeres no involucradas, de las emprendedoras potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidadas en Cataluña, 2015



### 5.3. Distribución por nivel de educación

El proyecto GEM considera la educación formal del emprendedor, dado que la misma constituye un componente clave de su nivel de capital humano y, por extensión, de la calidad del emprendimiento. 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 y 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, sobre todo 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 Grilli, 2009) o a la innovación (Koellinger, 2008; Ucbasaran *et al.*, 2008).

A continuación analizamos cómo se distribuyen los distintos grupos de emprendedores según su nivel de educación. De acuerdo con los resultados del GEM en 2015, los emprendedores potenciales y nacientes

tienen unos niveles de formación inferiores a los emprendedores nuevos y consolidados. Así, un 13% de los potenciales y nacientes tienen educación primaria y alrededor de un 25% poseen estudios superiores completados. La mayoría de potenciales y nacientes tienen estudios secundarios (58% y 41%, respectivamente). En cambio, un 50% de los emprendedores nuevos, un 44% de los consolidados y un 40% de los que componen el índice TEA tienen estudios superiores. No obstante, el porcentaje de personas con estudios de postgrado es mayor entre los nacientes (18%) que en el resto de grupos. En el caso de los abandonos, si bien hay un 40% que poseen estudios superiores, al mismo tiempo hay un 35% únicamente con estudios primarios (Gráfico 5.19).

Los resultados obtenidos en la demarcación de Barcelona son similares a los del conjunto de Cataluña, si bien el grupo con una mayor proporción de personas con estudios superiores es el de los emprendedores consolidados (49%). Además, entre los que están en fase inicial los que tienen educación secundaria supera a los que poseen estudios superiores (39% por 37%). Entre los abandonos hay un porcentaje igual de emprendedores con estudios primarios que con estudios superiores (36%) (Gráfico 5.20).

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 (índice TEA) durante la última década ha sido mayor en las personas con un nivel de educación superior. De hecho, este año se alcanza el máximo histórico de la serie 2004-2015 con un valor del 24,4%. De ahí que el porcentaje de emprendedores con estudios secundarios descienda (5,9% a 5,3%) y que la proporción de los que sólo tienen educación primaria caiga casi tres puntos (de 5,2% a 2,4%) (Gráfico 5.21).

También cabe destacar que el mencionado valor del índice TEA de los que tienen educación superior en Cataluña (24%) supera muy ampliamente al de España (14%) así como a los de la UE (11%) y países con economías basadas en la innovación (12%).

En conjunto, estos resultados parecen indicar que los catalanes con un mayor nivel de educación formal se sienten cada vez más atraídos hacia la iniciativa emprendedora. También sugieren que la formación parece ser cada vez más un requisito importante a la hora de llevar a cabo de forma exitosa la creación de una nueva empresa.

Por otra parte, el proyecto GEM también recoge información sobre la formación específica para emprender (formación en creación de empresas, función directiva, etc.) que han recibido aquellos que han sido identificados como emprendedores. Los colectivos que declararon estar mejor formados en temas de emprendimiento son los que se encuentran en las primeras fases: naciente (50% del total) y potencial (46%). En cambio, el porcentaje en los emprendedores nuevos (38%) y sobre todo en los consolidados (29%) está más claramente por debajo. En el grupo de los abandonos se alcanza hasta un 50% del total con formación específica para emprender, probablemente por el hecho de que en alguna de las fases anteriores han tenido la opción de recibirla (Gráfico 5.22). En la provincia de Barcelona la proporción de nacientes con este tipo de formación (53%) está por encima de la de Cataluña y por debajo en el caso de los consolidados (26%).

Gráfico 5.19. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña, 2015

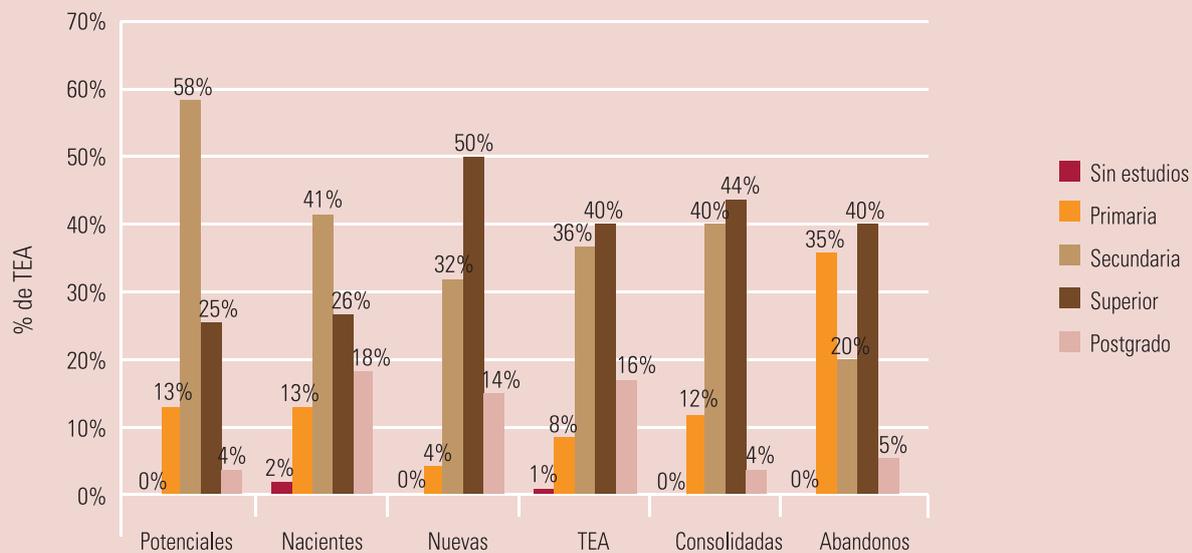


Gráfico 5.20. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona, 2015

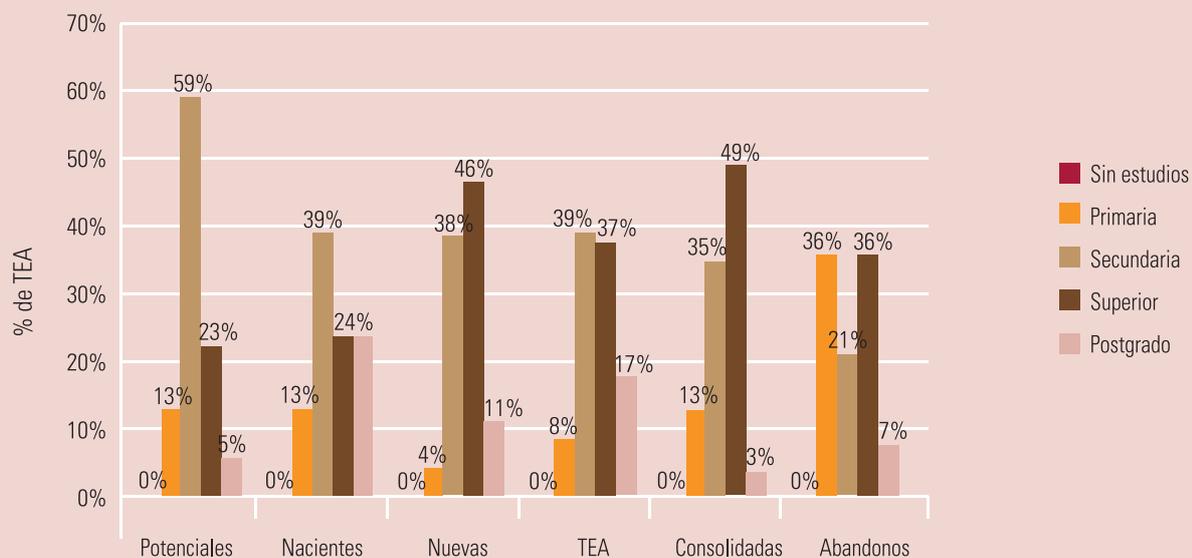


Gráfico 5.21. Evolución índice TEA por nivel de educación en Cataluña durante el periodo 2004-2015

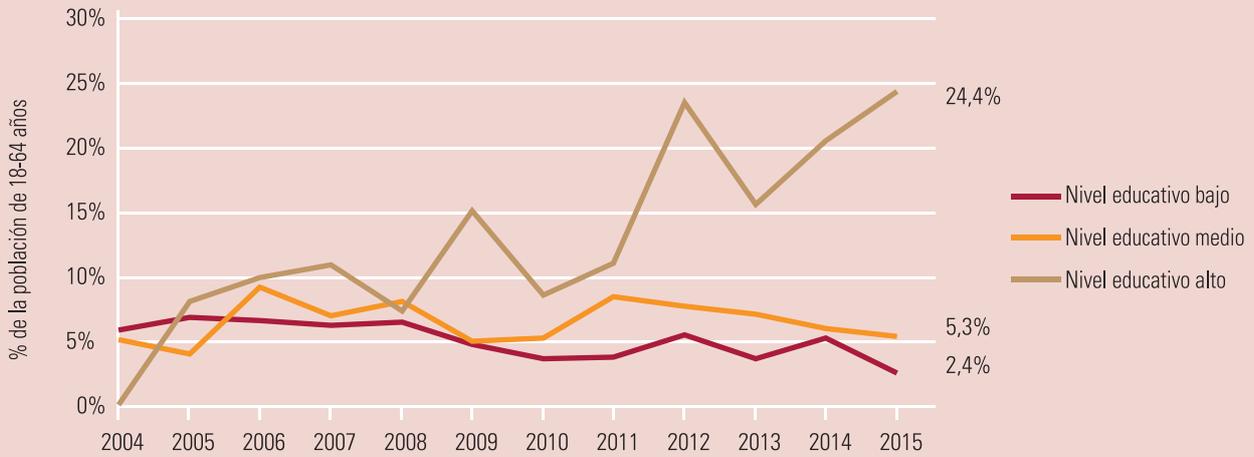
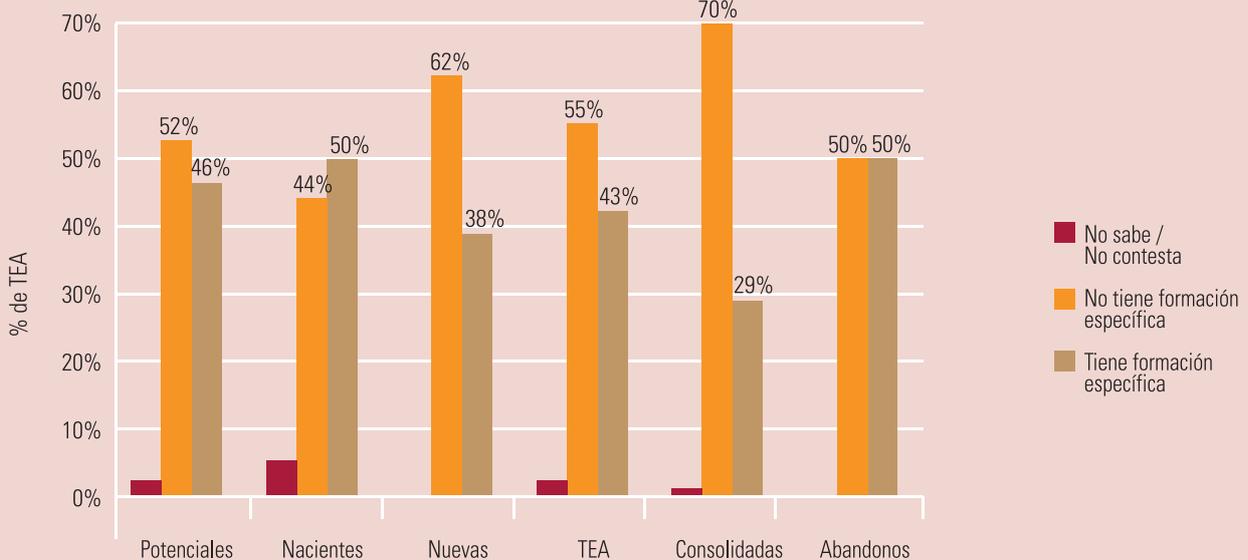


Gráfico 5.22. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en 2015, según si cuenta con educación específica para emprender



### 5.4. Distribución por nivel de renta

Para poner en marcha y desarrollar un nuevo 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 la creación de una empresa y en su potencial de crecimiento posterior (Autio y Acs, 2010).

El Gráfico 5.23 muestra la evolución de la TEA para la población que se encuentra en los tramos inferior, medio y superior del nivel de renta de Cataluña en el periodo 2004-2015. Cabe 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 de la TEA del tramo superior en ese año e incluso en 2014. De hecho, en el año anterior se alcanzaron valores muy similares del índice TEA en los tres tramos. Ahora bien, los resultados del GEM en 2015 muestran un cambio significativo.

En este sentido, se produce un gran aumento de la TEA del tercio superior de renta, pasando del 8,2% al 12,1%, junto a una caída de la TEA de los otros dos tramos, del 8,2% al 6,3% en el tercio medio y del 8,6% al 4,4% en el tercio inferior (Gráfico 5.23).

Cabe destacar que el máximo valor en 2015 lo obtienen los jóvenes (18-34 años) de renta alta, con una TEA del 17%, cuando en 2014 la misma era del 9%. Por el contrario, los de mayor edad del tramo inferior son los que obtienen una TEA menor (un 3%, frente al 8% del año anterior).

La distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2015 por nivel de renta muestra que el tramo predominante en los emprendedores potenciales y nacientes es el que va de 10.001 a 20.000€, en los consolidados pesan más los tramos de 20.001 a 40.000€, mientras que en los nuevos el tramo con mayor proporción de individuos sube hasta situarse en el de 41.001 a 60.000€ (Gráfico 5.24).

En el caso de los abandonos predomina el tramo de 20.001 a 30.000€, si bien los tramos que abarcan de 0 a 20.000€ presentan porcentajes superiores al del resto de colectivos. Este resultado parece indicar que las personas que declaran haber abandonado una iniciativa empresarial de la cual eran dueños se caracterizan por su nivel relativamente bajo de ingresos familiares (Gráfico 5.24).

Los resultados en Barcelona muestran que, a diferencia de Cataluña, el porcentaje de individuos en el tramo 20.001 a 30.000€ supera al de 10.001 a 20.000€ en el caso de los emprendedores nacientes. Asimismo, los emprendedores consolidados con renta entre 30.001 y 40.000€ está un poco por encima de los del tramo inferior (Gráfico 5.25).

Gráfico 5.23. Evolución índice TEA por nivel de renta en Cataluña durante el periodo 2004-2015

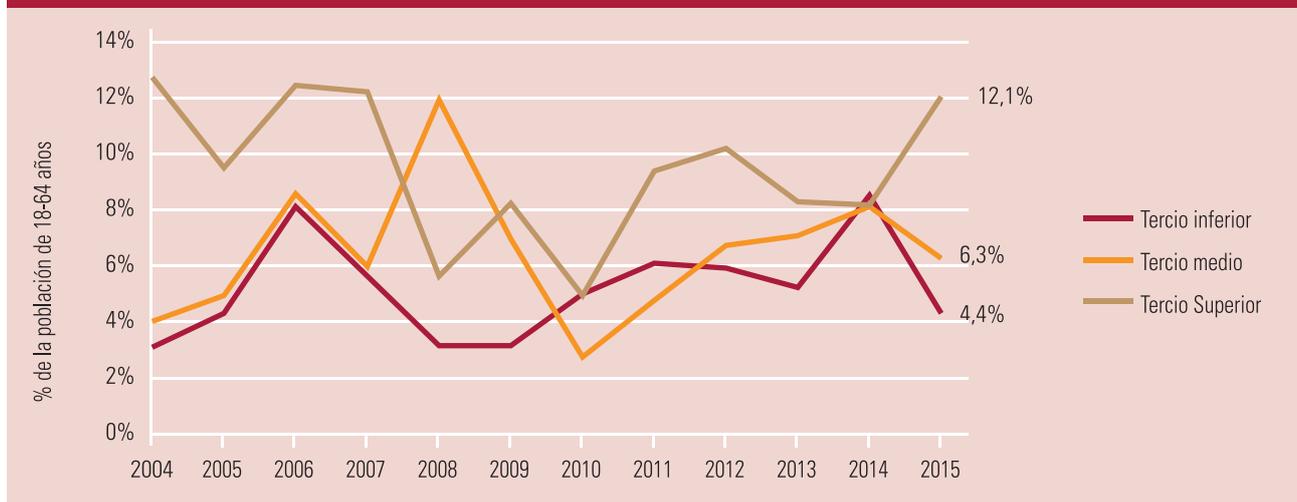


Gráfico 5.24. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en 2015 por nivel de renta

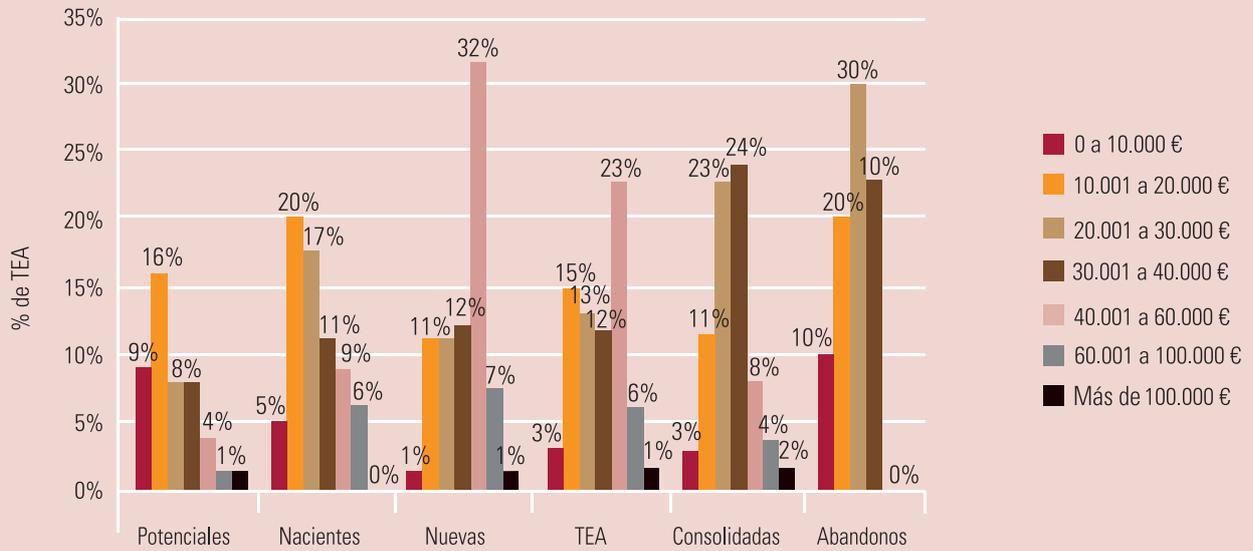
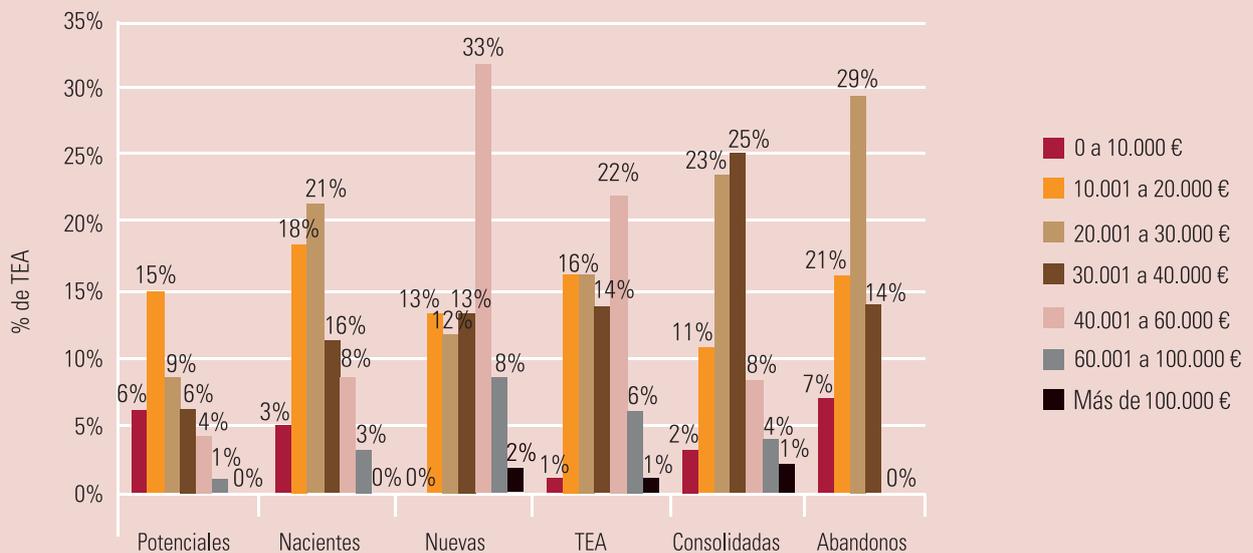


Gráfico 5.25. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en 2015 por nivel de renta



## 5.5. Distribución por situación laboral

La situación laboral previa a la involucración en actividades emprendedoras también es relevante para identificar el perfil de los emprendedores. Los resultados del año 2015 indican, al igual que en años anteriores, que la mayor parte de las personas emprendedoras proviene de una situación de trabajo a tiempo completo o parcial. En el grupo de emprendedores potenciales es donde se aprecia un porcentaje superior, respecto a los otros colectivos, de una ocupación previa a tiempo parcial (13%) y de una situación previa de estudiante (10%).

Por otra parte, sigue observándose una proporción alta de emprendedores potenciales (28%) y de nacientes (18%) que estaban en el paro. En cambio, en los emprendedores nuevos este porcentaje baja a un 1% (Gráfico 5.26).

El peso de los previamente desempleados es aún superior en la demarcación de Barcelona, alcanzando un 35% en emprendedores potenciales y un 23% en nacientes (Gráfico 5.27).

Tanto en Barcelona como en Cataluña se aprecia que en el colectivo de los que abandonan hay obviamente un porcentaje considerable que se jubilan (43% y 40%, respectivamente).

Si analizamos la evolución en los últimos años del índice TEA por situación laboral en Cataluña, es importante señalar que el peso de los previamente desempleados, tras aumentar del 2,1% en 2009 al 6,3% en 2013, en los dos últimos años ha disminuido y en 2015 baja ya hasta el 2,7% (Gráfico 5.28).

La TEA de los que anteriormente eran empleados a tiempo completo o parcial creció en 2014 pero en 2015 ha descendido y alcanza un 9,2%. Este valor es ligeramente superior al de la TEA de este colectivo en la UE (9,1%) y está algo por encima de la TEA en Barcelona (un 8,7%) y España (también del 8,7%). En el caso de los países basados en la innovación, la TEA de los previamente empleados a tiempo completo o parcial está por encima del resto de ámbitos (10,3%).

Gráfico 5.26. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2015 por situación laboral

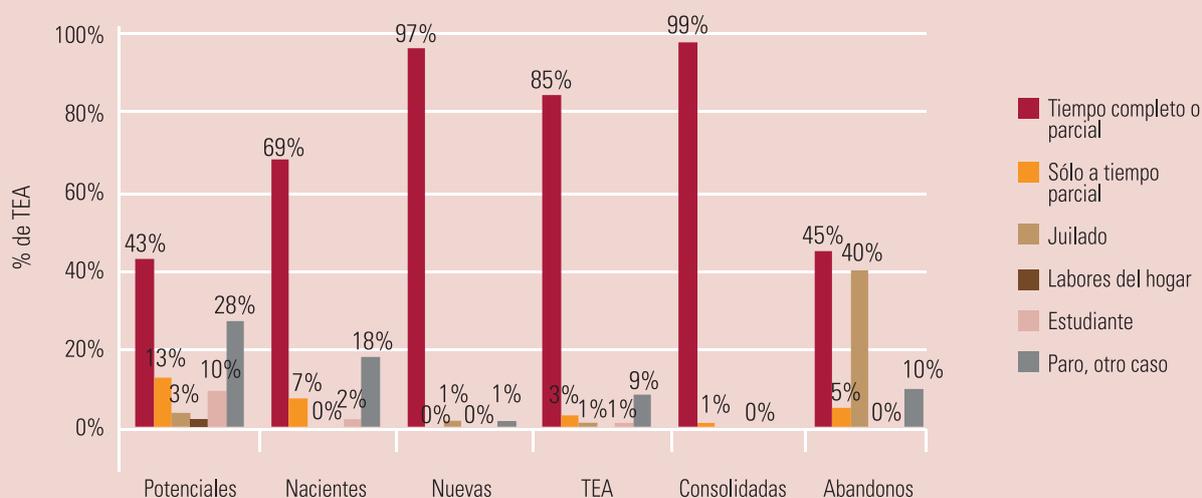


Gráfico 5.27. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2015 por situación laboral

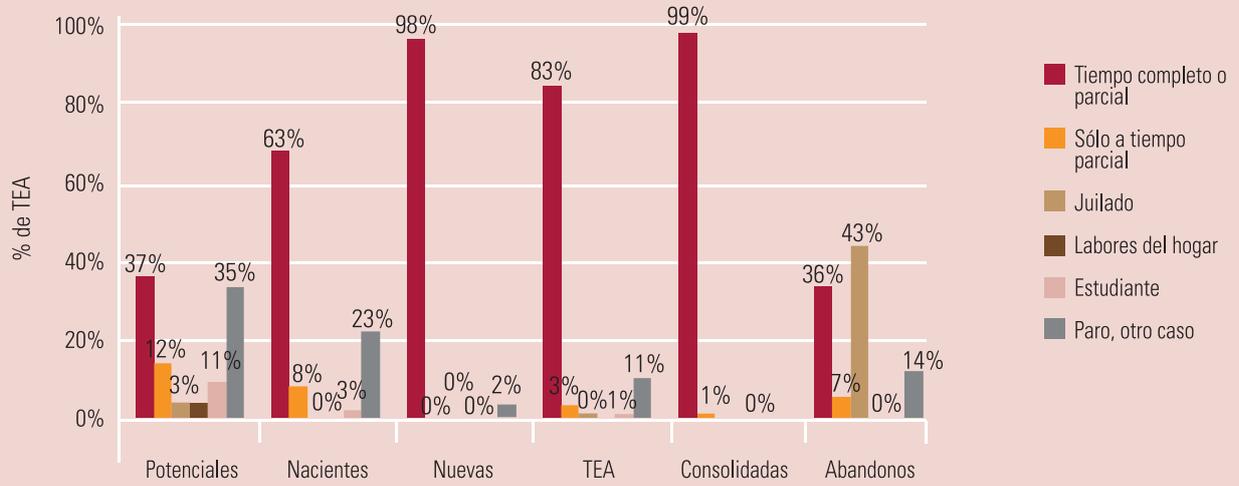
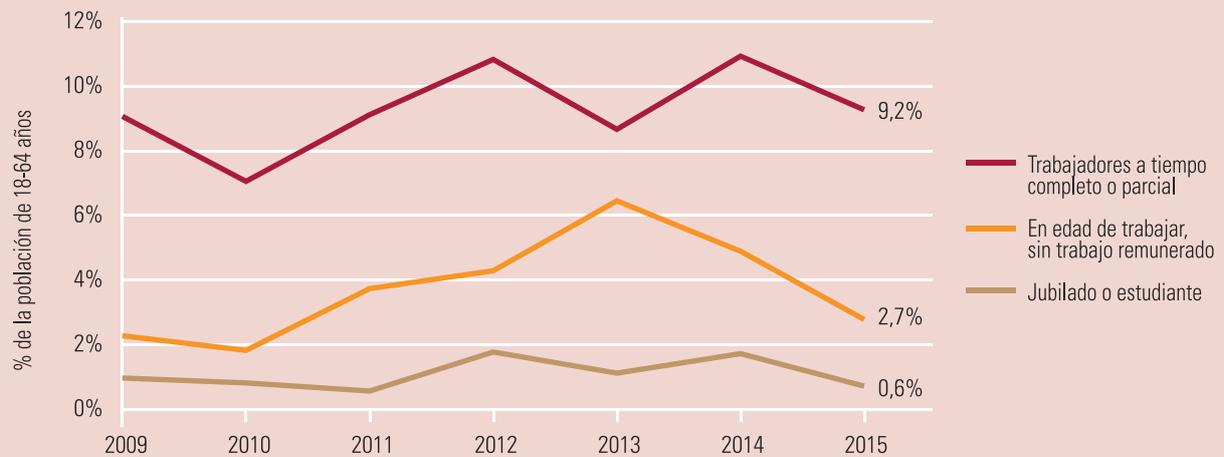


Gráfico 5.28. Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2015



## 6. El entorno emprendedor

El marco conceptual GEM (Figura 1.2) 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 como 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 que, como se ha señalado en ediciones anteriores, todavía padece los desequilibrios generados durante la etapa de crecimiento previa a la crisis y los efectos de ésta. No obstante, después de cuatro años de tasas negativas de evolución del PIB de la economía española, 2015 ha sido el segundo año en el que ha crecido (3,2%). La contribución de la demanda nacional al crecimiento fue de 3,7 pp, siendo la del sector exterior negativa de 0,5 pp.

El motor de la expansión ha sido la demanda interna, y, especialmente, el consumo. El consumo privado registró un avance del 3,2%, basado fundamentalmente en el empleo (creció un 3% y el de la industria manufacturera con un 2,9% obtuvo el mejor resultado desde el año 2000) y en el incremento de la renta real disponible generado por la disminución de los precios de la energía y los recortes fiscales, así como por la ausencia de inflación. El consumo de las AA.PP. experimentó un crecimiento real del 2,7%, siendo el nominal del 3,1%.

Todos los sectores presentaron tasas de crecimiento positivas, destacando el de la construcción (5,2%) y el de la manufactura (3,7%), siendo éste el mejor dato desde 2001. También la inversión en bienes de equipo y otros productos distintos de la construcción creció el 7,5%, fruto de la recuperación de la demanda, la mejora de las condiciones financieras y la necesidad de modernizar el equipo productivo tras los fuertes recortes de la tasa de inversión empresarial durante la crisis. Cabe destacar también que la inversión en construcción registró el primer crecimiento anual desde 2007.

Continúa la mejora de la productividad del conjunto de la economía, que aumentó el 0,2%. Los costes laborales unitarios (CLU), que tienen en cuenta los costes laborales por trabajador y la productividad, crecieron ligeramente por primera vez desde 2009, manteniéndose respecto a los socios comerciales de la eurozona a niveles de hace quince años. Mientras que los CLU en la industria manufacturera siguieron reduciéndose, es decir, siguió el proceso de ajuste salarial (devaluación interna) para recuperar la competitividad perdida desde la entrada del euro. Este es 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 3,3%, se está produciendo un aumento del empleo del 1,5% (según la EPA), situándose la tasa de desempleo en el 18,6%, 1,7 pp menor que en 2014. El perfil de moderada aceleración del crecimiento a lo largo del año se apoyó fundamentalmente en los servicios. Las exportaciones, que crecieron un 6,1% (incremento superior al de España, 4,3%, y al de la media de la zona euro, 4,2%) y alcanzaron su máximo histórico (63.839 millones de euros) compensando la débil demanda interna. En 2015 también se ha registrado el número más alto de empresas exportadoras regulares, que han exportado de manera consecutiva los últimos cuatro años, 16.422, con un crecimiento del 3%.

Según el estudio del IMD World Competitiveness Center, que analiza la competitividad de las 61 naciones con economías más desarrolladas (IMD, 2014), Cataluña se sitúa en el puesto 38 (de 61), dos por delante de España. Como puntos fuertes destaca la mentalidad abierta de la población catalana y la eficiencia empresarial. Respecto a ésta, se destaca la productividad laboral, la disponibilidad de mano de obra y un entorno favorable a la actividad

empresarial, aunque siguen las dificultades de acceso a la financiación empresarial (55º en acceso al crédito y 41º en capital riesgo). Entre los puntos débiles, la coyuntura económica y la eficiencia gubernamental, ámbito en el que el informe detecta la necesidad de reformas estructurales. La falta de transparencia y la corrupción, la burocracia y las barreras al inicio de la actividad empresarial son algunas de las deficiencias señaladas, apuntándose también la necesidad de reformar la justicia, el marco laboral y mejorar la lucha contra la economía sumergida. En emprendimiento sitúa a Cataluña en el puesto 37, veintiuno por encima de España (58º).

Este estudio también tiene una parte cualitativa en la que los directivos catalanes encuestados sitúan a Cataluña en el lugar 24 más atractivo para desarrollar negocios. Al ser preguntados sobre qué hace más atractiva a Cataluña para invertir, los cinco factores más mencionados son: mano de obra cualificada (71,7%), actitud abierta y positiva (70,05); entorno favorable a los negocios (65,0%); alto nivel de educación (60,0%), dinamismo de la economía (58,3%) e infraestructuras (46,7%). Y los cinco que menos: acceso a la financiación (1,7%), competencia del Gobierno (1,7%), competitividad del régimen fiscal (3,3%), calidad del gobierno corporativo (3,3%) y estabilidad política y previsibilidad (6,7%).

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 en sus valores absolutos.

En cuanto a los aspectos metodológicos, en el proyecto GEM Cataluña 2015 participaron 36 expertos en nueve condiciones del entorno (financiación; políticas gubernamentales; programas públicos; educación y formación emprendedora; transferencia de I+D; infraestructura comercial y profesional; infraestructura física y de servicios; apertura del mercado interno; normas sociales y culturales), sobre las que dieron su opinión.

Hasta 2014 los expertos valoraban las condiciones del entorno a través de 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 consideran favorables; mientras que las que no la superan, se consideran desfavorables. En 2015 se cambia a una escala que va de 1 (completamente falso) a 9 (completamente cierto), pasando por 5 = ni cierto ni falso. Para poder realizar comparaciones interanuales, se han recalculado los valores de 2015 en las cinco categorías anteriores (de 1 a 5) y se presentan las valoraciones medias. Aunque metodológicamente presentar valores medios cuando se utilizan escalas Likert no es lo idóneo, nos sirven como una aproximación para analizar la evolución de las condiciones del entorno y compararlas internacionalmente.

Los expertos, 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 tal como denota que la mayoría de las variables (9 de 12) han obtenido una valoración inferior a 5. Las tres que han recibido una puntuación menor son las mismas que en los dos últimos años:

- Las políticas públicas asociadas con impuestos, regulaciones y burocracia (3,29).
- La educación y formación emprendedora en la etapa escolar (3,37).
- La financiación para emprendedores (3,50)

Por otra parte, las tres con mejores puntuaciones son las mismas que en 2014:

- 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,...) (5,87)
- 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 (5,22).
- 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 (5,10).

Y algunas condiciones como normas sociales y culturales (4,73) y educación y formación emprendedora en la etapa postescolar (4,51) han recibido una valoración cercana al cinco.

En suma, según los expertos encuestados, se dispone de una buena infraestructura física, de servicios, comercial y profesional, así como de unos programas públicos que estimulan y facilitan el proceso emprendedor. La parte a mejorar, como el pasado año, sigue siendo la burocracia e impuestos, la educación emprendedora, sobre todo en la etapa escolar, y la financiación.

Las políticas públicas asociadas con impuestos, regulaciones y burocracia son las que obtienen una valoración menor, resultados que están en la línea con los del informe Catalonia in World Competitiveness 2014 (IMD, 2014).

- La burocracia dificulta la actividad económica (Cataluña ocupa la posición 49 de 61), que se concreta en: número de días para crear una empresa (49<sup>º</sup>), procedimientos necesarios (53<sup>º</sup>) y una legislación empresarial que entorpece los negocios (52<sup>º</sup>).
- El impuesto de sociedades (49<sup>º</sup>) y sobre la renta del trabajo (51) desincentivan la actividad económica. Además, las pymes soportan tipos efectivos de impuestos muy superiores a las grandes empresas.
- La legislación laboral (49<sup>º</sup>) y los costes de Seguridad Social a cargo de la empresa (44<sup>º</sup>).

A pesar de que la educación emprendedora en la etapa escolar se mantiene como una de las asignaturas pendientes, se han señalado positivamente proyectos como "Cultura emprendedora en la escuela", que tiene como objetivo fomentar la cultura emprendedora y las competencias básicas en el ciclo superior de la educación primaria. Durante un curso escolar, el alumnado crea y gestiona una cooperativa escolar con el apoyo de la comunidad educativa, la administración y los agentes sociales de su localidad, adquiriendo habilidades y valores que capacitan a las personas a gestionar adecuadamente sus proyectos profesionales y vitales, a reducir las barreras psicológicas y culturales a las que se enfrenta el individuo en su experiencia emprendedora.

La valoración de las normas sociales y culturales ha ido mejorando estos últimos años, aunque, al ser su naturaleza más estructural, cualquier cambio importante suele requerir un plazo temporal mayor para visualizarse. 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, actuando el prestigio y el reconocimiento social vinculado a la iniciativa emprendedora como un factor clave de motivación, influyendo también sobre el coste de oportunidad de convertirse en empresario. Por ese motivo, hay que estar muy atento al efecto que puede tener a medio y largo plazo la fuerte evolución a la baja de la percepción de que emprender brinda estatus social y económico, a casi 20 puntos de distancia de Europa, o de la intención de emprender (emprendedores potenciales), que es casi la mitad que en Europa y el antepenúltimo valor de los países GEM con economías basadas en la innovación (sólo por delante de España y Noruega). Este 2015 ya se ha plasmado en el menor valor de emprendedores nacientes de los últimos cinco años (2,7%), superior al 2,1% de España pero lejos del 4,8% de Europa y todavía más del 8,3% de Estados Unidos. De ahí la importancia de seguir fomentando

el emprendimiento desde actividades vinculadas a la formación y de su difusión en positivo en los medios de comunicación, que aparezcan modelos de referencia, del marketing de testimonio.

El análisis dinámico de las condiciones del entorno (gráfico 6.2), a pesar del crecimiento del PIB por segundo año consecutivo, denota un ligero retroceso en 2015, que se confirma en 8 de las 12 condiciones. Las que presentan un leve avance son las normas sociales y culturales, barreras de acceso al mercado interno, programas públicos y financiación.

Gráfico 6.1. Valoración media de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña, 2015 (escala Likert de 1-9)

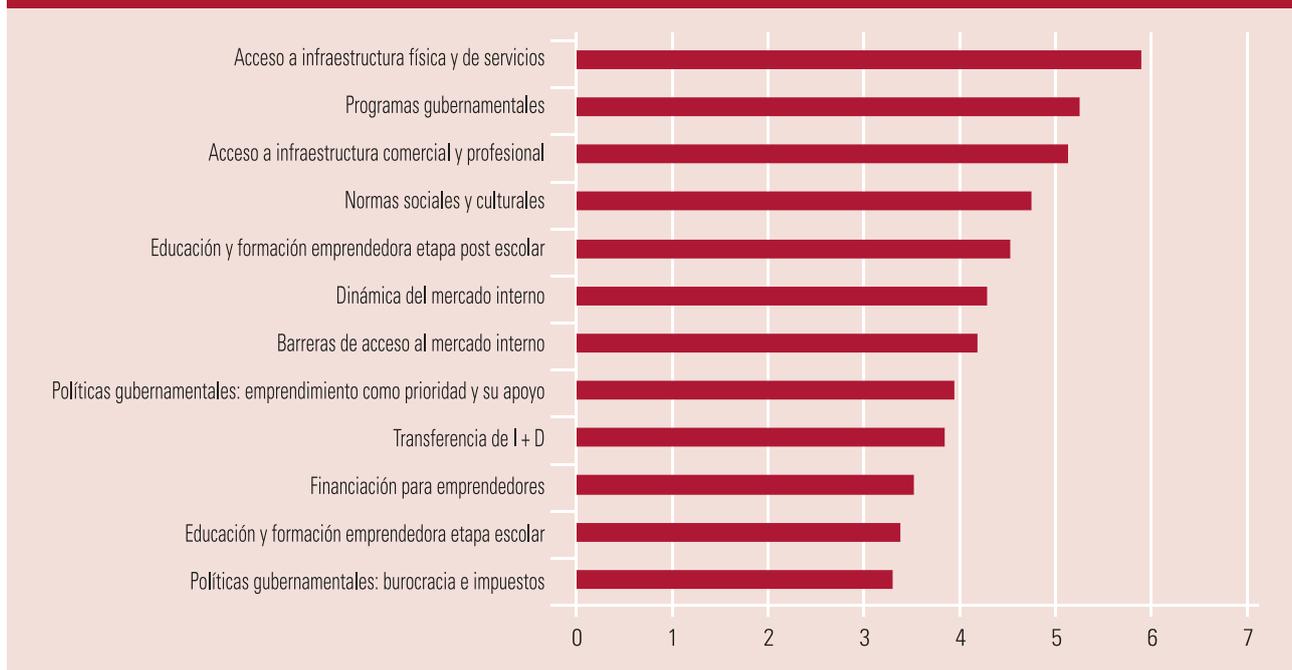
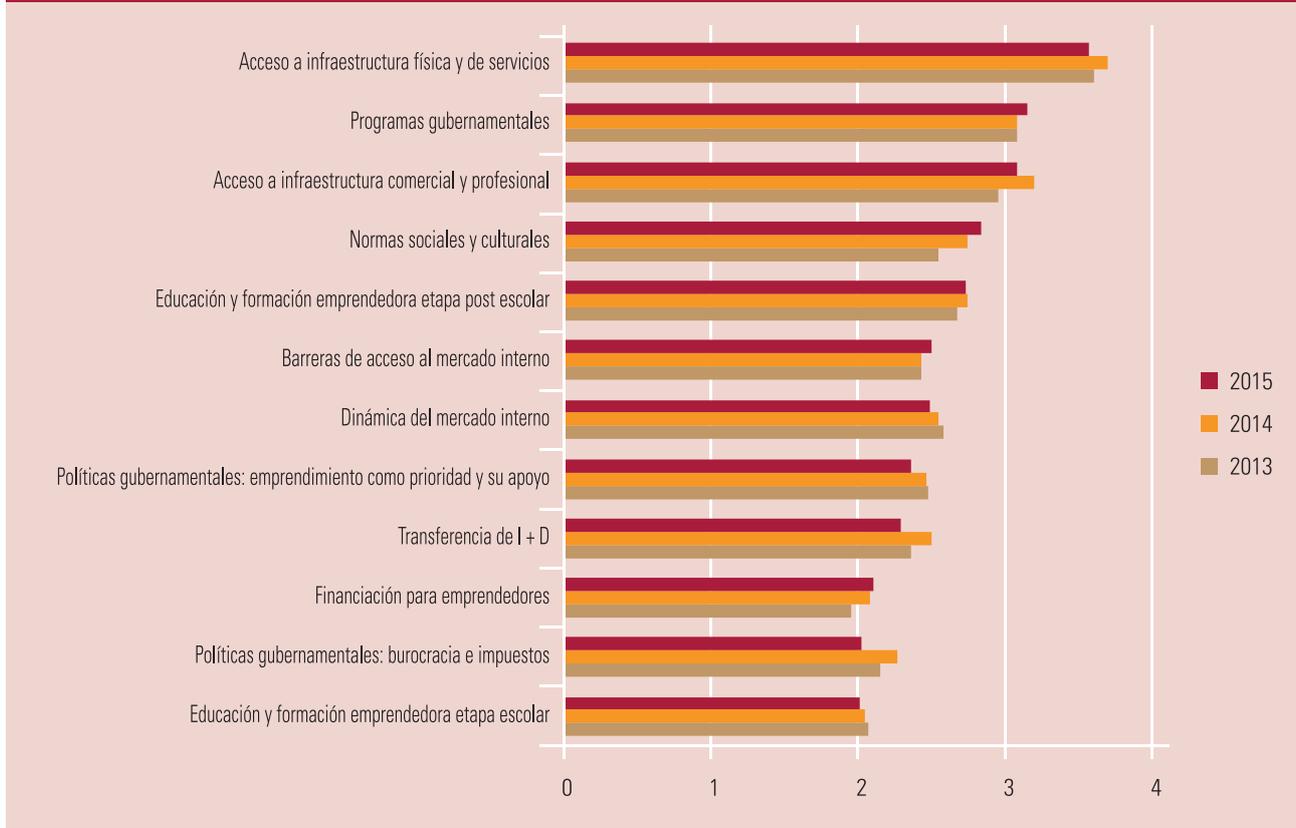


Gráfico 6.2. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña (periodo 2013-2015) (escala Likert de 1 a 5)



## 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 6.3), la valoración comparativa media de los expertos de Cataluña, España, Europa, Países GEM con economías basadas en la innovación y EE.UU.

Las condiciones del entorno para emprender de Cataluña respecto de España son superiores en: acceso a la infraestructura física y de servicios, acceso a la infraestructura comercial y profesional, normas sociales y culturales, programas públicos y educación y formación emprendedora en la etapa escolar.

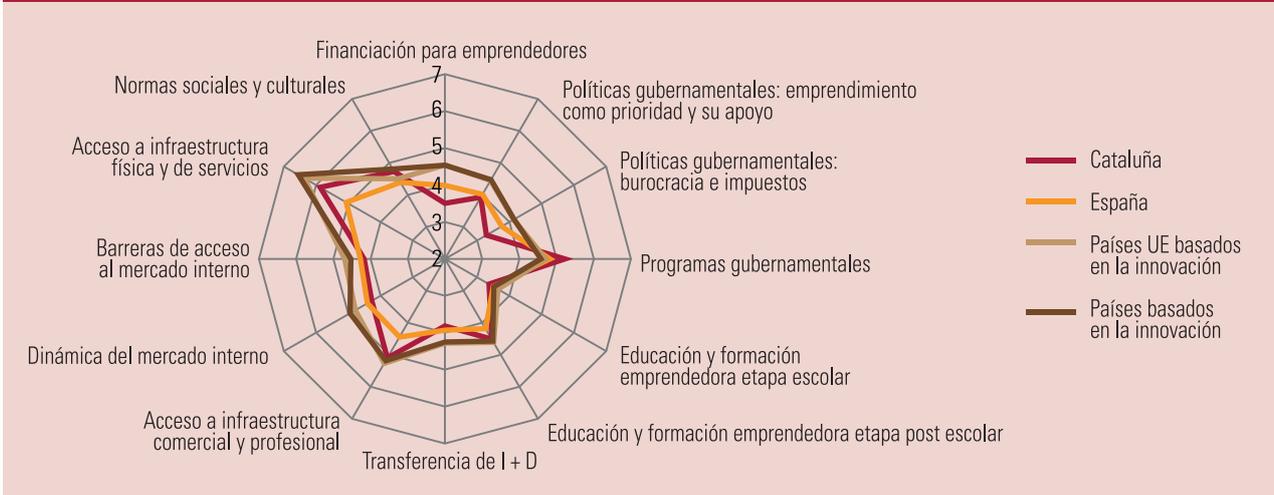
Respecto a Europa se tienen oportunidades de mejora en la mayoría de factores: financiación para emprendedores, políticas públicas (tanto en burocracia e impuestos como en que el emprendimiento sea prioritario y en su apoyo) dinámica del mercado interno, barreras de acceso al mercado interno, acceso a infraestructura física y de servicios y en transferencia de I+D.

Es oportuno resaltar que en la única condición que se obtiene una puntuación superior al resto, incluso a los países GEM basados en la innovación, es en la valoración positiva que realizan de los programas gubernamentales, la mayoría de los cuales son de ámbito local y autonómico.

Tabla 6.1. Valoración de las condiciones para emprender en países UE basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas, 2015

|  | 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 | PAÍS VASCO |
| Financiación para emprendedores                  | 4,5                        | 4,0    | 3,0                   | 3,6    | 2,9      | 3,2       | 3,6             | 3,4                | 3,5      | 3,5           | 3,5         | 4,1     | 3,6       | 3,7    | 3,5     |            |
| Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo     | 4,5                        | 4,0    | 4,1                   | 4,3    | 3,1      | 4,1       | 3,6             | 3,8                | 3,9      | 4,1           | 4,3         | 3,8     | 4,2       | 4,3    | 4,0     | 4,3        |
| Políticas gubernamentales: burocracia/impuestos  | 4,1                        | 3,8    | 2,8                   | 3,3    | 3,6      | 3,4       | 3,5             | 3,3                | 3,3      | 3,3           | 3,9         | 3,5     | 3,6       | 3,2    | 3,7     | 3,4        |
| Programas gubernamentales                        | 4,6                        | 4,8    | 4,5                   | 5,5    | 4,2      | 5,0       | 4,7             | 4,5                | 5,2      | 5,0           | 4,9         | 4,5     | 5,1       | 5,1    | 5,1     | 5,2        |
| Educación y formación emprendedora (escolar)     | 3,5                        | 3,5    | 2,1                   | 2,8    | 2,4      | 3,0       | 3,1             | 2,8                | 3,4      | 2,7           | 2,8         | 2,5     | 2,6       | 3,0    | 3,3     | 2,4        |
| Educación y formación emprendedora (post)        | 4,6                        | 4,2    | 4,1                   | 4,5    | 4,4      | 4,9       | 4,7             | 4,4                | 4,5      | 4,7           | 4,9         | 4,7     | 4,4       | 4,5    | 4,9     | 3,8        |
| Transferencia de I + D                           | 4,3                        | 3,9    | 3,7                   | 4,4    | 3,4      | 4,2       | 3,7             | 3,8                | 3,8      | 3,9           | 4,0         | 4,1     | 3,8       | 3,7    | 3,9     | 4,0        |
| Acceso a infraestructura comercial y profesional | 5,2                        | 4,4    | 4,5                   | 5,5    | 4,5      | 4,7       | 4,6             | 4,3                | 5,1      | 4,6           | 5,2         | 4,8     | 4,7       | 5,0    | 4,7     | 5,1        |
| Dinámica del mercado interno                     | 4,9                        | 4,4    | 3,5                   | 4,0    | 3,1      | 4,6       | 4,3             | 4,1                | 4,3      | 3,9           | 4,6         | 3,1     | 4,4       | 3,6    | 3,8     | 3,9        |
| Barreras de acceso al mercado interno            | 4,5                        | 4,3    | 3,8                   | 4,2    | 3,6      | 3,9       | 3,7             | 3,7                | 4,2      | 3,9           | 3,8         | 4,1     | 3,9       | 4,1    | 3,7     | 3,8        |
| Acceso a infraestructura física y de servicios   | 6,6                        | 5,1    | 6,3                   | 6,4    | 6,1      | 6,3       | 5,9             | 6,4                | 5,9      | 6,6           | 6,0         | 6,2     | 6,2       | 6,5    | 6,3     | 6,4        |
| Normas sociales y culturales                     | 4,8                        | 4,4    | 3,2                   | 4,3    | 3,6      | 4,1       | 4,4             | 4,5                | 4,7      | 4,9           | 3,9         | 3,8     | 3,6       | 4,4    | 4,5     | 4,1        |

Gráfico 6.3. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2015



### 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.

Los tres principales obstáculos señalados en Cataluña en 2015 (gráfico 6.4) coinciden con los del 2014: acceso a la financiación 77% (89% en 2014), políticas públicas 57% (56% en 2014) y capacidad emprendedora 43% (42% en 2014).

Barreras que coinciden, en gran medida, con las señalados en el *Global Competitiveness Report 2015-2016* por Schwab y Sala (2015) para España: falta de acceso al crédito, mercado laboral rígido, dificultad para la atracción y retención del talento e insuficiente capacidad de innovar, resultado de la baja inversión en I+D y la débil colaboración Universidad-Empresa.

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. No obstante, en Cataluña su incidencia ha disminuido 12 puntos porcentuales respecto al 2014, aunque todavía es 34 puntos superior al de Europa (43%).

Se señala la falta de financiación pública para el arranque de compañías (*pre-seed*) y de privada para las fases iniciales y de crecimiento. En los últimos informes ya se dijo 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. No obstante, los expertos constatan que en 2015 las entidades financieras están aprobando más operaciones para financiar nuevas empresas. También se menciona como negativa la desaparición de las cajas de ahorros locales, más sensibles a las pymes.

En cuanto a los apoyos, tal y como se observa en el Gráfico 6.5, los principales han sido: los programas públicos (43%); la educación y formación (29%); el ciclo económico (23%); la situación del mercado laboral (23%) y la capacidad emprendedora (23%).

Sin embargo, algunos de estos apoyos tienen cierto riesgo, como la creencia de que el emprendimiento es la solución al desempleo o que se lance a ser empresarios a personas que no están preparadas y que su motivación no es por oportunidad, especialmente jóvenes y parados. Este 2015 se ha mejorado en este último aspecto, coincidiendo la disminución de la TEA con el descenso de la iniciativa emprendedora por necesidad.

Destacar también que mientras en Europa las políticas públicas han sido el segundo factor de apoyo en cuanto a su valoración (27%), tanto en Cataluña (3%) como en España (15%) han obtenido puntuaciones muy inferiores.

Todo lo contrario sucede con los programas públicos, cuya responsabilidad es más autonómica y local. En Cataluña ha sido el factor de apoyo que ha obtenido una puntuación mayor (43%), 15 puntos por encima de Europa (28%) y 28 de España (15%). Se destacan los programas de fomento a la creación y consolidación de empresas, así como los de transmisión de empresas; las acciones de sensibilización en la educación secundaria y superior; los programas formativos; el desarrollo de eventos que favorecen el *networking* y la visualización de casos exitosos; las incubadoras y parques; el soporte técnico al inicio de nuevas actividades, acompañamiento y *mentoring*, especialmente en algunos ámbitos como las TIC.

Las normas sociales y culturales, que habían sido un importante obstáculo en años precedentes, si exceptuamos 2014, en 2015 continúan apareciendo tanto como un obstáculo (14%) como un apoyo (14%), aunque perdiendo peso en ambos aspectos. Cabe señalar también que como apoyo se encuentra respecto a Europa 9 puntos por debajo.

En el capítulo 2 ya se ha dicho que 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 desde 2010 (Gráfico 2.3). Sin embargo, citando palabras textuales de uno de los expertos: todavía hay “demasiado ruido de cualquier práctica éticamente incorrecta versus el poco ruido en prácticas correctas y exitosas”. Por lo que sería necesario incrementar el marketing de testimonio de casos exitosos y éticos, que mejoraran la percepción de que emprender genera un buen estatus social y económico.

Las cuatro principales recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno de la actividad emprendedora son similares a las del pasado año: políticas públicas (69%), apoyo financiero (51%), educación y formación (40%) y programas de instituciones públicas (28 %) (Gráfico 6.6). Y coinciden, aunque con diferente intensidad, con las de Europa: políticas públicas (53%), educación y formación (45%), apoyo financiero (32%) y programas públicos (24%). A continuación, se presentaran una muestra de respuestas abiertas de los expertos para ilustrar mejor las recomendaciones anteriores.

En políticas públicas se señala la relevancia de mantener una política industrial a largo plazo alineada con el RIS3 (*Research and Innovation Smart Specialization Strategy*), que sitúe la industria y la innovación en el centro del modelo de crecimiento. En la que, por ejemplo, se constituyan clusters focalizados territorialmente en pocos objetivos y entornos (los famosos ecosistemas de innovación) atractivos al talento. La existencia de viviendas de alquiler adecuadas en el área metropolitana ayudaría a la retención de dicho talento. Reforzar los incentivos fiscales a los business angels y al capital riesgo, así como a las *start-ups* y la reinversión. Se continúa remarcando la necesidad de agilización de los trámites para la creación de una empresa.

Para reducir los problemas de financiación, además de la habitual necesidad de mayor oferta de crédito para las nuevas empresas, se recomienda: intensificar los préstamos participativos; mayor disponibilidad de capital riesgo en la franja de 1 a 5 millones de euros; facilitar la creación de fondos de capital riesgo para la fase de crecimiento (5-15 millones de euros de inversión) con especialización sectorial y ámbito de inversión europeo o global; desarrollar mecanismos de impulso y aceleración de la microinversión colectiva (*equitycrowdfunding*) y de los micropréstamos colectivos (*crowdlending*).

Se deben continuar fomentando los valores y competencias emprendedoras en todas las etapas formativas, así como los idiomas. Se debe asimismo intensificar la formación en gestión empresarial para emprendedores. Todo ello sin descuidar los programas de sensibilización sobre el valor de la innovación y de la iniciativa emprendedora, que vayan modificando las normas culturales.

El tema de la formación es muy relevante para la empleabilidad y, más aún, para el autoempleo y la iniciativa emprendedora. Un factor fundamental que determina la empleabilidad es que la formación recibida permita desarrollar las habilidades necesarias para ejercer un determinado puesto de trabajo. Según datos de 2015 de la OCDE, un 41% de los adultos con estudios superiores obtuvieron un resultado bajo en el test de habilidades profesionales, frente al 27% de promedio de la OCDE (CaixaBank Research, 2015); datos preocupantes que exigen una revisión de los programas impartidos. Algunas actuaciones sugeridas, además, son generalizar la FP dual y los estudios universitarios duales, con proyectos (trabajos final de grado o de máster) vinculados a las pymes, innovadores o de desarrollo de negocios y con un enfoque o equipo multidisciplinar.

De nuevo se incide en la necesidad de mayor calidad de las iniciativas emprendedoras y de mayor tamaño de las empresas, claves para el cambio y regeneración del tejido productivo, así como para la creación de empleo.

Respecto a la calidad, es fundamental que el emprendedor esté capacitado y que la motivación sea por oportunidad. 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 y crean la empresa para aprovechar una oportunidad. Por ello es necesario seguir fomentando la cultura innovadora y emprendedora, puesto que se innova mejor a través de personas emprendedoras. Se necesitan mejorar, ya que Cataluña tiene una TEA inferior a la de los países de economías basadas en la innovación y la mitad de emprendedores potenciales, con una calidad que difícilmente potenciará el crecimiento innovador. Los datos GEM lo evidencian: sólo un 6% tiene más de 5 empleados, el 51% se crea en sectores con mucha competencia y el 79% no tiene capacidad exportadora. Durante la crisis ha proliferado el emprendimiento por necesidad y de baja calidad, que, no obstante, socialmente ha podido ser necesario pero desde un punto de vista económico no es lo más deseable a largo plazo. Al realizar el benchmarking internacional en el apartado 4.5 se manifiesta que la gran diferencia entre las iniciativas emprendedoras de Cataluña y las de los países basados en la innovación es en el menor número de clientes en el extranjero y en la menor aspiración de creación de empleo en 5 años (gráfico 4.31).

Ya se señalaban el año pasado los dos grandes retos de la economía del país: ganar competitividad y aumentar el ritmo de creación de empleo, que, precisamente, están relacionados 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 con otros países europeos, excesivamente alto de microempresa y un sector industrial que no ha dejado de reducirse (del 34% en 2006 al 16% en 2015) 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, especialmente de sectores industriales de alto componente estratégico y que tengan un efecto tractor para otros.

En esta línea y como el intraemprendedor suele ser el motor del crecimiento orgánico de una empresa, también sería necesario continuar con los programas que lo refuercen y potenciar el desarrollo de aceleradoras corporativas.

Tras reconocer el relevante papel desempeñado por organismos y entidades, generalmente públicos y de ámbito local, en el fomento y soporte de la iniciativa emprendedora, se ha señalado que hay una excesiva atomización y dispersión. Si el tamaño es relevante para las empresas, también lo es para los organismos públicos. Necesitan tener el tamaño crítico necesario para poder prestar soporte y servicios de alto valor añadido.

Gráfico 6.4. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2015

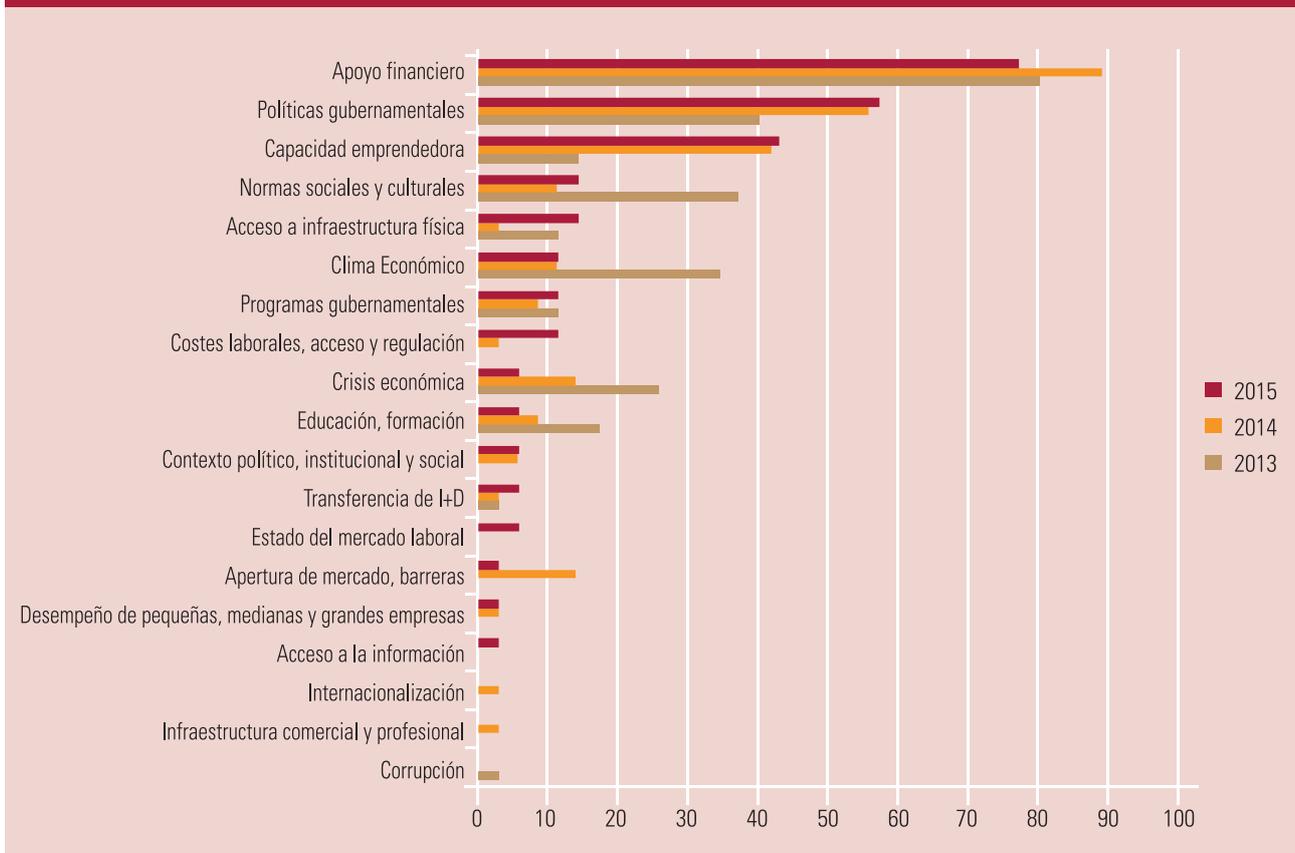


Gráfico 6.5. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2015

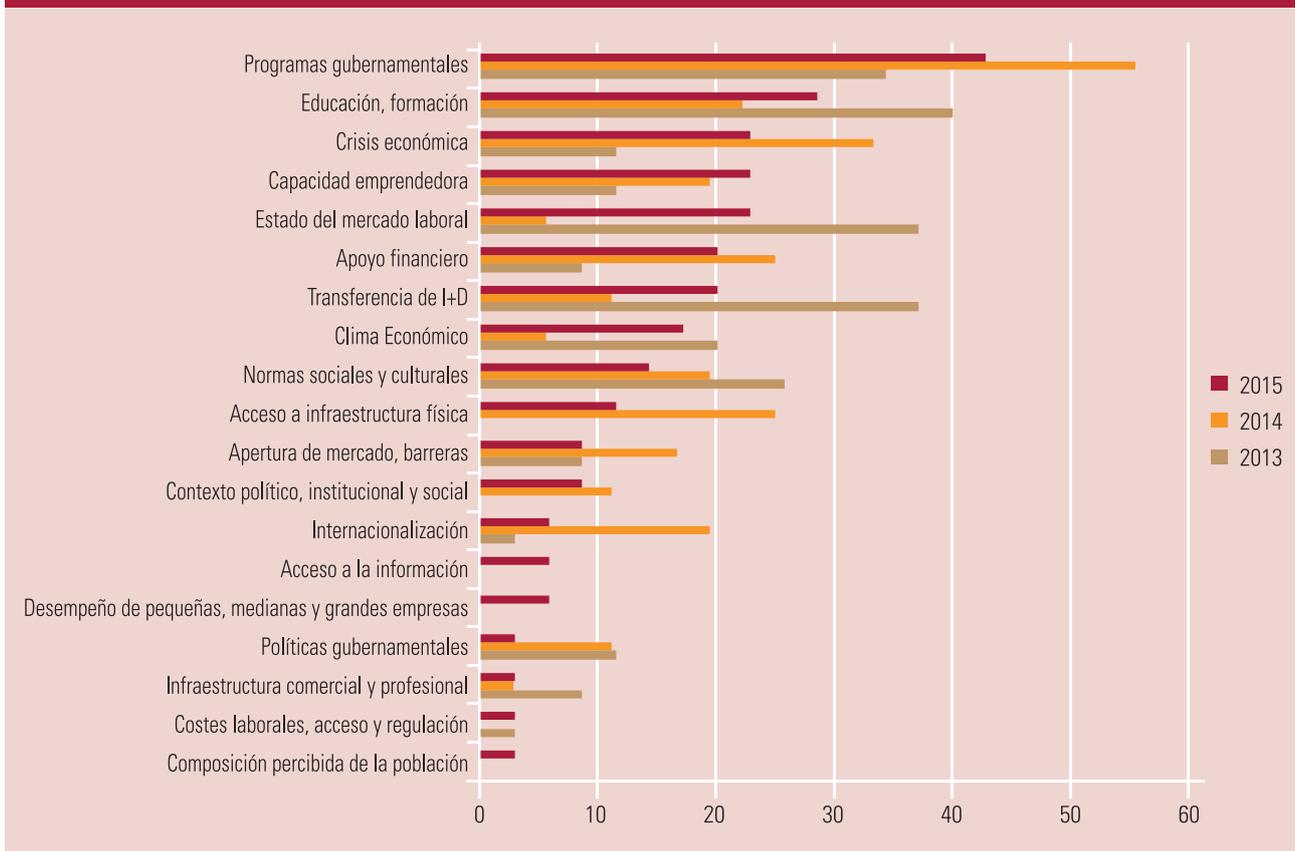
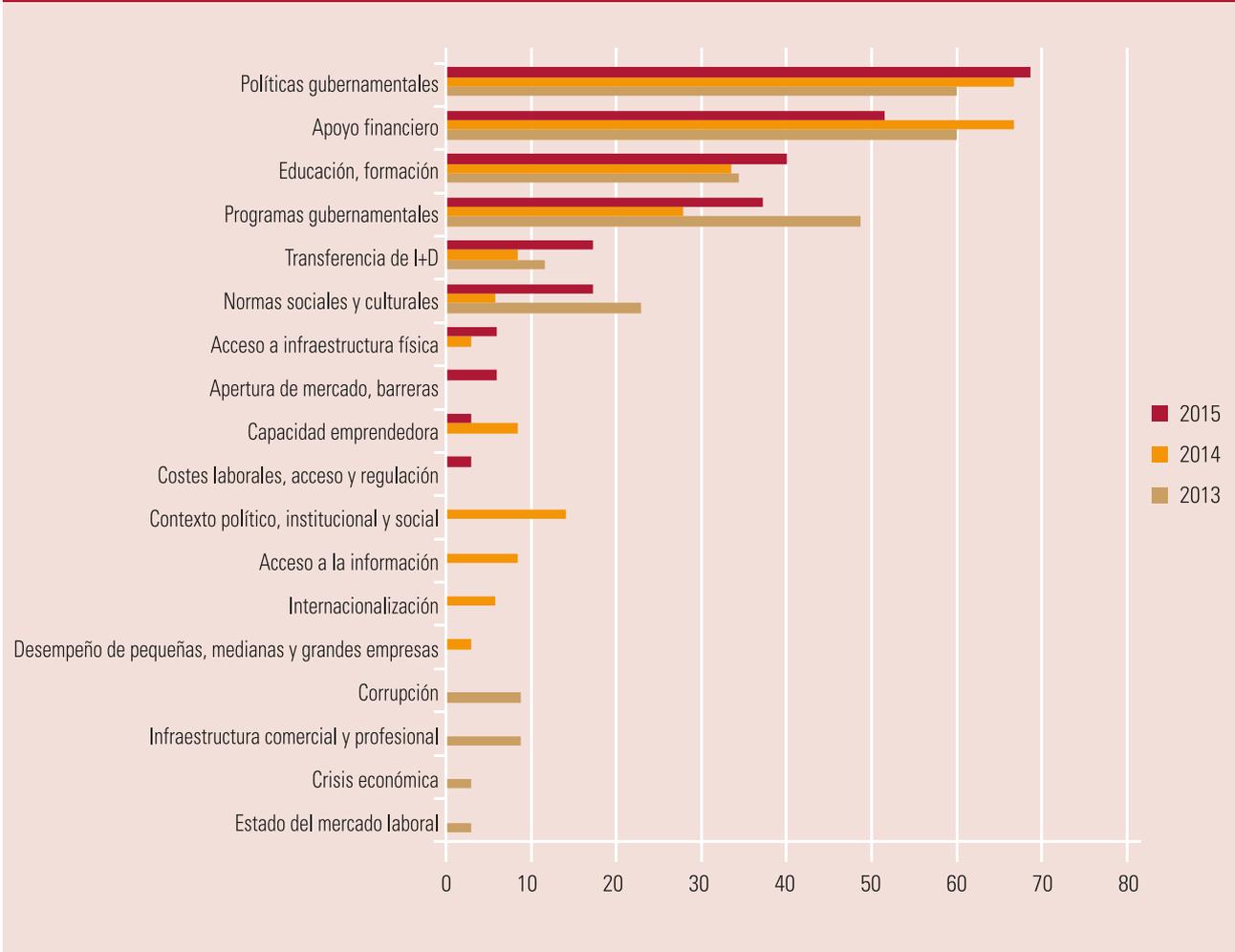


Gráfico 6.6. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2015



## Bibliografía

- ACS, Z. J., ARMINGTON, C. y 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.
- AUDRETSCH, D.B. y M. FRITSCH (2002): "Growth regimes over time and space", *Regional Studies* 36, 113-124.
- AUDRETSCH, D. B., SANTARELLI, E., y VIVARELLI, M. (1999): "Start-up size and industrial dynamics: some evidence from Italian manufacturing", *International Journal of Industrial Organization*, 17: 965-983.
- AUTIO, E., ACS, Z. (2010): "Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4, 234-251.
- BATISTA, R., FERNÁNDEZ-LAVIADA, A., MEDINA, M., ESTEBAN, N., RUEDA, I., y SÁNCHEZ, L. (2015): "Educación en emprendimiento" a *Informe GEM España 2014*.
- CAIXABANK RESEARCH (2015): "Radiografía de la empleabilidad de la fuerza laboral en España". *Informe Mensual* 12. Diciembre, p. 28.
- CAPELLERAS, J. L. y GENESCÀ, E. (2004): "Análisis comparativo de las características de las microempresas en España", *Universia Business Review*, 2: 73-93.
- CAPELLERAS, J. L., GENESCÀ, E. y VAILLANT, Y. (2005): "El dinamismo empresarial", en Genescà, E., Goula, J., Oliver, J., Salas, V. i Surís, J.M. (eds.): *La industria en España: Claves para competir en un mundo global*, Ed. Ariel, Barcelona, 41-80.
- CAPELLERAS, J. L., CONTIN, I., LARRAZA, M. y MARTÍN, V. (2013): "The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship", *Investigaciones Regionales*, 26: 96-113.
- COLOMBO, M. y 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. y 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. y 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. y SURÍS, J. M. (eds.) (2005): *La industria en España. Claves para competir en un mundo global*. Barcelona: Ariel.
- GNYAWALI, D. R. y FOGEL, D. S. (1994): "Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications". *Entrepreneurship Theory and Practice*, junio, 43-62.
- HAYNIE, J. M., SHEPHERD, D. A. y McMULLEN, J. S. (2009). "An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions". *Journal of Management Studies*, 46: 337-361.

- HISRICH, R. D. (2013): *International Entrepreneurship*. Thousand Oaks: Sage.
- IMD (2014): *Catalonia in World Competitiveness 2014*. IMD World Competitiveness Center, Lausanne.
- KELLEY, D., SINGER, S. y HERRINGTON, M. (2016): *GEM 2015 / 2016 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- KOELLINGER, P. (2008). "Why are some entrepreneurs more innovative than others?". *Small Business Economics*, Springer, 31(1): 21-37.
- KOLVEREID, L. y ISAKSEN, E. (2006): "New business start-up and subsequent entry into self-employment". *Journal of Business Venturing*, 21, 866-885.
- LUNDSTRÖM, A., VIKSTRÖM, P., FINK, M., MEULEMAN, M., GLODEK, P., STOREY, D. y KROKSGÅRD, A., (2014). "Measuring the costs and coverage of SME and entrepreneurship policy: A pioneering study". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38: 941-957.
- SHEPHERD, D. y DETIENNE, D. (2005). "Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification". *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 29 (1), 91-112.
- STOREY, D. J. y GREENE, F. J. (2010): *Small business and entrepreneurship*. London: Pearson.
- UCBASARAN, D., WESTHEAD, P. y WRIGHT, M. (2008): Opportunity Identification and Pursuit: Does an Entrepreneur's Human capital matter? *Small Business Economics*, 30 (2): 153-173.
- VALLS, J., CRUZ, C., TORRUELLA, A., JUANES, E., CANESSA, M. y HORMIGA, E. (2012): *Causas de fracaso de los emprendedores*. Netbiblo.
- SCHWAB, K. y SALA, X. (2015): *Global Competitiveness Report 2015-2016*. World Economic Forum. Geneva.
- WEICK, K. (1996): "Drop your tools: an allegory for organizational studies". *Administrative Science Quarterly*, 41, 301-314.
- WIKLUND, J. y 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. y 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> Países participantes en el GEM 2015 agrupados por áreas geográficas y nivel de desarrollo económico   | 5   |
| <b>Tabla 1.2.</b> Ficha técnica de la encuesta a la población adulta catalana   | 7   |
| <b>Tabla 1.3.</b> Contexto social, cultural, político y económico y fase de desarrollo económico  | 8   |
| <b>Tabla 1.4.</b> Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña 2015  | 15  |
| <b>Tabla 1.5.</b> Cuadro de Mando Integral GEM España 2015  | 16  |
| <b>Tabla 1.6.</b> Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona 2015   | 17  |
| <b>Tabla 2.1.</b> Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en el 2015 por tipo de economía   | 34  |
| <b>Tabla 3.1.</b> Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados, abandonos y cierres de actividad empresarial en 2015 clasificados por tipo de economía | 52  |
| <b>Tabla 4.1.</b> Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña en 2015  | 64  |
| <b>Tabla 4.2.</b> Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Barcelona en 2015   | 65  |
| <b>Tabla 4.3.</b> Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) según sectores, expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en el 2015. Análisis por tipo de economía                                 | 73  |
| <b>Tabla 5.1.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en 2015   | 79  |
| <b>Tabla 5.2.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en 2015  | 80  |
| <b>Tabla 5.3.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en 2015  | 80  |
| <b>Tabla 5.4.</b> Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Barcelona en 2015   | 80  |
| <b>Tabla 6.1.</b> Valoración de las condiciones para emprender en países UE basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas, 2015  | 101 |

### Listado de figuras

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1.1.</b> Las fuentes de información que nutren el observatorio GEM                          | 6  |
| <b>Figura 1.2.</b> Modelo conceptual GEM  | 7  |
| <b>Figura 1.3.</b> Fases del proceso emprendedor y características del emprendedor en el proyecto GEM | 9  |
| <b>Figura 2.1.</b> Factores que inciden en la decisión de crear una empresa (Gnyawali y Fogel, 1994)  | 18 |

### Listado de gráficos

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 2.1.</b> Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015 | 18 |
|--|----|

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 2.2.</b> Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015   | 21 |
| <b>Gráfico 2.3.</b> Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015   | 21 |
| <b>Gráfico 2.4.</b> Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cataluña durante el período 2004-2015  | 22 |
| <b>Gráfico 2.5.</b> Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015   | 23 |
| <b>Gráfico 2.6.</b> Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015   | 24 |
| <b>Gráfico 2.7.</b> Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015   | 24 |
| <b>Gráfico 2.8.</b> Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015   | 24 |
| <b>Gráfico 2.9.</b> Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015   | 25 |
| <b>Gráfico 2.10.</b> Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015  | 26 |
| <b>Gráfico 2.11.</b> Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015  | 27 |
| <b>Gráfico 2.12.</b> Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015  | 28 |
| <b>Gráfico 2.13.</b> Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en Cataluña en los próximos 6 meses dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015  | 29 |
| <b>Gráfico 2.14.</b> Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015  | 29 |
| <b>Gráfico 2.15.</b> Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2015  | 30 |
| <b>Gráfico 2.16.</b> Evolución de la intención de emprender: porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años (emprendedores potenciales) en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2015 | 31 |
| <b>Gráfico 2.17.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto a España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2015  | 33 |
| <b>Gráfico 2.18.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña, 2015   | 33 |
| <b>Gráfico 2.19.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes según que estén involucrados o no en cualquier fase del proceso emprendedor, 2015  | 33 |
| <b>Gráfico 2.20.</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 autovaloración de conocimientos y habilidades para emprender, 2015                                    | 35 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Gráfico 2.21.</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, 2015  | 36 |
| <b>Gráfico 3.1.</b> El proceso emprendedor en Cataluña: tasa de población adulta involucrada en el mismo, 2015  | 39 |
| <b>Gráfico 3.2.</b> Abandono de la actividad empresarial en Cataluña, 2015  | 39 |
| <b>Gráfico 3.3.</b> El proceso emprendedor en Cataluña, 2015  | 40 |
| <b>Gráfico 3.4.</b> El proceso emprendedor en Barcelona, 2015   | 40 |
| <b>Gráfico 3.5.</b> El proceso emprendedor en España, 2015  | 40 |
| <b>Gráfico 3.6.</b> El proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación en el 2015  | 41 |
| <b>Gráfico 3.7.</b> El proceso emprendedor en Países GEM basados en la innovación en el 2015  | 41 |
| <b>Gráfico 3.8.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales, 2015   | 41 |
| <b>Gráfico 3.9.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales, 2015  | 42 |
| <b>Gráfico 3.10.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales, 2015  | 42 |
| <b>Gráfico 3.11.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación con variaciones interanuales, 2015   | 42 |
| <b>Gráfico 3.12.</b> Cuadro resumen del proceso emprendedor en Países GEM basados en la innovación con variaciones interanuales, 2015   | 43 |
| <b>Gráfico 3.13.</b> Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015  | 44 |
| <b>Gráfico 3.14.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos en Cataluña y España, durante el periodo 2004-2015   | 44 |
| <b>Gráfico 3.15.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015   | 45 |
| <b>Gráfico 3.16.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015   | 46 |
| <b>Gráfico 3.17.</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 2007-2015, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) o cierra  | 47 |
| <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 pero que el negocio continúa (traspaso) en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015           | 47 |
| <b>Gráfico 3.19.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015  | 47 |
| <b>Gráfico 3.20.</b> Evolución del porcentaje de abandonos que cierran en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015   | 48 |
| <b>Gráfico 3.21.</b> Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y del que lo ha hecho en el interior de organizaciones existentes (EEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en los años 2014 y 2015 | 49 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 3.22.</b> Relación entre el indicador EEA (2015) y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2014)   | 49 |
| <b>Gráfico 3.23.</b> Relación entre el indicador TEA (2015) y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2014)   | 51 |
| <b>Gráfico 3.24.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación), y respecto de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes y nuevos, 2015   | 53 |
| <b>Gráfico 3.25.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación) y respecto de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en abandonos de empresas, 2015 | 54 |
| <b>Gráfico 4.1.</b> El proceso emprendedor en Cataluña en el 2015 según el motivo para emprender   | 56 |
| <b>Gráfico 4.2.</b> El proceso emprendedor en Barcelona en el 2015 según el motivo para emprender  | 56 |
| <b>Gráfico 4.3.</b> Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender, 2015   | 57 |
| <b>Gráfico 4.4.</b> Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender, 2015  | 57 |
| <b>Gráfico 4.5.</b> Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2005-2015 según el motivo para emprender   | 58 |
| <b>Gráfico 4.6.</b> Evolución del índice TEA en Barcelona durante el periodo 2005-2015 según el motivo para emprender  | 58 |
| <b>Gráfico 4.7.</b> Evolución del índice TEA en Cataluña, España, países de la UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2005-2015 cuando el motivo para emprender es por oportunidad   | 59 |
| <b>Gráfico 4.8.</b> Evolución el porcentaje del índice TEA por oportunidad en Cataluña durante el periodo 2005-2015 según las razones dadas para emprender   | 59 |
| <b>Gráfico 4.9.</b> Evolución del índice TEA en Barcelona, Cataluña, España, países de la UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2005-2015 cuando el motivo para emprender es por necesidad  | 60 |
| <b>Gráfico 4.10.</b> Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2006-2015 según el motivo para emprender y la fase del proceso emprendedor  | 60 |
| <b>Gráfico 4.11.</b> Evolución de la ratio Oportunidad/Necesidad como indicativo de la calidad del emprendimiento durante el periodo 2005-2015 en Cataluña, España, países de la UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación   | 61 |
| <b>Gráfico 4.12.</b> Evolución de la ratio Oportunidad/Necesidad como indicativo de la calidad del emprendimiento en Cataluña durante el periodo 2006-2015 según la fase del proceso emprendedor   | 61 |
| <b>Gráfico 4.13.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2015   | 62 |
| <b>Gráfico 4.14.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2015  | 62 |
| <b>Gráfico 4.15.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2015  | 63 |
| <b>Gráfico 4.16.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2015   | 63 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Gráfico 4.17.</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 y Cataluña durante el periodo 2004-2015   | 65 |
| <b>Gráfico 4.18.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño de empleo esperado a cinco años durante el periodo 2006-2015  | 66 |
| <b>Gráfico 4.19.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2015  | 66 |
| <b>Gráfico 4.20.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2015  | 67 |
| <b>Gráfico 4.21.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2015   | 68 |
| <b>Gráfico 4.22.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2015   | 68 |
| <b>Gráfico 4.23.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2015  | 69 |
| <b>Gráfico 4.24.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2015  | 69 |
| <b>Gráfico 4.25.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2015   | 70 |
| <b>Gráfico 4.26.</b> Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2015  | 71 |
| <b>Gráfico 4.27.</b> Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2015   | 71 |
| <b>Gráfico 4.28.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las 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 2015  | 74 |
| <b>Gráfico 4.29.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2015 ofrecían un producto nuevo para todos los clientes, que usaban tecnologías con menos de un año de antigüedad y que no tenían competencia | 75 |
| <b>Gráfico 4.30.</b> Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en 2015 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años                                     | 76 |
| <b>Gráfico 4.31.</b> Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media de España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2015  | 77 |
| <b>Gráfico 4.32.</b> Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2015   | 77 |
| <b>Gráfico 5.1.</b> Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2015   | 80 |
| <b>Gráfico 5.2.</b> Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2015   | 81 |
| <b>Gráfico 5.3.</b> Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2004-2015  | 81 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Gráfico 5.4.</b> Evolución índice TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y España en el periodo 2004-2015   | 82  |
| <b>Gráfico 5.5.</b> Evolución índice TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2015               | 82  |
| <b>Gráfico 5.6.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña según tramos de edad, 2015  | 82  |
| <b>Gráfico 5.7.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad joven (18-34 años) en Cataluña, 2015     | 83  |
| <b>Gráfico 5.8.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad madura (35-64 años) en Cataluña, 2015    | 83  |
| <b>Gráfico 5.9.</b> Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2015   | 85  |
| <b>Gráfico 5.10.</b> Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2015   | 85  |
| <b>Gráfico 5.11.</b> Evolución índice TEA por género en Cataluña y España durante el periodo 2004-2015  | 86  |
| <b>Gráfico 5.12.</b> Evolución de la ratio TEA femenina/TEA masculina en Cataluña y España en el periodo 2004-2015  | 86  |
| <b>Gráfico 5.13.</b> Evolución TEA femenino en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación i todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2015                        | 86  |
| <b>Gráfico 5.14.</b> Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2015  | 87  |
| <b>Gráfico 5.15.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según género en Cataluña, 2015   | 87  |
| <b>Gráfico 5.16.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales según género en Cataluña, 2015  | 87  |
| <b>Gráfico 5.17.</b> Percepciones, valores y aptitudes de los hombres no involucrados, de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña, 2015                                 | 88  |
| <b>Gráfico 5.18.</b> Percepciones, valores y aptitudes de las mujeres no involucradas, de las emprendedoras potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidadas en Cataluña, 2015                                 | 88  |
| <b>Gráfico 5.19.</b> Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña, 2015  | 90  |
| <b>Gráfico 5.20.</b> Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona, 2015   | 90  |
| <b>Gráfico 5.21.</b> Evolución índice TEA por nivel de educación en Cataluña durante el periodo 2004-2015   | 91  |
| <b>Gráfico 5.22.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en 2015, según si cuenta con educación específica para emprender  | 91  |
| <b>Gráfico 5.23.</b> Evolución índice TEA por nivel de renta en Cataluña durante el periodo 2004-2015   | 92  |
| <b>Gráfico 5.24.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en 2015 por nivel de renta  | 93  |
| <b>Gráfico 5.25.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en 2015 por nivel de renta   | 93  |
| <b>Gráfico 5.26.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2015 por situación laboral  | 94  |
| <b>Gráfico 5.27.</b> Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2015 por situación laboral   | 95  |
| <b>Gráfico 5.28.</b> Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2015  | 95  |
| <b>Gráfico 6.1.</b> Valoración media de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña, 2015 (escala Likert de 1-9)  | 99  |
| <b>Gráfico 6.2.</b> Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña (periodo 2013-2015) (escala Likert de 1 a 5)                    | 100 |
| <b>Gráfico 6.3.</b> Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2015 | 101 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Gráfico 6.4.</b> Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2015      | 105 |
| <b>Gráfico 6.5.</b> Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2015          | 105 |
| <b>Gráfico 6.6.</b> Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2013-2015 | 106 |

## Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2015

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

| Unidad                              | Institución   | Miembros  | Colaboradores   |
|-------------------------------------|---|---|---|
| <b>Castilla y León</b>              | Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León                                       | Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León)<br>Nuria González Álvarez<br>Constantino García Ramos<br>José Luis de Godos Díez<br>Daniel Alonso Martínez   | Universidad de León<br>Fgulem   |
| <b>Ceuta</b>                        | Universidad de Granada  | Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta)<br>María del Carmen Haro Domínguez<br>María José González López<br>Sara Terrón Ibáñez<br>Virginia Fernández Pérez<br>Dainelis Cabezas Pulles<br>María del Carmen Pérez López<br>Sara Rodríguez Gómez<br>José Aguado Romero<br>Manuel Hernández Peinado<br>Gabriel García-Parada Ariza<br>María Elena Gómez Miranda<br>Antonia Ruiz Moreno<br>María Teresa Ortega Egea | Universidad de Granada<br><br>Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada   |
| <b>Comunidad Autónoma de Madrid</b> | Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid<br><br>Deusto Business School (Madrid) | Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)<br>Begoña Santos Urda (Coordinadora)<br>Esperanza Valdés Lías (Coordinadora)<br>Yolanda Bueno Hernández<br>Miguel Angoitia Grijalba<br>Iñaki Ortega Cachón  | Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)<br><br>Universidad Autónoma de Madrid<br><br>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)   |
| <b>Comunidad Valenciana</b>         | Universidad Miguel Hernández de Elche   | José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana)<br>Ignacio Mira Solves (Director Técnico)<br>Jesús Martínez Mateo<br>Marina Estrada De la Cruz<br>Antonio J. Verdú Jover<br>M <sup>ª</sup> José Alarcón García<br>M <sup>ª</sup> Cinta Gisbert López<br>Lirios Alós Simó<br>Domingo Galiana Lapera<br>M <sup>ª</sup> Isabel Borreguero Guerra  | Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE)<br>Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana<br>Diputación Provincial Alicante<br>Air Nostrum<br>Catral Export<br>Fundación Juan Perán-Pikolinos<br>Fundación Manuel Peláez Castillo<br>Goldcar<br>Grupo Eulen<br>Grupo Soledad<br>Mustang<br>Panter<br>Seur<br>Vectalia<br>Escuela de Empresarios (EDEM)<br>Universidad Miguel Hernández de Elche |
| <b>Extremadura</b>                  | Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura   | Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura)<br>J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)<br><br>Mari Cruz Sánchez Escobedo<br>Antonio Fernández Portillo<br>Manuel Almodóvar González<br>Ángel Manuel Díaz Aunión<br>Raúl Rodríguez Preciado   | Universidad de Extremadura<br>Avante Extremadura<br>Sodiex<br>CC. NN. Almaraz-Trillo<br>Fundación Academia Europea de Yuste<br>Philip Morris Spain, S.L.<br>Palicrisa<br>Imedexsa<br>Grupo Ros Multimedia<br>Diputación de Badajoz<br>Fundecyt - Parque Científico y Tecnológico de Extremadura<br>Fundación Universidad Sociedad Iberdoex  |

| Unidad               | Institución                                      | Miembros   | Colaboradores   |
|----------------------|--|--|---|
|                      |  |  | Tambo   |
| <b>Galicia</b>       | Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)    | Marta Amate López (Directora GEM-Galicia)<br>Rafael Serrano Hernández<br>Fausto Santamarina Fernández<br>José Manuel Maceira Blanco  | Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)   |
|                      | Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) | Guillermo Viña González<br>Norberto Penedo Rey<br>Enrique Gómez Fernández<br><br>Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC)<br>Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC)<br>María Bobillo Varela<br>Nuria Calvo Babío<br>Maite Cancelo Márquez<br>Loreto Fernández Fernández<br>Rubén Lado Sestayo<br>Marta Portela Maseda | Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)  |
|                      | Universidad de Santiago de Compostela (USC)      | David Rodeiro Pazos<br>Mercedes Teijeiro Álvarez<br>M <sup>ª</sup> Milagros Vivel Búa<br>Guillermo Zapata Humaní   | Universidad de Santiago de Compostela (USC)   |
| <b>Madrid ciudad</b> | Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)      | Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)<br>Begoña Santos Urda<br>Esperanza Valdés Lías<br>Yolanda Bueno Hernández<br>Miguel Angoitia Grijalba  | Ayuntamiento de Madrid  |
|                      | Universidad Autónoma de Madrid                   |  |   |
| <b>Melilla</b>       | Universidad de Granada                           | María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla)<br>Juan Antonio Marmolejo Martín<br>Carlos Antonio Albacete Sáez<br>Ana María Bojica<br>Rocío Llamas Sánchez<br>Matilde Ruiz Arroyo<br>Jenny María Ruiz Jiménez  | Universidad de Granada  |
|                      |  |  | Ciudad Autónoma de Melilla  |
| <b>Murcia</b>        | Universidad de Murcia                            | Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)<br><br>Juan Samuel Baixauli Soler<br>Nuria Nevers Esteban Lloret<br>José Andrés López Yepes<br>María Feliz Madrid Garre<br>Catalina Nicolás Martínez<br>Mercedes Palacios Manzano<br>Gregorio Sánchez Marín  | Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación<br>Instituto de Fomento de la Región de Murcia<br>Banco Mare Nostrum<br>Fondo Europeo de Desarrollo Regional<br>Plan emprendemos<br>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia<br>Cátedra de Emprendedores<br>Universidad de Murcia |
|                      |  |  |   |
| <b>Navarra</b>       | Universidad Pública de Navarra                   | Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra)<br>Martin Larraza Kintana<br>Raquel Orcos Sánchez<br>Víctor Martín Sánchez  | Universidad Pública de Navarra  |
|                      | King's College London (UK)                       |  | Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa  |

| Unidad                             | Institución  | Miembros  | Colaboradores   |
|------------------------------------|--|---|---|
|                                    | Vasco<br><br>Mondragón<br>Unibertsitatea<br><br>Universitat Autònoma<br>de Barcelona | Nerea González<br><br>David Urbano  | Diputación Foral de Gipuzkoa<br>Fundación Emilio Soldevilla |
| <b>Trabajo de campo GEM España</b> | Instituto Opinòmetre<br>(Barcelona, Madrid,<br>Valencia, Palma de<br>Mallorca)       | Josep Ribó (Director gerente)<br>Joaquín Vallés (Dirección y coordinación<br>técnica) | Asociación RED GEM España                                   |

