



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo Cataluña 2013



Con la colaboración de:



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

Autores y equipo de investigación:

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

Coordinación editorial:

Carme Cuartielles

Traducciones y corrección de textos:

Marta Guspí

ISBN 978-84-92940-16-5
Depósito Legal B 12671-2014

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

CONTENIDO

1. Presentación y resumen ejecutivo	3
1.1. El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)	3
1.2. Metodología	5
1.3. Resumen ejecutivo	6
1.4. Cuadro de mando integral	10
2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población catalana	14
2.1. Percepción de oportunidades de la población catalana y de sus aptitudes para emprender	16
2.2. Percepción de la población catalana sobre factores socioculturales y su influencia en el emprendimiento	19
2.3. Benchmarking internacional y por Comunidades Autónomas sobre los valores, percepciones y aptitudes para emprender	30
3. Actividad emprendedora y sus características	37
3.1. Indicadores del proceso emprendedor	37
3.2. Dinámica de la actividad emprendedora	44
3.3. Motivación para emprender: Oportunidad versus necesidad	49
3.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de la actividad emprendedora	54
4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor	60
4.1. Distribución por edad	60
4.2. Distribución por género	65
4.3. Distribución por nivel de educación	69
4.4. Distribución por nivel de renta	73
4.5. Distribución por situación laboral	75
5. Perfil empresarial y aspiraciones de la actividad emprendedora en Cataluña	77
5.1. Aspectos generales del negocio	78
5.2. Financiación de la actividad emprendedora naciente	81
5.3. Expectativas de Crecimiento	83
5.4. Orientación innovadora	86
5.5. Orientación internacional	90
5.6. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de las aspiraciones de la actividad emprendedora	91
6. El entorno emprendedor	98
6.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cataluña	100
6.2. Benchmarking internacional sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña	102
6.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña	104
Bibliografía	109
Listado de tablas, figuras y gráficos	112
Listado de tablas	112
Listado de Figuras	112
Listado de Gráficos	112
Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2013	116

1. Presentación y resumen ejecutivo

1.1. El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

El emprendimiento se ha convertido en uno de los temas que suscitan mayor interés entre los investigadores y las Administraciones Públicas, al constatarse que es 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).

No obstante, las dificultades para encontrar una definición precisa de iniciativa empresarial han obstaculizado durante años la constatación empírica de la relación entre emprendimiento y crecimiento económico, especialmente cuando se quieren realizar comparaciones entre países. Precisamente, la iniciativa emprendedora engloba un amplio abanico de actividades heterogéneas y, generalmente, al describirla se hace como si fuese una actividad homogénea, siendo ésta una de las limitaciones de muchas de las investigaciones realizadas en este campo.

Algunos autores, entre los que se encuentran los iniciadores del proyecto GEM (Reynolds et al., 2000), abogan por identificar la iniciativa empresarial con las primeras etapas del negocio, puesto que a ellas se orientan en buena medida las políticas de estímulo a la creación y desarrollo de empresas.

Precisamente, el proyecto GEM lo pusieron en marcha en 1999 el Babson College y la London Business School con la participación de diez países con el objetivo de establecer una red internacional para el estudio de la actividad emprendedora, así como de los factores del entorno influyentes en la generación de nuevas empresas.

A este proyecto se han ido sumando los equipos de investigación de las principales universidades del mundo que trabajan en este campo. Así, España se sumó en el 2000 y Cataluña en el 2003, siendo pionera a nivel autonómico junto a Andalucía y Extremadura, con el objetivo de realizar un análisis más detallado y susceptible de comparaciones a nivel regional. En la actualidad, en el ciclo 2013, han participado 71 países, así como casi todas las comunidades autónomas de España. La Red Española de Equipos Regionales GEM, 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.

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

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

El presente informe GEM Cataluña 2013, el undécimo de la serie, brinda al lector la oportunidad de conocer la actividad emprendedora catalana de forma rigurosa, contrastada y comparativa. Asimismo, esperamos que sirva de punto de partida para otros análisis y reflexiones de interés, tanto para los encargados de formular las políticas y programas vinculados a la iniciativa emprendedora como de todos aquellos a quienes este asunto suscita interés.

Figura 1.1. Modelo teórico GEM

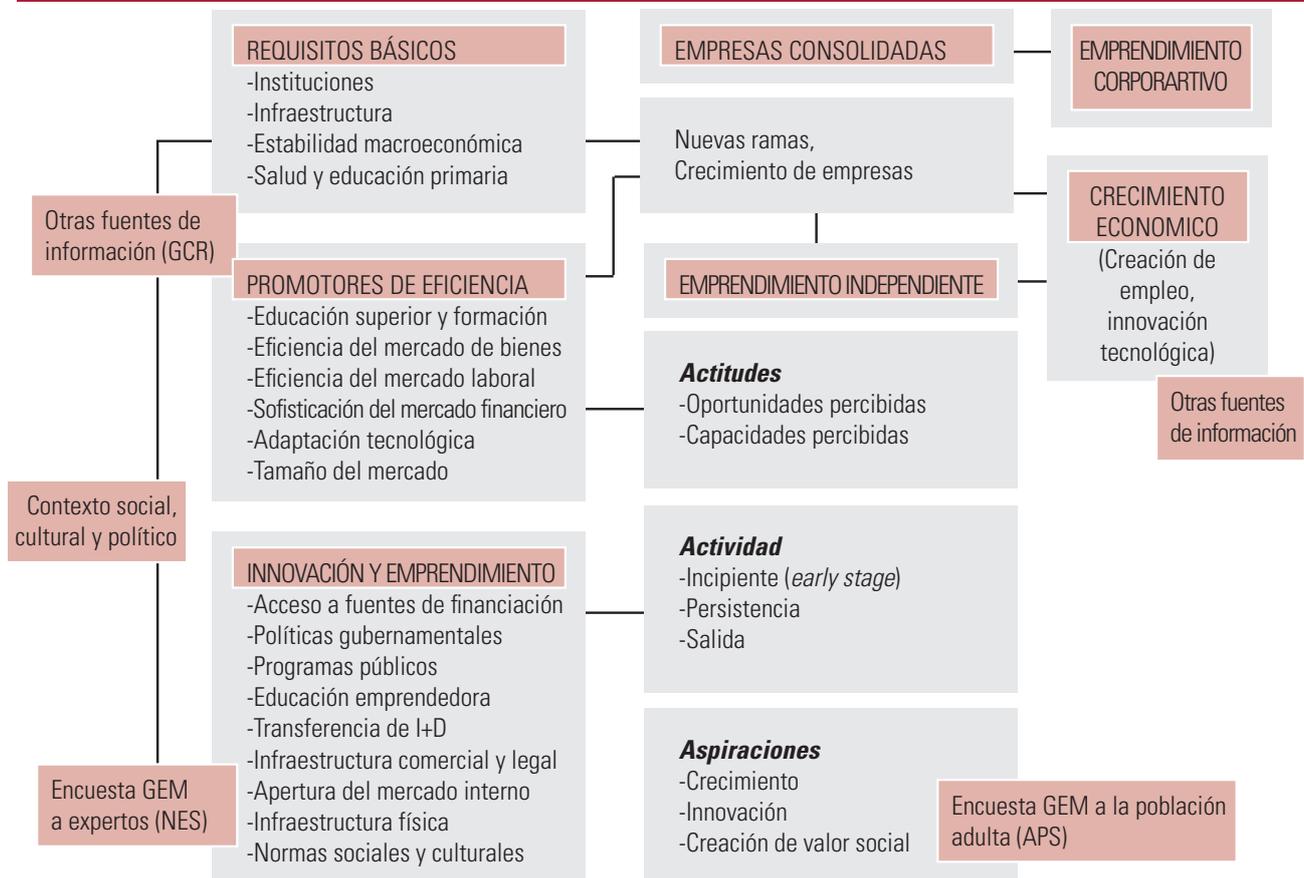


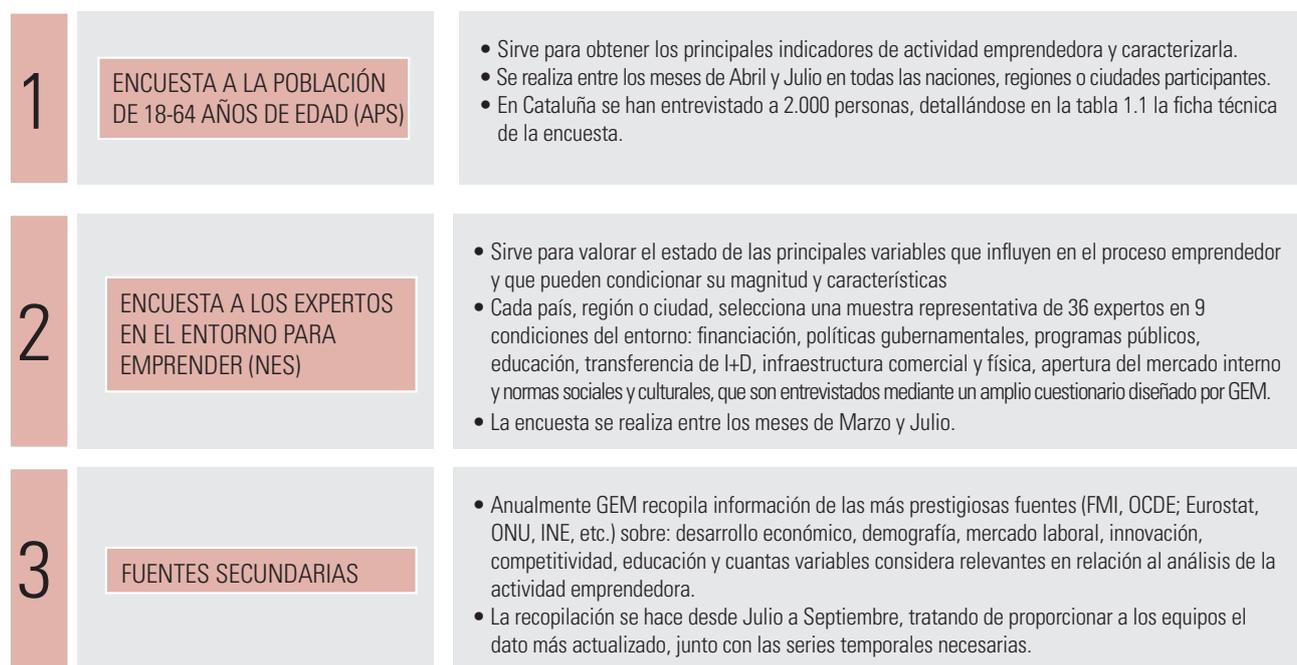
Figura 1.2: El proceso emprendedor en el proyecto GEM



1.2. Metodología

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

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



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

Tabla 1.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta catalana

Universo:	Población residente en Cataluña de 18 a 64 años
Población objetivo:	4.901.385 individuos
Muestra:	2.000 individuos
Margen de confianza:	95,5%
Error muestral:	±2,19% para el conjunto de la muestra
Varianza:	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período realización de encuestas:	Mayo-Julio de 2013
Trabajo de campo, grabación y creación bases de datos:	Instituto Opinometre
Distribución de la muestra	
Género:	Hombre: 1.006 y Mujeres: 994
Ámbito:	Urbano: 1790 y Rural: 210
Edad:	18-24: 218; 25-34: 480; 35-44: 533; 45-54: 432; 55-64: 337
Provincia:	Barcelona: 1467; Girona: 201; Lleida: 117; Tarragona: 215

1.3. Resumen ejecutivo

La intensidad de la actividad emprendedora de un país vendrá determinada por un conjunto de variables (ver Figura 1.1.) entre las que destacan los valores, percepciones, actitudes y aptitudes de la población en general. La encuesta del proyecto GEM incluye una serie de preguntas para valorar la percepción de oportunidades ligadas al emprendimiento y la valoración por parte del propio interesado de sus capacidades para liderar la creación de una empresa.

Respecto a las percepciones, valores y aptitudes emprendedoras de la población adulta catalana:

- Catalunya es un país en el que, actualmente, la percepción de oportunidades es baja, casi la mitad que en el resto de la UE.
- Con una percepción alta respecto a sus competencias para emprender.
- Y con unos condicionamientos socioculturales en los que, a pesar de que emprender se considera una buena opción profesional y de que en los medios de comunicación aparecen historias de éxito empresarial, todavía no se considera que genere buen estatus social y económico; y el miedo al fracaso es un freno a emprender nuevos negocios, sobre todo para quienes no están involucrados en dicho proceso.

Si se analiza la evolución de estas variables en los últimos años se observa que la percepción de oportunidades para emprender cae fuertemente a partir de 2008 (se

pasa del 35% de la población adulta en el 2008 al 18,1% en el 2013). Por otra parte, cae también de forma notoria desde 2011 la opinión de que emprender brinda estatus social y económico. Este cambio de tendencia debe ser objeto de seguimiento por las repercusiones que en el futuro pudiera tener sobre la deseabilidad de iniciar una actividad emprendedora y, en consecuencia, sobre su intensidad.

Por otra parte, el proyecto GEM permite medir el porcentaje de población adulta (Figura 1.2):

- a) Con intención de iniciar en los próximos tres años un proyecto empresarial (Emprendedor potencial).
- b) Que en el último año está en proceso de poner en marcha una empresa y la cual ha tenido actividad económica por un periodo inferior a tres meses (Emprendedor naciente).
- c) Comprometida en iniciativas empresariales que llevan funcionando de 3 a 42 meses (Emprendedor nuevo). La suma de este porcentaje y el anterior constituye, según el proyecto GEM, la actividad emprendedora propiamente dicha (TEA).
- d) En empresas consolidadas (que llevan más de 42 meses en el mercado) o en empresas que han cerrado o se han traspasado (Emprendedor consolidado y abandono empresarial).

En el 2013 la tasa de emprendedores potenciales de Catalunya (10.95%) es superior a la del resto de España (9.04%) e inferior a la del resto de la UE (12.60%).

La TEA de Catalunya (suma de los apartados b y c anteriores) es del 6,6%, porcentaje prácticamente igual al del resto de la UE y 1,6 puntos porcentuales superior al del resto de España. La diferencia con resto de España se observa tanto en el segmento de empresas nacientes como de empresas nuevas.

Finalmente, el porcentaje de la población involucrada en negocios consolidados en Catalunya es del 10,1%. Este porcentaje es superior al del resto de España (8,1%) y al del resto de la UE (6,5%).

Una vez comentadas estas diferencias de nivel, vamos a analizar la evolución que estos indicadores de la actividad emprendedora han tenido en Catalunya. Desde 2009 a 2012 el porcentaje de personas con intención de crear una empresa propia (emprendedor potencial) creció diez puntos porcentuales. En el 2013 ha disminuido casi un punto, quedando, por tanto, la diferencia en nueve puntos porcentuales de crecimiento.

Este crecimiento en la intención de crear una empresa no se refleja íntegramente en el indicador de emprendedores nacientes, que pasa del 3,8% en 2008 al 4,2% en 2013, ni tampoco en las empresas realmente creadas y con más de tres meses de funcionamiento, que ha pasado del 4% en 2007 al 2,4% actual.

La tasa de actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña se ha visto afectada en los últimos años por la recesión económica. El aumento de la intención de crear una empresa, a pesar de que cada vez se perciban menos oportunidades para ello y la escasa materialización de esta intención, debe relacionarse directamente con algunos de los resultados que se presentan en el informe, como pueden ser el incremento del emprendimiento por necesidad, que casi el 30% de los emprendedores potenciales están en el paro o bien que el segmento de edad con una TEA mayor es el del intervalo de 45-54 años.

La actividad emprendedora catalana obtiene mejores puntuaciones en todas las etapas del proceso emprendedor cuando se la compara con la media de España. En cambio, si el benchmarking es internacional la actividad emprendedora en fase inicial (creadas desde enero 2010 a junio 2013) presenta las siguientes características:

- La proporción de empresas creadas por necesidad no ha parado de aumentar desde el inicio de la crisis. La ratio TEA por necesidad/TEA por oportunidad, que puede servir como indicador de la calidad y sostenibilidad de la actividad emprendedora, se ha multiplicado por cuatro desde el 2009, quedando en 2013 ligeramente por debajo de la media del resto de España, pero casi el doble por encima de la del resto de Europa.
- Es de baja vocación internacional, centrándose mayoritariamente en el mercado doméstico. El 70% no tiene ningún cliente en el exterior. La media de las denominadas economías basadas en la innovación (EBI) es del 39%.
- Reducida aspiración de crecimiento. Sólo un 17.5% espera crear más de 5 empleos en 5 años, cuando la media de las EBI es 26%.
- A pesar de lo anterior, hay algunos datos que invitan a un cierto optimismo como es que Cataluña está ligeramente por encima de la media en cuanto a producto completamente novedoso para los clientes (19.7%, por media EBI: 17.4); con uso de una tecnología de menos de 1 año (15.09%, por media EBI: 11.71%) y dirigido a mercados/segmentos en los que no hay competencia (12.91, por media EBI: 10.93%).

La edad media de los emprendedores catalanes es mayor cuando se encuentran en fases más avanzadas del proceso emprendedor. Así, el promedio se mueve

desde los 36 años de los emprendedores potenciales hasta los 47 años de los consolidados. Aunque continúa el predominio de los hombres (8.3% de TEA masculino frente al 4.8% del TEA femenino en 2013), respecto a 2012 se produce una mayor participación de las mujeres en todas las etapas del proceso emprendedor.

Un dato positivo que se mantiene en los últimos años es la proporción relativamente alta de emprendedores catalanes con un nivel educativo alto (entre el 31 y el 41% dependiendo de la fase en que se encuentran) así como con formación específica para emprender (entre el 38 y el 47%). No obstante, el peso de las personas que están en el paro en el conjunto de emprendedores continúa con la tendencia creciente observada en los últimos dos años y alcanza niveles considerables en 2013 (27% de los potenciales y 29% de los nacientes). Este resultado refleja el aumento de la creación de empresas por necesidad.

Para los expertos encuestados, las condiciones del entorno para emprender siguen siendo poco favorables con valores, no obstante, ligeramente mejores a los del año anterior. Consideran que se dispone de una buena infraestructura física y de servicios, un consumidor exigente que valora la innovación y unos programas gubernamentales que, a pesar de la crisis, estimulan y facilitan el proceso emprendedor. Siendo los aspectos a mejorar la financiación; la burocracia, impuestos y costes de la Seguridad Social, así como la educación emprendedora, sobre todo en la etapa escolar.

Al comparar los resultados con el resto de países de la UE incluidos dentro del grupo de economías basadas en la innovación, se detectan oportunidades de mejora en casi todos los ámbitos: legislación de la propiedad intelectual, financiación para los emprendedores, innovación empresarial, apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento, dinámica del mercado interno, burocracia e impuestos, acceso a infraestructura comercial y profesional, acceso a infraestructura física y de servicios y transferencia de I+D. Resaltar que, prácticamente, en la única condición del entorno que Cataluña obtiene una puntuación superior a la media del resto de países de la UE es en la valoración positiva que realizan los expertos de los programas gubernamentales, la mayoría de los cuales son de ámbito local y autonómico.

Tanto los obstáculos como los apoyos a la actividad emprendedora están en consonancia con las condiciones del entorno señaladas. Los principales frenos han sido el difícil acceso a la financiación, las políticas gubernamentales referentes a burocracia, impuestos y cuotas seguridad social, las normas sociales y culturales así como el clima económico. Mientras que los mayores impulsores fueron los

altos niveles de educación y formación, el estado del mercado laboral que empuja hacia el autoempleo y los programas gubernamentales.

Finalmente, quisiéramos reiterar, tal como venimos haciendo desde hace tiempo, que las políticas de fomento a la creación de empresas deberían de estar centradas en el territorio como factor de desarrollo endógeno y estar orientadas a los yacimientos de empresarios, de los cuales los principales son los universitarios (titulados, investigadores, etc.) y los directivos de empresa (tanto los que están en activo, como los prejubilados o en paro). Y esto es así porque en la sociedad del conocimiento las personas mejor preparadas para crear y hacer crecer empresas basadas en nuevas tecnologías y, por tanto, de valor añadido, capaces de competir a nivel internacional, y susceptibles de crear puestos de trabajo con salarios altos, son las que están técnicamente capacitadas y suficientemente motivadas.

En una economía basada en la innovación no es tan importante la tasa de actividad emprendedora como su calidad, es decir, la capacidad de crecer e innovar así como de competir internacionalmente. De aquí la necesidad de los programas de soporte al I+D+i y a la internacionalización, que potencien la consolidación y crecimiento de nuestras empresas. Y, simultáneamente, reducir los problemas para el acceso a la financiación y desarrollar herramientas de financiación del crecimiento de la empresa que permitan reducir la dependencia de las instituciones informales.

1.4. Cuadro de mando integral

En este apartado se recogen los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Cataluña 2013 en forma de Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard, siguiendo la misma estructura que el Informe GEM España 2014 para así facilitar comparaciones (Tablas 1.2 a 1.4). Los indicadores que se presentan son:

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

Tabla 1.2. Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña 2013

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2013	2012	Evolución
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	32,3%	32,6%	Estable
Percibe buenas oportunidades para emprender	18,1%	16,8%	Aumenta
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos para emprender	50,7%	53,8%	Disminuye
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	45,5%	48,5%	Disminuye
Piensa que la población catalana posee espíritu competitivo	26,4%	26,7%	Estable
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	10,9%	14,1%	Disminuye
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,75%	2,5%	Disminuye
Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>	3,9%	4,9%	Disminuye
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en Cataluña	2013	2012	Evolución
TEA Total	6,6%	7,9%	Disminuye
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,8%	4,9%	Estable
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	8,3%	10,8%	Disminuye
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2012	Evolución
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	28,0%	25,0%	Aumenta
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	66,8%	74,2%	Disminuye
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,3%	0,7%	Aumenta
TEA del sector extractivo o primario	1,5%	1,8%	Estable
TEA del sector transformador	20,6%	14,4%	Aumenta
TEA del sector de servicios a empresas	29,9%	32,1%	Disminuye
TEA del sector orientado al consumo	48,0%	51,7%	Disminuye
TEA sin empleados	47,7%	55,0%	Disminuye
TEA de 1-5 empleados	40,9%	37,6%	Aumenta
TEA de 6-19 empleados	5,0%	6,2%	Disminuye
TEA de 20 y más empleados	6,5%	1,1%	Aumenta
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	19,7%	18,0%	Aumenta
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	12,9%	18,3%	Disminuye
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	15,1%	14,4%	Aumenta
TEA iniciativas que exportan más del 25%	12,1%	17,1%	Disminuye
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	17,5%	9,2%	Aumenta
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (mínimo 1-máximo 5)	2013	2012	Evolución
Financiación para emprendedores	1,9	2,0	Estable
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,5	2,3	Mejora
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,2	2,5	Empeora
Programas gubernamentales	3,1	2,9	Mejora
Educación y formación emprendedora etapa escolar	2,1	1,9	Mejora
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,7	2,6	Estable
Transferencia de I + D	2,4	2,5	Estable
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,0	2,9	Estable
Dinámica del mercado interno	2,6	2,6	Estable
Barreras de acceso al mercado interno	2,4	2,4	Estable
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,6	3,4	Mejora
Normas sociales y culturales	2,5	2,6	Estable
Apoyo al emprendimiento femenino	3,2	3,2	Estable
Apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento	3,0	3,0	Estable
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	3,0	3,0	Estable
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,6	3,4	Mejora
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,6	2,7	Estable

Tabla 1.3. Cuadro de Mando Integral GEM España 2013

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2013	2012	Evolución
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	30,8%	31,1%	Disminuye
Percibe buenas oportunidades para emprender	16,0%	13,9%	Aumenta
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos para emprender	48,4%	50,4%	Disminuye
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	47,7%	53,0%	Disminuye
Piensa que la población catalana posee espíritu competitivo	26,1%	28,1%	Disminuye
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	9,3%	12,0%	Disminuye
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,9%	2,1%	Disminuye
Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>	3,2%	3,8%	Disminuye
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en España	2013	2012	Evolución
TEA Total	5,2%	5,7%	Disminuye
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,2%	4,0%	Aumenta
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,2%	7,4%	Disminuye
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2012	Evolución
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	29,2%	25,6%	Aumenta
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	66,8%	72,3%	Disminuye
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	4,0%	2,1%	Aumenta
TEA del sector extractivo o primario	3,5%	3,8%	Estable
TEA del sector transformador	14,9%	18,4%	Disminuye
TEA del sector de servicios a empresas	28,0%	25,7%	Aumenta
TEA del sector orientado al consumo	53,6%	52,2%	Aumenta
TEA sin empleados	52,2%	57,1%	Disminuye
TEA de 1-5 empleados	39,6%	36,4%	Aumenta
TEA de 6-19 empleados	5,1%	5,7%	Disminuye
TEA de 20 y más empleados	3,1%	0,8%	Aumenta
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	14,7%	19,2%	Disminuye
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	11,2%	13,5%	Disminuye
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	12,0%	12,5%	Estable
TEA iniciativas que exportan más del 25%	9,3%	14,0%	Disminuye
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	14,9%	12,7%	Aumenta
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (mínimo 1-máximo 5)	2013	2012	Evolución
Financiación para emprendedores	1,79	2,06	Empeora
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,34	2,68	Empeora
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,01	2,60	Empeora
Programas gubernamentales	3,05	2,79	Mejora
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,37	1,53	Empeora
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,25	2,34	Empeora
Transferencia de I + D	2,19	2,34	Empeora
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,53	3,05	Empeora
Dinámica del mercado interno	2,14	2,79	Empeora
Barreras de acceso al mercado interno	2,28	2,46	Empeora
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,91	3,98	Estable
Normas sociales y culturales	2,11	2,35	Empeora
Apoyo al emprendimiento femenino	2,91	3,13	Empeora
Apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento	2,72	2,92	Empeora
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	2,86	2,79	Mejora
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,97	3,47	Mejora
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,61	2,52	Mejora

Tabla 1.4. Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona 2013

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	2013	2012	Evolución
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	32,4%	28,9%	Aumenta
Percibe buenas oportunidades para emprender	18,5%	16,4%	Aumenta
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos para emprender	49,3%	51,1%	Disminuye
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	45,3%	48,7%	Disminuye
Piensa que la población catalana posee espíritu competitivo	28,0%	27,2%	Estable
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	11,5%	13,5%	Disminuye
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,70%	2,2%	Disminuye
Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>	4,0%	4,5%	Disminuye
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en Barcelona	2013	2012	Evolución
TEA Total	6,6%	6,5%	Estable
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	5,7%	3,9%	Aumenta
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	7,8%	9,1%	Disminuye
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2012	Evolución
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	30,2%	29,9%	Estable
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	64,8%	68,9%	Disminuye
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,0%	1,2%	Aumenta
TEA del sector extractivo o primario	0,0%	0,8%	Estable
TEA del sector transformador	16,2%	11,2%	Aumenta
TEA del sector de servicios a empresas	33,9%	35,1%	Disminuye
TEA del sector orientado al consumo	49,9%	52,9%	Disminuye
TEA sin empleados	44,3%	59,0%	Disminuye
TEA de 1-5 empleados	44,2%	32,8%	Aumenta
TEA de 6-19 empleados	4,8%	6,1%	Disminuye
TEA de 20 y más empleados	6,8%	2,0%	Aumenta
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	20,2%	16,5%	Aumenta
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	15,2%	16,2%	Disminuye
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	16,1%	14,2%	Aumenta
TEA iniciativas que exportan más del 25%	14,0%	17,8%	Disminuye
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	19,3%	9,7%	Aumenta

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

El estudio de los factores que inciden en la decisión de poner en marcha una iniciativa emprendedora es uno de los temas que tradicionalmente ha despertado mayor interés entre los investigadores (Shapero, 1982; Ajzen, 1991; Krueger y Brazeal, 1994; Veciana, 2002; Arenius y Minniti, 2005).

En la literatura abundan trabajos que desarrollan modelos sobre dicho comportamiento, ya sea como función de creencias (Ajzen, 1991); del potencial emprendedor de una persona (Krueger y Brazeal, 1994), que Veciana (2002) adapta y amplía; o el modelo de Gnyawali y Fogel (1994), que entronca con el de Shapero (1982), en el cual la decisión de crear una empresa deriva de las percepciones de ser deseable y viable.

Así, se ha constatado que la decisión de emprender depende de múltiples factores. Algunos son externos al emprendedor, como la coyuntura económica, la legislación y políticas gubernamentales o las medidas de apoyo. Otros dependen más del propio emprendedor, como los valores, percepciones y aptitudes. En cualquier caso, todos acaban afectando, en mayor o menor intensidad, la probabilidad de crear una empresa.

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

El proyecto GEM analiza la mayor parte de estos factores. En los próximos apartados se desarrollaran tres de ellos: la percepción de oportunidades, la posesión de habilidades para crear y gestionar una empresa y los factores socioculturales, tanto en relación a la población involucrada en el proceso emprendedor como para la que

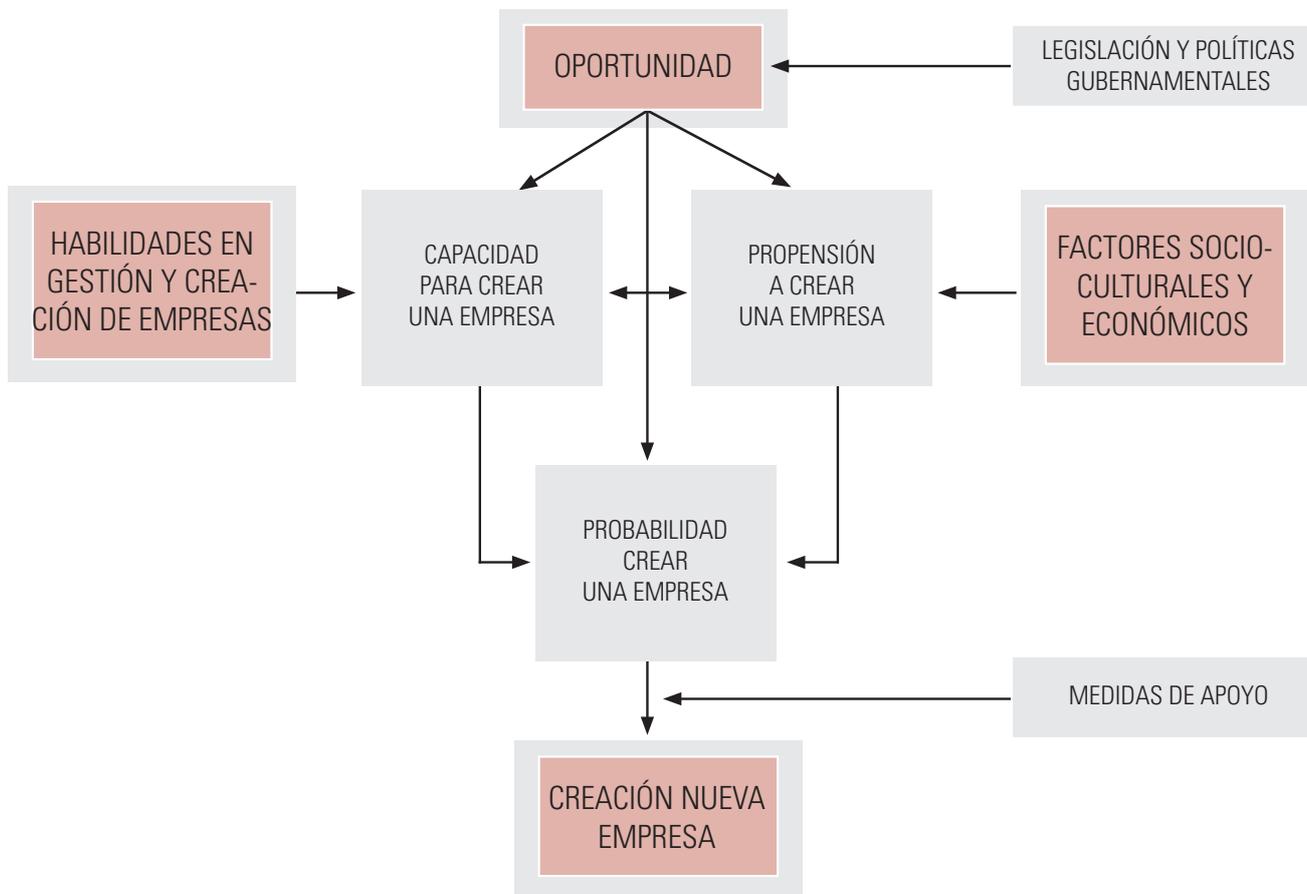
¹ Como a la población catalana no se le pregunta directamente por aspectos de coyuntura económica del país, los factores económicos que condicionan la actividad emprendedora se tratarán en el apartado 6 de este trabajo, muy relevantes en un año de recesión como ha sido el 2013.

² A lo largo del estudio utilizaremos las abreviaturas RE, como "resto de España", es decir, España sin Cataluña; y REU, como abreviatura de países del resto de la Unión Europea (sin España) con economías basadas en la innovación.

no lo está, así como para Cataluña, resto de España (RE) y resto de países de la UE (RUE) que se consideran “economías basadas en la innovación”.

Una de las fortalezas del proyecto GEM es que permite comparar la actividad emprendedora entre distintos países. No obstante, debido a las distintas características de sus entornos, a veces, es recomendable clasificarlos en varios grupos. Así, el World Economic Forum lo hace en tres grandes categorías que reflejan sus distintos estadios de desarrollo económico: economías basadas en factores de producción, economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación; situando a España, y por ende Cataluña, en esta última categoría con la mayoría de los países europeos, países norteamericanos y algunos países del este asiático. En lo sucesivo, cuando se compare Cataluña con resto de la UE se comparará precisamente con el conjunto de países de la UE que son considerados “economías basadas en la innovación”.

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



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

El proceso emprendedor parte de la identificación de una oportunidad de negocio. El porcentaje de personas de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en los seis meses posteriores al momento de la entrevista es del 18.1 %, por encima del RE (15.6%), pero muy por debajo del RUE (31.1%) (Gráfico 2.1).

Cabe señalar que desde 2008 se ha producido una caída de casi veinte puntos en la percepción de oportunidades tanto en Cataluña como en el RE, con valores inferiores a la mitad de los previos. Este resultado se puede atribuir en gran parte a la percepción desfavorable que la población ha tenido sobre la situación económica.

No obstante, Cataluña apunta una ligera recuperación estos dos últimos años después de tocar fondo en 2011 (16%), con incrementos de un 5% en 2012 y de un 8% en 2013.

La percepción de oportunidades varía mucho dependiendo de si la persona está o no involucrada en el proceso emprendedor. El 31.4% de la población implicada percibe oportunidades para emprender algún negocio, mientras que esta proporción cae justo a la mitad, 15.5%, para los no implicados (Gráfico 2.2).

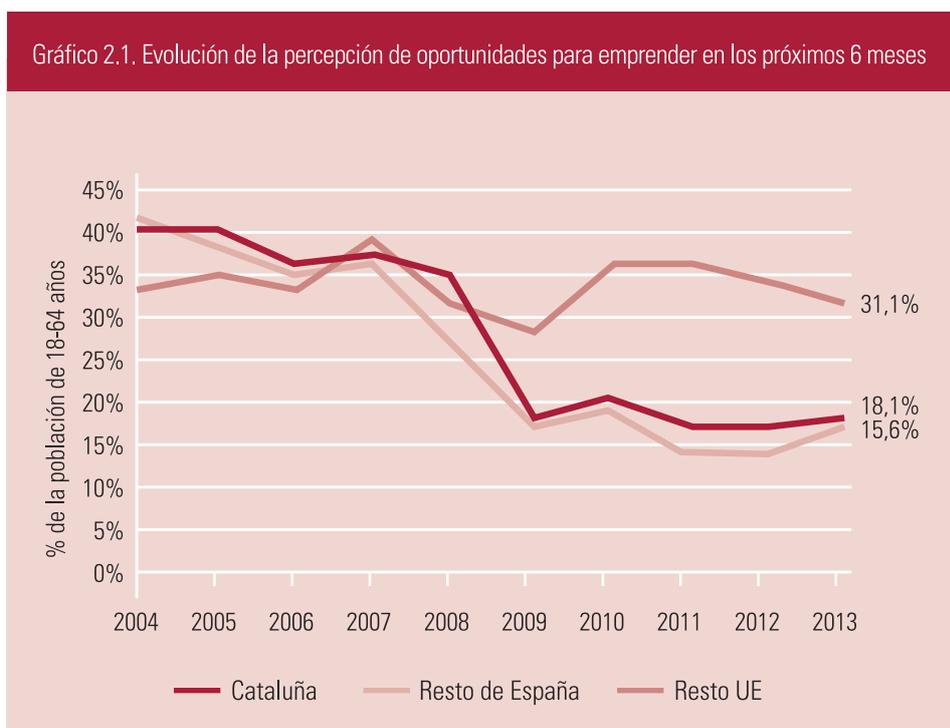
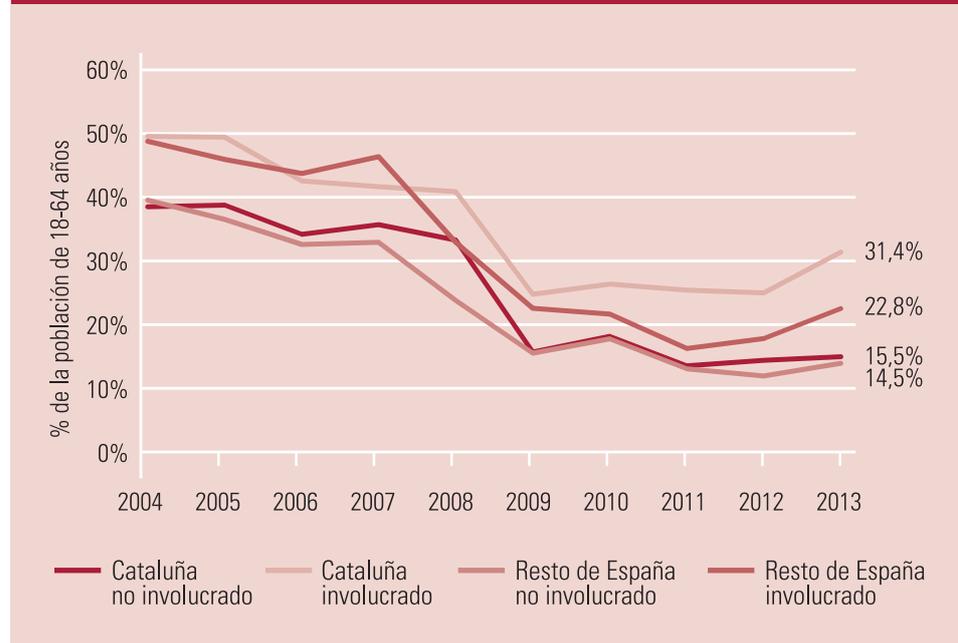


Gráfico 2.2. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



Otro de los factores relevantes para aprovechar la oportunidad en el momento en que se presenta, tanto para la creación del negocio como para su crecimiento, es la percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades necesarios para ello.

En este sentido, si bien las actitudes y las motivaciones del emprendedor son relevantes para el crecimiento, sus conocimientos y, en concreto, su nivel de habilidades directivas, parece que todavía lo es 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 (Baum et al, 2001; Colombo y Grilli, 2005 y 2010)

La mitad de la población adulta entrevistada declara tener habilidades y capacidades para emprender, tanto en Cataluña (50.7%), como en el RE (47.9%), situándose por encima de la media del RUE (41.2%) y sufriendo un ligero descenso (6%) respecto al 2012 (Gráfico 2.3). En esta serie se puede apreciar como a lo largo de los años se mantiene superior este auto-reconocimiento de aptitudes de la población de Cataluña respecto a la del REU en torno a diez puntos.

El sistema educativo, la capacitación laboral y otras actividades formativas han podido tener su efecto en estos resultados sobre la elevada percepción de auto-eficacia. Ahora bien, es interesante remarcar que, en ediciones anteriores del proyecto GEM Cataluña, cuando se ha preguntado a los expertos por la interpretación de estos resultados, la mayoría ha indicado que son percepciones sesgadas, fruto de una elevada autoestima. Ello puede tener efectos peligrosos para la viabilidad a largo plazo de las empresas que estas creen, ya que suelen ser personas que, como ya consideran que poseen las aptitudes, son menos propensas al aprendizaje, a la formación o a complementar sus equipos para hacer frente a las carencias o debilidades del proyecto emprendedor.

Nuevamente la percepción de posesión de conocimientos y habilidades varía mucho según si se está involucrado (87.2%) o no (43.4%), siendo bastantes estables las series en estos últimos diez años (Gráfico 2.4). Este resultado tiende a reflejar el hecho que los individuos emprendedores tienen una mayor confianza en sus propias habilidades para poner en marcha un negocio que el resto de la población.

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

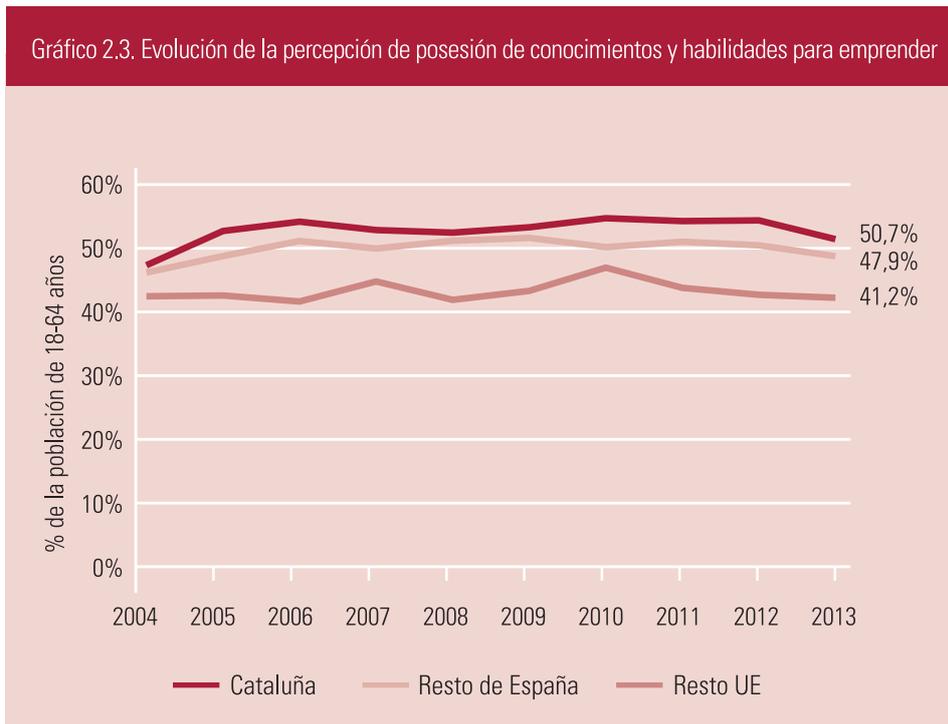
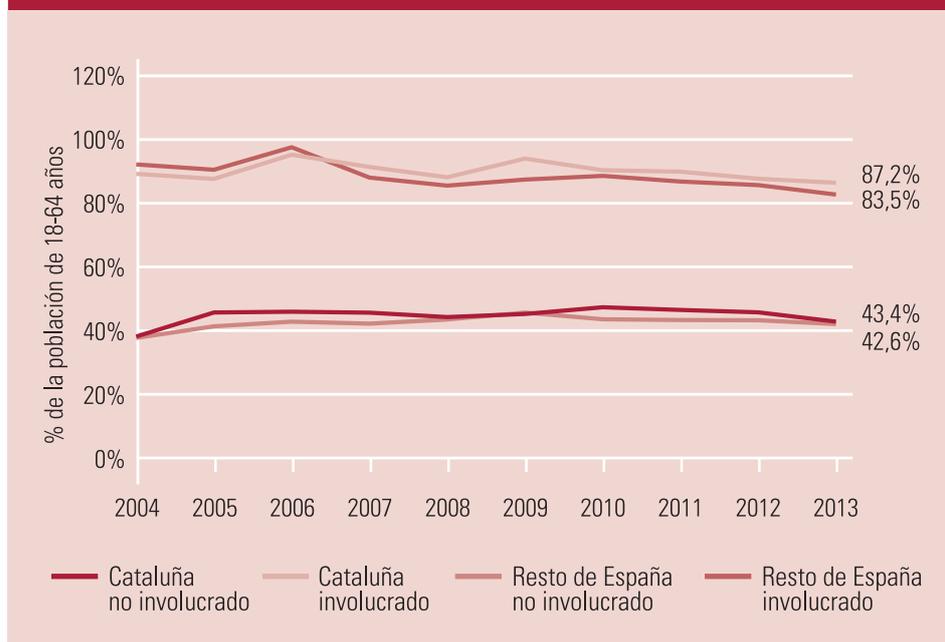


Gráfico 2.4. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



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

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

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

Una de las formas de adquirir conocimientos es el aprendizaje a través de lo experimentado por otros (*vicarious learning*). Por tanto, se produce un aprendizaje empresarial mediante la experiencia indirecta o el conocimiento y la observación del comportamiento de otros emprendedores. Generalmente, será más fuerte cu-

anto más próximos sean. 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 y de las historias de éxito.

El conocimiento de empresarios también es relevante desde la perspectiva de que se incrementa su capital relacional, les permite aprender (Nahapiet & Ghoshal, 1998) y conseguir recursos en el interior de sus redes (Arenius, 2002; Greve y Salaff, 2003).

En el gráfico 2.5 se muestra la evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia en Cataluña, RE y RUE en el período 2004-2013. Mientras que hace diez años la diferencia entre Cataluña y RE respecto a RUE era en torno a diez puntos, actualmente los valores son similares (Cataluña 32.3%, RE 30,5% y RUE 31,2%) y con pequeñas variaciones respecto al 2012 (-1%, -1% y -5%, respectivamente). Aunque esta convergencia, a diferencia de la que se produjo en 2008, es debida, fundamentalmente, a la disminución de las calificaciones del RUE durante los tres últimos años.

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

Nuevamente las diferencias no se detectan por zonas geográficas sino entre involucrados y no involucrados, siendo la valoración de los primeros prácticamente el doble que la de los segundos, tanto en Cataluña (50.3% frente a 28.8%) como en el RE (50.7% frente a 27.5%) (Gráfico 2.6).

Por otro lado, el miedo al fracaso es un freno a la creación de empresas debido a la poca separación, por lo menos en muchos de los países europeos, entre riesgo personal y riesgo del negocio y que, en caso de que éste vaya mal, el emprendedor quede estigmatizado. Lo es en Cataluña en un 45.5% (con una disminución del 6% respecto 2012), aunque menos que en el RE (48.1%) y en el RUE (46.9%). Destacar la convergencia de las tres medias, especialmente por el crecimiento del RUE durante estos tres últimos años, y que en el RE siempre ha estado más presente que en los otros territorios analizados (Gráfico 2.7).

Señalar que son las personas que no están involucradas las que tienen más temor a ser estigmatizadas por el fracaso de un posible negocio. De nuevo, las mayores diferencias se detectan entre los involucrados (32.2%) y quienes no lo están (48.1%), incrementándose dicho temor en los primeros desde 2004, cuyo valor era de 18.9% (Gráfico 2.8).

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

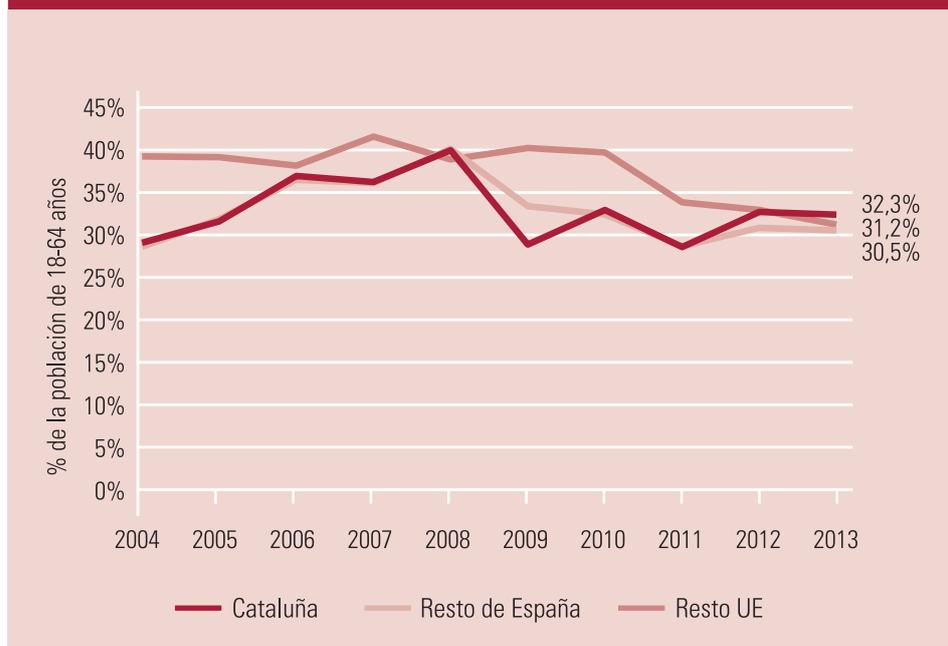


Gráfico 2.6. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora

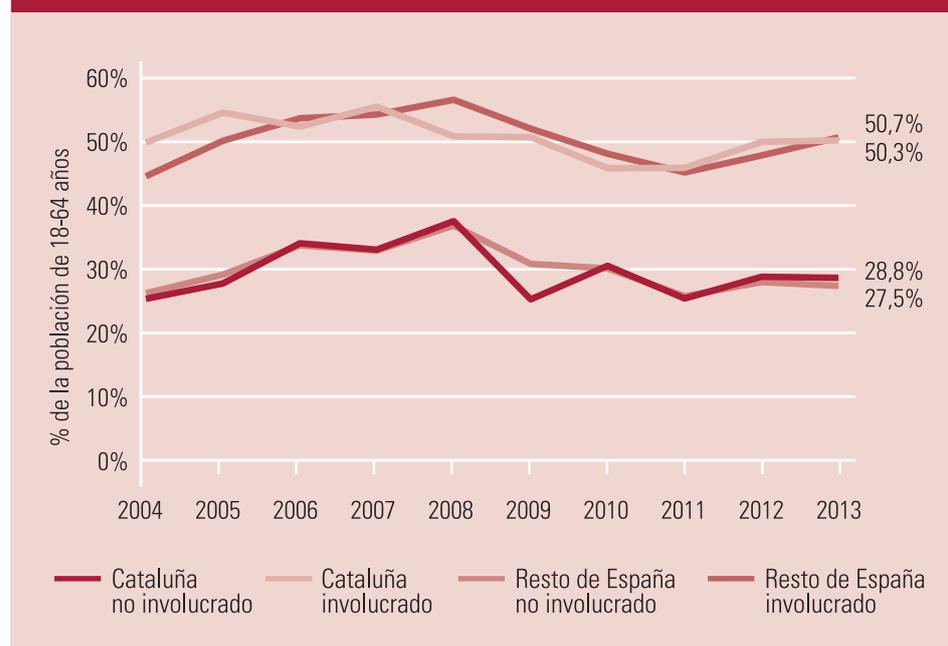


Gráfico 2.7. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender



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



La percepción sobre la necesidad de equidad en los estándares de distribución de la renta o nivel de vida en la sociedad también condiciona la intención de emprender. A veces, en vez de presentar el indicador anterior, se utiliza su complementario (100% menos el % sobre la equidad de los estándares de vida) como indicativo del espíritu competitivo de la población.

Precisamente la crisis del mercado de trabajo y su impacto en la renta de las familias ha provocado que España sufra uno de los mayores incrementos de la desigualdad de la OCDE (2014), cifrando en unos 2.600€ la pérdida media de ingresos sufrida por los hogares españoles entre 2008 y 2012. La dramática disminución del ingreso disponible refleja igualmente la disparidad de la protección de los parados, cuando la tasa de desempleo española es 2.5 veces superior a la media de la UE y con un fuerte aumento del paro de larga duración y del riesgo para las familias de encontrarse en situación de pobreza.

Esta situación ha provocado que en Cataluña, de forma similar a España, este indicador haya aumentado catorce puntos porcentuales desde el año 2009 al 2012. En el 2013 Cataluña y España se han mantenido prácticamente igual al 2012, mientras que el Resto de UE ha disminuido un 6%, situándose en 61.3% (Gráfico 2.9).

Es interesante señalar que esta percepción es mucho más estable en las personas no involucradas en iniciativas emprendedoras que en las que sí lo están, convergiendo estos tres últimos años todas ellas en valores similares, tanto en Cataluña como en el resto de España (Gráfico 2.10).

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

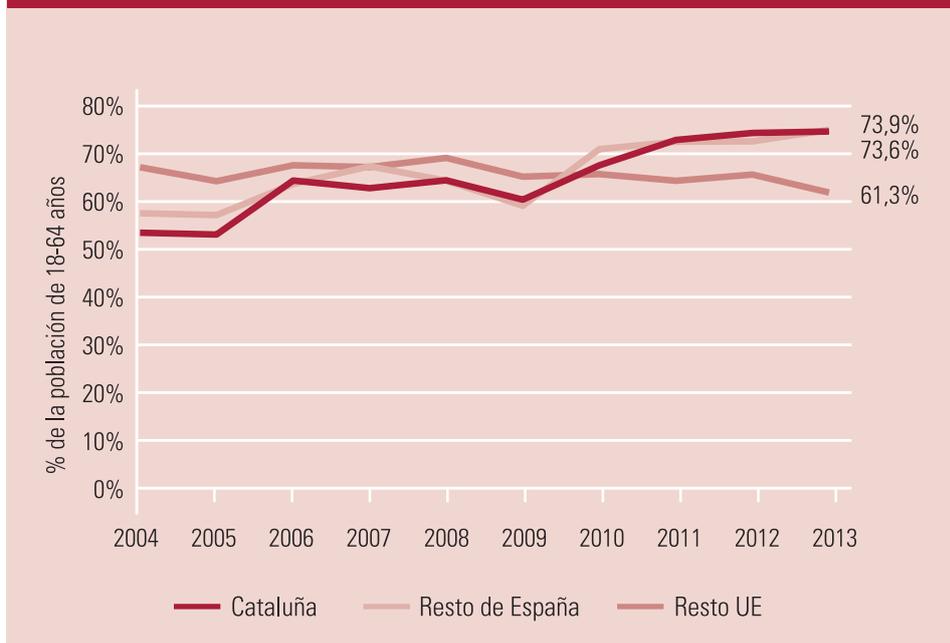
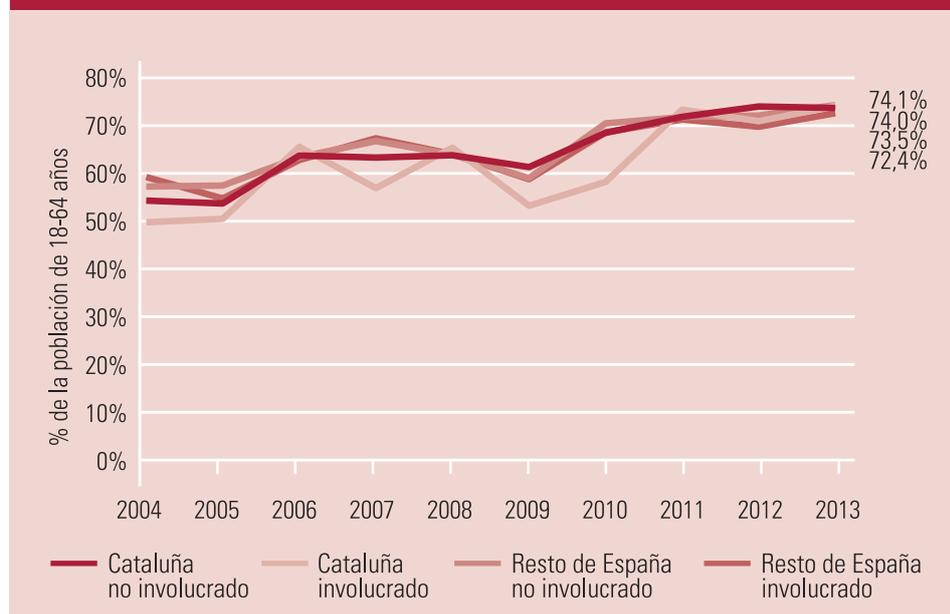


Gráfico 2.10. Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



El prestigio y el reconocimiento social asociados a la creación de empresas pueden actuar también como un relevante factor de motivación, influyendo sobre el coste de oportunidad de convertirse en empresario. La evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico en Cataluña y resto de España siempre ha estado en torno a diez puntos por debajo de Europa, ensanchándose esta diferencia estos dos últimos años hasta los veinte puntos, en el caso de Cataluña (48.1% frente al 68.5% del REU), que ha sufrido este año un descenso del 21%. Similares puntuaciones obtiene el RE, 53.1%, con un descenso respecto al año anterior del 17% (Gráfico 2.11).

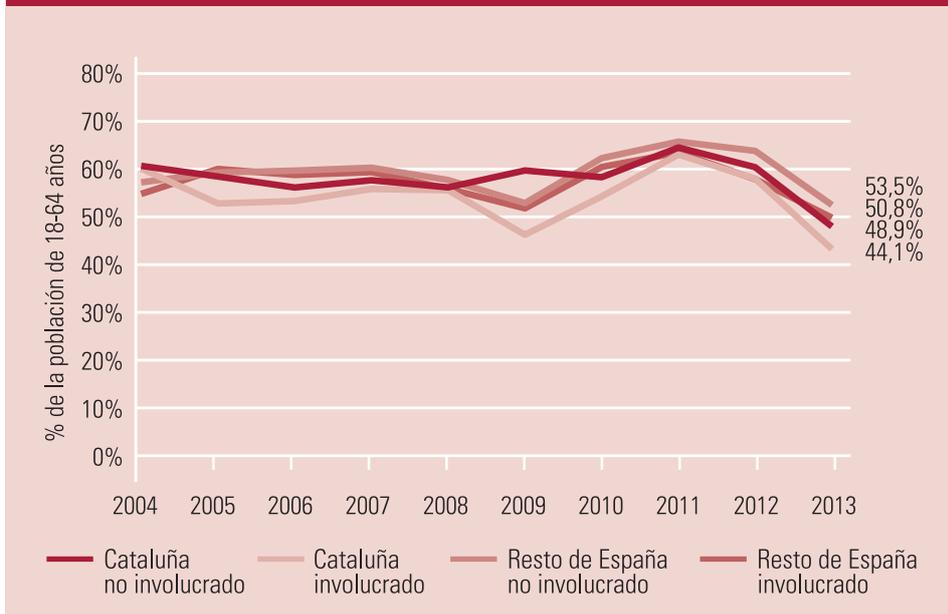
La proliferación de noticias negativas, especialmente de corrupción, que se asocian bastante indiscriminadamente a directivos, empresarios y políticos, puede ser una de las causas de este fuerte retroceso. Por otra parte, la profundidad y duración de la crisis ha determinado que muchas empresas se hayan visto abocadas al concurso de acreedores, con el desprestigio que esto supone. Precisamente, el número de concursos de acreedores que se presentaron en España en 2013 alcanzó un nuevo máximo histórico con 10.949, que representó un incremento del 6.4% respecto al 2012. Cataluña con 2.114, el 19,3% del total, fue la comunidad autónoma en la que se presentaron el número más elevado de concursos.

Quizás por estos motivos, precisamente en quienes ha disminuido más respecto al año anterior la valoración que emprender brinda estatus social y económico es en los que ya están involucrados en el proceso emprendedor de la provincia de Barcelona (-27%, para quedarse en un 42.7%) y de Cataluña (-25%, obteniendo un 44.1%), frente a un 14% en el RE (50.8%) (Gráfico 2.12)..

Gráfico 2.11. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico



Gráfico 2.12. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



Ligado a la disminución del prestigio social asociado a ser empresario, está también la caída respecto al 2012 de la percepción de que emprender es una buena opción profesional en Cataluña (-16%), en el RE (-14%) y RUE (-6%), alcanzando en Cataluña el valor más bajo (60,3%) en estos últimos diez años y de un 62,3% para los no involucrados (Gráficos 2.13 y 2.14).

Gráfico 2.13. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional

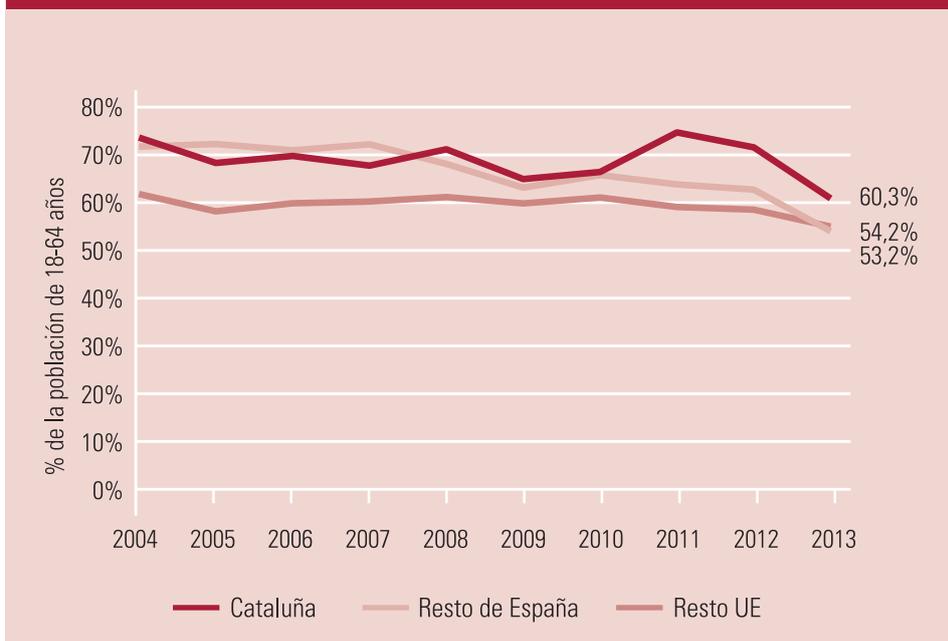
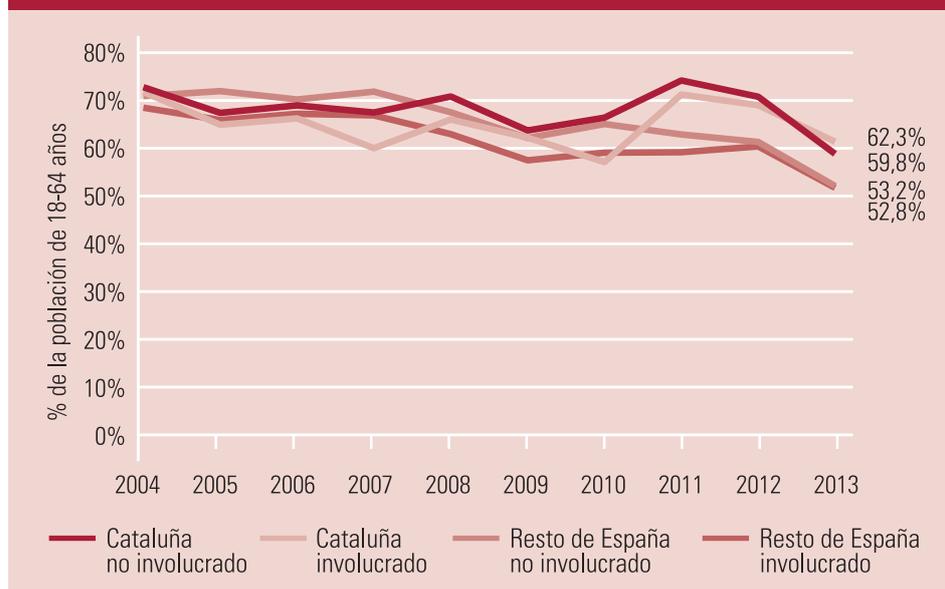


Gráfico 2.14. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



Por último, otro de los factores que influye es si en los medios de comunicación, a menudo, aparecen noticias sobre negocios y/o empresarios exitosos (y éticos). En contraposición a lo expuesto en puntos anteriores, en 2013 el 52% de la población catalana encuestada percibe que, a menudo, se publican noticias sobre el éxito de nuevas empresas en los medios de comunicación, calificación superior a la del RE (44.4%) y RUE (49.7%), hecho que sucede por segundo año consecutivo (Gráfico 2.15).

Lo más relevante es el fuerte cambio de tendencia en los últimos tres años en Cataluña, desde 2010, uno de los años con una valoración menor (34.1%), hasta el citado 52% de 2013. La labor de algunos programas de medios de comunicación por emitir también noticias positivas de emprendedores, las de emprendedores vinculados a acontecimientos de gran repercusión como el Mobile World Congress, entre otros, pueden haber provocado esta mejoría.

Algunos de los expertos también han indicado que, fruto de la sensibilización y formación que se realiza en diferentes ámbitos sobre emprendimiento (incluyendo también el social y el que adopta la forma de cooperativa), la población detecta más que antes dichas noticias en los medios de comunicación. Por ejemplo, el visionado del vídeo "Un día Co-" en una reciente presentación pública de arcoop provocó en muchos de los asistentes que fueran conscientes de que la economía social y cooperativa les rodea positivamente en mucho de lo que les sucede diariamente.

³ Programa marco de cooperación público privada promovido por el Departament d'Empresa i Ocupació con la participación activa de más de 80 instituciones públicas y privadas implicadas en la creación y crecimiento de empresas de economía social y cooperativa.

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

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

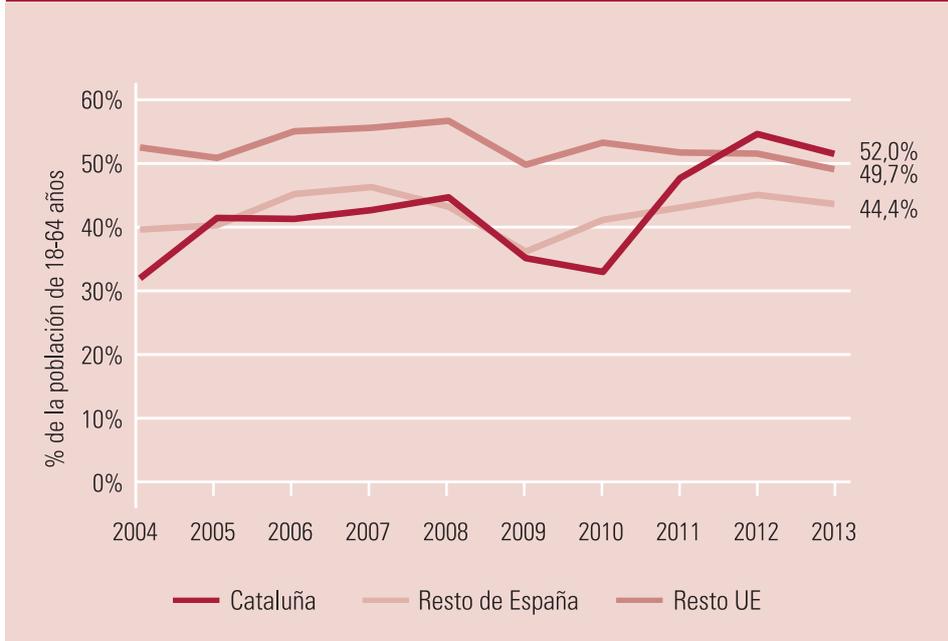
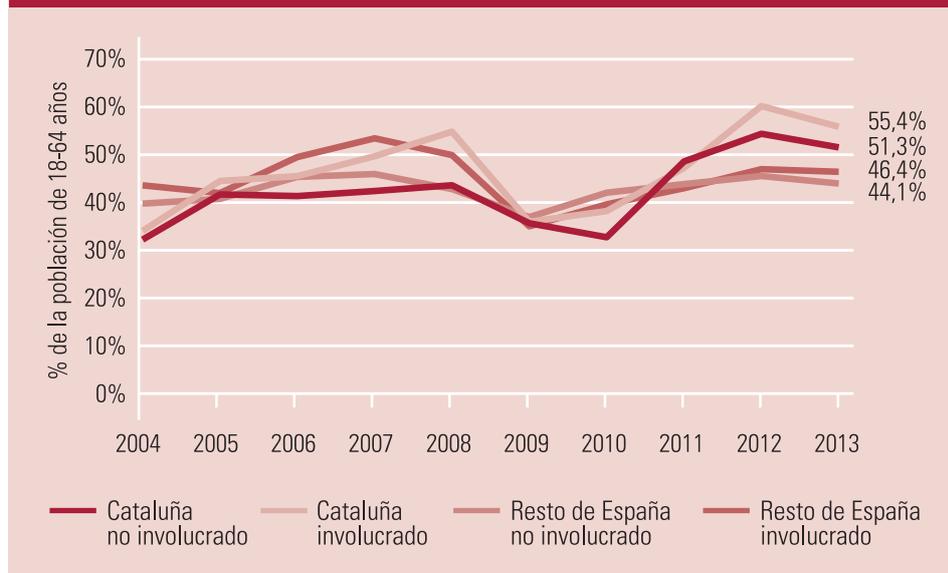
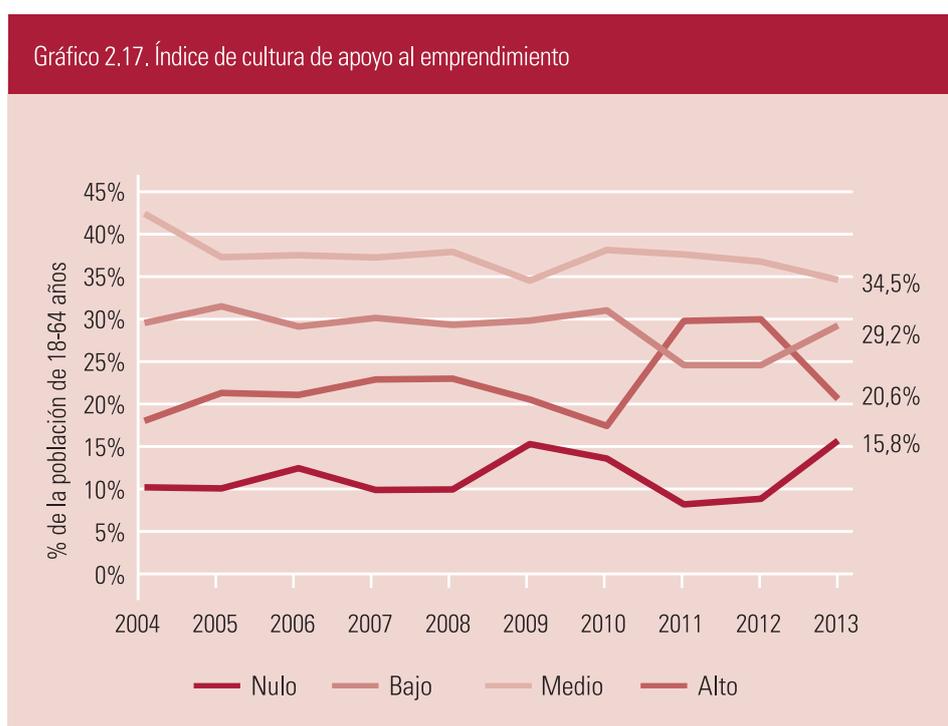


Gráfico 2.16. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora



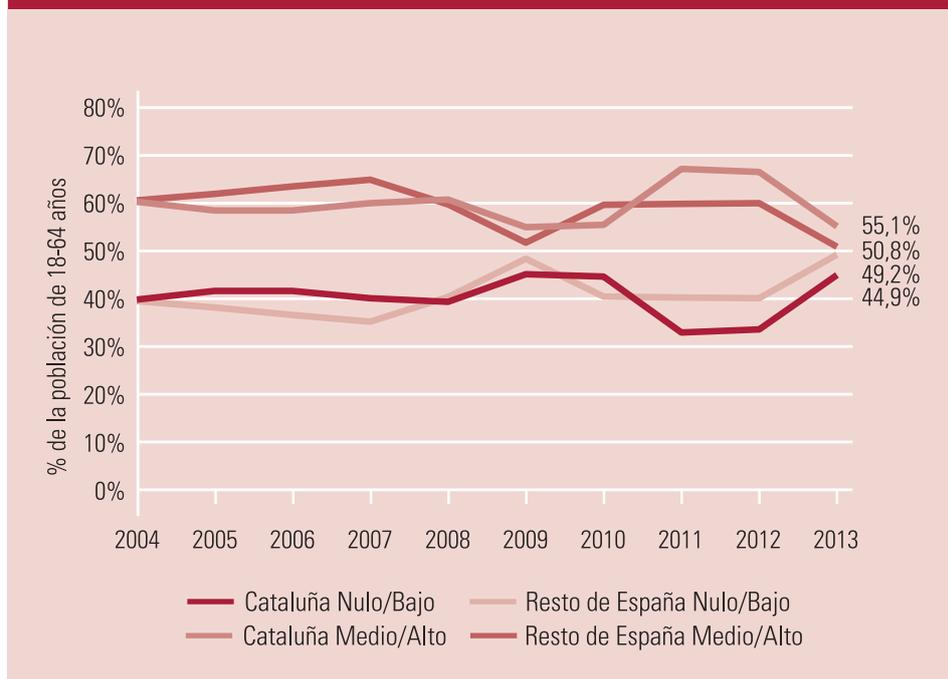
Finalmente, señalar que el proyecto GEM ha diseñado un índice que permite conocer el impacto de la cultura de apoyo al emprendimiento en cada territorio. El índice estimado en el 2013 muestra una disminución respecto a 2012, tanto en Cataluña como en el RE (Gráfico 2.17).

En el gráfico 2.18, para facilitar la comparación, se han unido el apoyo nulo con el bajo y el apoyo medio con el alto. En Cataluña, respecto a 2012, éste último índice ha caído un 17% (-15% en RE) y el primero ha aumentado un 34% (23% en RE).



⁴ Dicho 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.

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



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

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

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

- Cataluña es un país en el que, actualmente, la percepción de oportunidades es baja, casi la mitad que en el resto de la UE.
- Con una percepción alta respecto a sus competencias para emprender.

- Y con unos condicionamientos socioculturales en los que, a pesar de que emprender se considera una buena opción profesional y de que en los medios de comunicación aparecen historias de éxito empresarial, todavía no se considera que genere buen estatus social y económico; y el miedo al fracaso es un freno a emprender nuevos negocios, especialmente para los no involucrados.

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

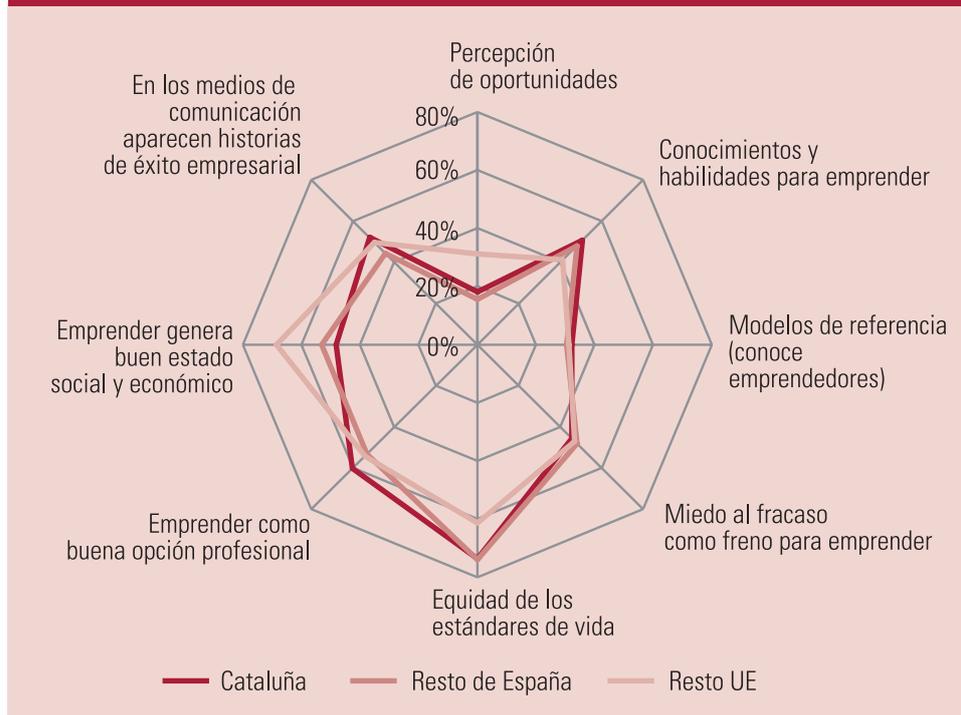
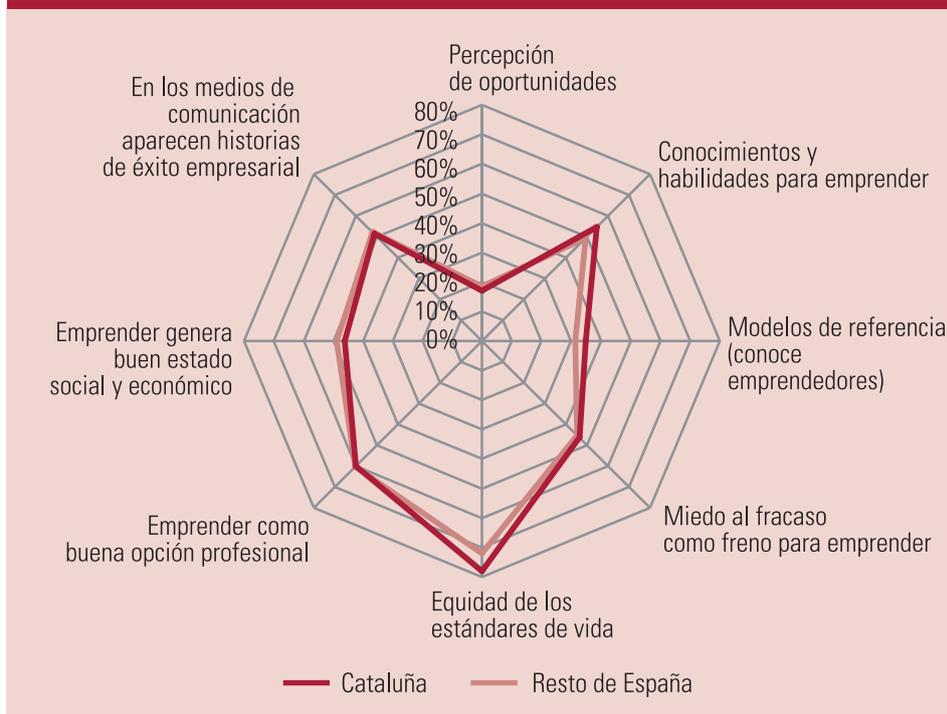


Gráfico 2.20. Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña



No existiendo diferencias significativas entre las percepciones de las personas de Barcelona y las del resto de Cataluña (Gráfico 2.20).

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

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

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

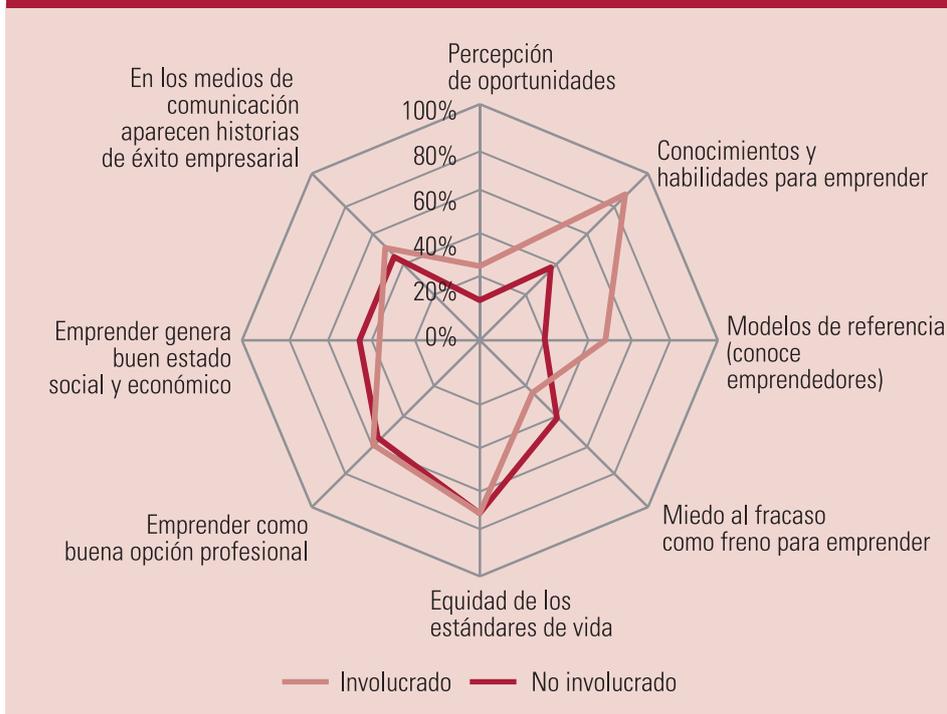


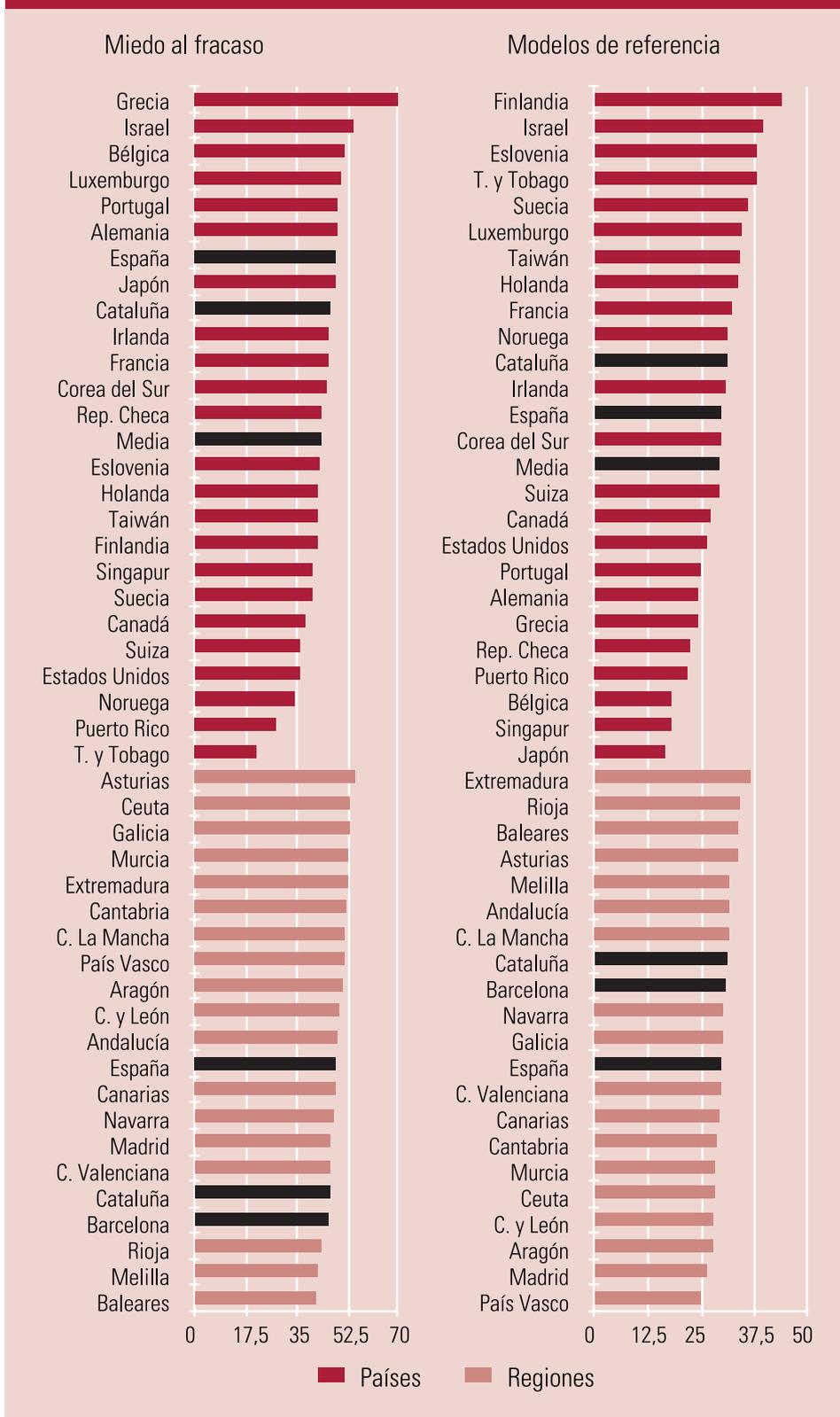
Tabla 2.1. Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en el 2013 por tipo de economía

		Percepciones de la población adulta sobre sus valores y aptitudes para emprender		Percepciones de la población adulta sobre la cultura y su influencia en el emprendimiento					
		Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia	Equidad de los estándares de vida en la sociedad	Emprender como buena opción profesional	Emprender brinda estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
Economías basadas en factores de producción	Media	59,56	68,89	31,80	55,87	58,72	75,52	80,19	72,09
	Angola	56,67	56,32	42,12	71,59	68,10	66,77	72,64	62,11
	Botsuana	65,90	67,44	20,08	45,03	53,93	80,73	83,70	85,57
	Filipinas	47,94	68,40	39,23	41,05	63,99	84,86	79,27	86,79
	Gana	69,27	85,77	25,56	59,33	56,63	81,64	94,08	82,43
	India	41,43	55,78	35,62	38,56	52,29	61,49	70,36	61,39
	Irán	40,20	56,47	39,66	46,41	43,21	61,72	78,79	59,83
	Libia	52,26	58,63	33,48	28,35	77,20	85,17	84,35	38,21
	Malawi	78,90	89,48	17,34	78,23	-	-	-	-
	Nigeria	84,66	87,04	18,47	79,78	61,35	81,15	61,89	76,53
	Uganda	81,10	83,84	17,70	68,90	60,35	88,25	95,29	87,50
Vietnam	36,81	48,65	60,50	57,37	50,13	63,40	81,54	80,54	
Economías basadas en la eficiencia	Media	41,62	51,88	38,30	38,80	63,16	67,86	66,91	61,47
	Argentina	39,81	61,62	30,11	35,76	-	-	-	-
	Bosnia	23,26	50,50	39,47	33,67	90,98	82,27	71,92	39,20
	Brasil	50,93	52,62	42,70	37,96	82,76	84,62	82,21	84,07
	Colombia	67,70	57,84	35,15	22,85	65,22	90,85	71,36	67,50
	Croacia	17,58	47,18	46,03	24,45	74,19	61,47	43,07	42,87
	Chile	68,40	59,63	31,41	42,24	-	69,12	67,25	66,32
	China	33,07	36,29	35,89	48,35	39,20	69,61	73,53	71,34
	Ecuador	57,29	74,27	37,90	37,65	69,16	66,48	67,66	79,09
	Eslovaquia	16,10	51,01	44,46	38,77	71,61	49,22	58,53	51,71
	Estonia	46,07	39,96	47,78	36,76	56,67	53,21	58,59	40,72
	Guatemala	58,78	66,45	34,28	32,45	67,82	86,77	71,47	55,08
	Hungría	18,87	37,50	47,88	28,01	67,16	45,67	74,11	28,39
	Indonesia	46,68	62,01	41,28	66,95	63,45	70,83	79,84	75,27
	Jamaica	51,23	79,14	32,58	44,93	52,32	79,36	80,93	81,68
	Letonia	34,80	47,85	42,55	30,98	50,68	61,36	59,48	58,61
	Lituania	28,72	35,38	49,36	37,08	67,72	68,63	57,20	47,65
	Macedonia	37,15	49,69	41,05	32,93	74,26	69,49	67,89	66,76
	Malasia	40,72	27,98	32,26	45,17	35,38	41,83	44,98	62,22
	México	53,60	58,52	33,02	56,54	57,19	57,76	62,34	50,77
Panamá	58,73	66,39	27,88	57,89	47,58	64,38	59,24	70,44	
Perú	60,96	62,20	26,15	45,99	55,23	70,42	71,21	71,47	
Polonia	26,06	51,77	56,34	37,77	69,61	66,81	59,89	58,50	
Rumania	28,86	45,87	45,98	28,31	69,73	73,61	72,57	61,31	
Rusia	18,19	28,15	40,53	39,32	54,94	65,73	68,02	48,95	
Sudáfrica	37,85	42,68	27,15	31,37	60,76	74,02	74,72	78,43	
Surinam	50,66	54,55	18,74	43,56	49,91	76,00	77,88	66,65	
Tailandia	45,34	44,38	54,85	35,58	79,53	74,52	74,83	77,16	
Uruguay	47,90	61,14	29,55	33,08	69,10	58,07	55,97	57,54	
Economías basadas en la Innovación	Media	34,02	40,97	42,78	30,25	61,22	52,91	66,51	56,32
	Alemania	31,30	37,72	48,15	25,01	56,17	49,40	75,23	49,91
	Bélgica	31,50	33,85	50,81	18,56	54,82	54,80	52,20	43,86
	Canadá	57,35	48,45	37,34	27,96	69,80	60,64	70,13	69,58
	Cataluña	18,09	50,73	45,50	32,32	73,60	60,26	48,15	51,98
	Corea del Sur	12,73	28,10	44,53	30,65	71,44	51,31	67,80	67,56
	Eslovenia	16,06	51,48	41,98	39,30	81,75	57,38	68,10	50,52
	España	16,01	48,39	47,70	30,81	73,88	54,31	52,34	45,63
	Estados Unidos	47,16	55,74	35,02	27,21	-	-	-	-
	Finlandia	43,80	33,26	41,11	45,49	69,03	44,30	85,46	68,53
	Francia	22,87	33,15	45,31	33,21	53,54	55,30	70,03	41,38
	Grecia	13,54	45,99	69,06	24,95	59,01	60,06	65,07	32,42
	Irlanda	28,28	43,14	45,33	31,49	78,45	49,62	81,22	59,86
	Israel	46,50	36,17	53,33	40,68	47,31	60,61	80,30	49,06
	Japón	7,65	12,86	47,37	16,72	43,29	31,30	52,76	57,62
	Luxemburgo	45,57	43,28	49,58	35,83	44,37	39,41	70,60	36,31
	Noruega	63,67	34,18	33,25	32,36	70,33	49,33	75,48	56,87
	Países bajos	32,66	42,38	41,28	34,64	59,84	79,49	66,20	55,19
	Portugal	20,24	48,75	48,17	25,54	-	-	-	-
	Puerto Rico	28,34	53,03	27,43	22,61	50,61	17,93	50,15	68,78
	República Checa	23,08	42,59	42,86	23,02	-	-	47,78	-
	Singapur	22,24	24,76	39,83	18,41	60,14	50,94	59,38	75,33
	Suecia	64,45	38,80	39,73	37,14	56,18	52,03	71,51	58,55
Suiza	41,52	44,72	35,47	30,01	56,53	40,51	64,96	47,77	
Taiwan	42,03	27,22	41,23	35,26	-	72,98	64,45	87,07	
Trinidad y Tobago	58,01	75,26	20,94	39,11	68,00	79,54	72,02	61,02	

Gráfico 2.22. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de la percepción de oportunidades y auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en el 2013



Gráfico 2.23. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia en el 2013



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 cronológicas. En concreto, el proyecto concibe este proceso a través de diferentes etapas: 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, aboga por identificar la iniciativa empresarial con las primeras etapas del negocio, puesto que acostumbra a ser sobre 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.

Desde esta perspectiva, el principal indicador del proyecto GEM es el índice de actividad emprendedora total (*Total Entrepreneurial Activity* o TEA), tal y como ya se anticipó en el primer capítulo de este informe. Dicho índice mide el porcentaje de población adulta (18-64 años) involucrada en la puesta en marcha de un negocio y del que van a poseer al menos una parte del capital. Índice que, a su vez, incluye dos tipos de actividad emprendedora:

- La realizada por personas implicadas en el proceso de creación de una iniciativa empresarial durante los últimos 12 meses y con menos de tres meses de actividad, entendiéndose por actividad el pago de salarios, honorarios, beneficios o retribución en especie. A estas se las denomina empresas nacientes o *start up*.
- La llevada a cabo en empresas que, habiendo superado la fase anterior, no superan los 42 meses de actividad. Es decir, con una actividad de 4 a 42 meses. En este caso se denominan empresas nuevas o *baby business*.

En 2013 la TEA de Cataluña ha sido del 6.61 % (Gráfico 3.1), disminuyendo un 16% respecto al 2012 y truncando la tendencia alcista de los dos últimos años, con idénticos porcentajes de disminución para los emprendedores nacientes y los nuevos, que han obtenido valores de 4.2% y 2.41%, respectivamente.

Por otro lado, uno de los criterios básicos para detectar la aceptación social de la actividad emprendedora así como para tener una idea aproximada del potencial empresarial de una sociedad es la medición de la intención emprendedora. En

este sentido, el Proyecto GEM calcula la proporción de la población adulta que dice tener intenciones de emprender actividades de creación de empresas dentro de los próximos tres años. La tasa de emprendedores potenciales en 2013 ha sido del 10.94%, que ha supuesto una reducción del 22% respecto al año anterior. Esta disminución es relevante porque parte de esta intención se acaba materializando en el futuro inmediato en la creación de nuevas empresas. Una disminución de la intención emprendedora puede ser un indicador anticipado de una futura disminución de la actividad emprendedora.

Por último, los emprendedores consolidados (iniciativas empresariales de más de 3,5 años) representan el 10.1% de la población adulta de Cataluña, manteniéndose al mismo nivel del 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 (27.7%), que ha disminuido en un 13.5% respecto al 2012.

La tasa de población adulta involucrada en el proceso empresarial activo, suma de los emprendedores en fase inicial más los consolidados, también se ha reducido respecto al 2012 en un 6.8%, quedando en el 16.71%.

El observatorio GEM también mide el abandono de las iniciativas emprendedoras, distinguiendo entre el abandono por venta o traspaso del que lo es por cierre efectivo de la actividad. Respecto al 2012, los abandonos (1.75% de la población adulta) se han reducido un 30%, siendo la disminución de los traspasos (0.25%) de un 41% y la de los cierres (1.4%) de un 26% (gráfico 3.7). Manteniéndose la tónica de los últimos años, donde la mayoría de los abandonos supone el cierre definitivo.

Los resultados del resto de España son similares en cuanto a cierres (1.4%), aunque la cifra de abandonos es mayor (1.94%) porque un 0.54% de las personas lo que hacen es traspasarlo (gráfico 3.9).

La principal razón tanto en Cataluña (54,3%) como en España (48.8%) de los abandonos ha sido que el negocio no era rentable, seguido de razones personales (12.1%), jubilación (9.1%) y problemas para obtener financiación (9.1%).

A continuación, se presentan los resultados del proceso emprendedor en 2013 en Cataluña, Barcelona, Resto de España y España, 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 proceso empresarial

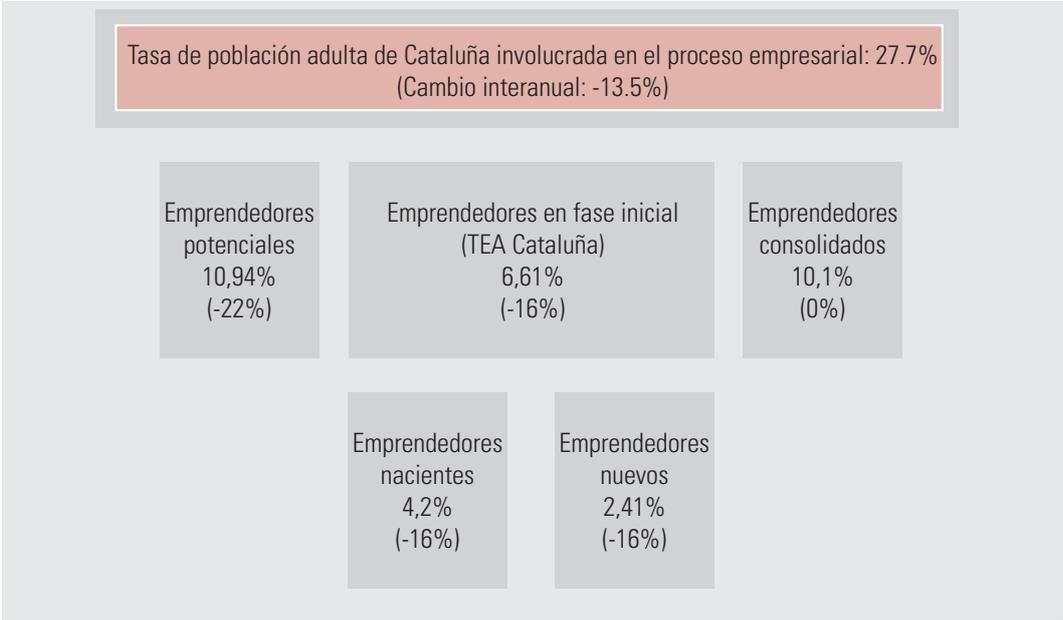


Gráfico 3.2. Abandono de la actividad empresarial en Cataluña en el 2013

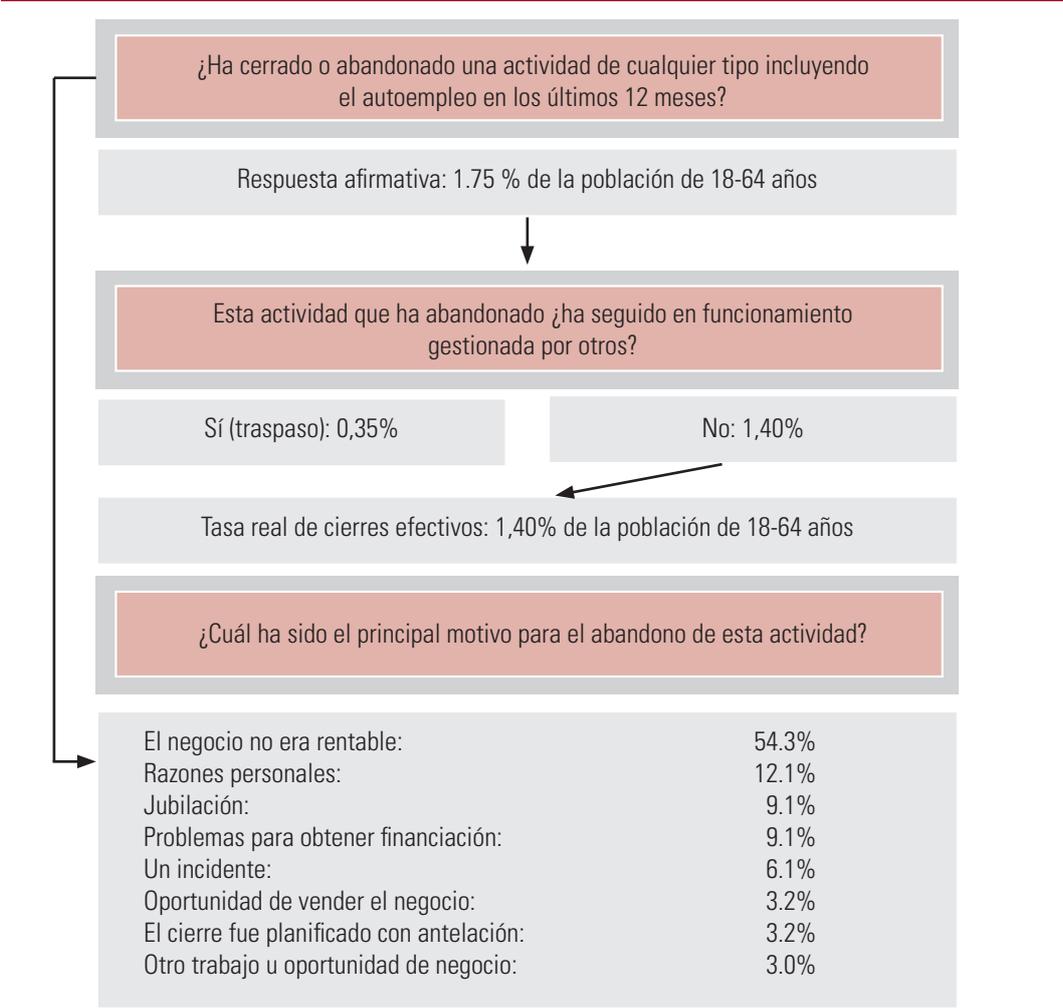


Gráfico 3.3. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2013

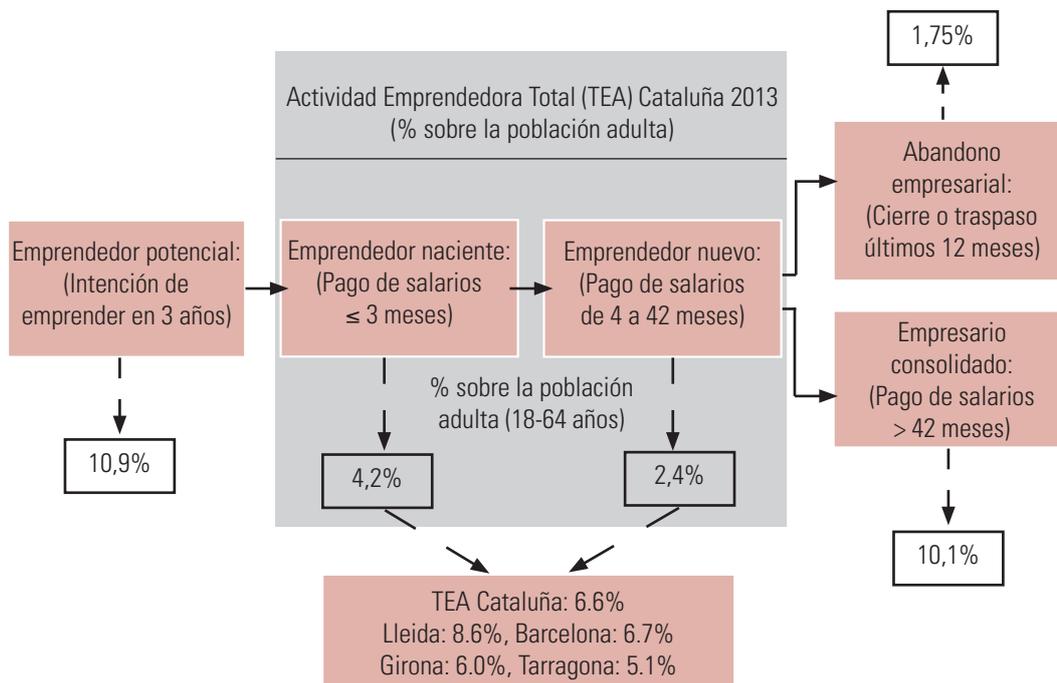


Gráfico 3.4. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2013

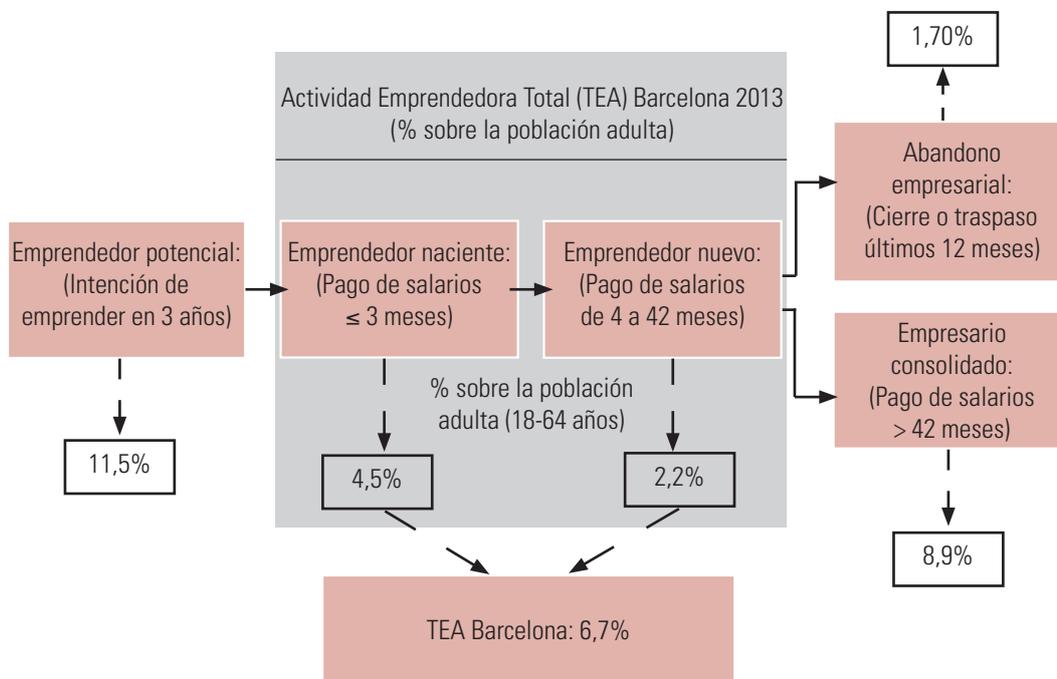


Gráfico 3.5. El proceso emprendedor en el resto de España en el 2013

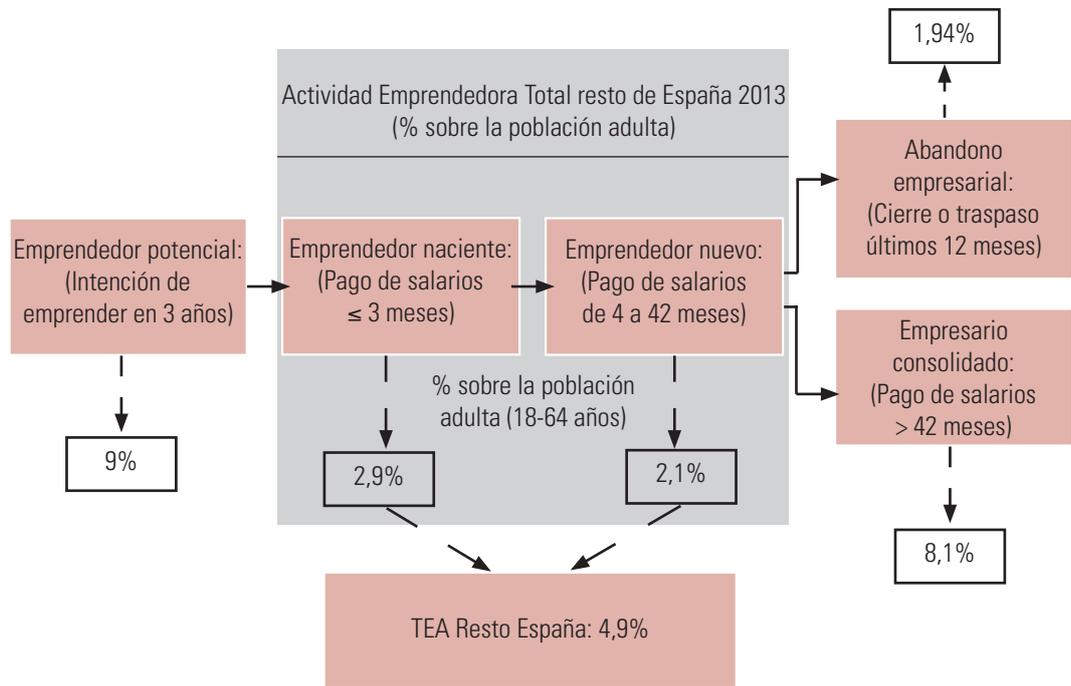


Gráfico 3.6. El proceso emprendedor en España en el 2013

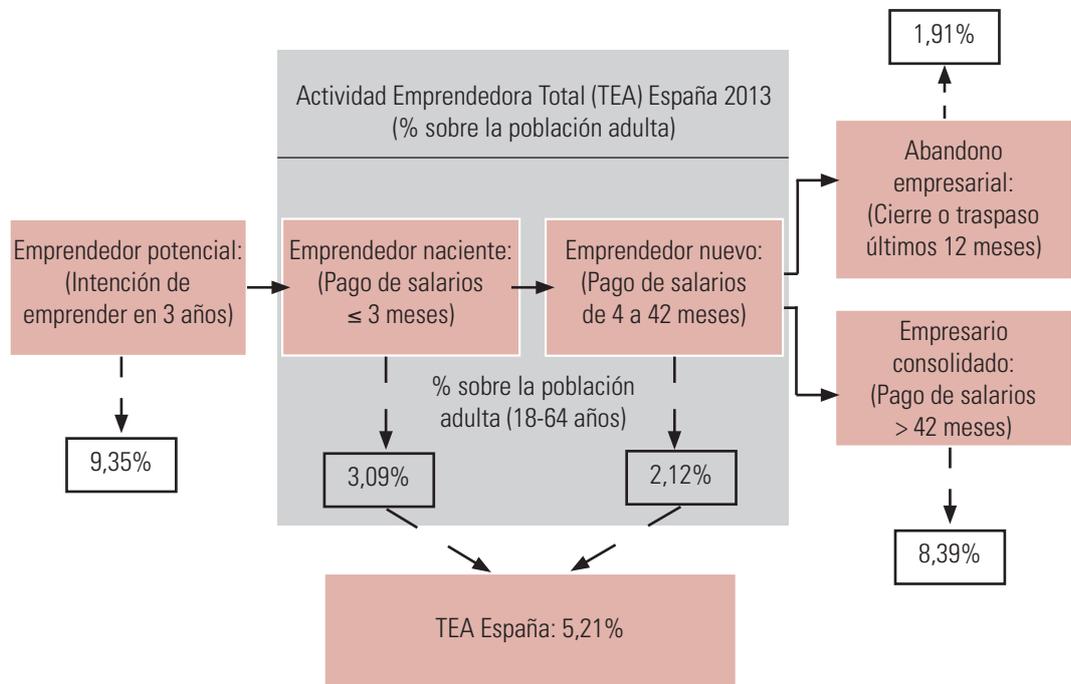


Gráfico 3.7. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales

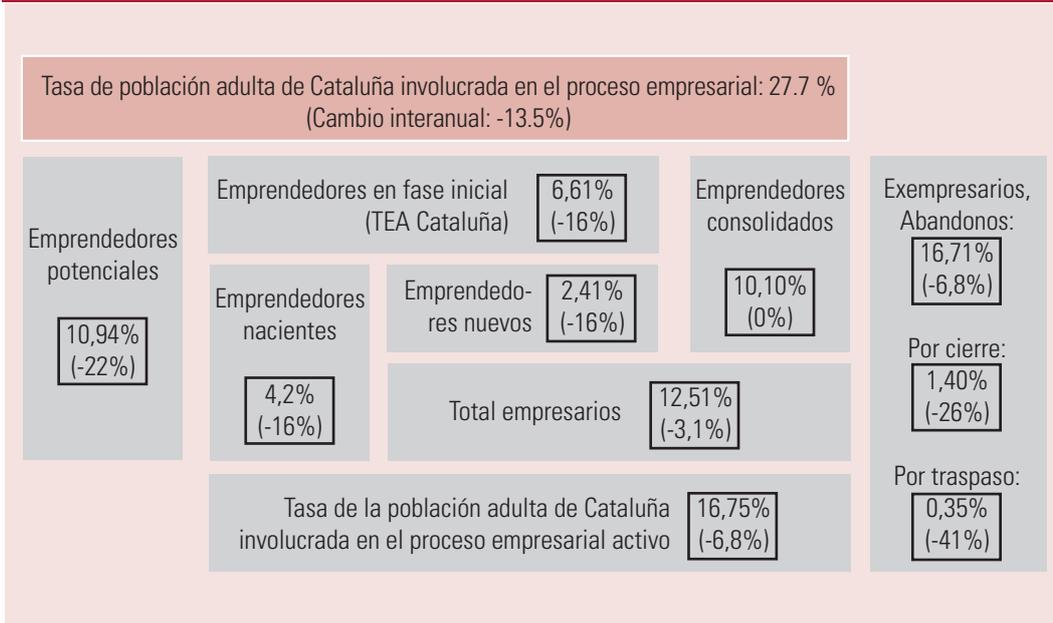


Gráfico 3.8. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales

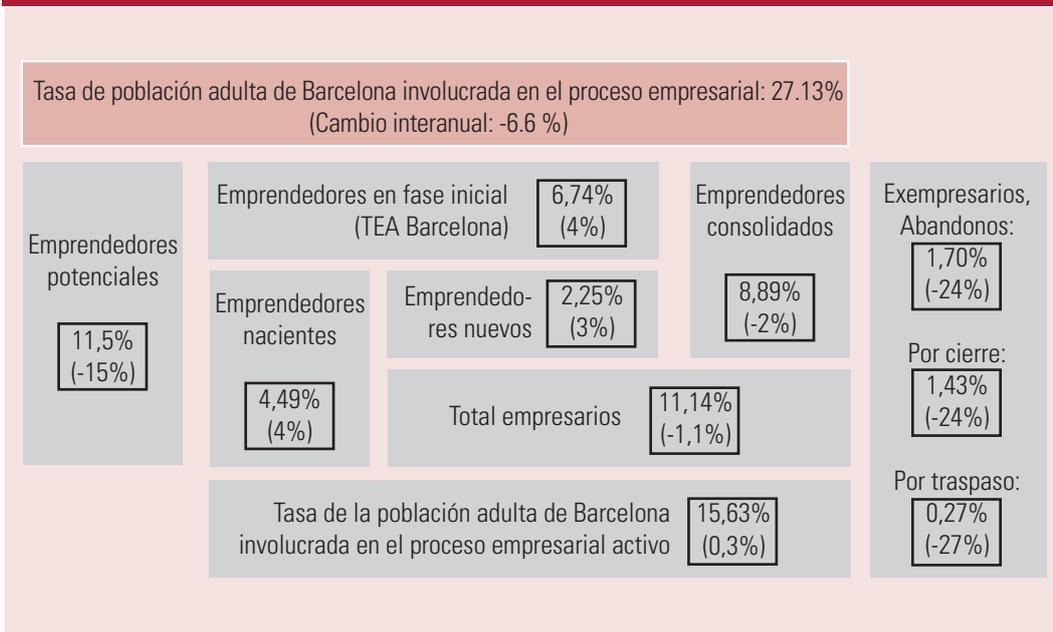


Gráfico 3.9. Cuadro resumen del proceso emprendedor en el resto España con variaciones interanuales

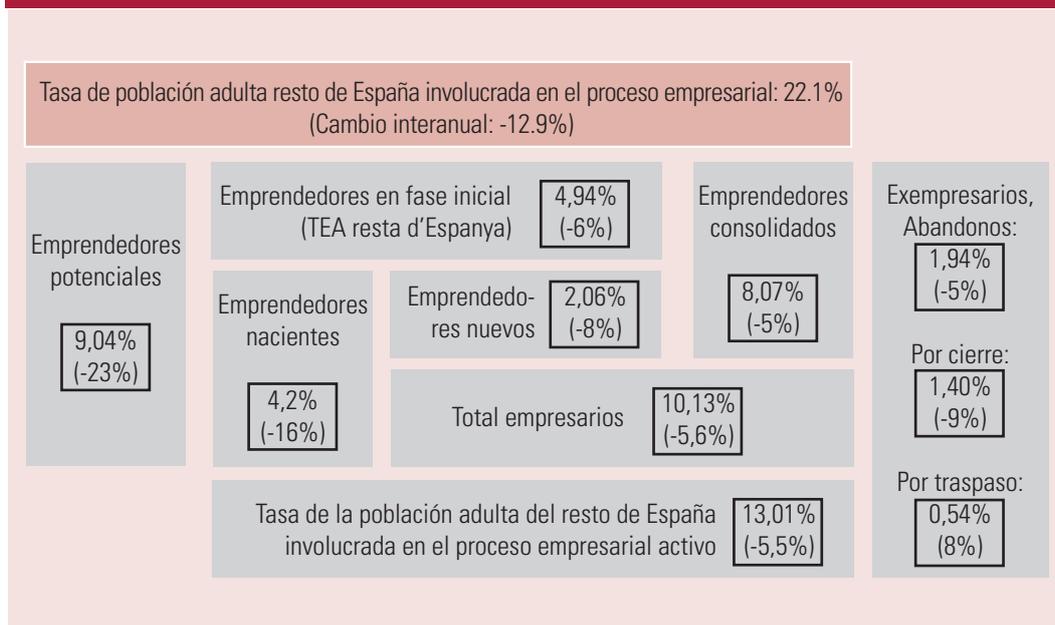
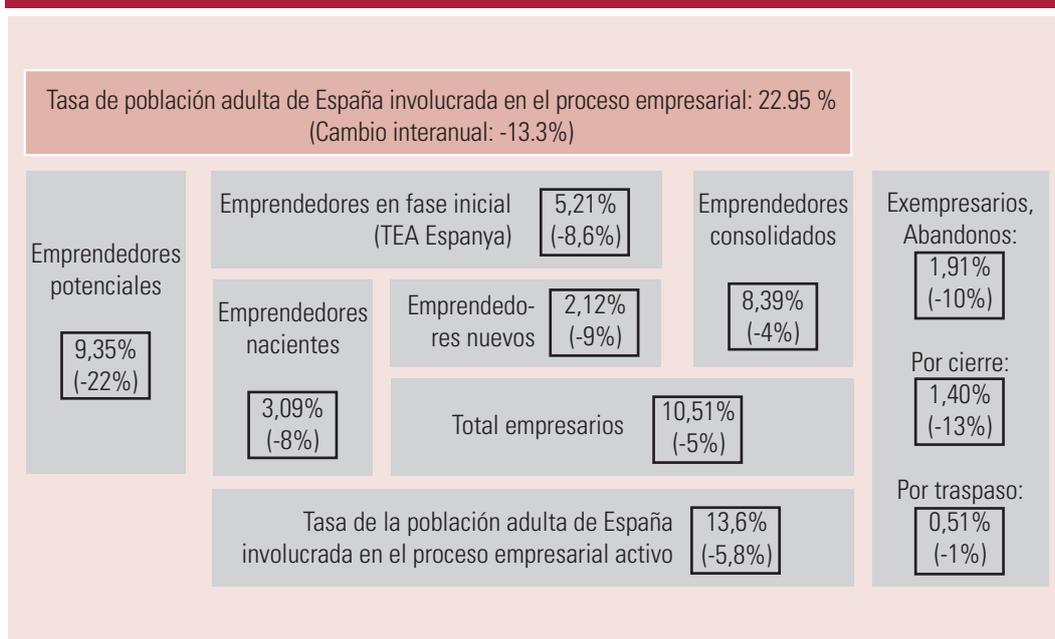


Gráfico 3.10. Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales



3.2 Dinámica de la actividad emprendedora

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

Mientras que el resto de UE ha mantenido bastante constante el porcentaje de emprendedores potenciales en torno al 10-12%, Barcelona, Cataluña y resto de España no han alcanzado estas cifras hasta el 2011, fruto de un incremento sostenido desde el 2009, salvo el último año (gráfico 3.11).

En este periodo de crisis 2009-13, Cataluña ha pasado del 4.3% al 10.94% (con un pico del 14.1% en 2012), es decir, ha tenido un incremento del 157% de personas que esperaban emprender en los próximos tres años. Resultados que están en consonancia con algunos de los que se presentarán en próximos apartados, como pueden ser el incremento del emprendimiento por necesidad (gráfico 3.25); que el 27% de los emprendedores potenciales están actualmente en paro (gráfico 4.20), para los que, seguramente, la creación de la empresa es una forma de autoempleo; o que el segmento de edad que desde 2010 ha crecido más y que tiene una TEA mayor es el del intervalo 45-54 años (gráfico 4.3), quizás uno de los que tenga mayores dificultades para encontrar trabajo por cuenta ajena y, simultáneamente, todavía muchos años por delante hasta la jubilación.

Gráfico 3.11. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2013



El gráfico 3.12 muestra cómo la TEA de Cataluña y Barcelona se ha mantenido prácticamente siempre por encima de la del resto de UE y resto de España, con distancias algunos años de varios puntos, hasta converger las tres primeras en 2013, con una tasa de actividad emprendedora casi dos puntos porcentuales superior a la del resto de España.

Para entender mejor lo anterior es interesante descomponer la TEA en actividades nacientes y nuevas y analizar su evolución (gráfico 3.13). Mientras que las nuevas no han dejado de descender desde 2006 (un 46%), pasando del 4.5% hasta el 2.4% del 2013, las nacientes han compensado la caída anterior desde el 2010 con un repunte del 76%. No obstante, muchas de estas nacientes, que también engloban a las personas que durante el último año están realizando tareas encaminadas a lanzar el negocio, no se acaban constituyendo en empresa, tal y como puede observarse al no producirse al año siguiente un crecimiento de las nuevas acorde al de las nacientes del año precedente.

Al analizar la situación por demarcaciones, se observa que el elevado incremento de la TEA que hubo entre 2010 y 2012 en Girona, Lleida y Tarragona no se ha mantenido en el último año, sino que el índice ha disminuido considerablemente en las tres demarcaciones (Gráfico 3.14). Aun así, la TEA de Lleida en 2013 está entre dos y tres puntos porcentuales por encima de la del resto de demarcaciones catalanas.

Gráfico 3.12. Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2013

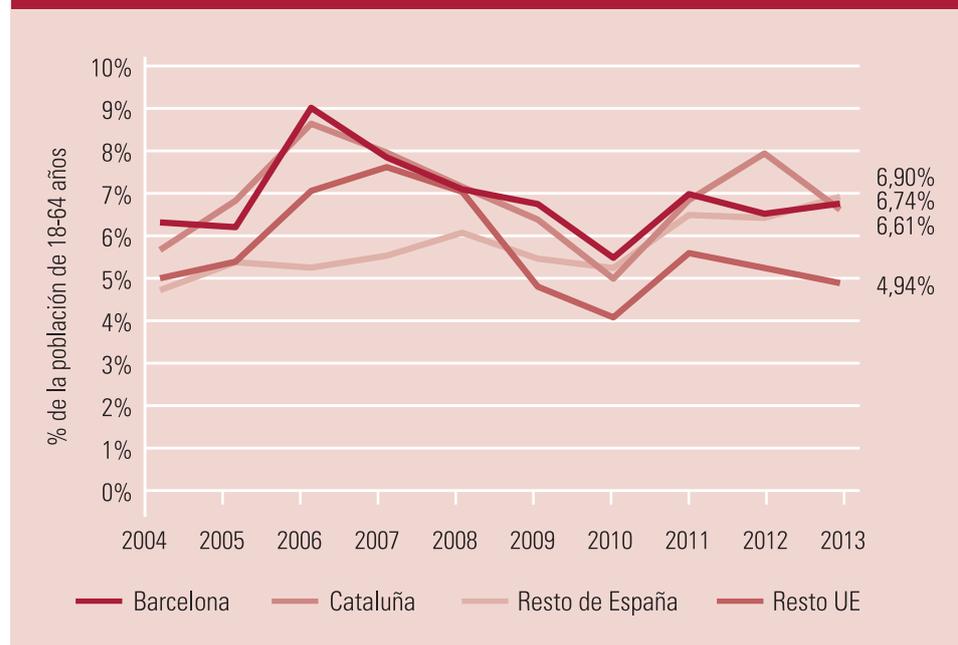


Gráfico 3.13. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos de Cataluña y resto de España

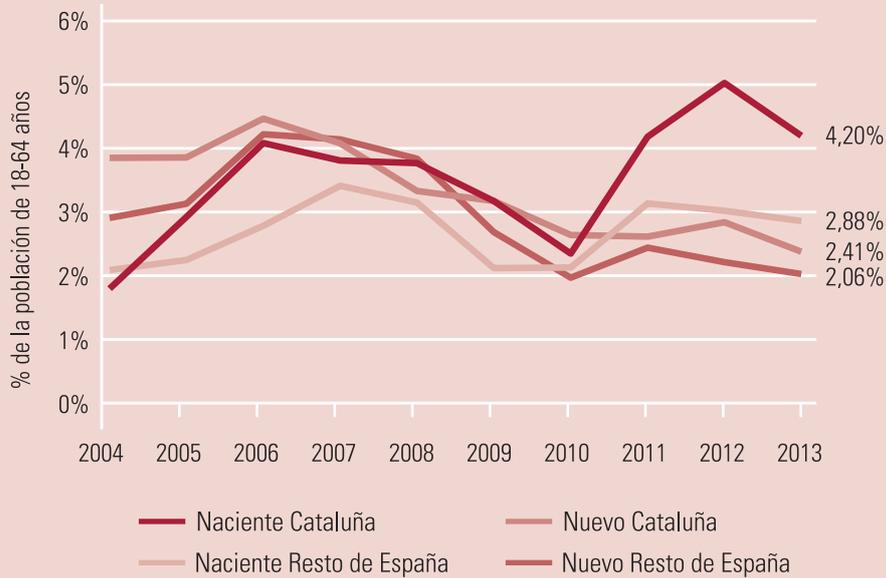


Gráfico 3.14. Evolución del índice TEA por demarcaciones durante el período 2004-2013

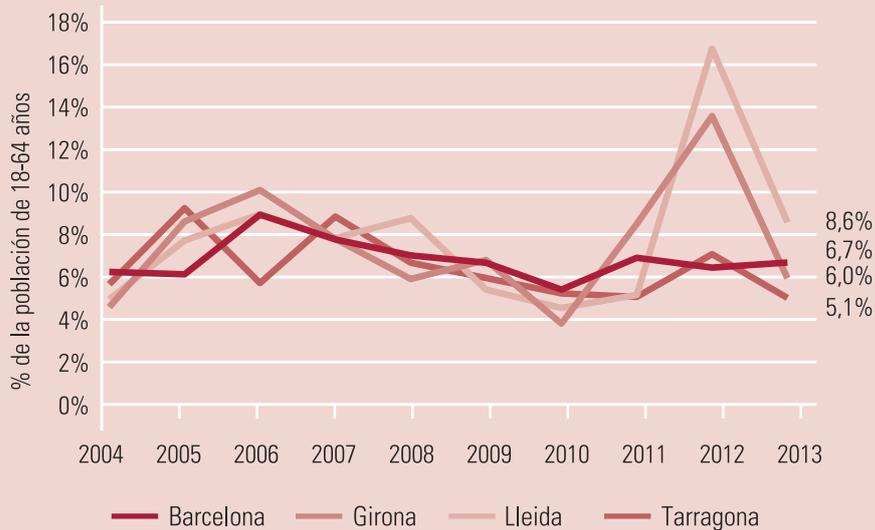
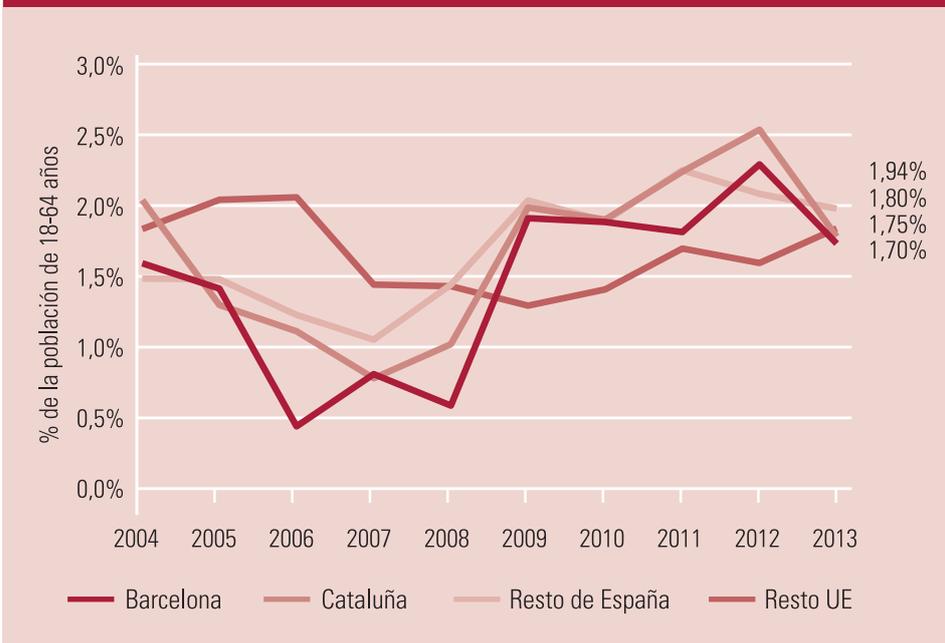


Gráfico 3.15. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2013



Gráfico 3.16. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses



El porcentaje de emprendedores consolidados en Cataluña se ha mantenido casi siempre por encima del RE y RUE, situándose estos dos últimos años en los niveles más altos, justo por encima del 10%, superando en 2013 en 2 puntos porcentuales al RE y en 3.6 al RUE (gráfico 3.15).

Desde el 2009 la tasa de abandonos de Cataluña y RE se ha mantenido en torno al 2% (gráfico 3.16), con un pico en 2010 en el que la primera llegó al 2.5% y, tal y como se ha señalado anteriormente, la mayoría (en torno al 80%) de estos abandonos ha supuesto el cierre del negocio (gráfico 3.17).

Según la Estadística Mercantil del Colegio de Registradores de España, la extinción de sociedades aumentó un 12,16% respecto a 2012, hasta alcanzar las 26.720 operaciones. Estos datos no coinciden exactamente con los de GEM porque sólo los emprendedores que deciden constituir una sociedad mercantil están obligados a inscribir su negocio en el Registro Mercantil, mientras que los autónomos no lo están. En Cataluña, por ejemplo, no tienen su actividad emprendedora inscrita en dicho Registro el 66% de los emprendedores nacientes y el 16% de los nuevos, es decir, el 45% de los emprendedores en fase inicial.

Sorprende la caída del número de traspasos de empresas (gráfico 3.18) estos dos últimos años en Cataluña (0.3%), situándose muy por debajo tanto de RE (0.5%) como de RUE (0.8%).

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 2004-2013, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) y en los que se cierra

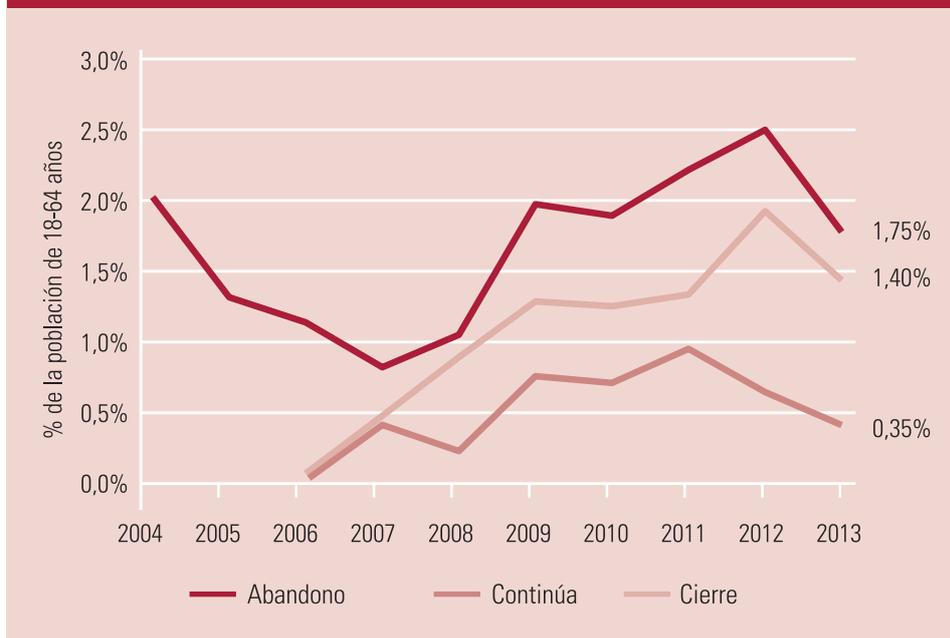
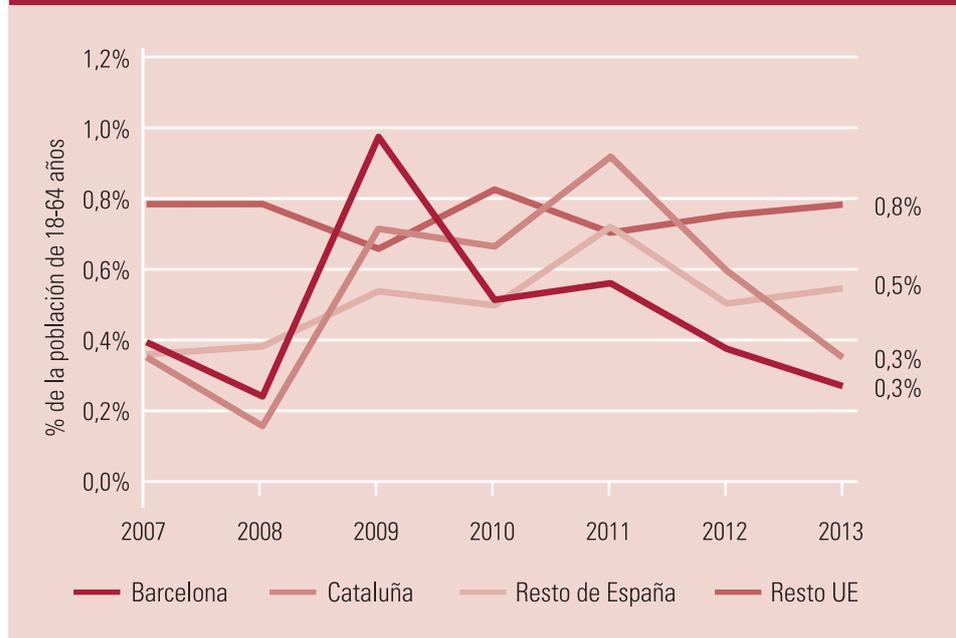


Gráfico 3.18. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses, pero que el negocio continúa (traspaso) en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2007-2013



3.3 Motivación para emprender: Oportunidad versus necesidad

La creación de una empresa se asocia en la literatura a dos motivaciones básicas: la oportunidad y la necesidad.

La primera, calificada como *pull* o por oportunidad, parte de la identificación de una oportunidad y de la explotación de la idea de negocio. Cuando la decisión de independizarse resulta de factores positivos, el futuro empresario se ve "atraído" por esta perspectiva y de ahí que se denominen *pull*, reflejando un alto nivel de empresarialidad.

La segunda, denominada *push* o por necesidad, considera que la decisión de creación de una empresa viene determinada por la inexistencia de alternativas para lograr un empleo asalariado satisfactorio, o sea, esta falta de alternativas "empuja" a las personas a establecer su propia empresa como medio de subsistencia.

Los primeros investigadores (Susbauer, 1969; Shapero, 1971) pusieron de manifiesto que, a menudo, predominan los factores negativos (desempleo, despido, bloqueo de la promoción en su empresa, marginación social, etc.) sobre los positivos (poner en práctica sus propias ideas, lograr una mayor realización personal o aprovechar una oportunidad de negocio), circunstancia que ha sido confirmada

posteriormente: Evans y Leighton (1989), Storey (1991), Ritsilä y Tervo (2002), Thurik y Verheul (2003) y Capelleras y Genescà (2004). Estos últimos autores, tras un exhaustivo análisis de dos comarcas de Barcelona, ya concluían hace diez años que el elevado peso de las microempresas y autoempleo en determinados sectores (construcción, comercio, hostelería o transporte) parecía responder mayormente a la falta de oportunidades de empleo asalariado (factores *push*), es decir, a un predominio de la motivación por necesidad.

Estos dos grupos de factores no sólo son importantes para explicar la creación de la empresa, sino que también se ha comprobado que influyen en el subsiguiente crecimiento de la empresa. Los trabajos sustentados por las teorías del capital humano (Becker, 1975) y el capital relacional, que estudian de manera multidimensional los determinantes del crecimiento en diferentes países, sugieren que las motivaciones del empresario y las características psicológicas influyen sobre el nivel de crecimiento (Baum *et al.*, 2001; Sadler-Smith, 2001; Littunen y Tohmo, 2003; Wright y Stigliani, 2013). La creación de empresas por oportunidad, en oposición a la creación por necesidad (Julien, 2000; Acs y Varga, 2005; Dobbs y Hamilton, 2007) es uno de los principales determinantes de la probabilidad de crecimiento.

Los resultados obtenidos por el GEM estos últimos años reflejan la preponderancia de la motivación por oportunidad en Cataluña tanto en 2013 (Gráfico 3.19) como durante la última década (Gráfico 3.23). El tipo de comportamiento emprendedor en la población adulta catalana muestra que en el total de empresas en fase inicial dos tercios (66.7%) decide emprender por la detección de una oportunidad, ya sea pura (41%) o en parte (25.7%). Mientras que el porcentaje de aquellos que han decidido emprender por necesidad ha sido 28% o por otros motivos 5.3% (Gráfico 3.21).

Pero más relevante que los valores absolutos, es la evolución de la diferencia entre ambos. Si para analizar la tendencia utilizamos como indicador la ratio resultante del cociente entre la tasa de actividad por necesidad y la tasa de actividad por oportunidad, ésta puede servir como indicador de la calidad y sostenibilidad de la actividad emprendedora. Así pues, a mayor ratio, menor será la calidad de la creación de empresas. En el gráfico 3.25 se puede apreciar como desde el 2009 esta ratio para Cataluña ha crecido de forma sostenida, cuadruplicándose su valor (de 0.11 a 0.42), quedando en 2013 ligeramente por debajo de la media del resto de España (0.44), pero siendo casi el doble de la del resto de Europa (0.22). En la provincia de Barcelona el deterioro de la calidad durante este mismo

periodo ha sido más acusado, pasando el valor de esta ratio de 0.06 en 2009 a 0.47 en 2013. Así pues, estos resultados confirman que en estos últimos años de crisis económica la creación de empresas por necesidad se ha incrementado de forma considerable entre los emprendedores catalanes.

Gráfico 3.19. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2013 según el motivo para emprender

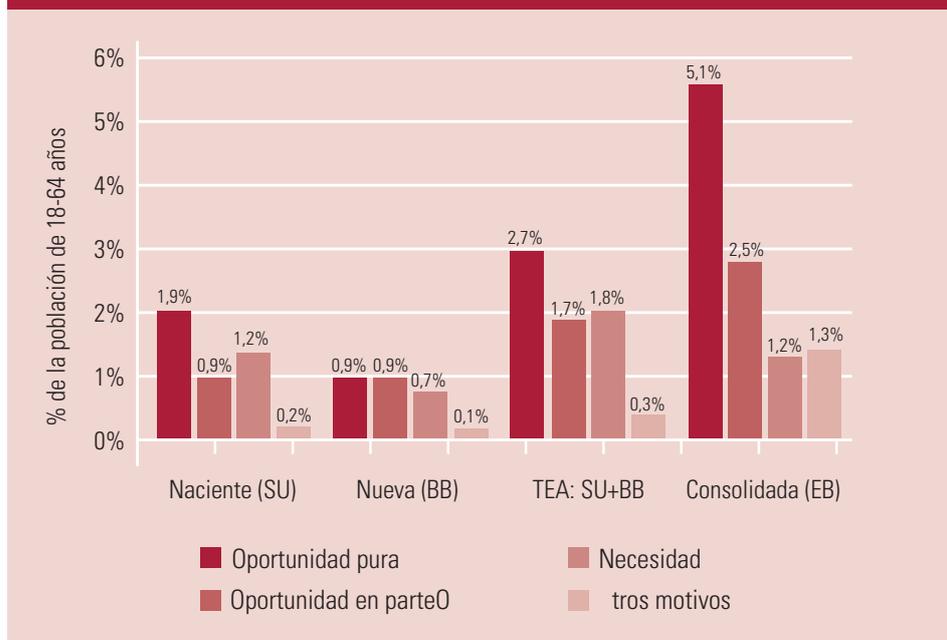


Gráfico 3.20. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2013 según el motivo para emprender

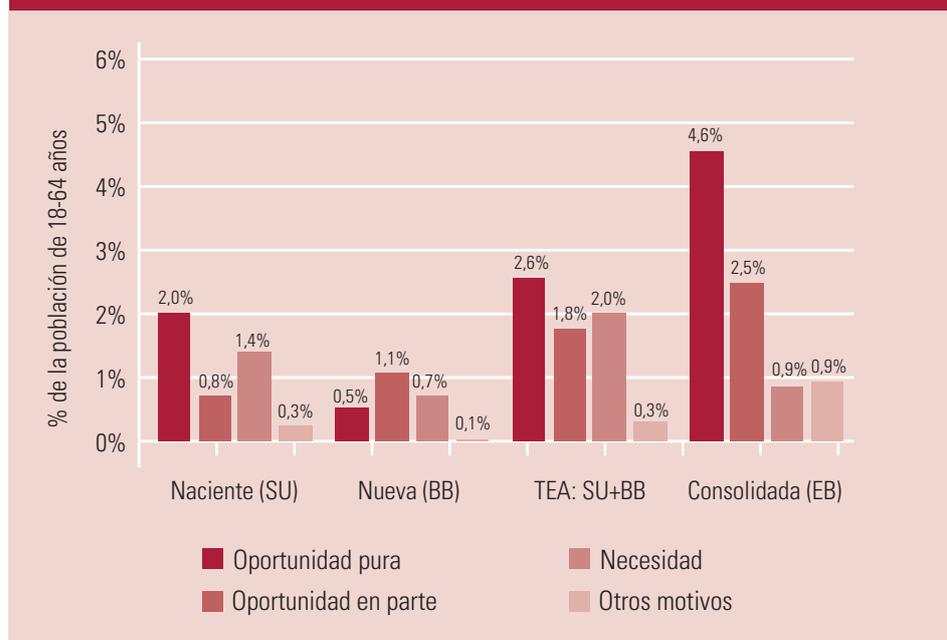


Gráfico 3.21. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender

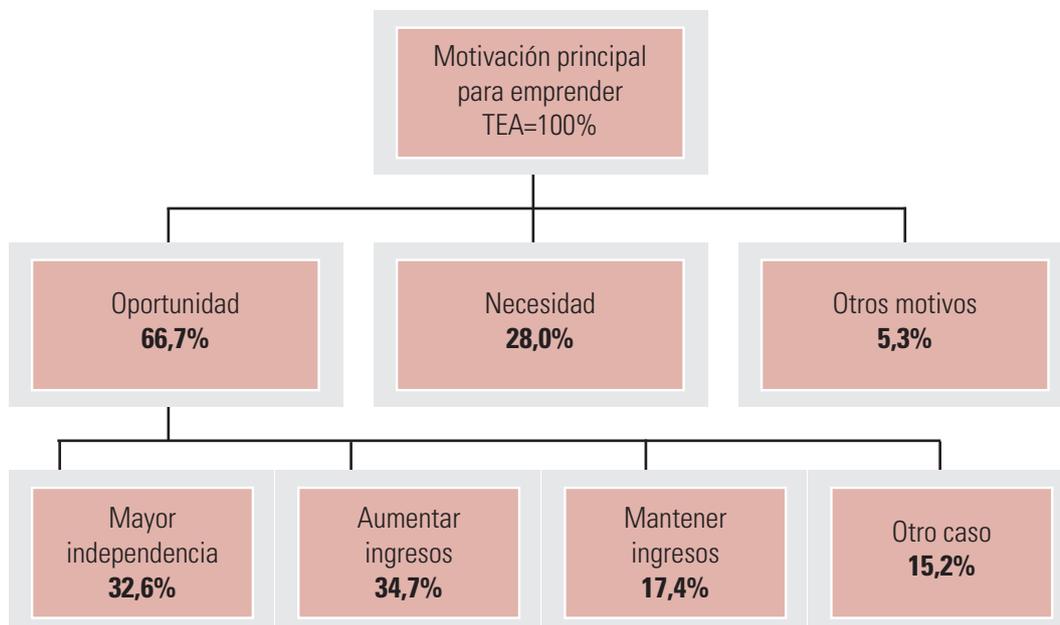


Gráfico 3.22. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender

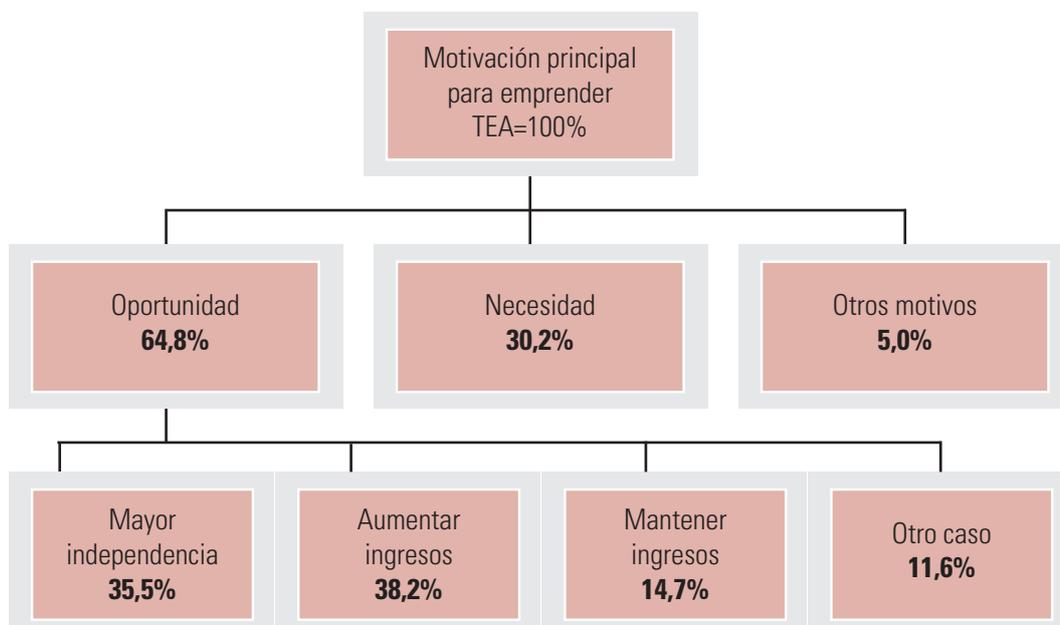


Gráfico 3.23. Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2005-2013 según el motivo para emprender



Gráfico 3.24. Evolución del índice TEA en Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2005-2013 según el motivo para emprender es por oportunidad o por necesidad

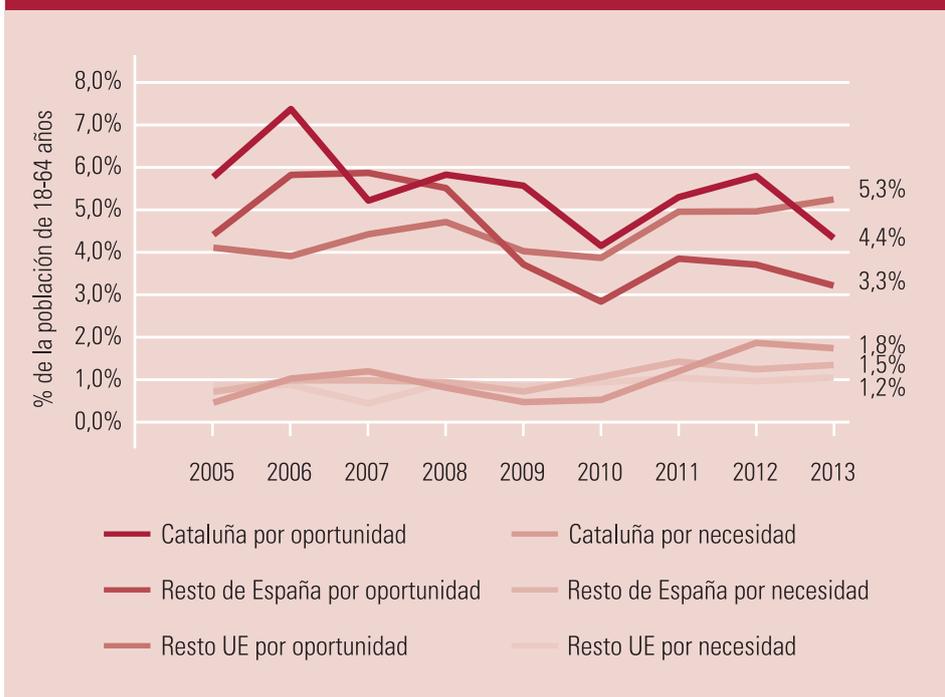


Gráfico 3.25. Evolución de la ratio Necesidad/Oportunidad como indicativo de la calidad del emprendimiento durante el periodo 2005-2013



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

Aunque en los apartados anteriores ya se han ido introduciendo datos del resto de España y Europa para contextualizar mejor los resultados obtenidos de Cataluña, ahora se presentarán los resultados detallados del proceso emprendedor en los países GEM en función de su grado de desarrollo (índice de competitividad global).

Tal y como se puede apreciar en la tabla 3.1, la TEA suele ser mayor cuanto menor es el nivel de desarrollo del país. En los países en vías de desarrollo la población adulta tiene necesidad de emprender debido a la falta de otras oportunidades mejores, como, por ejemplo, de empleo por cuenta ajena en empresas o en la función pública. En los países de economías basadas en los factores de producción la media es de 20.89%, pasando a 14.46% en los de economías basadas en la eficiencia y a 8.11% 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.

Salas y Sánchez-Asín. (2006 y 2008) remarcan esto último. El emprendimiento crea bienestar si los mecanismos de asignación de recursos dirigen a las personas con más capacidades a los puestos de trabajo donde pueden generar los

efectos directos e indirectos mayores sobre la productividad. El número y calidad de emprendedores en una economía es una variable endógena, de manera que no puede establecerse relación de causalidad entre medidas cuantitativas o cualitativas de emprendimiento y crecimiento económico. La calidad la estudian a través de la educación formal de los emprendedores, llegando a la conclusión de que en España, a pesar de que la educación formal de todos los ocupados en los últimos veinticinco años se ha incrementado, sólo en los últimos diez la de los emprendedores ha crecido más que la del conjunto de ocupados. Esto puede suponer un retraso considerable en la acumulación de la base de emprendedores que debe aportar los elementos cualitativos que aseguran el vínculo robusto entre emprendimiento y crecimiento económico.

El gráfico 3.26 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. Se puede observar que esta relación adquiere la forma de "U", aunque no tan acusada como en años anteriores. También se puede apreciar la homogeneidad existente entre los grupos de países según los tres tipos de economías.

En las economías basadas en la innovación destacan por encima del 10% las tasas de Estados Unidos (12.73%), Canadá (12.19%), Singapur (10.68%) e Israel (10.04%), que son los que "tiran" de la curva hacia arriba, en contraposición de la mayoría de países europeos.

Cataluña con 6.61%, al igual que Barcelona con 6.74%, se sitúan prácticamente a la par que la media del resto de países de la UE (sin contar España) de economías basadas en el innovación (6.90%) y muy por encima del resto de España (sin contar Cataluña), que tiene un 4.94%.

En la comparación autonómica Cataluña aparece en los primeros lugares en todas las etapas del proceso emprendedor (gráficos 3.27 y 3.28): tercera en emprendedores potenciales (10.94%); segunda en nacientes (4.20%); tercera en TEA (6.61%); sexta en consolidados (10.10%); e igual que la media española en cuanto a cierres (1.40%).

Tabla 3.1. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2013 clasificados por tipo de economía

		Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	
Economías basadas en los factores de producción	Media	46,66	8,88	12,37	20,89	13,77	9,49	
	Angola	47,03	8,03	14,68	22,23	8,52	8,81	
	Botsuana	60,68	11,01	10,17	20,85	3,44	14,93	
	Filipinas	44,96	12,00	6,73	18,52	6,61	9,36	
	Gana	41,35	8,45	17,74	25,82	25,93	6,53	
	India	25,48	5,08	4,86	9,88	10,66	1,41	
	Irán	30,47	6,78	6,27	12,79	10,86	3,47	
	Libia	64,08	6,63	4,69	11,15	3,44	5,50	
	Malawi	70,99	10,06	18,78	28,11	12,03	28,23	
	Nigeria	41,02	20,01	20,66	39,86	17,51	5,53	
	Uganda	58,40	5,63	20,00	25,21	36,09	18,10	
Vietnam	28,80	4,05	11,45	15,35	16,35	2,50		
Economías basadas en la eficiencia	Media	28,30	8,39	6,38	14,46	7,97	2,92	
	Argentina	34,89	10,23	6,21	16,17	9,78	3,68	
	Bosnia	25,24	5,75	4,64	10,34	4,51	3,69	
	Brasil	29,41	5,12	12,61	17,31	15,44	2,77	
	Chile	47,32	15,37	9,62	24,33	8,46	5,45	
	China	16,62	5,23	8,89	14,02	11,04	1,98	
	Colombia	57,17	13,63	10,34	23,71	5,85	2,96	
	Croacia	24,09	6,33	1,98	8,27	3,28	2,78	
	Ecuador	49,44	25,30	13,59	35,97	17,99	6,22	
	Eslovaquia	20,30	6,11	3,61	9,52	5,39	3,36	
	Estonia	22,87	8,79	4,54	13,11	5,01	1,30	
	Guatemala	40,04	7,62	4,85	12,28	5,07	2,44	
	Hungría	17,35	5,99	3,75	9,68	7,20	2,46	
	Indonesia	39,65	5,70	20,41	25,52	21,20	1,85	
	Jamaica	40,22	7,96	6,02	13,75	6,28	5,79	
	Letonia	26,75	8,09	5,26	13,25	8,84	1,81	
	Lituania	25,66	6,07	6,35	12,43	8,34	1,80	
	Macedonia	30,90	3,35	3,53	6,63	7,29	2,53	
	Malasia	13,33	1,46	5,18	6,60	6,03	1,20	
	México	23,51	11,90	3,29	14,83	4,18	4,76	
	Panamá	34,68	15,39	5,25	20,64	3,50	2,78	
Perú	38,29	17,84	5,94	23,38	5,42	3,28		
Polonia	21,39	5,14	4,34	9,28	6,47	2,59		
Rumania	26,82	6,20	4,21	10,13	5,35	3,44		
Rusia	4,70	3,05	2,76	5,75	3,41	1,44		
Sudáfrica	15,45	6,58	4,05	10,59	2,86	3,92		
Surinam	15,22	4,35	1,44	5,80	2,09	0,67		
Tailandia	23,49	7,87	10,43	17,66	28,02	2,34		
Uruguay	27,71	8,54	5,69	14,08	4,91	2,43		
Economías basadas en la Innovación	Media	14,85	4,79	3,43	8,11	6,86	1,88	
	Alemania	8,90	3,07	2,00	4,98	5,07	1,00	
	Bélgica	9,20	3,06	1,93	4,92	5,94	0,98	
	Canadá	17,05	7,79	4,70	12,19	8,44	2,64	
	Cataluña	10,94	4,20	2,41	6,61	10,10	1,75	
	Corea del Sur	13,64	2,65	4,25	6,85	9,01	1,77	
	Eslovenia	14,68	3,58	2,87	6,45	5,68	1,92	
	España	9,35	3,09	2,20	5,21	8,39	1,40	
	Estados Unidos	16,64	9,16	3,73	12,73	7,49	2,47	
	Finlandia	9,31	2,75	2,69	5,29	6,65	1,26	
	Francia	13,73	2,73	1,84	4,57	4,09	1,27	
	Grecia	8,94	3,25	2,26	5,51	12,60	4,08	
	Irlanda	14,71	5,55	3,84	9,25	7,50	1,87	
	Israel	26,71	5,30	4,78	10,04	5,94	3,16	
	Japón	7,05	2,23	1,49	3,72	5,71	1,15	
	Luxemburgo	19,24	6,00	2,78	8,69	2,39	1,97	
	Noruega	6,23	2,90	3,40	6,25	6,15	1,15	
	Países bajos	10,28	4,67	4,77	9,27	8,68	1,59	
	Portugal	15,97	4,22	4,16	8,25	7,72	1,73	
	Puerto Rico	16,76	6,56	1,83	8,28	2,03	1,32	
	República Checa	15,28	4,89	2,67	7,33	5,26	2,22	
Singapur	20,27	6,39	4,43	10,68	4,20	1,86		
Suecia	11,02	5,87	2,46	8,25	6,03	1,74		
Suiza	11,31	4,55	3,70	8,18	9,96	1,36		
Taiwán	29,13	3,28	4,99	8,16	8,28	1,91		
Trinidad y Tobago	30,95	11,38	8,50	19,48	11,40	3,37		

Gráfico 3.26. Relación cuadrática entre el indicador TEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita en el 2013

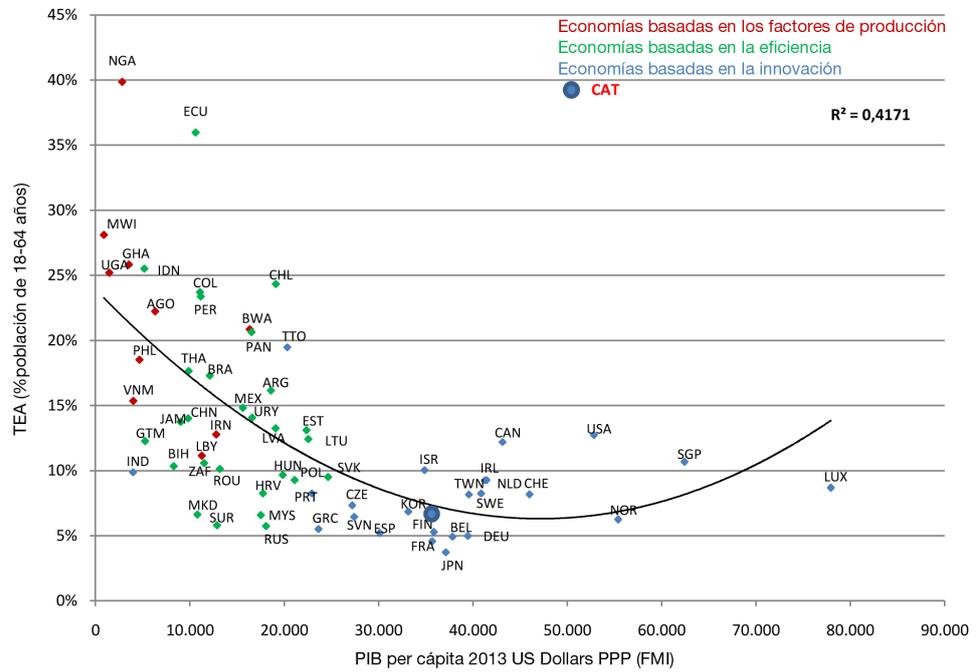


Gráfico 3.27. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes, nuevos de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2013

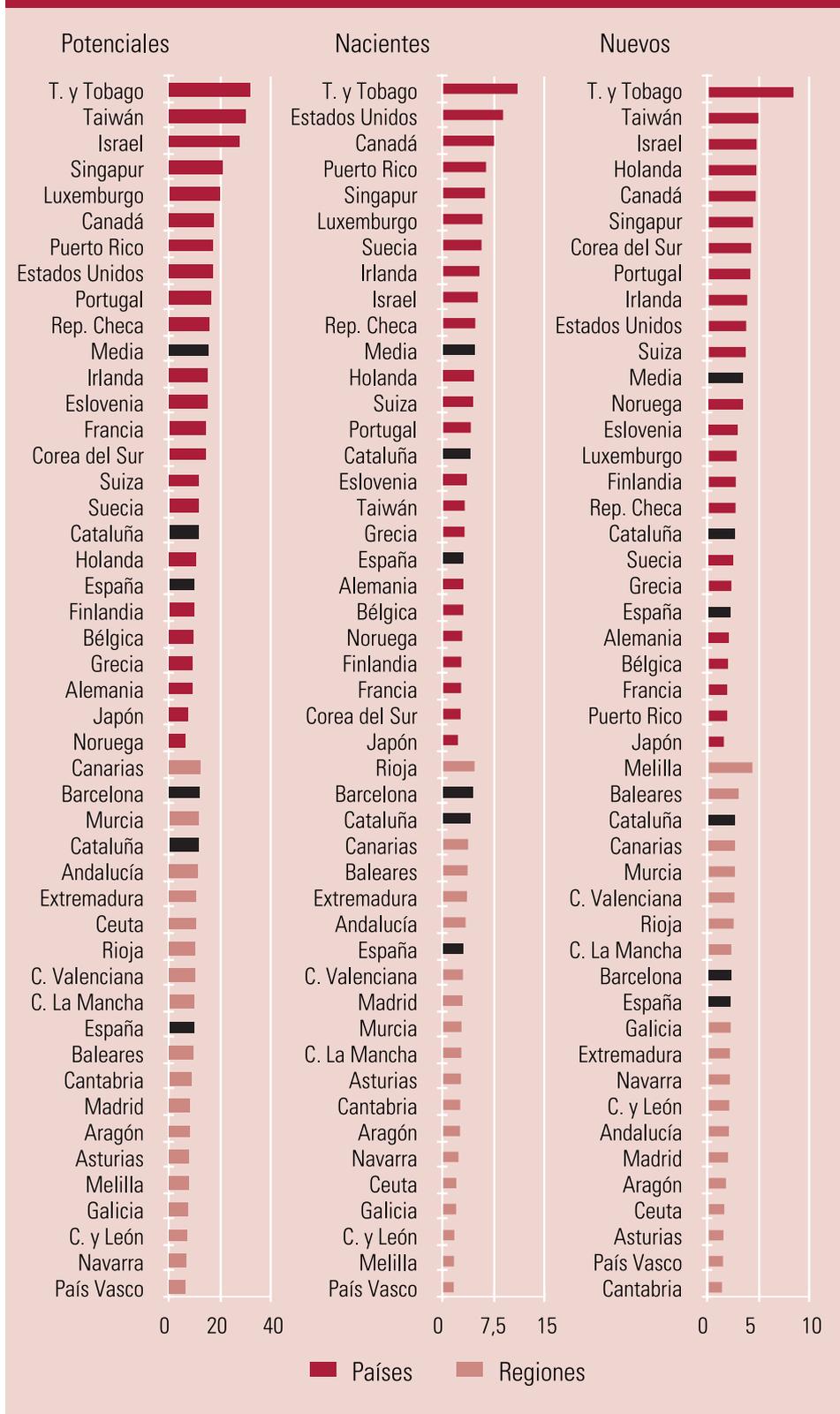
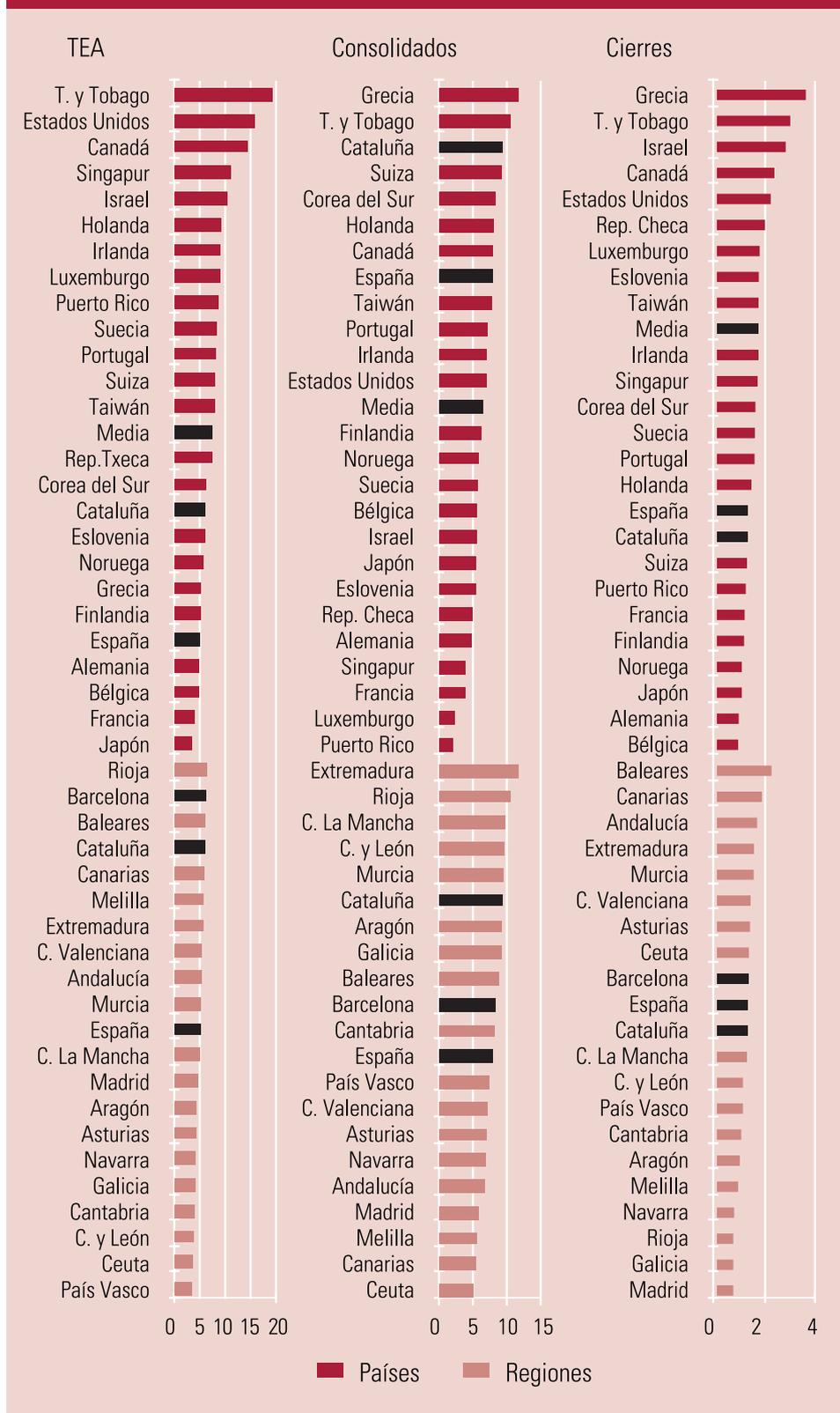


Gráfico 3.28. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2013



4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

Uno de los aspectos relevantes a la hora de estudiar el proceso emprendedor es el análisis del perfil de las personas involucradas en las diferentes etapas del mismo. En este apartado se analizan los principales elementos que lo definen: edad, género, nivel de educación, nivel de renta o situación laboral. A continuación se presentan los resultados detallados para cada una de ellas.

4.1. Distribución por edad

La edad de los emprendedores varía según la fase del proceso emprendedor en que se encuentran (Tabla 4.1). Así la media de los potenciales es de 36 años; la de los nacientes, nuevos y en fase inicial de 40; subiendo los consolidados hasta 47 y los que abandonan a 46. Valores todos ellos similares a los de 2012, a los de Barcelona (Tabla 4.2) y a los del resto de España (Tabla 4.3). El 75% tanto de los consolidados como de los que abandonan tiene más de 40 años, mientras que la mitad de los de fase inicial tiene menos de 41 años.

El gráfico 4.1 muestra la distribución por edades de los distintos tipos de emprendedores identificados en Cataluña en 2013, siendo las principales variaciones respecto al año anterior:

- Rejuvenecimiento en los emprendedores potenciales en un año por el mayor peso de los jóvenes entre 18-24 años (incremento del 16% al 24%), en detrimento, fundamentalmente, de los de la franja de 25-34 años, que disminuyen del 29% al 20%.
- La caída en los nacientes de los comprendidos entre 45-54 años del 35% al 26%.
- En los emprendedores en fase inicial, los cambios más significativos han sido: incremento de 18-24 en un 29% y de 35-44 en un 33% y disminución de 25-35 en un 13%, 45-54 en un 12% y 55-64 en un 26%.

Quizás el aspecto más relevante a resaltar sea el gran crecimiento desde 2010 de los emprendedores en fase inicial de edad comprendida entre 45-54 años (gráfico 4.3), que se intuye, en gran medida, como forma de autoempleo por las dificultades derivadas de la edad para encontrar empleo por cuenta ajena.

Por otra parte, se observa que la media de edad de los hombres que emprenden es superior a la de las mujeres en todas las etapas del proceso (Tabla 4.4). En cambio, la edad media de las mujeres que abandonan es ligeramente superior a la de los hombres.

Al clasificar a los emprendedores en dos grupos de edades (18-34 y 35-64 años) se puede apreciar que la TEA de los emprendedores de mayor edad se mantiene por encima de la de los jóvenes en los dos últimos años (Gráfico 4.4). Este aumento reciente del peso de los emprendedores de más edad también se observa, aunque en menor medida, en los datos del resto de España.

La tendencia en el resto de la UE es inversa, dado que la TEA entre los jóvenes emprendedores (7.9%) ha aumentado y actualmente se sitúa casi dos puntos por encima de la de Cataluña (6.0%) y alrededor de tres puntos en comparación con España (5.0%) (Gráfico 4.4).

Respecto a las percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña si las comparamos con las personas de más edad también involucradas, las principales diferencias son que el porcentaje de los primeros que conoce a emprendedores y tiene modelos de referencia es mucho mayor (68% frente al 46%), así como su percepción de oportunidades (44% frente al 28%) (Gráfico 4.6).

Tabla 4.1. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono
Media	36	40	40	40	47	46
Desviación estándar	12	11	8	10	10	10
Mínimo	18	18	19	18	18	21
Percentil 05	19	22	27	23	29	29
Percentil 10	20	24	29	27	34	34
Percentil 25	25	31	32	32	40	40
Mediana	37	41	41	41	48	47
Percentil 75	44	50	45	47	55	54
Percentil 90	51	55	51	53	60	62
Percentil 95	55	57	54	57	63	64
Máximo	64	61	58	61	64	64

Tabla 4.2. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono
Media	36	41	40	41	48	46
Desviación estándar	12	11	8	10	11	11
Mínimo	18	18	19	18	18	21
Percentil 05	19	23	27	23	25	29
Percentil 10	20	24	29	27	33	31
Percentil 25	24	33	34	33	40	37
Mediana	35	42	41	42	49	49
Percentil 75	44	51	46	49	57	54
Percentil 90	52	57	48	55	61	62
Percentil 95	56	57	52	57	64	62
Máximo	64	61	58	61	64	64

Tabla 4.3. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en resto de España en el 2013

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono
Media	37	39	38	39	47	44
Desviación estándar	11	10	10	10	10	11
Mínimo	18	18	18	18	18	18
Percentil 05	20	22	24	23	31	25
Percentil 10	22	26	26	26	35	29
Percentil 25	27	32	31	32	41	35
Mediana	36	39	38	39	48	45
Percentil 75	45	46	45	45	54	53
Percentil 90	52	52	50	52	60	58
Percentil 95	55	55	57	55	62	62
Máximo	64	62	64	64	64	64

Tabla 4.4. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en el 2013

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandonament
Mujeres Media	35	39	38	39	45	47
Desviación estándar	12	12	9	11	10	12
Hombres Media	37	41	40	41	48	46
Desviación estándar	11	10	8	10	10	10

Gráfico 4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013

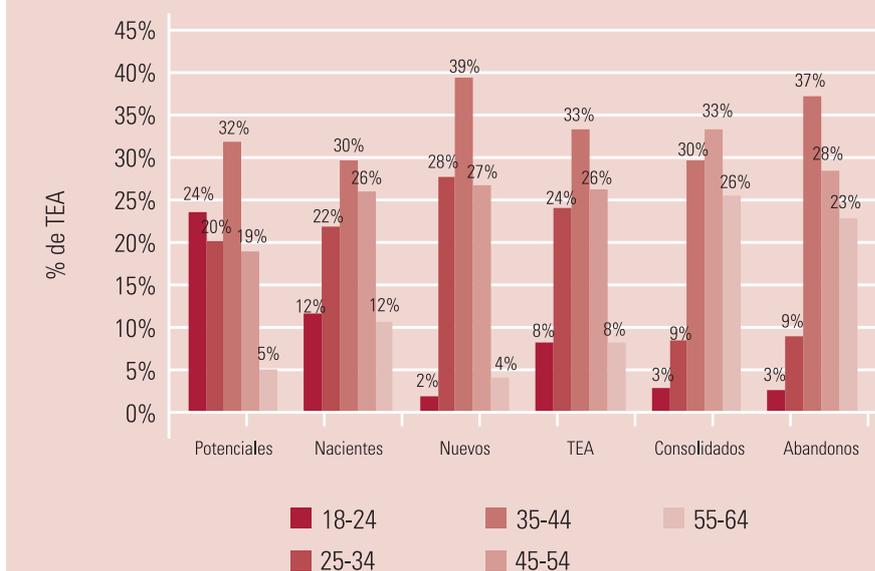


Gráfico 4.2. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013

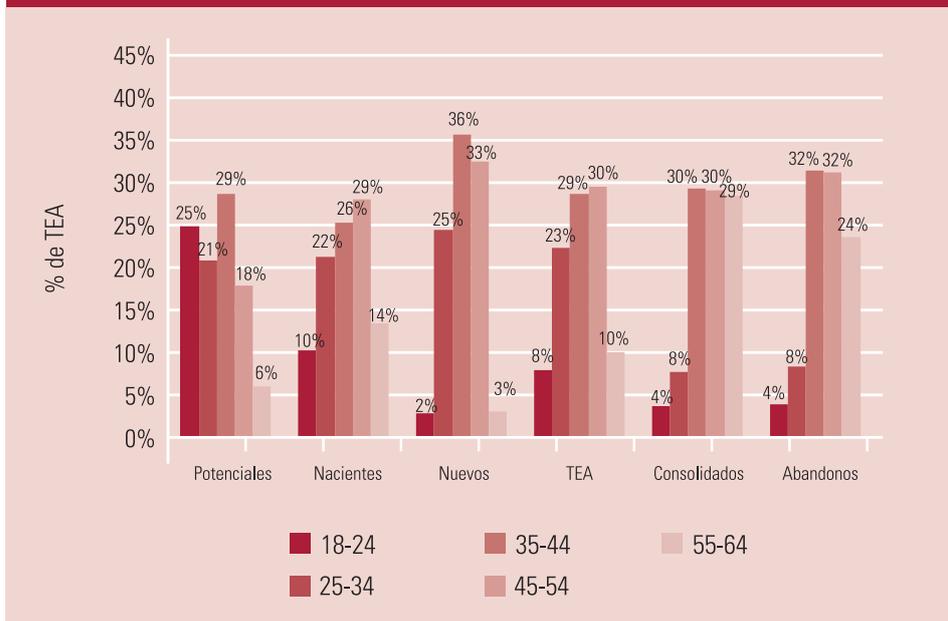


Gráfico 4.3. Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2004-2013

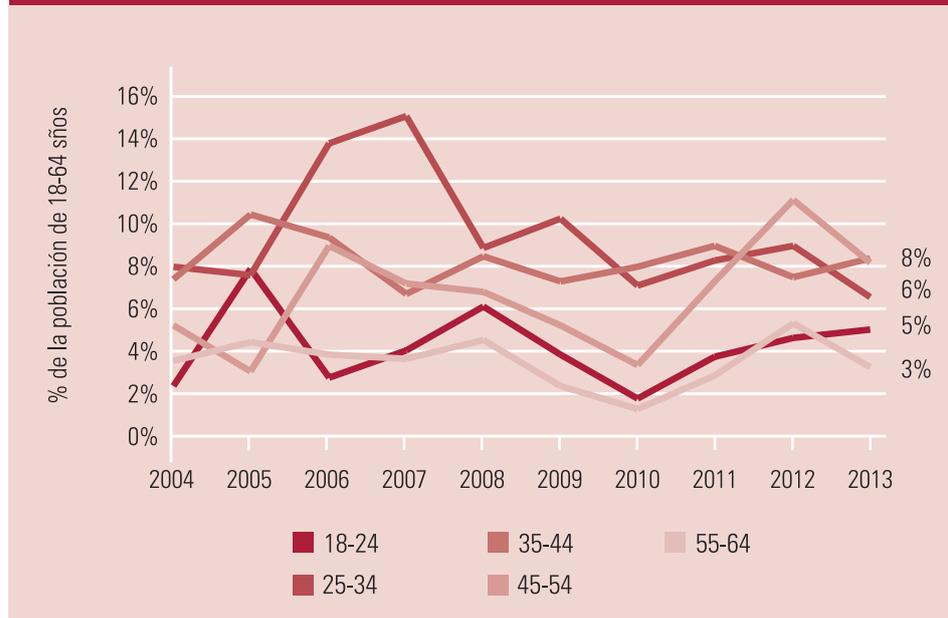


Gráfico 4.4. Evolución del TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y resto de España en el período 2004-2013



Gráfico 4.5.: Evolución del TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña, resto de España y resto EU en el período 2006-2013

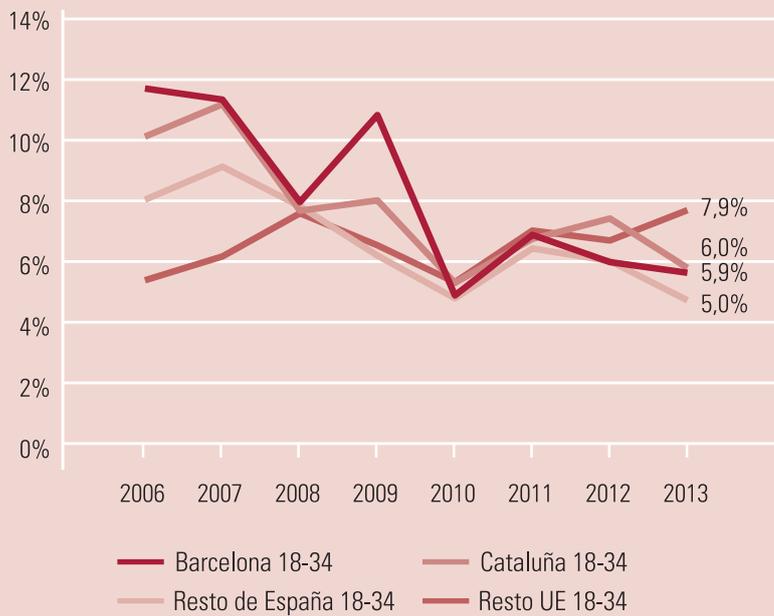
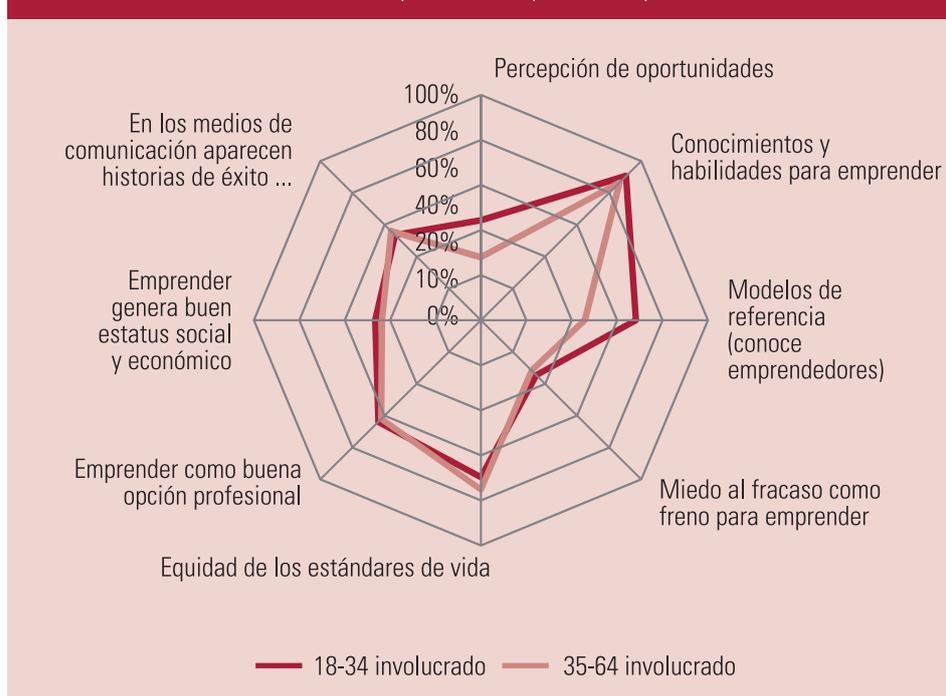


Gráfico 4.6. Percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes (18-34 años) y maduras (35-64) involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña



4.2. Distribución por género

Emprender en Cataluña sigue siendo una actividad en la que predominan los hombres, como se puede observar en el gráfico 4.7. No obstante, respecto al 2012 hay una mayor participación de las mujeres en todas las etapas. En especial en las nacientes, donde han pasado de representar el 29% del total al 38%.

La TEA masculina ha sido del 8.3% y la femenina del 4.8%. Pero, mientras que la de la mujer se mantuvo (-2%) respecto al año anterior, la del hombre cayó significativamente (-23%) –especialmente, la de los jóvenes (Gráfico 4.9)-, lo que explica el incremento de participación de las primeras (Gráfico 4.9).

La TEA femenina catalana se sitúa actualmente en el mismo nivel de la TEA en el RUE, dado el progresivo aumento que ha tenido esta última a lo largo de los últimos años. La TEA femenina en el RE, que estuvo por encima de la del RUE a mediados de la década pasada, está ahora cerca de un punto porcentual por debajo. Es de destacar el incremento del 45% del último año en Barcelona, situándose casi un punto porcentual por encima de Cataluña (Gráfico 4.10).

Si distinguimos por género las percepciones, valores y actitudes de las personas involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor, las principales diferencias es que

los hombres conocen a más emprendedores o modelos de referencia que las mujeres (54% frente al 44%), un porcentaje mayor considera que tiene habilidades para emprender (90% frente al 82%), perciben más oportunidades (34% frente al 28%) y su temor al fracaso es menor (27% frente al 41%). Por el contrario, en las mujeres, como se acaba de indicar, el miedo al fracaso como freno a emprender es 14 puntos porcentuales mayor, consideran que emprender genera un buen estatus social y económico (48% frente al 42%) y perciben más las historias de éxito empresarial que aparecen en los medios de comunicación (59% frente al 53%) (Gráfico 4.12).

Gráfico 4.7. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013

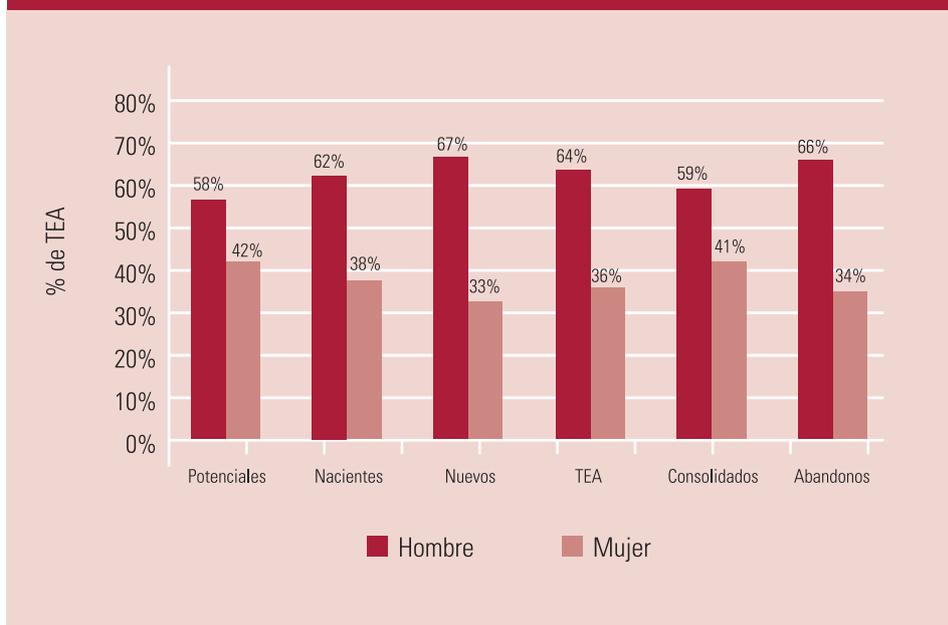


Gráfico 4.8. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013

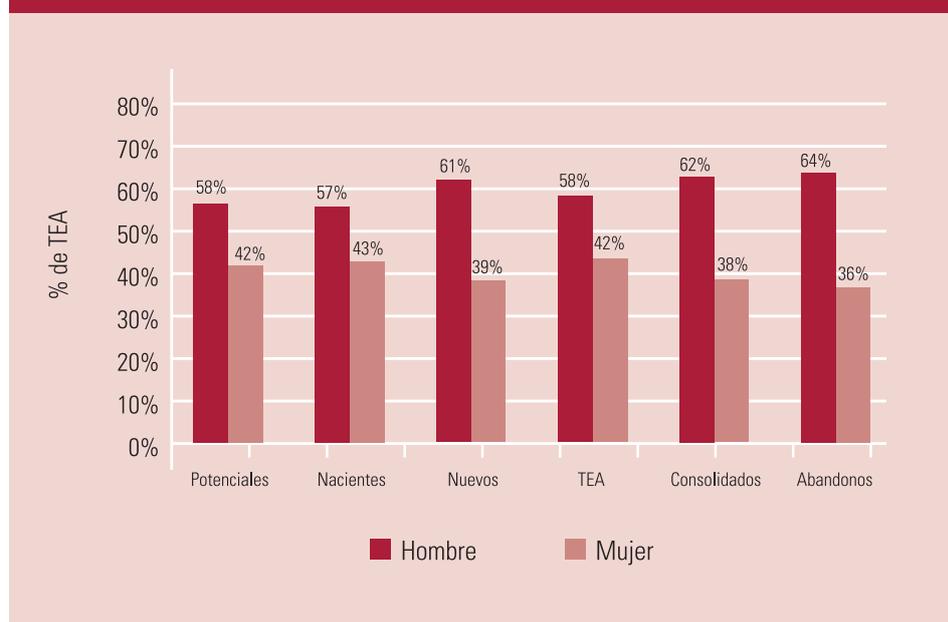


Gráfico 4.9. Evolución índice TEA por género en Cataluña durante el periodo 2004-2013

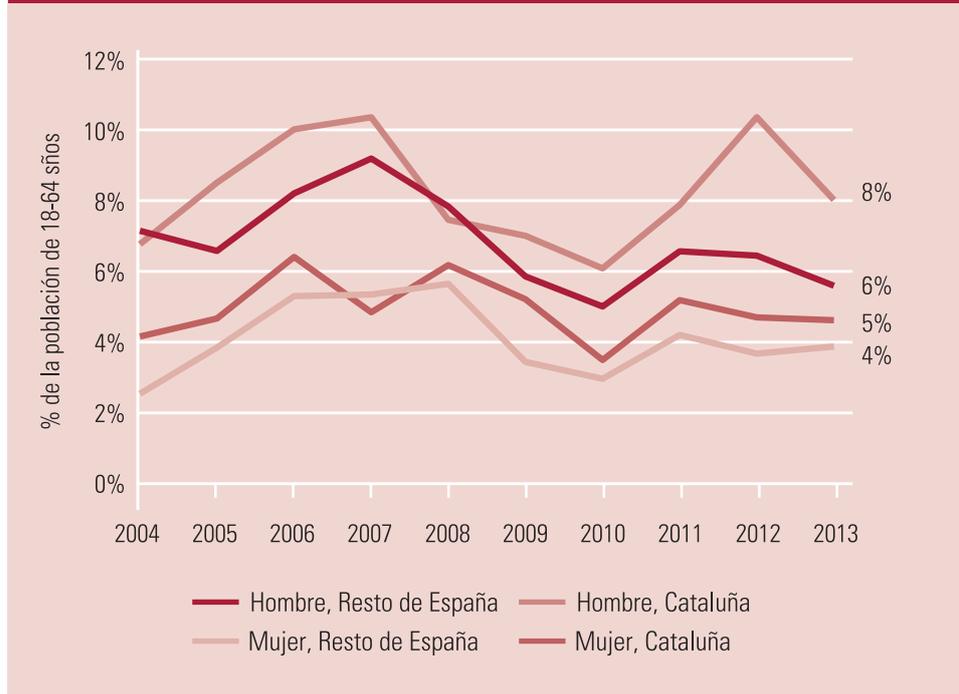


Gráfico 4.10. Evolución TEA femenino en Cataluña, resto de España y resto UE en el periodo 2004-2013

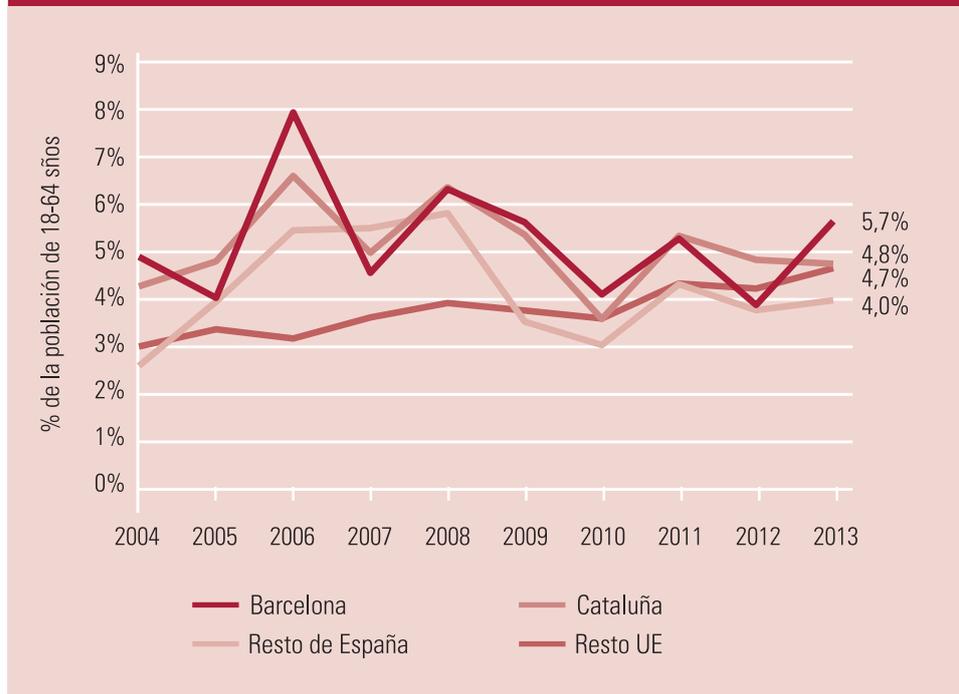


Gráfico 4.11. Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2013

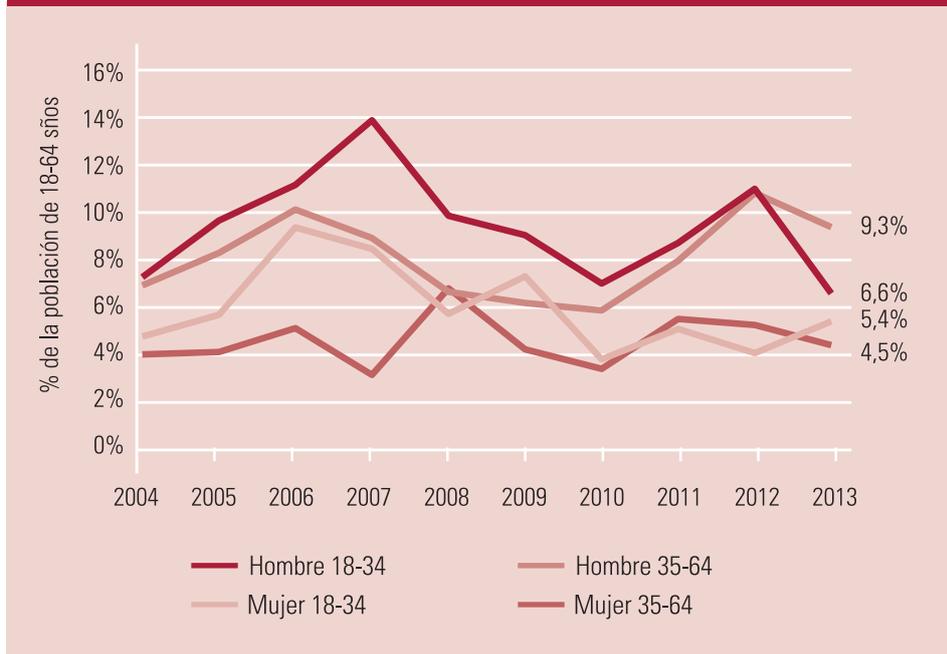
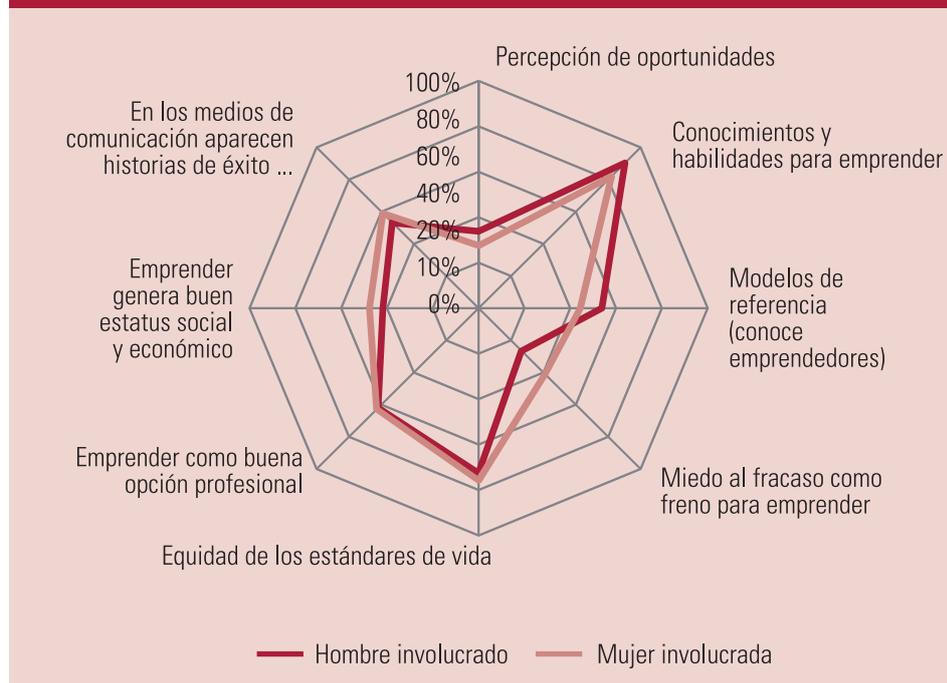


Gráfico 4.12. Percepciones, valores y aptitudes de los hombres y mujeres involucrados en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña



4.3 Distribución por nivel de educación

En entornos donde la información no es completa, como en los momentos de creación de una nueva empresa, la literatura señala que el nivel de estudios tiene un valor importante como señal de habilidad productiva (Spence, 1973; Riley, 2002). De acuerdo a la teoría del capital humano, el conocimiento previo adquirido desempeña un papel muy relevante en el buen desarrollo del emprendedor, siendo de gran utilidad para adaptarse a nuevas situaciones (Weick, 1996); lo que justifica la importancia de la educación como factor clave de un buen desarrollo empresarial, sobretodo en el momento de puesta en funcionamiento de una empresa, donde la incertidumbre es elevada. Pero no sólo es relevante en ese momento, también lo es en la orientación al crecimiento (Colombo y Grili, 2009) o a la innovación (Ucbasaran *et al.*, 2008).

La investigación de Audretsch y Keilbach (2004) ya puso de manifiesto que los dos principales factores que explican el capital empresarial y las diferencias del desarrollo endógeno entre 327 comarcas en Alemania eran la fuerza laboral con formación superior y media (*knowledge workers*) y los inmigrantes. Que coincide, en gran medida, con los resultados obtenidos por Bartik (1989) para distintos estados de los EE.UU.

Mientras que, a raíz de los distintos estudios de la Comisión Europea de los años ochenta y noventa, la mayoría de los programas de apoyo a la creación de empresas habían estado orientados a los yacimientos de empleo y a los desocupados, a partir del *Green Paper* de la Comisión Europea (2003), que fija como primer objetivo "producir" más empresarios, empieza a cambiar el énfasis de los programas públicos, centrándose buena parte de ellos en los futuros empresarios potenciales. Es decir, cambiar de yacimientos de empleo a yacimientos de empresarios.

Este necesario cambio de énfasis ya era señalado por Veciana (2005) hace casi diez años, subrayando que las políticas de fomento a la creación de empresas debían de estar orientadas a los yacimientos de empresarios, siendo los principales los universitarios (titulados, investigadores, etc.) y los directivos de empresa (tanto los que están en activo como los prejubilados o en paro). Esto es así porque en la sociedad del conocimiento las personas mejor preparadas para crear y hacer crecer empresas basadas en las nuevas tecnologías y, por tanto, de alto valor añadido, capaces de competir a nivel internacional y susceptibles de crear empleo con salarios altos, son las que están técnicamente capacitadas y suficientemente motivadas. De ahí que las políticas de fomento a la creación de empresas en los últimos años hayan entrado en la universidad y hayan empezado a ser dirigidas a los universitarios para, entre otras finalidades, crear empresas llamadas *spin-offs*.

La importancia de la formación en el nivel de la actividad emprendedora también queda patente en un trabajo (Guallarte *et al*, 2011) realizado hace tres años en el que se analizaba cómo había afectado la crisis a las personas con estudios universitarios frente a las que no lo tenían, comparando una muestra de población adulta catalana de los años 2006-07 con otra de 2009-10, las conclusiones a las que se llega son:

- En época de crisis, las personas con estudios universitarios son mucho más emprendedoras que las que no tienen dicha formación, en torno a un 70% más.
- La tasa de actividad emprendedora de los no universitarios cae un 40,2% entre ambos periodos, mientras que la de los universitarios un 23,7%. Por tanto, la crisis ha afectado a la TEA de los que poseen formación universitaria prácticamente la mitad que a los que no la tienen.
- En los años de crisis se produce un fuerte incremento de las iniciativas abandonadas: 79,5% de aumento en universitarios y un 127,3% en los no universitarios. Por tanto, éstos últimos tienen casi cincuenta puntos porcentuales más de abandono que los universitarios.

Últimamente también se está empezando a señalar la importancia de las personas con estudios medios de formación profesional, y experiencia claro está, como uno de los potenciales yacimientos de empresarios.

La distribución por nivel de educación mostrada en el gráfico 4.13 refleja que en el 2013 un tercera parte (32%) de los emprendedores potenciales tenían algún tipo de formación superior de grado-licenciatura (26%) o de postgrado (6%); porcentajes que llegan al 41% para los emprendedores nuevos y al 38% para los de fase inicial. De lo cual se puede concluir el elevado capital humano de los emprendedores de Cataluña.

Cuando se agrupan los niveles de educación en tres grupos (bajo: sin estudios y primarios; medio: secundaria; y superior: superior y de posgrado), se aprecia que la propensión a emprender durante la última década ha sido mayor, incrementándose durante la crisis, en las personas con un nivel de educación superior (a pesar de la caída del 34% del último año), seguido a distancia por las de nivel educativo medio y, finalmente, las de nivel bajo (gráfico 4.15).

Los resultados que se obtienen al combinar los niveles educativos con el género muestran un aumento constante desde 2010 de la TEA de los hombres con niveles altos de educación formal, llegando en 2013 al 25%. Si se combina con

la edad, los valores mayores de TEA lo obtienen las personas maduras (18%) y jóvenes con elevada formación (12%), mientras que los menores los jóvenes (3%) y maduros (4%) con nivel de educación bajo.

Respecto a la formación específica para emprender (gráfico 4.16), el colectivo que declaró estar más formado es el naciente (47% del total), más que el resto de colectivos que se encuentran en fases más avanzadas del proceso emprendedor.

Gráfico 4.13. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña en el 2013

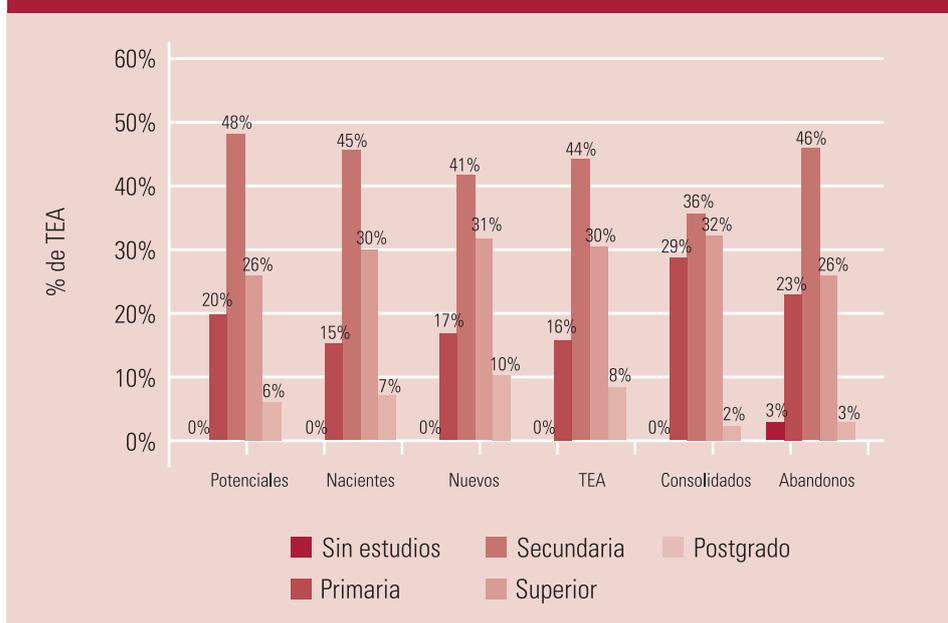


Gráfico 4.14. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona en el 2013

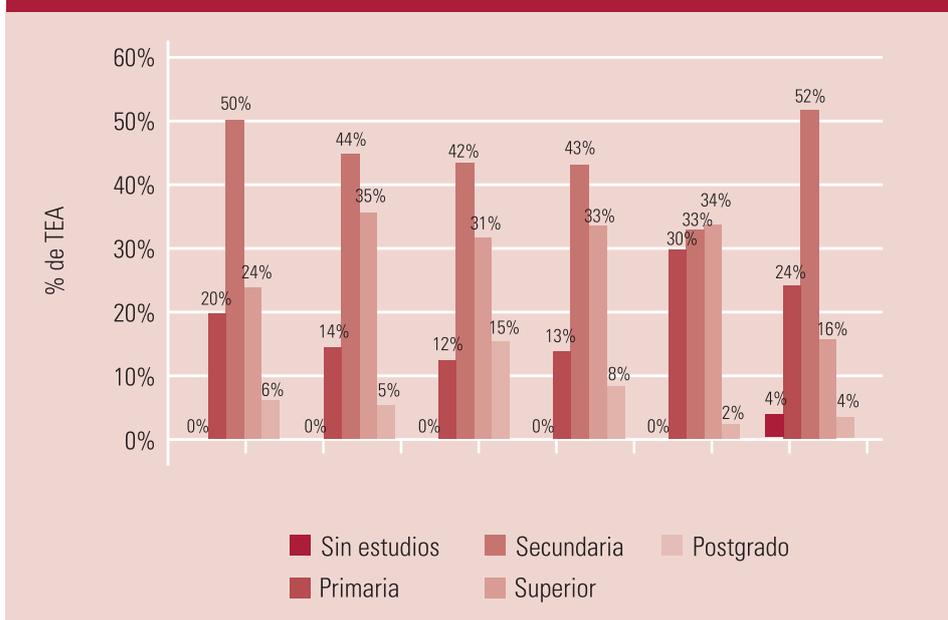


Gráfico 4.15. Evolución índice TEA por nivel de educación en Cataluña durante el periodo 2004-2013

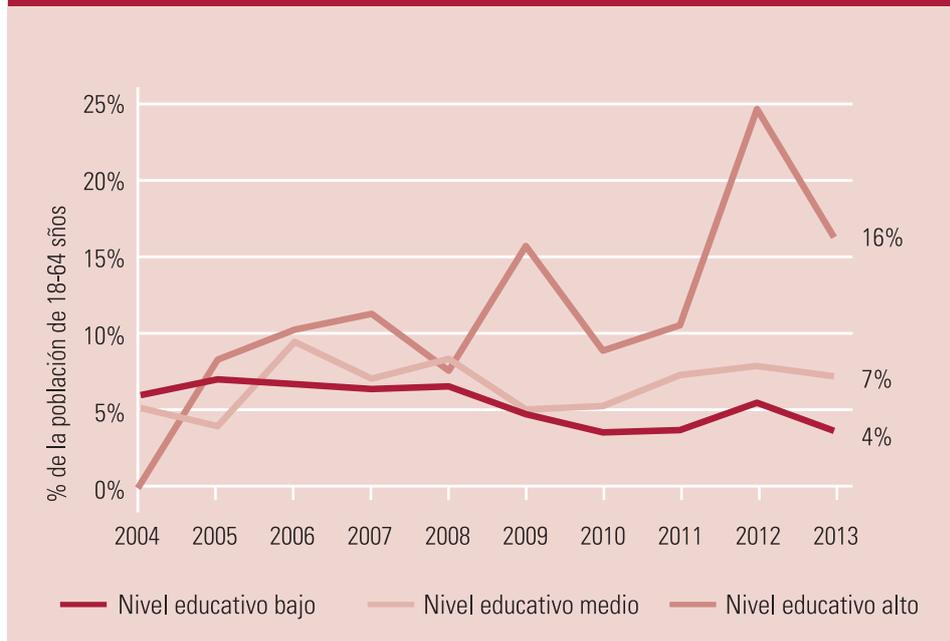
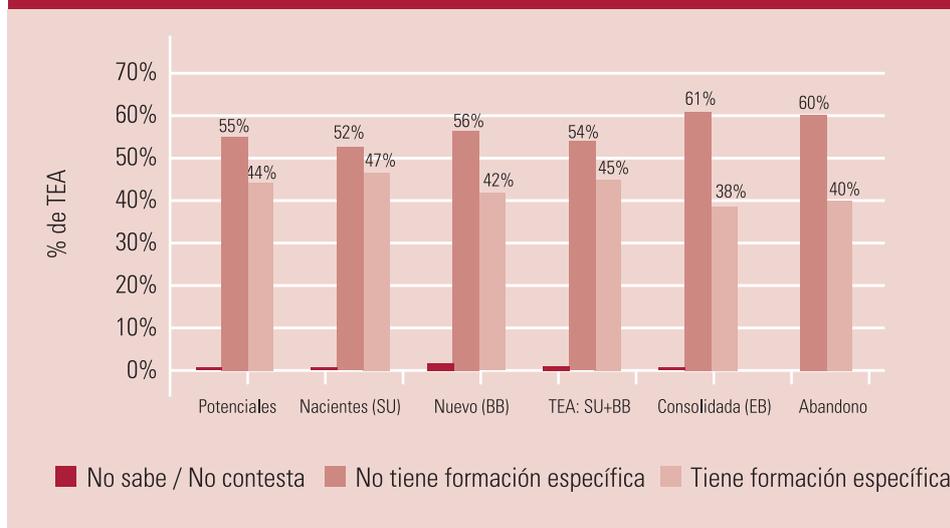


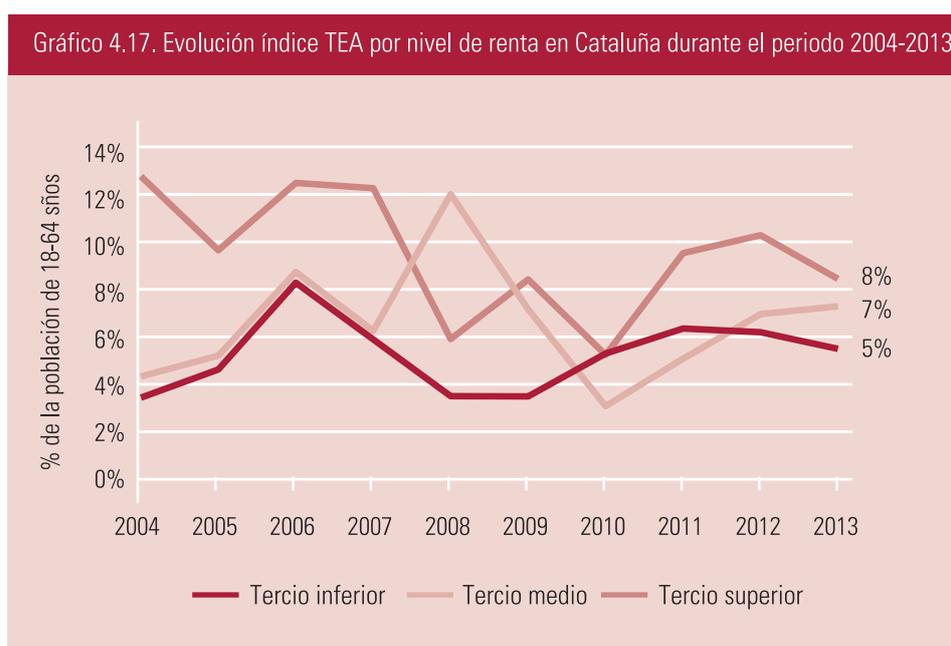
Gráfico 4.16. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013, según si cuenta con educación específica para emprender



4.4 Distribución por nivel de renta

El gráfico 4.17 muestra la evolución de la TEA para la población que se encuentra en el tercio inferior, medio y superior del nivel de renta de Cataluña durante el periodo 2004-2013. A pesar de que no se observa un patrón constante, el nivel de actividad emprendedora del tercio superior (salvo en 2008) ha sido mayor a los otros dos, aunque el de nivel medio ha crecido significativamente desde 2010 (por ejemplo, en 2012 un 40% y en 2013 un 5%). Mientras que en este último año el nivel alto ha disminuido un 19% y el bajo un 12%⁵.

En el gráfico 4.18 se presenta el nivel de renta según la fase del proceso en la que se encuentra el emprendedor. Si recordamos que en un 54.3% de los casos el motivo principal de cierre del negocio fue que no eran rentables, se puede entender el alto porcentaje de emprendedores que abandonan con nivel de renta entre 0-10.000€, claramente insuficiente para subsistir.



⁵ Señalar que en el 2013 se ha cambiado la definición de los tramos, con un incremento de 10.000€ cada uno de ellos, quedando 33%=0-20.000; 34-67%: 20.000-30.000; 67%=más de 30.000.

Gráfico 4.18. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013 por nivel de renta

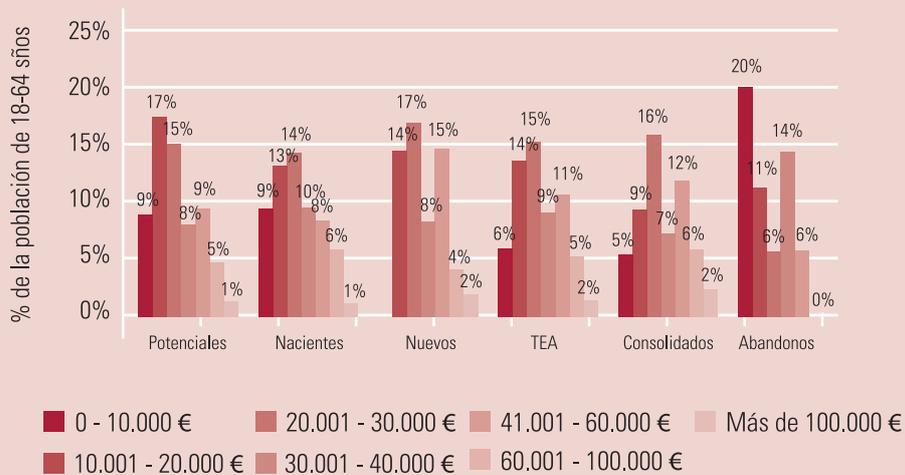
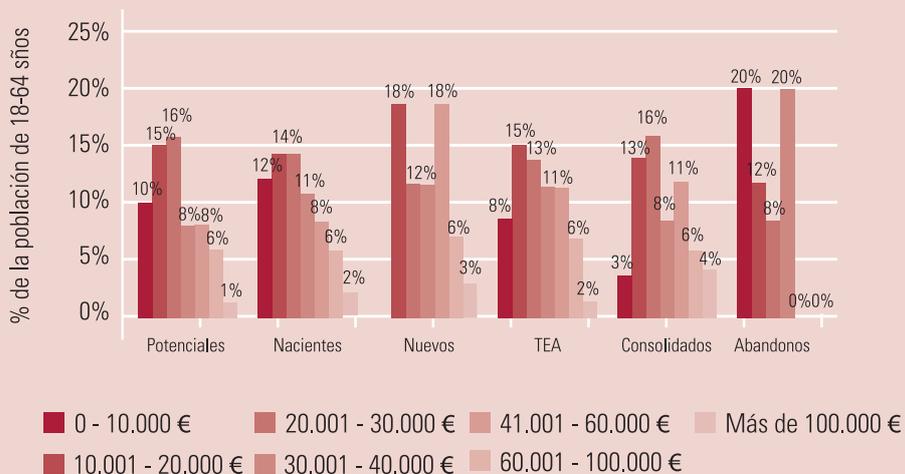


Gráfico 4.19. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013 por nivel de renta



4.5 Distribución por situación laboral

Uno de los mayores cambios en la distribución de los colectivos emprendedores en el 2013 por situación laboral es que casi el 30% de los potenciales (27%) y de los nacientes (29%) son personas que están en el paro (Gráfico 4.20). Además, el porcentaje de desempleados dentro del grupo de emprendedores que han abandonado el negocio es aún mayor (31%).

El impacto desde 2009 de este colectivo en la TEA cada vez es mayor, como se puede apreciar en el gráfico 4.22, con un crecimiento espectacular del 52% respecto al 2012, mientras que los empleados a tiempo completo o parcial han caído un 20%.

Este dato estaría en sintonía con el aumento durante estos últimos años de la creación de empresas por necesidad, dado que ésta suele estar asociada con la falta de alternativas para lograr un empleo asalariado satisfactorio.

Gráfico 4.20. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013 por situación laboral

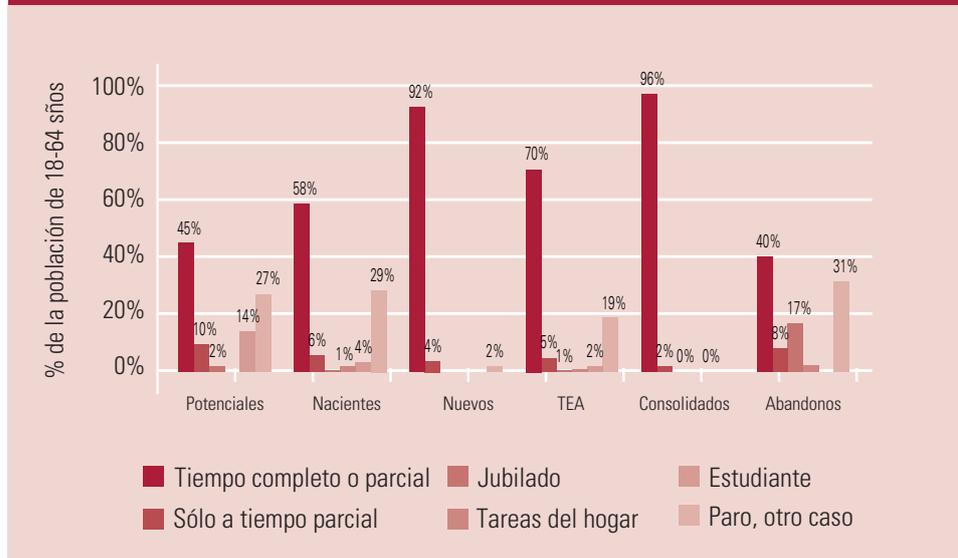


Gráfico 4.21. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013 por situación laboral

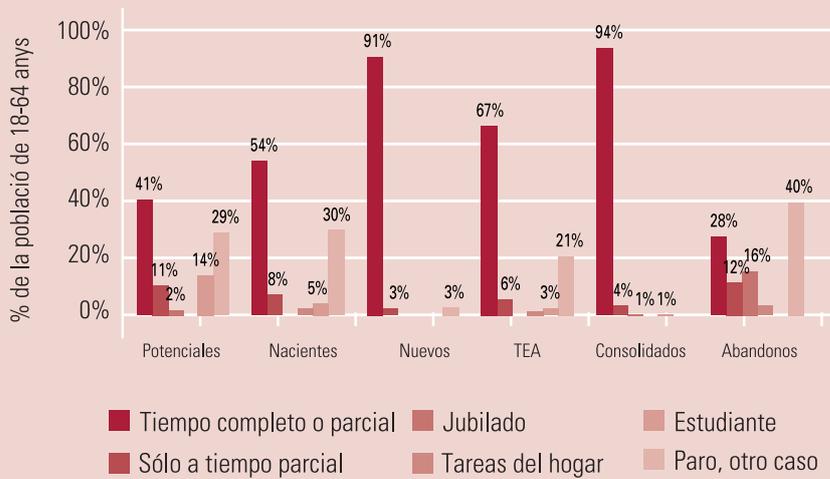
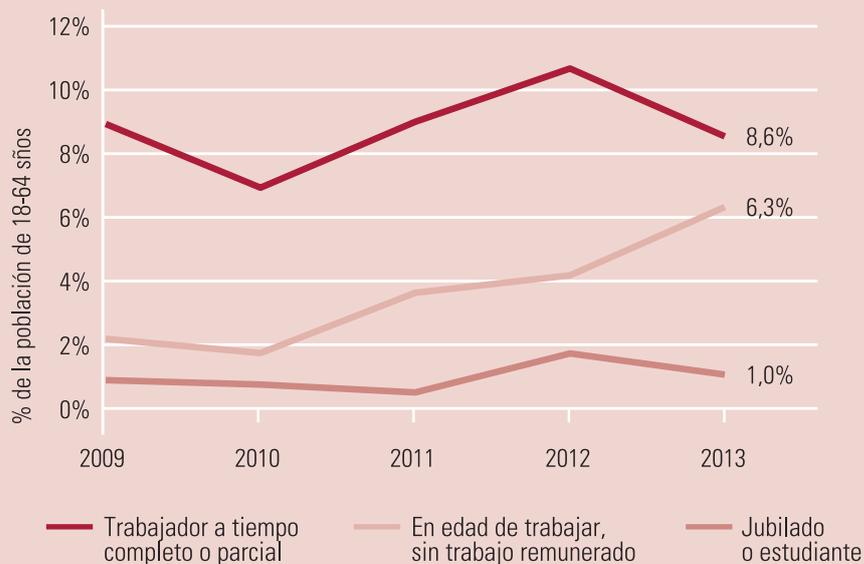


Gráfico 4.22. Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2013



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

Uno de los aspectos relevantes en el estudio de la demografía empresarial es el análisis de los objetivos y aspiraciones de la actividad emprendedora, especialmente las relacionadas con el crecimiento.

Una forma de explicar las diferencias en los niveles de crecimiento se basa en la dotación y características de los recursos de que dispone la empresa. Este enfoque se basa en la noción de la empresa como una combinación de recursos productivos heterogéneos. Ya en su momento Penrose (1959) sostenía que los recursos internos sobrantes y que pueden ser utilizados en actividades productivas distintas de las actuales son el motor del crecimiento.

Los recursos financieros de que dispone la nueva empresa son necesarios para facilitar el desarrollo de sus estrategias. Varios autores sugieren que las restricciones financieras pueden impedir a las nuevas empresas lograr un nivel de crecimiento. También hay evidencia de que las nuevas empresas que crecen más son las que fueron capaces de acceder, en el momento de su lanzamiento, a un mayor número de fuentes de financiamiento. En este sentido, algunas empresas aceleran su crecimiento a partir de la utilización de fuentes externas de financiación provenientes de instituciones tales como bancos, organismos públicos y/o sociedades de capital riesgo (Davidsson *et al.*, 2006).

Sin embargo, algunos autores sugieren que el crecimiento de los nuevos negocios dependerá en mayor medida de la posibilidad de obtener y desarrollar activos intangibles, tales como el *know-how* o la reputación, ya que éstos son complejos, ambiguos, difíciles de imitar, sustituir o comprar y poseen mejores propiedades para desarrollar una ventaja competitiva sostenible (Chrisman *et al.*, 1998).

Además, los recursos humanos y sus capacidades son cada vez más relevantes para explicar el crecimiento a medida que las empresas crecen en tamaño y edad. El capital humano aportado por directivos y trabajadores se vuelve un activo clave para el desarrollo de la empresa. La evidencia confirma que la utilización de empleados cualificados está asociada con el crecimiento de las nuevas pymes (Gilbert *et al.*, 2006).

Otra aproximación para explicar el crecimiento hace referencia al grado de orientación emprendedora (entrepreneurial orientation) de la empresa. Dicha orientación

se puede definir partir de la interrelación de las tres dimensiones siguientes (Miller, 1983; Covin y Slevin, 1989): (a) la innovación, que hace referencia a la búsqueda de nuevas relaciones entre los recursos y/o productos existentes; (b) la orientación proactiva, que implica un esfuerzo constante por tomar la iniciativa y anticiparse a los movimientos de la competencia de manera que los empresarios estén constantemente rastreando el entorno para poder identificar nuevas oportunidades; y (c) la predisposición a asumir riesgos elevados pero controlados, en el sentido de que es algo inevitable en comportamientos innovadores y proactivos.

En general, la evidencia indica que existe una relación positiva entre la orientación emprendedora y el crecimiento puesto que se considera que las empresas que se adelantan a sus competidores asumiendo riesgos y desarrollando innovaciones verán su esfuerzo premiado en el mercado. La base de tales argumentos está relacionada con las ventajas de ser el primero y la tendencia de sacar provecho de las oportunidades emergentes, actitudes implícitas en la orientación empresarial. Las empresas que desarrollan un comportamiento emprendedor son capaces de responder rápidamente a los cambios del entorno, capitalizando nuevas oportunidades económicas, lo que les facilita el crecimiento. La proactividad les confiere la habilidad de lanzar nuevos productos al mercado con anterioridad a la competencia, lo cual supone también una ventaja competitiva. No obstante, Davidsson et al (2006) apuntan que el efecto de la orientación emprendedora está moderado por las características específicas del entorno, en particular el dinamismo, por lo que surge la necesidad de adaptar la estrategia al entorno.

El proyecto GEM apunta algunas respuestas a estos temas, especialmente los relativos a las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores, su orientación innovadora, el uso de las nuevas tecnologías, en qué tipo de mercados desarrollan su actividad o cómo se financia, que, a continuación, se presentan tanto para Cataluña como, en el último apartado, a nivel internacional y de comunidades autónomas.

5.1. Aspectos generales del negocio

De acuerdo con los datos presentados en el Gráfico 5.1, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras en fase inicial pertenecen al sector orientado al consumo (48%), seguidas de las dedicadas a servicios a empresas (30%) y a transformación (21%). El sector que registra menor actividad es el extractivo o primario (2%).

Uno de los cambios fundamentales que se detecta es que en 2006 el peso de las empresas orientadas al consumo y las dedicadas a la transformación era similar, mientras que en 2013 el porcentaje de las primeras más que duplica al de las segundas.

Igual de acusado es el cambio, en este caso caída del cincuenta por ciento, del sector transformador en los emprendedores consolidados, pasando del 47% en 2006 al 23% en 2013.

La conclusión fundamental del análisis de la evolución de los emprendedores en fase inicial y consolidada es el cambio que se ha ido produciendo hacia la tercerización.

Gráfico 5.1. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2013

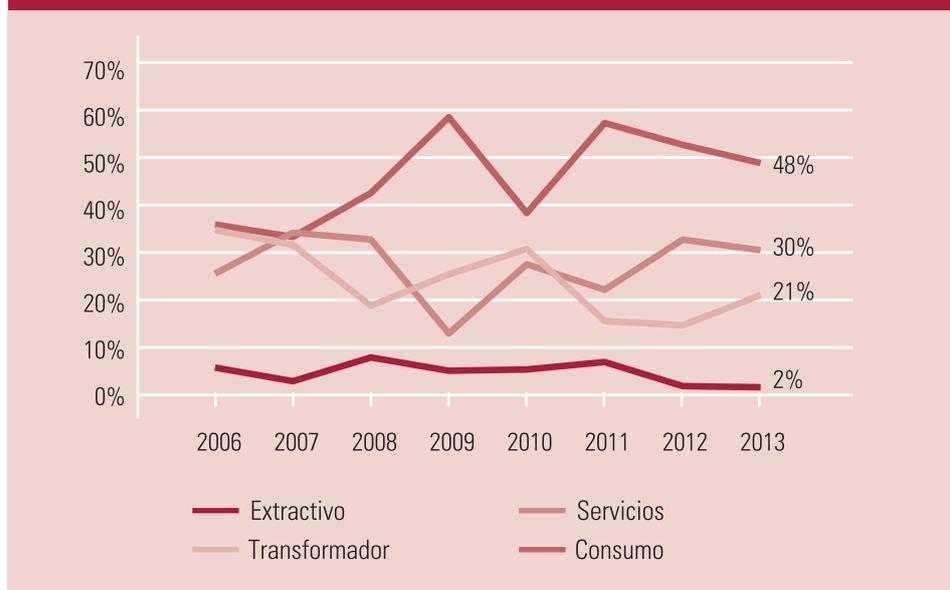
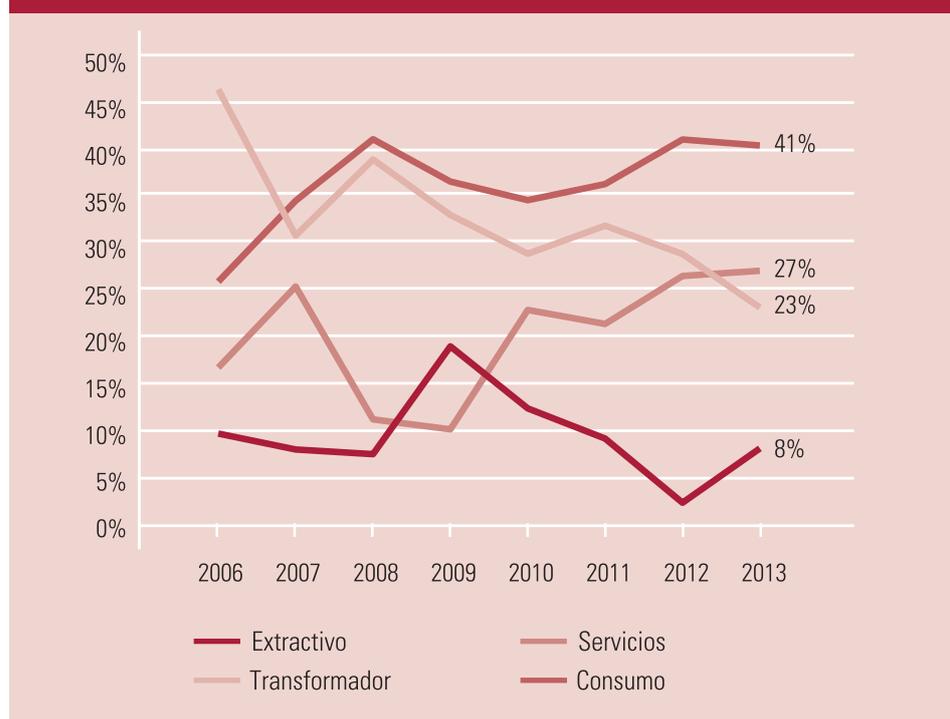


Gráfico 5.2. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2013



Las dos variables que configuran la dimensión de una nueva empresa son el número de trabajadores y el volumen de ventas. El proyecto GEM se ocupa de la primera. Al igual que en años anteriores, la mayoría son microempresas, pero, desde la entrada de la crisis, cada vez de menor tamaño (Gráfico 5.3). Casi el 90% son de menos de 5 trabajadores, siendo casi la mitad (48%) sin empleados. Esta opción de autoempleo ha pasado del 17% en 2005, al 56% en 2010 y al actual 48%, igual cifra que para los consolidados (Gráfico 5.4).

Gráfico 5.3. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2013

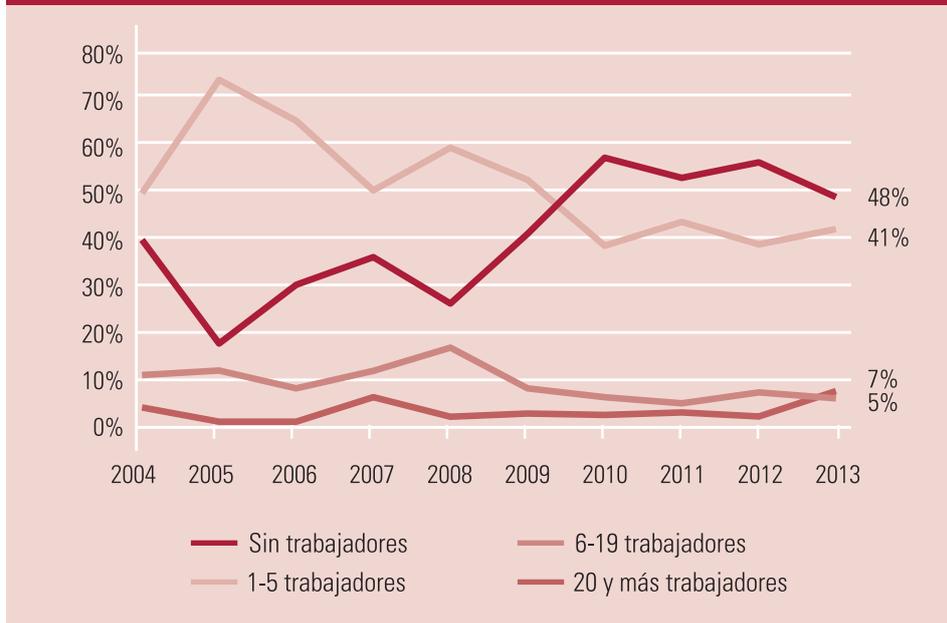
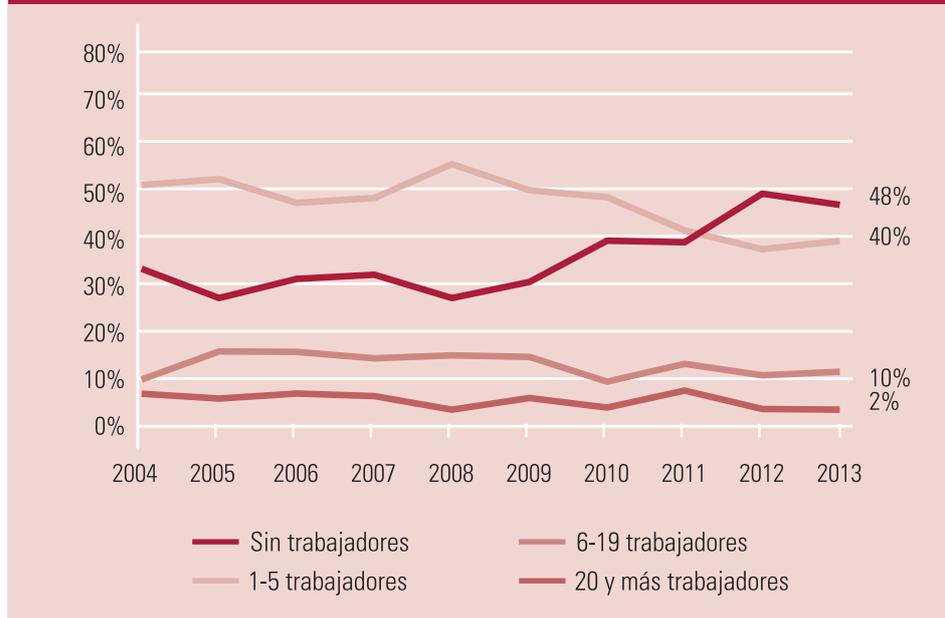


Gráfico 5.4. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2013



5.2. Financiación de la actividad emprendedora naciente

La financiación es una de los factores del entorno que más condiciona las características de la actividad emprendedora, así como sus aspiraciones de crecimiento, innovación, internacionalización o incorporación de tecnología; requiriendo distintos tipos de financiación según la fase de su ciclo de vida.

La financiación de la actividad emprendedora naciente es complicada si nos salimos de las vías habituales: la familia, los amigos o los inversores informales, y ello es así debido a la dificultad de evaluar la calidad crediticia del emprendedor. En las fases iniciales, sobre todo la naciente, debido a esta opacidad informativa las empresas experimentan elevadas dificultades para acceder a las fuentes de financiación externas "intermedias", ya sean bancos, business angels formales o fondos de capital riesgo. Además, estos dos últimos difícilmente entran en fases tempranas; habiéndose producido paulatinamente una demora voluntaria en su entrada, inclinándose por etapas más avanzadas.

A lo anterior hay que añadir que durante estos últimos años, además de una financiación cara por la crisis de la deuda soberana, la restricción crediticia ha sido brutal, afectando seriamente, incluso, la financiación de la tesorería, de las pólizas de crédito.

Los datos que se presentan en la Tabla 5.1 revelan que las empresas puestas en marcha este año en Cataluña necesitan en promedio un capital semilla de 55.600€,

aunque la dispersión alrededor de esta media es muy alta, ya que oscila entre 500 como mínimo y 1.000.000 como máximo. Para la aportación promedio de capital semilla, la financiación cubierta por el propio emprendedor está en torno al 40% (21.885€), del cual él aporta de su bolsillo de media tres cuartas partes.

Una señal de la potencialmente baja calidad de muchas de estas iniciativas es que en el 50% su capital semilla ha sido de como máximo 15.000 y en el 75% de como máximo 30.000€. En Barcelona las cifras son similares, mientras que en el resto de España mejoran, 20.000 y 50.000, respectivamente (Tabla 5.2).

En el 2013 aproximadamente 5 de cada 10 emprendedores nacientes aportaron el 100% del capital semilla con fondos propios, mientras que en 2012 habían sido 7 de cada 10. Este resultado, unido a la disminución del porcentaje de población adulta que ha invertido en negocios de terceras personas en el último año, parece indicar que ha mejorado la posibilidad de obtención de fondos ajenos, si bien para valorarlo adecuadamente hay que tener en cuenta que veníamos de mínimos históricos (Gráfico 5.5).

Tabla 5.1. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña en el 2013

	Capital total necesario para arrancar el negocio	Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes	Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes
Media	55.609	21.885	76
Desviación estándar	148.971	28.289	32
Mínimo	500	0	0
Percentil 05	1.000	150	18
Percentil 10	1.000	1.000	25
Percentil 25	6.000	3.500	50
Mediana	15.000	10.000	100
Percentil 75	30.000	30.000	100
Percentil 90	130.000	50.000	100
Percentil 95	200.000	100.000	100
Máximo	1.000.000	130.000	100

Tabla 5.2. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en resto de España en el 2013

	Capital total necesario para arrancar el negocio	Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes	Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes
Media	51.288	20.520	67
Desviación estándar	138.407	34.893	34
Mínimo	300	0	0
Percentil 05	2.000	500	10
Percentil 10	3.000	1.500	20
Percentil 25	5.000	3.000	35
Mediana	20.000	10.000	75
Percentil 75	50.000	25.000	100
Percentil 90	100.000	50.000	100
Percentil 95	160.000	75.000	100
Máximo	1.500.000	400.000	100

Gráfico 5.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en Barcelona, Cataluña y resto de España durante el periodo 2004-2013



5.3. Expectativas de Crecimiento

El concepto de crecimiento empresarial se refiere a modificaciones o incrementos de tamaño que pueden reflejarse en variables tales como las ventas, el empleo, la cuota de mercado, el beneficio, la rentabilidad y las inversiones. En el caso de las nuevas empresas, los indicadores de crecimiento más relevantes suelen ser las ventas y el empleo (Gilbert *et al.*, 2006; Davidsson *et al.*, 2010).

El crecimiento en las ventas indica hasta qué punto los clientes valoran los bienes o servicios que la empresa ofrece y suele ser el indicador preferido por los propios empresarios.

El crecimiento en el empleo indica un cambio en la composición organizativa por cuanto se incrementan el número de personas que trabajan en la empresa. Este indicador da cuenta de la contribución de la empresa a la sociedad, por lo que es especialmente relevante para los gobiernos y administraciones públicas.

Otros indicadores como los beneficios o la rentabilidad, si bien son habituales en el caso de las empresas grandes y establecidas, no parecen ser directamente aplicables cuando se analiza el crecimiento de las nuevas y pequeñas empresas. Además, pueden reflejar otros aspectos de la empresa aparte de su tamaño e,

incluso, es posible que una nueva empresa con un elevado nivel de crecimiento no genere beneficios o no sea rentable.

Con independencia del criterio utilizado para su medición, el crecimiento es un fenómeno que presenta un alto grado de heterogeneidad. En este sentido, varios autores han puesto de relieve la existencia de diferentes patrones de crecimiento de las nuevas empresas, poniendo una atención especial al grupo de empresas gacelas o de alto crecimiento. Algunos estudios han revelado la existencia de patrones de crecimiento empresarial que son distintos entre sí pero que están igualmente presentes en países con marcos regulatorios diferentes en el ámbito de la creación de empresas (Capelleras *et al.*, 2008).

El proyecto GEM estudia el crecimiento a través de la evolución esperada del tamaño de la plantilla al cabo de cinco años. Tal y como se muestra en el Gráfico 5.6, las expectativas han mejorado en Cataluña respecto al 2012, año en el que se tocó fondo, en los emprendedores en fase inicial (gráfico 5.6): sin empleados ha pasado del 35% al 23%; de 1-5 del 43% al 47%; de 6-19 del 7% al 12% y más de 20 empleados del 2% al 5%. No obstante, una cuarta parte espera dentro de cinco años continuar sin empleados y casi la mitad con una plantilla de 1 a 5 trabajadores.

Más preocupantes son las expectativas de los consolidados (Gráfico 5.7), donde un 41% espera no tener ningún empleado dentro de 5 años y un 29% entre 1 y 5, así como un 19% no sabe qué pasará. Sólo en un 11% de los casos se espera que la empresa tenga una plantilla de más de 5 empleados, cifra similar a la dimensión actual de las empresas.

Por lo tanto, la actividad emprendedora no tiene perspectiva de ser creadora de empleo a medio plazo y el que cree, como ya se ha señalado anteriormente, será fundamentalmente en el sector terciario.

Gráfico 5.6. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años durante el periodo 2006-2013

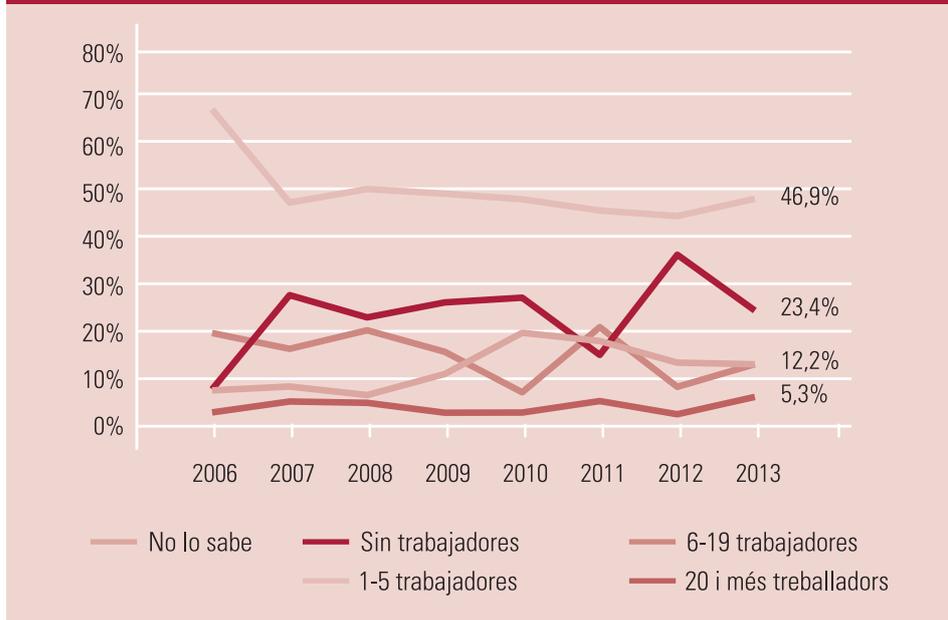
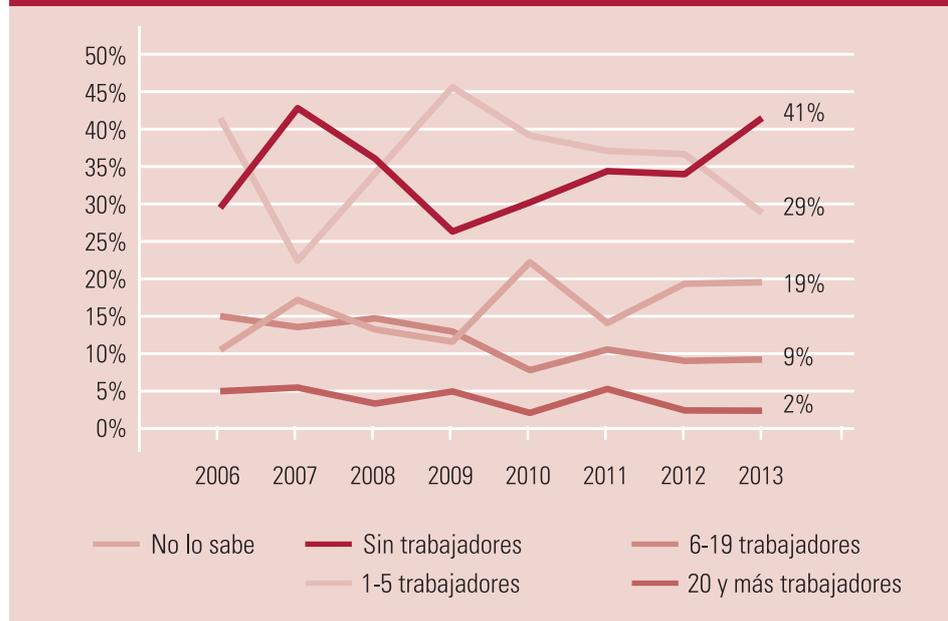


Gráfico 5.7. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2013



5.4. Orientación innovadora

La innovación es una característica esencial del empresario, que lo distingue de otros agentes económicos imprescindibles, como los gestores. Su capacidad de innovación se concreta en la práctica de diversos modos: desde la introducción de un nuevo bien, hasta la creación de una nueva organización, pasando por nuevas fuentes de aprovisionamiento, nuevos métodos de producción, apertura de nuevos mercados o innovando estratégicamente con un nuevo modelo de negocio.

Por tanto, el concepto de innovación engloba muchos aspectos, centrándose el proyecto GEM en lo relacionado con el producto o servicio que se ofrece a los clientes, ya sea nuevo para todos ellos, sólo para unos cuantos o para ninguno.

Este es un factor que ha mejorado de forma continua desde el 2010 en las iniciativas en fase inicial (Gráfico 5.8), es decir, en aquellas creadas durante la crisis (tienen menos de 3.5 años), situándose en mejores niveles que antes de ésta (algo innovadora ha pasado del 15% en 2009 al 30% en 2013 e innovadora del 8% en 2010 al 20% en la actualidad) y constituyendo un síntoma positivo de cara a la mejora de la calidad del emprendimiento y su competitividad.

No obstante, lo anterior no se corrobora en las consolidadas (Gráfico 5.9). Las innovadoras o algo innovadoras se han reducido casi dos terceras partes desde la crisis, mientras que las no innovadoras han pasado del 68% en 2006 al 88% en 2008, es decir, 9 de cada 10 empresas consolidadas ofrece un producto que no es nuevo para ninguno de sus clientes.

Estas diferencias entre emprendedores nacientes y consolidados en cuanto a la novedad de sus productos y servicios se puede explicar por el hecho de que los primeros pretenden lanzar productos y servicios más novedosos que los ya existentes en el mercado.

Gráfico 5.8. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2013

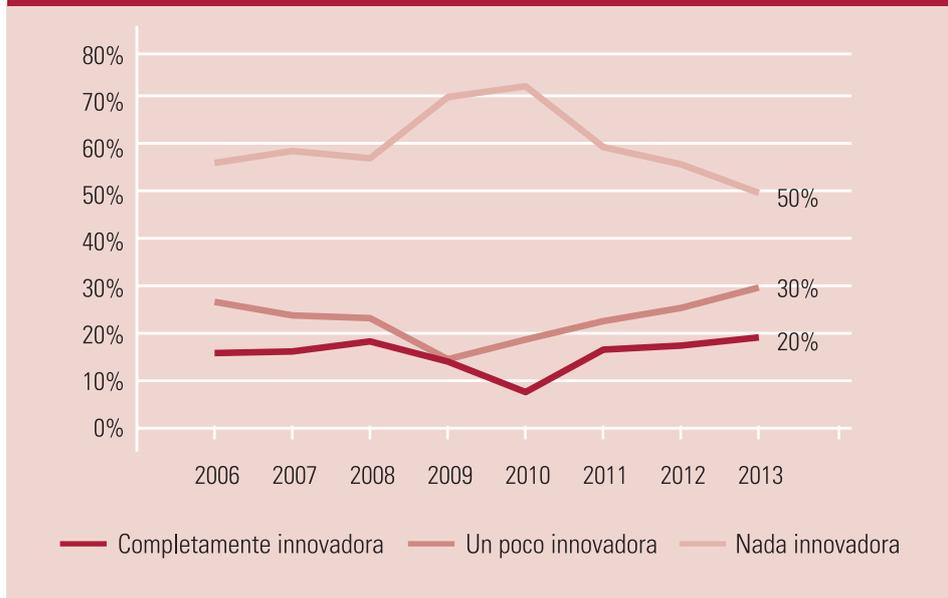
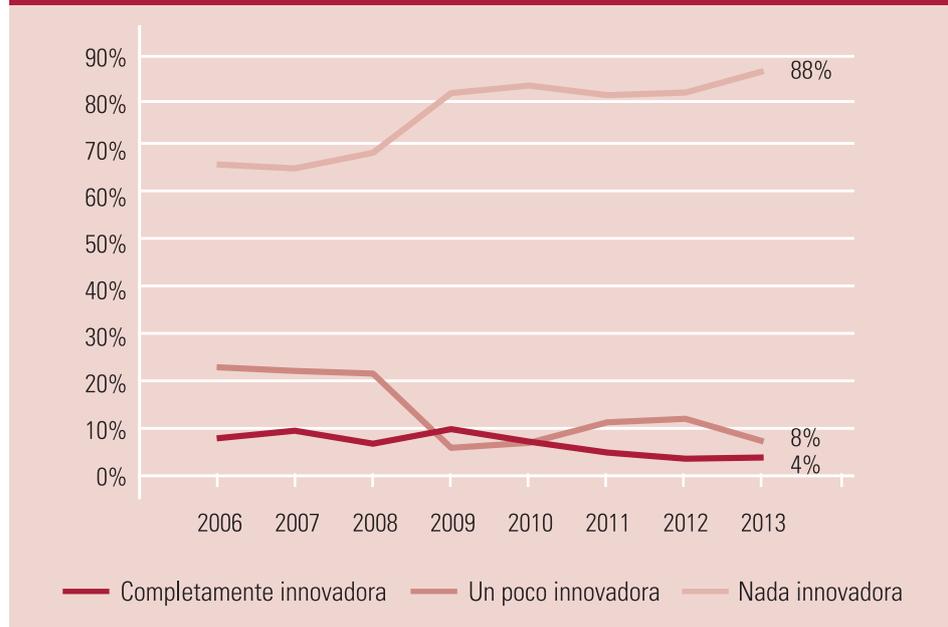


Gráfico 5.9. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2013



Además, es muy importante que la innovación vaya acompañada por el uso de nuevas tecnologías. Como se aprecia en los Gráficos 5.10 y 5.11, la mayoría de los emprendedores se apoyan en tecnologías de más de 5 años: 68% de los que están en fase inicial y 88% de los consolidados. En estos últimos se ha ido produciendo desde la crisis una fuerte obsolescencia tecnológica hasta alcanzar la cifra señalada.

El dato esperanzador es que el 15% de los emprendedores en fase inicial estaría utilizando tecnologías de última generación (de antigüedad inferior a un año) y que desde el 2009, en que se te tocó fondo, los emprendedores que usan tecnologías de menos de 5 años de antigüedad han ido creciendo desde el 11% en dicho año al 32% en 2013.

Gráfico 5.10. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2013

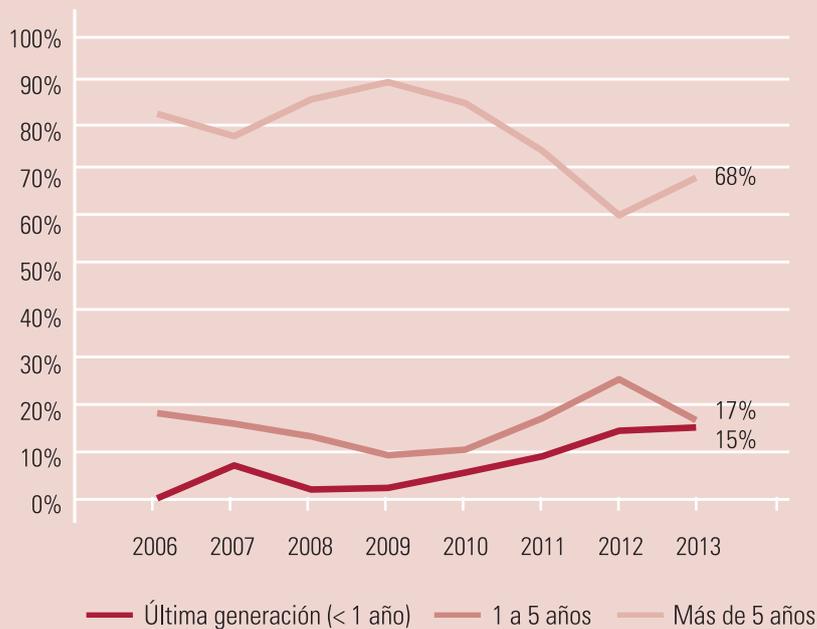
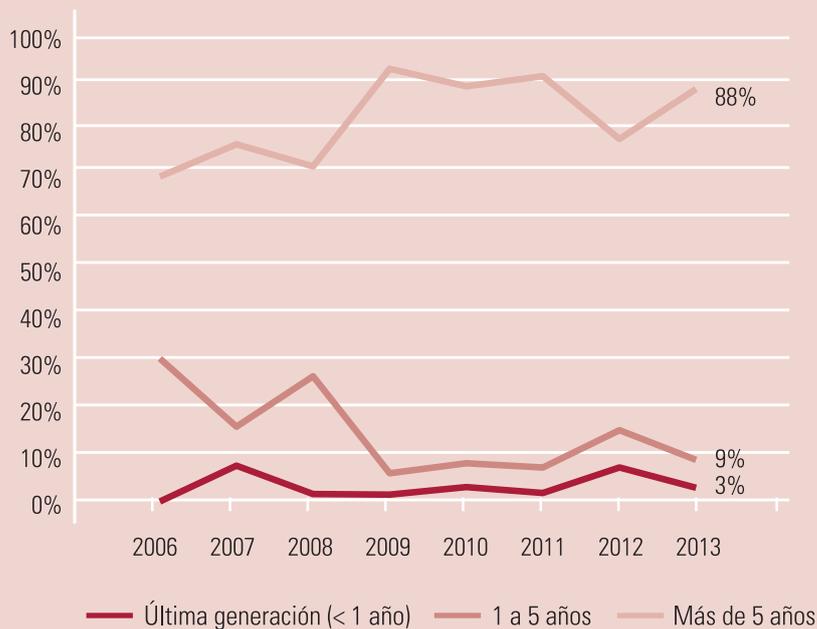


Gráfico 5.11. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2013



Asimismo, los emprendedores en fase inicial se han ido desplazando hacia actividades que se perciben con poca competencia (Gráfico 5.12), del 28% en 2010 al 45% en 2013; evitando las que hay mucha, del 60% de las iniciativas en 2010 al 42% en 2013. Mientras que las percepciones sobre el nivel de la competencia de los consolidados han sido estables durante estos últimos ocho años (Gráfico 5.13).

Gráfico 5.12. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2013



Gráfico 5.13. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2013



5.5. Orientación internacional

La última característica del proceso emprendedor que se analiza es su grado de internacionalización. En el Gráfico 5.14 se observa que desde la crisis los emprendedores en fase inicial se han centrado en el mercado doméstico, situándose desde 2009 los que no exportan en cifras superiores al 70%. Es decir, hemos pasado de que en el 2008 el 54% de las empresas de menos de 3.5 años tenía algún cliente extranjero a que, en la actualidad, sólo lo tenga un 30%. Situación similar ha sucedido con los consolidados: del 36% en 2008 al 23% en 2013 (Gráfico 5.15). En ambos casos, estas caídas han afectado más a aquellas empresas con un nivel de internacionalización menor (1-25%), a pesar de la mejora del 68% respecto al 2012 (año en que se tocó fondo, junto con el 2009) en las de fase inicial.

Estos datos de reducción de las exportaciones estarían en sintonía con la caída del saldo exterior en la aportación al crecimiento del PIB que se ha producido durante 2013, a diferencia de lo ocurrido en el periodo 2010-12. En Cataluña las exportaciones, tras crecer un 40% en dicho periodo, lograron salvar el ejercicio 2013 con un tímido avance del 0.1%, debido, especialmente, a la ralentización de la economía europea en dicho año.

Gráfico 5.14. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2013

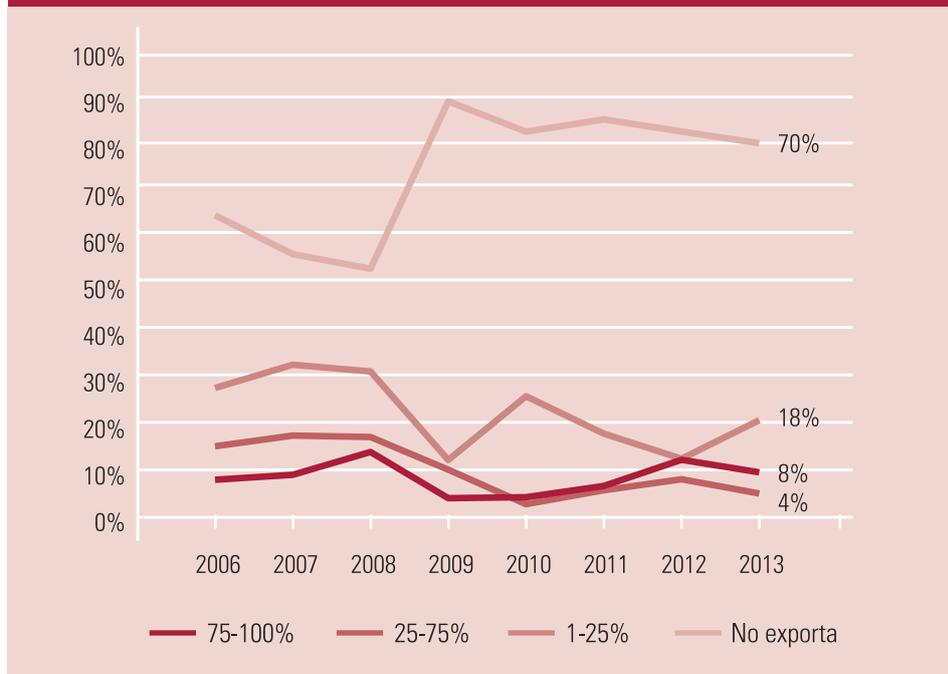
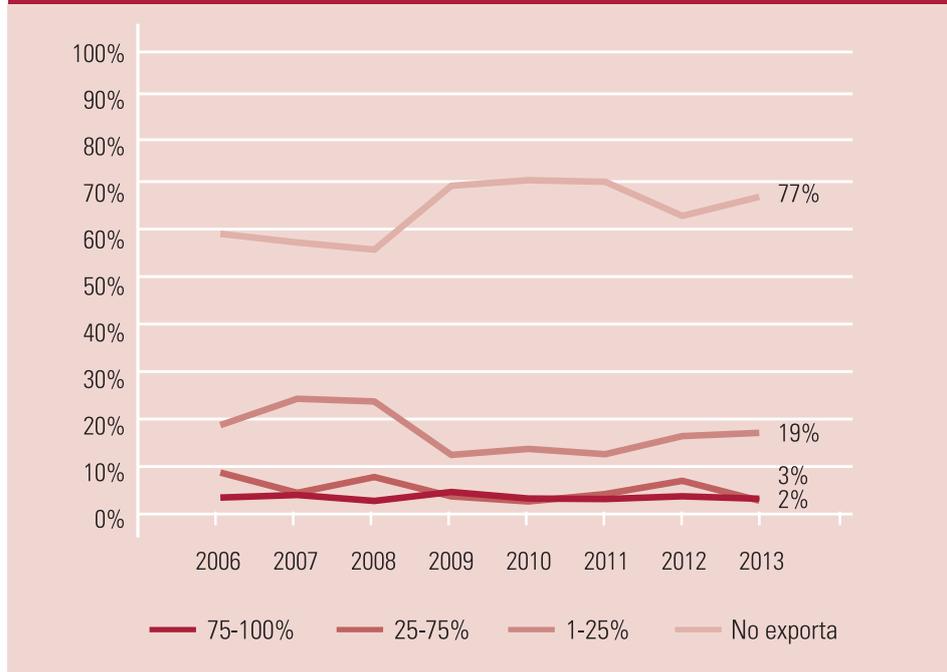


Gráfico 5.15. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2013



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

La tabla 5.3 presenta por tipo de economía y país los principales indicadores de la distribución sectorial, expectativa de crecimiento, orientación innovadora e internacional de los emprendedores en fase inicial. Mientras que los gráficos 5.16 a 5.18 muestran el posicionamiento de Cataluña a nivel internacional en comparación con otras economías basadas en la innovación (EBI) y de las demás comunidades autónomas: por distribución sectorial (transformación, servicios a empresas y servicios al consumo); producto novedosos para todos los clientes (completamente innovadora); utilización de tecnología de menos de un año de antigüedad y que no tenían competencia.

Las principales conclusiones que se pueden extraer de la encuesta es que Cataluña es una economía donde el sector terciario es el que tiene mayor peso (77.9%, media EBI 75.5% y media España 81.53%), que cuando se le compara con la media de España obtiene mejores puntuaciones, pero si el benchmarking es internacional la actividad emprendedora en fase inicial:

- Es de baja vocación internacional, centrándose mayoritariamente en el mercado doméstico. Es preocupante que el 70% de las empresas (media EBI: 39%) no tenga ningún cliente en el exterior, y más con la débil demanda interna existente, siendo la menor orientación internacional de todos los países de las EBI.

- Tiene escasa aspiración de crecimiento en el empleo. Sólo un 19% espera crear más de 5 empleos en 5 años, cuando la media de las EBI es 26%.
- No obstante lo anterior, hay algunos resultados de la encuesta que permiten cierto optimismo, como son que Cataluña está ligeramente por encima de la media en: producto completamente novedoso para los clientes (19.7%, por media EBI: 17.4); uso de una tecnología de menos de 1 año (15.09%, por media EBI: 11.71%) y dirigido a mercados/segmentos en los que no hay competencia (12.91, por media EBI: 10.93%).

Finalmente, en el Gráfico 5.19, se presenta de forma agrupada el posicionamiento de Cataluña en comparación con el resto de España y el resto de la UE de economías basadas en la innovación que se ha explicado en este capítulo. Y en el Gráfico 20 Barcelona comparada con el resto de Cataluña, donde se pueden apreciar las grandes diferencias existentes entre ambos territorios en todos los aspectos.

Tabla 5.3. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en el 2013. 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	Media	8,79	16,61	5,28	69,32	18,42	15,67	23,00	61,33	70,24	20,74	5,55	3,47
	Angola	0,97	11,61	6,24	81,18	18,23	20,88	34,83	44,29	48,58	28,12	10,53	12,77
	Botsuana	13,69	21,40	9,84	55,07	33,10	9,95	22,90	67,15	50,38	37,72	8,33	3,57
	Filipinas	13,70	16,06	1,72	68,52	10,84	9,55	12,25	78,19	76,80	16,35	5,66	1,18
	Gana	8,16	22,41	3,93	65,49	8,04	16,97	21,36	61,67	83,14	11,24	4,83	0,79
	India	8,28	26,75	7,29	57,68	29,24	1,95	19,82	78,23	88,96	8,06	1,90	1,08
	Irán	12,79	24,43	8,65	54,14	33,64	19,19	28,02	52,79	53,54	32,10	9,50	4,87
	Libia	5,66	9,66	0,69	83,99	1,18	47,98	6,93	45,09	90,53	4,90	2,47	2,10
	Malawi	5,41	16,43	5,41	72,75	26,01	9,34	22,54	68,11	64,15	25,96	7,98	1,91
	Nigeria	4,06	10,29	5,28	80,37	6,26	25,96	29,14	44,90	65,24	23,48	3,97	7,31
	Uganda	19,78	8,61	1,78	69,84	7,35	6,06	8,97	84,97	83,14	12,02	3,61	1,23
Vietnam	4,25	15,03	7,19	73,53	28,66	4,56	46,25	49,19	68,21	28,15	2,32	1,32	
Economías basadas en la eficiencia	Media	8,12	27,35	12,83	51,71	25,17	15,31	27,32	57,37	55,47	30,17	9,03	5,33
	Argentina	0,96	26,83	17,57	54,64	25,84	7,20	15,69	77,12	79,26	17,28	2,51	0,95
	Bosnia	24,42	30,79	9,72	35,07	35,26	15,66	15,42	68,92	42,57	36,57	12,70	8,16
	Brasil	1,07	28,75	7,32	62,86	9,72	0,00	1,21	98,79	98,56	1,04	0,38	0,03
	Chile	3,09	24,43	15,06	57,42	35,73	46,72	38,02	15,27	18,53	67,60	10,13	3,74
	China	1,74	11,23	10,24	76,78	27,37	16,68	45,98	37,34	77,53	21,65	0,43	0,39
	Colombia	8,67	52,18	12,43	26,73	57,51	37,18	46,15	16,68	13,97	71,61	9,63	4,80
	Croacia	13,27	22,58	22,30	41,86	30,66	8,05	21,87	70,09	16,09	42,91	21,05	19,94
	Ecuador	7,27	16,43	7,90	68,40	18,35	24,77	20,49	54,74	92,92	6,07	0,34	0,67
	Eslovaquia	5,48	33,80	24,46	36,25	29,40	7,86	43,58	48,56	12,92	65,94	15,18	5,96
	Estonia	6,83	31,83	22,18	39,16	26,72	16,11	33,09	50,80	31,41	42,55	15,24	10,80
	Guatemala	0,00	22,82	6,60	70,57	4,22	23,98	38,91	37,11	65,72	26,32	5,23	2,73
	Hungría	13,19	26,84	21,53	38,44	26,77	5,91	21,12	72,97	36,83	40,97	16,32	5,89
	Indonesia	3,83	11,47	3,60	81,10	4,43	0,20	23,11	76,68	99,09	0,46	0,44	0,00
	Jamaica	9,28	40,84	4,67	45,21	6,29	5,22	19,33	75,46	43,41	40,22	6,57	9,80
	Letonia	12,13	29,98	23,11	34,78	42,37	14,99	37,02	48,00	32,41	34,18	22,73	10,69
	Lituania	7,67	33,49	24,21	34,63	35,55	13,09	30,31	56,60	30,85	43,17	17,10	8,89
	Macedonia	13,84	41,50	12,04	32,62	31,09	8,59	17,64	73,77	34,57	36,54	20,26	8,63
	Malasia	13,50	15,70	8,13	62,67	14,95	7,79	24,74	67,47	80,20	19,80	0,00	0,00
	México	0,42	12,97	5,44	81,17	22,17	9,40	24,82	65,78	90,41	5,02	3,65	0,91
Panamá	1,55	21,77	6,37	70,30	13,28	8,55	14,97	76,48	76,85	19,86	1,61	1,67	
Perú	4,61	17,94	4,10	73,35	20,76	20,90	15,12	63,98	65,77	28,36	3,41	2,46	
Polonia	5,33	45,32	14,94	34,41	39,05	18,86	45,73	35,41	21,04	55,38	14,05	9,53	
Rumania	21,17	21,99	17,78	39,06	43,79	13,58	33,29	53,13	29,64	38,56	20,51	11,29	
Rusia	5,28	32,60	12,07	50,05	26,53	10,16	18,89	70,95	91,34	3,01	1,05	4,60	
Sudáfrica	7,26	22,66	12,46	57,62	27,62	39,53	28,52	31,95	49,68	24,01	15,45	10,86	
Surinam	21,75	43,82	2,61	31,82	5,58	1,27	21,17	77,56	55,26	34,97	7,60	2,17	
Tailandia	8,65	15,20	7,69	68,46	16,47	9,83	49,03	41,14	92,89	5,25	1,48	0,37	
Uruguay	4,95	30,02	22,67	42,36	27,29	36,56	19,77	43,67	73,52	15,45	7,72	3,32	
Economías basadas en la Innovación	Media	3,84	20,63	27,80	47,74	26,23	17,42	27,28	55,29	39,03	41,96	11,17	7,84
	Alemania	0,05	15,87	30,10	53,97	22,26	14,66	26,07	59,27	45,90	37,97	11,11	5,02
	Bélgica	3,49	19,34	28,35	48,83	21,23	21,11	17,23	61,66	27,58	44,00	17,08	11,34
	Canadá	3,97	20,22	42,64	33,18	33,66	18,51	29,50	52,00	15,77	69,97	7,17	7,09
	Cataluña	1,52	20,60	29,91	47,97	17,53	19,70	30,20	50,10	70,06	17,86	4,04	8,03
	Corea del Sur	2,26	31,26	19,49	46,99	27,73	7,42	42,15	50,42	53,81	34,11	8,29	3,78
	Eslovenia	3,39	29,66	36,93	30,01	35,25	15,20	32,43	52,38	26,22	47,51	10,75	15,52
	España	3,51	14,95	27,94	53,59	14,95	14,71	18,91	66,38	72,79	17,94	4,44	4,84
	EEUU	4,03	16,50	37,19	42,28	30,37	18,28	26,29	55,43	15,16	73,57	7,51	3,77
	Finlandia	10,46	24,01	26,09	39,45	20,79	14,09	32,09	53,82	59,03	29,98	6,99	4,00
	Francia	7,02	17,71	30,10	45,18	21,26	9,79	27,11	63,09	44,99	36,42	12,50	6,09
	Grecia	3,35	16,57	27,04	53,03	8,10	17,28	30,61	52,11	44,32	42,59	6,07	7,02
	Irlanda	2,38	22,10	20,50	55,03	34,85	27,03	19,06	53,91	40,77	33,71	12,33	13,19
	Israel	1,50	13,21	31,91	53,37	29,24	22,27	34,95	42,78	46,87	28,86	11,38	12,89
	Japón	1,15	16,48	23,54	58,82	41,76	16,66	38,81	44,53	40,25	48,53	10,12	1,09
	Luxemburgo	1,70	16,37	38,42	43,51	19,63	17,15	46,00	36,84	11,75	54,29	19,32	14,64
	Noruega	8,33	25,83	35,83	30,00	19,20	8,80	17,60	73,60	60,33	23,14	7,44	9,09
	Países bajos	5,30	19,46	32,13	43,11	15,03	21,87	22,21	55,92	46,54	39,12	8,90	5,44
	Portugal	10,05	17,53	28,02	44,40	27,10	15,34	30,76	53,90	27,11	43,16	17,73	12,00
	Puerto Rico	0,00	31,04	6,77	62,19	13,76	19,90	14,91	65,19	53,14	36,47	7,36	3,04
R. Checa	2,66	27,78	28,20	41,36	27,96	17,52	34,57	47,90	19,65	64,10	11,22	5,03	
Singapur	0,88	11,06	25,32	62,74	51,15	11,80	22,43	65,77	12,51	50,78	22,25	14,46	
Suecia	4,85	16,31	40,36	38,48	13,99	14,45	31,08	54,47	42,90	34,95	12,57	9,59	
Suiza	3,23	14,42	30,96	51,39	16,00	13,82	31,62	54,55	19,34	52,88	20,37	7,41	
Taiwán	1,27	17,80	16,29	64,64	52,29	55,37	16,32	28,31	46,94	33,04	10,00	10,02	
T. y Tobago	7,24	39,54	2,96	50,27	31,90	5,15	12,07	82,78	63,06	29,86	5,23	1,84	

Gráfico 5.16. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumidor en el 2013

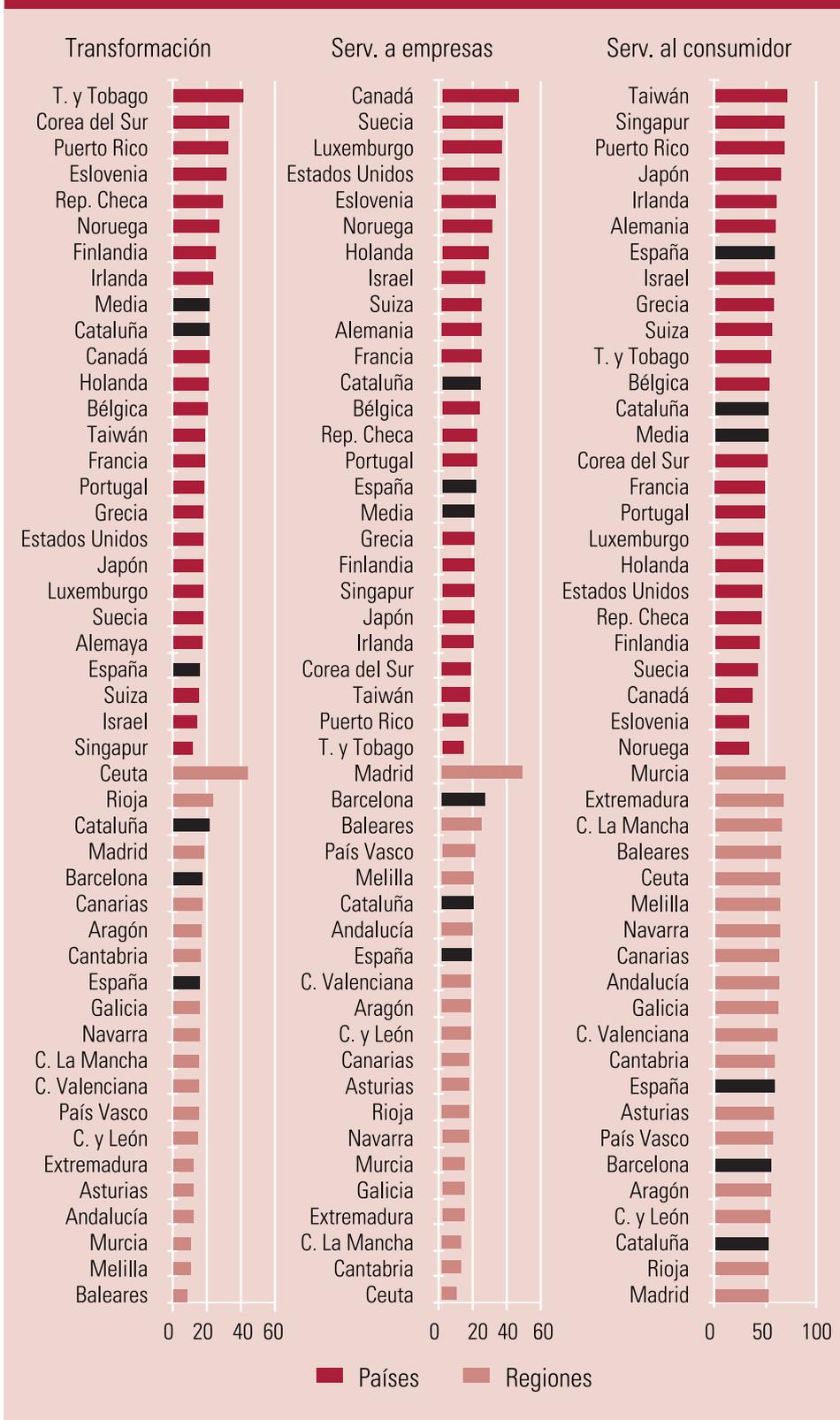


Gráfico 5.17. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2013 ofrecían un producto nuevo para todos los clientes, que usaban tecnologías con menos de un año de antigüedad y que no tenían competencia

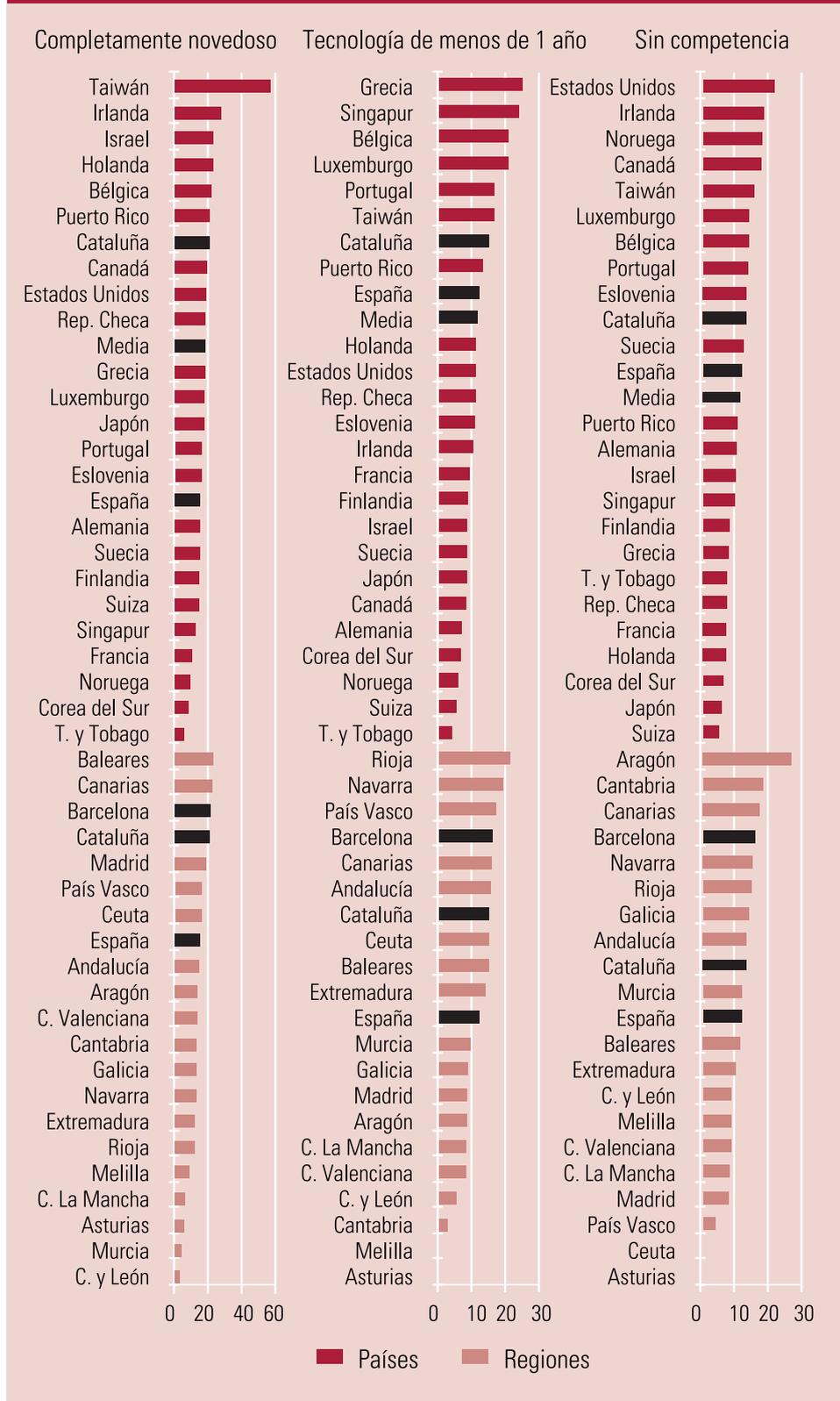


Gráfico 5.18. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2013 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años



Gráfico 5.19. Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media del resto de España y del resto UE en 2013 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2013

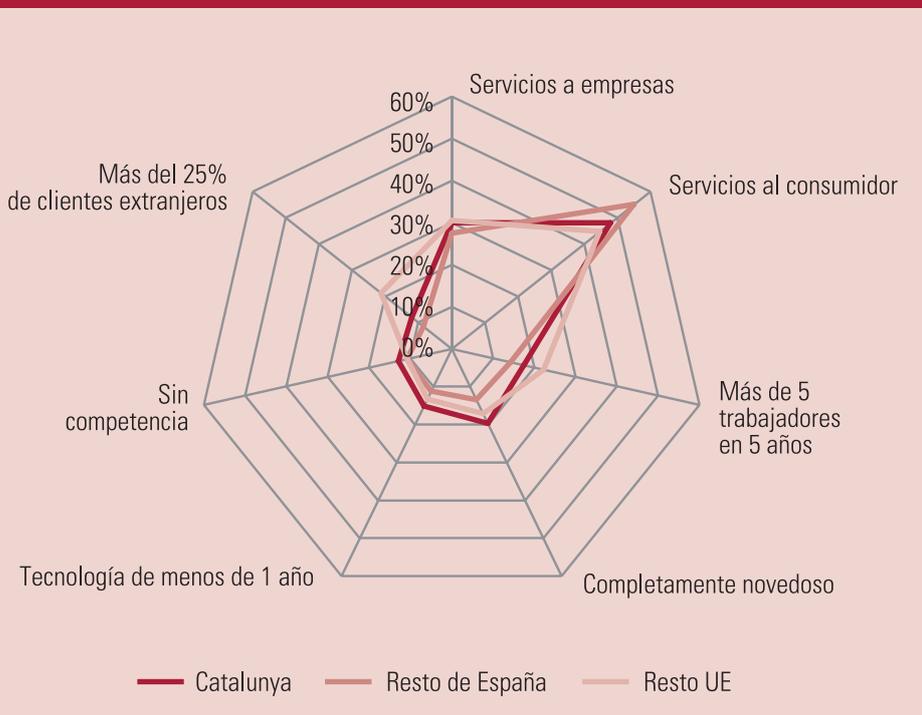
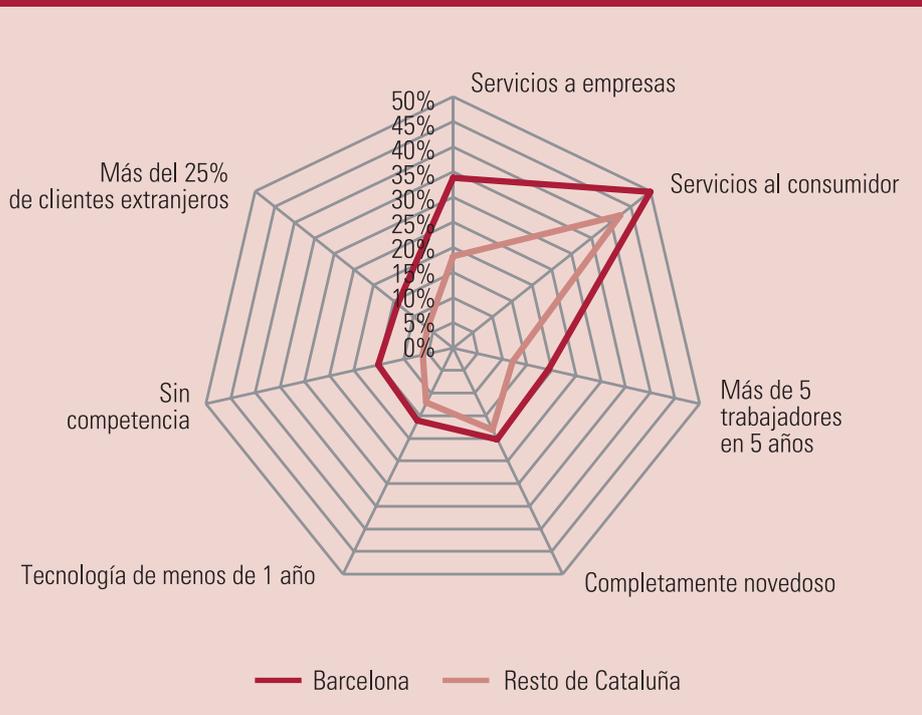


Gráfico 5.20. Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña en 2013 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2013



6. El entorno emprendedor

El entorno incluye la acción conjunta de varios grupos de factores (económicos, sociales, culturales, políticos u otros) que influyen sobre el desarrollo de la actividad empresarial. Muchas de las nuevas pymes intentan reducir la influencia de los factores del entorno ocupando nichos o segmentos específicos. Por ello, el entorno más próximo a la empresa (o entorno específico) cobra especial relevancia en el análisis de la creación y el crecimiento de las nuevas empresas.

El proyecto GEM a través de una herramienta propia, la encuesta a expertos, recoge información acerca del estado de los factores que la literatura especializada identifica más influyentes en el contexto emprendedor.

Llegados a este punto y antes de proseguir con los resultados de la encuesta a expertos, como los factores anteriores no hacen referencia al contexto económico de un país y la mayoría de la actividad emprendedora se desarrolla en el mercado nacional, es relevante contextualizar la situación de Cataluña y España para entender mejor el proceso emprendedor acaecido durante el 2013.

Se están sufriendo duramente los desequilibrios generados durante la etapa de crecimiento previa a la crisis, que se pueden resumir en los siguientes:

- Crecimiento excesivo de la demanda nacional, por encima del crecimiento del producto, que provocó un elevado déficit exterior y un elevado nivel de endeudamiento privado.
- Elevado stock de viviendas sin vender, padeciendo las consecuencias de la burbuja inmobiliaria.
- Pérdida de competitividad-costes desde la entrada del euro respecto a los países de la eurozona.
- Excesiva concentración de riesgos en el sector inmobiliario por parte de las entidades financieras.
- Crecimiento del gasto público por encima de su nivel sostenible a largo plazo.

Caracterizándose la economía española en 2013 por:

- Reducción del PIB de 1,2%, a pesar del crecimiento del 0.17% en el cuarto trimestre. La aportación de la demanda nacional al crecimiento del PIB restó 2.7 puntos porcentuales, sumando el saldo exterior 1.5 puntos porcentuales.

- Estos datos se explican por la disminución del 2.1% del consumo privado, del 2,3% del consumo público, del 5.1% de la formación bruta de capital fijo (el crecimiento del 1.7% de la inversión en bienes de equipo no pudo compensar el descenso del 9.6% en la inversión en construcción). Por otro lado, las exportaciones de bienes y servicios aumentaron un 4.9% y las importaciones sólo un 0.4%. Esta balanza tuvo un superávit del 2.4% del PIB y la de por cuenta corriente de un 0.8%, positivo por primera vez desde 1997.
- El empleo sufrió una caída del 3.4% (a pesar del ligero crecimiento del último trimestre) y el paro aumento 1.4pp hasta el 26.4%.
- La productividad aparente del factor trabajo aumentó un 2.3% y la remuneración de los asalariados cayó un 3.5%, por lo que el excedente bruto de explotación creció un 1.6%. El coste laboral por unidad producida (CLU), que tiene en cuenta los dos anteriores –coste laboral por trabajador y productividad-, disminuyó un 1.6%, siguiendo el proceso de ajuste salarial, de devaluación interna para recuperar la competitividad perdida desde la entrada del euro; obteniendo niveles de CLU todavía algo superiores a la media de la eurozona en la industria y muy altos respecto a Alemania.

Una vez realizada esta breve descripción de 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 medias de tendencia que como valores absolutos.

En cuanto a los aspectos metodológicos, en el proyecto GEM Cataluña 2013 participaron 36 expertos en nueve condiciones del entorno (financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales), sobre las que dieron su opinión por medio de un cuestionarios con escalas Likert de 5 puntos (1=completamente falso, 5=completamente cierto). Además, a través de dos preguntas abiertas, 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.

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, con valores similares al año anterior.

Como se observa en la tabla 6.1, la mayoría de variables ha obtenido una valoración media inferior a 3, siendo las condiciones del entorno que han recibido una puntuación menor: la financiación para emprendedores (1.9), la educación y formación emprendedora en la etapa escolar (2.1) y las políticas gubernamentales asociadas con la burocracia e impuestos (2.2); que coinciden con las tres peor valoradas en España, con puntuaciones, respectivamente, de 1.8, 1.4 y 2.0.

También obtienen bajas puntuaciones la transferencia de I+D (2.4), las barreras de acceso al mercado interno (2.4), las políticas gubernamentales que priorizan el emprendimiento y lo apoyan (2.5), normas sociales y culturales (2.5), la legislación de la propiedad intelectual (2.6), la dinámica del mercado interno (2.6) y la educación y formación emprendedora en la etapa post escolar (2.7).

Por otro lado, de nuevo, reciben la mejor puntuación la valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor (3.6) y el acceso a la infraestructura física y de servicios (3.6).

Además, también obtienen una buena valoración el apoyo al emprendimiento femenino (3.2) y los programas gubernamentales (3.1).

En suma, según los expertos encuestados, se dispone de una buena infraestructura física y de servicios, un consumidor exigente que valora la innovación y unos programas gubernamentales que, a pesar de la crisis, estimulan y facilitan el proceso emprendedor. La parte a mejorar es la financiación; la burocracia, impuestos y costes de la Seguridad Social, así como la educación emprendedora, sobre todo en la etapa escolar.

Esta última se mantiene como una de las asignaturas pendientes, a pesar de los esfuerzos que se están realizando. También es cierto que es la que se tiene que trabajar más a largo plazo. Las otras dos son más urgentes.

Respecto a las políticas gubernamentales asociadas con la burocracia e impuestos, el informe *Paying Taxes 2014*, elaborado por PwC y el Banco Mundial, señala

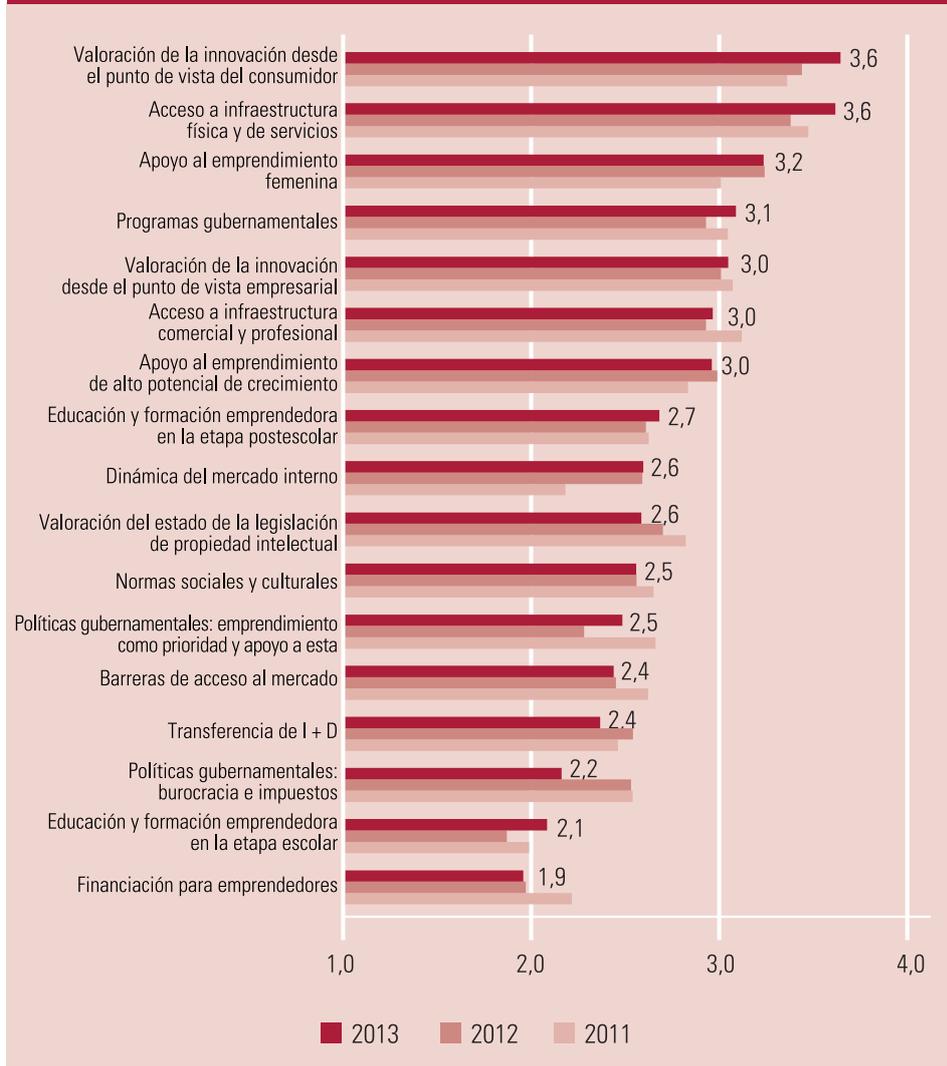
que España es el tercer país de Europa en 2012 con más carga tributaria para las empresas (58.6%: 21,2 puntos corresponden al impuesto sobre sociedades y el resto, 36,8 puntos, a las cotizaciones sociales), sólo por detrás de Italia (65.8%) y Francia (64.7%), y por encima de la media europea (41.1%)

Los graves problemas de financiación que indican los expertos coinciden con los señalados en octubre pasado por Ayuso (2103) desde el Banco de España, que constata que, pese a que el coste de financiación de las entidades españolas ha disminuido desde el verano de 2012, continúa siendo más elevado que en los países del núcleo de la eurozona, debido tanto a la fragmentación de los mercados comunitarios de financiación como al deterioro de la calidad crediticia de los prestatarios, que incide negativamente sobre sus condiciones de acceso al crédito. Además, las grandes refinanciaciones lastiman la financiación a la pyme.

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 compañías de nueva creación o que tratan de establecer relaciones crediticias con un nuevo prestamista, por lo que la mayoría sufre unas condiciones de financiación más restrictivas de lo que estaría justificado por su solvencia.

Ayuso acaba remarcando que durante un cierto periodo de tiempo la financiación crecerá menos que el PIB, lo que perjudicará sobre todos a las pymes. Y con escaso crédito a las pymes, motores del empleo en nuestro país, la recuperación será más lenta y menos robusta.

Gráfico 6.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña (periodo 2011-2013)



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

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

Los resultados de Cataluña y resto de España son bastantes similares, pero respecto al resto de UE se tienen oportunidades de mejora en casi todos los ámbitos:

legislación de la propiedad intelectual, financiación para los emprendedores, innovación empresarial, apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento, dinámica del mercado interno, burocracia e impuestos, acceso a infraestructura comercial y profesional, acceso a infraestructura física y de servicios y transferencia de I+D.

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

Gráfico 6.2. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, resto de España y resto UE en 2013

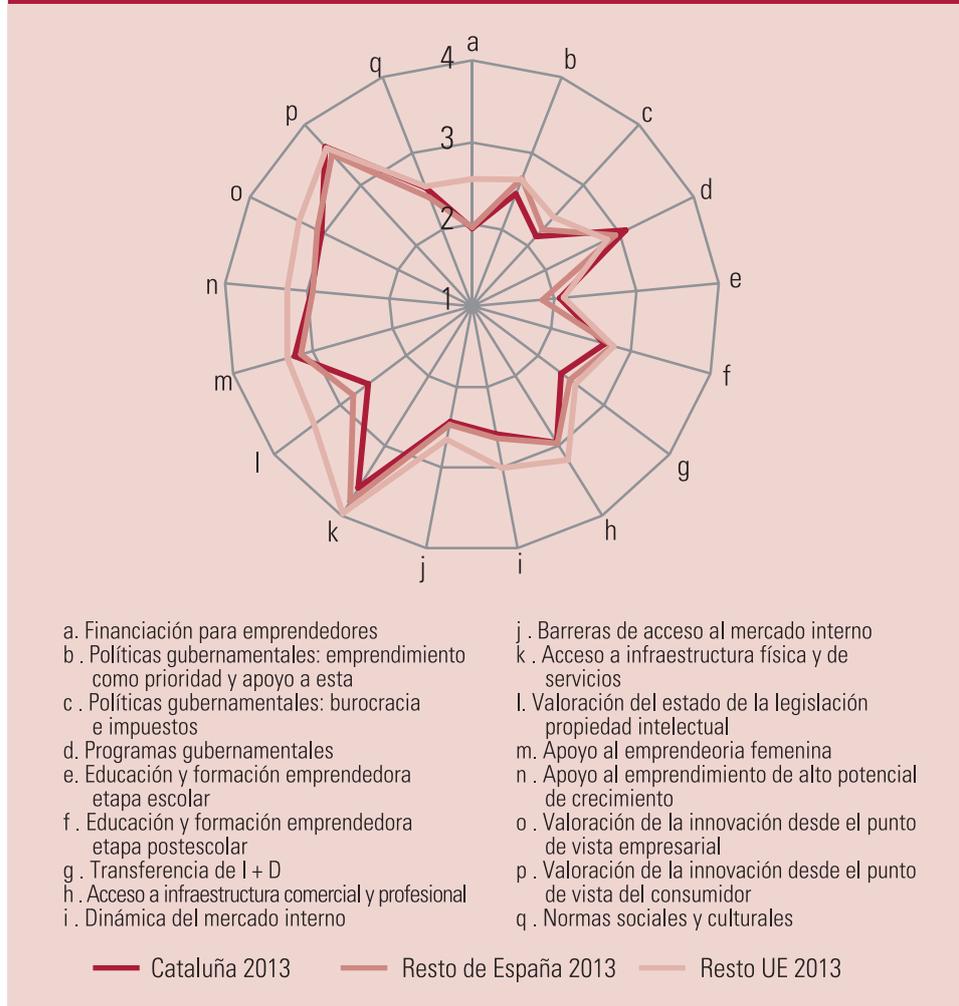


Tabla 6.1. Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas en el 2013

	EUROPA		COMUNIDADES AUTÓNOMAS															
	PAÍSES DE LA UE INNOVACIÓN	ESPAÑA	ANDALUCÍA	ARAGÓN	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA Y LEÓN	CASTILLA LA MANCHA	CATALUÑA	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	MADRID CA	MURCIA	NAVARRA	PAIS VASCO	MADRID C	
Financiación para emprendedores	2,5	1,8	1,9	2,3	1,9	1,8	1,8	2,0	1,9	1,9	1,9	2,1	1,9	2,3	1,8	2,2	2,2	
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	2,6	2,3	3,0	2,6	2,6	2,7	2,5	3,0	2,5	2,5	3,0	2,6	2,6	2,6	2,5	2,7	3,1	
Políticas gubernamentales: burocracia	2,4	2,0	2,1	2,3	2,2	2,2	2,6	2,3	2,2	2,3	2,2	2,3	2,3	2,3	2,1	2,5	2,5	
Programas gubernamentales	2,8	3,1	3,0	3,0	2,9	2,9	3,0	2,7	3,1	3,0	2,9	2,9	2,7	3,0	2,9	3,3	3,3	
Educación y formación(etapa escolar)	2,1	1,4	1,7	1,9	1,9	1,9	2,0	1,8	2,1	1,8	1,9	1,7	1,7	1,9	2,2	1,8	1,9	
Educación y formación (etapa post escolar)	2,8	2,3	2,5	2,7	3,2	3,0	3,0	2,6	2,7	2,8	2,6	2,5	2,7	2,7	2,8	2,9	2,8	
Transferencia de I + D	2,5	2,2	2,5	2,8	2,4	2,3	2,3	2,5	2,4	2,4	2,5	2,6	2,3	2,8	2,5	2,5	2,7	
Infraestructura comercial y profesional	3,2	2,5	3,0	3,2	3,0	2,8	3,0	2,8	3,0	3,0	2,9	2,9	3,0	3,2	3,0	2,8	3,4	
Mercado interno: dinámica	2,9	2,1	2,4	2,9	2,5	2,7	2,7	2,5	2,6	2,8	2,7	2,5	2,4	2,9	2,8	2,6	2,5	
Mercado interno: barreras	2,6	2,3	2,5	2,6	2,4	2,5	2,4	2,3	2,4	2,5	2,4	2,5	2,3	2,6	2,3	2,6	2,8	
Acceso a infraestructura física	3,9	3,9	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,6	3,6	3,7	3,6	3,8	3,9	3,9	3,9	3,9	4,0	
Normas sociales y culturales	2,5	2,1	2,2	2,4	2,5	2,5	2,6	2,4	2,5	2,5	2,5	2,4	2,2	2,4	2,5	2,4	2,7	
Percepción de oportunidades	3,2	2,8	3,0	2,7	2,8	2,3	2,7	2,8	3,0	3,0	2,4	2,7	2,8	2,7	2,5	2,8	3,1	
Habilidades	2,4	2,0	2,2	2,1	2,2	2,1	2,2	2,0	2,1	2,3	2,3	2,2	2,1	2,1	2,2	2,4	2,5	
Motivaciones	3,3	3,1	2,7	3,0	3,0	2,9	3,3	2,7	3,0	3,2	2,6	3,0	2,9	3,0	2,9	2,6	3,1	
Valoración propiedad intelectual	3,3	2,6	2,7	2,9	3,1	2,7	2,9	2,6	2,6	2,8	3,0	2,7	2,5	2,9	2,7	3,0	2,9	
Apoyo al emprendimiento femenino	3,3	2,9	3,1	3,2	3,2	3,3	3,1	2,9	3,2	3,2	3,3	3,2	2,9	3,2	3,0	3,2	3,2	
Apoyo al alto potencial de crecimiento	3,2	2,7	2,8	3,1	2,8	3,0	2,9	2,7	3,0	2,9	2,9	3,0	2,8	3,1	3,1	2,9	3,4	
Valoración de la innovación: empresarial	3,3	2,9	3,0	3,3	2,9	2,8	3,2	2,9	3,0	3,2	3,1	2,9	3,2	3,3	3,3	3,2	3,6	
Valoración de la innovación: consumidor	3,6	4,0	3,5	3,6	3,4	3,3	3,5	3,6	3,6	3,7	3,5	3,6	3,7	3,6	3,5	3,2	3,7	

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

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

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

Según se muestra en el Gráfico 6.3, los tres principales obstáculos señalados en Cataluña en 2013 coinciden con los de España: el acceso a la financiación (80%), las políticas gubernamentales (40%) y las normas sociales y culturales (37%); repitiendo anualmente en los primeros puestos. Seguidos por el clima económico (34%) y la crisis económica (26%).

En cuanto a los apoyos, tal y como se observa en el Gráfico 6.4, los principales han sido: la educación y formación, la elevada cualificación de los emprendedores (40%); el estado del mercado laboral (37%); la transferencia de I+D (34%) y los programas gubernamentales (34%).

Remarcar el elevado crecimiento de la influencia del estado del mercado laboral, desde un 6% en 2011 al 37% en 2013. Un mercado laboral -con muy bajas perspectivas de trabajo por cuenta ajena, sobre todo en determinadas franjas de edad y cualificación; con un paro elevado; con personas con finalización de la prestación por desempleo; con previsiones de una crisis mucho más larga de los esperado; entre otros- que ha empujado a muchos a establecerse por su cuenta como medio de subsistencia y autoempleo. Que coincide con el crecimiento de la actividad emprendedora por necesidad, que quedaba patente en el gráfico 3.23.

Es interesante indicar que las normas sociales y culturales aparecen tanto como un obstáculo (37%) como un apoyo (26%), señal de que, seguramente, es un factor estructural que todavía limita pero que está cambiando positivamente.

Las tres principales recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno de la actividad emprendedora son las mismas que el año anterior: apoyo financiero (60%), políticas gubernamentales (60%) y programas gubernamentales (49%) (Gráfico 6.5). Sin olvidar el seguir perseverando en la educación y formación de la población (34%) y en las normas sociales y culturales (23%). Interesante remarcar que es la primera vez que aparece la necesidad de reducir la corrupción (9%).

Llegados a este punto, como algunas de estas recomendaciones para la mejora del entorno de la actividad emprendedora hacen referencia a ámbitos de actuación de los políticos, acabaremos retomando las palabras recientes de Paul Krugman en El País (23-3-14) en las que señala que una causa importante del fracaso, especialmente en Europa, es lo que denomina “trampa de la timidez”, la constante tendencia de los políticos con buenas ideas a quedarse a medio camino al aplicarlas y que, generalmente, esta timidez acaba saliendo mal, desde el punto de vista político e, incluso, económico.

Gráfico 6.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2013.

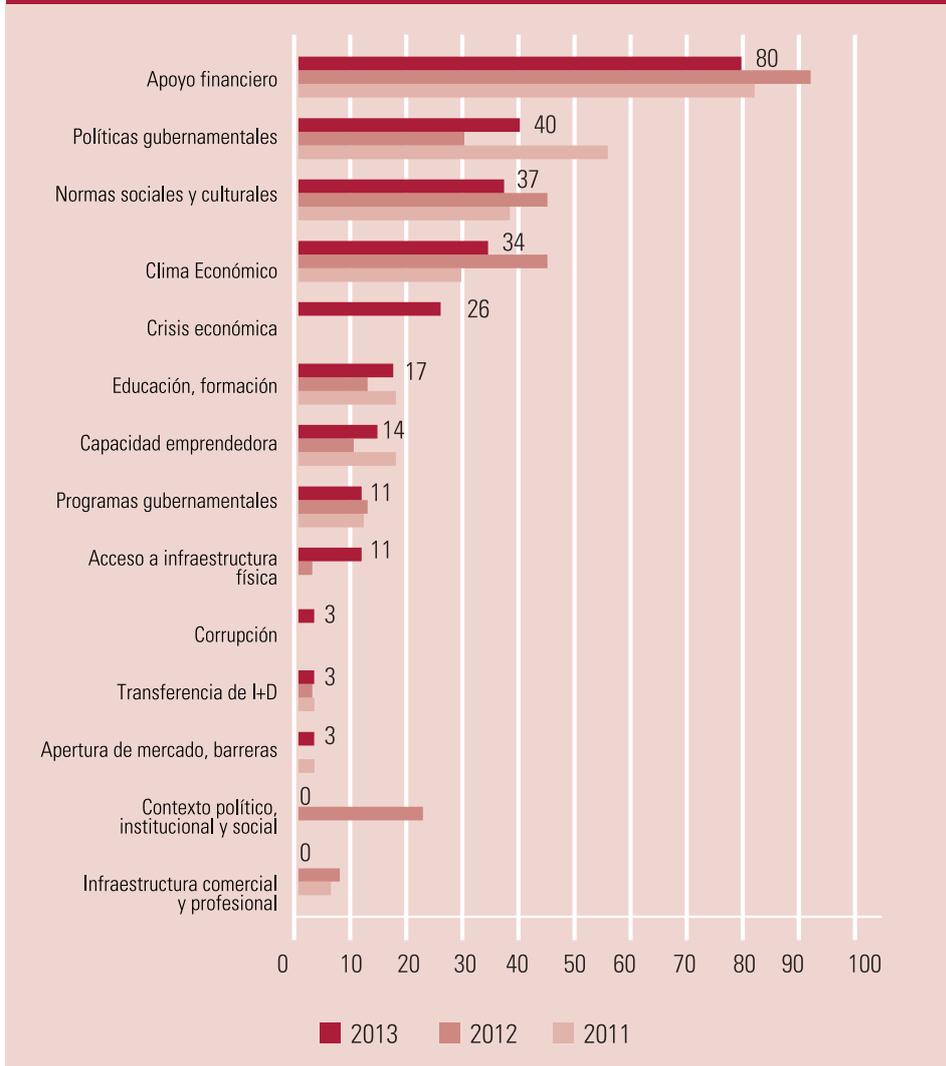


Gráfico 6.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2013.

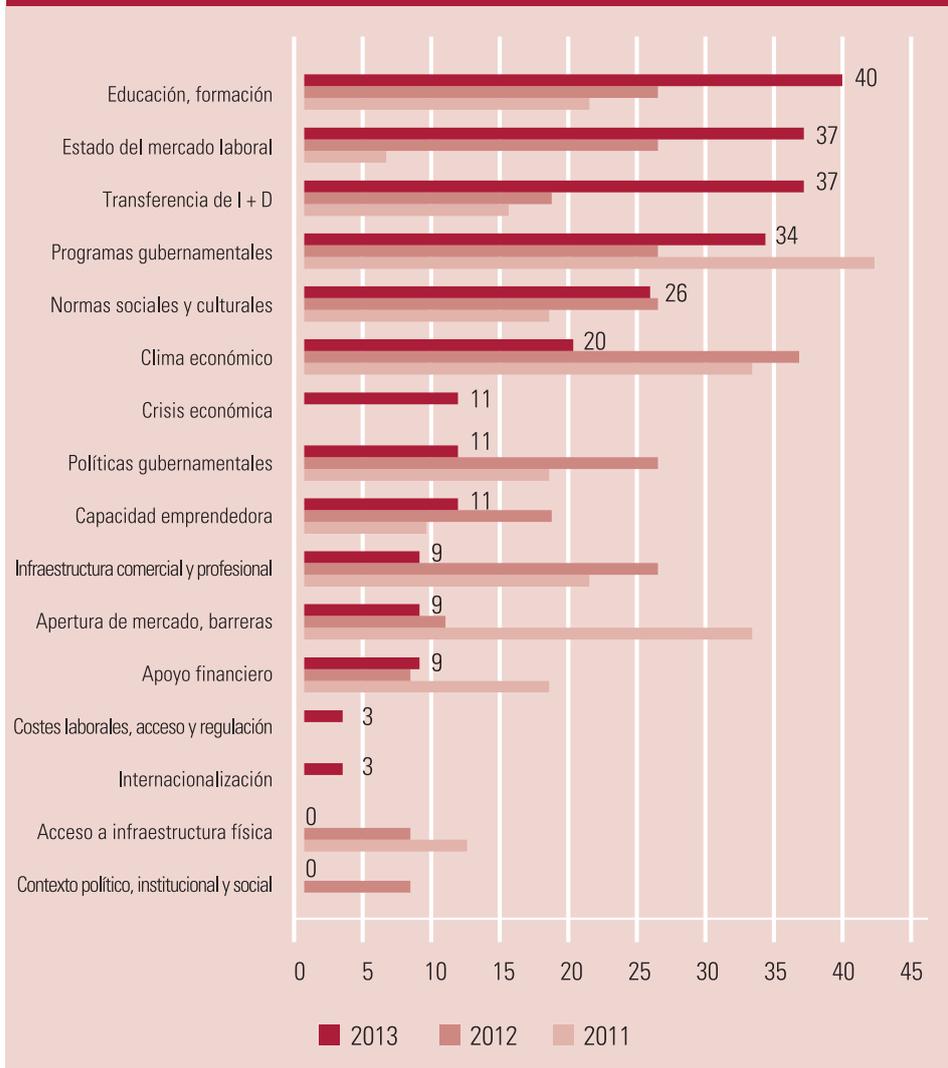
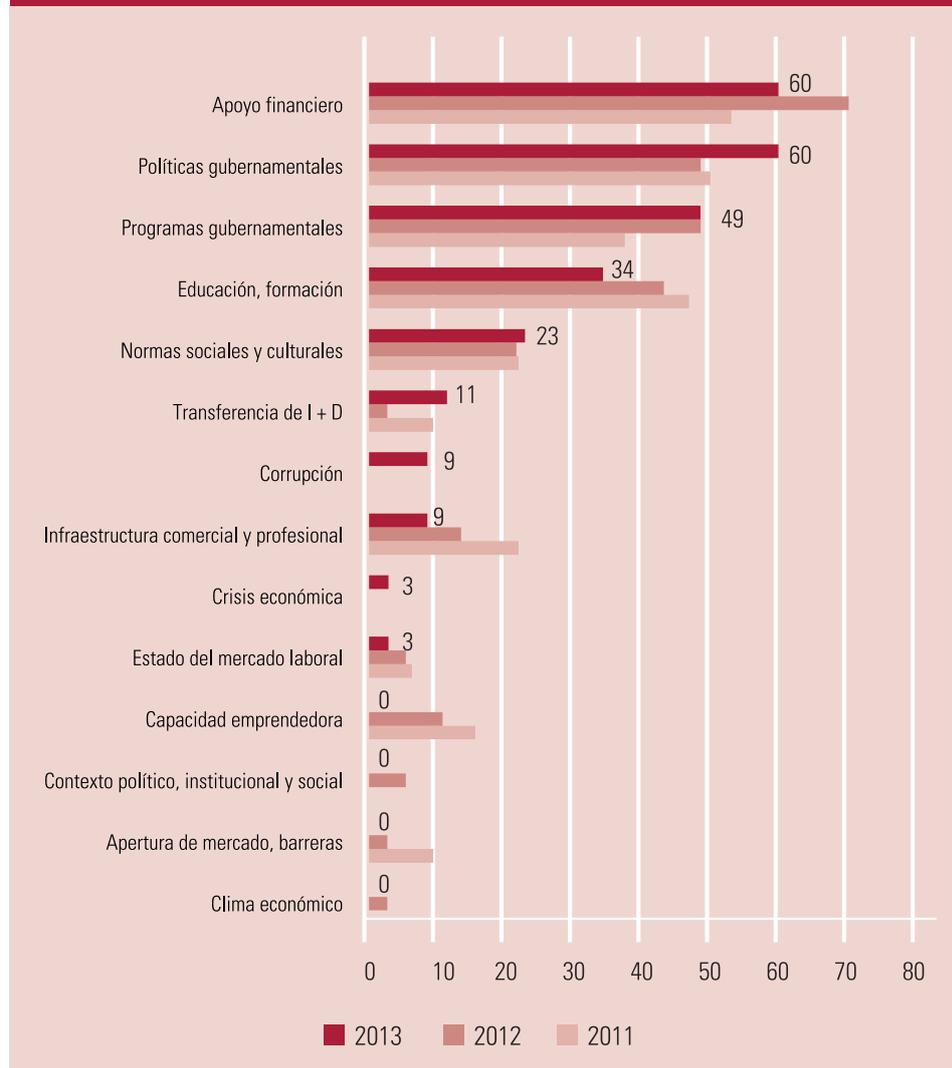


Gráfico 6.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2013.



Bibliografía

- ACS, Z. J.; VARGA, A. (2005). "Entrepreneurship, agglomeration and technological change". *Small Business Economics*, 24: 323-334.
- ACS, Z. J.; ARMINGTON, C.; ZHANG, T. (2007). "The Determinants of New-firm Survival across Regional Economies: The Role of Human Capital Stock and Knowledge Spillover". *Papers in Regional Science*, 86: 367-391. Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (pág. 179-211).
- ARENIUS, P. (2002). *Creation of firm-level social capital, its exploitation, and the process of early internationalization*. Tesis doctoral. Institute of Strategy and International Business, Helsinki University of Technology.
- ARENIUS, P.; MINNITI, M. (2005). "Perceptual variables and nascent entrepreneurship". *Small Business Economics*, 24: 233-247.
- AUDRETSCH, D.; KEILBACH, M.; LEHMANN, E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Oxford University Press.
- AUDRETSCH, D.B.; FRITSCH, M. (2002). "Growth regimes over time and space". *Regional Studies*, 36: 113-124.
- AYUSO, J. (2013). "Un análisis de la situación del crédito en España". *Boletín Mensual del Banco de España*, octubre.
- BARTIK, T. (1989). "Small Business Start-Ups in the United States: Estimates of the Effects of Characteristics of States". *Southern Economic Journal*, 55 (4): 1004-18.
- BAUM, J.R.; LOCKE, E.A.; SMITH, K.G. (2001). "A multidimensional model of venture growth". *Academy of Management Journal*, 44: 292-303.
- BECKER, G.S. (1975). *Human Capital*. National Bureau of Economic Research, New York.
- CAPELLERAS, J.L.; GENESCÀ, E. (2004). "Un análisis comparativo de las características de las microempresas en España". *Universia Business Review*, 2: 73-93.
- CAPELLERAS, J.L.; MOLE, K.M.; GREENE, F.J.; STOREY, D.J. (2008). "Do more heavily regulated economies have poorer performing new ventures? Evidence from Britain and Spain". *Journal of International Business Studies*, 39: 688-704.
- CAPELLERAS, J.L.; CONTIN, I. LARRAZA, M.; MARTÍN, V. (2013). "The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship". *Investigaciones Regionales*, 26: 96-113.
- CAPELLERAS, J.L.; GENESCÀ, E. (2005). "Factors determinants i comportament de l'ocupació per compte propi a Catalunya". *Informe Anual de l'Empresa Catalana 2004*, (pág. 151-161).
- CHRISMAN, J.; BAUERSCHMIDT, A.; HOFER, C. (1998). The determinants of new venture performance: an extended model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23: 5-29.
- COLOMBO, M. G.; GRILLI, L. (2005). "Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view". *Research Policy*, 34: 795-816.
- COLOMBO, M.; GRILLI, L. (2010). "On growth drivers of high-tech start-ups: Exploring the role of founders' human capital and venture capital". *Journal of Business Venturing*, 25: 610-626.
- COVIN, J. G.; SLEVIN, D. P. (1989). "Strategic management of small firms in hostile and benign environments". *Strategic Management Journal*, 10: 75-87.

- DAVIDSSON, P.; ACHTENHAGEN, L.; NALDI, L. (2006). "What do we know about small firm growth?". A: Parker, S. (ed.) *The life cycle of entrepreneurial ventures*. New York: Springer, (pág. 361-398).
- DOBBS, M.; HAMILTON, R.T. (2007). "Small business growth: recent evidence and new directions". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(5): 296-322
- EVANS, D.; LEIGHTON, L. (1989). "Some empirical aspects of entrepreneurship". *The American Economic Review*, 79(3); 519-535.
- Gilbert, B.; McDougall, P.; Audretsch, D. (2006). "New venture growth: A review and extension". *Journal of Management*, 32(6): 926-950.
- GENESCÀ, E.; URBANO, D.; CAPELLERAS, J.L.; GUALLARTE, C.; VERGÉS, J. (coords.) (2003). *Creación de empresas - Entrepreneurship*. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la UAB.
- GNyawali, D.R.; FOGEL, D.S. (1994). "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications". *Entrepreneurship Theory and Practice* (junio, pág. 43-62).
- GREVE, A.; J. SALAFF (2003). "Social Networks and Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1): 1-22.
- GUALLARTE, C.; MARTÍN, V.; OBIS, T. (2011). *El efecto de la crisis en las características de la iniciativa emprendedora de las personas con estudios universitarios*. XEU-Departament d'Empresa. UAB.
- JULIEN, P. (2000). "High growth SMEs: explanatory factors". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6 (2): 39-56.
- KRUEGER JR.: N.F.; BRAZEAL, D.V. (1994). "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs". *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(3): 91-104.
- LITTUNEN, H.; TOHMO, T. (2003). "The High Growth in New Metal-Based Manufacturing and Business Service Firms in Finland". *Small Business Economics*, 21: 187-200.
- MILLER, D. (1983). "The correlates of entrepreneurship in three types of firms". *Management Science*, 29: 770-791.
- NAHAPIET, J.; GHOSHAL, S. (1998). "Social capital, intellectual capital and the organizational advantage". *Academy of Management Review*, 22 (2): 242-266.
- PENROSE, E.T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Wiley, N.Y.
- REYNOLDS, P.D.; CAMP, S.M.; BYGRAVE, W.D.; AUTIO, E.; HAY, M. (2000, 2001). *GEM Global Entrepreneurship Monitor Report*, London Business School and Babson College.
- RITSILÄ, J.; TERVO, H. (2002). "Effects of unemployment on new firm formation: micro-level panel data evidence from Finland". *Small Business Economics*, 19: 31-40.
- SADLER-SMITH, E.; HAMPSON, Y.; CHASTON, I.; BADGER, B. (2003). "Managerial behavior, entrepreneurial style, and small firm performance". *Journal of Small Business Management* 41 (1): 47-67.
- SALAS, V.; SANCHEZ-ASIN, J.J. (2006). "Entrepreneurship, Management Services and Economic Growth". *Social Science Research Network*, WP No. 878620.

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

SHAPERO, A. (1971). *An Action Program for Entrepreneurship: The Design of Action Experiments to Elicit Technical Company Formation in the Ozarks Region*, Austin, Texas.

SHAPERO, A. (1982). "Social dimensions of entrepreneurship". A: Kent, C.; Sexton, D.; Vesper, K. (eds.) *The encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NY: Prentice Hall, (pàg. 72-90).

SPENCE, M. (1973). "Job Market Signaling". *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3): 355-374.

STOREY, D.J. (1991). "The birth of new firms - Does unemployment matter? A review of evidence". *Small Business Economics*, 3: 167-178.

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

SUSBAUER, J.C. (1969). *The Technical Company Formation Process: A particular aspect of entrepreneurship*. Tesi doctoral. Universitat de Texas, Austin.

THURIK, R.; VERHEUL, I. (2003). "The relationship between entrepreneurship and unemployment: the case of Spain". A: Genescà *et al.* (coord.) *Creación de empresas - Entrepreneurship*. Servei de Publicacions de la UAB, Bellaterra, (pàg. 521-547).

UCBASARAN, D.; WESTHEAD, P.; WRIGHT, M. (2008). "Opportunity Identification and Pursuit: Does an Entrepreneur's Human Capital Matter?". *Small Business Economics*, 30 (2): 153-73.

VECIANA, J.M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Colecció Estudis Econòmics. Servei d'Estudis de La Caixa.

VECIANA, J.M. (2002). "Tendencias de desarrollo en la creación de empresas". Material del Seminario sobre Creación de Empresas, Universidad del General Sarmiento, Buenos Aires.

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

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

Listado de tablas, figuras y gráficos

Listado de tablas

Taula 1.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta catalana	6
Taula 1.2. Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña 2013	11
Tabla 1.3. Cuadro de Mando Integral GEM España 2013	12
Tabla 1.4. Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona 2013	13
Tabla 2.1. Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en el 2013 por tipo de economía	34
Tabla 3.1. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2013 clasificados por tipo de economía	56
Tabla 4.1. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013	61
Tabla 4.2. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013	61
Tabla 4.3. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en resto de España en el 2013	62
Tabla 4.4. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en el 2013	62
Tabla 5.1. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña en el 2013	82
Tabla 5.2. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en resto de España en el 2013	82
Tabla 5.3. Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en el 2013. Análisis por tipo de economía	93
Tabla 6.1. Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas en el 2013	104

Listado de Figuras

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

Listado de Gráficos

Gráfico 2.1. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	16
Gráfico 2.2. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	17
Gráfico 2.3. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender	18
Gráfico 2.4. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	19
Gráfico 2.5. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia	21
Gráfico 2.6. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	21
Gráfico 2.7. Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender	22
Gráfico 2.8. Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	22

Gráfico 2.9. Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida	24
Gráfico 2.10. Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	24
Gráfico 2.11. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico	25
Gráfico 2.12. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	26
Gráfico 2.13. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional	26
Gráfico 2.14. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	27
Gráfico 2.15. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación	28
Gráfico 2.16. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de si se está o no involucrado en la actividad emprendedora	28
Gráfico 2.17. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	29
Gráfico 2.18. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cataluña y resto de España	30
Gráfico 2.19. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto al resto de España y al resto de países GEM de la UE impulsados por la innovación	31
Gráfico 2.20. Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña	32
Gráfico 2.21. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes según que estén involucrados o no en cualquier fase del proceso emprendedor	33
Gráfico 2.22. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de la percepción de oportunidades y auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender en el 2013	35
Gráfico 2.23. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia en el 2013	36
Gráfico 3.1. El proceso emprendedor en Cataluña: tasa de población adulta involucrada en el proceso empresarial (emprendedores potenciales, en fase inicial y consolidados)	39
Gráfico 3.2. Abandono de la actividad empresarial en Cataluña en el 2013	39
Gráfico 3.3. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2013	40
Gráfico 3.4. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2013	40
Gráfico 3.5. El proceso emprendedor en el resto de España en el 2013	41
Gráfico 3.6. El proceso emprendedor en España en el 2013	41
Gráfico 3.7. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales	42
Gráfico 3.8. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales	42
Gráfico 3.9. Cuadro resumen del proceso emprendedor en el resto España con variaciones interanuales	43
Gráfico 3.10. Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales	43
Gráfico 3.11. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2013	44
Gráfico 3.12. Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2013	45
Gráfico 3.13. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos de Cataluña y resto de España durante el periodo 2004-2013	46
Gráfico 3.14. Evolución del índice TEA por demarcaciones durante el periodo 2004-2013	46

Gráfico 3.15. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2004-2013	47
Gráfico 3.16. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses durante el periodo 2004-2013	47
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 2004-2013, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) y en los que se cierra	48
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 negocio continúa (traspaso) en Barcelona, Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2007-2013	49
Gráfico 3.19. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2013 según el motivo para emprender	51
Gráfico 3.20. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2013 según el motivo para emprender	51
Gráfico 3.21. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender	52
Gráfico 3.22. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender	52
Gráfico 3.23. Evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2005-2013 según el motivo para emprender	53
Gráfico 3.24. Evolución del índice TEA en Cataluña, resto de España y resto de Europa durante el periodo 2005-2013 según el motivo para emprender es por oportunidad o por necesidad	53
Gráfico 3.25. Evolución de la ratio Necesidad/Oportunidad como indicativo de la calidad del emprendimiento durante el periodo 2005-2013	54
Gráfico 3.26. Relación cuadrática entre el indicador TEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita en el 2013	57
Gráfico 3.27. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes, nuevos de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2013	58
Gráfico 3.28. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en cierres de empresas en el 2013	59
Gráfico 4.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013	62
Gráfico 4.2. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013	63
Gráfico 4.3. Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2003-2013	63
Gráfico 4.4. Evolución del TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y resto de España en el periodo 2004-2013	64
Gráfico 4.5. Evolución del TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña, resto de España y resto EU en el periodo 2006-2013	64
Gráfico 4.6. Percepciones, valores y aptitudes de las personas jóvenes (18-34 años) y maduras (35-64) involucradas en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña	65
Gráfico 4.7. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013	66
Gráfico 4.8. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013	66
Gráfico 4.9. Evolución índice TEA por género en Cataluña durante el periodo 2004-2013	67
Gráfico 4.10. Evolución TEA femenino en Cataluña, resto de España y resto UE en el periodo 2004-2013	67
Gráfico 4.11. Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2013	68
Gráfico 4.12. Percepciones, valores y aptitudes de los hombres y mujeres involucrados en cualquier fase del proceso emprendedor en Cataluña	68

Gráfico 4.13. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña en el 2013	71
Gráfico 4.14. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona en el 2013	71
Gráfico 4.15. Evolución índice TEA por nivel de educación en España durante el periodo 2004-2013	72
Gráfico 4.16. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013, según si cuenta con educación específica para emprender	72
Gráfico 4.17. Evolución índice TEA por nivel de renta en Cataluña durante el periodo 2004-2013	73
Gráfico 4.18. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013 por nivel de renta	74
Gráfico 4.19. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013 por nivel de renta	74
Gráfico 4.20. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2013 por situación laboral	75
Gráfico 4.21. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona en el 2013 por situación laboral	76
Gráfico 4.22. Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2013	76
Gráfico 5.1. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2013	79
Gráfico 5.2. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2013	79
Gráfico 5.3. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2013	80
Gráfico 5.4. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2004-2013	81
Gráfico 5.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en Barcelona, Cataluña y resto de España durante el periodo 2004-2013	83
Gráfico 5.6. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2013	85
Gráfico 5.7. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el tamaño de empleo esperado a cinco años en el periodo 2006-2013	85
Gráfico 5.8. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2013	87
Gráfico 5.9. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2013	87
Gráfico 5.10. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2013	88
Gráfico 5.11. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña por la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2013	88
Gráfico 5.12. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2013	89
Gráfico 5.13. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2013	89
Gráfico 5.14. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2013	90
Gráfico 5.15. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2013	91
Gráfico 5.16. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumo en el 2013	94

Gráfico 5.17. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2013 ofrecían un producto nuevo para todos los clientes, que usaban tecnologías con menos de un año de antigüedad y que no tenían competencia	95
Gráfico 5.18. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las demás comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2013 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años	96
Gráfico 5.19. Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media del resto de España y del resto UE en 2013 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2013	97
Gráfico 5.20. Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña en 2013 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) en 2013	97
Gráfico 6.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para en Cataluña (periodo 2011-2013)	102
Gráfico 6.2. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, resto de España y resto UE en 2013	103
Gráfico 6.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2013	106
Gráfico 6.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2011-2013	107
Gráfico 6.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2005-2013	108

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2013

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales GEM	Ricardo Hernández (Director GEM-España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de Cise) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Red Española de Equipos Regionales GEM	Banco Santander UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales GEM Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Mañacas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Universidad de Zaragoza Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Directora GEM-Cantabria) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Sánchez Ruiz Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rodríguez	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Iberdrola Universidad de León
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director técnico) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum, Catral Export. Fundación Juan Perán-Pikolinos, Fundación Manuel Peláez Castillo, Goldcar, Grupo Eulen, Grupo Soledad, Mustang, Panfer, Seur, Vectalia, Escuela de Empresarios (EDEM), Universidad Miguel Hernández de Elche

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunió Antonio Fernández Portillo José Nicolás Montero Jaramillo Raúl Rodríguez Preciado	Gobierno de Extremadura Universidad de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Hoy Diario de Extremadura El Periódico de Extremadura Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Caja Rural de Extremadura Imedexsa. Caja Duero La Caixa Gestyona, S.L. Grupo Ros Multimedia Garrigues Cofex Cetix Diputación de Badajoz Fundación Cáceres Capital Fundación Cívica Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez Mª Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret José Andres Lopez Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Universidades, Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Crecemos con Europa Universidad de Murcia Cátedra de Emprendedores CEEIM Fundación Cajamurcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Víctor Martín Sánchez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad, y Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Iñaki Peña y Maribel Guerrero (Directores GEM-País Vasco) Eissa Alrumaithi José L. González-Pernía Ana Blanco María Saiz Jon Hoyos Nerea González Saioa Arando David Urbano	Eusko Ikaskuntza SPRI. Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Iñaki Ortega Cachón (Director GEM-Madrid Ciudad) Esther Caurín Arribas (Coordinadora) Iván Soto San Andrés Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Equipos de la Red GEM España

