



Global Entrepreneurship Monitor **Informe executiu Catalunya 2014**



Amb la col·laboració de:



Universitat Autònoma
de Barcelona

Autors i equip de recerca:

Carlos Gualarte (director GEM Catalunya)
Joan Lluís Capelleras
Marc Figuls
Enric Genescà
Carlos Martínez
Teresa Obis

Coordinació editorial:

Carme Cuartielles

Traduccions i correcció de textos:

Sira Ponsa

Maquetació i disseny:

zipzapsocial.com

ISBN 978-84-92940-20-2

Les dades utilitzades per a la confecció d'aquest informe són recollides pel Consorci Internacional GEM. La seva anàlisi i interpretació és responsabilitat exclusiva dels autors.

ÍNDEX

1. Presentació i resum executiu	3
1.1. El projecte GEM (Global Entrepreneurship Monitor)	3
1.2. Metodologia	5
1.3. Resum executiu	6
1.4. Quadre de comandament integral	10
2. Valors, percepcions i aptituds emprenedores de la població catalana	14
2.1. Percepció d'oportunitats de la població catalana i de les seves aptituds per emprendre	16
2.2. Percepció de la població catalana sobre factors socioculturals i la seva influència en l'emprenedoria	20
2.3. 'Benchmarking' internacional i per comunitats autònomes sobre els valors, percepcions i aptituds per emprendre	32
3. L'activitat emprenedora i les seves característiques	38
3.1. Indicadors del procés emprenedor	38
3.2. Dinàmica de l'activitat emprenedora	47
3.3. Motivació per emprendre: oportunitat 'versus' necessitat	53
3.4. 'Benchmarking' internacional i per comunitats autònomes de l'activitat emprenedora	59
4. Perfil de les persones involucrades en el procés emprenedor	64
4.1. Distribució per edat	64
4.2. Distribució per gènere	72
4.3. Distribució per nivell d'educació	78
4.4. Distribució per nivell de renda	83
4.5. Distribució per situació laboral	85
5. Perfil empresarial i aspiracions de l'activitat emprenedora a Catalunya	88
5.1. Aspectes generals del negoci	89
5.2. Finançament de l'activitat emprenedora naixent	92
5.3. Expectatives de creixement	94
5.4. Orientació innovadora	96
5.5. Orientació internacional	100
5.6. 'Benchmarking' internacional i per comunitats autònomes de les aspiracions de l'activitat emprenedora	102
6. L'entorn emprenedor	109
6.1. Valoració de les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya	111
6.2. 'Benchmarking' internacional sobre les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya	113
6.3. Anàlisi dels obstacles, suports i recomanacions a l'activitat emprenedora a Catalunya	114
Bibliografia	121
Llistat de taules, figures i gràfics	123
Llistat de taules	123
Llistat de figures	123
Llistat de gràfics	124
Relació dels equips integrants de la xarxa GEM Espanya 2014	129

1. Presentació i resum executiu

1.1. El projecte GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*)

La creació d'empreses és la saba del sistema d'economia de mercat i un dels principals motors de desenvolupament econòmic i social d'un país (Audretsch i Fritsch, 2002; Acs, Armington i Zhang, 2007), tant per la influència que té sobre el creixement econòmic com en la generació de llocs de treball (Storey i Greene, 2010) i, en conseqüència, clau per aconseguir una economia competitiva i sostenible, que garanteixi el benestar social (Lundström *et al.*, 2014).

Això no obstant, les dificultats per trobar una definició precisa d'iniciativa empresarial han obstaculitzat durant anys la constatació empírica de la relació entre emprenedoria i creixement econòmic, especialment quan es volen realitzar comparacions entre països. La iniciativa emprenedora engloba un ampli ventall d'activitats heterogènies i, en general, en descriure-la es fa com si fos una activitat homogènia, i aquesta és una de les limitacions de moltes de les investigacions que es fan en aquest camp. Alguns autors, entre els quals hi ha els iniciadors del projecte GEM (Reynolds *et al.*, 2000), aposten per identificar la iniciativa empresarial amb les primeres etapes del negoci, ja que les polítiques d'estímul per a la creació i desenvolupament d'empreses s'orienten en bona mesura a aquestes primeres fases.

El projecte GEM, el va començar el 1999 el *Babson College* i la *London Business School* com un observatori internacional amb la participació de deu països, té com a objectiu analitzar el fenomen emprenedor i proporcionar dades de les àrees fonamentals que nodreixen la investigació relacionada amb l'emprenedoria: els valors, les percepcions i les aptituds de la població adulta activa; l'activitat emprenedora i les seves característiques, i el context en què es desenvolupa el procés emprenedor.

A aquest projecte s'hi han anat sumant els equips d'investigació de les principals universitats del món que treballen en aquest camp. Espanya s'hi va incorporar l'any 2000 i Catalunya el 2003. Actualment, en el cicle 2014, hi han participat més de 75 països, així com gairebé totes les comunitats autònomes d'Espanya. L'Associació RED GEM Espanya amb més de 130 investigadors, 19 universitats i més de 90 institucions i constitueix un potent recurs per la capacitat d'estudi, diagnòstic i investigació sobre l'activitat emprenedora. Tot això fa que, actualment, el projecte GEM sigui l'estudi de referència internacional en el camp de l'emprenedoria.

Tots els participants operen sota un mateix model teòric (figura 1.1), una metodologia (apartat 1.2), homogeneïtzació i tractament de les dades, la qual cosa possibilita la comparació del procés emprenedor (figura 1.2) entre les diferents zones geogràfiques, un factor que és el més rellevant d'aquest observatori anual.

El projecte GEM-Catalunya s'ha dut a terme en el marc de l'Observatori de la Petita i Mitjana Empresa, una iniciativa conjunta entre l'Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona i el Departament d'Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), i la realització ha estat possible gràcies al patrocini de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic Local de la Diputació de Barcelona i del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

Aquest informe GEM Catalunya 2014, el dotzè de la sèrie, ofereix al lector l'oportunitat de conèixer l'activitat emprenedora catalana amb rigor, contrastadament i comparativament. Així mateix, esperem que serveixi de punt de partida per a altres anàlisis i reflexions d'interès, tant per als encarregats de formular les polítiques i programes vinculats a la iniciativa emprenedora com per a tots aquells a qui aquesta qüestió suscita interès.

Figura 1.1. Model teòric GEM

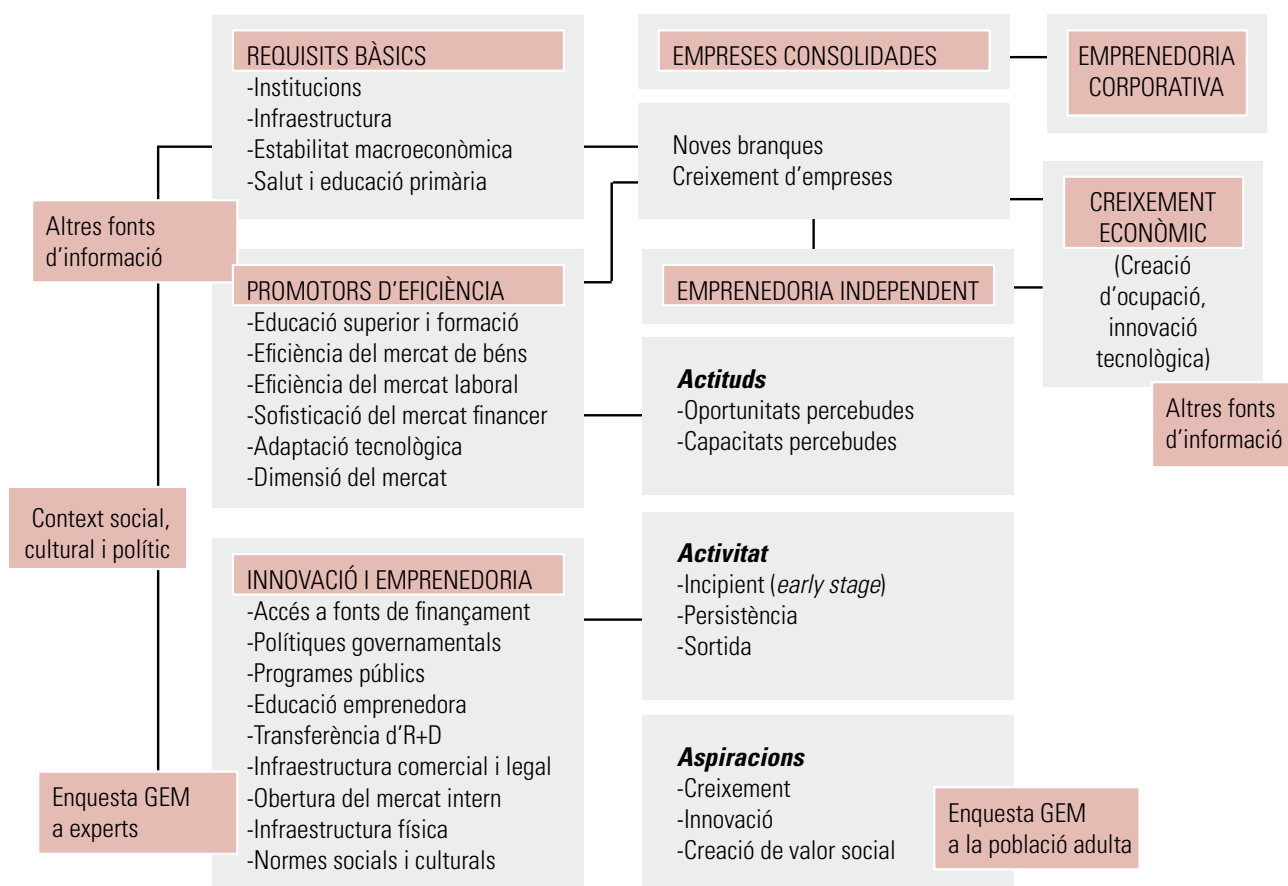
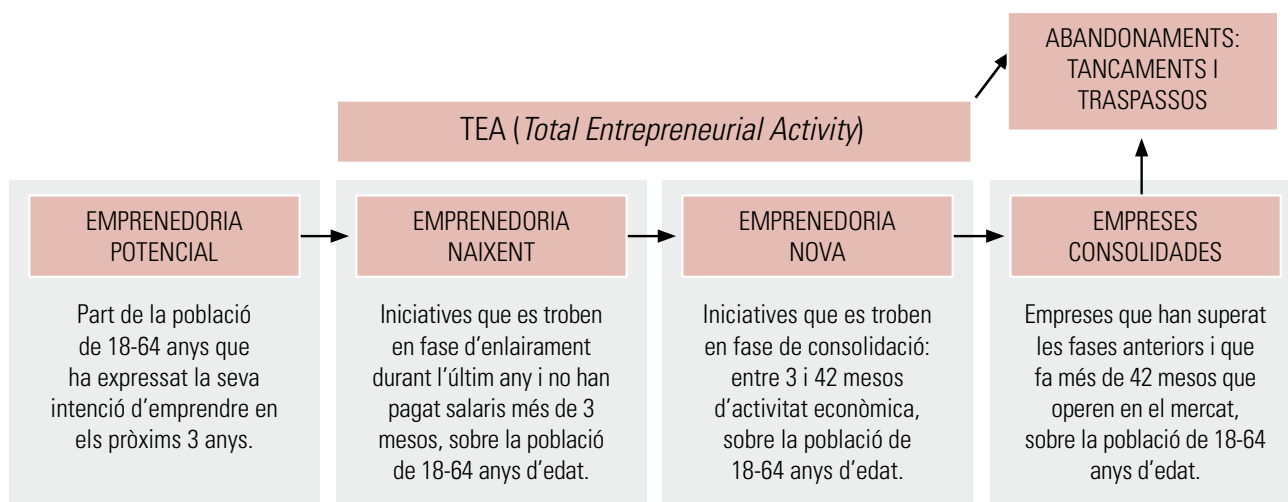


Figura 1.2. El procés emprenedor en el projecte GEM



1.2. Metodologia

L'observatori GEM es basa en tres fonts d'informació que es detallen a la figura 1.3. Les dues primeres, basades en eines originals del Projecte, són sotmeses a rigorosos controls de qualitat per assegurar que les respostes obtingudes en tots els països participants siguin comparables. La tercera són dades secundàries, especialment de tipus econòmic i social.

Figura 1.3. Les fonts d'informació que nodreixen l'observatori GEM

1	ENQUESTA A LA POBLACIÓ DE 18-64 ANYS D'EDAT (ASP: Adult Population Survey)	• Serveix per obtenir els principals indicadors d'activitat emprenedora i caracteritzar-la. • Es duu a terme entre els mesos d'abril i juliol a totes les nacions, regions o ciutats participants. • A Catalunya s'han entrevistat 2.000 persones, i a la taula 1.1 es detalla la fitxa tècnica de l'enquesta.
2	ENQUESTA ALS EXPERTS EN L'ENTORN PER EMPRENDRE (NES: National Expert Survey)	• Serveix per valorar l'estat de les principals variables que influeixen en el procés emprenedor i que en poden condicionar la magnitud i les característiques. • Cada país, regió o ciutat selecciona una mostra representativa de 36 experts en 9 àmbits: finançament, polítiques governamentals, programes públics, educació, transferència d'R+D, infraestructura comercial i física, obertura del mercat intern i normes socials i culturals, que són entrevistats mitjançant un ampli qüestionari dissenyat per GEM. • L'enquesta es duu a terme entre els mesos de març i juliol.
3	FONTS SECUNDÀRIES	• Anualment, GEM recopila informació de les més prestigioses fonts (FMI, OCRE, Eurostat, ONU, INE, WYB, etc.) sobre: desenvolupament econòmic, demografia, mercat laboral, innovació, competitivitat, educació i totes aquelles variables que considera rellevants amb relació a l'anàlisi de l'activitat emprenedora. • La recopilació es fa de juliol a setembre i s'intenta proporcionar als equips la dada més actualitzada, juntament amb les sèries temporals necessàries.

L'enquesta a la població adulta catalana entre 18 i 64 anys es va dur a terme d'acord amb les característiques de la fitxa tècnica que es presenta a la taula 1.1.

Taula 1.1. Fitxa tècnica de l'enquesta a la població adulta catalana

Univers:	Població resident a Catalunya de 18 a 64 anys
Població objectiu:	4.785.424 individus
Mostra:	2.000 individus
Marge de confiança:	95,0%
Error mostral:	$\pm 2,19\%$ per al conjunt de la mostra
Variància:	Màxima indeterminació ($p=q=50\%$)
Període realització d'enquestes:	juny - juliol de 2014
Treball de camp, enregistrament i creació bases de dades:	Institut Opinòmetre
Distribució de la mostra	
Gènere:	Homes: 996 i Dones: 1.004
Àmbit:	Urbà: 1.780 i Rural: 220
Estat:	18-24: 185; 25-34: 395; 35-44: 550; 45-54: 458; 55-64: 412
Província:	Barcelona: 1467; Girona: 200; Lleida: 118; Tarragona: 215

1.3. Resum executiu

Després d'haver experimentat una caiguda l'any anterior, la taxa d'activitat emprenedora (TEA) a Catalunya va millorar i es va situar al 7,54%. Aquesta TEA, així com la de Barcelona, estan per sobre de la mitjana de la resta de països d'economies basades en innovació de la Unió Europea (6,9%) i molt per sobre de la resta d'Espanya (5,1%).

Aquest augment pot ser el reflex de la tendència positiva que es detecta en alguns dels valors i percepcions de la població adulta catalana enquestada. Concretament, per tercer any consecutiu es produeix un increment en la percepció d'oportunitats. Així mateix, els experts enquestats detecten lleugers símptomes favorables a l'entorn.

Amb tot, en els factors socioculturals encara hi ha moltes oportunitats de millora. Tot i que emprendre es considera una bona opció professional i que en els mitjans de comunicació apareguin històries d'èxit empresarial, encara no es considera que generi un bon estatus social i econòmic (a gran distància de la resta d'Europa). Per això és tan important el màrqueting de testimoni i dels models de referència, que han millorat aquest any.

Respecte de la composició i evolució de la TEA:

- El creixement de la TEA en un 14% respecte del 2013 ha estat fonamentalment motivat pel gran augment (32%) dels emprenedors nous, emprenedors amb una activitat entre 4 i 42 mesos, que busquen fer-se un

lloc en el mercat i consolidar l'empresa. Molt més rellevants pel recorregut i l'impacte en l'economia que els naixents (fins a 3 mesos d'activitat).

– A la TEA, com ja és habitual, més de la meitat correspon a emprenedors naixents que estan intentant engegar un negoci (4,37% de la població adulta), mentre que la resta (3,17% de la població adulta) són emprenedors nous. Això suposa que per cada emprenedor naixent hi ha 0,73 emprenedors nous. No només la TEA és més gran, sinó que el pes d'aquests últims també ho és respecte de la resta d'Espanya, on la ràtio és de 0,64.

– Des del 2010 no ha parat de créixer la TEA dels emprenedors en fase inicial d'edat compresa entre els 18 i els 24 anys, i ha passat del 2% al 9,1% el 2014, amb un increment del 82% respecte del 2013.

– Emprendre a Catalunya continua essent una activitat en què predominen els homes. Una mica més de sis de cada deu emprenedors (61%) en fase inicial són del gènere masculí. No obstant això, l'activitat emprenedora femenina a Catalunya (5,9%) continua essent superior a la de la resta d'Espanya (4,3%) i la resta d'Europa (5,0%).

– Es manté la proporció relativament alta d'emprenedors catalans amb un nivell educatiu alt, així com amb formació específica per emprendre. Precisament, la TEA de les persones que tenen educació superior ha estat 20,5%; en destaca el fet que la més alta a Catalunya ha estat la femenina amb nivell d'educació alt (26%), que a Barcelona va arribar al 27%.

– Segons el motiu pel qual van emprendre, el 68% ho va fer per aprofitar una oportunitat, i aquesta TEA (5,2%) és un 67% més gran que la de la resta d'Espanya (3,3%) i igual que la de la resta d'Europa (5,1%).

– Una altra dada positiva és que la ràtio TEA per necessitat/TEA per oportunitat, que indica la qualitat de l'activitat emprenedora, després de quatre anys de fort creixement, ha disminuït lleugerament. El trencament d'aquesta tendència és destacable, ja que s'ha produït en un context de continu creixement tant a la resta d'Espanya com a la resta d'Europa.

La taxa d'emprenedors potencials (persones que declaren tenir intencions d'emprendre en els pròxims tres anys) el 2014 ha estat del 9,7%, una xifra superior a

la d'abans de la crisi, i continua el rejuveniment de la població que la integra. Es manté en aquesta població una alta proporció que està a l'atur (26%), igual que en els naixents (23%).

Molt rellevant és la reducció a la meitat dels tancaments d'empreses. No només van disminuir un 15% les persones que l'últim any havien abandonat una activitat empresarial (1,48% de la població adulta), sinó que la majoria d'aquests negocis no es van tancar. Com que l'observatori GEM distingeix entre l'abandonament per venda o traspàs del que ho és per tancament efectiu de l'activitat, el primer representa el 0,80% (amb un increment del 130% respecte de l'any anterior) i el segon només el 0,68% (amb una caiguda del 51% respecte del 2013). És a dir, s'ha passat d'un abandonament per tancament el 2013 de l'1,40% a un valor de 0,68% el 2014, mentre que a la resta d'Espanya s'ha mantingut (d'1,40% a 1,36% el 2014).

El projecte GEM també analitza les característiques de les noves empreses creades pels emprenedors a Catalunya. En concret, s'examinen el sector d'activitat en què s'emmarca el nou negoci, el finançament utilitzat per llançar-lo, la dimensió inicial i les aspiracions de creixement, així com el grau d'orientació innovadora i internacional, i els principals resultats han estat:

- En línia amb la tendència dels últims anys, el 2014 la meitat dels emprenedors catalans en fase inicial es concentren en el comerç de béns de consum (51%) i gairebé un terç donen serveis a empreses (31%). En aquest context, es continuen creant empreses molt petites, la majoria sense empleats (un 71%).

- El 2014 el 50% dels projectes naixents a Catalunya ha necessitat una inversió de com a mínim 20.000€. El percentatge d'inversors privats ha augmentat lleugerament el 2014 respecte del 2013.

- Les aspiracions de creixement dels emprenedors catalans continuen essent baixes. De manera similar, només un percentatge petit (7%) considera que el grau de novetat dels productes és elevat. Poc menys del 10% manifesta estar utilitzant tecnologies d'última generació. També es manté la tendència dels últims anys a concentrar-se en el mercat local.

- En comparació amb les economies basades en la innovació, els emprenedors catalans que es dediquen a serveis a empreses i serveis al

consum suposen una proporció més elevada del total. Tanmateix, les seves expectatives de creixement, la novetat dels productes i la seva orientació internacional són menors.

– Respecte de la resta d'Espanya, els emprenedors a Barcelona i Catalunya que ofereixen serveis a empreses també suposen un percentatge superior. En canvi, les expectatives de creixement i la novetat dels seus productes estan per sota dels de la resta d'Espanya. A Barcelona els emprenedors tendeixen a disposar de tecnologies recents en una proporció més elevada que a la resta de Catalunya, però les seves expectatives de creixement són més baixes.

Per als experts enquestats, les condicions de l'entorn per emprendre han millorat lleugerament, però continuen essent poc favorables. Consideren que es disposa d'una bona infraestructura física i de serveis, així com infraestructura comercial i professional. També valoren positivament els programes promoguts per organismes públics, la majoria dels quals són d'àmbit local i autonòmic. La part que cal millorar, com l'any passat encara és el finançament, la burocràcia i els impostos, així com l'educació emprenedora, sobretot en l'etapa escolar. Aquesta última es manté com una de les assignatures pendents. Les quatre principals recomanacions per a la millora de les condicions de l'entorn de l'activitat emprenedora són les mateixes que l'any anterior: suport financer (67%), polítiques públiques (67%), educació i formació (33%) i programes governamentals (28 %); encara que les dues últimes han intercanviat l'ordre.

Alguns dels experts han emfatitzat en les seves recomanacions dos temes: la dimensió de les empreses i la qualitat de les iniciatives emprenedores, claus per al canvi i la regeneració del teixit productiu, així com per a la creació d'ocupació.

En economies basades en la innovació no és tan important la taxa d'activitat emprenedora com la qualitat d'aquesta, és a dir, la capacitat de créixer i innovar, així com de competir internacionalment, que és, aquest, un dels aspectes prioritaris.

En les investigacions sobre les empreses d'alt creixement, les variables característiques de les empreses gasela joves són el nivell d'educació formal de l'empresari directiu i la motivació per crear l'empresa, així com el capital relacional. Per aquest motiu, les polítiques de foment a la creació d'empreses haurien d'estar centrades en el territori com a factor de desenvolupament endogen i estar orientades als jaciments d'empresaris, dels quals els principals són els universitaris (titulats, investiga-

dors, etc.) i els directius d'empresa. I això és així perquè en la societat del coneixement les persones que estan més ben preparades per crear i fer créixer empreses basades en noves tecnologies i, per tant, de valor afegit, capaces de competir a escala internacional i susceptibles de crear llocs de treball amb salaris alts, són les que estan tècnicament capacitades i suficientment motivades, començant perquè el veritable motiu per crear l'empresa sigui aprofitar una oportunitat.

Com que els dos grans reptes de la nostra economia són guanyar competitivitat i augmentar el ritme de creació d'ocupació, la mida de les empreses és fonamental. Per tal millorar la competitivitat de les empreses i incrementar les exportacions, simplificant, hi ha dues vies: disminuir el preu de les exportacions tot mantenint la qualitat, o augmentar la qualitat i mantenir el preu. Des de la crisi, el camí seguit ha estat el de reduir notablement els costos laborals unitaris, però aquest camí està gairebé esgotat. L'altra és millorar la qualitat dels productes exportats, fruit de la capacitat d'innovar i del desenvolupament tecnològic de les empreses. Però una de les claus que determina aquesta capacitat, així com la d'entrar en nous mercats internacionals, és la dimensió. La manca de dimensió provoca escasses economies d'escala de les inversions, baixa R+D, limitacions en l'accés al crèdit, al personal qualificat, a noves tecnologies i a mercats internacionals. I Catalunya, així com Espanya, té un percentatge, en comparació amb altres països europeus, excessivament alt de microempreses en el sector industrial, que, a més, no han deixat de reduir-se en favor dels serveis.

Per aquests motius, un dels objectius de les polítiques i programes governamentals hauria de ser el creixement de les empreses, dissenyar un entorn que afavoreixi una dimensió més elevada de les empreses catalanes per tal que siguin més innovadores i millorar la qualitat de llurs exportacions. I reconeixem, ja d'entrada, que és una tasca complicada i que no té fàcil resposta.

1.4. Quadre de comandament integral

En aquest apartat es recullen els indicadors més rellevants que ofereix l'Informe GEM Catalunya 2014 en forma de quadre de comandament integral o Balanced Scorecard, seguint la mateixa estructura que l'Informe GEM Espanya 2014 i així poder facilitar comparacions (taules 1.2 a 1.4). Els indicadors que es presenten són:

- Els valors, actituds i aspiracions emprenedores en la població.
- Les taxes d'activitat emprenedora d'entre 0 i 3,5 anys en el mercat (TEA).
- La distribució de la TEA per diferents categories de la variable.
- La valoració mitjana dels experts de les condicions de l'entorn.

Taula 1.2. Quadre de comandament integral GEM Catalunya 2014

Valors, actituds i aspiracions emprenedores en la població	2013	2014	Evolució
Té una certa xarxa social (coneix emprenedors)	32,3%	37,2%	Augmenta
Percep bones oportunitats per emprendre	18,1%	22,6%	Augmenta
Reconeix en si mateix habilitats i coneixements per emprendre	50,7%	51,9%	Augmenta
La por davant del fracàs és un obstacle per emprendre	45,5%	45,0%	Estable
Pensa que la població catalana posseeix esperit competitiu	26,4%	27,0%	Estable
Té intenció d'emprendre en els pròxims tres anys	10,9%	9,7%	Disminueix
Ha abandonat una activitat per tancar-la o traspasar-la o per jubilació	1,75%	1,48%	Disminueix
Ha actuat d'inversor informal o <i>Business Angel</i>	3,9%	4,2%	Augmenta
TEA, taxa d'iniciatives que duen entre 0 i 3,5 anys en el mercat sobre la població de 18-64 anys resident a Catalunya	2013	2014	Evolució
TEA Total	6,6%	7,5%	Augmenta
TEA Femenina (sobre total de població femenina de 18-64 anys)	4,8%	5,9%	Augmenta
TEA Masculina (sobre total de població masculina de 18-64 anys)	8,3%	9,1%	Augmenta
Distribució de l'índex TEA, pres com a 100%	2013	2014	Evolució
TEA per necessitat (iniciatives creades per falta d'alternatives de feina)	28,0%	27,6%	Estable
TEA per oportunitat (iniciatives que aprofiten un negoci detectat)	66,8%	68,4%	Augmenta
TEA per un altre motiu (iniciatives creades per altres motius)	5,3%	4,0%	Disminueix
TEA del sector extractiu o primari	1,5%	3,5%	Augmenta
TEA del sector transformador	20,6%	14,2%	Disminueix
TEA del sector de serveis a les empreses	29,9%	31,1%	Augmenta
TEA del sector orientat al consum	48,0%	51,1%	Augmenta
TEA sense treballadors	47,7%	70,5%	Augmenta
TEA d'1-5 treballadors	40,9%	23,8%	Disminueix
TEA de 6-19 treballadors	5,0%	4,5%	Disminueix
TEA de 20 treballadors o més	6,5%	1,1%	Disminueix
TEA iniciatives completament innovadores en producte o servei	19,7%	7,5%	Disminueix
TEA iniciatives sense competència en el principal mercat	12,9%	11,9%	Disminueix
TEA iniciatives que utilitzen tecnologia de menys d'un any en el mercat	15,1%	9,2%	Disminueix
TEA iniciatives que exporten més del 25%	12,1%	13,0%	Augmenta
TEA iniciatives amb expectativa de més 5 treballadors en 5 anys	17,5%	11,5%	Disminueix
Valoració mitjana dels experts de les condicions d'entorn (mínim 1—màxim 5)	2013	2014	Evolució
Finançament per a emprenedors	1,9	2,1	Augmenta
Polítiques governamentals: emprenedoria com a prioritat i el seu suport	2,5	2,5	Estable
Polítiques governamentals: burocràcia i impostos	2,2	2,3	Estable
Programes governamentals	3,1	3,1	Estable
Educació i formació emprenedora etapa escolar	2,1	2,0	Estable
Educació i formació emprenedora etapa postescolar	2,7	2,7	Estable
Transferència d'R+D	2,4	2,5	Estable
Existència i accés a infraestructura comercial i professional	3,0	3,2	Augmenta
Dinàmica del mercat intern	2,6	2,5	Estable
Barreres d'accés al mercat intern	2,4	2,4	Estable
Existència i accés a infraestructura física i de serveis	3,6	3,7	Estable
Normes socials i culturals	2,5	2,7	Augmenta

Taula 1.3. Quadre de comandament integral GEM Espanya 2014

Valors, actituds i aspiracions emprenedores en la població	2013	2014	Evolució
Té una certa xarxa social/models de referència (coneix emprenedors)	30,8%	35,7%	Augmenta
Percep bones oportunitats per emprendre	16,0%	22,6%	Augmenta
Reconeix en si mateix habilitats i coneixements per emprendre	48,4%	48,1%	Estable
La por davant del fracàs és un obstacle per emprendre	47,7%	46,5%	Disminueix
Pensa que la població espanyola posseeix esperit competitiu	26,1%	28,1%	Augmenta
Té intenció d'emprendre en els pròxims tres anys	9,3%	8,0%	Disminueix
Ha abandonat una activitat per tancar-la o traspasar-la o per jubilació	1,9%	1,9%	Estable
Ha actuat d'inversor informal o <i>Business Angel</i>	3,2%	3,7%	Augmenta
TEA, taxa d'iniciatives d'entre 0 i 3,5 anys en el mercat sobre població de 18-64 anys resident a Espanya	2013	2014	Evolució
TEA Total	5,2%	5,5%	Estable
TEA Femenina (sobre total de població femenina de 18-64 anys)	4,2%	4,6%	Estable
TEA Masculina (sobre total de població masculina de 18-64 anys)	6,2%	6,4%	Estable
Distribució de la TEA, presa com a 100%	2013	2014	Evolució
TEA per necessitat (iniciatives creades per falta d'alternatives de feina)	29,2%	29,8%	Estable
TEA per oportunitat (iniciatives que aprofiten un negoci detectat)	66,8%	66,1%	Estable
TEA per un altre motiu (iniciatives creades per altres motius)	4,0%	4,2%	Estable
TEA del sector extractiu o primari	3,5%	4,5%	Augmenta
TEA del sector transformador	14,9%	15,1%	Estable
TEA del sector de serveis a les empreses	28,0%	28,7%	Estable
TEA del sector orientat al consum	53,6%	51,8%	Disminueix
TEA sense treballadors	52,2%	54,7%	Augmenta
TEA d'1-5 treballadors	39,6%	37,1%	Disminueix
TEA de 6-19 treballadors	5,1%	6,5%	Augmenta
TEA de 20 treballadors o més	3,1%	1,7%	Disminueix
TEA iniciatives completament innovadores en producte o servei	14,7%	14,7%	Estable
TEA iniciatives sense competència en el principal mercat	11,2%	10,7%	Estable
TEA iniciatives que utilitzen tecnologies de menys d'un any en el mercat	12,0%	11,6%	Estable
TEA iniciatives que exporten més del 25%	9,3%	13,6%	Augmenta
TEA iniciatives amb expectativa de més 5 treballadors en 5 anys	14,9%	19,3%	Augmenta
Valoració mitjana dels experts de les condicions d'entorn (mínim 1-màxim 5)	2013	2014	Evolució
Finançament per a emprenedors	1,79	2,14	Augmenta
Polítiques governamentals: emprenedoria com a prioritat i el seu suport	2,34	2,50	Augmenta
Polítiques governamentals: burocràcia i impostos	2,01	2,40	Augmenta
Programes governamentals	3,05	2,88	Disminueix
Educació i formació emprenedora etapa escolar	1,37	1,84	Augmenta
Educació i formació emprenedora etapa postescolar	2,25	2,61	Augmenta
Transferència d'R+D	2,19	2,45	Augmenta
Existència i accés a infraestructura comercial i professional	2,53	3,03	Augmenta
Dinàmica del mercat intern	2,14	2,87	Augmenta
Barreres d'accés al mercat intern	2,28	2,47	Augmenta
Existència i accés a infraestructura física i de serveis	3,91	3,64	Disminueix
Normes socials i culturals	2,11	2,64	Augmenta

Taula 1.4. Quadre de comandament integral GEM Barcelona 2014

Valors, actituds i aspiracions emprenedores en la població	2013	2014	Evolució
Té una certa xarxa social (coneix emprenedors)	32,4%	34,8%	Augmenta
Percep bones oportunitats per emprendre	18,5%	22,7%	Augmenta
Reconeix en si mateix habilitats i coneixements per emprendre	49,3%	51,2%	Augmenta
La por davant del fracàs és un obstacle per emprendre	45,3%	44,5%	Disminueix
Pensa que la població catalana posseeix esperit competitiu	28,0%	26,6%	Disminueix
Té intenció d'emprendre en els pròxims tres anys	11,5%	10,2%	Disminueix
Ha abandonat una activitat per tancar-la o traspasar-la o per jubilació	1,70%	1,69%	Estable
Ha actuat d'inversor informal o <i>Business Angel</i>	4,0%	4,3%	Augmenta
TEA, taxa d'iniciatives d'entre 0 i 3,5 anys al mercat sobre població de 18-64 anys a Barcelona	2013	2014	Evolució
TEA Total	6,6%	7,3%	Augmenta
TEA Femenina (sobre total de població femenina de 18-64 anys)	5,7%	5,3%	Estable
TEA Masculina (sobre total de població masculina de 18-64 anys)	7,8%	9,2%	Augmenta
Distribució de la TEA, presa com a 100%	2013	2014	Evolució
TEA per necessitat (iniciatives creades per falta d'alternatives de feina)	30,2%	26,5%	Disminueix
TEA per oportunitat (iniciatives que aprofiten un negoci detectat)	64,8%	69,8%	Augmenta
TEA per un altre motiu (iniciatives creades per altres motius)	5,0%	3,7%	Disminueix
TEA del sector extractiu o primari	0,0%	2,0%	Augmenta
TEA del sector transformador	16,2%	14,1%	Disminueix
TEA del sector de serveis a les empreses	33,9%	34,9%	Augmenta
TEA del sector orientat al consum	49,9%	49,0%	Disminueix
TEA sense treballadors	44,3%	70,7%	Augmenta
TEA d'1-5 treballadors	44,2%	22,4%	Disminueix
TEA de 6-19 treballadors	4,8%	5,2%	Augmenta
TEA de 20 treballadors o més	6,8%	1,7%	Disminueix
TEA iniciatives completament innovadores en producte o servei	20,2%	7,4%	Disminueix
TEA iniciatives sense competència en el principal mercat	15,2%	12,1%	Disminueix
TEA iniciatives que utilitzen tecnologies de menys d'un any en el mercat	16,1%	10,2%	Disminueix
TEA iniciatives que exporten més del 25%	14,0%	11,0%	Disminueix
TEA iniciatives amb expectativa de més 5 treballadors en 5 anys	19,3%	10,6%	Disminueix

2. Valors, percepcions i aptituds emprenedores de la població catalana

L'estudi dels factors que incideixen en la decisió d'engegar una iniciativa emprenedora és un dels temes que tradicionalment ha despertat més interès entre els investigadors, i es constata que aquesta decisió depèn de múltiples factors. Alguns són externs a l'emprenedor, com la conjuntura econòmica, la legislació i les polítiques governamentals o les mesures de suport. Altres són més interns, com els valors, percepcions i aptituds. En qualsevol cas, tots acaben afectant amb més intensitat o menys la probabilitat de crear una empresa.

Seguint el model de Gnyawali i Fogel (1994), entre els factors que condicionen la decisió de crear una empresa destaquen (figura 2.1): si es perceben oportunitats; si es considera que es tenen les habilitats, els coneixements i l'experiència per engegar un nou negoci i gestionar-lo, i la predisposició a crear una empresa, que, alhora, depèn d'una sèrie de factors econòmics¹ i, fonamentalment, socioculturals. La prova empírica confirma que aquests factors, majoritàriament vinculats amb les percepcions de l'emprenedor, tenen un impacte altament significatiu en la decisió de crear una empresa (Capelleras *et al.*, 2013).

El projecte GEM analitza la majoria d'aquests factors. En els propers apartats se'n desenvoluparan tres: la percepció d'oportunitats, la possessió d'habilitats per crear i gestionar una empresa i els factors socioculturals, tant en relació amb la població involucrada en el procés emprenedor com la que no ho està, així com amb Catalunya, la resta d'Espanya (RE)² i la resta de països de la UE (RUE) que es consideren "economies basades en la innovació".

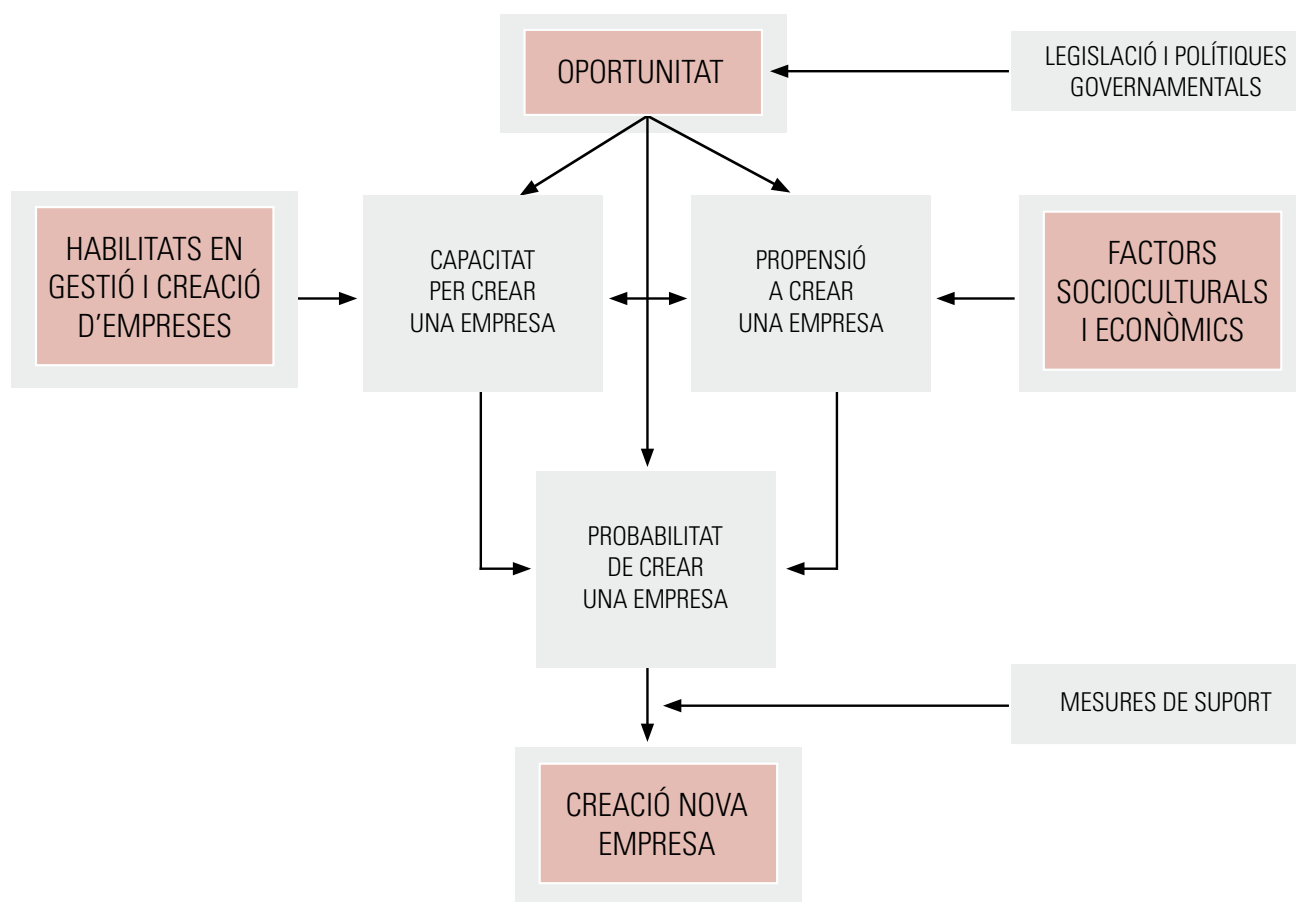
Un dels punts forts del projecte GEM és que permet comparar l'activitat emprenedora entre diferents països. Amb tot, a causa de les diferents característiques dels entorns, a vegades és recomanable classificar-los en diversos grups. Així, el *World Economic Forum* ho fa en tres grans categories que reflecteixen

¹ Com que no es pregunta directament a la població catalana aspectes de conjuntura econòmica del país, els factors econòmics que condicionen l'activitat emprenedora es tractaran a l'apartat 6 d'aquest treball, que són molt rellevants en un context com l'actual. Això no obstant, queden força reflectits en l'impacte de la creació d'empreses per necessitat, que es desenvolupa en el següent capítol (vegeu gràfic 3.30).

² Al llarg de l'estudi utilitzarem les abreviatures RE per a "resta d'Espanya", és a dir, Espanya sense Catalunya, i RUE per abreviar països amb economies basades en la innovació de la resta de la Unió Europea (sense Espanya).

els diferents estadis de desenvolupament econòmic³: economies basades en factors de producció, economies basades en l'eficiència i economies basades en la innovació. Espanya i, per tant, Catalunya, se situen en aquesta última categoria amb la majoria dels països europeus, països nord-americans i alguns països de l'est asiàtic. D'ara endavant, quan es compari Catalunya amb la resta de la UE es compararà precisament amb el conjunt de països de la UE que són considerats "economies basades en la innovació".

Figura 2.1. Factors que incideixen en la decisió de crear una empresa (Gnyawali i Fogel, 1994)



³ El *Global Competitiveness Report* (GCR) cita els països mitjançant les expressions anglosaxones: *factor driven*, *efficiency driven* i *innovation driven* per indicar el nivell de desenvolupament des de l'estadi més baix fins al més elevat. Per a més informació, consulteu els informes GCR al lloc web: <http://www.weforum.org>.

2.1. Percepció d'oportunitats de la població catalana i de les seves aptituds per emprendre

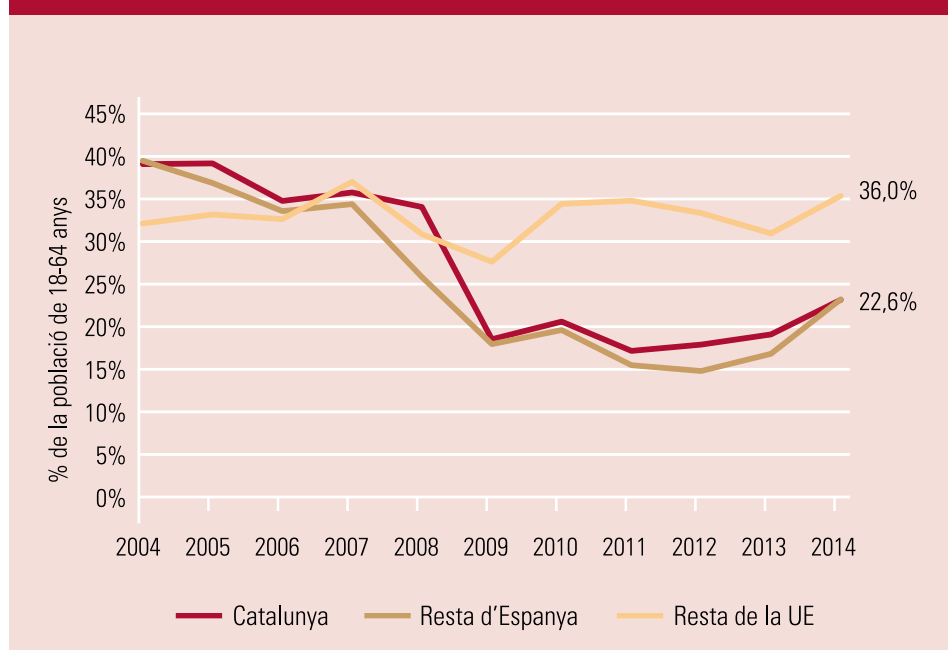
La identificació d'una oportunitat representa el principal punt de partida del procés emprenedor. El percentatge de persones de 18-64 anys a Catalunya que percep bones oportunitats per emprendre en els sis mesos posteriors al moment de l'entrevista és del 22,6% que, tot i així, continua des del 2009 molt per sota de la RUE (36,0%) (gràfic 2.1).

Després de tocar fons el 2011, hi ha una recuperació sostinguda durant aquests tres últims anys, que s'ha accentuat el 2014 amb un increment del 24,7% respecte de l'any anterior.

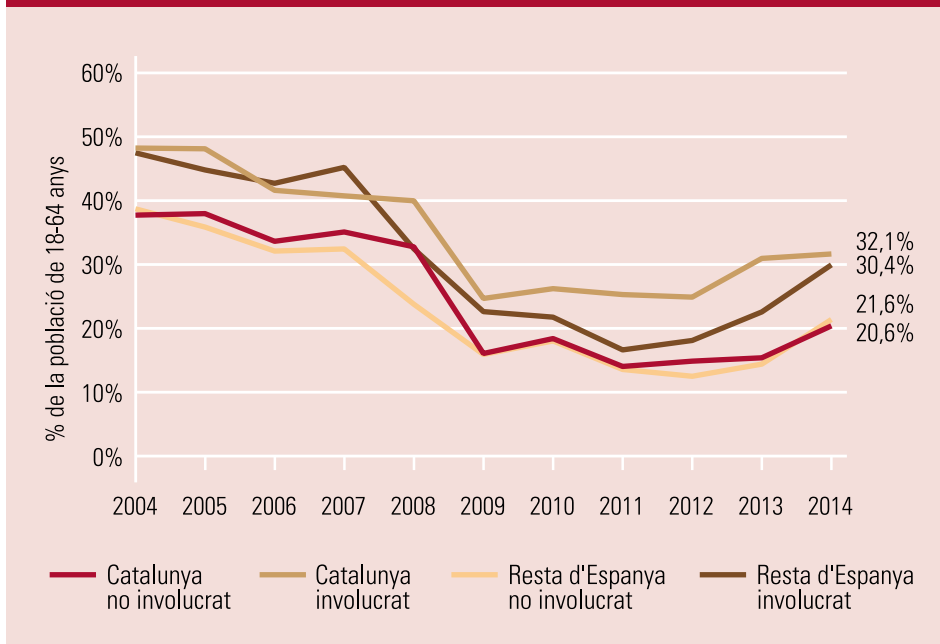
La percepció d'oportunitats varia molt segons si la persona està involucrada o no en el procés emprenedor. El 32,1% de la població implicada percep oportunitats per emprendre algun negoci, mentre que aquesta proporció baixa fins al 20,6% en els no implicats (gràfic 2.2).

L'esmentada millora de gairebé un 25% d'enguany es deu fonamentalment a la població no involucrada, que ha augmentat en la percepció d'oportunitats un 32,8% davant d'un 2,3% els involucrats. Aquest és un fet rellevant que posa de manifest que un percentatge considerable de la població catalana comença a detectar oportunitats de negoci que poden ser explotades en el seu entorn.

Gràfic 2.1. Evolució de la percepció d'oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos



Gràfic 2.2. Evolució de la percepció d'oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora



Un altre dels factors rellevants per aprofitar l'oportunitat en el moment en què es presenta, tant per a la creació del negoci com per al seu creixement, és la percepció que es posseeixen les habilitats i els coneixements necessaris, vinculats al desenvolupament d'activitats de gestió, de mercat, d'innovació o financeres. Contribueixen a reduir les barreres individuals en el moment d'emprendre, ja que la persona percep que és capaç de gestionar el projecte i redueix la por d'emprendre.

En aquest sentit, si bé les actituds i les motivacions de l'emprenedor són rellevants per al creixement, els coneixements i, concretament, el nivell d'habilitats directives, sembla ser que encara ho són més. Les investigacions en diversos països posen de manifest que el creixement de les empreses acabades de crear depèn en gran mesura de les habilitats directives de l'empresari, tant de les que tenia abans de crear la seva empresa com de les que hagi pogut adquirir gràcies a l'experiència en la direcció de la nova empresa (Colombo i Grilli, 2005 i 2010).

A Catalunya, la meitat (51,9%) de la població adulta entrevistada declara que té habilitats i capacitats per emprendre i desenvolupar un negoci, i se situa per sobre de la mitjana de la RUE (40,3%) i la RE (47,4%), amb un lleuger augment (2,2%) respecte del 2013 (gràfic 2.3).

La immensa majoria de la classe empresarial (85%) manifesta disposar d'aquests coneixements i habilitats, característiques que també s'atribueix el 45% de la població no involucrada (gràfic 2.4).

La sèrie presenta una tendència estable al llarg dels anys, tant en la població total com en la disgregada (població involucrada i no involucrada), i es manté superior aquest autoreconeixement d'aptituds de la població de Catalunya respecte de la de la RUE al voltant de deu punts.

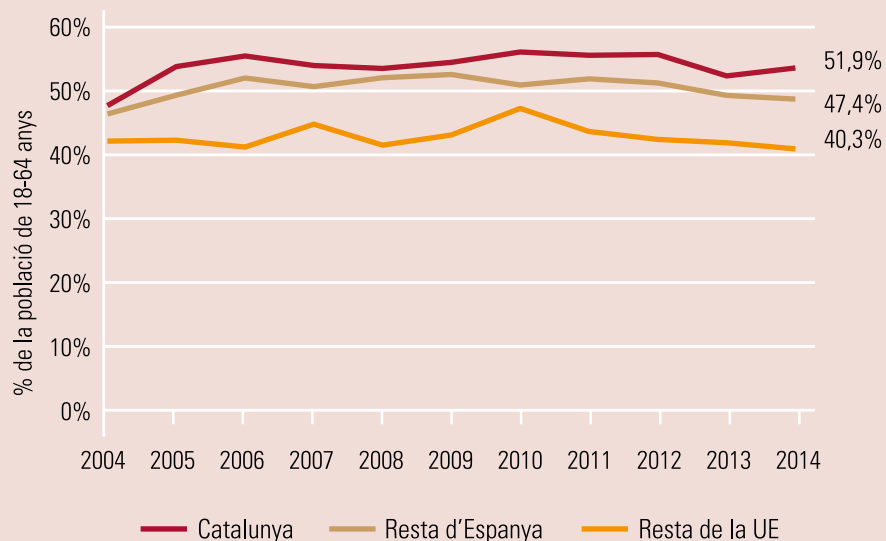
El sistema educatiu, la capacitació laboral i altres activitats formatives han pogut tenir un efecte en aquests resultats sobre l'elevada percepció d'autoeficiència. Això no obstant, tal com assenyalen Batista *et al.* (2015), l'oferta formativa i la imbricació de les competències transversals relacionades amb la iniciativa i l'esperit emprenedor en els diferents nivells educatius encara requereix un llarg recorregut per tal que la formació en habilitats i coneixements emprenedors tinguí l'efecte desitjat en la societat.

En aquesta línia, és interessant remarcar que, quan en les diverses edicions del projecte GEM Catalunya s'ha preguntat als experts sobre la interpretació d'aquests resultats (el 2003, el primer any de participació al GEM, ja va sorprendre que el valor obtingut per Catalunya, 53,3%, fos superior al de la resta de països europeus participants a l'estudi), la majoria sempre ha indicat que són percepcions esbiaixades, fruit d'una elevada autoestima i que no reflecteixen la realitat.

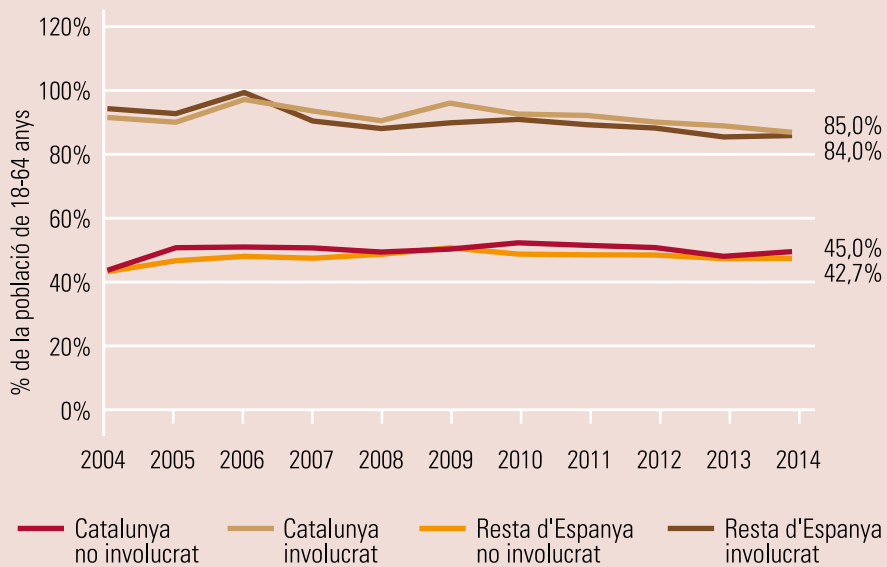
També és sorprenent que la crisi i, per tant, les competències directives necessàries per fer front a aquestes noves i persistents condicions desfavorables de l'entorn no hagin afectat aquesta percepció, sobretot al conjunt de la població no involucrada en el procés emprenedor, que s'han mantingut al voltant d'un 45% durant els últims deu anys.

Això pot tenir efectes perillosos per a la viabilitat a llarg termini de les empreses que aquestes creïn, ja que solen ser persones que, com que ja consideren que tenen les aptituds (recordem: el 85% dels involucrats i el 45% dels no involucrats), són menys propenses a l'aprenentatge, a la formació o a complementar els seus equips per fer front a les mancances o debilitats del projecte emprenedor. Precisament diverses persones *business angels* i de capital risc assenyalen que un dels principals errors dels emprenedors és no disposar d'un equip equilibrat i, en alguns casos, les reticències a "professionalitzar" la gestió de l'empresa.

Gràfic 2.3. Evolució de la percepció de possessió de coneixements i habilitats per emprendre



Gràfic 2.4. Evolució de la percepció de possessió de coneixements i habilitats per emprendre segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora



2.2. Percepció de la població catalana sobre factors socioculturals i la influència que tenen en l'emprenedoria

Ja s'ha esmentat anteriorment que la decisió de crear una empresa, i per tant, la taxa d'activitat emprenedora depèn de diversos factors, entre els quals destaquen els socioculturals, que són:

- Si coneix empresaris i models de referència.
- Si la por davant del fracàs suposa un fre a la creació d'empreses.
- Li agradaria que tothom tingués un nivell de vida similar ("equitat en els estàndards de vida").
- Si es considera que engregar un negoci és una opció professional atractiva.
- Si l'èxit d'un nou negoci suposa millorar el prestigi i el reconeixement social.
- Si en els mitjans de comunicació apareixen sovint notícies sobre negocis i/o empresaris d'èxit (i ètics).

Una de les maneres d'adquirir coneixements és l'aprenentatge a través del que han experimentat altres (*vicarious learning*). Per tant, es produeix un aprenentatge empresarial mitjançant l'experiència indirecta o el coneixement i l'observació del comportament d'altres emprenedors. Generalment, serà més accentuat com més propers siguin. El coneixement d'empresari també és rellevant des de la perspectiva que s'incrementa el capital relacional d'aquests i els permet aprendre i aconseguir recursos dins les seves xarxes. Així doncs, l'existència a la xarxa social de persones que hagin creat i/o que gestionin la seva pròpia empresa pot influir sobre el desig i la credibilitat de l'opció de convertir-se en empresari. Per això són tan importants els models de referència, les històries d'èxit i el màrqueting de testimoni.

Aquest aspecte ha millorat considerablement enguany. Al gràfic 2.5 es mostra l'evolució de la percepció de l'existència de models de referència en el període 2004-2014. Després d'haver tocat fons el 2009 (28,9% i deu punts percentuals per sota de la RUE), Catalunya s'ha anat recuperant fins a superar aquests dos últims anys la RUE (Catalunya 37,2%, RE 35,9% i RUE 32,6%) i ha millorat el 2014 un 15,2% respecte del 2013.

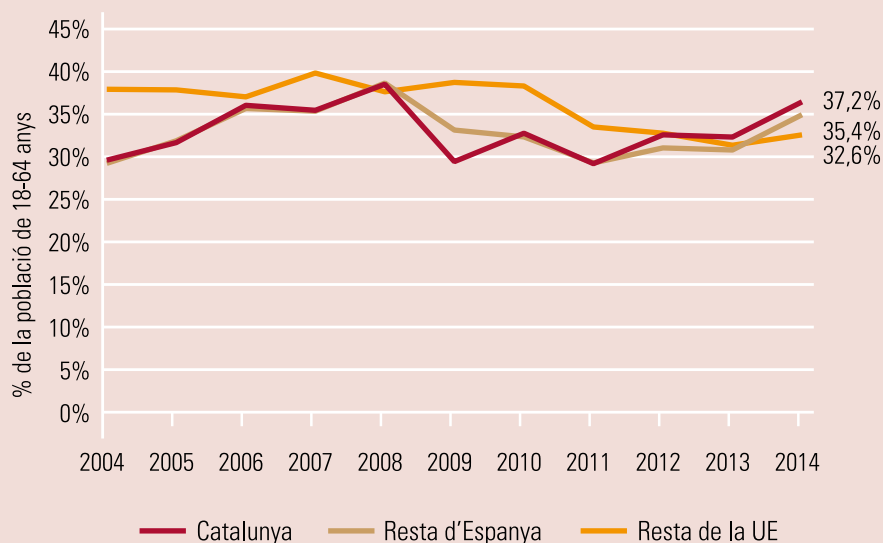
Aquestes dades són rellevants, ja que l'existència de models de referència sol ser un dels factors que més reforça les percepcions de les persones pel que fa a l'emprenedoria. Generalment, quan algú proper al cercle social ha tingut èxit en un negoci o empresa, es percep com una cosa més versemblant que hom també ho pugui aconseguir.

Altres cop les diferències no es detecten tant per zones geogràfiques, com per la condició d'involucrats i no involucrats, on la valoració dels primers és pràcticament

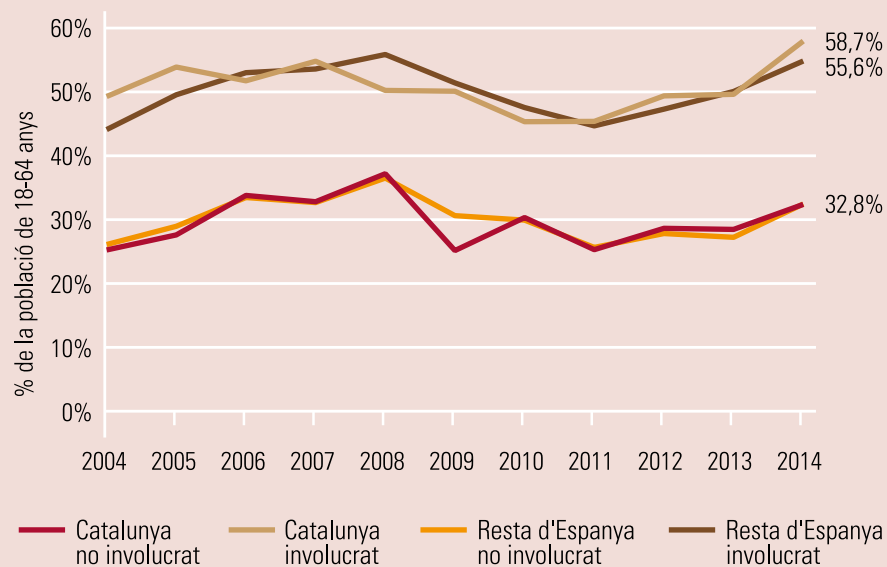
el doble que la dels segons, tant a Catalunya (58,7% davant de 32,8%) com a la RE (55,6% davant de 32,8%) (gràfic 2.6).

Destaca el creixement del 23% respecte del 2013 de la valoració d'aquest aspecte que realitzen els emprenedors de la província de Barcelona, un senyal de desenvolupament d'activitat i xarxes socials que visualitzen el fenomen i del màrqueting de testimoni.

Gràfic 2.5. Evolució de la percepció de l'existència de models de referència



Gràfic 2.6. Evolució de la percepció l'existència de models de referència segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora



D'altra banda, la por davant del fracàs és un fre per a la creació d'empreses ja que hi ha molt poca separació, a molts dels països europeus, entre el risc personal i el risc del negoci i que, en cas que vagi malament, l'emprenedor quedi estigmatitzat. Aquest estigma està més arrelat en societats en què l'emprenedoria no forma part de la cultura social. Per aquest motiu, se solen evitar situacions de risc i es prefereix continuar en una zona de "confort" coneguda.

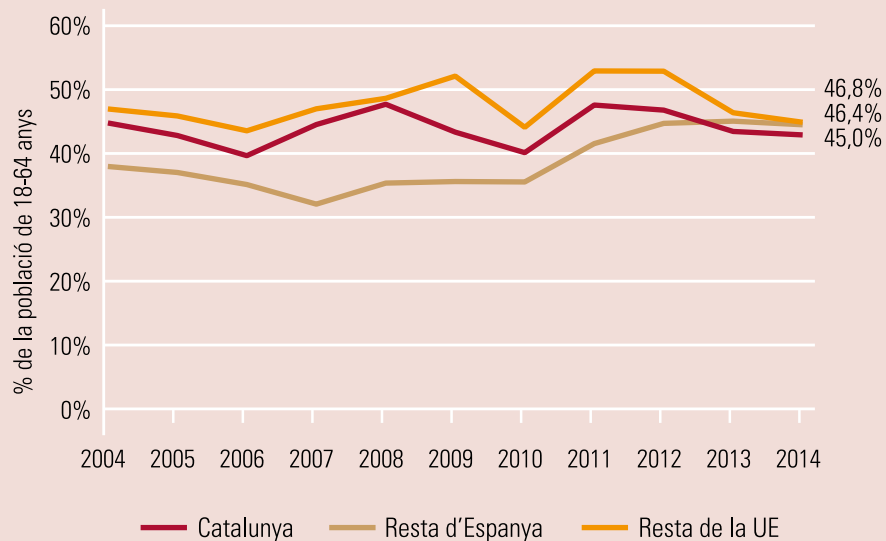
A Catalunya un 45% dels entrevistats manifesten que la por de fracassar és un obstacle per emprendre. Aquest percentatge és lleugerament menor que a la RE (46,8%) i la RUE (46,4%). Per segon any consecutiu la por de fracassar és menor a Catalunya que a la resta d'Europa, si bé els anys anteriors a la crisi era una mica més de deu punts percentuals superior.

Destaca la convergència de les tres mesures, especialment pel creixement de la RUE durant els últims anys (del 35,5% el 2007 al 46,4% el 2014), i que a la RE sempre ha estat més present que en els altres territoris analitzats (gràfic 2.7).

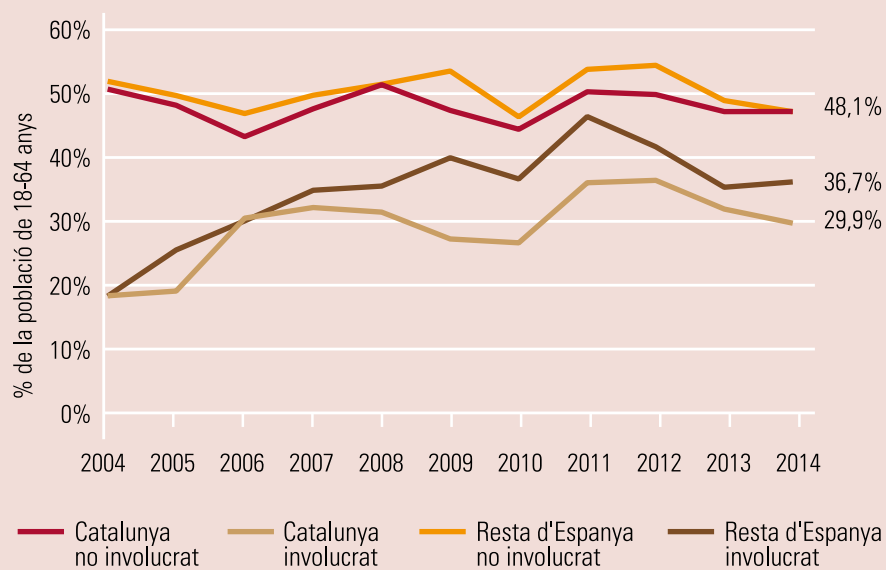
Cal remarcar que són les persones que no estan involucrades les que tenen més por de ser estigmatitzades si un possible negoci fracassa. Altra vegada, les diferències més grans es detecten entre els involucrats (29,9%) i aquells que no ho estan (48,1%), i ha anat incrementant la por en els primers des del 2004, quan el valor era de 18,1% (gràfic 2.8).

Tornen a ser els emprenedors involucrats de la província de Barcelona els que mostren més disminució respecte del 2013 de la por davant del fracàs, un 9% davant del 7% en els de Catalunya.

Gràfic 2.7. Evolució de la percepció de la por davant del fracàs com un obstacle per emprendre



Gràfic 2.8. Evolució de la percepció de la por davant del fracàs com un obstacle per emprendre segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora



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

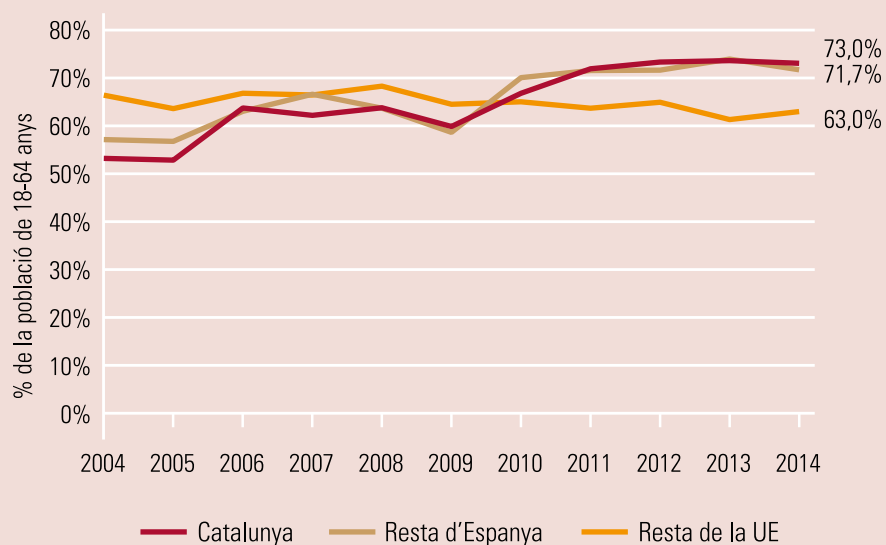
Sovint, en comptes de presentar l'indicador anterior s'utilitza el seu complementari (100 menys el % dels que prefereixen igualtat dels estàndards de vida) com un indicatiu de l'esperit competitiu de la població. El projecte GEM assumeix que la competitivitat sol ser un tret que es considera desitjable en un emprenedor i que les persones més competitives manifesten la seva preferència perquè el seu nivell de vida depengui del seu esforç.

Les reformes en el mercat de treball per reduir els costos salarials i els costos de la postocupació (pensions, prestacions d'atur i indemnitzacions per acomiadament) i l'impacte en la renda de les famílies ha provocat que Espanya suporti un dels increments més destacats de la desigualtat de l'OCDE (2014). La dramàtica disminució dels ingressos disponibles reflecteix igualment la disparitat de la protecció dels aturats, quan la taxa d'atur espanyola és 2,5 vegades superior a la mitjana de la UE i amb un gran augment de l'atur de llarga durada i del risc per a les famílies de trobar-se en situació de pobresa.

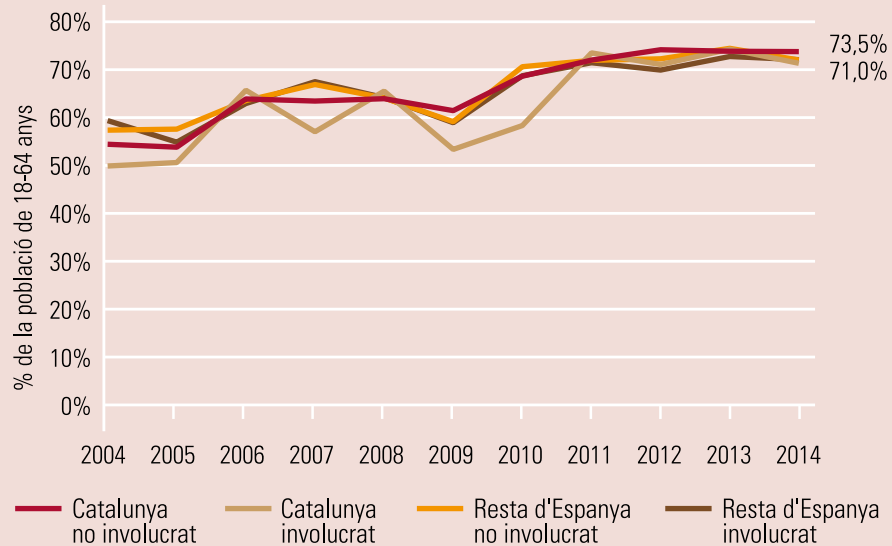
Aquesta situació ha provocat que a Catalunya, d'una manera similar que a Espanya, es desitgi cada cop més una equitat entre els estàndards de vida, tal com es desprèn del fet que aquest indicador hagi augmentat tretze punts percentuals des de l'any 2009 (59,9%) fins al 2014 (73%), i que des del 2010 es mantingui amb valors lleugerament superiors al 70% i deu punts percentuals per sobre de la RUE (gràfic 2.9). En aquest sentit i d'acord amb el que dèiem en els paràgrafs anteriors hem de concloure que ha augmentat significativament el desig d'equitat de la població.

És interessant assenyalar que aquesta percepció és molt més estable en les persones no involucrades en iniciatives emprenedores que en les que sí que ho estan, però han convergit totes aquests últims quatre anys, en els quals s'han notat més els efectes de la crisi, en valors similars, tant a Catalunya com a la resta d'Espanya entre valors que van del 71 al 73,5% (gràfic 2.10).

Gràfic 2.9. Evolució de l'opinió sobre l'equitat dels estàndards de vida



Gràfic 2.10. Evolució de l'opinió sobre l'equitat dels estàndards de vida segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora

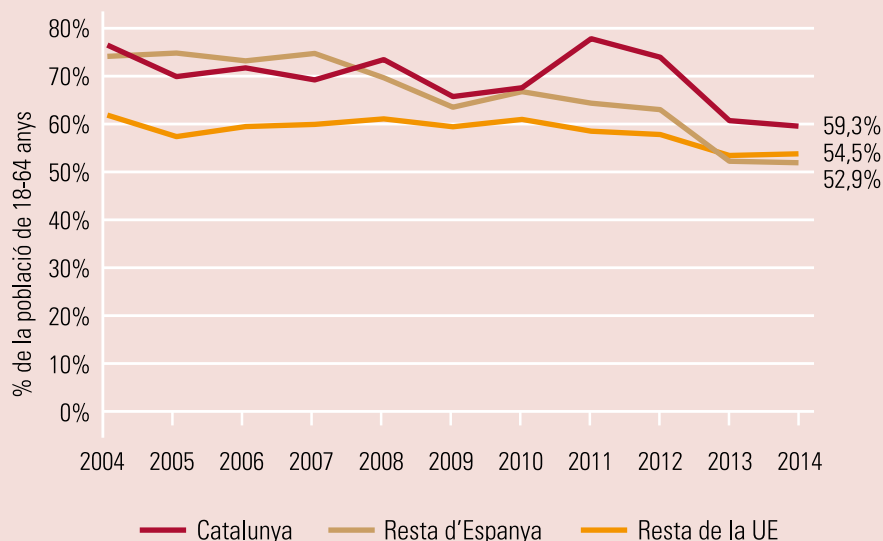


La percepció que iniciar un negoci o ser emprenedor és una bona opció professional perd força. A Catalunya aquests dos últims anys s'han obtingut les puntuacions més baixes de l'última dècada (59,3% el 2014), encara que continuen superiors que a la RE (52,9%) i la RUE (54,5%), i l'opinió dels involucrats i dels no involucrats és igual (gràfic 2.11 i 2.12).

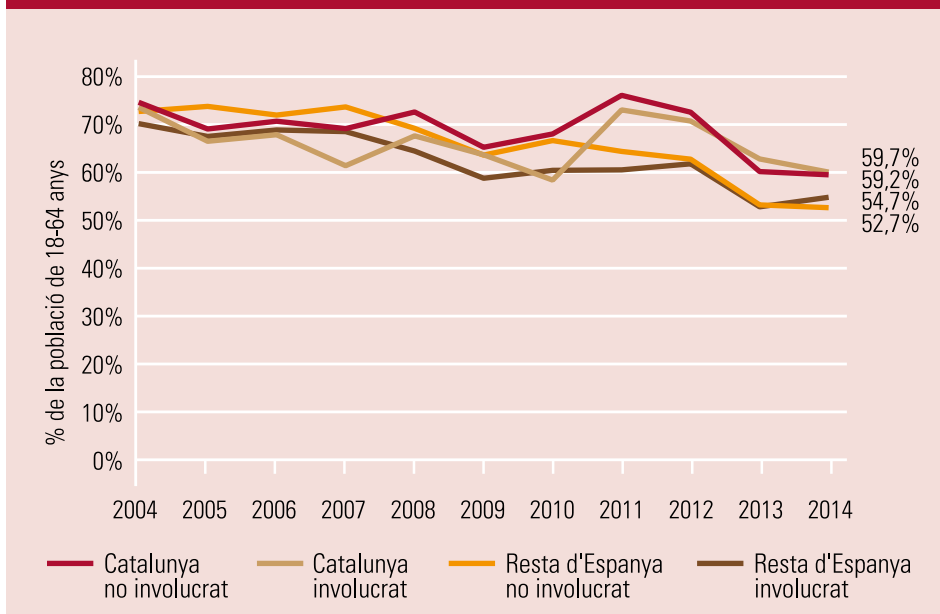
Aquests resultats podrien posar de manifest que emprendre tendeix a ser menys atractiu i valorat com una bona opció professional, potser, entre altres explicacions, perquè l'entorn actual fa més difícil i arriscat emprendre, així com el menor prestigi social i econòmic que s'atribueix a aquesta acció, al qual farem referència més endavant.

Alguns dels experts consultats sobre l'evolució d'aquest indicador han observat que, després dels màxims a què es va arribar el 2011 i el 2012 i de l'elevat percentatge d'autoocupació per necessitat (vegeu gràfic 3.30), la durada de la crisi i les dificultats que tenen els empresaris han posat de manifest que desenvolupar una iniciativa empenedora és una tasca difícil i no una opció professional fàcil, que s'apunta menys atractiva que anteriorment.

Gràfic 2.11. Evolució de l'opinió del fet que emprendre és una bona opció professional



Gràfic 2.12. Evolució de l'opinió del fet que emprendre és una bona opció professional segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora

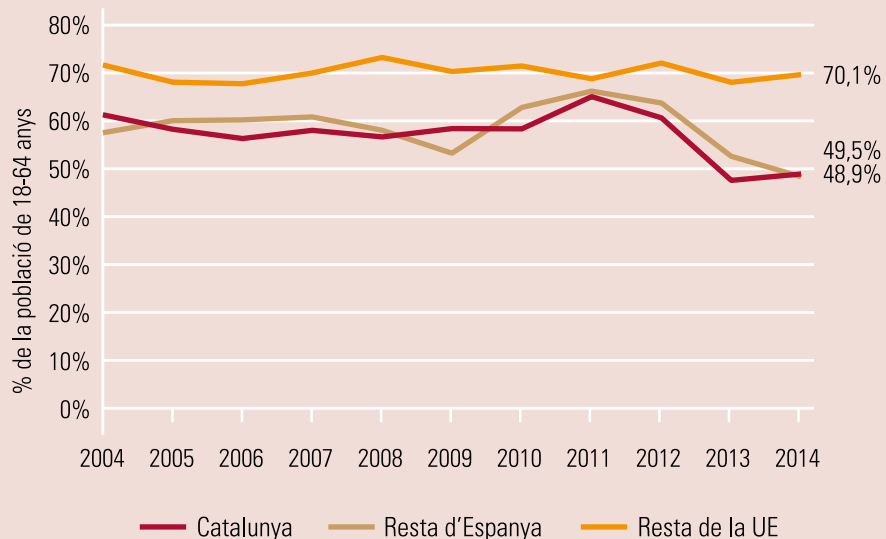


La percepció de la imatge de l'emprenedor en la societat sol ser un factor rellevant en el moment de configurar les intencions de qualsevol empenedor potencial. El projecte GEM no recull la percepció d'aquesta imatge, però sí que recull l'opinió de si l'èxit d'un nou negoci pot estar associat a un alt nivell d'estatus social i econòmic per a l'emprenedor. Precisament, el prestigi i el reconeixement social vinculat a la iniciativa emprenedora sol actuar també com un factor de motivació rellevant i influeix també sobre el cost d'oportunitat de convertir-se en empresari.

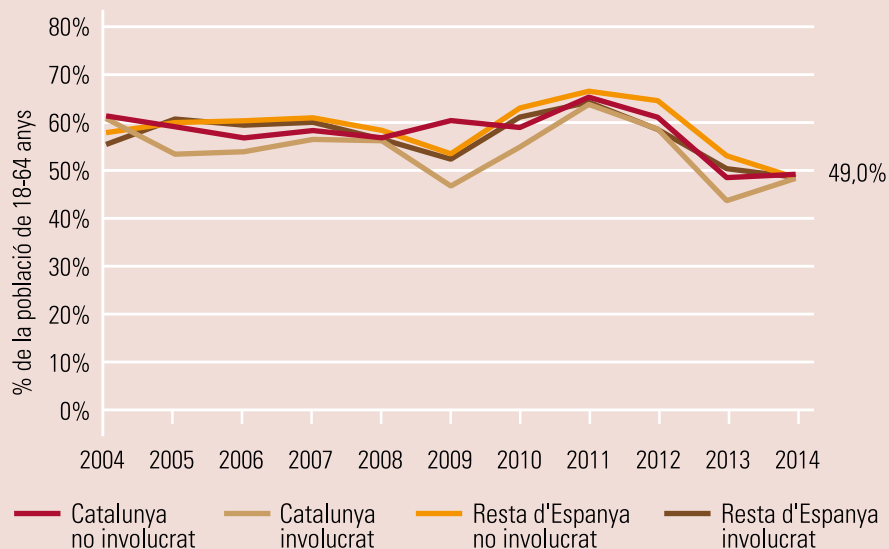
L'opinió del fet que emprendre atorga estatus social i econòmic a Catalunya i a la resta d'Espanya sempre ha estat al voltant de deu punts per sota d'Europa, i la diferència s'ha ampliat els tres últims anys fins a més de vint punts en el cas de Catalunya (49,5% davant del 70,1% de la RUE), tot i que enguany ha millorat gairebé un 3%. La RE obté puntuacions similars, 48,9%, amb un descens respecte de l'any anterior del 8% (gràfic 2.13).

La proliferació de notícies negatives, especialment de corrupció, que s'associen força indiscriminadament a directius, empresaris i polítics, pot ser una de les causes d'aquest continu retrocés. D'altra banda, la profunditat i la durada de la crisi han determinat que moltes empreses s'hagin vist abocades al concurs de creditors i la majoria han fet un procés de liquidació, amb el desprestigi que això comporta. Encara que els concursos de creditors que es van presentar a Espanya el 2014 van ser un 22% menys que el 2013, aquell any s'havia arribat al màxim històric. Catalunya, igual que el 2013, continua essent l'autonomia on més empreses es van declarar en concurs l'any passat.

Gràfic 2.13. Evolució de l'opinió del fet que emprendre atorga estatus social i econòmic



Gràfic 2.14. Evolució de l'opinió del fet que emprendre atorga estatus social i econòmic segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora



Els mitjans de comunicació tenen un paper molt rellevant com a mecanisme de difusió de l'activitat emprenedora, especialment si hi apareixen notícies sobre negocis i/o empresaris d'èxit (i ètics). En contraposició amb el que s'ha exposat en punts anteriors, el 2014 el 54,9% de la població catalana enquestada percep que, sovint, es publiquen notícies sobre l'èxit de noves empreses als mitjans de comunicació, una qualificació superior a la de la RE (44,7%) i la RUE (49,7%), fet que succeeix per tercer any consecutiu (gràfic 2.15).

El més rellevant és el gran canvi de tendència a Catalunya en els últims quatre anys, que ha passat del 34,1% el 2010 a l'esmentat 54,9% del 2014. La labor d'alguns programes de mitjans de comunicació d'emetre també notícies positives d'emprenedors, les d'emprenedors vinculats a esdeveniments de gran repercussió com ara el *Mobile World Congress*, entre altres, poden haver provocat aquesta millora. Fruit de la sensibilització i formació que es realitza en diferents àmbits sobre empremoria (inclòs també el social i el que adopta la forma de cooperativa), la població detecta aquestes notícies més que abans als mitjans de comunicació.

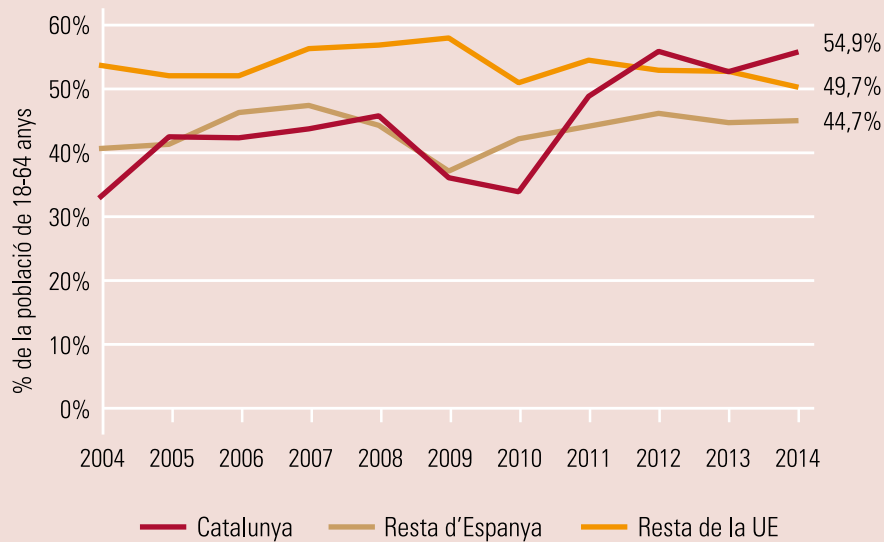
En tots els territoris, les persones involucrades perceben en un percentatge una mica superior les notícies positives que els que no ho estan. En la línia que s'apuntava al paràgraf anterior, les detecten més, són més sensibles i no els passen desapercebudes (gràfic 2.16).

En el marc de la metodologia GEM s'ha dissenyat un índex que permet conèixer l'impacte de la cultura de suport a l'empremoria en cada territori i que es calcula a partir dels indicadors que han estat analitzats anteriorment. Aquest índex és fruit de la combinació dels resultats de tres variables: si emprendre és una bona opció professional; si atorga estatus social i econòmic, i sobre la difusió en els mitjans de comunicació. L'índex té en compte quatre categories: "Nul" = % de la població que no va respondre afirmativament cap de les tres preguntes; "Baix" = % de la població que va respondre afirmativament una de les tres preguntes; "Mitjà" = % de la població que va respondre afirmativament dues de les tres preguntes, i "Alt" = % de la població que va respondre afirmativament les tres preguntes.

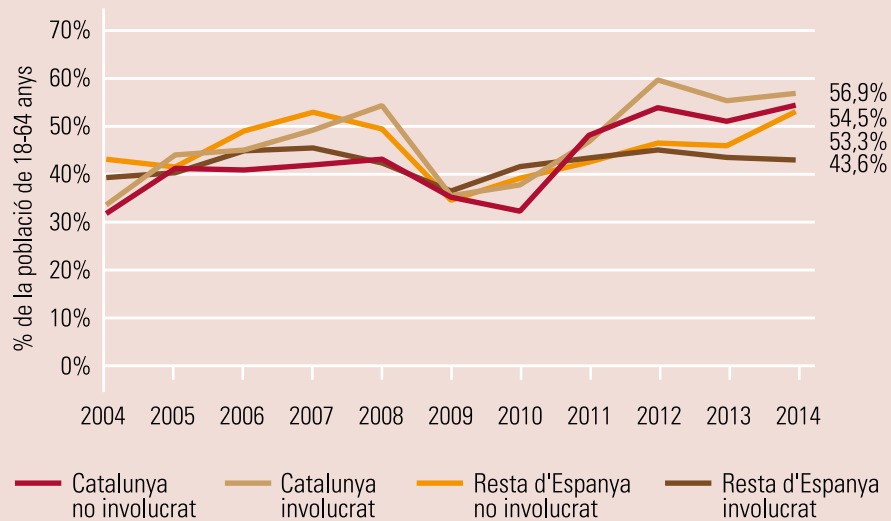
Aquest indicador identifica una lleugera millora a Catalunya respecte del 2013 (gràfic 2.17), i destaca la disminució del suport nul en un 15%. Els valors per a la demarcació de Barcelona són similars als de Catalunya: nul, 13,8%; baix, 31,0%; mitjà, 35,4%, i alt, 19,8%.

Al gràfic 2.18, per facilitar la comparació, s'hi han ajuntat el suport nul amb el baix i el mitjà amb l'alt. A Catalunya, respecte de 2013, tots dos índexs han millorat. Aquest últim un 2% (davant d'un empitjorament del 6% a la RE) i el primer ha disminuït un 3% (davant d'un increment del 6% a la RE).

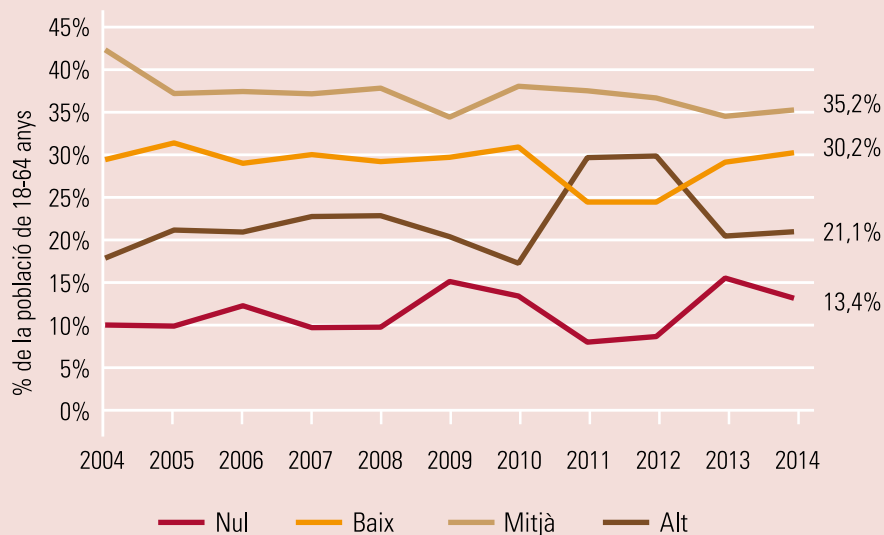
Gràfic 2.15. Evolució de l'opinió sobre la difusió de l'emprenedoria en mitjans de comunicació



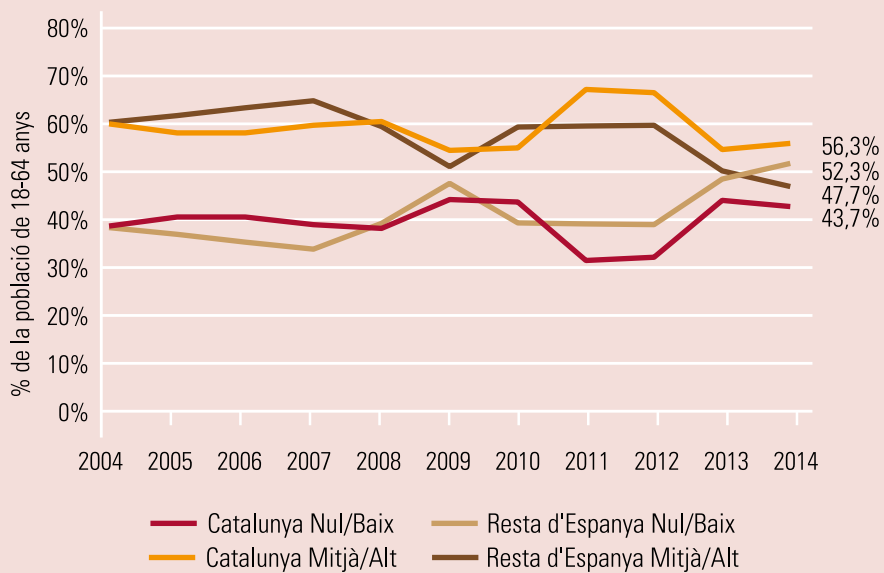
Gràfic 2.16. Evolució de l'opinió sobre la difusió de l'emprenedoria en mitjans de comunicació segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora



Gràfic 2.17. Índex de cultura de suport a l'emprenedoria



Gràfic 2.18. Índex de cultura de suport a l'emprenedoria a Catalunya i a la resta d'Espanya



2.3. Benchmarking internacional i per comunitats autònomes sobre els valors, percepcions i aptituds per emprendre

Tal com s'ha assenyalat anteriorment, un dels punts forts d'aquest projecte és que permet la comparació entre diferents territoris. Tot i que en els apartats anteriors ja hem introduït els resultats de la resta d'Espanya i la resta de països de la UE per tenir una perspectiva més bona a l'hora d'interpretar les dades de Catalunya, a continuació es presenta el posicionament de Catalunya respecte de la mitjana de les diferents economies i després es comparen les dades de l'activitat emprenedora amb les dels països que pertanyen a economies avançades (taula 2.1 i gràfics 2.22 i 2.23).

El gràfic 2.19 resumeix les percepcions, els valors i les aptituds dels catalans respecte d'Espanya i la resta de països de la UE, que ja s'han comentat detalladament en els dos apartats anteriors:

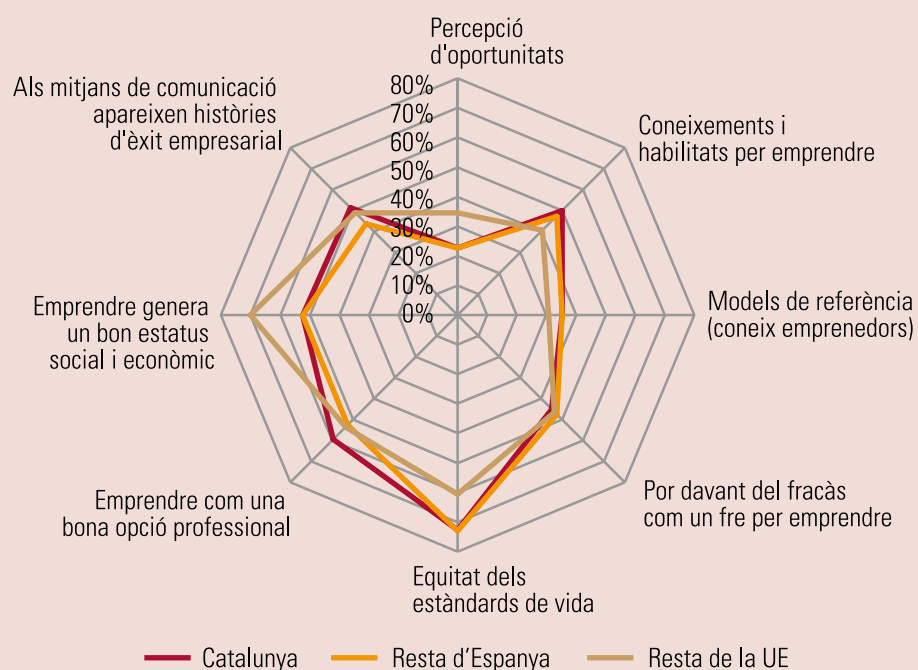
- Catalunya és un país en què, després de tocar fons el 2011, hi ha una recuperació sostinguda durant els últims tres anys de la percepció d'oportunitats.
- Amb una percepció alta respecte de les competències per emprendre.
- I amb uns condicionaments socioculturals en què, tot i que emprendre es considera una bona opció professional, i que en els mitjans de comunicació apareixen històries d'èxit empresarial, encara no es considera que emprendre generi un bon estatus social i econòmic. Aquest és un dels sectors on cal centrar la nostra atenció per fer possible materialitzar una de les oportunitats més grans de millora.

No s'observen diferències significatives entre les percepcions de les persones de Barcelona i les de la resta de Catalunya (gràfic 2.20), tan sols que en aquestes últimes hi ha un percentatge més elevat de models de referència.

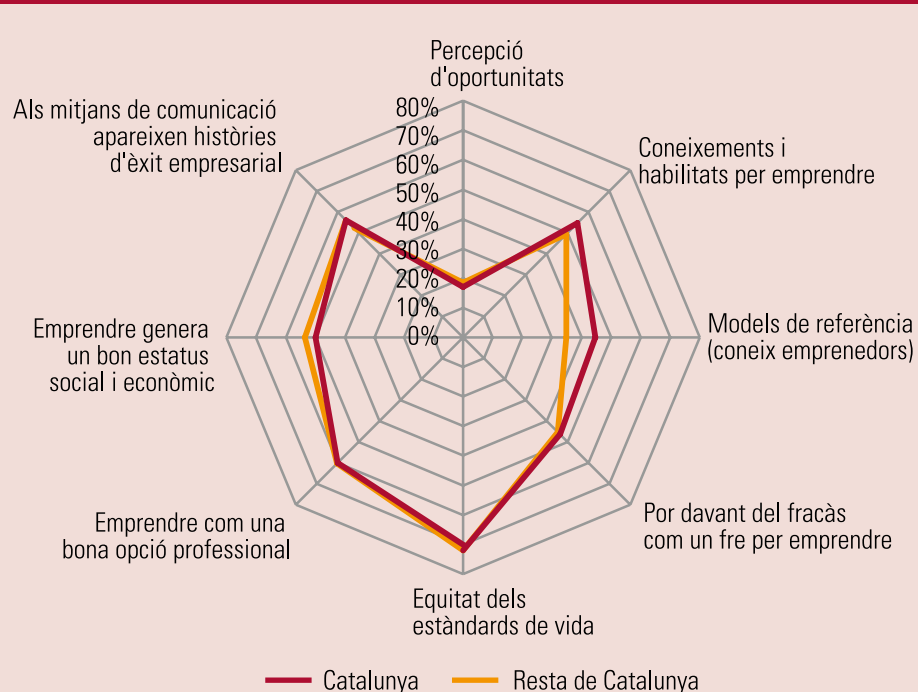
El gràfic 2.21 presenta el resum de resultat de les mateixes variables segons si la persona està involucrada o no en qualsevol de les fases del procés emprenedor, que coincideixen amb els del 2013. Dels resultats, que bàsicament coincideixen amb els del 2013, cal destacar que els individus que estan efectivament involucrats en comparació amb la resta de la població:

- Tenen més confiança en les seves habilitats per emprendre.
- Coneixen altres emprenedors en una proporció més elevada.
- Perceben més l'existència d'oportunitats en l'entorn.
- Tenen menys por davant del fracàs.

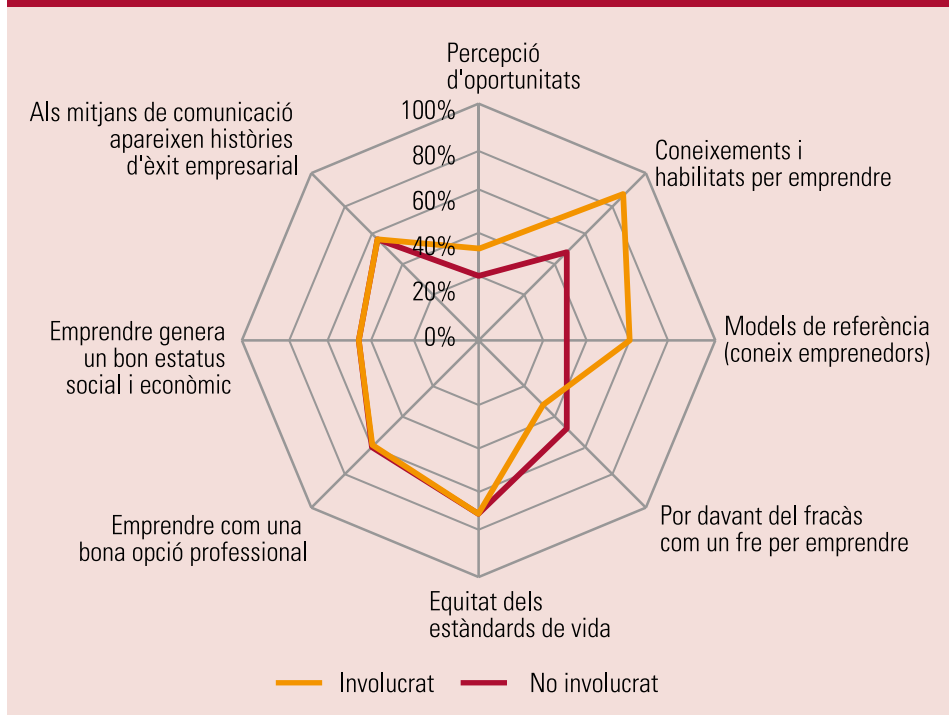
Gràfic 2.19. Percepcions, valors i aptituds dels catalans respecte de la resta d'Espanya i la resta països GEM de la UE impulsats per la innovació



Gràfic 2.20. Percepcions, valors i aptituds dels barcelonins respecte de les persones de la resta de Catalunya



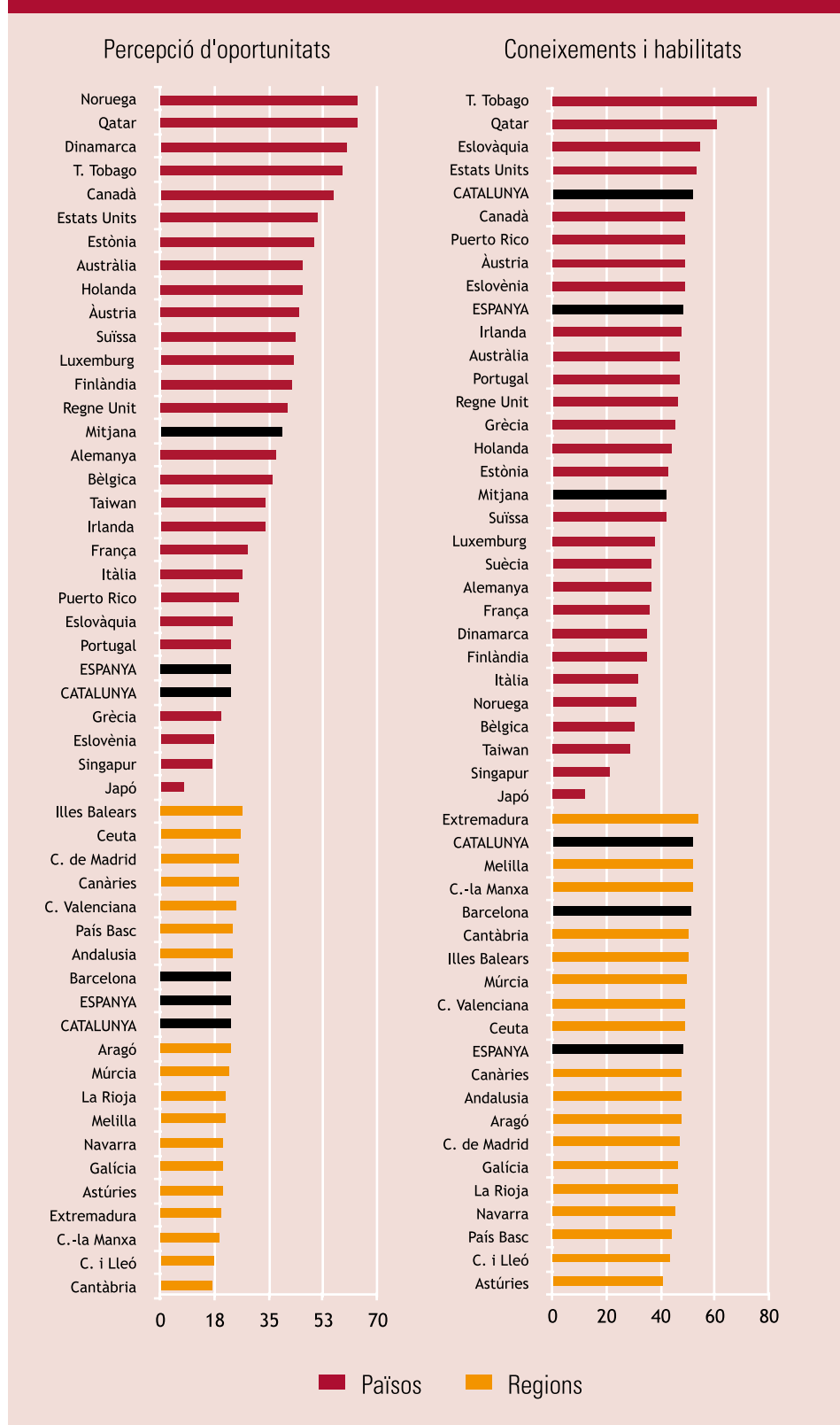
Gràfic 2.21. Percepcions, valors i aptituds dels catalans segons si estan involucrats o no en qualsevol de les fases del procés emprendedor



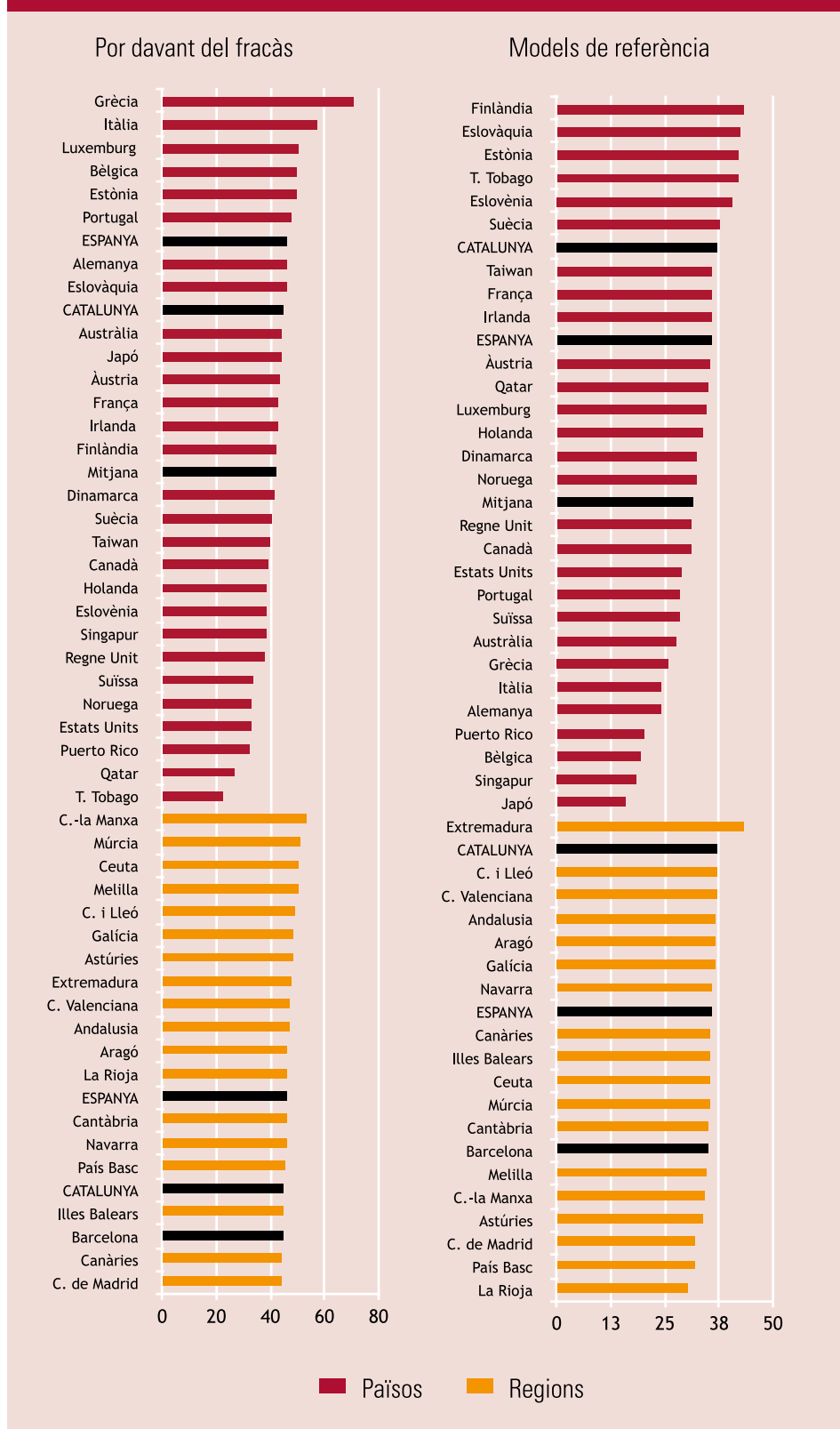
Taula 2.1. Percepcions, valors i aptituds per emprendre de la població adulta el 2014 per tipus d'economia

		Percepcions de la població adulta sobre els seus valors i aptituds per emprendre		Percepcions de la població adulta sobre la cultura i la seva influència en l'emprenedoria					
		Percepció d'oportunitats	Coneixements i habilitats per emprendre	Por davant del fracàs com un obstacle per emprendre	Models de referència	Equitat dels estàndards de vida en la societat	Emprendre com una bona opció professional	Emprendre atorga estatus social i econòmic	Mitjans de comunicació i empenedoria
Economies basades en els factors de producció	Mitjana	54,6	64,7	32,3	49,6	58,3	67,8	76,1	72,3
	Angola	69,8	61,7	37,5	72,9	70,6	75,1	81,7	71,7
	Bolívia	57,7	73,1	38,8	48,1	66,6	70,3	77,0	76,5
	Botswana	57,2	67,1	19,8	45,4	50,7	69,9	78,1	74,6
	Burkina Faso	63,6	65,9	21,0	63,3	-	-	-	-
	Camerun	69,3	73,8	25,7	58,6	-	-	-	-
	Filipines	45,9	66,2	40,0	33,3	62,3	81,8	78,1	84,7
	Índia	38,9	36,7	35,7	23,1	62,2	57,9	66,2	56,6
	Iran	27,7	59,5	35,2	35,2	42,4	52,3	75,6	55,1
	Uganda	76,9	84,9	12,9	67,9	-	-	-	-
	Vietnam	39,4	58,2	56,1	48,6	53,5	67,2	75,9	86,8
Economies basades en l'eficiència	Mitjana	41,4	54,0	35,6	39,1	63,1	68,4	66,1	64,8
	Argentina	31,9	57,8	32,1	29,7	59,9	57,8	52,2	63,6
	Barbados	38,2	63,5	25,6	45,5	53,0	57,6	58,5	46,3
	Bòsnia i Hercegovina	19,6	47,3	37,5	28,6	86,9	78,2	69,9	39,9
	Brasil	55,5	50,0	39,1	37,7	-	-	-	-
	Xile	67,0	64,9	31,1	48,3	-	69,4	64,4	65,2
	Xina	31,9	33,0	32,2	56,0	48,7	65,7	72,9	69,3
	Colòmbia	65,7	57,4	34,3	26,8	60,0	70,5	67,1	74,4
	Costa Rica	39,0	59,4	38,8	41,4	61,7	61,3	59,0	79,7
	Croàcia	18,4	45,9	44,5	25,1	75,8	63,3	46,6	40,4
	Equador	62,0	72,8	36,2	37,9	71,7	66,4	67,1	82,9
	El Salvador	44,7	70,8	44,3	41,5	51,2	82,6	59,5	59,6
	Geòrgia	36,6	37,5	33,9	21,0	42,7	66,0	75,9	58,5
	Guatemala	45,4	64,2	37,1	26,8	67,0	95,3	76,9	60,6
	Hongria	23,4	40,9	48,1	28,7	66,2	47,4	72,4	33,5
	Indonèsia	45,5	60,2	42,3	68,1	65,2	72,9	78,0	84,8
	Jamaica	57,1	81,2	27,2	44,0	54,8	83,5	84,1	83,9
	Kazakhstan	26,5	52,5	32,6	63,1	71,3	78,6	74,4	83,0
	Lituània	31,7	33,4	49,2	32,4	71,3	68,8	58,3	55,1
	Malàisia	43,4	38,4	30,8	44,6	37,2	50,4	50,0	69,9
	Mèxic	48,9	53,5	30,3	47,7	48,4	53,2	50,8	45,5
	Panamà	43,3	54,4	12,4	39,5	-	-	-	-
	Perú	62,3	69,4	27,9	52,6	56,5	82,4	81,4	83,6
	Polònia	31,4	54,3	58,5	39,0	71,3	63,3	56,5	54,5
	Romania	32,4	48,4	47,9	28,6	68,6	73,6	75,2	71,3
	Rússia	26,5	27,8	40,9	41,4	67,8	67,1	65,9	50,4
	Sud-àfrica	37,0	37,7	25,5	29,0	62,7	69,6	72,9	72,6
	Surinam	41,0	77,4	14,4	40,3	70,2	66,8	67,2	80,7
	Tailàndia	47,4	50,1	46,5	36,4	83,0	73,6	71,1	80,3
	Uruguai	45,6	63,1	30,8	32,4	67,7	62,1	56,7	60,8
Economies basades en la innovació	Mitjana	38,9	42,0	42,1	31,6	62,5	55,1	68,2	60,3
	Alemanya	37,6	36,4	46,4	24,0	63,3	51,7	79,1	51,4
	Austràlia	45,7	46,8	44,5	27,7	79,2	53,4	67,1	72,6
	Austria	44,4	48,7	43,6	35,3	-	-	-	-
	Bèlgica	35,9	30,4	49,8	19,5	55,8	52,4	51,7	50,8
	Canadà	55,5	49,0	39,3	30,9	68,1	57,3	69,7	67,7
	Catalunya	22,6	51,9	45,0	37,2	73,0	59,3	49,5	54,9
	Dinamarca	59,7	34,9	41,3	32,2	-	-	-	-
	Eslovàquia	23,5	54,4	46,1	42,6	68,4	45,4	58,1	52,6
	Eslovènia	17,3	48,6	38,7	40,5	82,0	53,4	72,3	57,6
	Espanya	22,6	48,1	46,5	35,7	71,9	53,9	49,0	46,3
	Estats Units	50,9	53,3	32,8	28,8	49,2	64,7	76,9	75,8
	Estònia	49,4	42,5	49,7	42,0	57,7	55,6	64,9	43,3
	Finlàndia	42,4	34,9	42,1	43,1	68,6	41,2	84,4	66,9
	França	28,3	35,4	42,8	35,9	52,7	59,1	70,4	39,0
	Grècia	19,9	45,5	70,6	25,9	56,4	58,4	66,4	45,8
	Holanda	45,6	44,3	38,7	33,5	61,4	79,1	67,8	55,7
	Irlanda	33,4	47,2	42,5	35,8	74,6	49,4	76,9	75,7
	Itàlia	26,6	31,3	57,1	24,2	70,3	65,1	72,1	48,3
	Japó	7,3	12,2	44,4	15,6	41,7	31,0	55,8	58,7
	Luxemburg	42,5	37,6	50,7	34,6	44,3	40,7	68,2	43,5
	Noruega	63,5	30,5	33,1	32,2	-	58,2	83,5	-
	Portugal	22,9	46,6	47,9	28,6	76,0	62,2	62,9	69,8
	Puerto Rico	25,1	48,8	32,6	20,3	51,3	18,5	51,1	72,7
	Qatar	63,4	60,9	26,6	34,8	65,9	75,8	87,1	76,8
	Regne Unit	41,0	46,4	37,7	31,0	-	60,3	75,0	58,4
	Singapur	16,7	21,4	38,6	18,5	63,8	51,7	62,9	79,1
	Suècia	70,1	36,7	40,7	37,5	57,9	51,6	70,9	60,3
	Suïssa	43,7	41,6	34,0	28,6	52,3	42,3	65,8	50,4
	Taiwan	33,5	29,0	40,0	36,0	-	75,2	62,6	83,5
	Trinitat i Tobago	58,6		22,2	41,9	68,1	79,5	69,5	65,6

Gràfic 2.22. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció de la percepció d'oportunitats i autoreconeixement de coneixements i habilitats per emprendre el 2014



Gràfic 2.23. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció de les percepcions relatives a la por davant del fracàs i models de referència el 2014



3. Activitat emprendedora i les seves característiques

3.1. Indicadors del procés emprendedor

Atesa l'amplitud del concepte d'iniciativa emprendedora i de les dificultats que comporta mesurar-la, el projecte GEM disgrega el procés emprendedor en diferents fases: des de la intenció d'emprendre en un futur pròxim fins a la posada en funcionament d'un negoci, la gestió d'un que ja estigui en funcionament o, fins i tot, l'abandonament recent d'una activitat empresarial.

Amb tot, tal com veurem a continuació, en definir el principal indicador del projecte (la TEA), GEM aposta per identificar la iniciativa empresarial amb les primeres etapes del negoci, ja que acostuma a ser en aquestes sobre les quals se solen enfocar les mesures de polítiques d'estímul a la creació i desenvolupament de les empreses, que acostumen a emfatitzar tot allò que es refereix al foment de la capacitat de generar empreses.

La conceptualització del projecte GEM basada en múltiples etapes facilita l'anàlisi de l'activitat emprendedora d'una economia a través de diferents indicadors dins del procés emprendedor:

- El primer indicador el constitueix el percentatge d'emprenedors potencials o persones de la població adulta (de 18 a 64 anys) que han declarat que tenen intenció d'engegar una nova empresa en els pròxims 3 anys.
- El segon correspon al percentatge d'emprenedors naixents (*start up*) o persones adultes implicades en la posada en funcionament d'una empresa durant els últims 12 mesos, en la qual s'ha invertit temps i esforços, i que han tingut fins a tres mesos d'activitat efectiva, entenent per activitat el pagament de salaris, honoraris, beneficis o retribució en espècie.
- El tercer és el percentatge d'emprenedors nous (*baby business*) o persones adultes que posseeixen un negoci (del qual posseeixen com a mínim una part del capital) i que han pagat salaris durant més de 3 mesos i no més de 42 mesos.
- El quart és la taxa d'activitat emprendedora total (TEA: *Total Entrepreneurial Activity*) en fase inicial, que constitueix el principal indicador elaborat pel projecte GEM i correspon a la suma del percentatge d'emprenedors naixents i el percentatge d'emprenedors nous.

- El cinquè és el percentatge d'empresaris consolidats o persones adultes que posseeixen un negoci que ja s'ha consolidat al mercat després d'haver pagat salaris durant més de 42 mesos.
- Finalment, el projecte GEM també ofereix un indicador d'abandonament de l'activitat empresarial mesurat com el percentatge de persones adultes que han tancat o abandonat un negoci en els últims 12 mesos.

Els gràfics 3.1 i 3.2 presenten els indicadors de les diferents etapes del procés emprenedor a Catalunya el 2014 segons el projecte GEM.

L'índex TEA revela que el 2014 el 7,54% de la població adulta catalana de 18 a 64 anys estava involucrada en activitats emprenedores en fase inicial, amb una considerable millora del 14% respecte del 2013, que s'explica a causa del gran creixement dels emprenedors nous (32%).

Tal com ja és habitual, més de la meitat d'aquest col·lectiu correspon a emprenedors naixents que estan intentant posar en funcionament un negoci (4,37% de la població adulta), mentre que la resta (3,17% de la població adulta) són emprenedors nous que volen fer-se un lloc al mercat i consolidar l'empresa. Això suposa que per cada emprenedor naixent hi havia 0,73 emprenedors nous. A Catalunya el pes d'aquests últims (emprenedors amb més recorregut realitzat, amb una activitat entre 4 i 42 mesos) és més elevat que a Espanya, on aquesta ràtio és de 0,64.

D'altra banda, un dels criteris bàsics per detectar tant l'acceptació social de l'activitat emprenedora com per tenir una idea aproximada del potencial empresarial d'una societat és mesurar la intenció emprenedora. En aquest sentit, el projecte GEM calcula la proporció de la població adulta que declara que té intencions d'emprendre en els propers tres anys. La taxa d'emprenedors potencials el 2014 ha estat del 9,7%, que ha suposat una reducció de l'11% respecte de l'any anterior.

Tot i així, per valorar adequadament la xifra anterior, cal tenir present que en els anys previs a la crisi, aquesta oscil·lava entre un 4 i un 8%. El creixement espectacular fins a arribar a xifres del 14% el 2012 pot tenir explicacions relacionades amb la motivació per necessitat de crear un negoci com a mètode d'autoocupació. Segurament és desitjable tenir un valor similar a la RUE, que en l'última dècada ha oscil·lat en l'interval 9-12%, mentre que Catalunya ho ha fet en un de rang superior, 4-14%.

Els emprenedors consolidats (iniciatives empresarials de més de 3,5 anys) representen el 9,7% de la població adulta de Catalunya, i disminueixen lleugerament (-4%) respecte de l'any anterior.

La suma de les taxes d'emprenedors potencials, en fase inicial i consolidats representen la taxa de població adulta de Catalunya involucrada en el procés empresarial (26,9%), similar a la del 2013 (27,7%).

La taxa de població adulta involucrada en el procés empresarial actiu (gràfic 3.8), suma dels emprenedors en fase inicial i els consolidats, ha incrementat lleugerament fins al 17,21% (16,71% el 2013).

Una altra dada positiva és que les persones que durant l'últim any havien abandonat una activitat empresarial van sumar l'1,48% de la població adulta, que representa una reducció del 15% respecte del 2013. Com que l'observatori GEM distingeix entre l'abandonament per venda o traspàs del que ho és per tancament efectiu de l'activitat, és més interessant analitzar-ne el desglossament, ja que el primer representa el 0,80% (amb un increment del 130% respecte de l'any anterior) i el segon només el 0,68% (amb una caiguda del 51% respecte del 2013). És a dir, s'ha passat d'un abandonament per tancament el 2013 de l'1,40% a un valor de 0,68% el 2014, mentre que a la resta d'Espanya s'ha mantingut (d'1,40% a 1,36% el 2014).

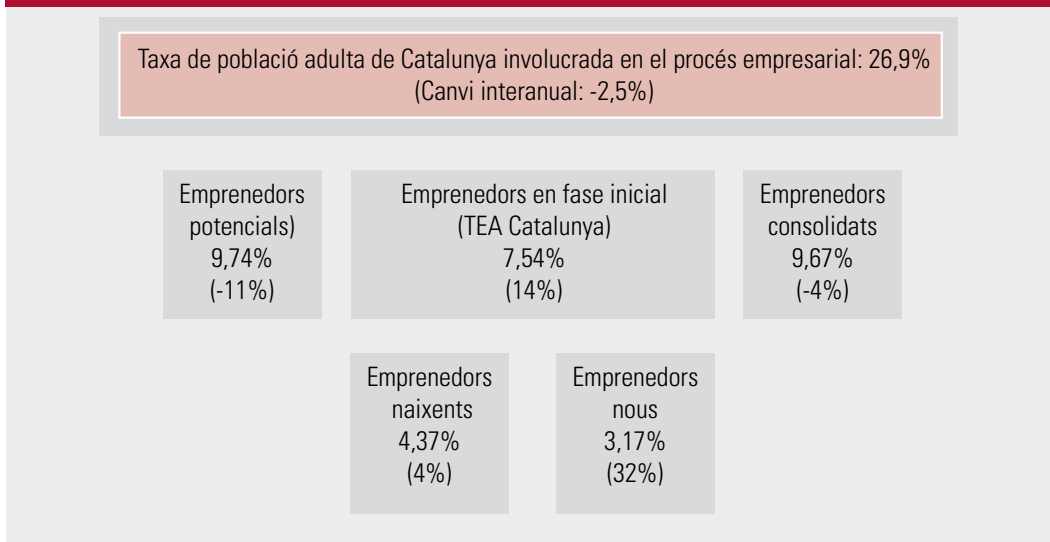
És similar el comportament a la província de Barcelona, encara que la taxa d'abandonament s'ha mantingut, la composició ha canviat positivament de manera radical. D'uns valors el 2013 d'1,43% tancament i 0,27% traspàs s'ha passat a 0,80% tancament i 0,89% traspàs (gràfic 3.9).

Pel que fa a l'abandonament per traspàs, iniciatives com *Reempresa*, que suposa la creació d'un mercat de transmissió d'empreses, apunten un camí alternatiu per tal que una persona iniciï una activitat emprenedora. Tal com indica Albert Colomer, "quan s'estructura el procés de *Reempresa*, es mantenen tots els actius de l'empresa, de manera que aquesta continua funcionant, es mantenen els llocs de treball, les instal·lacions, els clients i els proveïdors i es dona valor a tota la història, especialment a l'esforç que s'ha invertit en la creació i el creixement de l'empresa".

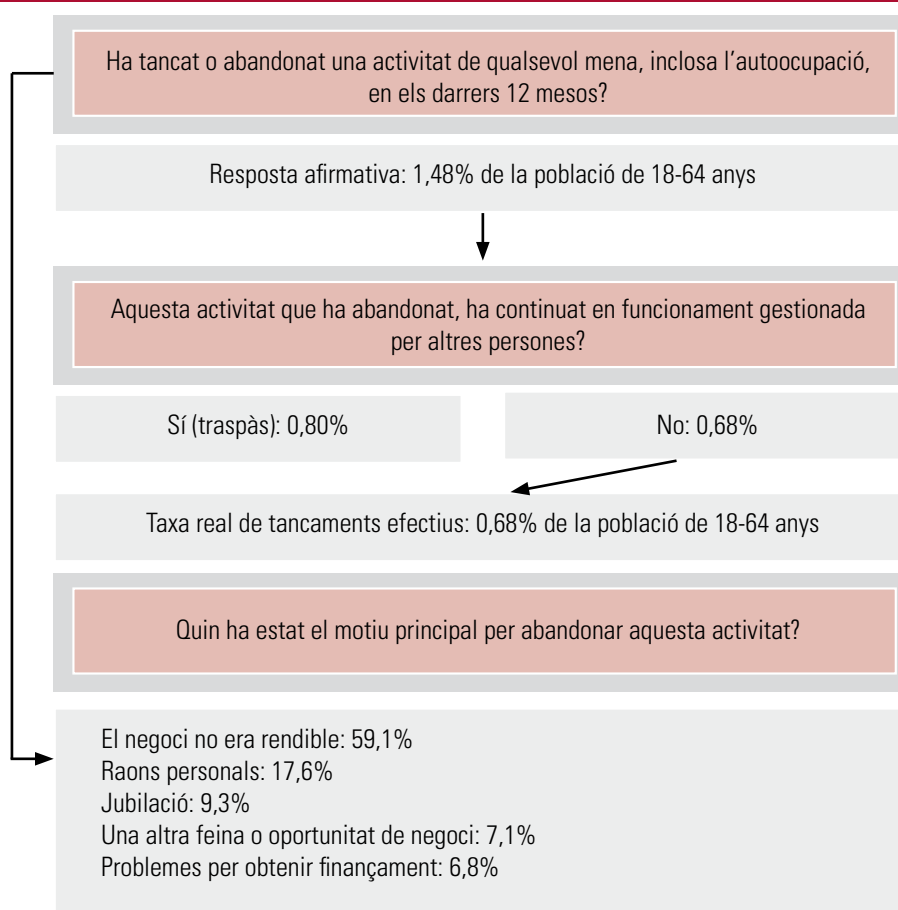
Tant a Catalunya (59,1%) com a Espanya (50,4%), la principal raó dels abandonaments ha estat que el negoci no era rendible, seguida per raons personals (17,6%) i jubilació (9,3%) (gràfic 3.2).

A continuació, es presenten els resultats del procés emprenedor el 2014 a Catalunya, Barcelona, la resta d'Espanya, Espanya i Europa, així com uns quadres resum amb les variacions interanuals per a cadascun dels territoris, que ofereixen una àmplia visió de conjunt de tota l'activitat emprenedora.

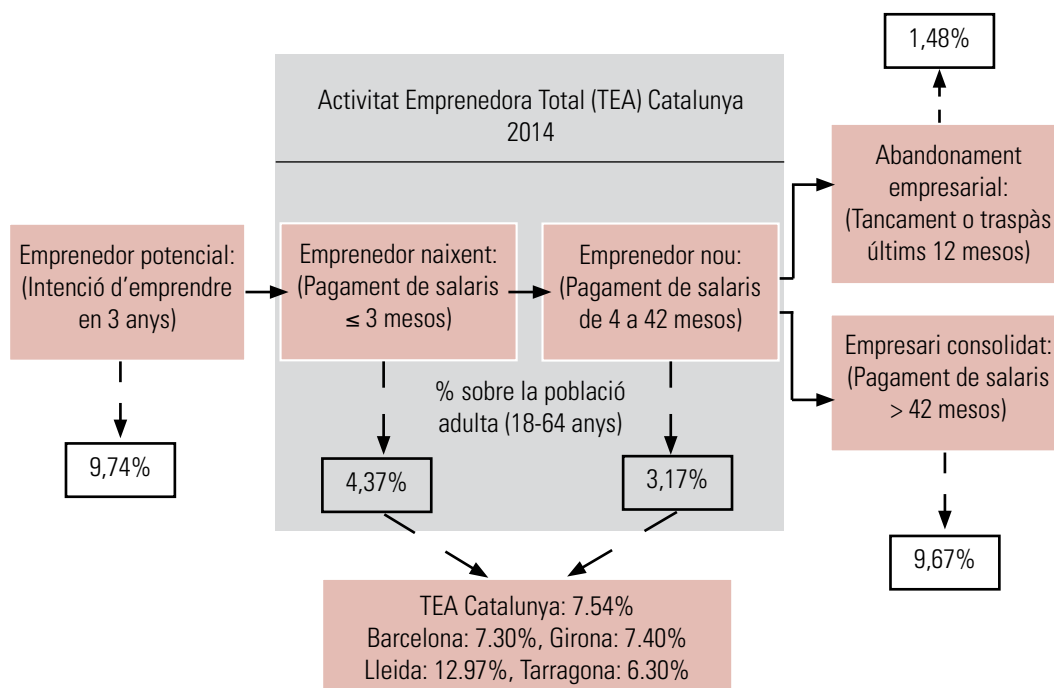
Gràfic 3.1. El procés emprenedor a Catalunya: taxa de població adulta involucrada en el procés empresarial



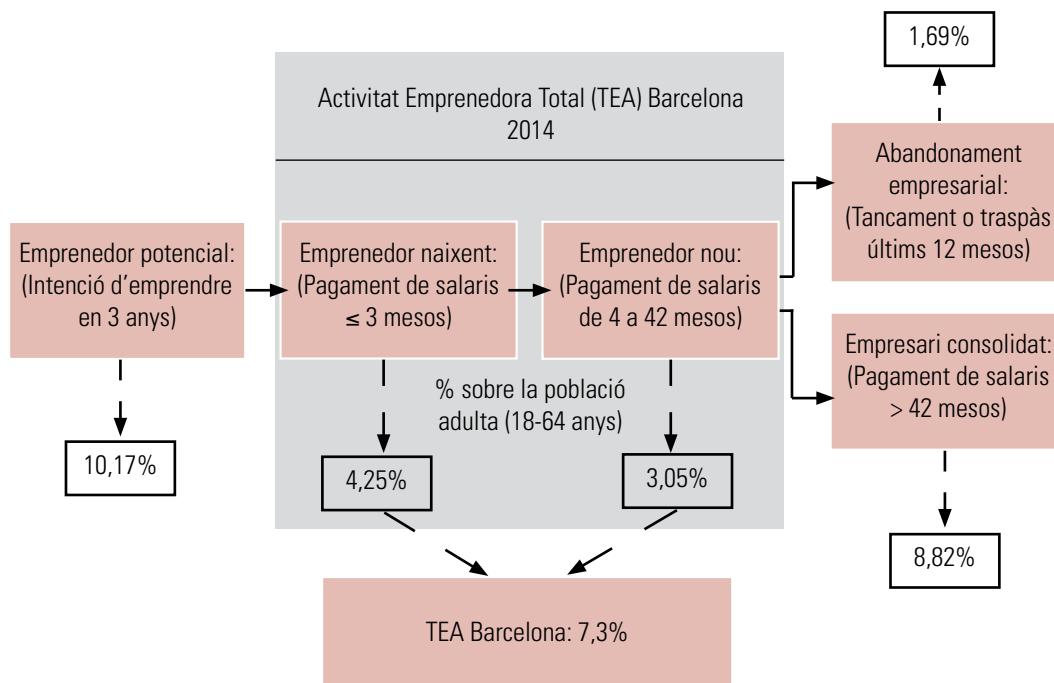
Gràfic 3.2. Abandonament de l'activitat empresarial a Catalunya el 2014



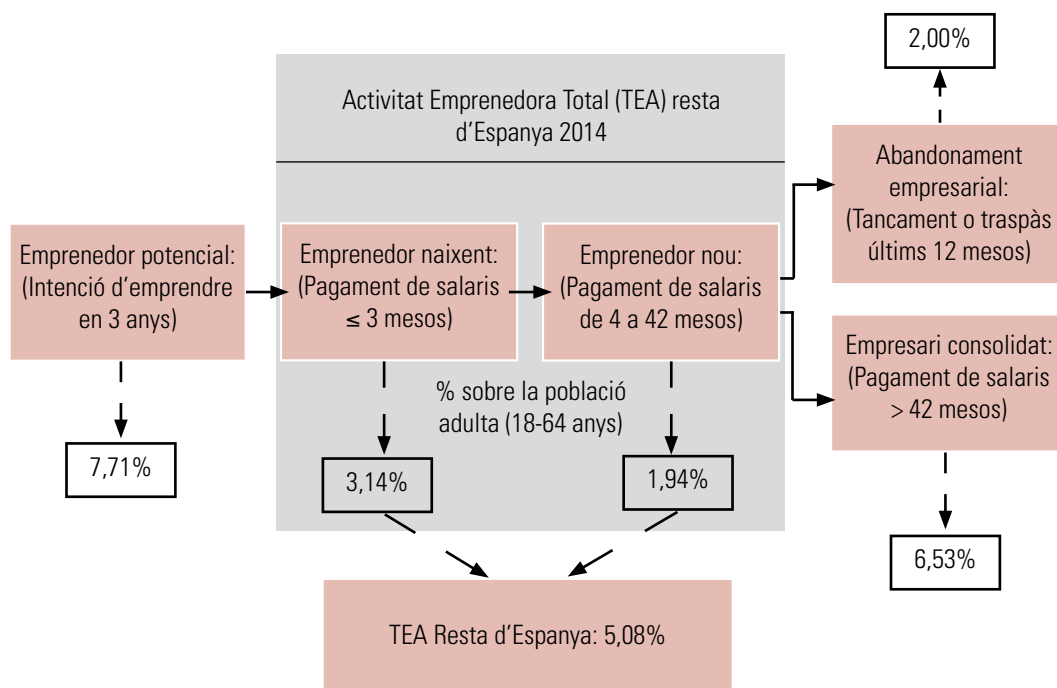
Gràfic 3.3. El procés emprendedor a Catalunya el 2014



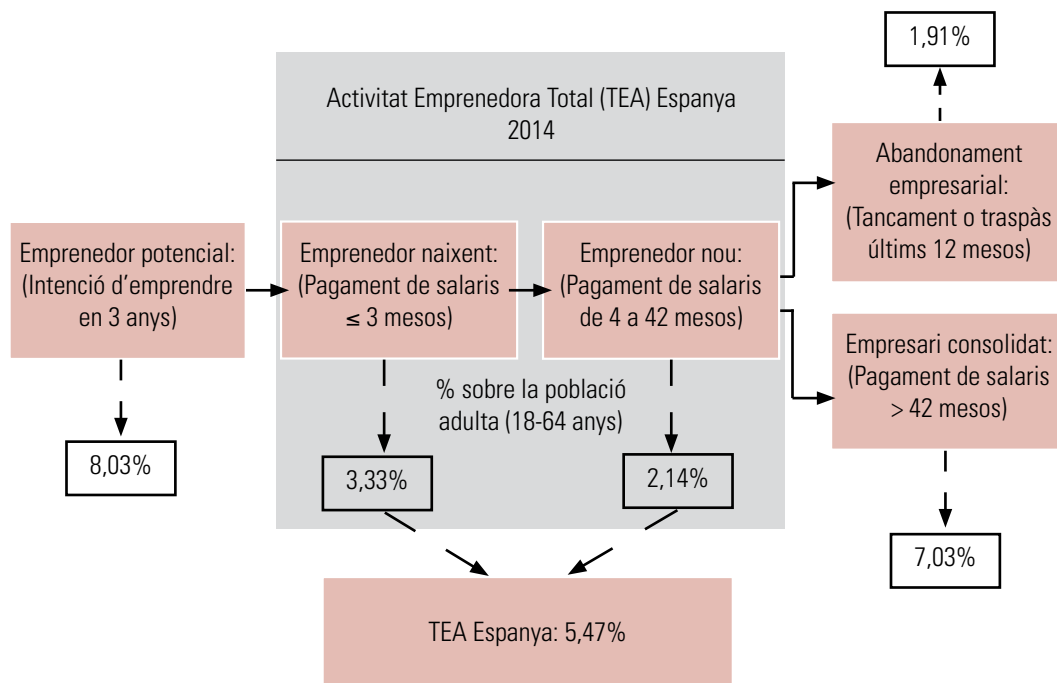
Gràfic 3.4. El procés emprendedor a Barcelona el 2014



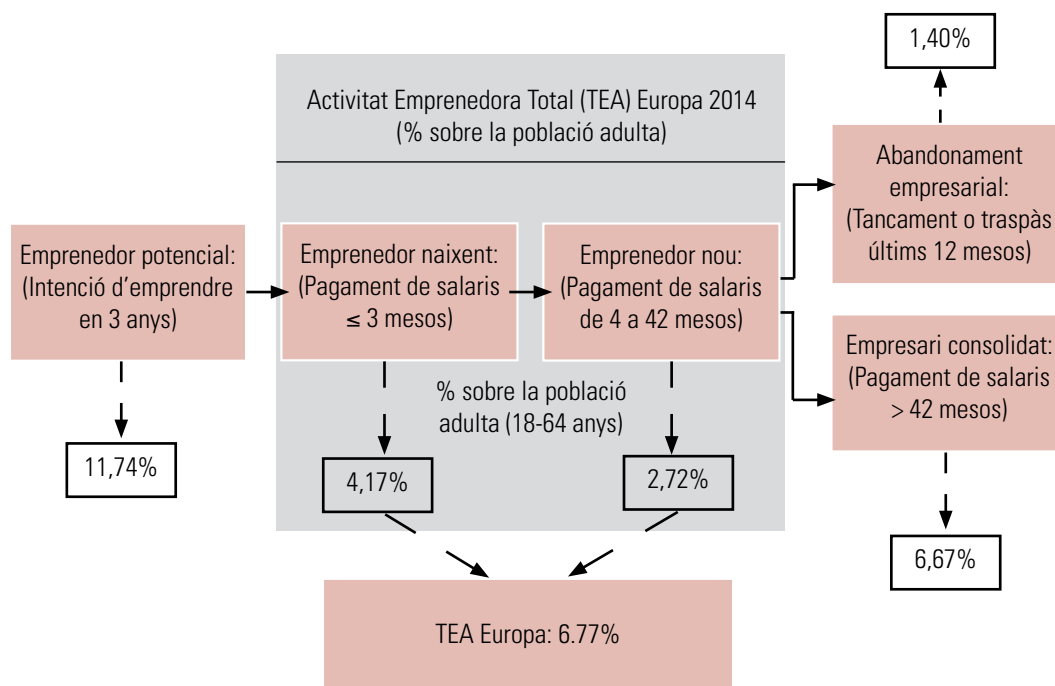
Gràfic 3.5. El procés emprendedor a la resta d'Espanya el 2014



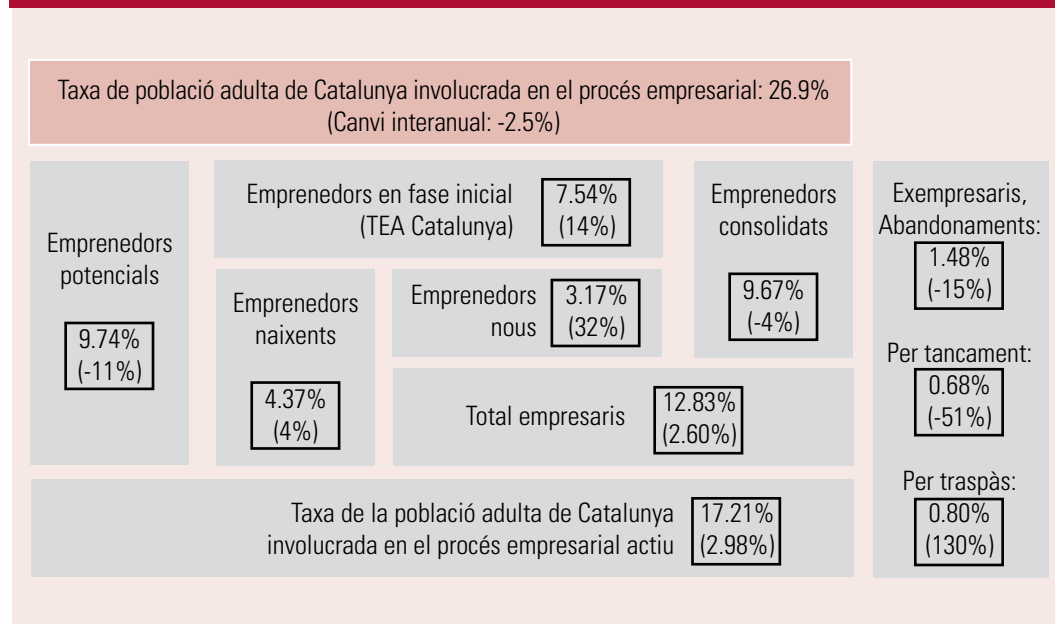
Gràfic 3.6. El procés emprendedor a Espanya el 2014



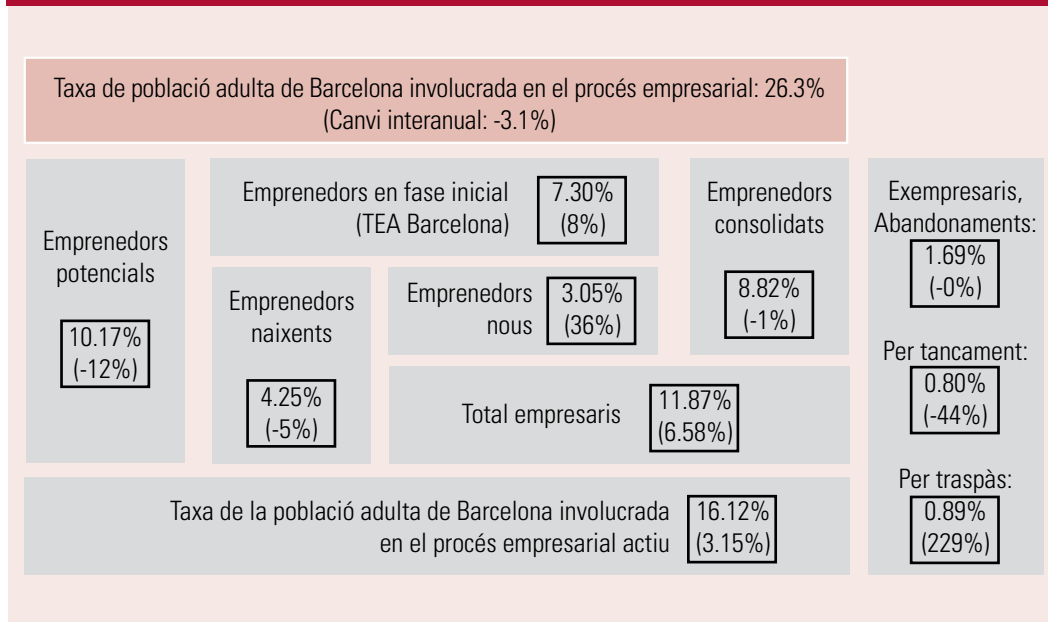
Gràfic 3.7 El procés emprenedor a Europa el 2014



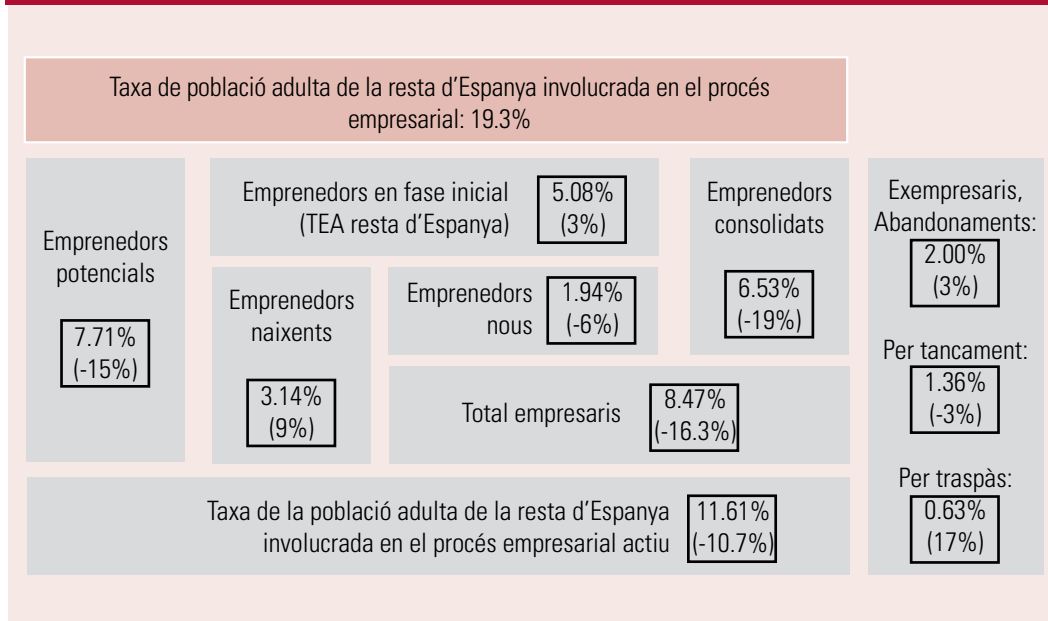
Gràfic 3.8. Quadre resum del procés emprenedor a Catalunya amb variacions interanuals



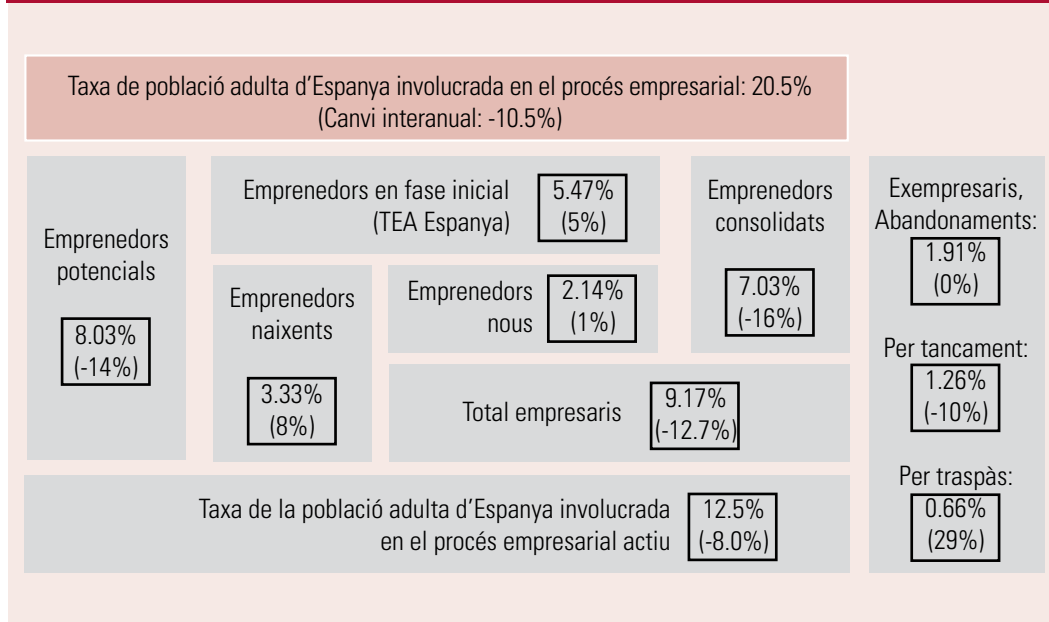
Gràfic 3.9. Quadre resum del procés emprenedor a Barcelona amb variacions interanuals



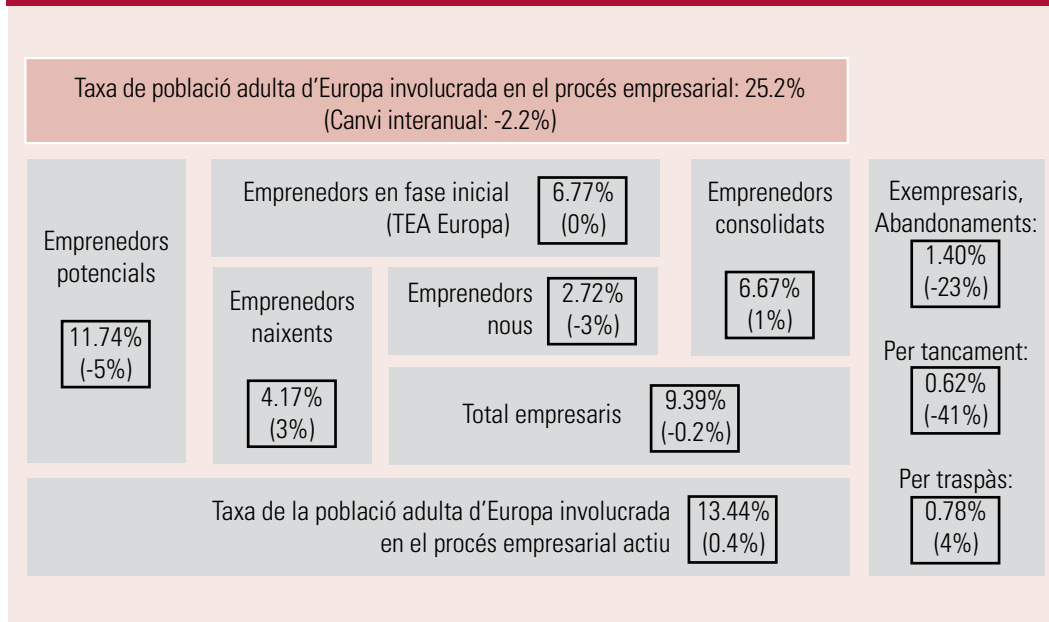
Gràfic 3.10. Quadre resum del procés emprenedor a la resta d'Espanya amb variacions interanuals



Gràfic 3.11. Quadre resum del procés emprenedor a Espanya amb variacions interanuals



Gràfic 3.12. Quadre resum del procés emprenedor a Europa amb variacions interanuals



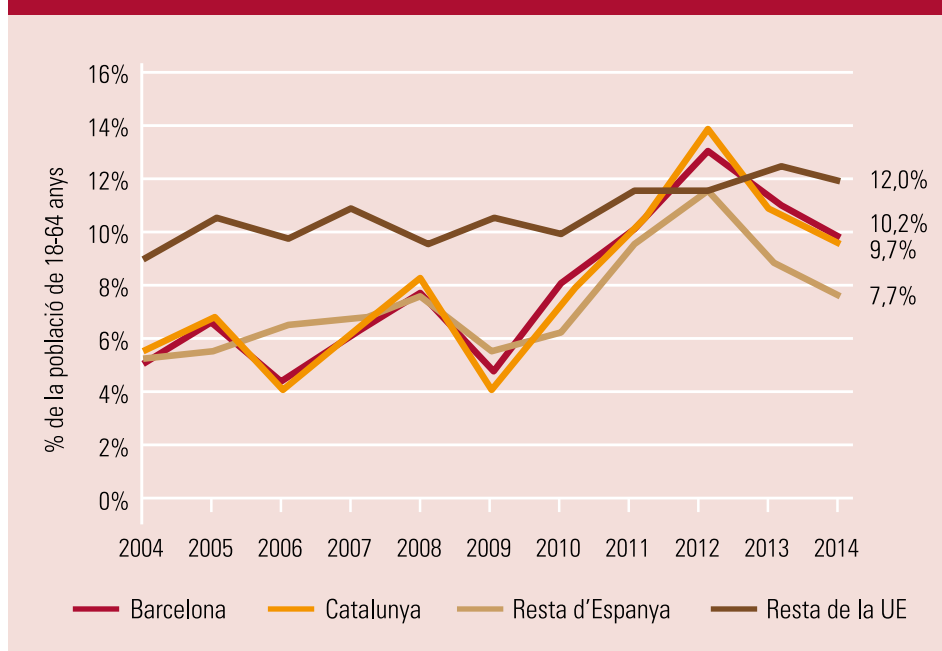
3.2. Dinàmica de l'activitat emprendedora

En aquest apartat s'analitzarà la dinàmica emprendedora d'aquests últims onze anys, i es desglossaran els resultats de Barcelona, Catalunya, la resta d'Espanya i la resta de la UE (tal com s'ha explicat al principi de l'apartat 2, es compara amb els països de la UE considerats "economies avançades basades en la innovació").

El percentatge d'emprenedors potencials ha experimentat una disminució entre el 2013 i el 2014, i ha passat del 10,94% al 9,7%, que s'uneix a la de l'any passat després de venir d'un màxim de 14,1% el 2012 (gràfic 3.13).

Malgrat això, si n'analitzem l'evolució en aquest període, amb un espectacular creixement des del 2009 i tot i la caiguda dels dos últims anys,¹ es mantenen valors superiors als d'abans del començament de la crisi,² un parell de punts percentuals per sobre de la resta d'Espanya.

Gràfic 3.13. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que espera emprendre en els propers 3 anys a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2004-2014



¹ Uns resultats que estan en consonància amb l'esmentada pèrdua de força de la percepció del fet que iniciar un negoci era una bona opció professional (gràfic 2.11) i que atorgava estatus social i econòmic (gràfic 2.13).

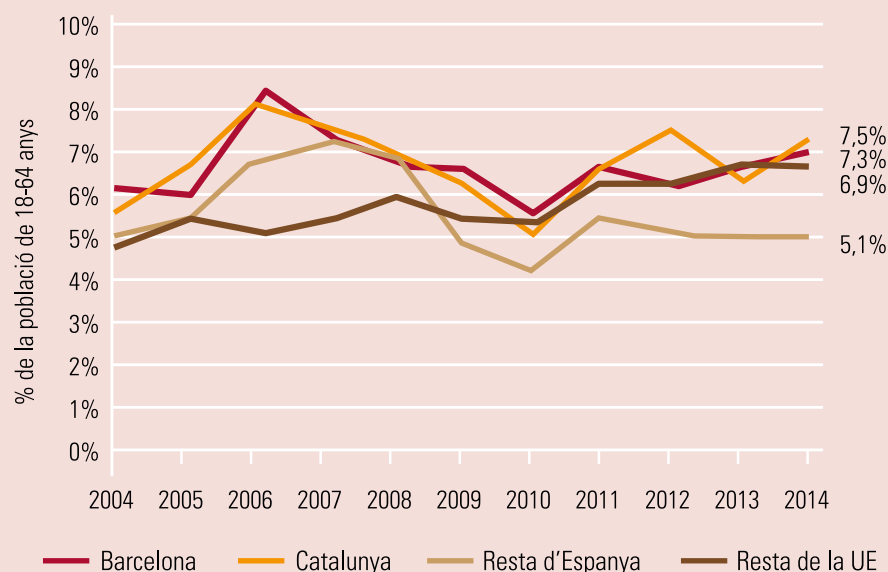
² Són coherents amb alguns que es presentaran en els següents apartats, com poden ser un alt percentatge d'emprenedoria per necessitat (gràfic 3.30) o que el 26% dels emprenedors potencials actualment estan a l'atur (gràfic 4.25).

A diferència de l'indicador anterior, la TEA de Catalunya ha crescut un 14% aquest últim any. El gràfic 3.14 mostra que la TEA de Catalunya i Barcelona s'ha mantingut pràcticament sempre per sobre de la resta de la UE i la resta d'Espanya, alguns anys amb distàncies de diversos punts. El 2014 la de Catalunya supera la de la resta d'Espanya en gairebé 2,5 punts percentuals i en mig punt la de la resta de la UE.

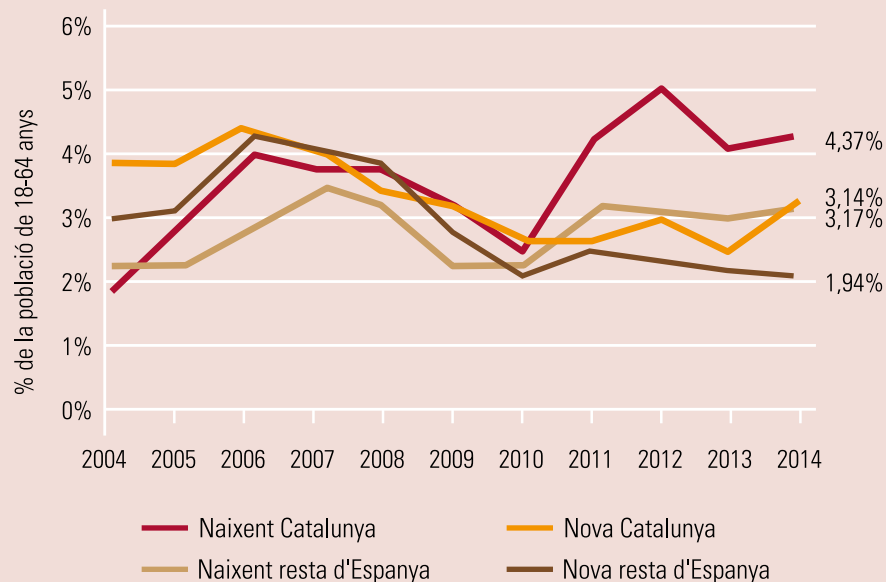
L'increment anterior es deu, fonamentalment, a l'augment d'emprenedors nous (gràfic 3.15), que han passat de 2,41% a 3,17% (variació del 32%) el 2014, i s'ha mantingut alta la taxa d'emprenedors naixents (de 4,20% a 4,37%, amb una variació del 4%). Cal tenir present, amb tot, que molts d'aquests naixents, que també inclouen les persones que durant l'últim any han realitzat tasques enfocades a engegar el negoci, no s'acaben constituint en empresa, tal com es pot observar perquè l'any posterior no es produeix un creixement de les noves d'acord amb el de les naixents de l'any precedent.

Quan s'analitza la situació per demarcacions (gràfic 3.16), s'observa que, després de la forta caiguda que hi va haver el 2013 a Girona, Lleida i Tarragona, el 2014 totes tres s'han recuperat. Aquests tres últims anys, la TEA de Lleida supera àmpliament la de les altres tres províncies, i es confirma el que s'apuntava en l'Informe GEM Catalunya 2010 que les zones rurals tenen una taxa d'activitat emprenedora més gran que la de la resta del territori català.

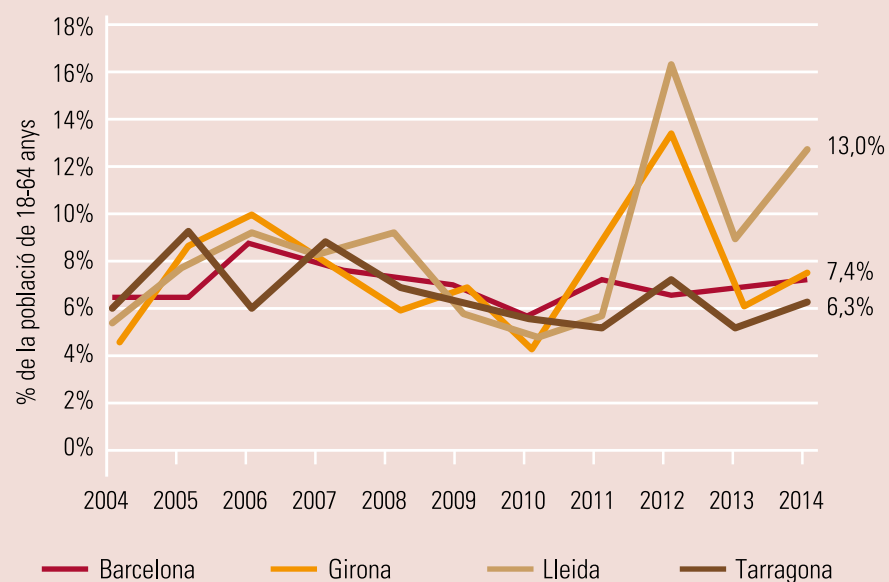
Gràfic 3.14. Evolució de l'índex TEA de Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2004-2014



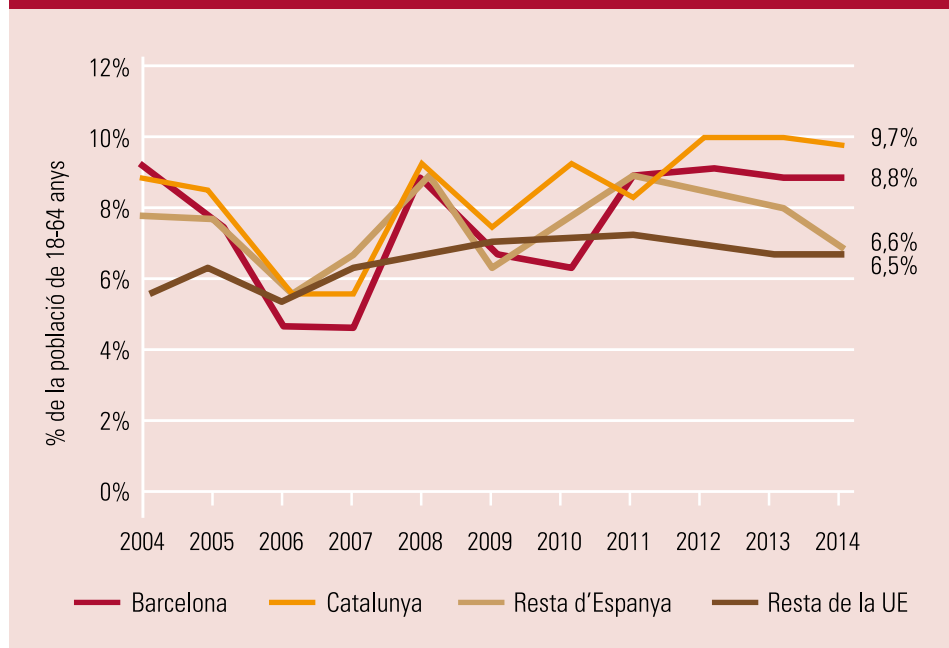
Gràfic 3.15. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys involucrada en negocis naixents i en negocis nous a Catalunya i a la resta d'Espanya durant el període 2004-2014



Gràfic 3.16. Evolució de l'índex TEA per demarcacions durant el període 2004-2014



Gràfic 3.17. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys involucrada en negocis consolidats a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2004-2014



El percentatge d'emprenedors consolidats a Catalunya s'ha mantingut gairebé sempre per sobre de la RE i la RUE, se situa aquests tres últims anys en els nivells més alts, al voltant del 10%, i supera el 2014 en més de tres punts percentuals la RE i la RUE (gràfic 3.17).

Precisament destaca aquest comportament positiu a Catalunya des del 2011, quan en paral·lel la resta d'Espanya ha encadenat tres anys consecutius de descensos dels emprenedors consolidats, on l'últim és de gairebé el 20%.

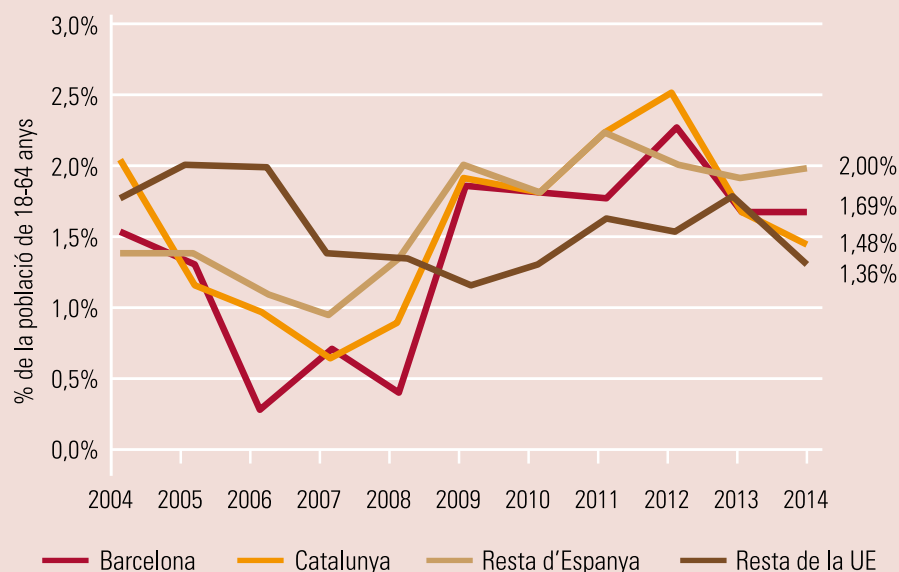
Una altra dada positiva és que des del 2012 el percentatge de persones que han abandonat una activitat empresarial l'últim any, a diferència de la RE que s'ha mantingut al voltant del 2%, ha disminuït fins a l'1,5%, un nivell similar a la RUE (gràfic 3.18).

Però encara és més important l'evolució de la composició d'aquest (gràfic 3.19), ja que són superiors els negocis que continuen (0,8%) que els que tanquen (0,68%). Els tancaments han acumulat disminucions del 26% el 2013 i del 51% el 2014.

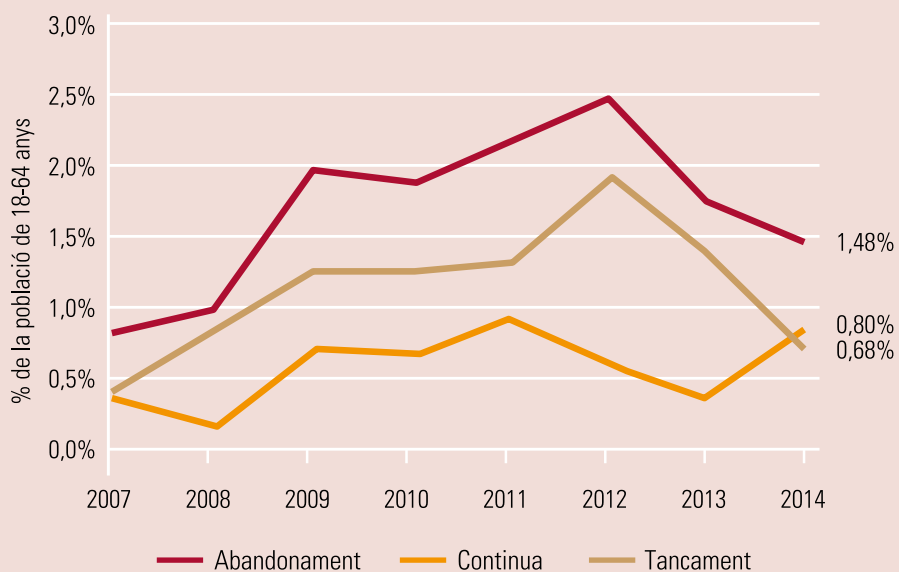
El gràfic 3.20 mostra l'evolució dels que abandonen, però el negoci continua (traspàs), en què a Catalunya s'arriba a valors similars a la RUE i molt per sobre de la RE. destaca positivament la demarcació de Barcelona, que ha passat d'un 0,27% el 2013 a un 0,89% el 2014.

Mentre que el gràfic 3.21 presenta el tant per cent dels abandonaments que tanquen el negoci, que a Catalunya és 22 punts percentuals inferior que a la RE. És remarcable que a Catalunya en dos anys s'ha reduït a la meitat el percentatge d'abandonaments que acaben tancant.

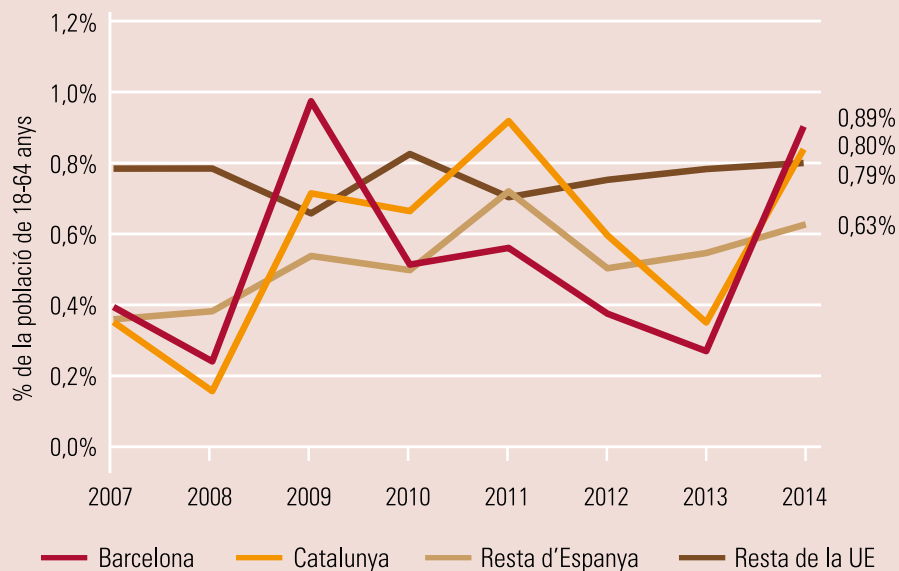
Gràfic 3.18. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha abandonat un negoci en els últims 12 mesos durant el període 2004-2014



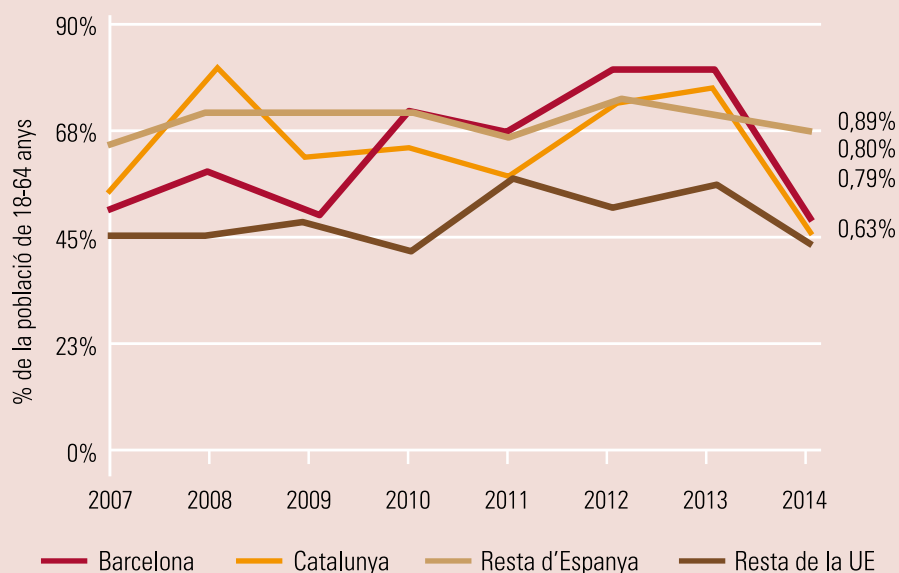
Gràfic 3.19. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha abandonat un negoci en els últims 12 mesos a Catalunya durant el període 2007-2014, desglossat en els que el negoci continua (traspàs) i en els que es tanca



Gràfic 3.20. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha abandonat un negoci en els últims 12 mesos, però que el negoci continua (traspàs) a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2007-2014



Gràfic 3.21. Evolució del % d'abandonaments que tanquen a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2007-2014



3.3. Motivació per emprendre: oportunitat versus necessitat

La creació d'una empresa s'associa en la literatura a dues motivacions bàsiques: l'oportunitat i la necessitat. La primera motivació, denominada *pull* o per oportunitat, parteix de la identificació d'una oportunitat i de l'explotació de la idea de negoci. Quan la decisió d'independitzar-se resulta de factors positius, el futur empresari es veu "atret" per aquesta perspectiva i per això s'anomenen *pull*, que reflecteix un alt nivell d'empresarialitat. La segona, denominada *push* o per necessitat, considera que la decisió de creació d'una empresa és determinada per la inexistència d'alternatives per aconseguir una feina assalariada satisfactòria, és a dir, que la manca d'alternatives "empeny" les persones a establir la seva pròpia empresa com a mitjà de subsistència.

Aquests dos grups de factors no només són importants per explicar la creació de l'empresa, sinó que també s'ha comprovat que influeixen en el posterior creixement d'aquesta. Els treballs que se sostenen en les teories del capital humà i el capital relacional, que estudien de manera multidimensional els determinants del creixement en diferents països, suggereixen que les motivacions de l'empresari i les característiques psicològiques influeixen sobre el nivell de creixement. I la creació per oportunitat, en oposició a la creació per necessitat, és un dels principals determinants de la probabilitat de creixement.

Els resultats obtinguts pel GEM aquests últims anys reflecteixen la preponderància de la motivació per oportunitat a Catalunya, tant el 2014 (gràfic 3.22) com durant l'última dècada (gràfic 3.26).

El percentatge de població adulta que el 2014 va ser identificada com a emprenedors en fase inicial (7,5%) es divideix en un 5,2% motivat per oportunitat (3,3% oportunitat pura i 1,8% en part), un 1,9% per necessitat i un 0,3% són emprenedors per altres motius.

La TEA per oportunitat de Catalunya (5,2%) és un 67% més elevada que la de la resta d'Espanya (3,3%) i igual que la de la RUE (5,1%) (gràfic 3.28).

El tipus de comportament emprenedor en la població adulta catalana en fase inicial mostra que dos terços (68%) decideixen emprendre per la detecció d'una oportunitat, ja sigui pura (44%) com en part (24%). Mentre que el percentatge dels que han decidit emprendre per necessitat ha estat del 28% i per altres motius del 4% (gràfic 3.24).

Entre els que van emprendre per explotar una oportunitat de negoci, la majoria buscava més independència (52%, xifra considerablement superior al 36% de la RE del 2014 i al 33% de Catalunya del 2013) o augmentar els ingressos (25%). Només el 10% volia mantenir els ingressos actuals, mentre que el 13% restant perseguia altres raons. Tal com es pot observar al gràfic 3.29, el fet d'augmentar o mantenir els ingressos ha perdut pes, i ha passat del 52% el 2013 al 35% el 2014.

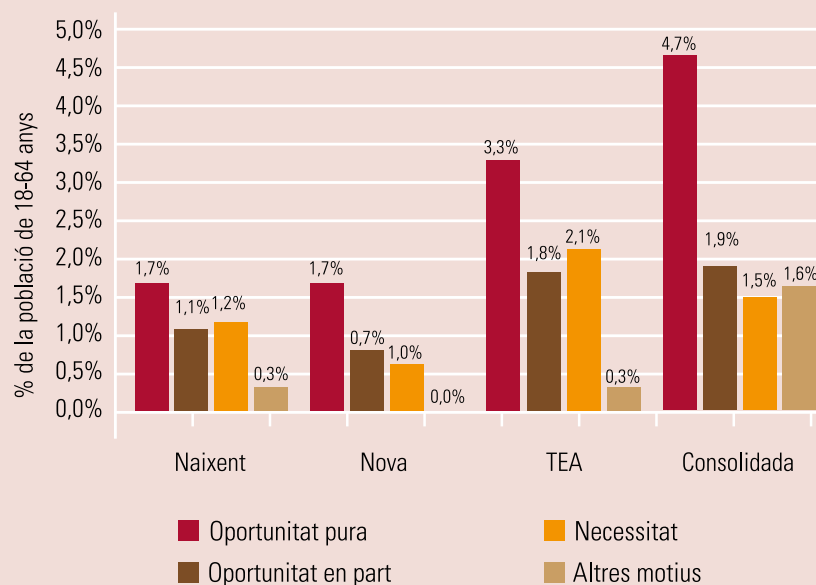
Però més rellevant que els valors absoluts de motivació per emprendre per necessitat o per oportunitat, és l'evolució de la diferència entre tots dos. Si bé per analitzar la tendència utilitzem com a indicador la ràtio que resulta del quocient entre la taxa d'activitat per necessitat i la taxa d'activitat per oportunitat, aquesta pot servir d'indicador de la qualitat i sostenibilitat de l'activitat emprenedora. Així doncs, com més ràtio, menys qualitat de la creació d'empreses.

Al gràfic 3.30 es pot apreciar que des del 2009 fins al 2013 aquesta ràtio per a Catalunya havia crescut de manera sostinguda, i se n'havia quadruplicat el valor (de 0,11 a 0,42). Però el 2014 s'ha trencat la tendència, amb un lleuger descens del 5%, un fet rellevant ja que s'ha produït en un context de contínua crescuda tant a la RE (de 0,44 a 0,47) com a la RUE (de 0,22 a 0,29). I ha quedat nou punts percentuals per sota de la mitjana de la resta d'Espanya (0,47), encara que és onze punts superior a la de la resta d'Europa (0,29).

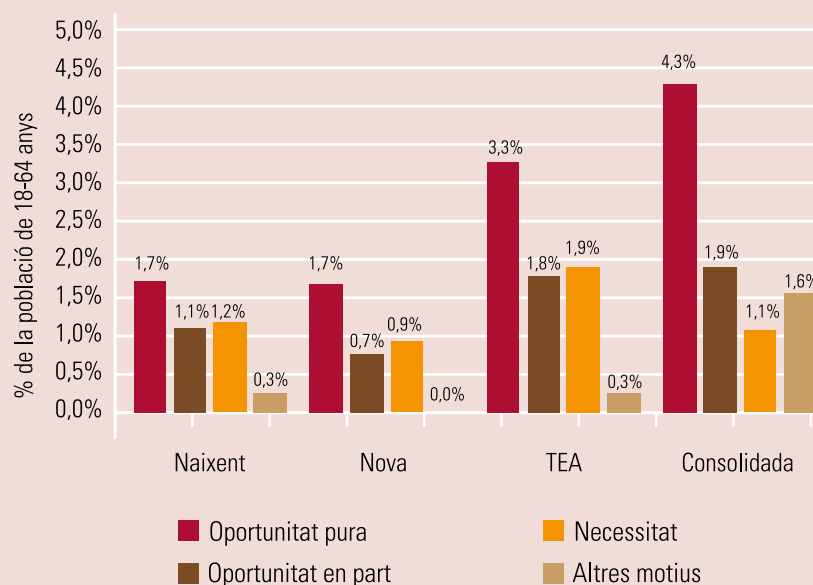
Barcelona, que fins el 2013 havia acusat més l'esmentat deteriorament (el valor d'aquesta ràtio havia passat de 0,06 el 2009 a 0,47 el 2013), ha aconseguit invertir la tendència amb una millora del 20%, i el 2014 ha passat a un valor de 0,38.

Així doncs, aquests resultats confirmen que, tot i que el 2014 s'ha millorat, en aquests últims anys de crisi econòmica la creació d'empreses per necessitat ha crescut considerablement entre les persones emprenedores catalanes.

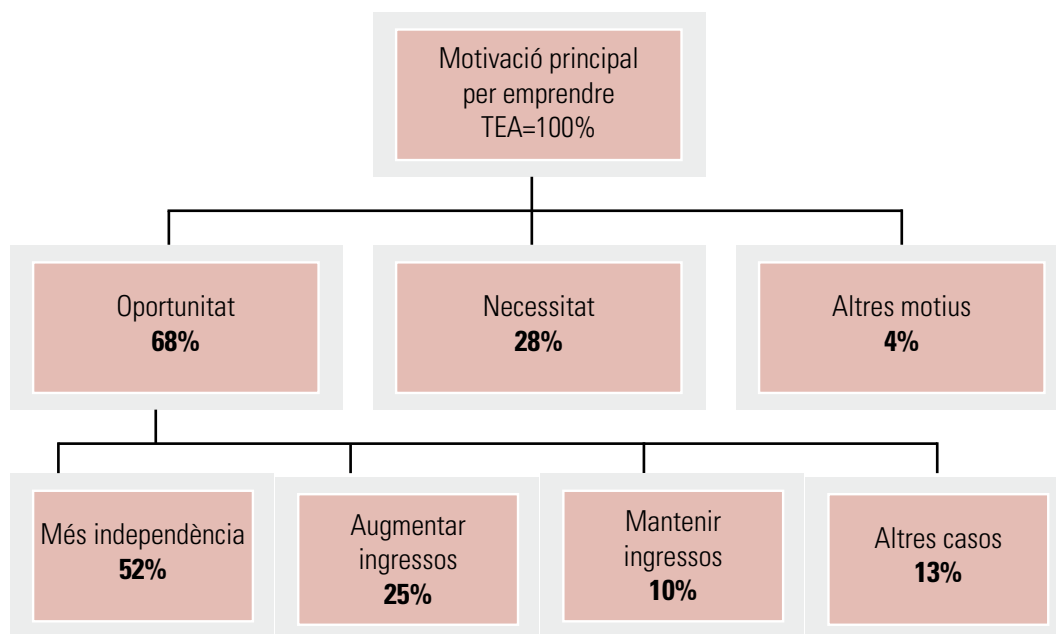
Gràfic 3.22. El procés emprendedor a Catalunya el 2014 segons el motiu per emprendre



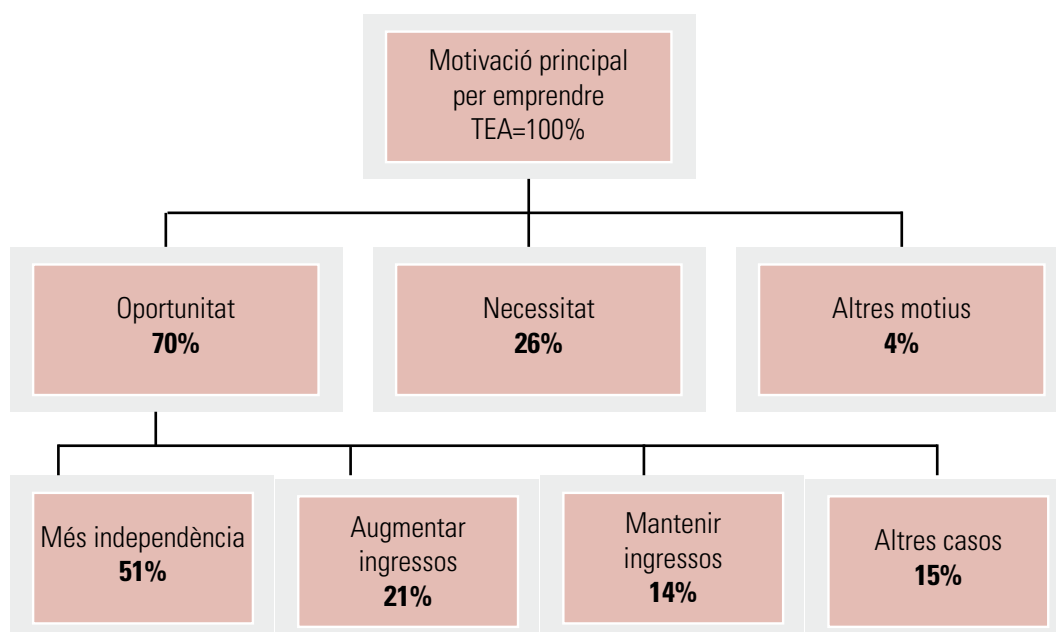
Gràfic 3.23. El procés emprendedor a Barcelona el 2014 segons el motiu per emprendre



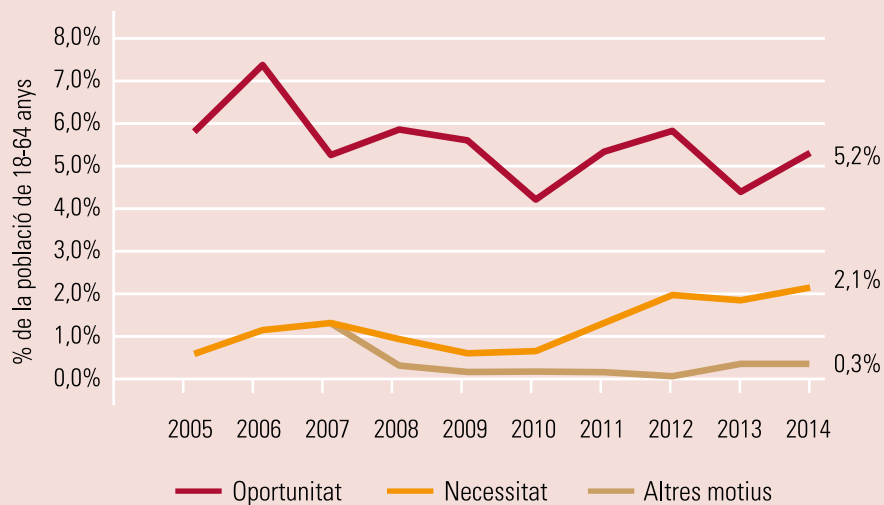
Gràfic 3.24. Distribució de l'activitat emprendora total (TEA) a Catalunya en funció del principal motiu per emprendre



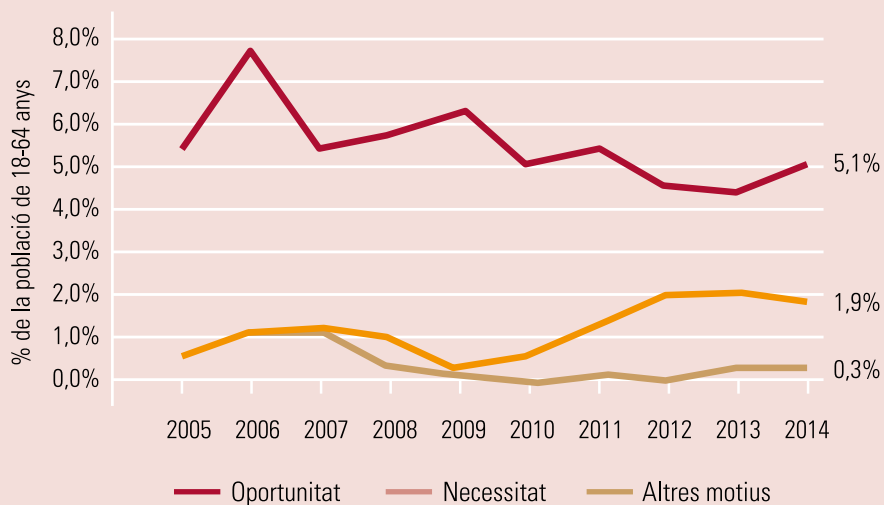
Gràfic 3.25. Distribució de l'activitat emprendora total (TEA) a Barcelona en funció del principal motiu per emprendre



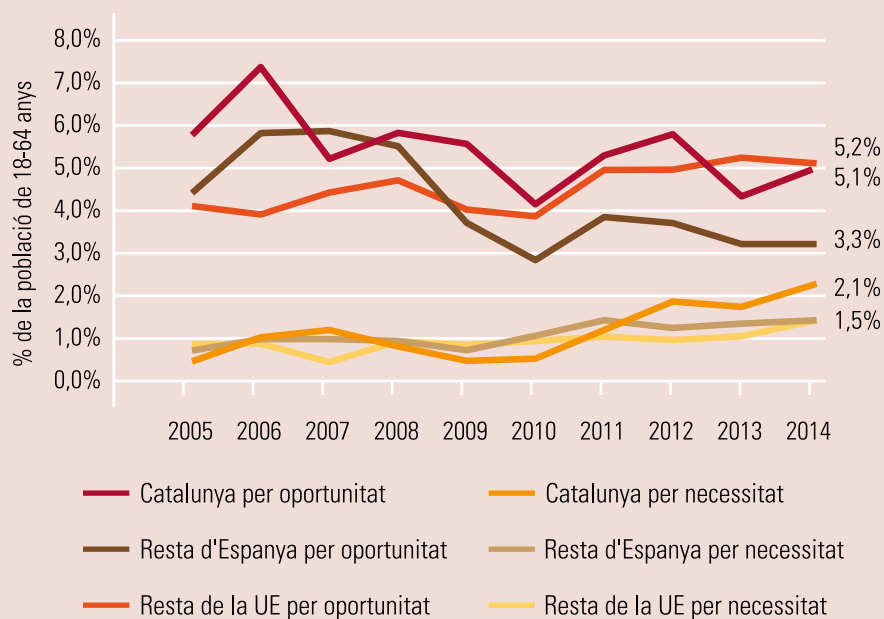
Gràfic 3.26. Evolució de l'índex TEA a Catalunya durant el període 2005-2014 segons el motiu per emprendre



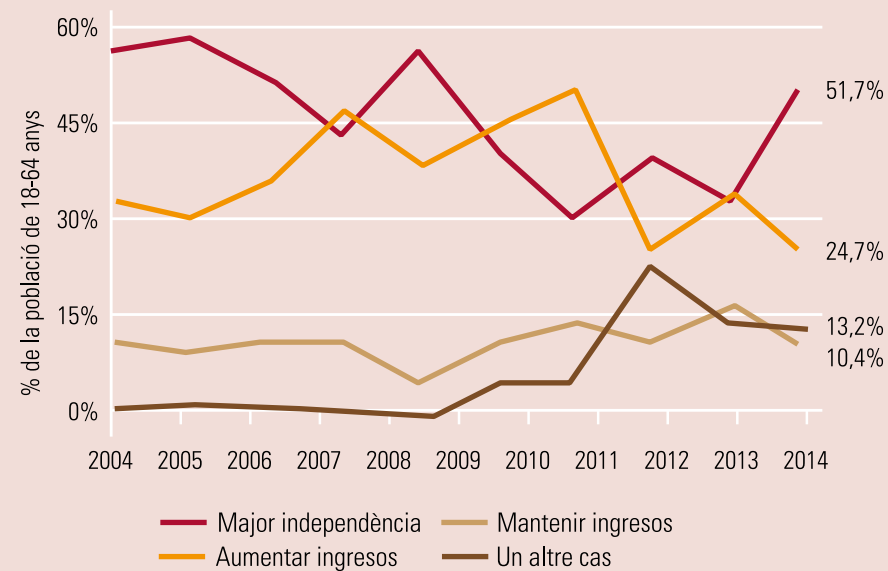
Gràfic 3.27. Evolució de l'índex TEA a Barcelona durant el període 2005-2014 segons el motiu per emprendre



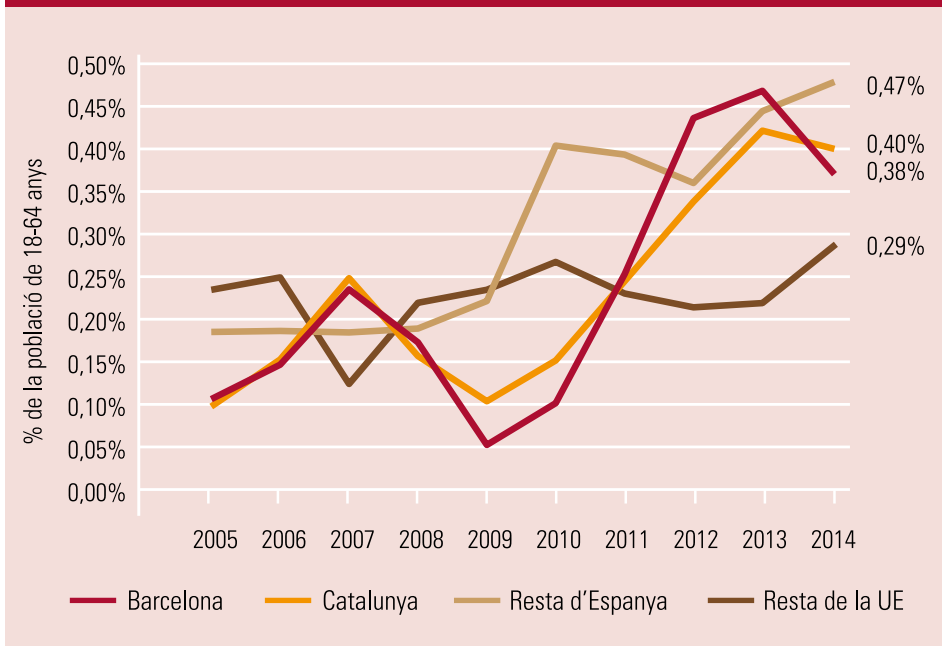
Gràfic 3.28. Evolució de l'índex TEA a Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2005-2014 segons si el motiu per emprendre és per oportunitat o per necessitat



Gràfic 3.29. Evolució del percentatge de l'índex TEA per oportunitat a Catalunya durant el període 2005-2014 segons les raons que complementen l'aprofitament d'una oportunitat per emprendre



Gràfic 3.30. Evolució de la ràtio necessitat/oportunitat com un indicatiu de la qualitat de l'emprenedoria durant el període 2005-2014



3.4. Benchmarking internacional i per comunitats autònomes de l'activitat emprenedora

La dimensió internacional del projecte GEM possibilita una comparació de la situació a Catalunya amb els indicadors d'altres entorns. Tot i que en els apartats anteriors ja s'han anat introduint dades de la resta d'Espanya i Europa, per tal de contextualitzar millor els resultats obtinguts de Catalunya en aquest apartat es presentaran els resultats detallats del procés emprenedor als països GEM en funció del grau de desenvolupament (índex de competitivitat global).

Tal com es pot apreciar a la taula 3.1, la TEA sol ser més alta com més baix és el nivell de desenvolupament del país. Als països en vies de desenvolupament, la població adulta té necessitat d'emprendre a causa de la manca d'altres oportunitats millors, com per exemple, d'ocupació per compte d'altri en empreses o en la funció pública.

En els països d'economies basades en els factors de producció la mitjana és de 23,3%, i passa a 14,6% en els d'economies basades en l'eficiència i a 8,5% en els d'economies basades en la innovació. Tanmateix, és important tenir en compte que l'impacte econòmic de l'emprenedoria depèn més de la qualitat que de la quantitat. Cal destacar que en les economies basades en la innovació l'activitat emprenedora motivada per oportunitat és molt més predominant que en altres economies menys desenvolupades, en què una part important sol ser motivada per necessitat.

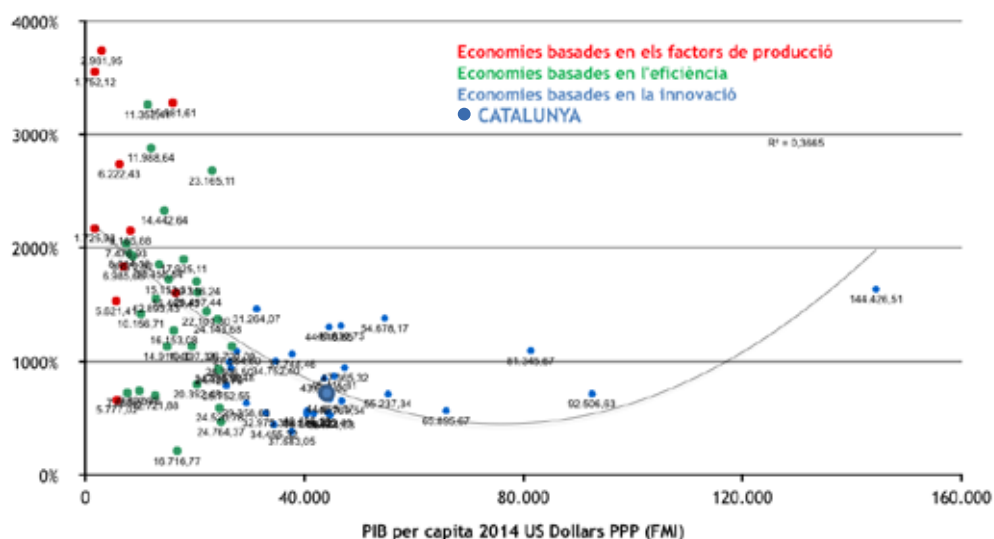
El gràfic 3.31 mostra la relació existent entre la taxa d'activitat emprenedora i el nivell de desenvolupament, que es mesura amb el PIB per càpita, dels països participants al projecte GEM, que adopta una forma de "U" amb una correlació el 2014 del 36,7%. S'hi pot observar l'homogeneïtat que hi ha entre els grups de països segons els tres tipus d'economies.

En les economies basades en la innovació destaquen per sobre del 10% les taxes dels Estats Units (13,8%), Austràlia (13,1%), el Canadà (13%) i Singapur (11%), que són els que estiren la corba cap amunt, en contraposició de la majoria de països europeus.

Catalunya amb 7,5%, igual que Barcelona amb 7,3%, se situen per sobre de la mitjana de la resta de països de la UE (sense comptar-hi Espanya) d'economies basades en la innovació (6,9%) i molt per sobre de la resta d'Espanya (sense comptar-hi Catalunya), que té un 5,1%.

En la comparació autonòmica Catalunya apareix en els primers llocs en totes les etapes del procés emprenedor (gràfics 3.31 i 3.32): sisena en emprenedors potencials (9,7%); tercera en naixents (4,37%); segona en nous (3,17%); segona en TEA (7,54%); sisena en consolidats (9,7%), i en la franja baixa en abandonaments (1,48%).

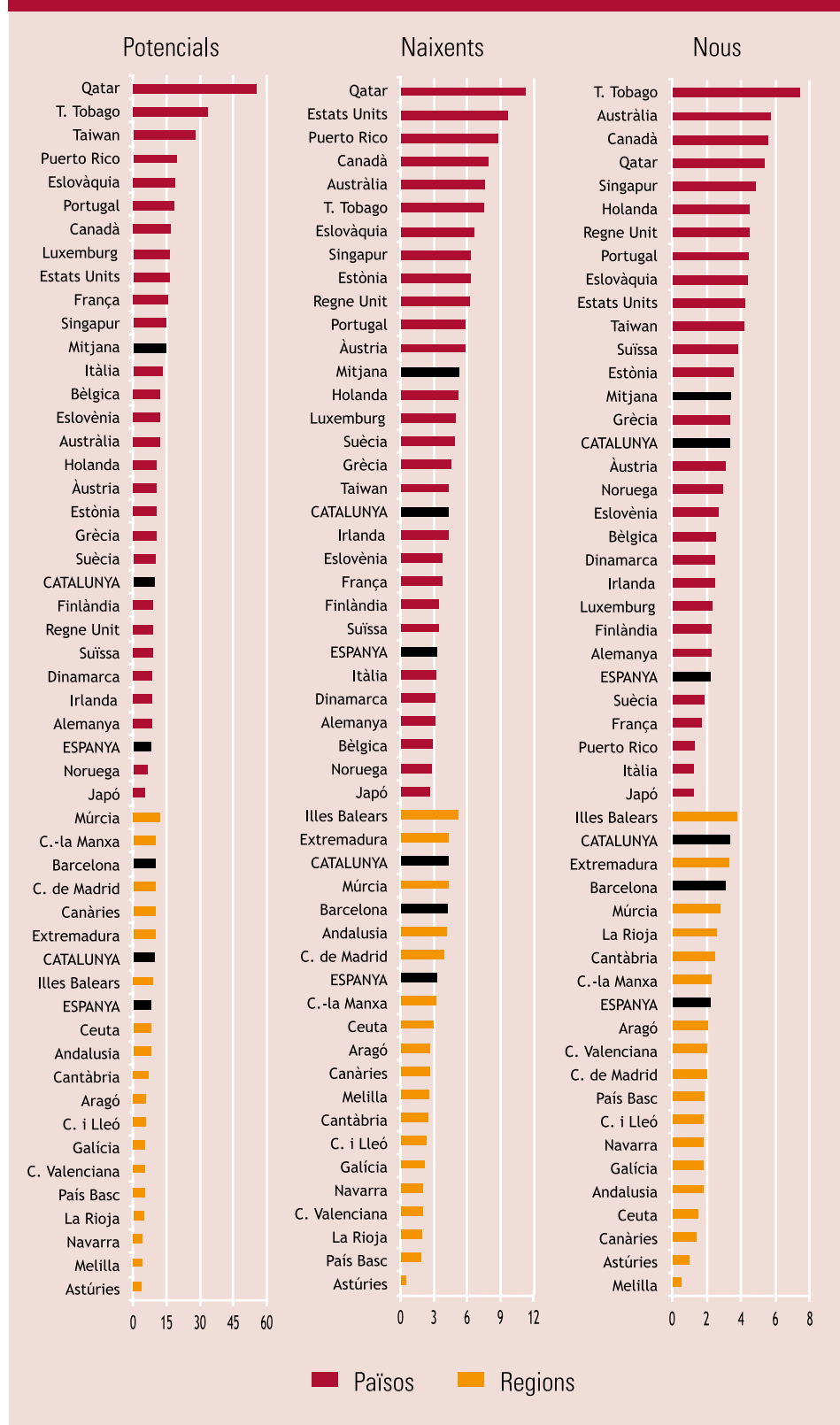
Gràfic 3.31. Relació quadràtica entre l'indicador TEA i el nivell de desenvolupament mesurat en PIB per càpita el 2014



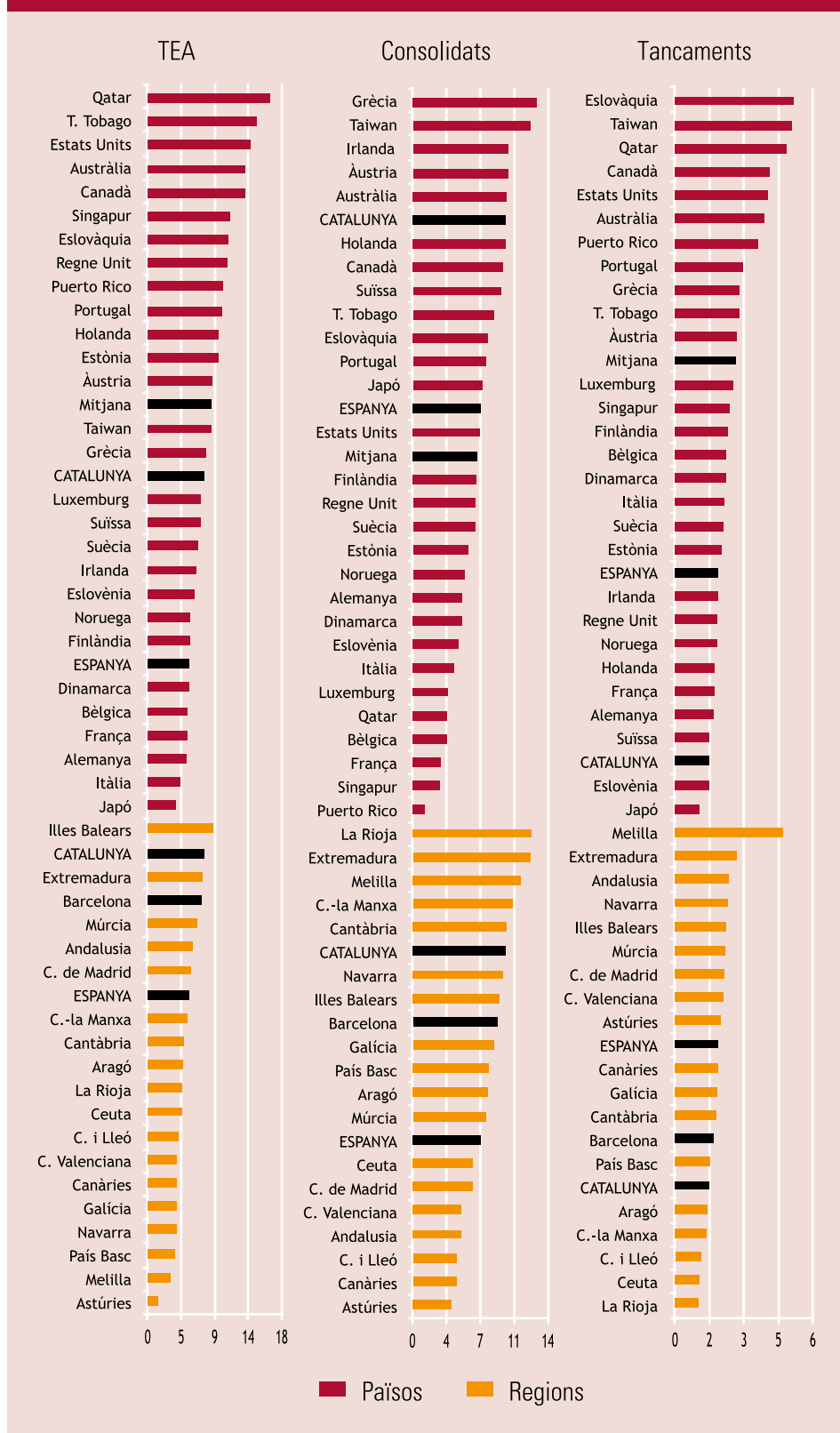
Taula 3.1. Percentatge de la població adulta amb intenció d'emprendre i involucrada en negocis en fase inicial (TEA), negocis consolidats i tancaments d'activitat empresarial el 2014 classificats per tipus d'economia

		Emprenedor potencial	Emprenedor naixent	Emprenedor nou	TEA	Empresari consolidat	Abandonament empresarial	
Economies basades en els factors de producció	Mitjana	43,2	12,4	11,7	23,3	12,7	10,9	
	Angola	44,7	9,5	12,4	21,5	6,5	14,8	
	Bolívia	50,7	21,5	7,1	27,4	7,6	6,9	
	Botswana	66,0	23,1	11,1	32,8	5,0	15,1	
	Burkina Faso	48,5	12,7	9,8	21,7	17,7	10,8	
	Camerun	57,7	26,4	13,7	37,4	11,5	17,7	
	Filipines	45,6	8,2	10,5	18,4	6,2	12,6	
	Índia	9,6	4,1	2,5	6,6	3,7	1,2	
	Iran	27,5	7,5	8,7	16,0	10,9	5,7	
	Uganda	58,6	8,9	28,1	35,5	35,9	21,2	
	Vietnam	22,7	2,0	13,3	15,3	22,2	3,6	
Economies basades en l'eficiència	Mitjana	26,2	8,5	6,5	14,6	8,9	4,4	
	Argentina	28,9	9,5	5,2	14,4	9,1	4,9	
	Barbados	14,6	8,5	4,2	12,7	7,1	3,7	
	Bòsnia i Hercegovina	21,7	4,5	2,9	7,4	6,7	4,5	
	Brasil	22,2	3,7	13,8	17,2	17,5	4,1	
	Xile	48,8	16,6	11,1	26,8	8,8	8,3	
	Xina	20,2	5,5	10,2	15,5	11,6	1,4	
	Colòmbia	51,3	12,4	6,7	18,6	4,9	5,6	
	Costa Rica	31,8	7,6	3,7	11,3	2,5	4,9	
	Croàcia	22,9	6,0	2,0	8,0	3,6	3,8	
	Ecuador	46,3	24,5	9,9	32,6	17,7	8,1	
	El Salvador	23,0	11,4	8,7	19,5	12,7	10,8	
	Geòrgia	16,7	4,1	3,2	7,2	7,3	2,5	
	Guatemala	41,9	12,0	9,2	20,4	7,4	4,4	
	Hongria	16,0	5,6	3,9	9,3	8,0	3,1	
	Indonèsia	30,7	4,4	10,1	14,2	11,9	4,1	
	Jamaica	34,0	7,9	11,9	19,3	14,4	6,3	
	Kazakhstan	23,3	8,1	6,2	13,7	7,4	2,9	
	Lituània	22,3	6,1	5,3	11,3	7,8	2,9	
	Malàisia	12,1	1,4	4,6	5,9	8,5	2,0	
	Mèxic	22,1	12,7	6,4	19,0	4,5	5,5	
	Panamà	27,2	13,1	4,1	17,1	3,4	4,5	
	Perú	55,7	23,1	7,3	28,8	9,2	8,0	
	Polònia	19,4	5,8	3,6	9,2	7,3	4,2	
	Romania	32,7	5,3	6,2	11,4	7,6	3,2	
	Rússia	5,7	2,4	2,4	4,7	4,0	1,2	
	Sud-àfrica	11,8	3,9	3,2	7,0	2,7	3,9	
	Surinam	4,9	1,9	0,2	2,1	5,2	0,2	
	Tailàndia	22,4	7,6	16,7	23,3	33,1	4,2	
	Uruguai	28,9	10,5	5,8	16,1	6,7	4,4	
Economies basades en la innovació	Mitjana	14,8	5,3	3,4	8,5	6,7	2,7	
	Alemanya	8,3	3,1	2,3	5,3	5,2	1,7	
	Austràlia	12,1	7,7	5,7	13,1	9,8	3,9	
	Àustria	10,7	5,8	3,1	8,7	9,9	2,7	
	Bèlgica	12,4	2,9	2,6	5,4	3,5	2,3	
	Canadà	16,8	7,9	5,6	13,0	9,4	4,2	
	Catalunya	9,7	4,4	3,2	7,5	9,7	1,5	
	Dinamarca	8,4	3,1	2,5	5,5	5,1	2,2	
	Eslovàquia	19,0	6,7	4,4	10,9	7,8	5,2	
	Eslovènia	12,3	3,8	2,7	6,3	4,8	1,5	
	Espanya	8,0	3,3	2,2	5,5	7,0	1,9	
	Estats Units	16,2	9,7	4,3	13,8	7,0	4,0	
	Estònia	10,6	6,3	3,5	9,4	5,7	2,0	
	Finlàndia	9,1	3,5	2,3	5,6	6,6	2,3	
	França	16,0	3,7	1,7	5,3	2,9	1,7	
	Grècia	10,4	4,6	3,4	7,9	12,8	2,8	
	Holanda	10,8	5,2	4,5	9,5	9,6	1,8	
	Irlanda	8,3	4,4	2,5	6,5	9,9	1,9	
	Itàlia	13,2	3,2	1,3	4,4	4,3	2,1	
	Japó	5,3	2,7	1,3	3,8	7,2	1,1	
	Luxemburg	16,4	4,9	2,3	7,1	3,7	2,6	
	Noruega	6,2	2,8	3,0	5,7	5,4	1,9	
	Portugal	18,4	5,8	4,4	10,0	7,6	3,0	
	Puerto Rico	19,4	8,8	1,3	10,0	1,3	3,6	
	Qatar	55,5	11,3	5,4	16,4	3,5	4,8	
	Regne Unit	8,9	6,3	4,5	10,7	6,5	1,9	
	Singapur	15,0	6,4	4,8	11,0	2,9	2,4	
	Suècia	10,1	4,9	1,9	6,7	6,5	2,1	
	Suïssa	8,8	3,4	3,8	7,1	9,1	1,5	
	Taiwan	28,1	4,4	4,1	8,5	12,2	5,1	
	Trinitat i Tobago	33,7	7,5	7,4	14,6	8,5	2,8	

Gràfic 3.32. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció del percentatge d'empresadors potencials, naixents, nous de les persones involucrades en tancaments d'empreses el 2014



Gràfic 3.33. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) i consolidats, i de les persones involucrades en tancaments d'empreses el 2014



4. Perfil de les persones involucrades en el procés emprenedor

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

4.1. Distribució per edat

L'edat dels emprenedors varia segons la fase del procés emprenedor en què es troben (taula 4.1). Així, la mitjana dels potencials és de 35 anys; la dels naixents, nous i en fase inicial, de 39; els consolidats pugen a 48, i els que abandonen, a 47. Valors un any menors, tret dels abandonaments, que n'han incrementat un, respecte del 2013, similars als de Barcelona (taula 4.2) i lleugerament inferiors respecte dels de la resta d'Espanya (taula 4.3).

El gràfic 4.1 mostra la distribució per edats dels diferents tipus d'emprenedors identificats a Catalunya el 2014, en què les principals variacions respecte de l'any anterior són:

- Continua el rejueniment d'emprenedors potencials. S'ha mantingut la proporció dels joves entre 18 i 24 anys (24%) i incrementat la dels de la franja de 25-34 anys del 20 al 28%. És a dir, els joves (18-34 anys) han passat de representar el 44% dels emprenedors potencials el 2013 al 52% el 2014.
- Continua la caiguda en els naixents dels compresos entre els 45 i 54 anys: del 35% del 2012, al 26% del 2013 i al 22% del 2014. Aquest impacte es pot apreciar en l'evolució de la TEA d'aquest col·lectiu (gràfic 4.3).
- En els emprenedors en fase inicial, els canvis més significatius han estat: increment de 18-24 en un 37% i de 25-34 un 16%; disminució de 35-44 un 16% i de 45-54 un 17%, i increment de 55-64 un 32%.
- El 56% dels emprenedors en fase inicial es concentra en la franja de 25 a 44 anys, i la de 25-34 anys és la de la TEA més alta: 9,3%.
- En la franja 45-54, igual que el 2013, és on més es concentren els empresaris consolidats (33%).
- El tram 45-64 anys representa el 60,4% dels abandonaments.

El gràfic 4.3 mostra l'índex TEA calculat per a diferents grups de població, d'acord amb el tram d'edat, cosa que permet distingir en quin segment d'edat la població és més propensa a emprendre. Tal com es pot observar:

- Els trams 18-24 (TEA de 9,1%) i 25-34 (9,3%) són els que tenen una TEA superior a la mitjana de Catalunya (7,5%); els de 35-44 (7,6%) i 45-54 (7,2%), similar, i els de 55-64 (4,7%), força inferior.
- Si s'analitzen les tendències, des del 2010 no ha parat de créixer la TEA dels emprenedors en fase inicial d'edat compresa entre els 18 i els 24 anys (gràfic 4.3), i ha passat del 2% al 9,1% el 2014, amb un increment del 82% respecte del 2013. Xifra relacionada amb una alta taxa d'atur juvenil.
- També han estat rellevants els creixements del 44% i 43% de 25-34 i 55-64, respectivament.
- La franja de 45-54 anys, que havia tingut una TEA amb un creixement espectacular des del 2010 (3,4%) fins al 2012 (11%), i que s'interpretava com una manera d'autoocupar-se a causa de les dificultats derivades de l'edat per trobar feina per compte d'altri, ha tornat a valors similars als anys anteriors a la crisi. Respecte del 2013, ha experimentat un descens de l'11%, i la TEA ha quedat al 7,2%.
- En aquests últims onze anys, les TEA més estables han estat les de 35-44, amb valors al voltant del 8%, i les de 55-64, amb valors al voltant del 4%.

Si es classifiquen els emprenedors en dos grups d'edats (18-34 i 35-64 anys) es pot apreciar que la TEA dels emprenedors joves ha crescut un 54%, i ha arribat a un valor de 9,3% (gràfic 4.4) i és gairebé el doble que la de la resta d'Espanya de la mateixa franja d'edat (4,9% i baixant des del 2011) i superior a la de la resta de la UE (8,2%) (gràfic 4.5).

La dels de més edat, en canvi, s'ha mantingut i ha passat 7% a 6,7%, una xifra gairebé un 30% superior a la de la resta d'Espanya (5,2%).

L'edat dels homes emprenedors en fase inicial és igual que la de les dones (39 anys), perquè ha disminuït en dos anys la dels primers respecte del 2013 (taula 4.4) i s'ha mantingut la d'aquestes. L'edat de les emprenedores potencials també s'ha reduït en dos anys, i ha passat de 37 a 35 anys.

Pel que fa a les percepcions, valors i aptituds de les persones joves involucrades en qualsevol de les fases del procés emprenedor a Catalunya, si les comparem amb les persones de més edat també involucrades, les principals diferències, que coincideixen amb les del 2013, són que el percentatge dels primers que coneixen emprenedors i tenen models de referència és molt més elevat (71% davant del 55%), així com la percepció d'oportunitats que tenen (48% davant del 27%) (gràfic 4.6). L'ur creixent capital humà els dóna un espectre més ampli d'alternatives, així com més capacitat d'identificació i explotació d'oportunitats de negoci (Haynie et al., 2009).

Un altre canvi és que ara els segons detecten en els mitjans de comunicació més històries d'èxit que els joves (59% davant del 48%).

Les diferències més grans es detecten si comparem per franges d'edat els involucrats en el procés emprenedor amb els que no ho estan, molt més acusades en els joves (gràfic 4.7): coneixements i habilitats per emprendre (88% davant del 41%), models de referència (71% davant del 39%), percepció d'oportunitats (48% davant del 24%) i por davant del fracàs (33% davant del 49%).

Entre els no involucrats pràcticament no hi ha diferències per franja d'edat. L'única és que els joves no involucrats tenen més models de referència (39%) que els de 35-64 anys (29%).

Taula 4.1. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014

	Potencials	Naixents	Nous	En fase inicial	Consolidats	Abandonament	
Mitjana	35	39	39	39	48	47	
Desviació estàndard	12	12	11	11	9	12	
Mínim	18	18	21	18	20	23	
Percentil 05	19	21	24	22	31	30	
Percentil 10	20	23	25	24	37	32	
Percentil 25	25	28	32	30	41	38	
Mediana	34	39	39	39	48	48	
Percentil 75	44	49	47	47	55	56	
Percentil 90	52	56	52	55	61	63	
Percentil 95	57	58	58	58	62	64	
Màxim	62	64	64	64	64	64	

Taula 4.2. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014

	Potencials	Naixents	Nous	En fase inicial	Consolidats	Abandonament
Mitjana	35	40	40	40	48	46
Desviació estàndard	12	12	11	12	9	11
Mínim	18	18	21	18	22	23
Percentil 05	19	22	24	22	30	30
Percentil 10	20	23	26	24	37	32
Percentil 25	24	26	33	30	42	38
Mediana	34	40	39	40	48	47
Percentil 75	44	50	47	50	55	54
Percentil 90	52	57	55	56	60	63
Percentil 95	56	58	58	58	62	64
Màxim	62	64	64	64	64	64

Taula 4.3. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors a la resta d'Espanya el 2014

	Potencials	Naixents	Nous	En fase inicial	Consolidats	Abandonament
Mitjana	38	41	40	41	48	45
Desviació estàndard	12	11	10	11	9	13
Mínim	18	18	21	18	18	19
Percentil 05	20	23	25	24	32	25
Percentil 10	22	26	27	26	36	28
Percentil 25	27	32	32	32	42	35
Mediana	37	41	40	41	49	46
Percentil 75	47	49	48	49	55	56
Percentil 90	55	55	53	54	60	62
Percentil 95	57	58	57	58	62	64
Màxim	64	64	64	64	64	64

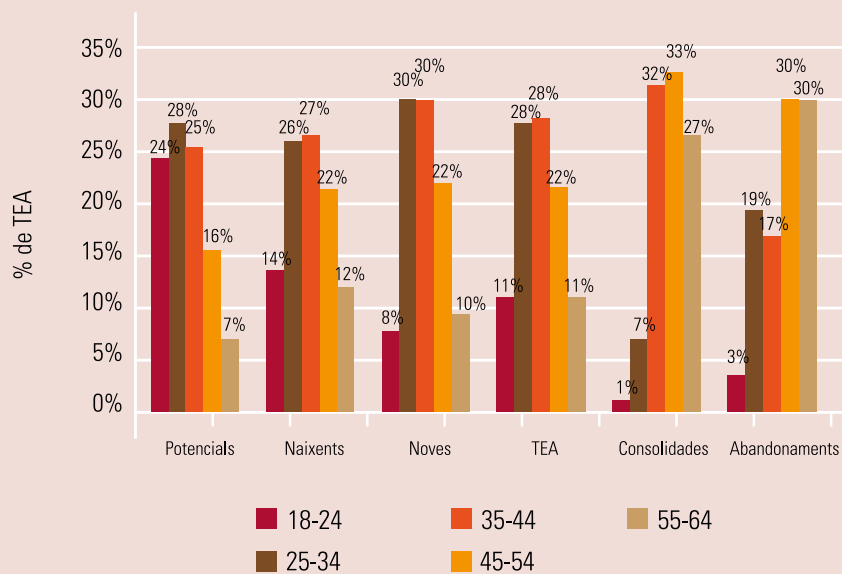
Taula 4.4. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors femenins i masculins a Catalunya el 2014

	Potencials	Naixents	Nous	En fase inicial	Consolidats	Abandonament
Dones Mitjana	33	38	41	39	45	45
Desviació estàndard	11	11	11	11	10	11
Homes Mitjana	37	39	38	39	49	48
Desviació estàndard	13	13	11	12	9	12

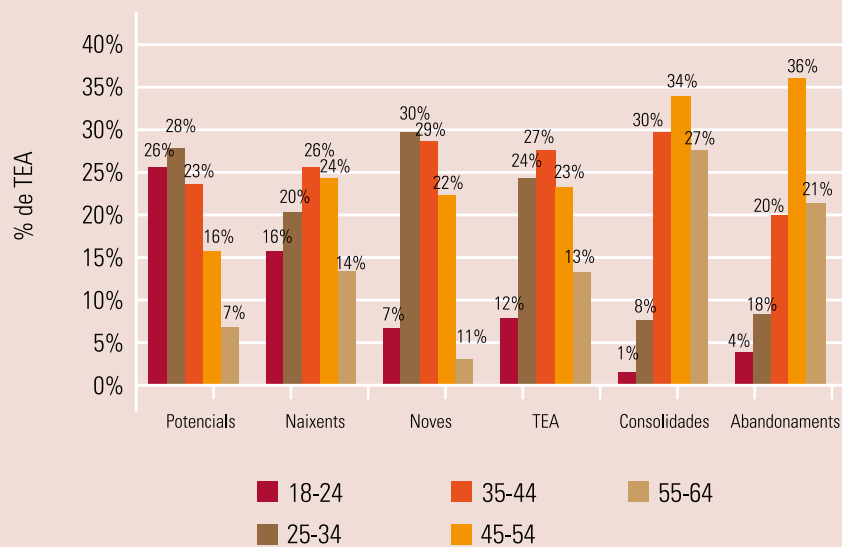
Taula 4.5. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors femenins i masculins a Barcelona el 2014

	Potencials	Naixents	Nous	En fase inicial	Consolidats	Abandonament
Dones Mitjana	33	39	44	41	46	47
Desviació estàndard	11	11	10	11	10	11
Homes Mitjana	37	40	38	39	49	45
Desviació estàndard	12	13	11	12	9	11

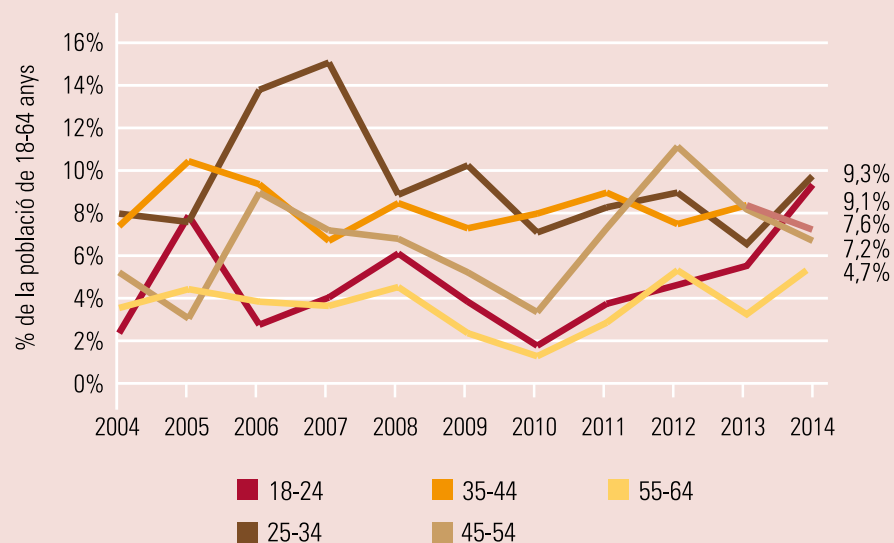
Gràfic 4.1. Distribució per edat dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014



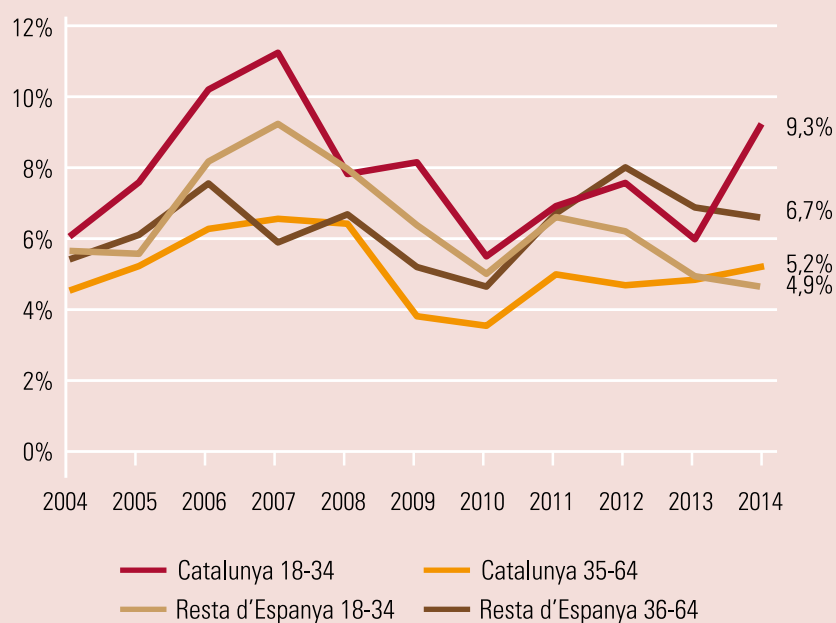
Gràfic 4.2. Distribució per edat dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014



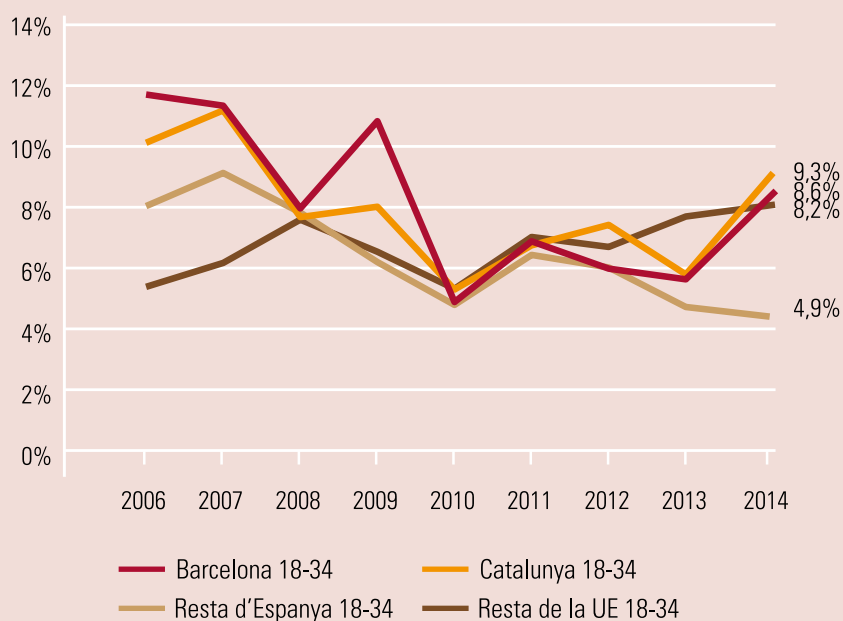
Gràfic 4.3. Evolució de la TEA per edats a Catalunya durant el període 2004-2014



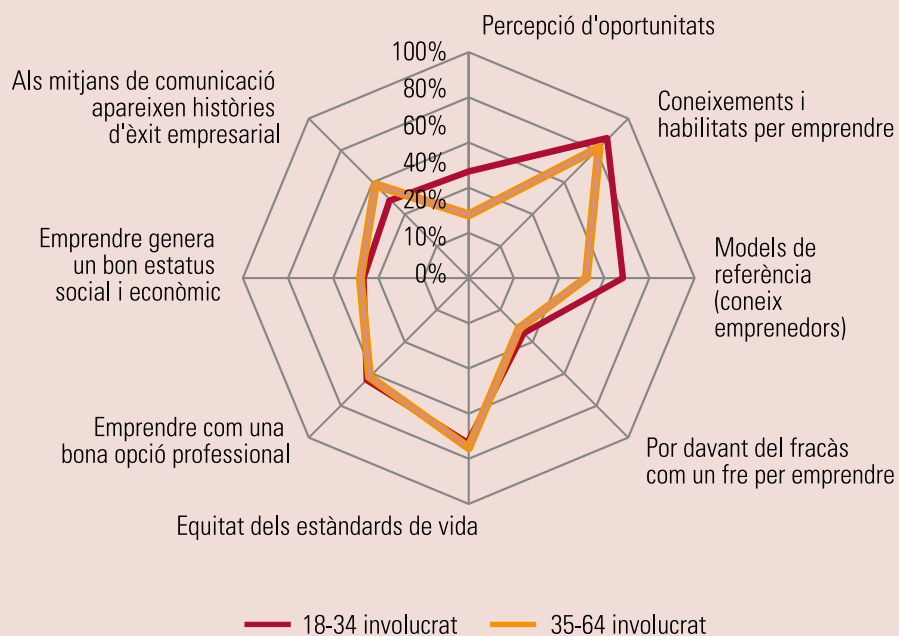
Gràfic 4.4. Evolució de la TEA per edat (18-34 anys i 35-64) a Catalunya i resta d'Espanya en el període 2004-2014



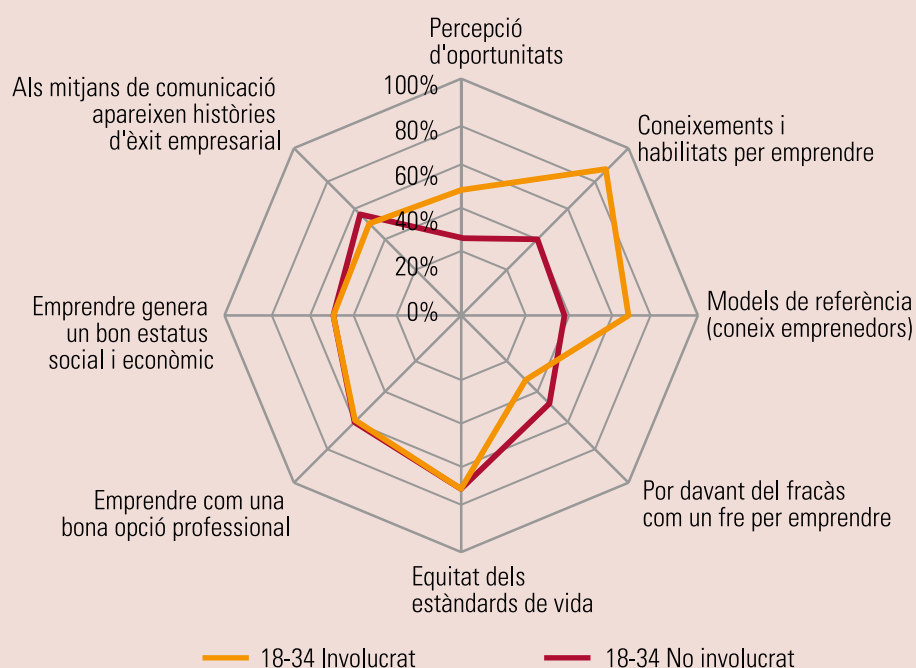
Gràfic 4.5. Evolució de la TEA de joves (18-34 anys) a Catalunya, resta d'Espanya i resta de la UE en el període 2006-2014



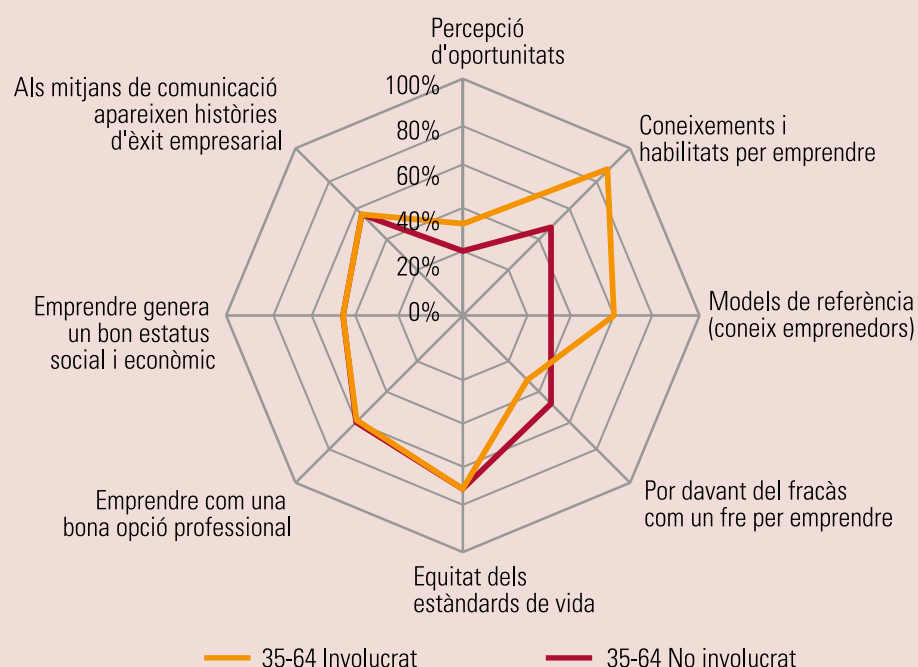
Gràfic 4.6. Percepcions, valors i aptituds de les persones joves (18-34 anys) i madures (35-64) involucrades en qualsevol de les fases del procés emprenedor a Catalunya



Gràfic 4.7. Percepcions, valors i aptituds de les persones joves (18-34 anys) involucrades en qualsevol de les fases del procés emprenedor a Catalunya i les no involucrades



Gràfic 4.8. Percepcions, valors i aptituds de les persones de 35-64 anys involucrades en qualsevol de les fases del procés emprenedor a Catalunya i les no involucrades



4.2. Distribució per gènere

La distribució de la població emprenedora per gènere reflecteix que emprendre a Catalunya encara és una activitat en què predominen els homes, tal com es pot observar en el gràfic 4.9. El 2014, una mica més de sis de cada deu emprenedors en fase inicial eren del gènere masculí (61 % davant del 64 % el 2013).

Entre els emprenedors consolidats es pot observar també un pes relativament majoritari dels homes (63 % davant d'un 59 % el 2013), així com en els abandonaments (71 %).

En el cas dels emprenedors potencials la participació és més equitativa entre tots dos gèneres, i el 53 % són homes i el 47 % dones (42 % en 2013).

L'índex TEA per gènere constata que la població adulta masculina (9.1 %) és amb diferència més propensa a emprendre que la femenina (5.9 %) (gràfic 4.11). I, especialment, la de 18-34 anys: 11.3 %, per 7.2 % la femenina (gràfic 4.13).

Però mentre que la primera va créixer un 9 % respecte del 2013, la segona ho va fer un 23 %, i va arribar als valors previs a la crisi. Ambdues xifres són significativament superiors a les de la resta d'Espanya: 5,8 % homes i 4,3 % dones (gràfic 4.11).

Si tenim en compte la ràtio TEA femenina/TEA masculina, tot i que es manté lluny del màxim del 2008 (83 %), ja fa dos anys que es recupera des del mínim històric del 2012 (45 %) fins al 65 % actual (gràfic 4.12). És a dir, per cada home emprenedor en fase inicial hi ha 0,65 dones emprenedores.

La TEA femenina catalana (5,9 %), igual que la de la província de Barcelona (5,3 %), se situa també, tal com ha passat durant l'última dècada, per sobre de la RUE (5,0 %). Durant el 2009 i el 2010, any en què va tocar fons (3,6 %), hi va haver un fort retrocés, i en els últims quatre anys s'ha anat recuperant. Cal destacar el creixement del 32 % el 2014 de les emprenedores de 18-34 anys, que van arribar a una TEA del 7,2 %; així com del 19 % en les de 35-64 (gràfic 4.13), amb una TEA del 5,3 %. Aquests valors s'han aconseguit en un context en què la TEA femenina de la resta d'Espanya, tot i que va estar per sobre de la RUE a la meitat de la dècada passada, els últims sis anys està per sota (gràfic 4.13)

El creixement de la TEA es devia, fonamentalment, a l'increment de la TEA dels joves (9,3 %, amb creixement del 54 %) (gràfic 4.4), que es descompon en el mas-

culí (11,3%, amb creixement del 71%) i femení (7,2%, amb creixement del 32%) (gràfic 4.14).

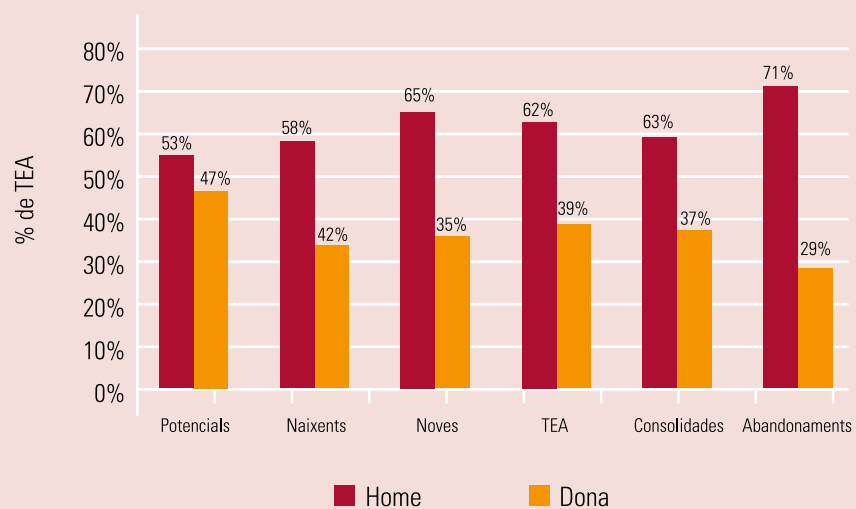
Si distingim per gènere les percepcions, valors i actituds de les persones involucrades en qualsevol de les fases del procés emprenedor, les principals diferències són que els homes consideren en més gran mesura (65%) que les dones (50%) que emprendre és una bona opció professional; tenen menys por davant del fracàs (un 25% davant d'un 38%); perceben més oportunitats (un 36% davant d'un 26%), i en els mitjans de comunicació hi veuen més relats d'èxit (un 60% davant d'un 51%). Al contrari, les dones consideren que emprendre genera un bon estat social i econòmic (53%, per 46% els homes) i són una mica més competitives (34% per 26%) (gràfic 4.15).

Les diferències entre els homes i les dones no involucrats són més reduïdes, pràcticament només passa que els homes consideren que tenen més habilitats per emprendre que les dones (el 51% davant del 40%) i coneixen més emprenedors (un 38% davant d'un 28%) (gràfic 4.16).

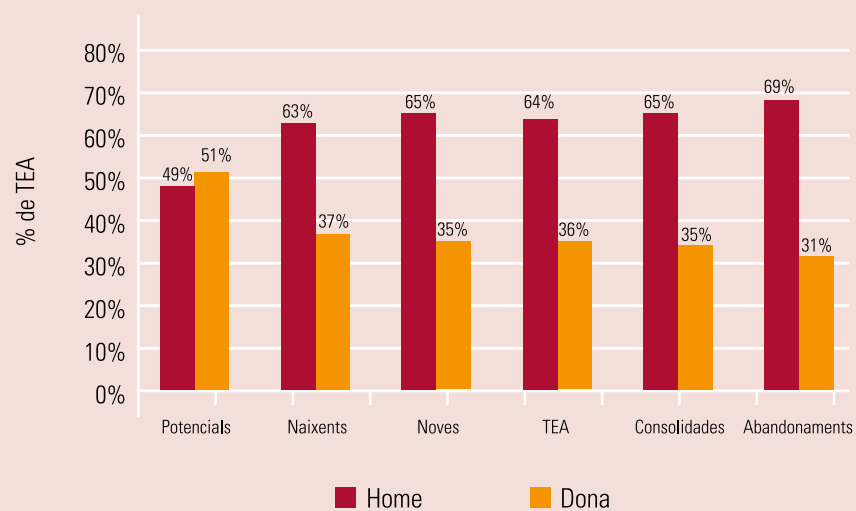
Les diferències més accentuades les trobem en comparar per gènere els involucrats en el procés emprenedor amb els que no ho estan (gràfics 4.17 i 4.18):

- El 81% de les dones involucrades consideren que tenen coneixements i habilitats per emprendre, davant d'un 40% de les no involucrades; coneixen emprenedors/tenen models de referència (el 60% davant del 28%) i els afecta menys la por davant del fracàs (38% i 49%).
- El 87% dels homes involucrats opinen que tenen coneixements per emprendre (davant del 51% dels no involucrats); tenen models de referència (un 58% davant d'un 38%), menys por davant del fracàs (un 25% davant d'un 47%) i perceben més oportunitats (un 36% davant d'un 22%).

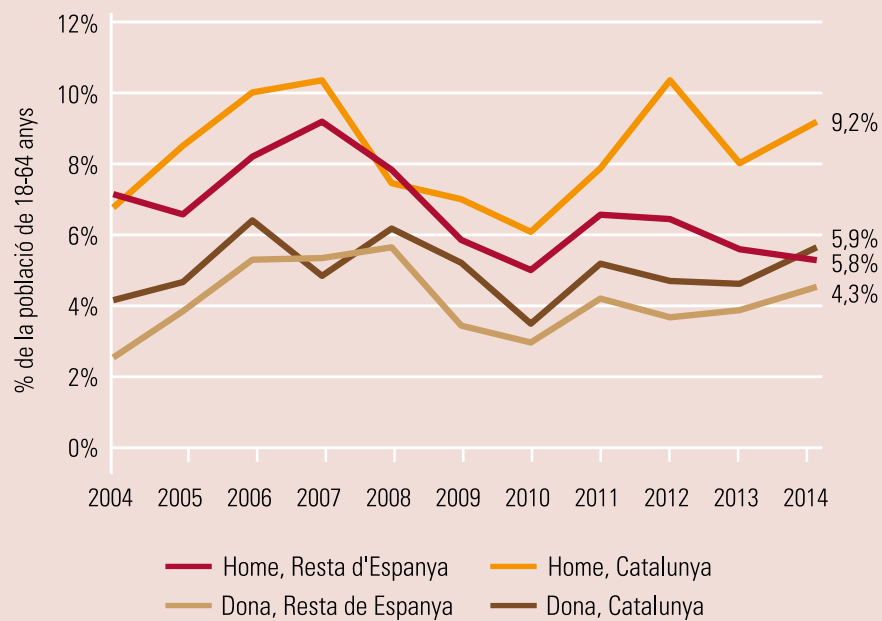
Gràfic 4.9. Distribució per gènere dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014



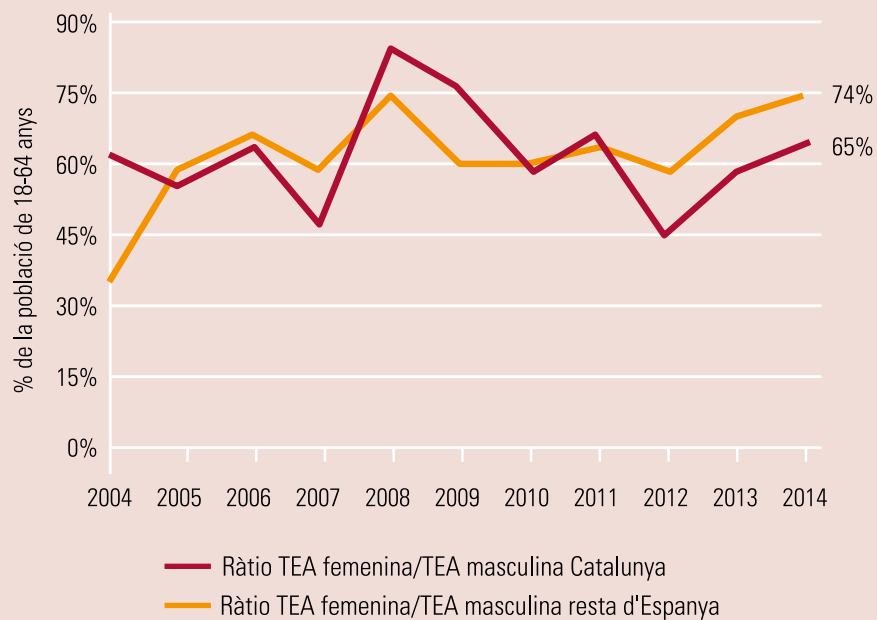
Gràfic 4.10. Distribució per gènere dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014



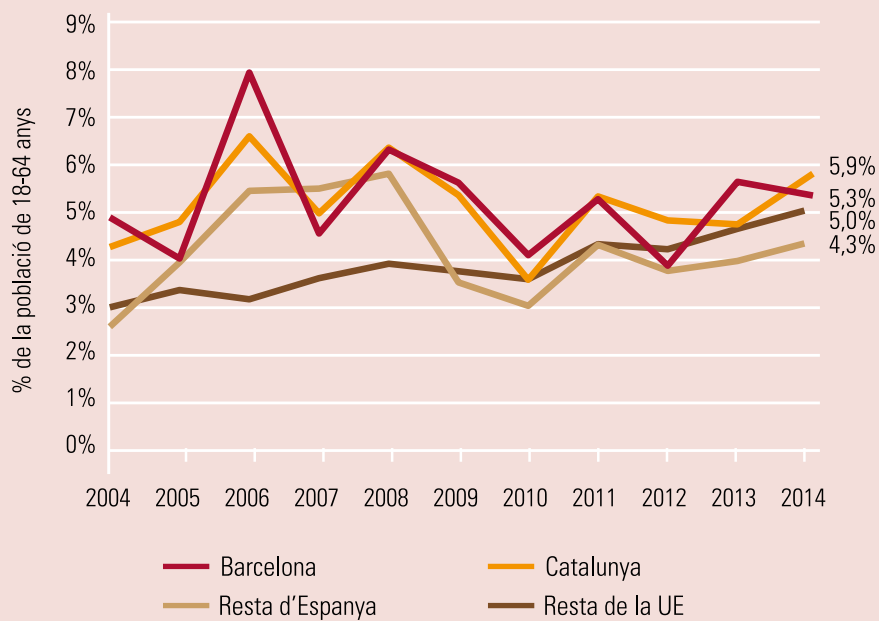
Gràfic 4.11. Evolució índex TEA per gènere a Catalunya durant el període 2004-2014



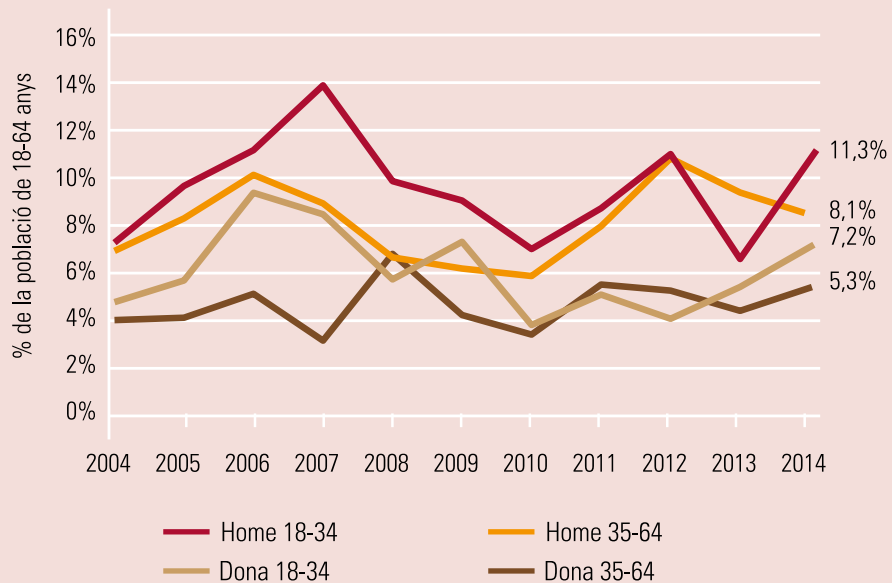
Gràfic 4.12. Evolució de la ràtio TEA femenina/TEA masculina a Catalunya i resta d'Espanya i resta UE en el període 2004-2014



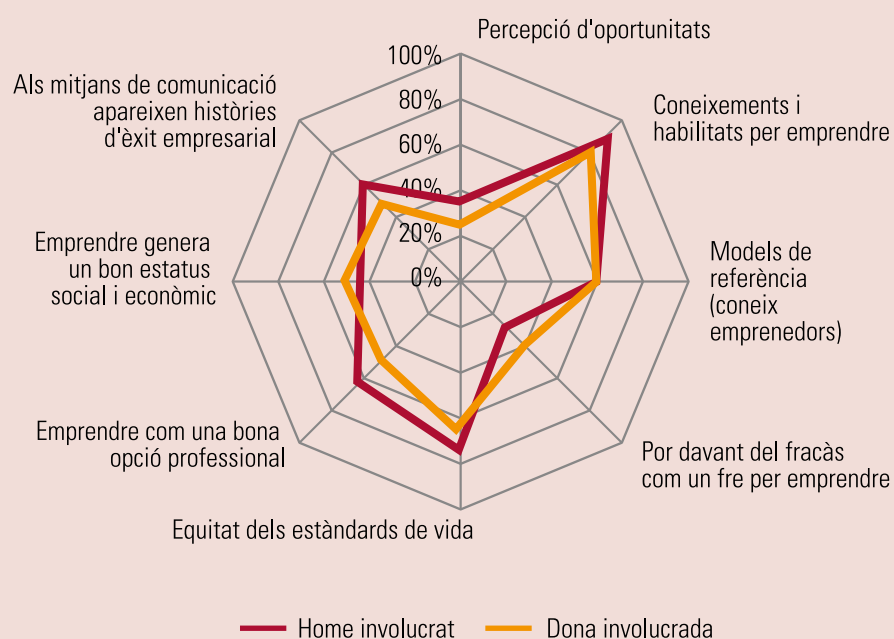
Gràfic 4.13. Evolució TEA femenina a Catalunya, resta d'Espanya i resta UE en el període 2004-2014



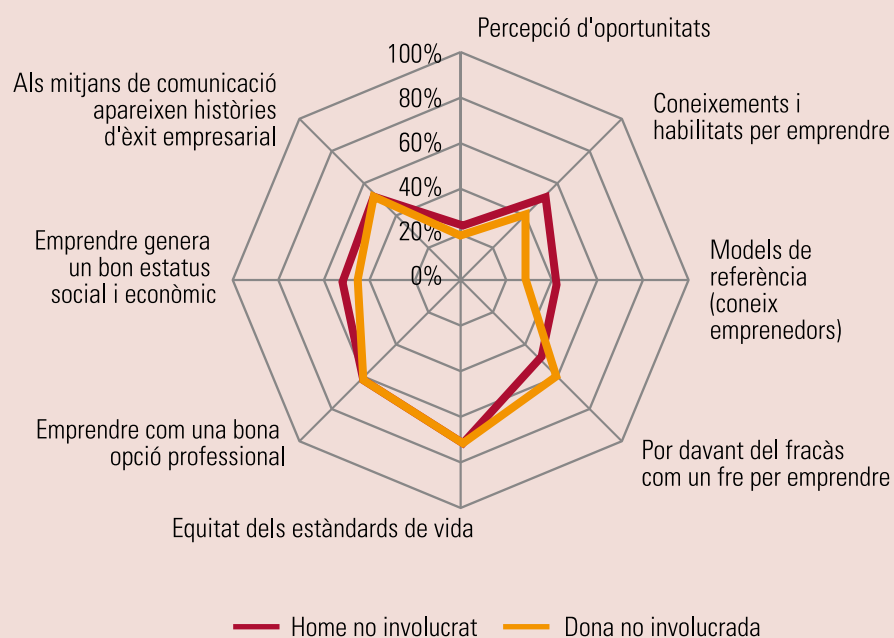
Gràfic 4.14. Evolució índex TEA per gènere i edat a Catalunya durant el període 2004-2014



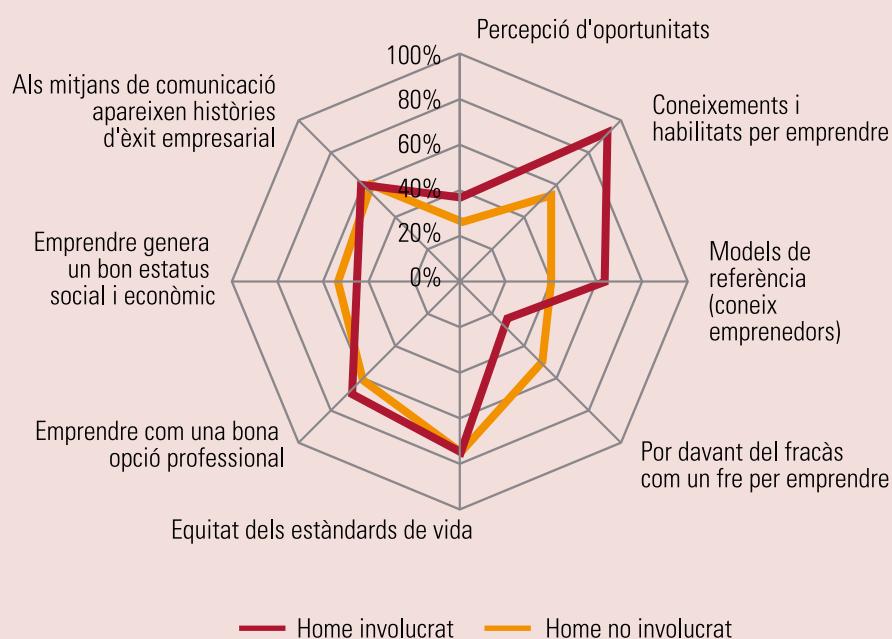
Gràfic 4.15. Percepcions, valors i aptituds dels homes i les dones involucrats en qualsevol de les fases del procés emprendedor a Catalunya



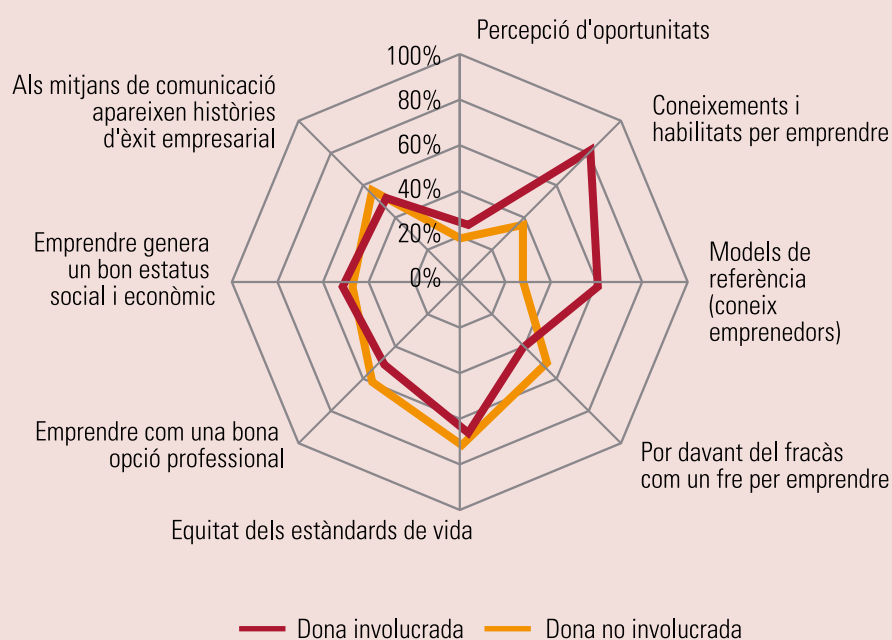
Gràfic 4.16. Percepcions, valors i aptituds dels homes i les dones no involucrats en el procés emprendedor a Catalunya



Gràfic 4.17. Percepcions, valors i aptituds dels homes involucrats en qualsevol de les fases del procés emprenedor a Catalunya



Gràfic 4.18. Percepcions, valors i aptituds de les dones involucrades en qualsevol fase del procés emprenedor a Catalunya i les no involucrades



4.3 Distribució per nivell d'educació

El nivell de capital humà de l'emprenedor és de gran importància per a la qualitat de l'emprenedoria, un dels principals components del qual és l'educació formal. Per aquest motiu, una altra característica rellevant per distingir com es distribueixen els diferents grups d'emprenedors identificats pel projecte GEM és el nivell d'educació.

Les investigacions assenyalen que en entorns amb informació incompleta, tal com passa quan es crea una nova empresa, el nivell d'estudis té un valor important com un senyal d'habilitat productiva (Riley, 2002). El coneixement previ adquirit té un paper molt important en el bon desenvolupament del projecte de l'emprenedor, i és de gran utilitat per identificar i valorar oportunitats de negoci (Shepherd i Detienne, 2005; Haynie *et al.*, 2009), per adaptar-se a noves situacions (Weick, 1996); cosa que justifica la importància de l'educació com un factor clar del desenvolupament empresarial, sobretot en el moment d'engegar una empresa, en què la incertesa és elevada. Però no només és rellevant en el moment de posar-la en funcionament, sinó que també ho és en l'orientació al creixement (Colombo i Grili, 2009) o a la innovació (Koellinger, 2008; Ucbasaran *et al.*, 2008).

Tal com mostra el gràfic 4.19, els emprenedors en fase inicial que formen l'índex TEA posseeixen una formació superior (41%) o de postgrau (12%) en més proporció que els potencials, consolidats i abandonaments, que són grups que tenen menys formació. En el cas dels primers, el 61% tenia com a màxima formació secundària; en el cas dels segons puja fins al 63% i en els tercers és del 63%.

Quan s'agrupen els nivells d'educació en tres grups (baix: sense estudis i primaris; mitjà: secundària, i superior: superior i de postgrau), s'aprecia que la propensió a emprendre durant l'última dècada ha estat més gran i ha incrementat durant la crisi en les persones amb un nivell d'educació superior.

La TEA de les persones que tenen educació superior ha estat del 20,5% (22% de la franja 35-64 anys i 19% de la de 18-34), més del triple que la del nivell mitjà (5,9%) i gairebé el quàdruple que la del baix (5,2%) (gràfic 4.21); i també gairebé el doble que la de la resta d'Espanya (10,4%) i la resta d'Europa (13,6%).

En destaca el fet que la TEA més alta a Catalunya ha estat la femenina amb nivell d'educació alt (26%), que a Barcelona va arribar al 27%.

Tots dos són indicatius, de conformitat amb les investigacions empíriques, de la millora de la qualitat de l'emprenedoria.

Fa tres anys ja s'apuntava que aquests resultats tenien dues lectures. D'una banda, indiquen que no només en el context econòmic actual el capital humà sembla cada cop més un requisit important a l'hora de dur a terme amb èxit la creació d'una nova empresa. I, de l'altra, el resultat indica que els catalans amb un nivell d'educació formal superior se senten més atrets vers la iniciativa emprenedora.

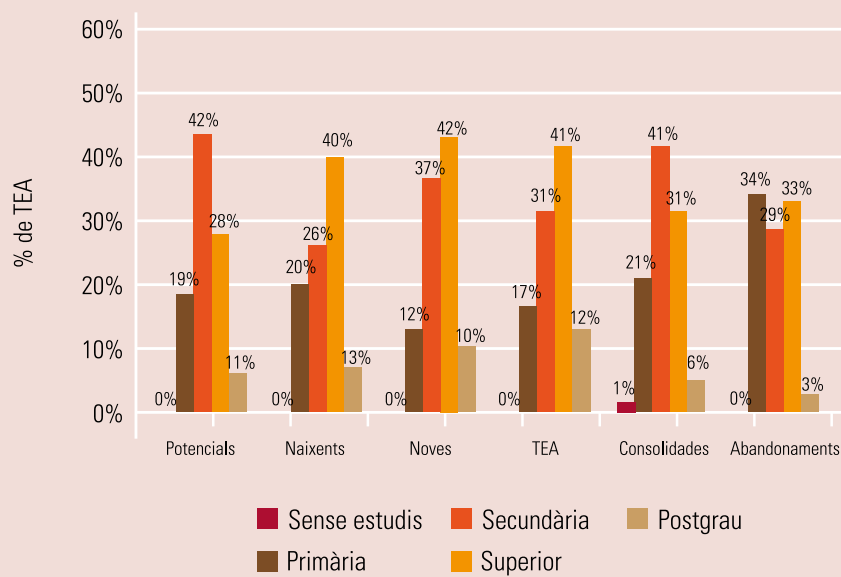
També cal remarcar que els emprenedors amb una educació formal superior continuen menys representats en els abandonaments que en les altres categories, cosa que clarament assenyala més solidesa empresarial de llurs iniciatives empresarials.

A més, el projecte GEM també recull informació sobre la formació específica per emprendre que han rebut els que han estat identificats com emprenedors (gràfic 4.22). Els col·lectius que han declarat estar més ben formats són els que es troben en les primeres fases, el potencial (49% del total) i el naixent (46%), més que els de fases més avançades del procés emprenedor.

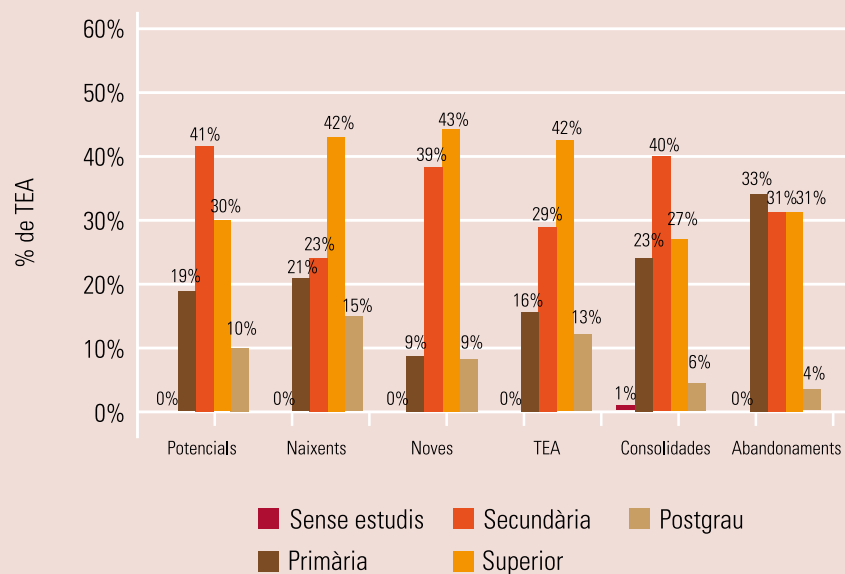
Tret dels naixents, que és similar, en la resta de col·lectius la formació per emprendre és superior a Catalunya que a la resta d'Espanya; i a Barcelona, superior que els dos anteriors en tots els col·lectius.

Tanmateix, Salas i Sánchez-Asín (2006 i 2008), en estudiar la qualitat dels emprenedors a través de l'educació formal, arriben a la conclusió que a Espanya, tot i que l'educació formal de tots els ocupats en els últims vint-i-cinc anys ha incrementat, només en els últims deu la dels emprenedors ha crescut més que la del conjunt d'ocupats. La qual cosa pot comportar un dèficit a l'hora d'aportar els elements qualitatius que assegurin un vincle sòlid entre emprenedoria i creixement econòmic.

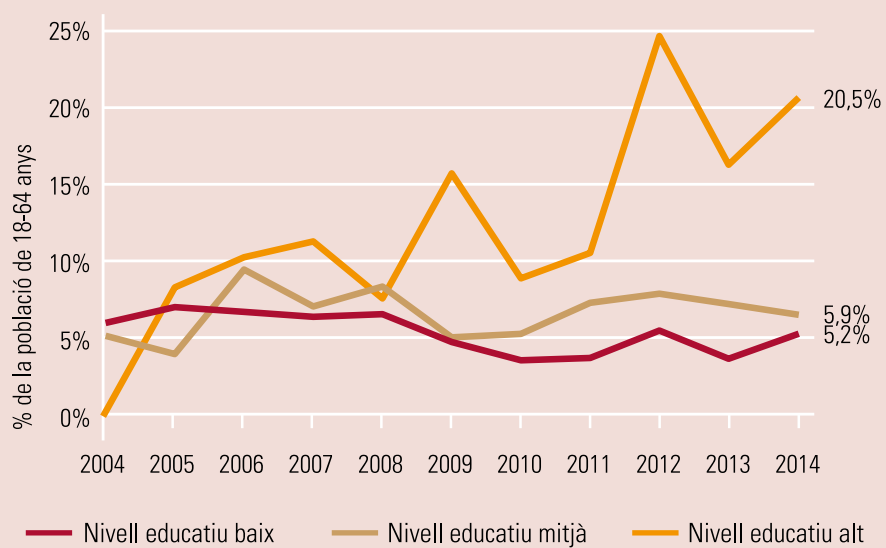
Gràfic 4.19. Distribució dels col·lectius emprenedors per nivell d'educació a Catalunya el 2014



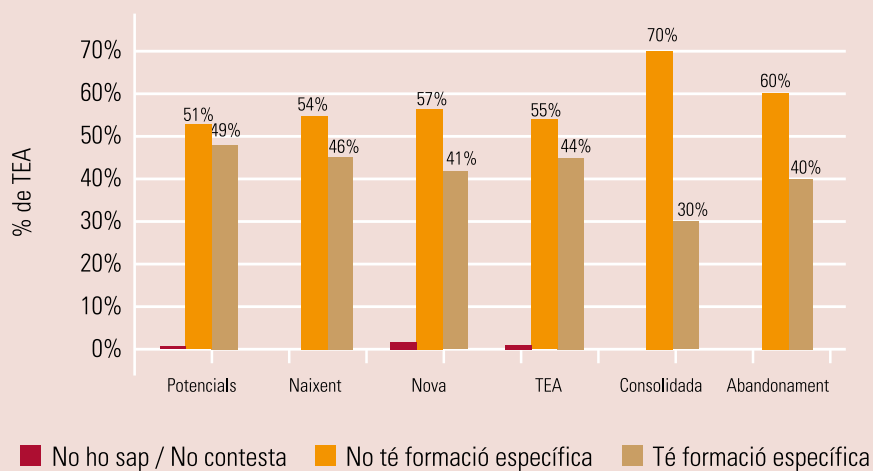
Gràfic 4.20. Distribució dels col·lectius emprenedors per nivell d'educació a Barcelona el 2014



Gràfic 4.21. Evolució índex TEA per nivell d'educació a Catalunya durant el període 2004-2014



Gràfic 4.22. Distribució dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014, segons si tenen educació específica per emprendre



4.4 Distribució per nivell de renda

Per tal de posar en funcionament i desenvolupar un projecte empresarial cal invertir-hi recursos i, moltes vegades, són els mateixos emprenedors els que els aporten. El nivell de renda de l'emprenedor, doncs, pot ser un aspecte rellevant a l'hora de decidir involucrar-se o no en un projecte empresarial i en la potencial solidesa posterior d'aquest.

El gràfic 4.23 mostra l'evolució de la TEA per a la població que es troba en el tram inferior, mitjà i superior del nivell de renda de Catalunya en el període 2004-2014, que durant aquest últim any han convergit en valors entre 8,2 i 8,6%.

Cal remarcar que el 2013 es va canviar la definició dels trams, amb un increment de 10.000€ en cadascun, i van quedar de la següent manera: 0-20.000; 20.000-30.000, i més de 30.000€. Aquesta modificació pot explicar, en part, la caiguda des d'aquell any de la TEA del tram superior.

El màxim valor l'obtenen els joves (18-34 anys) de renda mitjana, amb una TEA del 14%. Al contrari, els de més edat del mateix tram són els que obtenen una TEA més baixa (5%).

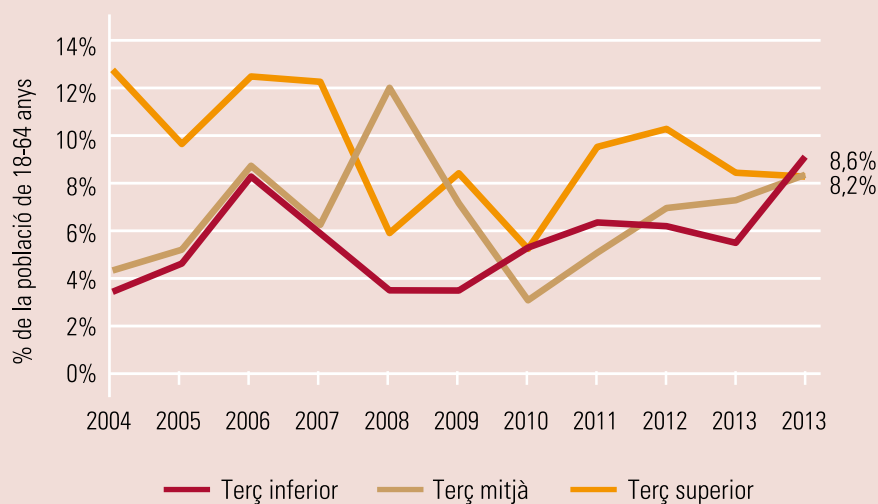
Per gènere, els valors més elevats són els dels homes del tram inferior de renda (11%) i en el superior (10%). Mentre que el valor de la TEA menor és en el tram superior de dones (5%).

Tot i que no s'observa cap patró constant, el nivell d'activitat emprenedora del tram superior (tret del 2008 i 2014) ha estat més elevat que en els altres dos. Això no obstant, el nivell mitjà ha crescut significativament des del 2010, i també ho ha fet l'inferior (8,6%), que aquest últim any ha augmentat un 63%, i se situa per primer cop per sobre de la resta.

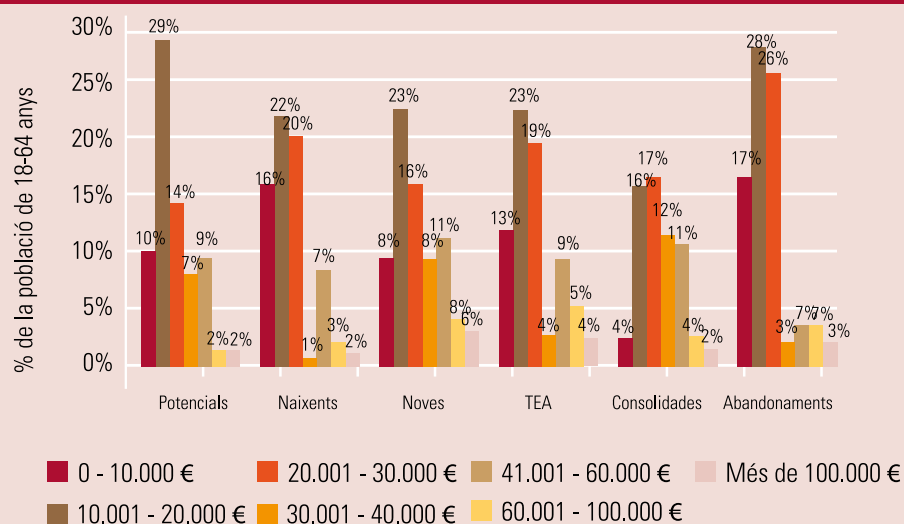
Al gràfic 4.24 es presenta el nivell de renda segons la fase del procés en què es troba l'emprenedor. Si recordem que en un 59,1% dels casos el motiu principal de tancament del negoci va ser perquè no era rendible, es pot entendre l'alt percentatge (45%, 32% el 2013) d'emprenedors que abandonen amb un nivell de renda inferior a 20.000€. És a dir, les persones a Catalunya que declaren haver abandonat una iniciativa empresarial de la qual eren amos es caracteritzen marcadament pel baix nivell d'ingressos familiars.

En totes les fases del procés emprenedor predomina el nivell de renda entre 10.001 i 20.000€, tret dels consolidats, en els quals el següent tram és lleugerament més gran.

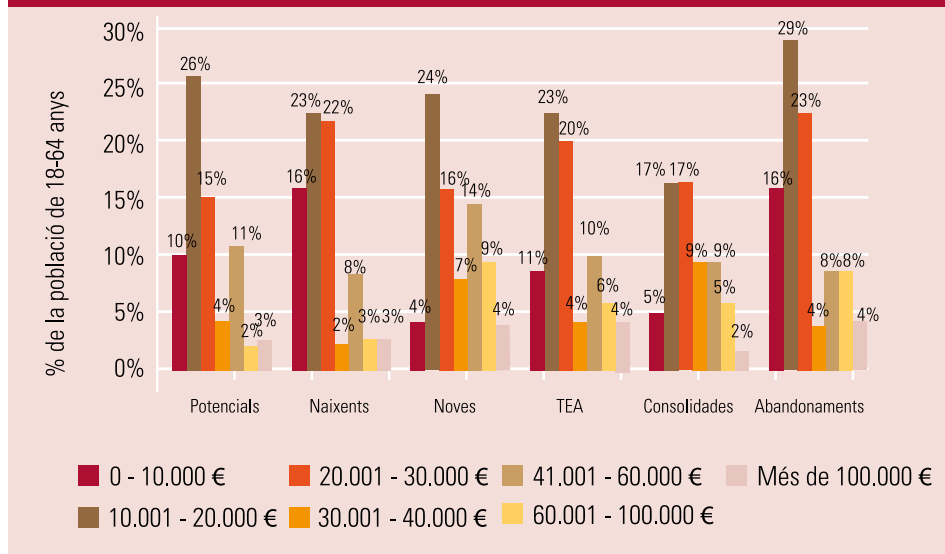
Gràfic 4.23. Evolució índex TEA per nivell de renda a Catalunya durant el període 2004-2014



Gràfic 4.24. Distribució dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014 per nivell de renda



Gràfic 4.25. Distribució dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014 per nivell de renda



4.5 Distribució per situació laboral

La majoria de les persones emprenedores prové d'una situació laboral d'ocupació a temps complet o parcial. Tot i així, encara s'observa una alta proporció d'emprenedors potencials (26%) i de naixents (23%) que estan a l'atur, i el percentatge dins del grup que ha abandonat el negoci és una mica més alt (27%) (gràfic 4.26). El pes dels aturats a Barcelona és lleugerament superior, 27%, 25% i 33%, respectivament (gràfic 4.27).

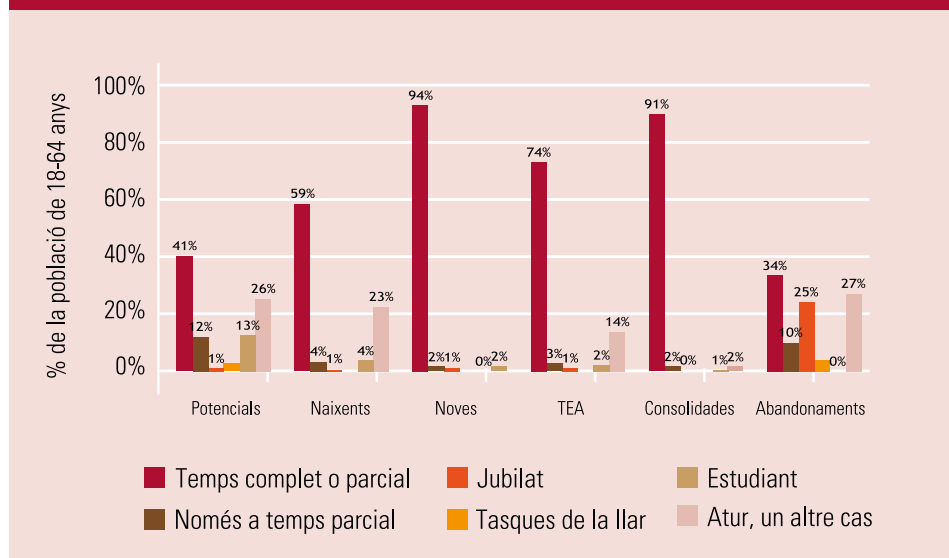
L'impacte des del 2009 d'aquest col·lectiu a la TEA és cada cop més gran, tal com es pot veure al gràfic 4.28, amb un creixement del 123% en aquests últims cinc anys. Mentre que els treballadors a temps complet o parcial només han augmentat un 21% en aquest període.

Però, si bé entre els emprenedors potencials els que provenen de l'atur representen un 27% i entre els emprenedors naixents un 25% (recordem que eren les persones adultes implicades en la posada en funcionament d'una empresa durant els últims 12 mesos, en què s'ha invertit temps i esforç, però amb fins a tres mesos d'activitat, entenent per activitat el pagament de salaris, honoraris, beneficis o retribució en espècie), entre els nous aquest percentatge baixa a un 2%. Això indica que la majoria de les persones en atur sembla que es queden només amb la intenció d'emprendre i/o engegar un negoci, però sense sobrepassar els tres mesos d'activitat i difícilment passen a l'etapa d'emprenedor nou.

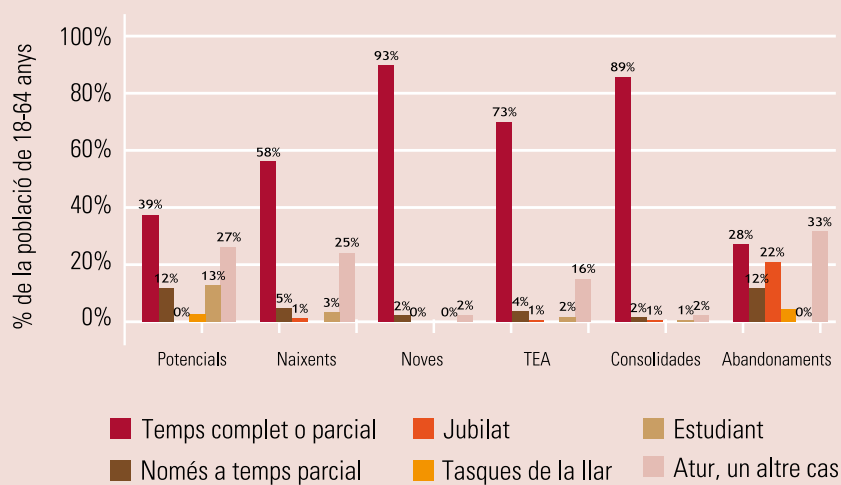
Aquestes dades sembla que estan en sintonia amb l'augment durant aquests últims anys de la creació d'empreses per necessitat, atès que aquesta s'associa a la manca d'alternatives per aconseguir una feina assalariada satisfactòria, però amb un recorregut curt i una qualitat escassa.

Ja vam indicar fa tres anys que, fins a cert punt, aquests resultats eren comprensibles. Per tal d'iniciar una carrera emprenedora una persona necessita tres coses que solen ser alienes a aquell que es troba en situació d'atur: tolerància a la incertesa, solidesa financera i confiança en si mateix. El primer que busca habitualment un aturat és l'estabilitat, cosa que l'emprenedoria no li pot oferir a curt termini. De la mateixa manera, molts aturats en el context actual no tenen un nivell de recursos financers que puguin injectar a la nova empresa per aguantar el període de temps que sol passar abans de generar ingressos i beneficis. I, finalment, l'aspecte psicològic i la confiança en un mateix són essencials. Aquests components permeten que l'individu tingui l'empenta suficient i l'ambició necessària per acomplir el seu projecte emprenedor, i alhora l'ajuden a superar les nombroses dificultats que solen aparèixer en el camí de l'emprenedor naixent.

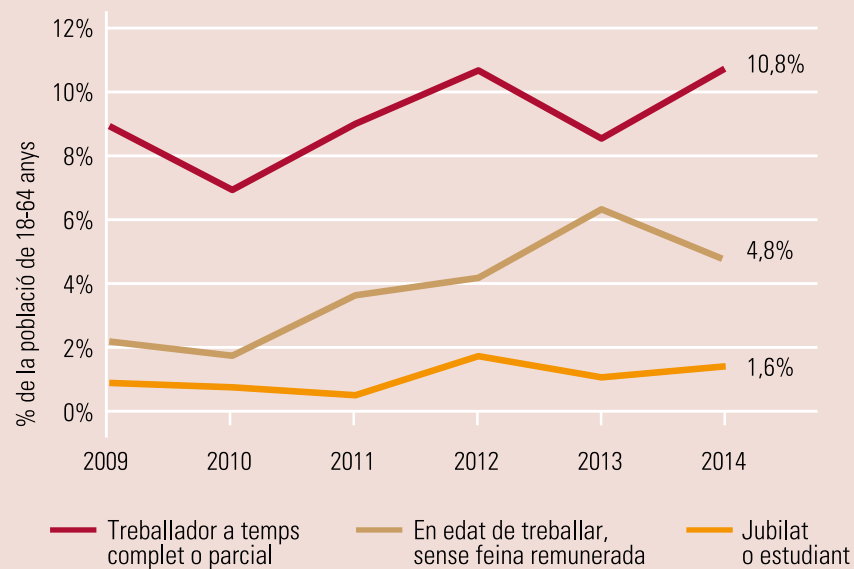
Gràfic 4.26. Distribució dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014 per situació laboral



Gràfic 4.27. Distribució dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014 per situació laboral



Gràfic 4.28. Evolució índex TEA per situació laboral a Catalunya durant el període 2009-2014



5. Perfil empresarial i aspiracions de l'activitat emprendora a Catalunya

En aquest apartat s'analitzen les característiques de les noves empreses creades pels emprendors a Catalunya. En concret, s'examina el sector d'activitat en què s'emmarca el nou negoci, el finançament utilitzat per llançar-lo, el seu volum inicial i les aspiracions de creixement, així com el seu grau d'orientació innovadora i internacional.

En primer lloc, és necessari examinar la distribució sectorial dels nous projectes empresarials. En el marc del GEM es tenen en compte les quatre categories següents: activitats econòmiques de caràcter extractiu, sectors transformadors, activitats de prestació de serveis a empreses i comerç de béns de consum dirigits al consumidor final.

El projecte GEM també inclou el volum inicial de la nova empresa pel que fa al nombre de treballadors. Aquesta variable suposa un primer indicador del potencial del nou projecte i, segons alguns autors, és un element que afavoreix la supervivència i consolidació de la nova empresa (Audretsch *et al.*, 1999; Falck, 2007).

Aquestes dues variables estructurals (sector i volum inicial) estan relacionades, ja que hi sol haver diferències sectorials quant al nombre de treballadors en l'arrencada d'una nova empresa. En termes generals, el volum inicial sol ser més elevat en els sectors industrials que en el cas d'empreses de comerç i serveis.

Un aspecte crucial de la posada en funcionament de nous negocis és el finançament. És ben sabut que els estalvis personals, la família i els amics solen ser les fonts de finançament més comunes. La majoria d'emprenedors tenen dificultats per accedir al finançament bancari, principalment per falta d'historial o de garanties. Així, doncs, el desenvolupament de mercats alternatius de capital adquireix un paper important per facilitar el llançament dels nous negocis i la seva consolidació posterior.

D'altra banda, és interessant observar les aspiracions de creixement dels emprenedors. Aquest factor és rellevant perquè el creixement real d'una nova empresa requereix que el fundador (o l'equip emprenedor) tingui aspiracions de créixer. En aquest sentit, les aspiracions de creixement es consideren una condició necessària, tot i que no suficient, perquè el projecte pugui créixer en els primers anys de funcionament (Wiklund, Shepherd, 2003).

Tot i que la proporció d'emprenedors amb aspiracions elevades de creixement sobre el total d'emprenedors tendeix a ser reduïda, l'evidència empírica nacional i internacional mostra que un reduït nombre de noves empreses d'alt creixement poden tenir una influència molt positiva en la creació de llocs de treball i el desenvolupament regional (Henrekson i Johanson, 2010; Storey i Greene, 2010).

Tant el finançament com les aspiracions són elements que s'analitzen en el projecte GEM. A més d'aquests aspectes, també s'examina el perfil innovador dels nous negocis, atès que la innovació és una característica bàsica de l'emprenedoria. Així, els emprenedors es distingeixen dels gestors en la capacitat de transformació de recursos en nous béns i serveis. La supervivència i creixement dels nous negocis també depenen en part de la seva capacitat d'innovació. Per analitzar aquesta qüestió, en el projecte GEM es mesura el grau de novetat del producte ofert per la nova empresa, així com la novetat en el desenvolupament i/o aplicacions de noves tecnologies de què disposa l'empresa.

L'orientació internacional dels nous negocis també es considera una característica indicativa de la qualitat de l'emprenedoria. Els últims anys es constata que alguns emprenedors conceben el seu negoci des d'una perspectiva internacional des de les fases més primerenques de la creació de l'empresa. Les empreses que neixen amb vocació global són poques, però solen atènyer un creixement i acompliment considerable en els primers anys de vida (Hisrich, 2013).

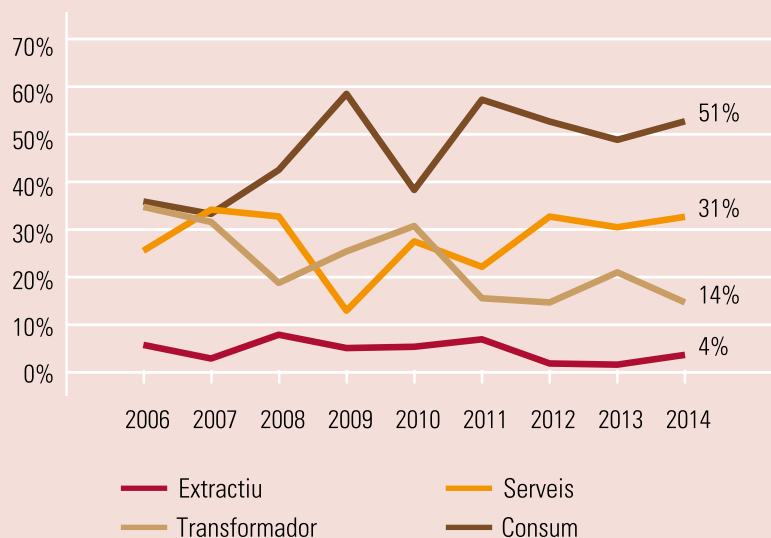
En definitiva, tots els aspectes anteriors són importants per definir el perfil de l'activitat empenedora i entendre el potencial que tenen els nous negocis a Catalunya per crear llocs de treball, innovar i internacionalitzar les seves activitats. A continuació es presenten els resultats relatius a aquestes variables que s'han obtingut de les dades del GEM.

5.1. Aspectes generals del negoci

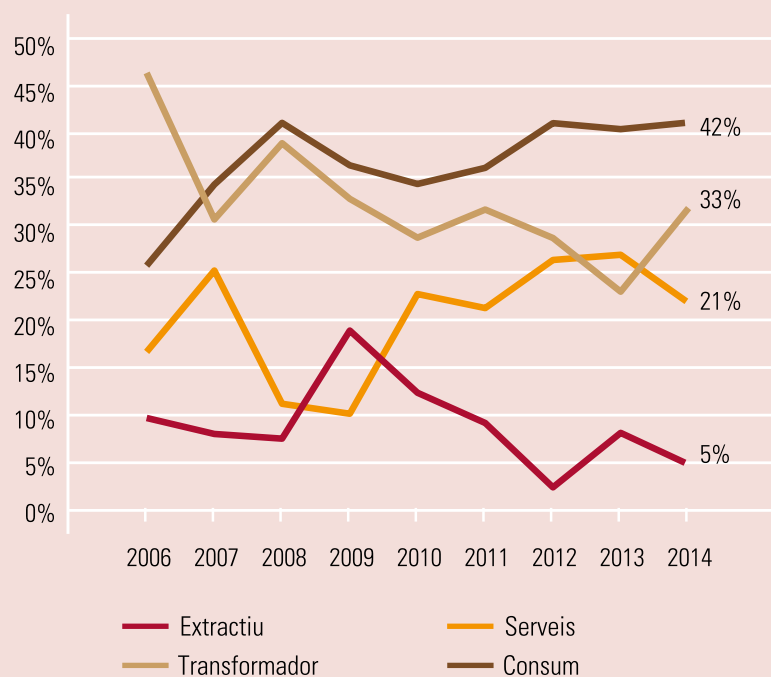
Si s'analitzen les dades del projecte GEM a Catalunya, s'observa que els nous negocis es concentren al sector terciari (gràfic 5.1). Així, el 2014 poc més de la meitat de l'activitat empenedora en fase inicial (TEA) s'emmarca en el comerç de béns de consum (51%) i gairebé un terç té relació amb la prestació de serveis a empreses (31%). Les activitats transformadores representen un 14%, mentre que les extractives només arriben a un 4%. Aquesta distribució per sectors dels emprenedors en fase inicial (TEA) és similar a la dels últims anys, en què s'ha produït una terciarització de l'economia catalana.

No obstant això, cal assenyalar que el 2014 el percentatge d'empreses en sectors transformadors (com la indústria manufacturera) en el cas dels emprenedors consolidats ha repuntat i se situa en el 33%, un valor similar al de l'any 2011 (gràfic 5.2). Actualment, la proporció d'empreses en aquests sectors encara està per sota del percentatge que suposen els negocis orientats al consum (42%), si bé se situa per sobre de les iniciatives emprenedores dedicades a serveis a empreses (21%).

Gràfic 5.1. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya pel sector d'activitat dels seus projectes de negoci en el període 2006-2014



Gràfic 5.2. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya pel sector d'activitat dels seus projectes de negoci en el període 2006-2014

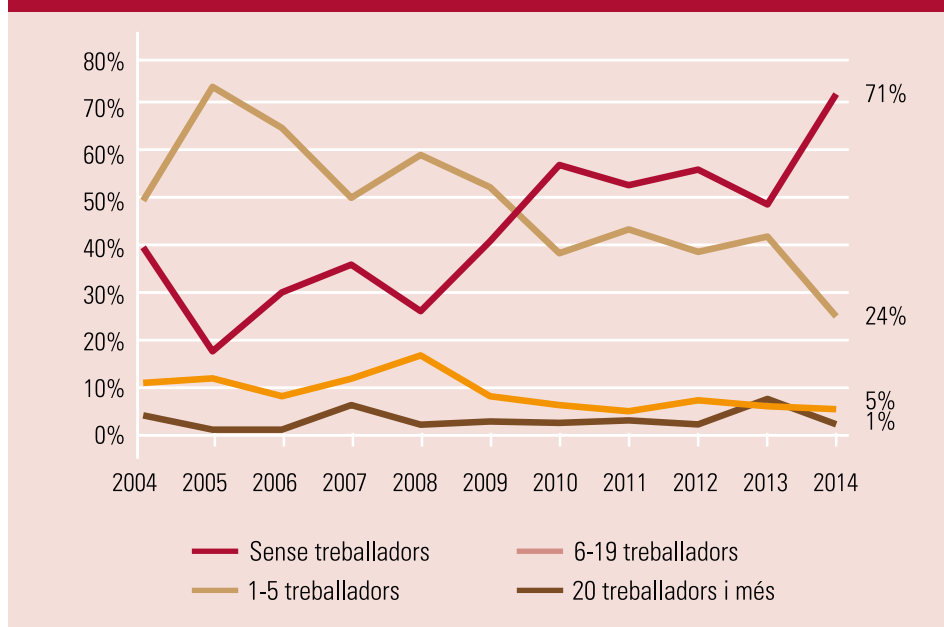


Per mesurar el volum dels nous negocis, el projecte GEM té en compte el nombre de treballadors en el moment de la creació. Els resultats de l'any 2014 indiquen una presència més gran d'emprenedors que no contracten empleats, encara més acusada en el cas dels que estan en fase inicial (TEA), que van arribar a un 71% del total el 2014 (gràfic 5.3). En aquest grup d'emprenedors només un 6% dels nous negocis té més de 5 empleats. En canvi, en el període 2004-2009 la proporció d'emprenedors sense empleats se situava per sota dels emprenedors amb un nombre de treballadors entre 1 i 5.

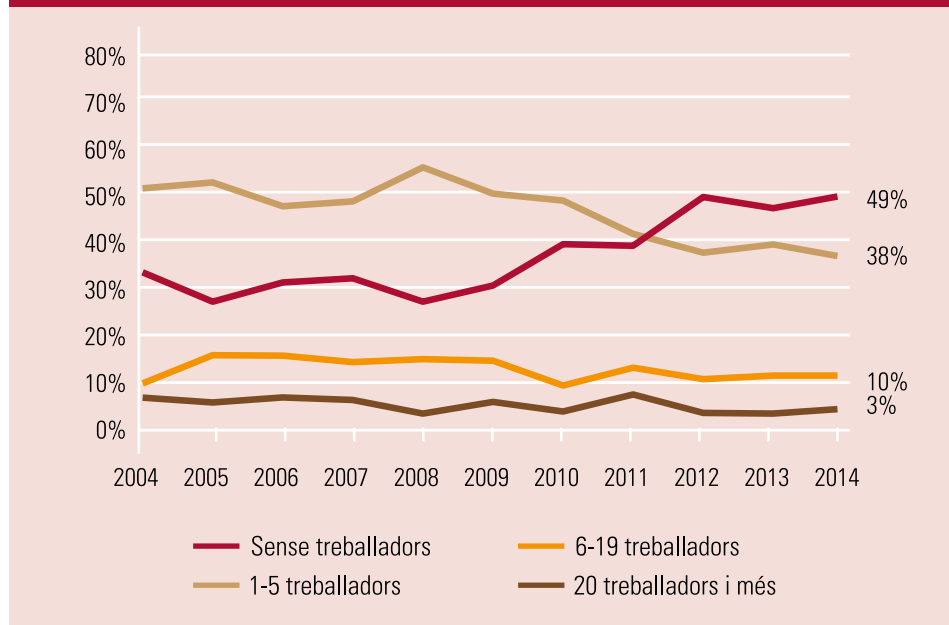
Les dades del 2014 sobre el volum en llocs de treball d'emprenedors consolidats corroboren la tendència dels últims anys cap a un menor volum mitjà dels nous negocis. Així, al voltant de la meitat no té empleats (49%), una mica menys d'un 40% té entre 1 i 5 treballadors (38%), un 10% té un nombre d'empleats que oscil·la entre 6 i 19 i, finalment, un 3% tenen un volum superior a 19 empleats (gràfic 5.4).

En conclusió, es pot afirmar que actualment les empreses es creen amb un volum mitjà inicial molt petit i inferior al que s'observava en el cicle expansiu de l'economia.

Gràfic 5.3. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya pel volum en llocs de treball dels seus projectes de negoci en el període 2004-2014



Gràfic 5.4. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya pel volum en llocs de treball dels seus projectes de negoci en el període 2004-2014



5.2. Finançament de l'activitat emprenedora naixent

El finançament és important no només pel llançament de nous projectes emprenedors, sinó també pel subsegüent creixement i internacionalització de l'empresa.

Des del punt de vista de la demanda de finançament que requereixen les noves empreses, el projecte GEM incorpora dades sobre les seves necessitats de finançament. L'any 2014 el capital llavor dels projectes naixents va ser de 55.283 euros de mitjana (taula 5.1). Ara bé, hi ha una gran dispersió en les necessitats de capital dels diferents projectes i, per això, el capital llavor oscil·la entre 500 euros com a mínim i 600.000 euros com a màxim. Tenint en compte la mediana d'aquesta variable, s'observa que el 50% dels projectes ha necessitat una inversió de com a mínim 20.000 euros. A la resta d'Espanya, tant la mitjana com la mediana del capital total necessari per arrencar el negoci són similars a les de Catalunya (taula 5.3). No és així a la demarcació de Barcelona, on totes dues són bastant superiors: 66.131 i 29.000 euros, respectivament (taula 5.2).

D'altra banda, el 2014 al voltant del 70% del capital llavor per a projectes naixents a Catalunya el van aportar els mateixos emprenedors, mentre que a la resta d'Espanya aquest percentatge va ser gairebé deu punts inferior (un 61%). Malgrat tot, tant a Catalunya com a Espanya com a mínim un de cada quatre emprenedors van aportar el 100% del capital llavor amb fons propis.

Malgrat això, des del punt de vista de l'oferta de finançament, s'observa que el percentatge de la població que ha invertit en negocis de terceres persones els últims tres anys ha augmentat el 2014 respecte del 2013 (gràfic 5.5). D'aquesta manera, es reprèn la tendència creixent en el percentatge d'inversors privats del període 2009-2012, després del descens que hi va haver el 2013. En concret, els percentatges de població que manifesta haver invertit diners en noves empreses l'any 2014 són del 4,3%, 4,2% i 3,6% per Barcelona, Catalunya i la resta d'Espanya, respectivament.

Taula 5.1. Característiques i distribució del capital llavor per a projectes de negoci naixents a Catalunya el 2014

	Capital total necessari per arrencar el negoci	Capital llavor aportat pels emprenedors naixents	Percentatge del capital llavor aportat pels emprenedors naixents
Mitjana	55.283,70	31.857,04	69,87
Desviació estàndard	106.384,34	66.586,05	33,21
Mínim	500	300	5,00
Percentil 05	800	600	15,00
Percentil 10	2.300	1.000	26,67
Percentil 25	9.000	3.000	33,33
Mediana	20.000	10.000	80,00
Percentil 75	50.000	30.000	100,00
Percentil 90	150.000	65.000	100,00
Percentil 95	200.000	120.000	100,00
Màxim	600.000	400.000	100,00

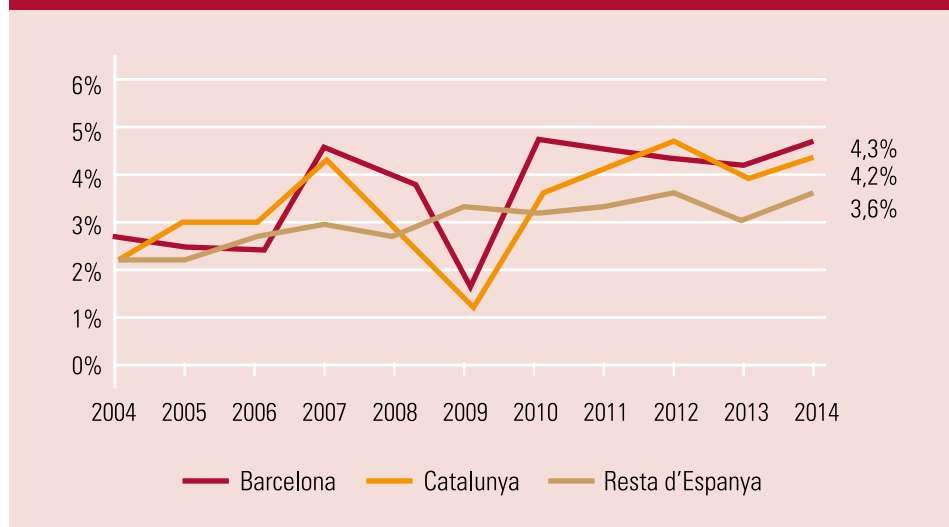
Taula 5.2. Característiques i distribució del capital llavor per a projectes de negoci naixents a Barcelona el 2014

	Capital total necessari per arrencar el negoci	Capital llavor aportat pels emprenedors naixents	Percentatge del capital llavor aportat pels emprenedors naixents
Mitjana	66.131,35	34.125,09	68,16
Desviació estàndard	121.085,38	72.626,36	32,37
Mínim	500	300	10,00
Percentil 05	800	500	15,00
Percentil 10	1.000	800	26,67
Percentil 25	8.000	3.000	33,33
Mediana	29.000	10.000	70,00
Percentil 75	50.000	30.000	100,00
Percentil 90	150.000	70.000	100,00
Percentil 95	200.000	200.000	100,00
Màxim	600.000	400.000	100,00

Taula 5.3. Característiques i distribució del capital llavor per a projectes de negoci naixents a la resta d'Espanya el 2014

	Capital total necessari per arrencar el negoci	Capital llavor aportat pels emprenedors naixents	Percentatge del capital llavor aportat pels emprenedors naixents
Mitjana	55.613,53	28.795,70	61,06
Desviació estàndard	105.215,46	81.226,15	32,72
Mínim	500	1	,20
Percentil 05	1.500	500	12,50
Percentil 10	3.000	1.500	21,43
Percentil 25	7.500	4.000	33,33
Mediana	20.000	10.000	50,00
Percentil 75	50.000	30.000	100,00
Percentil 90	150.000	50.000	100,00
Percentil 95	300.000	100.000	100,00
Màxim	1.500.000	1.500.000	100,00

Gràfic 5.5. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha invertit en negocis de tercers persones els últims tres anys a Barcelona, Catalunya i a la resta d'Espanya durant el període 2004-2014



5.3. Expectatives de creixement

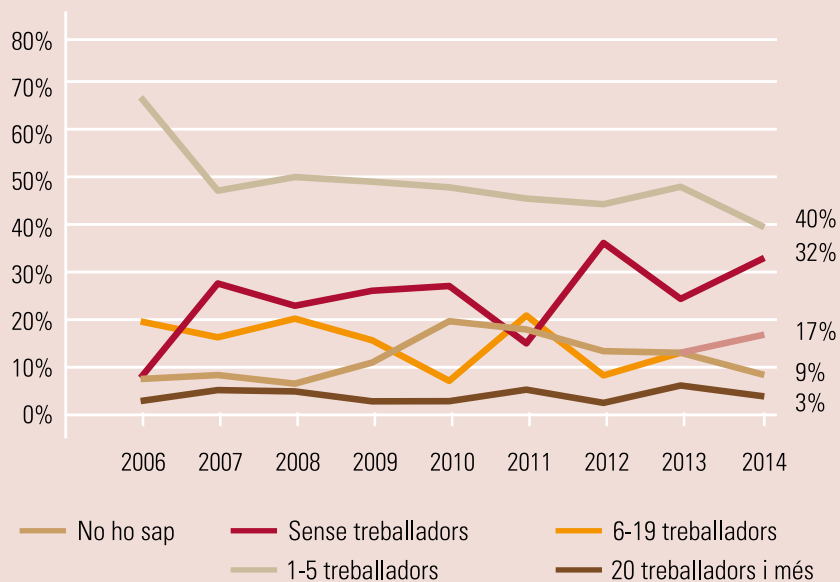
El projecte GEM també estudia el fenomen de les aspiracions de creixement dels emprenedors. Això és així perquè l'orientació cap al creixement de la nova empresa és una característica important del comportament emprenedor. Els individus involucrats en activitats de creació d'empreses que tenen elevades aspiracions de creixement solen mostrar un compromís alt amb l'èxit empresarial. Així mateix, representen el grup d'emprenedors amb més probabilitat de creació de llocs de treball en el futur i, per això, solen ser d'especial interès per a agents polítics, consultors i acadèmics.

L'any 2014 els resultats mostren que les aspiracions de creixement dels emprenedors catalans continuen sent relativament baixes, tot i que hi ha certes diferències entre els emprenedors en fase inicial (TEA) i els emprenedors consolidats. En aquest sentit, els primers són una mica més optimistes que els segons, atès que un 40% dels naixents esperen col·locar entre 1 i 5 treballadors els pròxims cinc anys (gràfic 5.6), enfront del 33% dels consolidats que així ho esperen (gràfic 5.7). Les proporcions d'emprenedors en tots dos grups que esperen tenir 6 o més empleats són similars (12% dels naixents i 11% dels consolidats).

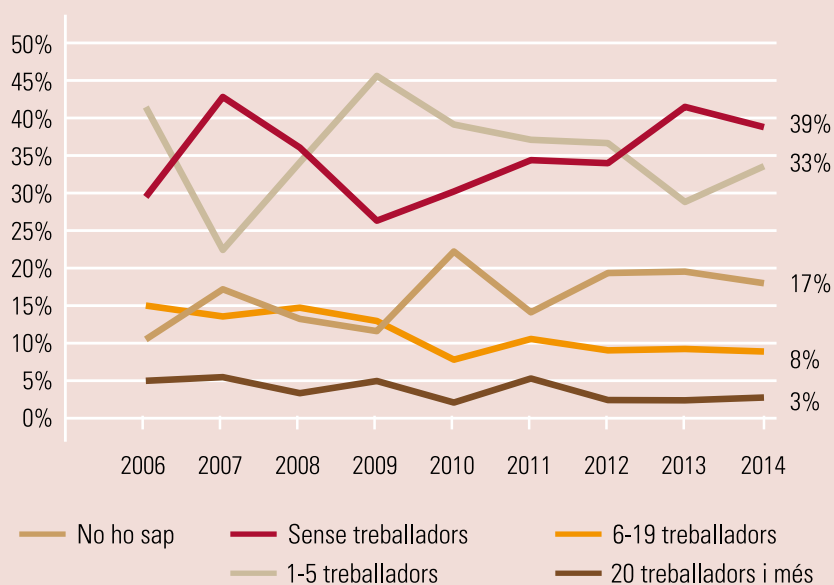
La tendència observada els últims anys en el nivell d'aspiracions ha estat decreixent. Un senyal positiu que es detecta és que els emprenedors consolidats augmenten les aspiracions de tenir entre 1 i 5 empleats els pròxims cinc anys i

mantenen les expectatives respecte a la col·locació de 6 o més treballadors. En el futur caldrà confirmar si es fa efectiu aquest increment de les expectatives de creixement dels emprenedors consolidats.

Gràfic 5.6. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya pel volum de llocs de treball esperats a cinc anys durant el període 2006-2014



Gràfic 5.7. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya pel volum de llocs de treball esperats a cinc anys en el període 2006-2014



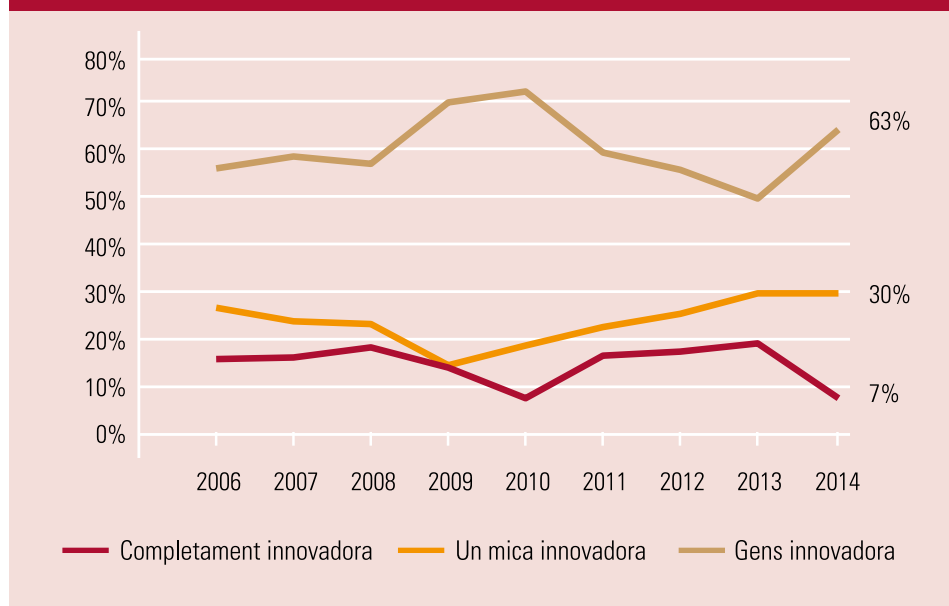
5.4. Orientació innovadora

La capacitat d'innovar és una altra característica clau de l'emprenedoria de qualitat. Un nombre més gran de noves empreses innovadores en un context determinat pot facilitar la transformació i millora del teixit empresarial. No obstant això, no totes les persones emprenedores tenen capacitat o opten per llançar productes nous al mercat, ni tampoc per adoptar noves tecnologies.

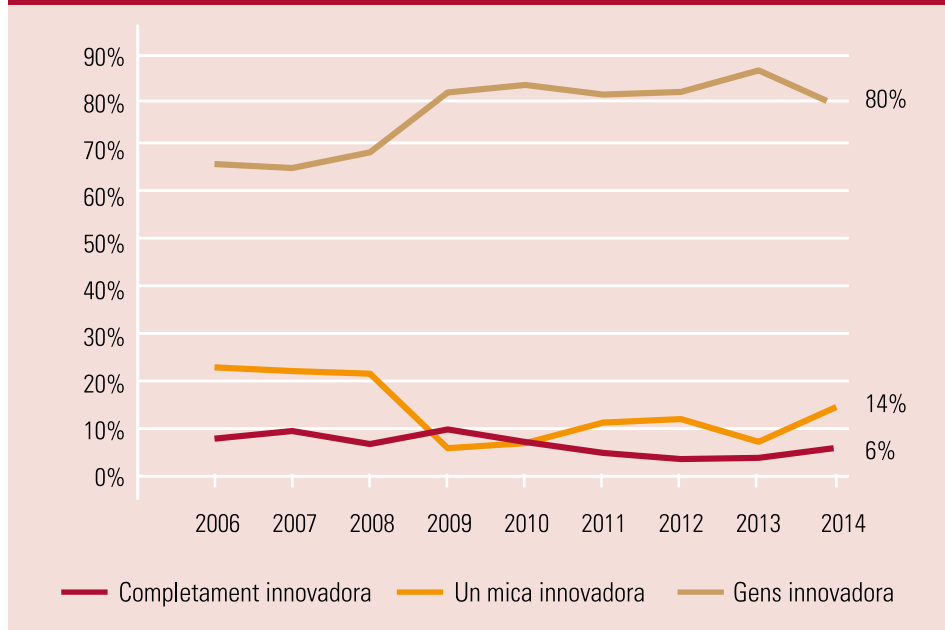
Segons els resultats del projecte GEM el 2014, la majoria d'emprenedors en fase inicial (63%) no han llançat productes o serveis innovadors (gràfic 5.8). Només el 7% consideren que el grau de novetat dels seus productes és elevat, mentre que el 30% manifesta que la seva oferta de productes té un cert component innovador. Aquests resultats trenquen una tendència a la millora dels últims anys amb respecte al grau de novetat dels productes i serveis. En canvi, al grup dels emprenedors consolidats, les empreses innovadores o una mica innovadores han augmentat fins al 20% del total el 2014 (gràfic 5.9).

En comparar els resultats globals d'emprenedors naixents i consolidats, com seria d'esperar són els primers els que pretenen en més gran mesura llançar productes i serveis més innovadors que els que ja hi ha al mercat.

Gràfic 5.8. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya pel grau de novetat dels seus productes i serveis en el període 2006-2014



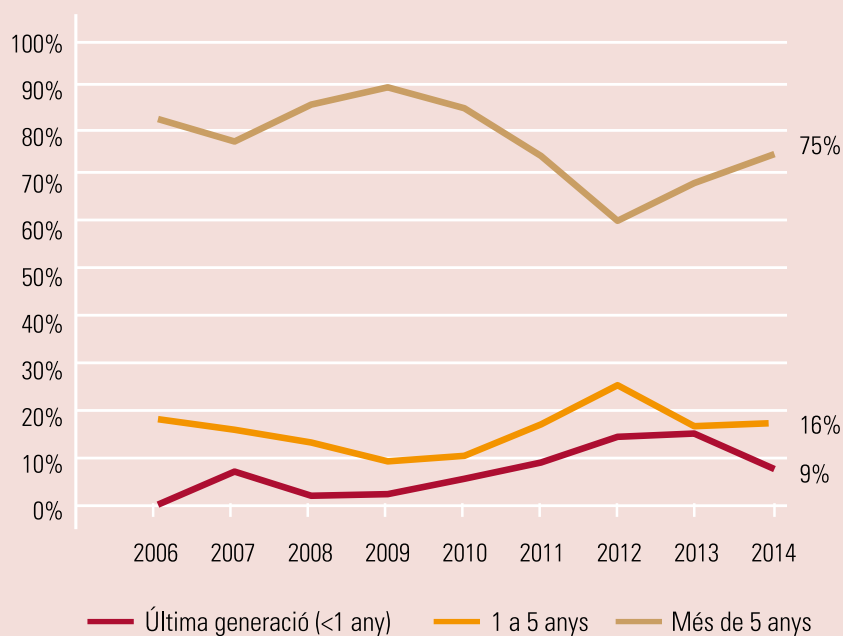
Gràfic 5.9. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya pel grau de novetat dels seus productes i serveis en el període 2006-2014



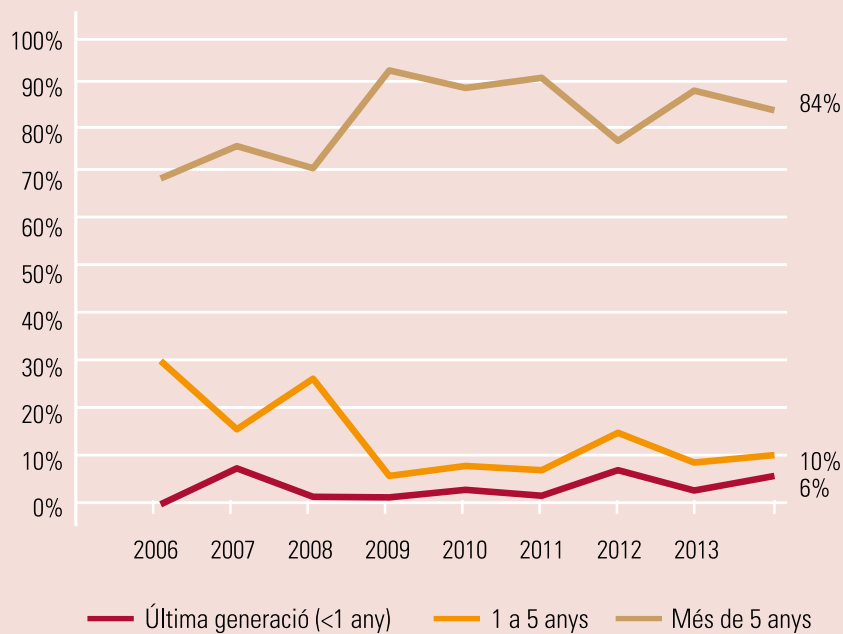
Un altre aspecte vinculat a la innovació té relació amb l'adopció de noves tecnologies. La majoria d'emprenedors utilitzen tecnologies de més de 5 anys: 75% dels que estan en fase inicial i 84% dels consolidats (gràfics 5.10 i 5.11). En la mateixa línia dels resultats relatius als nous productes, els emprenedors en fase inicial no sembla que millorin pel que fa a la novetat de les tecnologies utilitzades, atès que des del 2012 el percentatge dels que utilitzen tecnologies de més de 5 anys ha anat creixent. En el cas dels consolidats, hi ha una certa millora el 2014 respecte de l'any anterior.

Hi ha un 9% dels emprenedors en fase inicial que manifesta que utilitza tecnologies d'última generació (d'antiguitat inferior a un any), tot i que de nou la tendència creixent des de l'any 2009 fins al 2013 no s'ha mantingut el 2014. Entre els consolidats sí que sembla que hi hagi un augment de l'ús de tecnologia d'última generació fins arribar a un 6%.

Gràfic 5.10. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya per l'antiguitat de les tecnologies utilitzades en el període 2006-2014



Gràfic 5.11. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya per l'antiguitat de les tecnologies utilitzades en el període 2006-2014

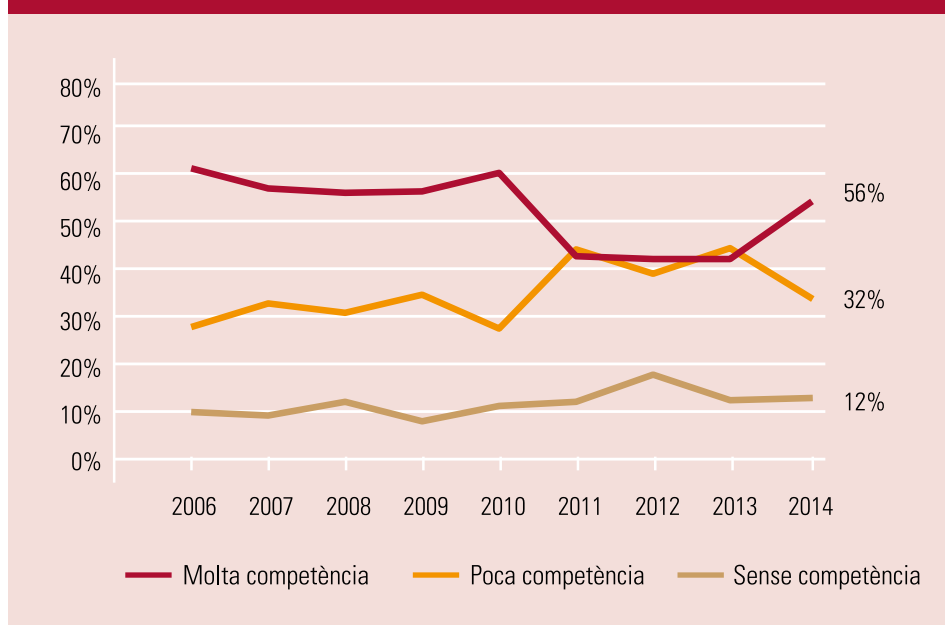


Un element addicional que es té en compte al GEM és el nivell de competència percebuda pels emprenedors (inexistent, poca o molta). Els emprenedors en fase inicial han canviat notòriament les percepcions en aquesta qüestió. Així, la percepció de poca competència passa del 28% el 2010 al 45% el 2013 (gràfic 5.12). El 2014 aquest percentatge descendeix i se situa en el 32%. En conseqüència, repunta la proporció dels emprenedors que perceben molta competència fins arribar a un 56% del total.

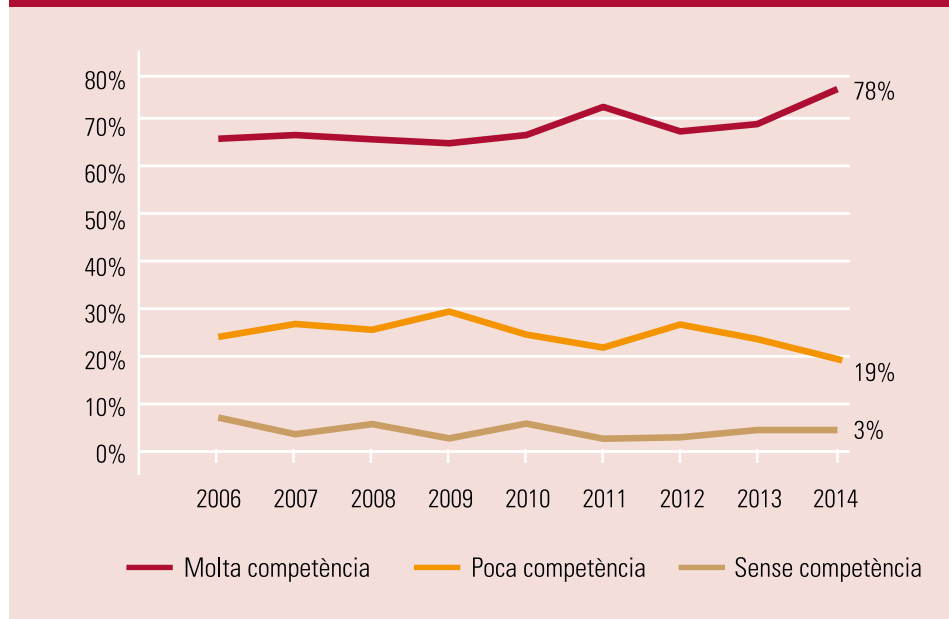
Les percepcions sobre el nivell de la competència dels consolidats han estat bastant estables durant els últims anys (gràfic 5.13). Tot i així, de manera similar al que molta competència (del 70% al 78%) i disminueix els que declaren tenir poca competència (del 25% al 19%) (gràfic 5.13).

En conjunt, s'observa que la competència percebuda pels emprenedors catalans ha augmentat l'últim any. Aquest resultat s'haurà d'analitzar a les següents edicions del projecte GEM per veure si es manté aquesta tendència a l'alça i pot afectar la supervivència dels nous negocis.

Gràfic 5.12. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya segons la competència percebuda al mercat en el període 2006-2014



Gràfic 5.13. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya segons la competència percebuda al mercat en el període 2006-2014



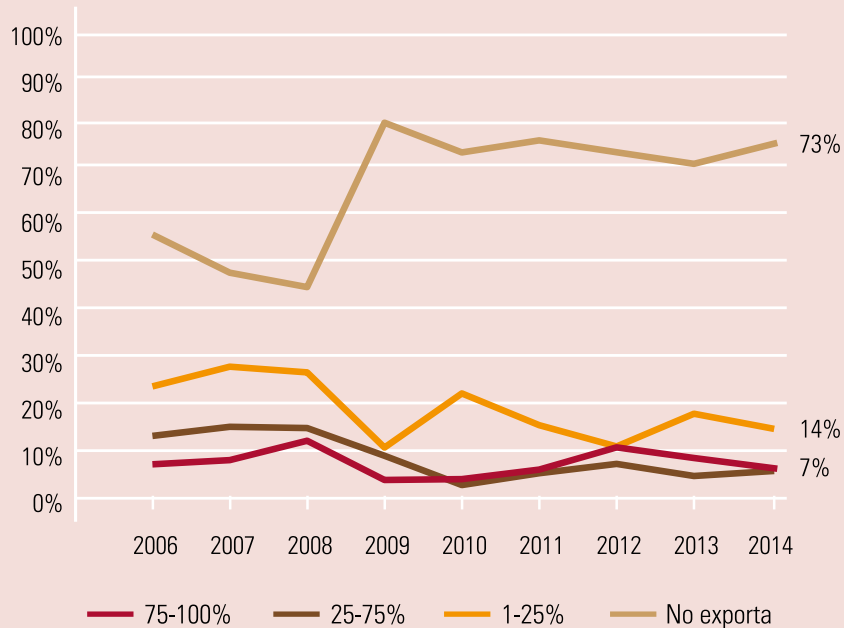
5.5. Orientació internacional

El fenomen de l'emprenedoria internacional ha anat guanyant pes els últims temps i els estudis que s'han dut a terme mostren que les noves empreses amb vocació internacional aconsegueixen més acompliment que la resta de nous negocis.

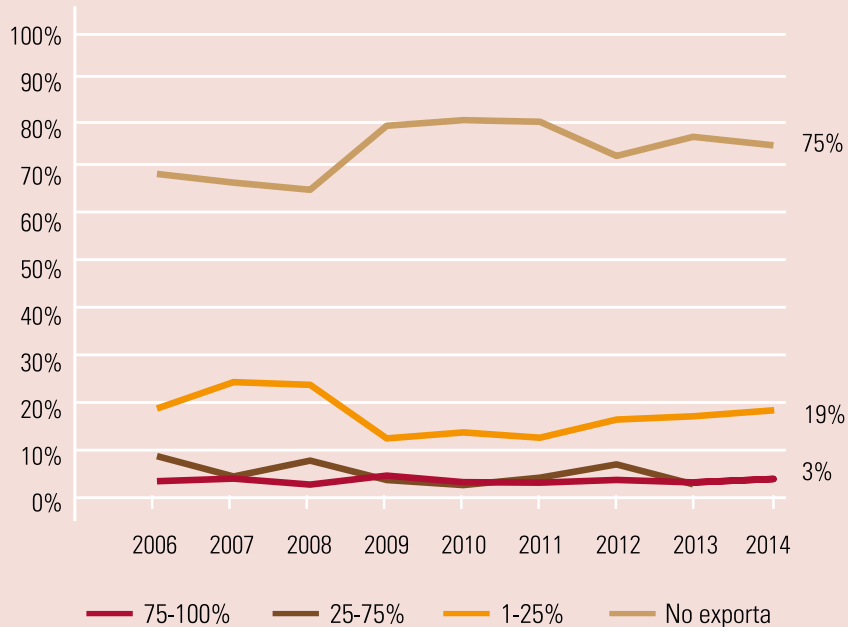
El projecte GEM analitza l'orientació internacional dels emprenedors a través del percentatge de clients a l'estranger. L'any 2008 el 54% de les empreses de menys de 3,5 anys tenia algun client estranger. En canvi, des de l'any 2009 fins a l'actualitat, els emprenedors en fase inicial que se centren en el mercat interior (és a dir, que no exporten) representen xifres superiors al 70% (gràfic 5.14). A més, els dos últims anys les noves empreses amb una elevada orientació internacional (entre el 75 i el 100% dels seus clients són estrangers) ha anat disminuint lleugerament, i ha estat del 6,3% el 2014. Malgrat tot, una dada positiva és que el 2014 augmenta el grup d'empreses amb una proporció de clients estrangers entre el 25 i el 75%, que se situa en el 7%, quan el 2013 era del 4%.

Una situació similar s'observa a les empreses consolidades, tot i que el percentatge d'aquestes empreses amb una orientació marcadament internacional és menor, només del 3% (gràfic 5.15). Això sembla indicar que els nous emprenedors s'obren més als mercats exteriors que els que estan en una fase més avançada.

Gràfic 5.14. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya segons l'orientació internacional en el període 2006-2014



Gràfic 5.15. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya segons l'orientació internacional en el període 2006-2014



5.6. Benchmarking internacional i per comunitats autònomes de les aspiracions de l'activitat emprenedora

En aquest apartat es comparen per tipus d'economia i país la distribució sectorial (extractiu, transformació, serveis a empreses i serveis al consum), les expectatives de creixement (més de 5 empleats en els pròxims cinc anys), l'orientació innovadora (novetat del producte i servei) i l'orientació internacional (percentatge de clients estrangers) dels emprenedors en fase inicial (TEA) l'any 2014. Aquests resultats es mostren a la taula 5.4. S'hi pot observar que a Catalunya els emprenedors dedicats tant a serveis a empreses com a serveis al consum suposen una proporció més gran del total d'emprenedors, si la comparem amb la mitjana de les economies basades en la innovació. No obstant això, les expectatives de creixement són bastant baixes en comparació amb aquestes economies. Passa una cosa similar amb la introducció de productes totalment nous, si bé el percentatge d'emprenedors que llancen productes amb un alt grau de novetat és similar al de la majoria de països avançats. Respecte a l'orientació internacional dels nous negocis, encara queda camí per recórrer, atès que la proporció d'emprenedors que no exporten és elevada en comparació amb la dels països més desenvolupats.

Els gràfics 5.16 a 5.18 mostren el posicionament de Barcelona i Catalunya a escala internacional en comparació amb altres economies basades en la innovació (EBI) i les altres comunitats autònomes el 2014. Els resultats obtinguts indiquen que l'emprenedoria en fase inicial a Catalunya se centra majorment al sector terciari. Catalunya es troba en una posició elevada del rànquing si observem el percentatge de nous negocis dedicats a serveis al consumidor. Respecte a les activitats de serveis a empreses ocupa una posició intermèdia, superior a la mitjana d'Espanya. Això es deu en bona part al fet que a la província de Barcelona els emprenedors que ofereixen aquests serveis a empreses suposen una proporció elevada del total d'emprenedors. En aquest sentit, Barcelona se situa en les primeres posicions del rànquing en la comparació per comunitats (gràfic 5.16).

En canvi, el percentatge d'emprenedors amb negocis que el 2014 oferien un producte nou per a tots els clients és baix tant a Catalunya com a Barcelona si el comparem amb altres països, amb Espanya i amb les comunitats autònomes. La proporció observada d'emprenedors que usaven tecnologies amb menys d'un any d'antiguitat és més propera a la mitjana d'Espanya, mentre que el percentatge que declaren que no tenien competència està per sobre de la mitjana espanyola. A Barcelona s'observa un nivell relativament alt d'emprenedors que tenen una percepció baixa sobre el nivell de la competència (gràfic 5.17).

L'orientació internacional, mesurada com la proporció d'emprenedors amb negocis que el 2014 tenien més del 25% dels seus clients a l'exterior, és similar a Barcelona, Catalunya i Espanya, però està per sota de la mitjana dels països avançats. Tal com s'ha apuntat anteriorment, les aspiracions de creixement en llocs de treball els pròxims cinc anys se situen en canvi en nivells baixos en comparació amb les economies avançades i també respecte a altres comunitats autònomes (gràfic 5.18).

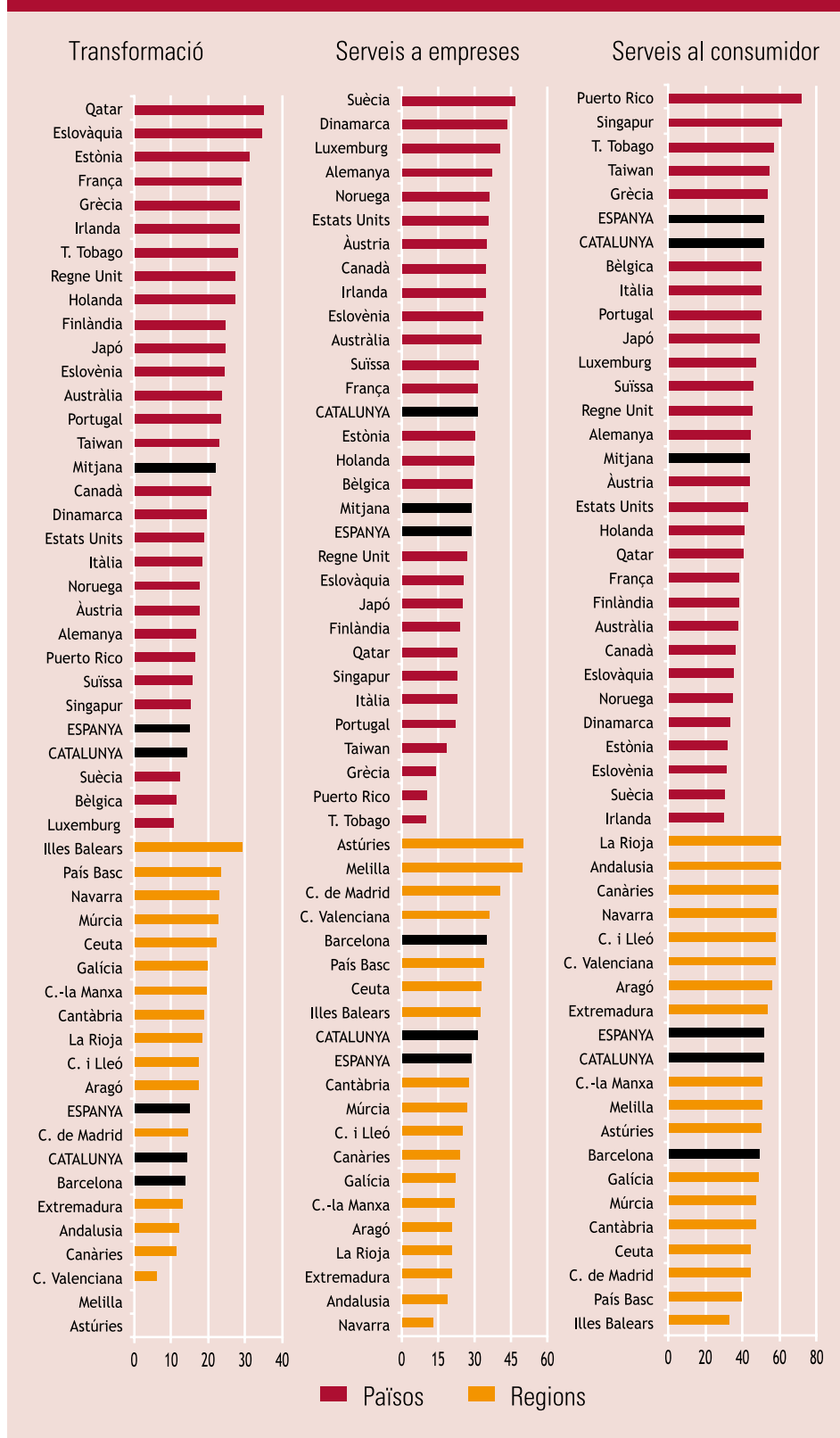
Al gràfic 5.19 es presenta de manera agrupada el posicionament de Catalunya en comparació amb la resta d'Espanya i la resta de la UE d'economies basades en la innovació. De nou es posa de manifest que les expectatives de creixement i la novetat dels productes oferts pels emprenedors catalans presenten nivells inferiors als de la resta d'Espanya i la resta de la UE l'any 2014.

Al gràfic 5.20 es compara Barcelona amb la resta de Catalunya. Els resultats de l'últim any indiquen que la proporció d'emprenedors a Barcelona en sectors vinculats als serveis a empreses està molt per sobre de la que hi ha a la resta de Catalunya. També és superior a Barcelona el percentatge d'emprenedors que disposen de tecnologies de menys d'un any. A la resta de Catalunya hi ha una proporció més gran de noves empreses amb més del 25% de clients estrangers i amb l'expectativa de tenir més de cinc empleats els pròxims 5 anys, en comparació amb les dades de la província de Barcelona.

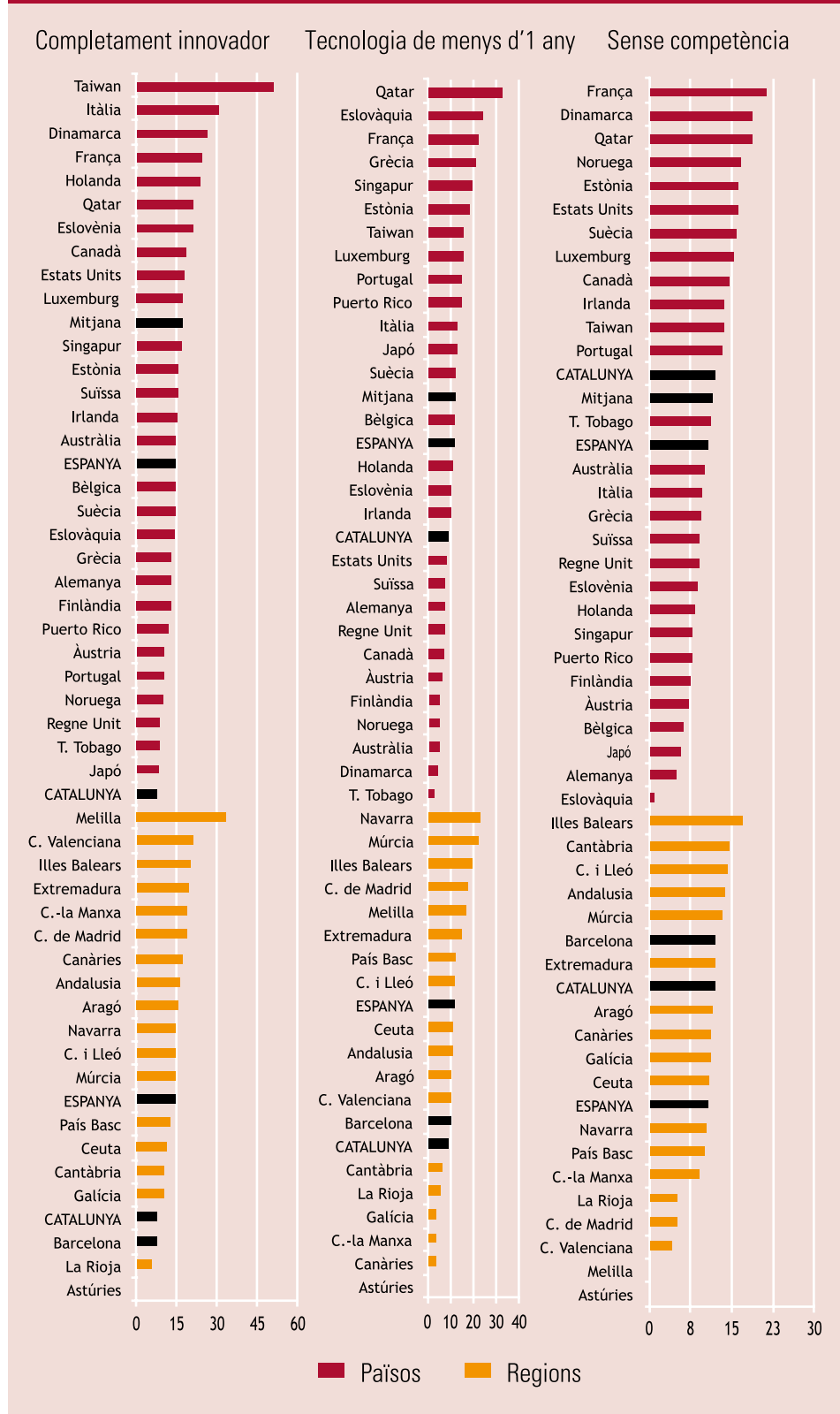
Taula 5.4. Percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb expectatives de creixement, orientació innovadora i orientació internacional el 2014. Anàlisi per tipus d'economia.

		Distribució sectorial				Expectatives creixement	Orientació innovadora			Orientació internacional			
		Extractiu	Transformació	Serveis a empreses	Serveis al consumidor	+ de 5 empleats en 5 anys	Completa-ment	Alta	Cap	No exporta	1-25%	25-75%	75-100%
Economies basades en els factors de producció	Mitjana	12,8	17,9	5,8	63,5	19,3	13,7	25,1	61,2	76,7	18,4	3,3	1,6
	Angola	0,4	13,8	3,2	82,7	23,7	11,2	29,7	59,1	55,4	30,6	6,0	8,0
	Bolívia	5,5	22,3	8,3	63,9	20,4	32,5	35,4	32,1	71,7	23,2	3,0	2,1
	Botswana	17,4	18,2	10,9	53,5	35,9	11,8	28,0	60,3	53,8	36,6	7,8	1,8
	Burkina Faso	28,6	20,4	4,0	47,0	19,7	3,8	19,1	77,2	93,4	5,6	0,5	0,5
	Camerun	27,1	20,5	7,0	45,4	19,6	6,5	20,4	73,1	80,8	12,6	4,6	2,1
	Filipines	4,8	7,9	1,1	86,2	7,3	31,5	29,5	39,0	86,8	12,8	0,4	0,0
	Índia	2,1	19,4	5,8	72,7	9,8	23,4	34,1	42,5	76,6	18,8	3,8	0,8
	Iran	7,8	35,6	10,7	46,0	29,1	4,3	15,1	80,6	83,5	13,0	2,9	0,6
	Uganda	33,7	15,8	1,7	48,9	10,6	6,2	8,6	85,2	89,7	8,1	2,0	0,2
	Vietnam	0,3	5,5	5,1	89,0	16,7	5,9	31,1	63,1	75,3	23,0	1,7	0,0
Economies basades en l'eficiència	Mitjana	8,9	23,3	11,8	56,0	22,9	14,7	25,4	60,0	58,1	27,2	8,7	6,0
	Argentina	2,6	24,4	19,5	53,5	25,9	18,3	28,1	53,6	76,4	18,8	3,8	1,0
	Barbados	5,4	11,1	12,9	70,7	13,6	7,6	31,1	61,3	23,4	46,4	20,9	9,4
	Bòsnia i H.	30,7	32,0	13,4	24,0	32,9	9,3	15,2	75,6	47,8	34,3	12,9	5,1
	Brasil	1,4	25,5	8,9	64,1	11,1	2,5	19,4	78,1	92,6	6,8	0,6	0,0
	Xile	1,8	26,2	17,1	55,0	43,2	47,7	41,3	11,0	46,8	38,6	10,5	4,1
	Xina	3,0	16,9	5,1	75,0	24,3	8,7	52,0	39,3	77,0	19,5	2,6	0,9
	Colòmbia	3,8	26,5	15,4	54,3	62,0	24,7	34,4	40,9	21,7	66,5	8,3	3,5
	Costa Rica	2,6	25,1	10,8	61,5	18,5	20,6	20,6	58,8	73,4	16,5	5,1	5,1
	Croàcia	10,1	23,2	30,6	36,1	40,5	8,2	19,1	72,7	20,5	41,1	14,9	23,5
	Equador	5,9	19,4	8,0	66,7	10,0	20,9	23,1	56,0	91,4	6,9	1,4	0,4
	El Salvador	1,8	8,8	2,5	86,9	6,7	1,5	9,1	89,4	84,8	11,4	3,8	0,0
	Geòrgia	31,6	24,0	4,3	40,2	21,6	10,0	19,0	71,1	41,6	37,1	13,0	8,3
	Guatemala	1,8	20,4	7,6	70,2	7,7	37,2	29,6	33,2	94,5	3,0	1,6	0,9
	Hongria	15,2	27,5	22,2	35,2	41,3	10,1	31,0	58,9	32,9	43,8	15,7	7,6
	Indonèsia	2,3	28,4	12,0	57,3	5,9	26,2	21,0	52,8	87,4	4,9	6,1	1,6
	Jamaica	17,9	12,9	3,2	66,1	11,2	5,3	13,3	81,4	55,3	34,6	7,3	2,8
	Kazakhstan	3,7	25,3	7,0	64,1	31,3	6,9	30,2	62,9	47,8	38,5	11,7	2,0
	Lituània	9,7	28,8	16,8	44,7	34,3	15,3	33,9	50,9	24,7	52,1	14,4	8,8
	Malàisia	4,2	16,3	13,5	66,1	11,4	5,1	25,0	70,0	67,1	30,5	0,0	2,4
	Mèxic	0,3	16,6	4,0	79,2	13,3	18,2	28,2	53,7	74,3	17,1	6,4	2,2
	Panamà	3,5	22,5	6,4	67,5	7,0	5,0	7,3	87,7	60,9	22,9	9,9	6,3
	Perú	6,0	22,0	7,5	64,6	11,3	7,9	19,4	72,7	69,7	18,0	9,2	3,1
	Polònia	1,9	41,9	24,4	31,8	27,7	21,0	42,5	36,5	16,8	68,7	8,9	5,6
	Romania	26,9	31,3	21,1	20,7	47,2	12,9	24,1	63,0	24,0	46,7	20,7	8,6
	Rússia	6,5	34,1	14,4	45,1	24,0	11,7	19,0	69,3	90,3	4,8	1,1	3,7
	Sud-àfrica	1,5	27,2	11,6	59,7	27,8	21,9	29,4	48,6	46,1	27,5	17,4	9,1
	Surinam	42,0	18,4	4,0	35,7	7,6	2,5	5,1	92,4	42,2	6,3	11,8	39,7
	Tailàndia	10,5	11,1	5,7	72,6	8,9	17,3	32,3	50,4	89,8	6,4	3,6	0,2
	Uruguai	4,1	28,0	11,6	56,3	36,6	21,2	32,1	46,8	62,4	20,3	9,6	7,8
Economies basades en la innovació	Mitjana	5,1	22,1	28,8	44,0	26,2	17,1	30,3	52,7	40,5	38,8	12,1	8,6
	Alemanya	1,4	16,6	37,3	44,7	27,4	12,9	24,4	62,7	43,5	35,4	13,1	8,0
	Austràlia	6,4	23,7	32,8	37,1	29,0	14,7	29,8	55,5	16,4	71,5	8,1	4,0
	Àustria	3,7	17,7	35,0	43,6	14,8	10,6	36,6	52,9	34,1	41,2	14,3	10,4
	Bèlgica	9,4	11,4	29,0	50,3	16,9	14,5	33,2	52,4	28,3	39,0	16,8	15,9
	Canadà	7,9	21,0	34,8	36,3	31,3	18,5	30,3	51,2	16,5	63,7	12,4	7,4
	Catalunya	3,5	14,2	31,1	51,1	11,5	7,5	29,9	62,6	72,6	14,3	6,8	6,3
	Dinamarca	3,5	19,5	43,4	33,6	21,8	26,5	30,8	42,8	70,7	16,0	7,2	6,1
	Eslovàquia	5,0	34,7	25,3	35,2	34,4	14,2	48,6	37,2	14,5	66,2	13,0	6,3
	Eslovènia	10,8	24,6	33,4	31,2	28,6	21,2	36,6	42,3	28,6	39,8	19,7	12,0
	Espanya	4,5	15,1	28,7	51,8	19,3	14,7	24,6	60,7	67,6	18,9	7,2	6,4
	E. Units	3,0	18,7	35,5	42,8	39,3	18,0	30,4	51,5	16,3	69,1	9,1	5,4
	Estònia	6,9	31,2	30,1	31,8	22,4	15,6	31,3	53,1	29,5	46,6	14,4	9,6
	Finlàndia	13,0	25,0	23,9	38,2	15,7	12,8	30,2	57,0	55,0	32,2	2,6	10,3
	França	1,4	28,9	31,4	38,3	30,8	24,3	27,2	48,5	36,3	41,7	10,4	11,5
	Grècia	3,1	28,7	14,4	53,8	12,0	13,2	24,0	62,9	41,8	40,5	6,5	11,2
	Holanda	2,3	27,1	29,8	40,8	19,5	23,7	16,2	60,1	49,5	34,7	9,2	6,7
	Irlanda	7,1	28,6	34,4	30,0	34,2	14,9	35,2	49,9	39,7	36,0	14,0	10,2
	Itàlia	9,0	18,5	22,6	50,0	14,2	30,7	38,2	31,1	50,1	29,2	14,6	6,1
	Japó	1,0	24,8	25,0	49,2	33,1	8,5	39,0	52,6	74,0	14,8	10,1	1,1
	Luxemburg	1,6	10,9	40,2	47,3	28,6	17,1	54,2	28,7	4,1	54,0	25,1	16,8
	Noruega	11,5	17,7	36,3	34,5	15,0	9,7	16,8	73,5	67,3	22,7	6,4	3,6
	Portugal	4,7	23,3	22,2	49,8	23,0	10,2	23,8	66,1	23,8	54,3	11,6	10,3
	Puerto Rico	1,4	16,3	10,6	71,8	9,3	12,0	39,0	49,0	60,4	23,9	7,3	8,4
	Qatar	1,8	34,8	22,8	40,6	44,6	21,2	26,9	51,9	46,6	27,2	19,6	6,6
	Regne Unit	0,4	27,1	27,2	45,3	24,0	8,9	22,5	68,7	60,5	24,7	8,8	6,1
	Singapur	0,5	15,4	22,8	61,4	42,5	17,0	31,8	51,2	23,6	39,2	22,3	14,9
	Suècia	10,0	12,4	46,8	30,7	21,5	14,4	31,0	54,6	33,6	39,1	13,2	14,2
	Suïssa	6,4	15,8	31,8	46,1	20,3	15,6	27,9	56,5	28,9	40,1	21,2	9,8
	Taiwan	4,3	23,1	18,6	54,1	53,9	50,7	20,1	29,2	52,7	31,2	7,6	8,5
	T. Tobago	4,7	28,0	10,2	57,2	32,9	8,6	17,5	74,0	60,5	32,5	5,8	1,3

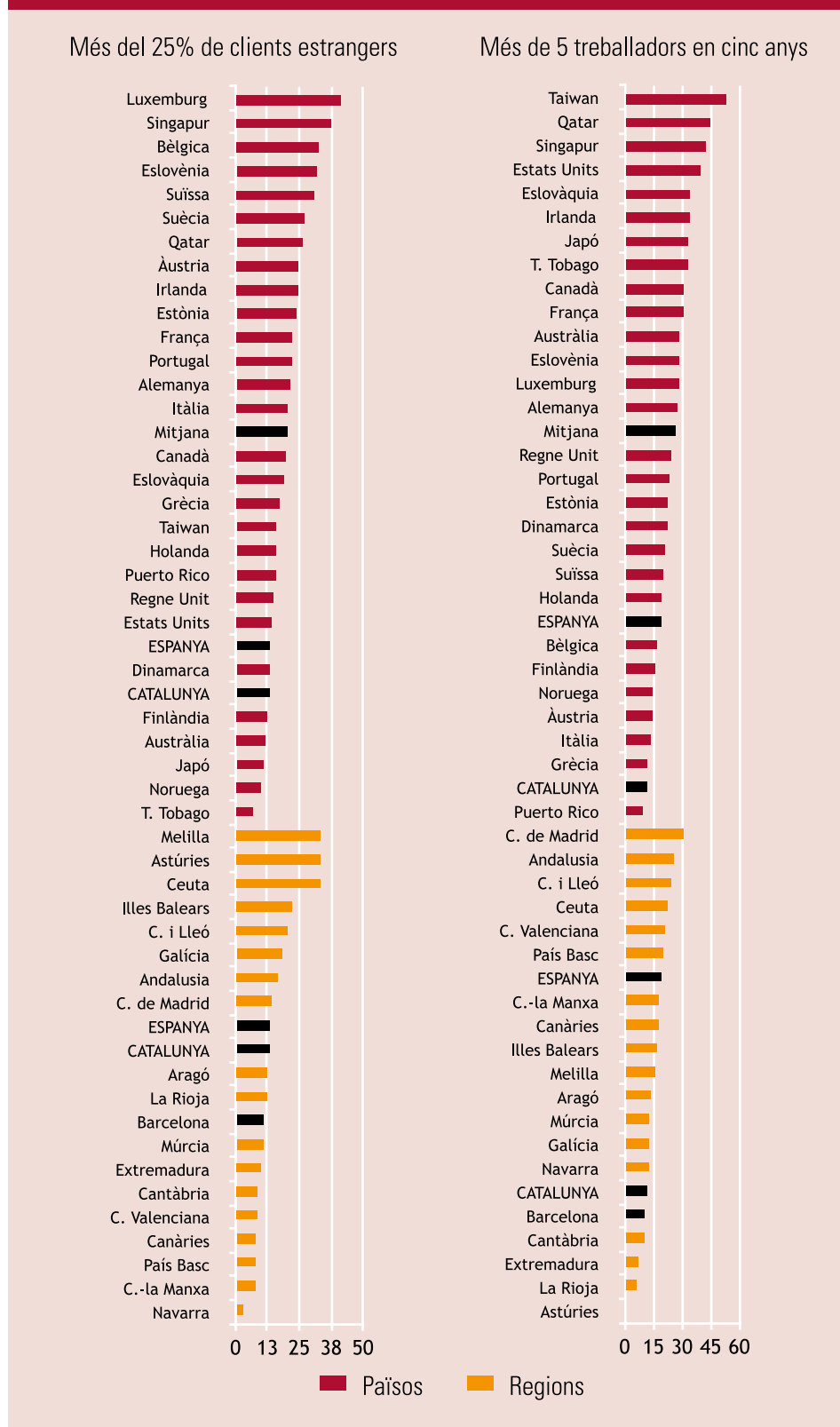
Gràfic 5.16. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les altres comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb negocis als sectors de transformació, serveis orientats a empreses i serveis orientats al consum el 2014



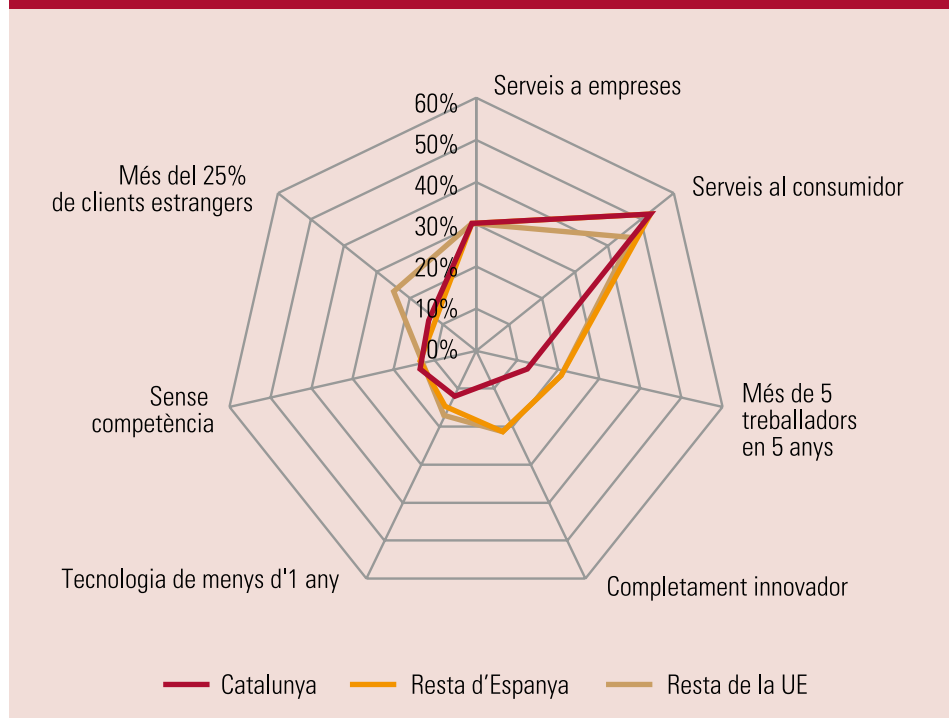
Gràfic 5.17. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les altres comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb negocis que el 2014 oferien un producte nou per a tots els clients, que usaven tecnologies de menys d'un any d'antiguitat i que no tenien competència



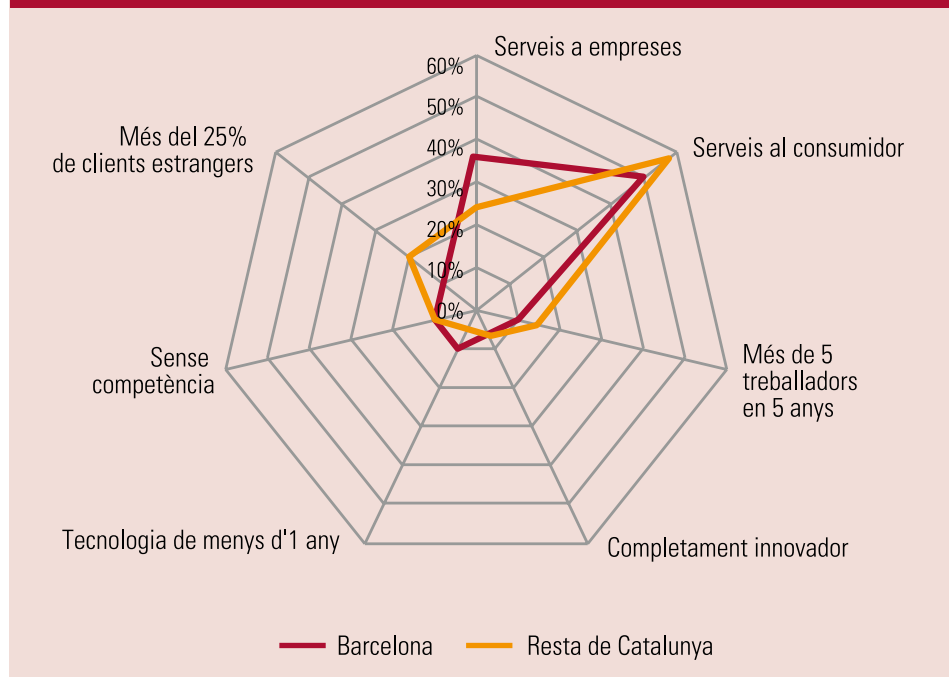
Gràfic 5.18. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les altres comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb negocis que el 2014 tenien més del 25% de clients a l'exterior i que esperaven tenir més de 5 empleats en cinc anys



Gràfic 5.19. Posicionament de Catalunya en comparació amb la mitjana de la resta d'Espanya i de la resta de la UE el 2014 respecte de les principals característiques de l'activitat emprendedora en fase inicial (TEA) el 2014



Gràfic 5.20. Posicionament de Barcelona en comparació amb la mitjana de la resta de Catalunya el 2014 respecte de les principals característiques de l'activitat emprendedora en fase inicial (TEA) el 2014



6. L'entorn emprenedor

El marc conceptual GEM (figura 1.1) i la literatura sobre emprenedoria atorguen a l'entorn un paper rellevant tant en el foment de l'activitat emprenedora com en el seu impacte en el desenvolupament econòmic d'un territori. Per aquest motiu, el projecte GEM, a través d'una eina pròpia –l'enquesta a experts– recull informació sobre l'estat dels factors que la literatura especialitzada identifica com a més influents en el context emprenedor.

Abans de prosseguir amb la presentació dels resultats de l'enquesta a experts, considerem necessari explicitar breument el context econòmic en el qual es mou l'activitat emprenedora objecte d'estudi. És rellevant recordar que encara es pateixen els efectes dels forts desequilibris generats durant l'etapa de creixement prèvia a la crisi: creixement excessiu de la demanda nacional, per sobre del creixement del producte, que va provocar un elevat dèficit exterior i un nivell elevat d'endeutament privat; bombolla immobiliària; pèrdua de competitivitat-costos des de l'entrada de l'euro respecte als països de l'eurozona; excessiva concentració de riscos al sector immobiliari de les entitats financeres, i creixement de la despesa pública per sobre del seu nivell sostenible a llarg termini.

El 2014, el PIB de l'economia espanyola va créixer un 1,4% (l'aportació de la demanda nacional al creixement del PIB va ser de 2,2 punts percentuals, i el saldo exterior va quedar en 0,8 p), després d'uns quants anys de taxes negatives. Aquesta millora, que obeeix a l'augment de la confiança en la capacitat de creixement de l'economia espanyola –a diferència de l'eurozona–, s'ha vist reforçada per dos factors externs: la disminució del preu del petroli, més profunda i duradora del que es preveia inicialment, i la depreciació de l'euro com a resultat de les actuacions del BCE, que també ha provocat nous mínims històrics en la rendibilitat del deute públic.

Durant el 2014 els principals desequilibris macroeconòmics assenyalats anteriorment s'han continuat corregint: el preu del petroli pressiona la inflació a la baixa; les exportacions de béns consoliden el canvi de tendència; hi ha un balanç positiu al mercat laboral (més enllà del sector serveis, que lidera la recuperació, l'avanç dels llocs de treball s'està consolidant a la indústria i a la construcció), ha disminuït l'atur fins al 23,7% (19,9% a Catalunya) de la població activa (en part a causa de l'augment dels llocs de treball i en part a causa de la caiguda de la població activa), tot i que el de llarga duració arriba al 14,6%, dues xifres que continuen sent inacceptablement elevades; el sector turístic va tancar el 2014 amb una xifra rècord de

turistes estrangers (gairebé 65 milions, 4,3 milions més que el 2013), i finalment hi ha senyals de millora al sector immobiliari, el procés de despallanquejament del sector privat prossegueix lentament i s'està produint una recuperació dels índexs de confiança, tant de consumidors com de comerç al detall.

Continua la millora de la productivitat i també el procés d'ajustament salarial (devaluació interna) per recuperar la competitivitat perduda des de l'entrada de l'euro. Els costos laborals unitaris, que tenen en compte els costos laborals per treballador i la productivitat, se situen respecte als socis comercials de l'eurozona ja a nivells de fa quinze anys. Un dels requisits perquè l'economia espanyola pugui afrontar amb garanties els dos grans reptes pendents: continuar guanyant competitivitat per assegurar superàvits del compte corrent que permeten reduir el deute extern i augmentar el ritme de creació de llocs de treball.

A Catalunya, amb un creixement del PIB de l'1,4%, s'està produint una recuperació de llocs de treball en la indústria, alhora que s'ha frenat la sagnia en el nombre d'aturats i els indicadors de negoci comencen a repuntar, especialment en els sectors d'alimentació i fabricació de material de transport o equips mecànics, elèctrics, electrònics i òptics. Simultàniament, cal remarcar que els productes industrials catalans, tot i que continuen mantenint una bona posició competitiva fruit de la rebaixa de costos i preus esdevinguda durant la primera part de la crisi, han perdut una mica d'avantatge respecte de la resta de països industrialitzats.

Un cop realitzada aquesta breu descripció que contextualitza la situació econòmica del país, ens centrarem en l'anàlisi de l'entorn que realitza el projecte GEM a través de l'enquesta a 36 experts, que, com ja s'ha indicat, recull informació sobre l'estat dels factors que la literatura especialitzada identifica com directament influents en l'activitat emprenedora i que es detallen a la taula 6.1. Els resultats que es presenten s'han de prendre més com a mesuraments de tendència que com a valors absoluts.

Pel que fa als aspectes metodològics, al projecte GEM Catalunya 2014 hi van participar 36 experts en nou condicions de l'entorn (finançament, polítiques governamentals, programes públics, educació, transferència d'R+D, infraestructura comercial i física, obertura del mercat intern i normes socials i culturals), sobre les quals van donar la seva opinió mitjançant un qüestionari amb escales Likert de 5 punts (1=completament en desacord/fals, 5=completament d'acord/cert). Les valoracions que superen la mitjana de 3 es consideren favorables, mentre que les que no la superen s'han de considerar desfavorables.

Cal assenyalar que en aquesta edició es va reduir el qüestionari a experts, per la qual cosa no es va obtenir informació relativa a algunes condicions de l'entorn, com: suport a l'emprenedoria femenina, d'alt potencial, i valoració de la innovació, tant des del punt de vista empresarial com del consumidor, i de la propietat intel·lectual. A més, a través de diverses preguntes obertes (sense una llista d'opcions prèviament definida) van expressar els que consideraven els principals obstacles i suports a l'activitat emprenedora. Finalment, se'ls va plantejar que reflexionessin sobre tres propostes que, segons el seu parer, serien recomanables per millorar l'entorn emprenedor nacional.

6.1. Valoració de les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya

Els experts catalans entrevistats encara consideren que les condicions de l'entorn per emprendre continuen sent poc favorables, en consonància amb la situació econòmica del país esmentada, tot i que amb valors lleugerament superiors als de l'any anterior, potser per la recuperació de l'evolució del PIB a xifres positives després de quatre dels últims cinc anys (excepte el 2010, amb un 0,2%) amb xifres negatives i per la millora dels índexs de confiança.

Com s'observa a la taula 6.1, la majoria de variables han obtingut una valoració mitjana inferior a 3, i les condicions de l'entorn són les que han rebut una puntuació més baixa:

- L'educació i la formació emprenedora a l'etapa escolar (2,0).
- El finançament per a emprenedors (2,1).
- Les polítiques públiques associades amb impostos, regulacions i burocràcia (2,3).

Que coincideixen amb les tres més mal valorades el 2013 i, també, amb les d'aquest any a Espanya, amb puntuacions, respectivament, d'1,8, 2,1 i 2,4.

D'altra banda, les tres que aproven clarament són:

- Existència i accés a infraestructura física i de serveis, com carreteres, aeroports i altres sistemes de comunicació; cost i accés dels serveis bàsics i de telecomunicacions (gas, aigua, electricitat, telèfon, Internet...).
- Existència i accés a infraestructura comercial i professional, com l'existència de proveïdors, consultors i subcontractistes; assessora-

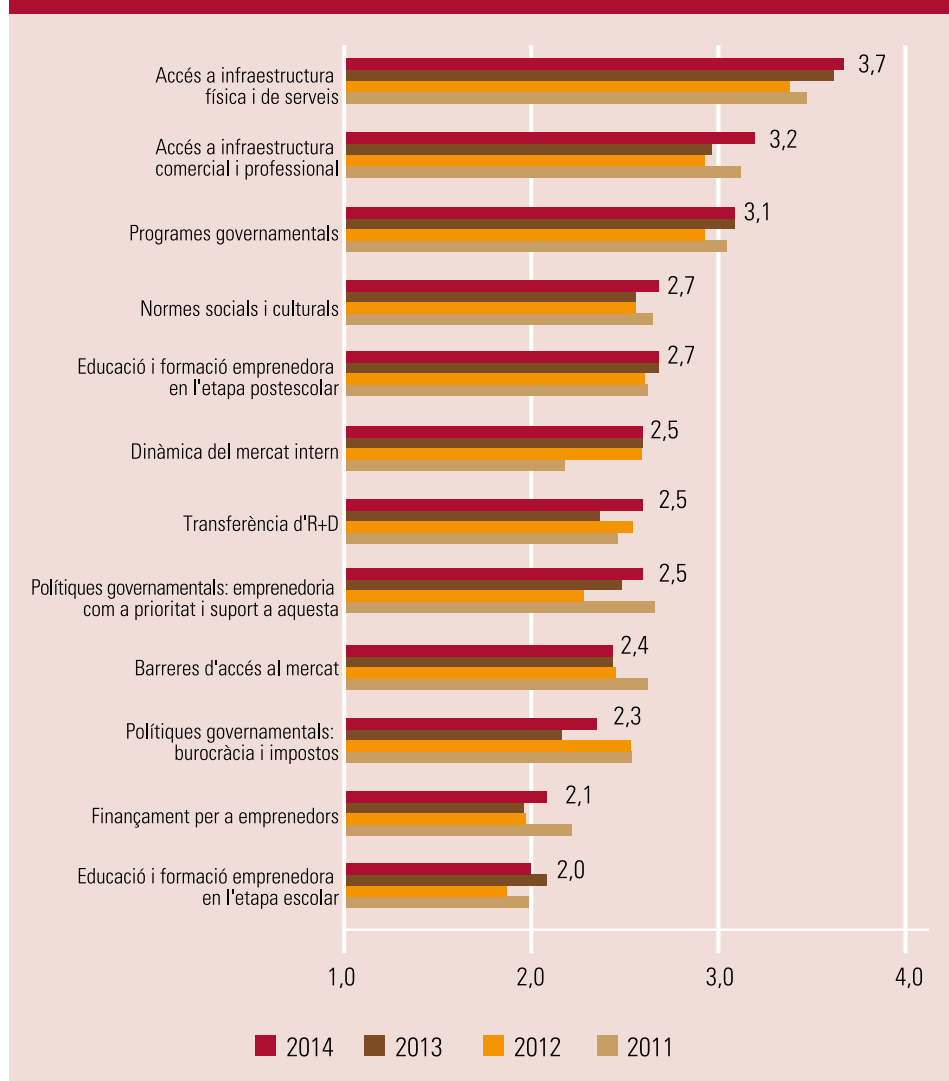
ment legal, laboral, comptable i fiscal; serveis financers i bancaris.

– Programes públics, com ajudes a la creació i creixement de noves empreses; parcs científics i incubadores; programes de foment a la creació i creixement de les noves empreses.

En suma, segons els experts enquestats, es disposa d'una bona infraestructura física, de serveis, comercial i professional, i uns programes governamentals que, malgrat la crisi, estimulen i faciliten el procés emprenedor.

La part que cal millorar, com l'any passat, continua sent el finançament, la burocràcia i els impostos, així com l'educació emprenedora, sobretot a l'etapa escolar. Aquesta última es manté com una de les assignatures pendents, malgrat els programes que s'estan llançant últimament, que solen ser encara d'abast reduït.

Gràfic 6.1. Evolució de les valoracions mitjanes dels experts entrevistats sobre condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya (període 2011-2014)



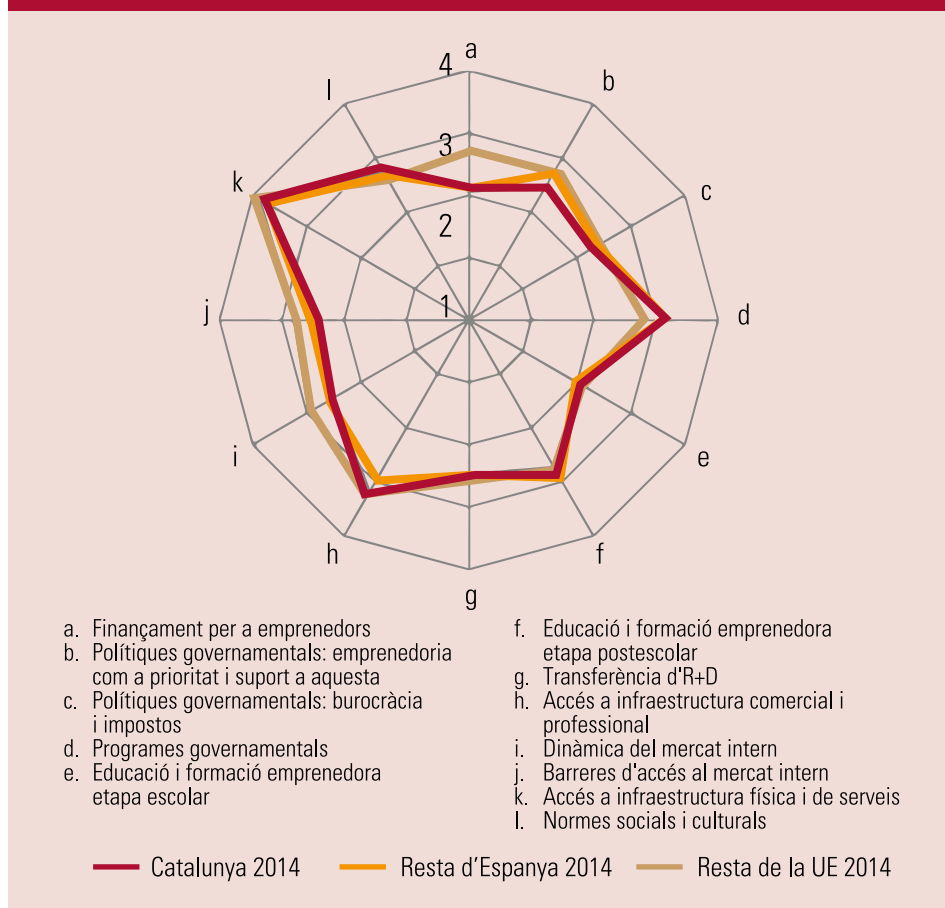
6.2 Benchmarking internacional sobre les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya

Per la contextualització de les dades de l'apartat anterior, a continuació es presenta un benchmarking sobre les condicions per emprendre. D'una banda, la valoració de les condicions de l'entorn segons l'opinió dels experts europeus de les economies basades en la innovació, d'Espanya i de cada una de les comunitats autònomes (taula 6.1); i, de l'altra i més interessant (gràfic 6.2), la valoració comparativa mitjana dels experts de Catalunya, de la resta d'Espanya i de la resta de la UE.

Els resultats de Catalunya i la resta d'Espanya són bastant similars, però respecte a la resta de la UE hi ha oportunitats de millora pel que fa al finançament per a emprenedors, dinàmica del mercat intern i barreres d'accés al mercat intern.

És oportú ressaltar que, igual que el 2013, en l'única condició que s'obté una puntuació superior és en la valoració positiva que realitzen dels programes governamentals, la majoria dels quals són d'àmbit local i autonòmic.

Gràfic 6.2. Valoració mitjana dels experts sobre les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya, la resta d'Espanya i la resta de la UE el 2014



Taula 6.1. Valoració de les condicions per emprendre en països de la Unió Europea basats en la innovació, a Espanya, a Catalunya i a la resta de comunitats autònomes el 2014

			EUROPA		COMUNITATS AUTÒNOMES														
	PAÏSOS DE LA UE INNOVACIÓ	ESPAÑA	ANDALUSIA	ARAGÓ	CANÀRIES	CANTABRIA	CASTELLA I LLEÓ	CASTELLA-LA MANCHA	CATALUNYA	C. VALENCIANA	EXTREMADURA	GAUÇIA	MADRID CA	MÚRCIA	NAVARRESA	PAÍS BASC	MADRID C		
Finançament per a emprenedors	2,7	2,1	2,0	2,1	2,1	2,0	2,1	2,2	2,1	2,1	2,1	2,0	2,4	1,9	2,0	2,2	2,5		
Polítiques governamentals: prioritat i suport	2,8	2,5	2,6	2,6	2,7	2,8	2,6	3,0	2,5	2,6	2,9	2,5	2,7	2,6	2,8	2,7	3,4		
Polítiques governamentals: burocràcia/impostos	2,5	2,4	2,0	2,4	2,6	2,4	2,5	2,5	2,3	2,6	2,4	2,3	2,2	2,5	2,3	2,3	2,9		
Programes governamentals	2,9	2,9	2,8	3,1	3,1	3,1	3,1	3,0	3,1	3,0	3,1	2,7	3,0	3,1	3,2	3,3	3,8		
Educació i formació empenedora (escolar)	2,1	1,8	1,9	1,8	2,1	2,1	2,0	2,3	2,0	2,0	2,0	1,7	1,7	2,1	2,2	1,8	2,0		
Educació i formació empenedora (postescolar)	2,8	2,6	2,6	2,7	3,0	3,0	2,8	3,1	2,7	3,0	2,8	2,6	2,7	3,2	2,9	2,8	2,9		
Transferència d'R+D	2,6	2,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,4	2,6	2,5	2,4	2,6	2,6	2,5	2,5	2,4	2,4	2,7		
Accés a infraestructura comercial i professional	3,2	3,0	2,9	3,1	3,2	2,9	2,9	2,9	3,2	3,2	2,8	2,7	3,1	3,2	2,9	2,7	3,4		
Dinàmica del mercat intern	2,9	2,9	2,4	2,6	2,5	2,7	2,8	2,6	2,5	2,6	2,5	2,4	2,7	2,2	2,6	2,8	2,3		
Barreres d'accés al mercat intern	2,8	2,5	2,3	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,4	2,8	2,6	2,5	2,6	2,7	2,5	2,2	2,9		
Accés a infraestructura física i de serveis	3,9	3,6	3,7	3,7	3,8	3,8	3,6	3,7	3,7	3,9	3,8	3,4	3,8	3,8	3,7	3,7	4,1		
Normes socials i culturals	2,6	2,6	2,2	2,7	2,6	2,6	2,8	2,8	2,7	2,5	2,7	2,3	2,4	2,6	2,7	2,8	2,7		

6.3. Anàlisi dels obstacles, suports i recomanacions a l'activitat empenedora a Catalunya

A l'enquesta als experts també hi ha una sèrie de preguntes obertes en què cada un pot mencionar fins a tres temes que consideri que poden ser obstacles a l'activitat empenedora, suports a l'activitat empenedora i, per últim, les recomanacions per a la millora del context per emprendre a Catalunya.

Per interpretar correctament les dades cal tenir present que fins al 2012 totes aquestes preguntes eren totalment obertes; i, a partir del 2013, els tres temes proposats han estat prèviament classificats a partir d'un llistat de 21 temes definits per l'equip GEM-NES internacional i, posteriorment, s'ha estimat el percentatge de cada grup sobre el total de respostes. Això és el que ha motivat que als gràfics, quan es presenta l'evolució, en alguns factors no hi hagi valoracions per als 3 anys.

Segons el que es mostra al gràfic 6.3, els tres principals obstacles assenyalats a Catalunya el 2014 coincideixen amb els d'Espanya: l'accés al finançament (89%, Espanya 62%), les polítiques públiques (56%, Espanya 68%) i la capacitat empenedora (42%, Espanya 26%).

El tema del finançament és recurrent durant els últims anys, i sempre ocupa de manera destacada el primer lloc entre els obstacles a l'activitat empenedora a Catalunya.

Tot i que el 2014 va augmentar lleugerament el crèdit destinat a les pimes (8,6%), el seu impacte ha estat escàs perquè es venia de mínims. Mentrestant, el nou

crèdit a grans empreses continua per sota dels nivells del 2013, en part perquè prefereixen altres formes de finançament, com els mercats de capitals.

Ja comentàvem l'any passat que a la banca li costa discriminar els clients petits o mitjans que són solvents dels que no ho són, la qual cosa resulta singularment perjudicial en el cas de les empreses de nova creació o que intenten establir relacions creditícies amb un nou proveïdor, per la qual cosa la majoria d'empreses pateixen unes condicions de finançament més restrictives del que seria justificat per la seva solvència.

Tal com s'observa al gràfic 6.4, els principals suports han estat aquests: els programes públics (56%); la situació econòmica (33%), que empeny a una iniciativa empenedora per necessitat; el suport financer (25%), i l'accés a la infraestructura física (25%). No coincideixen amb cap dels tres principals del 2013.

Les normes socials i culturals, que havien estat un obstacle important en anys precedents, el 2014 continuen apareixent com a obstacle (11%) i com a suport (19%), tot i que perden pes. Això és senyal que, tot i que és un factor estructural que encara limita, ho fa bastant menys que abans (37% el 2013), i que està canviant positivament. Al capítol 2 ja s'ha tractat com els valors, percepcions i aptituds incideixen en la iniciativa empenedora i s'ha assenyalat que a Catalunya, entre altres factors, hi ha més difusió de l'empenedoria als mitjans de comunicació i que es considera que emprendre és una bona opció professional (gràfic 2.19).

Les quatre principals recomanacions per a la millora de les condicions de l'entorn de l'activitat empenedora són les mateixes que l'any anterior: suport financer (67%), polítiques governamentals (67%), educació i formació (33%) i programes d'institucions públiques (28%) (gràfic 6.5); tot i que les dues últimes han intercanviat l'orde.

Diversos experts han emfatitzat dos temes a les seves recomanacions: la qualitat de les iniciatives empenedores i el volum de les empreses, claus per al canvi i regeneració del teixit productiu, així com per a la creació de llocs de treball.

Respecte a la qualitat, reprenem el que ja assenyalava Veciana (2005) fa deu anys: les polítiques de foment a la creació d'empreses haurien d'estar orientades als jaciments d'empresaris. D'aquests jaciments, els principals són els universitaris (titulats, investigadors, etc.) i els directius d'empresa (tant els que estan en actiu com els jubilats o a l'atur). Això és així perquè a la societat del coneixement

les persones més ben preparades per crear i fer créixer empreses basades en les noves tecnologies i, per tant, d'alt valor afegit, capaces d'anar canviant el nostre model productiu, de competir a escala internacional i susceptibles de crear llocs de treball amb salaris alts, són les que estan tècnicament capacitades i suficientment motivades.

Anteriorment assenyalàvem els dos grans reptes de l'economia del país: guanyar competitivitat i augmentar el ritme de creació de llocs de treball. Precisament alguns dels experts els han relacionat amb el volum de les empreses.

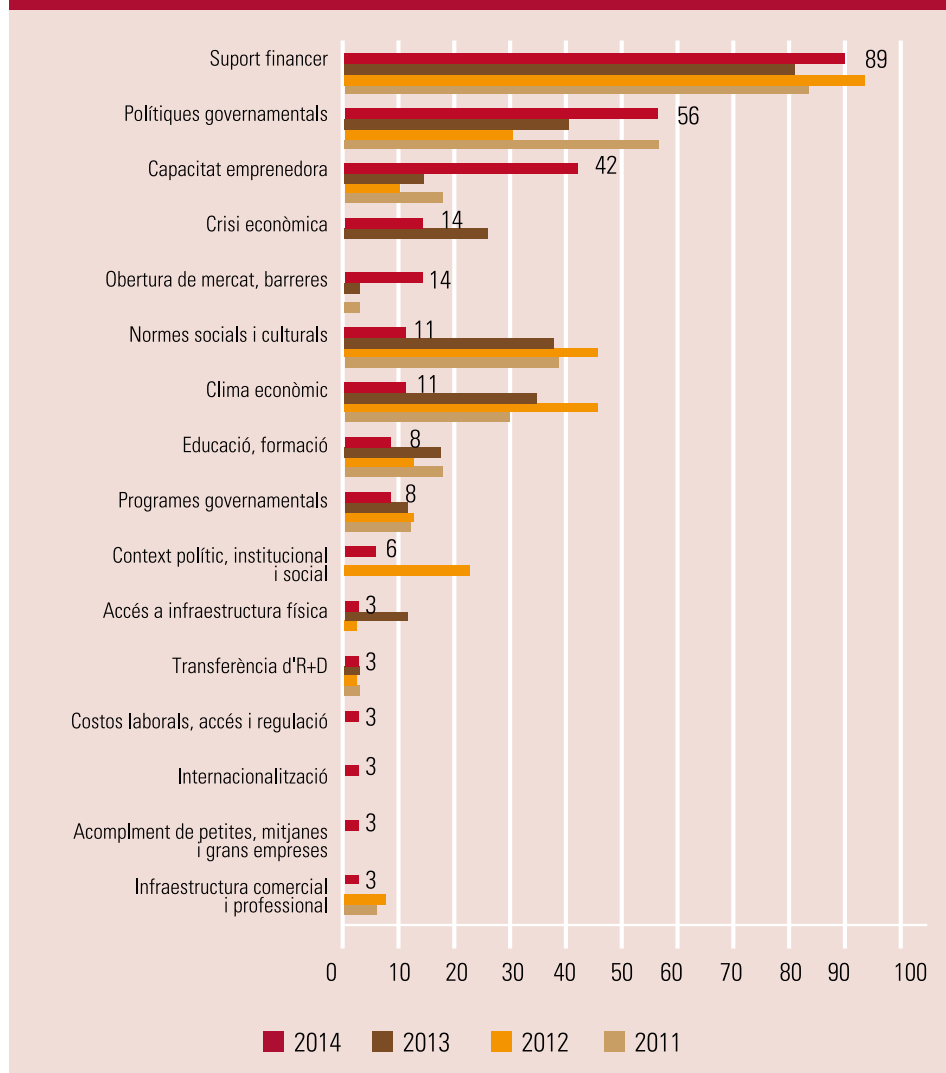
Hi ha dues maneres –per explicar-ho en poques paraules– de millorar la competitivitat de les empreses i incrementar les exportacions: disminuir el preu de les exportacions i mantenir la qualitat o augmentar la qualitat i mantenir el preu. Des de la crisi, això s'ha aconseguit reduint de manera notable els costos laborals unitaris, però aquest camí ja està gairebé esgotat. L'altra és millorar la qualitat dels productes exportats, fruit de la capacitat d'innovar i del desenvolupament tecnològic de les empreses, que augmenti el valor afegit dels productes, per tal que es diferenciïn més i, per tant, que la demanda sigui menys sensible al preu.

Però una de les claus que determina aquesta capacitat, així com la d'entrar a nous mercats internacionals, és el volum. La falta de volum provoca escasses economies d'escala de les inversions, baixa R+D, limitacions en l'accés al crèdit, al personal qualificat, a noves tecnologies i a mercats internacionals. I Catalunya, així com Espanya, té un percentatge, en comparació amb altres països europeus, excessivament alt de microempresa en el sector industrial, que, a més, no ha deixat de reduir-se en favor dels serveis.

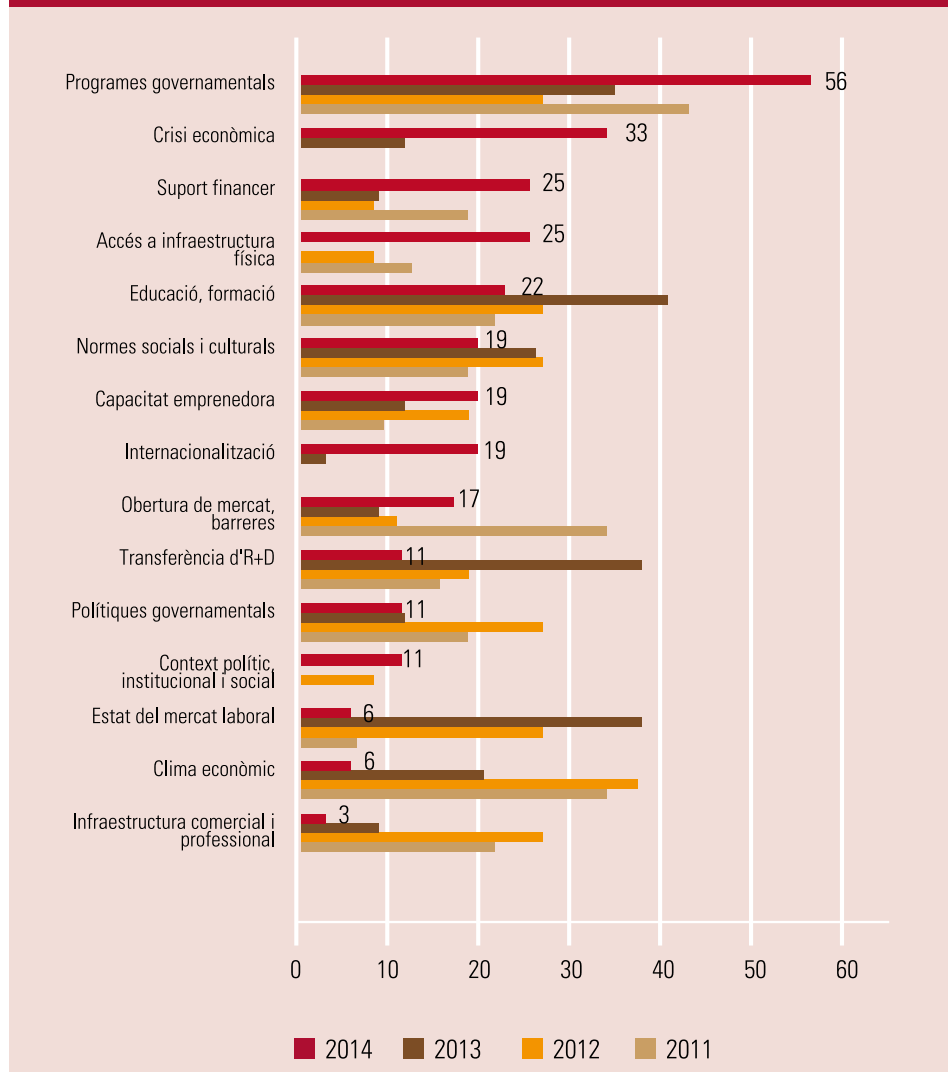
Per aquests motius, un dels objectius de les polítiques i programes governamentals hauria de ser el creixement de les empreses, especialment de sectors industrials d'alt component estratègic i que tinguin un efecte tractor per a altres. Dissenyar un entorn que afavoreixi un volum més gran de les empreses catalanes perquè siguin més innovadores i millorar la qualitat de les seves exportacions, és una tasca complexa que no té resposta fàcil. És per això que és necessària la continuïtat d'estudis d'economia industrial¹ o altres d'iniciativa emprenedora de caràcter longitudinal que ajudin a entendre la complexitat del creixement empresarial.

¹ Com, per exemple, *La industria en España: claves para competir en un mundo global* del Centre d'Economia Industrial o *Les empreses d'alt creixement i les gaseles a Catalunya* de l'Observatori de Prospectiva Industrial del Departament d'Empresa i Ocupació.

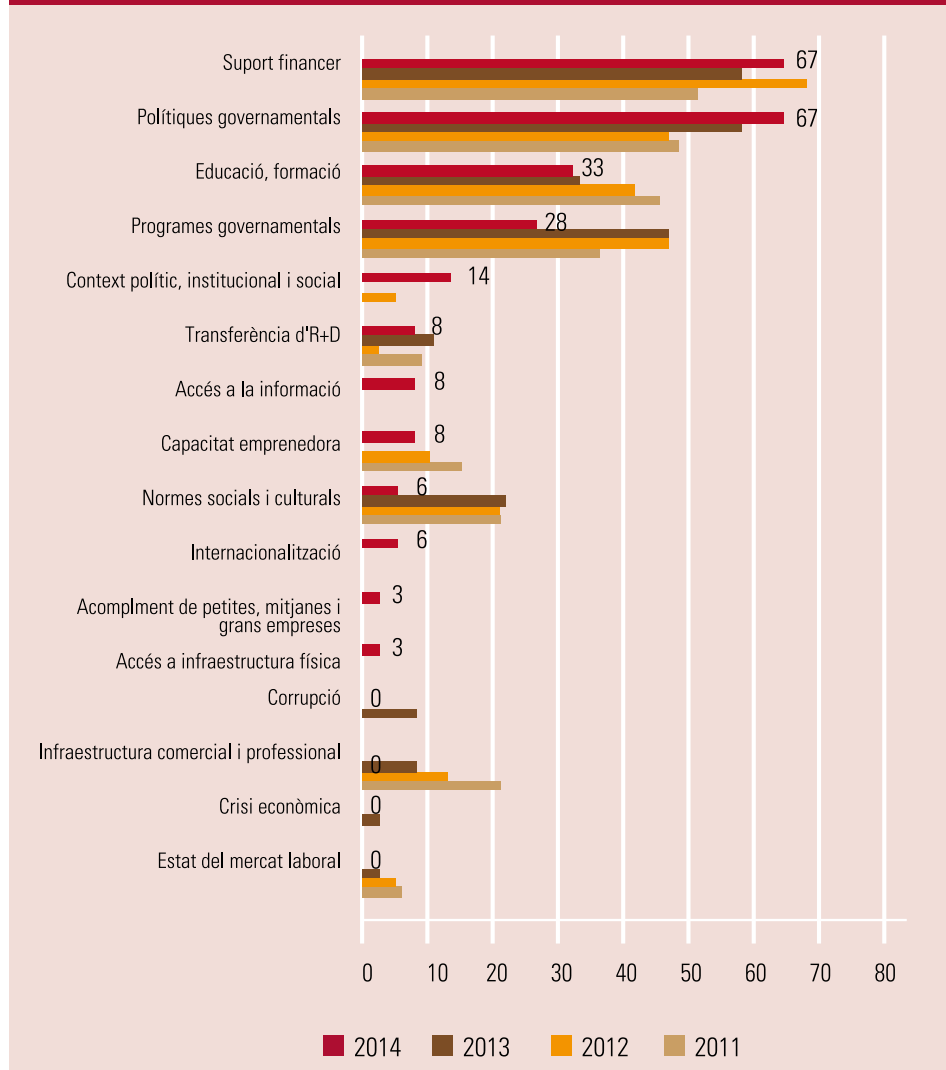
Gràfic 6.3. Evolució dels obstacles a l'activitat emprenedora a Catalunya, segons l'opinió dels experts entrevistats en el període 2011-2014



Gràfic 6.4. Evolució dels suports a l'activitat emprenedora a Catalunya, segons l'opinió dels experts entrevistats en el període 2011-2014



Gràfic 6.5. Evolució de les recomanacions a l'activitat emprenedora a Catalunya, segons l'opinió dels experts entrevistats en el període 2011-2014



Bibliografia

- ACS Z. J.; ARMINGTON C.; ZHANG T. (2007): "The Determinants of New-firm Survival across Regional Economies: The Role of Human Capital Stock and Knowledge Spillover". *Papers in Regional Science*, 86, 367-91.
- AMAT, O.; FONTRODONA, J.; HERNÁNDEZ, J. M.; STOYANOVA, A. (2010): *Les empreses d'alt creixement i les gaseles a Catalunya*. Barcelona: Papers d'Economia Industrial, 29.
- AUDRETSCH, D. B.; FRITSCH, M. (2002): "Growth regimes over time and space". *Regional Studies* 36, 113-124.
- AUDRETSCH, D. B.; SANTARELLI, E.; VIVARELLI, M. (1999): "Start-Up Size and Industrial Dynamics: Some Evidence from Italian Manufacturing". *International Journal of Industrial Organization*, 17: 965-983.
- BATISTA, R.; FERNÁNDEZ-LAVIADA, A.; MEDINA, M.; ESTEBAN, N.; RUEDA, I. SÁNCHEZ, L. (2015): "Educación en emprendimiento" en *Informe GEM España 2014*.
- CAPELLERAS, J. L.; CONTIN, I. LARRAZA, M.; MARTÍN, V. (2013): "The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship". *Investigaciones Regionales*, 26: 96-113.
- COLOMBO, M. G.; GRILLI, L. (2005): "Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view". *Research Policy*, 34: 795-816.
- COLOMBO, M., GRILLI, L. (2010): "On growth drivers of high-tech start-ups: Exploring the role of founders' human capital and venture capital". *Journal of Business Venturing*, 25: 610-626.
- FALCK, O. (2007): "Survival Chances of New Businesses: Do Regional Conditions Matter?" *Applied Economics*, 39, 2039-2048.
- FRITSCH, M.; STOREY, D. J. (2014). "Entrepreneurship in a regional context: Historical roots, recent developments and future challenges". *Regional Studies*, 48 (6), 939-954.
- GENESCÀ E.; GOULA, J.; OLIVER, J.; SALAS, V.; SURÍS, J. M. (eds.) (2005): *La industria en España. Claves para competir en un mundo global*. Barcelona: Ariel.
- GNYAWALI, D. R.; FOGEL, D. S. (1994): "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications". *Entrepreneurship Theory and Practice*, juny, 43-62.
- HAYNIE, J. M.; SHEPHERD, D. A.; McMULLEN, J. S. (2009). "An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions". *Journal of Management Studies*, 46: 337-361.
- HENREKSON, M.; JOHANSSON, D. (2010): "Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence". *Small Business Economics*, 35(2): 227-244.
- HISRICH, R. D. (2013): *International Entrepreneurship*. Thousand Oaks: Sage.
- KOELLINGER, P. (2008). "Why are some entrepreneurs more innovative than others?". *Small Business Economics*. Springer, 31(1): 21-37.
- LUNDSTRÖM, A.; VIKSTRÖM, P.; FINK, M.; MEULEMAN, M.; GLODEK, P.; STOREY, D.; KROKSGÅRD, A. (2014). "Measuring the Costs and Coverage of SME and Entrepreneurship Policy; A pioneering study". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38: 941-957.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Llistat de taules, figures i gràfics

Llistat de taules

Taula 1.1. Fitxa tècnica de l'enquesta a la població adulta catalana	6
Taula 1.2. Quadre de comandament integral GEM Catalunya 2014	11
Taula 1.3. Quadre de comandament integral GEM Espanya 2014	12
Taula 1.4. Quadre de comandament integral GEM Barcelona 2014	13
Taula 2.1. Percepcions, valors i aptituds per emprendre de la població adulta el 2014 per tipus d'economia	35
Taula 3.1. Percentatge de la població adulta amb intenció d'emprendre i involucrada en negocis en fase inicial (TEA), negocis consolidats i tancaments d'activitat empresarial el 2014 classificats per tipus d'economia	61
Taula 4.1. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014	66
Taula 4.2. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014	67
Taula 4.3. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors a la resta d'Espanya el 2014	67
Taula 4.4. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors femenins i masculins a Catalunya el 2014	67
Taula 4.5. Distribució per mitjana d'edat dels col·lectius emprenedors femenins i masculins a Barcelona el 2014	67
Taula 5.1. Característiques i distribució del capital llavor per a projectes de negoci naixents a Catalunya el 2014	93
Taula 5.2. Característiques i distribució del capital llavor per a projectes de negoci naixents a Barcelona el 2014	93
Taula 5.3. Característiques i distribució del capital llavor per a projectes de negoci naixents la resta d'Espanya el 2014	93
Taula 5.4. Percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb expectatives de creixement, orientació innovadora i orientació internacional el 2014. Anàlisi per tipus d'economia	104
Taula 6.1. Valoració de les condicions per emprendre en països de la Unió Europea basats en la innovació, a Espanya, Catalunya i la resta de comunitats autònomes el 2014	114

Llistat de figures

Figura 1.1. Model teòric GEM	4
Figura 1.2. El procés emprenedor del projecte GEM	5
Figura 1.3. Les fonts d'informació que nodreixen l'observatori GEM	5
Figura 2.1. Factors que incideixen en la decisió de crear una empresa	15

Llistat de gràfics

Gràfic 2.1. Evolució de la percepció d'oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos	16
Gràfic 2.2. Evolució de la percepció d'oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	17
Gràfic 2.3. Evolució de la percepció de possessió de coneixements i habilitats per emprendre	19
Gràfic 2.4. Evolució de la percepció de possessió de coneixements i habilitats per emprendre segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	19
Gràfic 2.5. Evolució de la percepció de l'existència de models de referència	21
Gràfic 2.6. Evolució de la percepció de l'existència de models de referència segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	21

Gràfic 2.7. Evolució de la percepció de la por davant del fracàs com un obstacle per emprendre	23
Gràfic 2.8. Evolució de la percepció de la por davant del fracàs com un obstacle per emprendre segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	23
Gràfic 2.9. Evolució de l'opinió sobre l'equitat dels estàndards de vida	25
Gràfic 2.10. Evolució de l'opinió sobre l'equitat dels estàndards de vida segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	25
Gràfic 2.11. Evolució de l'opinió del fet que emprendre és una bona opció professional	26
Gràfic 2.12. Evolució de l'opinió del fet que emprendre és una bona opció professional segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	27
Gràfic 2.13. Evolució de l'opinió del fet que emprendre atorga estatus social i econòmic	28
Gràfic 2.14. Evolució de l'opinió del fet que emprendre atorga estatus social i econòmic segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	28
Gràfic 2.15. Evolució de l'opinió sobre la difusió de l'emprenedoria en mitjans de comunicació	30
Gràfic 2.16. Evolució de l'opinió sobre la difusió de l'emprenedoria en mitjans de comunicació segons si s'està involucrat o no en l'activitat emprenedora	30
Gràfic 2.17. Índex de cultura de suport a l'emprenedoria	31
Gràfic 2.18. Índex de cultura de suport a l'emprenedoria a Catalunya i a la resta d'Espanya	31
Gràfic 2.19. Percepcions, valors i aptituds dels catalans respecte de la resta d'Espanya i la resta de països GEM de la UE impulsats per la innovació	33
Gràfic 2.20. Percepcions, valors i aptituds dels barcelonins respecte de les persones de la resta de Catalunya	33
Gràfic 2.21. Percepcions, valors i aptituds dels catalans segons si estan involucrats o no en qualsevol de les fases del procés emprenedor	34
Gràfic 2.22. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció de la percepció d'oportunitats i autoreconeixement de coneixements i habilitats per emprendre el 2014	36
Gràfic 2.23. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció de les percepcions relatives a la por davant del fracàs i models de referència el 2014	37
Gràfic 3.1. El procés emprenedor a Catalunya: taxa de població adulta involucrada en el procés empresarial	41
Gràfic 3.2. Abandonament de l'activitat empresarial a Catalunya el 2014	41
Gràfic 3.3. El procés emprenedor a Catalunya el 2014	42
Gràfic 3.4. El procés emprenedor a Barcelona el 2014	42
Gràfic 3.5. El procés emprenedor a la resta d'Espanya el 2014	43
Gràfic 3.6. El procés emprenedor a Espanya el 2014	43
Gràfic 3.7. El procés emprenedor a Europa el 2014	44
Gràfic 3.8. Quadre resum del procés emprenedor a Catalunya amb variacions interanuals	44
Gràfic 3.9. Quadre resum del procés emprenedor a Barcelona amb variacions interanuals	45
Gràfic 3.10. Quadre resum del procés emprenedor a la resta d'Espanya amb variacions interanuals	45

Gràfic 3.11. Quadre resum del procés emprenedor a Espanya amb variacions interanuals	46
Gràfic 3.12. Quadre resum del procés emprenedor a Europa amb variacions interanuals	46
Gràfic 3.13. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que espera emprendre en els propers 3 anys a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2004-2014	47
Gràfic 3.14. Evolució de l'índex TEA de Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2004-2014	48
Gràfic 3.15. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys involucrada en negocis naixents i en negocis nous a Catalunya i la resta d'Espanya durant el període 2004-2014	49
Gràfic 3.16. Evolució de l'índex TEA per demarcacions durant el període 2004-2014	49
Gràfic 3.17. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys involucrada en negocis consolidats a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2004-2014	50
Gràfic 3.18. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha abandonat un negoci en els últims 12 mesos durant el període 2004-2014	51
Gràfic 3.19. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha abandonat un negoci en els últims 12 mesos a Catalunya durant el període 2007-2014, desglossat en els que el negoci continua (traspàs) i en els que es tanca	51
Gràfic 3.20. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha abandonat un negoci en els últims 12 mesos, però que el negoci continua (traspàs) a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2007-2014	52
Gràfic 3.21. Evolució del % d'abandonaments que tanquen a Barcelona, Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2007-2014	52
Gràfic 3.22. El procés emprenedor a Catalunya el 2014 segons el motiu per emprendre	55
Gràfic 3.23. El procés emprenedor a Barcelona el 2014 segons el motiu per emprendre	55
Gràfic 3.24. Distribució de l'activitat emprenedora total (TEA) a Catalunya en funció del principal motiu per emprendre	56
Gràfic 3.25. Distribució de l'activitat emprenedora total (TEA) a Barcelona en funció del principal motiu per emprendre	56
Gràfic 3.26. Evolució de l'índex TEA a Catalunya durant el període 2005-2014 segons el motiu per emprendre	57
Gràfic 3.27. Evolució de l'índex TEA a Barcelona durant el període 2005-2014 segons el motiu per emprendre	57
Gràfic 3.28. Evolució de l'índex TEA a Catalunya, resta d'Espanya i resta d'Europa durant el període 2005-2014 segons si el motiu per emprendre és per oportunitat o per necessitat	58
Gràfic 3.29. Evolució del percentatge de l'índex TEA per oportunitat a Catalunya durant el període 2005-2014 segons les raons que complementen l'aprofitament d'una oportunitat per emprendre	58
Gràfic 3.30. Evolució de la ràtio necessitat/oportunitat com un indicatiu de la qualitat de l'emprenedoria durant el període 2005-2014	59
Gràfic 3.31. Relació quadràtica entre l'indicador TEA i el nivell de desenvolupament mesurat en PIB per càpita el 2014	60
Gràfic 3.32. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors potencials, naixents, nous de les persones involucrades en tancaments d'empreses el 2014	62

Gràfic 3.33. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) i consolidats, i de les persones involucrades en tancaments d'empreses el 2014	63
Gràfic 4.1. Distribució per edat dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014	68
Gràfic 4.2. Distribució per edat dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014	68
Gràfic 4.3. Evolució índex TEA per edats a Catalunya durant el període 2004-2014	69
Gràfic 4.4. Evolució de la TEA per edat (18-34 anys i 35-64) a Catalunya i resta d'Espanya en el període 2004-2014	69
Gràfic 4.5. Evolució de la TEA de joves (18-34 anys) a Catalunya, resta d'Espanya i resta UE en el període 2006-2014	70
Gràfic 4.6. Percepcions, valors i aptituds de les persones joves (18-34 anys) i madures (35-64) involucrades en qualsevol fase del procés emprenedor a Catalunya	70
Gràfic 4.7. Percepcions, valors i aptituds de les persones joves (18-34 anys) involucrades en qualsevol fase del procés emprenedor a Catalunya i les no involucrades	71
Gràfic 4.8. Percepcions, valors i aptituds de les persones de 35-64 anys involucrades en qualsevol fase del procés emprenedor a Catalunya i les no involucrades	71
Gràfic 4.9. Distribució per gènere dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014	74
Gràfic 4.10. Distribució per gènere dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014	74
Gràfic 4.11. Evolució índex TEA per gènere a Catalunya durant el període 2004-2014	75
Gràfic 4.12. Evolució de la ràtio TEA femenina/TEA masculina a Catalunya i resta d'Espanya i resta UE en el període 2004-2014	75
Gràfic 4.13. Evolució TEA femenina a Catalunya, resta d'Espanya i resta UE en el període 2004-2014	76
Gràfic 4.14. Evolució índex TEA per gènere i edat a Catalunya durant el període 2004-2014	76
Gràfic 4.15. Percepcions, valors i aptituds dels homes i les dones involucrats en qualsevol de les fases del procés emprenedor a Catalunya	77
Gràfic 4.16. Percepcions, valors i aptituds dels homes i les dones no involucrats en el procés emprenedor a Catalunya	77
Gràfic 4.17. Percepcions, valors i aptituds dels homes involucrats en qualsevol de les fases del procés emprenedor a Catalunya	78
Gràfic 4.18. Percepcions, valors i aptituds de les dones involucrades en qualsevol fase del procés emprenedor a Catalunya i les no involucrades	78
Gràfic 4.19. Distribució dels col·lectius emprenedors per nivell d'educació a Catalunya el 2014	81
Gràfic 4.20. Distribució dels col·lectius emprenedors per nivell d'educació a Barcelona el 2014	81
Gràfic 4.21. Evolució índex TEA per nivell d'educació a Espanya durant el període 2004-2014	82
Gràfic 4.22. Distribució dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014, segons si tenen educació específica per emprendre	82
Gràfic 4.23. Evolució índex TEA per nivell de renda a Catalunya durant el període 2004-2014	84
Gràfic 4.24. Distribució dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014 per nivell de renda	84

Gràfic 4.25. Distribució dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014 per nivell de renda	85
Gràfic 4.26. Distribució dels col·lectius emprenedors a Catalunya el 2014 per situació laboral	86
Gràfic 4.27. Distribució dels col·lectius emprenedors a Barcelona el 2014 per situació laboral	87
Gràfic 4.28. Evolució índex TEA per situació laboral a Catalunya durant el període 2009-2014	87
Gràfic 5.1. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya per sector d'activitat dels seus projectes de negoci en el període 2006-2014	90
Gràfic 5.2. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya per sector d'activitat dels seus projectes de negoci en el període 2006-2014	90
Gràfic 5.3. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya pel volum en llocs de treball dels seus projectes de negoci en el període 2004-2014	91
Gràfic 5.4. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya pel volum en llocs de treball dels seus projectes de negoci en el període 2004-2014	92
Gràfic 5.5. Evolució del percentatge de la població de 18-64 anys que ha invertit en negocis de terceres persones els últims tres anys a Barcelona, Catalunya i a la resta d'Espanya durant el període 2004-2014	94
Gràfic 5.6. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya pel volum de llocs de treball esperats a cinc anys durant el període 2006-2014	95
Gràfic 5.7. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya pel volum de llocs de treball esperats a cinc anys en el període 2006-2014	95
Gràfic 5.8. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya pel grau de novetat dels seus productes i serveis en el període 2006-2014	96
Gràfic 5.9. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya pel grau de novetat dels seus productes i serveis en el període 2006-2014	97
Gràfic 5.10. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya per l'antiguitat de les tecnologies utilitzades en el període 2006-2014	98
Gràfic 5.11. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya per l'antiguitat de les tecnologies utilitzades en el període 2006-2014	98
Gràfic 5.12. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya segons la competència percebuda al mercat en el període 2006-2014	99
Gràfic 5.13. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya segons la competència percebuda al mercat en el període 2006-2014	100
Gràfic 5.14. Evolució dels emprenedors en fase inicial (TEA) a Catalunya segons l'orientació internacional en el període 2006-2014	101
Gràfic 5.15. Evolució dels emprenedors consolidats a Catalunya segons l'orientació internacional en el període 2006-2014	101
Gràfic 5.16. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les altres comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb negocis als sectors de transformació, serveis orientats a empreses i serveis orientats al consum el 2014	105
Gràfic 5.17. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les altres comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb negocis que el 2014 oferien un producte nou per a tots els clients, que usaven tecnologies de menys d'un any d'antiguitat i que no tenien competència	106
Gràfic 5.18. Posicionament de Catalunya a escala internacional (en comparació amb altres economies basades en la innovació), i de les altres comunitats autònomes, en funció del percentatge d'emprenedors en fase inicial (TEA) amb negocis que el 2014 tenien més del 25% de clients a l'exterior i que esperaven tenir més de 5 empleats en cinc anys	107
Gràfic 5.19. Posicionament de Catalunya en comparació amb la mitjana de la resta d'Espanya i de la resta de la UE el 2014 respecte de les principals característiques de l'activitat emprenedora en fase inicial (TEA) el 2014	108

Gràfic 5.20. Posicionament de Barcelona en comparació amb la mitjana de la resta de Catalunya el 2014 respecte de les principals característiques de l'activitat emprenedora en fase inicial (TEA) el 2014	108
Gràfic 6.1. Evolució de les valoracions mitjanes dels experts entrevistats sobre condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya (període 2011-2014)	112
Gràfic 6.2. Valoració mitjana dels experts sobre les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya, la resta d'Espanya i la resta de la UE el 2014	113
Gràfic 6.3. Evolució dels obstacles per a l'activitat emprenedora a Catalunya, segons l'opinió dels experts entrevistats en el període 2011-2014	117
Gràfic 6.4. Evolució dels suports a l'activitat emprenedora a Catalunya, segons l'opinió dels experts entrevistats en el període 2011-2014	118
Gràfic 6.5. Evolució de les recomanacions a l'activitat emprenedora a Catalunya, segons l'opinió dels experts entrevistats en el període 2011-2014	119

Relació dels equips integrants de la xarxa GEM Espanya 2014

Unitat	Institució	Membres	Col·laboradors
Nacional	UCEIF-CISE Associació XARXA GEM Espanya	Ana Fernández-Laviada (directora executiva GEM Espanya) Federico Gutiérrez-Solana (director de CISE) Iñaki Peña, Maribel Guerrero i José Luis González (equip direcció tècnica GEM-Espanya) Manuel Redondo e Inés Rueda (administració) Antonio Fernández (administrador web) Associació XARXA GEM Espanya	Banco Santander UCEIF-CISE Associació XARXA GEM Espanya Fundación Rafael del Pino
Andalusia	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (director GEM-Andalusia) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universitat de Cadis Càtedra de Emprendedores de la Universitat de Cadis Andalucía Emrende, Fundación Pública Andaluza. Conselleria d'Economia, Innovació, Ciència i Ocupació. Junta d'Andalusia
Aragó	Universitat de Saragossa	Lucio Fuentelsaz Lamata (director GEM-Aragó) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emrender en Aragón Càtedra Emrender Universitat de Saragossa Govern d'Aragó. Departament d'Indústria i Innovació
Canàries	Universitat de Las Palmas de Gran Canaria Universitat de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (directora GEM-Canàries) 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	Conselleria d'Economia, Hisenda i Seguretat Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantàbria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (directora GEM-Cantàbria) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Marta Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz Paula San Martín Espina Ana María Serrano Bedia Inés Rueda Sampedro	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Catalunya	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (director GEM-Catalunya) Joan Lluís Capelleras Marc Figuls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
Castella-la Manxa	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (director GEM-Castella-la Manxa) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Horizonte XXII
Castella i Lleó	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (director GEM-Castella i Lleó) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Iberdrola Fgulem

Unitat	Institució	Membres	Col·laboradors
Comunitat Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (director tècnic) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover Mª José Alarcón García Mª Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera Mª Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panther Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas -Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (director tècnic) Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión 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 Imedexsa Caja Rural de Extremadura Caja Duero La Caixa Gestyona, SL Grupo Ros Multimedia Garrigues Cofex Diputación de Badajoz Diputación de Cáceres 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 (Igapec) Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Ana Belén Vázquez Eibes (directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana García Caeiro Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Isabel Neira Gómez (directora equip USC) Sara Fernández López (coordinadora equip USC) 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 Huamani	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igapec) Universidad de Santiago de Compostela (USC)

Unitat	Institució	Membres	Col·laboradors
Comunitat Autònoma 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 Miguel Angoitia Grijalba	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Múrcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (directors GEM-Múrcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contin Pilart (director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
País Basc	Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Maribel Guerrero (directora GEM-País Basc) Iñaki Peña José L. González-Pernía María Saiz Jon Hoyos Nerea González David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Madrid ciutat	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Iñaki Ortega Cachón (director GEM-Madrid ciutat) Iván Soto San Andrés Isidro de Pablo López (director tècnic) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid
Treball de camp GEM Espanya	Institut Opinòmetre (Barcelona, Madrid, València, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (director gerent) Joaquín Vallés (direcció i coordinació tècnica)	Associació XARXA GEM Espanya

