

# Global Entrepreneurship Monitor Informe ejecutivo Cataluña 2016



Con la colaboración de:



**Universitat Autònoma  
de Barcelona**

**Autores y equipo de investigación:**

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

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

Global  
Entrepreneurship  
Monitor

**Informe ejecutivo  
Cataluña 2016**



## CONTENIDO

<b>1. Presentación y resumen ejecutivo</b>	<b>4</b>
1.1. El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor): alcance y metodología	4
1.1.1. Ámbito geográfico	4
1.1.2. Bases de datos y fuentes de información	6
1.1.3. Esquema conceptual del proyecto GEM. Relación entre las principales variables	7
1.2. Resumen ejecutivo	11
1.3. Cuadro de mando integral	18
<b>2. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población catalana</b>	<b>21</b>
2.1. Valoración social de la actividad emprendedora	22
2.2. Percepción de oportunidades de la población catalana y de sus aptitudes para emprender	28
2.3. La intención de emprender	34
2.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas sobre los valores, percepciones y aptitudes para emprender	35
<b>3. Actividad emprendedora y sus características</b>	<b>41</b>
3.1. Indicadores del proceso emprendedor	41
3.2. Dinámica de la actividad emprendedora	49
3.3. Actividad intraemprendedora	53
3.4. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de la actividad emprendedora	55
<b>4. Perfil del emprendedor y características de la actividad emprendedora en Cataluña</b>	<b>60</b>
4.1. Motivación para emprender: Oportunidad versus necesidad	60
4.2. Nivel de formación del emprendedor	68
4.3. Características de las empresas en fase inicial: calidad del emprendimiento	72
4.3.1. Sector de actividad	72
4.3.2. Dimensión actual y esperada dentro de cinco años	74
4.3.3. Orientación innovadora de productos	81
4.3.4. Orientación innovadora de procesos y tecnologías	83
4.3.5. Competencia percibida	85
4.3.6. Orientación internacional	87
4.4. Financiación de la actividad emprendedora naciente	89
4.5. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de las características de la actividad emprendedora	91
<b>5. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor</b>	<b>97</b>
5.1. Distribución por edad	97
5.2. Distribución por género	102
5.3. Distribución por nivel de renta	108
5.4. Distribución por situación laboral	110
<b>6. El entorno emprendedor</b>	<b>112</b>
6.1. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cataluña	113
6.2. Benchmarking internacional sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña	115
6.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña	117
<b>Bibliografía</b>	<b>121</b>
<b>Listado de tablas, figuras y gráfico</b>	<b>124</b>
<b>Listado de tablas</b>	<b>124</b>
<b>Listado de figuras</b>	<b>124</b>
<b>Listado de gráficos</b>	<b>124</b>
<b>Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2016</b>	<b>132</b>

## 1. Presentación y resumen ejecutivo

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

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

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

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

El proyecto GEM, que pusieron en marcha en 1999 como observatorio internacional el Babson College y la London Business School con la participación de diez países, tiene por objeto, tal como hemos dicho, analizar el fenómeno emprendedor, proporcionando datos de las áreas fundamentales que nutren la investigación relacionada con la creación de empresas.

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

#### 1.1.1. Ámbito geográfico

Se han ido sumando a este proyecto los equipos de investigación de las principales universidades del mundo que trabajan en este campo. España se incorporó en el 2000 y Cataluña en el 2003. En la actualidad, en el ciclo 2016, han participado 65 países, así como casi todas las comunidades autónomas de España. Los países participantes representan el 69,2% de la población mundial y el 84,9% de la renta. La Asociación RED GEM España con más de 130 investigadores, 19 universidades y más de 90 instituciones constituye un potente recurso por su capacidad de estudio, diagnóstico e investigación sobre la actividad emprendedora. Todo ello hace que, en la actualidad, el proyecto GEM sea el estudio de referencia internacional en el campo de la actividad emprendedora.

El proyecto GEM tiene como uno de sus puntos fuertes esenciales el hecho de permitir comparar la actividad emprendedora de diferentes países. No obstante, debido a la diversidad de características de los entornos estudiados es recomendable clasificar los países participantes en varios grupos. Por este motivo, los 65 países que este año integran el proyecto se han clasificado en tres categorías, siguiendo la tipología del World

Tabla 1.1. Países participantes en el GEM 2016 agrupados por áreas geográficas y nivel de desarrollo económico

	Economías basadas en los factores productivos	Economías basadas en la eficiencia	Economías basadas en la innovación
África	Burkina Faso Camerún Senegal	Egipto Marruecos Sudáfrica	
Asia y Oceanía	India Irán Kazakstán	Arabia Saudí China Georgia Indonesia Jordania Líbano Malasia Tailandia Turquía	Australia Catar Emiratos Árabes Hong Kong Israel República de Corea Taiwán
América Latina y el Caribe		Argentina Belice Brasil Chile Colombia Ecuador El Salvador Guatemala Jamaica México Panamá Perú Uruguay	Puerto Rico
Europa	Rusia	Bulgaria Croacia Eslovaquia Hungría Letonia Macedonia Polonia	Alemania Austria Chipre Eslovenia España Estonia Finlandia Francia Grecia Irlanda Italia Luxemburgo Países Bajos Portugal Reino Unido Suecia Suiza
América del Norte			Canadá Estados Unidos

Fuente: GEM 2016 / 2017 Global Report (GERA, 2017).

Economic Forum basada en un trabajo de Porter (Porter et al, 2002):

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

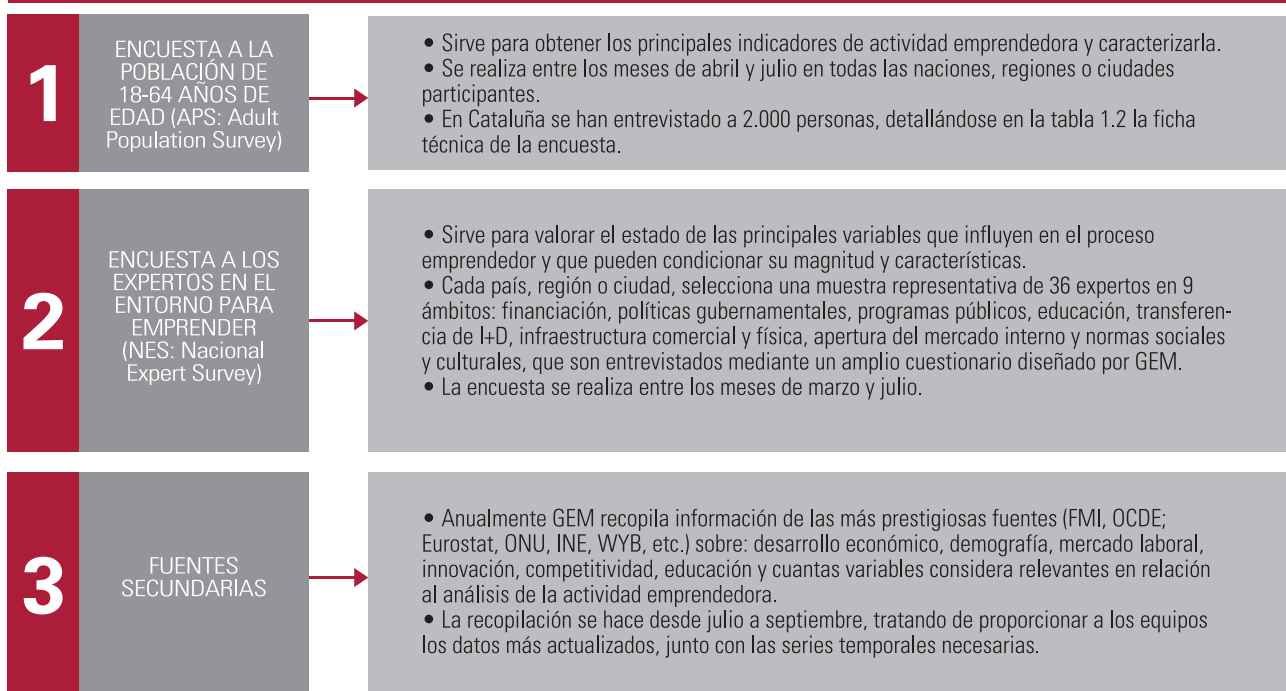
En la tabla 1.1 figuran los países que participan en el proyecto GEM de este año clasificados en estas tres categorías.

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

### 1.1.2. Bases de datos y fuentes de información

El proyecto GEM se nutre de tres fuentes de información que se detallan en la figura 1.1. Las dos primeras, basadas en herramientas originales del Proyecto, son sometidas a rigurosos controles de calidad para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes sean comparables. La tercera son datos secundarios, especialmente de tipo económico y social.

Figura 1.1. Las fuentes de información que nutren el observatorio GEM



En lo que respecta a Cataluña, la encuesta a la población adulta catalana entre 18 y 64 años se llevó a cabo de acuerdo con las características de la ficha técnica que figura en la tabla 1.2.



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

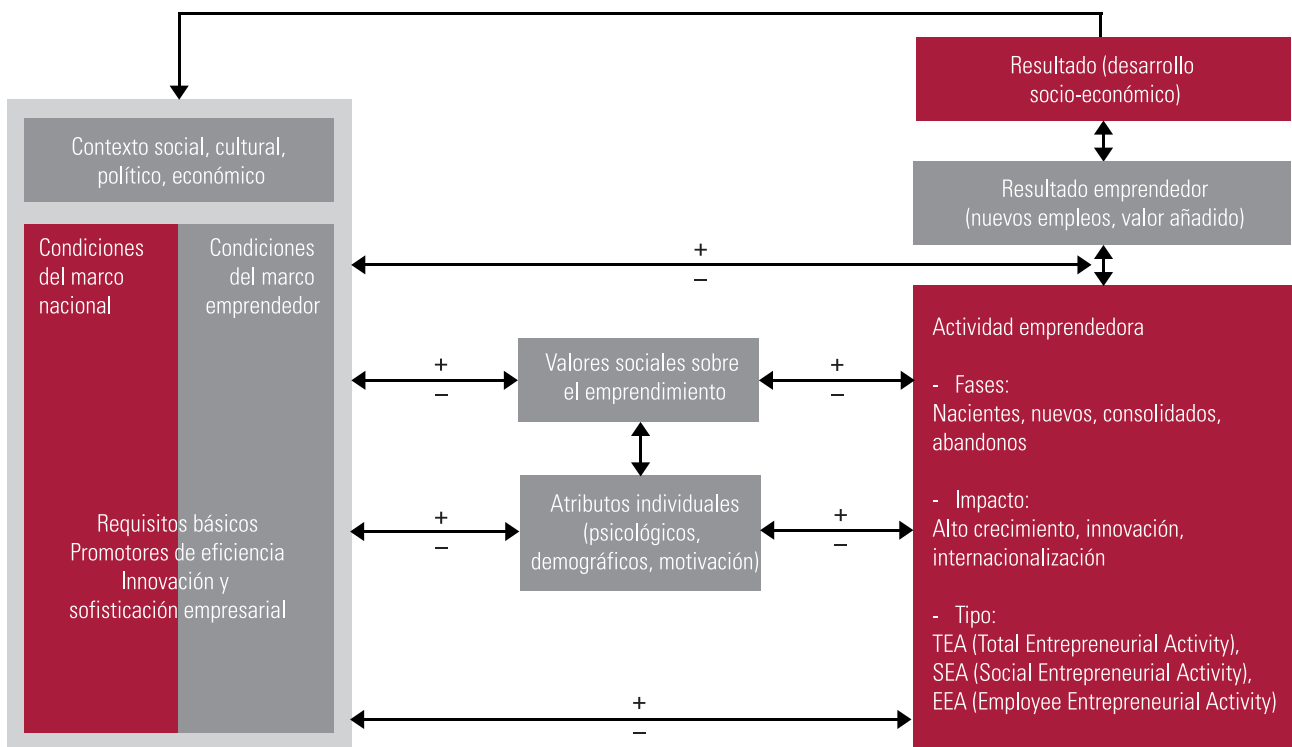
Universo:	Población residente en Cataluña de 18 a 64 años
Población objetivo:	4.688.554 individuos
Muestra:	2.000 individuos
Margen de confianza:	95,0%
Error muestral:	±2,19% para el conjunto de la muestra
Varianza:	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período realización de encuestas:	junio-julio de 2016
Trabajo de campo, grabación y creación bases de datos:	Instituto Opinometre
Distribución de la muestra:	
Género:	Hombres: 1.005 y Mujeres: 995
Ámbito:	Urbano: 1.797 y Rural: 203
Edad:	18-24: 181; 25-34: 414; 35-44: 564; 45-54: 469; 55-64: 372
Provincia:	Barcelona: 1.469; Girona: 201; Lleida: 117; Tarragona: 213

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

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

El modelo conceptual, revisado en 2014 y en el que se basa el proyecto GEM de este año puede verse en la figura 1.2.

Figura 1.2. Modelo conceptual GEM



Fuente: GEM 2016 / 2017 Global Report (GERA, 2017).

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

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

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

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

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

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

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

- a. La percepción que la sociedad tiene sobre el estatus social y económico que tienen los emprendedores con éxito.

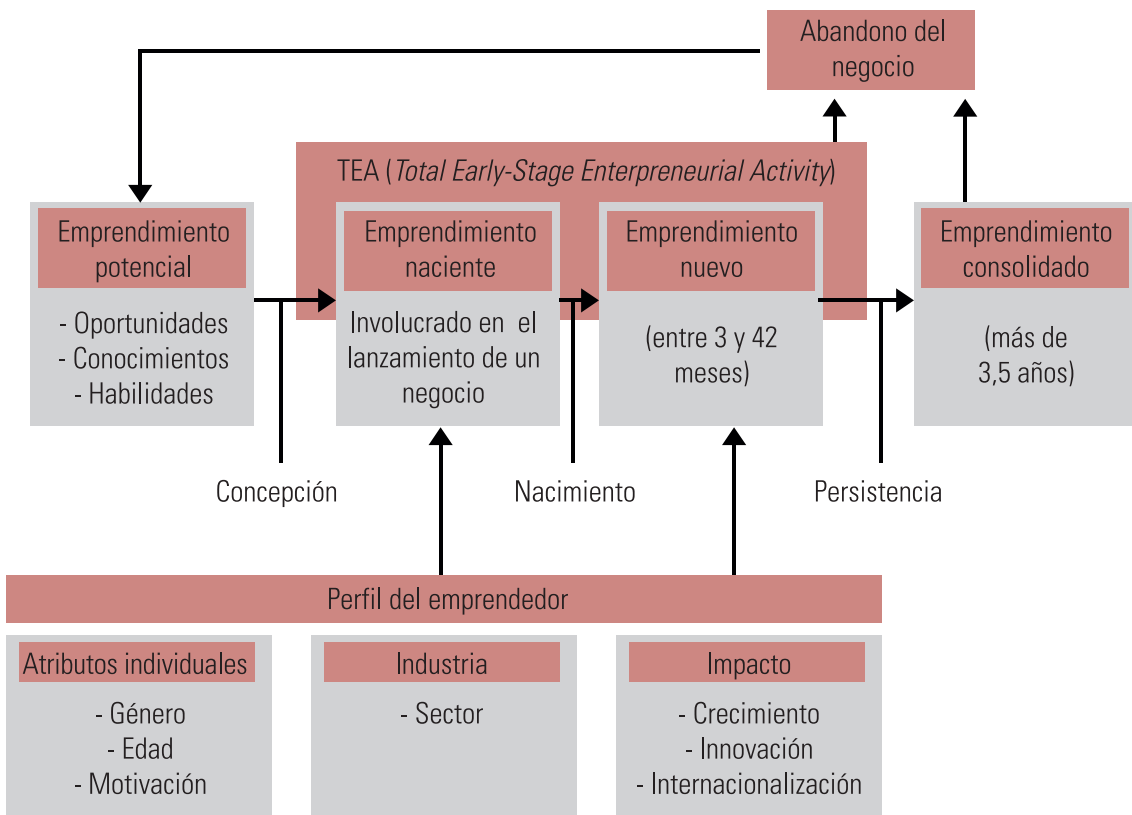
- b. El grado en que la actividad empresarial es considerada por la sociedad una buena opción profesional.
- c. La atención y valoración que los medios de comunicación prestan a la actividad empresarial.

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

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

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

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



Fuente: GEM 2016 / 2017 Global Report (GERA, 2017).

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

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

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

Tal como puede verse en la figura 1.3, el proyecto GEM permite también estudiar las características demográficas del fundador (edad y género), el sector de actividad de la empresa creada, la tipología de la motivación del empresario y relacionada con ésta y con el contexto socioeconómico del país, las características que en opinión del fundador tiene el proyecto empresarial en cuanto a crecimiento, innovación e internacionalización de la nueva empresa.

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

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

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

El presente informe GEM Cataluña 2016, el catorceavo de la serie, brinda al lector la oportunidad de conocer la actividad emprendedora catalana de forma rigurosa, contrastada y comparativa. Asimismo, esperamos que sirva de punto de partida para otros análisis y reflexiones de interés, tanto por parte de los encargados de formular las políticas y programas vinculados a la iniciativa emprendedora como de todos aquellos a quienes este asunto suscite interés.

## 1.2. Resumen ejecutivo

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

En cuanto a la valoración social, los resultados del proyecto GEM indican que en el año 2016 el porcentaje de la población adulta catalana que opina que emprender otorga estatus social y económico se mantiene estable con respecto al año anterior (49% del total). En España este porcentaje es un poco superior ya que en el último ejercicio aumenta en dos puntos porcentuales (pasa del 49 al 51%). Al igual que en los últimos cuatro años, se mantiene un amplio diferencial con los países más avanzados dado que en éstos la proporción de personas que consideran que emprender brinda mayor estatus está en el 70%.

Sin embargo, cabe señalar que la percepción que la sociedad tiene del hecho que iniciar un negocio o ser emprendedor es una buena opción profesional es similar en Cataluña y los países más avanzados. En el año 2016 el porcentaje se sitúa en el 57%, mientras que en España es del 54%. Además, la opinión de la población sobre la difusión de noticias positivas sobre el emprendimiento en los medios de comunicación, en el 2016 está alrededor del 54% en Cataluña, cuatro puntos porcentuales por encima de España y tres puntos por debajo de la media en los países de la UE basados en la innovación.

Respecto a la percepción de oportunidades para emprender, los resultados indican que el porcentaje de personas que en Cataluña en 2016 percibe buenas oportunidades es del 30%, lo que supone un crecimiento remarkable de cuatro puntos porcentuales respecto del año anterior y mantiene la tendencia creciente en esta variable desde el año 2012. En España se mantiene en el 26% y, por lo tanto, está cuatro puntos por debajo de Cataluña. No obstante, al comparar con Europa y los países más avanzados se observa que aún existe un diferencial importante (10 puntos porcentuales por debajo de la UE y 11 puntos por debajo del conjunto de países basados en la innovación). A pesar de ello, la evolución sobre la percepción de oportunidades que se ha producido en los últimos cuatro años es positiva y pone de manifiesto que un porcentaje creciente de la población catalana detecta buenas oportunidades de negocio susceptibles de ser explotadas mediante la creación de nuevas empresas.

En cuanto a la percepción sobre los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, un poco más de la mitad de la población adulta catalana (51%) declara que los posee. En España este porcentaje es del 47%. Ambos porcentajes son superiores a la media de los países basados en la innovación (44%) y de la UE (42%). En este sentido, a lo largo del período 2004-2016 Cataluña ha estado por encima de los valores de España y Europa.

Además de las habilidades percibidas, en el proyecto GEM también se considera que el miedo al fracaso puede afectar a la decisión de crear una empresa. En el año 2016 un 41% de los entrevistados en Cataluña manifiesta que este factor es un obstáculo para emprender, lo cual sitúa a Cataluña tres puntos por debajo de los países basados en la innovación (44%) y cuatro puntos por debajo de España y la UE (ambos con un 45%). En general, este indicador presenta valores similares en la comparativa desde el año 2013.

Por otra parte, el conocimiento que una persona tiene de emprendedores que han creado su propia empresa y que para él pueden constituir modelos de referencia es igualmente un factor relevante a la hora de plantearse la creación de una empresa. Este indicador alcanza en 2016 valores muy similares en Cataluña (34%), España (36%), UE (34%) y países basados en la innovación (36%). En esta misma línea, en los últimos años se ha producido una convergencia en estos valores de los distintos contextos geográficos.

La interacción de los factores descritos hasta aquí (principalmente la valoración social de la actividad emprendedora y la percepción de oportunidades y aptitudes personales) determina en buena medida la intención de emprender. Esta variable de emprendimiento potencial considera el porcentaje de la población que en un determinado período manifiesta su intención de crear una empresa propia en los próximos años. En 2016 se sitúa en Cataluña en el 6,2%. En España la intención de emprender está en el 2016 a un nivel muy parecido (6.1%), mientras que en la UE está en el 13,1% y en los países basados en la innovación alcanza el 18,5%.

Al observar la tendencia en Cataluña en el período 2004-2016, se aprecia un aumento de la intención de emprender durante los años más duros de la crisis y un descenso en estos últimos años. Cabe indicar que desde 2012 se produce un descenso continuado en este porcentaje, aunque en el último ejercicio la disminución ha sido la más pequeña de los últimos años (poco más de un punto porcentual). La falta de posibilidades para encontrar trabajo dependiente en plena crisis podría haber impulsado a muchas personas a plantearse la creación de una empresa propia como salida de esta situación. En cambio, en los últimos años el porcentaje de emprendedores potenciales baja hasta niveles similares a los de los años previos a la crisis.

La evolución de esta variable en Barcelona es similar a la de Cataluña, si bien la primera suaviza ligeramente las tendencias. En España la intención de emprender decrece desde 2012 y en 2016 se mantiene al mismo nivel que en el año anterior, mientras que en los países de la UE y en el total de países basados en la innovación se observan un aumento continuado.

Al comparar el conjunto de variables sobre percepciones, valores y aptitudes de la población, se observa que Cataluña está mejor posicionada que España. No obstante, Cataluña queda por debajo de la UE y del conjunto de países avanzados en la percepción de que emprender genera un buen estatus social y económico, si bien emprender se considera una buena opción profesional y que en los medios de comunicación tienden a aparecer historias de éxito empresarial. Otro aspecto a destacar es que, a pesar de la recuperación sostenida en los últimos años de la percepción de buenas oportunidades para crear una empresa, su nivel en Cataluña queda todavía cerca de diez puntos por debajo de los países basados en la innovación. Estas dos cuestiones sobre el estatus que brinda el emprendimiento y la percepción de oportunidades son las que pueden explicar el diferencial en la intención de emprender entre Cataluña y los países más avanzados.

Los resultados relativos a las percepciones, valores y aptitudes de la población adulta en Barcelona son similares a los que se observan en el resto de Cataluña. La diferencia más relevante hace referencia a la opinión sobre si en los medios de comunicación aparecen historias de éxito, donde la demarcación de Barcelona está cuatro puntos porcentuales por encima del resto de Cataluña. También se observa que la percepción de conocimientos y habilidades para emprender está dos puntos por encima en Barcelona.

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

El índice TEA revela que en 2016 el 6,99% de la población adulta catalana de 18 a 64 años estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial. Por demarcaciones, la TEA de Barcelona es de 7,01%, Girona de 7,93%, Lleida de 6,79% y Tarragona de 6,08%. La TEA catalana es 1,76 puntos superior a la española (5,23%), aunque todavía un punto menor que la europea (8,09%) y dos respecto a la de los países basados en la innovación (9,07%).

Tras el descenso de 1,1 puntos en 2015, se ha incrementado 0,6 puntos en 2016, especialmente relevante porque se ha producido en un entorno en el que la TEA estatal se ha reducido (-0,5 pp). El aumento de la TEA en Cataluña es el resultado de la disminución de los emprendedores nacientes (-0,4 pp) y del aumento de los nuevos (+0,9 pp). Seguramente las altas tasas de emprendedores nacientes desde el 2011 al 2014 han tenido un efecto diferido en el crecimiento de los emprendedores nuevos en 2014-2016. El porcentaje de emprendedores nuevos en Cataluña (4,6%) y Barcelona (4,8%) es muy superior al de España (2,9%) y Europa (3,2%). No obstante, es preocupante la cifra de emprendedores nacientes, que es la menor de la serie histórica (a excepción de 2004), y de emprendedores potenciales (6,2%), también la menor desde 2010.

Los emprendedores consolidados (iniciativas empresariales de más de 3,5 años) representan el 10,6% de la población adulta de Cataluña, aumentando ligeramente respecto al año anterior (10,0%). Mientras que en España se han reducido (-1,5 puntos), quedando un valor (6,2%) de casi cuatro puntos y medio inferior al de Cataluña.

Después de tres años de descenso, en 2016 el porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial se incrementó notablemente, sumando el 1,75% de la población adulta (0,76 pp más que en 2015). Cifra algo superior a la de España (1,59%) y a la media de la serie histórica de Cataluña 2004-2016 (1,59%) e inferior a la de Europa (2,54%) y a la de los países basados en innovación (3,02%). Si se desglosa el tipo de abandono de la actividad, la venta o traspaso representa el 0,35%, que ha descendido 0,2 pp, y el cierre el 1,40%, que se ha incrementado 0,95 pp. En Cataluña el porcentaje de cierres se ha duplicado, siendo el 80% de los abandonos. La principal razón de los abandonos ha sido que el negocio no era rentable (58%).

Además de los indicadores anteriores basados en iniciativas emprendedoras independientes, GEM también calcula el intraemprendimiento (EEA: *Entrepreneurial Employee Activity*), es decir, la actividad emprendedora que llevan a cabo algunos empleados en el interior de organizaciones existentes cuando han participado activamente en los últimos tres años liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o creando nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs/spin-outs*). La EEA en Cataluña ha sido de 3,2%, se ha más que duplicado en un año con un incremento de 1,7 pp. Sigue siendo superior a España (2,7%), pero casi 2 pp inferior a la de Europa y a la de los países GEM de economías basadas en la innovación. No obstante, las distancias se han reducido considerablemente respecto a estos últimos.

El benchmarking autonómico muestra que Cataluña aparece en los primeros puestos en emprendedores nuevos, en emprendedores en fase inicial y en emprendedores consolidados. No obstante, en la comparación internacional con los países GEM de economías basadas en la innovación Cataluña se sitúa en los últimos en emprendedores potenciales y nacientes.

Precisamente si se comparan los datos de Cataluña con los de Europa, se detecta un mayor dinamismo en esta última. Aunque la TEA es bastante similar (un punto menor la catalana), la media de los países GEM de Europa con economías basadas en la innovación más que duplica a Cataluña en emprendedores potenciales (13,13% vs. 6,24%) y nacientes (5,04% vs. 2,35%); es algo más de la mitad en emprendedores consolidados (6,21% vs. 10,62%) y casi la duplica en abandonos (2,54% vs. 1,75%) y en intraemprendedores (5,0% vs. 3,2%). Valores que reflejan comportamientos y estructuras empresariales muy diferentes.

En el capítulo cuarto analizamos las características de los proyectos empresariales nacientes o en fase inicial. Dichas características determinan en último término la calidad del emprendimiento en sus dimensiones de potencial de crecimiento, innovación, internacionalización,... En este mismo capítulo analizamos previamente los dos factores (motivación y formación del emprendedor) que según la mayoría de investigaciones determinan, en buena medida, la calidad del emprendimiento.

En lo que respecta a la motivación para emprender, para crear una empresa propia, los resultados de 2016 confirman el cambio de tendencia que se produjo en el ejercicio anterior manteniéndose la TEA por oportunidad a un nivel similar al del año anterior. Así, la media de TEA por oportunidad de los dos últimos años es en Cataluña de 3,5 mientras que el promedio de 2012 a 2014 fue de 2,7. Asimismo, si bien el porcentaje de emprendedores en fase inicial motivados por necesidad aumenta ligeramente su nivel se mantiene en el 25%, es decir, siete puntos por debajo del promedio de los años previos. Ambos indicadores se resumen en la ratio emprendimiento por oportunidad sobre emprendimiento por necesidad que si bien en 2016 disminuye ligeramente, su nivel sigue siendo aun casi el doble de los años anteriores. Si se comparan los perfiles motivacionales de Cataluña con los de los otros países basados en la innovación se observa que en el promedio de los dos últimos años la ratio oportunidad/necesidad de Cataluña es de 2,20 cuando para España es de 1,58; para los países de la UE basados en la innovación de 2,24 y para el conjunto de países basados en la innovación de 2,43. Es decir, en cuanto al perfil motivacional de la creación de empresas en los últimos años prácticamente se recuperan los niveles previos a la crisis y se obtienen valores poco inferiores a los de los países más avanzados. A parecidas conclusiones se llega si se analiza la evolución del porcentaje que el emprendimiento por necesidad representa sobre el total: el promedio de los dos últimos ejercicios es de 24% a Cataluña, 30% a España y 24% en países de la UE basados en innovación.

En este resumen, para estudiar el nivel de formación de los emprendedores en fase inicial (TEA) nos hemos basado en un único indicador sintético: el porcentaje de emprendedores en fase inicial que tienen estudios post secundarios, es decir, formación profesional de segundo grado, Grado o Postgrado. A pesar de que en el 2016 este porcentaje baje 5 puntos porcentuales, el promedio de los dos últimos ejercicios es del 53,5% valor parecido al de antes de la crisis, casi nueve puntos superior al promedio de los años 2012 al 2014, superior en casi seis puntos a España y también superior en cuatro puntos a los países de la UE. Sin embargo, aún queda 3,5 puntos por debajo del conjunto de países basados en la innovación.

La mejora que en los últimos ejercicios se observa en perfil motivacional y en nivel de formación, no se refleja aun de forma apreciable en la calidad del emprendimiento, en la calidad de los nuevos proyectos empresariales. Cabe esperar, no obstante, que de consolidarse estas variables (motivación y formación) a sus niveles actuales, poco a poco su impacto se irá reflejando en las características de los proyectos de nuevas empresas. Analicemos a continuación brevemente cada uno de los elementos que según el proyecto GEM permiten valorar la calidad del emprendimiento en fase inicial.

En lo que respecta al sector de actividad, observamos de nuevo un aumento del peso de los servicios a empresas alcanzando un porcentaje superior al de España y también al de los países basados en la innovación (34,6% en Cataluña, 25,1% a España y 28,4% a países de la UE basados en la innovación). El peso de los servicios al consumo aumenta muy fuertemente durante la crisis alcanzándose un 50% de promedio, porcentaje que con ciertas variaciones se mantiene en los últimos años cinco puntos por encima de los países de la UE. Finalmente, en lo que al sector industrial o de transformación se refiere, se observa a lo largo de toda la serie una importante pérdida de peso, que si bien se da también en el conjunto de países basados en la innovación, es en Catalunya de mucha más intensidad. El porcentaje medio que los nuevos proyectos empresariales de este sector representa en los dos últimos ejercicios es del 13,1%, más de siete puntos inferior al promedio de los primeros años de la serie y también más de siete puntos inferior al promedio de los dos últimos años de los países basados en la innovación. Si bien puede entenderse que durante la crisis la creación de empresas, en muchas ocasiones por



necesidad, se materializara en el sector de servicios al consumo, donde los costes de oportunidad y el capital necesario son usualmente menores, ahora es prioritario que se intensifique la creación de empresas con mayor potencial de crecimiento y en sectores de mayor compromiso.

En esta línea, en 2016 aumenta el tamaño medio estimado de las empresas catalanas nuevas pasando de 2,38 empleados por empresa a 2,64 empleados. Ello se debe a que si bien disminuye el tramo de 1-5 trabajadores, aumentan los de más de cinco trabajadores. Sin duda, debe valorarse muy positivamente este cambio de tendencia. No obstante, la mejora en este aspecto debe continuar ya que aun estamos muy lejos de los niveles previos a la crisis. Así si se compara el promedio de los años previos a la crisis con el de los dos últimos años se observa que se ha producido una disminución del peso de todos los tramos (1 a 5 trabajadores, 6 a 19 y más de veinte) y, en contrapartida, un fuerte aumento de la categoría sin trabajadores, que aumenta veinte puntos en diez años. Esta misma tendencia la observamos también, aunque con menor intensidad, en el empleo esperado dentro de cinco años. Así, si el empleo medio esperado en las nuevas empresas catalanas era de 5,24 trabajadores en los años previos a la crisis, el promedio de los últimos dos años es de 4,03 trabajadores.

Para facilitar las comparaciones internacionales en lo relativo a la dimensión de las empresas en fase inicial hemos introducido este año cuatro nuevos indicadores cuyos resultados pasamos a analizar brevemente. En lo que respecta a la proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que tienen o esperan tener en cinco años algún trabajador, el promedio de los dos últimos años es en Cataluña del 60%, en España del 59% y en los países basados en la innovación del 73%. En cuanto a la proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener en cinco años más de 5 trabajadores, en Cataluña el promedio de los dos últimos años es del 14,3%, en España 14,4% y en países basados en la innovación 27,4%. Para la proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener en cinco años más de 19 trabajadores, las media de los dos últimos años es en Cataluña del 2,3%, en España del 3,2% y en los países basados en la innovación del 11,2%. Finalmente, en lo que respecta a las perspectivas de crecimiento, la proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan incrementar el empleo en 10 o más trabajadores y en más de un 50%, es en promedio de los dos últimos años en Cataluña del 5,7%, en España del 6,5% y en los países basados en la innovación del 16,7%.

En el 2016 se produce una importante disminución del indicador del grado de novedad de los productos y servicios ofertados por las nuevas empresas: la suma de las categorías 'completamente innovadora' y 'algo innovadora' pasa del 47,7% al 30% en Cataluña. Si nos fijamos en toda la serie vemos un paulatino decrecimiento de este indicador: el promedio de los años anteriores a la crisis era del 42,4% y el de los dos últimos años del 38,8%. En España, el promedio de los dos últimos años es del 35,4% y en los países basados en la innovación del 48,9%.

Observamos también en el último año una fuerte disminución del grado de novedad de las tecnologías utilizadas en las nuevas empresas: la suma de las categorías 'última generación' y 'menos de cinco años' pasa del 44,5% al 22,1% en Catalunya. No obstante, si se analizan las tendencias y se efectúan las comparaciones internacionales, las conclusiones son completamente distintas a las que llegamos en el párrafo anterior al tratar de la novedad de productos y servicios. Si, como en el caso anterior, nos fijamos en toda la serie vemos un claro aumento de este indicador: el promedio de los años anteriores a la crisis era del 18,7% y el de los dos últimos años del 33,3%. En España, el promedio de los dos últimos años es del 30,7% y en los países basados en la innovación del 33,5%.

En 2016 disminuye también la proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) de Cataluña que perciben tener poca o ninguna competencia en el mercado (pasa de 49% a 41%). La media de los once años considerados es de 47% en Cataluña, 45% en España y 49% en los países de la UE basados en la innovación.

Finalmente, en cuanto a la orientación internacional de los emprendedores, los resultados son bastante similares a los que se observan desde hace unos cuantos años. Así, desde el año 2009 hasta la actualidad los empre-

dedores en fase inicial (TEA) que no exportan representan cifras superiores al 70%, llegando en los dos últimos años casi al 80%. La intensidad exportadora media de las empresas en fase inicial de Cataluña ha ido disminuyendo a lo largo de toda la serie llegando en el 2016 a una estimación del 5,5% de ventas al exterior sobre ventas totales. La intensidad exportadora media estimada para los países basados en la innovación es superior al 19%.

En cuanto al perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor (capítulo 5), en el año 2016 la edad promedio de los emprendedores potenciales y nacientes es de 39 años, y la de los nuevos es de 40 años. Ahora bien, el grupo de edad predominante varía según la fase del proceso emprendedor: en la franja de 18-24 años predominan los potenciales, en la de 25-34 destacan los nacientes, en la de 35-44 hay una distribución bastante similar entre los distintos grupos de emprendedores, en la de 45-54 destacan los consolidados y en la de 55-64 predomina el porcentaje de los que abandonan.

Cabe destacar que la TEA del conjunto de emprendedores catalanes jóvenes (18-34 años) ha aumentado considerablemente en 2016 hasta situarse en el 9,5%, después del descenso durante la crisis y una cierta recuperación en los últimos años. Este aumento la sitúa más de tres puntos por encima de la TEA de los jóvenes españoles (6,2%) y muy cerca del nivel existente en los países de la UE basados en la innovación y del conjunto de países del mundo con economías basadas en la innovación (9,9%).

En esta misma línea, el porcentaje de jóvenes emprendedores (18-34 años) que están en fase inicial (TEA) y consolidados que declaran que perciben oportunidades en el entorno, así como los que consideran que emprender genera buen estatus social y económico, es superior al de los maduros (35-64 años).

Por otra parte, la distribución por género muestra que en el año 2016 la TEA de los hombres es del 7,9% y la de las mujeres se sitúa en el 6,0%. Cabe señalar que este valor de la TEA femenina catalana es superior al de España (4,7%), es igual al de los países de la UE basados en la innovación (6,0%) y está un poco por debajo de la TEA femenina del conjunto de países basados en la innovación (6,8%). En la demarcación de Barcelona este índice es incluso superior (6,2%) al de la media catalana.

También se puede destacar el crecimiento en 2016 de las emprendedoras de 18-34 años, después de tres años de descenso continuado, alcanzando una TEA del 8,1%, a la par que se observa una disminución de las emprendedoras de 35-64 años, que este año tienen una TEA del 5,1%.

En cuanto al nivel de renta, en 2016 se mantiene un valor superior de la TEA del grupo de emprendedores en el tercio superior de renta (más de 30.000€ anuales) al de la TEA de los otros dos tercios. No obstante, la TEA del tercio superior (11,4%) pierde 0,6 puntos porcentuales con respecto al año anterior, mientras se observa un gran crecimiento del tercio medio (20.001 a 30.000€), dado que pasa del 6,3% al 9,6%, así como un descenso del 4,4% al 3,5% del tercio inferior (0 a 10.000€).

Respecto a la situación laboral previa a la involucración en actividades emprendedoras, es importante indicar que el peso de los emprendedores en fase inicial que estaban previamente desempleados, tras pasar de una TEA del 2,1% en 2009 al 6,3% en 2013, ha disminuido en los tres últimos años y en 2016 desciende hasta el 2,0%.

Para los expertos encuestados se ha producido una ligera mejoría respecto al 2015 en las condiciones del entorno para emprender, aunque siguen siendo poco favorables, como denota que han valorado la mayoría de las variables (9 de 12) con puntuaciones inferiores a 5 (escala Likert de 1 a 9). Consideran que, al igual que en los últimos años, se dispone de una buena infraestructura física y de servicios (6,19), así como infraestructura comercial y profesional (5,52). También valoran positivamente los programas promovidos por organismos públicos (5,19), la mayoría de los cuales son de ámbito local y autonómico. Las que han recibido una puntuación menor

son también similares a las de los últimos años: educación y formación emprendedora en la etapa escolar (3,28); políticas públicas: emprendimiento como prioridad y su apoyo (3,79); financiación para emprendedores (3,89) y políticas públicas asociadas con impuestos, regulaciones y burocracia (3,93).

A pesar de la buena valoración que se realiza de la infraestructura física y de servicios, algunos expertos subrayan dos aspectos a mejorar: la calidad de los polígonos y su adecuación a la nueva realidad de industria urbana o servi-industria (hay un exceso de oferta inadecuada, que no se adapta a la demanda real); y la disponibilidad de viviendas de alquiler para atraer y retener talento.

Los principales obstáculos señalados en Cataluña en 2016 coinciden con los del 2014 y 2015: acceso a la financiación (71%), políticas públicas (53%) y capacidad emprendedora (26%). El tema de la financiación es recurrente durante los últimos años, ocupando siempre de forma destacada el primer lugar entre los obstáculos a la actividad emprendedora. No obstante, en Cataluña su incidencia ha ido disminuyendo, del 89% en 2014 al 71% en 2016, aunque sigue siendo 26 puntos superior al de Europa (45%). En cuanto a políticas públicas, se mencionan fundamentalmente aspectos relacionados con impuestos, desgravaciones y costes seguridad social. Respecto a la capacidad emprendedora, además de señalar que el emprendedor suele tener un desconocimiento en general de las áreas clave de la empresa, se ha enfatizado en que, a menudo, le falta orientación de marketing y carece de habilidades comerciales. Relacionado con el párrafo anterior, se señala que los emprendedores, frecuentemente, más que financiación lo que necesitan son clientes.

Y los mayores apoyos han sido: los programas públicos (37%); apoyo financiero (29%); transferencia de I+D (29%); la situación del mercado laboral (26%) y apertura del mercado (23%). Cabe destacar, también, que la incidencia de la crisis económica como factor que empuja al emprendimiento ha descendido más de la mitad, del 33% en 2014 al 14% en 2016.

Las principales recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno de la actividad emprendedora son las mismas que los últimos años: políticas públicas (59%), apoyo financiero (47%), programas de instituciones públicas (38%) y educación y formación (35%). Que coinciden, aunque con diferente intensidad, con las de Europa: políticas públicas (53%), educación y formación (44%), apoyo financiero (32%) y programas públicos (23%). Por otro lado, el apoyo financiero ha perdido incidencia, 23 puntos en cuatro años; ha pasado del 70% en 2012 al 47% actual.

Como en años anteriores se incide en la necesidad de mayor calidad de las iniciativas emprendedoras y de mayor tamaño de las empresas, claves para la regeneración del tejido productivo y mejora de la productividad. Respecto a la calidad, es fundamental que el emprendedor esté capacitado y que la motivación sea por oportunidad. En la mejora de la productividad tiene un papel relevante el tamaño y el sector, por lo que uno de los objetivos de las políticas y programas públicos debería ser el crecimiento de las empresas, especialmente de sectores industriales de alto componente estratégico y que tengan un efecto tractor para otros. En esta línea, la aprobación por el Parlamento de Cataluña en julio pasado del *Pacto Nacional por la Industria* es un paso en la línea adecuada.

### 1.3. Cuadro de mando integral

Tabla 1.4. Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña, 2016

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2015	2016	Cambio pp
Percibe modelos de referencia (conoce a emprendedores)	35,7%	34,2%	-1,5
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	26,5%	30,0%	3,5
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos requeridos para emprender	46,6%	50,8%	4,2
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	41,2%	41,3%	0,1
Considera que la mayoría de población preferiría tener el mismo nivel de vida	75,3%	70,8%	-4,5
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	7,5%	6,2%	-1,3
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla	1,0%	1,8%	0,8
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angel</i>	4,4%	3,4%	-1,0
TEA: Porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de una antigüedad entre 0 y 3,5 años	2015	2016	Cambio pp
TEA Total (nacientes + nuevos)	6,4%	7,0%	0,6
TEA Emprendedores nacientes	2,7%	2,3%	-0,4
TEA Emprendedores nuevos	3,7%	4,6%	0,9
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,2%	6,0%	-0,2
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,7%	7,9%	1,2
Distribución de la TEA, tomada como 100%	2015	2016	Cambio pp
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	17,9%	22,9%	5,0
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	80,5%	76,4%	-4,1
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	1,6%	0,7%	-0,9
TEA del sector extractivo o primario	3,9%	1,5%	-2,4
TEA del sector transformador	16,4%	9,8%	-6,6
TEA del sector de servicios a empresas	32,8%	34,6%	1,8
TEA del sector orientado al consumo	46,8%	54,1%	7,3
TEA sin empleados	46,4%	51,1%	4,7
TEA de 1-5 empleados	47,6%	40,4%	-7,2
TEA de 6-19 empleados	4,8%	6,4%	1,6
TEA de 20 y más empleados	1,2%	2,1%	0,9
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	13,3%	8,6%	-4,7
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	9,4%	5,7%	-3,7
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	18,0%	5,0%	-13,0
TEA iniciativas que exportan más del 25%	8,2%	6,0%	-2,2
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	18,0%	10,7%	-7,3
EEA: Porcentaje de la población de 18-64 años que desarrolló/lideró iniciativas intraemprendedoras en los últimos 3 años	2015	2016	Cambio pp
EEA	1,5%	3,2%	1,7
Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert: 1 a 9)	2015	2016	Cambio pp
Financiación para emprendedores	3,5	3,9	0,4
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	3,9	3,8	-0,1
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3,3	3,9	0,6
Programas gubernamentales	5,2	5,2	0,0
Educación y formación emprendedora etapa escolar	3,4	3,3	-0,1
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	4,5	4,7	0,2
Transferencia de I + D	3,8	4,1	0,3
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	5,1	5,5	0,4
Dinámica del mercado interno	4,3	4,2	0,0
Barreras de acceso al mercado interno	4,2	4,0	-0,2
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	5,9	6,2	0,3
Normas sociales y culturales	4,7	4,8	0,0

Tabla 1.5 Cuadro de Mando Integral GEM España, 2016

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2015	2016	Cambio pp
Percibe modelos de referencia (conoce personas que han emprendido)	33,7%	35,6%	1,9
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	26,0%	25,6%	-0,4
Posee habilidades, conocimientos y experiencias requeridas para emprender	45,3%	46,7%	1,4
Percibe el miedo al fracaso cómo un obstáculo al momento de emprender	43,1%	45,0%	1,9
Considera de la mayoría de población española preferiría tener el mismo nivel de vida	72,1%	70,3%	-1,8
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	6,1%	6,1%	0,0
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,6%	1,6%	0,0
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angel</i>	3,2%	3,2%	0,0
TEA: Porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de una antigüedad entre 0 y 3,5 años	2015	2016	Cambio pp
TEA Total (nacientes + nuevos)	5,7%	5,2%	-0,5
TEA Emprendedores nacientes	2,1%	2,3%	0,2
TEA Emprendedores nuevos	3,6%	2,9%	-0,7
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	5,0%	4,7%	-0,3
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,4%	5,8%	-0,6
Distribución de la TEA, tomada como 100%	2015	2016	Cambio pp
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	24,8%	26,0%	1,2
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	73,5%	70,2%	-3,3
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	1,7%	3,8%	2,1
TEA del sector extractivo o primario	4,9%	4,1%	-0,8
TEA del sector transformador	14,5%	16,2%	1,6
TEA del sector de servicios a empresas	29,5%	25,1%	-4,4
TEA del sector orientado al consumo	51,1%	54,6%	3,5
TEA sin empleados	50,5%	52,4%	1,9
TEA de 1-5 empleados	44,9%	38,0%	-6,9
TEA de 6-19 empleados	4,1%	6,5%	2,4
TEA de 20 y más empleados	0,5%	3,2%	2,6
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	10,6%	12,5%	1,9
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	8,5%	10,6%	2,1
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	11,9%	11,9%	0,0
TEA iniciativas que exportan más del 25%	6,3%	10,5%	4,2
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	14,6%	14,2%	-0,4
EEA: Porcentaje de la población de 18-64 años que desarrolló/lideró iniciativas intraemprendedoras en los últimos 3 años	2015	2016	Cambio pp
EEA	1,1%	2,7%	1,6
Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert: 1 a 9)	2015	2016	Cambio pp
Financiación para emprendedores	4,0	4,0	0,0
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,0	3,0	-1,0
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3,8	3,2	-0,5
Programas gubernamentales	4,8	5,1	0,3
Educación y formación emprendedora etapa escolar	3,5	2,7	-0,8
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	4,2	3,5	-0,7
Transferencia de I + D	3,9	4,4	0,4
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	4,4	5,4	1,0
Dinámica del mercado interno	4,4	4,5	0,1
Barreras de acceso al mercado interno	4,3	4,6	0,4
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	5,1	5,7	0,6
Normas sociales y culturales	4,4	4,5	0,1

Tabla 1.6. Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona, 2016

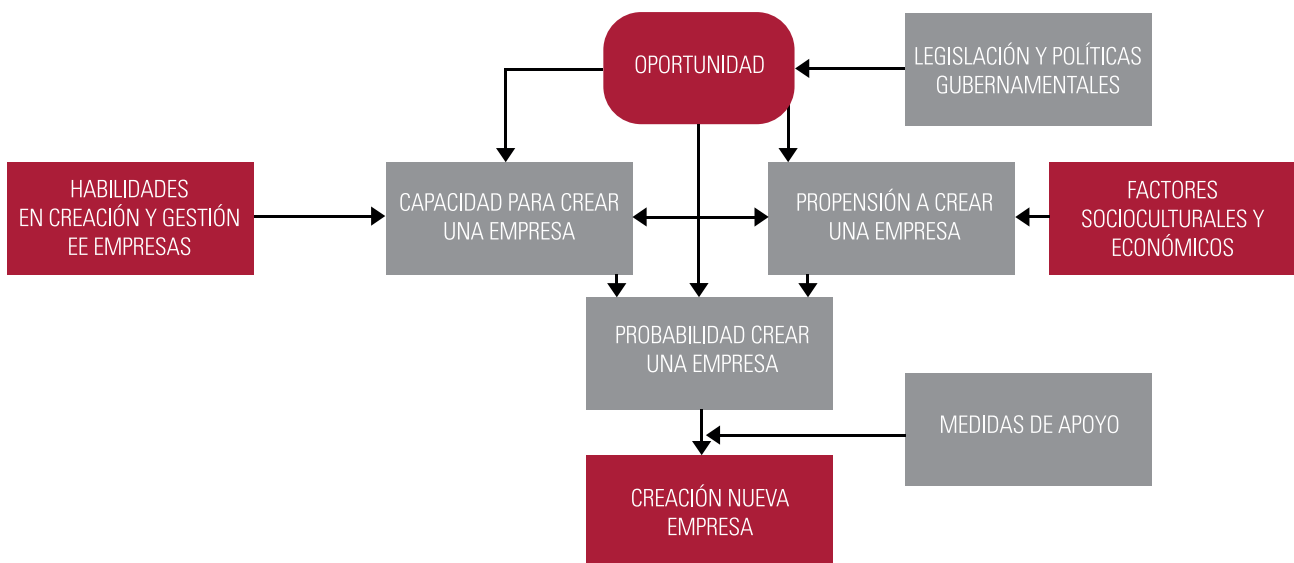
Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2015	2016	Cambio pp
Percibe modelos de referencia (conoce a emprendedores)	35,8%	33,5%	-2,3
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	27,8%	30,4%	2,6
Reconoce en sí mismo habilidades y conocimientos requeridos para emprender	46,8%	51,5%	4,7
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	40,6%	41,0%	0,4
Considera que la mayoría de población preferiría tener el mismo nivel de vida	75,1%	71,2%	-3,9
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	7,1%	6,5%	-0,6
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla	1,0%	2,0%	1,0
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angel</i>	4,1%	3,1%	-1,0
TEA: Porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras de una antigüedad entre 0 y 3,5 años	2015	2016	Cambio pp
TEA Total (nacientes + nuevos)	6,1%	7,0%	0,9
TEA Emprendedores nacientes	2,6%	2,3%	-0,3
TEA Emprendedores nuevos	3,6%	4,8%	1,2
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	5,7%	6,2%	0,5
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,6%	7,8%	1,2
Distribución de la TEA, tomada como 100%	2015	2016	Cambio pp
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	19,9%	24,3%	4,4
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	79,0%	75,7%	-3,3
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	1,1%	0%	-1,1
TEA del sector extractivo o primario	2,2%	1,0%	-1,2
TEA del sector transformador	17,8%	12,3%	-5,5
TEA del sector de servicios a empresas	33,4%	32,7%	-0,7
TEA del sector orientado al consumo	46,6%	54,0%	7,4
TEA sin empleados	45,0%	47,3%	2,3
TEA de 1-5 empleados	48,3%	43,0%	-5,3
TEA de 6-19 empleados	6,7%	6,9%	0,2
TEA de 20 y más empleados	0,0%	2,8%	2,8
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	11,1%	8,8%	-2,3
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	12,3%	7,8%	-4,5
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	16,7%	6,8%	-9,9
TEA iniciativas que exportan más del 25%	8,1%	7,3%	-0,8
TEA iniciativas con expectativa de más 5 empleados en 5 años	18,9%	12,5%	-6,4

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

Existen múltiples factores que condicionan la decisión de iniciar una actividad empresarial. Se suele diferenciar entre factores relativos al emprendedor (internos) y factores propios del entorno (externos). Entre los primeros destacan los valores, percepciones y aptitudes del emprendedor potencial y entre los segundos se pueden mencionar la coyuntura económica, la legislación vigente, las políticas gubernamentales y las medidas de apoyo.

Siguiendo el modelo de Gnyawali y Fogel (1994), entre los factores que condicionan la decisión de crear una empresa destacan los siguientes (figura 2.1): si la persona percibe oportunidades en el entorno; si considera que tiene las habilidades y conocimientos para poner en marcha y gestionar un nuevo negocio; así como de una serie de factores económicos y socioculturales. La evidencia empírica ha confirmado que los factores vinculados a las percepciones del emprendedor tienen un impacto significativo en su decisión de crear una empresa (Capelleras *et al.*, 2013).

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



El esquema conceptual del proyecto GEM propone unos factores condicionantes similares. En las figuras 1.2 y 1.3 del capítulo anterior puede verse que la intención y posteriormente la decisión de crear una empresa propia depende del contexto social, cultural, político y económico. Este contexto, junto con otros aspectos, influye tanto en la valoración que una determinada sociedad hace del emprendimiento como en la percepción que tiene el emprendedor potencial de posibles oportunidades y de su propia capacidad para crear la empresa. Estas dos cuestiones, que son centrales para explicar la evolución en el tiempo y las diferencias entre países y regiones relativas a la intensidad en que se manifiesta la intención de emprender, en primera instancia, y la realidad emprendedora, en último término, son las que a continuación analizaremos en relación a Cataluña.

En este análisis compararemos los datos de Cataluña con los de otros entornos. Como se ha visto en el capítulo anterior, los clasificaremos en grupos que reflejen los diferentes estadios de desarrollo económico: economías basadas en los factores de producción, economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación. Cataluña y España se sitúan en esta última categoría junto con la mayoría de los países europeos, países norteamericanos y algunos países del este asiático. En adelante, cuando se comparen los

datos de Cataluña con los de la UE se compararán precisamente con el conjunto de países de la UE que son considerados 'economías basadas en la innovación'.

## 2.1. Valoración social de la actividad emprendedora

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

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

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

El primer indicador considerado en el proyecto GEM hace referencia a la opinión de hasta qué grado el éxito de un nuevo negocio está asociado a un alto nivel de estatus social y económico para el emprendedor. Precisamente, el prestigio y el reconocimiento social vinculado a la iniciativa emprendedora suele actuar también como un factor de motivación relevante a la hora de valorar la oportunidad y los costes de convertirse en empresario.

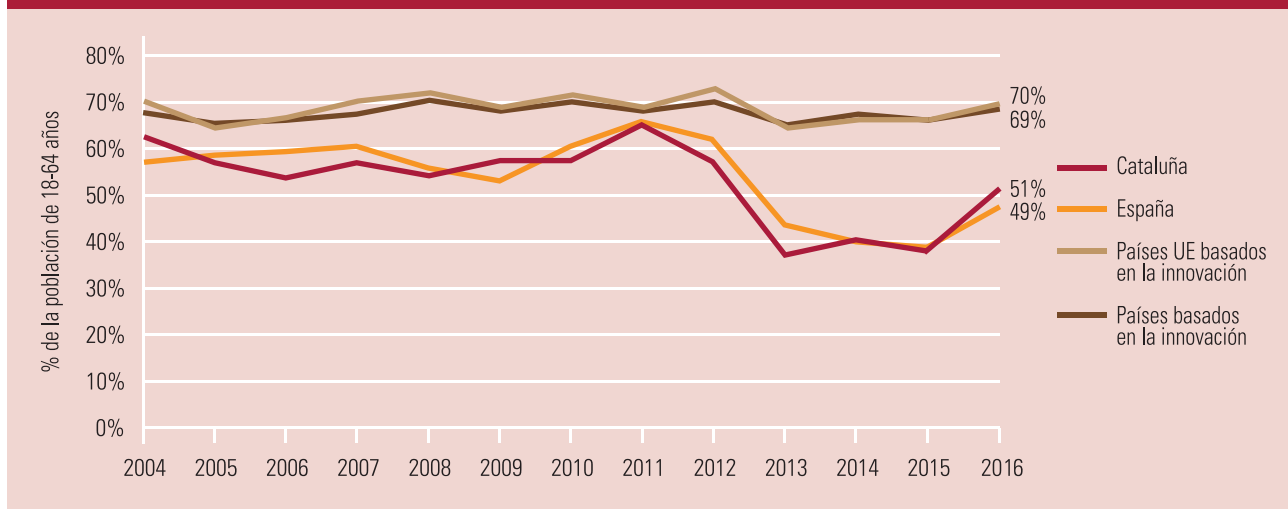
Los resultados de la encuesta a la población adulta muestran que, tanto en Cataluña como en España, la opinión de que emprender otorga estatus social y económico está claramente por debajo de las economías basadas en la innovación (gráfico 2.1). Así, en el período 2004-2016 se observa que la media de respuestas afirmativas a la pregunta de si emprender otorga estatus social y económico en Cataluña y España estuvo más de diez puntos por debajo de la media observada en los países más avanzados hasta el 2010, aumentó en 2011 pero ha disminuido a partir de entonces, de forma que en los últimos cuatro años esta diferencia se ha ampliado hasta veinte puntos. En el año 2016 el porcentaje de personas que opinan que emprender brinda un mayor estatus se mantiene estable en Cataluña (49% del total) y aumenta ligeramente en España (pasa del 49 al 51%).

Es evidente, por tanto, que en este aspecto la valoración social de la función empresarial es muy inferior a la que se da en los países más avanzados de la UE y en el conjunto de países basados en la innovación. Las causas pueden ser muy diversas. La proliferación de noticias negativas, especialmente de corrupción, que se asocian bastante indiscriminadamente a directivos, empresarios y políticos, puede ser una de las causas de este continuo retroceso. Por otra parte, la profundidad y duración de la crisis ha determinado que muchas empresas se hayan visto abocadas al concurso de acreedores, terminando la mayoría en procesos de liquidación, con el desprestigio que esto supone. Desde nuestro punto de vista, no obstante, la principal causa del diferencial observado es, probablemente, el distinto tipo de empresas que se crean en unos y otros países. Como más adelante se verá, una parte de las empresas creadas en Cataluña y en España lo han sido por necesidad, es decir como consecuencia de la falta de posibilidad de encontrar ocupación en el mercado de



trabajo. Esto hace que las empresas creadas sean más una forma de autoempleo, generalmente con escasas aspiraciones de crecimiento. En otros países basados en la innovación la motivación para crear una empresa es, en términos relativos, con mayor frecuencia la de explotar una oportunidad de negocio. Esto hace que las empresas tengan un mayor potencial de crecimiento y que en consecuencia la función empresarial tenga una mejor valoración. Sea como sea, este es un punto débil importante al que hay que prestar la atención y los medios que requiera para cambiar de signo su evolución.

Gráfico 2.1. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

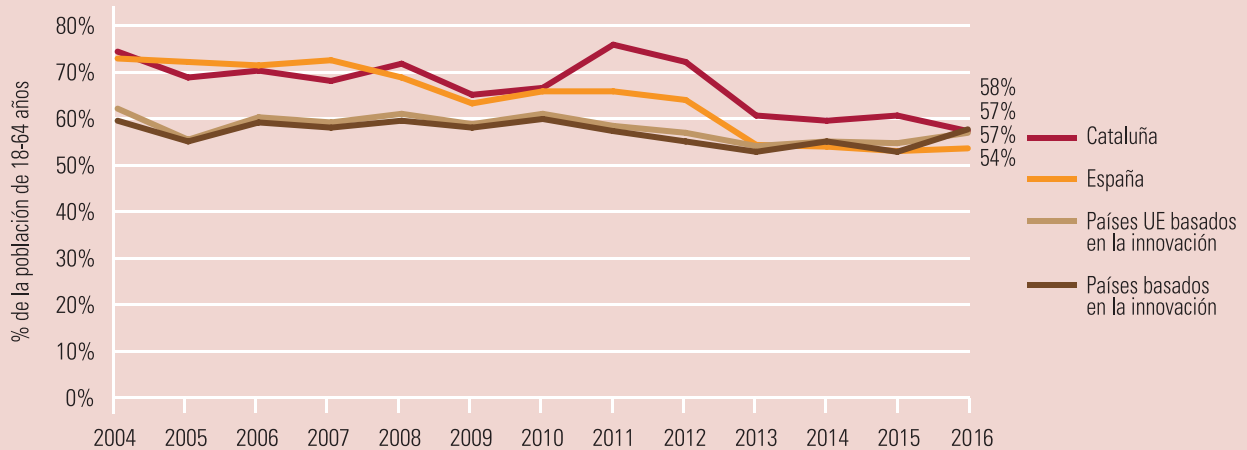


En segundo lugar, se analiza la percepción que la sociedad tiene del hecho que iniciar un negocio o ser emprendedor es una buena opción profesional. En Cataluña, en el último año el porcentaje de respuestas afirmativas a esta cuestión ha disminuido dos puntos porcentuales y se sitúa en el 57% (ver gráfico 2.2), mientras que en España se mantiene estable en el 54%. Si se compara la media de los años previos a la crisis (2004 a 2007) con la media de los cuatro últimos años se observa una disminución de doce puntos en Cataluña (de 69% a 57%) y de 17 puntos en España (de 71% a 54%), mientras que en los países basados en la innovación la disminución en el mismo periodo ha sido de 4,5 puntos.

Estos resultados ponen de manifiesto la diferente intensidad de la crisis y también que en Cataluña (y en España) emprender tiende a ser menos atractivo y valorado como una buena opción profesional que hace diez años porque en el entorno actual es más difícil y arriesgado. La duración de la crisis y las dificultades que en la implementación de su proyecto tienen los empresarios, han puesto de manifiesto que desarrollar con éxito una iniciativa emprendedora no es una tarea fácil.

Si se analiza la serie histórica de Cataluña se observa que el promedio de los años 2008 al 2012, en plena crisis económica, es prácticamente igual al de los años previos a la crisis. Una posible explicación sería que en los años de la crisis emprender era en ocasiones la única salida posible por falta de alternativas de empleo por cuenta de otro. Es hasta cierto punto lógico que cuando éstas aumentan la valoración de crear una empresa propia como opción profesional disminuya. En este sentido, cabe señalar que en 2016 el porcentaje de personas con esta opinión en Cataluña es muy similar al porcentaje observado en los países de la UE basados en la innovación y al conjunto de economías basadas en la innovación.

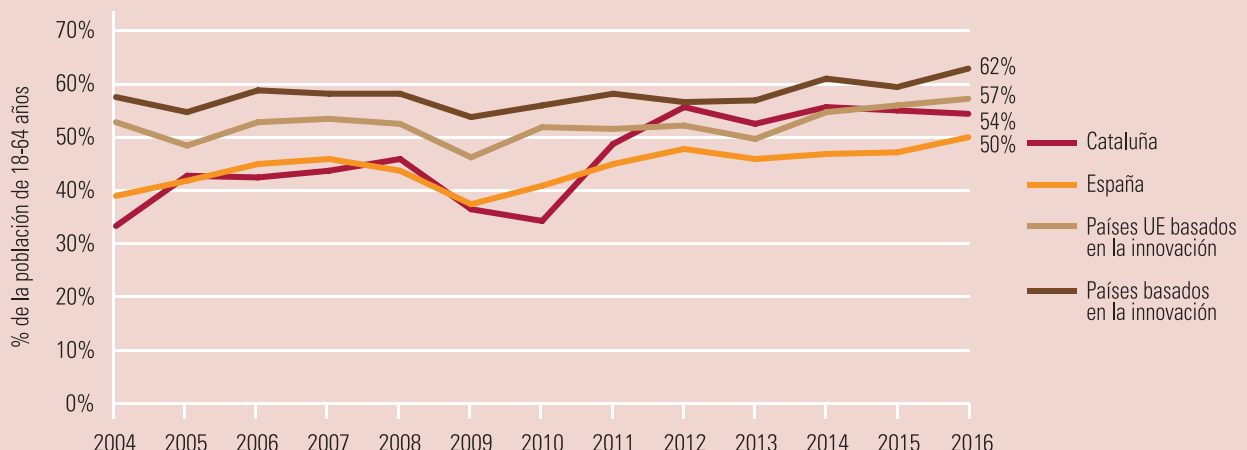
Gráfico 2.2. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



El tercer indicador sobre la percepción social del emprendimiento está relacionado con los medios de comunicación. Esto es así porque su papel como mecanismo de difusión de la actividad emprendedora es relevante, especialmente si aparecen noticias sobre negocios y/o empresarios exitosos. En el año 2016 las respuestas afirmativas a esta cuestión se sitúan alrededor del 54% en Cataluña, cuatro puntos porcentuales por encima de España y tres puntos por debajo de la media en los países de la UE basados en la innovación (gráfico 2.3).

Los resultados sobre este indicador en Cataluña a lo largo del tiempo nos indican que, en contraposición con lo expuesto anteriormente, el promedio de los cuatro últimos años es más de diez puntos porcentuales superior a la media de los años previos a la crisis. En este sentido, cabe destacar que esta opinión sobre la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación ha pasado del 34,1% en 2010 al actual 54%. La labor de algunos programas de medios de comunicación al emitir noticias positivas de emprendedores y, en especial, de emprendedores vinculados a eventos de gran repercusión como el Mobile World Congress o el BizBarcelona, por ejemplo, puede haber influido en esta mejora. Fruto de la sensibilización y formación que se realiza en diferentes ámbitos sobre emprendimiento (incluido también el social y el que adopta la forma de cooperativa), la población detecta la presencia en los medios de comunicación de estas noticias con más intensidad que antes.

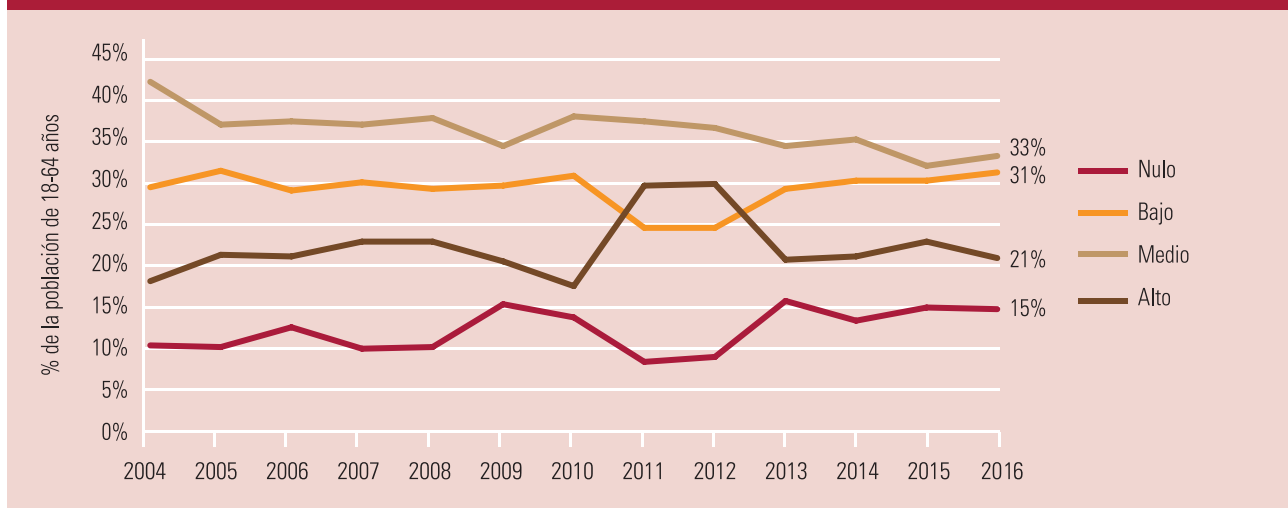
Gráfico 2.3. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



A partir de los tres indicadores anteriores (si emprender es una buena opción profesional; si brinda estatus social y económico; y sobre su difusión en los medios de comunicación) se ha diseñado un índice que permite conocer la cultura de apoyo al emprendimiento en cada territorio. Este índice, pues, combina los resultados de las tres variables y contempla cuatro categorías: 'Nulo' = % de la población que no respondió afirmativamente a ninguna de las tres preguntas; 'Bajo' = % de la población que respondió afirmativamente a una de las tres preguntas; 'Medio' = % de la población que respondió afirmativamente a dos de las tres preguntas; 'Alto' = % de la población que respondió afirmativamente a las tres preguntas.

Este indicador muestra en Cataluña una situación relativamente estable respecto del 2015 (gráfico 2.4). El apoyo nulo se mantiene alrededor del 15%, el nivel bajo aumenta un punto y se sitúa en el 31%, el apoyo medio crece un punto, hasta el 33%, mientras que el nivel alto decrece dos puntos y se queda en el 21%. Si con una perspectiva temporal mayor se compara, se mantiene el orden de los últimos cuatro años en la cual el apoyo medio está por encima del nivel bajo, éste supera al apoyo alto y finalmente se sitúa el nivel nulo.

Gráfico 2.4. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cataluña, durante el período 2004-2016



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

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

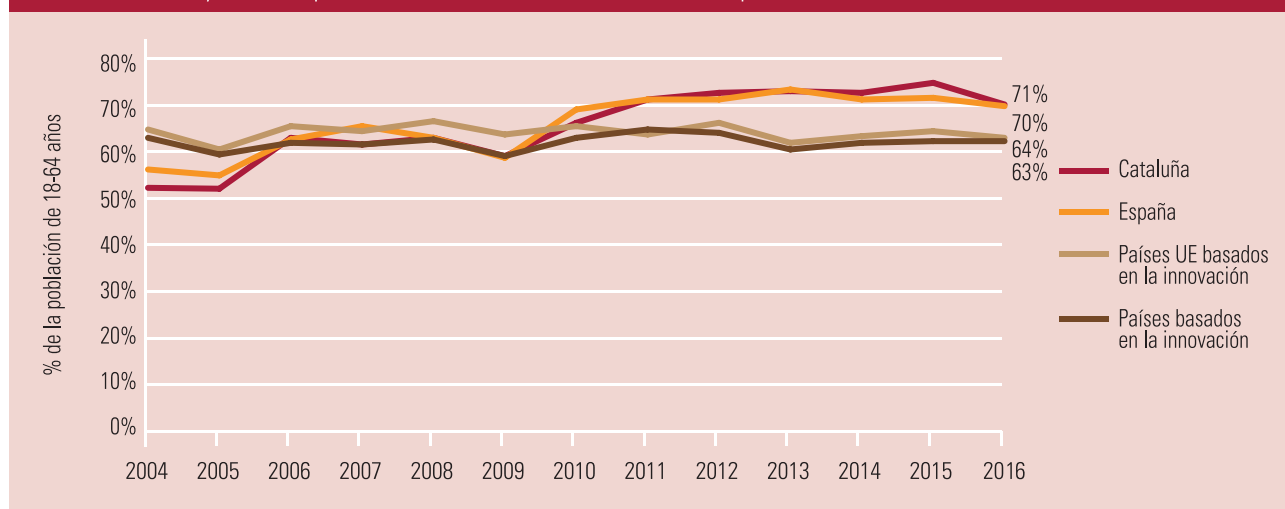
Si observamos los valores de este indicador en el tiempo, se observa una evolución al alza desde el año 2009 hasta el 2015, tanto en Cataluña como en España (gráfico 2.5). Estos resultados sugieren un mayor deseo de equidad en los estándares de vida. Hay algunos factores que probablemente puedan explicar esta tendencia. Las reformas en el mercado de trabajo, para rebajar los costes salariales y los del postrabajo (pensiones, prestaciones por desempleo e indemnizaciones por despido), y su impacto en la renta de las familias ha provocado que España sufra uno de los mayores incrementos de la desigualdad de la OCDE (2015). La dramática

disminución del ingreso disponible refleja igualmente la disparidad de la protección de los parados. La tasa de desempleo española es 2,5 veces superior a la media de la UE, manifestándose un fuerte aumento del paro de larga duración y del riesgo para las familias de encontrarse en situación de pobreza.

No obstante, cabe señalar que en Cataluña en el año 2016 se ha producido un claro descenso de cinco puntos porcentuales, pasando del 75 al 70%. En España este descenso es de dos puntos (del 72 al 70%). Los resultados de los próximos años mostrarán si este cambio constituye un cambio de tendencia hacia valores más bajos de este índice, lo que reflejaría un repunte del espíritu competitivo de la población.

En comparación con los países más avanzados, el diferencial entre Cataluña y España, por un lado, y los países basados en la innovación, por el otro, es de 7 puntos porcentuales (70% frente al 63%) en 2016. En cambio, el diferencial en el 2015 entre Cataluña y dichos países era de 12 puntos.

Gráfico 2.5. Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



Una vez analizados los resultados de los indicadores sobre la valoración social del emprendimiento, a continuación se examinan los valores que alcanzan los tres primeros indicadores distinguiendo tres grupos en función de su situación en el proceso emprendedor (gráficos 2.6, 2.7 y 2.8):

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

En cuanto a la pregunta sobre si emprender da estatus social y económico, la evolución de los tres grupos es bastante parecida (gráfico 2.6). En este sentido, en el año 2016 los porcentajes son similares: un 51% de los involucrados, le 49,6% de los potenciales y el 48,4% de los no involucrados contestan afirmativamente.

En relación al segundo aspecto (emprender es una buena opción profesional) se puede observar que las opiniones claramente más favorables de los emprendedores potenciales con respecto a los otros dos grupos han

ido disminuyendo desde 2013 hasta la actualidad, especialmente en relación a los involucrados (gráfico 2.7). Así, en el año 2016 los potenciales responden afirmativamente en un 62,1%. Los involucrados alcanzan un 59.8%. El porcentaje se sitúa en el 56,2% en el caso de los no involucrados.

Finalmente, en relación a la presencia del emprendimiento en los medios de comunicación, los involucrados están más claramente por encima de los potenciales y sobre todo los no involucrados (gráfico 2.8). Así, los emprendedores involucrados alcanza el 64%, los potenciales el 59% y los no involucrados son el 51%.

En general, se puede afirmar que los emprendedores potenciales y los involucrados valoran más positivamente la función empresarial que los no involucrados. Aunque las diferencias entre las valoraciones de ambos grupos no son grandes, es probable que esta percepción más favorable sobre el emprendimiento haya influido sobre su intención de crear una empresa o el hecho de que ya la hayan fundado.

Gráfico 2.6. Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

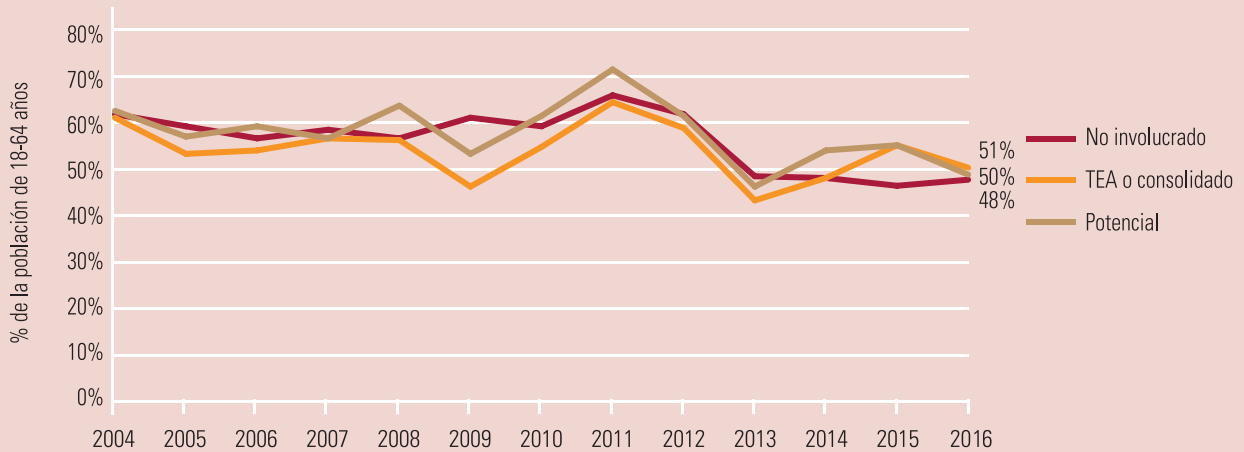


Gráfico 2.7. Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

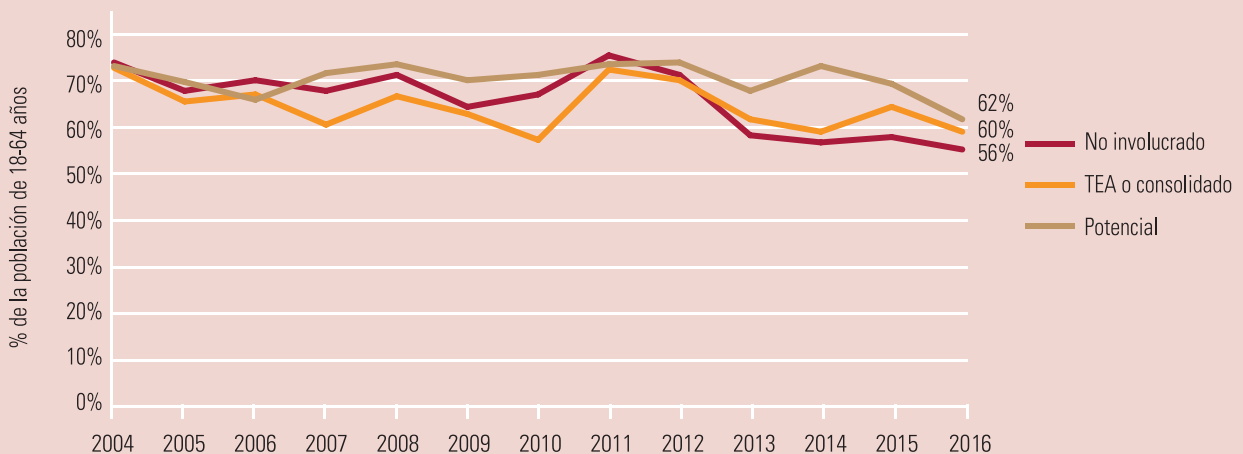
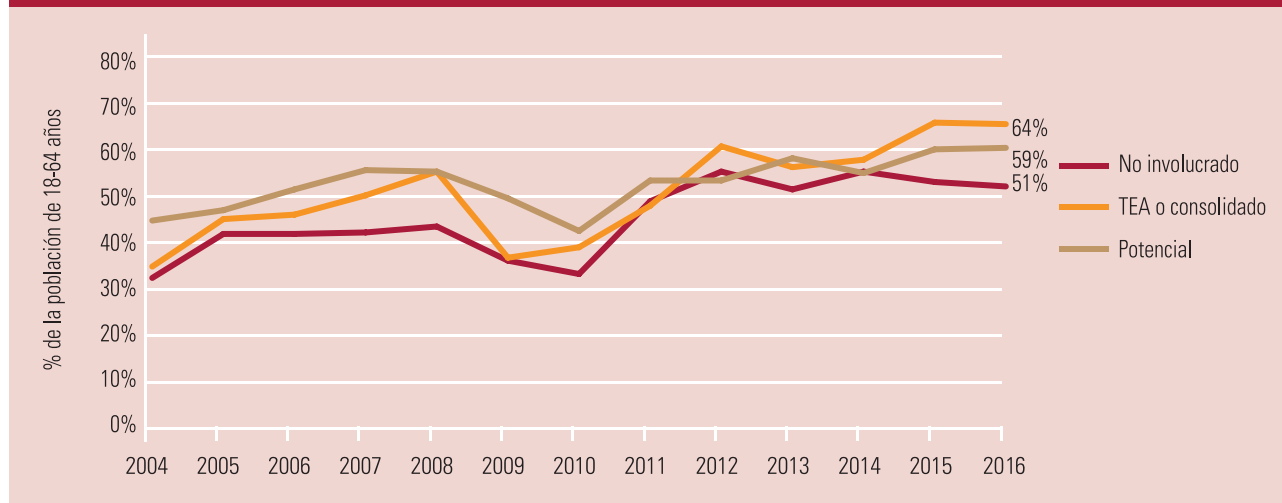


Gráfico 2.8. Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016



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

Una vez se ha analizado la actitud de la sociedad hacia la función empresarial, en este apartado se estudian las percepciones individuales que suelen ser determinantes a la hora de plantearse la decisión de crear una empresa propia. En el proyecto GEM se contemplan las siguientes variables:

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

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

El principal punto de partida del proceso emprendedor es la identificación de oportunidades. Los resultados indican que el porcentaje de personas de 18 a 64 años que en Cataluña en 2016 percibe buenas oportunidades para emprender en los seis meses siguientes al momento de la entrevista es del 30% (gráfico 2.9).

Este resultado supone un crecimiento remarcable de cuatro puntos porcentuales respecto del año anterior y mantiene la tendencia creciente que se observa en esta variable desde el año 2012, después del gran descenso de 2008 y 2009 y de tocar fondo en 2011.

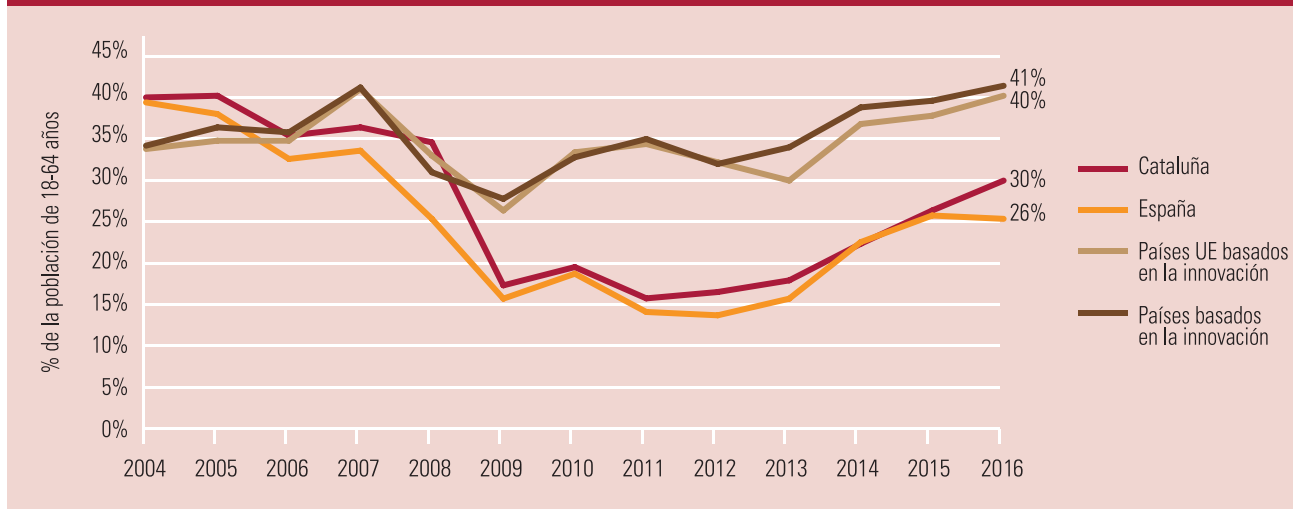
Este indicador también ha ido mejorando en los últimos años en España pero su aumento se ha frenado en 2016 y en dicho año se mantiene en un 26%. Por tanto, en el último ejercicio está cuatro puntos por debajo de Cataluña.

No obstante, al comparar con Europa y los países más avanzados se observa que aún existe un diferencial importante. Así, en 2016 el porcentaje de respuestas afirmativas en Cataluña está aún 10 puntos porcentua-

les por debajo de la UE y 11 puntos por debajo del conjunto de países basados en la innovación. A pesar del mencionado aumento de los últimos ejercicios, el descenso fue tan profundo durante los años más duros de la crisis que este indicador sigue por debajo del de los otros países basados en la innovación. A pesar de todo, la tendencia creciente que también se aprecia en estos países avanzados no tiene un aumento tan pronunciado como en Cataluña.

En síntesis, la evolución sobre la percepción de oportunidades que se ha producido en los últimos cuatro años es positiva y pone de manifiesto que un porcentaje creciente de la población catalana detecta buenas oportunidades de negocio susceptibles de ser explotadas mediante la creación de nuevas empresas.

Gráfico 2.9. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



Un factor altamente relevante para aprovechar la oportunidad de emprender en el momento adecuado es la percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades necesarios para ello, vinculadas al desarrollo de actividades de gestión empresarial. En este sentido, si bien las actitudes y motivaciones del emprendedor son relevantes de cara al crecimiento de la empresa, su nivel de habilidades directivas, parece que todavía lo son más. Las investigaciones en diversos países ponen de manifiesto que el crecimiento de las empresas recién creadas depende en gran medida de las habilidades directivas del empresario, tanto de las que tenía antes de crear su empresa como las que haya podido adquirir a través de su experiencia en la dirección de la nueva empresa (Colombo y Grilli, 2005 y 2010).

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

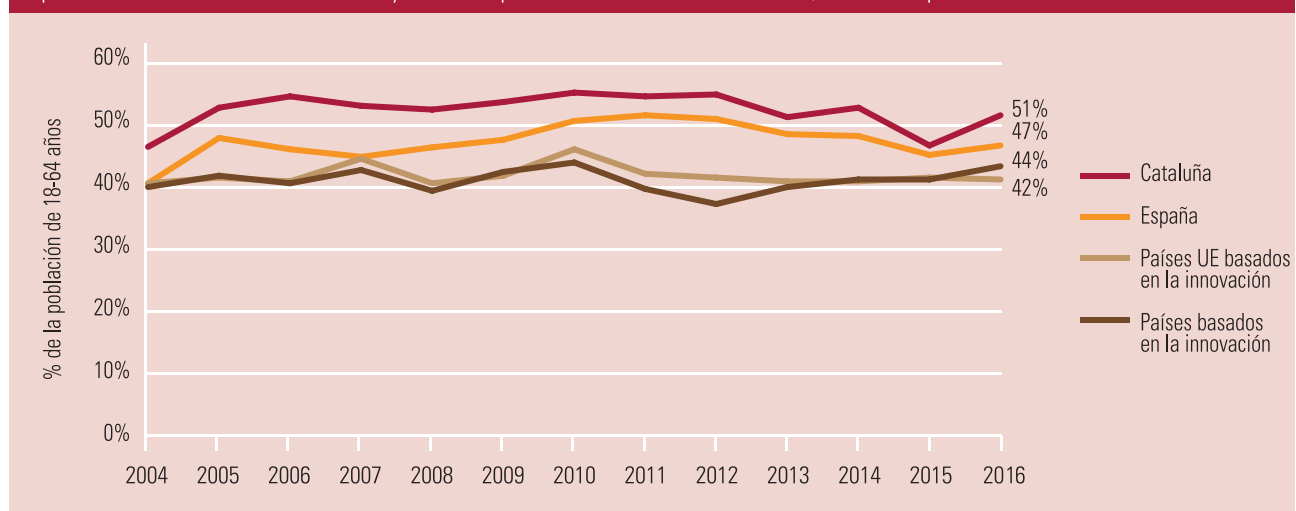
Los resultados del GEM en Cataluña en 2016 indican que un poco más de la mitad de la población adulta entrevistada declara considerar que tiene las habilidades y capacidades necesarias para emprender y desarrollar un negocio; en concreto, esta variable alcanza una proporción del 51% sobre el total (gráfico 2.10). En España este porcentaje es del 47%. Ambos porcentajes son superiores a la media de los países basados en la innovación (44%) y de la UE (42%).

De hecho, a lo largo del período 2004-2016 Cataluña ha estado por encima de los valores de España y Europa. El sistema educativo, la capacitación laboral y otras actividades formativas han podido tener su efecto en estos resultados relativos a la elevada percepción de auto-eficacia. No obstante, como señalan Batista et al. (2015), la oferta formativa y la imbricación de las competencias transversales relacionadas con la iniciativa y el espíritu emprendedor en los diferentes niveles educativos aún requiere un largo recorrido para que la formación en habilidades y conocimientos emprendedores surtan el efecto deseado en la sociedad.

En esta línea, es interesante remarcar que, cuando en las distintas ediciones del proyecto GEM Cataluña se ha preguntado a los expertos por la interpretación de estos resultados (ya en 2003, primer año de participación en el GEM, sorprendió que el valor obtenido por Cataluña, 53,3%, fuera superior al del resto de países europeos participantes en el estudio), la mayoría siempre ha indicado que son percepciones sesgadas, fruto de una elevada autoestima y que no responden necesariamente al nivel real de habilidades que son necesarios para emprender con éxito.

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

Gráfico 2.10. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



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

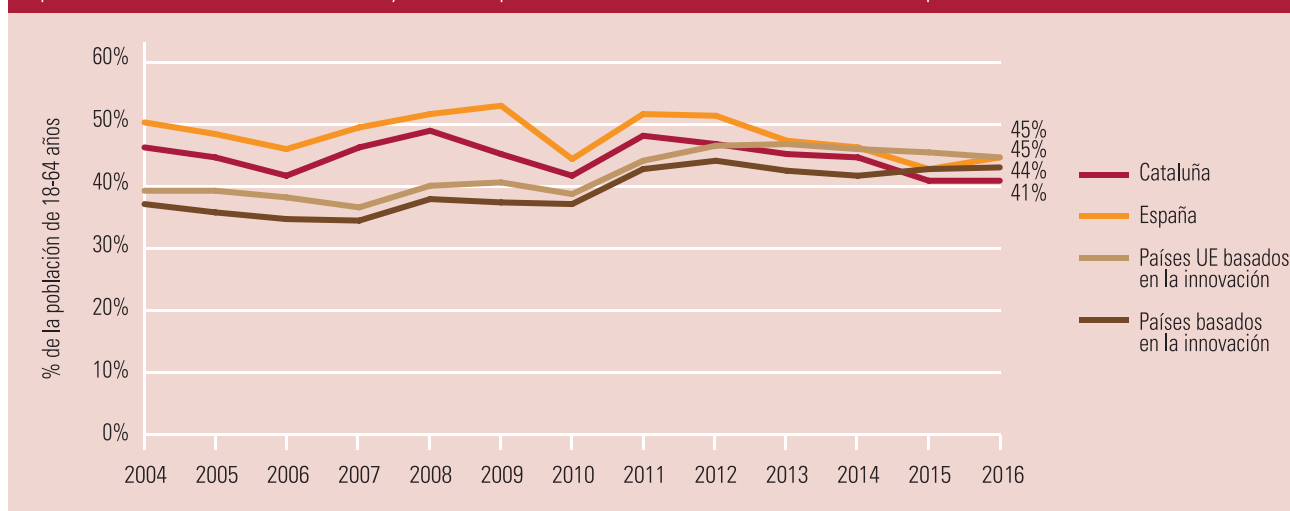
En el año 2016 un 41% de los entrevistados en Cataluña manifiesta que el miedo a fracasar es un obstáculo para emprender. Este porcentaje está en el mismo porcentaje que en 2015, lo cual sitúa a Cataluña tres puntos por debajo de los países basados en la innovación (44%) y cuatro puntos por debajo de España y la UE (ambos con un 45%). En general, se mantiene una cierta convergencia en este indicador, observada ya desde



el año 2013, si bien hay que destacar que en España este indicador sobre el miedo al fracaso siempre ha sido superior que en Cataluña (período 2004-2016).

En todo caso, los resultados actuales son positivos para Cataluña. Mientras que en los años anteriores a la crisis era cinco puntos porcentuales superior a los países avanzados y en los primeros años de la crisis llegó a ser superior en diez puntos, actualmente (y por segundo año consecutivo) el miedo a fracasar es menor en Cataluña que en el resto de países.

Gráfico 2.11. Evolución de la percepción del miedo al fracaso cómo un obstáculo para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



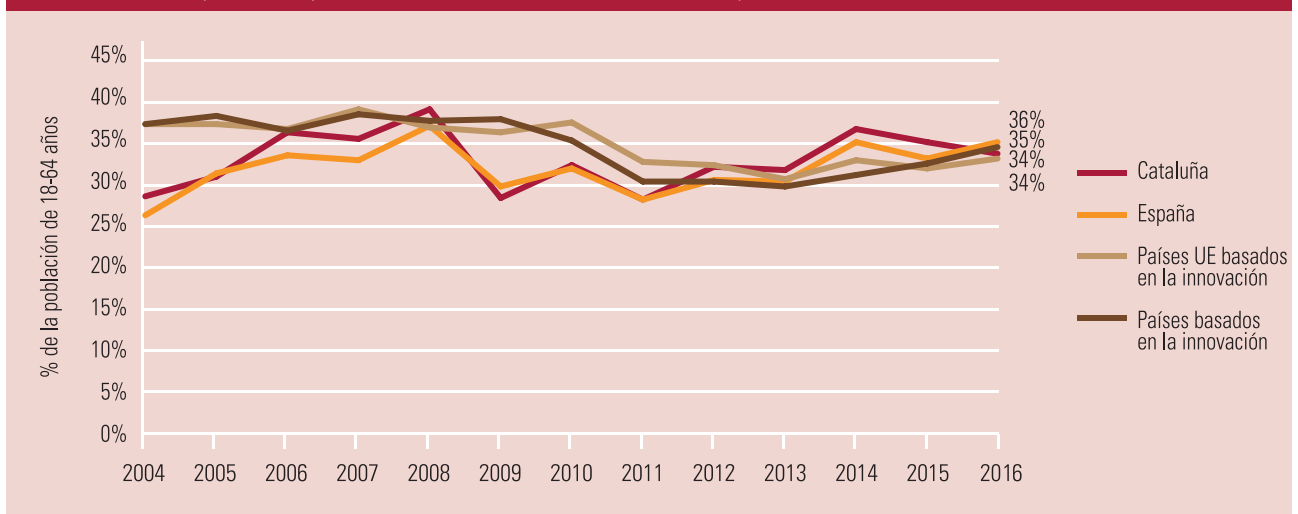
El conocimiento que una persona tiene de emprendedores que han creado su propia empresa y que para él pueden constituir modelos de referencia es un elemento que puede ser también muy relevante a la hora de plantearse la creación de una empresa. El conocimiento de ejemplos reales y cercanos a uno mismo, pueden ayudar a plantearse un “porque no yo...” Por otra parte, una de las formas de adquirir conocimientos es el aprendizaje a través de lo experimentado por otros (*vicarious learning*). Por tanto, se produce un aprendizaje empresarial mediante la experiencia indirecta o el conocimiento y la observación del comportamiento de otros emprendedores que, generalmente, será más intenso cuanto más próximos sean.

Desde la perspectiva de un empresario potencial, el conocimiento de otros empresarios incrementa su capital relacional que le puede permitir aprender y conseguir recursos en el interior de sus redes. Por tanto, la existencia en la red social de personas que hayan creado y/o gestionen su propia empresa puede influir sobre la deseabilidad y la credibilidad de la opción de convertirse en empresario. De ahí la importancia de los modelos de referencia, de las historias de éxito, del marketing de testimonio.

Los resultados de la encuesta a la población adulta en 2016 muestran que este indicador alcanza valores muy similares en Cataluña (34%), España (36%), UE (34%) y países basados en la innovación (36%). De hecho, en los últimos años se observa una convergencia en estos valores, si bien desde 2013 hasta 2015 la existencia de estos modelos de referencia era ligeramente superior en Cataluña. El descenso de dos puntos porcentuales en 2016 la ha situado en niveles muy similares al resto de países.

En cualquier caso, es importante continuar cuidando este aspecto en la medida de lo posible, por ejemplo a través del desarrollo de actividades y redes sociales que visualizan el fenómeno del emprendimiento y el marketing de testimonio. Esto es así porque la existencia de modelos de referencia suele ser uno de los factores que más refuerza las percepciones de las personas en lo relativo a la creación de empresas. Generalmente,

Gráfico 2.12. Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



cuando alguien próximo al círculo social propio ha tenido éxito en un negocio, se percibe como más verosímil que uno también lo pueda lograr.

Para terminar este apartado y tal como se ha hecho también en el anterior, se analizan las opiniones de la muestra catalana sobre los tres primeros aspectos analizados en este apartado, diferenciando entre los emprendedores potenciales, los involucrados en el proceso emprendedor (suma de emprendedores en fase inicial / TEA y de los emprendedores consolidados) y los no involucrados (gráficos 2.13, 2.14 y 2.15).

Los resultados indican que la percepción de oportunidades varía mucho según si la persona está involucrada o no en el proceso emprendedor (gráfico 2.13). En el 2016 el 52% de los emprendedores potenciales y el 49% de los involucrados perciben que existen buenas oportunidades para emprender, mientras que esta proporción baja hasta el 24% en los no involucrados. En los tres grupos la tendencia es creciente desde el año 2012. La evolución es positiva especialmente en el caso de los involucrados y, en particular, cabe destacar que los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados se sitúan en 2016 a niveles similares a los que existían antes de la crisis.

En cuanto a la percepción sobre los propios conocimientos y habilidades requeridas para emprenderla, la gran mayoría de emprendedores potenciales y actuales (o involucrados) (85%) cree que dispone de ellos, mientras que este porcentaje baja al 41% para los no involucrados (gráfico 2.14). En el caso de los empresarios potenciales, el porcentaje que representan los que consideran que poseen los conocimientos requeridos para hacerlo ha subido mucho (del 59 al 85%) en este último ejercicio, tras el descenso de los dos años anteriores. Este hecho puede suponer que buena parte de estos empresarios potenciales materialicen su proyecto de crear una empresa propia en el futuro inmediato.

Con respecto al miedo al fracaso, son las personas que no están involucradas las que más temen ser estigmatizadas si un posible negocio fracasa, llegando a un 45% del total (gráfico 2.15). Éste es probablemente uno de los motivos por los que no se plantean la creación de una empresa propia. Sin embargo, desde una perspectiva temporal se aprecia que desde el año 2011, cuando este valor era del 52%, el descenso ha sido constante y paulatino, lo que se puede entender como una muestra del cambio de percepción sobre la situación económica. La percepción del miedo al fracaso entre los emprendedores potenciales es quince puntos porcentuales menos que en los no involucrados, situándose en 2016 en el 30%. Finalmente, los que muestran un porcentaje más bajo de temor al fracaso son los empresarios recientes y consolidados, con un 26% en el último ejercicio.

Gráfico 2.13. Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en Cataluña en los próximos 6 meses dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

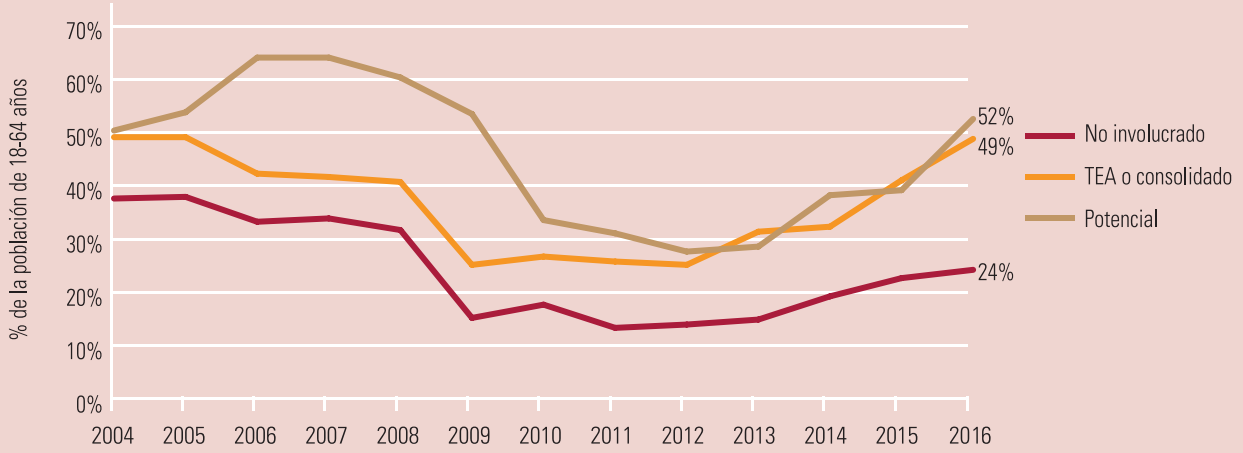


Gráfico 2.14. Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

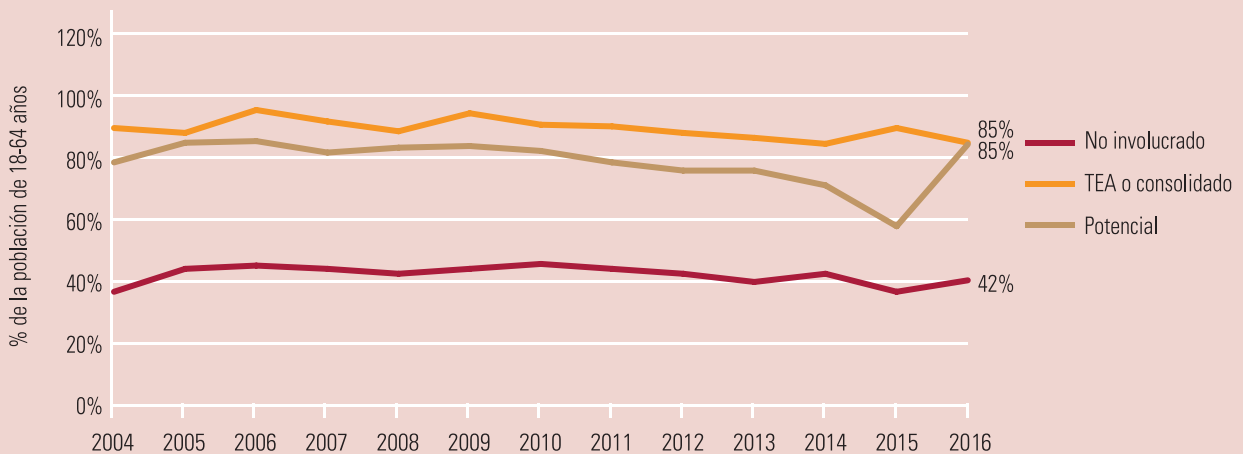
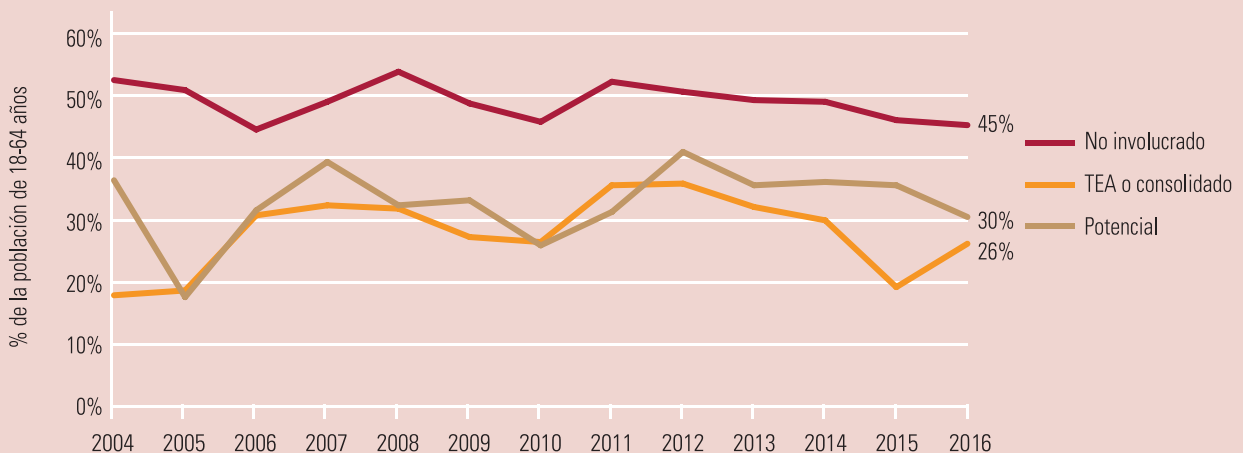


Gráfico 2.15. Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016



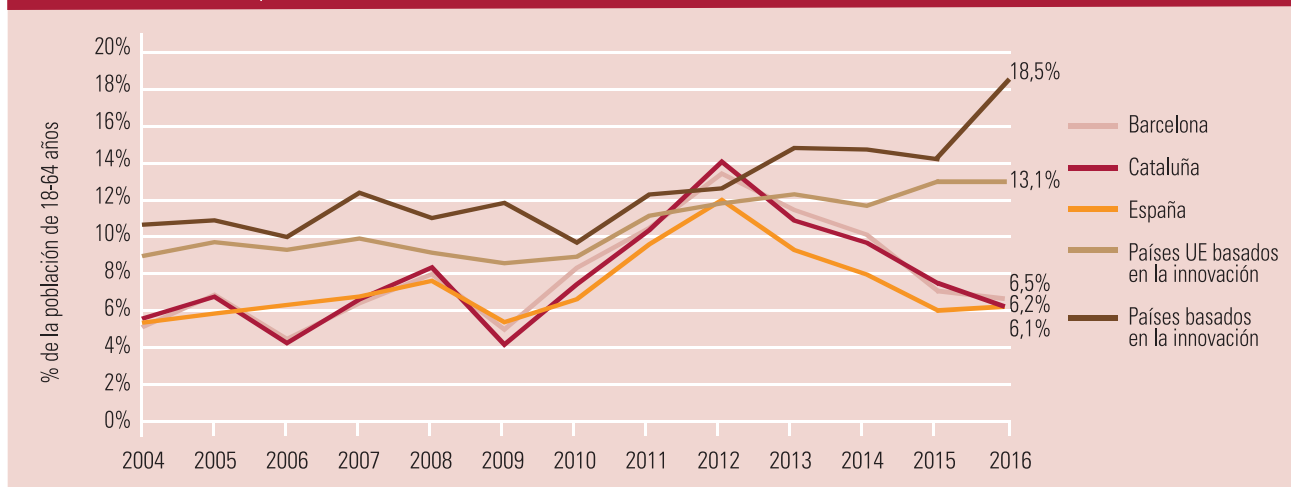
### 2.3. La intención de emprender

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

Los resultados del proyecto GEM permiten mostrar la evolución en el período 2004-2016 del porcentaje de los que se declararon emprendedores potenciales, según la definición anterior, en diversos contextos geográficos (gráfico 2.16). Tal como se puede ver, la evolución de Barcelona y Cataluña es muy similar si bien la primera suaviza ligeramente las tendencias. También es similar hasta cierto punto el perfil de Cataluña y España. Si bien a partir de 2010 y hasta 2015 la línea española queda más de un punto porcentual por debajo de la catalana, en 2016 el porcentaje es del 6,2% en Cataluña y del 6,1% en España. En este sentido, desde 2012 se produce un descenso continuado en este porcentaje en Cataluña, aunque en el último ejercicio la disminución ha sido la más pequeña de los últimos años (poco más de un punto porcentual).

Si se compara la tendencia catalana (y española) con la de los países de la UE o con la del total de países basados en la innovación se observan diferencias relevantes. En primer lugar, estas dos últimas series muestran una cierta disminución hasta 2010 y un apreciable aumento a partir de este punto. Esta es una evolución compatible con el patrón del ciclo y con él, el de las oportunidades de emprender. En este primer tramo del gráfico la evolución catalana es mucho más volátil.

Gráfico 2.16. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años (emprendedores potenciales) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016



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

La explicación de este comportamiento, aparentemente anómalo, la podemos encontrar precisamente en que la falta de posibilidades para encontrar trabajo dependiente es lo que impulsó a muchas personas a plantearse la creación de una empresa propia como salida de esta situación. Hay algunas investigaciones (Capelleras y Genescà, 2005) que ya habían demostrado que la creación de empresas por falta de alternativas y con el objetivo de posibilitar el autoempleo crece precisamente en los momentos bajos del ciclo económico.

Tal como hemos apuntado en otras ocasiones, lo que ocurre entre 2012 y 2016 puede considerarse una corrección de lo que se ha explicado en el párrafo anterior. Cuando la situación parece que empieza a mejorar y parece que aumentan las oportunidades para emprender, el porcentaje de emprendedores potenciales baja hasta niveles algo superiores a los de los años previos a la crisis: en Barcelona este porcentaje baja en 2015 hasta el 6,5%, en Cataluña hasta el 6,2% y en España hasta el 6,1%. La distancia con los otros países basados en la innovación vuelve a ser semejante a la de los años previos a la crisis, si bien se observa un cierto aumento del diferencial debido al aumento que en este indicador se produce en la UE a lo largo de toda la serie. Así pues, en 2016 Cataluña queda 7 puntos por debajo de la UE y 12 puntos por debajo del conjunto de países basados en la innovación. Este último diferencial se debe al hecho de que en estos países ha habido un aumento muy alto en 2016, pasando del 14,2 al 18,5%.

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

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

En este apartado se comparan, a título de resumen, las respuestas que a las principales cuestiones estudiadas en este capítulo se han dado en 2016 en los diferentes territorios que abarca el proyecto GEM. A continuación, se presenta la comparación de Cataluña con España, con los países de la UE basados en la innovación y con el conjunto de países de economías avanzadas en los gráficos 2.17, 2.18 y 2.19. Finalmente, la tabla 2.1 y los gráficos 2.20 y 2.21 permiten comparar los valores en 2016 de Cataluña con cada uno de los países que integran el proyecto GEM.

En el gráfico 2.17 se resumen las percepciones, valores y aptitudes analizadas en los apartados anteriores, comparando los valores para 2016 de Cataluña con España, la UE y el conjunto de países avanzados. En

cuanto a los condicionamientos socioculturales se observa que si bien emprender se considera una buena opción profesional, y que en los medios de comunicación aparecen historias de éxito empresarial, Cataluña queda por debajo de la UE y del conjunto de países avanzados en la percepción de que emprender genera un buen estatus social y económico. Este es uno de los aspectos donde hay que centrar la atención para lograr unos niveles de percepción homologables a los de nuestro entorno. El segundo aspecto a destacar es que a pesar de la recuperación sostenida en los últimos años de la percepción de buenas oportunidades para crear una empresa, su nivel queda todavía cerca de diez puntos por debajo de los países basados en la innovación. Desde nuestro punto de vista son básicamente estas dos cuestiones las que explicarían el diferencial de unos siete puntos que se observa en la intención de emprender.

En el gráfico 2.18 se puede ver que los perfiles de Barcelona y resto de Cataluña son muy parecidos. La diferencia más relevante es la que se observa en la opinión sobre si en los medios de comunicación aparecen historias de éxito, donde la demarcación de Barcelona está cuatro puntos porcentuales por encima del resto de Cataluña. También se puede mencionar que la percepción de conocimientos y habilidades para emprender está dos puntos por encima en Barcelona.

En el gráfico 2.19 se presenta para Cataluña el resumen de resultados de las mismas variables de los apartados anteriores diferenciándolas según si la persona está involucrada o no en cualquiera de las fases del proceso emprendedor. Las diferencias más importantes, como es previsible, hacen referencia a que las personas involucradas (emprendedores potenciales, TEA o consolidados) consideran en mayor proporción que los no involucrados que tienen los conocimientos y habilidades requeridas para emprender, que hay buenas oportunidades en el entorno para emprender, que conocen a otros emprendedores y que tienen menos miedo al fracaso.

En los gráficos 2.20 y 2.21 se observa que Barcelona y Cataluña están muy bien posicionadas en el ranking por comunidades en cuanto a la percepción de oportunidades y de habilidades para emprender, mientras que están por debajo de la media en los modelos de referencia. En la comparación internacional, Cataluña está bien situada en percepción de habilidades y tiene margen de mejora en la percepción de oportunidades y en los modelos de referencia.

Gráfico 2.17. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto a España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2016

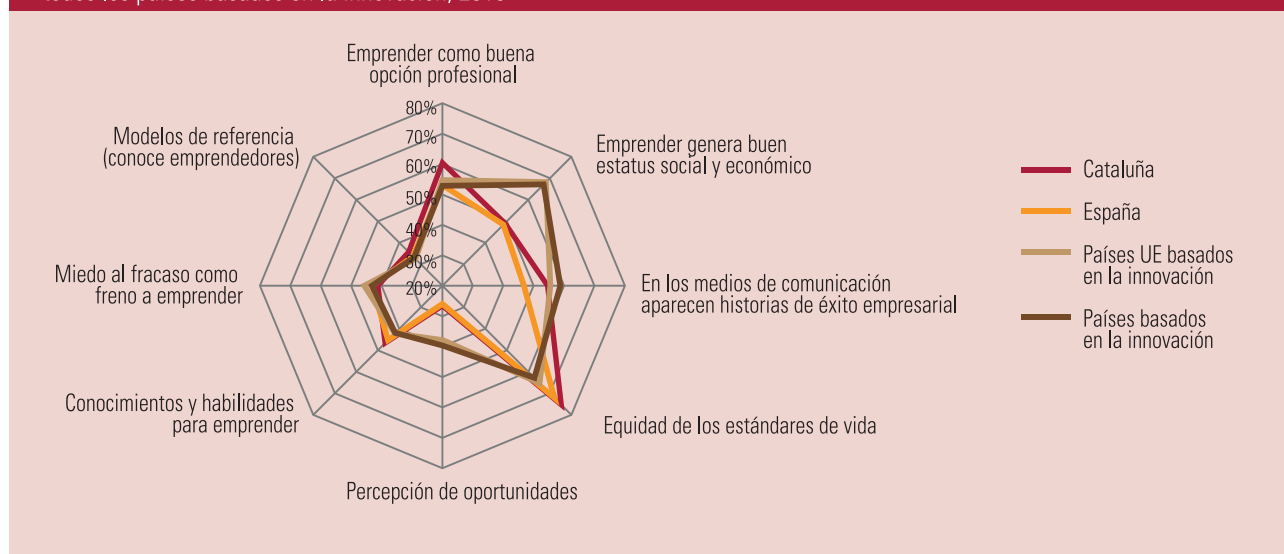


Gráfico 2.18. Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña, 2016

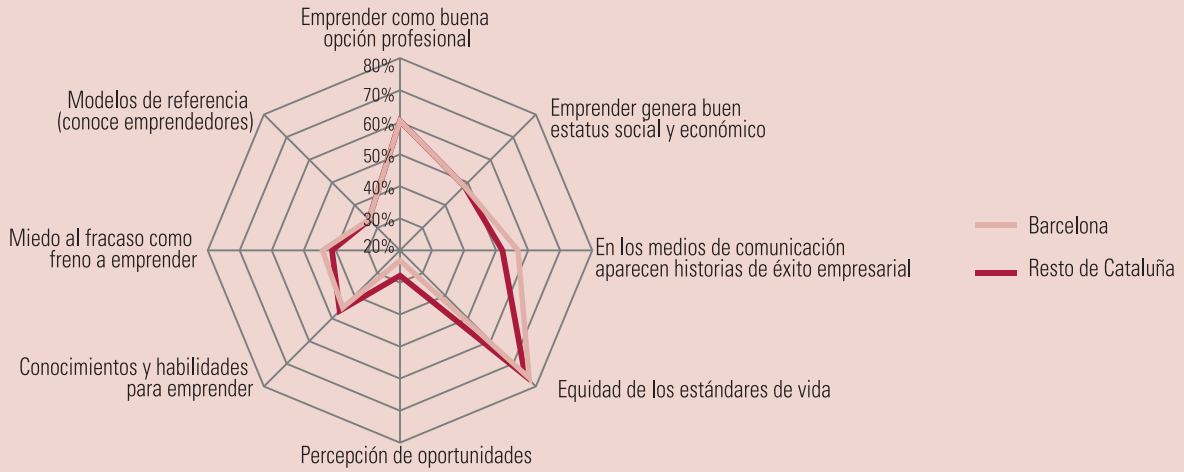


Gráfico 2.19. Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes según que estén involucrados o no en cualquier fase del proceso emprendedor, 2016

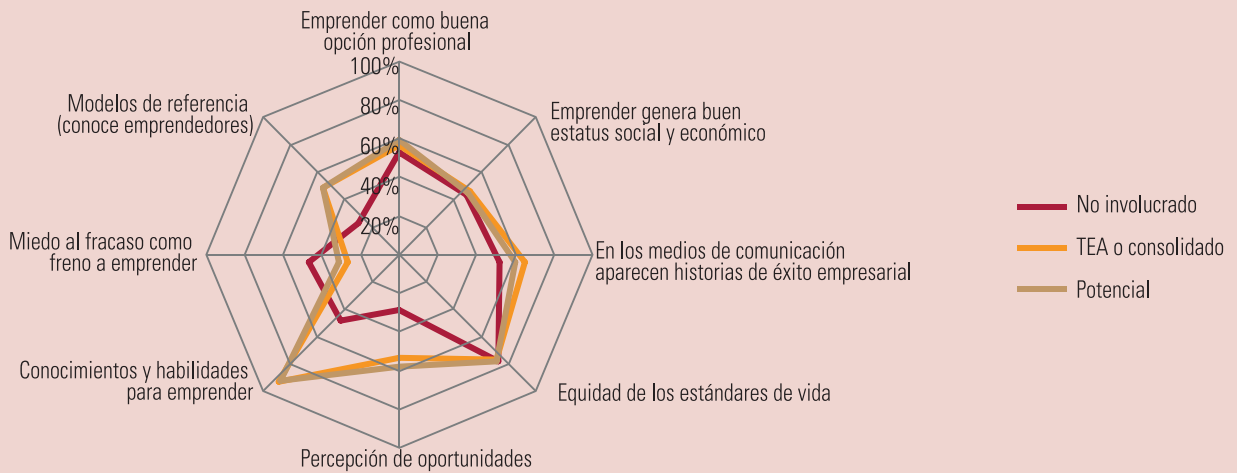


Tabla 2.1. Percepciones, valores y actitudes para emprender de la población adulta en 2016. Análisis por tipo de economía

		Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelo de referencia	Equidad en los estándares de vida en la sociedad	Emprender como una buena opción profesional	Emprender brinda un estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
	<b>Media</b>	<b>44,4</b>	<b>55,7</b>	<b>33,2</b>	<b>51,3</b>	<b>54,8</b>	<b>62,1</b>	<b>72,4</b>	<b>58,2</b>
Economías basadas en los factores de producción	Burkina Faso	61,9	76,7	21,1	65,9	58,0	80,6	90,6	67,2
	Camerún	63,8	75,8	22,8	59,0	40,1	57,3	69,2	60,2
	India	44,3	44,0	34,7	33,3	48,8	44,4	46,7	39,7
	Irán	34,4	59,3	46,2	50,6	41,1	52,4	80,5	57,9
	Kazajstán	44,2	50,0	29,6	61,9	72,6	74,3	82,0	75,0
	Rusia	17,9	28,4	44,7	37,4	68,2	63,4	65,6	48,9
	<b>Media</b>	<b>42,4</b>	<b>54,5</b>	<b>38,6</b>	<b>40,9</b>	<b>61,3</b>	<b>66,9</b>	<b>66,9</b>	<b>61,1</b>
Economías basadas en la eficiencia	Arabia Saudita	81,5	70,7	41,5	71,7	79,8	81,3	78,7	75,9
	Argentina	44,3	61,2	34,1	31,6	57,1	61,7	50,4	58,5
	Belice	71,8	84,6	29,4	57,2	67,7	65,6	71,3	51,3
	Brasil	40,2	53,6	42,4	41,3	-	-	-	-
	Bulgaria	21,0	39,7	44,1	40,0	67,9	52,9	66,9	40,7
	Chile	50,4	61,2	31,2	40,4	57,6	65,6	63,8	60,3
	China	37,3	29,8	41,0	50,5	45,4	70,3	77,8	79,3
	Colombia	51,4	67,9	25,6	48,1	49,2	67,2	76,2	54,2
	Croacia	24,6	50,2	46,0	30,7	77,0	62,2	45,6	47,2
	Ecuador	45,5	71,3	32,5	38,4	61,9	59,5	61,1	69,5
	Egipto	53,5	46,4	33,2	18,9	63,7	83,4	87,1	62,1
	El Salvador	38,9	70,6	37,0	41,0	51,4	71,5	52,6	49,6
	Eslovaquia	23,0	44,0	49,4	33,0	72,9	50,6	60,1	60,9
	Georgia	29,5	41,6	35,6	25,3	42,8	71,4	79,7	57,6
	Guatemala	48,2	61,6	35,5	34,2	70,4	95,2	78,3	63,7
	Hungría	30,1	38,4	49,7	27,1	63,5	52,8	71,0	40,6
	Indonesia	43,1	55,1	48,5	65,5	61,5	69,0	79,3	77,1
	Jamaica	64,4	83,5	26,9	47,4	54,1	85,2	84,5	87,2
	Jordania	30,5	48,4	40,5	30,6	52,3	73,5	82,3	74,7
	Letonia	31,9	49,9	42,7	35,6	53,2	55,2	57,8	56,3
	Libano	59,6	68,0	38,5	66,8	-	-	-	-
	Macedonia	38,4	54,5	41,7	36,1	73,5	64,8	58,5	60,7
	Malasia	25,4	28,3	35,4	35,9	34,8	44,1	50,3	56,4
	Marruecos	45,0	56,1	38,9	43,6	63,2	79,3	58,7	60,7
	México	39,4	40,7	31,1	50,8	51,7	44,5	47,2	41,0
	Panamá	42,4	48,0	26,3	51,5	70,0	63,2	59,7	46,8
	Perú	56,6	69,0	32,4	48,9	58,4	68,1	70,8	75,2
Polonia	39,5	60,2	58,4	47,4	62,1	61,9	56,2	57,7	
Sudáfrica	35,0	37,9	35,6	31,0	63,2	72,6	78,1	74,2	
Tailandia	37,7	43,5	57,9	32,5	84,0	73,7	73,6	78,3	
Turquía	49,6	54,2	35,7	24,3	-	80,8	72,1	55,8	
Uruguay	28,6	55,6	37,0	31,1	67,6	58,7	55,8	58,8	
	<b>Media</b>	<b>41,3</b>	<b>43,8</b>	<b>43,5</b>	<b>35,1</b>	<b>63,1</b>	<b>57,6</b>	<b>69,6</b>	<b>62,2</b>
Economías basadas en la innovación	Alemania	37,6	37,4	44,3	22,4	64,0	51,8	78,9	50,5
	Australia	49,3	52,3	42,1	34,9	79,6	54,2	71,5	74,3
	Austria	42,2	49,6	46,2	39,9	-	-	-	-
	Canadá	59,0	54,1	44,1	36,3	73,4	65,5	73,5	72,6
	Catar	48,4	50,6	32,4	30,2	59,5	71,2	80,4	66,7
	<b>Cataluña</b>	<b>30,0</b>	<b>50,8</b>	<b>41,3</b>	<b>34,2</b>	<b>70,8</b>	<b>57,2</b>	<b>48,9</b>	<b>53,9</b>
	Chipre	35,9	52,4	58,6	32,2	60,2	72,7	65,7	42,4
	Corea	35,3	45,1	33,9	39,1	58,3	45,3	60,2	67,8
	Emiratos Árabes	25,8	55,2	50,1	61,7	85,6	75,1	82,3	83,8
	Eslovenia	25,3	51,8	35,7	41,8	82,7	56,8	69,0	65,9
	<b>España</b>	<b>25,6</b>	<b>46,7</b>	<b>45,0</b>	<b>35,6</b>	<b>70,3</b>	<b>53,7</b>	<b>50,7</b>	<b>49,6</b>
	Estados Unidos	57,3	55,0	34,9	30,6	52,2	63,7	74,4	72,4
	Estonia	52,3	43,7	47,2	38,3	60,1	53,2	63,6	52,7
	Finlandia	49,1	35,8	40,5	44,0	67,6	40,3	83,0	71,4
	Francia	28,6	36,3	40,4	33,2	54,8	57,1	69,0	45,2
	Grecia	13,0	41,7	70,2	22,7	59,0	63,6	65,9	38,5
	Hong Kong	56,8	32,4	40,2	39,6	61,5	55,4	63,4	70,8
	Irlanda	45,2	44,9	38,3	31,4	-	56,3	83,1	72,2
	Israel	53,7	41,1	53,5	50,5	42,3	64,2	85,5	53,8
	Italia	28,6	31,2	53,3	27,9	69,2	63,3	69,7	52,3
	Luxemburgo	49,8	40,8	51,4	37,2	45,6	42,1	69,6	45,9
	Países Bajos	54,3	41,2	35,1	34,7	64,2	77,9	60,2	57,3
	Portugal	29,5	42,4	46,1	25,1	77,7	68,8	63,4	68,8
	Puerto Rico	25,1	47,9	31,6	20,9	53,3	21,5	50,5	77,5
	Reino Unido	42,3	48,0	36,2	33,2	-	58,8	77,2	61,1
	Suecia	78,5	35,5	45,4	37,3	48,9	53,6	69,9	62,0
	Suiza	41,4	43,3	36,1	31,3	61,9	38,9	66,0	58,3
Taiwán	26,5	25,2	41,8	36,5	-	73,2	62,2	83,9	



Gráfico 2.20. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de la percepción de oportunidades y autovaloración de conocimientos y habilidades para emprender, 2016

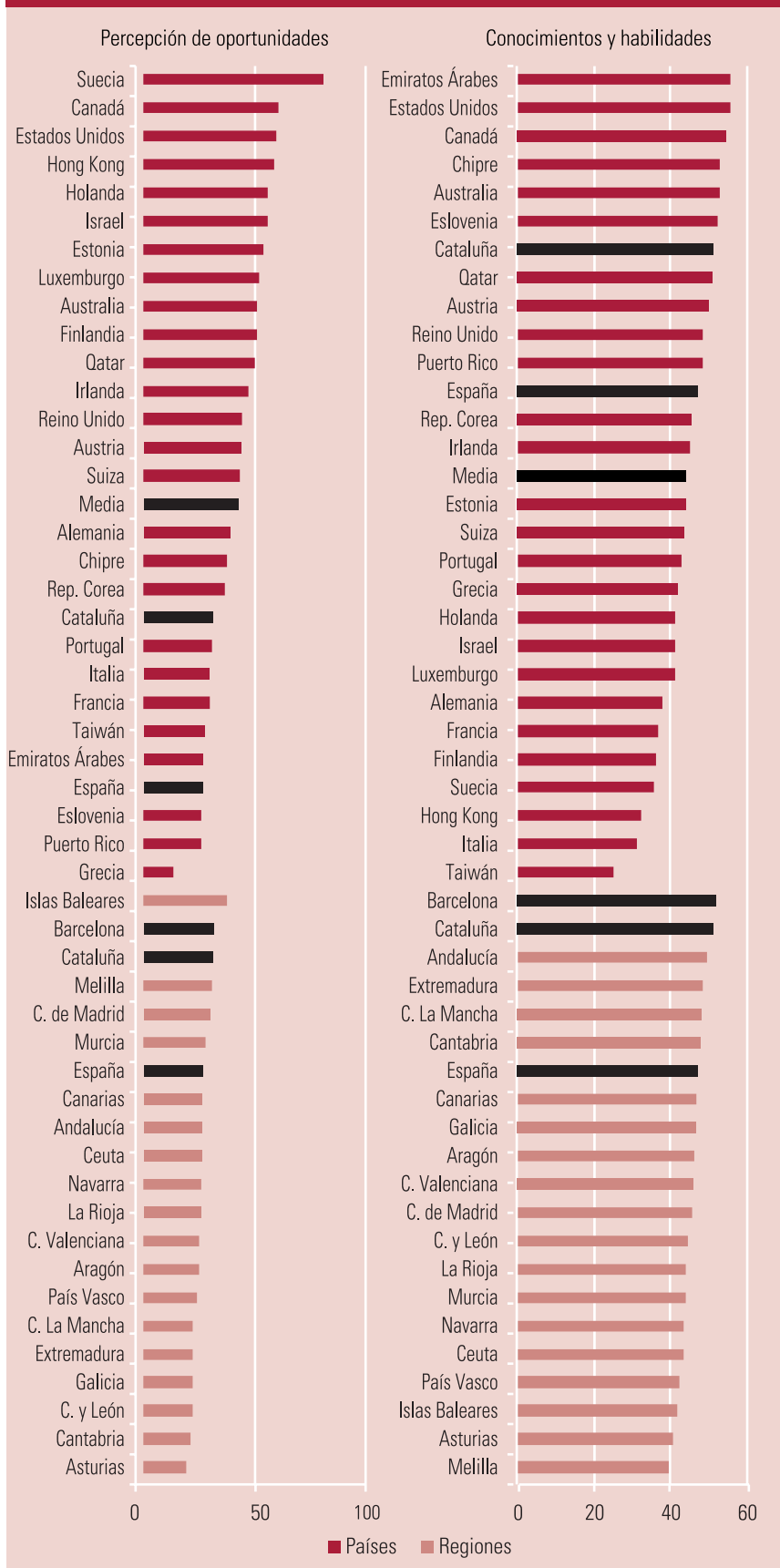
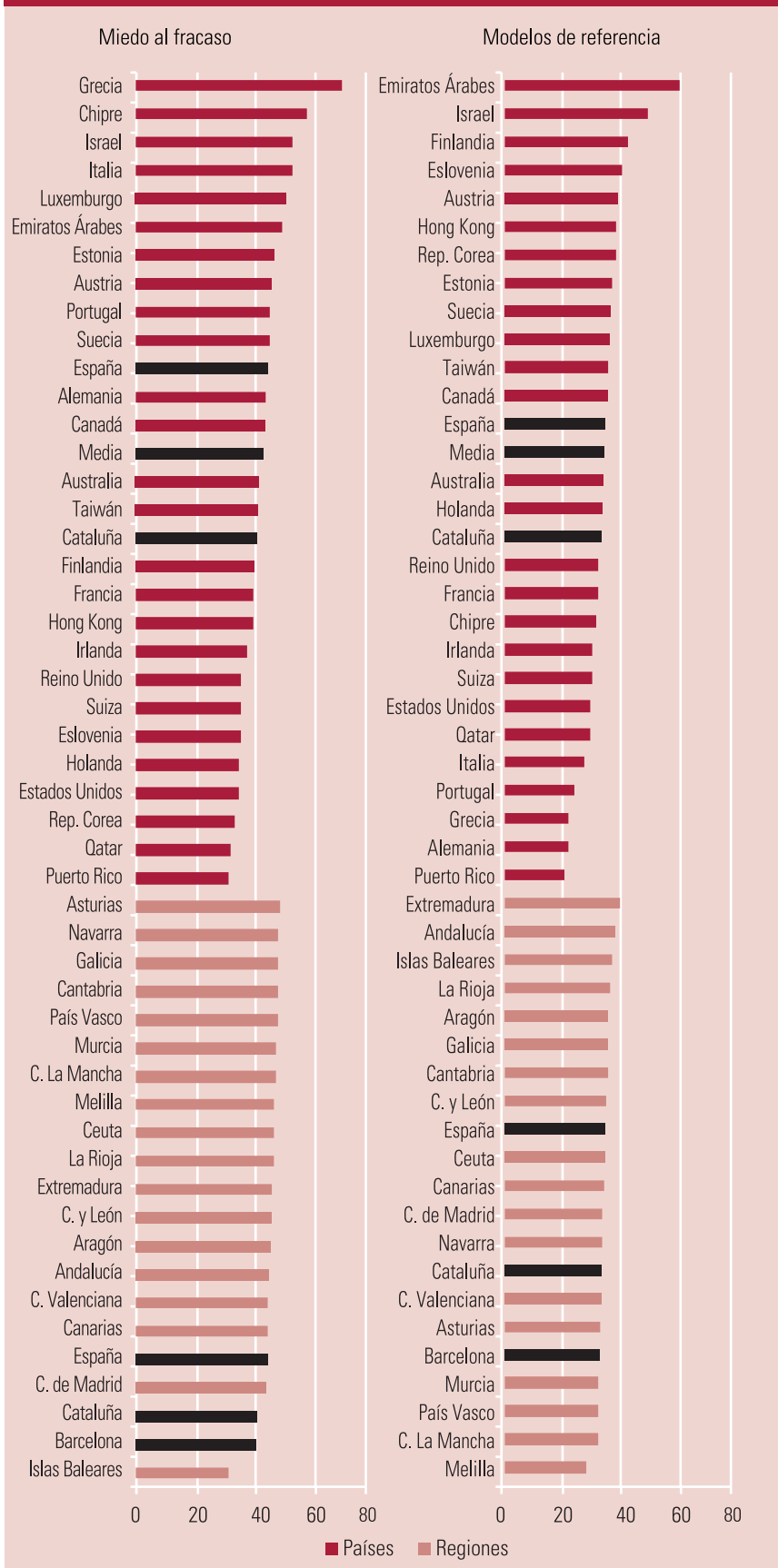


Gráfico 2.21. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia, 2016



### 3. Actividad emprendedora y sus características

#### 3.1. Indicadores del proceso emprendedor

Dada la amplitud del concepto de iniciativa emprendedora y de las dificultades que entraña su medición, el proyecto GEM desagrega el proceso emprendedor en distintas fases: desde la intención de emprender en el futuro próximo hasta la puesta en marcha de un negocio, la gestión de uno ya consolidado o, incluso, el abandono reciente de una actividad empresarial. No obstante, como se verá a continuación al definir el principal indicador del proyecto (la TEA), GEM aboga por identificar la iniciativa empresarial con las primeras etapas del negocio, puesto que acostumbra a ser en éstas sobre las que suelen centrar la atención las medidas de políticas de estímulo a la creación y desarrollo de las empresas.

La conceptualización del proyecto GEM basada en múltiples etapas (Figura 1.3) facilita el análisis de la actividad emprendedora de una economía a través de distintos indicadores dentro del proceso emprendedor:

- El primer indicador lo constituye el porcentaje de emprendedores potenciales o personas de la población adulta (de 18 a 64 años) que han declarado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos 3 años, desarrollado anteriormente en el apartado 2.3.
- El segundo corresponde al porcentaje de emprendedores nacientes (*start up*) o personas adultas implicadas en la puesta en marcha de una empresa durante los últimos 12 meses, en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo, y que han tenido hasta tres meses de actividad efectiva, entendiendo por actividad el pago de salarios, honorarios, beneficios o retribución en especie.
- El tercero es el porcentaje de emprendedores nuevos (*baby business*) o personas adultas que poseen un negocio (del que poseen al menos una parte del capital) y que han pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses.
- El cuarto es la tasa de actividad emprendedora total (TEA: *Total Entrepreneurial Activity*) en fase inicial, que constituye el principal indicador elaborado por el proyecto GEM y corresponde a la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.
- El quinto es el porcentaje de empresarios consolidados o personas adultas que poseen un negocio que ya se ha afianzado en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses.
- Finalmente, el proyecto GEM también ofrece un indicador de abandono de la actividad empresarial medido como el porcentaje de personas adultas que han cerrado o traspasado un negocio en los últimos 12 meses.

Los gráficos 3.1 y 3.2 presentan los indicadores de las diferentes etapas del proceso emprendedor en Cataluña en 2016 según el proyecto GEM.

El índice TEA revela que en 2016 el 6,99% de la población adulta catalana de 18 a 64 años estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial. Por demarcaciones (gráfico 3.3), la TEA de Barcelona es de 7,01%, Girona de 7,93%, Lleida de 6,79% y Tarragona de 6,08%.

La TEA de Cataluña ha aumentado 0,57 puntos respecto a la de 2015, en un contexto de descenso de la estatal (-0,46 pp). El resultado es que la TEA catalana es 1,76 puntos superior a la española (5,23%, gráfico 3.5), aunque todavía un punto menor que la europea (8,09%, Gráfico 3.6) y dos respecto a la de los países basados en la innovación (9,07%, gráfico 3.7).

El incremento de la TEA de Cataluña ha sido resultado de la disminución de los emprendedores nacientes (-0,36 pp) y del aumento de los nuevos (+0,93 pp). Mientras que los emprendedores nacientes son similares

en Cataluña (2,35%) y en España (2,34%), los nuevos son casi dos puntos superiores (4,64% vs. 2,92%). En Cataluña por cada emprendedor naciente, que está poniendo en marcha un negocio, hay casi dos emprendedores nuevos, emprendedores con mayor recorrido realizado y ya con una actividad entre 4 y 42 meses.

El menor número de emprendedores nacentes es coherente con el descenso de la intención de emprender (emprendedores potenciales) que se ha producido en los cuatro últimos años, que, tal y como se ha indicado en el apartado 2.3, puede considerarse una corrección al comportamiento atípico de tuvo este indicador durante los peores años de la crisis (pasó del 4,3% en 2009 al 14,1% en 2012) y que ha vuelto en 2016 (6,24%) a niveles parecidos a los previos a la crisis (la media de 2004-2008 es 6,38%).

Los emprendedores consolidados (iniciativas empresariales de más de 3,5 años) representan el 10,6% de la población adulta de Cataluña, aumentando ligeramente respecto al año anterior (10,0%). Mientras que en España se han reducido (-1,5 puntos), quedando un valor (6,2%) de casi cuatro puntos y medio inferior al de Cataluña.

La suma de las tasas de emprendedores potenciales, en fase inicial y consolidados representa la tasa de población adulta de Cataluña involucrada en el proceso empresarial (24,72%), cifra similar a la de 2015 (23,92%).

La tasa de población adulta involucrada en el proceso empresarial activo (gráfico 3.8), suma de los emprendedores en fase inicial más los consolidados, ha sido de 17,61% (16,42% en 2015).

Después de tres años de descenso, en 2016 el porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial se incrementó, sumando el 1,75% de la población adulta (0,76 pp más que en 2015). Cifra algo superior a la de España (1,59%) y a la media de la serie histórica de Cataluña 2004-2016 (1,59%) e inferior a la de Europa (2,54%) y a la de los países basados en innovación (3,02%). Si se desglosa el tipo de abandono de la actividad, la venta o traspaso representa el 0,35%, que ha descendido 0,2 pp, y el cierre el 1,40%, que se ha incrementado 0,95 pp. En Cataluña el porcentaje de cierres se ha duplicado, siendo el 80% de los abandonos, cifra ésta lejana a los valores atípicos de los dos últimos años (45%) y más cercana a la europea (70%)

La principal razón de los abandonos ha sido que el negocio no era rentable (58,22%), con un peso mayor que en 2015 (42%) y similar al de años anteriores (59% en 2014 y 54% en 2013). La baja rentabilidad, como se apuntaba en otras ediciones, es consecuencia, fundamentalmente, de que son iniciativas que han sido lanzadas en mercados saturados, con excesiva competencia, y en las que la motivación por necesidad tenía mucho peso. A la motivación anterior, que podría ser calificada de fracaso, hay que añadir otras que se atribuyen al abandono voluntario por parte del emprendedor: jubilación (12,83%), venta (6,41%) o que ha encontrado otro trabajo u oportunidad de negocio más atractiva (9,70%). Precisamente esta última puede ser considerada como una salida exitosa, ya que, a menudo, es la red de contactos y habilidades adquiridas en la experiencia emprendedora la que le brindan al emprendedor nuevas oportunidades laborales o de negocio más rentables. El crecimiento de la economía y la mejora del mercado de trabajo han ocasionado que en estos últimos años esta razón haya triplicado su incidencia, pasando del 3% en 2013 a cifras en torno al 10% durante 2015 y 2016.

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

Gráfico 3.1. El proceso emprendedor en Cataluña: tasa de población adulta involucrada en el mismo, 2016

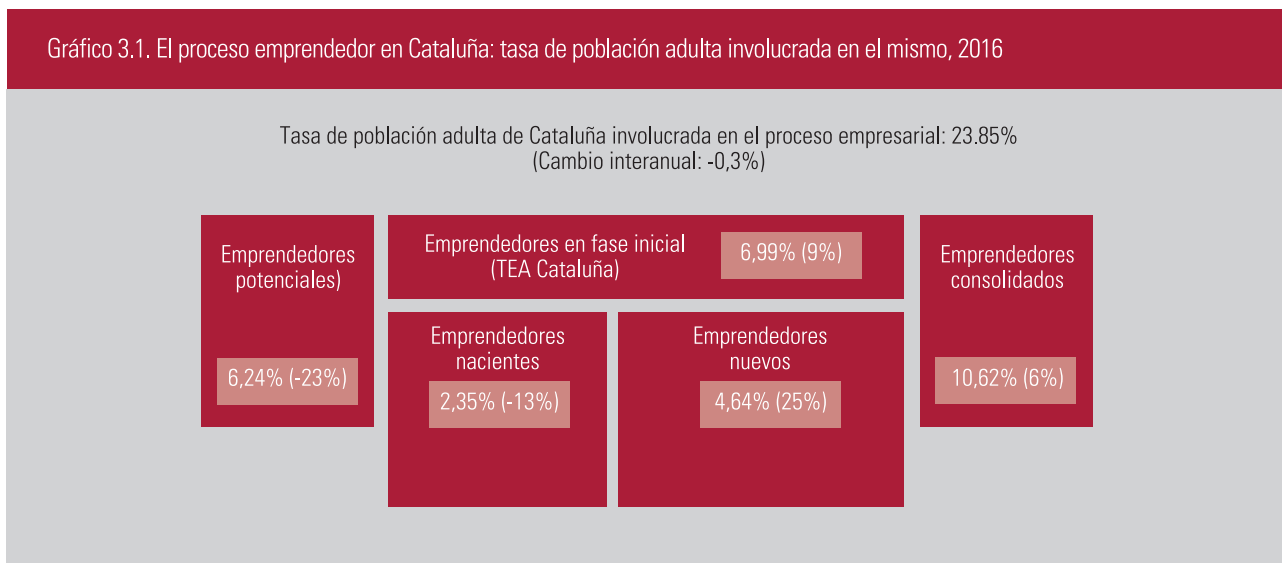


Gráfico 3.2. Abandono de la actividad empresarial en Cataluña, 2016



Gráfico 3.3. El proceso emprendedor en Cataluña, 2016

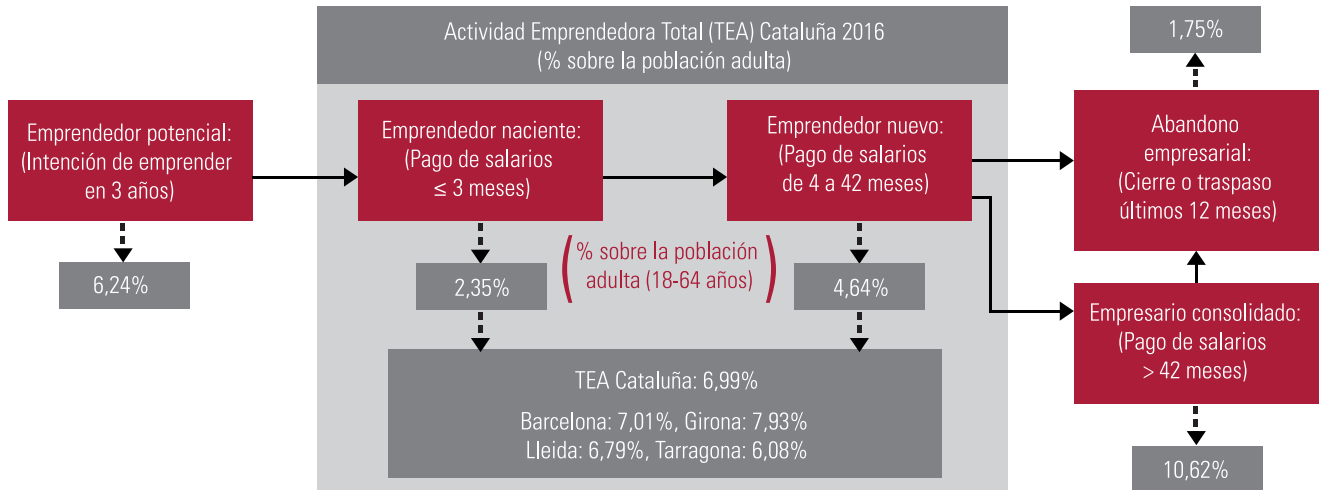


Gráfico 3.4. El proceso emprendedor en Barcelona, 2016

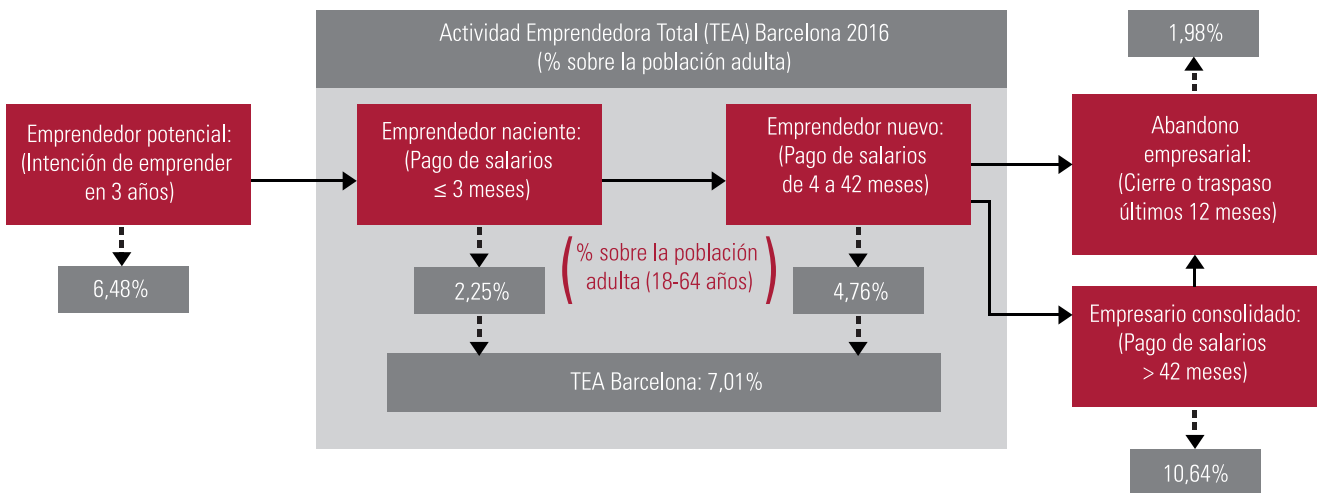


Gráfico 3.5. El proceso emprendedor en España, 2016

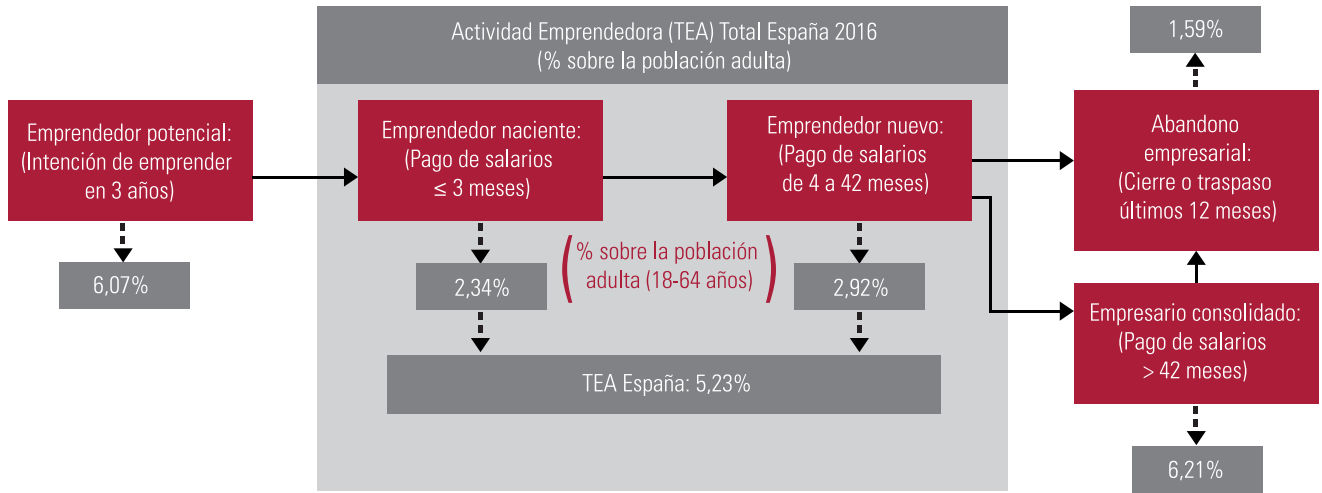


Gráfico 3.6. El proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación, 2016

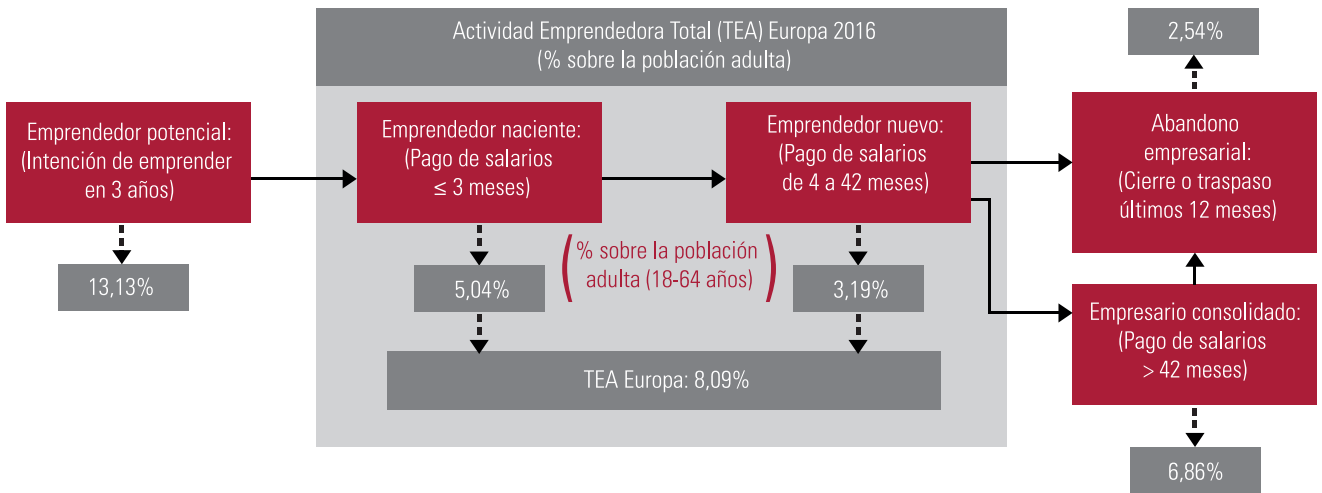


Gráfico 3.7. El proceso emprendedor en Países GEM basados en la innovación, 2016

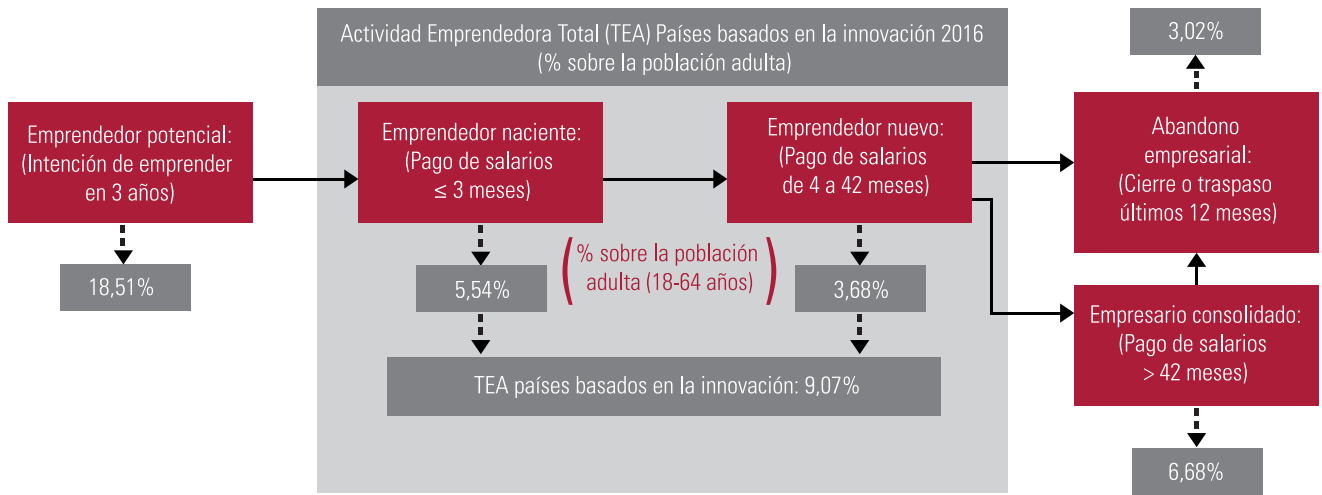


Gráfico 3.8. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales, 2016

Tasa de población adulta de Cataluña involucrada en el proceso empresarial: 23,85% (Cambio interanual: -0,3%)

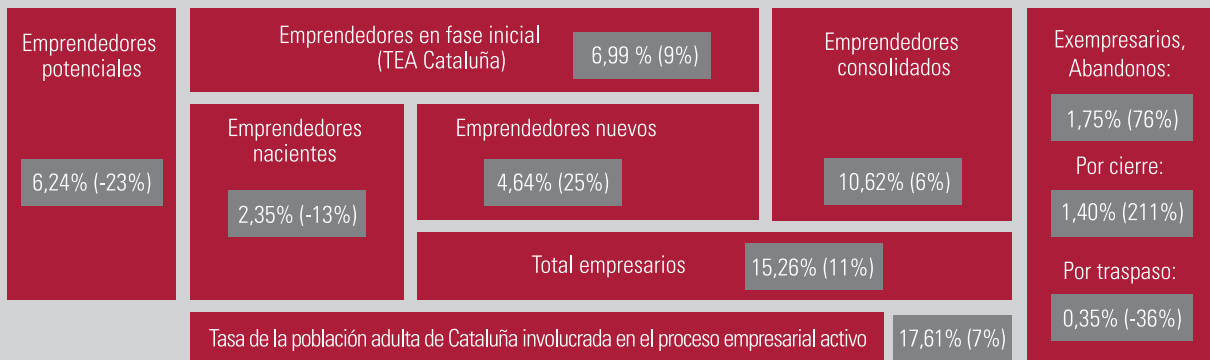




Gráfico 3.9. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales, 2016

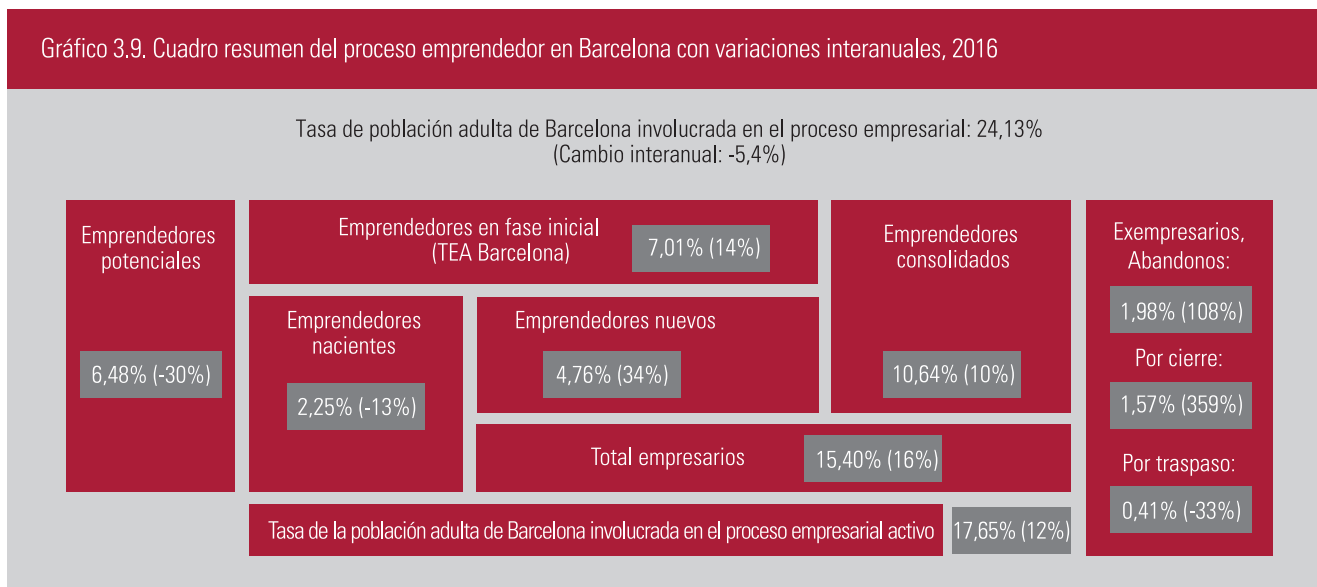


Gráfico 3.10. Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales, 2016



Gráfico 3.11. Cuadro resumen del proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación con variaciones interanuales, 2016

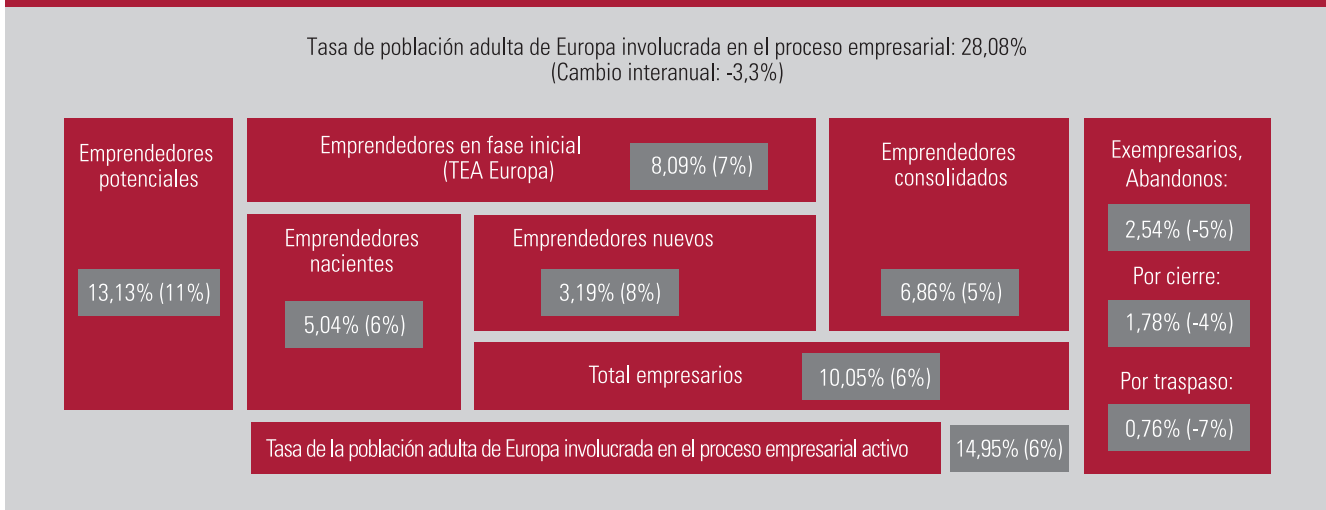
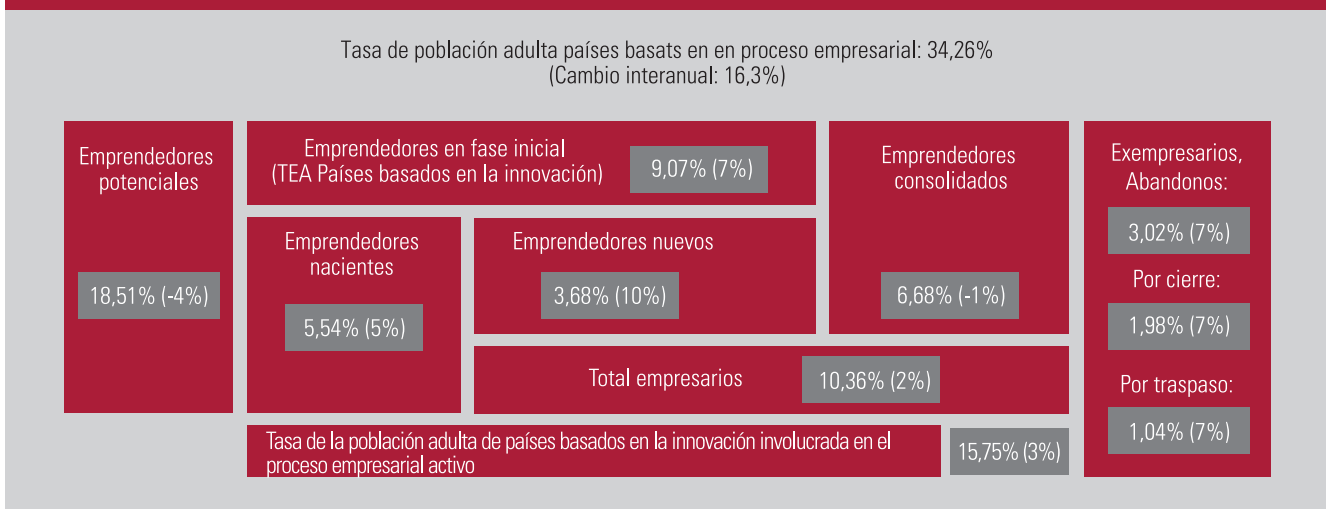


Gráfico 3.12. Cuadro resumen del proceso emprendedor en Países GEM basados innovación con variaciones interanuales, 2016



### 3.2. Dinámica de la actividad emprendedora

En este apartado se presentará y analizará la dinámica emprendedora en estos últimos trece años (2004-2016) desglosando los resultados para Barcelona, Cataluña, España, países GEM de Europa con economías basadas en la innovación y países GEM basados en la innovación.

El gráfico 3.13 muestra como la TEA de Cataluña y Barcelona se ha mantenido siempre por encima de la de España y hasta 2015 también por encima de la de Europa. En 2016 la de Cataluña supera a la de España en 1,7 puntos porcentuales y es 1,1 puntos inferior a la de Europa.

Tras el descenso de 1,1 puntos en 2015, se ha producido en 2016 una recuperación de 0,6. En Barcelona esta recuperación ha sido mayor, de 0,9 puntos, dando lugar a una TEA de 7,01%. Estos incrementos son relevantes especialmente porque se han producido en un entorno en el que la TEA estatal se ha reducido (-0,5 pp).

El aumento de la TEA en Cataluña es el resultado de la disminución de los emprendedores nacientes (-0,4 pp) y del aumento de los nuevos (+0,9 pp). Seguramente las altas tasas de emprendedores nacientes desde el 2011 al 2014 han tenido un efecto diferido en el crecimiento de los emprendedores nuevos en 2014-2016 (gráfico 3.14). El porcentaje de emprendedores nuevos en Cataluña (4,6%) y Barcelona (4,8%) es muy superior al de España (2,9%) y Europa (3,2%). No obstante, es preocupante la cifra de emprendedores nacientes, que es la menor de la serie histórica (a excepción de 2004), y de emprendedores potenciales (6,2%, gráfico 2.16), también la menor desde 2010.

El porcentaje de emprendedores consolidados en Cataluña (10,6%) se ha mantenido casi siempre por encima de España, Europa y países GEM basados en la innovación, situándose estos cinco últimos años en los niveles más altos, en torno al 10%, superando en 2016 (gráfico 3.15) en unos cuatro puntos porcentuales a España (6,2%), Europa (6,9%) y países GEM basados en la innovación (6,7%). Gran parte de la explicación está en el menor tamaño de nuestras empresas, de un tejido empresarial en el predomina el autónomo y la micropyme.

Desde el principio el proyecto GEM medía el fracaso emprendedor mediante la tasa de abandono de un negocio en los últimos 12 meses (dirigido por el emprendedor o autoempleado, aunque sea combinado con otro trabajo), desglosándose ésta desde 2007 entre los que cerraban y los que lo traspasaban. En el análisis longitudinal de estas variables se aprecia una mayor variabilidad en los valores de Cataluña que en los de España y, sobre todo, que en los de Europa. Generalmente en muchos de los indicadores los ciclos en Cataluña se acusan más que el resto de España, tanto en positivo como en negativo, a causa de la diferente estructura económica y del menor tamaño de la muestra. Esto es muy evidente en el gráfico 3.19, especialmente en los últimos 5 años.

Desde 2012 al 2015 el porcentaje de personas que han abandonado una actividad empresarial en el último año no había dejado de disminuir, tendencia que se rompe en 2016 con un incremento de 0,8 pp (gráfico 3.16) debido al aumento de los cierres (+1 pp, gráfico 3.17). La evolución de los cierres en Cataluña en el periodo 2007-2015 (gráfico 3.19) dibujaba una U invertida con el máximo en 2012, siendo el valor de 2015 (0,45%) similar al de 2007 (0,42%), año previo a la crisis, y volviendo en 2016 (1,4%) a valores no tan distantes de los europeos (1,8%). El Gráfico 3.20 presenta el tanto por ciento de los abandonos que cierran el negocio, siendo en Cataluña (80%) algo superior que en España (70%) y Europa (75%).

Ya se señalaba el pasado año que, aunque desde un punto de vista social es deseable tener una tasa de cierre lo menor posible, desde un punto de vista económico la respuesta no es tan sencilla. Las tasas de cierre de Europa (1,78%) o de los países GEM basados en la innovación (1,98%), más altas que las de Cataluña y

España, también pueden ser expresión de regeneración del tejido empresarial. El abandono puede ser porque el emprendedor ha encontrado una oportunidad de empleo más atractiva o porque ha vendido la empresa exitosamente y ello le permite, por ejemplo, lanzar otra (emprendedor en serie). Las iniciativas emprendedoras por necesidad han proliferado durante la crisis, en muchos de los casos como forma de autoempleo. Por un lado, han supuesto flexibilidad; pero, por otro, fragilidad de la estructura empresarial. Muchas son iniciativas de baja calidad empresarial, que operan en mercados maduros con alta rivalidad, pero que se mantienen a pesar de su escasa rentabilidad. En la misma línea están las personas que se han visto abocadas por razones de supervivencia económica a convertirse en falsos autónomos o en TRADE (Trabajadores Autónomos Económicamente Dependientes), que, a menudo, devienen ‘empresarios’ por el temor a perder una oportunidad laboral. Estas pueden ser algunas de las explicaciones de la menor tasa de cierre en nuestro país y de la mayor tasa de personas involucradas en negocios consolidados.

Gráfico 3.13. Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2016

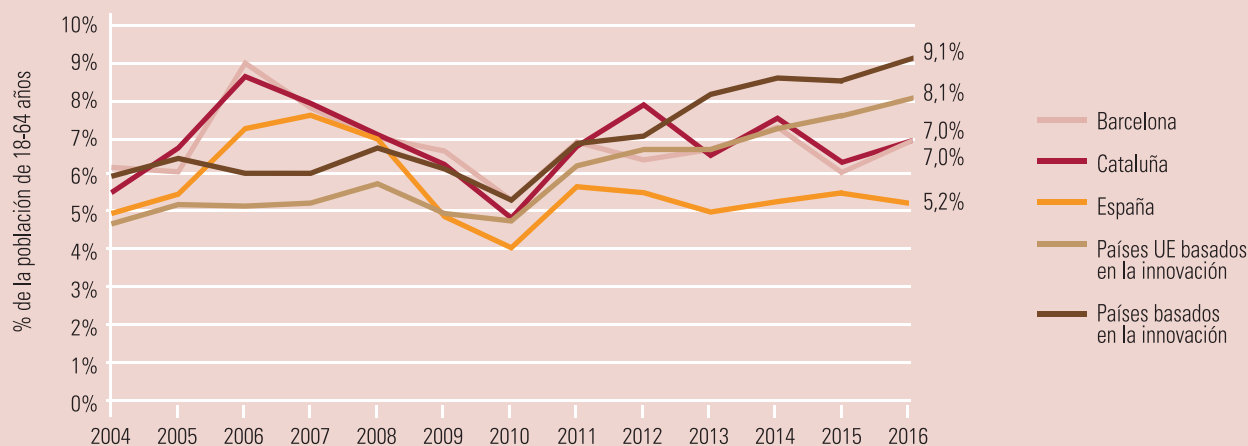


Gráfico 3.14. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos de Cataluña y España, durante el periodo 2004-2016

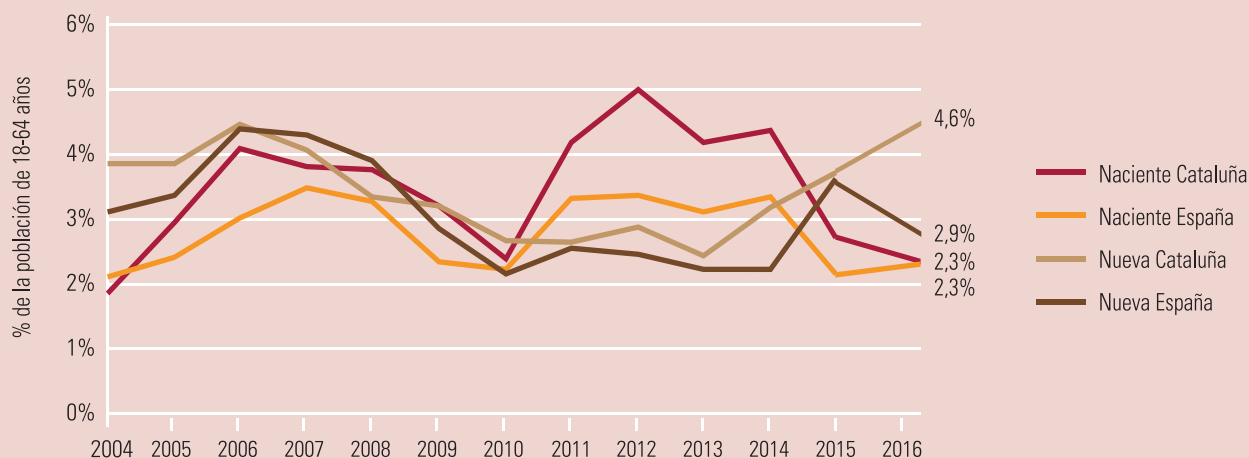


Gráfico 3.15. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2016

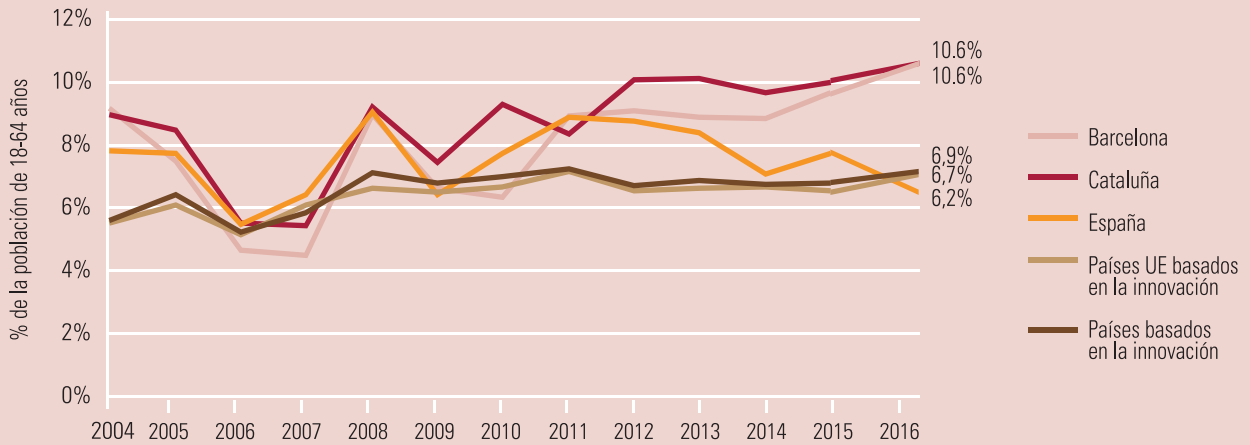


Gráfico 3.16. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2016

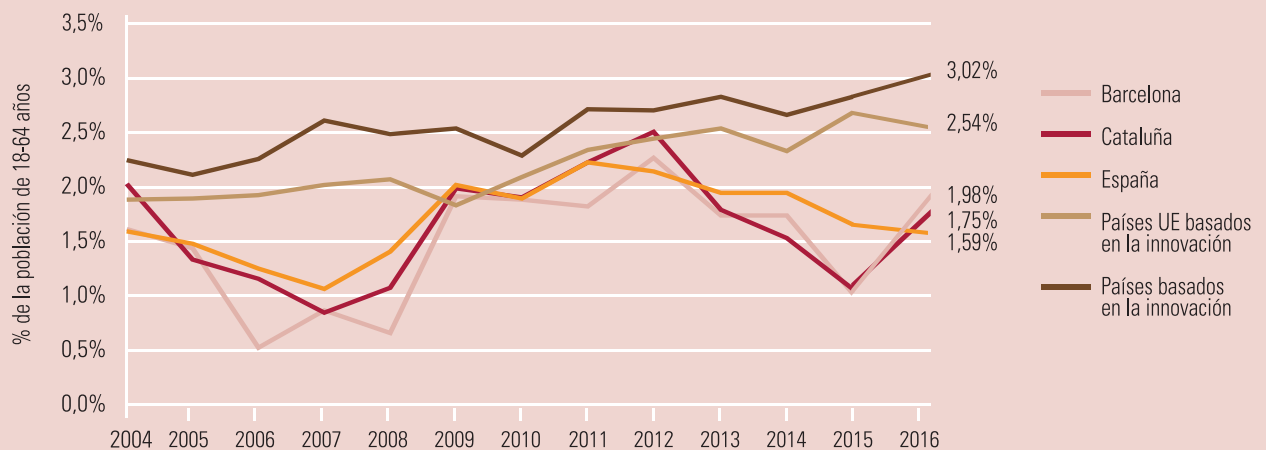
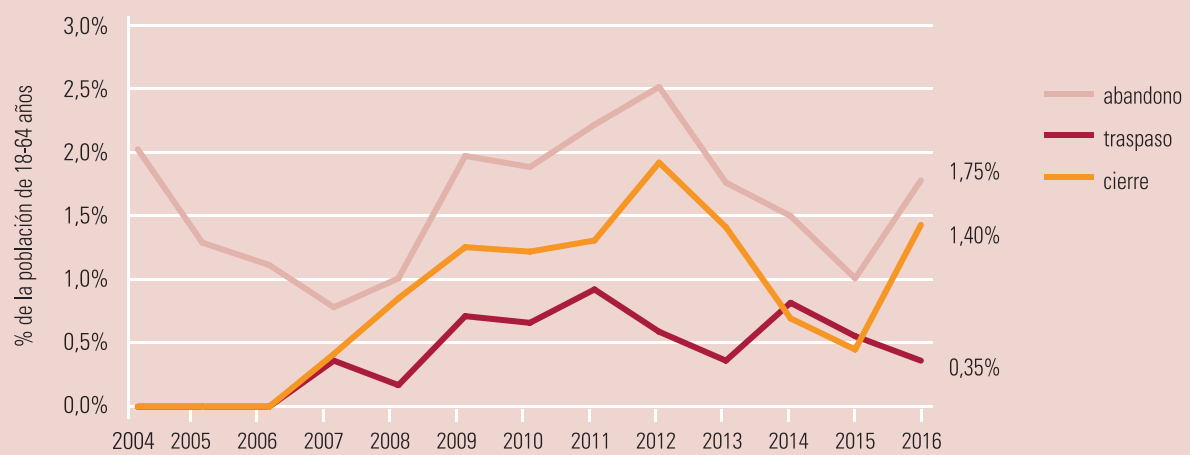


Gráfico 3.17. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cataluña durante el periodo 2007-2016, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) o cierra



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

Gráfico 3.18. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abanMujerdo un negocio en los últimos 12 meses pero que el negocio continúa (traspaso) en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2007-2016

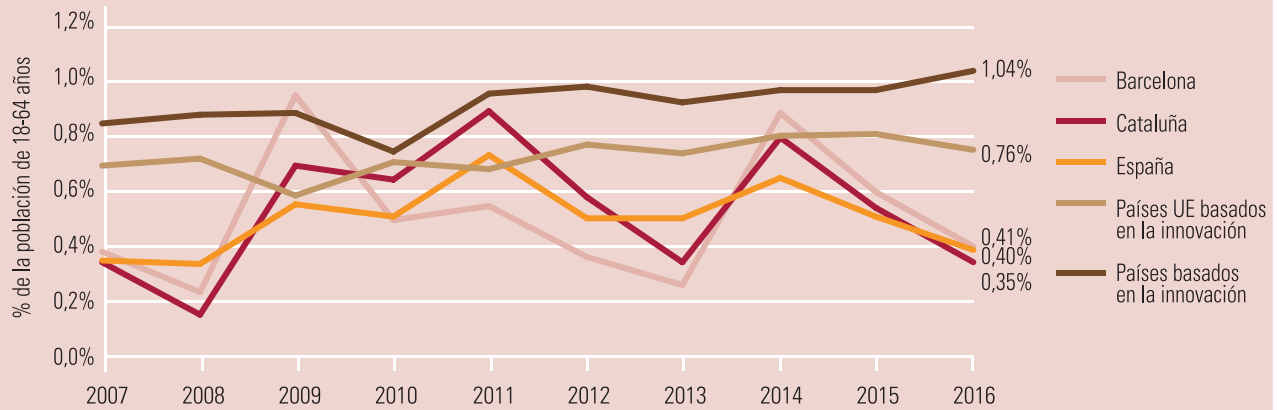


Gráfico 3.19. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2007-2016

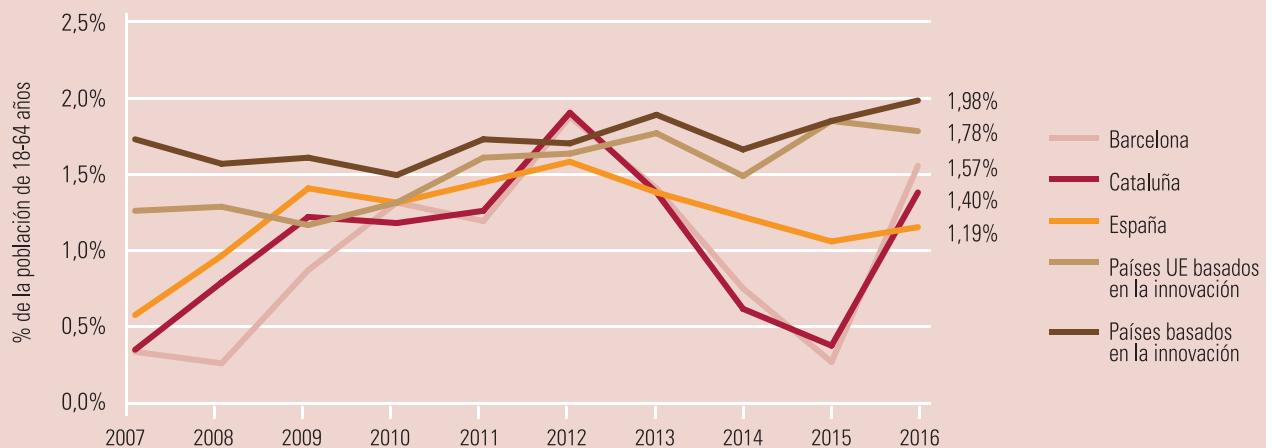
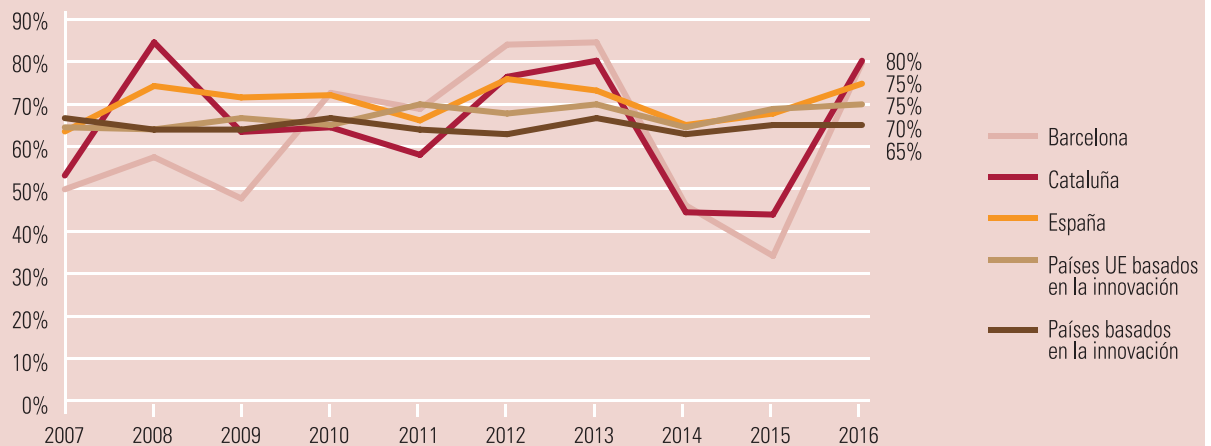


Gráfico 3.20. Evolución del porcentaje de abandonos que cierran en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2007-2016



### 3.3. Actividad intraemprendedora

Como complemento a los indicadores anteriores, que hacen referencia a las iniciativas emprendedoras con la finalidad de poner en marcha un negocio por una persona autónomamente y de manera independiente, en los cuestionarios de 2011 y en los de los últimos tres años se incluyeron una serie de preguntas para analizar el comportamiento emprendedor que se realiza en el interior de las organizaciones existentes de forma proactiva e innovadora por parte de los empleados de dichas organizaciones.

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

El gráfico 3.21 muestra la evolución de la EEA y de la TEA en los dos últimos años en Cataluña, España, Europa y países GEM con economías basadas en la innovación. Mientras que la EEA de éstos en los dos últimos se ha mantenido bastante estable, la de Cataluña y España se ha más que duplicado. La EEA en Cataluña ha sido de 3,2%, con un incremento de 1,7 pp. Sigue siendo superior a España (2,7%), pero casi 2 pp inferior a la de Europa y a la de los países GEM de economías basadas en la innovación. No obstante, las distancias se han reducido considerablemente respecto a estos últimos.

Este incremento de la EEA denota que las empresas catalanas se están dando cuenta de que para crecer orgánicamente y renovarse (vía desarrollo de nuevas empresas, modelos de negocio, productos/servicios o procesos internos) es necesario instaurar la dinámica del intraemprendedor o empresario corporativo. Y, precisamente, una de las necesidades de nuestra economía son empresas de mayor dimensión. Las grandes podrán dedicar más recursos y las pequeñas deberán seleccionar y enfocarlos más, pero, paulatinamente, lo está asumiendo como algo imprescindible.

El gráfico 3.22 muestra la relación existente entre el nivel de desarrollo y la actividad emprendedora de los empleados de los países participantes en el proyecto GEM, que no adopta una forma de "U" como en el caso de la TEA (gráfico 2.23) sino una tendencia creciente. Y el gráfico 3.23 el de las diferentes comunidades autónomas.

Entre los países GEM de economías basadas en la innovación, destaca, por una parte, un grupo de países con tasas de EEA muy altas, por encima del 6%: Australia (9,0%), Austria (7,3%), Catar (6,4%), Estados Unidos (7,0%), Estonia (6,3%), Irlanda (6,2%), Israel (7,3%), Luxemburgo (7,2%), Holanda (7,6%), Reino Unido (7,0%), Suecia (6,1%) y Suiza (6,1%). Y, por otra, un grupo con tasas EEA lejanas a la media (5,1%), inferiores al 3%: Corea (2,3%), Emiratos Árabes (2,2%), España (2,7%), Grecia (1,4%), Italia (2,1%), Portugal (2,4%) y Puerto Rico (1,8%). Cataluña, con 3,2%, estaría en la frontera superior de este grupo.

Gráfico 3.21. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y del que lo ha hecho en el interior de organizaciones existentes (EEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en los años 2015 y 2016

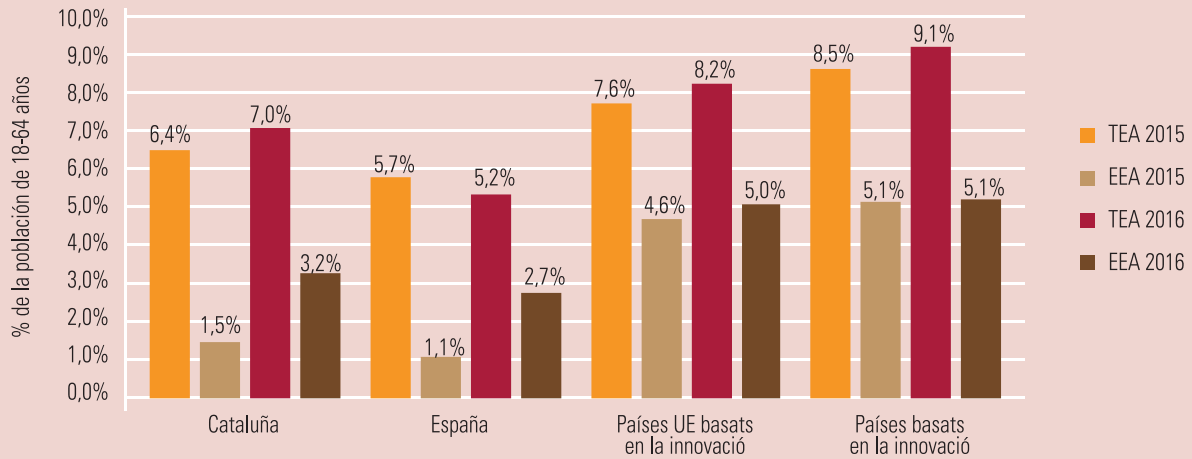


Gráfico 3.22. Relación entre el indicador EEA (2016) de países y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2015)

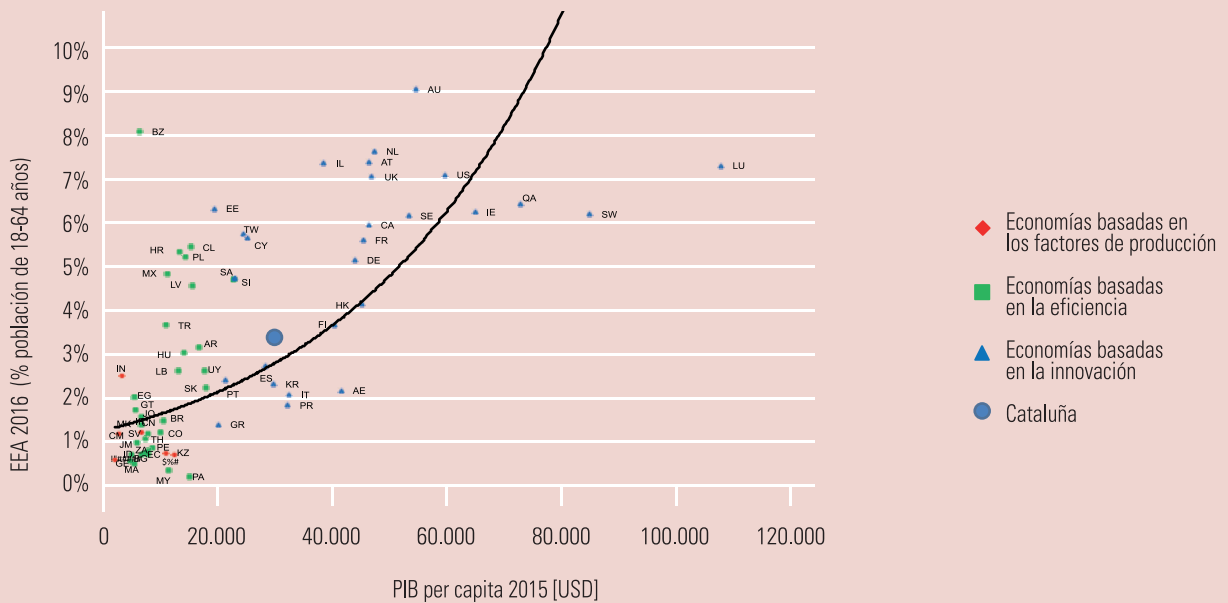
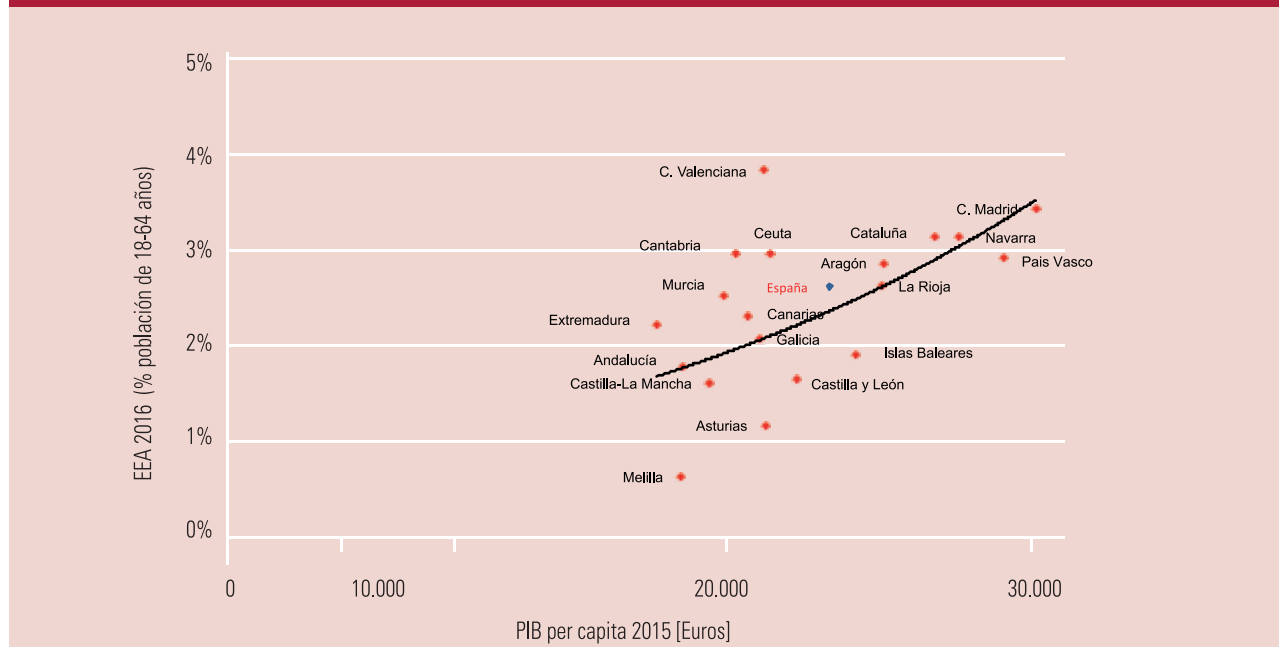




Gráfico 3.23. Relación entre el indicador EEA (2016) de comunidades autónomas y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2015)



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

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

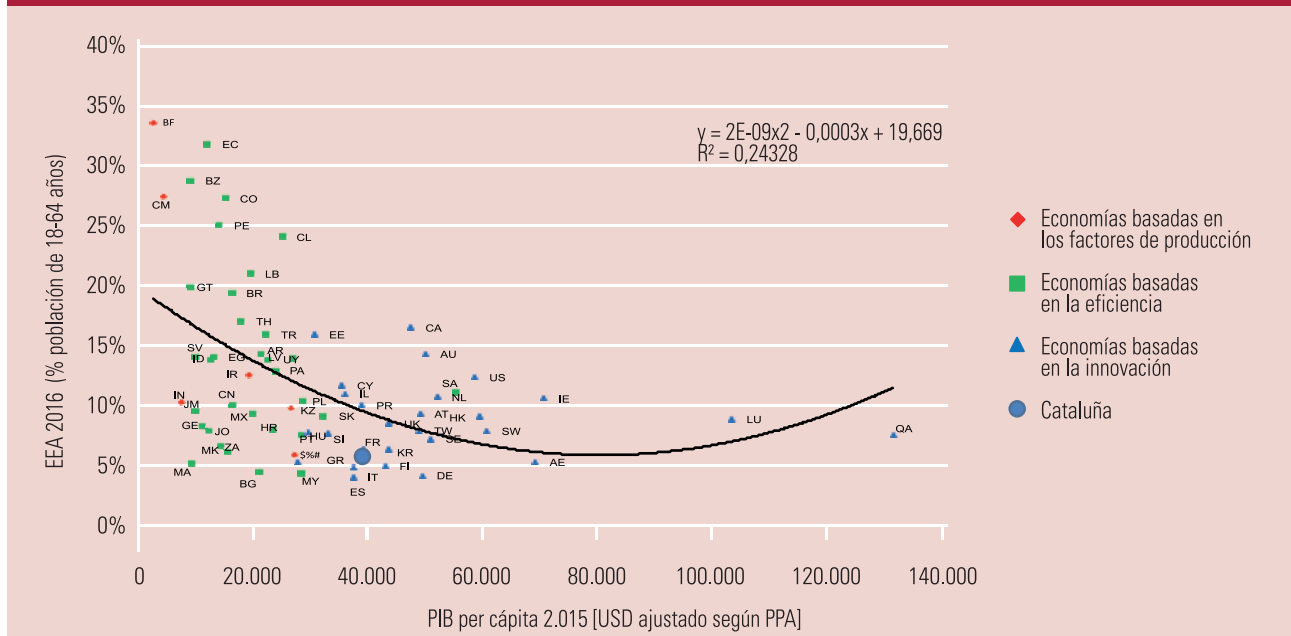
En la tabla 3.1 se puede apreciar que la TEA suele ser mayor cuanto menor es el nivel de desarrollo del país. En los países en vías de desarrollo la población adulta tiene más necesidad de emprender debido a la falta de otras oportunidades, como, por ejemplo, de empleo por cuenta ajena en empresas o en la función pública. En los países de economías basadas en los factores de producción la media es de 16,8%, pasando a 14,2% en los de economías basadas en la eficiencia y a 9,1% en los de economías basadas en la innovación. No obstante, es importante tener en cuenta que el impacto económico del emprendimiento depende más de su calidad que de su cantidad.

El gráfico 3.24 muestra la relación existente entre la tasa de actividad emprendedora y el nivel de desarrollo, medido por el PIB per cápita, de los países participantes en el proyecto GEM, que adopta una forma de "U" con un coeficiente de determinación en 2016 del 0,2433. Se puede apreciar la homogeneidad existente entre los grupos de países según los tres tipos de economías. En las economías basadas en la innovación destacan por encima del 10% las tasas de Canadá (16,7%), Estonia (16,2%), Australia (14,6%), Estados Unidos (12,6%), Chipre (12,0%), Israel (11,3%), Holanda (11,0%), Irlanda (10,9%) y Puerto Rico (10,3%), que son los que 'tiran' de la curva hacia arriba, en contraposición de la mayoría de países europeos. España (5,2%) es la menor junto a Italia (4,4%).

En la comparación autonómica Cataluña y Barcelona aparecen en los primeros puestos en emprendedores nuevos, en emprendedores en fase inicial y en emprendedores consolidados (gráficos 3.25 y 3.26). No obstante, en la comparación internacional con los países GEM de economías basadas en la innovación Cataluña aparece en los últimos puestos en emprendedores potenciales y nacientes.

Si se comparan los datos de Cataluña con los de Europa, se detecta un mayor dinamismo en esta última. Aunque la TEA es bastante similar (un punto menor la catalana), la media de los países GEM de Europa con economías basadas en la innovación más que duplica a Cataluña en emprendedores potenciales (13,13% vs. 6,24%) y nacientes (5,04% vs. 2,35%); es algo más de la mitad en emprendedores consolidados (6,21% vs. 10,62%) y casi la duplica en abandonos (2,54% vs. 1,75%) y en intraemprendedores (5,0% vs. 3,2%). Valores que reflejan comportamientos y estructuras empresariales muy diferentes.

Gráfico 3.24. Relación entre el indicador TEA (2016) y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2015)



Nota: Los valores del PIB per cápita ajustados por partida del poder adquisitivo (PPA) se obtuvieron de la base de datos "World Economic Outlook October 2016" del Fondo Monetario Internacional.

Tabla 3.1. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados, abandonos y cierres de actividad empresarial en 2016 clasificados por tipo de economía

	Emprendedor potencial	Emprendedor potencial	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	
<b>Media</b>	<b>35,2</b>	<b>10,0</b>	<b>7,3</b>	<b>16,8</b>	<b>11,2</b>	<b>6,1</b>	<b>4,0</b>	
Economías basadas en los factores de producción	Burkina Faso	71,9	21,2	13,5	33,5	28,0	8,3	6,3
	Camerún	44,4	17,8	10,9	27,6	15,2	10,9	7,7
	India	19,7	3,9	6,8	10,6	4,6	4,6	1,7
	Irán	46,8	6,9	6,2	12,8	11,6	7,7	4,7
	Kazajstán	23,4	6,9	3,4	10,2	2,4	2,9	2,2
	Rusia	5,0	3,2	3,0	6,3	5,3	2,1	1,5
<b>Media</b>	<b>29,8</b>	<b>8,0</b>	<b>6,5</b>	<b>14,2</b>	<b>8,6</b>	<b>5,0</b>	<b>3,7</b>	
Economías basadas en la eficiencia	Arabia Saudita	25,8	3,7	7,7	11,4	2,3	6,1	3,5
	Argentina	28,8	8,9	5,6	14,5	7,9	5,6	4,3
	Belice	51,7	18,7	10,7	28,8	5,3	12,9	8,5
	Brasil	28,1	6,2	14,0	19,6	16,9	4,6	3,8
	Bulgaria	8,7	2,6	2,2	4,8	6,2	1,9	1,4
	Chile	47,9	15,6	9,3	24,2	8,0	6,4	4,8
	China	26,4	4,4	6,1	10,3	7,5	3,5	2,5
	Colombia	53,0	16,3	11,3	27,3	8,9	8,2	5,3
	Croacia	22,3	6,0	2,4	8,4	4,2	4,3	3,4
	Ecuador	42,7	22,4	11,0	31,8	14,3	9,5	7,2
	Egipto	65,5	8,2	6,6	14,3	6,1	9,1	7,3
	El Salvador	33,5	8,0	6,7	14,3	11,5	6,8	5,2
	Eslovaquia	12,8	6,4	3,2	9,5	6,1	4,2	3,0
	Georgia	15,3	4,6	4,3	8,6	8,6	4,0	3,1
	Guatemala	39,2	12,2	8,6	20,1	9,1	3,6	2,5
	Hungría	18,1	4,8	3,2	7,9	5,5	2,1	1,4
	Indonesia	29,7	3,9	10,4	14,1	15,3	2,3	1,9
	Jamaica	39,6	4,1	5,8	9,9	8,2	5,2	4,1
	Jordania	21,0	4,1	4,6	8,2	2,7	5,6	3,9
	Letonia	22,3	9,7	4,9	14,2	9,5	3,3	2,5
	Líbano	45,9	9,5	12,1	21,2	20,1	7,3	4,5
	Macedonia	26,6	3,4	3,1	6,5	7,2	2,1	1,6
	Malasia	6,4	2,0	2,8	4,7	4,7	1,7	1,5
	Marruecos	37,2	1,3	4,3	5,6	7,5	3,6	3,0
	México	16,1	6,1	3,6	9,6	7,5	3,6	2,4
	Panamá	13,3	8,6	4,7	13,2	4,4	2,6	2,3
	Perú	48,9	19,9	5,7	25,1	6,1	6,1	4,8
	Polonia	23,5	4,6	6,1	10,7	7,1	3,8	3,1
	Sudáfrica	12,4	3,9	3,3	6,9	2,5	4,5	4,4
Tailandia	23,5	5,2	12,6	17,2	27,5	4,5	3,3	
Turquía	36,8	8,9	7,6	16,1	9,4	5,3	3,7	
Uruguay	29,3	10,1	4,2	14,1	7,4	6,1	4,7	
<b>Media</b>	<b>18,5</b>	<b>5,5</b>	<b>3,7</b>	<b>9,1</b>	<b>6,7</b>	<b>3,0</b>	<b>2,0</b>	
Economías basadas en la innovación	Alemania	8,1	2,9	1,7	4,6	7,0	1,6	1,1
	Australia	15,4	8,8	6,2	14,6	11,3	3,5	2,4
	Austria	13,0	6,0	3,7	9,6	8,8	3,3	2,0
	Canadá	21,2	10,0	6,9	16,7	6,8	6,2	3,4
	<b>Cataluña</b>	<b>6,2</b>	<b>2,3</b>	<b>4,6</b>	<b>7,0</b>	<b>10,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,4</b>
	Catar	42,3	4,3	3,6	7,8	3,0	5,1	3,1
	Chipre	20,1	7,6	4,5	12,0	8,2	4,1	2,9
	Corea	28,1	3,7	3,0	6,7	6,6	1,5	0,9
	Emiratos Árabes	49,3	1,3	4,4	5,7	1,9	3,6	1,3
	Eslovenia	14,3	5,1	3,1	8,0	6,7	2,0	1,3
	<b>España</b>	<b>6,1</b>	<b>2,3</b>	<b>2,9</b>	<b>5,2</b>	<b>6,2</b>	<b>1,6</b>	<b>1,2</b>
	Estados Unidos	16,4	8,9	4,0	12,6	9,2	3,4	2,0
	Estonia	21,7	11,6	4,8	16,2	7,8	4,2	2,7
	Finlandia	12,0	4,3	2,7	6,7	7,3	2,0	1,2
	Francia	17,2	3,1	2,3	5,3	4,3	2,1	1,5
	Grecia	9,3	3,2	2,6	5,7	14,1	4,1	3,8
	Hong Kong	19,7	5,0	4,7	9,4	6,1	3,4	2,4
	Irlanda	16,9	7,0	4,4	10,9	4,4	3,1	1,8
	Israel	25,6	7,0	4,4	11,3	4,0	4,4	3,2
	Italia	11,6	2,2	2,2	4,4	5,2	1,2	0,8
	Luxemburgo	18,3	6,4	2,9	9,2	3,2	3,2	2,2
	Países Bajos	10,9	5,7	5,4	11,0	10,2	2,7	2,1
	Portugal	15,9	4,7	3,7	8,2	7,1	1,9	1,2
	Puerto Rico	25,3	8,5	2,0	10,3	1,6	2,5	2,1
	Reino Unido	11,3	5,2	3,7	8,8	6,1	2,3	1,6
	Suecia	10,4	5,8	1,8	7,6	4,5	2,8	2,1
	Suiza	10,9	5,1	3,2	8,2	11,1	1,8	1,3
	Taiwán	28,3	3,6	4,6	8,2	7,7	3,9	1,8

Fuente: GEM España, APS 2016.

Gráfico 3.25. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación), y respecto de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes y nuevos, 2016

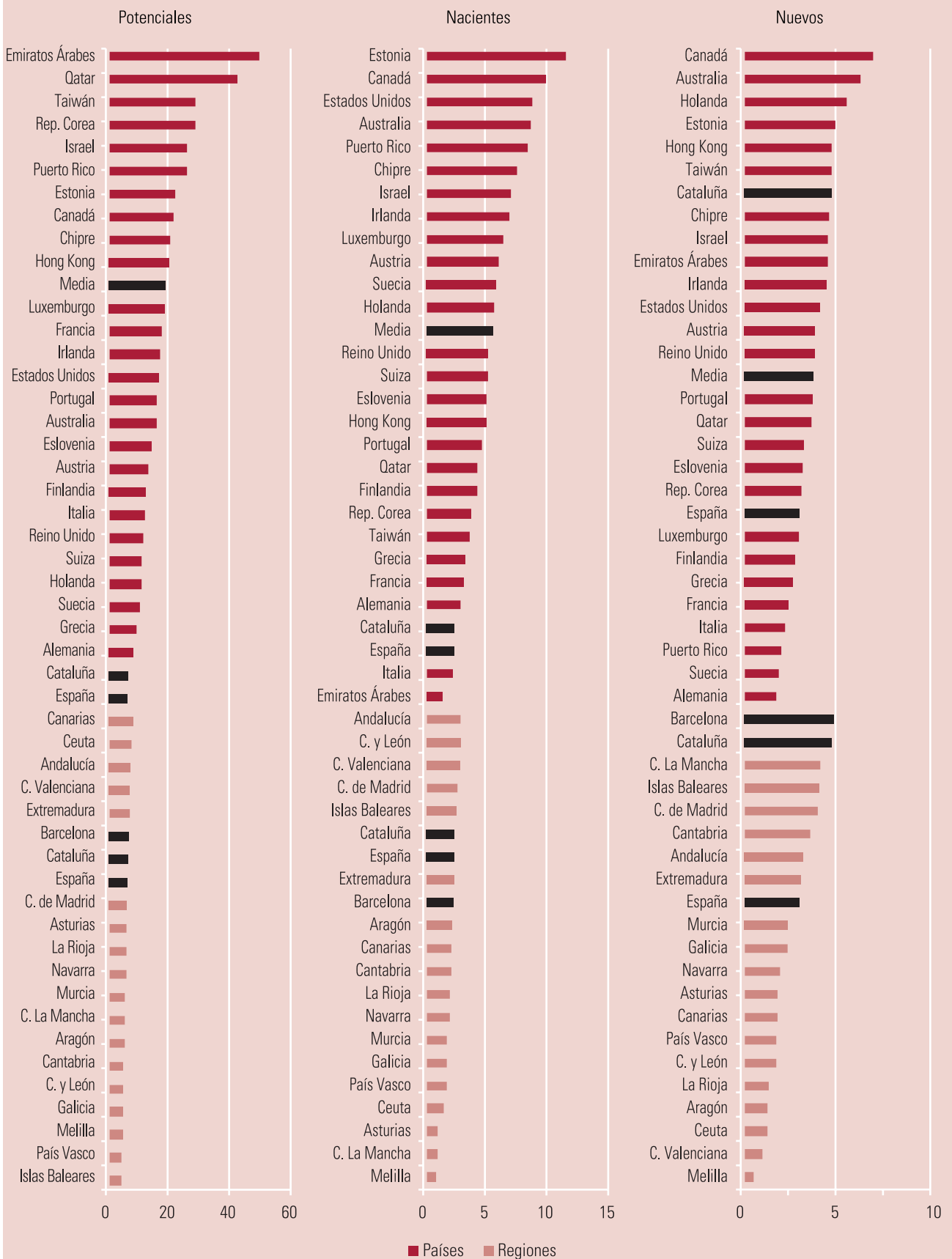
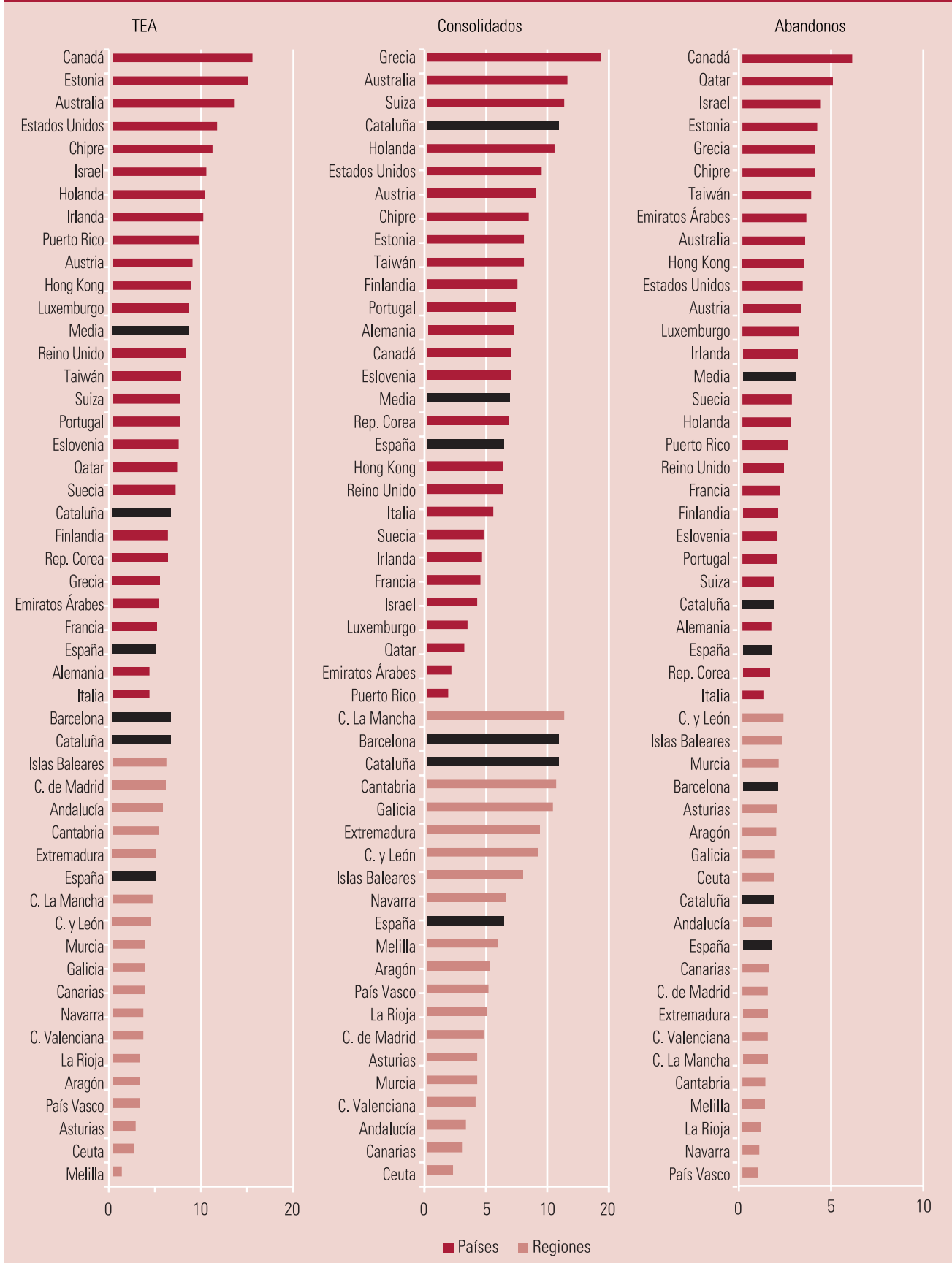


Gráfico 3.26. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación) y respecto de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en abandonos de empresas, 2016



## 4. Perfil del emprendedor y características de la actividad emprendedora en Cataluña

El objetivo de este capítulo es el estudio de las principales características de los proyectos empresariales nacientes o en fase inicial en Cataluña, como son el sector de actividad, la dimensión y crecimiento, el grado de innovación en productos y procesos, la internacionalización, etc. Todos estos factores son importantes para definir el perfil de la actividad emprendedora y entender el potencial que tienen los nuevos negocios en Cataluña para crear empleo, innovar e internacionalizar sus actividades.

No obstante, antes de entrar en el análisis de las características de la actividad emprendedora propiamente dicha, consideramos conveniente estudiar dos características definitorias del perfil del emprendedor: cual es la motivación que ha sido determinante en la decisión de iniciar un nuevo proyecto empresarial y su nivel de formación. En el próximo capítulo se estudiarán otras características relevantes definitorias del perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor: género, edad, nivel de renta, etc. Hemos optado por incluir en este capítulo el análisis de la motivación del emprendedor en fase inicial y su nivel de formación porque en la mayor parte de las investigaciones, artículos y libros sobre este tema se concluye que los principales factores determinantes de las características de un proyecto empresarial, de su éxito y de su calidad son precisamente la motivación y la formación del emprendedor. Así, por ejemplo, una de las conclusiones que se desprenden del estudio de las denominadas empresas gacela o empresas nuevas que muestran de forma sostenible altos niveles de crecimiento en ventas y empleo es que se trata frecuentemente de empresas creadas por personas con un buen nivel de formación y que tienen la percepción de que existe una buena oportunidad de negocio susceptible de ser explotada por medio del proyecto que se va a iniciar. Las mismas características en cuanto a motivación y formación las encontramos en las denominadas empresas *born globals* o empresas de rápida internacionalización desde el momento de su creación.

En este capítulo pretendemos, tal como hemos dicho al principio, estudiar las características de los proyectos empresariales nacientes o en fase inicial que determinan en último término la calidad del emprendimiento en sus dimensiones de potencial de crecimiento, de innovación, de internacionalización, etc. Por ello, parece lógico que empecemos estudiando los dos factores (motivación y formación del emprendedor) que según la mayor parte de las investigaciones son a medio plazo determinantes para explicar la calidad del emprendimiento.

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

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

Tal como dijimos en el apartado anterior, el tipo de motivación no sólo es relevante para explicar la creación, sino que también influye en el crecimiento y desempeño de la nueva empresa. Los trabajos sustentados por las teorías del capital humano y el capital relacional, que estudian de manera multidimensional los determinantes del crecimiento en diferentes países, sugieren que las motivaciones del empresario influyen sobre el nivel de crecimiento del nuevo negocio. Así, la creación por oportunidad, en oposición a la creación por necesidad, constituye uno de los principales determinantes de la probabilidad de crecimiento de la empresa recién creada.

El proyecto GEM Cataluña en 2016 muestra que la mayoría de los encuestados declaran que su principal motivación para la creación de su empresa fue por oportunidad. El porcentaje que representa la motivación por oportunidad es superior en los consolidados, seguidos por los que están en fase inicial y los nuevos y, finalmente, los nacientes (gráfico 4.1). La situación en Barcelona es similar ya que también se observa una preponderancia de la motivación por oportunidad (gráfico 4.2).

Gráfico 4.1. El proceso emprendedor en Cataluña en el 2016 según el motivo para emprender

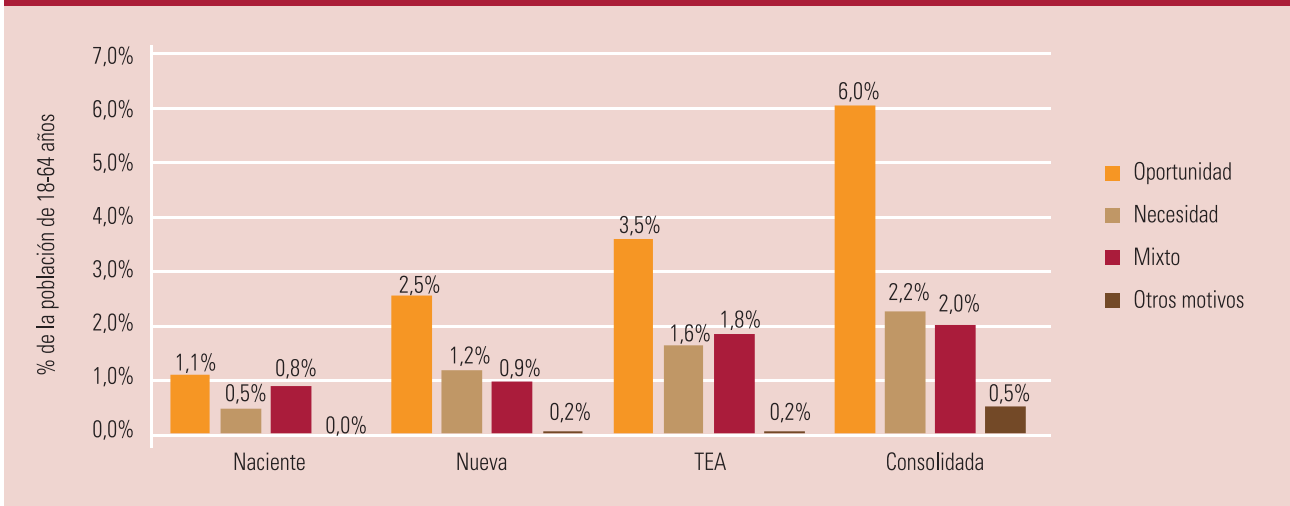
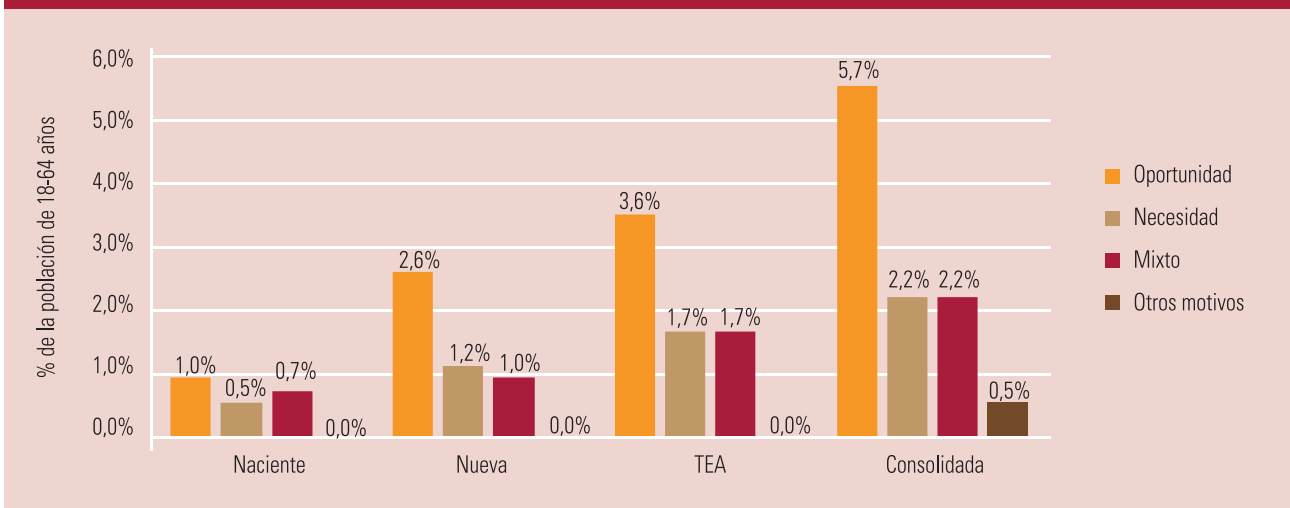


Gráfico 4.2. El proceso emprendedor en Barcelona en el 2016 según el motivo para emprender



Tanto en Cataluña como en Barcelona (gráficos 4.3 y 4.4), un 76% aproximadamente de los emprendedores en fase inicial (TEA) declara que el principal motivo para crear la empresa fue aprovechar una oportunidad de negocio o bien una combinación entre oportunidad y necesidad, que hemos denominado motivo mixto. Un 57% aproximadamente de los que manifiestan que el motivo de la creación de la empresa es por oportunidad o mixto afirman que su principal objetivo es obtener mayor independencia personal y un 34,3% en Cataluña y un 30,6% en Barcelona afirman que es aumentar los ingresos.

Gráfico 4.3. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender, 2016

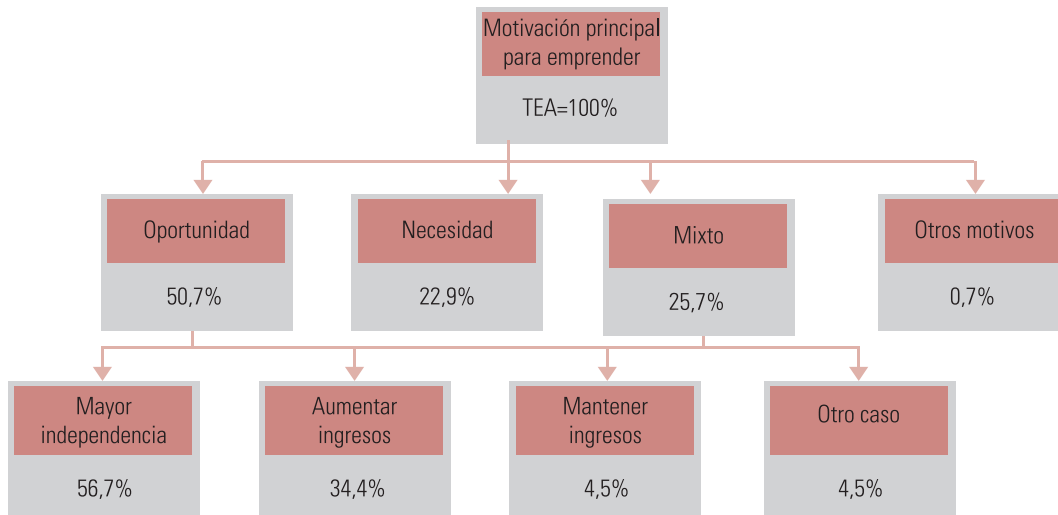
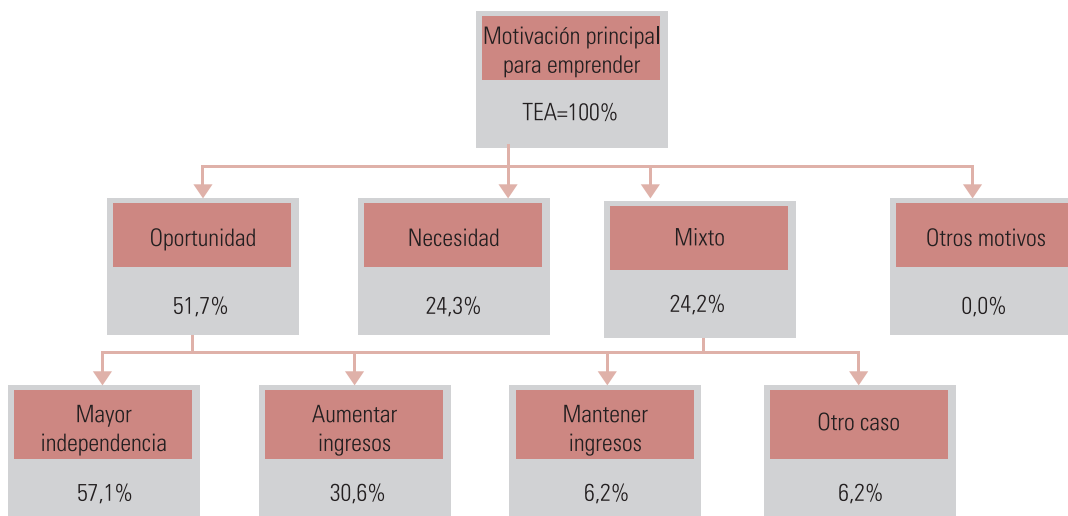


Gráfico 4.4. Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender, 2016

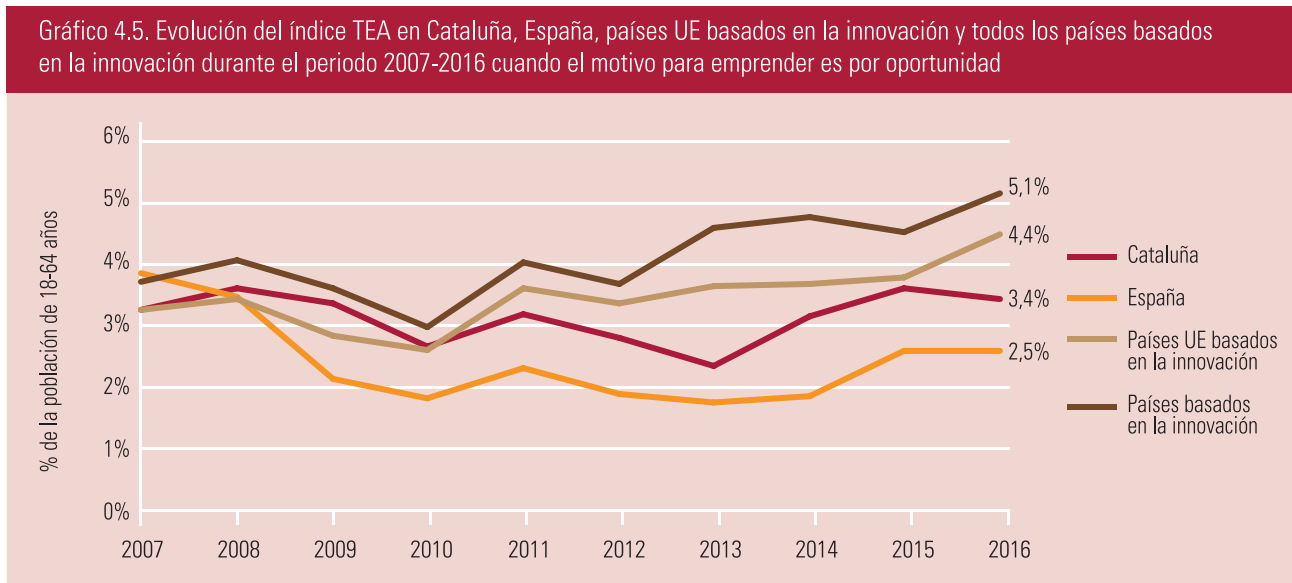


Hasta aquí hemos efectuado un análisis estático que nos permite tener una visión general relativa a Cataluña y Barcelona de los motivos que según los encuestados les impulsaron a crear una empresa propia. A continuación, complementaremos este análisis estático viendo la evolución temporal de estas variables y comparando los valores relativos a Cataluña y Barcelona con los de España, países de la UE basados en la innovación y países del mundo basados en la innovación.

En el análisis que sigue hemos efectuado, en todos los ámbitos temporales y geográficos, un pequeño ajuste metodológico de forma que las respuestas que declaran que el motivo es de oportunidad pero que lo único que pretenden es simplemente mantener sus ingresos actuales las hemos reclasificado dentro del motivo de necesidad.



El porcentaje de población adulta catalana que en 2016 fue identificada como emprendedor en fase inicial (TEA) (7%) se clasifica en el 3,4% motivado por oportunidad, el 1,7% por necesidad, el 1,8% por una combinación de ambas y un 0,1% son emprendedores por otros motivos. En Barcelona la TEA por oportunidad se sitúa también en el 3,4% de la población adulta. Si observamos la evolución de los últimos años de estos índices (gráficos 4.5, 4.6 y 4.7) observamos que en el año 2016 la motivación por oportunidad se mantiene en un nivel muy parecido al del año pasado tanto en Cataluña como en Barcelona. A pesar de la ligera inflexión a la baja los valores de este último año siguen siendo claramente superiores a los de los años de crisis. Los valores de Cataluña y Barcelona siguen siendo casi un punto superiores a los de España y, en sentido contrario, más de un punto porcentual inferiores a los de los países basados en la innovación.



Análogamente, en los gráficos 4.6 y 4.7 puede verse la evolución comparada de la TEA por necesidad y por el que hemos denominado motivo mixto. En el primer gráfico observamos que la TEA por necesidad aumenta ligeramente en Cataluña en este último ejercicio (+0,3 puntos porcentuales) y se mantiene en España y países basados en la innovación. No obstante, su valor sigue siendo inferior al de los años 2012 - 2014. En relación a este motivo, las diferencias entre Cataluña y el resto de países basados en la innovación son muy pequeñas.

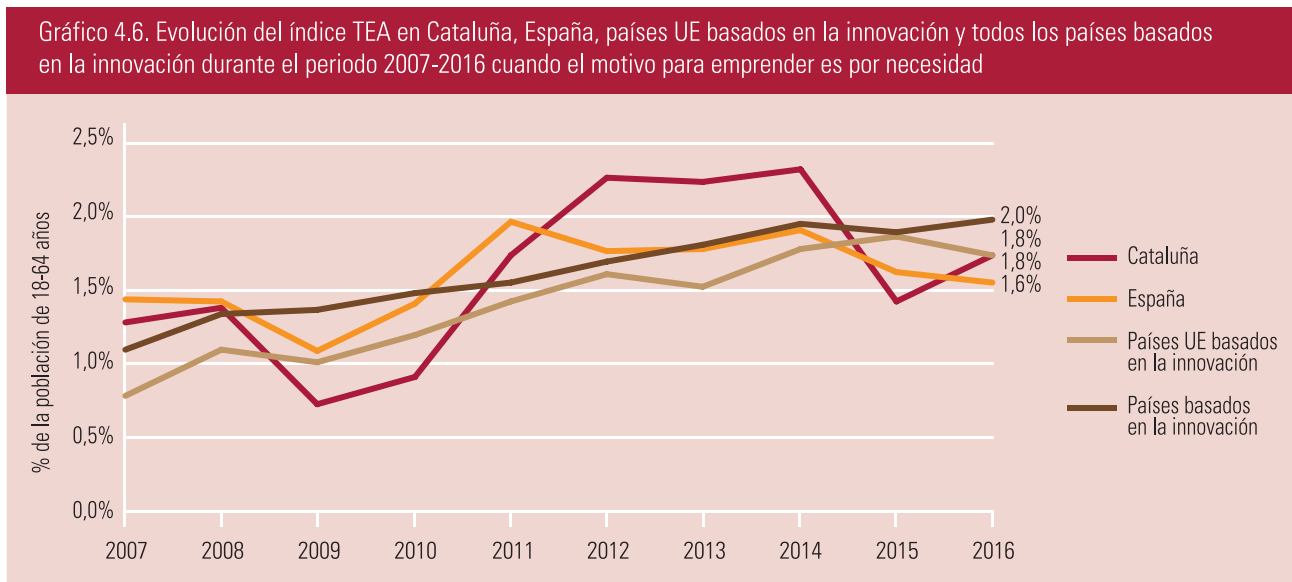
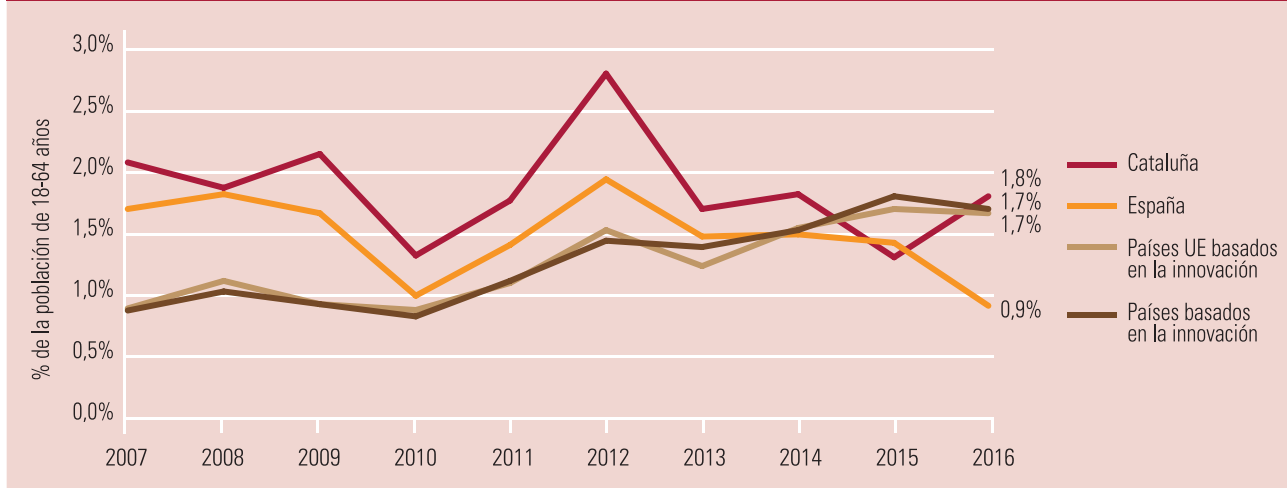


Gráfico 4.7. Evolución del índice TEA en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2007-2016 cuando el motivo para emprender es mixto (oportunidad y necesidad)

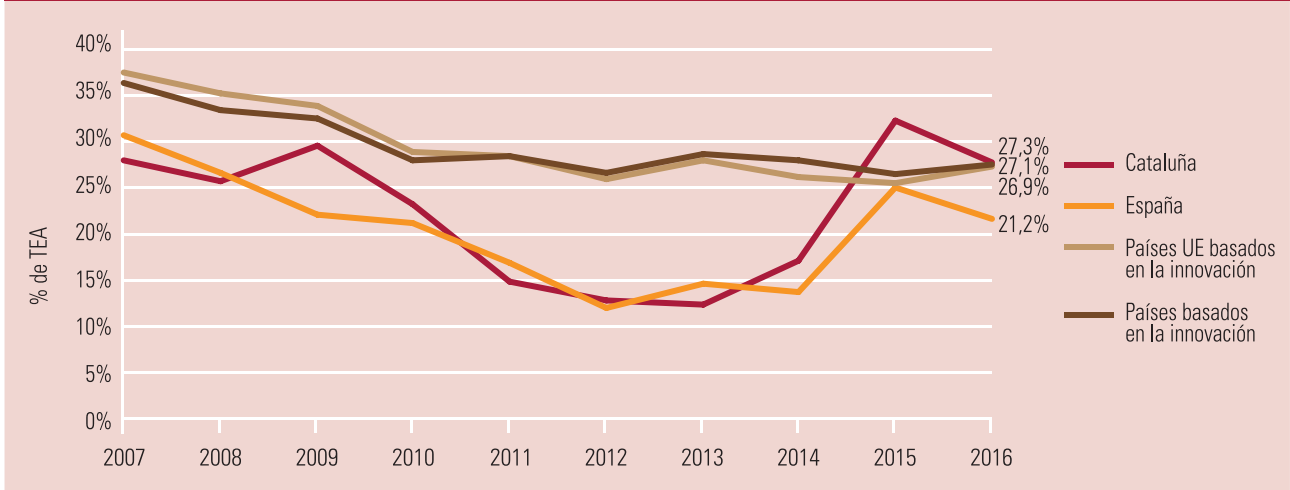


En la evolución histórica de estas variables se aprecia un hecho que ya evidenciamos en el informe anterior correspondiente al 2015. En los años de crisis disminuyó fuertemente la creación de empresas por oportunidad y aumentó en términos absolutos, y aún más en términos relativos, la creación de empresas por necesidad, por falta de posibilidades de acceder a un empleo. Este ciclo claramente perceptible en Cataluña y España es de menor intensidad en el resto de países basados en la innovación. En los dos últimos ejercicios este patrón cambia de signo observándose un claro aumento en términos relativos del emprendimiento por oportunidad si bien este, aun siendo superior a España, se mantiene aun en Cataluña y Barcelona por debajo del correspondiente a los países basados en la innovación.

En suma, se puede decir que a pesar de la ligera inflexión a la baja del emprendimiento por oportunidad, en este último ejercicio se mantiene la tendencia manifestada en el anterior de disminución del peso relativo de la creación de empresas por necesidad en Cataluña: hay una menor proporción de emprendedores catalanes en fase inicial que se ven obligados a crear su negocio porque no tienen otras alternativas. Los resultados en Barcelona están en la misma línea que los de Cataluña. En ambos casos, la tendencia creciente del emprendimiento por necesidad que se observó durante la crisis no solo se ha frenado, sino que incluso está revirtiendo, tal y como se ha apuntado en el capítulo 2 de este informe.

Al desglosar las razones dadas por los encuestados para la creación de empresas por oportunidad se puede apreciar que continúa creciendo la proporción de emprendedores motivados por una mayor independencia, llegando a alcanzar un 27,3% del total (gráfico 4.8). Este porcentaje está muy por encima del que se observó en los años de crisis y se sitúa en los niveles de hace diez años, con valores parecidos a los de los países basados en la innovación y superiores a los de España.

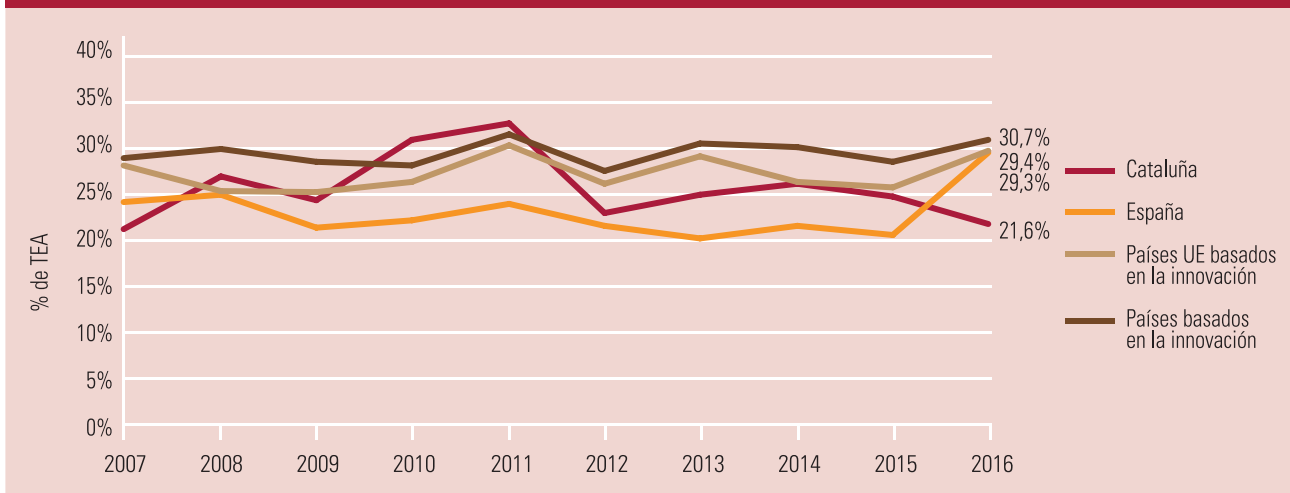
Gráfico 4.8. Evolución del % que sobre la TEA tiene, en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en 2007-2016, el motivo de tener más independencia personal



Nota: Los valores correspondientes a Barcelona y Cataluña no coinciden con los de los gráficos 4.3. y 4.4. porque en éste el porcentaje es sobre el total de emprendedores en fase inicial (TEA) y en aquellos el porcentaje es sobre los TEA por oportunidad.

Contrariamente a lo expuesto en el párrafo anterior, el porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) que manifiesta que el principal motivo para emprender por oportunidad es obtener más ingresos sigue en niveles parecidos a los de hace diez años y ligeramente inferiores a los de los años de crisis y también inferiores a los de España y demás países basados en la innovación.

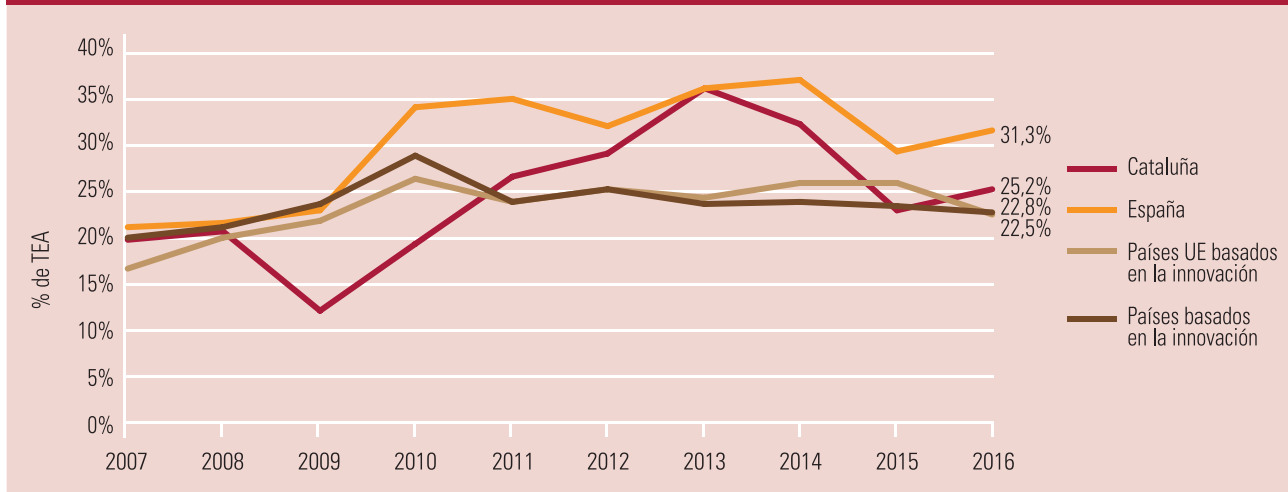
Gráfico 4.9. Evolución del % que sobre la TEA tiene, en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en 2007-2016, el motivo de obtener más ingresos



Nota: Los valores correspondientes a Barcelona y Cataluña no coinciden con los de los gráficos 4.3. y 4.4. porque en éste el porcentaje es sobre el total de emprendedores en fase inicial (TEA) y en aquellos el porcentaje es sobre los TEA por oportunidad.

Finalmente, en el gráfico 4.10 vemos la evolución del porcentaje de los emprendedores en fase inicial que manifiestan que el motivo para emprender es por necesidad, es decir, por falta de oportunidades para acceder a un empleo mínimamente satisfactorio. Aquí observamos desde otra perspectiva la disminución en los dos últimos años del peso de la motivación por necesidad en Catalunya, la cual queda seis puntos por debajo de España y más de dos puntos por encima de los países basados en la innovación.

Gráfico 4.10. Evolución del % que sobre la TEA tiene, en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en 2007-2016, el motivo de emprender por necesidad

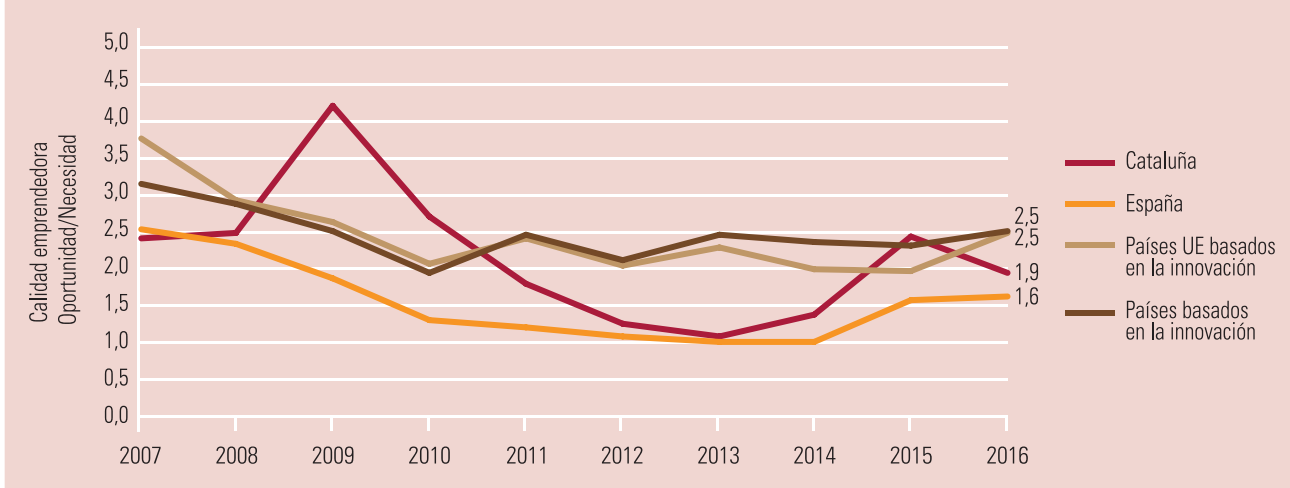


Nota: Los valores de 2016 para Cataluña y Barcelona no coinciden con los de los gráficos 4.3. y 4.4. porque en estos se incluye dentro del motivo necesidad la respuesta de que no aspira a obtener más ingresos.

El gráfico 4.11 sintetiza a través de un único indicador lo que hasta aquí hemos expuesto sobre el peso y evolución de las motivaciones para emprender. Este indicador es precisamente la ratio entre la motivación por oportunidad y la motivación por necesidad, prescindiendo tanto de las respuestas de los que no contestan a esta cuestión como de los que lo hacen de forma poco precisa dando como motivo una combinación de ambas. En lo que a Barcelona y Cataluña se refiere en el análisis de este gráfico es aconsejable prescindir de los valores de los años 2009 y 2010 por estar notoriamente sesgados. Aquí vemos de forma sintética que en los peores años de la crisis (2011-2014) la ratio Oportunidad/Necesidad disminuye fuertemente por las razones expuestas en este capítulo y en el segundo. En el 2015 se recuperan los valores del 2007 y en el 2016 se observa una cierta inflexión a la baja que por comparación con lo que sucede en España atribuimos más a errores muestrales que a un cambio de tendencia genuino. Vale la pena recordar al leer el apartado 4.3. de este capítulo que el mismo sesgo que observamos aquí en relación a los datos de Catalunya 2016, se observa allí en muchos de los indicadores estudiados.

Tal como puede verse en el gráfico 4.11, la ratio Oportunidad/Necesidad correspondiente a Cataluña es normalmente superior a España e inferior, con la excepción del 2015, a la de los países basados en la innovación. Dicho de otra forma, en los dos últimos ejercicios aumenta fuertemente en Catalunya el peso de la motivación por oportunidad que se mantiene por encima de España y por debajo del resto de países basados en la innovación. De acuerdo con lo expuesto al principio de este capítulo, si esta tendencia se mantiene es previsible que en unos años se observen mejoras en la calidad del emprendimiento que vendrán de la mano de la mejora de los aspectos motivacionales glosada en este apartado.

Gráfico 4.11. Evolución de la ratio Oportunidad/Necesidad como indicador de la calidad emprendedora en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2007-2016



Finalmente, la evolución del índice TEA en Cataluña durante el periodo 2007-2016 según el motivo para emprender y la fase del proceso emprendedor muestra que el aumento de la creación por oportunidad que se dio en 2015 se produce en los emprendedores nuevos y consolidados (gráficos 4.12 y 4.13) y que en el 2016 se mantiene a pesar de observarse una leve inflexión a la baja.

Gráfico 4.12. Evolución del porcentaje sobre la población adulta de Cataluña en 2007-2016 que tiene el motivo de emprender por oportunidad, según la fase del proceso emprendedor

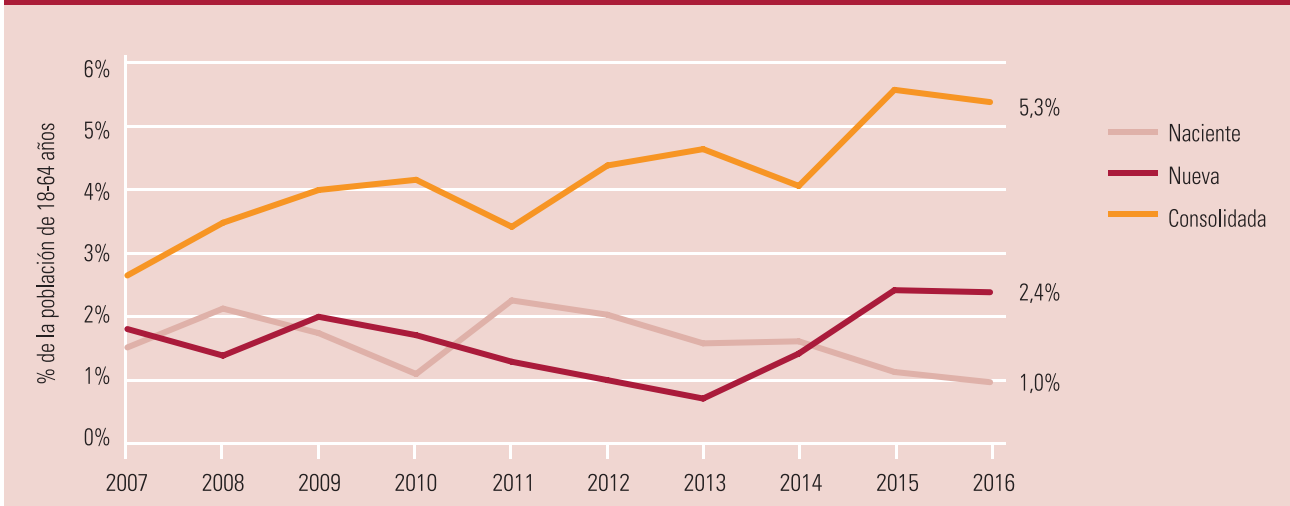
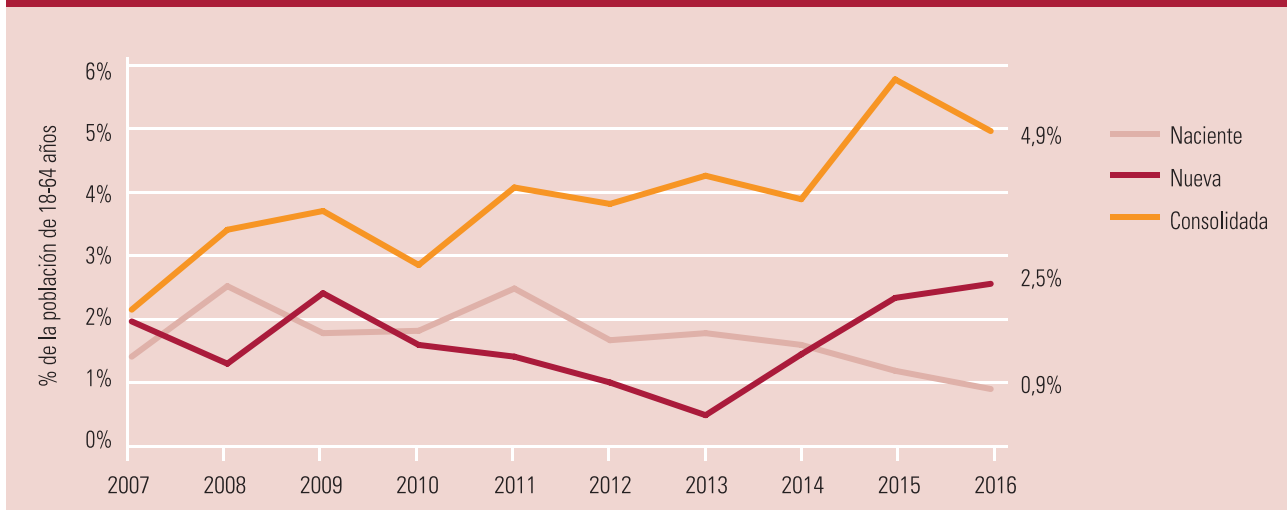


Gráfico 4.13. Evolución del porcentaje sobre la población adulta de Barcelona en 2007-2016 que tiene el motivo de emprender por oportunidad, según la fase del proceso emprendedor

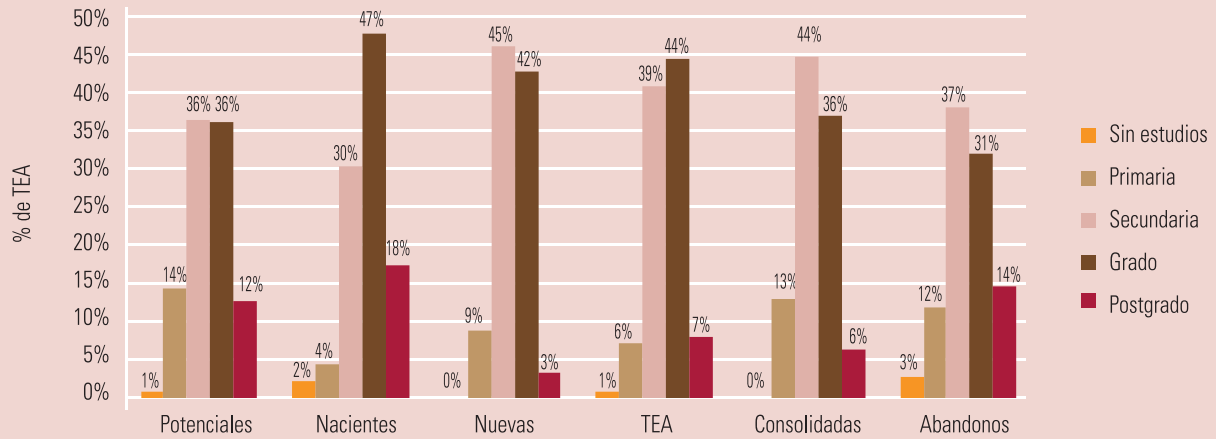


## 4.2. Nivel de formación del emprendedor

Tal como se ha indicado al comenzar este capítulo, y en sintonía con los resultados de las investigaciones disponibles, el proyecto GEM considera la educación formal del emprendedor un componente clave de su capital humano y, por extensión, de la calidad del emprendimiento. Las investigaciones señalan que en entornos con información incompleta, como suele suceder al crear una nueva empresa, el nivel de estudios tiene un valor importante como señal de habilidad productiva (Riley, 2002). El conocimiento previo adquirido desempeña un papel muy relevante en el buen desarrollo del proyecto del emprendedor, siendo de gran utilidad para identificar y valorar oportunidades de negocio (Shepherd y Detienne, 2005; Haynie et al., 2009) y para adaptarse a nuevas situaciones (Weick, 1996). Ello justifica la importancia de la educación como factor clave del desarrollo empresarial, sobre todo en el momento de puesta en funcionamiento de una empresa, donde la incertidumbre es elevada. Pero no sólo es relevante en el momento de la puesta en marcha, también lo es en la orientación al crecimiento (Colombo y Grili, 2009) o a la innovación (Koellinger, 2008; Ucbasaran et al., 2008).

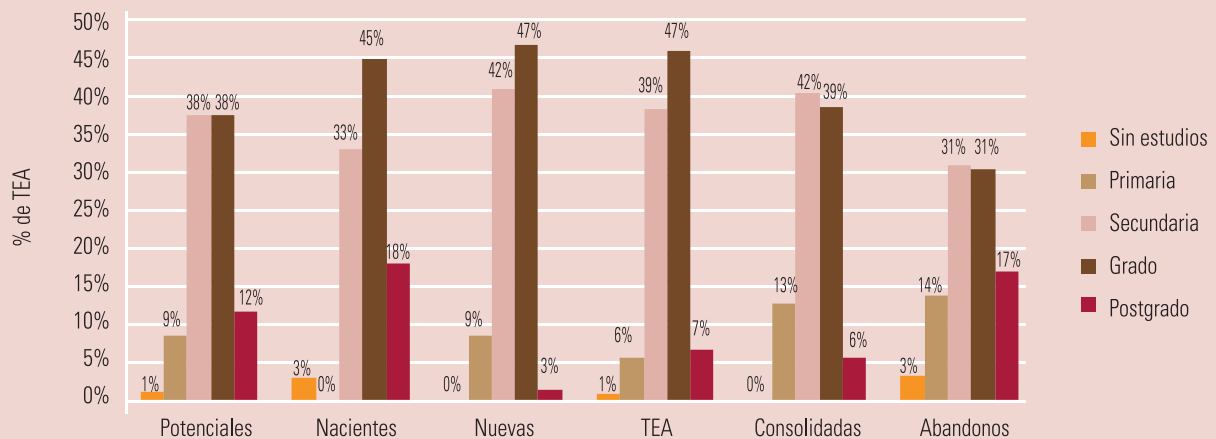
En los gráficos 4.14 y 4.15 puede verse para Cataluña y Barcelona cómo se distribuyen los distintos grupos de emprendedores según su nivel de educación. De acuerdo con los resultados del GEM para Cataluña, en 2016 los emprendedores en fase inicial (TEA) y, especialmente, los nacientes muestran unos niveles de formación superiores a los potenciales, los consolidados y los abandonos. Así, más de un 90% de los empresarios en fase inicial tienen estudios secundarios o superiores y más de un 50% estudios de grado o de postgrado, alcanzando estos porcentajes en el caso de los empresarios nacientes el 93,6% y el 63,8% respectivamente. En el caso de los empresarios potenciales y abandonos estos porcentajes son diez puntos inferiores a los TEA.

Gráfico 4.14. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña, 2016



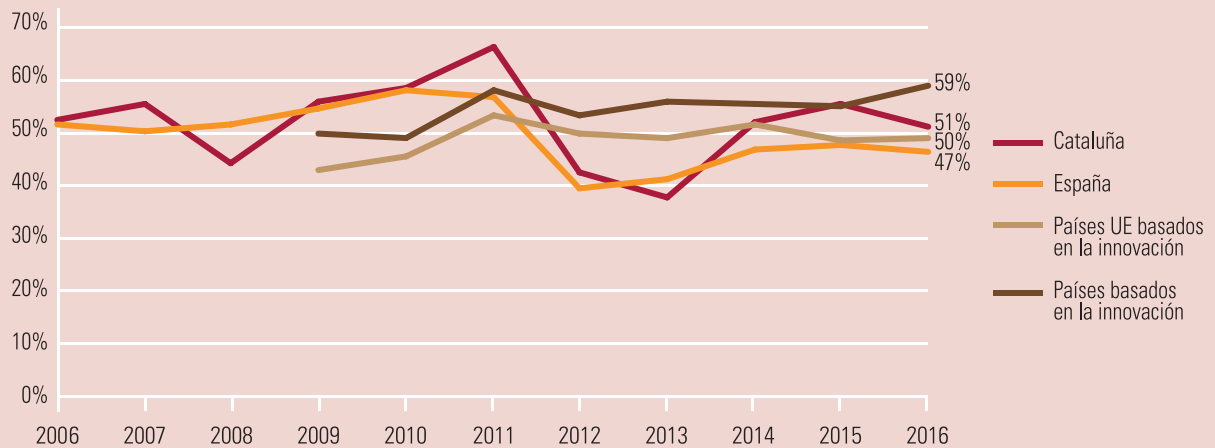
Los resultados obtenidos en la demarcación de Barcelona son similares a los del conjunto de Cataluña (gráfico 4.15). En Barcelona el porcentaje de TEA con estudios superiores alcanza el 53,5% y el de los que tienen estudios secundarios o superiores el 92,2% y, por el contrario, estos porcentajes son del 48% y del 79,2% para los abandonos.

Gráfico 4.15. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona, 2016



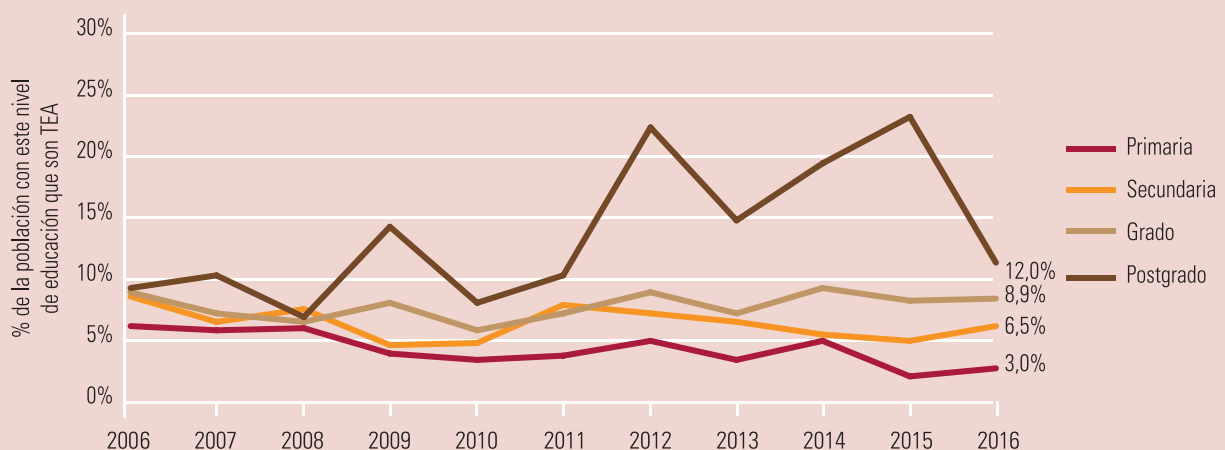
En el gráfico 4.16 puede verse la evolución histórica y la comparación internacional de la proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) con estudios superiores (Grado y Postgrado). Del análisis de la evolución histórica de Cataluña y España destaca la importante disminución (en torno a los veinte puntos porcentuales) de esta ratio que se observa en los años 2012 y 2013. Ello indica que las personas con mayor nivel de estudios estuvieron en mejor posición para mantener su puesto de trabajo o acceder a uno nuevo en España o en el extranjero, lo que supuso tener que acudir con menor intensidad a la creación de empresas por necesidad por falta de alternativas satisfactorias. A partir de 2014 se recupera en buena medida esta disminución quedando, no obstante, el porcentaje ligeramente por debajo de los niveles previos a la crisis. Los valores correspondientes a Barcelona y Cataluña son en general superiores a los de España y, en los últimos años análogos a los de los países basados en la innovación.

Gráfico 4.16 Evolución de la proporción de emprendedores en fase inicial (TEA) con estudios post secundarios (Grado y Postgrado) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016



Una forma alternativa de analizar el nivel de educación formal de los emprendedores en fase inicial es a través del índice TEA específico de cada colectivo, que es igual a la proporción sobre la población adulta de un determinado nivel de formación que ha iniciado un proyecto empresarial. En el gráfico 4.17 puede verse la evolución para Cataluña del nivel de los TEA correspondientes a cada nivel de educación formal. En él se aprecia que la propensión a emprender ha sido durante la última década mayor en las personas con un nivel de educación superior. Se observa también, a pesar de la disminución que para el nivel de Postgrado se da en 2016, una tendencia general al aumento.

Gráfico 4.17. Evolución índice TEA por nivel de educación en Cataluña, durante el periodo 2006-2016



Para completar este análisis de los índices TEA según nivel de formación, en los gráficos 4.18 y 4.19 se compara su evolución con España y países basados en la innovación para los niveles de educación superior (Grado y Postgrado). En el caso del grado, se observan para Cataluña unos valores estables en torno al 9%, superiores a los de España y análogos a los de los países basados en la innovación. En el caso del Postgrado se observa, a pesar de la disminución del último año una tendencia creciente, con valores superiores a los de España y en general también superiores a los países basados en la innovación.



Gráfico 4.18. Evolución del índice TEA correspondiente al nivel de educación Superior (grado) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

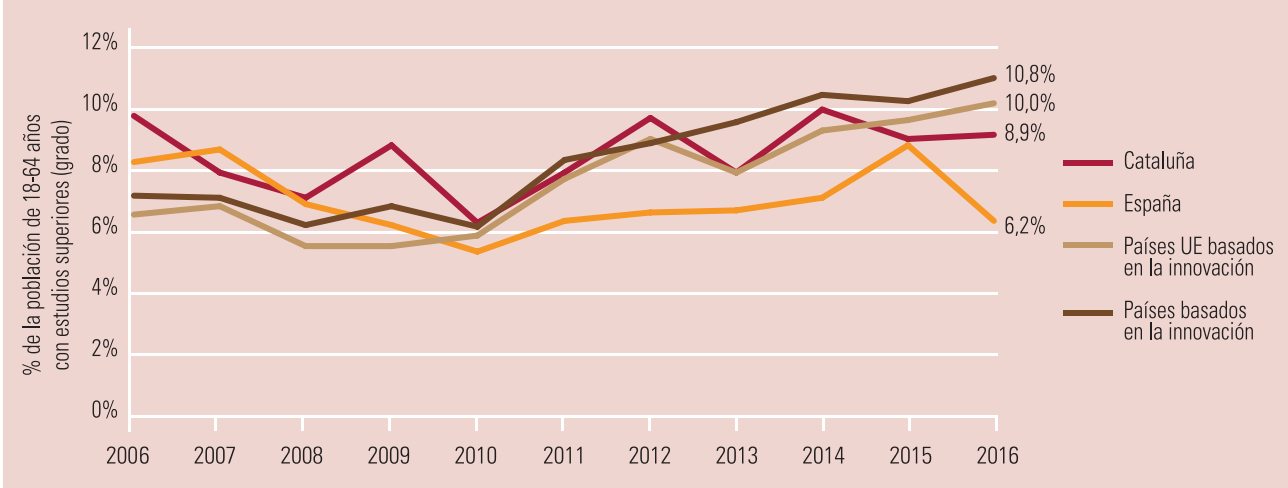
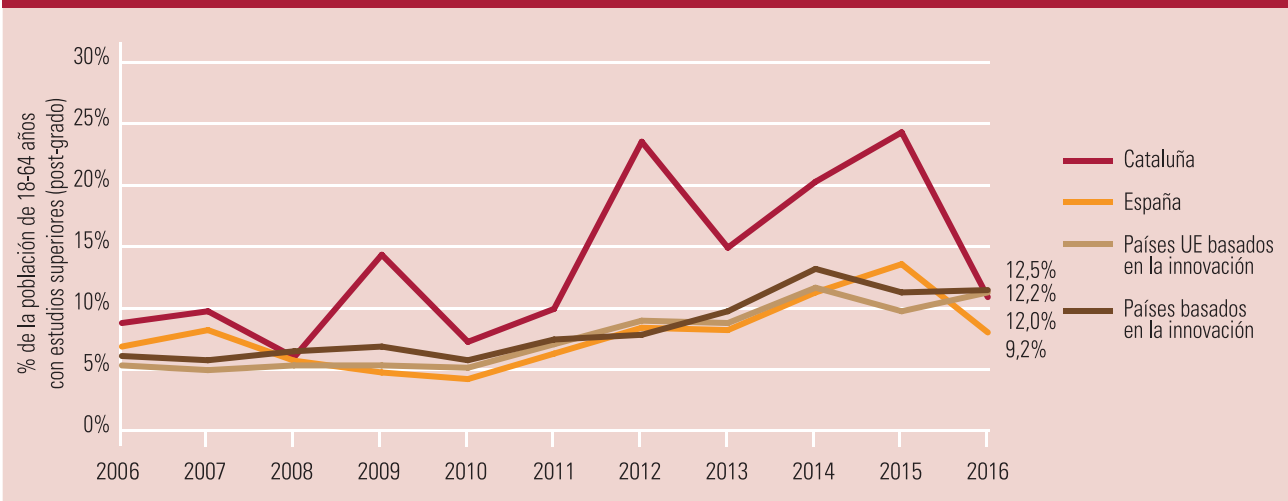


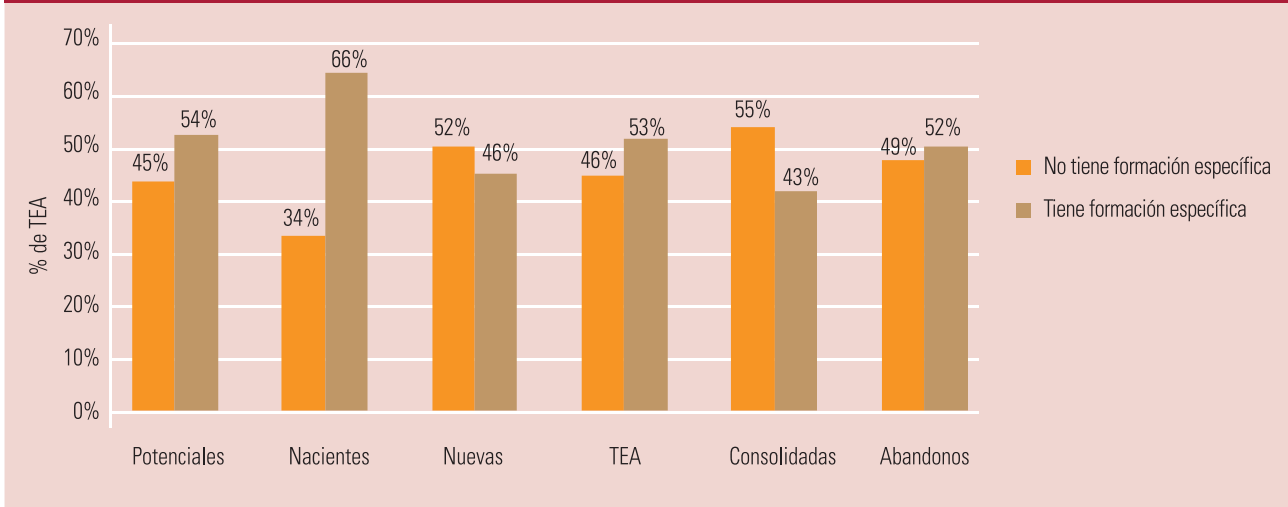
Gráfico 4.19 Evolución del índice TEA correspondiente al nivel de educación Superior (Post-grado) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016



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

El proyecto GEM recoge también información sobre la formación específica para emprender (formación en creación de empresas, función directiva, etc.) que han recibido aquellos que han sido identificados como emprendedores potenciales, en fase inicial o consolidados. Los colectivos que declaran estar mejor formados en temas de emprendimiento son los que se encuentran en las primeras fases: naciente (66% del total) y potencial (54%). En cambio, el porcentaje en los emprendedores nuevos (46%) y sobre todo en los consolidados (43%) es claramente inferior. En el grupo de los abandonos se alcanza hasta un 51% del total con formación específica para emprender, probablemente por el hecho de que en alguna de las fases anteriores han tenido la opción de recibirla (gráfico 4.20). En la provincia de Barcelona la proporción de nacientes con este tipo de formación (60%) está por debajo de la de Cataluña y también está por debajo en el caso de los consolidados (40%).

Gráfico 4.20. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2016, según si cuenta con educación específica para emprender

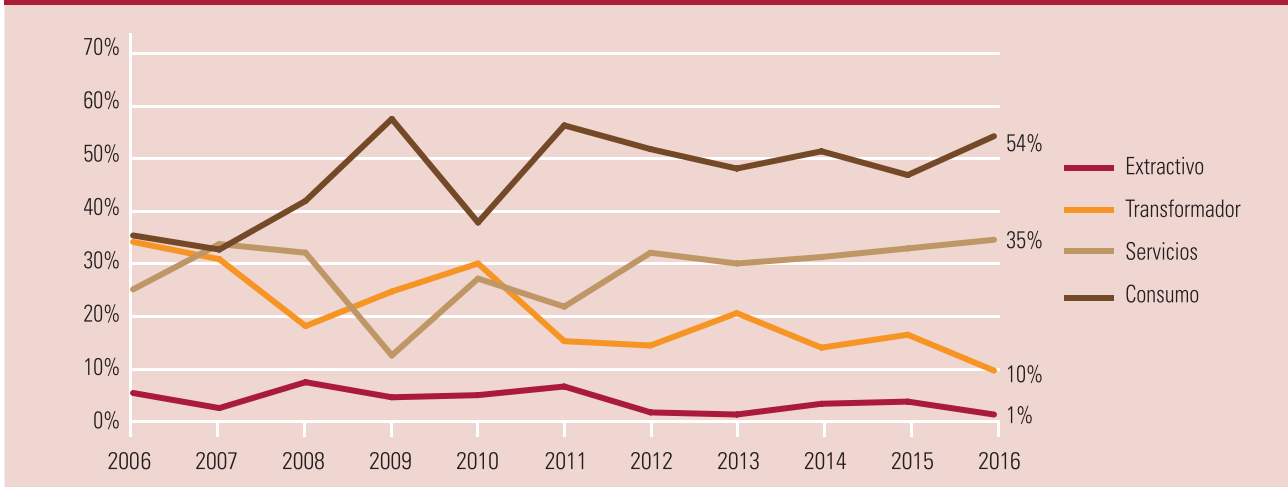


### 4.3. Características de las empresas en fase inicial: calidad del emprendimiento

#### 4.3.1. Sector de actividad

En los dos apartados anteriores se ha estudiado el perfil motivacional de los emprendedores y su nivel de formación. A continuación analizaremos el perfil de las empresas que éstos han creado. En primer lugar, examinamos la distribución sectorial de estos nuevos proyectos empresariales. En el marco del GEM se contemplan las cuatro categorías siguientes: actividades económicas de carácter extractivo, sectores transformadores, actividades de prestación de servicios a empresas y, finalmente, prestación de servicios dirigidos al consumidor final.

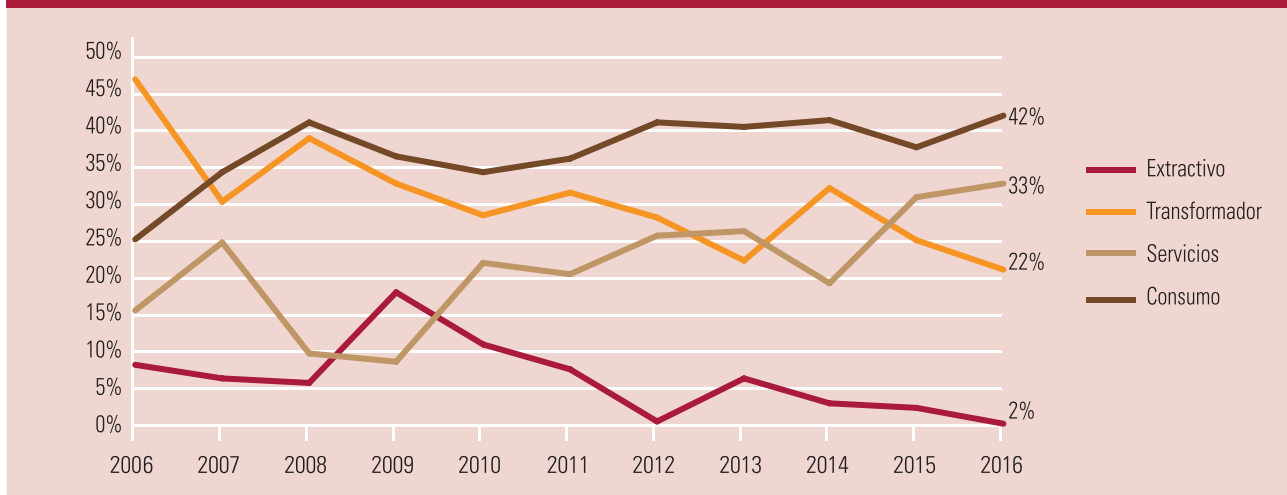
Gráfico 4.21. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2016



El gráfico 4.21 muestra que los nuevos negocios se concentran en el sector terciario, tal como viene siendo habitual desde hace ya muchos años. Así, en 2016 un poco más de la mitad de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA) se enmarca en los servicios orientados al consumidor (54%) y poco más de un tercio guarda relación con la prestación de servicios a empresas (35%). Las actividades transformadoras (como la industria manufacturera) representan un 9,8%, mientras que las extractivas sólo alcanzan un 1,5%. Esta distribución por sectores de los emprendedores en fase inicial (TEA) es similar a la de los últimos años, en los que se ha producido una tercerización de la economía catalana. Es destacable la pérdida de peso del sector transformador que en este ejercicio alcanza el valor más bajo de la serie a pesar de los esfuerzos de promoción que por distintas vías y orígenes se están haciendo (como por ejemplo el impulso para constituir el 'Pacte per la Indústria').

Queremos destacar en este apartado dedicado a la orientación sectorial de las nuevas empresas dos hechos que el Cuestionario de 2016 permite valorar. En primer lugar, que el 15,4% en Cataluña y el 13% en Barcelona de las empresas creadas realizan más del 50% de su actividad en el sector de la economía digital. Ello no hace más que confirmar las informaciones publicadas por el "Observatori del Treball i Model productiu" de la Generalitat de Catalunya sobre el crecimiento continuado de este sector en Cataluña. El estudio de la evolución de esta variable permitirá seguir en el futuro la materialización de los esfuerzos que a todos niveles se están haciendo en la promoción de estas actividades (ver por ejemplo el informe publicado por la plataforma "Barcelona y Catalonia Startup Hub" de la Generalitat de Catalunya el 26 de enero de 2017 en La Vanguardia). El segundo aspecto que este año se puede cuantificar es la proporción de empresas que realizan más del 75% de sus ventas a una sola empresa. Dicha proporción es nula en el caso de las empresas recién creadas y del 3,5% en las consolidadas.

Gráfico 4.22. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el período 2006-2016



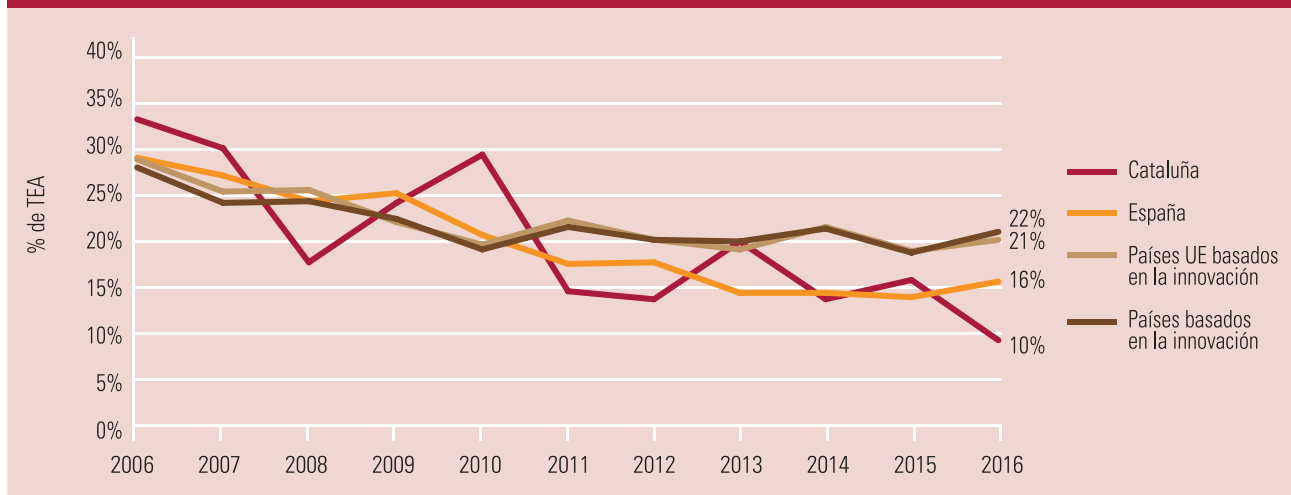
En el caso de los emprendedores consolidados (gráfico 4.22), en el 2016 aumenta la proporción de empresas de Servicios tanto de las orientadas a los negocios como al consumidor y disminuye de nuevo la de empresas transformadoras, que al igual que en el caso anterior muestra el valor más bajo de la serie.

Veamos a continuación la comparación de Cataluña con España y con los otros países basados en la innovación de los niveles y la evolución en el tiempo de la distribución sectorial de la actividad de las empresas de reciente creación (TEA).

En el gráfico 4.23 podemos ver que la tendencia a la pérdida de peso del sector transformador en empresas de reciente creación es común a todos los países basados en la innovación, si bien es mucho más acusada en

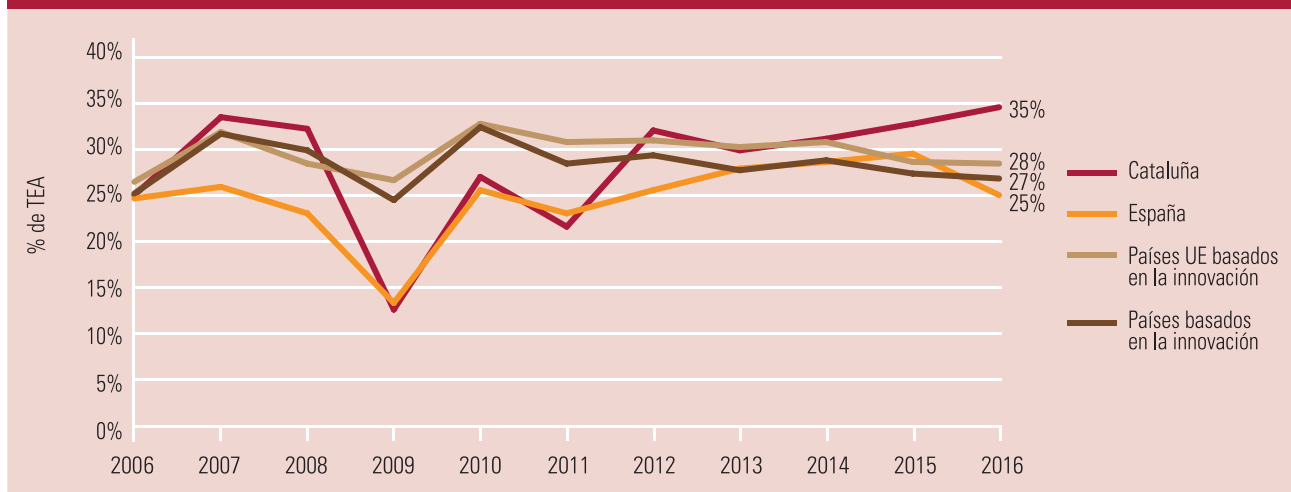
España y, muy especialmente en Cataluña y Barcelona donde se alcanzan los niveles más bajos de la serie, quedando a la mitad de los países basados en la innovación. Este aspecto es relevante ya que las empresas industriales suelen, en general, tener mayor potencial de crecimiento, de innovación y de internacionalización.

Gráfico 4.23 Evolución de la proporción de empresas en fase inicial (TEA) del sector transformador en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016



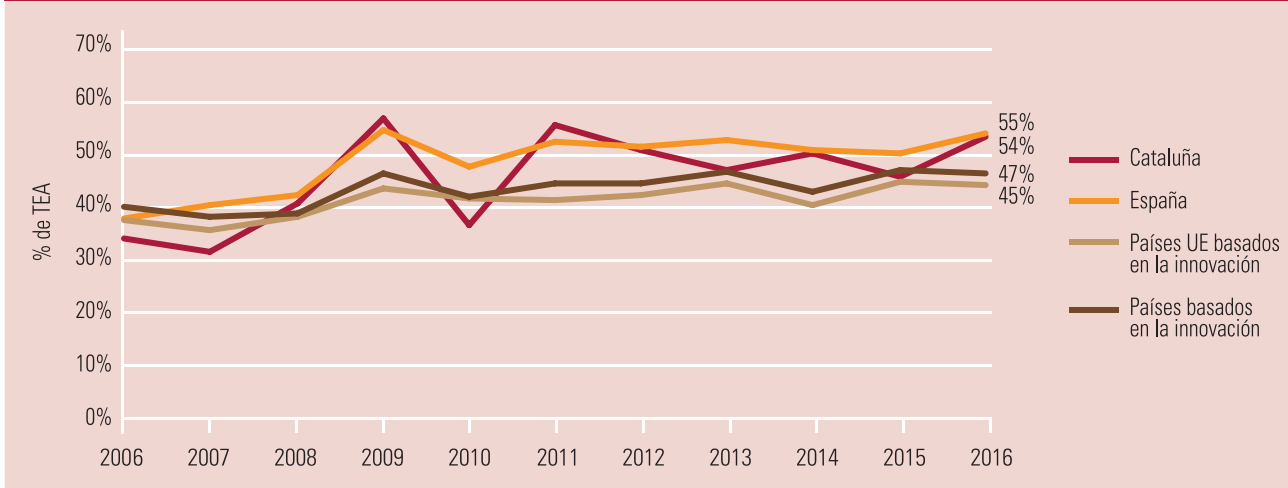
En contraposición, y en cierta forma como compensación de la tendencia anteriormente apuntada, el peso de las empresas recién creadas del sector de servicios a las empresas crece y alcanza en Cataluña valores más de cinco puntos superiores a los países basados en la innovación.

Gráfico 4.24 Evolución de la proporción de empresas en fase inicial (TEA) del sector de servicios a empresas en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016



Finalmente, observamos (gráfico 4.25) una clara tendencia creciente del sector de servicios al consumidor, con valores parecidos a los de España y en muchos años casi diez puntos superiores al peso que las empresas recién creadas de este sector tienen en el resto de países basados en la innovación. Ello es relevante, por cuanto es normalmente en este sector de actividad donde se acumulan las empresas con menor inversión, potencial de crecimiento e internacionalización.

Gráfico 4.25 Evolución de la proporción de empresas en fase inicial (TEA) del sector de servicios al consumidor en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

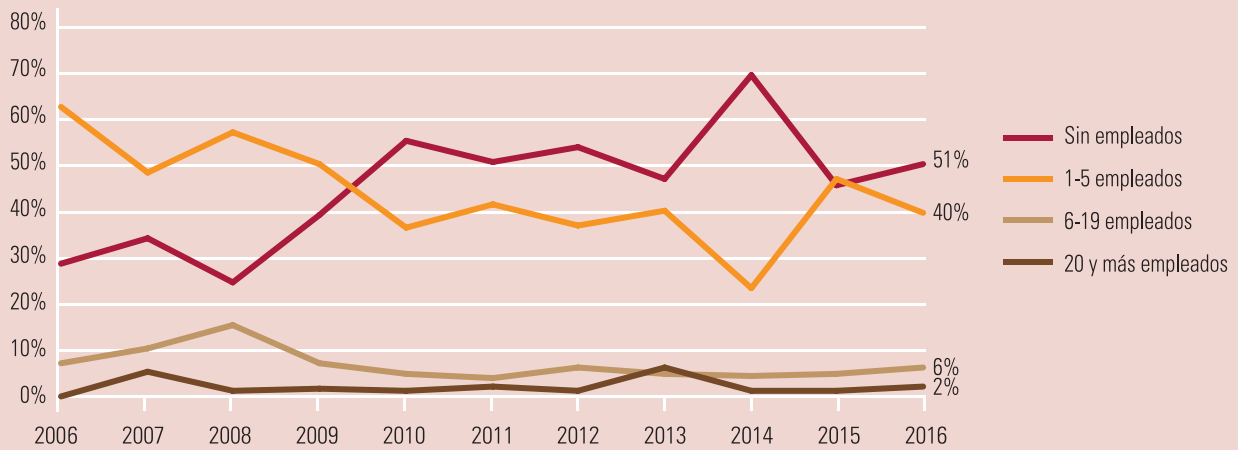


#### 4.3.2. Dimensión actual y esperada dentro de cinco años

El proyecto GEM incluye también datos sobre el tamaño inicial de las nuevas empresas, en términos de número de trabajadores. Esta variable supone un indicador del potencial del nuevo proyecto y, según algunos autores, es un elemento que condiciona la supervivencia y consolidación de las nuevas empresas (Audretsch et al., 1999; Falck, 2007). Las dos variables estructurales de sector y tamaño inicial están relacionadas, dado que suelen existir diferencias sectoriales en cuanto al número de trabajadores en el arranque de una nueva empresa. En términos generales, el tamaño inicial suele ser más elevado en los sectores industriales que en el caso de empresas de servicios a las empresas o al consumidor.

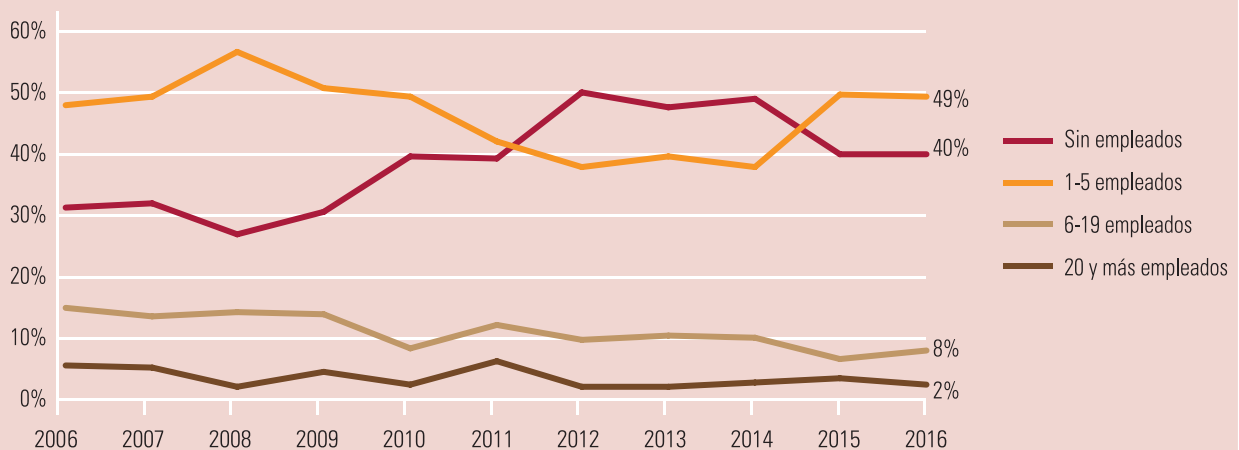
Respecto al tamaño de los nuevos negocios, el proyecto GEM contempla el número de trabajadores en el momento de la creación. En el gráfico 4.26 puede observarse que en los años 2010 al 2014 aumentó la proporción de empresas sin trabajadores y, en contrapartida disminuyeron los porcentajes correspondientes a los tamaños de empleo de 1 a 5 y de 6 a 19. En los dos últimos años revierte, en parte, esta tendencia sin recuperar, no obstante, los valores previos a la crisis para los tramos intermedios de tamaño. Las empresas recién creadas sin trabajadores son aún más del 50% y las de 1 a 5 trabajadores del 40%. Los datos del proyecto GEM de 2015 y 2016 sobre el tamaño en empleo parecen romper la tendencia de los últimos años hacia una menor dimensión media de los nuevos negocios. Aunque el tamaño inicial de las nuevas empresas continúa siendo pequeño en promedio, los resultados de los dos últimos años parecen apuntar hacia un ligero aumento del número de empleados de las empresas catalanas de reciente creación.

Gráfico 4.26. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2016



En lo que respecta a los emprendedores consolidados (gráfico 4.27), como es lógico, la dimensión media es superior: las empresas sin trabajadores están diez puntos por debajo de las de reciente creación y las de 1 a 5 empleados diez puntos por encima, si bien como veremos en los párrafos siguientes su tamaño medio sigue siendo bajo.

Gráfico 4.27. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2016

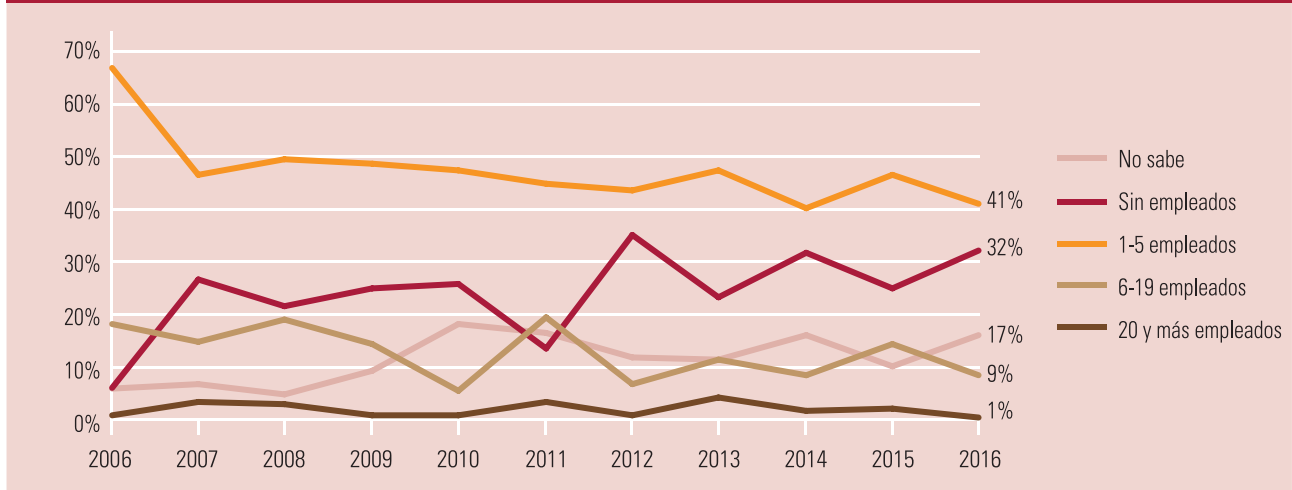


El proyecto GEM incluye también algunas preguntas sobre el tamaño esperado o previsto dentro de cinco años que consideramos útil analizar aquí a continuación, en la medida que esta previsión de tamaño futuro puede ser un reflejo de las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores. La orientación hacia el crecimiento es una característica importante del comportamiento emprendedor. Los individuos involucrados en actividades de creación de empresas que tiene elevadas aspiraciones de crecimiento suelen mostrar un alto compromiso con el éxito empresarial. En este sentido, las aspiraciones se consideran una condición necesaria para que un proyecto pueda crecer en sus primeros años de funcionamiento (Wiklund y Shepherd, 2003). Aunque la proporción de emprendedores con aspiraciones altas de crecimiento sobre el total de emprendedores tiende a ser reducida, la evidencia empírica muestra que un reducido número de nuevas empresas de alto

crecimiento pueden tener una influencia muy positiva en la creación de empleo y en el desarrollo económico (Henrekson y Johanson, 2010; Storey y Greene, 2010). Por ello, los emprendedores con una orientación hacia el crecimiento suelen ser de especial interés para agentes políticos, consultores y académicos.

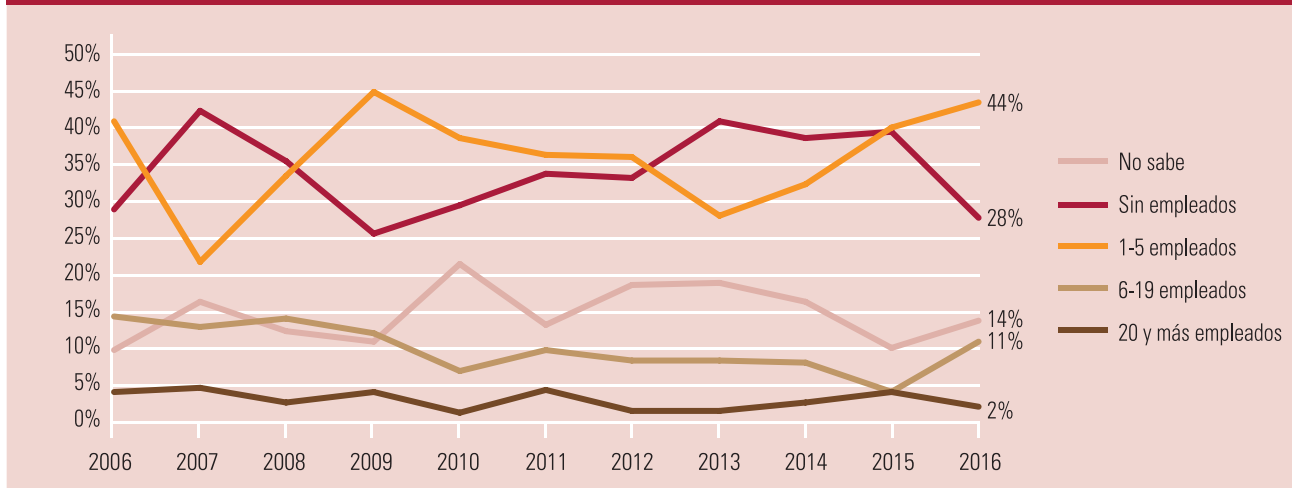
Los resultados relativos a la dimensión esperada dentro de cinco años por parte de los emprendedores catalanes en fase inicial (TEA) (gráfico 4.28) muestran una mayor estabilidad en el tiempo que la que se observa cuando se analizan datos de empleo real. Respecto de éstos, si bien estas estimaciones continúan dando un nivel de tamaño medio de empresa relativamente bajo, el peso de las empresas de 6 a 19 trabajadores aumenta y también lo hace el de 1 a 5 trabajadores y disminuye el tramo de sin trabajadores.

Gráfico 4.28. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño de empleo esperado dentro de cinco años, 2006-2016



En el caso de los emprendedores consolidados (gráfico 4.29) las diferencias entre el empleo actual y el esperado son menores que en los emprendedores en fase inicial. No obstante, en el 2016 se observa un importante aumento de la dimensión esperada de las empresas que habrá que seguir en el futuro.

Gráfico 4.29. Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño de empleo esperado dentro de cinco años, 2006-2016



A partir de estos datos hemos hecho, tanto para las empresas en fase inicial como para las consolidadas, una estimación de la dimensión media en trabajadores a partir de las marcas de clase (para el tramo de 20 o más empleados hemos asignado el valor de 30) y en el caso del empleo esperado hemos distribuido los no contesta en proporción al peso de cada una de las demás categorías. Finalmente, se ha calculado la ratio empleo esperado sobre empleo actual para tener un indicador de crecimiento esperado. Los resultados de estas estimaciones figuran en los gráficos 4.30 y 4.31 para las empresas recién creadas y las consolidadas, respectivamente.

Gráfico 4.30. Evolución para los emprendedores en fase inicial (TEA) de Cataluña de la dimensión media actual y esperada en cinco años de sus proyectos empresariales, periodo 2006-2016

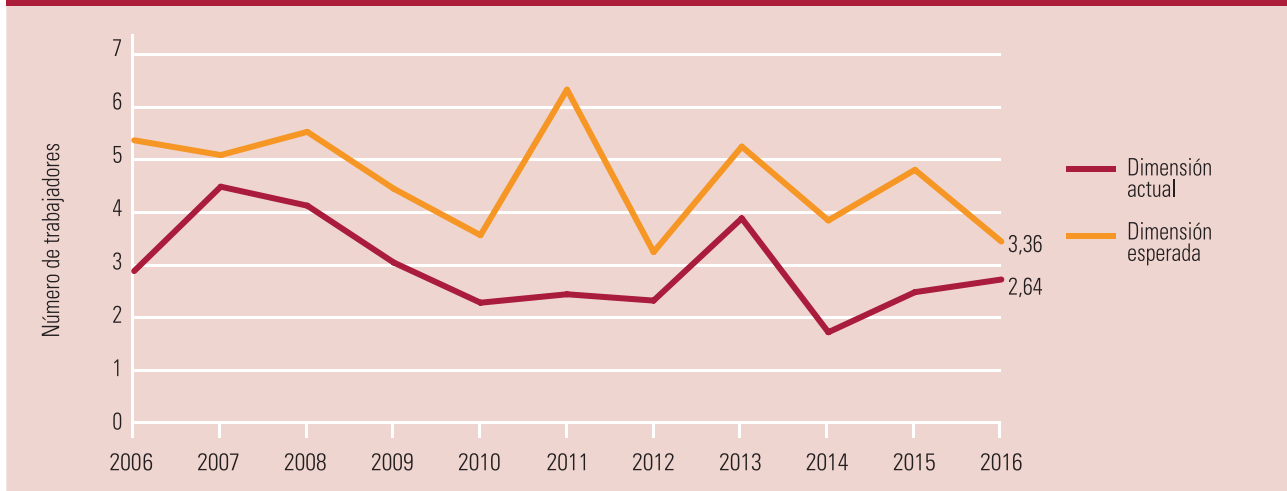
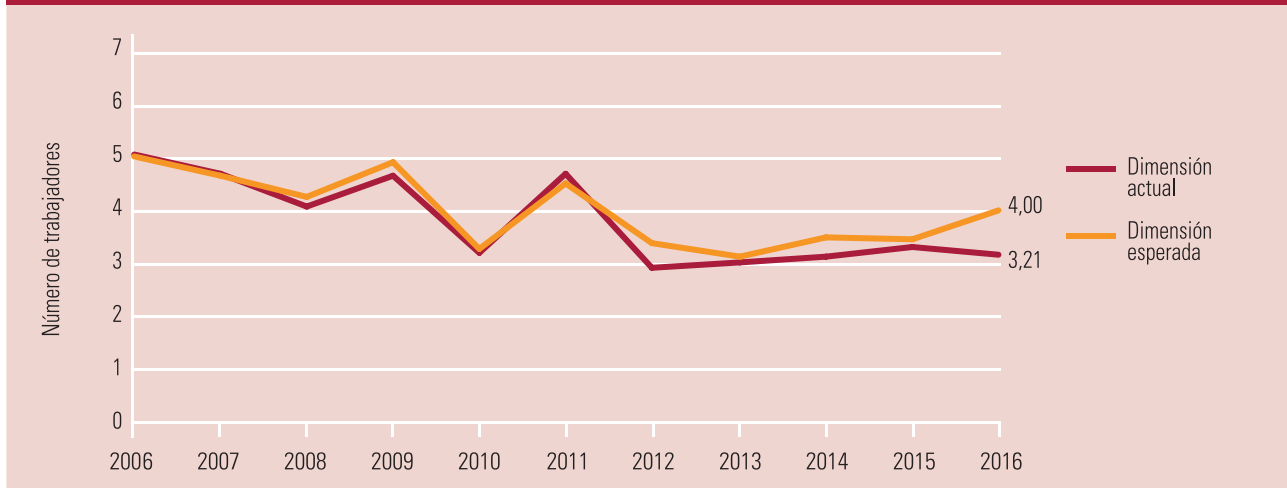


Gráfico 4.31. Evolución para los emprendedores consolidados de Cataluña de la dimensión media actual y esperada en cinco años de sus proyectos empresariales, periodo 2006-2016

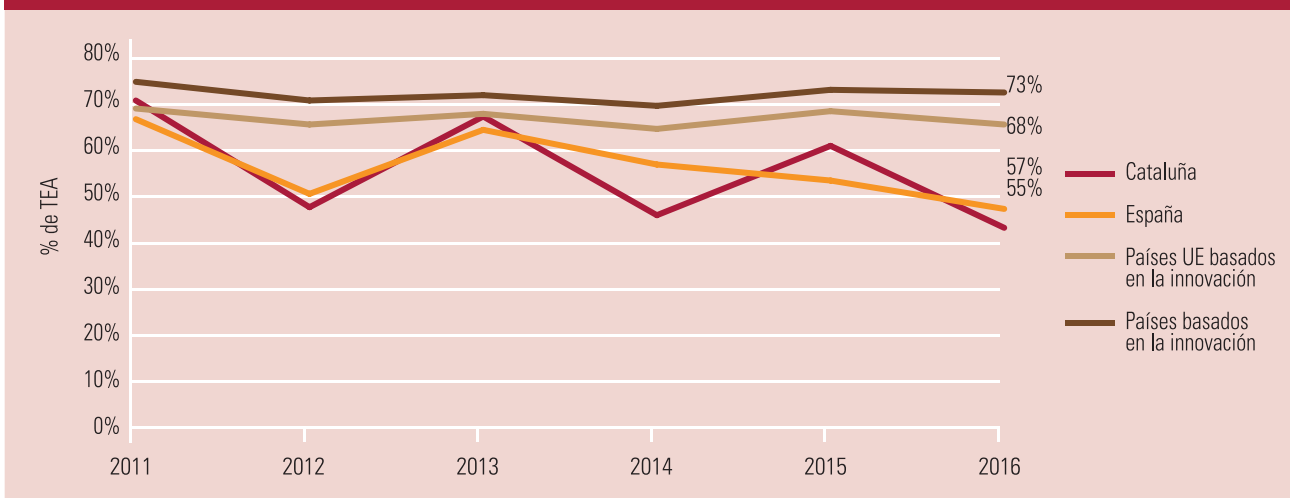


La dimensión media de las empresas de reciente creación es, como es lógico, muy inferior a las de las consolidadas. En el 2016 fueron respectivamente de 2,64 trabajadores y 3,21 trabajadores. En el promedio de los once años la diferencia entre una y otra serie es de un trabajador (2,8 vs. 3,8). Por otra parte, y como es lógico también, el crecimiento esperado de las empresas de reciente creación es muy superior al de las consolidadas (+67% vs. +6% en promedio de la serie), aunque excepcionalmente en el 2016 esto no sea así.



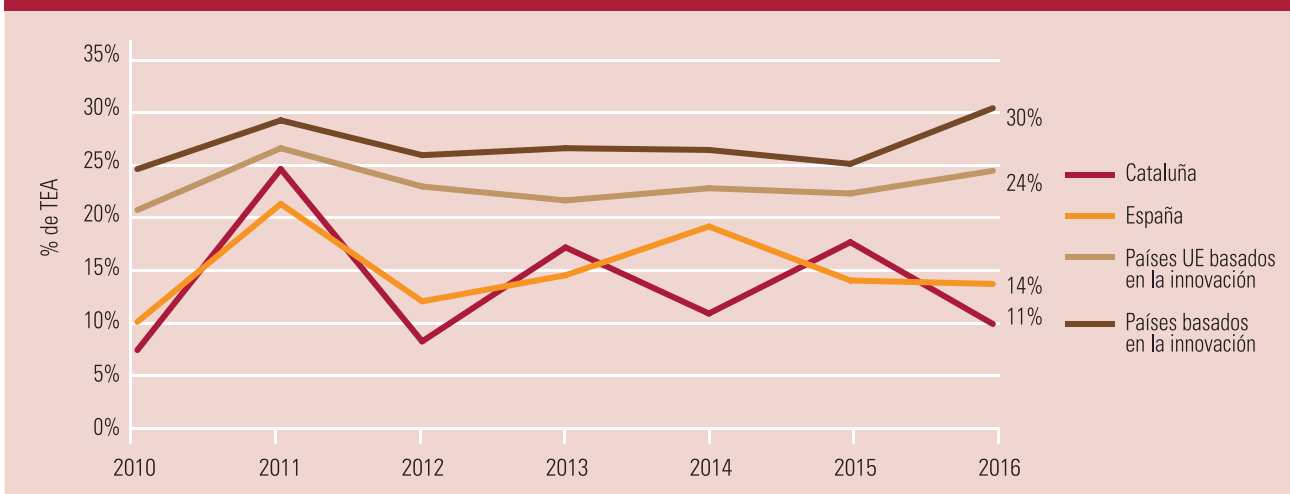
Vamos a continuación a contextualizar el análisis de esta variable comparando los datos de Cataluña con los de España y resto de países basados en la innovación para algunos indicadores clave de los que se dispone de información. Efectuamos en primer lugar la comparación en relación a la variable proporción de empresas de reciente creación (TEA) que bien sea actualmente bien sea dentro de cinco años esperan tener algún trabajador (gráfico 4.32). Lo más relevante es, sin duda, el diferencial existente entre Catalunya y los países basados en la innovación, que en el último ejercicio, alcanza los 15 puntos porcentuales. En el 2016 la proporción de empresas catalanas de reciente creación que tienen o esperan tener como mínimo un trabajador, además del empresario, representan el 55% del total, mientras que en los países de la UE basados en la innovación son del 68,5%, porcentaje que para el conjunto de países basados en la innovación alcanza el 72,8%.

Gráfico 4.32. Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que tienen o esperan tener en cinco años algún trabajador en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2011-2016



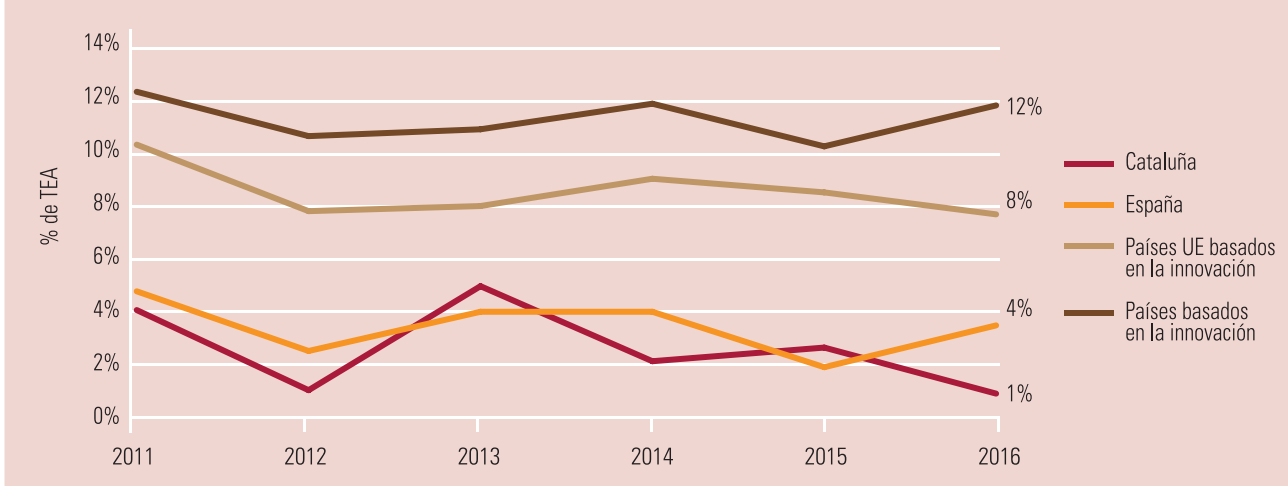
El segundo indicador en el que basamos la comparación internacional se refiere a la proporción de empresarios en fase inicial (TEA) que en los próximos cinco años espera tener más de cinco trabajadores. La conclusión a la que llegamos es similar al caso anterior: en promedio de los seis años de que disponemos de información el porcentaje de empresas catalanas de reciente creación que prevén tener más de cinco trabajadores es del 15,2% y en los países basados en la innovación del 23,4% (UE) y 27% (todos). Para Estados Unidos de América esta media es del 34%.

Gráfico 4.33. Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener en cinco años más de 5 trabajadores en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2010-2016



El tercer indicador utilizado es el relativo a los emprendedores en fase inicial que esperan tener en los próximos años más de 19 trabajadores. En este caso los promedios de los seis años son del 3,1% para Cataluña, del 8,8% para los países de la UE basados en la innovación, 11,4 % para todos los países basados en la innovación y 17% para USA.

Gráfico 4.34.- Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener en cinco años más de 19 trabajadores en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2010-2016



Los dos últimos indicadores se refieren al crecimiento esperado que, tal como hemos dicho al principio de este apartado, constituye una buena aproximación de las aspiraciones de crecimiento, las cuales son a su vez un elemento clave de la calidad del emprendimiento, tal como allí hemos explicado.

Se trata ahora de ver cuál es el porcentaje de los emprendedores en fase inicial (gráfico 4.35) y de los consolidados (gráfico 4.36) que en los próximos cinco años esperan incrementar el empleo en 10 o más trabajadores y que ello suponga más de un 50% de aumento. Las conclusiones que se obtienen del análisis de estos nuevos indicadores son parecidas a las anteriores. Así, para el caso de los emprendedores en fase inicial el promedio de los porcentajes son del 8,1% para Cataluña y 17,1% para el conjunto de países basados en la innovación. Para los consolidados estos porcentajes son del 0,8% y el 4,8%, respectivamente. En síntesis, volvemos a constatar que el problema de la dimensión empresarial es en Cataluña y España uno de los principales frenos a la deseable mejora de la calidad del emprendimiento. Cuestión aparte es la de dilucidar si la dimensión es la variable independiente, es decir, la causa de un insuficiente nivel de calidad emprendedora o por el contrario es meramente un efecto de la también insuficiente calidad observable en otras variables como son las ya estudiadas de la motivación para emprender, el sector de actividad o la intensidad de la innovación y la internacionalización que estudiaremos a continuación o, quizás también, de condicionamientos legales e institucionales cuyo estudio excede el ámbito del análisis que efectuamos aquí.

Gráfico 4.35. Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan incrementar el empleo en 10 o más trabajadores y en más de un 50% en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2011-2016

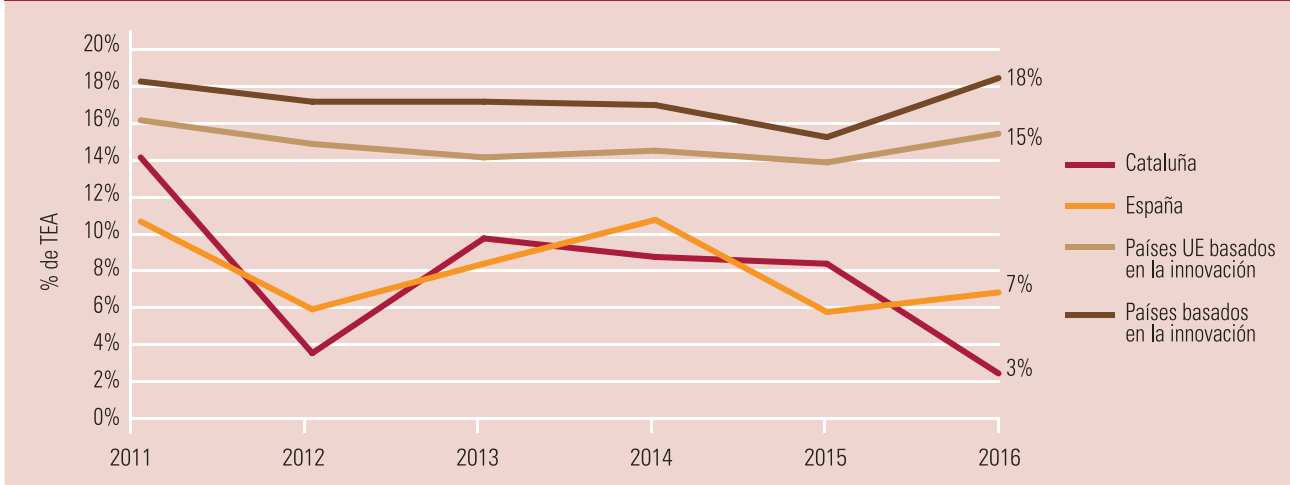
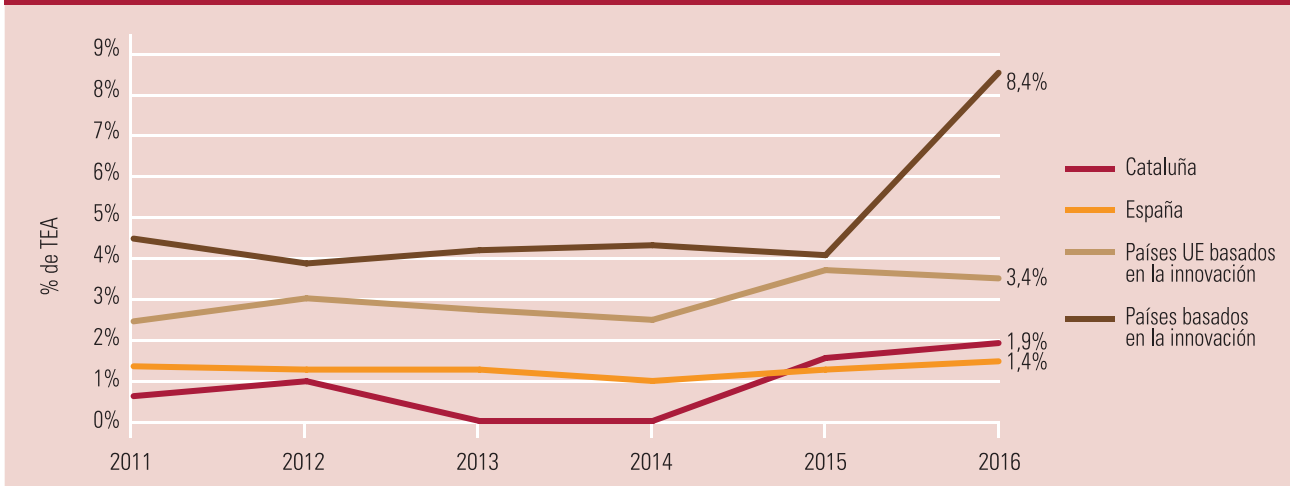


Gráfico 4.36. Proporción de los emprendedores consolidados (EB) que esperan incrementar el empleo en 10 o más trabajadores y en más de un 50% en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2011-2016



### 4.3.3. Orientación innovadora de productos

La capacidad de innovar es otra característica clave del emprendimiento de calidad. Un mayor número de nuevas empresas innovadoras en un contexto determinado puede facilitar la transformación y mejora del tejido empresarial. La supervivencia y crecimiento de los nuevos negocios también dependen en parte de su capacidad de innovación. Para analizar esta cuestión, en el proyecto GEM se mide el grado de novedad del producto ofrecido por la nueva empresa, así como la novedad en el desarrollo y/o aplicación de nuevas tecnologías.

En el último ejercicio se observa un cierto deterioro de los indicadores de novedad de los productos y servicios en las empresas recién creadas. De hecho, si se estudia la tendencia de la serie a lo largo de los últimos once años se observa una paulatina disminución de la respuesta ‘completamente innovadora’ y un aumento de ‘no innovadora’. Así, el promedio de los que dan la primera respuesta en los tres primeros años es del 17,3%, en los años 2010/14 baja al 14,1% y en los dos últimos al 10,9%.

En el gráfico 4.38 puede verse la comparación internacional para la suma de las categorías 'completamente innovadores' y 'algo innovadores'. En el último ejercicio la diferencia entre Cataluña y Países basados en la innovación es de casi 20 puntos que baja a 17 puntos en la media de los once años considerados. Los valores de los países basados en la innovación son más estables y no muestran la ya comentada tendencia a la disminución que se observa a lo largo de la serie en Cataluña. No obstante, en los últimos ejercicios Cataluña muestra, en general, una mayor percepción de novedad en los productos que España.

Gráfico 4.37. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2016

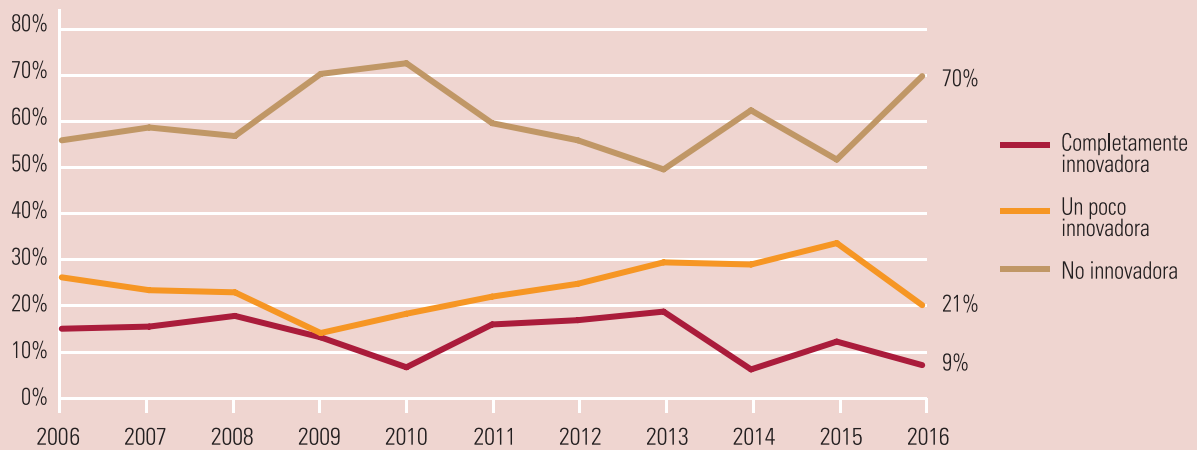
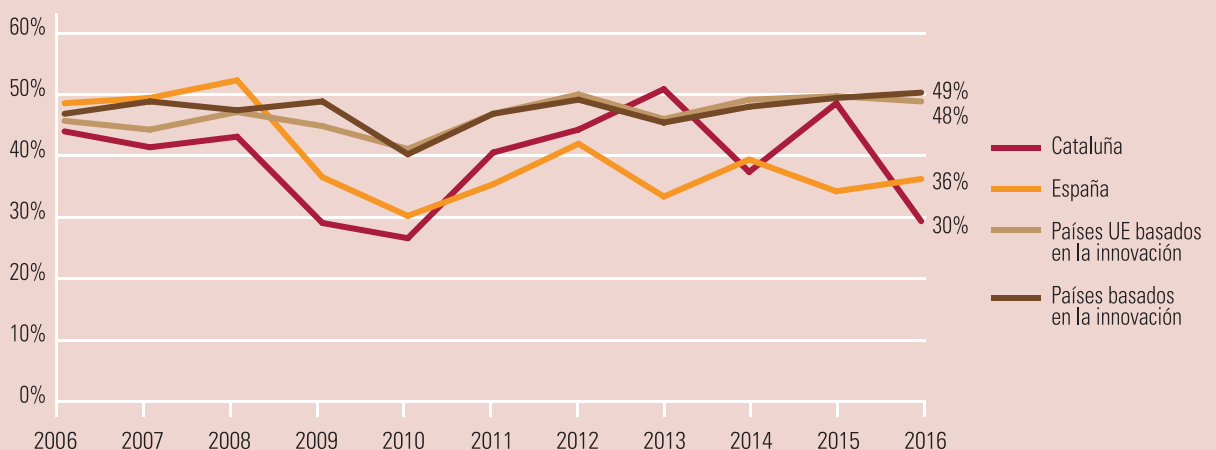
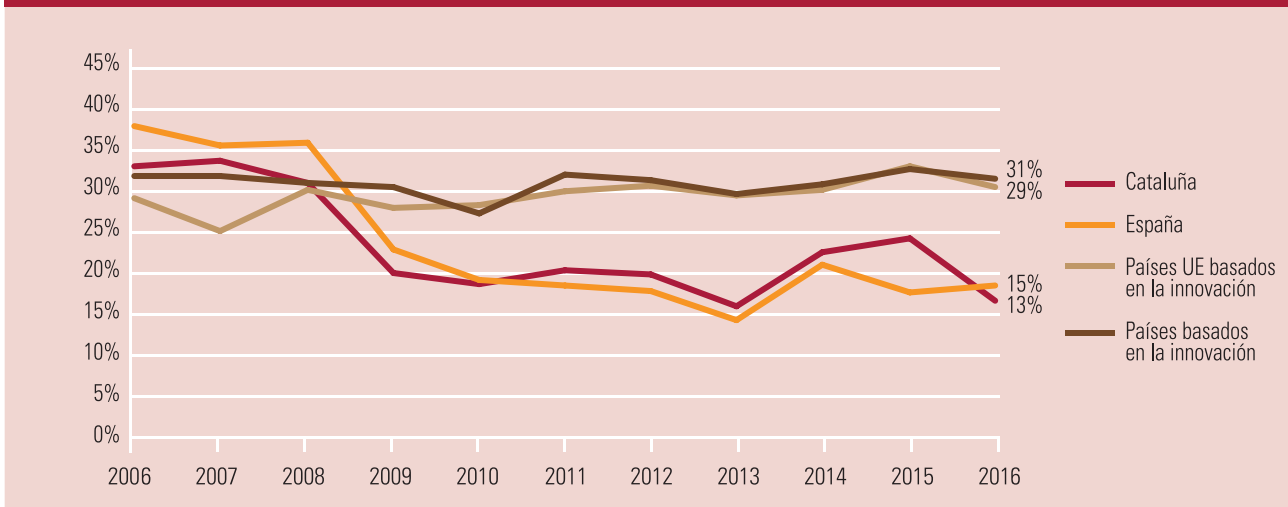


Gráfico 4.38. Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que atribuyen a sus productos un cierto grado de novedad (completamente o algo innovadora), periodo 2006-2016



Al comparar emprendedores en fase inicial y consolidados, son los primeros los que declaran en mayor medida lanzar productos y servicios más novedosos que los ya existentes en el mercado. En este sentido, hay un 30% de los primeros que en 2016 cuentan con cierta o mucha novedad en su oferta frente al 13% de los consolidados (gráfico 4.39). En lo que respecta a los consolidados, las diferencias de Catalunya con respecto a los países basados en la innovación son menores (9 puntos de media en los once ejercicios considerados) que en el caso de los emprendedores en fase inicial y la tendencia de los tres últimos años es, a pesar de la disminución del 2016, a mejorar.

Gráfico 4.39. Proporción de los emprendedores consolidados en Catalunya, España países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que atribuyen a sus productos un cierto grado de novedad (completamente o algo innovadora), periodo 2006-2016



#### 4.3.4. Orientación innovadora de procesos y tecnologías

Otro aspecto vinculado a la innovación es el relativo a la adopción de nuevas tecnologías. La mayoría de emprendedores se apoyan en tecnologías de más de 5 años: 78% de los que están en fase inicial y 87% de los consolidados (gráficos 4.40 y 4.42).

En lo que respecta a los emprendedores en fase inicial (TEA) y a pesar de la fuerte disminución que en 2016 se ha producido en relación al uso de las tecnologías más novedosas, la serie muestra en general una clara tendencia al aumento. Ello es lo que explica que se haya pasado de un diferencial de 6,7 puntos en el promedio de los once años respecto de los países basados en la innovación en el uso de las tecnologías más novedosas (cinco o menos años de antigüedad) a un diferencial prácticamente nulo en los dos últimos ejercicios (gráfico 4.41).

Gráfico 4.40. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2016

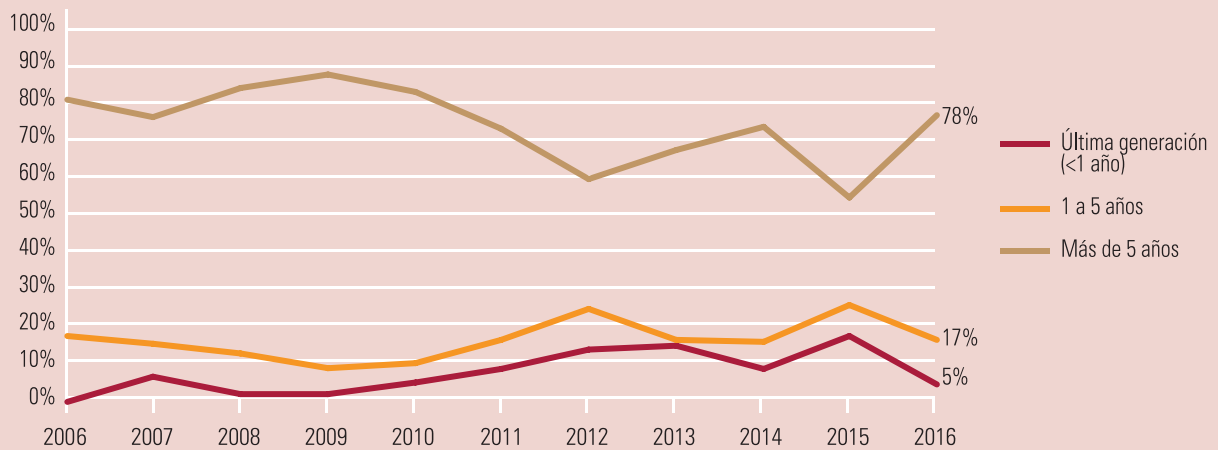
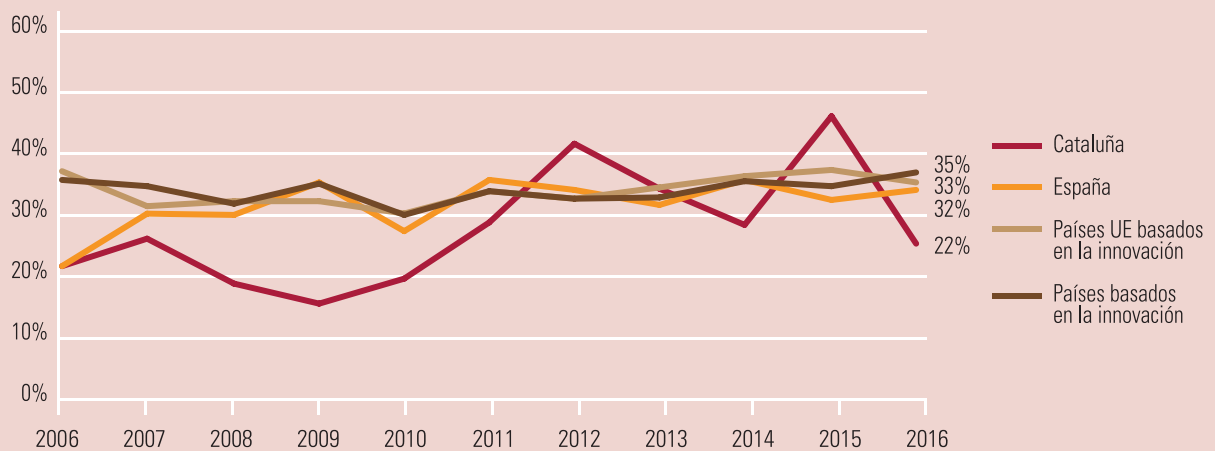
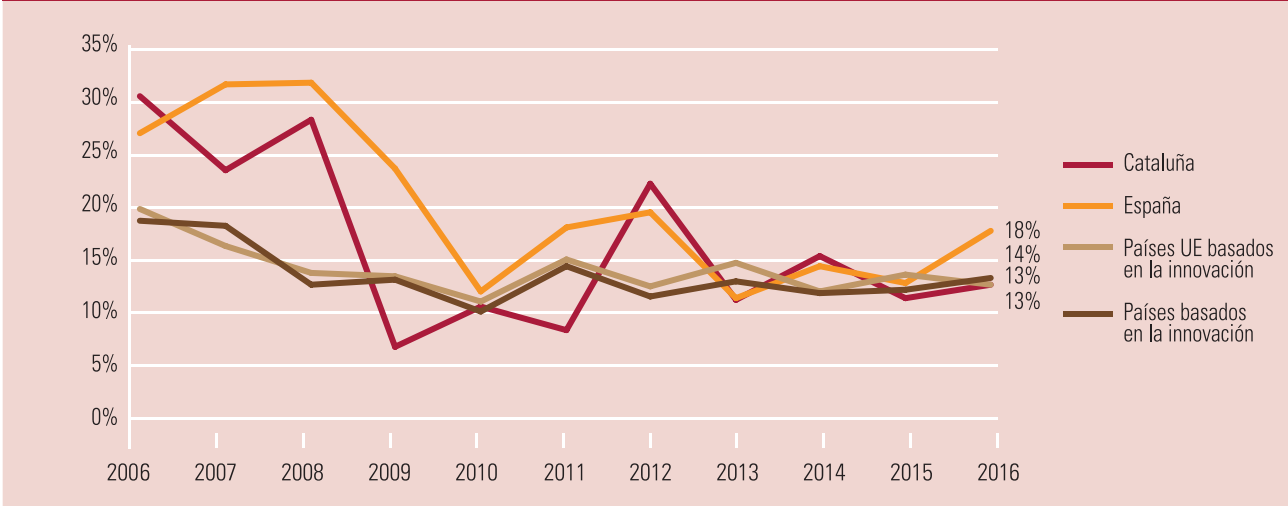


Gráfico 4.41. Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que consideran sus tecnologías novedosas (cinco años o menos), periodo 2006-2016



En el caso de los emprendedores consolidados (gráfico 4.42), se observa una cierta tendencia a la baja (el promedio de los dos últimos años en Cataluña es del 12,6% en el uso de tecnologías novedosas, mientras que el promedio 2010-14 es de 14,1%). Ello no obstante, en los dos últimos ejercicios el diferencial de Cataluña con respecto a los países basados en la innovación es de un punto porcentual y en el promedio de los once ejercicios considerados dicho diferencial es de 2,8 puntos superior en Cataluña al de los países basados en la innovación.

Gráfico 4.42. Proporción de los emprendedores consolidados en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que consideran sus tecnologías novedosas (cinco años o menos), periodo 2006-2016



#### 4.3.5. Competencia percibida

Un elemento adicional contemplado en el GEM es el nivel de competencia que los emprendedores nuevos o consolidados perciben que tienen en el mercado. Este es un factor relevante para explicar la supervivencia y éxito de los nuevos negocios. En concreto, se contemplan tres categorías de competencia percibida: mucha, poca o ninguna. Los resultados indican que en los últimos ejercicios repunta claramente la percepción de tener mucha competencia la cual, durante los años de la crisis y probablemente debido a la atonía de los mercados alcanza los valores más bajos de la serie. En general puede considerarse que este aumento se debe a la recuperación de una cierta situación de normalidad.

En el gráfico 4.44 se puede ver que, en general, la percepción de poca competencia es en los países basados en la innovación ligeramente superior que a Cataluña y España. Ello es debido, probablemente, a que, como hemos visto en 4.3.3, se considera que disponen de unos productos más innovadores. Por el mismo motivo observamos que el valor de Cataluña es en los últimos años más de dos puntos superior al de España.

Gráfico 4.43. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2016

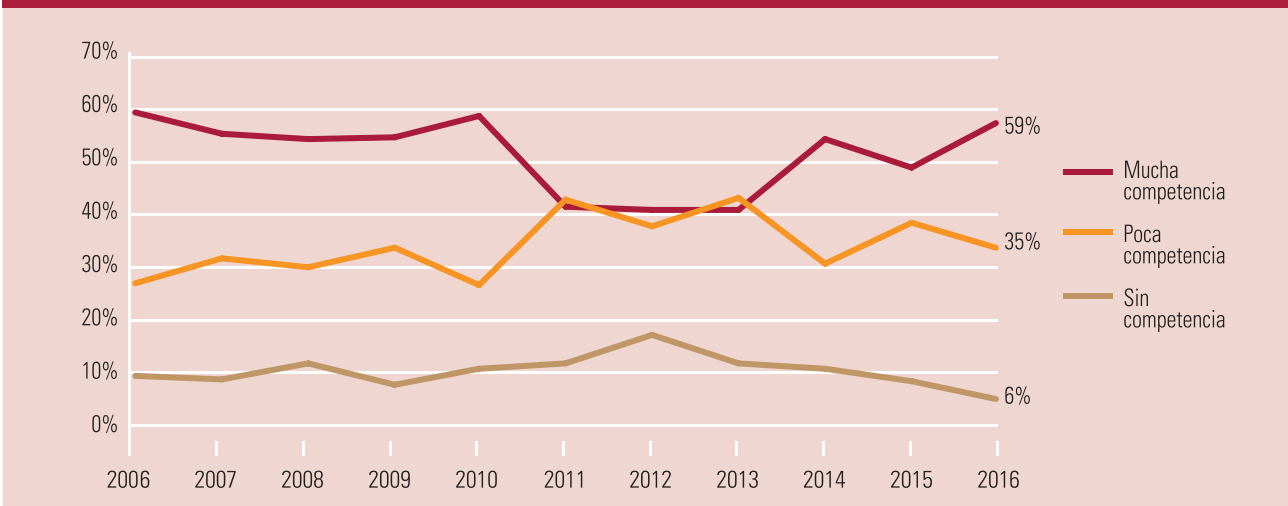
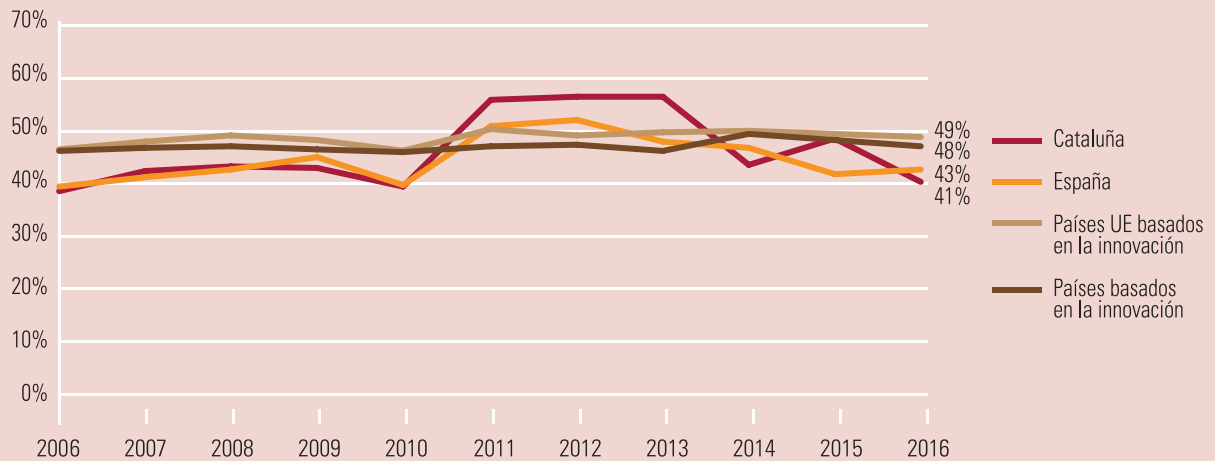
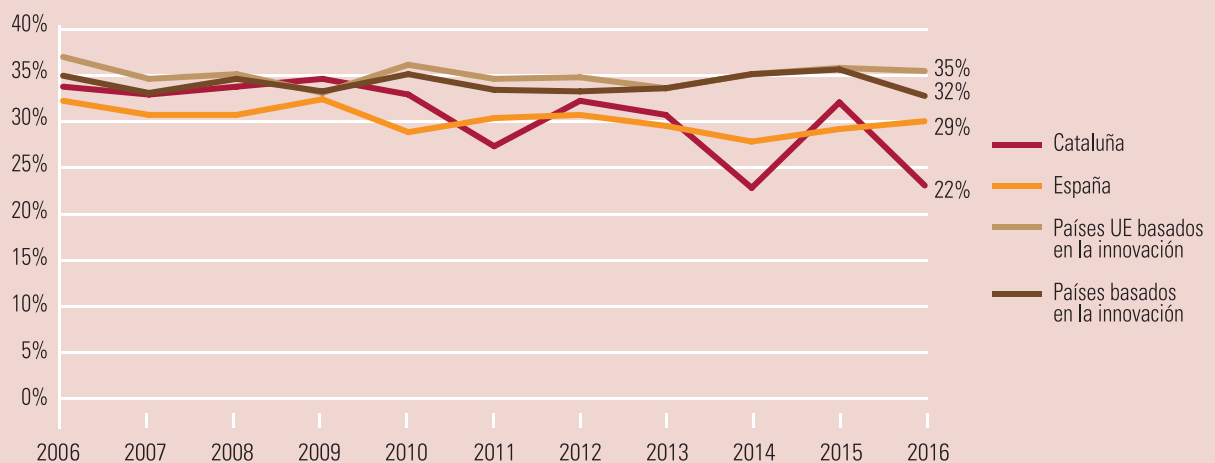


Gráfico 4.44. Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que perciben tener poca o ninguna competencia en el mercado en el periodo 2006-2016



Las percepciones sobre el nivel de la competencia en el caso de los consolidados son más estables durante los últimos años (Gráfico 4.45), si bien muestran un ciclo similar al de los emprendedores en fase inicial. Aquí observamos en promedio un diferencial de tres a cuatro puntos respecto de los países basados en la innovación, que repunta hasta los siete puntos en los últimos años tal como pasaba también en lo relativo a la percepción de novedad de los productos.

Gráfico 4.45. Proporción de los emprendedores consolidados en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que perciben tener poca o ninguna competencia en el mercado en el periodo 2006-2016





#### 4.3.6. Orientación internacional

La orientación internacional de los nuevos negocios también se considera una característica inherente a la calidad del emprendimiento. En muchos artículos e investigaciones se constata que con frecuencia creciente algunos emprendedores conciben su negocio desde una perspectiva internacional desde las fases más tempranas de la creación de la empresa (*born global*). Estas empresas que nacen con vocación global suelen ser muy pocas, pero tienden a alcanzar un crecimiento y desempeño considerable en sus primeros años de vida (Hisrich, 2013).

El proyecto GEM analiza la orientación internacional de los emprendedores a través del porcentaje de ventas a clientes extranjeros. Los resultados son bastante similares a los que se observan desde hace unos cuantos años. De hecho, desde el año 2009 hasta la actualidad los emprendedores en fase inicial (TEA) que se centran en el mercado doméstico (esto es, que no exportan) representan cifras superiores al 70% (gráfico 4.46), llegando en los últimos años a casi el 80%.

En los tres últimos años las nuevas empresas con una elevada orientación internacional (entre el 75 y el 100% de sus ventas son a clientes extranjeros) ha ido disminuyendo ligeramente, siendo del 1,5% en 2016. Los emprendedores en fase inicial con una proporción de ventas a clientes extranjeros entre el 25 y el 75% son un 4,5% y los que tienen entre un 1% y un 25% representan un 15,1%.

A partir de las marcas de clase de cada categoría considerada hemos estimado la intensidad exportadora media de Cataluña, España y los demás países basados en la innovación (gráfico 4.48). En este gráfico observamos en primer lugar una disminución a lo largo de toda la serie de la intensidad exportadora de Cataluña y España. Así, la media para Cataluña de ventas al extranjero de los primeros años de la serie es de 18% de las ventas totales mientras que en los dos últimos años es del 6,5%. Este mismo indicador es de casi el 20% en los países basados en la innovación, que además muestran una gran estabilidad en la serie.

Gráfico 4.46. Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el período 2006-2016

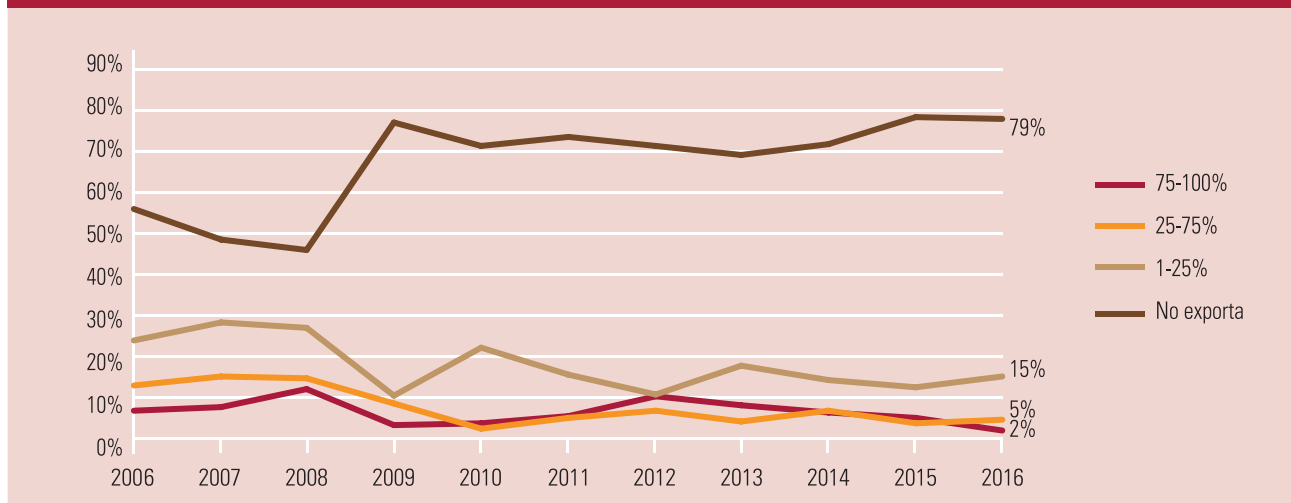


Gráfico 4.47. Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación con intensidad exportadora superior al 25% en el periodo 2006-2016

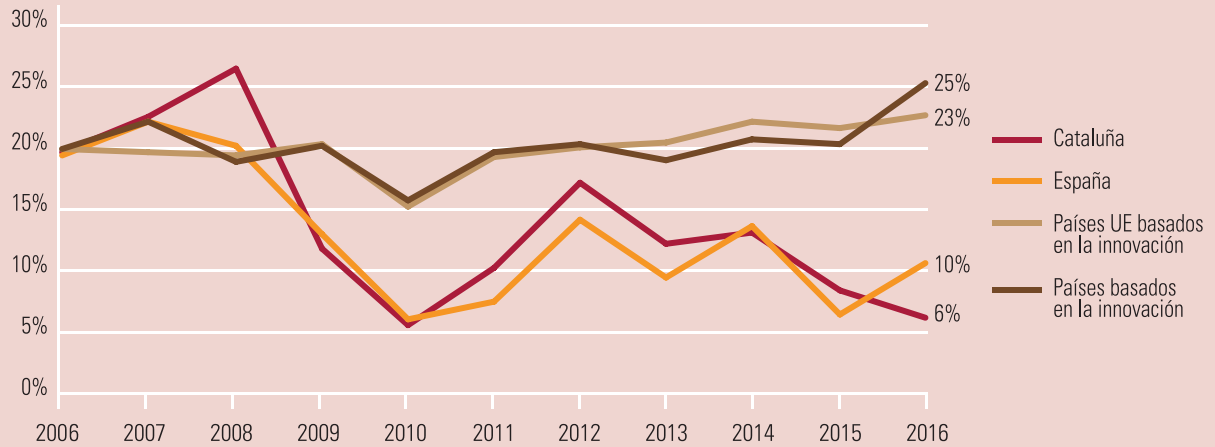
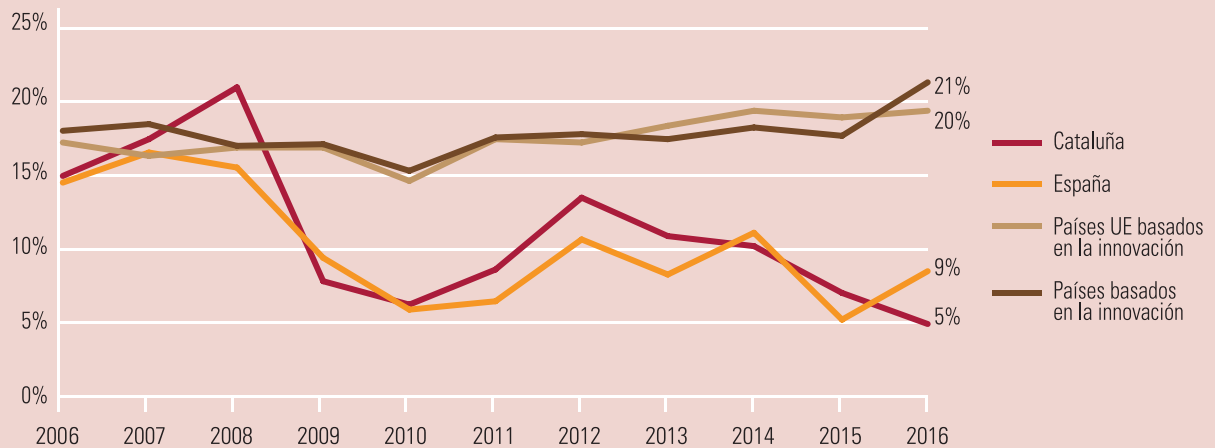
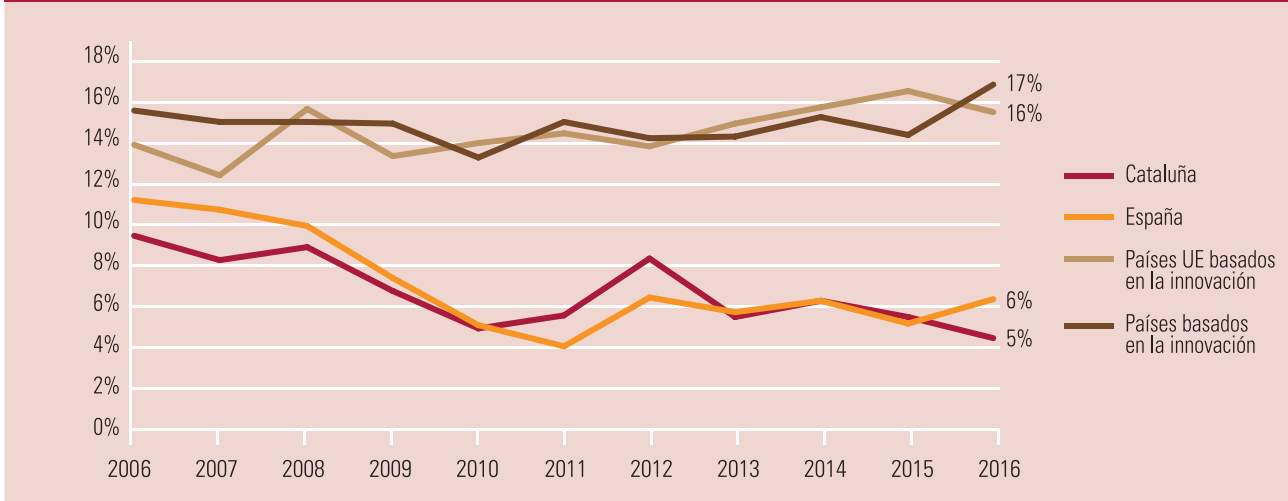


Gráfico 4.48. Estimación de la intensidad exportadora (en %) de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2006-2016



Una situación similar se observa en los emprendedores consolidados, dado que el 79% no tiene clientes extranjeros. El porcentaje con una orientación marcadamente internacional es tan sólo del 0,5%. El porcentaje de emprendedores consolidados con ventas a clientes extranjeros entre el 1 y el 25% alcanza el 16% y, por tanto, es superior al porcentaje observado en los que están en fase inicial. En el gráfico 4.49 figura la estimación de la intensidad exportadora calculada para los emprendedores consolidados siguiendo el mismo procedimiento que en el caso de los TEA. Aquí observamos también una persistente tendencia a la disminución de la intensidad exportadora en Cataluña que pasa del 9% de promedio en los tres primeros años de la serie al 5% de media de los dos últimos lo que determina que en estos años el diferencial con respecto a los países basados en la innovación sea de más de 10 puntos.

Gráfico 4.49. Estimación de la intensidad exportadora (en %) de los emprendedores consolidados en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2006-2016



#### 4.4. Financiación de la actividad emprendedora naciente

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

Desde el punto de vista de la demanda de financiación que requieren las nuevas empresas, el proyecto GEM incorpora datos sobre las necesidades de financiación. En el año 2016 el capital semilla necesario para los proyectos nacentes fue de 101.064 euros en promedio en Cataluña (tabla 4.1). Este valor medio es claramente superior al del año 2015 que era de 92.934 euros. Ahora bien, existe una gran dispersión en las necesidades de capital de los distintos proyectos y, por ello, el capital semilla oscila entre 1.000 euros como mínimo y 3.000.000 de euros como máximo, valores superiores a los del ejercicio anterior. Atendiendo a la mediana de esta variable, se observa que el 50% de los proyectos ha necesitado una inversión de al menos 20.000 euros, valor igual al de 2015. En la demarcación de Barcelona tanto la media (139.388 euros) como la mediana (25.000 euros) del capital total necesario para arrancar el negocio son superiores a los de Cataluña.

Por otra parte, en el 2015 cerca del 70% del capital semilla para proyectos nacentes fue aportado por los propios emprendedores, siendo exactamente del 68,3% en Cataluña y del 69,3% en Barcelona. Sin embargo, al menos uno de cada cuatro emprendedores aportó el 100% del capital semilla con fondos propios, tanto en Cataluña como en Barcelona. Lamentablemente, el cuestionario de 2016 no recoge esta cuestión por lo que no pueden compararse los resultados de un ejercicio y otro en lo relativo a este aspecto.

Desde el punto de vista de la oferta de financiación, se observa que en el último ejercicio, el porcentaje de población que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años disminuye un punto porcentual tanto en Cataluña como en Barcelona (gráfico 4.50). Habrá que seguir este indicador para comprobar si esta disminución es puntual o debida al muestreo o indica un cambio de tendencia. De ser así, habría que estudiar causas para, eventualmente, orientar medidas.

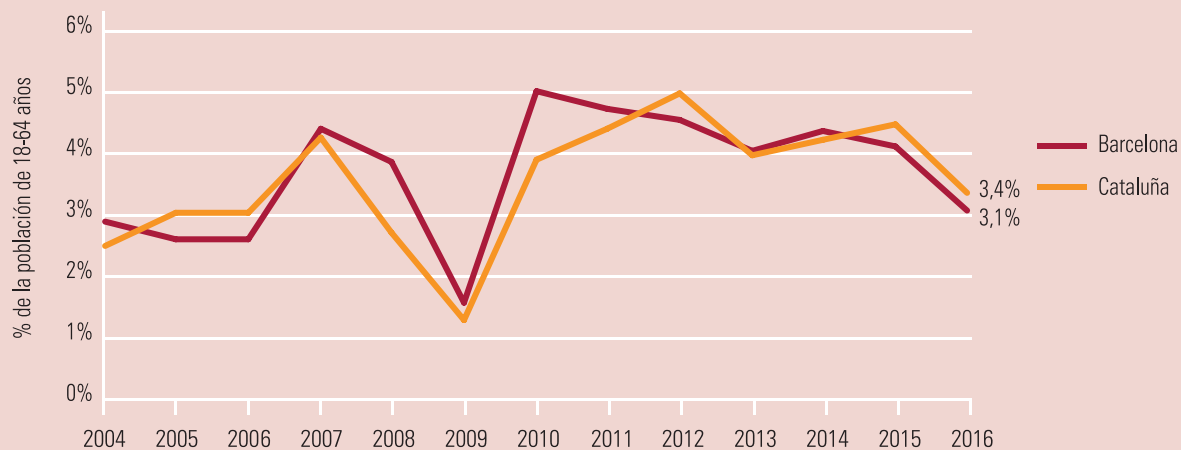
Tabla 4.1. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña, 2015 y 2016

	2016 Capital total necesario para arrancar el negocio	2015 Capital total necesario para arrancar el negocio	2015 Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes	2015 Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes
Media	101.064,02	92.934,13	36.833,42	68,30
Desviación estándar	447.853,88	187.338,49	85.298,56	34,36
Mínimo	1.000	300	300	3,00
Percentil 05	2.000	3.000	1.000	11,25
Percentil 10	2.500	5.000	2.000	25,00
Percentil 25	3.500	8.000	5.000	33,33
Mediana	20.000	20.000	15.000	100,00
Percentil 75	40.000	70.000	27.500	100,00
Percentil 90	70.000	300.000	60.000	100,00
Percentil 95	150.000	500.000	100.000	100,00
Máximo	3.000.000	1.000.000	500.000	100,00

Tabla 4.2. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Barcelona, 2015 y 2016

	2016 Capital total necesario para arrancar el negocio	2015 Capital total necesario para arrancar el negocio	2015 Capital semilla aportado por los emprendedores nacientes	2015 Porcentaje del capital semilla aportado por los emprendedores nacientes
Media	139.388,51	92.543,01	34.043,01	69,30
Desviación estándar	536.262,29	205.441,25	87.525,63	33,92
Mínimo	2.200	2.000	1.000	3,00
Percentil 05	2.500	3.000	1.500	10,00
Percentil 10	2.500	5.000	2.000	25,00
Percentil 25	10.000	6.000	5.000	40,00
Mediana	25.000	20.000	10.000	100,00
Percentil 75	50.000	60.000	25.000	100,00
Percentil 90	120.000	300.000	60.000	100,00
Percentil 95	300.000	700.000	100.000	100,00
Máximo	3.000.000	1.000.000	500.000	100,00

Gráfico 4.50. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en Barcelona y Cataluña durante el periodo 2004-2016



#### **4.5. Benchmarking internacional y por comunidades autónomas de las características de la actividad emprendedora**

En este apartado se comparan por tipo de economía y país la distribución sectorial, las expectativas de dimensión a cinco años, la orientación innovadora y la orientación internacional de los emprendedores en fase inicial (TEA) en el año 2016. Estos resultados se muestran en la tabla 4.3. Se puede observar que en Cataluña los emprendedores dedicados a servicios a empresas suponen una mayor proporción del total de emprendedores respecto de la media de las economías basadas en la innovación (34,6% por 26,8%, respectivamente). Contrariamente, el porcentaje de emprendedores nuevos en actividades transformadores es inferior al de estos países (9,8% por 21,8%). De forma similar, las expectativas de dimensión en número de empleados dentro de cinco años son inferiores a las de las economías innovadoras (el peso de los emprendedores que esperan contar con más cinco empleados dentro de cinco años es del 29,8% en los países innovadores y 10,7% en Cataluña y 14,2% en España). Algo similar ocurre respecto al grado de novedad de los productos y servicios ofertados: el porcentaje de emprendedores en fase inicial que ofrecen un producto completamente o algo novedoso es del 49,4% en las economías innovadoras, 30,0% en Cataluña y 36,3% en España). Respecto a la orientación internacional de los nuevos negocios, la proporción de emprendedores catalanes que no exportan es claramente más elevada que la de los países más desarrollados (78,9% por 37,7%).

Por otra parte, los gráficos 4.51 a 4.53 muestran para siete de las principales características de las empresas de reciente creación, el posicionamiento de Barcelona y Cataluña a nivel internacional y a nivel autonómico en 2016. Los resultados obtenidos confirman que el emprendimiento en fase inicial (TEA) en Cataluña está en una posición elevada en el ranking si atendemos al porcentaje de nuevos negocios dedicados a servicios a empresas (6ª en la comparación internacional y 3ª a nivel autonómico). El porcentaje de emprendedores en fase inicial con negocios que ofrecen un producto completamente o algo novedoso es inferior a los países innovadores. Lo mismo sucede respecto del uso de tecnologías de menos de cinco años. Asimismo, respecto de los países basados en la innovación, Catalunya está en las últimas posiciones en cuanto a la orientación internacional, medida como la proporción de emprendedores en fase inicial con negocios que en 2016 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior, así como en las expectativas de dimensión, entendidas como aquellos emprendedores en fase inicial que esperan tener más de cinco empleados en cinco años. Con el fin de interpretar adecuadamente estos resultados es conveniente tener en cuenta que todos ellos se refieren al año 2016 y que tal como ya se ha explicado más arriba, en este año se ha producido un sesgo a la baja en la mayoría de indicadores de este capítulo que atribuimos más a cuestiones vinculadas al error muestral (ver tabla 1.2) que a un genuino cambio de signo. Es por ello que para minimizar su incidencia, en los otros apartados hemos basado nuestro análisis en el estudio de tendencias.

En relación a estas mismas variables, en el gráfico 4.54 se presenta de forma agrupada para todas ellas el posicionamiento de Cataluña en comparación con España, la UE y las economías basadas en la innovación. Finalmente, la comparación de Barcelona con el resto de Cataluña que se muestra en el gráfico 4.55 indica que las expectativas de empleo son superiores en Barcelona, mientras que se obtiene una valoración superior de la novedad de los productos y del peso de los servicios a empresas en el resto de Cataluña.



Gráfico 4.51. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumo, 2016

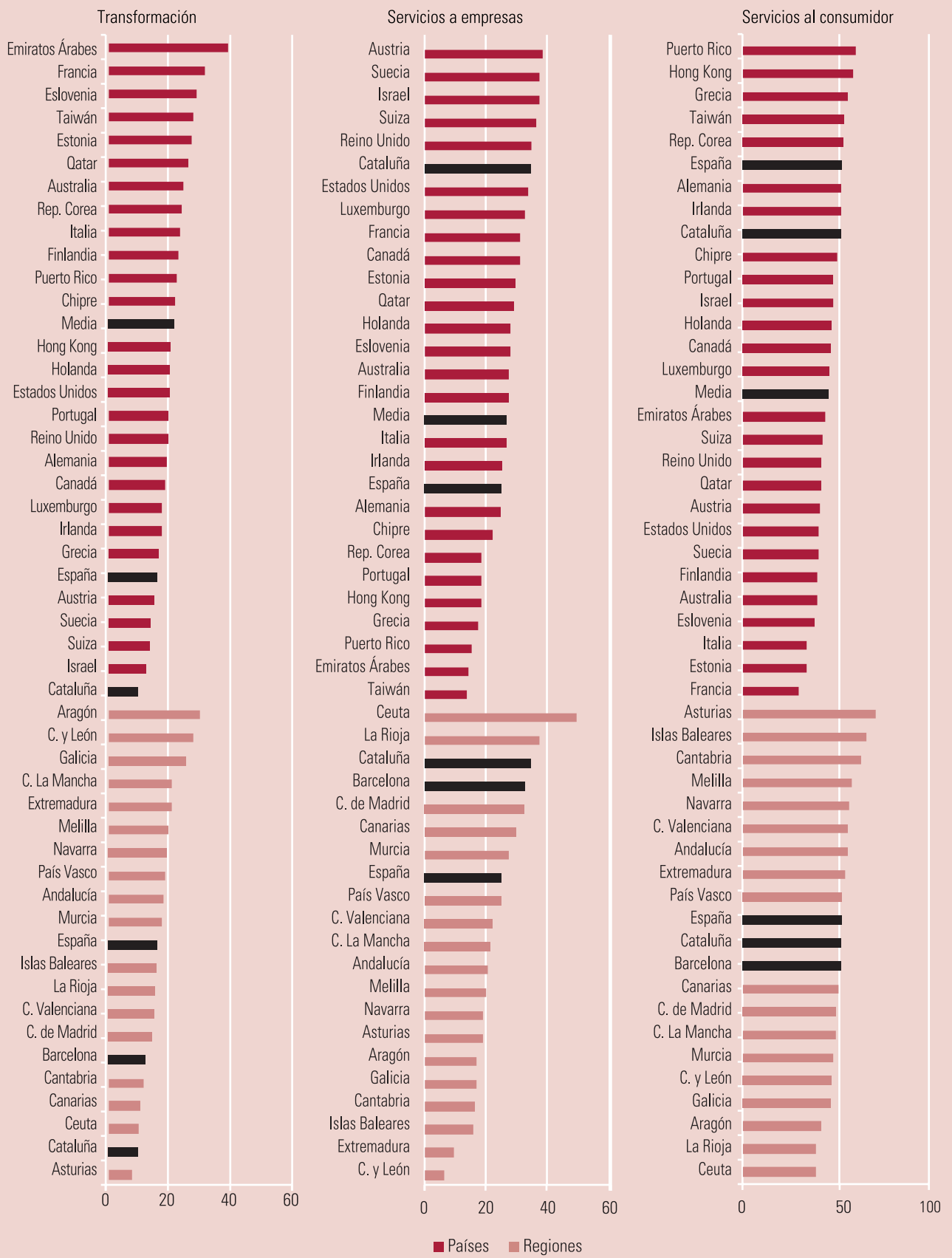


Gráfico 4.52. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2016 ofrecían un producto completamente o algo novedoso, que usaban tecnologías con menos de cinco años de antigüedad y que tenían poca o ninguna competencia.

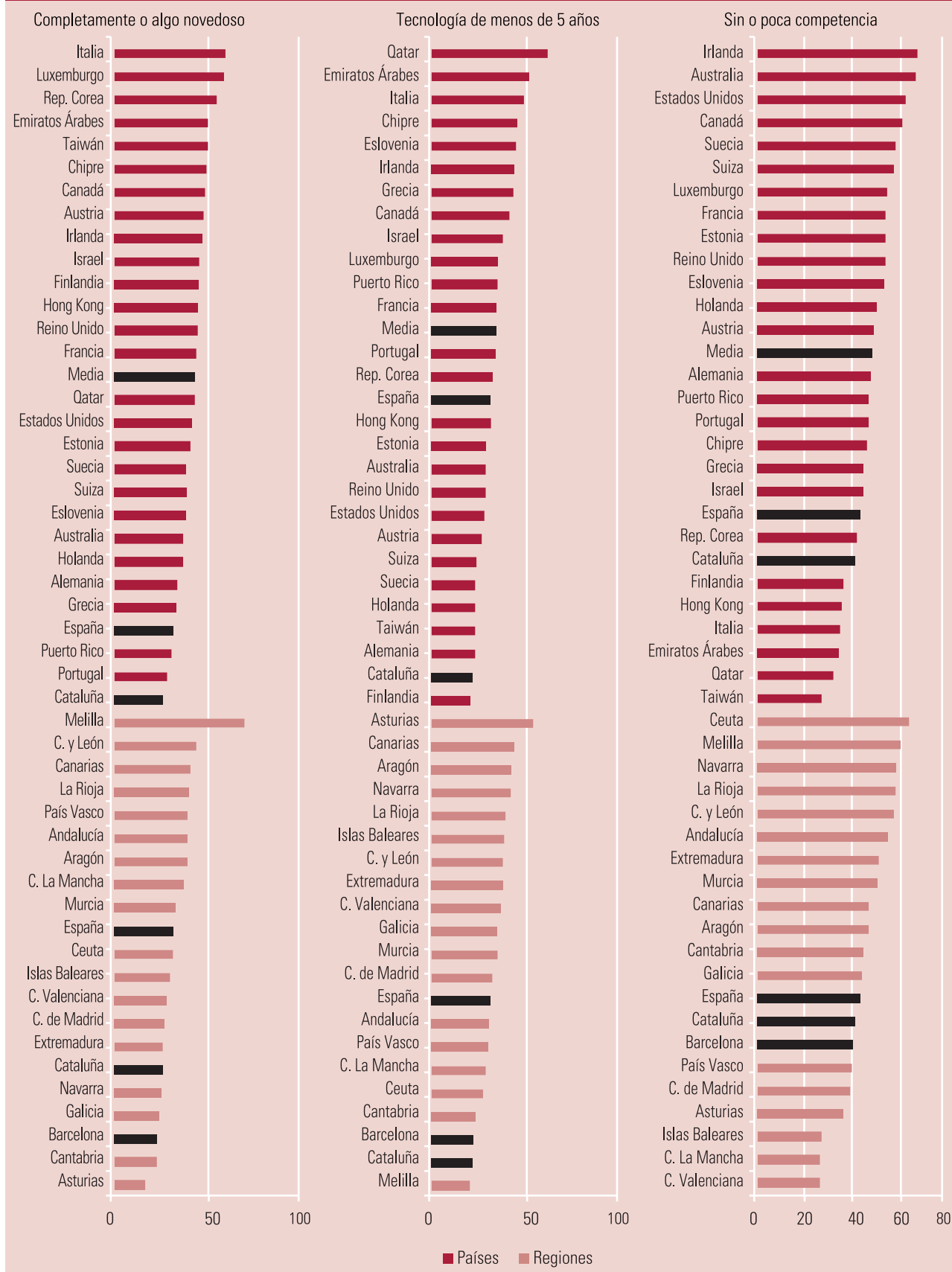




Gráfico 4.53. Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2016 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años

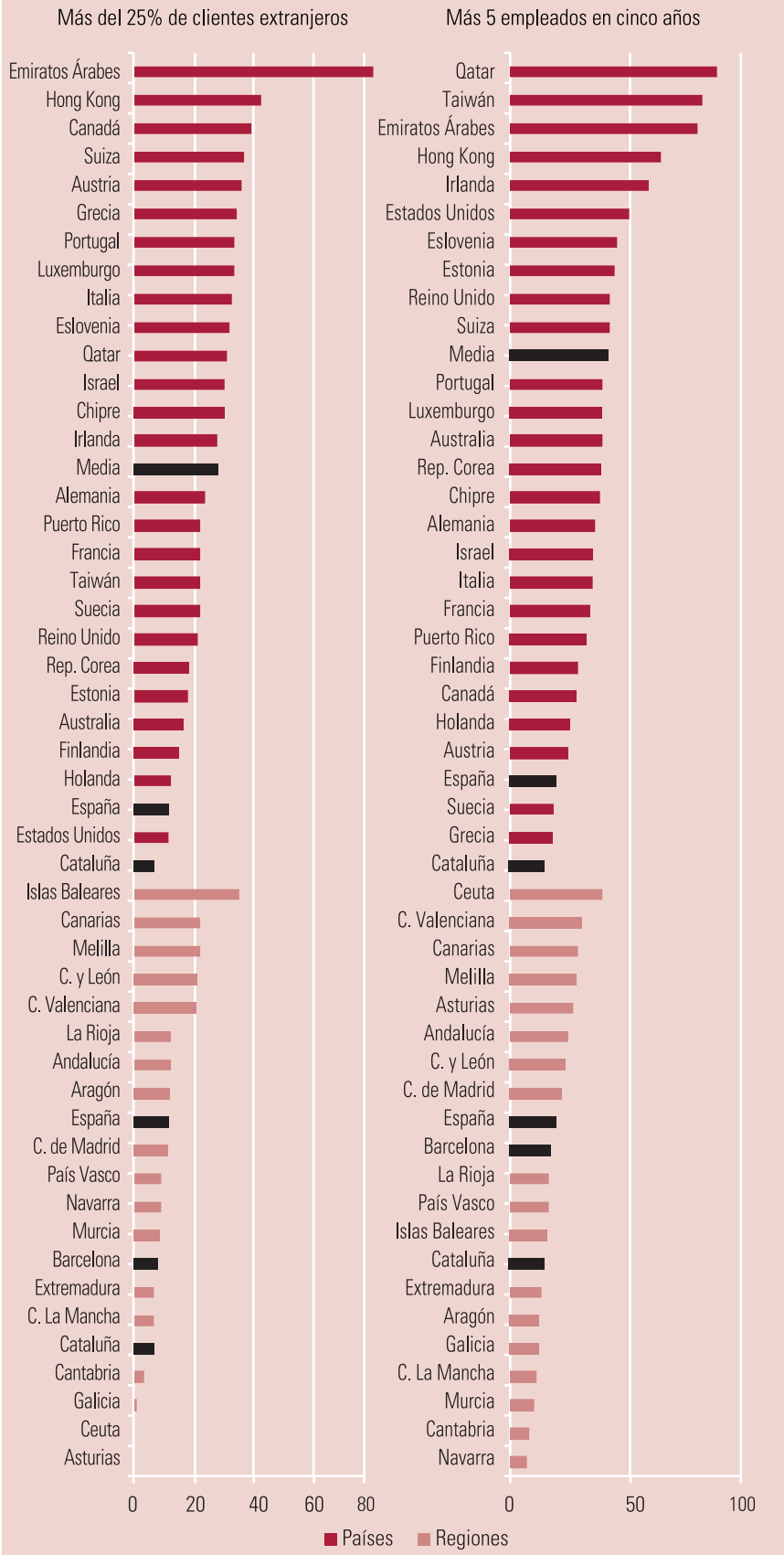


Gráfico 4.54. Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media de España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA), 2016

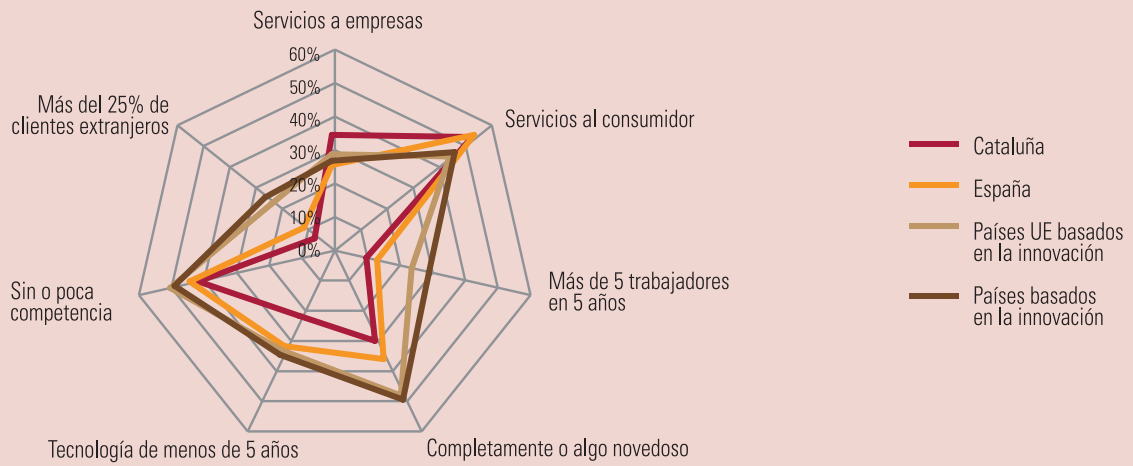
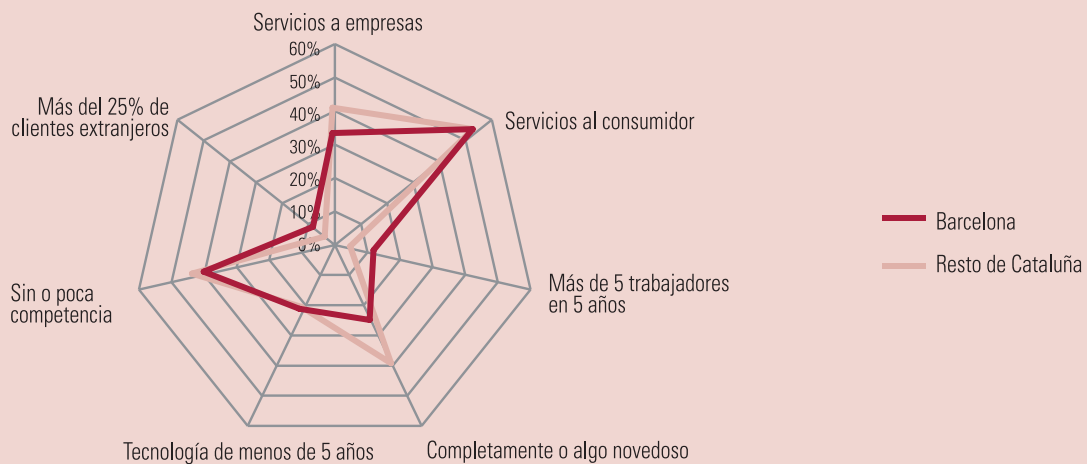


Gráfico 4.55. Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña en 2016 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA), 2016



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

A la hora de estudiar el proceso emprendedor es importante analizar el perfil de las personas involucradas en las diferentes etapas del mismo. En este apartado se analizan las principales variables que definen dicho perfil: edad, género, nivel de renta y situación laboral. Cabe mencionar que el nivel de educación se ha examinado en el apartado 4.2 del capítulo anterior. A continuación, se presentan los resultados detallados para cada una de ellas.

### 5.1. Distribución por edad

En primer lugar, cabe señalar que la edad media de los emprendedores catalanes en 2016 es similar respecto al año anterior. La edad promedio de los potenciales y nacientes se sitúa en los 39 años, y la de los nuevos en los 40 años. Las mayores diferencias, al igual que en anteriores, se aprecian cuando se comparan estos datos con la media de los consolidados, que en 2016 es de 47 años (tabla 5.1). Los que abandonan tienen, en promedio, 48 años. Estas diferencias son lógicas dado que los emprendedores consolidados y los que abandonan son los que más tiempo llevan involucrados en la creación y gestión de una empresa. En Barcelona la media de edad de los emprendedores es muy similar a la de Cataluña en su conjunto, si bien es un año superior en los nacientes, mientras que es un año inferior en los abandonos (tabla 5.2).

Tabla 5.1. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2016

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono
<b>Media</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>48</b>
Desviación estándar	12	11	10	10	9	11
Mínimo	18	21	19	19	22	25
Percentil 05	20	24	25	24	32	33
Percentil 10	22	27	29	29	36	35
Percentil 25	29	30	32	31	42	38
Mediana	41	35	40	38	47	47
Percentil 75	50	48	46	46	53	57
Percentil 90	54	57	54	55	59	64
Percentil 95	56	61	59	59	61	64
Máximo	63	64	64	64	64	64

Tabla 5.2. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2016

	Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono
<b>Media</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>47</b>
Desviación estándar	12	12	10	10	8	10
Mínimo	18	21	19	19	22	25
Percentil 05	20	24	25	25	32	33
Percentil 10	22	29	29	29	36	35
Percentil 25	30	31	32	32	42	40
Mediana	41	37	40	38	47	46
Percentil 75	49	51	44	47	53	56
Percentil 90	54	57	53	54	57	63
Percentil 95	56	61	59	59	63	64
Máximo	63	64	64	64	64	64

El análisis de la distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña en el año 2016 indica que la edad de las mujeres es mayor que la de los hombres en los grupos de emprendedores potenciales, nacientes y nuevos (tabla 5.3). En cambio, en las fases avanzadas del proceso los hombres tienen una edad media superior a la de las mujeres. Más concretamente, las mujeres tienen 40 años de media en potenciales y nacientes, mientras que los hombres están en promedios de 38 y 37 años, respectivamente. Un cambio con respecto al año 2015 es el aumento de la edad media de las emprendedoras nuevas, dado que pasa de 38 a 41 años y supera la media de los hombres que es de 39 años. En cambio, tanto en la fase de consolidación como en la de abandono las medias son de 46 años para las mujeres y de 48 para los hombres. En Barcelona los resultados son similares, si bien la edad media de las mujeres emprendedoras es un año superior en las potenciales, nacientes y abandonos, y un año inferior en las consolidadas (tabla 5.4).

Tabla 5.3. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña, 2016

		Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono
<b>Mujeres</b>	<b>Media</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
	Desviación estándar	12	13	9	11	8	10
<b>Hombres</b>	<b>Media</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>48</b>	<b>48</b>
	Desviación estándar	12	10	11	10	9	11

Tabla 5.4. Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Barcelona, 2016

		Potenciales	Nacientes	Nuevos	En fase inicial	Consolidados	Abandono
<b>Mujeres</b>	<b>Media</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>47</b>
	Desviación estándar	12	14	9	11	8	10
<b>Hombres</b>	<b>Media</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>49</b>	<b>47</b>
	Desviación estándar	12	8	10	10	8	10

Atendiendo a la distribución por edades de los emprendedores catalanes en 2016 (gráfico 5.1), se observa que en la franja de 18-24 años predominan los potenciales, en la de 25-34 destacan los nacientes, en la de 35-44 hay una distribución bastante similar entre los distintos grupos de emprendedores, en la de 45-54 destacan los consolidados y, finalmente, que en la de 55-64 predomina el porcentaje de los abandonos. Con respecto al año 2015 cabe remarcar el aumento de la proporción de emprendedores nacientes en el tramo de 25-34 años. También cabe señalar que, como es lógico, la gran mayoría de los consolidados (un 92%) tienen 35 o más años. En Barcelona se aprecian unos patrones parecidos (gráfico 5.2). Se puede mencionar que en el grupo emprendedores potenciales, el grupo de edad más numeroso es el de 35 a 44 años.

Gráfico 5.1. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2016

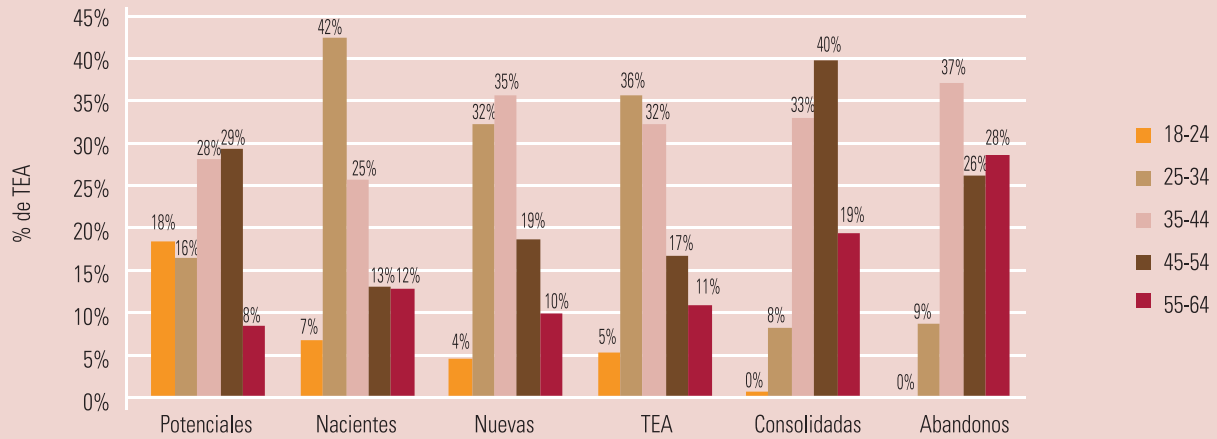
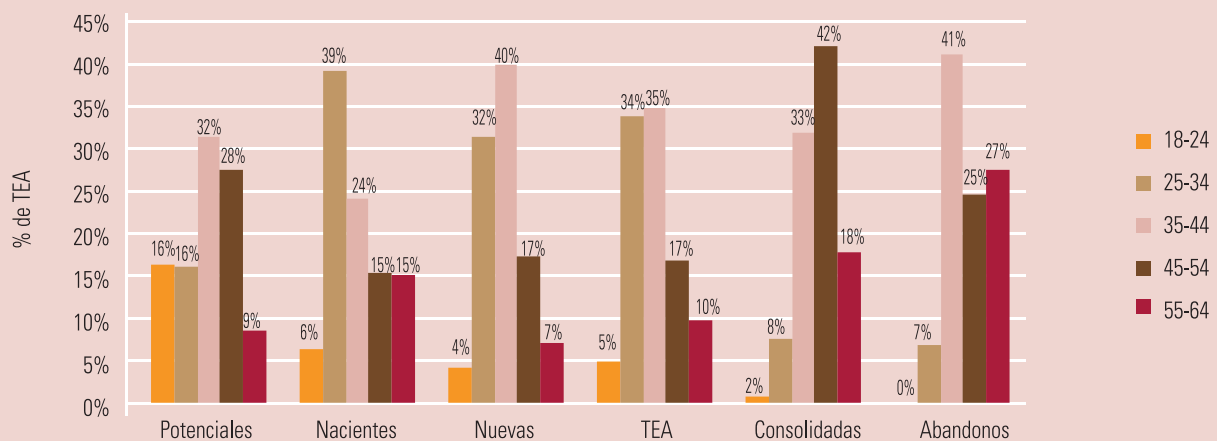


Gráfico 5.2. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2016

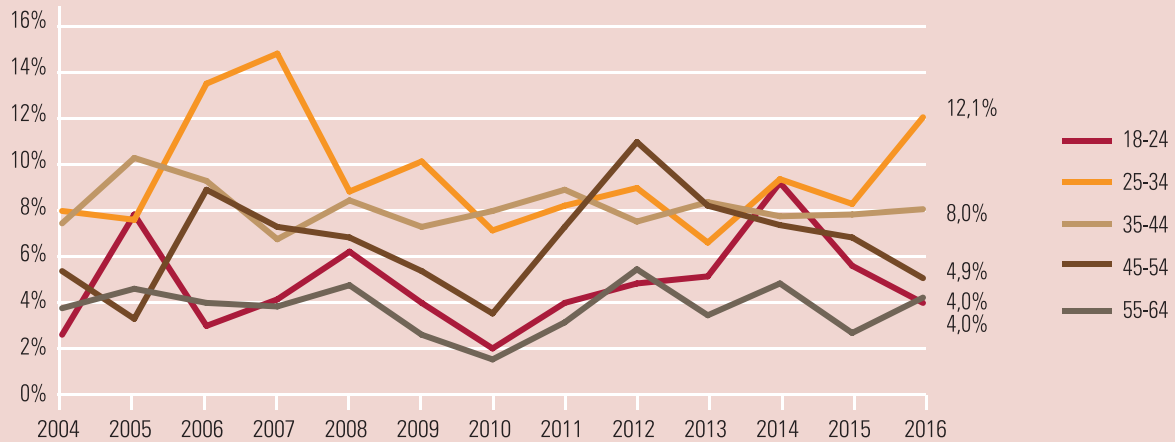


El gráfico 5.3 muestra el índice TEA calculado para distintos grupos de población de acuerdo al tramo de edad, permitiendo distinguir en qué segmento de edad la población es más propensa a emprender. Como se puede observar:

- El tramo de 25-34 años es el que tiene una TEA superior (12,1%). A continuación, se sitúa el de 35-44 (8,0%). Con una TEA claramente inferior están los grupos de 45-54 (4,9%), 55-64 (4,0%) y 18-24 (4,0%).
- Con respecto al año 2015, en 2016 se produce un gran aumento de cuatro puntos porcentuales en el tramo de 25-34, un incremento considerable de dos puntos en el grupo de 55-64 y un ligero aumento (menos de un punto) en el de 35-44. La TEA cae dos puntos en el grupo de 45-54 y baja un punto en el de 18-24.
- El incremento de la TEA en el tramo de 25-34 años lo sitúa en unos valores similares a los que existían antes de la crisis.
- En los últimos años, la TEA más estable ha sido la de las personas de 35-44 años, con valores en torno al 8%.

- La franja de 45-54 años, cuya TEA creció considerablemente desde el 2010 (3,4%) al 2012 (11%), interpretado como forma de autoempleo por las dificultades derivadas de la edad para encontrar empleo por cuenta ajena, ha vuelto a disminuir y se sitúa en valores similares a los años anteriores a la crisis (4,9%).

Gráfico 5.3. Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2004-2016



En esta misma línea, si clasificamos a los emprendedores en dos grandes grupos de edades (18-34 y 35-64 años) se puede apreciar que la TEA de los emprendedores jóvenes ha recuperado en 2016 un valor cercano al de hace diez años (9,5%), después del descenso durante la crisis y una cierta recuperación en los últimos años. Además, cabe señalar que la TEA de los jóvenes en España está más de tres puntos por debajo de la de los catalanes (6,2% frente al mencionado 9,5%). La TEA de los emprendedores maduros en Cataluña se mantiene estable en 2016 y está un punto por encima de la de España (gráfico 5.4).

En comparación con la UE y otros países innovadores, cabe señalar que el aumento de la TEA en Cataluña y en Barcelona de los que tienen entre 18 y 34 los sitúa muy cerca del nivel existente en 2016 en los países de la UE basados en la innovación y del conjunto de países del mundo con economías basadas en la innovación (cerca del 10%) (gráfico 5.5).

Gráfico 5.4. Evolución índice TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y España en el periodo 2004-2016

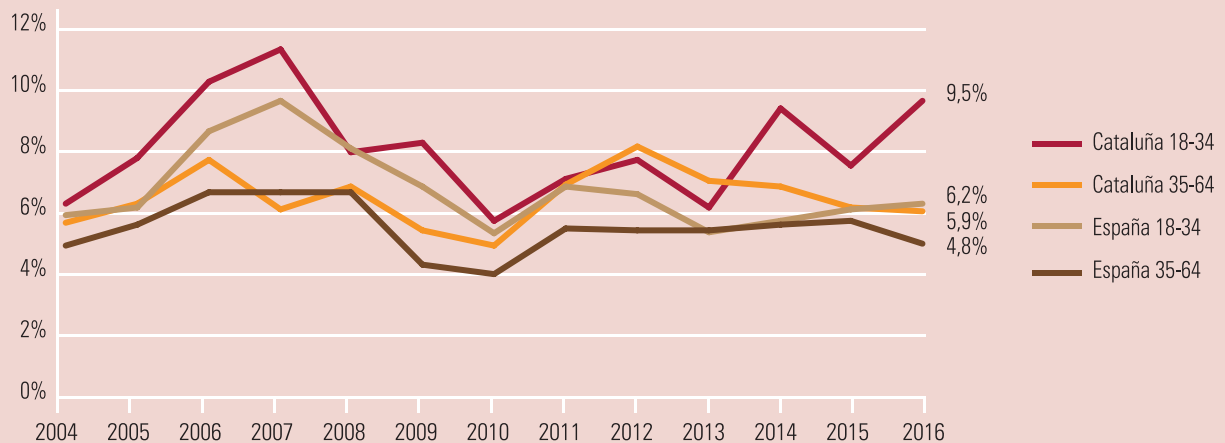
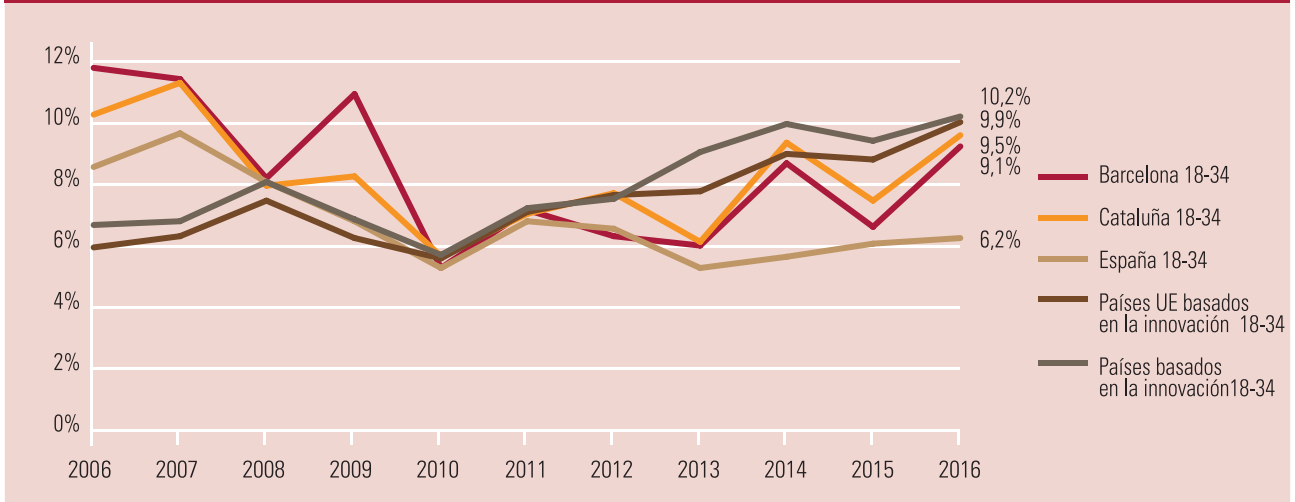


Gráfico 5.5. Evolución índice TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2006-2016



Si comparamos las percepciones, valores y aptitudes del conjunto de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según su edad (18-34 años frente a 35-64 años), se corroboran los resultados anteriores en el sentido de que los jóvenes tienen una percepción más positiva del entorno y del emprendimiento. Así, el porcentaje de jóvenes emprendedores que declaran que perciben oportunidades, que consideran que emprender es una buena opción profesional y genera buen estatus social y económico, que conocen a otros emprendedores y que observan historias de éxito empresarial en los medios de comunicación es claramente superior al de los mayores (gráfico 5.6).

También se detectan diferencias si comparamos por franjas de edad a los involucrados en el proceso emprendedor con quienes no lo están. Estas diferencias son más acusadas en los jóvenes emprendedores involucrados (en fase inicial y consolidados) frente a los jóvenes no involucrados (gráfico 5.7): conocimientos y habilidades para emprender (83% frente a 37%), modelos de referencia (68% frente a 35%), percepción de oportunidades (66% frente a 25%) y miedo al fracaso (23% frente a 53%). En el grupo de los emprendedores de edad entre 35 y 64 años sólo destacan las diferencias entre involucrados y no involucrados en las percepciones sobre conocimientos y habilidades para emprender, así como sobre las oportunidades en el mercado (gráfico 5.8).

Gráfico 5.6. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña según tramos de edad, 2016

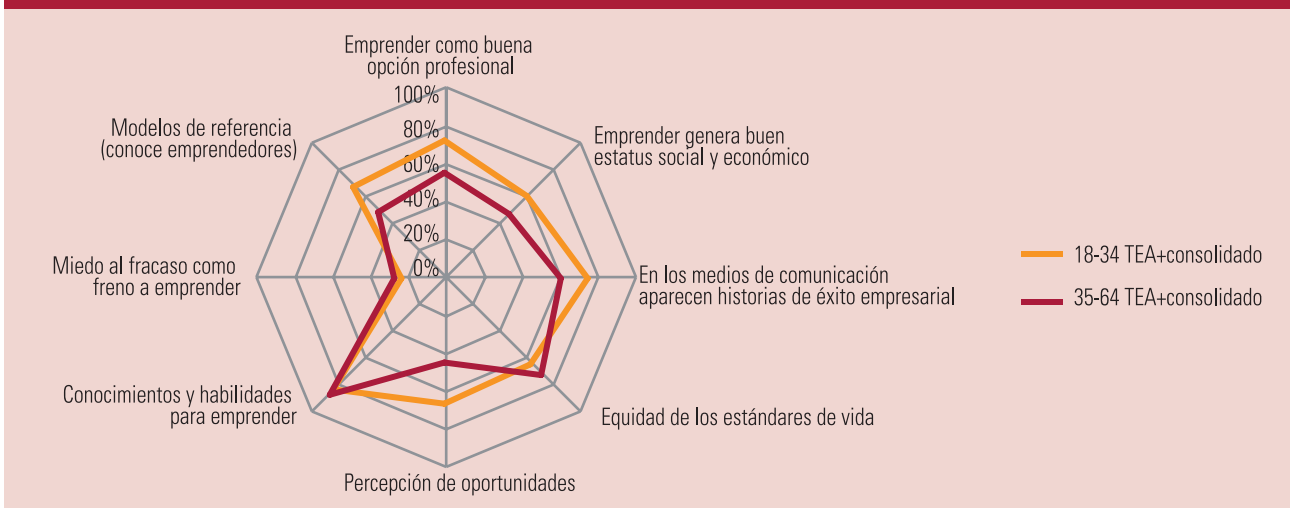


Gráfico 5.7. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad joven (18-34 años) en Cataluña, 2016

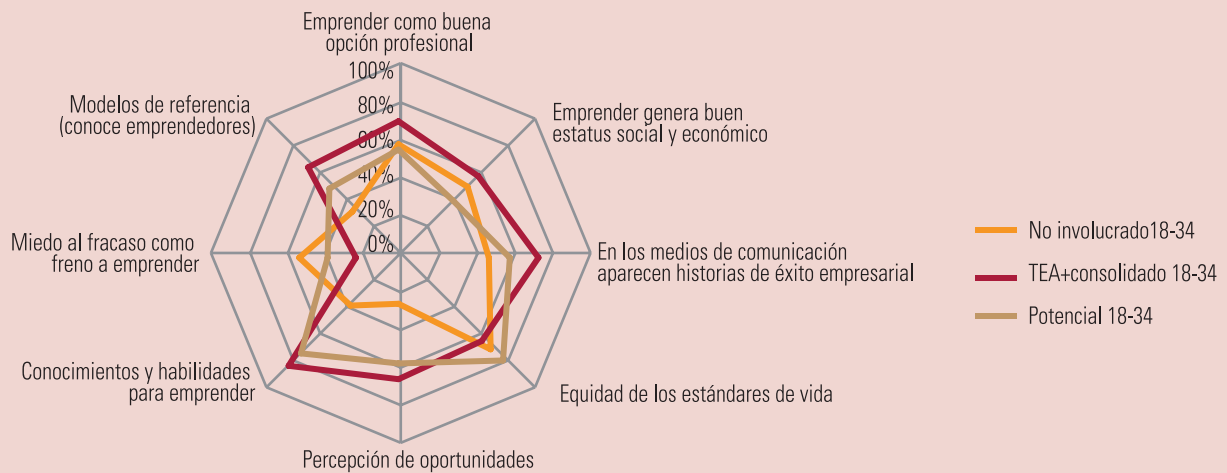
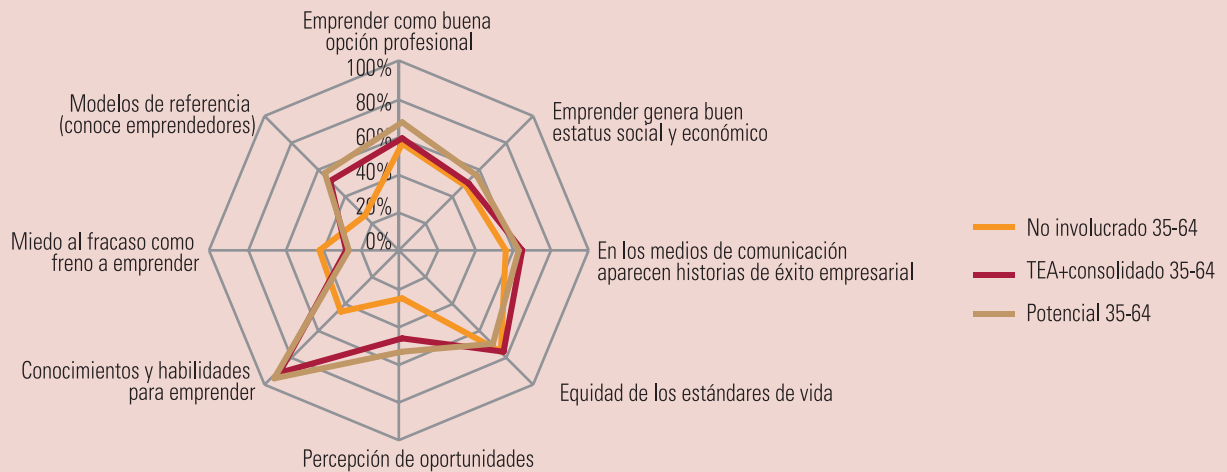


Gráfico 5.8. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad madura (35-64 años) en Cataluña, 2016



## 5.2. Distribución por género

La distribución de la población emprendedora por género en el año 2016 muestra que el porcentaje de hombres emprendedores es superior al de las mujeres emprendedoras en todas las fases del proceso (gráfico 5.9). Este resultado contrasta con el dato obtenido en 2015 según el cual había más mujeres que hombres entre los potenciales y nacientes.



Ahora bien, se observan algunas diferencias en la distribución por género en función de la fase del proceso emprendedor. Así, la participación es prácticamente igual en el caso de los nacientes (51% de hombres frente a 49% de mujeres), mientras que hay un 69% de hombres emprendedores en los abandonos, frente a un 31% de mujeres. La proporción de mujeres se sitúa entre el 40 y el 43% en potenciales, nuevas, en fase inicial (TEA) y consolidadas.

En Barcelona los resultados muestran que en 2016 hay un porcentaje ligeramente superior de mujeres en el grupo de nacientes (51%) y que los hombres predominan especialmente en abandonos (gráfico 5.10).

Gráfico 5.9. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2016

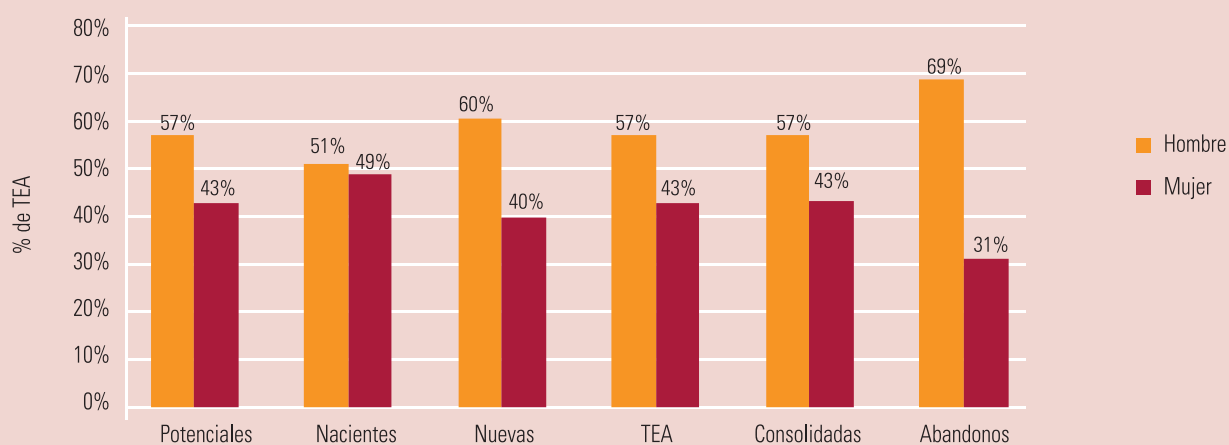
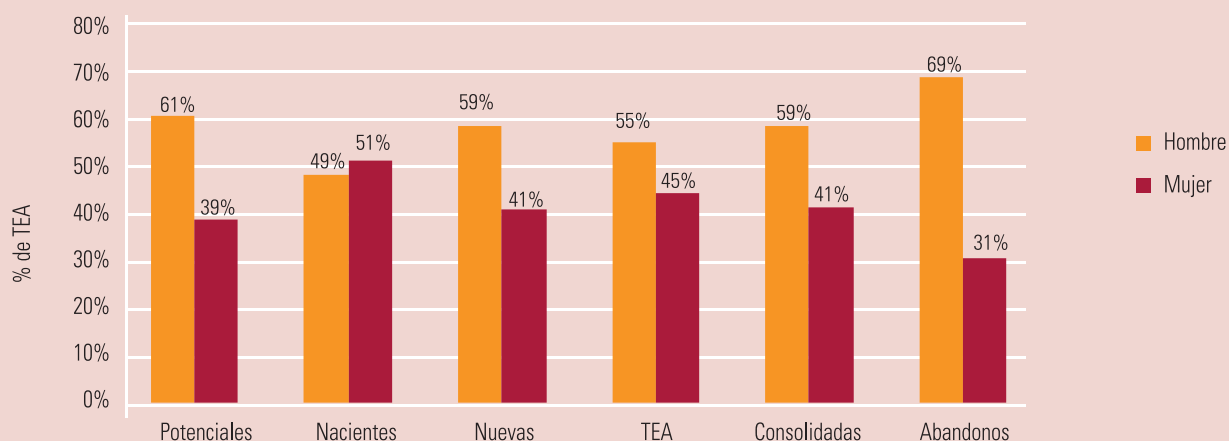


Gráfico 5.10. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2016



Por otra parte, el índice TEA por género constata este predominio de la participación de los hombres emprendedores en Cataluña en el año 2016. En este sentido, la TEA de los hombres es del 7,9% y la de las mujeres se sitúa en el 6,0% (gráfico 5.11). Este diferencial era menor en 2015 debido a la caída de la TEA masculina en 2015 que parece recuperarse en 2016. La TEA femenina está un nivel más estable en los dos últimos años. En España la TEA de los hombres continúa siendo superior a la de las mujeres (5,8% frente a 4,7%).

La ratio TEA femenina/TEA masculina del último ejercicio es del 76% en Cataluña, tras el valor máximo que alcanzó en 2015 y se sitúa un poco por debajo de la ratio en España (80%) (gráfico 5.12). Ello significa que en 2016 por cada hombre emprendedor en fase inicial en Cataluña hay 0,76 mujeres emprendedoras.

La TEA femenina catalana (6,0%) está al mismo nivel que la de los países de la UE basados en la innovación (6,0%), aunque se sitúa por debajo de la TEA femenina del conjunto de países basados en la innovación (6,8%) (gráfico 5.13). En la provincia de Barcelona este índice es algo superior al de la media catalana (6,2%) En cambio, la TEA femenina en España está claramente a un nivel inferior (4,7%).

Es de destacar el crecimiento en 2016 de las emprendedoras de 18-34 años, después de tres años de descenso continuado, alcanzando una TEA del 8,1%, a la par que la disminución de las emprendedoras de 35-64 años, que este año tienen una TEA del 5,1% (Gráfico 5.14).

Gráfico 5.11. Evolución índice TEA por género en Cataluña y España durante el periodo 2004-2016

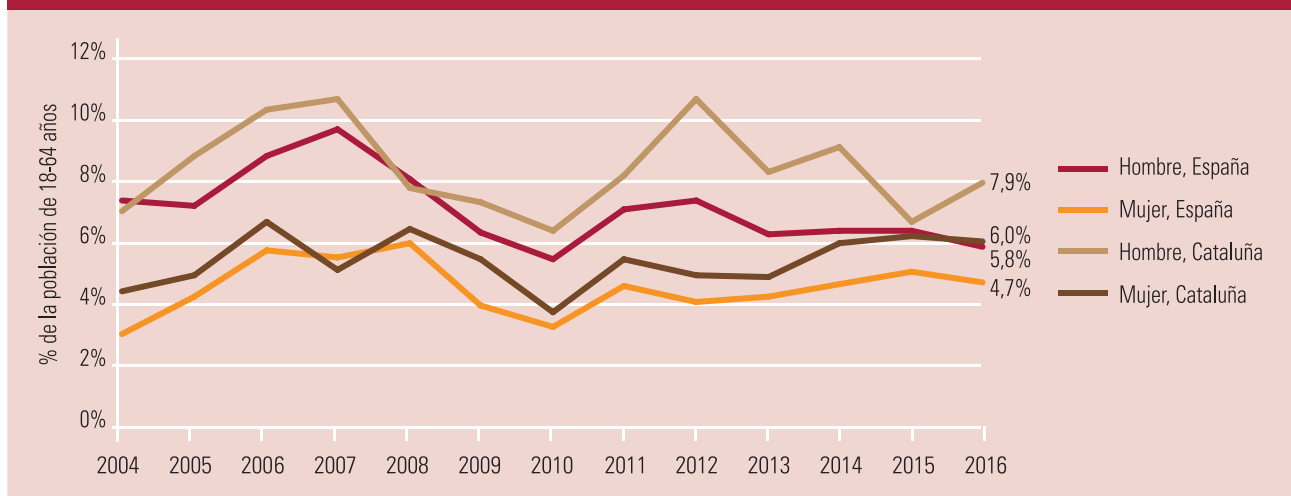


Gráfico 5.12. Evolución de la ratio TEA femenina/TEA masculina en Cataluña y España en el periodo 2004-2016

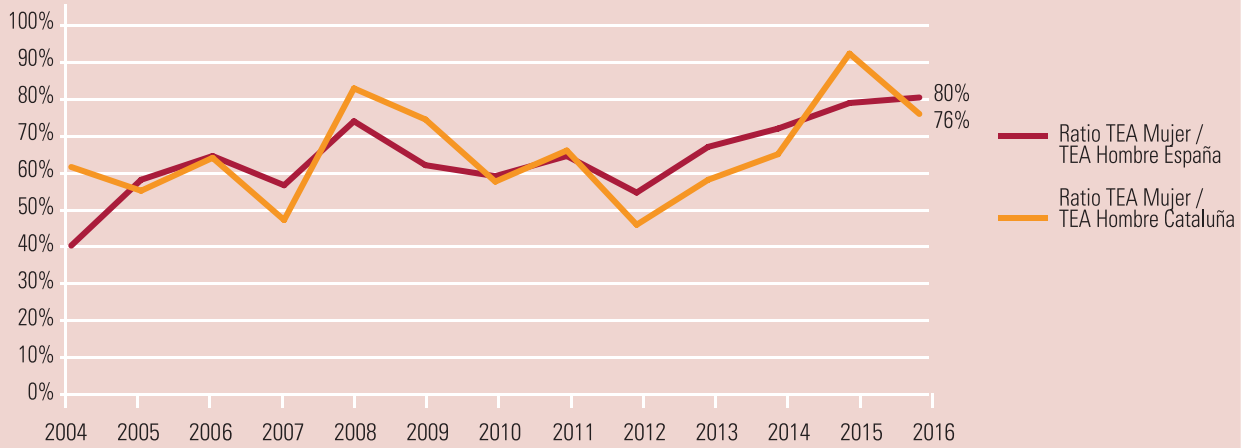


Gráfico 5.13. Evolución TEA femenino en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2004-2016

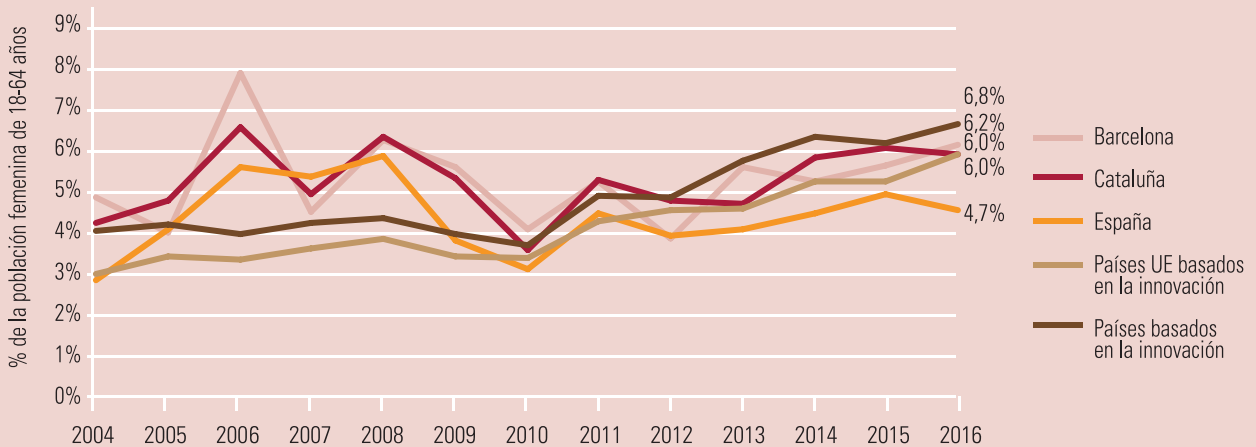
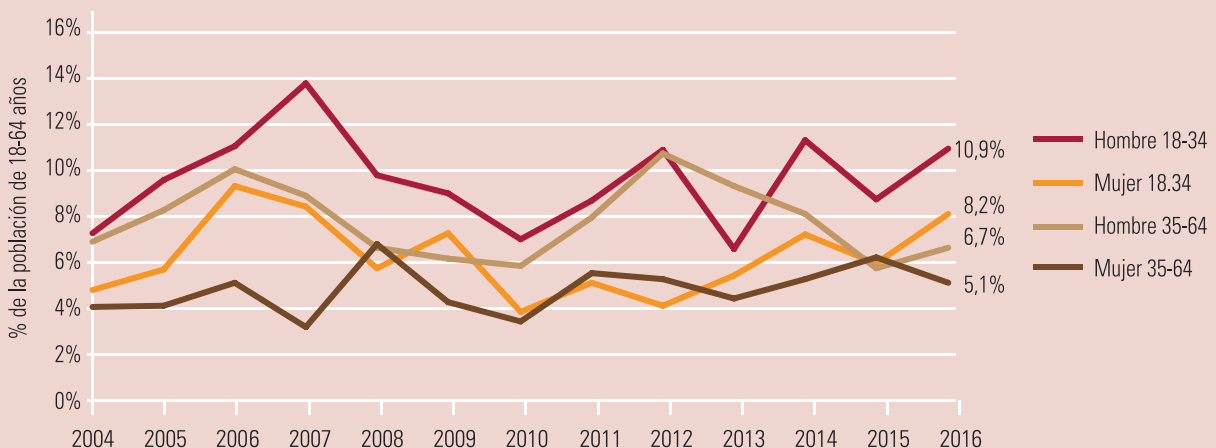


Gráfico 5.14. Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2016



Si distinguimos por género las percepciones, valores y actitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, no observamos grandes diferencias entre mujeres y hombres. Sí se puede mencionar que los emprendedores consideran en una proporción algo superior que las emprendedoras que el hecho de emprender genera un buen estatus social y económico (54% por 47%). No existen grandes diferencias en el resto de variables (gráfico 5.15).

Las diferencias según el género entre los emprendedores que se encuentran en la fase potencial son un poco más pronunciadas. En esta fase los hombres de nuevo consideran en mayor medida que las mujeres que emprender genera un buen estatus social y económico (55% por 43%), pero cabe remarcar que las emprendedoras potenciales sí consideran más que los hombres que emprender es una buena opción profesional (68% por 58%). Por otra parte, los emprendedores potenciales manifiestan percibir más oportunidades (57% por 46%) y disponer de los conocimientos y habilidades para emprender (88% por 80%) (gráfico 5.16).

Comparando a los no involucrados en el proceso emprendedor con los potenciales y los que están en fase inicial (TEA) o consolidada, se observa que la proporción de los que opinan que tienen conocimientos y habilidades para emprender es mucho mayor en los emprendedores que están en fase inicial o consolidada tanto en mujeres (91%) como en hombres (88%) (gráficos 5.17 y 5.18). La variable sobre modelos de referencia (conocer a otros emprendedores) también presenta diferencias remarcables según las mujeres u hombres estén o no involucradas en el proceso emprendedor (52% por 26% y 56% por 32%, respectivamente).

Gráfico 5.15. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según género en Cataluña, 2016

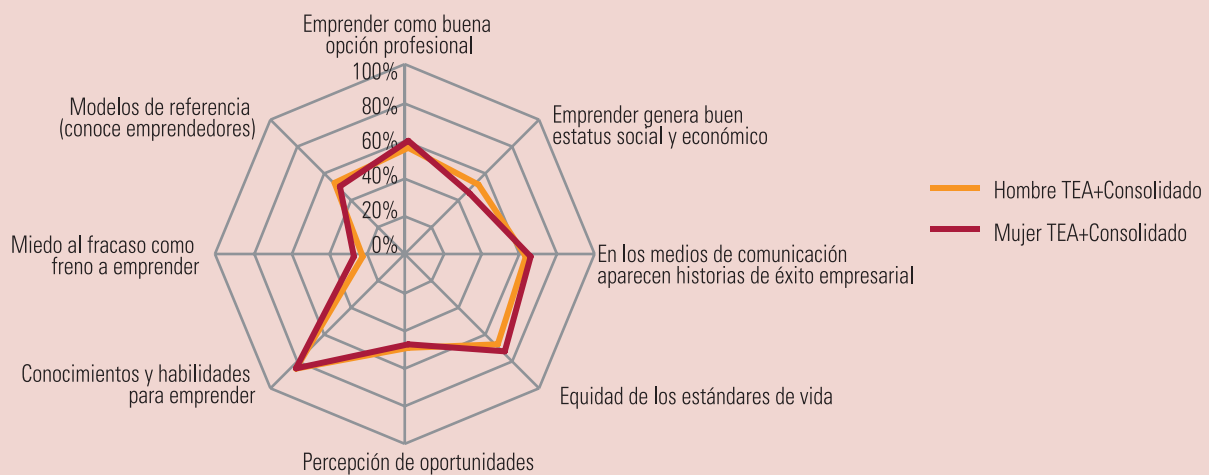


Gráfico 5.16. Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales según género en Cataluña, 2016

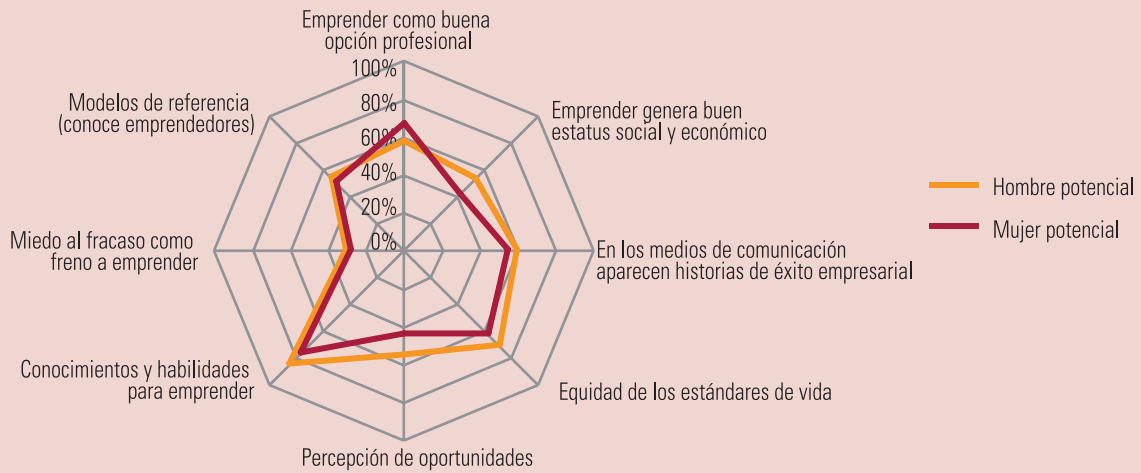


Gráfico 5.17. Percepciones, valores y aptitudes de los hombres no involucrados, de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña, 2016

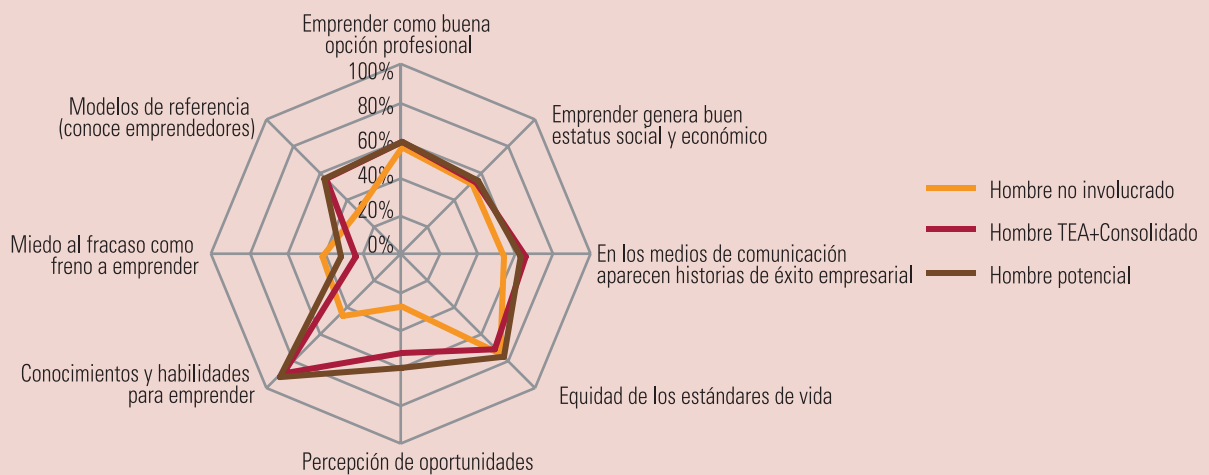
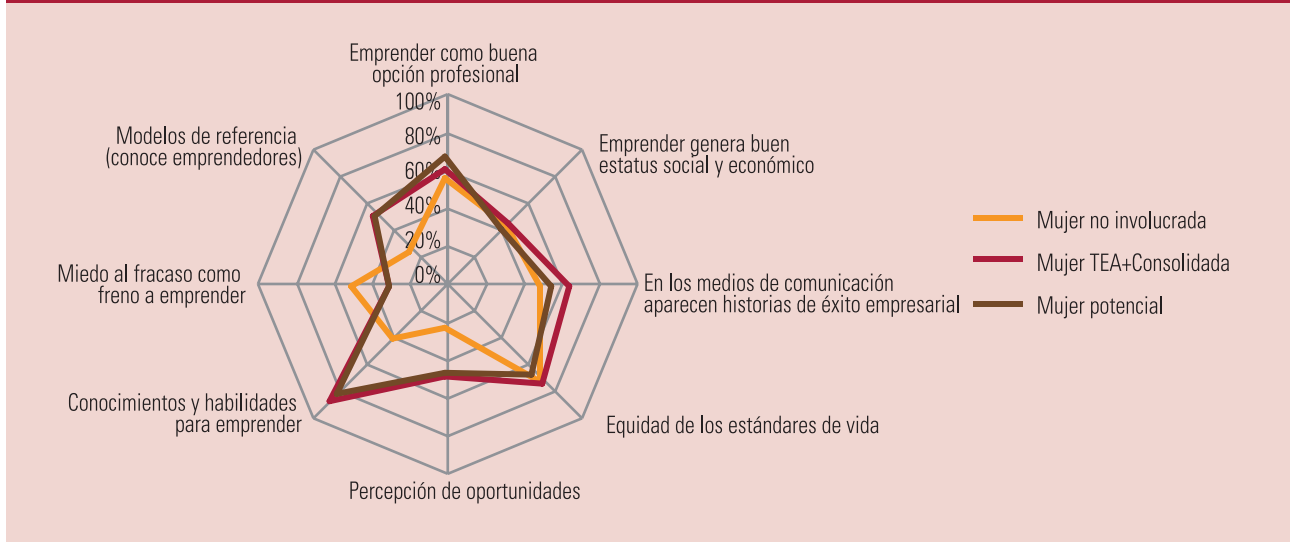


Gráfico 5.18. Percepciones, valores y aptitudes de las mujeres no involucradas, de las emprendedoras potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidadas en Cataluña, 2016

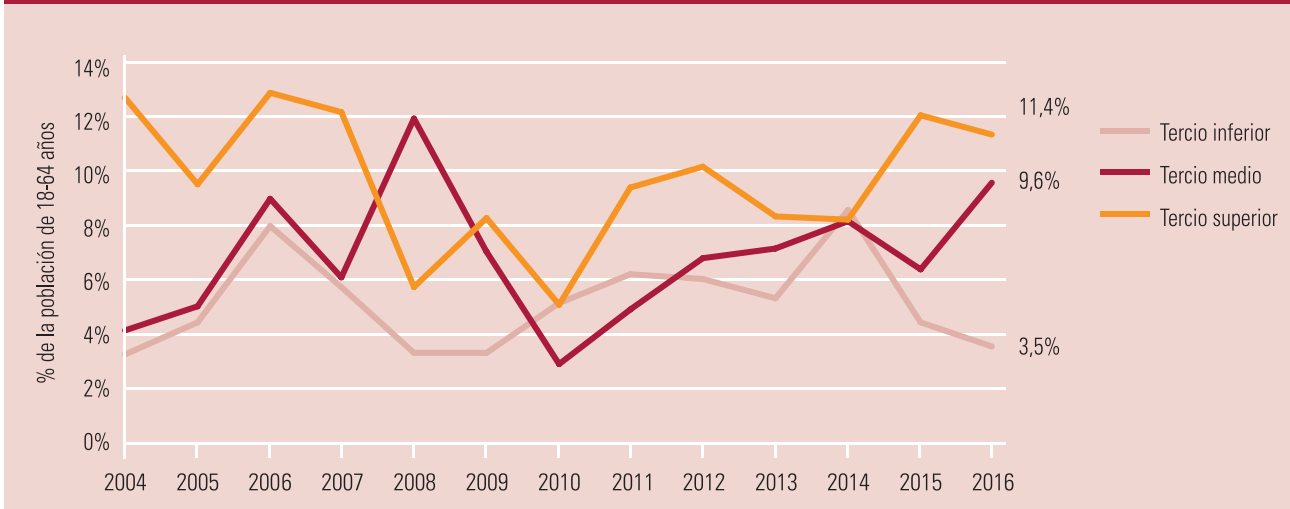


### 5.3. Distribución por nivel de renta

La puesta en marcha y desarrollo de un nuevo proyecto empresarial requiere invertir recursos y en la mayoría de ocasiones son los propios emprendedores quienes los aportan. En este sentido, el nivel de renta del emprendedor puede ser un aspecto relevante a la hora de decidir involucrarse o no en la creación de una empresa y en su potencial de crecimiento posterior (Autio y Acs, 2010).

El gráfico 5.23 ilustra la evolución de la TEA para la población que se encuentra en los tramos inferior, medio y superior del nivel de renta de Cataluña en el periodo 2004-2016. Cabe señalar que en el 2013 se cambió la definición de los tramos, con un incremento de 10.000€ para cada uno de ellos, quedando así: 0-20.000€; 20.000-30.000€; y más de 30.000€. Esta modificación puede explicar, en parte, la caída de la TEA del tramo superior en ese año e incluso en 2014. De hecho, en el año anterior se alcanzaron valores muy similares del índice TEA en los tres tramos. Ahora bien, los resultados del GEM en 2015 mostraron un cambio significativo: gran aumento de la TEA del tercio superior de renta, junto a una caída de la TEA de los otros dos tramos. Los resultados del año 2016 muestran un freno en el aumento de renta del tercio superior (pierde 0,6 puntos), si bien la TEA en este grupo continúa siendo elevada (11,4%). Al mismo tiempo, se observa un gran crecimiento del tercio medio pasando del 6,3% al 9,6% y un descenso del 4,4% al 3,5% del tercio inferior (gráfico 5.23).

Gráfico 5.19. Evolución índice TEA por nivel de renta en Cataluña durante el periodo 2004-2016



La distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2016 por nivel de renta muestra que el tramo predominante en los emprendedores potenciales es el que va de 10.001 a 20.000€, en los nacientes y consolidados pesa un poco más el tramo de 20.001 a 30.000€, mientras que en los nuevos el tramo con mayor proporción de individuos es el de 30.001 a 40.000€ (gráfico 5.24). Los resultados en Barcelona son similares a los de Cataluña (Gráfico 5.25). En los abandonos, el porcentaje de personas en el tramo de 0 a 10.000€ es idéntico en ambos casos (14%) pero en Barcelona este porcentaje es superior al del resto de tramos.

Gráfico 5.20. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña por nivel de renta, 2016

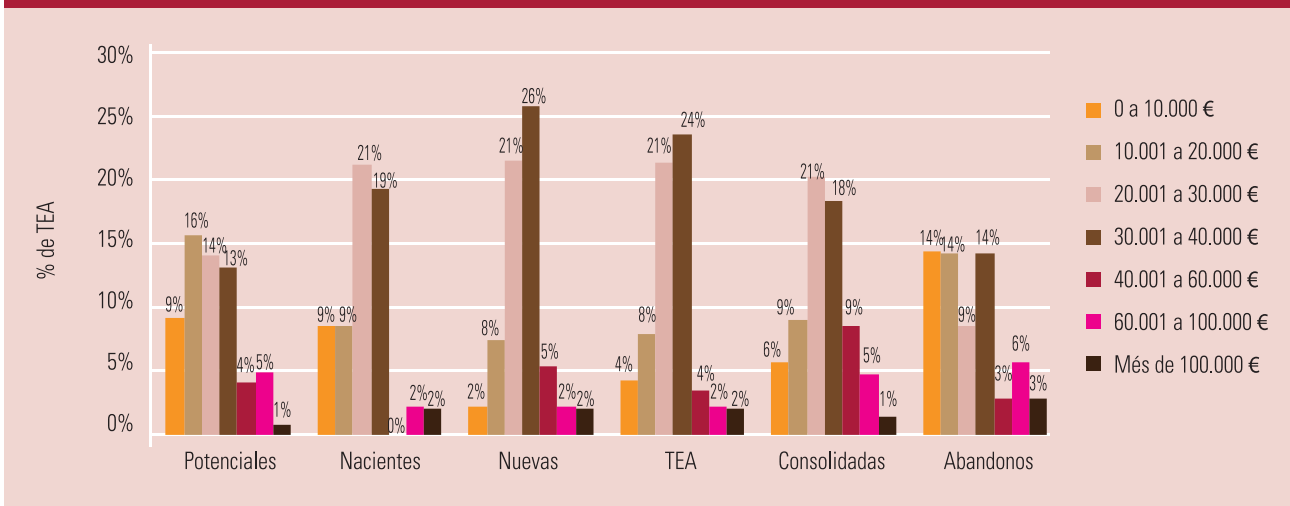
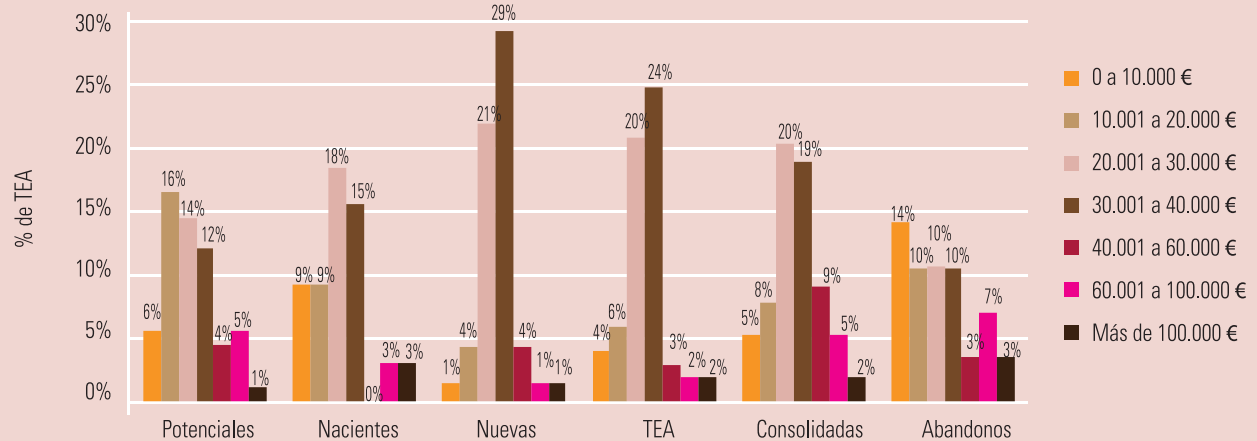


Gráfico 5.21. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona por nivel de renta, 2016



#### 5.4. Distribución por situación laboral

La situación laboral previa a la involucración en actividades emprendedoras también es relevante para identificar el perfil de los emprendedores. Los resultados del año 2016 indican que, al igual que en años anteriores, la mayor parte de las personas emprendedoras proviene de una situación de trabajo a tiempo completo o parcial (gráfico 5.26). En el grupo de emprendedores potenciales es donde se aprecia un porcentaje superior, respecto a los otros colectivos, de una ocupación previa a tiempo parcial (13%) y de una situación previa de estudiante (7%). También cabe destacar que el 19% de dichos emprendedores potenciales estaba previamente en una situación de paro. En los nacientes este porcentaje se sitúa en el 15%. En el caso de los abandonos alcanza un 20% del total.

El peso de los previamente desempleados es un poco más elevado en la demarcación de Barcelona, alcanzando el 22% en potenciales y el 21% en nacientes y abandonos (gráfico 5.27). Como es lógico, tanto en Cataluña como en Barcelona se aprecia que un poco más del 10% de los que abandonan declaran que se jubilan (11,4% y 10,3%, respectivamente).

Gráfico 5.22. Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña por situación laboral, 2016

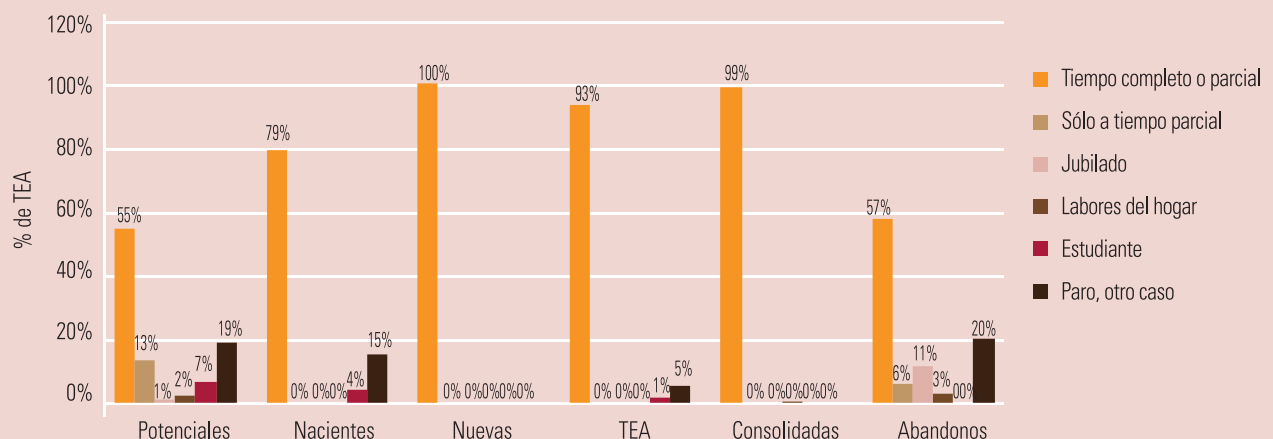
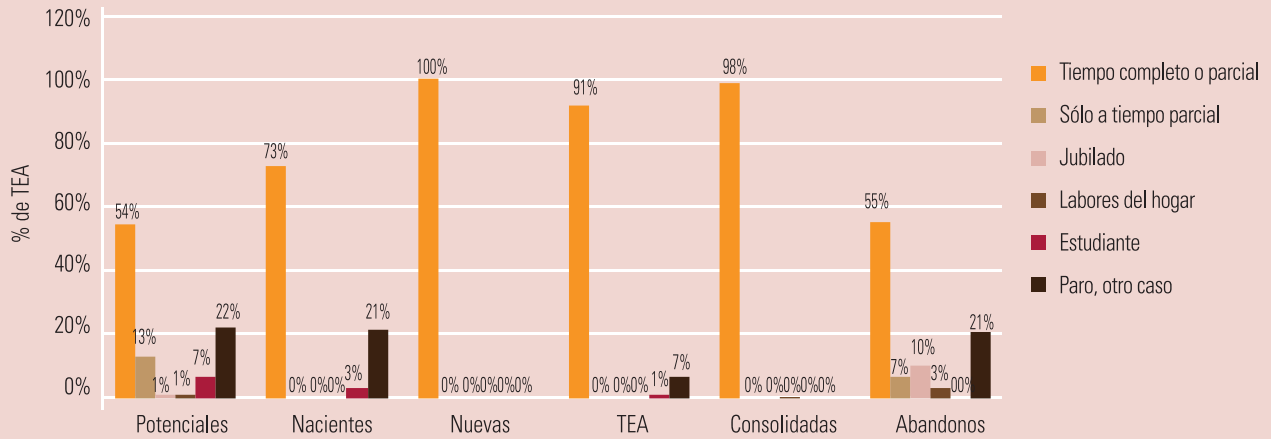


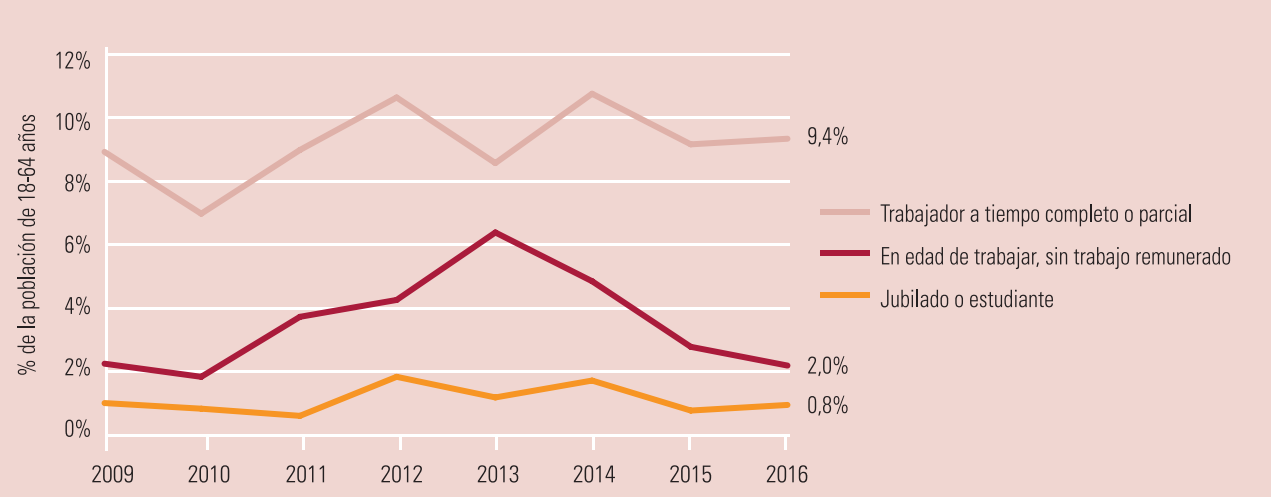


Gráfico 5.23. Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona por situación laboral, 2016



Si analizamos la evolución en los últimos años del índice TEA por situación laboral en Cataluña, se observa que el peso de los previamente desempleados, tras aumentar del 2,1% en 2009 al 6,3% en 2013, en los tres últimos años ha disminuido y en 2016 baja hasta el 2.0% (gráfico 5.28). Por otra parte, la TEA de los que anteriormente eran empleados a tiempo completo o parcial se sitúa en el 2016 en el 9,4%, con un ligero aumento respecto al año anterior.

Gráfico 5.24. Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2016



## 6. El entorno emprendedor

El marco conceptual GEM (figura 1.2) y la literatura sobre emprendimiento otorgan al entorno un papel relevante tanto en el fomento de la actividad emprendedora como en su impacto en el desarrollo económico de un territorio. Por ese motivo, el proyecto GEM a través de una herramienta propia, la encuesta a expertos, recoge información acerca del estado de los factores que la literatura especializada identifica como más influyentes en el contexto emprendedor (tabla 6.1).

El contexto en el que se desarrolla la actividad objeto de estudio está mejorando. Por tercer año consecutivo la economía española ha crecido, superando el 3% los dos últimos años (3,2% en 2015 y 3,3% en 2016); por la confluencia de unos factores de apoyo temporal, tanto externos (bajo precio del petróleo y política ultraexpansiva del BCE) como internos (política fiscal expansiva, como la rebaja del IRPF), que se han sumado a la recuperación cíclica de la economía, y han incrementado el efecto confianza, con unas previsiones de crecimiento en torno al 2,6% para 2017. La economía en Cataluña creció 0,2 décimas más que la española, exactamente un 3,5% en 2016, casi duplicando a la que Eurostat calculó para toda la zona euro (1,9%), gracias al dinamismo de la industria, que registró un crecimiento del 5,2%.

Estas cifras de crecimiento son muy positivas y relevantes, pero todavía se padecen los desequilibrios generados durante la etapa de crecimiento previa a la crisis y los efectos de ésta. Por ejemplo, no se debe perder de vista la productividad, ya que de ésta suele depender la capacidad de un país para poder mejorar sus condiciones de vida, su bienestar. Jimeno (2016) explica la importancia de esta variable, que intermedia la relación entre el crecimiento y el empleo. La magnitud del problema en España lo revela que el PIB per cápita es un 40% inferior al de Estados Unidos o que desde mediados de los noventa la productividad total de los factores (PTF, aproximación al progreso tecnológico calculada descontando las aportaciones al PIB del trabajo y el capital) se ha ido reduciendo (una caída anual promedio del 0,7% en el periodo 2000-2014). En la PTF desempeña un papel relevante la calidad de las políticas y de las instituciones con las que las empresas interactúan, la tecnología, la demografía o el grado de competencia en los mercados, pero también las circunstancias que presiden la creación de empresas, los incentivos u obstáculos que existen para que buenos talentos decidan emprender, las formas de crecimiento de las empresas o las probabilidades de supervivencia que tienen (Ontiveros, 2017). Los trabajos de Vicente Salas y Emilio Huerta apuntan que las empresas españolas tienen una menor productividad debido, en parte, a que tienen menor tamaño<sup>1</sup>, y que en ello influyen tres factores, los dos primeros basados en el entorno institucional, la regulación de los mercados y la estructura fiscal y en la falta de reconocimiento social de la figura del empresario. El tercer factor hace referencia a los mecanismos de acceso a la función empresarial, la figura tradicional de empresario hecho a sí mismo tiene un nivel de formación relativamente bajo, limitada calidad del recurso empresarial, que lastra su desempeño en un determinado momento en el que se requiere un elevado desarrollo empresarial.

En cuanto a los aspectos metodológicos, en el proyecto GEM Cataluña 2016 participaron 36 expertos en nueve condiciones del entorno (financiación; políticas gubernamentales; programas públicos; educación y formación emprendedora; transferencia de I+D; infraestructura comercial y profesional; infraestructura física y de servicios; apertura del mercado interno; normas sociales y culturales), sobre las que dieron su opinión a través de cuestionarios con escalas Likert de 9 puntos (hasta 2014 eran de 5 puntos), que van de 1 (completamente falso) a 9 (completamente cierto), pasando por 5 = ni cierto ni falso. Las valoraciones que superan la media de 5 se consideran favorables; mientras que las que no la superan, se consideran desfavorables. Aunque metodológicamente

<sup>1</sup> Según el DIRCE del INE, de las 3.236.582 empresas que existían en España el 1 de enero de 2016, 1.781.909 eran sin asalariados, 895.574 con 1-2 y 292.403 con 3-5, es decir, el 92% de las empresas españolas ocupaban a menos de 6 asalariados. Y no llega al 2%, 64.381, las que tienen más de 20 empleados.

presentar valores medios cuando se utilizan escalas Likert no es lo idóneo, nos sirven como una aproximación para analizar la evolución de las condiciones del entorno y compararlas internacionalmente; por lo que los resultados que se presentan deben de ser tomados más como mediciones de tendencia que en sus valores absolutos. Los expertos, además, a través de varias preguntas abiertas (sin una lista de opciones previamente definida) expresaron los que consideraban los principales obstáculos y apoyos a la actividad emprendedora. Finalmente, se les planteó que reflexionaran sobre tres propuestas que, a su juicio, serían recomendables para mejorar el entorno emprendedor nacional. A partir de 2013 los tres temas propuestos han sido previamente clasificados a partir de un listado de 21 temas definidos por el equipo GEM-NES internacional y luego se ha estimado el porcentaje de cada grupo sobre el total de respuestas.

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

Aunque se ha producido una mejoría respecto al 2015 (gráfico 6.1), los expertos catalanes entrevistados continúan considerando que las condiciones del entorno para emprender siguen siendo poco favorables, tal como denota que la mayoría de las variables (9 de 12, al igual que en 2015) siguen obteniendo valoraciones inferiores a 5. No obstante, más de la mitad han mejorado respecto al año anterior.

Las que han recibido una puntuación menor son similares a las de los últimos años:

- La educación y formación emprendedora en la etapa escolar (3,28)
- Las políticas públicas: emprendimiento como prioridad y su apoyo (3,79)
- La financiación para emprendedores (3,89)
- Las políticas públicas asociadas con impuestos, regulaciones y burocracia (3,93).

El que la educación emprendedora en la etapa escolar se mantenga año tras año como una de las asignaturas pendientes evidencia la necesidad de desarrollar y potenciar acciones que fomenten la cultura innovadora y emprendedora en la educación primaria y secundaria. En el informe del año pasado ya señalábamos positivamente proyectos como 'Cultura emprendedora en la escuela' de la Diputación de Barcelona, que tiene como objetivo fomentar la cultura emprendedora y las competencias básicas en el ciclo superior de la educación primaria. En palabras de uno de los expertos<sup>2</sup>, es necesario: "Impulsar la cultura empresarial como creación de valor para la sociedad desde la escuela primaria y secundaria", así como "fomentar una cultura del proyecto y desarrollo profesional más que un trabajo para toda la vida estable y seguro porque no existe". O de otro: "desarrollar en la formación obligatoria y post las competencias que conducen al éxito del proyecto". Precisamente se enfatiza en la gestión de proyectos, tanto en cuanto el proyecto viene a ser el sujeto activo de la innovación o de una nueva iniciativa emprendedora.

Las políticas públicas asociadas con impuestos, regulaciones y burocracia, que en 2015 habían obtenido la menor puntuación (en línea con los resultados del informe *Catalonia in World Competitiveness 2014* del IMD), son las que su valoración ha mejorado más, motivada, entre otras causas, seguramente por la política fiscal expansiva.

Por otra parte, las tres con mejores puntuaciones son las mismas que en los dos últimos años:

- Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios: como carreteras, aeropuertos y demás sistemas de comunicación; coste y acceso de los servicios básicos y de telecomunicaciones (gas, agua, electricidad, teléfono, internet, etc.) (6,19)
- Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional: como existencia de proveedores,

<sup>2</sup> Entre comillas las frases textuales de los expertos.

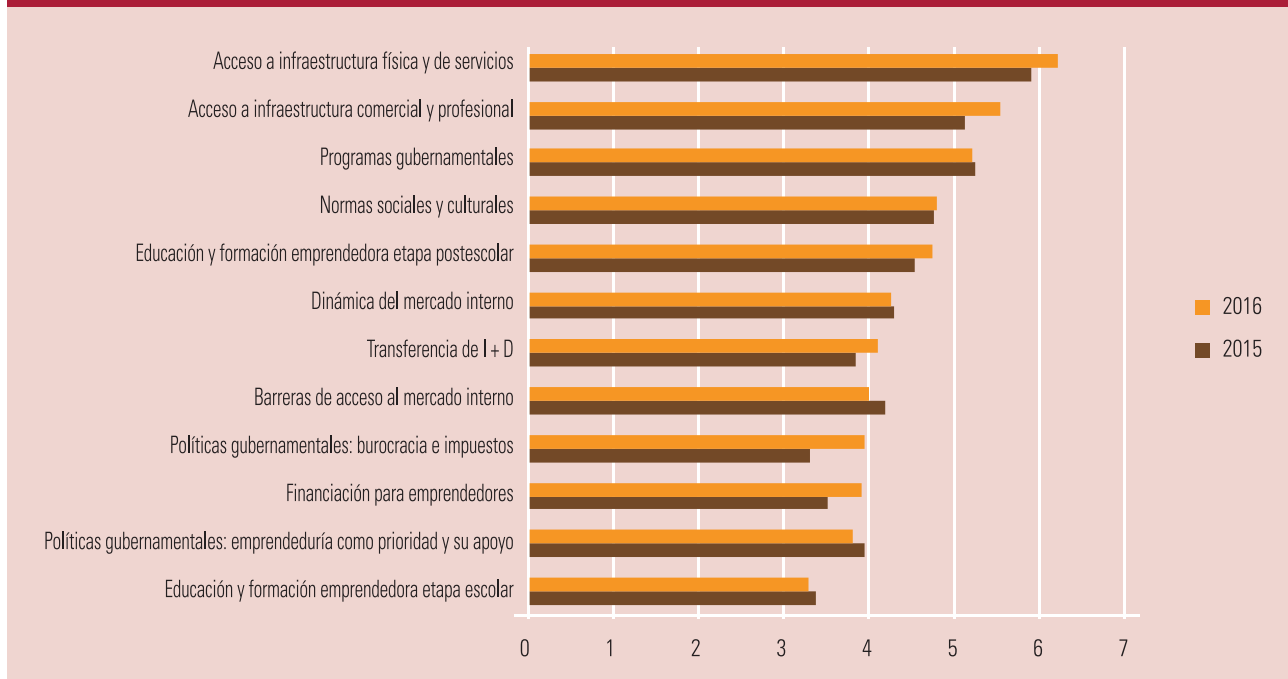
consultores y subcontratistas; asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal; servicios financieros y bancarios (5,52).

- Programas públicos: como ayudas a la creación y crecimiento de nuevas empresas; parques científicos e incubadoras; programas de fomento a la creación y crecimiento de las nuevas empresas (5,19).

A pesar de la buena valoración que se realiza de la infraestructura física y de servicios, algunos expertos subrayan dos aspectos a mejorar: la calidad de los polígonos y su adecuación a la nueva realidad de industria urbana o servi-industria (hay un exceso de oferta inadecuada de polígonos industriales, que no se adapta a la demanda real); y la disponibilidad de viviendas de alquiler para atraer y retener talento.

Normas sociales y culturales (4,77) y educación y formación emprendedora en la etapa postescolar (4,73), como el pasado año, han recibido una valoración cercana al cinco. Respecto a la primera, bastantes expertos han hecho referencia a la necesidad de “visualizar en la sociedad los casos de éxito y de aprendizaje (que no fracaso) de iniciativas emprendedoras en muchas áreas de actividad y de distintos niveles”, así como “enfaticar la cultura del esfuerzo”. Las administraciones públicas son las primeras responsables de promoverlo, pero no son los únicos. Esta responsabilidad incumbe a todos los agentes sociales y organizaciones públicas y privadas y, de una manera especial, a los medios de comunicación. Para el cambio de actitudes y valores no sólo cuenta lo que se hace sino, sobre todo, el conocimiento que la población adquiere sobre ello, que va mejorando. Recordemos que en el capítulo 2 se señalaba que la población detecta la difusión en los medios de comunicación de las iniciativas emprendedoras (gráfico 2.3) ahora (54%) veinte puntos más que en 2010 (34%), aunque no ha influido positivamente en mejorar la opinión de que emprender otorga estatus social y económico, que ha disminuido 16 puntos estos últimos cinco años (gráfico 2.1).

Gráfico 6.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña (período 2015-2016) (escala Likert de 1 a 9)



Al igual que es necesaria la mejora de la imagen social del empresario, varios expertos han mencionado que lo mismo se tendría que hacer con la industria, que es prioritario y urgente introducir en los discursos, en el relato, el valor de la industria y el tejido empresarial en el marco de una economía moderna, en la que industria y servicios son complementarios. La aprobación por el Parlamento de Cataluña en julio pasado del 'Pacto Nacional por la Industria' es un paso en la línea adecuada.

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

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

Las condiciones del entorno para emprender de Cataluña respecto de España son superiores en dos tercios de los factores: educación y formación emprendedora en la etapa postescolar (+1,23 puntos); políticas públicas: emprendimiento como prioridad y su apoyo (+0,78); políticas públicas: burocracia e impuestos (+0,71); educación y formación emprendedora en la etapa escolar (+0,55); acceso a infraestructura física y de servicios (+0,49); normas sociales y culturales (+2,28) y programas públicos (+0,06).

Respecto a Europa se tienen oportunidades de mejora en la mayoría de factores, excepto en tres que se obtienen valores superiores: normas sociales y culturales (+0,30), programas públicos (+0,29) y acceso infraestructura comercial y profesional (+0,22).

Es oportuno resaltar, al igual que sucedió en 2015, que en la única condición que se obtiene una puntuación superior al resto, incluso a los países GEM basados en la innovación (+0,39) y EE.UU. (+0,71), es en la valoración positiva que realizan de los programas públicos, la mayoría de los cuales son de ámbito local y autonómico. En acceso infraestructura comercial y profesional también se obtiene una puntuación superior a Europa (+0,22) y países GEM basados en la innovación (+0,28) e igual que Estados Unidos.

Aunque en el gráfico 6.2 no se ha incluido de forma individual Estados Unidos, cabe destacar la distancia negativa de Cataluña en tres factores: normas sociales y culturales (-2,09); financiación para emprendedores (-1,24) y dinámica del mercado interno (-0,91).

Tabla 6.1. Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas, 2016 (escala 1-9)

	EUROPA		COMUNITATS AUTÒNOMES													
	PAÍSES EUROPEOS INNOVACIÓN	ESPAÑA	ANDALUCÍA	ARAGÓN	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA LEÓN	CASTILLA LA MANCHA	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	CA DE MADRID	MURCIA	NAVARRA	PAÍS VASCO
<b>No. expertos entrevistados</b>	<b>608</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>61</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>
Financiación para emprendedores	4,5	4,0	3,5	3,7	3,4	3,1	3,8	3,7	3,9	3,7	3,7	3,4	3,7	3,5	3,8	4,1
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	4,4	3,0	4,0	3,9	4,4	3,7	3,3	3,8	3,8	3,7	4,4	4,0	3,9	4,8	4,2	4,6
Políticas gubernamentales: burocracia/impuestos	4,2	3,2	2,9	3,4	3,8	3,2	3,6	3,5	3,9	3,7	3,2	3,1	3,7	4,5	3,4	4,5
Programas gubernamentales	4,8	5,1	4,2	5,4	5,0	4,2	4,6	4,5	5,2	5,0	5,2	4,6	5,1	5,5	5,8	5,4
Educación y formación emprendedora (escolar)	3,4	2,7	2,3	2,9	2,9	2,9	2,9	2,8	3,3	3,0	2,6	2,5	2,3	3,1	3,1	2,7
Educación y formación emprendedora (post)	4,7	3,5	4,6	4,3	4,6	4,1	4,2	4,7	4,7	4,8	4,2	4,2	4,4	4,6	4,3	4,4
Transferencia de I + D	4,4	4,4	3,8	4,1	3,8	3,4	3,8	3,7	4,1	4,2	4,0	4,1	3,6	4,0	4,0	3,9
Acceso a infraestructura comercial y profesional	5,2	5,4	4,3	5,5	5,3	4,8	4,6	4,8	5,5	5,3	4,9	4,5	4,9	5,7	5,2	5,2
Dinámica del mercado interno	4,9	4,5	3,6	3,6	3,8	4,3	4,4	4,1	4,2	4,0	4,0	3,9	4,0	4,1	3,4	4,1
Barreras de acceso al mercado interno	4,6	4,6	3,8	4,1	3,8	3,9	3,7	3,6	4,0	4,6	3,8	3,8	3,7	4,2	3,9	3,9
Acceso a infraestructura física y de servicios	6,7	5,7	6,5	6,2	7,1	6,0	6,1	6,3	6,2	6,9	6,0	6,0	6,7	7,1	6,1	6,5
Normas sociales y culturales	4,9	4,5	3,9	3,9	4,4	3,8	4,2	4,3	4,8	4,8	3,8	3,9	3,8	4,6	4,4	4,6

Gráfico 6.2. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2016



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

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

Los tres principales obstáculos señalados en Cataluña en 2016 (gráfico 6.3) coinciden con los del 2014 y 2015: acceso a la financiación 71% (77% en 2015), políticas públicas 53% (57% en 2015) y capacidad emprendedora 26% (43% en 2015). Y están en línea con los enumerados en el *Global Competitiveness Report 2015-2016* por Schwab y Sala (2015) para España: falta de acceso al crédito, mercado laboral rígido, dificultad para la atracción y retención del talento e insuficiente capacidad de innovar, resultado de la baja inversión en I+D y la débil colaboración Universidad-Empresa.

El tema de la financiación es recurrente durante los últimos años, ocupando siempre de forma destacada el primer lugar entre los obstáculos a la actividad emprendedora. No obstante, en Cataluña su incidencia ha ido disminuyendo, del 89% en 2014 al 71% en 2016, aunque sigue siendo 26 puntos superior al de Europa (45%). Muchos de los expertos coinciden en la falta de financiación pública para el arranque de compañías (*pre-seed* y *seed*) y de privada para las fases iniciales y de crecimiento. Al igual que el año pasado, se vuelve a incidir en la necesidad de intensificar los préstamos participativos, de promover fondos de *seed capital* (desgravaciones y ley de mecenazgo), de *business angels* y de capital riesgo en la franja inicial de 1 a 5 millones de euros. También se remarca la "falta de apoyo financiero sin avales para proyectos de start-ups bien diseñados y previamente validados".

Respecto a la capacidad emprendedora, además de señalar que el emprendedor suele tener un desconocimiento en general de las áreas clave de la empresa, se ha enfatizado en que, a menudo, le "falta orientación de marketing y carece de habilidades comerciales". Relacionado con el párrafo anterior, uno de los expertos indicaba que los emprendedores, frecuentemente, "más que financiación lo que necesitan son clientes".

En cuanto a los apoyos, tal y como se observa en el gráfico 6.4, los principales han sido: los programas públicos (37%); apoyo financiero (29%); transferencia de I+D (29%); la situación del mercado laboral (26%) y apertura del mercado (23%). También podemos destacar que la incidencia de la crisis económica como factor que empuja al emprendimiento ha descendido más de la mitad, del 33% en 2014 al 14% en 2016.

Las cuatro principales recomendaciones para la mejora de las condiciones del entorno de la actividad emprendedora son las mismas que los últimos años (gráfico 6.5): políticas públicas (59%), apoyo financiero (47%), programas de instituciones públicas (38%) y educación y formación (35%) (gráfico 6.5). Y coinciden, aunque con diferente intensidad, con las de Europa: políticas públicas (53%), educación y formación (44%), apoyo financiero (32%) y programas públicos (23%). Por otro lado, el apoyo financiero ha perdido incidencia, 23 puntos en cuatro años; ha pasado del 70% en 2012 al 47% actual.

Respecto a las políticas públicas se señalan fundamentalmente temas relacionados con impuestos y seguridad social: "reducir la presión fiscal en los tres primeros años"; "reglamentación fiscal que incentive la inversión en nuevas empresas"; "desgravación fondos de *seed capital*"; "ley de mecenazgo"; "favorecer mediante bonificaciones la contratación de trabajadores en las empresas de nueva creación"; "reducir cuota de autónomo"; "potenciar las políticas activas de empleo frente a las pasivas"; "revisar el sistema de protección social, la prestación de desempleo y aumentar el control del fraude"; "ley de segunda oportunidad".

Por otra parte, se señala la relevancia de mantener una política industrial a largo plazo y “que los resultados del Pacto Nacional por la Industria tengan una dotación presupuestaria relevante, que sitúen la industria y la innovación en el centro del modelo de crecimiento”. “Necesidad de vincular conocimiento, investigación y empresa”; “más efectividad en los procesos de transferencia de la investigación”; “políticas de promoción industrial y entornos productivos sinérgicos”.

“Posicionar Barcelona como hub emprendedor para atraer talento”. Se destacan iniciativas como el clúster Barcelona Tech City y el edificio Pier 01 de Palau de Mar. Se inauguró oficialmente el pasado julio y ya está a plena ocupación, con unas mil personas trabajando en un espacio de unos 10.000 m<sup>2</sup>. El Pier 01 y el previsto Pier 02, junto con, entre otras, las instalaciones del 22@ y el edificio MediaTIC, que alberga la sede del Mobile World Capital de Barcelona, tienen como objetivo que Barcelona sea un punto de encuentro para emprendedores digitales a nivel mundial. La próxima instalación de un centro de innovación de Seat en el Pier 01 pone de manifiesto la nueva ‘servi-industria’ que se está desarrollando en las ciudades.

Respecto a infraestructuras, se ha mencionado la necesidad de facilitar espacios de *coworking* equipados, así como de mejorar la calidad de los polígonos y su adecuación a la nueva realidad industrial y de servicios.

Se deben continuar fomentando los valores y competencias emprendedoras en todas las etapas formativas (“aunque no necesariamente orientadas a crear una empresa”); la cultura del esfuerzo; así como las vocaciones técnicas para que las ingenierías y otras carreras técnicas tengan una mayor demanda. Se debe asimismo intensificar la formación en gestión empresarial para emprendedores, especialmente la comercial. Todo ello sin descuidar los programas de sensibilización sobre el valor de la innovación y de la iniciativa emprendedora, que vayan modificando las normas culturales. Y, en paralelo, también de la cooperación y de las alianzas, necesarias, a menudo, para crecer.

Como en años anteriores se incide en la necesidad de mayor calidad de las iniciativas emprendedoras y de mayor tamaño de las empresas, claves para la regeneración del tejido productivo y mejora de la productividad. Respecto a la calidad, es fundamental que el emprendedor esté capacitado y que la motivación sea por oportunidad. En la mejora de la productividad tiene un papel relevante el tamaño y el sector, por lo que uno de los objetivos de las políticas y programas públicos debería ser el crecimiento de las empresas, especialmente de sectores industriales de alto componente estratégico y que tengan un efecto tractor para otros. En esta línea, como el intraemprendedor suele ser el motor del crecimiento orgánico de una empresa, también sería necesario continuar con los programas que lo refuercen.



Gráfico 6.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2016

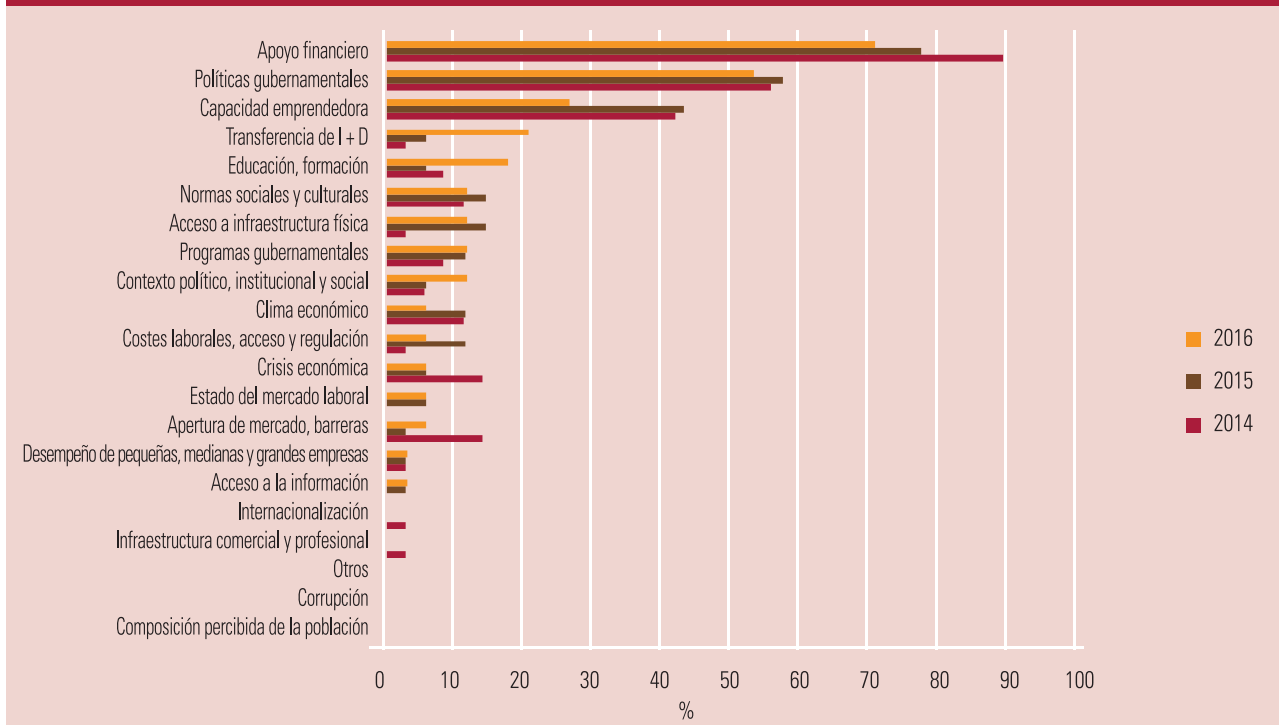


Gráfico 6.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2016

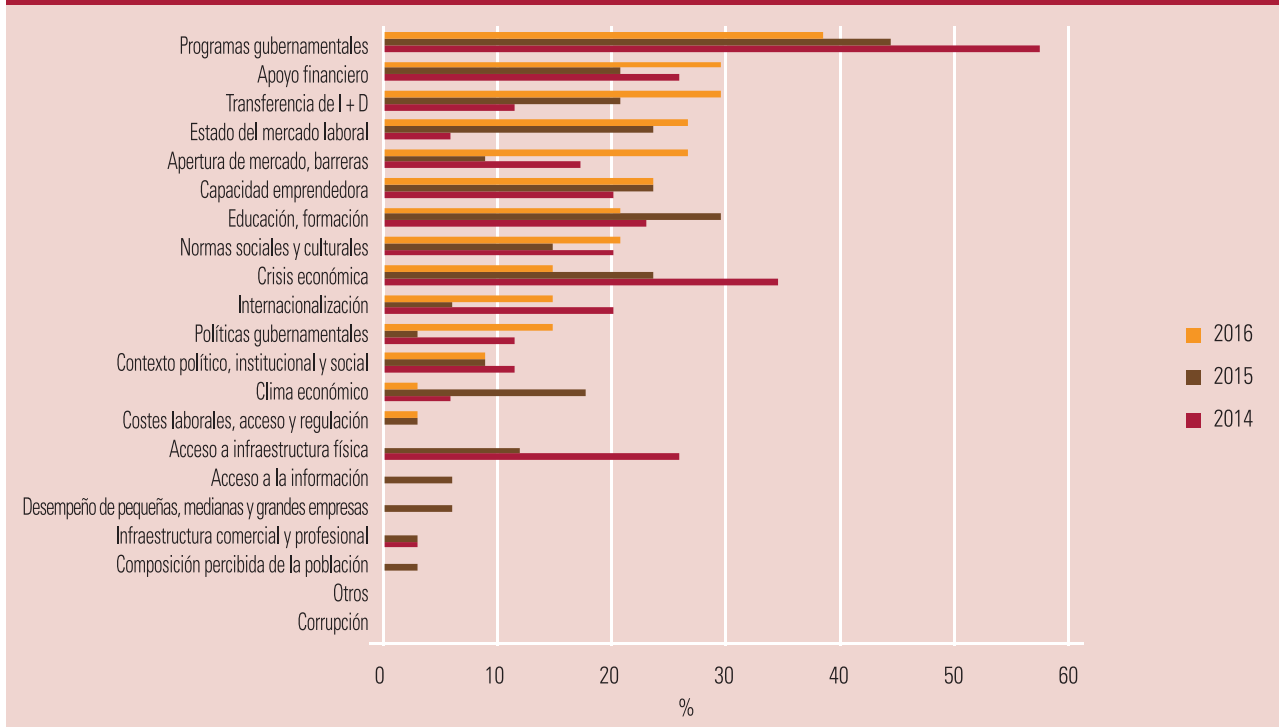
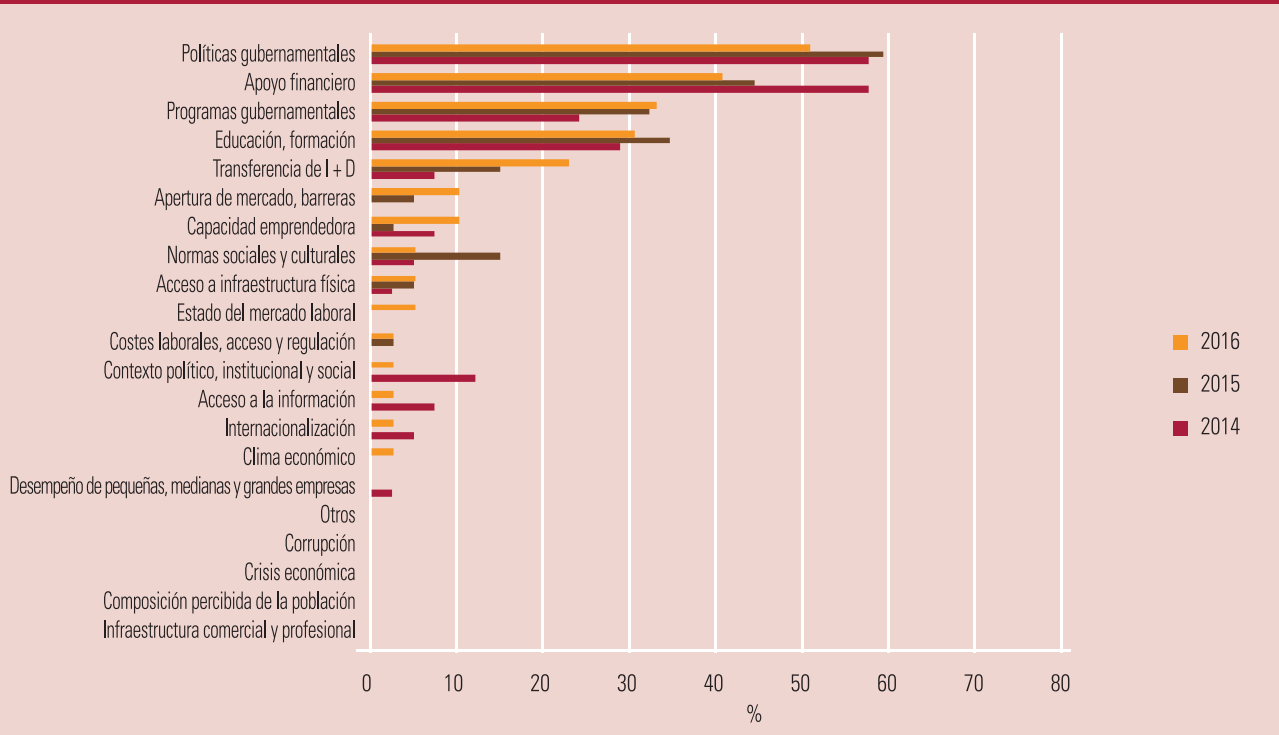


Gráfico 6.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2016



## Bibliografía

- ACS Z. J., ARMINGTON C. y ZHANG T. (2007): "The determinants of new-firm survival across regional economies: the role of human capital stock and knowledge spillover", *Papers in Regional Science*, 86: 367-91.
- AUDRETSCH, D.B. y FRITSCH, M. (2002): "Growth regimes over time and space", *Regional Studies*, 36: 113-124.
- AUDRETSCH, D. B., SANTARELLI, E. y VIVARELLI, M. (1999): "Start-up size and industrial dynamics: some evidence from Italian manufacturing", *International Journal of Industrial Organization*, 17: 965-983.
- Autio, E. y Acs, Z. (2010): "Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4: 234-251.
- BATISTA, R., FERNÁNDEZ-LAVIADA, A., MEDINA, M., ESTEBAN, N., RUEDA, I. y SÁNCHEZ, L. (2015): "Educación en emprendimiento" en *Informe GEM España 2014*.
- CAPELLERAS, J.L. y GENESCÀ, E. (2004): "Análisis comparativo de las características de las microempresas en España", *Universia Business Review*, 2: 73-93.
- CAPELLERAS, J.L., GENESCÀ, E. y VAILLANT, Y. (2005): "El dinamismo empresarial", en Genescà, E.; Goula, J.; Oliver, J.; Salas, V.; Surís, J.M. (eds.): *La industria en España: Claves para competir en un mundo global*, Ed. Ariel, Barcelona, 41-80.
- CAPELLERAS, J.L., CONTIN, I., LARRAZA, M. y MARTÍN, V. (2013): "The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship", *Investigaciones Regionales*, 26: 96-113.
- CAPELLERAS, J.L., CONTÍN-PILART, I, LARRAZA-KINTANA, M. y MARTIN-SANCHEZ, V. (2016): "Unemployment and aspirations: the moderating role of education", *Strategic Change*, 25: 169-183.
- COLOMBO, M. y GRILLI, L. (2005): "Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view". *Research Policy*, 34: 795-816.
- COLOMBO, M. y GRILLI, L. (2010): "On growth drivers of high-tech start-ups: Exploring the role of founders' human capital and venture capital". *Journal of Business Venturing*, 25: 610-626.
- FALCK, O. (2007): "Survival chances of new businesses: Do regional conditions matter?" *Applied Economics*, 39: 2039-2048.
- GENESCÀ E., GOULA, J., OLIVER, J., SALAS, V. y SURÍS, J.M. (eds.) (2005): *La industria en España. Claves para competir en un mundo global*. Barcelona: Ariel.
- GNYAWALI, D.R. y FOGEL, D.S. (1994): "Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications". *Entrepreneurship Theory and Practice*, junio, 43-62.
- GUTIÉRREZ, O. y ORTÍN, P. (2016): "Entrepreneurship and the legal form of the Business: The role of differences in Beliefs". *Review of Law and Economics*, 12 (1): 119-151.

- HAYNIE, J.M., SHEPHERD, D.A. y McMULLEN, J. S. (2009): "An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions". *Journal of Management Studies*, 46: 337-361.
- HERRINGTON, M. y KEW, P. (2017): *GEM 2016/2017 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- HISRICH, R.D. (2013): *International Entrepreneurship*. Thousand Oaks: Sage.
- HUERTA, E. y SALAS, V. (2012): «La calidad del recurso empresarial en España: Indicios e implicaciones para la competitividad»; *Papeles de Economía Española*, 132: 19-36.
- IMD (2014): *Catalonia in World Competitiveness 2014*. IMD World Competitiveness Center, Lausanne.
- JIMENO, J.F. (2016): *Crecimiento y empleo. Una relación turbulenta e incomprendida*. RBA Economía.
- KELLEY, D., SINGER, S. y HERRINGTON, M. (2016): *GEM 2015 / 2016 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- KOELLINGER, P. (2008): "Why are some entrepreneurs more innovative than others?". *Small Business Economics*, Springer, 31(1): 21-37.
- LUNDSTRÖM, A., VIKSTRÖM, P., FINK, M., MEULEMAN, M., GLODEK, P., STOREY, D. y KROKSGÅRD, A. (2014): "Measuring the costs and coverage of SME and entrepreneurship policy: A pioneering study". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38: 941-957.
- MASSON, J.L. y ORTIN, P. (2017): Regional Entrepreneurship and Firms' Total Factor Productivity Revisited. *Small Business Economics*. Published online.
- MOLE, K.F. y CAPELLERAS, J.L. (2017): "Take-up and variation of advice for new firm founders in different local contexts", *Environment and Planning C: Politics and Space*, DOI: 10.1177/2399654417691514.
- ONTIVEROS, E. (2017): "Productividad y función empresarial". *El País* 26/3/17.
- ORTÍN, P. y VENDRELL, F. (2014): 'University spin-offs vs. Other NTBFs: Total Factor Productivity differences at the Outset and Evolution. *Technovation*, 34 (2): 101-112.
- RILEY, J. (2002): "Weak and strong signals". *Scandinavian Journal of Economics*, 104(2): 213-236.
- SHEPHERD, D. i DETIENNE, D. (2005): "Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification". *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 29 (1): 91-112.
- STOREY, D.J. y GREENE, F.J. (2010): *Small business and entrepreneurship*. London: Pearson.
- UCBASARAN, D., WESTHEAD, P. y WRIGHT, M. (2008): Opportunity Identification and Pursuit: Does an Entrepreneur's Human capital matter? *Small Business Economics*, 30 (2): 153-173.
- SCHWAB, K. y SALA, X. (2015): *Global Competitiveness Report 2015-2016*. World Economic Forum. Geneva.

SIEGER, P., FUEGLISTALLER, U. y ZELLWEGER, T. (2014): *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).

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

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

## Listado de tablas, figuras y gráficos

### Listado de tablas

**Tabla 1.1.** Países participantes en el GEM 2016 agrupados por áreas geográficas y nivel de desarrollo económico

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

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

**Tabla 1.4.** Cuadro de Mando Integral GEM Cataluña, 2016

**Tabla 1.5.** Cuadro de Mando Integral GEM España, 2016

**Tabla 1.6.** Cuadro de Mando Integral GEM Barcelona, 2016

**Tabla 2.1.** Percepciones, valores y actitudes para emprender de la población adulta en 2016. Análisis por tipo de economía

**Tabla 3.1.** Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2016 clasificados por tipo de economía

**Tabla 4.1.** Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cataluña, 2015 y 2016

**Tabla 4.2.** Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Barcelona, 2015 y 2016

**Tabla 4.3.** Porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) según sectores, expectativas de crecimiento, orientación innovadora y orientación internacional en el 2016. Análisis por tipo de economía

**Tabla 5.1.** Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2016

**Tabla 5.2.** Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2016

**Tabla 5.3.** Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Cataluña, 2016

**Tabla 5.4.** Distribución por promedio de edad de los colectivos emprendedores femeninos y masculinos en Barcelona, 2016

**Tabla 6.1.** Valoración de las condiciones para emprender en países de la Unión Europea basados en la innovación, en España, Cataluña y resto de Comunidades Autónomas, 2016 (escala 1-9)

### Listado de figuras

**Figura 1.1.** Las fuentes de información que nutren el observatorio GEM

**Figura 1.2.** Modelo conceptual GEM

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

**Figura 2.1.** Factores que inciden en la decisión de crear una empresa

### Listado de gráficos

**Gráfico 2.1.** Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.2.** Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.3.** Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.4.** Índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cataluña, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.5.** Evolución de la opinión sobre la equidad de los estándares de vida en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.6.** Evolución de la opinión de que emprender brinda estatus social y económico dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.7.** Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.8.** Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.9.** Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.10.** Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.11.** Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.12.** Evolución de la percepción de la existencia de modelos de referencia en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.13.** Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en Cataluña en los próximos 6 meses dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.14.** Evolución de la percepción de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.15.** Evolución de la percepción del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender en Cataluña dependiendo de su grado de involucración en la actividad emprendedora, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.16.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el período 2004-2016

**Gráfico 2.17.** Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes respecto a España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2016

**Gráfico 2.18.** Percepciones, valores y aptitudes de los barceloneses respecto a las personas del resto de Cataluña, 2016

**Gráfico 2.19.** Percepciones, valores y aptitudes de los catalanes según que estén involucrados o no en cualquier fase del proceso emprendedor, 2016

**Gráfico 2.20.** Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de la percepción de oportunidades y autovaloración de conocimientos y habilidades para emprender, 2016

**Gráfico 2.21.** Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y de las comunidades autónomas, en función de las percepciones relativas al miedo al fracaso y modelos de referencia, 2016

**Gráfico 3.1.** El proceso emprendedor en Cataluña: tasa de población adulta involucrada en el mismo, 2016

**Gráfico 3.2.** Abandono de la actividad empresarial en Cataluña, 2016

**Gráfico 3.3.** El proceso emprendedor en Cataluña, 2016

**Gráfico 3.4.** El proceso emprendedor en Barcelona, 2016

**Gráfico 3.5.** El proceso emprendedor en España, 2016

**Gráfico 3.6.** El proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación, 2016

**Gráfico 3.7.** El proceso emprendedor en Países GEM basados en la innovación, 2016

**Gráfico 3.8.** Cuadro resumen del proceso emprendedor en Cataluña con variaciones interanuales, 2016

**Gráfico 3.9.** Cuadro resumen del proceso emprendedor en Barcelona con variaciones interanuales, 2016

**Gráfico 3.10.** Cuadro resumen del proceso emprendedor en España con variaciones interanuales, 2016

**Gráfico 3.11.** Cuadro resumen del proceso emprendedor en los países de Europa basados en la innovación con variaciones interanuales, 2016

**Gráfico 3.12.** Cuadro resumen del proceso emprendedor en países GEM basados innovación con variaciones interanuales.

**Gráfico 3.13.** Evolución del índice TEA de Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 3.14.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y en negocios nuevos de Cataluña y España, durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 3.15.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 3.16.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 3.17.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cataluña durante el periodo 2007-2016, desglosado en los que el negocio continúa (traspaso) o cierra

**Gráfico 3.18.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses pero que el negocio continúa (traspaso) en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2007-2016

**Gráfico 3.19.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2007-2016

**Gráfico 3.20.** Evolución del % de abandonos que cierran en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2007-2016

**Gráfico 3.21.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y del que lo ha hecho en el interior de organizaciones existentes (EEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en los años 2015 y 2016

**Gráfico 3.22.** Relación entre el indicador EEA (2016) de países y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2015)



**Gráfico 3.23.** Relación entre el indicador EEA (2016) de comunidades autónomas y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2015)

**Gráfico 3.24.** Relación entre el indicador TEA (2016) y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita (2015)

**Gráfico 3.25.** Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación), y respecto de las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores potenciales, nacientes y nuevos, 2016

**Gráfico 3.26.** Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (comparación con otras economías basadas en la innovación) y respecto de las comunidades autónomas en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados, y de las personas involucradas en abandonos de empresas, 2016

**Gráfico 4.1.** El proceso emprendedor en Cataluña en el 2016 según el motivo para emprender

**Gráfico 4.2.** El proceso emprendedor en Barcelona en el 2016 según el motivo para emprender

**Gráfico 4.3.** Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Cataluña en función del principal motivo para emprender, 2016

**Gráfico 4.4.** Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Barcelona en función del principal motivo para emprender, 2016

**Gráfico 4.5.** Evolución del índice TEA en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2007-2016 cuando el motivo para emprender es por oportunidad

**Gráfico 4.6.** Evolución del índice TEA en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2007-2016 cuando el motivo para emprender es por necesidad

**Gráfico 4.7.** Evolución del índice TEA en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación durante el periodo 2007-2016 cuando el motivo para emprender es mixto (oportunidad y necesidad)

**Gráfico 4.8.** Evolución del % que sobre la TEA tiene, en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en 2007-2016, el motivo de tener más independencia personal

**Gráfico 4.9.** Evolución del % que sobre la TEA tiene, en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en 2007-2016, el motivo de obtener más ingresos

**Gráfico 4.10.** Evolución del % que sobre la TEA tiene, en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en 2007-2016, el motivo de emprender por necesidad

**Gráfico 4.11.** Evolución de la ratio Oportunidad/Necesidad como indicador de la calidad emprendedora en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2007-2016

**Gráfico 4.12.** Evolución del porcentaje sobre la población adulta de Cataluña en 2007-2016 que tiene el motivo de emprender por oportunidad, según la fase del proceso emprendedor

**Gráfico 4.13.** Evolución del porcentaje sobre la población adulta de Cataluña en 2007-2016 que tiene el motivo de emprender por necesidad, según la fase del proceso emprendedor

**Gráfico 4.14.** Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cataluña, 2016

**Gráfico 4.15.** Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Barcelona, 2016

**Gráfico 4.16.** Evolución de la proporción de emprendedores en fase inicial (TEA) con estudios post secundarios (Grado y Postgrado) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.17.** Evolución índice TEA por nivel de educación en Cataluña, durante el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.18.** Evolución del índice TEA correspondiente al nivel de educación Superior (grado) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.19.** Evolución del índice TEA correspondiente al nivel de educación Superior (Post-grado) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.20.** Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña en el 2016, según si cuenta con educación específica para emprender

**Gráfico 4.21.** Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.22.** Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el sector de actividad de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.23.** Evolución de la proporción de empresas en fase inicial (TEA) del sector transformador en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.24.** Evolución de la proporción de empresas en fase inicial (TEA) del sector de servicios a empresas en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.25.** Evolución de la proporción de empresas en fase inicial (TEA) del sector de servicios al consumidor en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, durante el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.26.** Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.27.** Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño en empleo de sus proyectos de negocio en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.28.** Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el tamaño de empleo esperado dentro de cinco años, 2006-2016

**Gráfico 4.29.** Evolución de los emprendedores consolidados en Cataluña según el tamaño de empleo esperado dentro de cinco años, 2006-2016

**Gráfico 4.30.** Evolución para los emprendedores en fase inicial (TEA) de Cataluña de la dimensión media actual y esperada en cinco años de sus proyectos empresariales, periodo 2006-2016

**Gráfico 4.31.** Evolución para los emprendedores consolidados de Cataluña de la dimensión media actual y esperada en cinco años de sus proyectos empresariales, periodo 2006-2016

**Gráfico 4.32.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que tienen o esperan tener en cinco años algún trabajador en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2011-2016

**Gráfico 4.33.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener en cinco años más de 5 trabajadores en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2010-2016

**Gráfico 4.34.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan tener en cinco años más de 19 trabajadores en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2010-2016

**Gráfico 4.35.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) que esperan incrementar el empleo en 10 o más trabajadores y en más de un 50% en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2011-2016

**Gráfico 4.36.** Proporción de los emprendedores consolidados (EB) que esperan incrementar el empleo en 10 o más trabajadores y en más de un 50% en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2011-2016

**Gráfico 4.37.** Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según el grado de novedad de sus productos y servicios en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.38.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que atribuyen a sus productos un cierto grado de novedad (completamente o algo innovadora) periodo 2006-2016

**Gráfico 4.39.** Proporción de los emprendedores consolidados en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que atribuyen a sus productos un cierto grado de novedad (completamente o algo innovadora), periodo 2006-2016

**Gráfico 4.40.** Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la antigüedad de las tecnologías utilizadas en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.41.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que consideran sus tecnologías novedosas (cinco años o menos), periodo 2006-2016

**Gráfico 4.42.** Proporción de los emprendedores consolidados en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que consideran sus tecnologías novedosas (cinco años o menos), periodo 2006-2016

**Gráfico 4.43.** Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la competencia percibida en el mercado en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.44.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que perciben tener poca o ninguna competencia en el mercado en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.45.** Proporción de los emprendedores consolidados en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación que perciben tener poca o ninguna competencia en el mercado en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.46.** Evolución de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña según la orientación internacional en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.47.** Proporción de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación con intensidad exportadora superior al 25% en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.48.** Estimación de la intensidad exportadora (en %) de los emprendedores en fase inicial (TEA) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.49.** Estimación de la intensidad exportadora (en %) de los emprendedores consolidados en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2006-2016

**Gráfico 4.50.** Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en Barcelona y Cataluña durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 4.51.** Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios en los sectores de transformación, servicios orientados a empresas y servicios orientados al consumo, 2016

**Gráfico 4.52.** Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación), y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2016 ofrecían un producto completamente o algo novedoso, que usaban tecnologías con menos de cinco años de antigüedad y que tenían poca o ninguna competencia.

**Gráfico 4.53.** Posicionamiento de Cataluña a nivel internacional (en comparación con otras economías basadas en la innovación) y con respecto a las comunidades autónomas, en función del porcentaje de emprendedores en fase inicial (TEA) con negocios que en el 2016 tenían más del 25% de sus clientes en el exterior y que esperaban tener más de 5 empleados en cinco años.

**Gráfico 4.54.** Posicionamiento de Cataluña en comparación con la media de España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA), 2016

**Gráfico 4.55.** Posicionamiento de Barcelona en comparación con la media del resto de Cataluña en 2016 respecto a las principales características de la actividad emprendedora en fase inicial (TEA), 2016

**Gráfico 5.1.** Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.2.** Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2016

**Gráfico 5.3.** Evolución índice TEA por edades en Cataluña durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 5.4.** Evolución índice TEA por edad (18-34 años y 35-64) en Cataluña y España en el periodo 2004-2016

**Gráfico 5.5.** Evolución índice TEA de jóvenes (18-34 años) en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2006-2016

**Gráfico 5.6.** Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña según tramos de edad, 2016

**Gráfico 5.7.** Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad joven (18-34 años) en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.8.** Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados y de las personas no involucradas de edad madura (35-64 años) en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.9.** Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.10.** Distribución por género de los colectivos emprendedores en Barcelona, 2016

**Gráfico 5.11.** Evolución índice TEA por género en Cataluña y España durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 5.12.** Evolución de la ratio TEA femenina/TEA masculina en Cataluña y España en el periodo 2004-2016

**Gráfico 5.13.** Evolución TEA femenino en Barcelona, Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación en el periodo 2004-2016

**Gráfico 5.14.** Evolución índice TEA por género y edad en Cataluña durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 5.15.** Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según género en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.16.** Percepciones, valores y aptitudes de los emprendedores potenciales según género en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.17.** Percepciones, valores y aptitudes de los hombres no involucrados, de los emprendedores potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidados en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.18.** Percepciones, valores y aptitudes de las mujeres no involucradas, de las emprendedoras potenciales, en fase inicial (TEA) y consolidadas en Cataluña, 2016

**Gráfico 5.19.** Evolución índice TEA por nivel de renta en Cataluña durante el periodo 2004-2016

**Gráfico 5.20.** Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña por nivel de renta, 2016

**Gráfico 5.21.** Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona por nivel de renta, 2016

**Gráfico 5.22.** Distribución de los colectivos emprendedores en Cataluña por situación laboral, 2016

**Gráfico 5.23.** Distribución de los colectivos emprendedores en Barcelona por situación laboral, 2016

**Gráfico 5.24.** Evolución índice TEA por situación laboral en Cataluña durante el periodo 2009-2016

**Gráfico 6.1.** Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cataluña (periodo 2015-2016) (escala Likert de 1 a 9)

**Gráfico 6.2.** Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cataluña, España, países UE basados en la innovación y todos los países basados en la innovación, 2016

**Gráfico 6.3.** Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2016

**Gráfico 6.4.** Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2016

**Gráfico 6.5.** Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cataluña, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2014-2016

## Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2016

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Nacional</b>	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaría GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
<b>Andalucía</b>	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía y Conocimiento. Junta de Andalucía
<b>Aragón</b>	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
<b>Canarias</b>	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento
<b>Cantabria</b>	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
<b>Cataluña</b>	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Castilla La Mancha</b>	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Adrián Rabadán Guerra	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
<b>Castilla y León</b>	Grupo de Investigación en dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
<b>Ceuta</b>	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
<b>Comunidad Autónoma de Madrid</b>	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School (Madrid)	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
<b>Comunidad Valenciana</b>	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M <sup>a</sup> José Alarcón García M <sup>a</sup> Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M <sup>a</sup> Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Garden Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Extremadura</b>	Fundación Xavier de Salas -Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)  Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunió Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo Caja Rural de Extremadura Tany Nature
<b>Galicia</b>	Universidad de Santiago de Compostela (USC)  Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)  Federación Galega de Xove Empresarios (FEGAXE)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo GEM-USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Jacobo Feás Vázquez Marta Portela Maseda Lucía Rey Ares David Rodeiro Pazos M <sup>a</sup> Milagros Vivel Búa Guillermo Andrés Zapata Huamaní  Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández  Carmen José López Rodríguez	Universidade de Santiago de Compostela (USC)  Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)  Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)  Secretaría Xeral de Universidades
<b>La Rioja</b>	Ricar Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Rubén Fernández Ortiz Mónica Clavel San Emeterio Jorge Pelegrín Borondo	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
<b>Madrid ciudad</b>	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)  Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías	Ayuntamiento de Madrid
<b>Melilla</b>	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada  Ciudad Autónoma de Melilla  Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)



Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
<b>Murcia</b>	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)  Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
<b>Navarra</b>	Universidad Pública de Navarra-INARBE  King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez  Víctor Martín Sánchez  Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano	Universidad Pública de Navarra  Gobierno de Navarra
<b>País Vasco</b>	Universidad del País Vasco UPV / EHU Deusto Business School  Mondragón Unibertsitatea Newcastle Business School Universidad del País Vasco UPV / EHU Deusto Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)  Nerea González  Maribel Guerrero  Jon Hoyos  Iñaki Peña  David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
<b>Trabajo de campo GEM España</b>	Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España





