

El estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM Cantabria 2012, analiza y describe la actividad emprendedora de la Comunidad Autónoma de Cantabria. En este informe se estudia, por un lado, la actividad emprendedora de dicha Comunidad comparándola con la de otros países de la Unión Europea, y por otro lado, se contrasta con la situación de los emprendedores en el resto de las Comunidades y Ciudades Autónomas de España.

The Global Entrepreneurship Monitor study, GEM Cantabria 2012, analyses and describes the entrepreneur activity in the Autonomous Community of Cantabria. In this report we study, on one hand, the entrepreneur activity of the region comparing it with that of other European Union countries, and on the other hand, it compares this situation with that of entrepreneurs in the rest of Autonomous Communities and Cities of Spain.



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2012



EQUIPO GEM ESPAÑA 2012

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canaria



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Catalunya



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura





Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo **GEM-Cantabria 2012**

Equipo de investigación:

Ana Fernández Laviada (Directora)

Gemma Hernando Moliner

José Manuel López Fernández

María Concepción López Fernández

Marta Pérez Pérez

Inés Rueda Sampedro

Lidia Sánchez Ruiz

Ana Serrano Bedia

Francisco Manuel Somohano Rodríguez

Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2012.

© **Autores**

Ana Fernández Laviada (Directora)

Gemma Hernando Moliner
José Manuel López Fernández
María Concepción López Fernández
Marta Pérez Pérez
Inés Rueda Sampedro
Lidia Sánchez Ruiz
Ana Serrano Bedia
Francisco Manuel Somohano Rodríguez

© **Edita**

Cátedra Pyme. Universidad de Cantabria
Avda. de los Castros, s/n- 39005 Santander

Imprime

Tratamiento Gráfico del Documento. S.L.
Avda. de los Castros, s/n - Edif. Interfacultativo
39005 Santander - tg@edicionesTGD.com

ISBN: 978-84-695-9343-1

Depósito Legal: SA-764-2013

INDICE DE CONTENIDOS

Página

Red Española de Equipos Regionales GEM 2012	7
Presentación del Informe GEM Cantabria 2012	11
El Proyecto GEM: Introducción y modelo teórico	13
Balance Scorecard 2012	21
Resumen Ejecutivo	23
Executive Summary	29

Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Cantabria	37
1.1. Introducción	37
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa	37
1.3. Dinámica empresarial en la población activa	39
1.4. Actividad emprendedora de Cantabria en el contexto internacional y nacional	40
1.5. Dinámica empresarial de Cantabria en el contexto internacional y nacional	42
1.6. Potencial emprendedor en Cantabria en el contexto internacional y nacional	43

Capítulo 2. Tipos de comportamiento emprendedor	49
2.1. Introducción	49
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	49
2.3. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en Cantabria	52

Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor en Cantabria.	55
3.1. Introducción	55
3.2. Género	55
3.3. Edad	55
3.4. Nivel de estudios	56
3.5. Nivel de renta	56
3.6. Tamaño medio del hogar	57
3.7. Origen	57
3.8. Situación laboral	57
3.9. Posesión de formación específica para emprender	57

Capítulo 4: Características de la actividad emprendedora en Cantabria	61
4.1. Introducción	61
4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas	61
4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	62
4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas medida a través del número de empleados	63
4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	64
4.6. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada	66
4.7. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas	66
4.8. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	67
4.9. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	68
4.10. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	69

Capítulo 5: Financiación del proceso emprendedor naciente en Cantabria	73
5.1. Introducción	73
5.2. Las necesidades de financiación para iniciar un Start up	73
5.3. El papel del inversor informal, tipo Business Angel, en Cantabria y en el entorno GEM	74
Capítulo 6: Actividad emprendedora en función del género	79
6.1. Introducción	79
6.2. La actividad emprendedora femenina y masculina desde una perspectiva internacional	79
6.3. Características de la actividad emprendedora femenina comparadas con las de la masculina	80
6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora cántabra y su comparación con el del hombre emprendedor	82
6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	83
6.6. El estado del entorno para el emprendimiento femenino	84
Capítulo 7: Actitudes, motivación y capacidad para emprender en Cantabria	89
7.1. Introducción	89
7.2. La percepción de oportunidades	89
7.3. Posesión de red social emprendedora	89
7.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	90
7.5. El temor al fracaso como obstáculo para emprender	90
7.6. Preferencia por una sociedad competitiva	90
7.7. Emprender es una buena opción profesional	91
7.8. Emprendimiento de éxito y buen estatus social y económico	91
7.9. Los medios de comunicación y el emprendimiento	91
7.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	92
7.11. Posicionamiento de Cantabria en el contexto español acerca de la prevalencia de cultura, valores, percepciones y actitud emprendedora de la población	92
7.12. La opinión de los expertos GEM Cantabria acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población	93
7.13. Posicionamiento de Cantabria en el ámbito nacional e internacional con respecto a las variables relacionadas con las oportunidades para emprender	95
7.14. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven	97
Capítulo 8: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en Cantabria	101
8.1. Introducción	101
8.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender	102
8.3. Las opiniones facilitadas: hablan los expertos	104
8.3.1. Los obstáculos, tal y como han sido citados	104
8.3.2. Los apoyos, tal y como han sido citados	105
8.3.3. Las recomendaciones, tal y como han sido citadas	106
8.4. Información detallada relativa a las condiciones del entorno	107
8.5. La posición relativa de Cantabria en función de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos	113
Índice de Figuras y Tablas	119-125
Glosario de Términos	129

RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES

GEM 2012

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Fundación UCEIF-CISE Fundación Xavier de Salas-GEM España Red Española de Equipos Regionales GEM	Federico Gutierrez-Solana (Director CISE) Ricardo Hernández (Director GEM-España) Alicia Coduras (Directora Técnica GEM- España) Álvaro Sancho González (Director de Comunicación y Desarrollo) Red Española de Equipos Regionales GEM	Fundación UCEIF-CISE Red Española de Equipos Regionales GEM Fundación Nebrija Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Cátedra de emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Gobierno de Canarias Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Directora) Gemma Hernando Moliner M. Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Ruiz Sánchez Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rdríguez	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Yancy Vaillant (Director GEM-Cataluña) Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Eduardo Lafuente Eduardo Gomez A. Rodrigo Olivares Contreras Marc Fíguls Manoj Bayon	Diputació de Barcelona Àrea de Desenvolupament Econòmic Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Fundación Horizonte XXII

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. VerdúJover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios AlósSimó Domingo Galiana Lapera	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum CatralExport Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Antonio Fernández Portillo	Fundación Xavier de Salas, Gobierno de Extremadura, Universidad de Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Avante Extremadura, Fundación Academia Europea de Yuste, Hoy Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain, S.L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Urvicasa, Infostock, Imedexsa, Caja Duero, La Caixa, Gestyona, S.L., Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex, Cetiex, Diputación de Badajoz, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igapec) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Placeres Conde Suárez Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío Loreto Fernández Fernández	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igapec) Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) NuriaNevers Esteban Lloret Jose Andres Lopez Yepes Maria Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Crecemos con Europa Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra UniversitatAutònoma de Barcelona	Ignacio ContínPilart (Directir GEM Navarra) Martín Larrazakintana Victor Martín Sánchez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)

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



PRESENTACIÓN

La Universidad de Cantabria, por medio de su Cátedra Pyme, se incorporó en 2008 al **Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** mediante la firma del correspondiente Convenio de colaboración con el Instituto de Empresa, coordinador en ese momento del proyecto para España, y por el que asumimos la participación en la elaboración del Informe nacional y la realización del Informe regional para Cantabria.

En 2012, con la incorporación del Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) como institución líder del proyecto a nivel nacional, que coordina la red de equipos regionales, firmamos un nuevo convenio y continuamos con la labor de investigación iniciada hace ya cinco años.

El GEM es un proyecto de investigación y difusión del emprendimiento, que se refleja en un programa sistemático de recopilación, preparación de informes y colecciones de datos, así como la creación de varias actividades diseñadas para beneficio y ayuda de investigadores en el campo de la creación de empresas.

Este Proyecto constituye un referente en la investigación del fenómeno emprendedor y de creación de empresas en todo el mundo. Los equipos de cada nación y región dirigen su propia investigación, pero todos siguen una metodología común que permite no sólo establecer la situación de cada nación y región, sino también efectuar la comparación respecto del resto de participantes.

En la edición de 2012, se ha contado con la participación de 68 países, con el objetivo principal de elaborar un índice de la actividad emprendedora, distinguiendo entre la creación de iniciativas empresariales y nuevas empresas.

El **Proyecto GEM España** es uno de los más veteranos en el GEM Consortium (conjunto de los países y regiones que participan en el mismo), pues inició su andadura en el año 2000. Desde el año 2002 ha desarrollado un modelo único regional que le ha permitido crecer como no lo ha hecho ningún otro país, lo que nos hizo merecedores de un reconocimiento internacional como el "Mejor equipo nacional" por la labor ejemplar desarrollada durante 12 años.

GEM España, se basa en una red universitaria, comprometida y emprendedora; con un centenar de investigadores de 19 universidades y 14 grupos de investigación (acompañados de más de 90 instituciones por todo el territorio nacional) que profundiza en el conocimiento del fenómeno emprendedor, siendo la mayor red de universidades e investigadores en Emprendimiento en el país y probablemente en el mundo.

En 2012, a pesar de las grandes dificultades sufridas, la red como muestra de su carácter emprendedor y luchador creció en dos equipos, respecto a la edición anterior (Andalucía y Castilla La Mancha), además de aumentar, considerablemente el tamaño muestral,

pasando de 17.500 personas entrevistadas en la encuesta a la población adulta del año 2011 a 21.900 en 2012.

Este **Informe GEM Cantabria 2012**, se realiza dentro del contexto del Campus de Excelencia Internacional de la UC, mención obtenida en la primera convocatoria conjunta realizada en 2009 por los Ministerios de Educación y de Ciencia e Innovación, formando parte de las actuaciones de una de sus áreas estratégicas: "Banca, Finanzas y Actividad Empresarial. Es el quinto informe de la que esperamos sea una larga serie que analice, describa, oriente y apoye las inquietudes e iniciativas emprendedoras de los sujetos de nuestra Región para que con su desarrollo participen en la creación de empresas y la conformación de un tejido empresarial sólido para Cantabria, que facilite la generación de riqueza, la creación de empleo y el bienestar de nuestros ciudadanos.

La incorporación a esta gran red internacional, que aporta conocimiento sobre la actividad emprendedora a nivel mundial, da respuesta a uno de los objetivos estratégicos de la Cátedra Pyme de la UC, que junto a la creación y desarrollo del Observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa de Cantabria (OpymeCan) y la participación como promotores, junto con las Universidades de Murcia y Politécnica de Cartagena, en la constitución de la Fundación para el Análisis y Desarrollo Estratégico de la Pequeña y Mediana Empresa (Faedpyme), nos permiten cumplir con los fines que le dan razón de ser: desarrollar actividades de investigación, formación y transferencia de conocimiento sobre las pequeñas y medianas empresas, a nivel nacional e internacional, pero con especial atención a nuestra Región.

La misión de la Cátedra Pyme de la UC consiste en elaborar y suministrar información útil sobre diferentes aspectos relacionados con las Pymes a entidades públicas y privadas, a las empresas, a los emprendedores y a la sociedad en general, de manera imparcial e independiente, constituyendo un instrumento básico de investigación generador de conocimiento y riqueza desde la Universidad de Cantabria hacia el entorno social en el que se proyecta.

Las actividades de la Cátedra son posibles, además de por el buen hacer de investigadores y colaboradores, por el apoyo recibido de las entidades e instituciones que la patrocinan: El Santander y la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo del Gobierno de Cantabria, a quienes queremos reconocer públicamente por la confianza que han depositado en nuestro trabajo.

Ana Fernández Laviada
Responsable del área de emprendimiento
de la Cátedra Pyme de la UC
Directora del Informe GEM Cantabria



PROYECTO GEM: INTRODUCCIÓN Y MODELO TEÓRICO

0.1. Introducción

El Informe Ejecutivo GEM Cantabria 2012 que aquí presentamos recoge los resultados del estudio que se lleva a cabo sobre nuestra región, en el marco del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), con la finalidad de analizar el contexto y la problemática de la actividad emprendedora en Cantabria.

Este informe, elaborado por quinto año consecutivo para Cantabria, permite, a través de una metodología consistente y testada a lo largo de su trayectoria en más de 90 países, obtener una visión precisa del fenómeno emprendedor en Cantabria y poder hacer, además, una comparativa a nivel nacional e internacional.

El Proyecto GEM es el observatorio internacional de la actividad emprendedora más ambicioso hasta la fecha, contando este año con la participación de 69 países. Y es que aunque el Proyecto nació con vocación fundamentalmente académica, con el paso del tiempo y dada la amplitud de su ámbito geográfico y de la serie temporal disponible, se ha convertido en la fuente de información más completa y de referencia sobre el fenómeno emprendedor, siendo prueba de ello la demanda de datos comparativos por parte de la OCDE sobre algunos de sus apartados, especialmente el de formación emprendedora de la población, medida por primera vez para 38 naciones el año 2008.

La iniciativa nació en el año 1997 bajo el auspicio de la London Business School y el Babson College (Massachusetts, Estados Unidos). Posteriormente, en 2004, se fundó un consorcio como organización sin ánimo de lucro, la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), con más de 60 equipos de investigación GEM creados en otros tantos países y manteniéndose con una participación regular de más de 40 en los últimos años. De este modo, el Proyecto GEM ha demostrado que la férrea voluntad de sus asociados puede mantener, aunque sea con gran esfuerzo, un amplio colectivo estable de investigadores volcados en la elaboración de información de calidad, caracterización, benchmarking y análisis de un objeto de estudio concreto: la actividad emprendedora.

Este Proyecto surgió para responder a la escasez de investigaciones y estadísticas internacionales homogéneas en torno a la actividad emprendedora, a pesar de ser uno de los principales factores considerados entre las fuerzas claves que actúan en el marco del cambio de las condiciones económicas de los diferentes países y regiones.

Desde el primer informe global publicado en el año 1999, se han editado 14 informes globales GEM, constituyéndose en la investigación de referencia a nivel mundial para tratar de mejorar la comprensión del fenómeno emprendedor, a través del análisis de las relaciones existentes entre las percepciones de los integrantes del proceso emprendedor, las características de la propia actividad emprendedora y el crecimiento económico de los distintos países y regiones.

Estos informes persiguen fundamentalmente tres objetivos:

- Analizar las diferencias en el nivel de actividad emprendedora entre países y regiones.
- Descubrir los factores determinantes de los diferentes niveles nacionales y regionales de actividad emprendedora.
- Sugerir políticas y líneas de actuación que puedan incrementar el nivel de actividad emprendedora de las diferentes economías.

España, adherida al Proyecto desde su apertura Global en el año 2000, ha desarrollado, creando una estructura similar a la del Proyecto Global bajo la dirección actualmente del Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), un modelo de implantación y crecimiento del Proyecto que convierte a su Observatorio en el más completo de todos cuantos se han establecido en el mundo. Su modelo de participación regional ya ha sido adoptado por Chile y Colombia con éxito, estando en estudio su implementación en Argentina, Brasil, México y otras naciones.

En la actualidad, España cuenta con 15 equipos territoriales con más de un centenar de investigadores. Por una parte, el equipo coordinador nacional, responsable de elaborar el informe a nivel nacional; y, por otra, 14 equipos

autónomos, responsables de elaborar los informes correspondientes a sus regiones.

La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones permite obtener una

serie de indicadores homogéneos que garantizan a su vez la validez y el sentido de la comparación internacional de los resultados.

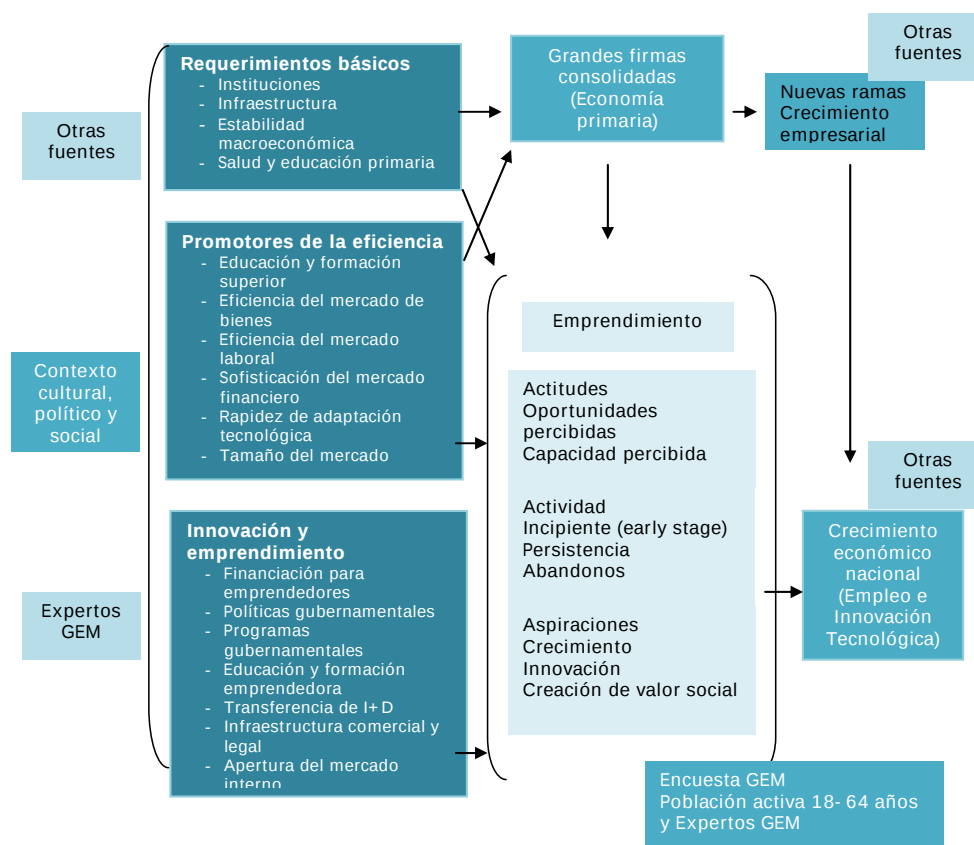
0.2. Modelo teórico

El Proyecto GEM fue diseñado para medir y comparar la actividad emprendedora de los países y analizar su relación con el desarrollo económico.

Su modelo teórico, establecido por los creadores del Observatorio, Michael Hay (London Business School), William D. Bygrave (Babson College), Paul

Reynolds (Babson College) y Erko Autio (Imperial College), fue modificado en 2008, a partir del avance en el conocimiento del fenómeno emprendedor que ha ido resultando de las investigaciones llevadas a cabo en el seno del Proyecto, siendo el que se utiliza actualmente y que resume la Figura 0.1.

Figura 0.1.
El Modelo Conceptual del GEM revisado



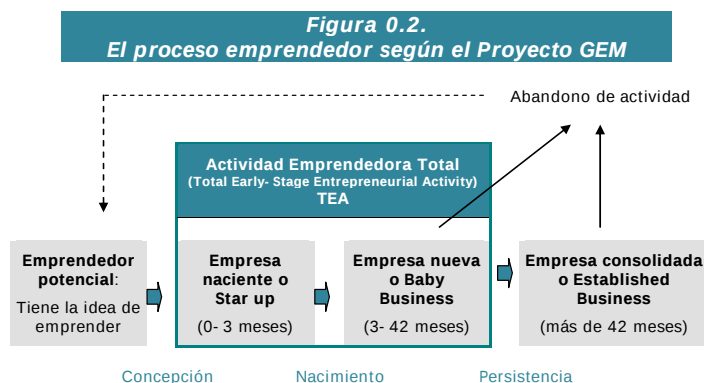
Una de las principales aportaciones del Proyecto GEM es la creación de un indicador de la actividad emprendedora conocido como Total Entrepreneurial Activity Index o índice TEA, que permite cuantificar el “nivel emprendedor” de una región y compararlo con el de las regiones o países

participantes en el Proyecto, así como a lo largo del tiempo.

Para comprender el significado de este indicador, es imprescindible tener en cuenta la definición de emprendedor en el entorno GEM.

Emprendedores activos son todos los adultos (entre 18 y 64 años) que se hallan inmersos en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual van a poseer parte o todo, y/o que son propietarios-gerentes de un negocio o empresa joven. Esta definición incluye el autoempleo.

En este contexto, GEM mide la actividad emprendedora como porcentajes de iniciativas declaradas por personas de 18 a 64 años que se hallan en alguna de las fases del proceso emprendedor que se recogen en la Figura 0.2:



Fuente: adaptada de Reynolds et al (2005)¹

Por tanto, bajo el enfoque adoptado por el Proyecto GEM, el índice TEA o *Total Entrepreneurial Activity Index* representa el porcentaje de población adulta (18 a 64 años) de un país o región que manifiesta estar involucrada en iniciativas emprendedoras nacientes o nuevas, en base a los criterios expuestos en la definición anterior de emprendedor.

Esos porcentajes, elevados a la población de referencia, proporcionan una estimación del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante en el Proyecto, en nuestro caso las estimaciones para Cantabria.

En la conceptualización del modelo GEM, el aspecto al que hay que prestar más atención de cara a la correcta interpretación de los resultados es el referido a las nuevas iniciativas empresariales. Leyendo este título, es lógico pensar inmediatamente en el registro de empresas y en las nuevas altas que tienen lugar en el mismo anualmente. Sin embargo, en el seno del Proyecto GEM, no se entiende lo mismo, sino más bien el volumen de iniciativas que se captan en la población en un año determinado y que están en fase incipiente o de consolidación. El momento crítico entre que una iniciativa sea considerada

emprendedora o consolidada se establece en 42 meses, tal y como muestra la Figura 0.2, en que se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

Resultaría sencillo cambiar en el modelo el apartado “nuevas iniciativas empresariales” por “iniciativas emprendedoras”, entendiendo por tales aquellas que no superan los 42 meses de actividad, pero el hecho de que GEM sea un Consorcio Investigador Internacional, complica a veces la terminología y, desde que España se adhirió al Proyecto en el año 2000, siempre se ha respetado la terminología original y se han asumido sus cambios cuando los ha habido.

Por consiguiente, tal y como se remarca en las ediciones GEM desde el año 2000 al actual, téngase presente que el registro de empresas, representado por el DIRCE en España, proporciona el número de altas habidas cada año, mientras que GEM informa del porcentaje de iniciativas de entre 0 y 42 meses de actividad captadas en la población de 18 a 64 años del país, conceptos y cifras no comparables de forma directa.

No obstante, aglutinando las cifras GEM de iniciativas emprendedoras más las consolidadas, los resultados del Observatorio ya pueden compararse de forma exploratoria con los del registro de empresas DIRCE del año 2010.

El tener una tasa de actividad emprendedora total alta o baja depende de múltiples factores y siempre debe valorarse en función de las características de los territorios en que se mide.

Desde el año 2000, se ha podido observar que las tasas de actividad emprendedora más elevadas corresponden a países y territorios en vías de desarrollo en los cuales, una buena parte de la población tiene que emprender por falta de otras alternativas de trabajo, es decir, por necesidad (Marruecos, Uganda, China, Ecuador, Líbano, Brasil y otras naciones). Otros territorios tienen tasas notables de actividad emprendedora debidas a la propia tradición empresarial de su población (Estados Unidos, Nueva Zelanda, Cataluña y otros). También se observan tasas notables allí donde las políticas públicas han proporcionado un amplio impulso a los emprendedores o donde la propia población ha comprendido que era necesario evitar la despoblación, cambiar la mentalidad laboral y avanzar en el propio desarrollo (Irlanda, Finlandia, Madrid, Canarias). En cambio, en los países y territorios desarrollados, se aprecian tasas de actividad emprendedora moderada porque la mayor parte del empleo está todavía en manos de

¹ Reynolds, et al (2005): “Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003 », *Small Business Economics* Vol. 24, nº3 (Abril), pp.205-231

los organismos públicos o de grandes empresas que ofertan mucho empleo.

Por este motivo, desde el año 2008, GEM adoptó la clasificación de países desarrollada por el índice de Competitividad Mundial del Foro Económico Mundial, pues para mayor claridad en la interpretación, era necesario presentar los resultados teniendo en cuenta al menos tres grupos económicos:

- El primero, se denomina “factor driven nations”, países cuya economía está impulsada por los factores de producción tradicionales, siendo los menos desarrollados del conjunto global.
- El segundo, se denomina “efficiency driven nations”, países cuya economía está impulsada por la eficiencia de los factores de producción.
- El tercero, se denomina “innovation driven nations”, países cuya economía está impulsada por la innovación.

España está clasificada como una nación cuya economía se impulsa gracias a la innovación, al igual que el resto de países desarrollados de la UE.

Tener en cuenta esta clasificación es fundamental para interpretar los indicadores GEM, puesto que los países con tasas de emprendimiento son, en general, los menos desarrollados, como consecuencia del mayor peso del emprendimiento por necesidad.

Desde el punto de vista de la actividad emprendedora, la crisis ha llegado en un momento en que España estaba comenzando a recoger los frutos de la concienciación del empresariado consolidado y, sobre todo del emprendedor novel en cuanto a aplicar la innovación, en el sentido más amplio del término, en la puesta en marcha de cualquier tipo de iniciativa, en la búsqueda de la diversificación en cuanto al producto o servicio a ofrecer, en el incremento de la internacionalización e incorporación de nuevos mercados y otros tantos aspectos que se veían como de urgente instauración para mejorar la calidad de la actividad emprendedora de nuestra nación y hacerla más competitiva. Por eso, la salida de esta crisis, no resultará sencilla en nuestro país, pues no hubo tiempo material de desarrollar la necesaria transformación del tejido empresarial de forma progresiva y sin traumas. Ahora, la situación exige ese cambio, y las medidas gubernamentales necesarias para favorecer el mismo entran en conflicto con las de carácter social, necesarias para paliar los efectos del desempleo y la capacidad adquisitiva del consumidor, que tampoco puede paralizar el mercado en el que las empresas deben colocar sus bienes y servicios.

Complicada situación nacional e internacional, en la que los próximos años serán decisivos en cuanto a acometer la modernización de la economía española y clave para asistir, posiblemente, a la gestación de un nuevo orden económico global.

0.3. Ficha técnica

Los datos e indicadores ofrecidos por el observatorio GEM en Cantabria se basan en la información recogida a partir de las tres fuentes de información que sustentan todos los informes regionales y nacionales.

Para la realización del informe regional de Cantabria se han realizado 1.000 entrevistas, alcanzando éstas las 21.900 para toda España y más de 198.000 para los 69 países participantes en el Informe Global GEM del año 2012.

La Tabla 0.1 resume la ficha técnica de la encuesta en Cantabria y la fiabilidad de las estimaciones.

Tabla 0.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria	
Universo	Población residente en Cantabria de 18 a 64 años
Muestra	1.000 individuos
Margen de confianza	95,5%
Error de la muestra	± 3,10% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Periodo de realización de encuestas	Mayo-Julio de 2012
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Grabación y creación de base de datos	Instituto Opinòmetre

1. Encuesta a la población adulta

Esta encuesta se obtuvo a partir de entrevistas telefónicas asistidas por ordenador, mediante el sistema CATI (Computer Assistance Telephone Interview), realizadas por la empresa Opinòmetre, que realizó el proceso de encuestas para toda España. El motivo de la elección de este sistema de encuesta es doble:

- La mayor accesibilidad al universo, ya que las personas activas son difícilmente localizables si el trabajo de campo no se realiza entre las 18 y las 22 horas.
- Se evitan los problemas de encuesta directa, como son las barreras físicas (porterías, por ejemplo), u otros motivos que pueden elevar la tasa de no respuesta, como pueden ser la intimidación o la desconfianza.

El universo objeto de estudio fue definido como todas las personas, con edad comprendida entre los 18 y los 64 años, un total de 389.049 personas² para Cantabria. Para la estratificación y selección final de la muestra, además de la variable provincia, también se establecieron cuotas teniendo en cuenta los siguientes criterios externos: variable hábitat (urbano/ rural), variable edad y variable sexo. Para la codificación y procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS v.18.

Los datos extraídos de la encuesta a población adulta se calcularon teniendo en cuenta dos ponderaciones diferentes:

- Los valores regionales son calculados mediante la ponderación regional facilitada por el INE.
- Los valores nacionales son calculados mediante la ponderación nacional facilitada por la base de datos internacional que publica US Census.

La información procedente de la Encuesta a Población Adulta es la principal fuente de información de este informe, siendo la base para la elaboración de los capítulos 1 a 7, así como para la práctica totalidad de la información presentada en el resumen ejecutivo y el balance *scorecard*, donde se realiza una síntesis de los principales resultados alcanzados.

2. Entrevistas a expertos regionales

Para la realización del informe regional de Cantabria se han realizado 36 entrevistas a expertos de la región.

La información obtenida de las entrevistas a expertos regionales se ha utilizado para elaborar parcialmente el capítulo 7 y el 8 en su totalidad.

Se llevaron a cabo entre junio-julio de 2012 y se les pregunta sobre las nueve condiciones principales del entorno que según la literatura están relacionadas con la actividad emprendedora:

1. apoyo financiero,
2. políticas y programas gubernamentales,
3. infraestructura física,
4. infraestructura comercial,
5. infraestructura de servicios a empresas,
6. educación y formación,
7. normas sociales y culturales,
8. transferencia de I+D y
9. apertura del mercado interno.

La Tabla 0.2 define con mayor detalle qué miden estas condiciones del entorno. Las nueve primeras condiciones coinciden con las anteriormente mencionadas y en virtud de ellas se clasifican a los expertos seleccionados, asegurando un número mínimo de especialistas en cada ámbito. Además, se añaden cinco condiciones más que sirven para la codificación de las respuestas del panel de expertos en las entrevistas semiestructuradas.

Cada país o región selecciona un panel de al menos 36 expertos, cuatro por cada una de las anteriores nueve condiciones del entorno. De estos cuatro, se busca que dos sean empresarios y los otros dos profesionales con conocimientos sobre las condiciones del entorno por las que han sido seleccionados. Cada equipo investigador realiza anualmente las encuestas a expertos entre abril y julio del año corriente, seleccionando las personas a entrevistar en los ámbitos adecuados.

Los expertos elegidos responden a entrevistas personales en las que expresan sus opiniones sobre el contexto regional para emprender y muestran las políticas que según ellos habría que realizar para aumentar la capacidad empresarial de cada región. De este modo, las encuestas realizadas a los expertos presentan dos partes diferenciadas: una primera parte formada por preguntas cerradas, en las que mediante una escala de Likert de 5 puntos se valoran diferentes afirmaciones sobre las condiciones del entorno del emprendedor; y una segunda parte formada por tres preguntas abiertas, en las que el experto tiene que indicar su opinión sobre los tres principales obstáculos, apoyos y recomendaciones que ve a la hora de emprender en Cantabria.

² Datos de Eurostat-INE elaborados por el Instituto de Empresa

Tabla 0.2.
Condiciones específicas del entorno

EL APOYO FINANCIERO: se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento incluyendo subvenciones y subsidios.

LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES: se trata de determinar en qué medida las políticas de gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento.

LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: se refiere a la presencia de programas directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, provincial y municipal).

LA EDUCACIÓN y FORMACIÓN: se refiere a la medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar a crear o a dirigir nuevas empresas.

LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA E I+D: se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo de la región conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están al alcance de los emprendedores.

LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL O PROFESIONAL: se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.

LA APERTURA DEL MERCADO INTERNO: se refiere a la dificultad para introducirse en el mercado que poseen las empresas nuevas y en crecimiento, y de competir y reemplazar a los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.

EL ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA: Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes – comunicación, servicios públicos, transporte, suelo, edificios, naves- a un precio que no discrimine a las empresas nuevas, pequeñas o en crecimiento.

LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES: se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y de la riqueza.

CAPACIDAD PARA EMPRENDER: se refiere a la existencia y comprensión de capacidad emprendedora; comprensión de los mercados (oferta y demanda); conocimiento, posesión y adquisición de las habilidades necesarias para emprender; reconocimiento de que emprender es un esfuerzo de equipo o que requiere múltiples habilidades; conocimiento del personal especializado que se ha de contratar; capacidad para gestionar el riesgo empresarial; experiencia empresarial; y la orientación empresarial dentro de los negocios corporativos

CLIMA ECONÓMICO: se refiere a si existe un clima económico general propicio para crear empresas; y a la influencia de bajas y altas tasas de desempleo sobre la actividad emprendedora.

CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTILLA: se hace referencia a la disponibilidad y accesibilidad tanto de personas en general, como de personas con ciertas habilidades, dentro de la plantilla. Se recoge también en este apartado las referencias al coste de los trabajadores en general y al coste de los trabajadores con habilidades en particular.

COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN: se refiere a factores demográficos de la región tales como el tamaño y la diversidad de la población. En este último caso, se hace referencia a si existe una integración multicultural o bien fragmentación étnica o religiosa.

CONTEXTO POLÍTICO, INSTITUCIONAL Y SOCIAL: se refiere a la existencia de un clima político general que propicia la creación de empresas; eficiencia o ineficiencia de la administración pública; sistema judicial; tasa de criminalidad; y la corrupción (en la Administración, en la sociedad o en las prácticas empresariales).

3. Variables secundarias

Estas variables son utilizadas para la realización de análisis econométricos que se manejan en el estudio, ofrecidas por diferentes organismos, tal y como se detalla a continuación:

- **Crecimiento y desarrollo nacional:** Fondo Monetario Internacional (FMI).
- **Empleo:** Organización Internacional del Trabajo (OIT), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y Banco Mundial (BM).
- **Exportación:** Organización Mundial de Comercio (OMC) y Company Law of Commercial Code.
- **Demografía:** US Census (US Census Bureau International Database) y Eurobarómetro.
- **Educación:** Banco Mundial.
- **Tecnología e información:** NUA Internet Surveys, Banco Mundial y WCY.
- **Papel del Gobierno en temas económicos:** Anuario de Competitividad Global (IMD) y Banco Mundial.
- **Productividad:** Anuario de Competitividad Global (IMD), Fondo Monetario Internacional y Organización Internacional del Trabajo.
- **Renta:** Banco Mundial.

➔ **Competitividad:** Global Competitiveness Report, Anuario de Competitividad Global (IMD) e Índice de libertad económica (Heritage Foundation & The Wall Street Journal).

➔ **Capital riesgo:** Bankruptcy and Reorganisation Laws y Guía Internacional de Riesgo- País.

Además de los datos mencionados, también se utilizan datos procedentes del Eurobarómetro, la ONU y otras fuentes oficiales de reconocido prestigio.

Estos datos se recopilan a nivel nacional y para trabajar algunos aspectos en las Comunidades Autónomas españolas, el equipo técnico español busca informaciones asimilables en las fuentes disponibles, especialmente el INE.

La confianza sobre estos datos radica en la que proporcionan todas estas instituciones, por lo que se considera que se trabaja con datos fiables y consensuados.

Con estas fuentes el Proyecto GEM da respuesta a varios de sus objetivos:

FUENTE	CONCEPTO	OBJETIVO PRINCIPAL
Variables secundarias	Contexto social, cultural y político	Relacionar este contexto con el entorno general y con el que enfrentan los emprendedores
Variables secundarias	Entorno general nacional	Relacionar el estado actual de la economía, las políticas públicas y otros aspectos generales con la actividad emprendedora.
Variables secundarias encuesta de expertos	Entorno general nacional para emprender	Establecer el diagnóstico actual sobre el estado de las condiciones del entorno que incluyen en el desarrollo de la actividad emprendedora, financiación de la actividad, políticas y programas públicos. Educación, acceso al mercado y otros.
Variables secundarias	Economía primaria Economía secundaria Nuevos desarrollos	Estudiar los indicadores referentes a estos apartados en el territorio analizado y disponer de información complementaria que ayude en la explicación de los resultados proporcionados por GEM
Encuesta GEM a la población de 18-64 años	Oportunidades para emprender	Medir directamente en la población su percepción de oportunidades para emprender y su grado de disposición de capacidad y habilidades naturales en esta materia
Encuesta de expertos	Capacidad y habilidad para emprender	Recabar la opinión de los expertos sobre el mismo tema y comparar con la anterior
Encuesta GEM a la población de 18-64 años	Nuevas iniciativas empresariales	Medir y caracterizar la actividad emprendedora del territorio.
Variables secundarias	Crecimiento económico	Relacionar los resultados sobre actividad emprendedora con el desarrollo.



BALANCE SCORECARD 2012

Indicadores porcentuales sobre la población total de 18-64 años	Cantabria	España
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: composición		
% de iniciativas nacientes de entre 0 y 3 meses de actividad (<i>start up</i>)	2,8	3,4
% de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (<i>baby business</i>)	1,6	2,3
TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses	4,4	5,7
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses		
% TEA masculino (sobre total de población masculina entre 18-64)	4,2	7,4
% TEA femenino (sobre total de población femenina entre 18-64)	4,6	4,0
% TEA por oportunidad	73,4	72,3
% TEA por necesidad	26,6	25,6
% TEA por otro motivo	0,0	2,1
% TEA por oportunidad, para aumentar ingresos	51,6	32,5
% TEA por oportunidad, por independencia	38,7	38,0
% TEA para mantener los ingresos actuales	0,0	19,0
% TEA sector extractivo	7,2	3,8
% TEA sector transformador	11,0	18,4
% TEA sector servicios a empresas	24,5	25,6
% TEA sector orientado al consumo	57,4	52,2
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	75,2	57,1
% TEA con 1-5 empleados	19,5	36,4
% TEA con 6-19 empleados	5,3	5,7
% TEA con 20+ empleados	0,0	0,8
% TEA: iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	14,0	19,2
% TEA iniciativas sin competidores	14,5	13,5
% TEA iniciativas que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	17,8	12,5
% TEA iniciativas que exportan de algún modo	23,8	25,5
% TEA iniciativas con notable expectativas de expansión en el mercado	0,0	1,8
Actitudes y aspiraciones emprendedoras de la población		
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	29,8%	31,1%
Percibe buenas oportunidades para emprender	11,4%	13,9%
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	47,8%	50,4%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	47,3%	53%
Posee espíritu competitivo	66,1%	28,1%
Emprender es una buena opción profesional	58,5%	63,6%
Emprendimiento de éxito y buen status social y económico	66,5%	63,7%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	8,9%	12,1%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,9%	2,1%
Ha actuado como inversor informal o como Business Angel	3,3%	3,8%
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (1 a 5)		
Financiación para emprendedores	1,8	2,06
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,42	2,68
Políticas gubernamentales; burocracia e impuestos	2,12	2,59
Programas gubernamentales	2,93	2,79
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,66	1,52
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,57	2,34
Transferencia de I + D	2,5	2,34
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,56	3,04
Dinámica del mercado interior	2,88	2,79
Barreras de acceso al mercado interno	2,41	2,46
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,51	3,98
Normas sociales y culturales	2,44	2,34
Apoyo al emprendimiento femenino	3,14	3,12
Apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento	2,87	2,92
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	2,71	2,79
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,12	3,47
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,57	2,51



RESUMEN EJECUTIVO

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

La **tasa de actividad emprendedora (TEA)** en Cantabria en 2012 fue del 4,4%, lo que supone un aumento respecto al año anterior del 16%, cuando la tasa era del 3,8%.

La Comunidad sigue ocupando una posición baja, pero es la tercera en crecimiento y una de las 8 comunidades, entre las 17 analizadas, que ha conseguido aumentar su TEA en un año tan complicado.

En 2012, la primera posición la ocupa Cataluña (7,5) seguida por Andalucía (6,1) y la Comunidad Valenciana (5,8). El resto de comunidades, todas ellas con una TEA inferior a la media nacional, son Castilla León y Castilla La Mancha (5,6), la Rioja (5,4), Baleares (5,3), Extremadura y Galicia (5,1), Canarias y Aragón (4,6), Madrid (4,5) y con la misma TEA de 4,4 se encuentran Cantabria, País Vasco y Navarra. Cierran la lista Murcia (3,9) que este año ha perdido un 39% y Asturias que, a pesar de haber aumentado un 47% su TEA, sigue siendo la menor con un 2,2.

Se estima que el **número de iniciativas emprendedoras** en Cantabria en 2012, fue de 17.118 y que el número de emprendedores que participa de dichas iniciativas prácticamente lo triplica, 31.894. Esto significa unos aumentos con respecto al 2011 del 18,9 y 26% respectivamente.

Las iniciativas que se cerraron en los doce meses previos a la encuesta indican una tasa de abandono del 1,9%, dos décimas por debajo del año 2011 y del nivel nacional. Además, la tasa real de cierres (1,15%), una vez descontados aquellos que han seguido gestionados por otros, está cuatro décimas por debajo de la nacional y de la situación de 2011. El motivo más común de abandono es principalmente la consideración de que el negocio no era rentable, con un 45,3% en Cantabria y un 59,1% en España.

España es el decimoséptimo país más emprendedor entre los países del GEM de la Unión Europea y Cantabria ocupa el penúltimo lugar por encima sólo de Italia.

Sin embargo, en relación a la **actividad consolidada**, Cantabria con una TEA del 11%, lo que representa una caída del 25,2% con respecto al año anterior, repite como la segunda región con mayor TEA en actividad consolidada entre los participantes UE-GEM, y es la región española con mayor TEA superando nuevamente a la media nacional situada en 2012 en el 8,7%.

El **potencial emprendedor** en Cantabria, es decir, el porcentaje de población entre 18 y 64 años que manifiesta su intención de emprender un negocio o autoempleo en los próximos 3 años fue nuevamente del 8,9%, porcentaje aun por debajo de la media nacional del 12,1%.

Tipos de comportamiento emprendedor

En Cantabria, el peso relativo de las iniciativas creadas por una **oportunidad pura** ha aumentado muy considerablemente en detrimento de las iniciativas creadas por la necesidad de generar un negocio propio. Eso supone que la gran mayoría (73,4%) de las iniciativas emprendedoras cántabras se siguen creando por algún tipo de oportunidad. En 2012, tan solo el 1,2% de la TEA se creó por **necesidad** siendo el 2,4% motivada por una oportunidad pura y otro 0,8% de una oportunidad en parte.

En conjunto, el porcentaje de las personas que emprenden por oportunidad en Cantabria alcanza el 3,2%, situándose en una posición media-baja de las Comunidades Autónomas. Dicha lista está encabezada por Cataluña con un 5,6%, seguida por

la Comunidad Valenciana (4,4%) y la cierra Asturias con un 1,7%.

Por otra parte, la motivación por necesidad en Cantabria, que alcanza el 1,2%, es inferior a la de otros países con un alto nivel de desarrollo como, por ejemplo, Estados Unidos (3,1%), y se sitúa también en una posición media-baja entre las CCAA.

La búsqueda de unos **mayores ingresos** es el principal motivo que subyace bajo el impulso de emprender por oportunidad en Cantabria. Este deseo de aumentar los ingresos (51,6%) queda muy por delante del deseo de independencia (38,7%) que, sin embargo, en 2011 prevalecía como principal motivación.

El perfil de las personas emprendedoras: género, edad, estudios, situación laboral ...

La distribución de las diferentes categorías de emprendedores en lo que se refiere al **género** ha experimentado algunos cambios en relación al año 2011. Los porcentajes correspondientes a emprendedores varones ha disminuido en todas las categorías pero especialmente en los emprendedores de 0-42 meses, haciendo que este año por primera vez el porcentaje de mujeres (52,3%) supere al de varones (47,4%). No sucediendo así en los emprendedores potenciales o consolidados donde los varones siguen superando los niveles femeninos de emprendimiento.

En lo que respecta a la **edad** de los emprendedores, se aprecia una distribución más igualitaria que la de 2011. Los grupos de 25 a 34 años y de 35 a 44 años engloban cada uno de ellos al 29,5% de los emprendedores. El grupo de 45 a 54 años ha aumentado en quince puntos porcentuales su importancia, alcanzando el 31,8%. En cuanto a los grupos extremos, el de menor y el de mayor edad, presentan unos porcentajes similares a los de 2011.

En términos generales el **nivel de estudios** de los emprendedores sigue aumentando, como venía ocurriendo en años previos. El porcentaje de emprendedores sin estudios es nulo en la categoría de emprendedores potenciales, y se reduce ligeramente en el caso de los emprendedores consolidados.

El **tamaño medio del hogar** de los emprendedores de Cantabria apenas se diferencia del perfil obtenido para el total nacional y supera en todos los casos las tres personas de media.

Con respecto a la **situación laboral** los mayores porcentajes en las tres fases están en la categoría de "Trabajo a tiempo completo o parcial". Por otro lado, destaca la tendencia creciente del porcentaje de parados, ya comenzada en años anteriores. Respecto al resto de categorías, llama la atención el aumento en el porcentaje de personas dedicadas a las labores del hogar.

La participación de **extranjeros** en el colectivo emprendedor de Cantabria es inferior a la observada en el conjunto nacional. Los porcentajes de emprendedores extranjeros han disminuido considerablemente en las tres categorías, desapareciendo completamente en la fase consolidada y siendo tan solo del 6,8% en la fase emprendedora inicial.

La evolución de los porcentajes de personas con **formación específica** para emprender sólo es positiva en la fase consolidada, mientras que en la categoría de emprendedor inicial y en la potencial el porcentaje se ha reducido, pasando de un 61,8% y 52,1% en 2011 al 47,7% y 38,4% en 2012, respectivamente. Esta tendencia negativa también se ha detectado a nivel nacional, pero los porcentajes de personas con formación en las tres categorías son menores en Cantabria.

Características de la actividad emprendedora: sector, empleo, innovación, tecnología, competencia e internacionalización.

La mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria (57,4%) y en España (52,2%) se sitúan en el **sector** orientado al consumo. En Cantabria le siguen en orden de importancia, aunque con pesos muy inferiores, el sector orientado a los servicios (24,5%), el sector de transformación (11%), y el extractivo (7,2%). Esta distribución difiere de la española especialmente en los dos últimos sectores, donde tienen un peso del 25,6%, 18,4% y 3,8%, respectivamente.

Las iniciativas que están en período naciente o de puesta en marcha son las que presentan en Cantabria en el año 2012 un mayor **número medio de propietarios** (1,91). El número medio de propietarios en las iniciativas nuevas alcanzan un valor ligeramente inferior, 1,76. Finalmente, las iniciativas consolidadas tienen una media de 1,68 propietarios.

La inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras de Cantabria presentan una **dimensión** de microempresa. El 75,2% no tiene empleados, el 19,5% tienen entre 1 y 5 empleados, un 5,3% tiene entre 6 y 19 empleados y ninguno de los encuestados tenía más de 20 empleados. A pesar de observarse un ligero incremento en el porcentaje de las iniciativas emprendedoras que tienen entre 6 y 19 empleados se puede apreciar que en líneas generales las iniciativas emprendedoras en Cantabria pasa por un momento difícil en cuanto a generación de empleo.

En lo que se refiere a las **iniciativas consolidadas**, la situación de 2012 muestra algunos indicios de recuperación. Así vemos que a diferencia del año anterior predominan aquellas iniciativas que tienen entre 1 y 5 (46,8%) empleados, seguidas por aquellas que no tienen empleados (39,9%), y más

lejos por aquellas entre 6 y 19 empleados (8,8%) y los que tienen más de 20 empleados (4,5%).

El 70,2% de las iniciativas emprendedoras de Cantabria y el 58,3% de las españolas, no se consideran **innovadoras en cuanto al producto o servicio**. El 15,8% se consideran algo innovadoras y el 14% totalmente innovadoras. En cuanto a las iniciativas consolidadas el 2,9% se considera completamente innovador, el 13% se considera algo innovador y un 84,1% no innovador en producto o servicio.

Casi la mayoría de las iniciativas emprendedoras (49,5%) y bastantes más de las consolidadas (63,2%) de Cantabria consideran que tienen mucha **competencia**.

En 2012, Cantabria crece en su apuesta por mejores niveles de **uso de nuevas tecnologías**. El 17,8% de las actividades emprendedoras hace uso de tecnologías de última generación, siendo reducido el uso de tecnologías recientes (22,5%). Esta situación es más positiva que la del conjunto nacional. Entre las empresas consolidadas el 10,9% utiliza tecnología de última generación y el 9% usa tecnologías recientes.

El porcentaje de iniciativas emprendedoras no **exportadoras** se sitúa en Cantabria en el 76,2%, un nivel ligeramente por encima del observado en España, pero que rompe su tendencia ascendente de los últimos años. Las iniciativas emprendedoras que exportan entre el 1 y el 25% de su producto o

servicio suponen en Cantabria un 14,2%, incrementándose con respecto al año anterior y encontrándose por encima del conjunto del país (11,5%). No obstante, los grupos indicativos de una mayor intensidad exportadora presentan en Cantabria niveles más altos que los registrados en el total nacional. La situación entre el colectivo de empresas consolidadas es similar a la mostrada en las iniciativas emprendedoras, viéndose incrementados los porcentajes en los rangos de mayor nivel de exportación y de 1-25%, y disminuidos los otros dos restantes. Estos datos nos revelan que también este colectivo está comenzando a potenciar el nivel de exportación en Cantabria, lo que ayudará a salir de la crisis.

En el 2012, la situación en Cantabria ha mejorado levemente respecto a 2011, puesto que el porcentaje de iniciativas sin **expectativas de expansión** en el mercado se sitúa en el 52,2% del total, un porcentaje que disminuye en más de 9 puntos porcentuales respecto del registrado el año anterior. Esta disminución sitúa a Cantabria en la media nacional. Para el caso de las **empresas consolidadas** se observa que los porcentajes de empresas sin expectativas de expansión disminuyen con respecto al año anterior, situando a Cantabria por debajo del nivel nacional en más de cuatro puntos. Estos resultados, en su conjunto, nos indican que estas iniciativas han sufrido un cambio en el último periodo que les lleva a recuperar la situación que tenían en el año 2010.

Financiación de la actividad emprendedora naciente

Las necesidades de financiación en términos del **capital medio** necesario para iniciar un proyecto emprendedor en Cantabria en 2012 estaban en 47.768 euros, una cifra muy inferior a la media del conjunto de España, que se sitúa en 753.861 euros porque una de las iniciativas fue de 600.000.000 euros. Los datos del **capital semilla** obtenidos para Cantabria recogidos en el año 2012 indican que éste varía entre los 1.000 y los 400.000 euros. La mediana aumenta ligeramente y la moda se multiplica por cinco, lo que significa que los proyectos iniciados en la región son más ambiciosos.

En lo referido al **capital semilla aportado por el emprendedor**, 21.422 euros, ha disminuido respecto al año 2011, aunque si lo comparamos con 2010 cuando el capital semilla medio aportado por el emprendedor era de 16.681 euros, en 2012 aumentó significativamente. El valor más frecuente es cinco veces superior en el caso cántabro que en el caso nacional, y el capital semilla máximo es de 150.000 euros, diez veces menor que el nacional.

En Cantabria el 50% de los emprendedores financia la totalidad de la inversión frente al 30% del conjunto nacional. Estos porcentajes son superiores a los obtenidos para 2011.

El porcentaje de **inversores informales** (tipo *Business Angel*) en Cantabria ha aumentado ligeramente al 3,3%, pero sigue siendo algo inferior al nivel español (3,8%).

La **relación** que mantiene el *Business Angel* con el emprendedor cántabro es principalmente familiar (52,1%), porcentaje como el nacional (52%), pero su importancia ha disminuido respecto al año anterior, en favor de la participación de compañeros y otros familiares.

El **perfil medio** del inversor informal en Cantabria en 2012 es, un hombre de edad media, en torno a los 45 años, que se encuentra en situación activa, en la mayoría de los casos sus rentas anuales superan los 30.000 euros, tiene conocimientos para emprender y muestra cierto interés para emprender él mismo.

Actividad emprendedora en función del género

En el conjunto de la población de mujeres de 18 a 64 años residentes en Cantabria en el año 2012, se estima que hay un 4,61% de iniciativas en fase emprendedora, mientras que en la de hombres de la misma edad, es del 4,18%. Estos datos suponen que la tendencia a la baja en el porcentaje de mujeres emprendedoras en Cantabria iniciada en el año 2009 se ha invertido en 2012.

En el conjunto de la Unión Europea, Cantabria se sitúa, en una posición media en lo que respecta a los indicadores sobre emprendimiento femenino, habiendo mejorado su posición relativa respecto a 2011. En el ámbito español el emprendimiento femenino cántabro se sitúa en el tercio superior del ranking.

La **relación entre la actividad emprendedora femenina y la masculina** presenta en Cantabria un valor de 1,1 en 2012 rompiendo la tendencia decreciente de los últimos años, y situándose en primera posición en el ranking de la Unión Europea. Si comparamos Cantabria con el resto de las Comunidades Autónomas, este aumento le ha hecho pasar del penúltimo puesto en el conjunto de las regiones españolas al tercero.

Durante 2012 las iniciativas en fase naciente, puestas en marcha por mujeres, son superiores a las de hombres, al igual que ocurría en el período 2011. Aunque hay que destacar que estas diferencias entre hombres y mujeres se han reducido con respecto al año anterior. En relación a las iniciativas nuevas se han mantenido estables en el caso de las mujeres. No así en el caso de los hombres, donde se ha producido una importante variación con respecto al año anterior, pasando de un 77,8% en 2011 a un 42,9% en 2012. La situación en España se ha mantenido prácticamente estable.

En 2012, en Cantabria, tanto hombres como mujeres se concentran mayoritariamente en las empresas que no tienen empleados (90% y 60% respectivamente). Entre los emprendedores de género masculino no hay iniciativas con un tamaño

superior a los 5 empleados, al igual que ocurría en 2011. Entre los emprendedores de género femenino cabe destacar el porcentaje correspondiente a iniciativas de 6 a 19 empleados, que para este año alcanza el 10%, y en el periodo anterior no se tenían casos en este rango.

Las **actividades emprendedoras promovidas por emprendedores** de ambos sexos en 2012 son similares en Cantabria en cuanto a sus características generales.

Entre la población cántabra no emprendedora es posible identificar algunos pocos aspectos con diferentes percepciones estadísticamente significativas por género. Así los hombres son más optimistas que las mujeres en cuanto a la percepción de oportunidades. Ellos se consideran más preparados para emprender y tienen mejor opinión sobre la cobertura dada por los medios de comunicación al emprendimiento.

Sin embargo, entre los cántabros que forman parte del colectivo emprendedor no existen diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres.

En opinión de los expertos, en líneas generales creen que las mujeres en Cantabria tienen un nivel aceptable de apoyo social para emprender un negocio propio. Durante el año 2012 se sigue considerando que los servicios sociales destinados a facilitar la conciliación laboral y personal son aún insuficientes, lo que es congruente con los resultados obtenidos en estudios previos del GEM en los que se ha determinado que el tiempo de dedicación al negocio aparece como uno de los escollos más difíciles de superar por parte de las mujeres españolas. Con respecto al año 2011 este porcentaje ha aumentado levemente a nivel nacional mientras que en Cantabria ha disminuido (2,6 frente a 2,3). Esta disminución muestra que sigue siendo necesario profundizar en los sistemas de apoyo a la conciliación de la vida laboral y la personal.

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

A diferencia de la situación nacional donde disminuyó cinco décimas, el porcentaje de la población cántabra que **percibe buenas oportunidades** para emprender en 2012 aumenta ligeramente situándose en el 11,4%.

porcentaje de **personas no involucradas** que perciben oportunidades ha disminuido ligeramente

Es destacable el diferente comportamiento que se ha dado entre la población involucrada y la no involucrada. El porcentaje de **población involucrada** que percibe oportunidades en el entorno ha aumentado hasta alcanzar un 20,8% (frente al 13,6% de 2011). Sin embargo, el hasta el 9,6%. Una situación similar se observa a nivel nacional donde el 19,6% de la población

involucrada y el 12,9% de la no involucrada perciben oportunidades para emprender.

En el caso de la población cántabra, como en España, se percibe una mejora en la **red social** emprendedora tanto para las personas involucradas como para las personas no involucradas en el proceso emprendedor.

La **posesión de conocimientos, habilidades y/o experiencia** para emprender es uno de los factores, de tipo personal, que puede ser más útil o efectivo a la hora de fomentar el emprendimiento. Sin embargo, los resultados para la población cántabra, como en la nacional, muestran un ligero empeoramiento en general y en la población involucrada en particular, en contraposición a la mejora detectada entre la población no involucrada.

Tanto en Cantabria como en territorio nacional, se observa el aumento a nivel general y en la población no involucrada del porcentaje de personas que **no temen al fracaso**.

Los resultados obtenidos para Cantabria, en cuanto a la preferencia por una **sociedad competitiva** son muy positivos ya que en todos los casos se ha producido un aumento espectacular respecto del año 2011, duplicándose los porcentajes nacionales.

En términos generales, la población de personas en Cantabria que considera que el emprendimiento es una **buena opción profesional** ha disminuido ligeramente en el año 2012, especialmente en el grupo de personas involucradas. Pese a los resultados del apartado anterior, en el año 2012 se percibe un aumento del porcentaje de población que piensa que en Cantabria el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor.

El porcentaje que piensa que los **medios de comunicación** cántabros están realizando una labor comunicativa adecuada ha disminuido alrededor de 5 puntos porcentuales en la población no involucrada mientras que se mantiene en la involucrada.

Por último, los resultados para Cantabria en el año 2012 señalan que nuestra población tiende ligeramente a apoyar la **cultura emprendedora** más que a no hacerlo, aunque la diferencia es escasa.

Al comparar la **prevalencia de valores, percepciones, actitudes y elementos de apoyo a la cultura emprendedora** en la población cántabra con la media de España y del resto de comunidades autónomas, se advierte que las

cargas porcentuales son extremadamente similares. No obstante, la población cántabra afirma en mayor proporción que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor.

Los **expertos** son más optimistas y consideran que las oportunidades para emprender han aumentado en los últimos cinco años. Se puede observar cómo han mejorado las valoraciones en todos los apartados con respecto a las del año anterior, aunque su puntuación continúa siendo menor de 3 sobre 5 en todos los casos.

En cuanto a la valoración de los expertos en relación a la **capacidad emprendedora** de la población cántabra se ve que se ha reducido, mejorando únicamente su percepción sobre la capacidad de la población para responder rápidamente a la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan.

En lo referente a los **mecanismos de motivación**, los expertos consideran que los empresarios de éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social (coincidiendo con la opinión de los encuestados previamente), y que son considerados gente competente e ingeniosa. Por otro lado, a diferencia de la opinión general, consideran que los medios de comunicación sí difunden noticias sobre empresarios de éxito.

Por último, los expertos manifiestan que las **normas sociales y culturales** existentes en Cantabria no son las idóneas para fomentar e impulsar los valores emprendedores en la población cántabra. Ésta es por lo tanto una mejora a realizar en la sociedad cántabra mediante mecanismos de formación y concienciación.

En el **ámbito nacional e internacional**, la posición de Cantabria con respecto a las variables relacionadas con las oportunidades para emprender, varía en función de la variable analizada en el año 2012. Así, Cantabria ocupa una posición muy desfavorable en lo referido a la cantidad y calidad de las oportunidades existentes para la creación de empresas, tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Por otro lado, la región ocupa una posición intermedia en otras dos variables referidas al nivel de preparación de la población para emprender, así como en lo referido al reconocimiento y prestigio que se otorga a los empresarios de éxito. En este último caso, además, Cantabria se sitúa por encima de la media nacional.

Finalmente, Cantabria ocupa una posición excelente en lo referido al apoyo y valor que

conceden las normas sociales y la cultura al éxito individual. En la comparativa nacional, Cantabria comparte la primera posición junto con Galicia. A nivel internacional se sitúa en un quinto lugar por encima de la media de España.

La **población joven**, en términos generales, valora los diferentes factores de forma muy similar a la población adulta. No obstante, se perciben algunas

diferencias. Por ejemplo, los jóvenes consideran que existen más oportunidades para emprender y creen que la sociedad es más competitiva. Por el contrario, la prevalencia de habilidades necesarias para poner en marcha pequeños negocios es inferior, la del temor al fracaso algo mayor y la de considerar el emprendimiento como una buena carrera profesional queda algo por encima de la tasa de la población de 35-64 años.

Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora

En **opinión de los expertos**, entre las **condiciones del entorno** que favorecen el emprendimiento mejor valorados se encuentran el acceso a la infraestructura física, el apoyo a la mujer y el interés por la innovación desde el punto de vista del consumidor.

En el año 2012, cinco factores obtuvieron una valoración por debajo del 2,5, lo que implica no llegar al aprobado. Estos son: la educación emprendedora, la financiación, la política fiscal y burocrática, las barreras del mercado interno y, las políticas, prioridad y apoyo.

Según los expertos, el principal **obstáculo** para emprender en Cantabria, así como en España, es la falta de apoyo financiero y, además, el porcentaje de expertos que lo consideran como tal ha aumentado. Con respecto al año 2011, además del apoyo financiero, otros seis obstáculos han aumentado su presencia en las respuestas: la capacidad emprendedora, la transferencia de I+D, la infraestructura comercial y profesional, el estado del mercado laboral, la composición percibida de la población y el acceso a las infraestructuras físicas.

Entre los **factores que más favorecen** se encuentran la educación y formación, el estado del mercado de trabajo y la capacidad emprendedora. A nivel nacional, sin embargo, los factores más valorados son la capacidad emprendedora, el ambiente económico y las políticas gubernamentales.

Por el contrario, los **factores que menos favorecen** en este momento a nivel regional son el acceso a las infraestructuras físicas, la composición percibida de la población y las barreras de acceso al mercado existentes.

En lo referido a los **factores que los expertos recomiendan que podrían favorecer y promover** la actividad emprendedora destacan: el apoyo financiero, las políticas y programas gubernamentales, y la capacidad emprendedora.

EXECUTIVE SUMMARY

Overview of entrepreneurial activity and business dynamics

The **Total Entrepreneurial Activity** (TEA) in Cantabria, in 2012, was 4.4%, which implies an increase of 16% with respect to last year, when it was 3.8%.

So, the Autonomous Community of Cantabria still occupies a low position, but it's the third in terms of growth and is one of eight of the 17 Communities analysed that was able to increase its TEA during such a complicated year.

In 2012, the first positions were obtained by Catalonia, (7.5) followed by Andalucía (6.1) and Valencia (5.8). The rest of the Communities have lower TEA rates than the national average, which are led by Castilla León and Castilla-La Mancha (5.6), Rioja (5.4), the Balearic Islands (5.3), Extremadura and Galicia (5.1), the Canary Islands and Aragon (4.6) and, with the same TEA as Cantabria, the Basque Country and Navarra (4.4). Finally, Murcia came in at 39% lower this year (3.9) and Asturias (2.2), which even gained 47%, rounds off the bottom of the list.

It is estimated that in 2012 the **number of entrepreneurial initiatives** in Cantabria was 17,118 and the number of entrepreneurs who take part in those initiatives almost doubles that with 31,894. This means, compared to 2011, an increase of 18.9% and 26%, respectively.

The initiatives that were closed in the 12 months prior the survey indicate a 1.9% abandonment rate, which is two tenths below the 2011 rate and the national rate. However, this practically coincides with the real rate of closure (1.55%) after discounting those initiatives that were taken over by other people. The most important reason for abandonment was the lack of business profitability, with a rate of 45.3% in Cantabria and 59.1% in Spain.

Spain is the tenth in the ranking of the most enterprising countries among the GEM countries in the European Union while Cantabria would be the second to last, just over Italy.

However, in relation to the **established activities**, those which have exceeded the 42 month limit, Cantabria continues as the second highest TEA region among EU-GEM participants at 11%, although it decreased 25.2% compared to the previous year. Besides, it is the highest among Spanish Communities and is once again above the national average for 2012 of 8.7%.

The **entrepreneurial potential** in Cantabria, which is to say the percentage of people between 18 and 64 years old stating their intention to start a business or a self-employment initiative in the next 3 years, was once again at 8.9% even though it was still below the national average of 12.1%.

Opportunity and necessity entrepreneurship

In Cantabria, the number of initiatives created because of a perceived **opportunity** increased considerably at the expense of the initiatives started because of the necessity to start a business. This means that the vast majority of the entrepreneurial initiatives in Cantabria (73.4%) are being created because of some type of opportunity. In 2012, just 1.2% of the entrepreneurial initiatives with less than 42 months are created because of a **necessity**, 2.4% are created because of a pure opportunity and another 0.8% because of a partial opportunity.

The percentage of people who started a business because of an opportunity in Cantabria reached 3.2%, which is in the bottom half of the list of the Autonomous Communities in Spain. Catalonia led

the ranking with a 5.6% and was followed by Valencia (4.4%) while Asturias was the last one with 1.7%.

Moreover, the entrepreneurial activity prompted by necessity in Cantabria which reached 1.2%, which is lower than other countries with a high level of development such as the United States (3.1%).

The search for **greater income** is the main reason underlying the impetus to undertake opportunities in Cantabria in 2011. This desire for to increase income (51.6%) is much stronger than the desire for greater independence (38.7%), which was the main motivation in 2011.

Profile of entrepreneurs

The distribution of the different categories of entrepreneurs according to **gender** has experienced some changes in comparison to 2011. The percentages corresponding to male entrepreneurs have decreased in every category, especially among entrepreneurs whose initiatives are between 0-42 months old. This means that this is the first year in which female entrepreneurs (52.3%) have surpassed male entrepreneurs (47.4%). However, this is not the case for potential or consolidated entrepreneurs where males still surpass females in entrepreneurship.

As far as **age** is concerned, the distribution is more evenly divided than in 2011. Age group of 25-34 year-olds and 35-44 year-olds made up 29.5% of the entrepreneurs, respectively. The 45-54 year-old age group increase 15 percentage point to 31.8%. The youngest and oldest groups showed similar levels as in 2011.

The **level of studies** has continued to increase as in years past. The percentage of entrepreneurs without formal studies is null for current entrepreneurs and potential entrepreneurs, and was reduced slightly in the case of consolidated entrepreneurs.

The average **size of the homes** of entrepreneurs in Cantabria is practically the same than those in the

national context and in all cases is higher than an average of three people.

With respect to the **employment situation** of the entrepreneurs in Cantabria, the largest percentages were found in "full-time or part-time employment". Furthermore, a growing tendency which began in years before in the number of unemployed people was noticeable. The number of people dedicated to homemaking was also noticeable.

The participation of **foreigners** in the entrepreneurial community in Cantabria is lower than the one observed in the national context. This percentage has decreased notably in all three categories and has even disappeared from the consolidated (established) phase.

The change in the amount of people with **specific training** to start up an entrepreneurial activity is only positive in the consolidated phase, while the new entrepreneur and potential entrepreneur categories have decreased. This negative tendency was also seen on a national level but the number of people is training in these three categories is less in Cantabria.

Characteristics of the entrepreneurial activity: Sector, employment, innovation, technology, competition and internationalization

Most entrepreneurial initiatives in Cantabria (57.4%) and Spain (52.2%) are in the consumer-oriented **sector**. Following that sector, Cantabria shows, in order of importance, although with much lower levels, the service-oriented sector (24.5%), the transformational and processing sector (11%) and the extractive (mining) sector (7.2%). This distribution differs from Spanish sectors especially in the last two categories, where they have a weight of 25.6%, 18.4% and 3.8%, respectively.

The nascent period or start-up initiatives in Cantabria in 2012 are those which present a higher average number of owners (1.91). The **average number of owners** in new initiatives is slightly less at 1.76. Finally, the number of owners of established entrepreneurial efforts shows an average of 1.68 owners.

The majority of the Cantabrian entrepreneurial are **microenterprises**. 75.2% do not have employees, 19.5% have between 1 and 5 employees, 5.3% have

between 6 and 19 employees and none have more than 20 employees. In spite of a slight increase in the percentage of entrepreneurial initiative with between 6 and 19 employees, one can observe the serious difficulties which have to be faced by companies in Cantabria insofar as to generate employment.

Regarding the **established initiatives**, there were some signs of improvement in 2012. Compared to the previous year, the majority are initiatives with between 1 and 5 employees (46.8%), followed by those that have no employees (39.9%), by those with between 6 and 19 employees (8.8%) and by those with more than 20 employees (4.5%).

70.2% of the entrepreneurial initiatives in Cantabria, like 58.3% in Spain, are not considered to be **innovative related to the product or service**. 15.8% are considered to be somewhat innovative and 14% are considered to be fully innovative. Only 2.9% of the established initiatives

are considered fully innovative, 13% are considered somewhat innovative and 84.1% are not innovative.

Almost the majority of the entrepreneurial initiatives (49.5%) and quite a few more among the established initiatives (63.2%) of Cantabria consider there is a lot of **competition**.

In 2012, the use of the latest **technology** in the entrepreneurial initiatives is important in Cantabria. 17.8% of the entrepreneurial activities use the latest generation technologies, while the use of recent technology was reduced to 22.5%. This situation is more positive than the national position. In the established companies of the region, 10.9% use the latest technology and 9% use recent technologies.

The percentage of non-exporting business initiatives is situated in Cantabria at 76.2%, a level which is a bit higher to that in Spain but one that has broken its growth tendency over the last few years. Entrepreneurial initiatives that export between 1% and 25% of their products or services represented 14.2%, which is more than the previous year and is higher than the national average of 11.5%. Furthermore, higher export-intensive groups or collectives in Cantabria show

higher levels than the national average. Established initiatives follow this pattern showing increased high-level exporting and 1%-25% exporting levels, while the other two levels were decreased. These data suggest that this group is beginning to break with the low export levels seen across Cantabria, something that helps to smooth over the difficulties experienced when trying to get out of the recession.

In 2012, the situation in Cantabria has improved slightly compared to the previous year of 2011, as the percentage with no **expectation of expansion** in the market is 52.2%, an amount which decreased (more than 9%) in respect of the previous year, and which places Cantabria in line with the national average (52.3%). For **established initiatives**, the percentage of business without expectations to expand decreased compared to the previous year (see Figure 4.18), putting Cantabria under the national average by 4 points. Altogether, these results indicate these initiatives have experienced a change from the previous period as they move back to levels experienced in 2010. The data in 2013 will show if this positive tendency is maintained.

Financing of nascent entrepreneurial activity

Financing needs in terms of **average capital** required to start an entrepreneurial project in Cantabria in 2012 were 47,768 euros, well below the average for the rest of Spain, which was at 753,861 euros since one of the initiatives was registered at 12,000,000 euros. The data obtained in Cantabria for **seed capital** in 2012 varies between 1,000 and 400,000 euros. The median number was increased slightly and the mode increased by 5 times, which means that the projected initiatives in the region are more ambitious.

In reference to the **seed capital provided by entrepreneurs** themselves in Cantabria, the amount decreased drastically compared to 2011 since there was a case that was clearly distorting the figures. If we compare the levels from 2010 when the seed capital provided by the entrepreneur was 16,681 euros, in 2012 it increased to 21,422 euros. The most common amount on a national level was 5 times higher in that number in Cantabria, while the maximum amount of seed capital provided by an entrepreneur was 150,000 euros and was 10 times less than at a national level.

In Cantabria 50% of entrepreneurs finance the entire investment, whereas in Spain only 30% do so. These percentages are higher than in 2011 but even so, the percentage for Cantabria is still above the national average.

The percentage of **informal investors** (*Business Angels*, for example) in Cantabria increased to 3.3%, still being slightly lower than the Spanish rate (3.8%).

The **relationship** that a *Business Angel* has with an entrepreneur is mainly a family member (52.1%), similar to the one in Spain (52%), but this percentage decreased compared to the previous year in favour of greater participation from colleagues or other family members.

The **average profile** of informal investors in Cantabria in 2012 is usually a middle aged man of around 45 years old; he is currently working, in most cases his annual income exceeds 30,000 euros, he has the knowledge to undertake initiatives and shows interest in undertaking initiatives himself.

Gender in the entrepreneurial activity

In the group of female population from 18 to 64 years old in Cantabria in 2012, it is estimated that there is a percentage of 4.61% of initiatives in an entrepreneurial phase, whereas the percentage of male population of the same age is 4.18%. These data suggest that the female entrepreneurs' negative tendency registered in Cantabria starting in 2009 has been reversed in 2012.

In the EU as a whole, Cantabria is situated in a middle position as far as the entrepreneurial female initiatives indicators are concerned, having improved its relative position with respect to 2011. Within the national context, Spain is in the top third of the ranking.

The **relationship between female and men's entrepreneurial activity** is 1.1 in 2011, breaking the decreasing tendency of the last few years and coming in first place in the EU ranking. If we compare Cantabria to the rest of the regions, this improvement moved it from the second to last position among all the regions to third place.

In Cantabria, the number of nascent initiatives started by women was greater than those led by men in 2012, similar to the data from 2011. It must be highlighted that these differences between men and women have been reduced compared to the previous year. The number of new initiatives by women remained stable. This was not the case for men where an important variation has taken place, going from 77.8% in 2011 to 42.9% in 2012. The situation in Spain has remained relatively stable.

In Cantabria (2012) as many men as women were located in businesses without employees (90% and 60%, respectively). Among male entrepreneurs there were no initiatives with more than 5 employees, the same as in 2011. The percentage of employees in female initiatives with between 6

and 19 employees reached 10% which were absent in the previous year's results.

The **entrepreneurial activities promoted by both sexes** in 2012 were similar to those in Cantabria in their general characteristics.

The differences in perception among men and women in Cantabria, **those who are not involved in entrepreneurial activities**, are noticeable in a few areas: men are more optimistic than women about the perception of opportunities; men consider themselves better prepared to undertake entrepreneurial activities and have a more positive opinion about media coverage of entrepreneurship.

However, the group of Cantabrians that make up the entrepreneur collective did not show statistically significant differences between men and women.

According to experts, the women in Cantabria in general seem to have an acceptable level of social support for starting a business. In 2012, it is still considered that the social services dedicated to facilitate labour and personal reconciliation are insufficient. This is congruent with the results of previous GEM studies in which it was determined that the time that's dedicated to the business is one of the most difficult barriers to overcome for Spanish women. This percentage has increased slightly on a national level while in Cantabria it decreased (2.6 compared to 2.3). This decrease shows that it's still necessary to reinforce support systems for greater conciliation between personal-life and work-life.

Entrepreneurial motivation and capacity

Increasing slightly, 11.4% of the Cantabrian population **perceived good opportunities** to start an entrepreneurial initiative in Cantabria in 2012 compared to the national level that decreased 0.5%.

What's noticeable is the distinct behaviour between the **population involved** in entrepreneurship and those who are not involved. Those involved who perceived opportunities increased up to 20.8% (compared to 13.6% in 2011). However, the percentage of those not involved decreased slightly down to 9.6%. A similar situation is observed on a national level where 19.6% of the population

involved and 12.9% of the **population not involved** (in entrepreneurship) perceived entrepreneurial opportunities.

In Cantabria's case, just as in Spain, there was an improvement in the entrepreneurial **social network** perceived by both those involved and those not involved in the entrepreneurial process.

The **possession of knowledge, skills and/or experience** to carry out entrepreneurship is one of the factors, on a personal level, that can be useful or effective in promoting entrepreneurship. However, the results for the Cantabrian population,

as well as the national population, have declined in general and more so for the population involved in entrepreneurship, which contrasts with the improvement detected among those who are not.

On a Cantabrian as well as a national level, an increase was observed in the general category and in the non-involved category in the percentages those who do **not fear failure**.

In terms of the preference for a **competitive society**, the results obtained in Cantabria are very positive since there was a spectacular increase in all areas compared to 2011, doubling the national percentages.

In general terms, the population in Cantabria that considers entrepreneurship to be a **good professional option** decrease slightly in 2012, especially in the category of those involved in entrepreneurship. Despite these results, in 2012 there was an increase in the percent of the population of Cantabria that thinks successful entrepreneurship translates into a strong social and economic position for the entrepreneur.

The percent of the population that believes the Cantabrian media are adequately **communicating** about entrepreneurship decreased 5 percentage points in the population that's not involved while it was maintained among the population involved. This is a negative result since communication media should be contributing to the consolidation of the entrepreneurial culture that is so necessary during these times.

Lastly, the results for Cantabria in 2012 show that our population tends to support the **entrepreneurial culture** slightly more than not supporting it, even though the difference is very small.

When comparing the Cantabrian population's prevalence of **values, perceptions, attitudes and support elements for the entrepreneurial culture** to the national average and to the rest of the regions, the results found were extremely similar. However, the Cantabrian population believes in a greater proportion that successful entrepreneurship translates into a strong social and economic position for the entrepreneur.

The **experts** are now more optimistic and believe that the opportunities to carry out entrepreneurship have increased over the last 5 years. It's clear that their evaluations have improved in all categories compared to last year even though their scores were still less than 3 out of 5 in all areas.

The experts' evaluation of the **entrepreneurial capacities** of the Cantabrian population shows that these have been reduced, while only improving in the capacity to respond rapidly after detecting the presence of a new business opportunity.

In reference to **motivation mechanisms**, the experts believe that successful entrepreneurs enjoy societal acknowledgement and prestige on a large scale (which coincides with the opinion of those previously interviewed) and are considered to be competent and ingenious people. In contrast to the general opinion, they believe the communication media actually are providing news on successful entrepreneurs.

Finally, the experts say the **societal and culture norms** that exist in Cantabria are not ideal to promote and drive entrepreneurial values within the Cantabrian population. This displays room for improvement within the Cantabrian society in the entrepreneurial training and consciousness forming mechanisms.

On a **national and international level**, Cantabria varies in function of the variable analysed for 2012. Cantabria occupies a very unfavourable position in reference to the quantity and quality of the existing opportunities to start a business on a national as well as international level.

However, the region has an intermediate position in two variables in reference to the level of preparedness to be an entrepreneur and in terms of acknowledgement and prestige given to successful entrepreneurs. Cantabria is above the national average in this last category.

Finally, Cantabria has an excellent position in reference to the support and value placed on cultural norms and individual success, sharing the first position with Galicia. On an international level, Cantabria came in 5th place, just above the national Spanish average.

The **population of young people**, in general, value the different factors in a very similar way as the adult population. However, there are some differences. For example, young people believe there are more opportunities become an entrepreneur and that the society is more competitive. In contrast, the prevalence of the necessary factor to start a small business is inferior, the fear of failure is somewhat higher and the consideration that entrepreneurship is a good professional career is slightly higher than the rate of those between 35-64 years old.

General analysis of the environment in which entrepreneurial activities are developed

According to experts, among the highest valued conditions that best suit the entrepreneurial environment, there was access to the physical infrastructure, support for women and the interest in innovation from the consumer's point of view.

In 2012, five factors obtained results lower than 2.5; which means they do not pass. They are: entrepreneurial education, financing, tax and bureaucratic policies, barriers to the internal market and policies, priorities and support.

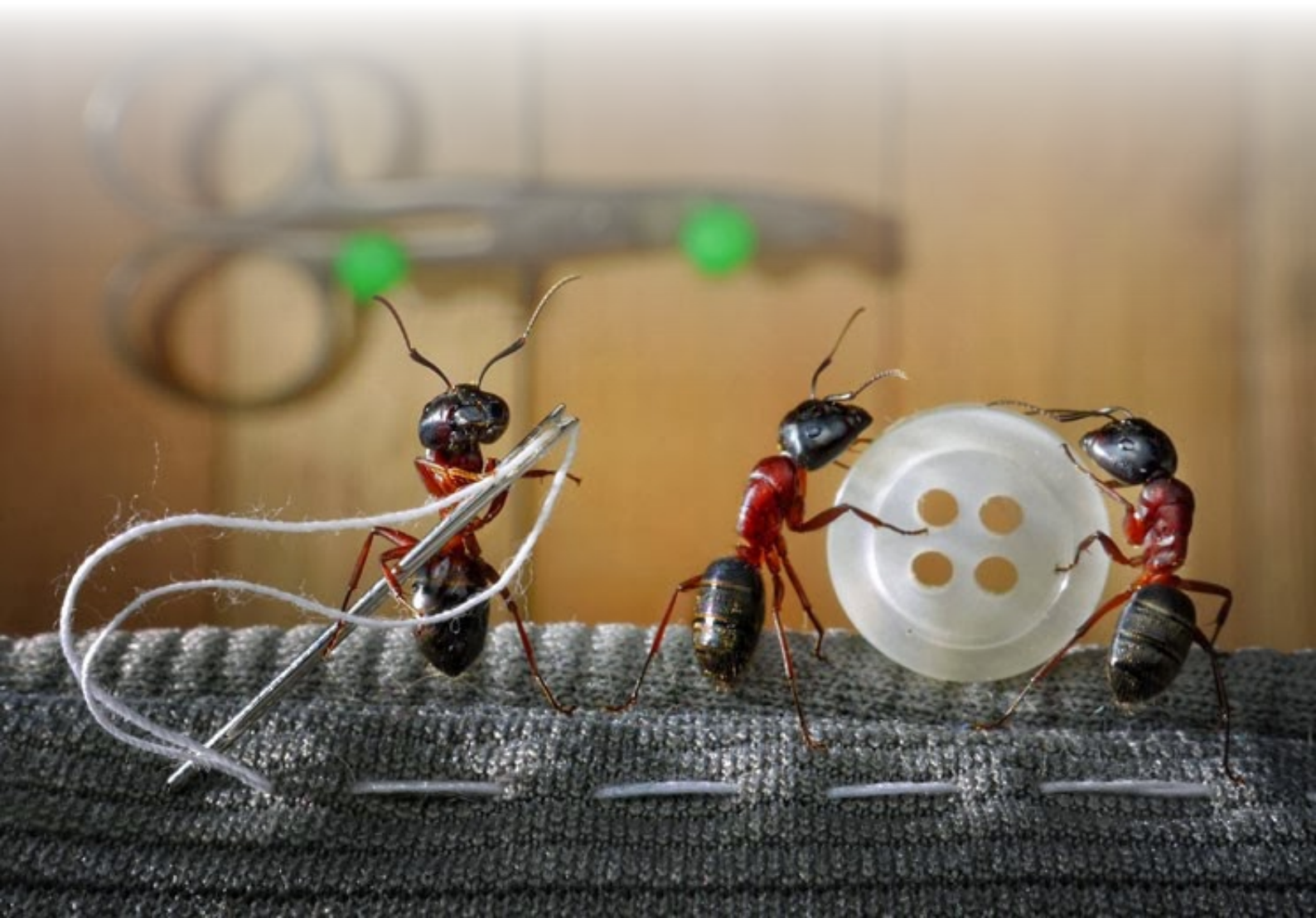
According to experts, the main **obstacle** to entrepreneurship in Cantabria as well as Spain is the lack of financial support and, additionally, the percentage of experts that believe this has increased. Compared to 2011, along with financial support there are six other obstacles that have been increased in their answers: entrepreneurial capacity, R&D transference, commercial and professional infrastructure, the state of the labour market, the perceived composition of the population and the access to physical infrastructures.

Among the **factors that most favour** entrepreneurship are education and training, the state of the labour market and entrepreneurial capacity. On a national level, however, the highest valued factors are entrepreneurial capacity, the economic environment and government policies.

In contrast, the **factors that favour entrepreneurship the least** at a regional level are access to physical infrastructures, the perceived composition of the population and the existing barriers to market access.

In reference to the **factors that promote** entrepreneurial activity, the most notable are: financial support, governmental policies and programs and the entrepreneurial capacity.

Capítulo 1:
*Actividad emprendedora y dinámica
empresarial en Cantabria*



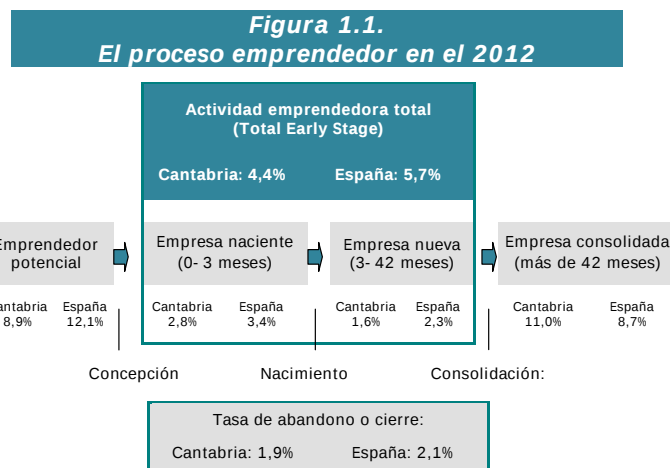
Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Cantabria

1.1. Introducción

El presente capítulo aglutina las magnitudes más significativas de la dinámica empresarial de Cantabria. El punto de partida son los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la población adulta (entre 18 y 64 años) en 2012 y a través de la cual se investigan las etapas esenciales del proceso de creación de empresas, según se ha explicado en la introducción de este Informe.

En la Figura 1.1 se muestra el proceso emprendedor y el resumen de los principales resultados para los casos de Cantabria y España.

El contexto emprendedor cántabro se muestra enmarcado en los contextos nacional e internacional. Al igual que ocurre a lo largo de todo el informe, se realiza la comparación tanto a nivel regional dentro de España como en el ámbito de la Unión Europea y con el total del consorcio GEM global.



1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa

El proyecto GEM define una iniciativa emprendedora como todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida.

La tasa de actividad emprendedora (TEA), que mide el número de personas involucradas en procesos de creación de empresas, registrada por GEM en la población de Cantabria de 18 a 64 años de edad es del 4,4 % en el año 2012.

Este porcentaje –total de iniciativas emprendedoras– puede desagregarse en función de su ciclo de vida en: iniciativas nacientes (aquellas cuya actividad en el mercado sea inferior a 3 meses) e iniciativas nuevas (aquellas cuya actividad en el mercado haya supuesto el pago de salarios en un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses). Por consiguiente, la TEA de Cantabria está constituida por un 2,8% de iniciativas nacientes y un 1,6% de iniciativas nuevas, tal como se muestra en la Tabla 1.1.

Comparando el porcentaje de la TEA y su desagregación en el año 2012 con los correspondientes a Cantabria en los años 2010 y

2011 se observa un aumento sustancial del porcentaje de iniciativas nacientes respecto al periodo 2011. Sin embargo, en el caso de las iniciativas nuevas este porcentaje experimenta un descenso respecto al año anterior. En su conjunto, la TEA de Cantabria en el 2012 experimente un aumento respecto al año anterior, evolución ésta que no se observa con la TEA de España en el mismo periodo, donde dicha tasa se mantiene casi constante. Con ello podemos afirmar que en 2012 se produce, en el caso de Cantabria, una ligera mejoría con respecto a 2011, manteniendo así la tendencia creciente de la TEA que se viene observando desde el periodo 2010-2011.

De acuerdo con lo expresado en el informe GEM a nivel nacional, la tendencia de la TEA en España ha sido negativa desde el año 2007, registrando su valor mínimo en el año 2010. Esta tendencia, compartida por el caso cántabro en el periodo 2008-2010, se rompió en el año 2011, donde comenzó una ligera mejoría que para este año 2012 se mantiene para el caso de Cantabria y se estanca a nivel nacional.

Tabla 1.1.
Desglose de la tasa de actividad emprendedora (TEA)

	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010
Iniciativas nacientes (puesta en marcha)	2,8%	1,4%	1,6%	3,4%	3,3%	2,2%
Iniciativas nuevas (hasta 42 meses)	1,6%	2,4%	1,9%	2,3%	2,5%	2,1%
Actividad emprendedora total: TEA (0 a 42 meses)	4,4%	3,8%	3,5%	5,7%	5,8%	4,3%

Asumiendo que la población en Cantabria, entre 18 y 64 años, en julio de 2012 era de 389.049 personas, y multiplicando los porcentajes anteriores por dicha población, se estima que el número de iniciativas de cada tipo que estaban en marcha en Cantabria en dicha fecha era el que se muestra en la Tabla 1.2.

Tabla 1.2.
Estimación del número de iniciativas emprendedoras en Cantabria en julio de 2010-2012

Tipo de iniciativas	Estimación puntual			Estimación por intervalo 2012 (error +/- 1,18%)		
	2012	2011	2010	Var. 11-12	Extremo inferior	Extremo superior
Nacientes (puesta en marcha)	10.893	5.303	6.245	105,4%	10.764	11.022
Nuevas (hasta 42 meses)	6.225	9.092	7.415	- 31,5%	6.151	6.298
Total (0- 42 meses)	17.118	14.395	13.660	18,9%	16.915	17.321

En el año 2012 se observa una disminución del 31,5% en el registro de iniciativas en fase de consolidación o nuevas, la cual se ha compensado sobradamente con el notable incremento producido en el registro de las iniciativas nacientes (puesta en marcha). Consideradas conjuntamente, el número estimado de iniciativas en fase emprendedora en Cantabria ha experimentado un aumento del 18,9%. Cabe resaltar que este dato es significativamente superior al obtenido en el año anterior, donde dicho incremento fue de un 5,4%.

En consecuencia, en el 2012, el retroceso de la actividad emprendedora en Cantabria se centra en las iniciativas nuevas (3-42 meses), aunque cabe destacar como resultado favorable que el aumento de los negocios de nueva creación ha supuesto un incremento de 5.590 actividades más que en el año anterior (10.893 en 2012 frente a 5.303 en 2011). La situación manifestada en 2012 se opone a la observada en el año 2011, donde el retroceso en la actividad emprendedora en Cantabria venía explicado por el descenso en las iniciativas en fase naciente.

Hay que tener en cuenta que estas estimaciones provienen de la encuesta GEM a la población de 18 a 64 años de edad residente en Cantabria. Esto es, se hallan sujetas a error de muestreo. Debido a que la muestra total de Cantabria se compone de 1.000 encuestas y que, para un 95% de confianza el error muestral cometido es del 1,18%¹, si se aplica dicho error a las estimaciones puntuales, se obtienen los intervalos de confianza correspondientes a cada tipo de actividad emprendedora: naciente (0-3 meses), nueva (3-42 meses) y total (0-42 meses).

En cuanto al número de emprendedores, se estima a partir del número de propietarios que presentan cada una de las iniciativas nacientes y nuevas, dato que también suministra la encuesta GEM y cuyos resultados se muestran en la Tabla 1.3 donde se observa la evolución de los mismos.

Al igual que en las ediciones anteriores, se advierte que, en ningún caso deben compararse directamente estas cifras con las del registro oficial de empresas que ofrece el DIRCE en Enero de cada año y que, además, hacen referencia al anterior. La encuesta GEM mide la actividad emprendedora, concepto más amplio que el contemplado en el registro anual de empresas, distinguiendo entre actividades que se estaban poniendo en marcha y que no llevaban más de tres meses en el mercado y actividades en fase de consolidación de hasta tres años y medio de vida.

Tabla 1.3.
Estimación del número de emprendedores en Cantabria en julio de 2010-2012

	2012	2011	2010	Var. 11-12
Número de emprendedores nacientes	21.003	11.071	10.506	90%
Número de emprendedores nuevos	10.891	14.238	10.978	- 24%
Número total de emprendedores incipientes	31.894	25.309	21.485	26%

Sin embargo, reuniendo las cifras GEM de iniciativas emprendedoras y las consolidadas, los resultados del Observatorio ya pueden compararse de forma exploratoria con los del registro de empresas DIRCE del año 2012.

¹ El error muestral para $p=q=0,5$ es del 3,10 % pero una vez realizada la encuesta siendo $p=0,038$ el nuevo error muestral es de 1,18%

1.3. Dinámica empresarial en la población activa

El Proyecto GEM suministra información no sólo de la actividad emprendedora, sino también de las iniciativas ya consolidadas, es decir, aquellas que han superado los 42 meses con que se identifica la fase incipiente. Seguidamente se presentan los resultados obtenidos en este apartado para el año 2012 y se comparan con los de los periodos 2010-2011.

En la Tabla 1.4. se observa que el porcentaje de iniciativas consolidadas para Cantabria en Julio de 2012 es del 11%, cifra superior a la obtenida en el conjunto nacional (8,7%). Asimismo esta tabla muestra las estimaciones puntuales y por intervalo de lo que este porcentaje representa en número, en función de la población tenida en cuenta en el análisis.

Tabla 1.4.
Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Cantabria en julio de 2010-2012

	Estimación puntual sobre la población de 18- 64 años						Estimación por intervalo 2012 (error + /- 1,18%)		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010	Var. 11- 12	Extremo inferior	Extremo superior
Iniciativas Consolidadas	11,0%	15,1%	9,3%	42.795	57.202	36.298	- 25,2%	42.289	43.302

Para obtener un análisis más completo de la dinámica emprendedora en Cantabria en 2012 se estudian también las iniciativas que han cerrado en los doce meses previos a la encuesta GEM. En la Tabla 1.5. se facilita la tasa de abandono en Cantabria para 2012, que alcanza el 1,9%; valor éste, inferior al obtenido en España para la tasa de abandono en el mismo periodo (2,1%) e inferior también al correspondiente a Cantabria para 2011 (2,1%). Esto último representa un resultado positivo frente al aumento sustancial que se produjo en la tasa de abandono en Cantabria en el periodo 2011. Dicho resultado positivo se concreta en una disminución de iniciativas abandonadas en el periodo 2011-2012 del 7,1%.

Tabla 1.5.
Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Cantabria los doce meses previos a julio de 2010-2012

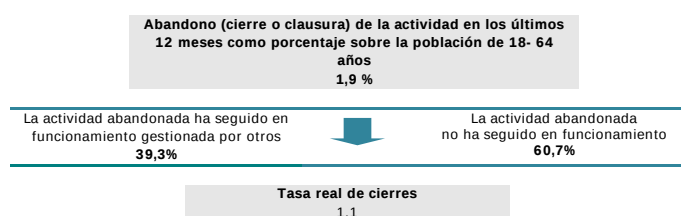
Estimación puntual sobre la población de 18- 64 años								Estimación por intervalo 2012 (error +/- 1,18%)	
	2012	2011	2010	2012	2011	2010	Var. 11- 12	Extremo inferior	Extremo superior
Iniciativas Abandonadas	1,9%	2,1%	1,1%	7.392	7.955	4.293	- 7,1%	7.304	7.479

Por lo que se refiere al término abandono cabe destacar que no debe entenderse como tal solamente el cierre de las iniciativas, ya que algunas de las actividades continúan en otras manos y no constituyen en realidad cierres de negocios.

En España, tras el aumento de la tasa de abandonos experimentado en 2011, nuevamente la tendencia se invierte y en 2012 comienza a disminuir levemente (2,1%). En Cantabria, se advierte el mismo comportamiento en la tasa de abandonos de actividad que el observado a nivel nacional, esto es, ligero aumento de dicha tasa en 2011 y sensible reducción de la misma en 2012 (de 2,1% en 2011 a 1,9% en 2012).

Como puede observarse en la Figura 1.2. el porcentaje de iniciativas abandonadas en Cantabria que realmente no fueron cierres de actividad sino que siguieron en funcionamiento gestionadas por otros, alcanza el 39,3%. El resto de abandonos (60,7%) no siguieron en funcionamiento por lo que fueron cierres efectivos de actividad. Esto supone que la tasa real de cierres en Cantabria en los doce meses previos a julio de 2012, sea del 1,1, inferior a la observada en el periodo anterior que era de 1,5.

Figura 1.2.
Tasa real de cierres en Cantabria durante los doce meses previos a julio de 2012



La Tabla 1.6. recoge las motivaciones más comunes de abandono de las actividades emprendedoras en el contexto cántabro y nacional en 2012.

El principal motivo de abandono, tanto a nivel nacional como regional, es la consideración de que el negocio no era rentable (con un 45,3% en Cantabria y un 59,1% en España). En el caso de Cantabria, le sigue en segundo lugar, los problemas para obtener financiación (un 11,5%), y muy cerca se posiciona el tercer motivo, el surgimiento de otra oportunidad de un trabajo (un 11,1%).

En el conjunto nacional la distribución de motivos es ligeramente más variada que en Cantabria, apareciendo motivos relacionados con la jubilación y otros motivos o razones personales. Comparando los porcentajes obtenidos de Cantabria en este periodo con los mismos obtenidos en las ediciones de 2011 y 2010, sigue encabezando esta lista el motivo de la falta de rentabilidad del negocio.

Tabla 1.6.
Motivación del abandono de iniciativas en Cantabria y España

2012	CANTABRIA	ESPAÑA
El negocio no era rentable	45,3%	59,1%
Problemas para obtener financiación	11,5%	6,9%
Le salió otra oportunidad de trabajo	11,1%	3,6%
Razones personales	10,9%	5,7%
Tuvo la oportunidad de venderlo	5,4%	4,6%
Incidente	5,3%	2,0%
El cierre fue planificado con antelación	5,3%	1,1%
Otros motivos	5,3%	15,2%
Jubilación	0,0%	1,6%
No quiere contestar	0,0%	0,2%
Total	100%	100%

1.4. Actividad emprendedora de Cantabria en el contexto internacional y nacional

El presente epígrafe desarrolla un estudio comparativo de la tasa de actividad emprendedora total (TEA) de Cantabria con la del resto de regiones españolas y con otras naciones que participan en el observatorio GEM.

En la interpretación de estas comparaciones se debe tener en cuenta que no se contemplan aspectos de calidad de las iniciativas emprendedoras, sino simplemente de cantidad; y no siempre es deseable una elevada tasa de actividad, si ésta no se corresponde con negocios que tengan posibilidades de supervivencia a largo plazo y sean fuente de innovación, creación de empleo y generadoras de riqueza; aspectos éstos que se analizan en los siguientes capítulos del Informe GEM.

El hecho de obtener un índice mayor o menor puede ser positivo o negativo, dependiendo principalmente de la necesidad de emprendedores de un país. De ahí que una elevada tasa de actividad emprendedora puede deberse a:

- Una elevada necesidad de emprender en la población debida a la falta de alternativas de trabajo por cuenta ajena. Esto es especialmente relevante en un escenario de crisis económica como el que atravesamos en la actualidad.
- Una profunda tradición emprendedora.
- Un elevado apoyo e impulso al fomento del emprendimiento con el fin de equilibrar el mercado de trabajo (también relevante ante economías en situación recesiva).
- Una necesidad de invertir excedentes de capital.

Por otro lado, una baja tasa de actividad emprendedora puede ser debida a:

- Un elevado nivel de desarrollo respaldado en el empleo funcional o por cuenta ajena, con

claro predominio de las grandes empresas y las multinacionales.

- Una escasa tradición emprendedora.
- Un deficiente apoyo e impulso al emprendimiento, muchas veces debido a sistemas políticos restrictivos que ponen grandes trabas al establecimiento independiente de negocios.

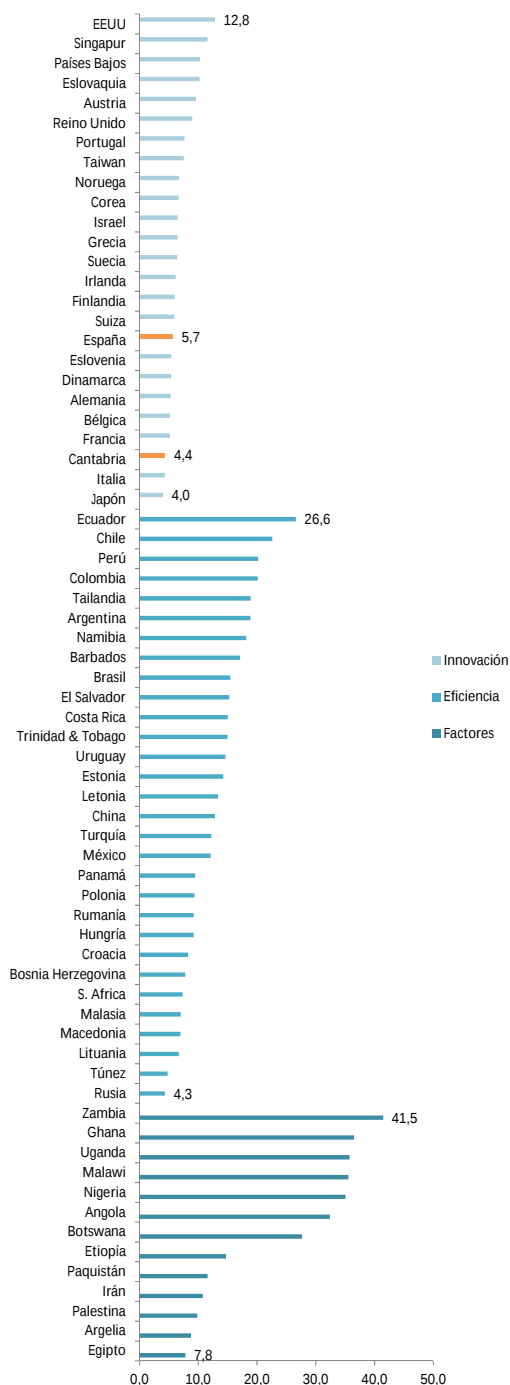
GEM presenta los resultados comparativos, clasificando a los países participantes en función del tipo de orientación que muestran en indicadores relacionados con las principales herramientas que aplican para mejorar su productividad y competitividad. Desde el año 2008 los países GEM se agrupan en tres categorías inspiradas en las que utiliza el Índice de Competitividad Mundial y que se denominan: países impulsados por factores, países impulsados por la eficiencia y países impulsados por la innovación. Los países clasificados en el primer grupo son los menos desarrollados, debido a que basan su economía en los factores de producción tradicionales. Los aglutinados en el segundo grupo están en una etapa intermedia en que la eficiencia de los factores de producción es el motor de la economía. Finalmente, los terceros son los más desarrollados basando sus economías en la innovación.

Las tasas de emprendimiento más altas se registran entre los países en vías de desarrollo impulsados por los factores de producción tradicionales, debido a la mayor necesidad de la población. Dentro de este grupo, el caso más extremo corresponde a Zambia donde un 41,5% de la población de 18-64 años está involucrada en actividades emprendedoras. Dentro del grupo de países que se basan en la eficiencia destaca Ecuador con una tasa del 26,6%. En el tercer grupo, basado en la innovación y donde se encuentran España y Cantabria, destaca Estados Unidos, con un 12,8%. Respecto a Cantabria, ésta mejora

levemente su posición con respecto al periodo 2011 pero aún está lejos de la tasa media de este grupo.

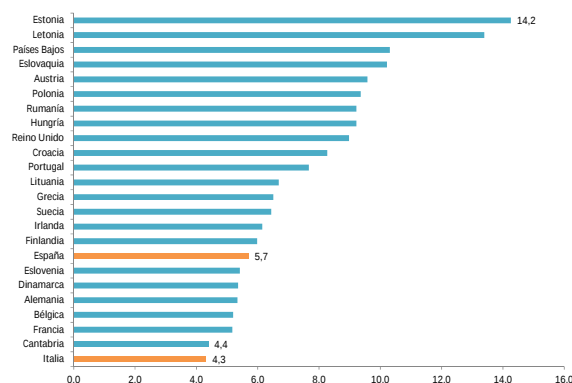
En la Figura 1.3. se observa la posición relativa de España y Cantabria entre los países participantes en la edición GEM 2012. En ambos casos nos encontramos ante una posición baja respecto al conjunto de países impulsados por la innovación.

Figura 1.3.
TEA de Cantabria y de los países participantes en GEM 2012 Clasificados en función de su estatus en cuanto a productividad y competitividad



En la Figura 1.4. se muestra la posición que ocupan Cantabria y España en el contexto de los países GEM de la UE que han participado en la edición 2012. De este modo puede observarse que Cantabria se sitúa, en términos de TEA, entre las posiciones más bajas junto a países como Italia, y en una posición inferior a la de España y a la de países como Alemania, Bélgica y Francia.

Figura 1.4.
TEA de Cantabria y de los países de la UE participantes en GEM 2012



Asimismo, la Figura 1.5. revela la posición de Cantabria en relación con el resto de Comunidades y Ciudades Autónomas españolas. En 2012 Cantabria alcanza una tasa de actividad emprendedora total del 4,4%, porcentaje superior al alcanzado en el periodo anterior (3,8%). A pesar de este incremento Cantabria sigue ocupando una posición media-baja dentro del conjunto de comunidades autónomas españolas, donde se observa que lidera el ranking Cataluña (7,5%) seguida por Andalucía (6,1%). En el extremo opuesto, los menores valores de la TEA en el territorio nacional los presentan Asturias (2,2%) y Murcia (3,9%), con tasas inferiores al 4%.

Finalmente, en la Tabla 1.7. se muestra la evolución de la TEA en el periodo 2010-2012, no sólo en Cantabria, sino también en el resto de comunidades autónomas españolas; lo cual, permite observar que en el año 2012 la mitad de las comunidades autónomas españolas han aumentado su TEA al igual que en Cantabria. Dentro de este conjunto, es Asturias la que más ha incrementado su TEA con respecto a 2011 (un 47%); mientras que Cantabria, aún aumentando su actividad con respecto a 2011, lo ha hecho de forma más moderada (16%).

Figura 1.5.
TEA de Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España

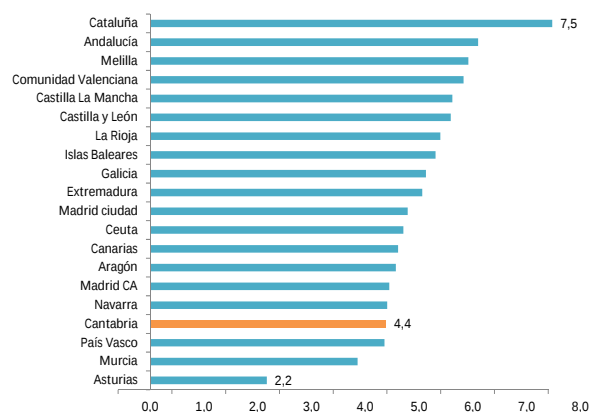


Tabla 1.7.
Desglose de la actividad emprendedora de Cantabria en el contexto de España

Comunidad Autónoma	TEA (% Iniciativas Emprendedoras de 0-42 meses)			
	2012	2011	2010	Var 11-12
ANDALUCÍA	6,1	5,8	4,0	5%
ARAGÓN	4,6	5,3	3,7	-13%
ASTURIAS	2,2	1,5	2,6	47%
BALEARES	5,3	4,3	3,3	23%
CANARIAS	4,6	6,9	3,6	-33%
CANTABRIA	4,4	3,8	3,5	16%
CASTILLA LEÓN	5,6	6,3	4,8	-11%
CASTILLA LA MANCHA	5,6	5,8	4,3	-3%
CATALUÑA	7,5	6,8	4,0	10%
COMUNIDAD VALENCIANA	5,8	6,9	3,7	-16%
EXTREMADURA	5,1	6,1	2,6	-16%
GALICIA	5,1	4,7	2,6	9%
MADRID	4,5	5,6	4,5	-20%
MURCIA	3,9	6,4	4,1	-39%
NAVARRA	4,4	5,6	3,6	-21%
PAÍS VASCO	4,4	3,9	2,5	13%
LA RIOJA	5,4	5,0	2,2	8%

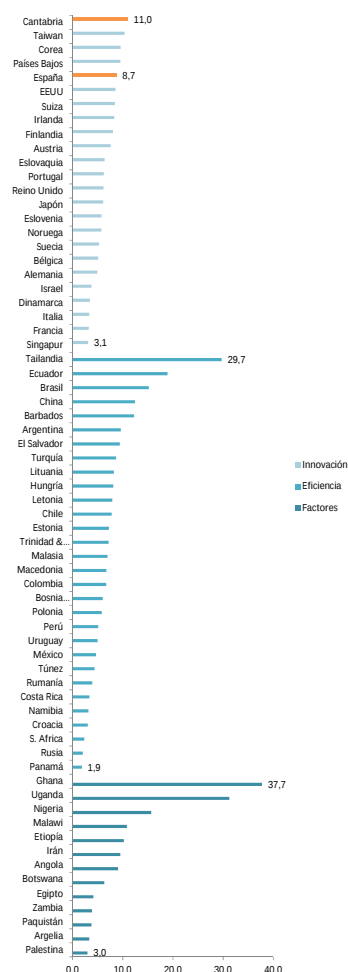
1.5. Dinámica empresarial de Cantabria en el contexto internacional y nacional.

En este apartado se desarrolla un análisis comparativo del porcentaje de iniciativas consolidadas y la tasa de abandono en relación con los países participantes en el proyecto GEM 2012, así como en relación con el resto de Comunidades Autónomas españolas.

La Figura 1.6. muestra el porcentaje estimado de iniciativas consolidadas en la población de 18 a 64 años de los países participantes en el proyecto GEM en 2012. Como iniciativas consolidadas se consideran las empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de 42 meses y se corresponde aproximadamente con lo que en España entendemos por empresas dadas de alta, por término medio, desde hace aproximadamente 3 años y medio y que prosiguen su dinámica.

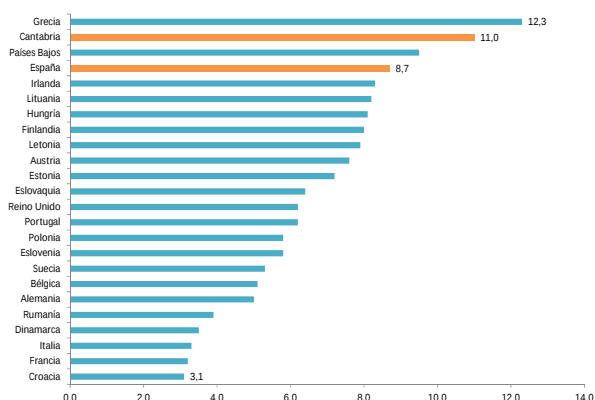
En este periodo 2012 tanto Cantabria como España han mejorado sus posiciones globales dentro del grupo respecto a la edición anterior. Han mejorado en su posición respecto al resto de países aunque no han aumentado sus porcentajes de iniciativas consolidadas respecto al periodo 2011. Así, en el caso de Cantabria se ha pasado de un 15,1% en el 2011 a un 11% en el 2012. El hecho de que el porcentaje de empresas consolidadas, tanto en España como en Cantabria, supere al de otros países desarrollados no tiene porqué tener consecuencias en la esfera de la competitividad si su calidad no es equiparable a la media de la de dichas naciones: lo importante es perseguir dicha calidad.

Figura 1.6.
Iniciativas consolidadas en Cantabria y los países participantes en GEM 2012
Clasificados en función de su estatus en cuanto a productividad y competitividad



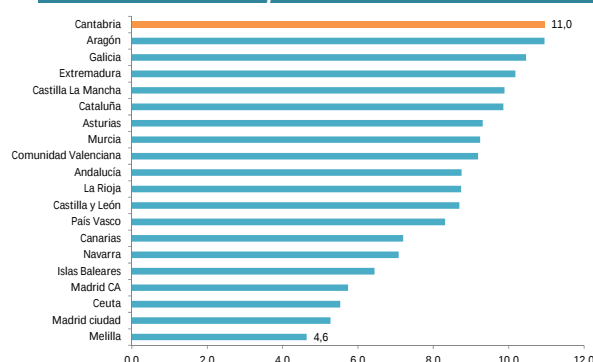
Llegados a este punto resulta interesante mostrar los resultados sobre iniciativas consolidadas para los países de la Unión Europea (Figura 1.7.), teniendo siempre presente que la calidad y dimensión de la dinámica emprendedora no es comparable entre algunos países. En este contexto, Grecia se sigue manteniendo como el país con mayor proporción de tejido empresarial consolidado sobre la población activa con un 12,3% (porcentaje inferior al obtenido en 2011, que era de un 15,8%). En la segunda posición nos encontramos, al igual que en 2011, con Cantabria que presenta un porcentaje del 11%, inferior también al registrado en el año anterior, donde alcanzaba el 15,1%.

Figura 1.7.
Iniciativas consolidadas en Cantabria y países de la UE participantes en GEM 2012



Asimismo, la Figura 1.8. muestra los porcentajes de iniciativas consolidadas correspondientes a las Comunidades Autónomas españolas en el 2012. En este contexto, Cantabria mantiene la primera posición en el ranking, alcanzada en el periodo 2011, con un porcentaje de iniciativas consolidadas en el 2012 del 11%. Dicho puesto es compartido con Aragón, que también alcanza un 11% de iniciativas consolidadas. En el lado opuesto del ranking aparece la ciudad autónoma de Melilla, con un 4,6%.

Figura 1.8.
Iniciativas consolidadas en Cantabria y en el resto de las Comunidades Autónomas de España en el 2012



1.6. Potencial emprendedor en Cantabria en el contexto internacional y nacional.

En este epígrafe se presenta diversos datos referidos a los emprendedores potenciales (aquellos que esperan acometer un negocio o autoempleo en los próximos 3 años) lo que permite ofrecer una visión del potencial emprendedor en Cantabria.

La Tabla 1.8. muestra que el 8,9% de la población cántabra de entre 18 y 64 años manifiesta su intención de desarrollar un negocio o autoempleo en los próximos 3 años (porcentaje que se mantiene estable con respecto al año anterior). En el conjunto nacional este porcentaje es superior al de Cantabria y alcanza el 12,1%, manteniendo así la recuperación iniciada en el 2010 y que prosiguió en 2011.

Este dato es positivo por cuanto puede interpretarse como señal de que se mantiene la recuperación de la actividad, que de materializarse,

tendrá un importante impacto en la tasa de actividad emprendedora TEA.

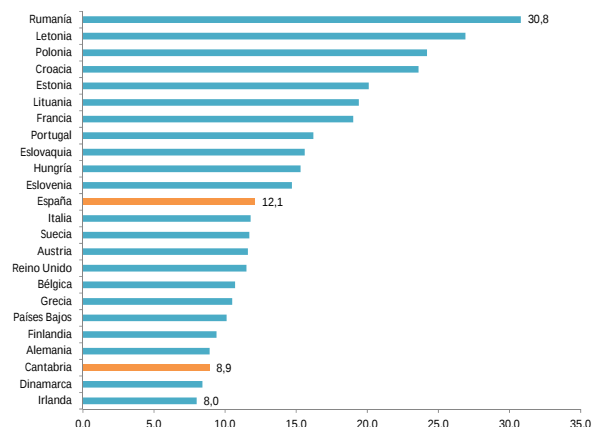
Tabla 1.8.
Potencial emprendedor de la población de Cantabria de 18-64 años en el 2012

	Estimación puntual sobre la población de 18- 64 años						Estimación por intervalo 2012 (error +/- 1,18%)		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010	Var. 11- 12	Extremo inferior	Extremo superior
Emprendedores Potenciales	8,9%	8,9%	4,0%	34.625	33.715	15.611	3%	34.216	35.035

En la Figura 1.9. se muestran los porcentajes correspondientes al potencial emprendedor para los países de la UE participantes en GEM 2012. En este ranking, Rumanía es el país participante en GEM 2012 con un porcentaje más elevado de emprendedores potenciales en la población de 18 a 64 años (30,8%). En la misma relación, España se posiciona en una situación intermedia, con un 12,1% de emprendedores potenciales; mejorando así su posición respecto al año 2011 (9,7%). Sin

embargo Cantabria, con un 8,9% de potenciales emprendedores en 2012, si bien mantiene dicho porcentaje respecto al 2011, desciende una posición y se sitúa, junto a países como Irlanda o Dinamarca, entre los puestos más bajos.

Figura 1.9.
Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países de la UE participantes en GEM 2012



En la Figura 1.10. se muestran los valores obtenidos de dichos porcentajes para Cantabria y para todos los países participantes en GEM 2012. En este ranking internacional, la posición de España dentro de los países impulsados por la innovación, ha mejorado sustancialmente respecto al año 2011 (se ha pasado de un 9,7% a un 12,1%). En el caso de Cantabria dicho porcentaje se ha mantenido estable en un 8,9%, lo cual ha acrecentado la diferencia con España y le mantiene en los puestos bajos junto a países como Alemania, Dinamarca, Suiza, Irlanda, Noruega y Japón.

La Figura 1.11. y la Tabla 1.9. recogen el porcentaje de emprendedores potenciales de Cantabria en el 2012, comparado con el resto de Comunidades Autónomas de España. Comunidades Autónomas como Andalucía y Canarias muestran los mayores porcentajes de intenciones de iniciar un negocio, con un 15,6% y un 14,9% respectivamente. En el extremo opuesto, los porcentajes más bajos de intención emprendedora se observan en Asturias y Castilla-León, ambas con un 7,1%. Cantabria por su parte se sitúa en un nivel medio-bajo con un 8,9%.

Del análisis de los datos que contiene la Tabla 1.9. se aprecia claramente un aumento generalizado del porcentaje de emprendedores potenciales en el 2012 respecto al año anterior. Puede afirmarse que dicho aumento es generalizado porque solamente tres de las Comunidades Autónomas han experimentado un ligero descenso en su

porcentaje de emprendedores potenciales en el periodo 2012 (Castilla La Mancha, Galicia y País Vasco). A excepción de Cantabria que ha mantenido el porcentaje de emprendedores potenciales en un 8,9%, en el resto de comunidades autónomas se observa un incremento en su porcentaje de potenciales emprendedores; incremento que puede calificarse de significativo en casos como Andalucía, Aragón y Rioja.

Figura 1.10.
Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países participantes en GEM 2012 Clasificados en función de su estatus en cuanto a productividad y competitividad

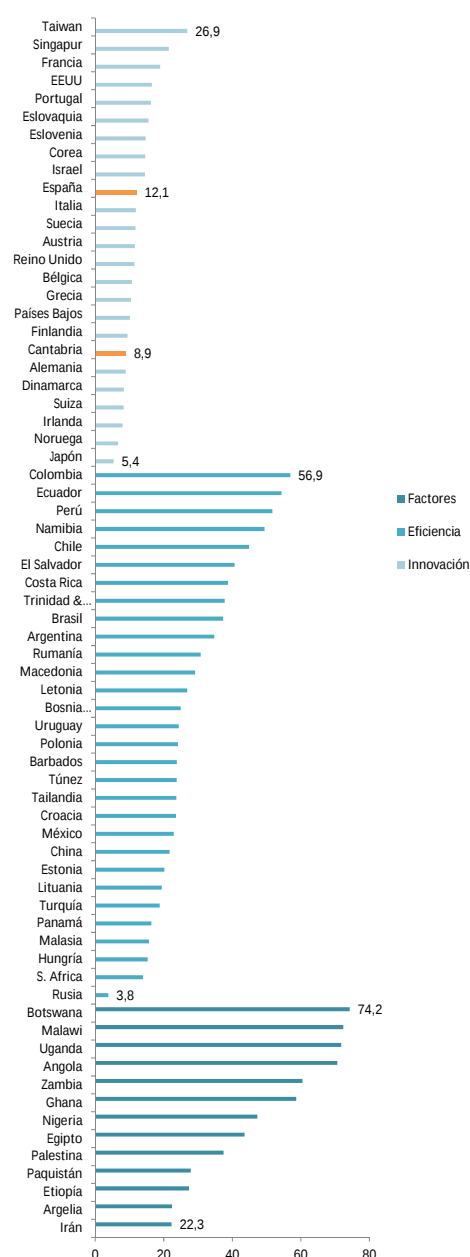


Figura 1.11.
Porcentaje de emprendedores potenciales de Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España en 2012

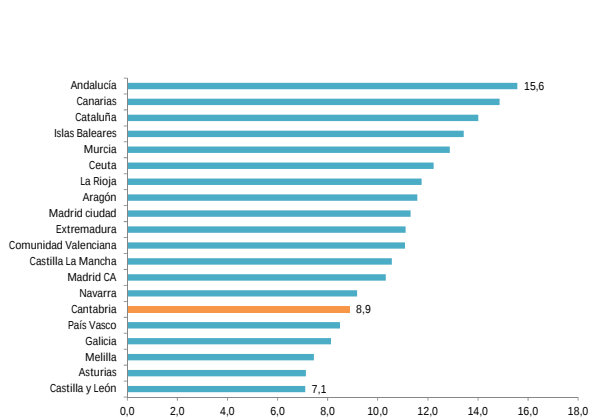
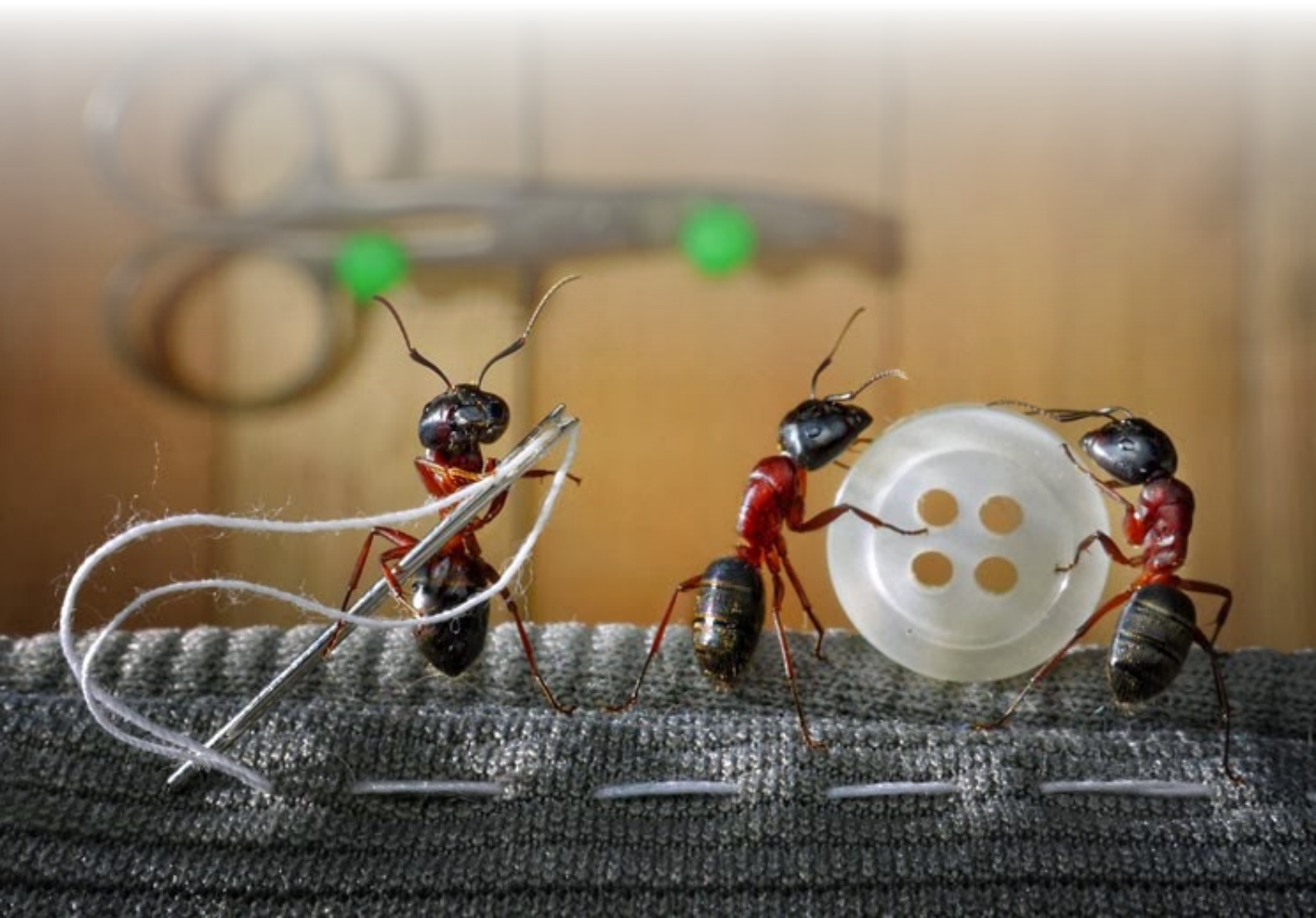


Tabla 1.9.
Porcentaje de emprendedores potenciales de la población activa de Cantabria en el contexto de España

% Emprendedores potenciales			
Comunidad Autónoma	2012	2011	2010
ANDALUCÍA	15,6	9,8	8,3
ARAGÓN	11,6	7,0	4,6
ASTURIAS	7,1	3,6	3,6
ISLAS BALEARES	13,4	11,9	3,3
CANARIAS	14,9	11,3	9,0
CANTABRIA	8,9	8,9	4,0
CASTILLA LEÓN	7,1	5,4	2,9
CASTILLA LA MANCHA	10,6	11,3	5,9
CATALUÑA	14,0	10,4	7,2
COMUNIDAD VALENCIANA	11,1	9,9	5,6
EXTREMADURA	11,1	8,1	5,0
GALICIA	8,1	9,0	3,7
MADRID	11,3	10,7	6,2
MURCIA	12,9	12,4	7,6
NAVARRA	9,2	8,0	6,1
PAÍS VASCO	8,5	9,0	4,2
RIOJA	11,8	7,2	4,0



Capítulo 2: *Tipos de comportamiento emprendedor*



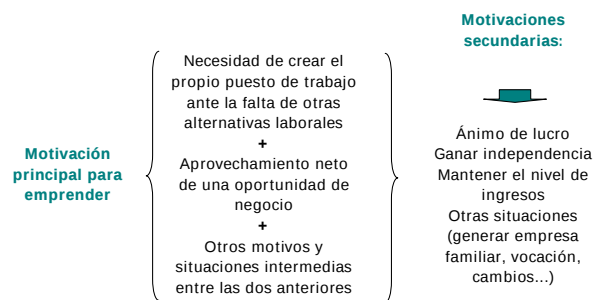
Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor

2.1. Introducción

Toda actividad emprendedora nace como respuesta a algún tipo de motivación. El Observatorio GEM, mediante las encuestas realizadas, y sustentadas en las teorías académicas que propone la literatura más reconocida al respecto, busca identificar las motivaciones del comportamiento emprendedor.

Los análisis del Observatorio GEM se basan en el modelo mostrado en la Figura 2.1. En los apartados que siguen se hará un análisis de estas motivaciones en la Comunidad Autónoma de Cantabria para el año 2012.

Figura 2.1.
Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores



2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

En la Tabla 2.1. se muestran los porcentajes relativos a los distintos comportamientos emprendedores en Cantabria en el año 2012 para la población de 18 a 64 años de edad, diferenciando tres tipos de iniciativas: las que están en fase naciente (*start up*); iniciativas nuevas (*baby business*) y la iniciativa total que aglutina las dos anteriores (no sobrepasan los 42 meses de vida en ningún caso).

Si consideramos el porcentaje de iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de vida o tasa de actividad emprendedora total (TEA) para Cantabria, la gran mayoría se crean por oportunidad pura (un 2,4% de los encuestados). Le siguen los casos en que la actividad emprendedora responde a la necesidad de crear un puesto de trabajo propio (un 1,2% de los entrevistados). Finalmente la motivación referida a la existencia de una oportunidad en parte es de un 0,8%.

Comparando estos porcentajes con los del año 2011, se observa que el peso relativo de la oportunidad pura se ha incrementado considerablemente, pasando a ocupar el porcentaje más elevado, en detrimento de la necesidad de crear el propio puesto de trabajo, donde se ha producido una ligera caída del porcentaje.

Tabla 2.1.
Distribución de iniciativas emprendedoras en Cantabria en función de su fase y su motivación principal para su puesta en marcha

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente (Puesta en marcha)	Nueva (3-42 meses)	TEA (< 42 meses)
Oportunidad pura	1,4%	1,0%	2,4%
Oportunidad en parte	0,4%	0,4%	0,8%
Necesidad	1,0%	0,2%	1,2%
TOTAL	2,8%	1,6%	4,4%

Diferenciando entre iniciativas nacientes e iniciativas nuevas, aunque en ambas la oportunidad pura es el motivo principal de creación; en el caso de las nacientes, le seguirá muy de cerca el motivo de la necesidad de crear un puesto de trabajo propio.

La Tabla 2.2. muestra una comparativa entre las motivaciones de los emprendedores cántabros con aquellas correspondientes a España. Asimismo se exponen los resultados obtenidos en los dos años anteriores. Para el caso de España, la oportunidad pura es la motivación principal de la actividad emprendedora (2,2%), el segundo lugar lo ocupa la oportunidad en parte (1,9%) como motivo de la actividad emprendedora, y como tercer motivo nos

encontramos con la necesidad de crear el propio puesto de trabajo (1,5%).

La distribución de las iniciativas emprendedoras en función de la motivación principal para su puesta en marcha, a nivel nacional, muestra unos porcentajes ligeramente diferentes a los reflejados para el caso de Cantabria en el año 2012. En ambos casos la oportunidad pura es la motivación principal (con un porcentaje un poco más elevado para el caso de Cantabria, 2,4% frente a 2,2% de España). No ocurre lo mismo con las otras dos motivaciones presentadas. Para el caso cántabro nos encontramos que la necesidad es la segunda motivación, mientras que para España la segunda motivación es la oportunidad en parte.

Tabla 2.2.
Distribución de iniciativas emprendedoras en Cantabria y en España en función de la motivación principal para su puesta en marcha

Motivo de su creación	TEA Cantabria			TEA España		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010
Oportunidad pura	2,4%	1,4%	1,7%	2,2%	2,8%	2,1%
Oportunidad en parte	0,8%	0,8%	0,8%	1,9%	1,4%	1,0%
Necesidad	1,2%	1,5%	0,9%	1,5%	1,5%	1,1%
No clasificable	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Total	4,4%	3,8%	3,5%	5,7%	5,8%	4,3%

En la tabla 2.3. los resultados para Cantabria en 2012 muestran que del total de la actividad emprendedora de Cantabria, la mayoría se crea, principalmente, por aprovechamiento de una oportunidad, en concreto un 73,4% (se ha incrementado notablemente este porcentaje respecto al año anterior donde se alcanzaba el 56,5%). El resto, un 26,6% responde a la necesidad de crear el propio puesto de trabajo (este porcentaje ha disminuido significativamente con respecto a 2011 que era de un 40,8%), no habiéndose detectado este año otras motivaciones en la región.

Del mismo modo, teniendo en cuenta los resultados expuestos en la Tabla 2.3, donde se compara el caso de Cantabria con la totalidad de España, en ambos casos coincide la oportunidad como motivo principal de la actividad emprendedora. En cuanto a los porcentajes referidos a la necesidad de crear un negocio propio

como motivación se aprecia que éste es un punto superior para el caso de Cantabria en 2012. Si comparamos estos datos con los correspondientes al período 2010-2011, se observan trayectorias similares en los resultados de Cantabria y de España, excepto por el repunte que en 2011 tuvo en Cantabria el motivo de la necesidad de crear el propio puesto de trabajo.

Tabla 2.3.
Distribución de la actividad emprendedora en Cantabria y en España en función del principal motivo de su creación

Motivo principal de la creación	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010
Oportunidad	73,4%	56,5%	68,8%	72,3%	71,5%	73,0%
Necesidad	26,6%	40,8%	27,8%	25,6%	25,9%	25,4%
Otros motivos	0,0%	2,7%	3,4%	2,1%	2,6%	1,7%
TOTAL	100,0 %			100,0 %		

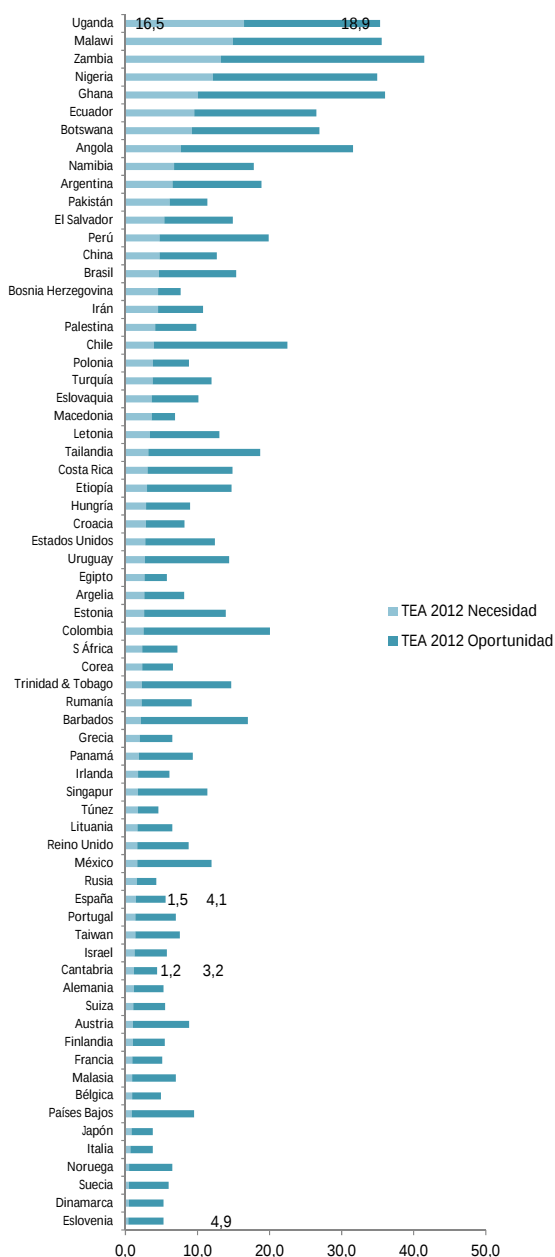
El predominio de la motivación de emprender por oportunidad, representativa de los países desarrollados, se viene manifestando en España desde que se confecciona el Informe GEM en nuestro país. En Cantabria éste es el quinto año en el que se elabora el Informe GEM y nuevamente se observa el mantenimiento de este comportamiento en la Comunidad Autónoma, en unas proporciones más similares que otros años con respecto a los datos nacionales, en favor del mayor peso relativo que tiene la oportunidad frente a la necesidad de crear el propio puesto de trabajo.

En los países participantes en GEM 2012 (Figura 2.2.), en especial en todos los países de la UE que participan en GEM 2012 (Figura 2.3.), es la oportunidad la motivación principal de la actividad emprendedora.

En este sentido, cabe añadir que la posición relativa de España acerca de estos indicadores en el contexto de la UE es muy similar a la registrada en el año 2011.

En el contexto más amplio del conjunto de todos los países GEM del 2012, España también ocupa una posición relativamente estable en relación a la que ocupaba en el periodo anterior.

Figura 2.2.
Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países GEM 2012



Comparando la TEA de Cantabria con la del resto de regiones españolas participantes en el proyecto GEM en el 2012 (véase Figura 2.4.) se aprecia que Cantabria desciende su posición con respecto al año anterior, cuando se encontraba en una de las posiciones medias-altas de la tabla. Se produce este descenso aún habiendo aumentado su TEA general con respecto a 2011. En todas las Comunidades la mayor parte de las actividades emprendedoras están motivadas claramente por la búsqueda de una oportunidad más que por la

necesidad de creación del propio puesto de trabajo.

Figura 2.3.
Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países de la UE que han participado en GEM 2012

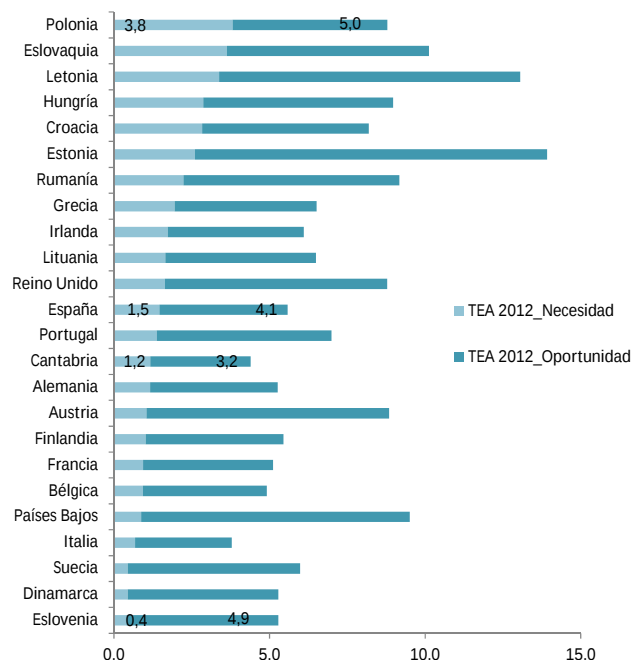
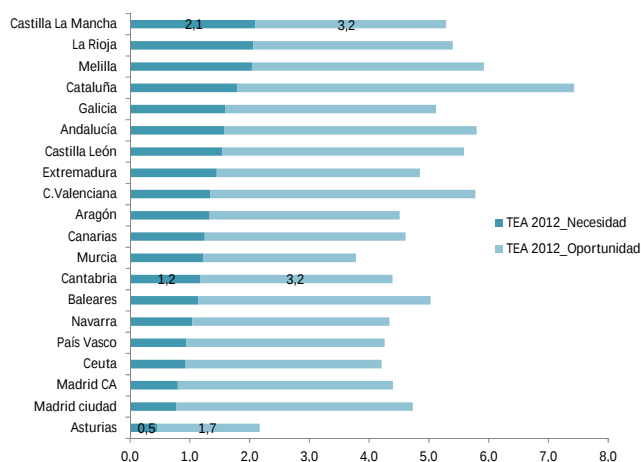


Figura 2.4.
Distribución de la actividad emprendedora total en España en función del principal motivo de su creación en el 2012



2.3. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en Cantabria

Cuando un emprendedor potencial detecta una oportunidad y toma la decisión de lanzarse y crear una “start up”, existen además otros motivos de índole más personal que también influyen en esa decisión. Entre dichos motivos, relacionados generalmente con el desarrollo personal y profesional, cabe citar la búsqueda de una mayor independencia económica y, el aumento o mantenimiento de los ingresos.

El proyecto GEM analiza estos motivos complementarios. Para el caso de Cantabria se puede destacar que de la totalidad de emprendedores por oportunidad, el porcentaje más elevado concierne al motivo de aumentar los ingresos (51,6%), seguido de la búsqueda de una mayor independencia (38,7%).

En relación con el año anterior, en 2012 se aprecia un mayor peso relativo de las motivaciones relacionadas con el aumento de ingresos, en detrimento del peso relativo que tenía la búsqueda de una mayor independencia.

Estableciendo una comparativa entre los datos relativos a Cantabria y los recopilados a nivel nacional (Tabla 2.4.), se aprecian similitudes en cuanto a la motivación relacionada con la búsqueda de una mayor independencia. En ambos casos el porcentaje gira en torno al 38%. No ocurre lo mismo en los porcentajes obtenidos para las otras motivaciones, donde hay importantes diferencias con respecto al año anterior, en el caso de Cantabria, y con respecto al conjunto nacional. Para el caso de España se sigue manteniendo la

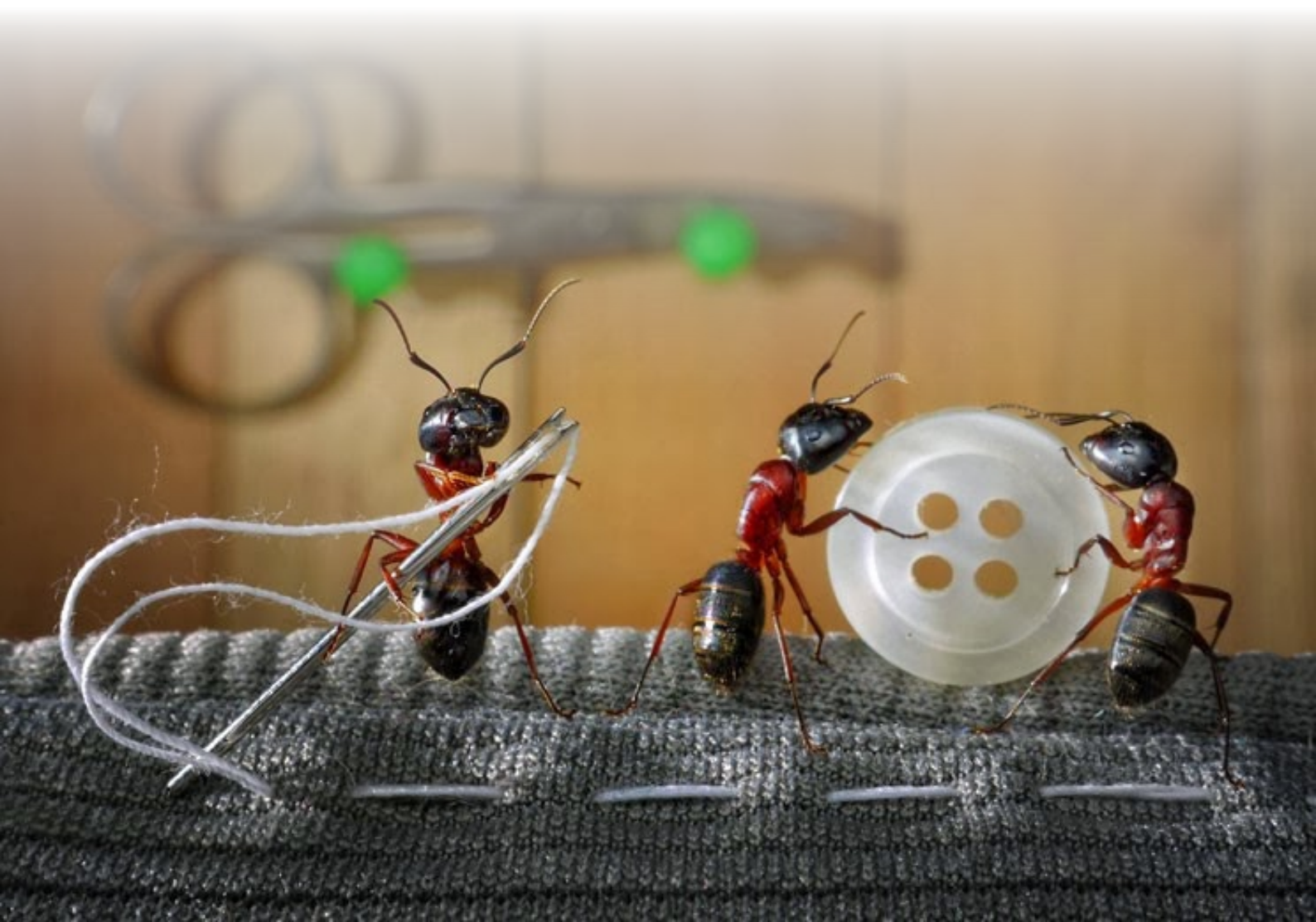
búsqueda de una mayor independencia como principal motivación para emprender (38%), mientras que en Cantabria los resultados han variado con respecto a 2011 y se posiciona la motivación de aumentar ingresos como principal motivación (51,6%).

Tabla 2.4.
Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad

Emprendedores por oportunidad	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010
Mayor independencia	38,7%	46,0%	44,8%	38,0%	38,7%	43,3%
Aumentar ingresos	51,6%	27,1%	49,5%	32,5%	33,3%	35,0%
Mantener ingresos	0,0%	17,8%	5,7%	19,0%	19,4%	16,5%
Otro caso o no sabe	9,7%	9,2%	0,0%	10,5%	8,6%	5,2%

Por tanto la ordenación de estos motivos en Cantabria para el 2012 se diferencia sustancialmente a la relativa a España. La mayoría de los emprendedores cántabros aprovechan una oportunidad para emprender con el objetivo final de aumentar sus ingresos actuales; disminuyendo así la tendencia creciente en la motivación de ser laboralmente independientes.

Capítulo 3:
*Perfil socioeconómico del emprendedor
en Cantabria*



Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor en Cantabria

3.1. Introducción

A lo largo de este capítulo se realiza una descripción del perfil de los emprendedores que residen en la Comunidad Autónoma de Cantabria. La información se refiere a todos aquellos que han participado en la encuesta GEM2012 y, a su vez, han afirmado estar involucrados en una iniciativa empresarial.

Las variables demográficas analizadas han sido: el género, el nivel de estudios, el nivel de renta, el tamaño medio del hogar, la situación laboral, el origen y la posesión de formación específica para emprender.

Los encuestados han sido agrupados en: emprendedores consolidados (más de 42 meses en el mercado), potenciales (que tienen en mente emprender en los próximos tres años) y emprendedor en estado inicial, es decir, nacientes y nuevos (hasta 42 meses).

3.2. Género

La distribución de las diferentes categorías de emprendedores en lo que se refiere al género ha experimentado algunos cambios en relación al año anterior (Tabla 3.1.). Los porcentajes correspondientes a emprendedores varones han disminuido en todos los casos, siendo especialmente llamativa la reducción en el porcentaje de la categoría del emprendedor (0-42 meses) pasando del 73,3% al 47,4%. Se produce, por lo tanto, una continuidad en el aumento del porcentaje de mujeres involucradas en el proceso emprendedor, que ya había comenzado en el año 2011 aunque de una forma más discreta. No obstante, sigue existiendo un mayor porcentaje de hombres en las fases potencial y consolidada.

3.3. Edad

En relación con la edad de los emprendedores con menos de 42 meses de experiencia, a diferencia de lo que ocurrió en el año 2011 cuando el grupo de edad intermedio (35-44 años) agrupaba casi al 50% de los emprendedores, en el año 2012 la distribución es más igualitaria. Así, los grupos de 25 a 34 años y de 35 a 44 años engloban cada uno de ellos al 29,5% de los emprendedores. El grupo de 45 a 54 años ha aumentado en quince puntos porcentuales su importancia, alcanzando el 31,8%. En cuanto a los grupos extremos, el de menor y el de mayor edad, presentan unos porcentajes similares a los de 2011 (Tabla 3.2.).

En lo referido a la fase de consolidación, la estructura se repite. Los grupos de mayor edad son los que agrupan a un mayor número de emprendedores. No obstante, los grupos de edad más jóvenes (de 18 a 34 años) han aumentado ligeramente su importancia pasando del 1,4% al

Tabla 3.1.
Distribución del sexo de los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor		Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	Hombres	47,4%	56,4%	55,8%
	Mujeres	52,3%	43,6%	44,2%
2011	Hombres	73,3%	62,4%	58,8%
	Mujeres	26,7%	37,6%	41,2%
2010	Hombres	63,6%	67,8%	59,0%
	Mujeres	36,4%	32,2%	41,0%

1,8% los del grupo de 18 a 24 años, y de 7,8% a 8,3% los del grupo de 25 a 34 años

Tabla 3.2.
Distribución de la edad de los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor		Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	18- 24 años	6,8%	1,8%	12,8%
	25- 34 años	29,5%	8,3%	29,1%
	35- 44 años	29,5%	23,9%	32,6%
	45- 54 años	31,8%	33,9%	16,3%
	55- 64 años	2,3%	32,1%	9,3%
	Media (años)	39,09	48,83	37,62
2011	18- 24 años	6,0%	1,4%	20,0%
	25- 34 años	28,6%	7,8%	26,3%
	35- 44 años	46,9%	31,5%	30,4%
	45- 54 años	16,1%	38,2%	20,0%
	55- 64 años	2,4%	21,1%	3,3%
	Media (años)	38,2	46,99	35,6
2010	18- 24 años	7,78%	0,80%	15,54%
	25- 34 años	37,02%	19,77%	37,88%
	35- 44 años	34,51%	28,94%	25,57%
	45- 54 años	15,43%	30,12%	16,29%
	55- 64 años	5,26%	20,36%	4,72%
	Media (años)	37,1	44,7	35,2

Por último, en la fase potencial, el porcentaje de jóvenes que tienen intención de emprender disminuye, pasando de un 20% en 2011 a un 12,8% en 2012.

Justo lo contrario ocurre con el grupo de mayor edad que aumenta su representatividad alcanzando un 9,3%. En cuanto a los grupos intermedios, sus

3.4. Nivel de estudios

A pesar de los cambios en el desglose de las categorías se observa que, en términos generales, el nivel de estudios de los emprendedores sigue aumentando, como venía ocurriendo en años previos (Tabla 3.3.).

Tabla 3.3.
Distribución del nivel de estudios de los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	Sin estudios	0,0%	0,0%
	Primarios	26,2%	38,1%
	Secundarios	35,7%	27,6%
	Superior	38,1%	30,5%
	Post grado	0,0%	1,9%
2011	Sin estudios	2,8%	2,0%
	Primarios	19,5%	33,8%
	Secundarios	8,0%	13,9%
	FP superior	32,2%	24,0%
	Diplomado	16,1%	8,0%
	Licenciado	18,8%	18,3%
	Post grado	2,7%	0,0%
	Otros	0,0%	0,0%
	No contesta	0,0%	0,0%
2010	Sin estudios	4,2%	9,5%
	Primarios	22,0%	30,0%
	Secundarios	15,0%	13,1%
	FP superior	21,9%	19,9%
	Diplomado	20,3%	13,8%
	Licenciado	13,5%	11,0%
	Post grado	2,2%	2,3%
	Otros	0,4%	0,2%
	No contesta	0,3%	0,1%

3.5. Nivel de renta

Los entrevistados pertenecientes al tercio superior de renta son mayoría en todos los casos aunque sus porcentajes han disminuido en las categorías de emprendedores iniciales y consolidados, con respecto al año 2011 (Tabla 3.4.). Por otro lado, es destacable el aumento que se ha producido en todas las categorías en el tercio inferior. Este resultado es el opuesto en el caso nacional donde se ha detectado una disminución en los porcentajes de personas con menor renta.

variaciones son pequeñas respecto al ejercicio anterior y únicamente se destaca la mayor importancia del grupo de 35 a 44 años.

En cuanto a la edad media en las diferentes etapas, se observa que en los tres casos ésta ha aumentado, siguiendo la tendencia de años anteriores.

Así, el porcentaje de emprendedores sin estudios es nulo en la categoría de emprendedores iniciales y en la potencial, y se reduce ligeramente en el caso de los emprendedores consolidados.

Los estudios superiores (FP superior, diplomado, licenciado) son los más comunes entre los emprendedores iniciales y los consolidados, mientras que en la fase potencial son los secundarios los que agrupan a un 43,5% de los emprendedores en esta etapa.

Por último, el porcentaje de estudiantes de post grado se ha reducido entre los emprendedores iniciales, se mantiene en la potencial y aumenta en la consolidada.

Los resultados observados coinciden a grandes rasgos con los resultados nacionales. Únicamente cabe destacar una diferencia. Mientras que se ha detectado un aumento en el número de estudiantes de post grado a nivel nacional, en Cantabria éstos representan un menor porcentaje respecto al año 2011.

Tabla 3.4.
Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	11,1%	15,3%
	Tercio medio (1.200- 2.400 euros)	38,9%	26,4%
	Tercio superior (Más de 2.400 euros)	50,0%	58,3%
2011	Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	4,3%	8,0%
	Tercio medio (1.200- 2.400 euros)	29,4%	28,8%
	Tercio superior (Más de 2.400 euros)	66,3%	63,2%
2010	Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	10,3%	7,9%
	Tercio medio (1.200- 2.400 euros)	28,6%	28,9%
	Tercio superior (Más de 2.400 euros)	61,1%	63,2%

3.6. Tamaño medio del hogar

Tabla 3.5.
Tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor)	3,4	3,17
2011	Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor)	3,43	3,56
2010	Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor)	3,25	3,38

3.7. Origen

La participación de extranjeros en el colectivo emprendedor de Cantabria es inferior a la observada a nivel nacional (Tabla 3.6.). Los porcentajes de emprendedores extranjeros han disminuido considerablemente en las tres categorías, desapareciendo completamente en la fase consolidada. Entre los emprendedores extranjeros los mayores porcentajes corresponden a la categoría de emprendedores generales, tal y como ya ocurría en los años 2010 y 2011.

El porcentaje de emprendedores españoles ha aumentado y es superior a los valores obtenidos a nivel nacional en las tres categorías definidas.

El tamaño medio del hogar de los emprendedores de Cantabria supera las 3 personas en todas las categorías (Tabla 3.5.). Los valores obtenidos son muy similares a los de años anteriores e, igualmente, mantienen una estructura muy similar a los resultados obtenidos a nivel nacional.

Tabla 3.6.
Distribución del origen de los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	Español	93,2%	99,1%
	Extranjero General	6,8%	0,0%
	Extranjero Comunitario	0,0%	0,0%
	NS/NC	0,0%	0,9%
2011	Español	86,6%	97,9%
	Extranjero	13,4%	2,1%
2010	Español	90,8%	95,7%
	Extranjero General	6,2%	2,3%
	Extranjero Comunitario	2,9%	1,9%

3.8. Situación laboral

Tabla 3.7
Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	Tiempo completo o parcial	81,4%	95,4%
	Sólo a tiempo parcial	2,3%	0,0%
	Jubilado	0,0%	0,0%
	Labores del hogar	4,7%	0,9%
	Estudiante	0,0%	2,8%
	Paro, otro caso	11,6%	0,9%
2011	Tiempo completo o parcial	88,7%	97,9%
	Sólo a tiempo parcial	2,8%	0,0%
	Jubilado	0,0%	0,0%
	Labores del hogar	2,7%	0,0%
	Estudiante	0,0%	0,0%
	Paro, otro caso	5,8%	2,1%
2010	Tiempo completo o parcial	86,4%	95,1%
	Sólo a tiempo parcial	3,4%	2,3%
	Jubilado	0,5%	0,4%
	Labores del hogar	1,0%	0,4%
	Estudiante	0,9%	0,1%
	Paro, otro caso	7,7%	1,6%

Los resultados del análisis para la situación laboral de los emprendedores mantienen, en términos generales, los valores de años anteriores. Así, los mayores porcentajes en las tres fases están en la categoría de "Trabajo a tiempo completo o parcial". Por otro lado, destaca la tendencia creciente del porcentaje de parados, ya comenzada en años anteriores que contrasta con los resultados nacionales que indicaban una disminución en el porcentaje de parados. Respecto al resto de categorías, llama la atención el aumento en el porcentaje de personas dedicadas a las labores del hogar (Tabla 3.7.).

3.9. Posesión de formación específica para emprender

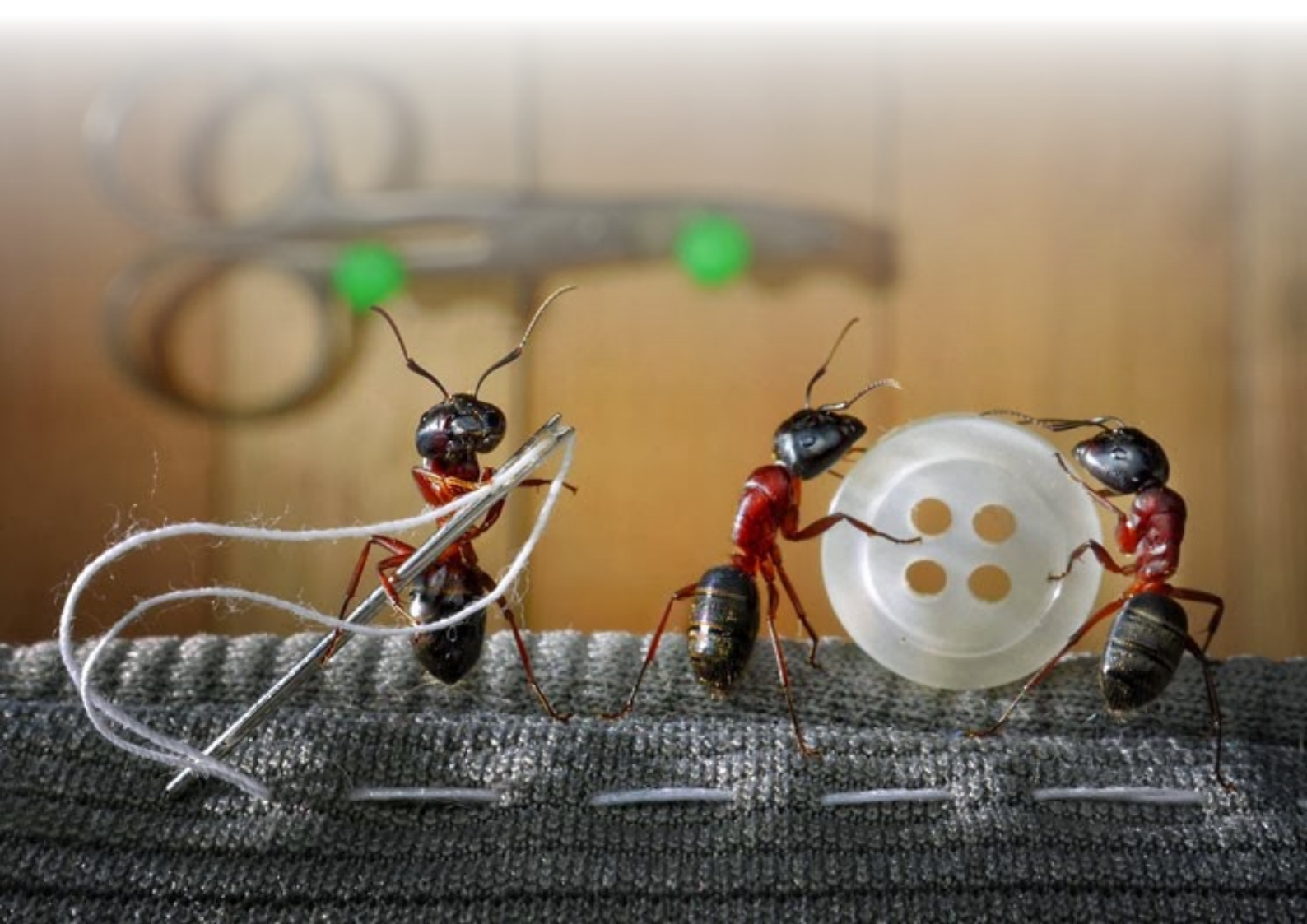
La evolución de los porcentajes de personas con formación específica para emprender sólo es positiva en la fase consolidada, mientras que en la categoría de emprendedor inicial y en la potencial el porcentaje se ha reducido aproximadamente en 14 puntos porcentuales. Esta tendencia negativa también se ha detectado a nivel nacional, sin embargo los porcentajes de personas con formación en las tres categorías son menores en Cantabria (Tabla 3.8.).

Tabla 3.8.
Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los emprendedores en las distintas fases

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2012	Tiene formación	47,7%	37,6%
	No tiene formación	52,3%	59,6%
	No lo sabe	0,0%	0,9%
	No contesta	0,0%	1,8%
2011	Tiene formación	61,8%	36,8%
	No tiene formación	38,2%	62,6%
	No lo sabe	0,0%	0,6%
	No contesta	0,0%	0,0%
2010	Tiene formación	48,9%	35,9%
	No tiene formación	50,5%	63,9%
	No lo sabe	0,2%	0,0%
	No contesta	0,3%	0,1%



Capítulo 4:
*Características de las actividades resultantes
del proceso emprendedor en Cantabria*



Capítulo 4: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Cantabria

4.1. Introducción

El presente capítulo proporciona información sobre las características de las iniciativas emprendedoras - nacientes y nuevas- y consolidadas desarrolladas en la Comunidad Autónoma de Cantabria. En concreto se presentan datos relativos a los aspectos siguientes:

- Sector de actividad.
- Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras en Cantabria.
- Dimensión de las iniciativas emprendedoras cántabras y empresas consolidadas medidas a través de número de empleados.
- Número de empleados esperado a los cinco años de la puesta en marcha.
- Actividad emprendedora de las iniciativas nuevas y consolidadas.
- Carácter innovador.
- Grado de competencia que afrontan.
- Antigüedad de las tecnologías de producción de bienes o servicios.
- Grado de internacionalización de sus bienes o servicios.
- Grado de expansión esperada en su mercado.

4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas cántabras del 2012

La clasificación sectorial que se ofrece en el Informe GEM consta de cuatro grandes apartados: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo.

Teniendo en cuenta esta clasificación, las iniciativas emprendedoras registradas en Cantabria (Figura 4.1.) se centran principalmente en el sector orientado al consumo (57,4%), que ha experimentado un aumento de alrededor de catorce puntos porcentuales con respecto a 2011, volviendo así a datos similares a los de 2010. En segunda posición se sitúan las iniciativas ubicadas dentro del sector servicios, que con un 24,5% del total experimentan una recuperación con respecto al año anterior y superan al sector transformador, que en el año anterior era el que obtenía la segunda posición entre los cuatro sectores analizados.

Finalmente el sector extractivo ha sufrido un leve descenso respecto al año 2011, pasando del 8% al 7,2% actual. Con estos resultados se observa que

en Cantabria son los sectores servicios y orientado al consumo los que presentan una cierta recuperación, mientras que en la vertiente negativa destaca el acusado descenso -18 puntos porcentuales- que experimenta el sector transformador.

Comparando la distribución de la actividad emprendedora del 2012 con la de la actividad consolidada (Figura 4.2.), esto es, con aquella que ha superado los 42 meses y que puede tener una gran diversidad de años de antigüedad, se aprecian ciertos hechos destacables. En primer lugar, el sector orientado al consumo es el único que ha tenido un importante incremento de su peso relativo, en detrimento de todos los demás, indicativo de que este sector ha sido capaz de mantenerse en mayor medida en este periodo.

De igual modo cabe resaltar la disminución del sector que da servicios a empresas, claramente influido por la disminución de empresas en el mercado.

Por último, en los sectores transformador y extractivo, si bien se crean menos empresas en estos sectores, parece que han sobrevivido razonablemente bien a la crisis a pesar de las fuertes inversiones que requieren.

Figura 4.1.
Distribución de la actividad emprendedora total
(entre 0 y 42 meses) por sectores

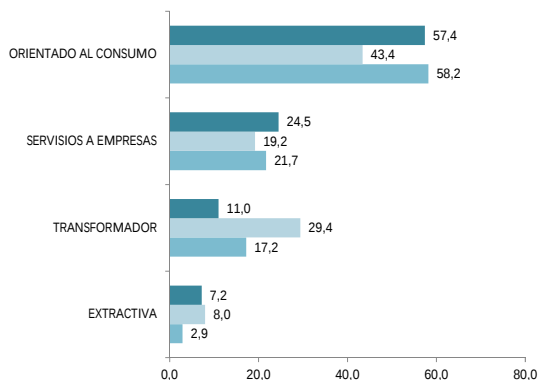
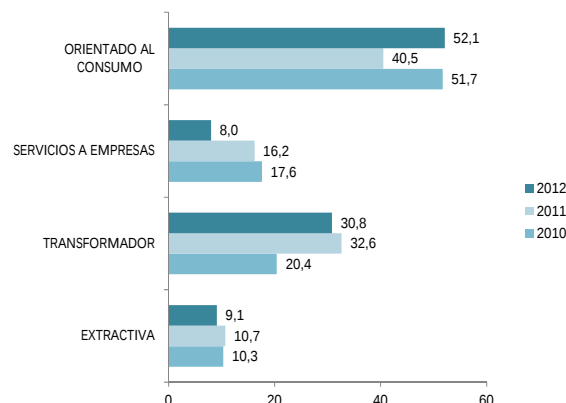


Figura 4.2.
Distribución de la actividad emprendedora
consolidada (más de 42 meses) por sectores



4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras y consolidadas cántabras del 2012

El número de propietarios de las iniciativas emprendedoras y consolidadas supone un primer dato acerca de su dimensión. La Tabla 4.1. aporta un descriptivo de la distribución de esta variable para las actividades nacientes (hasta 3 meses), nuevas (entre 3 y 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses).

Las iniciativas nacientes, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no excede los 3 meses, representan en Cantabria en el año 2012 un número medio de propietarios de 1,91, promedio muy próximo al nacional que se sitúa en 1,97. Cabe destacar que en el percentil 90 el número de propietarios supera ligeramente los 4 y situándose por encima del conjunto nacional, que es de 3. En cuanto a las iniciativas nuevas en Cantabria, tienen un número medio de propietarios inferior al de las

nacientes (1,76), si bien el dato es ligeramente superior al existente en el conjunto nacional (1,62).

En lo que respecta a la media de propietarios en las iniciativas consolidadas la situación se invierte y se sitúa en 1,68 frente a los 3,64 en España. En conclusión, el emprendimiento llevado a cabo en la región, en cuanto a empresas nacientes, ha experimentado una considerable disminución con respecto al año 2011, estando ahora en una situación similar al conjunto nacional. En las iniciativas nuevas se ha mejorado ligeramente la media nacional y por el contrario en las consolidadas, a pesar de haber mejorado la situación con respecto al año anterior la brecha existente con la media nacional sigue siendo muy grande.

Tabla 4.1.
Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras: nacientes, nuevas y consolidadas

2012	Nacientes		Nuevas		Consolidadas	
	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria	España
Media	1,91	1,97	1,76	1,62	1,68	3,64
Mediana	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Moda	1	1	1	1	1	1
Desv. Estándar	1,038	1,4	1,067	1,3	1,401	44,6
Mínimo	1	1	1	1	1	1
Máximo	4	10	4	10	10	1000
Percentil 10	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Percentil 90	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00

4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas medida a través del número de empleados

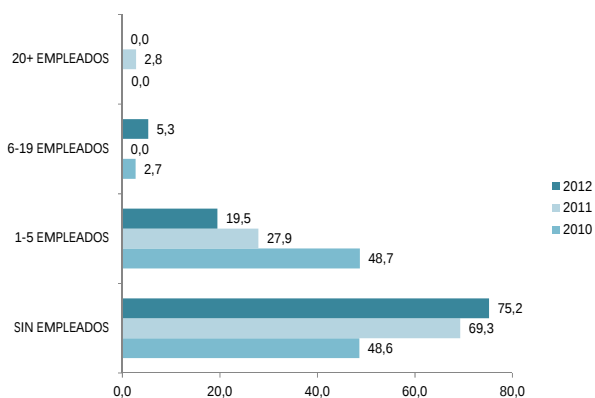
La Tabla 4.2. muestra la clasificación de la PYME en función del número de empleados. De este modo observamos que las microempresas son aquellas que no superan los 10 empleados, pequeñas las que tienen entre 10 y 49, medianas las que tienen entre 50 y 249 y grandes las que superan ésta última cifra.

Tabla 4.2.
Clasificación de la PYME en función del número de empleados

Tipo de Empresa	Trabajadores
Microempresa	Menos de 10
Pequeña empresa	Entre 10 y 49
Mediana empresa	Entre 50 y 249
Gran empresa	Más de 249

Observando la Figura 4.3. se puede ver como la inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria en 2012 presentan una dimensión de microempresa, con un 75,2% del total proporcionando un solo empleo y otro 19,5% de iniciativas que tienen entre 1 y 5 empleados. El primero de los porcentajes se ha visto incrementado sustancialmente respecto al obtenido en 2011 (69,3%). Sin embargo se ha

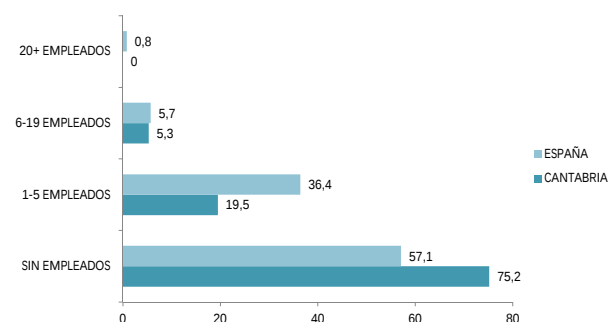
Figura 4.3.
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras



producido un descenso en el segundo porcentaje, correspondiente a las iniciativas que tienen entre 1 y 5 empleados, pasando de un 27,9% en 2011 a un 19,5% en 2012, peso que han ganado las iniciativas que tienen entre 6 y 19 empleados y en ningún caso las iniciativas emprendedoras en Cantabria tienen más de 20 empleados.

En líneas generales la empresa cántabra pasa por un momento difícil en cuanto a generación de empleo. Cantabria está en una situación parecida a la media nacional tan sólo en cuanto al tramo medio-superior, pero no ocurre lo mismo con el resto. Las iniciativas sin empleados son muy superiores en Cantabria (75,2%) comparado con la situación nacional (57,1%). Mientras que en España las iniciativas con 1-5 empleados presentan un porcentaje claramente superior (36,4%) al obtenido para el caso cántabro (19,5%). En Cantabria para el periodo 2012, las iniciativas emprendedoras que cuentan con más de 20 empleados son inexistentes, mientras que en el conjunto nacional el porcentaje alcanza un 0,8%.

Figura 4.4.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2012



Con respecto a las iniciativas consolidadas (Figura 4.5.), la situación en 2012 muestra algunos indicios de recuperación respecto a la existente en el periodo 2011. Así, mientras en 2011 predominaban aquellas iniciativas consolidadas que no tenían empleados, en 2012 se ha vuelto a la situación de periodos anteriores en que las iniciativas que tenían 1 a 5 empleados eran las predominantes (46,8%). Las iniciativas de mayor tamaño, entre 6 y 19 empleados, suponen el 8,8% del total, situación prácticamente estable con respecto a 2011. Estabilidad ésta que también se podría decir que encontramos en las empresas con más de 20 empleados puesto que la variación no es muy significativa (de 6,1% a 4,5%).

Nuevamente, si comparamos la situación de la región con la nacional se aprecian pequeñas diferencias en las iniciativas sin empleados (Figura 4.6.)

Figura 4.5.
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas

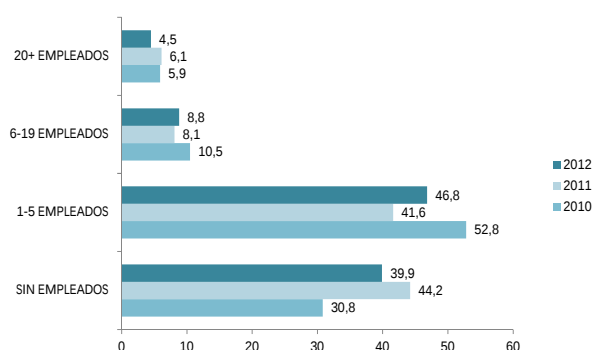
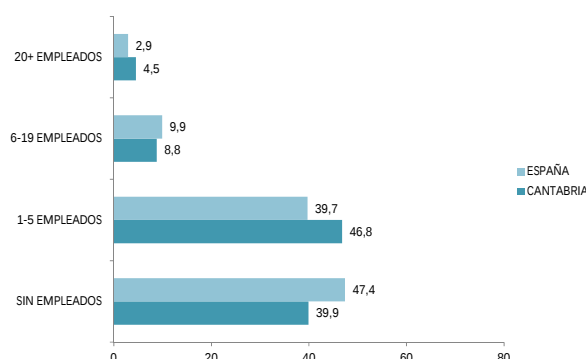


Figura 4.6.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2012



4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

Con el fin de estimar la proporción de iniciativas que esperan crecer en términos de empleo se pregunta cada año a los empresarios entrevistados cuántos puestos de trabajo esperan tener al final de los 5 próximos años, a contar desde el momento de la entrevista. Las Figuras 4.7. y 4.8. muestran los resultados relacionados con las actividades emprendedoras y las consolidadas en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Examinando las expectativas de creación de empleo para las iniciativas emprendedoras (Figura 4.7.) se observa que el rango que más se ha visto incrementado ha sido el correspondiente a aquellos empresarios que estiman incrementar de 1 a 5 empleados, alcanzando un 51,2% del total. Otra categoría que también incrementa sustancialmente su porcentaje es la

correspondiente a los empresarios que estiman que no crearán ningún empleo, pasando de un 19,4% en 2011 a un 33,4% en 2012. Para el caso de la categoría de 6 a 19 empleados ésta ha pasado de 2,7% en 2011 a 7,5% en 2012. Incremento éste también sustancial. Por otro lado, un 7,8% de empresarios estiman que crearán más de 20 empleos, cifra claramente inferior a la correspondiente para el año anterior, que alcanzaba un 11,1%, pero aun muy superior al porcentaje nacional (0,8%).

En resumen, estos datos indican mucha incertidumbre pero también una polarización, con luces y sombras. Hay un grupo que claramente entiende que la coyuntura pese a todo le es favorable, mientras otro grupo es mucho más pesimista.

Figura 4.7.
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras

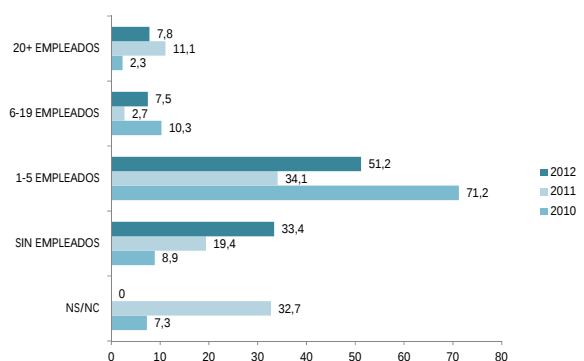
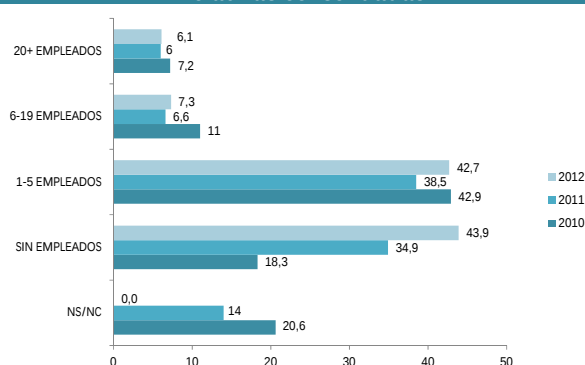


Figura 4.8.
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas consolidadas



En la Figura 4.8. se muestra la situación de las iniciativas consolidadas en Cantabria. En este caso las iniciativas que prevén que alcanzarían la categoría de 1-5 empleados se sitúan en el 42,7%, cifra muy cercana a la existente en el conjunto del país. Frente a este dato, las que prevén que no van a crear puestos de trabajo representan el 43,9% del total, cifra que se sitúa por debajo del conjunto nacional (47,4%) y es muy superior a la del año anterior, que alcanzaba un 34,9%. Por lo que se refiere a los porcentajes de empresarios que estiman alcanzar entre los 6 y 19 puestos de trabajo, supone un 7,3%, en Cantabria y un 9,9% en España. Un 6,1% de empresarios estima alcanzar más de 20 empleados en la región, frente al 2,9% que sí lo esperan en el conjunto nacional. En síntesis, en esta ocasión estamos ante un panorama levemente más positivo en la región que el registrado en el conjunto del país.

Si nuevamente comparamos estas cifras con las presentadas en la Figura 4.5., donde se recogía la situación actual de empleo en las iniciativas consolidadas, se comprueba cómo aumenta el porcentaje de aquellos que estiman que podrían alcanzar 20 o más empleados. Sin embargo, también se ve cómo los porcentajes de aquellos que prevén no crear puestos de trabajo aumenta ligeramente.

El crecimiento medio esperado por los dos tipos de iniciativas y la dispersión en torno a la media de empleados se pueden ver en la Tabla 4.3, cuyos resultados están medidos en personas.

Tabla 4.3.
Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años

2012				
Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media		Desv. Estándar	
	Cantabria	España	Cantabria	España
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,86	10,9	8,61	125,9
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,37	0,07	3,08	30,8
2011				
Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media		Desv. Estándar	
	Cantabria	España	Cantabria	España
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,67	5,11	14,11	12,5
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,77	0,80	2,74	10,8
2010				
Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media		Desv. Estándar	
	Cantabria	España	Cantabria	España
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	2,68	3,55	7,60	23,12
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	1,15	0,80	4,48	4,33

Los datos contenidos en la tabla precedente ponen de manifiesto que en España los emprendedores que se encuentran en la fase de iniciativa emprendedora (0-42 meses de actividad) muestran signos de optimismo en cuanto a crear empleo, incluso aumentando levemente con respecto al año anterior (pasando de un 3,67 en 2011 a un 3,86 en 2012). En el caso de los emprendedores que se encuentran en una fase más consolidada (más de

42 meses de actividad) se puede observar que son mucho menos optimistas y empeoran con respecto a 2011. Con respecto al conjunto nacional la situación cántabra es sensiblemente más desfavorable en el caso de las iniciativas emprendedoras, no así en el caso de las consolidadas que en España han caído sustancialmente con respecto al periodo anterior.

4.6. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada

El concepto de innovación es multidimensional y se puede hacer referencia al mismo desde muchos puntos de vista: gestión, producción, distribución, implantación y otros. El Proyecto GEM se ha centrado en los últimos años en el aspecto relacionado con el producto o servicio que se ofrece al cliente, por lo que los resultados que se muestran a continuación han de entenderse como únicamente referidos a este factor que resulta excesivamente específico como representante de un concepto mucho más amplio.

Los datos obtenidos muestran que la proporción de iniciativas emprendedoras (0-42 meses) que presentan un grado de innovación mayor en la oferta de sus productos y servicios alcanza en Cantabria un 14,0% del total, y un 15,8% en el rango de algo innovadoras (Figura 4.9.). Estos resultados son sensiblemente más negativos que los obtenidos para el conjunto del país, puesto que en 2012 la proporción de iniciativas completamente o algo innovadoras se sitúa en 19,2% y 22,6%, respectivamente. En cuanto a la proporción de iniciativas emprendedoras nada innovadoras el porcentaje alcanza en Cantabria un 70,2%, esto es 11,9 puntos porcentuales por encima del conjunto nacional, diferencia que se ha

visto incrementada con respecto a la del año anterior, donde la diferencia era de 5,7 puntos porcentuales por encima del porcentaje nacional.

En relación con las iniciativas consolidadas, en Cantabria, en el rango de iniciativas muy innovadoras el porcentaje es de un 2,9% del total (Figura 4.10), porcentaje inferior al obtenido en España (4,4%). Con respecto a las iniciativas consolidadas, en el rango de algo innovadoras, el porcentaje se sitúa en el 13,0%. En cuanto a las iniciativas nada innovadoras el porcentaje obtenido en Cantabria es de 84,1%, llegando a un 85,4% en España.

Comparando estos datos con los obtenidos en Cantabria en 2011 se observa una caída en las iniciativas completamente innovadoras y nada innovadoras. Disminuciones éstas que han pasado a formar parte del incremento de porcentaje de la categoría de iniciativas algo innovadoras.

Figura 4.9.
Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria

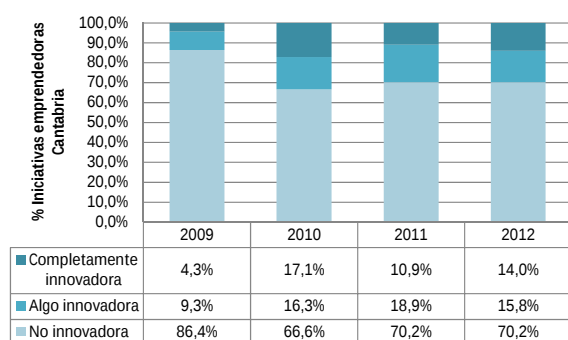
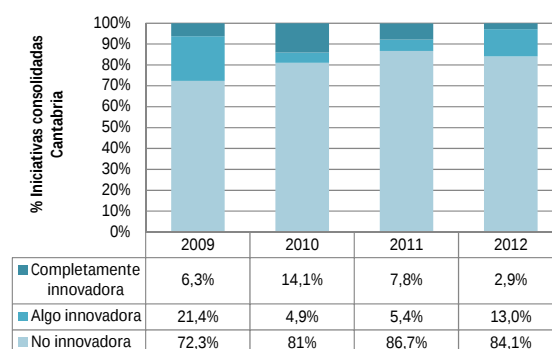


Figura 4.10.
Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria



4.7. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas

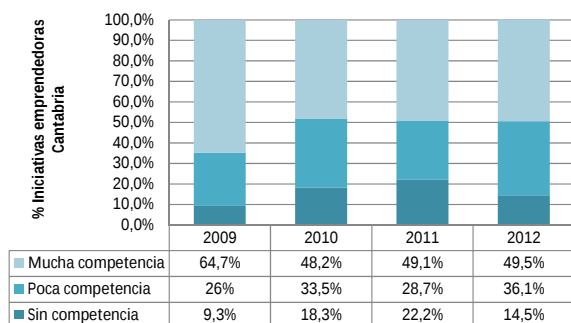
El observatorio GEM también estudia el impacto del grado de competencia en el conjunto de iniciativas emprendedoras y consolidadas. El interés que este tema despertó en ediciones pasadas se mantiene debido a la importancia que tienen aquellas empresas que sean más capaces de diferenciarse

en cuanto a producto y servicio y con mejor relación calidad/precio ya que serán las que tengan unas posibilidades más altas de supervivencia en una situación de caída en el consumo.

En cuanto a las iniciativas en fase emprendedora que manifiestan no tener competencia, la situación en Cantabria es levemente más favorable que en el conjunto del país (13,5% frente a 14,5%). Cabe resaltar que este porcentaje se ha visto reducido de forma sustancial con respecto al periodo 2011 en Cantabria (de un 22,2% a un 14,5%) (Figura 4.11). En la región las iniciativas que manifiestan

Figura 4.11.

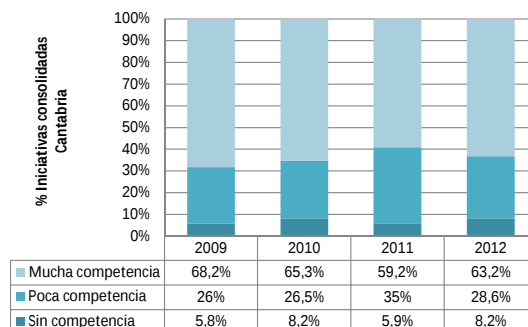
Porcentaje de iniciativas emprendedoras que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria



tener una fuerte competencia prácticamente se ha mantenido con respecto al año anterior (49,5% frente a 49,1% en 2011). Finalmente, para el caso de las iniciativas emprendedoras que presentan poca competencia el porcentaje se ha visto incrementado de un 28,7% a un 36,1%, situándose por debajo de la media nacional en 2012 (39,5%).

Figura 4.12.

Porcentaje de iniciativas consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria



En lo que respecta a la empresa consolidada, la situación en Cantabria es más favorable a la que presenta el conjunto del país, especialmente en lo relativo al grupo de iniciativas que se encuentran en situación de ausencia de competencia, que se sitúan un punto por encima de la media nacional (Figura 4.12). Las iniciativas que tienen mucha

competencia en Cantabria también se sitúan en una posición mejor al conjunto nacional (63,2% frente a 70%).

Estos resultados parecen indicar que los esfuerzos realizados en el ámbito emprendedor en ambos tipos de iniciativas van en la buena dirección para paliar los efectos de la crisis.

4.8. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

El Proyecto GEM también facilita datos referentes a la antigüedad de las tecnologías utilizadas en las iniciativas emprendedoras y consolidadas para producir sus bienes y servicios.

Figura 4.13.

Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria

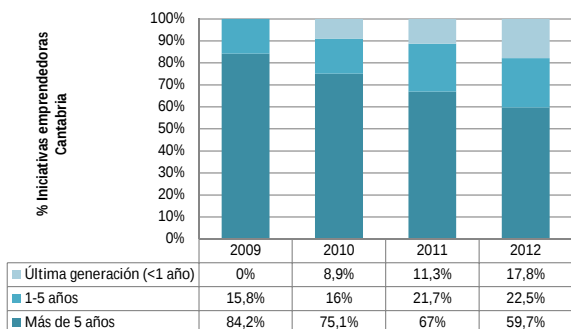
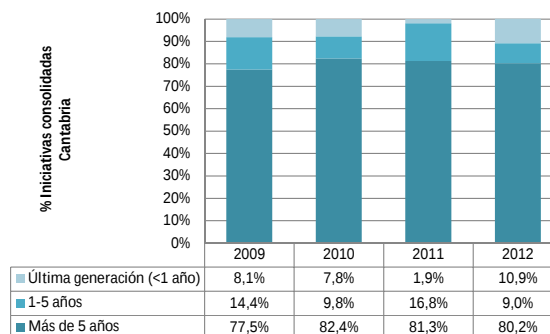


Figura 4.14.

Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria



En el periodo 2012 un 17,8% de las iniciativas emprendedoras en Cantabria dice utilizar tecnologías de última generación, manteniendo así la tendencia creciente de los últimos dos años (Figura 4.13.). De este modo este porcentaje se sitúa por encima del conjunto del país (12,5%). El resultado de esta edición muestra que en términos generales la situación en Cantabria se presenta mejor que la mostrada en España, puesto que se ha mantenido la evolución creciente que comenzó hace dos ediciones. Esto es, que en Cantabria en el año 2012 se ha producido una mayor inversión en nuevas tecnologías que en el conjunto nacional.

4.9. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

En los últimos años, en concreto desde el comienzo de la crisis, este epígrafe del presente informe ha recibido una especial relevancia por cuanto que la habilidad de las empresas para desviar parte de su producción a nuevos mercados puede ser un factor determinante de cara a asegurar su supervivencia en el contexto de inestabilidad económica en el que nos encontramos.

En Cantabria el porcentaje de iniciativas emprendedoras no exportadoras alcanza el 76,2% (Figura 4.15.), siendo en 2011 un 83,1%, rompiendo así la tendencia ascendente que venía produciéndose en los últimos años. Las iniciativas emprendedoras que exportan entre el 1 y el 25% de su producto o servicio suponen en Cantabria un 14,2%, incrementándose con respecto al año anterior y encontrándose por encima del conjunto del país (11,5%). No obstante, los grupos indicativos de una mayor intensidad exportadora presentan en Cantabria niveles más altos que los registrados en el total nacional.

En el tramo de empresas que destinan entre un 25-75% de su producción a los mercados exteriores se ha producido una ligera caída con respecto al año 2011 (de un 5,5% a un 2,3%). Por su parte el nivel de mayor intensidad exportadora se ha incrementado de una forma considerable ya que en el periodo 2011 el porcentaje era inexistente y en

En Cantabria un 10,9% de las iniciativas consolidadas emplean tecnologías de última generación (frente al 6,8% nacional). Porcentaje éste que se ha visto incrementado significativamente con respecto al año 2011, que alcanzaba un 1,9% (Figura 4.14.).

Los resultados mostrados en este apartado demuestran que a pesar de la situación económica Cantabria apuesta por mayores niveles de uso de nuevas tecnologías entre el colectivo de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.

este año 2012 se sitúa en un 7,3%. Este dato y el considerable descenso en las iniciativas que no exportan muestra que en Cantabria se está empezando a recurrir a la internacionalización como vía para paliar los efectos de la crisis, proporcionando así una forma de suplir la falta de consumo en el mercado local.

La situación entre el colectivo de empresas consolidadas se similar a la mostrada en las iniciativas emprendedoras, viéndose incrementados los porcentajes en los rangos de mayor nivel de exportación y de 1-25%, y disminuidos los otros dos restantes. Las empresas que exportan entre el 75% y el 100% de su producto o servicio presentan en Cantabria porcentajes más bajos a los existentes en el total nacional (0,9% frente a 3,9%) (Figura 4.16.). En el rango de empresas que exportan entre el 25% y el 75% se ven porcentajes más bajos para Cantabria (1,8%) que para el conjunto nacional (3,3%). En lo que respecta a las empresas cántabras que no exportan nada de su producción se ha producido un ligero descenso con respecto al periodo 2011 (de 92,7% a 86,9%), porcentajes más elevados que en el conjunto de España. Estos datos nos revelan que también este colectivo está comenzando a frenar la baja exportación del entramado empresarial en Cantabria, lo que suaviza las dificultades existentes para salir de la crisis.

Figura 4.15.
Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)

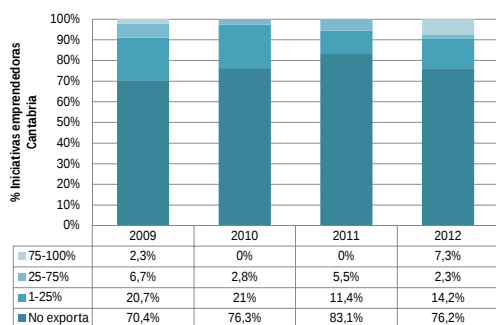
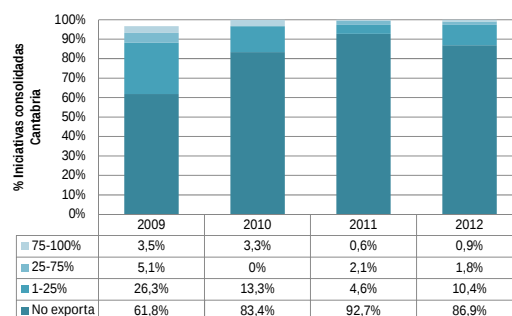


Figura 4.16.
Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)



4.10. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Tomando como referencia las características de las actividades emprendedoras se calcula un índice de potencial expansión en el mercado para las mismas. A continuación se muestran los resultados obtenidos para las iniciativas emprendedoras y consolidadas en el periodo 2012.

Respecto a las iniciativas emprendedoras, la situación en Cantabria ha mejorado levemente respecto a 2011, puesto que el porcentaje de iniciativas sin expectativas de expansión en el mercado se sitúa en el 52,2% del total, un porcentaje que disminuye en más de 9 puntos porcentuales respecto del registrado el año anterior (Figura 4.17.). Esta disminución sitúa a Cantabria en la media nacional puesto que para 2012 en el conjunto del país se alcanza un 52,3%. En cuanto a los resultados de las iniciativas con alguna expectativa de expansión, tanto con uso de nuevas tecnologías como sin ellas, han aumentado con respecto a 2011. En el caso de las primeras de manera sustancial, pasando de un 8,3% en 2011 a un 17,8% en 2012, situándolas incluso por encima de los datos nacionales, que para 2012 alcanzan un 10,7%. Finalmente, para el caso de las

iniciativas con una notable expansión no se han recogido datos, produciéndose así un descenso en relación a 2011. Aún así, viendo el conjunto de los datos se puede determinar que la situación en Cantabria es más favorable que la que se tenía en 2011 y en términos generales más cercana a la existente en el conjunto del país.

Para el caso de las empresas consolidadas se observa que los porcentajes de empresas sin expectativas de expansión disminuyen con respecto al año anterior (Figura 4.18), situando a Cantabria por debajo del nivel nacional en más de cuatro puntos. En cuanto a los datos referentes a las iniciativas con alguna expansión, se aprecia que aquellas que usan nuevas tecnologías han incrementado su porcentaje sustancialmente, pasando de un 1,9% a un 10,9%. Manteniéndose para el caso de aquellas que no emplean nuevas tecnologías. Estos resultados, en su conjunto, nos indican que estas iniciativas han sufrido un cambio en el último periodo que les lleva a recuperar la situación que tenían en el año 2010. En los datos del periodo 2013 se podrá comprobar si esta tendencia más positiva se mantiene.

Figura 4.17.
Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de su potencial estimado de expansión en su mercado

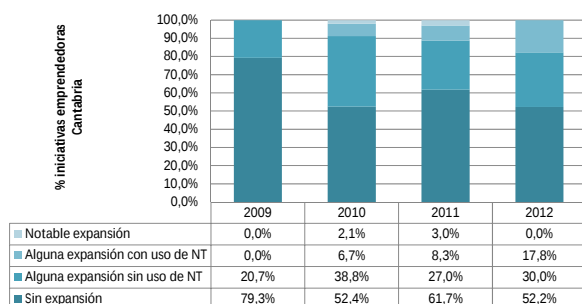
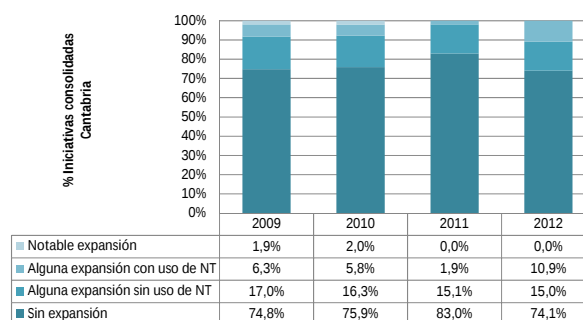
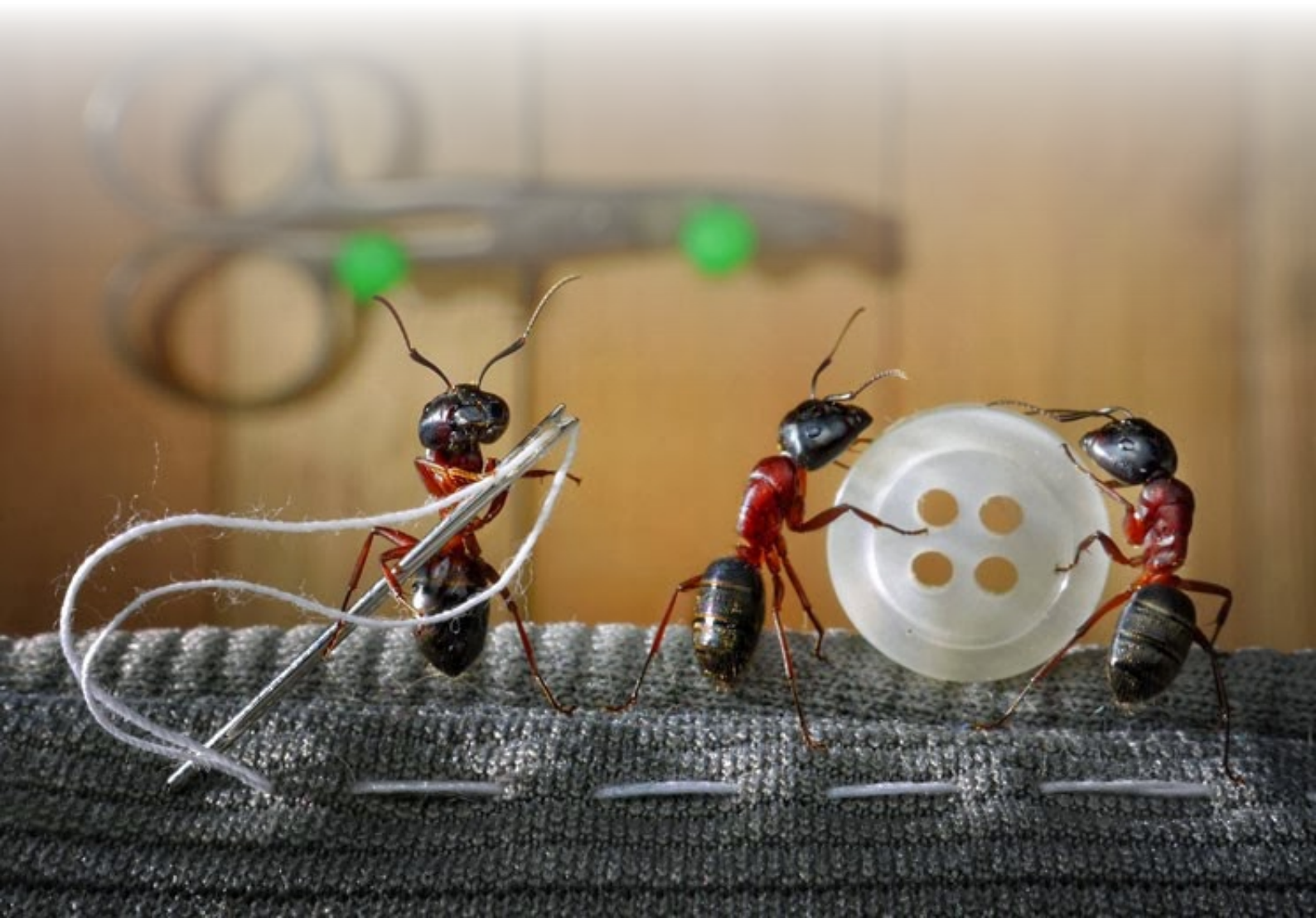


Figura 4.18.
Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado





Capítulo 5:
*Financiación del emprendimiento
naciente en Cantabria*



Capítulo 5: Financiación del emprendimiento naciente en Cantabria

5.1. Introducción

Son múltiples los estudios que señalan que el acceso a la financiación es uno de los principales obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores en el momento actual. Las condiciones macroeconómicas del país y las dificultades que encuentran las empresas para acceder al crédito, dificultan el surgimiento de nuevos negocios.

5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una actividad emprendedora naciente en el 2012 en Cantabria

De acuerdo con los resultados obtenidos, el capital semilla medio necesario para poner en marcha una nueva iniciativa empresarial en Cantabria antes de julio de 2012 era de 47.768 Euros, una cifra muy inferior a la media nacional que se sitúa en 753.861 Euros (Tabla 5.1.). Este resultado es ligeramente inferior al capital semilla medio necesario en Cantabria en el año 2010 (56.637 Euros) y muy inferior al del año 2011 (recordar que la media de ese año está afectada por la puesta en marcha de un negocio que necesitó 12.000.000).

Sin embargo, dada la elevada variabilidad de la media, que se ve muy afectada por casos atípicos, es más conveniente analizar la mediana y la moda como medidas de tendencia central. Así, a diferencia de lo que ocurre con el capital semilla medio, la mediana aumenta ligeramente y la moda se multiplica por cinco, lo que significa que los proyectos iniciados en la región son más ambiciosos. Por otro lado, la dispersión ha disminuido fuertemente.

Tabla 5.1.
Características y distribución del capital semilla

	Capital semilla necesario por <i>Start up</i> (Euros)				Capital semilla aportado por el emprendedor (Euros)			
	Cantabria		España		Cantabria		España	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Media	47.768	1.334.108	753.861	291.836	21.422	1.480.048	112.454	73.589
Mediana	24.673	19.538	18.000	30.000	8.980	11.289	10.000	15.000
Moda	30.000	6.000	5.000	20.000	15.000	1.500	3.000	10.000
Desv. Típ.	87.399	3.908.898	17.882.964	1.839.676	38.377	4.157.994	1.014.957	364.165
Mínimo	1.000	5.000	0	40	0	1.500		10
Máximo	400.000	12.000.000	600.000.000	60.000.000	150.000	12.000.000	15.000.000	12.000.000
Percentil 10	1.023	5.000	2.000	3.000	286	1.500	1.000	2.000
Percentil 20	4.000	5.942	5.000	10.000	1.861	2.595	2.000	4.000
Percentil 30	6.077	6.000	6.655	18.634	2.667	3.640	3.000	8.000
Percentil 40	15.000	14.397	11.913	23.438	4.000	5.018	6.000	10.000
Percentil 50	24.673	19.538	18.000	30.000	8.980	11.289	10.000	15.000
Percentil 60	30.000	93.878	30.000	45.000	14.461	43.003	15.000	22.660
Percentil 70	38.509	100.000	50.000	60.000	15.000	104.309	20.000	40.000
Percentil 80	48.976	192.214	84.890	100.000	19.676	1.823.829	35.696	60.000
Percentil 90	146.308	11.599.626	200.000	251.897	98.075	12.000.000	70.513	100.000

En lo referido al capital semilla aportado por el emprendedor, en el caso de Cantabria, ha disminuido drásticamente respecto al año 2011 (Tabla 5.1.). Dado que en el año 2011 había un caso que distorsionaba fuertemente los datos, como ya se ha señalado previamente, se considera más oportuno comparar la media con el año 2010.

Así, mientras que en 2010 el capital semilla medio aportado por el emprendedor era de 16.681 Euros, en 2012 aumentó hasta los 21.422 Euros.

Este resultado es lógico si tenemos en cuenta que las condiciones de acceso al crédito se han endurecido y los emprendedores se ven obligados a obtener financiación por otras vías alternativas o a invertir su propio capital. De hecho, si observamos el valor de la moda, ésta es cinco veces superior en el caso cántabro (15.000 Euros) que en el caso nacional (3.000 Euros).

Igualmente, cabe destacar el capital semilla máximo aportado por el emprendedor que, en el

caso de Cantabria es de 150.000 Euros, una cantidad 10 veces menor que el dato nacional.

En la Figura 5.1. se observa el porcentaje de emprendedores que tuvieron que aportar el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha la iniciativa emprendedora. En el año 2012 se ha producido un incremento considerable de emprendedores que tienen que aportar toda la inversión, alcanzando el 50% frente al 36,40% del año 2011. En el caso nacional (Figura 5.2.), sin embargo, se ha producido el movimiento contrario y en 2012 el porcentaje de emprendedores que han tenido que aportar toda la inversión ha disminuido radicalmente. Pese a esta disminución, la necesidad de financiación externa por parte de los emprendedores aún es importante y pone de manifiesto la necesidad inmediata de facilitar el crédito hacia las empresas, así como buscar otras formas de financiación que no sólo dependan del sector financiero.

Figura 5.1.
Porcentaje de emprendedores que aportan el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha una iniciativa emprendedora en Cantabria

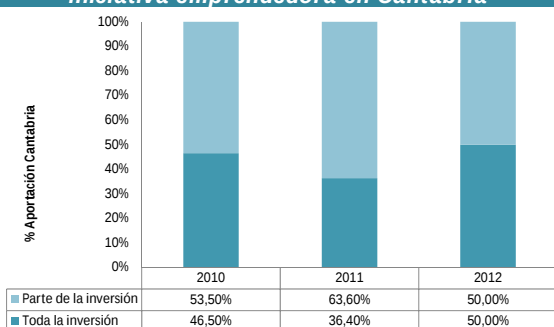
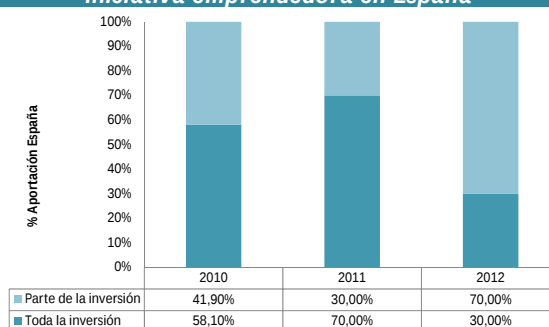


Figura 5.2.
Porcentaje de emprendedores que aportan el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha una iniciativa emprendedora en España



5.3. El papel del inversor informal y del Business Angel en España y en el entorno GEM

En este epígrafe se analiza el porcentaje de la población de entre 18 y 64 años en España y en Cantabria que ha realizado inversiones en negocios ajenos en los tres años previos a la entrevista. En el caso español, en el año 2012, un 3,8% de la población adulta ha actuado como inversor en negocios de otros. Mientras que en Cantabria el porcentaje es ligeramente menor, un 3,3%. No obstante, el porcentaje ha aumentado en la comunidad respecto al año 2011 cuando fue del 2,8%.

En la Figura 5.3. se recoge un gráfico comparativo en el que aparecen representados en orden descendente los porcentajes de *Business Angels* de todos los países que han participado en el estudio GEM 2012. Si se compara con el gráfico del año 2011, la posición de Cantabria ha mejorado y la región ha superado las tasas de otros países como Alemania o Francia que en el año 2011 tenían tasas superiores a la cántabra.

En la Figura 5.4. se recoge la misma comparativa únicamente incluyendo aquellas economías que están impulsadas por la innovación. Las posiciones de Cantabria y España se encuentran en la zona intermedia superior con valores por encima de 3.

Por otro lado, en la Figura 5.5. se compara el porcentaje de población cántabra que ha realizado inversiones como *Business Angel* en Cantabria con los porcentajes del resto de comunidades españolas. Cantabria supera únicamente a Murcia, Canarias, Ceuta y Galicia. La situación es muy distinta al año anterior en el que Cantabria

se situaba por encima de Asturias y Baleares. En el año 2012, sin embargo, estas dos comunidades han mejorado notablemente su posición, especialmente Asturias que ocupa el tercer puesto.

Las Figuras 5.6. y 5.7. muestran la relación que existe entre el emprendedor y los Business Angels en Cantabria y en España. En ambos casos el mayor porcentaje de Business Angels son familiares directos de los emprendedores. Sin embargo, su importancia ha disminuido respecto del año anterior. En su lugar, ha aumentado el porcentaje de compañeros de trabajo (que en el caso de Cantabria habían cesado la inversión en el año 2011) y otros familiares.

Figura 5.3.
Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en los países GEM 2012

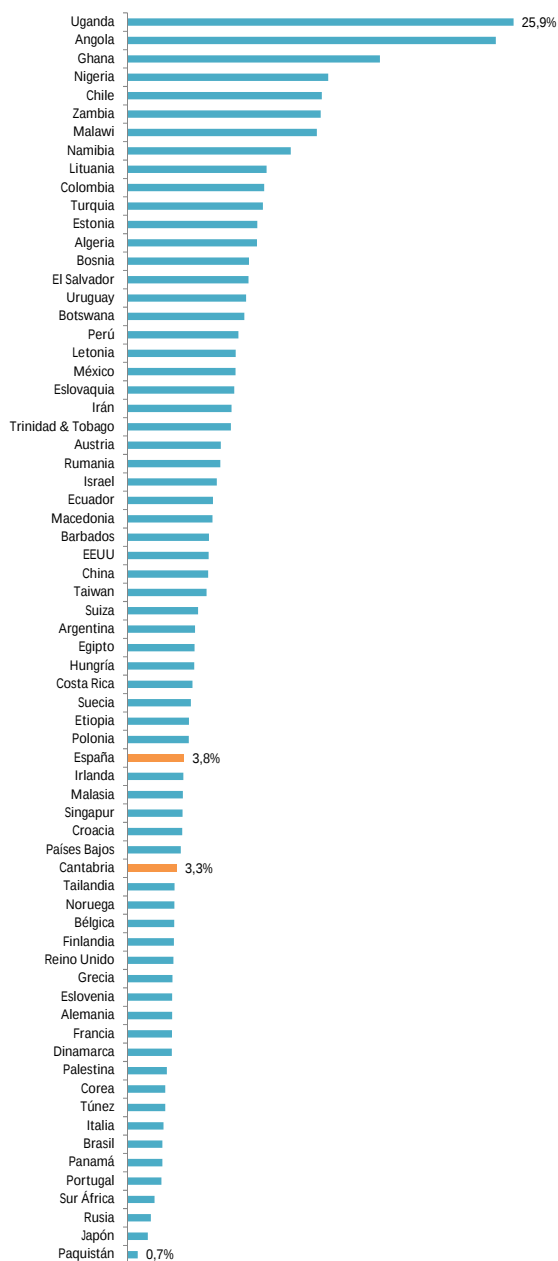


Figura 5.4.
Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en economías impulsadas por la innovación

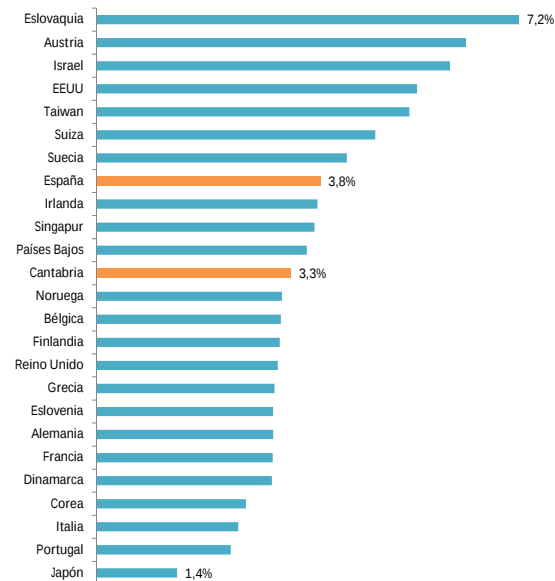


Figura 5.5.
Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en las Comunidades Autónomas

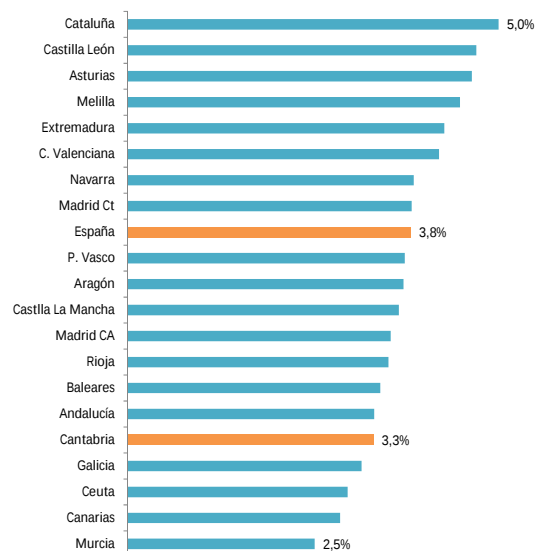


Figura 5.6.
Relación de los Business Angel con el emprendedor (Cantabria)

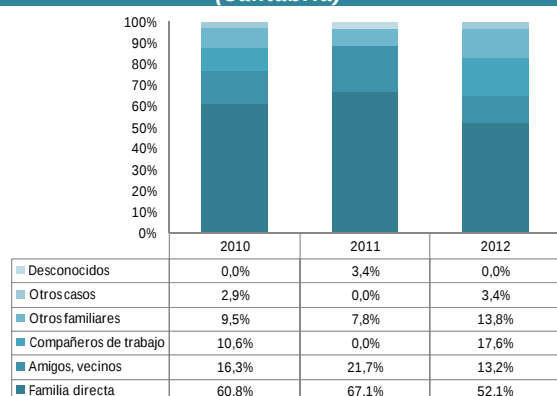
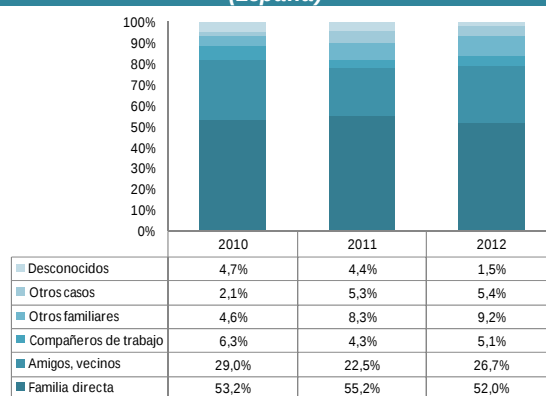


Figura 5.7.
Relación de los Business Angel con el emprendedor (España)



Finalmente, en la Tabla 5.2. aparece una tabla esquemática con información sobre las características principales de los Business Angels de Cantabria y España. En lo referido al género se observa que el porcentaje de hombres supera al porcentaje de mujeres en ambos casos. No obstante, tanto a nivel regional como nacional las diferencias continúan recortándose año tras año y, de hecho, en el caso de Cantabria los porcentajes son prácticamente iguales.

En lo referente al nivel formativo, la posición de Cantabria es peor que la posición de España. Así, mientras que el porcentaje de Business Angels con estudios superiores en Cantabria es de un 27,7%, en España supera el 40%.

La edad media es muy similar en ambos casos, ligeramente superior en Cantabria (45 años). Respecto al origen, en Cantabria el 97% de los inversores son españoles; un porcentaje superior a la media española situada en el 92,9%.

El 66,2% de los inversores se encuentran activos laboralmente en Cantabria, ya sea trabajando a tiempo parcial o a tiempo completo; en España el porcentaje es ligeramente superior, un 70%. En

ambos casos el tamaño medio del hogar es de tres personas. Y, en lo referente a la renta, un 58,1% se encuentra en el tercio superior de renta en el caso de Cantabria frente al 66,1% en el caso de España.

En Cantabria, el 24,8% de los Business Angels son propietarios o participan en una empresa consolidada. Este dato es muy superior al porcentaje nacional que se encuentra próximo al 15%. Igualmente el porcentaje de Business Angels que pueden ser clasificados como emprendedores potenciales es mayor en Cantabria (27,2%) que en España (22,3%). Sin embargo, el porcentaje de inversores que teme al fracaso es superior en Cantabria.

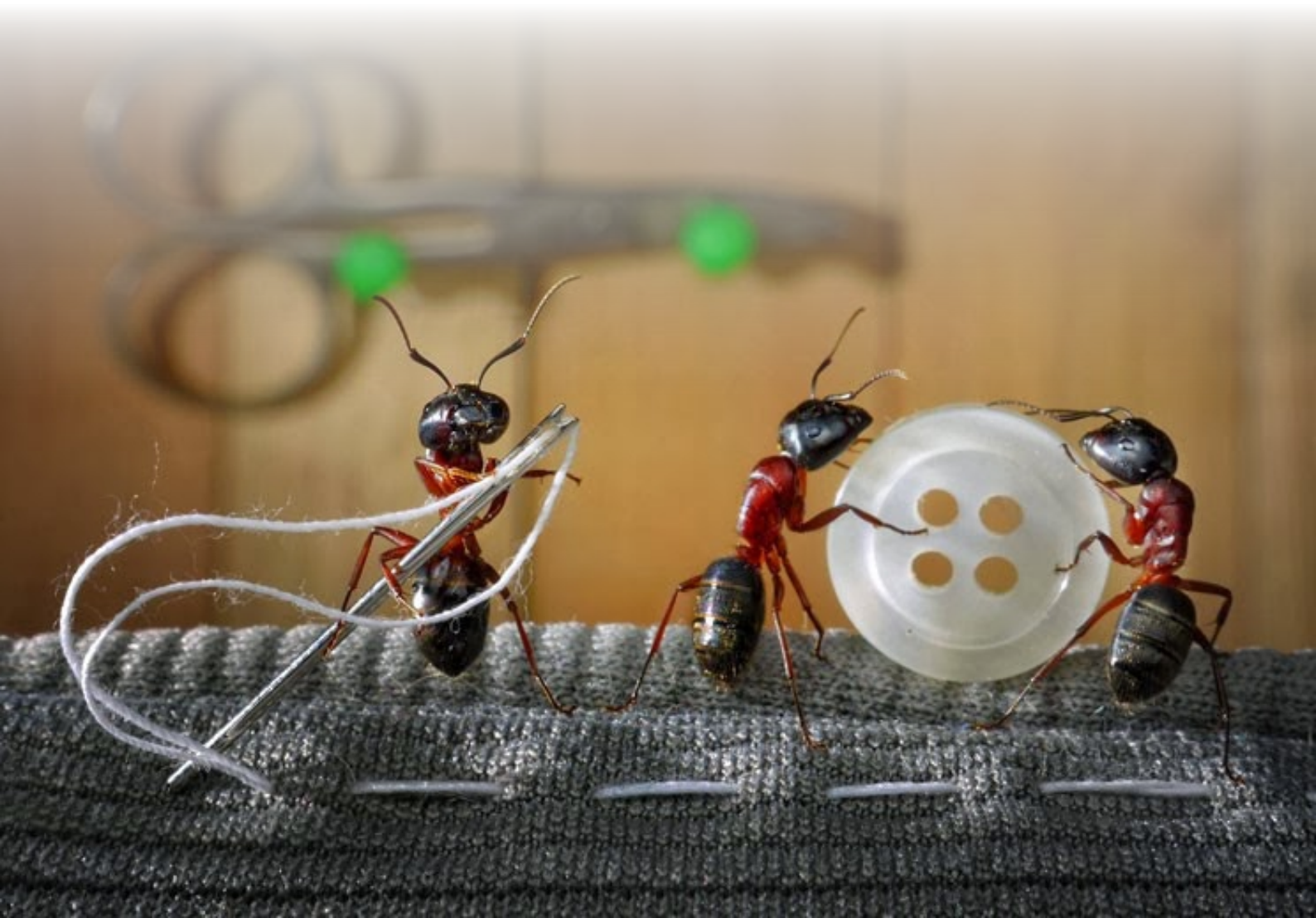
En cuanto a las oportunidades para emprender, los inversores cántabros son más optimistas ya que un 22,1% de los mismos considera que existen oportunidades frente al 17,4% español. Cabe destacar que, en ambos casos, los porcentajes son mayores que en el año 2011. Además, existe un mayor porcentaje de Business Angels en Cantabria (75,5%) que consideran tener los conocimientos y habilidades necesarios para emprender. En el caso de España este porcentaje se reduce hasta el 43,9%.

Tabla 5.2.
Características de los Business Angel

CANTABRIA	ESPAÑA
50,1% son hombres 49,9% son mujeres	57,7% son hombres 42,3% son mujeres
27,7% tiene estudios superiores	41,3% tiene estudios superiores
Edad media de 45 años	Edad media de 44 años
El 97% son españoles	El 92,9% son españoles
Situación laboral activa 66,2% Otro caso 33,8%	Situación laboral activa 70,0% Otro caso 30%
Corresponden a un hogar medio de 3 personas	Corresponden a un hogar medio de 3 personas

CANTABRIA	ESPAÑA
El 58,4% tiene una renta situada en el tercio superior	El 66,1% tiene una renta situada en el tercio superior
El 24,8% es propietario o participa en una empresa consolidada	El 14,7% es propietario o participa en una empresa consolidada
El 27,2% es emprendedor potencial	El 22,3% es emprendedor potencial
No teme al fracaso un 40,8%	No teme al fracaso un 56,6%
Ve buenas oportunidades el 22,1%	Ve buenas oportunidades el 17,4%
Tiene conocimientos para emprender el 75,5%	Tiene conocimientos para emprender el 43,9%

Capítulo 6:
*El proceso emprendedor en
función del género*



Capítulo 6: El proceso emprendedor en función del género

6.1. Introducción

El emprendimiento femenino es uno de los temas más analizados en los últimos años dentro del campo del emprendimiento. El interés por la contribución de la mujer en la actividad emprendedora ha ido en aumento y es por ello que en este informe se le dedica este capítulo.

Asimismo se ahonda en la comparación de los aspectos concretos del colectivo emprendedor femenino y el masculino.

6.2. La actividad emprendedora femenina y masculina desde una perspectiva internacional

En el conjunto de la población de mujeres de 18 a 64 años residentes en Cantabria en el año 2012 se estima que hay un 4,61% de iniciativas en fase emprendedora, mientras que en la de hombres de la misma edad, es del 4,18%. Estos datos suponen que la tendencia a la baja en el porcentaje de mujeres emprendedoras en Cantabria iniciada en el año 2009 se ha invertido en 2012 (Tabla 6.1.), tal es así que en 2012 la tasa femenina es superior incluso a la masculina. Este año las diferencias entre hombres y mujeres se han minimizado con respecto al año anterior, debido al aumento en la tasa femenina y al descenso en la masculina. Esta diferencia entre ambas tasas es inferior en el caso de Cantabria y prácticamente se mantiene estable en el caso español con respecto al periodo 2011 (Tabla 6.1.).

Tabla 6.1.
Actividad emprendedora en función del género

	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010
TEA masculino	4,2%	5,5%	4,4%	7,4%	7,1%	5,4%
TEA femenino	4,6%	2,0%	2,7%	4,0%	4,5%	3,2%

En el contexto de la Unión Europea, en cuanto a estos indicadores, Cantabria se sitúa en la posición media en lo que respecta al emprendimiento femenino, habiendo mejorado su posición relativa respecto a 2011 (de la última posición en 2011, con un 2,03%, al puesto 13 en 2012, con un 4,61%) (Figura 6.1.). En el entorno español el porcentaje de emprendimiento femenino cántabro se coloca en el tercio superior del ranking (Figura 6.2.).

Figura 6.1.
Género y actividad emprendedora en el contexto de los países UE

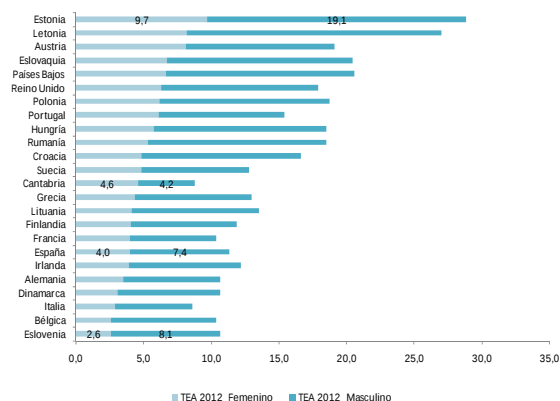
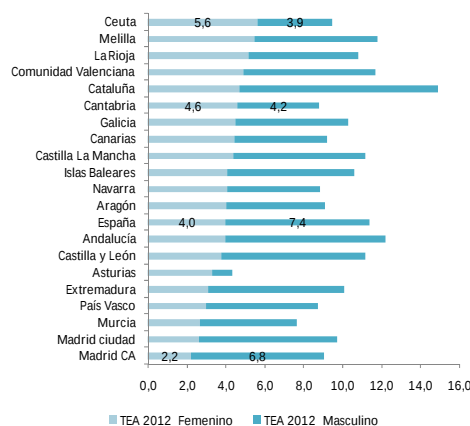


Figura 6.2.
Género y actividad emprendedora en el contexto de España



La relación entre la actividad emprendedora femenina y la masculina presenta en Cantabria un valor de 1,1 para el año 2012 (0,37 en 2011 y 0,61 en 2010) rompiendo completamente la tendencia decreciente que venía experimentando en los últimos años, y situándose en primera posición en el ranking de la Unión Europea. El valor del conjunto español se sitúa en 0,54 en 2012, siendo

de 0,64 en 2011 y de 0,59 en 2010. A pesar del descenso España mantiene aún una posición destacada en el ámbito internacional. Al comparar Cantabria con el resto de regiones españolas esta variación con respecto a la tendencia de años anteriores le ha hecho pasar del puesto número dieciséis al número tres, un incremento muy importante.

Figura 6.3.
Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en el contexto de los países UE

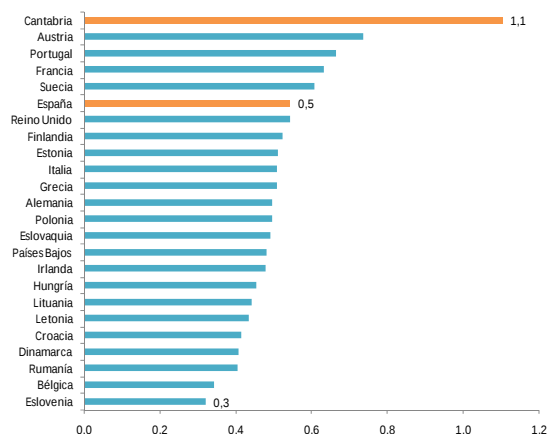
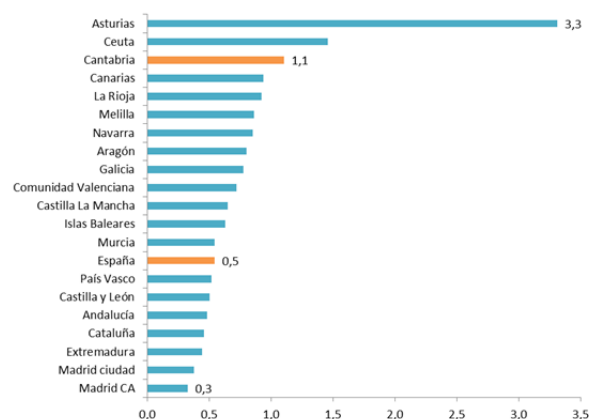


Figura 6.4.
Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en el contexto de España



6.3. Características de la actividad emprendedora femenina comparadas con las de la masculina

Los resultados contenidos en la Tabla 6.2. muestran que durante 2012 las iniciativas en fase naciente, puestas en marcha por mujeres, son superiores a las de hombres, al igual que ocurría en el período 2011. Aunque hay que destacar que estas diferencias entre hombres y mujeres se han reducido con respecto al año anterior. En relación a las iniciativas nuevas se han mantenido estables en el caso de las mujeres. No así en el caso de los

hombres, donde se ha producido una importante variación con respecto al año anterior, pasando de un 77,8% en 2011 a un 42,9% en 2012. La situación en España se ha mantenido prácticamente estable a lo largo del tiempo, produciéndose ligeros aumentos de año en año en las iniciativas en fase naciente, tanto para el caso de los hombres como el de las mujeres.

Tabla 6.2.
Etapas en la que se hallaban las iniciativas en fase emprendedora puestas en marcha en función del género

2012		Sexo				TOTAL	
		Hombre		Mujer			
		España	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria
Fases:	Naciente	58,8%	57,1%	59,1%	69,6%	58,9%	63,6%
	Nueva	41,2%	42,9%	40,9%	30,4%	41,1%	36,4%
2011		Sexo				TOTAL	
		Hombre		Mujer			
		España	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria
Fases:	Naciente	57,1%	22,2%	57,0%	70,0%	57,0%	35,1%
	Nueva	42,9%	77,8%	43,0%	30,0%	43,0%	64,9%
2010		Sexo				TOTAL	
		Hombre		Mujer			
		España	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria
Fases:	Naciente	50,8%	55,0%	51,4%	35,7%	51,0%	47,1%
	Nueva	49,2%	45,0%	48,6%	64,3%	49,0%	52,9%

En relación con la dimensión de las iniciativas, en Cantabria en 2012 tanto hombres como mujeres se concentran mayoritariamente en las empresas que no tienen empleados (90% y 60% respectivamente) (ver Tabla 6.3.). Entre los emprendedores de género masculino no hay iniciativas con un tamaño superior a los 5 empleados, al igual que ocurría en 2011. Entre los emprendedores de género femenino cabe destacar el porcentaje correspondiente a iniciativas de 6 a 19 empleados,

que para este año alcanza el 10%, y en el periodo anterior no se tenían respuestas en este rango. Para el conjunto nacional se han producido algunas diferencias con respecto a 2011 ya que el porcentaje más elevado corresponde a las iniciativas que tienen de 1 a 5 empleados, cuando hasta ahora la distribución más alta correspondía a las iniciativas sin empleados, tanto para hombres como para mujeres.

Tabla 6.3.
Número de empleados de las actividades emprendedoras en función del género

2012		Sexo				Total	
		Hombre		Mujer			
		España	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria
EA: úmero actual e empleados	Sin empleados	33,2%	90,0%	37,5%	60,0%	34,7%	75,0%
	1- 5 empleados	49,1%	10,0%	51,3%	30,0%	49,9%	20,0%
	6- 19 empleados	12,9%	0,0%	9,6%	10,0%	11,8%	5,0%
	+ 20 empleados	4,7%	0,0%	1,7%	0,0%	3,7%	0,0%
2011		Sexo				Total	
		Hombre		Mujer			
		España	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria
EA: úmero actual e empleados	Sin empleados	57,8%	73,1%	61,5%	60,0%	59,2%	69,4%
	1- 5 empleados	22,4%	26,9%	18,6%	30,0%	20,9%	27,8%
	6- 19 empleados	3,2%	0,0%	2,0%	0,0%	2,8%	0,0%
	+ 20 empleados	1,1%	0,0%	0,5%	10,0%	0,9%	2,8%
2010		Sexo				Total	
		Hombre		Mujer			
		España	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria
EA: úmero actual e empleados	Sin empleados	65,2%	52,4%	67,4%	42,9%	66,0%	48,6%
	1- 5 empleados	30,1%	47,6%	23,9%	50,0%	27,8%	48,6%
	6- 19 empleados	3,6%	0,0%	7,2%	7,1%	4,9%	2,9%
	+ 20 empleados	1,1%	0,0%	1,4%	0,0%	1,2%	0,0%

En cuanto a las expectativas de crecimiento en empleo no existen diferencias significativas en las iniciativas emprendedoras masculinas y femeninas cántabras. En el caso de las mujeres emprendedoras cántabras en sus expectativas optan principalmente por crear entre 1 y 5 empleos (60%). Porcentaje éste sustancialmente más elevado que el correspondiente al año 2011, donde alcanzaba un 44,4%. Las expectativas de las emprendedoras españolas van en la misma línea ya que su porcentaje más alto (51,3%) se refiere al tramo entre 1 y 5 empleos. Para el caso de los

emprendedores cántabros varones también centran sus expectativas de creación de empleo en el rango de 1 y 5 empleos (42,1%). En esta ocasión el porcentaje es ligeramente más bajo que el correspondiente al periodo anterior, donde se alcanzaba un 56,3%. Para el conjunto nacional los hombres obtienen un porcentaje que supera levemente el de los emprendedores cántabros (49,1%). En el caso español las diferencias sí son estadísticamente significativas entre hombres y mujeres.

A continuación se muestran las conclusiones alcanzadas al analizar otras características de las iniciativas emprendedoras debidas a emprendedores de ambos sexos:

- ➡ No se detectan diferencias significativas por razón de género en cuanto al sector escogido para emprender, siempre hablando de las cuatro grandes categorías: extractivo, transformador, servicios y orientado a

consumo. Esta situación se mantiene respecto a años anteriores.

En España, en cambio sí se detectan diferencias significativas entre hombres y mujeres a la hora de seleccionar el sector en

el que se emprende, estando concentrada la actividad emprendedora, tanto masculina como femenina, esencialmente en el sector orientado al consumo.

- ➡ En 2012 las iniciativas masculinas (19%) presentan una mayor proporción de casos innovadores en producto o servicio que las femeninas (8,7%). En el conjunto nacional las iniciativas masculinas, de casos innovadores en producto o servicio, tienen un porcentaje similar al cántabro, (20,7%) frente al alcanzado por las mujeres (16,4%), que es superior al regional.
- ➡ En cuanto a las iniciativas emprendedoras en sectores de base tecnológica no se aprecian diferencias significativas entre ambos sexos para el caso cántabro. Sin embargo, en España, durante 2012, la participación femenina en sectores de base tecnológica media o alta sigue siendo menor a la masculina.

- ➡ En Cantabria no se aprecian diferencias significativas por razón de sexo del emprendedor en cuanto al grado de competencia que afrontan las iniciativas. Hecho que también ocurre en España en 2012.
- ➡ En cuanto al uso de nuevas tecnologías, tanto hombres como mujeres de Cantabria se decantan más por tecnologías de más de 5 años (61,9% y 56,5% respectivamente). También en España ambos sexos se inclinan más hacia la tecnología de más de 5 años, (67,1% hombres frente a 70,7% mujeres).
- ➡ En relación con la actividad exportadora, en Cantabria no se aprecian diferencias significativas entre las iniciativas promovidas por hombres y mujeres. Para el periodo 2012, el nivel de exportación de las iniciativas promovidas por los hombres se sitúa en un 25%, y el de las mujeres alcanza un 21,7%. En el conjunto tampoco se encuentran diferencias significativas, siendo los porcentajes también relativamente bajos.



- ➡ Las actividades emprendedoras iniciadas en 2012 por emprendedores de ambos géneros son similares en Cantabria en cuanto a sus características generales.
- ➡ En España en cambio las diferencias detectadas están relacionadas con las tecnologías, revelando que hombres y mujeres emprenden en diferentes sectores y que las mujeres tienen un peso menor en el emprendimiento de base tecnológico.

6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora cántabra y su comparación con el del hombre emprendedor

En este apartado se resumen los datos obtenidos al comparar las características socio-demográficas de hombres y mujeres emprendedores.

- ➡ En Cantabria no se aprecian diferencias significativas en la edad de los emprendedores por sexo (38,9 hombres y 39,2 mujeres). En el conjunto nacional no se detectan diferencias significativas en la edad de los emprendedores por género, presentando una edad media en torno a los 38 años.
- ➡ El tamaño medio del hogar de los emprendedores cántabros, tanto hombres como mujeres, supera los 3 miembros, sin que se produzcan variaciones importantes en relación al periodo 2011. Esta situación se da igualmente en España.
- ➡ Para el periodo 2012 no existen diferencias significativas relacionadas con la nacionalidad de los emprendedores extranjeros debido al género.
- ➡ En Cantabria en 2012, no hay diferencias significativas ni en el nivel educacional, ni en la renta entre los emprendedores de ambos sexos, manteniéndose la situación de los años anteriores. Para el conjunto nacional, en el nivel de formación sí se detectan diferencias pero no son estadísticamente significativas. En cuanto al nivel de renta sí existen diferencias significativas, ya que son los emprendedores los que se concentran mayoritariamente en tramos de rentas más altas.

6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

El presente epígrafe muestra la influencia del género en las percepciones subjetivas que tienen los individuos residentes en Cantabria sobre la actividad emprendedora. En particular se analiza la actitud de la sociedad cántabra emprendedora y no emprendedora en relación a una serie de factores psico-sociales.

Los datos obtenidos nos permiten afirmar que entre la población cántabra no emprendedora es posible identificar algunos pocos aspectos con diferentes percepciones estadísticamente

significativas por género. Así los hombres son más optimistas que las mujeres en cuanto a la percepción de oportunidades. Ellos se consideran más preparados para emprender y tienen mejor opinión sobre la cobertura dada por los medios de comunicación al emprendimiento. Las principales diferencias con la situación española son las relacionadas con la red social emprendedora, el miedo al fracaso, su deseo de que todo el mundo tenga un mismo nivel de vida y la percepción de la cobertura mediática del emprendimiento.

Tabla 6.4.
Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población no emprendedora española y cántabra de 18-64 años en función del género 2012

Pregunta	% de respuesta afirmativa			Conclusión
		Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	España	34,1	27,8	La red social emprendedora de los hombres es más amplia que la de las mujeres
	Cantabria	31,3	28,2	La red social emprendedora de los hombres y las mujeres es similar
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	España	15,8	11,9	Los hombres son más optimistas en cuanto a la percepción de oportunidades, tanto en Cantabria como en el conjunto nacional
	Cantabria	15,6	7,2	
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una nueva iniciativa?	España	56,2	44,1	Los hombres se perciben más preparados para emprender
	Cantabria	51,3	44,1	
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	España	49,5	56,7	El miedo al fracaso incide más en las mujeres
	Cantabria	50,5	55,1	El miedo al fracaso es similar en ambos sexos
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	España	70,5	73,3	Los hombres son más competitivos que las mujeres
	Cantabria	65,7	66,6	Hombres y mujeres son igualmente competitivos
Emprender se considera una buena opción profesional	España	63,6	63,8	No hay diferencias significativas entre la opinión de hombres y mujeres
	Cantabria	58,2	58,9	
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	España	64,2	63,3	No hay diferencias significativas de opinión
	Cantabria	67,4	65,6	
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	España	47,5	47,0	Existen diferencias de opinión entre hombres y mujeres
	Cantabria	39,9	33,0	Los hombre perciben más positivamente la cobertura mediática

La Tabla 6.5. muestra que entre los cántabros que forman parte del colectivo emprendedor no existen diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres. Comparando Cantabria y España la diferencia la encontramos en lo referente a la red social emprendedora, a las habilidades y conocimientos del colectivo emprendedor y al

miedo al fracaso. En España son los hombres los que tienen una red social más extensa, son ellos los que se perciben más capaces para emprender y además se ven menos afectados por el miedo al fracaso, mientras que en Cantabria no se aprecian diferencias entre ambos sexos en ninguna de estas tres variables.

Tabla 6.5.
Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población emprendedora española y cántabra en función del género 2012

Pregunta	% de respuesta afirmativa			Conclusión
		Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	España	50,1	45,2	La red social emprendedora de los hombres es más amplia que la de las mujeres
	Cantabria	50,0	40,6	No hay diferencia significativa entre hombre y mujeres
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	España	20,2	18,5	No hay diferencia significativa entre emprendedores y emprendedoras
	Cantabria	25,6	14,9	
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	España	88,6	83,7	Los hombres se perciben más preparados para emprender
	Cantabria	82,1	81,2	No hay diferencia significativa entre hombre y mujeres emprendedores
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	España	38,7	46,0	Los emprendedores se ven menos afectados por el miedo al fracaso
	Cantabria	37,5	50,0	Ambos grupos presentan la misma percepción
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	España	69,5	70,3	No hay diferencia significativa entre emprendedores y emprendedoras
	Cantabria	63,2	59,7	
Emprender se considera una buena opción profesional	España	63,2	62,8	No hay diferencia significativa entre emprendedores y emprendedoras
	Cantabria	49,4	46,0	
Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus	España	59,5	58,2	No hay diferencia significativa entre emprendedores y emprendedoras
	Cantabria	62,8	65,6	
Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores	España	48,7	50,8	No hay diferencia significativa entre emprendedores y emprendedoras
	Cantabria	46,2	30,2	

6.6. El estado del entorno para el emprendimiento femenino

Finalmente se estudian los obstáculos o frenos a la participación de la mujer en la actividad emprendedora. La encuesta a expertos del proyecto GEM pretende, entre otras muchas cosas, conocer la opinión de estos expertos cántabros entrevistados en el 2012, en relación al grado de apoyo cultural e institucional a la actividad emprendedora femenina. En la Tabla 6.6. se

muestra el promedio de la valoración de los expertos a varias afirmaciones relacionadas con este tema. Se puede observar que en líneas generales opinan que las mujeres en Cantabria tienen un nivel aceptable de apoyo social para emprender un negocio propio. Durante el año 2012 se sigue considerando que los servicios sociales destinados a facilitar la conciliación laboral

y personal son aún insuficientes, lo que es congruente con los resultados obtenidos en estudios previos del GEM en los que se ha determinado que el tiempo de dedicación al negocio aparece como uno de los escollos más difíciles de superar por parte de las mujeres españolas. Con respecto al año 2011 este porcentaje ha aumentado levemente a nivel español mientras que en Cantabria ha disminuido (2,6 frente a 2,3). Esta disminución muestra que

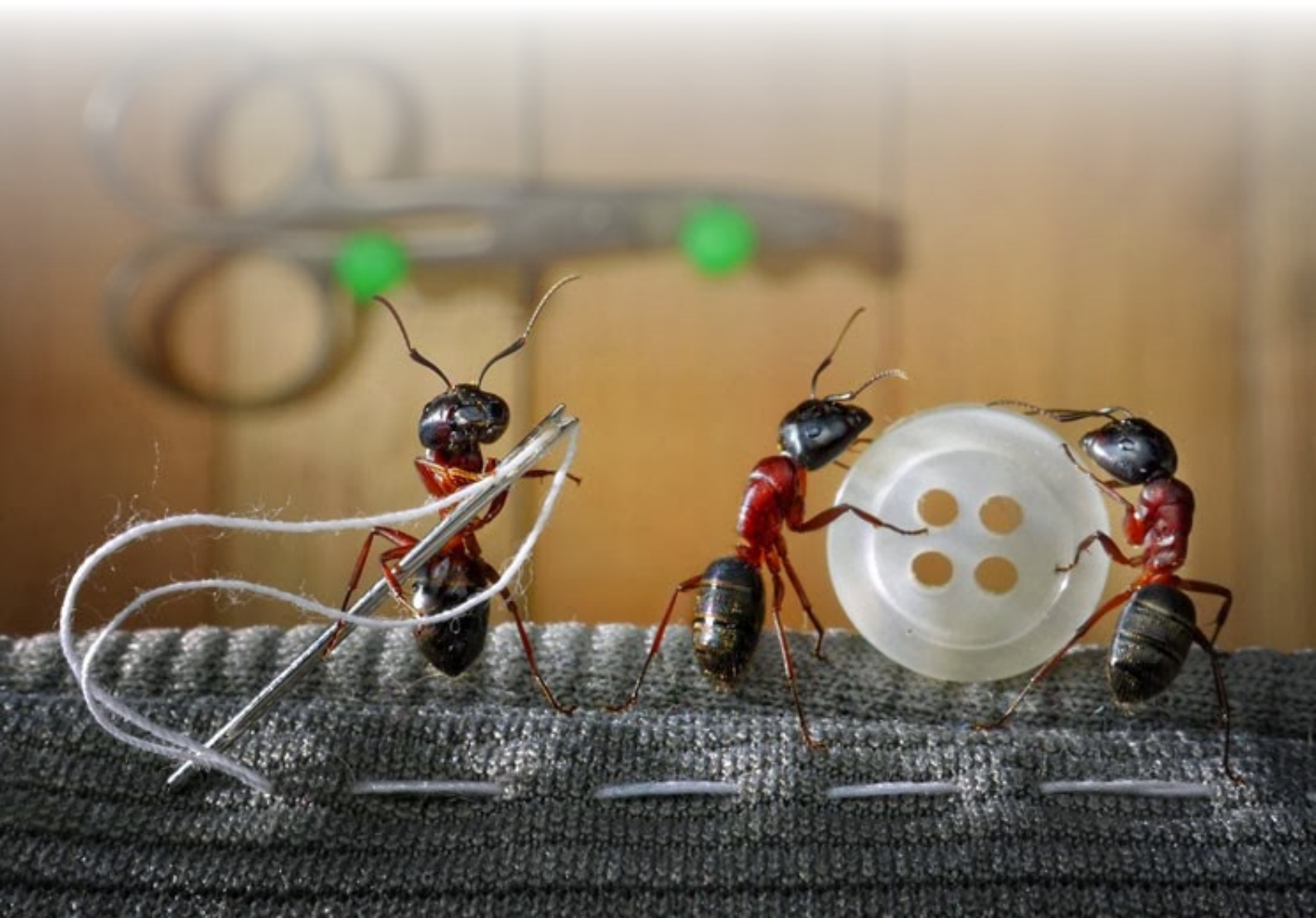
sigue siendo necesario profundizar en los sistemas de apoyo a la conciliación de la vida laboral y la personal. Nuevamente el dato más positivo, tanto a nivel de Cantabria como de España, es el que hace referencia a las capacidades y motivación de las mujeres para crear una empresa. De igual modo que ocurría en el periodo anterior, en 2012 también es el dato con la media más alta, incluso incrementándose en Cantabria levemente con respecto a 2011 (de 4,4 a 4,5).

Tabla 6.6.
Opinión media de los expertos españoles y cántabros acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora 2010-2012

Afirmación	Promedio de valoración de los expertos (1=completamente falso – 5=completamente cierto)					
	2012		2011		2010	
	ESPAÑA	CANT.	ESPAÑA	CANT.	ESPAÑA	CANT.
En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después haber fundado una familia.	2,5	2,3	2,3	2,7	1,9	2,6
En mi país, crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer.	2,1	3,1	2,9	3,2	2,9	3,5
En mi país, las mujeres son alentadas a ser auto-empleadas o a crear una empresa	2,7	3,1	2,7	3,1	2,2	3,1
En mi país, las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres.	3,0	3,4	2,8	3,2	3,3	3,6
En mi país, hombres y mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa.	4,2	4,5	4,6	4,4	4,1	4,7



Capítulo 7:
*Valores, percepciones y
actitudes emprendedoras en
la población cántabra*



Capítulo 7: Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población cántabra

7.1. Introducción

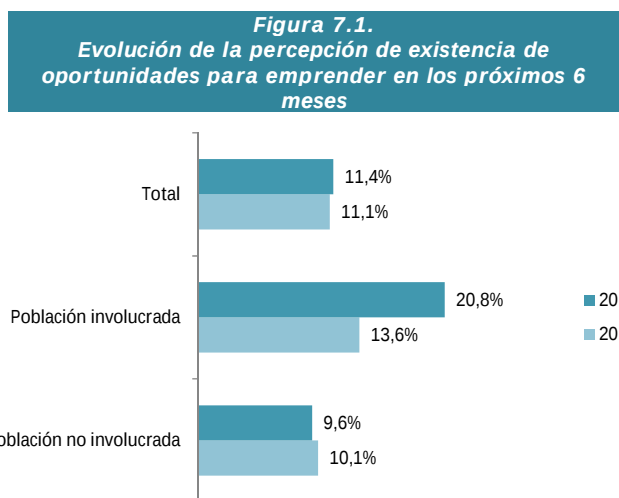
Una elevada prevalencia de valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población, puede facilitar el aumento de la tasa de actividad emprendedora (TEA), mientras que su carencia puede entorpecer el proceso. Si el grueso de la población no tiene arraigada una cultura de los valores y mecanismos emprendedores la traducción de intenciones a creación efectiva de empresas e innovación se llevará a cabo a un ritmo más lento que el deseado porque será necesario, en primer lugar, restablecer los fundamentos del espíritu emprendedor. En este capítulo, se analiza

la prevalencia de rasgos emprendedores en la población involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor en Cantabria. Para ello se hará uso de dos fuentes de información. En primer lugar las opiniones aportadas por la población activa cántabra de 18 a 64 años.

Y, por otro lado, se utilizarán las opiniones aportadas por los expertos en lo referido a algunos aspectos relacionados con la motivación para poner en marcha una iniciativa emprendedora.

7.2. Percepción de oportunidades

A diferencia de la situación existente a nivel nacional donde disminuyó cinco décimas, el porcentaje de la población cántabra de 18-64 años que perciben la existencia de oportunidades para emprender aumenta ligeramente en el año 2012, situándose en un 11,4% frente al 11,1% del año 2011 (Figura 7.1.). Es destacable, no obstante, el diferente comportamiento que se ha dado entre la población involucrada y la no involucrada. Así, el porcentaje de población involucrada que percibe oportunidades en el entorno ha aumentado hasta alcanzar un 20,8% (frente al 13,6% de 2011). Sin embargo, el porcentaje de personas no involucradas que perciben oportunidades ha disminuido ligeramente hasta el 9,6%. Una situación similar se observa a nivel nacional donde el 19,6% de la población involucrada y el 12,9% de la no involucrada perciben oportunidades para emprender. Este resultado puede ser un indicador del cambio de perspectiva que supone estar integrado en el proceso emprendedor.



7.3. Posesión de red social emprendedora

Se considera que el hecho de conocer a otros emprendedores, sus experiencias y sus conocimientos es un elemento muy valioso que puede ayudar, motivar y guiar a los emprendedores. Es lo que se denomina posesión de red social emprendedora. En el caso de la población cántabra (Figura 7.2.), como en España,

se percibe una mejora en la red social emprendedora tanto para las personas involucradas como para las personas no involucradas en el proceso emprendedor. Algo que creemos que tiene mucho que ver con las iniciativas existentes a nivel institucional para el fomento de la actividad emprendedora.

7.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

La posesión de conocimientos, habilidades y/o experiencia para emprender es uno de los factores, de tipo personal, que puede ser más útil o efectivo a la hora de fomentar el emprendimiento. Sin embargo, los resultados para la población cántabra, como en la nacional, muestran un ligero empeoramiento en general y en la población

involucrada en particular, en contraposición a la mejora detectada entre la población no involucrada (Figura 7.3.), un resultado que puede estar justificado por el aumento del emprendimiento por necesidad.

Figura 7.2.
Evolución de la posesión de red social emprendedora

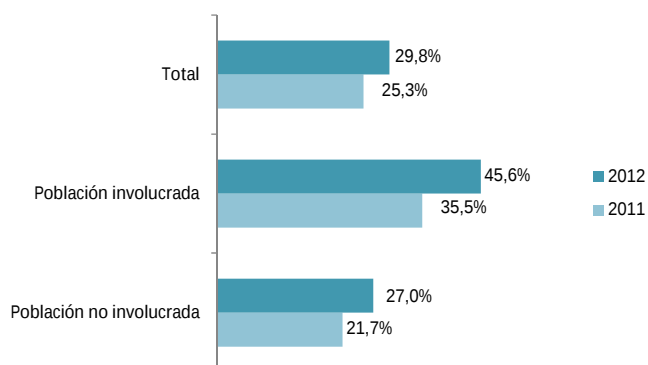
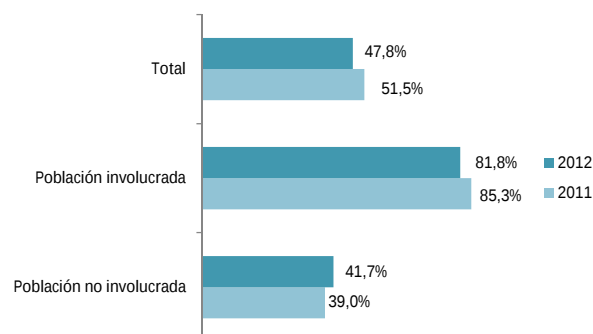


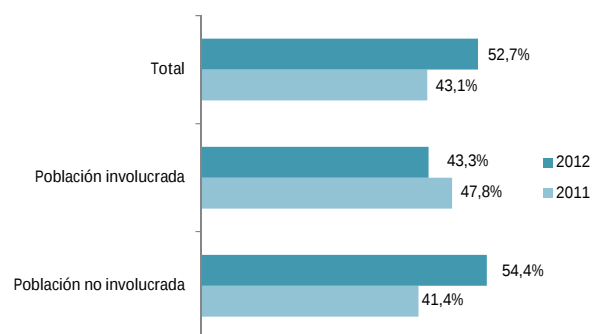
Figura 7.3.
Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender



7.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender

El temor al fracaso ha sido tradicionalmente uno de los obstáculos más importantes al emprendimiento en Cantabria y, en general, en España. La Figura 7.4. muestra el porcentaje de personas, tanto involucradas como no involucradas, que no considera que la posibilidad de fracasar sea un freno al emprendimiento. Como aspectos positivos, tanto en Cantabria como en territorio nacional, se observa el aumento en la categoría general y en la población no involucrada del porcentaje de personas que no temen al fracaso. Sin embargo, en la población involucrada, ha aumentado el porcentaje de personas que sí consideran el fracaso como un obstáculo al emprendimiento, quizá precisamente por ese emprendimiento por necesidad, donde las condiciones de puesta en marcha no son siempre las más deseables.

Figura 7.4.
Evolución de la población cántabra que no teme al fracaso como obstáculo para emprender



7.6. Preferencia por una sociedad competitiva

Se considera que la existencia de una sociedad competitiva es una característica que fomenta el desarrollo de una red de nuevas innovaciones y emprendimientos, no sólo porque activa el entramado empresarial sino porque genera un proceso de benchmarking entre las empresas que las empuja a innovar y mejorar.

En esta línea, los resultados obtenidos para Cantabria son muy positivos ya que en todos los casos se ha producido un aumento espectacular respecto del año 2011 (Figura 7.5.), duplicándose los porcentajes nacionales. Destacar, no obstante, que aquellos involucrados en el proceso emprendedor se muestran ligeramente menos competitivos que los que no lo están al responder esta pregunta.

7.7. *Emprender es una buena opción profesional*

En términos generales, la población de personas en Cantabria que considera que el emprendimiento es una buena opción profesional ha disminuido ligeramente en el año 2012, especialmente en el grupo de personas involucradas (Figura 7.6.). Con estos resultados nos situamos nuevamente por debajo de la media nacional donde el 63,6% de la población lo considera una buena opción. Dada la

actual situación de crisis y ante las cifras de paro existentes en la región, fomentar el emprendimiento y mejorar la percepción del mismo en la población es una necesidad.

Figura 7.5.
Evolución de la población cántabra que opina que la sociedad cántabra prefiere una distribución desigual de la renta, evidenciando así su espíritu más competitivo

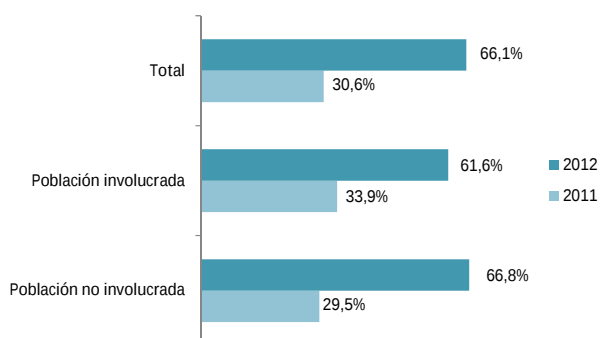
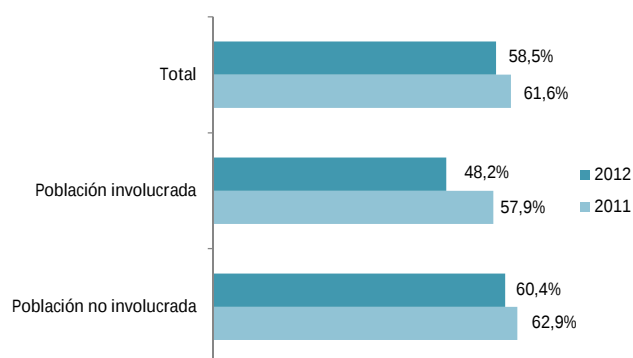


Figura 7.6.
Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria se considera que emprender es una buena opción profesional



7.8. *Emprendimiento de éxito y buen estatus social y económico*

Pese a los resultados del apartado anterior, en el año 2012 se percibe un aumento del porcentaje de población que piensa que en Cantabria el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor.

Este resultado contrasta con la evolución nacional en la que se ha detectado una disminución del porcentaje.

7.9. *Los medios de comunicación y el emprendimiento*

En apartados anteriores se hizo patente la importancia de las redes emprendedoras como elementos que fomentan la creación de nuevos negocios. En relación con este fenómeno, la comunicación se presenta como otro factor clave y, por lo tanto, la labor de los medios de comunicación cántabros es fundamental. Desafortunadamente, los datos (Figura 7.8.) muestran un importante retroceso entre el año 2011 y 2012.

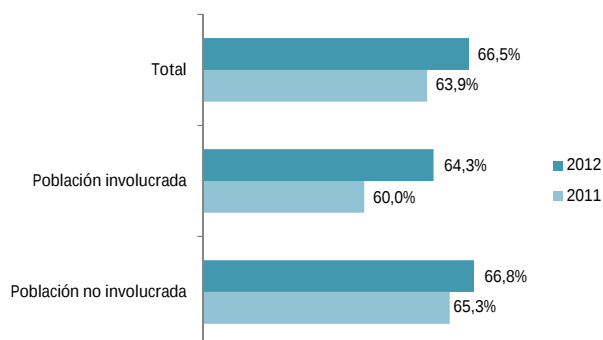
El porcentaje que piensa que los medios de comunicación cántabros están realizando una labor comunicativa adecuada ha disminuido alrededor de 5 puntos porcentuales en la población no

involucrada mientras que se mantiene en la involucrada. Este resultado es muy negativo ya que los medios de comunicación tendrían que contribuir al asentamiento de la cultura emprendedora tan necesaria en estos momentos.

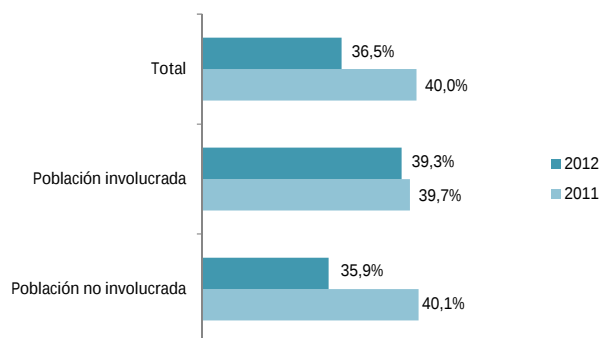
Sin embargo a nivel nacional la situación es bien diferente, ya que el 63,7% de la población encuestada cree que los medios en España difunden historias y noticias sobre emprendimiento, con el consecuente efecto positivo sobre la población.

Figura 7.7.

Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria, el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor

**Figura 7.8.**

Evolución de la población cántabra que piensa que, en Cantabria, los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito

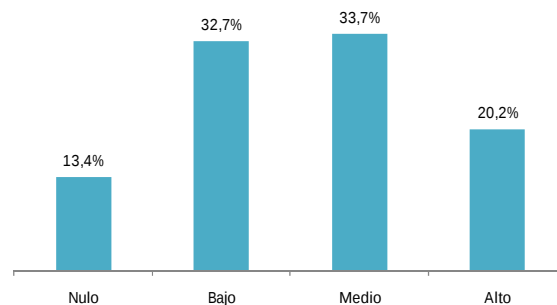


7.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

GEM confecciona un índice que se aplica a la población para disponer de una medida del trasfondo cultural de apoyo al emprendimiento que hay en cada sociedad. Los resultados para Cantabria en el año 2012 señalan que nuestra población tiende ligeramente a apoyarla cultura emprendedora más que a no hacerlo, aunque la diferencia es escasa (Figura 7.9.). Teniendo por tanto una situación muy similar, aunque ligeramente inferior, a la nacional donde el 35,7% de los encuestados cree que el apoyo es medio y el 25,3% lo considera alto.

Figura 7.9.

Distribución de la población cántabra de 18-64 años en función de su grado de apoyo a la cultura emprendedora (2012)



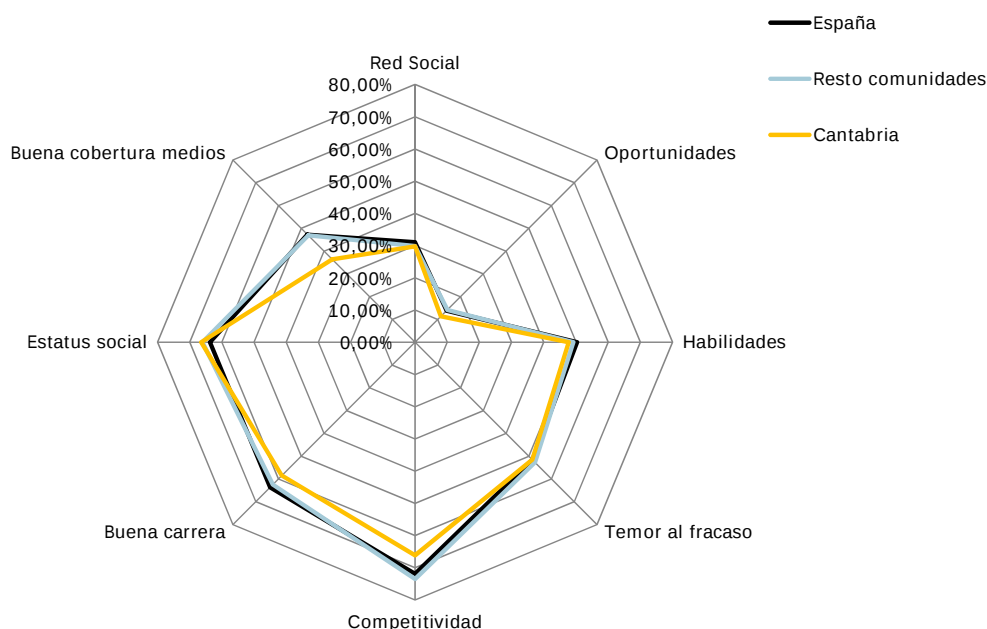
7.11. Posicionamiento de Cantabria en el contexto español acerca de la prevalencia de cultura, valores, percepciones y actitud emprendedora de la población

Al comparar la prevalencia de valores, percepciones, actitudes y elementos de apoyo a la cultura emprendedora en la población cántabra con la media de España y del resto de comunidades autónomas, se advierte que las cargas porcentuales son extremadamente similares. No obstante, la población cántabra afirma en mayor proporción

que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor. Por otro lado, el porcentaje es menor en lo referido a la preferencia por una sociedad más competitiva y a la percepción de una buena cobertura por parte de los medios de comunicación (Figura 7.10.).

Figura 7.10.

Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población: comparación de la prevalencia en la población cántabra, española y el promedio del resto de comunidades españolas



7.12. La opinión de los expertos GEM España acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población

De forma paralela a la realización de encuestas a la población cántabra de 18-64 años, se procedió a consultar a expertos en emprendimiento para que aportaran su opinión sobre la situación del emprendimiento en la región.

Es curioso observar que la opinión de éstos, en muchos casos, no coincide con la opinión de la población encuestada. Así, los expertos son más optimistas y consideran que las oportunidades para emprender han aumentado en los últimos cinco años. En la primera parte de la Tabla 7.1. se puede ver cómo han mejorado las valoraciones en todos los apartados con respecto a las del año anterior, aunque su puntuación continua siendo menor de 3 sobre 5 en todos los casos.

En el segundo bloque de la tabla, coincidiendo con la opinión de la población expresada en apartados anteriores, la valoración de los expertos en relación a la capacidad emprendedora de la población cántabra se ha reducido, mejorando únicamente su percepción sobre la capacidad de la población para

responder rápidamente a la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan.

En lo referente a los mecanismos de motivación, los expertos consideran que los empresarios de éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social (coincidiendo con la opinión de los encuestados previamente), y que son considerados gente competente e ingeniosa. Por otro lado, a diferencia de la opinión general, consideran que los medios de comunicación sí difunden noticias sobre empresarios de éxito.

Por último, los expertos manifiestan que las normas sociales y culturales existentes en Cantabria no son las idóneas para fomentar e impulsar los valores emprendedores en la población cántabra. Ésta es por lo tanto una mejora a realizar en la sociedad cántabra mediante mecanismos de formación y concienciación.

Tabla 7.1.
Evolución temporal de las valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales

Oportunidades en Cantabria:	2012	2011	
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,59	2,39	Mejora
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,33	2,36	Empeora
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,58	2,2	Mejora
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,06	1,92	Mejora
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,47	2,22	Mejora
Capacidad emprendedora en Cantabria:	2012	2011	
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,61	2,5	Empeora
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,33	2,58	Empeora
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,06	2,53	Empeora
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,24	2,17	Mejora
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,09	2,14	Empeora
Mecanismos de motivación en Cantabria:	2012	2011	
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,62	3,47	Empeora
Convertirse en empresario es una opción profesional deseada por mucha gente	2,56	3,31	Empeora
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,53	3,22	Mejora
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	2,82	2,72	Mejora
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,03	2,92	Mejora
Normas sociales y culturales	2012	2011	
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	2,79	-	-
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,41	-	-
Las normas sociales y culturales estimulan la toma de riesgo empresarial.	2,12	-	-
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,29	-	-
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,65	-	-

7.13. Posicionamiento de Cantabria en el ámbito nacional e internacional con respecto a las variables relacionadas con las oportunidades para emprender

En el ámbito nacional e internacional, la posición de Cantabria varía en función de la variable analizada en el año 2012. Así, Cantabria ocupa una posición muy desfavorable en lo referido a la cantidad y calidad de las oportunidades existentes para la creación de empresas, tanto a nivel nacional (Figura 7.11) como a nivel internacional (Figura 7.15).

Por otro lado, la región ocupa una posición intermedia en otras dos variables referidas al nivel de preparación de la población para emprender (Figuras 7.12 y 7.16), así como en lo referido al reconocimiento y prestigio que se otorga a los empresarios de éxito (Figuras 7.13 y 7.17). En este

último caso, además, Cantabria se sitúa por encima de la media nacional.

Por último, Cantabria ocupa una posición excelente en lo referido al apoyo y valor que conceden las normas sociales y la cultura al éxito individual. En la comparativa nacional (Figura 7.14), Cantabria comparte la primera posición junto con Galicia. A nivel internacional se sitúa en un quinto lugar por encima de la media de España (Figura 7.18).

Figura 7.11.

Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas en las Comunidades Autónomas

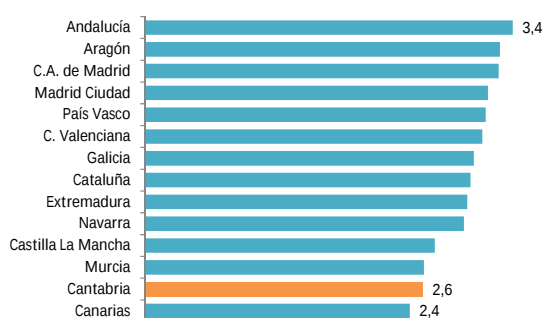


Figura 7.12.

Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay mucha gente que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio en las Comunidades Autónomas

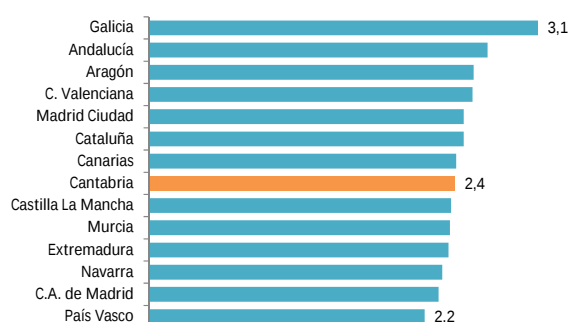


Figura 7.13.

Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social en las Comunidades Autónomas

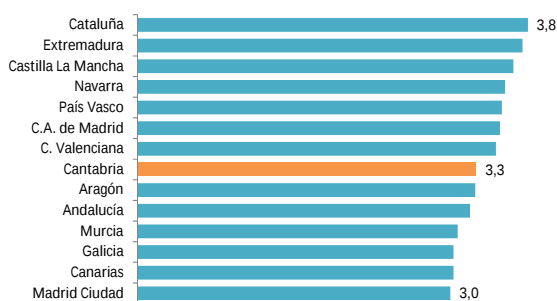


Figura 7.14.

Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal en las Comunidades Autónomas

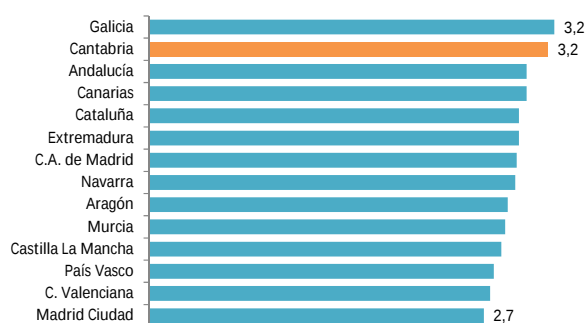


Figura 7.15.
Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas en países del entorno UE-GEM 2012

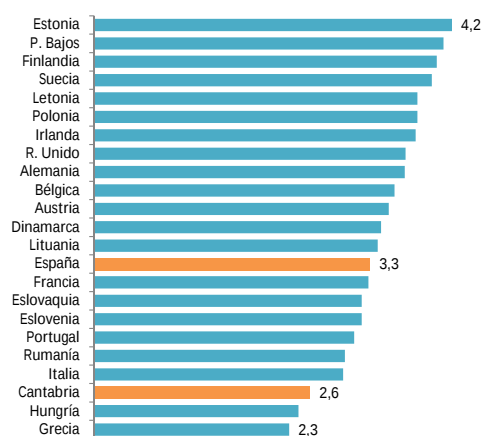


Figura 7.16.
Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay mucha gente que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio en países del entorno UE-GEM 2012

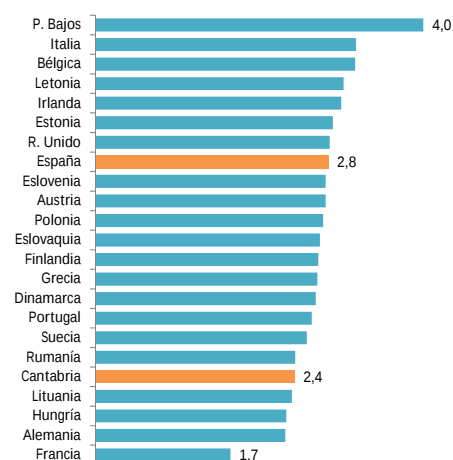


Figura 7.17.
Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social en países del entorno UE-GEM 2012

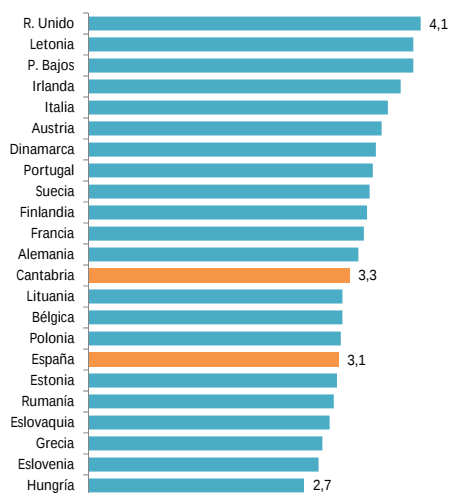
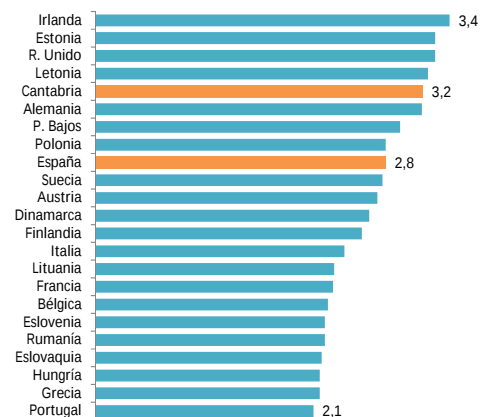


Figura 7.18.
Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal en países del entorno UE-GEM 2012



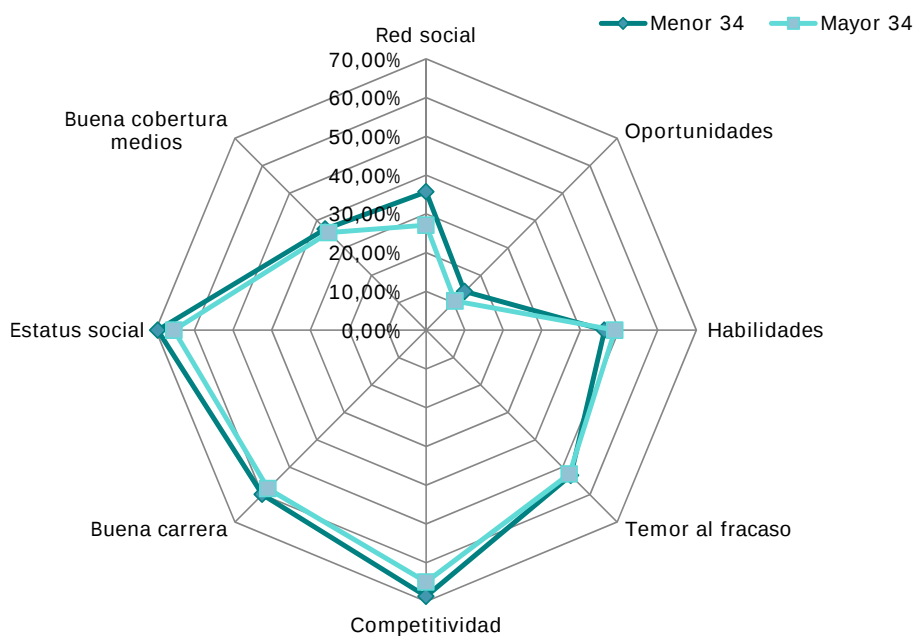
7.14. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven

Dada la preocupante situación actual en la que el paro juvenil es uno de los mayores problemas de la sociedad española y, en concreto, de la cántabra, se ha considerado interesante analizar si existen entre el colectivo más joven (representado por personas de entre 18 y 34 años) y el resto de adultos (de entre 35 y 64 años de edad).

El resultado de este análisis (Figura 7.19.) muestra que la población joven, en términos generales, valora los

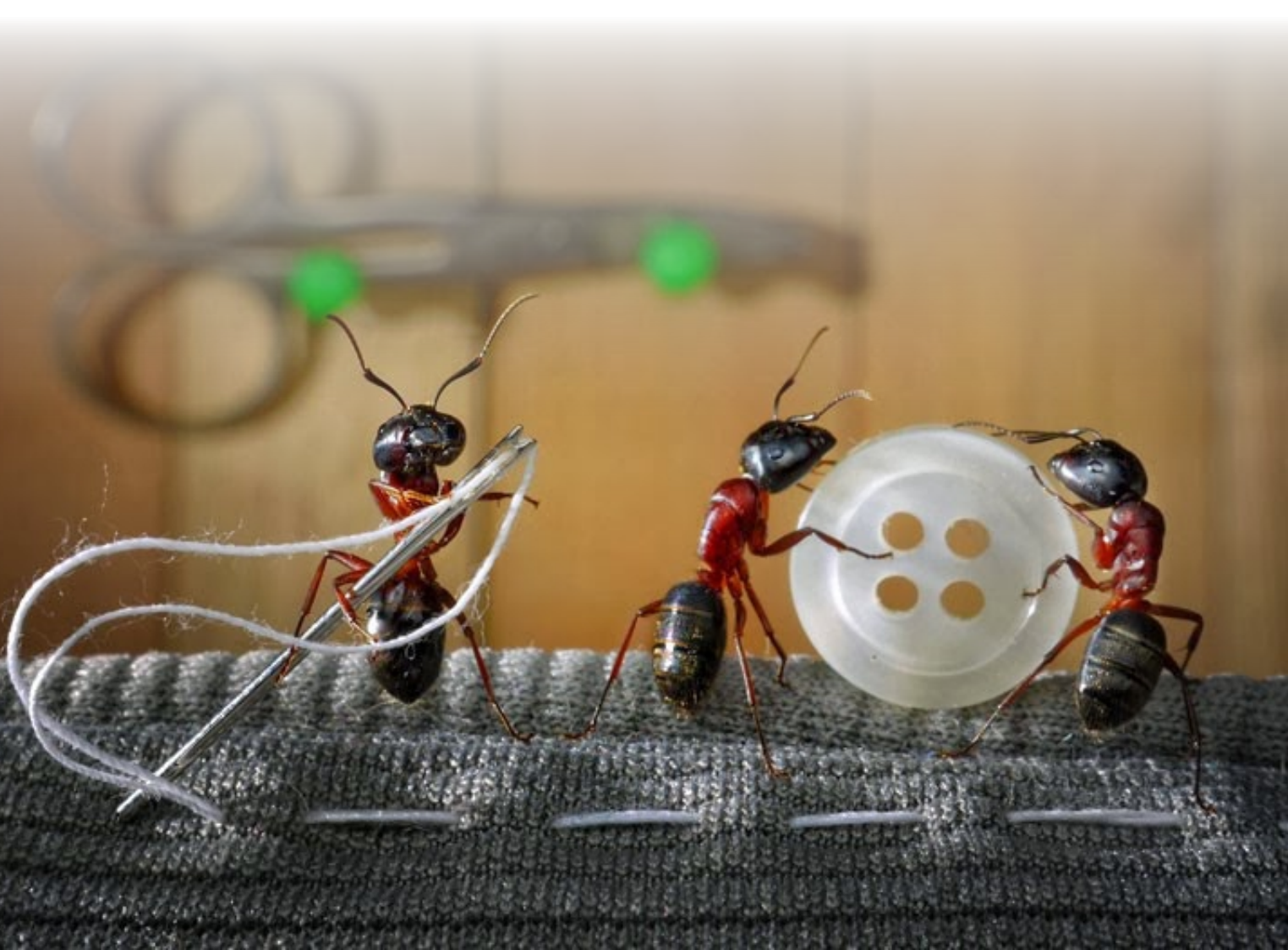
diferentes factores de forma muy similar a la población adulta. No obstante, se perciben algunas diferencias. Por ejemplo, los jóvenes consideran que existen más oportunidades para emprender y creen que la sociedad es más competitiva. Por el contrario, la prevalencia de habilidades necesarias para poner en marcha pequeños negocios es inferior, la de temor al fracaso algo mayor y la de considerar el emprendimiento como una buena carrera profesional queda algo por encima de la tasa de la población de 35-64 años.

Figura 7.19.
Prevalencia de valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y su comparación la población de 35 a 64 años de edad





Capítulo 8:
*Análisis general del entorno en que se
desarrolla la actividad emprendedora
en Cantabria en el 2012*



Capítulo 8: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en Cantabria en el 2012

8.1. Introducción

Puesto que el entorno es variable clave que condiciona la puesta en marcha de una empresa y su consolidación, el Observatorio GEM incorpora en su modelo una serie de factores del entorno que condicionan el desarrollo de la actividad emprendedora. Estos factores son:

- El apoyo financiero (la disponibilidad de recursos financieros propios, y deuda, para empresas nuevas y emergentes, huyendo ayudas y subsidios).
- Las políticas gubernamentales (en el sentido de que el nivel impositivo, las normativas y su aplicación son centrales y/o si estas políticas las disuaden o fomentan).
- Los programas gubernamentales (la presencia de programas directos para ayudar a las empresas nuevas y en consolidación a todos los niveles, nacional, regional, y municipal).
- La educación y formación (la formación en la creación y gestión de pequeñas y nuevas empresas depende del sistema formativo y educativo y de la calidad relevancia e intensidad de dicha educación y formación).
- La transferencia de la investigación y el desarrollo (en el sentido de que la investigación nacional y el desarrollo lleva a nuevas oportunidades comerciales).
- La infraestructura comercial y profesional (la influencia de los servicios comerciales contables o legales y de las instituciones que permiten la promoción de empresas nuevas pequeñas o en crecimiento).
- La apertura de mercados y barreras a la entrada (en la medida en que los acuerdos comerciales les impide someterse a constantes cambios y re-despliegue, impidiendo las empresas nuevas y en crecimiento de la competencia y la sustitución de los proveedores existentes, subcontratistas y consultores).
- El acceso a infraestructura física (acceso a recursos físicos, comunicación, instalaciones, transporte, terreno, espacio, a un precio que no discrimine a las empresas nuevas, pequeñas o en crecimiento).
- Las normas sociales y culturales (en relación con la existencia de normas que fomenten o no disuadan las acciones individuales que supongan nuevas maneras de realizar negocios o actividades económicas y en consecuencia, lleven a una mayor extensión de la riqueza y los ingresos).

La metodología utilizada es la realización de un panel de expertos. Se les ha pedido a 36 profesionales y empresarios, elegidos por su experiencia y conocimientos sobre estos factores, que valoren una serie de afirmaciones sobre las condiciones del entorno expresadas con una escala Likert de 1 a 5 (donde 1 corresponde a completamente falso y 5 a completamente verdadero). Asimismo, se les ha pedido que identifiquen tres elementos que favorecen las iniciativas emprendedoras, tres elementos que las impiden o frenan y tres posibles medidas políticas que pudieran incrementar la actividad emprendedora en la región.

Este capítulo está estructurado en tres partes. En la primera, se muestra el resultado del análisis del estado medio general de las condiciones del entorno de Cantabria para emprender, los obstáculos, los apoyos y las recomendaciones para el fomento del emprendimiento. A continuación se detalla la opinión de los expertos relativa a los mencionados factores y, finalmente, se analiza la posición de Cantabria en comparación con el resto de las Comunidades Autónomas.

8.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender

En la Tabla 8.1. se observan las valoraciones medias de las condiciones del entorno para el año 2012. Como factores mejor valorados se encuentran el acceso a la infraestructura física, el apoyo a la mujer y el interés por la innovación desde el punto de vista del consumidor.

Dado que las valoraciones se realizan en base a una escala de cinco puntos, todas aquellas

condiciones situadas por debajo de 2,5 no se encuentran en una situación deseable. En el año 2012, cinco factores se encuentran por debajo de ese límite. Estos son la educación emprendedora, la financiación, la política fiscal y burocrática, las barreras del mercado interno y, las políticas, prioridad y apoyo.

Tabla 8.1.
Valoración media de las condiciones de entorno para emprender

Valoración media de las condiciones del entorno según los expertos	CANTABRIA	
	2012	2011
Infraestructura física	3,51	3,57
Apoyo mujer emprendedora	3,14	3,14
Innovación (consumidor)	3,12	3,38
Programas gubernamentales	2,93	2,69
Dinámica mercado interno	2,88	2,47
Apoyo alto crecimiento	2,87	2,61
Innovación (empresario)	2,71	3,08
Educación Emprendedora post escolar	2,57	2,62
Propiedad intelectual	2,57	2,73
Infraestructura comercial	2,56	2,8
Transferencia I+D	2,5	2,51
Políticas, prioridad y apoyo	2,42	2,32
Barreras mercado interno	2,41	2,5
Política fiscal y burocracia	2,12	2,58
Financiación	1,8	2,21
Educación Emprendedora escolar	1,66	1,91

En la Tabla 8.2. se muestran los obstáculos al emprendimiento comparados con el año 2011, tanto para Cantabria como para España. El apoyo financiero es el principal obstáculo y, además, el porcentaje de expertos que lo consideran como tal ha aumentado. Con respecto al año 2011, además del apoyo financiero, otros seis obstáculos han aumentado su presencia en las respuestas: la capacidad emprendedora, la transferencia de I+D, la infraestructura comercial y profesional, el estado

del mercado laboral, la composición percibida de la población y el acceso a las infraestructuras físicas.

En términos generales, tanto en Cantabria como en España, el apoyo financiero y las políticas gubernamentales son los obstáculos más importantes. En el caso del apoyo financiero, éste obstáculo es mucho mayor en el caso regional mientras que las políticas gubernamentales obtienen un mayor porcentaje en el ámbito nacional.

Tabla 8.2.
Los obstáculos al emprendimiento

Factores del entorno que obstaculizan la actividad emprendedora (porcentaje de respuestas)	RANKING CANTABRIA			RANKING ESPAÑA		
	2012	2012	2011	2012	2012	2011
Apoyo financiero	76,5	1	1	74,3	1	1
Políticas gubernamentales	38,2	2	2	54,3	2	2
Capacidad emprendedora	38,2	2	7	5,7	6	6
Normas sociales y culturales	32,4	3	4	51,4	3	3
Transferencia de I+D	23,5	4	9	2,9	7	6
Infraestructura comercial y profesional	17,6	5	8	2,9	7	7
Ambiente económico	14,7	6	3	31,4	4	4
Estado del mercado laboral	8,8	7	8	2,9	7	8
Composición percibida de la población	8,8	7	9	0,0	8	9
Contexto político, social e intelectual	5,9	8	7	2,9	7	9
Educación y formación	2,9	9	5	28,6	5	5
Acceso a las infraestructuras físicas	2,9	9	10	0,0	8	9
Acceso al mercado, barreras	2,9	9	7	2,9	7	8
Programas gubernamentales	0,0	10	6	2,9	7	8

La Tabla 8.3. muestra los factores que favorecen la actividad emprendedora. Entre los factores que más favorecen se encuentran la educación y formación, el estado del mercado de trabajo y la capacidad emprendedora. A nivel nacional, sin embargo, los factores más valorados son la capacidad emprendedora, el ambiente económico y las políticas gubernamentales.

Por el contrario, los factores que menos favorecen a nivel regional son el acceso a las infraestructuras físicas, la composición percibida de la población y las barreras de acceso al mercado existentes. En lo referido a los factores que promueven la actividad emprendedora los que más destacan sobre el resto son: el apoyo financiero, las políticas y programas gubernamentales, y la capacidad emprendedora (ver Tabla 8.4.).

Tabla 8.3.
Factores que favorecen la actividad emprendedora

Factores del entorno que facilitan la actividad emprendedora (porcentaje de respuestas)	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2012	2012	2011	2012	2012	2011
Educación y formación	33,3	1	3	28,6	3	4
Estado del mercado laboral	33,3	1	1	28,6	3	1
Capacidad emprendedora	30,0	2	2	42,9	1	3
Ambiente económico	26,7	3	2	42,9	1	6
Políticas gubernamentales	23,3	4	4	31,4	2	5
Contexto político, social e intelectual	20,0	5	8	2,9	8	7
Programas gubernamentales	16,7	6	1	20,0	5	2
Transferencia de I+D	16,7	6	5	14,3	6	6
Apoyo financiero	13,3	7	5	0,0	9	4
Infraestructura comercial y profesional	13,3	7	6	5,7	7	7
Normas sociales y culturales	13,3	7	4	22,9	4	5
Acceso al mercado, barreras	10,0	8	7	5,7	7	7
Composición percibida de la población	6,70	9	7	2,9	8	7

Tabla 8.4.
Factores que promueven la actividad emprendedora

Recomendaciones que pueden favorecer el emprendimiento (porcentaje de respuestas)	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2012	2012	2011	2012	2012	2011
Apoyo financiero	64,5	1	1	31,4	3	2
Políticas gubernamentales	51,6	2	2	60,0	1	1
Programas gubernamentales	48,4	3	3	31,4	3	4
Capacidad emprendedora	12,9	4	5	14,3	6	6
Estado del mercado laboral	12,9	4	4	2,9	8	8
Educación y formación	6,5	5	2	51,4	2	3
Transferencia de I+D	6,5	5	6	5,7	7	5
Infraestructura comercial y profesional	6,5	5	7	20,0	4	8
Acceso a las infraestructuras físicas	6,5	5	7	0,0	9	5
Normas sociales y culturales	6,5	5	5	17,1	5	4
Acceso al mercado, barreras	3,2	6	7	2,9	8	7
Ambiente económico	3,2	6	8	2,9	8	8
Contexto político, social e intelectual	3,2	6	6	5,7	7	8
Composición percibida de la población	0,0	7	9	0,0	9	8

8.3. Las opiniones facilitadas: hablan los expertos

La tarea del análisis de los resultados derivados de las respuestas de los expertos a las preguntas abiertas no está exenta de cierta dificultad debido a su heterogeneidad. Por este motivo, hemos considerado pertinente presentar las respuestas literales agrupadas según su naturaleza. El orden de las mismas no tiene ningún significado en cuanto a su importancia¹.

8.3.1. Los obstáculos, tal y como han sido citados por los expertos

- Problemas de financiación. Los emprendedores no disponen de suficiente capital propio para financiar sus empresas, por eso es necesaria la financiación externa. Sin embargo, se percibe que la financiación existente es escasa y de difícil acceso. El acceso al crédito bancario está muy restringido y, además, no se fomentan otras alternativas de financiación diferentes a los

bancos (de carácter menos formal) que incentiven la incorporación de jóvenes y empresas de reciente creación al mercado.

- Apoyo institucional escaso y poco eficaz. Tanto las ayudas y subvenciones públicas de financiación, como las políticas gubernamentales destinadas a fomentar el emprendimiento, son escasas y poco eficaces. Además, la administración no sólo no favorece sino que, en ocasiones, entorpece el proceso de emprendimiento (impuestos, cotizaciones, regulaciones...).
- Excesiva burocracia. El número de trámites a realizar y el tiempo que conlleva realizarlos, dilata los procesos emprendedores, especialmente en las fases iniciales. Esto provoca desánimo en los emprendedores e incluso puede suponer la pérdida de oportunidades si las iniciativas emprendedoras han de implementarse rápidamente.
- Situación económica negativa. La actual crisis económica crea un entorno de incertidumbre que, a su vez, genera falta de confianza, miedo a emprender y falta de optimismo de cara al futuro. Además, la situación

¹El equipo de investigación recoge las respuestas sin ningún tipo de valoración puesto que se trata de opiniones. Ahora bien, recogen matices que consideramos de utilidad para los distintos agentes económicos y enriquecen el análisis incorporando algunos aspectos personales de los encuestados.

económica global ha provocado un estancamiento en el consumo interno.

- Escasa formación emprendedora. La formación sobre el emprendimiento y las habilidades y competencias para desarrollarlo es muy escasa, tanto en la educación universitaria, como en la secundaria y la primaria. Además la formación que existe debería ser más práctica y orientada de forma efectiva al emprendimiento. También es escasa la formación en idiomas y en TICs.
- Percepción social del emprendedor. Existe una falta de apoyo a la figura del emprendedor e incluso una connotación negativa sobre sus capacidades innovadoras. La motivación a los emprendedores es escasa. Se fomenta la política del funcionariado y de la minimización del riesgo.
- Actitud del emprendedor. Ante la ausencia de cultura emprendedora, son muchos los emprendedores que no confían en la prosperidad de su propio negocio influenciados en parte, por la percepción que de ellos tiene el entorno. El miedo al fracaso es una importante barrera que frena las iniciativas emprendedoras. Todo ello son miedos irracionales fomentados por el sistema familiar, educativo y social en cuanto al éxito y al fracaso.
- Escasa innovación. A pesar de que las épocas de crisis suelen generarse nuevas ideas se detecta una escasez de ideas innovadoras.

8.3.2. Los apoyos, tal y como han sido citados por los expertos

- Actividades emergentes. Actualmente están surgiendo nuevas actividades empresariales en las que apenas hay competencia, permitiendo el emprendimiento.
- Emprendimiento por necesidad. La actual situación de crisis económica y falta de empleo por cuenta ajena, está fomentando el emprendimiento como alternativa a la situación de desempleo.
- Formación. Cada vez existen más programas de formación para emprendedores promovidos no sólo desde las universidades sino también a través de los organismos e instituciones públicas.
- Políticas públicas de fomento. Existe un mayor nivel de concienciación por parte de la administración sobre la necesidad de fomentar el emprendimiento. Por ello, se están desarrollando políticas gubernamentales dedicadas a dar apoyo financiero y servicios de asesoramiento a los emprendedores.
- Creación de viveros de empresas. El número de viveros o incubadoras de empresas cada vez es mayor. Desde ellos las empresas reciben asesoramiento y ayuda para desarrollar su negocio, sobre todo durante las primeras etapas del mismo.
- Ayudas a la financiación. Además de las ayudas gubernamentales antes comentadas, es muy importante también el apoyo que los emprendedores reciben de sus familiares y conocidos. También se están desarrollando de forma discreta los microcréditos.
- Capitalización de la prestación por desempleo. Ésta es, actualmente, la mejor forma de financiación y fomento del emprendimiento entre los desempleados.
- Formación. En la formación universitaria se están implantando asignaturas de emprendimiento y de análisis de coste-beneficio, contabilidad y finanzas. Todas ellas son asignaturas necesarias para la base que se refuerzan con asignaturas sobre emprendimiento y nuevos mercados.
- Actitud. La juventud española se caracteriza por tener un nivel educativo muy alto, es decir, se dispone de capital humano con elevada cualificación. Además, se percibe el inicio de un cambio en la mentalidad, sobre todo entre los jóvenes, y un aumento de la autoconfianza en una pequeña parte de la población.
- Nuevas tecnologías. El desarrollo de las nuevas tecnologías aporta nuevas oportunidades de negocio y la posibilidad de simplificar el proceso emprendedor.
- Simplificación de los trámites administrativos necesarios para la creación de un nuevo negocio.
- Mejora de las infraestructuras. Se han realizado mejoras en las infraestructuras viarias y portuarias que favorecen la comunicación de la región y fomentan su competitividad.
- Emprendedor vocacional.

8.3.3. Las recomendaciones, tal y como han sido citadas por los expertos

- Facilitar el acceso a la financiación. Que exista más financiación y que el proceso para obtenerla sea más ágil. Que se pongan en marcha medidas públicas para acceder a financiación bancaria. Por ejemplo, convertir las ayudas al autoempleo regionales en avales para que los emprendedores tengan una garantía real con la que acceder a préstamos bancarios.
- Creación de entidades financieras de inversión, el sistema español está plagado de entidades financieras comerciales y no de entidades financieras de inversión que no se dediquen a la banca comercial.
- Fomentar la formación del emprendedor en todas las etapas educativas. Proveer una formación completa que ayude a desarrollar las habilidades personales de los emprendedores, su afectividad, el autoconocimiento, la asertividad y el manejo de las relaciones interpersonales. Incrementar las acciones formativas y el espíritu / cultura emprendedora en toda la sociedad, reforzando edades tempranas como emprendedores del mañana (aprender a transmitir que una iniciativa empresarial fallida es también una oportunidad de aprender de los errores y no un fracaso). Impulso decidido de Programas anuales de Educación Emprendedora en todas las etapas educativas
- Fomentar la sensibilidad hacia el emprendimiento, promoviendo un cambio cultural. Cultivar el espíritu emprendedor desde la infancia. Fomentar una actitud positiva hacia la figura del emprendedor.
- Estabilización macroeconómica y la generación de expectativas positivas mediante políticas económicas adecuadas que influyan en el consumo; si existen ideas y se ponen en marcha pero el mercado es exiguo la idea no prospera.
- Aumentar el número de subvenciones y ayudas públicas para empresas nuevas y en crecimiento. Crear un mapa público de oportunidades a nivel regional y local.
- Desarrollar un Plan Regional de Emprendimiento con el compromiso total del Gobierno de Cantabria. Creación de una Red que coordine la actuación de todos los agentes de emprendimiento en Cantabria.
- Modificar las políticas fiscales. Mejor tratamiento tributario. Bonificaciones en la seguridad social durante los primeros años. Reducción sustancial de los impuestos que han de pagarse en el inicio y primeros años de explotación de una actividad. Menor presión impositiva para empresas de reciente creación y en ningún caso adelanto de impuestos de facturas aún no cobradas.
- Agilizar los trámites administrativos y abaratarlos. Reducir los costes de licencias, burocracia, centralización para los registros etc. En general, reducir la burocracia. Facilitar el acceso de las empresas de reciente creación a licitaciones públicas (solvenencias económicas y técnicas no asumibles).
- Eliminar las barreras legislativas autonómicas. Fomentar la colaboración con otras comunidades autónomas.
- Obligación por parte de los órganos públicos de dotar de suficientes espacios asequibles y accesibles para aquellos emprendedores que lo requieran dentro de los parques tecnológicos y empresariales de manera que su actividad pueda concentrarse en zonas determinadas dotadas de servicios y comunicaciones adecuados y situadas próximas a sus futuros clientes. Gratuidad de locales para emprender. Suelo industrial gratis para emprendedores.
- Fomentar la colaboración entre emprendedores y empresas. Desarrollar espacios de co-working. Implementar medidas que favorezcan la innovación y la internacionalización de las empresas. Más acceso al know-how y a la tecnología.
- Fomentar la celebración de cursos, seminarios, ferias y convenciones donde se lleve a cabo el intercambio de ideas. Igualmente celebrar eventos informales mensuales, por ejemplo, para la presentación de proyectos en busca de financiación en los que participen Business Angels.
- Incentivar el emprendimiento mediante la reducción de la cuota de autónomos para los jóvenes.
- Fomentar el desarrollo de nuevas actividades económicas como las energías renovables.
- Aumentar el número de viveros e incubadoras para empresas. Mejorar el asesoramiento a la hora de poner en marcha un negocio. Realizar una evaluación y un seguimiento del emprendedor en los

primeros tres años de funcionamiento con el fin de ayudar a mantener su proyecto a la vez que se implantan en la nueva empresa medidas de mejora competitiva (nuevas tecnologías, acciones de innovación, responsabilidad social,...).

- Fomentar una actitud de lucha, trabajo y esfuerzo. Estimular la capacidad de

pensamiento, donde se conformen maneras diferentes de afrontar el entendimiento y la cooperación de los jóvenes, futuros emprendedores.

8.4. Información detallada relativa a las condiciones del entorno

En este apartado se comenta brevemente la valoración media dada por los expertos a cada uno de los apartados sobre el entorno.

- **Financiación:** al igual que en el año 2011, en Cantabria no se percibe la existencia de suficiente financiación para el emprendimiento. De hecho, la situación ha empeorado en algunos aspectos como el acceso al crédito.
- **Políticas gubernamentales:** se perciben muchas dificultades en este aspecto, tanto por la dificultad de los trámites como por el tiempo que tiene que invertir un emprendedor para realizarlos. Además, no se percibe un apoyo claro y contundente desde la política gubernamental que, además, varía constantemente y no es coherente en el tiempo. Únicamente se percibe cierta mejora en la política autonómica.
- **Programas gubernamentales:** la situación de los programas gubernamentales ha mejorado ligeramente respecto al año anterior. Es cierto que existen ciertas facilidades y mecanismos orientados al emprendedor, pero éstos no son siempre lo efectivos que deberían ser y, por lo tanto, han de mejorarse.
- **Educación y formación:** el estado de la educación y de la formación en materia de emprendimiento empeora en todos los niveles (primaria, secundaria, formación profesional y universidad). Al igual que en años anteriores, sigue existiendo una carencia en el fomento del espíritu emprendedor y en la enseñanza de las bases de creación de empresas.
- **Transferencia de I+D:** la situación de la transferencia de I+D es bastante estable en comparación con el año 2011. Sin embargo, empeora en un par de puntos. En primer lugar, se percibe que no se produce transferencia del conocimiento desde las universidades al entramado empresarial. Y, en segundo lugar, se detecta que las empresas de nuevo creación no pueden acceder a la tecnología y al conocimiento como otras empresas ya establecidas.
- **Acceso a la infraestructura comercial y de servicios:** aunque se confirma la existencia de un número suficiente de proveedores, consultores y subcontratistas para cubrir la necesidad de las empresas de nueva creación, se considera que éstas lo tienen difícil para acceder a ellos y, en ocasiones, no pueden permitírselo económicamente hablando.
- **Apertura de mercado interno:** en el año 2012 se aprecia una ligera mejora en la estabilidad del mercado de bienes y servicios (consumidor y empresa), sin embargo el acceso de nuevas empresas a ese mercado se ve obstaculizado por los elevados costes de entrada existente y por las barreras que crean las empresas ya establecidas.
- **Infraestructura física, estado y acceso:** la infraestructura existente permite el acceso rápido a los servicios básicos y a las telecomunicaciones. Además, se considera que los costes son asumibles por parte de la empresa. En general, respecto al año anterior, la situación mejora ligeramente.
- **Normas sociales y culturales:** el papel del individuo como emprendedor ni se fomenta ni se castiga por las normas sociales. Sin embargo, hay carencias en el fomento de la autosuficiencia, la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos.
- **Legislación y estado de registros, patentes y similares:** aunque se acepta y respeta la propiedad de los inversores, la legislación referente a la protección industrial ha de ser

mejorada puesto que actualmente es engorrosa y no asegura el cumplimiento de su objetivo.

- **Apoyo a la mujer emprendedora:** en términos generales la situación continua como el año anterior y, el apoyo a la mujer emprendedora sigue vigente. No obstante, se considera que no existen suficientes mecanismos para permitir a la mujer compaginar el emprendimiento y la vida familiar.
- **Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo:** se considera que no hay suficientes políticas de apoyo a empresas de alto potencial de crecimiento.
- **Interés por la innovación:** a pesar de que el interés por la innovación es alto tanto para

las empresas como para los consumidores, se detecta que las empresas consolidadas no están abiertas a la implementación de innovaciones en sus procesos.

- **Emprendimiento y relaciones profesionales:** los empresarios son conscientes de la importancia y beneficios que pueden derivarse de la colaboración, al igual que las administraciones públicas. Sin embargo, la colaboración aún debe fomentarse ya a través de la formación.
- **Emprendimiento y jóvenes:** en general, los jóvenes disponen de las mismas medidas y mecanismo que los emprendedores adultos para iniciarse en el mundo del emprendimiento. Sin embargo, por desgracia, muchos de ellos lo hacen por necesidad.

Financiación		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.	1	Falso, empeora
Hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	Más bien falso, estable
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	Más bien falso, estable
Hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	2	Más bien falso, estable
Hay suficientes medios de financiación crediticia para las empresas nuevas y en crecimiento.	1	Falso, empeora
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	2	Más bien falso, estable
Políticas gubernamentales		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana.	2	Más bien falso, empeora
Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2	Más bien falso, estable
Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).	2	Más bien falso, estable
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad.	2	Más bien falso, estable
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.	2	Más bien falso, estable
Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	2	Más bien falso, empeora
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	3	Ni cierto ni falso, mejora

Programas gubernamentales		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	3	Ni cierto ni falso, mejora
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2	Más bien falso, empeora
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	3	Ni cierto ni falso, mejora
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público. (Ventanilla única).	3	Ni cierto ni falso, estable
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3	Ni cierto ni falso, estable
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	3,5	Más bien cierto, mejora
Educación y formación		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1	Falso, empeora
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2	Más bien falso, estable
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	1,5	Más bien falso, empeora
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2	Más bien falso, empeora
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2	Más bien falso, empeora
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3	Ni cierto ni falso, estable
Transferencia de I+D		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2	Más bien falso, estable
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2	Más bien falso, estable
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2	Más bien falso, estable
Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,5	Más bien falso, empeora
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2	Más bien falso, empeora
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	4	Más bien cierto, estable

Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	2	Más bien falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	3	Ni cierto ni falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3	Ni cierto ni falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).	2	Más bien falso, empeora
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	4	Más bien cierto, mejora
Apertura de mercado interno		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	3	Ni cierto ni falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2	Más bien falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2	Más bien falso, estable
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	3	Ni cierto ni falso, mejora
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2	Más bien falso, empeora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2	Más bien falso, estable
Infraestructura Física, Estado y Acceso		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc).	4	Más bien cierto, estable
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	4	Más bien cierto, estable
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc) en aproximadamente un mes.	4	Más bien cierto, estable
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	4	Más bien cierto, estable
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	4	Más bien cierto, estable
Normas Sociales y Culturales		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2	Más bien falso, empeora
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	3	Ni cierto ni falso, mejora
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2	Más bien falso, estable

Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2	Más bien falso, estable
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3	Ni cierto ni falso, estable

Legislación y estado de registros, patentes y similares

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	2	Más bien falso, estable
Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	3	Ni cierto ni falso, estable
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2	Más bien falso, estable
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa y comprensible.	2	Más bien falso, empeora
Se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	4	Más bien cierto, mejora

Apoyo a la mujer emprendedora

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2	Más bien falso, empeora
Se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	3	Ni cierto ni falso, estable
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3	Ni cierto ni falso, empeora
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	4	Más bien cierto, mejora
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	5	Cierto, estable

Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3	Ni cierto ni falso, estable
Existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	2	Más bien falso, estable
En las políticas gubernamentales el apoyo a las empresas con alto potencial de crecimiento es una prioridad.	3	Ni cierto ni falso.
La gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3	Ni cierto ni falso, estable
El potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.	3	Ni cierto ni falso, estable

Interés por la innovación

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las empresas consolidadas están abiertas a utilizar nuevos proveedores y firmas emprendedoras.	2	Más bien falso, empeora
La innovación es altamente valorada por las empresas.	3	Ni cierto ni falso, estable
Los consumidores están muy abiertos a la compra de productos y servicios que proceden de nuevas firmas emprendedoras.	3	Ni cierto ni falso, estable

A las empresas les gusta experimentar con nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer las cosas.	3	Ni cierto ni falso, estable
A los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios.	3	Ni cierto ni falso, empeora
La innovación es muy valorada por los consumidores.	3,5	Más bien cierto, empeora

Emprendimiento y relaciones profesionales (Nuevo 2012)

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión
Las instituciones públicas organizan a menudo ferias y eventos en los cuales los emprendedores pueden coincidir con sus contactos y establecer otros nuevos.	3	Ni cierto ni falso
El gobierno cuenta con una política para promover y apoyar la colaboración entre empresas.	3	Ni cierto ni falso
Las autoridades públicas locales promueven y apoyan la colaboración entre empresas.	3	Ni cierto ni falso
El sistema educativo enseña que los negocios y empresas deben colaborar.	2	Más bien falso
La formación para emprendedores incluye formación en colaboración.	3	Ni cierto ni falso
Los empresarios creen en que los acuerdos informales son más efectivos que los contratos entre empresas.	3	Ni cierto ni falso
Los empresarios creen que se obtienen ventajas a través de la colaboración.	4	Más bien cierto

Emprendimiento y jóvenes (Nuevo 2012)

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión
Los jóvenes tienen fácil acceso a la educación primaria y secundaria.	5	Cierto
La mayoría de los jóvenes no tiene otra opción que buscarse un trabajo.	2	Más bien falso
Los jóvenes son impulsados hacia el emprendimiento por necesidad.	2	Más bien falso
Las familias esperan que los jóvenes contribuyan a la economía familiar.	3	Ni cierto ni falso
Los jóvenes involucrados en la actividad empresarial tienden más a ser autoempleados que empleados (trabajar para otros).	2	Más bien falso
Los jóvenes auto empleados aprenden a desarrollar sus negocios mayoritariamente a través de sus propias experiencias.	4	Más bien cierto
Hay muchas oportunidades para desarrollar micro negocios para jóvenes.	2	Más bien falso
Los programas gubernamentales forman y apoyan de manera efectiva a los jóvenes emprendedores.	2	Más bien falso
Las situaciones conflictivas constituyen una barrera sustancial para la puesta en marcha y desarrollo de negocios de jóvenes y adultos jóvenes.	4	Más bien cierto
Los jóvenes adultos están involucrados de forma significativa en el emprendimiento.	3	Ni cierto ni falso
Los jóvenes y los adultos jóvenes se enfrentan a más obstáculos para emprender en comparación con la población adulta en general.	3	Ni cierto ni falso
Hay un sistema adecuado de incubadoras de empresas que puede ser accedido por los jóvenes adultos.	3	Ni cierto ni falso
La mayoría de los jóvenes adultos que emprenden han sido ayudados en sus iniciativas por sus familias, parientes o amigos.	4	Más bien cierto
Las entidades financieras (bancos, inversores informales, Business Angels...) invierten iniciativas de jóvenes adultos.	2	Más bien falso
Los microcréditos para la creación empresarial de jóvenes adultos son eficientes.	2	Más bien falso
Los jóvenes adultos consideran que las oportunidades de vida/trabajo que hay fuera del país son más atractivas.	4	Más bien cierto

8.5. La posición relativa de Cantabria en función de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos

En las figuras que se muestran a continuación se recogen las posiciones de Cantabria en relación con el resto de las Comunidades Autónomas que han participado en el Proyecto GEM en 2012.

En muchos de los factores analizados la posición que ocupa Cantabria no es muy prometedora. Así, en el caso de política fiscal y burocrática (Figura 8.3.), la infraestructura comercial (Figura 8.8.) y la innovación desde el punto de vista del consumidor (Figura 8.16.), Cantabria ocupa el último lugar.

Además, se percibe que el acceso a la financiación no es el adecuado (Figura 8.1.), que la educación emprendedora escolar (Figura 8.5.) y post-escolar

(Figura 8.6.) aún es escasa, y que otros factores como la innovación empresarial (Figura 8.15.) o la protección de la propiedad intelectual (Figura 8.12.) han de ser sustancialmente mejorados.

Como aspectos positivos destacar la posición de Cantabria en la dinámica del mercado interno (Figura 8.9.) y en la infraestructura física (Figura 8.11.) donde, a pesar de situarse en las últimas posiciones de la tabla, obtuvo una puntuación de 3,51.

Por último, hay un conjunto de factores tales como el apoyo a la mujer emprendedora (Figura 8.13.) o la transferencia de I+D (Figura 8.7.) en las que la región se sitúa en una posición intermedia.

Figura 8.1.
Acceso a la financiación

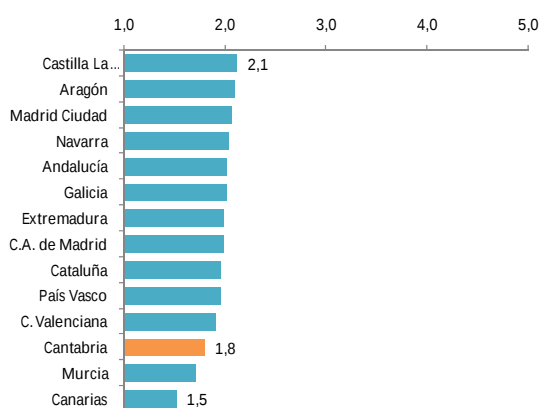


Figura 8.2.
Políticas, prioridad y apoyo

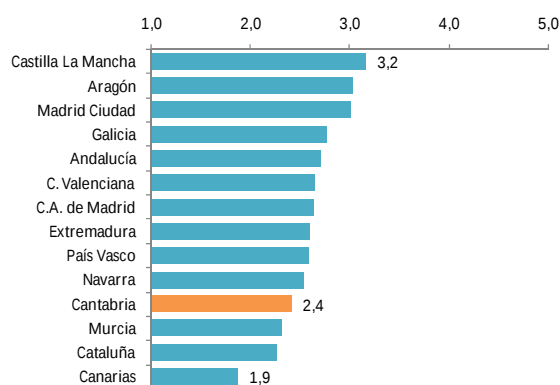


Figura 8.3.
Política fiscal y burocrática

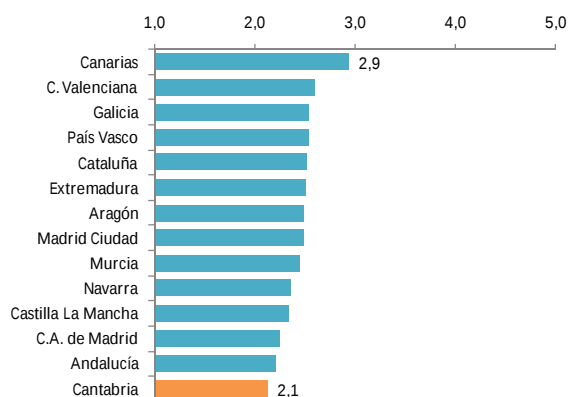


Figura 8.4.
Programas gubernamentales

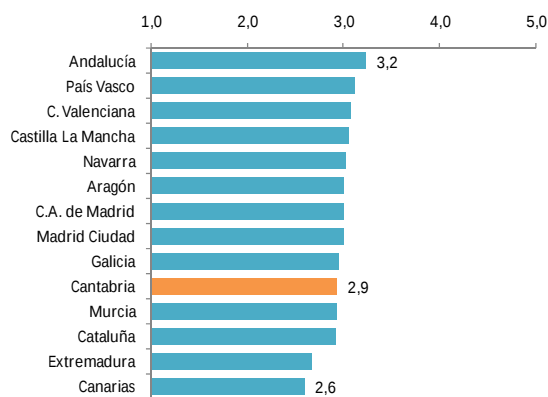


Figura 8.5.
Educación emprendedora escolar

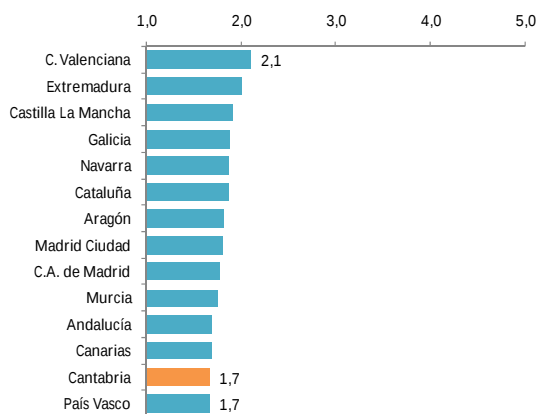


Figura 8.6.
Educación emprendedora post-escolar

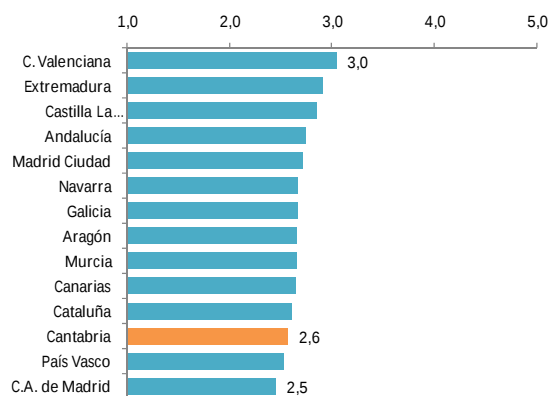


Figura 8.7.
Transferencia de I+D

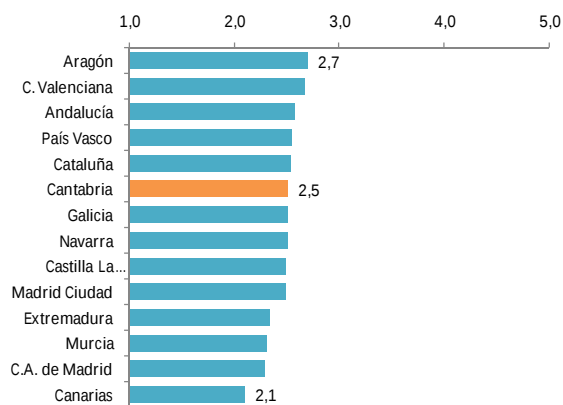


Figura 8.8.
Infraestructura comercial

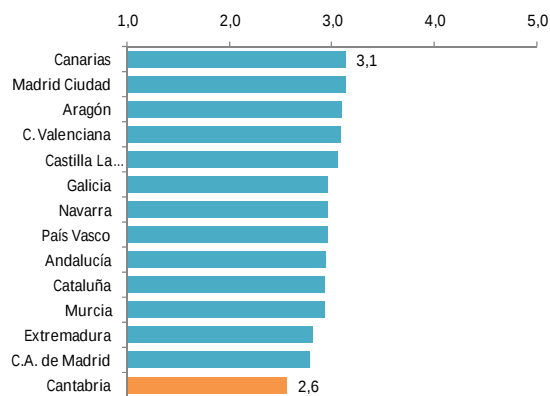


Figura 8.9.
Dinámica mercado interno

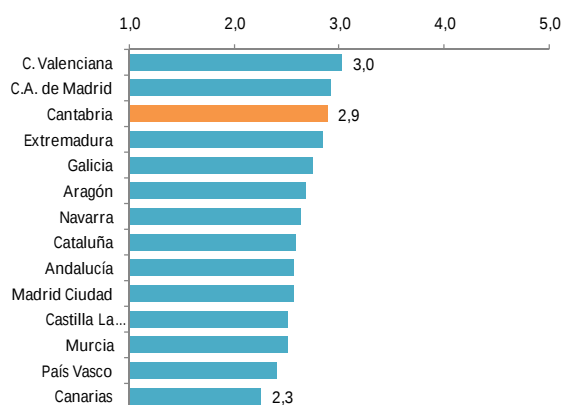


Figura 8.10.
Barreras mercado interno

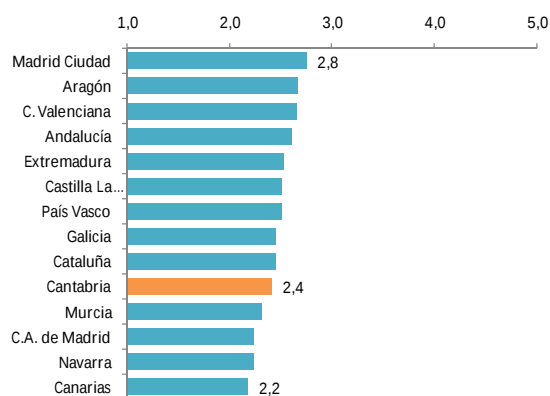


Figura 8.11.
Infraestructura física

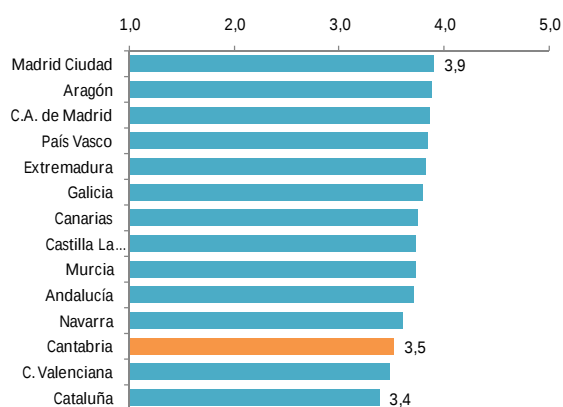


Figura 8.12.
Propiedad intelectual

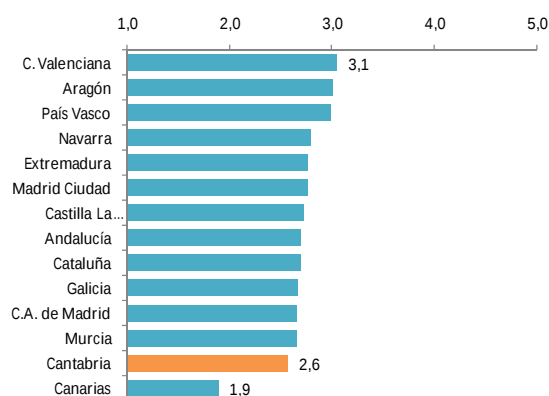


Figura 8.13.
Apoyo mujer emprendedora

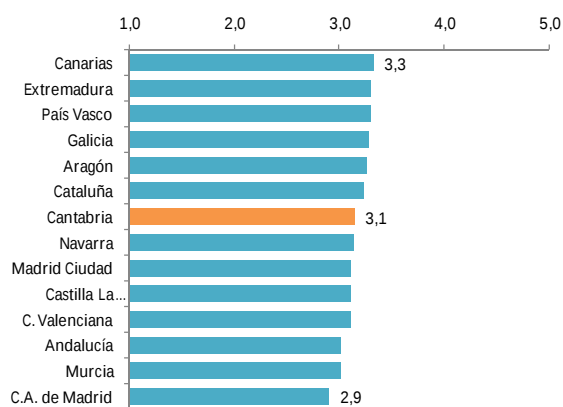


Figura 8.14.
Apoyo alto crecimiento

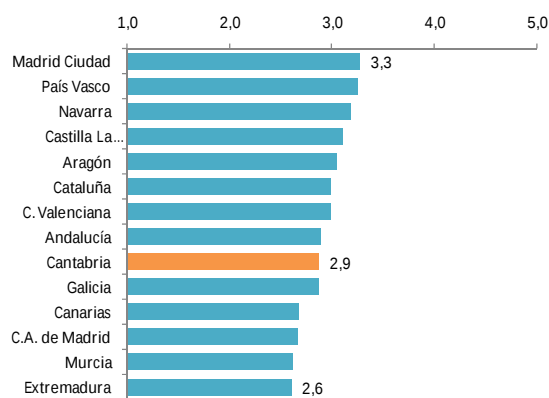


Figura 8.15.
Innovación (empresario)

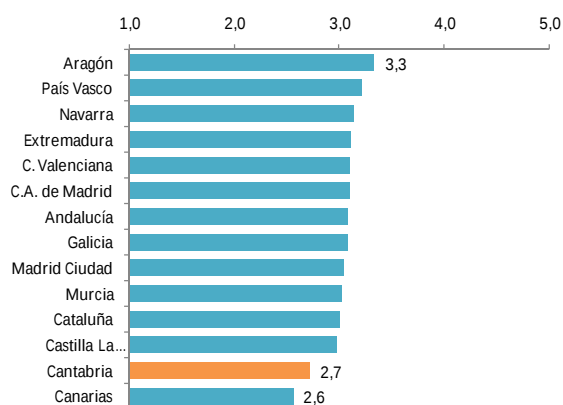
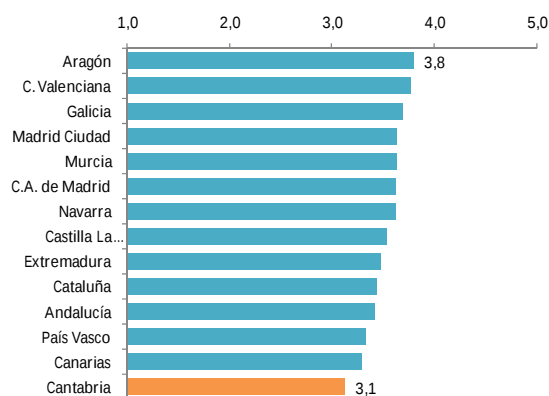
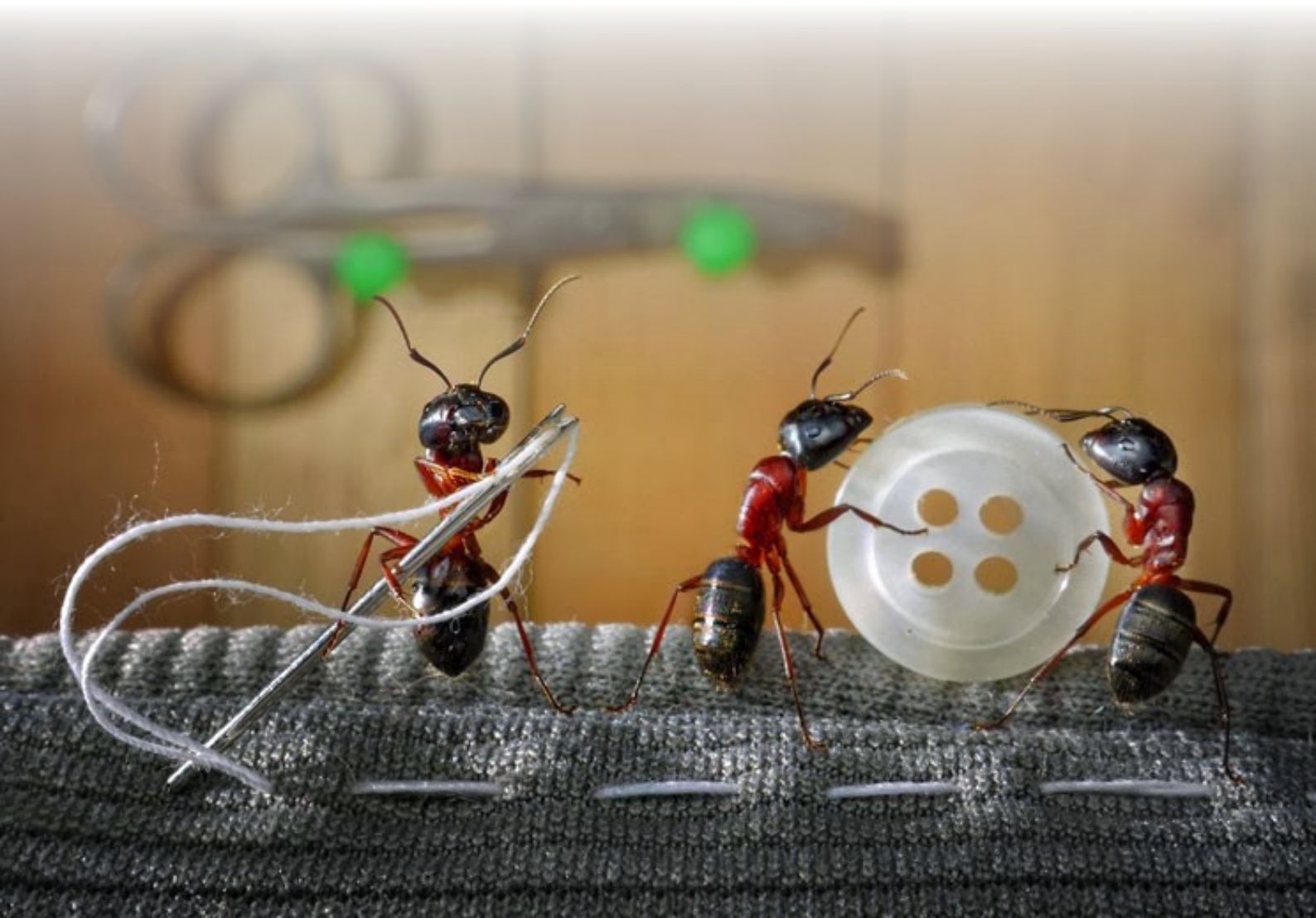


Figura 8.16.
Innovación (consumidor)





INDICE DE FIGURAS



INDICE DE FIGURAS

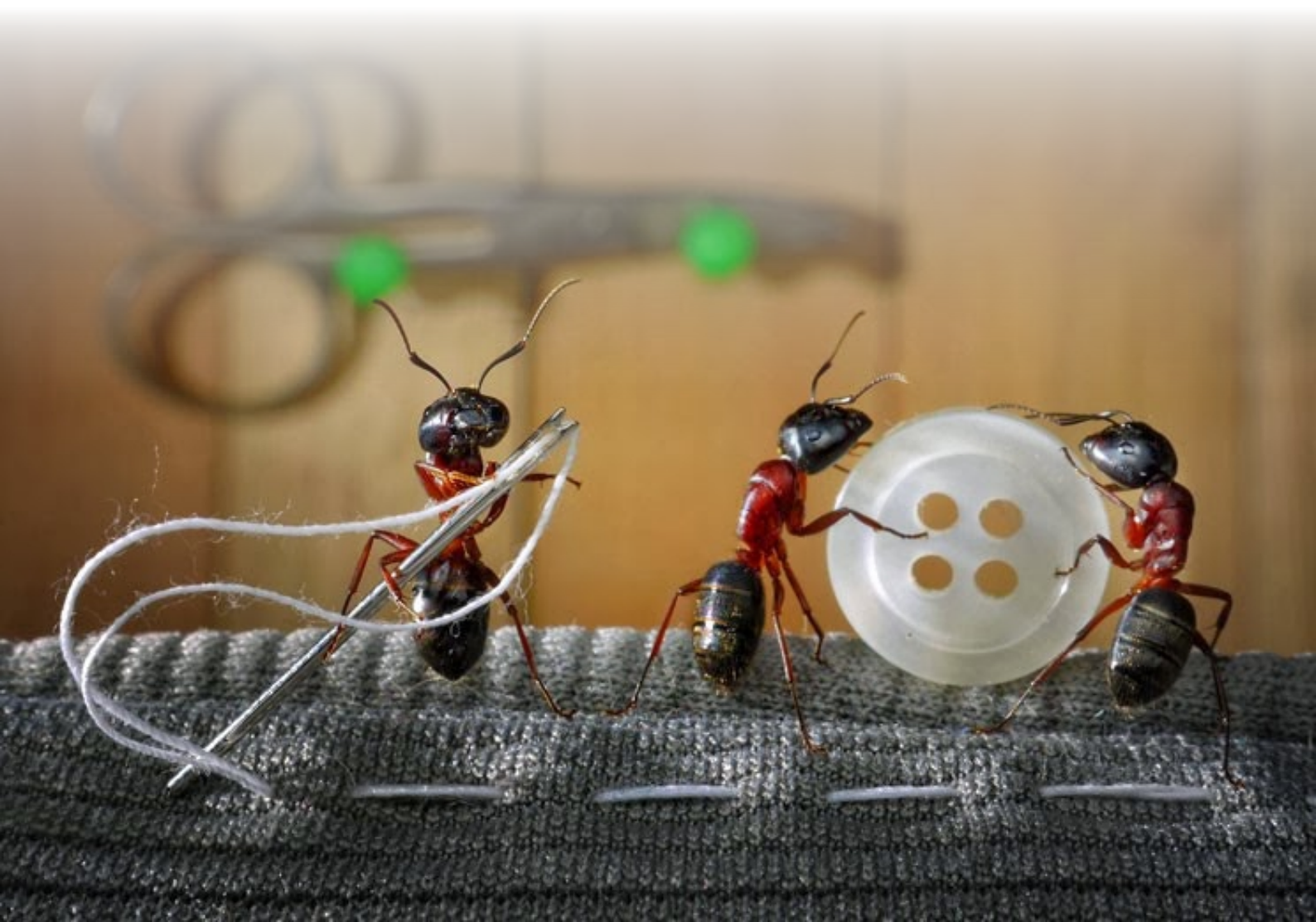
	Página
Figura 0.1.	El modelo conceptual del GEM revisado 14
Figura 0.2.	El proceso emprendedor según el Proyecto GEM 15
Figura 1.1.	El proceso emprendedor en el 2012 37
Figura 1.2.	Tasa real de cierres en Cantabria durante los doce meses previos a julio de 2012 39
Figura 1.3	TEA de Cantabria y de los países participantes en GEM 2012 41
Figura 1.4	TEA de Cantabria y de los países de la UE participantes en GEM 2012 41
Figura 1.5	TEA de Cantabria y del resto de Comunidades y Ciudades Autónomas de España 42
Figura 1.6.	Iniciativas consolidadas en Cantabria y los países participantes en GEM 2012 42
Figura 1.7.	Iniciativas consolidadas en Cantabria y países de la UE participantes en GEM 2012 43
Figura 1.8.	Iniciativas consolidadas en Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España en el 2012 43
Figura 1.9.	Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países de la UE participantes en GEM 2012 44
Figura 1.10.	Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países participantes en GEM 2012 44
Figura 1.11.	Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España en el 2012 45
Figura 2.1.	Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores 49
Figura 2.2.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países que han participado en GEM 2012 51
Figura 2.3.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países de la UE que han participado en GEM 2012 51
Figura 2.4.	Distribución de la actividad emprendedora total en España en función del principal motivo de su creación en el 2012 51
Figura 4.1.	Distribución de la actividad emprendedora total (entre 0 y 42 meses) por sectores 62
Figura 4.2.	Distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores 62
Figura 4.3.	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras 63
Figura 4.4.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2012 63
Figura 4.5.	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas 64
Figura 4.6.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2012 64
Figura 4.7.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras 64
Figura 4.8.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas consolidadas 64
Figura 4.9.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria 66

Figura 4.10.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria	66
Figura 4.11.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria	67
Figura 4.12.	Porcentaje de iniciativas consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria	67
Figura 4.13.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria	67
Figura 4.14.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria	67
Figura 4.15.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)	69
Figura 4.16.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)	69
Figura 4.17.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de su potencial estimado de expansión en su mercado (Cantabria)	69
Figura 4.18.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado (Cantabria)	69
Figura 5.1.	Porcentaje de emprendedores que aportan el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha una iniciativa emprendedora en Cantabria	74
Figura 5.2.	Porcentaje de emprendedores que aportan el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha una iniciativa emprendedora en España	74
Figura 5.3	Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en los países GEM2012	75
Figura 5.4.	Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en economías impulsadas por la innovación	75
Figura 5.5.	Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en las Comunidades Autónomas.	75
Figura 5.6.	Relación de los Business Angel con el emprendedor (Cantabria)	76
Figura 5.7.	Relación de los Business Angel con el emprendedor (España)	76
Figura 6.1.	Género y actividad emprendedora en el contexto de los países UE-GEM	79
Figura 6.2	Género y actividad emprendedora en el contexto de España	79
Figura 6.3	Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en el contexto de los países UE-GEM	80
Figura 6.4	Ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre en el contexto de España	80
Figura 7.1.	Evolución de la percepción de existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	89
Figura 7.2.	Evolución de la posesión de red social emprendedora	90
Figura 7.3.	Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	90
Figura 7.4.	Evolución de la población cántabra que no teme al fracaso como obstáculo para emprender	90
Figura 7.5.	Evolución de la población cántabra que opina que la sociedad cántabra prefiere una distribución desigual de la renta, evidenciando así su espíritu más competitivo	91
Figura 7.6.	Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria se considera que emprender es una buena opción profesional	91
Figura 7.7.	Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria, el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor	92
Figura 7.8.	Evolución de la población cántabra que piensa que, en Cantabria, los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	92
Figura 7.9.	Distribución de la población cántabra de 18-64 años en función de su grado de apoyo a la cultura emprendedora (2012)	92
Figura 7.10.	Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en	93

	la población: comparación de la prevalencia en la población cántabra, española y el promedio del resto de comunidades españolas	
Figura 7.11.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas en las Comunidades Autónomas	95
Figura 7.12.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay mucha gente que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio en las Comunidades Autónomas	95
Figura 7.13.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social en las Comunidades Autónomas	95
Figura 7.14.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal en las Comunidades Autónomas	95
Figura 7.15.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas en países del entorno UE-GEM 2012	96
Figura 7.16.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay mucha gente que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio en países del entorno UE-GEM 2012	96
Figura 7.17.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social en países del entorno UE-GEM 2012	96
Figura 7.18.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal en países del entorno UE-GEM 2012	96
Figura 7.19.	Prevalencia de valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y su comparación la población de 35 a 64 años de edad	97
Figura 8.1.	Acceso a la financiación	113
Figura 8.2.	Políticas, prioridad y apoyo	113
Figura 8.3.	Política fiscal y burocrática	113
Figura 8.4.	Programas gubernamentales	113
Figura 8.5.	Educación emprendedora escolar	114
Figura 8.6.	Educación emprendedora post-escolar	114
Figura 8.7.	Transferencia de I+D	114
Figura 8.8.	Infraestructura comercial	114
Figura 8.9.	Dinámica mercado interno	114
Figura 8.10.	Barreras mercado interno	114
Figura 8.11.	Infraestructura física	115
Figura 8.12.	Propiedad intelectual	115
Figura 8.13.	Apoyo mujer emprendedora	115
Figura 8.14.	Apoyo alto crecimiento	115
Figura 8.15.	Innovación (empresario)	115
Figura 8.16.	Innovación (consumidor)	115



INDICE DE TABLAS

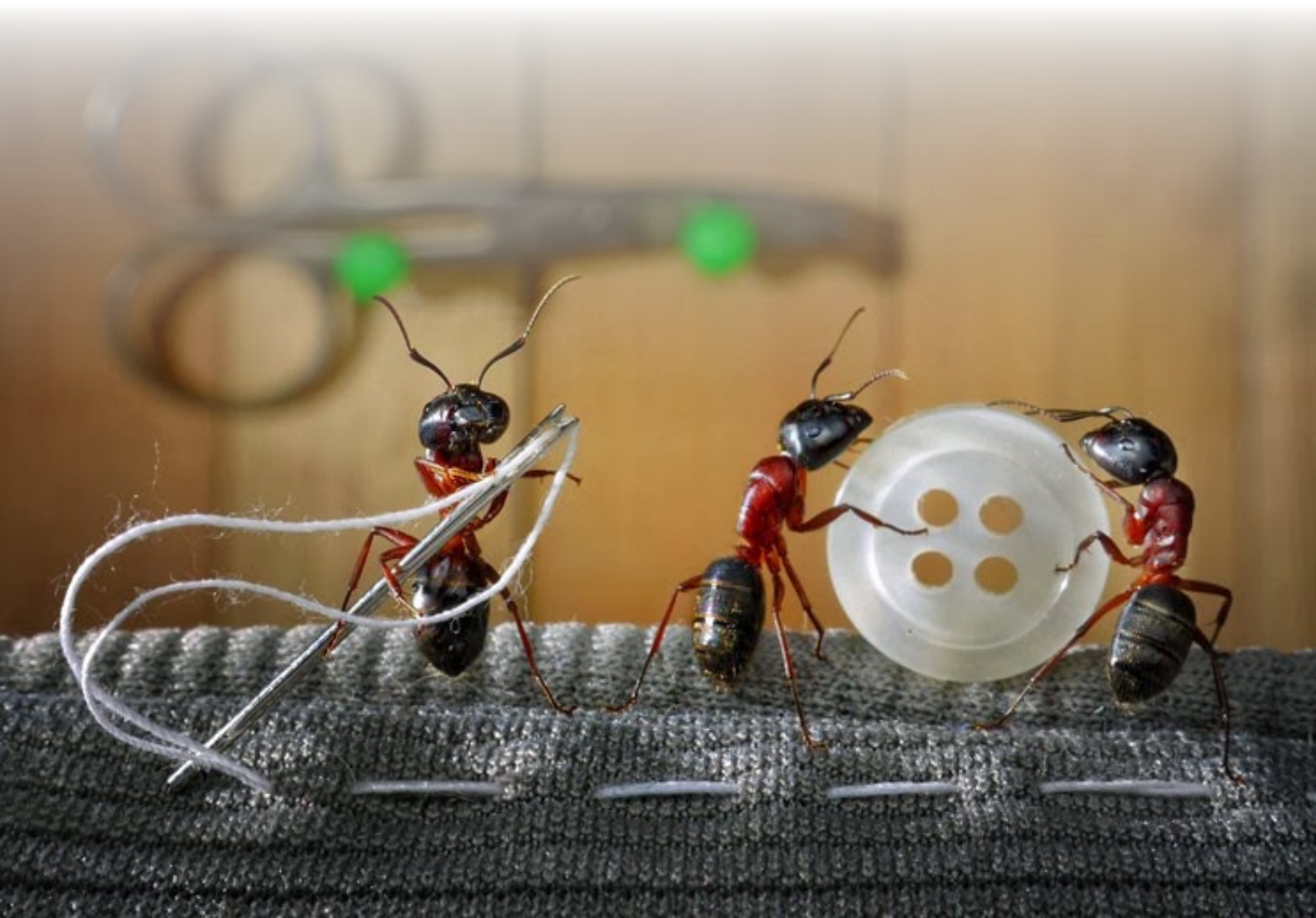


INDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 0.1.	Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria 16
Tabla 0.2.	Condiciones específicas del entorno 18
Tabla 1.1.	Desglose de la tasa de actividad emprendedora 38
Tabla 1.2.	Estimación del número de iniciativas emprendedoras en Cantabria en julio de 2011-12 38
Tabla 1.3.	Estimación del número de emprendedores en Cantabria en julio de 2010-2012 38
Tabla 1.4.	Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Cantabria en julio de 2010-2012 39
Tabla 1.5.	Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Cantabria los doce meses previos a julio de 2010-2012 39
Tabla 1.6.	Motivación del abandono de iniciativas en Cantabria y España 40
Tabla 1.7	Desglose de la actividad emprendedora de Cantabria en el contexto de España 42
Tabla 1.8.	Potencial emprendedor de la población de Cantabria de 18-64 años en el 2012 43
Tabla 1.9.	Porcentaje de emprendedores potenciales de la población activa de Cantabria en el contexto de España 45
Tabla 2.1.	Distribución de iniciativas emprendedoras en Cantabria en función de su fase y su motivación principal para su puesta en marcha 49
Tabla 2.2.	Distribución de iniciativas emprendedoras en Cantabria y en España en función de la motivación principal para su puesta en marcha 50
Tabla 2.3.	Distribución de la actividad emprendedora en Cantabria y en España en función del principal motivo de su creación 50
Tabla 2.4.	Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad 52
Tabla 3.1.	Distribución del sexo de los emprendedores en las distintas fases 55
Tabla 3.2.	Distribución de la edad de los emprendedores en las distintas fases 55
Tabla 3.3.	Distribución del nivel de estudios de los emprendedores en las distintas fases 56
Tabla 3.4.	Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases 56
Tabla 3.5.	Tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases 57
Tabla 3.6.	Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases 57
Tabla 3.7.	Distribución del origen de los emprendedores en las distintas fases 57
Tabla 3.8.	Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los emprendedores en las distintas fases 57
Tabla 4.1.	Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras: nacientes, nuevas y consolidadas 62
Tabla 4.2	Clasificación de la PYME en función del número de empleados 63
Tabla 4.3.	Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años 65
Tabla 5.1	Características y distribución del capital semilla 73
Tabla 5.2	Características de los Business Angel 76
Tabla 6.1	Actividad emprendedora en función del género 79
Tabla 6.2.	Etapas en la que se hallaban las iniciativas en fase emprendedora puestas en 80

	marcha en función del género	
Tabla 6.3.	Número de empleados de las actividades emprendedoras en función del género	81
Tabla 6.4.	Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población no emprendedora española y cántabra de 18-64 años en función del género 2012	83
Tabla 6.5.	Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población emprendedora española y cántabra en función del género 2012	84
Tabla 6.6.	Opinión media de los expertos españoles y cántabros acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora 2010-2012	85
Tabla 7.1.	Evolución temporal de las valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales	94
Tabla 8.1.	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender	102
Tabla 8.2.	Los obstáculos al emprendimiento	103
Tabla 8.3.	Factores que favorecen la actividad emprendedora	103
Tabla 8.4.	Factores que promueven la actividad emprendedora	104

GLOSARIO DE TÉRMINOS



GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad emprendedora total o early stage: agregación de emprendedores que están involucrados en la creación de empresas nacientes y empresas nuevas.

Actividad por necesidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente por motivos de supervivencia económica.

Actividad por oportunidad: comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa principalmente para explotar una oportunidad de negocios detectada.

Business Angels: expresión anglosajona que hace referencia a los inversores informales. Se refiere a las personas que invierten en las empresas de otros sin utilizar mecanismos institucionales, excluyéndose de este concepto las inversiones en bolsa o en fondos de inversión.

Emprendedor: persona que está inmersa en el proceso de creación de una empresa o en sus primeras fases de consolidación. Puede ser independiente o autónomo – si lo hace por cuenta propia –, o corporativo – si forma parte de su trabajo habitual como empleado de otra empresa.

Empresas Consolidadas o Establecidas: personas que están involucradas en el proceso de crear nuevas empresas como propietarios y directores, y que llevan pagando salarios más de 42 meses (3,5 años).

Empresas Nacientes: personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios o copropietarios, y que no han empezado a pagar salarios durante más de tres meses.

Empresas Nuevas: personas involucradas en el proceso de crear nuevas empresas, como propietarios y gerentes, que han pagado salarios durante un espacio temporal de entre 3 y 42 meses.

Tasa de Cierre de Negocios: porcentaje de personas entrevistadas que han disuelto en los últimos 12 meses alguna actividad empresarial que venían dirigiendo.

