

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo **GEM Cantabria 2020/21**



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo **GEM Cantabria 2020/21**

Equipo de investigación:

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Directora técnica)
Elsa Diez Busto
Carlos López Gutiérrez
Estefanía Palazuelos Cobo
Andrea Pérez Ruiz
Lidia Sánchez Ruiz
Francisco Manuel Somohano Rodríguez



**Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Ejecutivo GEM Cantabria 2020/21**

Autores

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Directora técnica)
Elsa Diez Busto
Carlos López Gutiérrez
Estefanía Palazuelos Cobo
Andrea Pérez Ruiz
Lidia Sánchez Ruiz
Francisco M. 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**

ISBN: 978-84-09-36594-4

Depósito Legal: SA-659-21

ÍNDICE DE CONTENIDO

RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES GEM 2020/21	7
PRESENTACIÓN	13
CARTA SODERCAN	15
PROYECTO GEM: INTRODUCCIÓN Y MODELO TEÓRICO	17
CUADRO DE INDICADORES 2020	27
RESUMEN EJECUTIVO	29
EXECUTIVE SUMMARY	31
CAPÍTULO 1: EL FENÓMENO EMPRENDEDOR	33
1.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población cántabra	34
1.1.1. Introducción	34
1.1.2. Percepción de oportunidades	35
1.1.3. Posesión de red social emprendedora	36
1.1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	37
1.1.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender	38
1.1.6. Equidad en los estándares de vida vs. emprendimiento	40
1.1.7. Emprendimiento como opción profesional	41
1.1.8. Emprendimiento, estatus social y estatus económico	42
1.1.9. Difusión del emprendimiento en medios de comunicación	43
1.1.10. Facilidad de iniciar un negocio del emprendimiento	44
1.1.11. Análisis global de la influencia de los valores y actitudes sobre la tasa de actividad emprendedora	45
1.1.12. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	45
1.1.13. Posicionamiento de Cantabria frente a España y Europa	46
1.1.14. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población desde la perspectiva de sexo	47
1.2. Actividad emprendedora y sus características	49
1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor	49
1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	52
1.2.3. Motivación para emprender	54
1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor	55
1.2.5. Financiación de la actividad emprendedora naciente en Cantabria	62
1.2.6. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas de la actividad emprendedora	64
1.3. Características de las actividades emprendedoras en Cantabria	66
1.3.1. Introducción	66
1.3.2. Aspectos generales del negocio: sector de actividad	66
1.3.3. Aspectos generales del negocio: dimensión	66



1.3.4. Expectativas de crecimiento	68
1.3.5. Orientación innovadora	70
1.3.6. Orientación internacional	72
1.3.7. Actividad emprendedora en organizaciones existentes	73
CAPÍTULO 2. EL ENTORNO EMPRENDEDOR	77
2.1. Introducción	78
2.2. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria	79
2.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria	84
2.4. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender	90
CAPÍTULO 3. EL IMPACTO DE LA COVID-19 EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CANTABRIA	95
3.1. Introducción	96
3.2. Percepciones de la población adulta sobre los efectos de la pandemia en la actividad emprendedora	97
3.3. Percepciones del colectivo emprendedor sobre los efectos de la pandemia en la actividad emprendedora	98
3.4. La visión de los expertos cántabros sobre el impacto de la Covid-19 en el ecosistema emprendedor	100
ÍNDICE DE FIGURAS	103
ÍNDICE DE TABLAS	111
LISTADO DE EXPERTOS NES	113

RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES

GEM 2020-2021

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Isabel Neira Gómez y Yago Atrio Lema (Equipo Dirección Técnica GEM España) Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro y María Saiz (Comité de dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Carmen Camelo Ordaz José Manuel Sánchez Vázquez Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal	Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Junta de Andalucía
Cádiz	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Virués Vega Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz
Córdoba	Universidad Loyola	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández Joaquín García-Tapial Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo	Universidad de Granada
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortíz (Coordinadora) Elia García Martí José García Vico Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona	Universidad de Jaén
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez	Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra Emprendimiento Promalaga



UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Aida del Cubo Antonio Carmona Lavado Inmaculada Jaén Figueroa Ana Pérez Luño Elena Sousa José Fernández Serrano	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata y Consuelo González Gil (Directores GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Co-Director GEM-Asturias) Manuel González Díaz (Co-Director GEM-Asturias) Begoña Cueto Iglesias María Mitre Aranda Virginia Barba Sánchez Matías Mayor Fernández	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell M. Vanessa Díaz Moriana Marco Antonio Robledo Camacho	Institut de Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears
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 Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera	Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora técnica) Andrea Pérez Ruiz Carlos López Gutiérrez Elsa Diez Busto Estefanía Palazuelos Cobo Lidia Sánchez Ruiz Francisco M. Somohano Rodríguez	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Innovación, Industria, Transporte y Comercio Santander Universidades

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Teresa Obis	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç Generalitat de Catalunya Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Co-Director GEM-Castilla y León) (†) Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos Daniel Alonso Martínez José Luis de Godos Díez	Universidad de León
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M.ª Ruiz Palomo	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A
Comunidad Autónoma de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) Iván Soto de Andrés (Deusto Business School Madrid) Adriana Pérez Encinas Miguel Angoitia Grijalba Yolanda Bueno Hernández	Fundación para el Conocimiento Madrid Comunidad de Madrid Universidad Autónoma de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover Mª José Alarcón García Mª Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera Mª Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Generalitat Valenciana. Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo Air Nostrum Aligrupo Catral Garden Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Escuela de Empresarios (EDEM) Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia



UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) M.ª de la Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos) J. Carlos Díaz Casero Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Nuria Ramos Vecino Roberto Alejandro Hernández Renner	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Sodiex Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López Emilio Ruzo Sanmartín David Rodeiro Pazos Marta Portela Maseda Jacobó Feás Vázquez Nuria Calvo Babío Lucía Rey Ares Alberto Vaquero García Pilar Piñeiro García Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema Norberto Penedo Rey Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández	Universidade de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia)
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Domínguez Ortega (Coordinador Técnico GEM-Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Andrés Morales José Eduardo Rodríguez Osés Lara Mata	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) Iberaval Sociedad de Garantía Recíproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Grupo OJA JIG Digital
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Ana María Bojica Jenny María Ruiz Jiménez Juan Matilde Ruiz Arroyo Rocío Llamas Sánchez	Universidad de Granada

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Co-Directora GEM-Murcia) Antonio Aragón Sánchez (Co-Director GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín Joaquín Longinos Marín Rives José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Nuria Nevers Esteban Lloret	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE Universidad de La Rioja King's College London (UK)	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra - CEIN
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Aimar Basañez Zulueta David Urbano Iñaki Peña Jon Hoyos Nathaly Pinzón Rubio Nerea González Rebeca Martín Díez	Universidad del País Vasco Universidad de Deusto Mondragón Unibertsitatea Grupo Spri Taldea Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipúzcoa Diputación Foral de Álava FESIDE Observatorio Vasco de Emprendimiento
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España





PRESENTACIÓN

La Universidad de Cantabria, por medio de su Cátedra Pyme, se incorporó en 2008 al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y desde entonces cada año ha elaborado el Informe GEM Cantabria.

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 2020/21 se ha contado con la participación de 45 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 Consorcio Mundial (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.

GEM España se basa en una red universitaria, comprometida y emprendedora; con más de 180 investigadores de 30 universidades (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.

Este Informe GEM Cantabria 2020/21 es el décimo segundo informe que analiza, describe, orienta y apoya 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, lo que confiamos 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 del Santander, y en el caso de este proyecto de la Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria, S.A. (SODERCAN) 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





La Sociedad para el Desarrollo de Cantabria, SODERCAN, tiene en su ADN la promoción de la cultura emprendedora, con el objetivo marcado de que ninguna oportunidad empresarial se quede sin apoyo para su materialización.

Una vez que la crisis sanitaria tiende a remitir, en SODERCAN retomamos nuestro plan de actuaciones, con el objetivo de minimizar los efectos nocivos que ha padecido nuestro tejido empresarial, y sentar las bases para una efectiva reactivación económica.

Desde nuestra entidad, realizamos un firme y decidido apoyo a las personas emprendedoras. En este sentido y desde hace más de 20 años, SODERCAN, a través del programa EMPRECAN pone a disposición de quienes quieren emprender un servicio de asesoramiento especializado para la creación y consolidación de empresas en el sector industrial, servicios de apoyo a la industria (ingeniería, diseño, consultoría tecnológica...), servicios destinados al desarrollo de la sociedad de la información, turismo, ocio y cultura.

Un asesoramiento que va desde la identificación de la oportunidad de negocio y validación de la idea a través de la elaboración de un plan de empresa, hasta la creación de la empresa y su posterior consolidación.

En SODERCAN ponemos a disposición de las personas emprendedoras el conocimiento y experiencia de nuestro equipo de técnicos, mentores / tutores, para facilitar la reflexión y maduración de su modelo de negocio, y que acompañan al equipo emprendedor durante los primeros años de su andadura empresarial.

Estas acciones de asesoramiento se ven reforzadas con una batería de ayudas financieras que abarcan desde las subvenciones y préstamos para la adquisición de activos fijos y hacer frente a los gastos iniciales de puesta en marcha, hasta el apoyo para la contratación indefinida de trabajadores y trabajadoras.

Somos conscientes de que los emprendedores necesitan hoy más que nunca de nuestro apoyo. Es por ello que hemos reforzado todos los programas y herramientas que desde SODERCAN ponemos a su disposición, tradicionalmente orientados al sector industrial y servicios auxiliares, y hemos ampliado su alcance a nuevos ámbitos de actividad, como por ejemplo los servicios administrativos, actividades sanitarias y de servicios sociales, actividades auxiliares a la educación, así como artísticas, recreativas y de entretenimiento.

En el ámbito de las empresas innovadoras de base tecnológica, cuyas características de evolución y crecimiento presentan particularidades, hemos presentado en 2022 un nuevo programa para fomentar su creación y escalado, y estamos desarrollando las líneas específicas de soporte para la presentación de un programa focalizado en el fomento del emprendimiento tecnológico femenino.

Esta es una muestra de nuestras líneas de acción. Hay más, y todas, insisto, con ese objetivo inicial de favorecer la creación de nuevas empresas y el crecimiento y consolidación de pymes de reciente creación para fortalecer el sector productivo de Cantabria.

Rafael Pérez Tezanos
Consejero delegado de SODERCAN





PROYECTO GEM: INTRODUCCIÓN Y MODELO TEÓRICO

0.1. INTRODUCCIÓN

El Informe Ejecutivo GEM Cantabria 2020/21 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 décimo segundo año consecutivo para Cantabria, permite, a través de una metodología consistente y testada a lo largo de su trayectoria en más de 3 millones de adultos de 115 economías, 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 45 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 50 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, con 10 países desarrollados, se han editado 22 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 Observatorio del Emprendimiento de España, un modelo de implantación y crecimiento del Proyecto que lo convierte en el más completo de todos cuantos

se han establecido en el mundo. Su modelo de participación regional ya ha sido adoptado por Argentina, Canadá, Chile, China, México y otras naciones estudian su implantación.

En la actualidad, España cuenta con 27 equipos territoriales con más de 180 investigadores. Por una parte, el equipo coordinador nacional, responsable de elaborar el informe a nivel nacional; y, por otra, 26 equipos regionales y subregionales, 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 Erkko Autio (Imperial College), ha sido modificado en varias ocasiones, 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 (Véase Figura 0.1).

En la edición 2015, el marco conceptual fue revisado y se establecieron relaciones (bidireccionales en su mayor parte) entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella (Véase Figura 0.1). El modelo da a entender que el proceso emprendedor participa en un círculo endógeno de desarrollo económico y social. Para

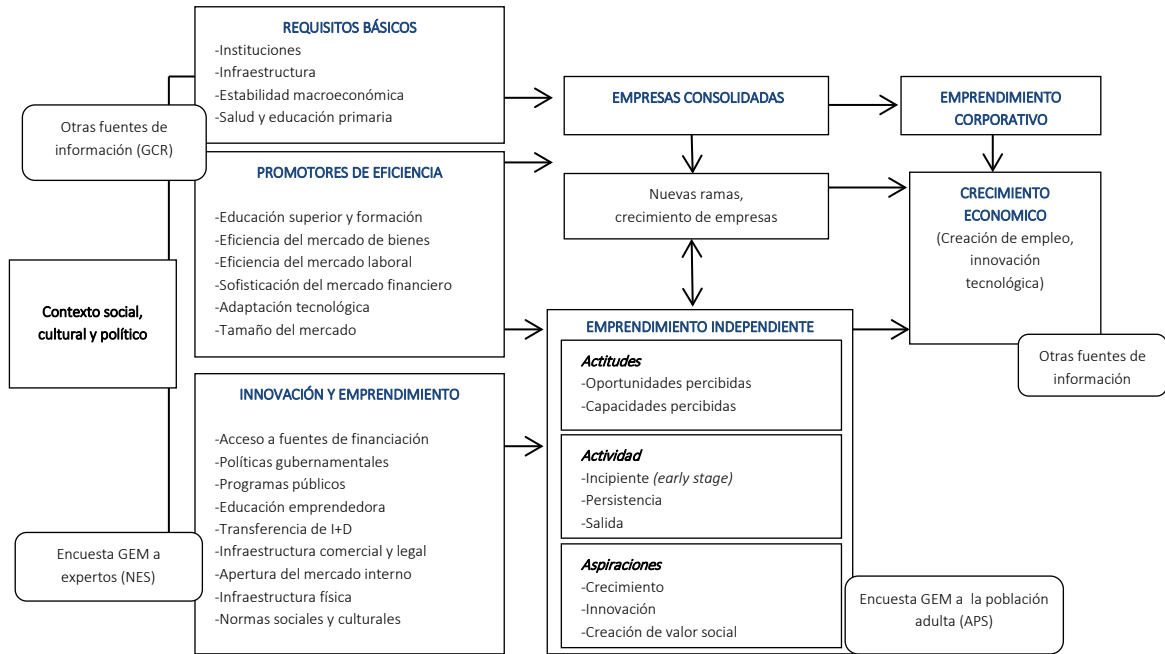
familiarizarnos con el funcionamiento de este círculo, resulta necesario conocer por lo menos (1) la opinión pública en general de una sociedad hacia el emprendimiento, (2) la información que nos pueda aportar el propio colectivo emprendedor y (3) las observaciones que puedan dirigirnos distintos agentes económicos y sociales implicados activamente en el impulso del emprendimiento.

Una de las principales aportaciones del Proyecto GEM es la creación de un indicador de la actividad emprendedora conocido como Total early-stage Entrepreneurial Activity Rate o índice TEA.

Este índice 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.

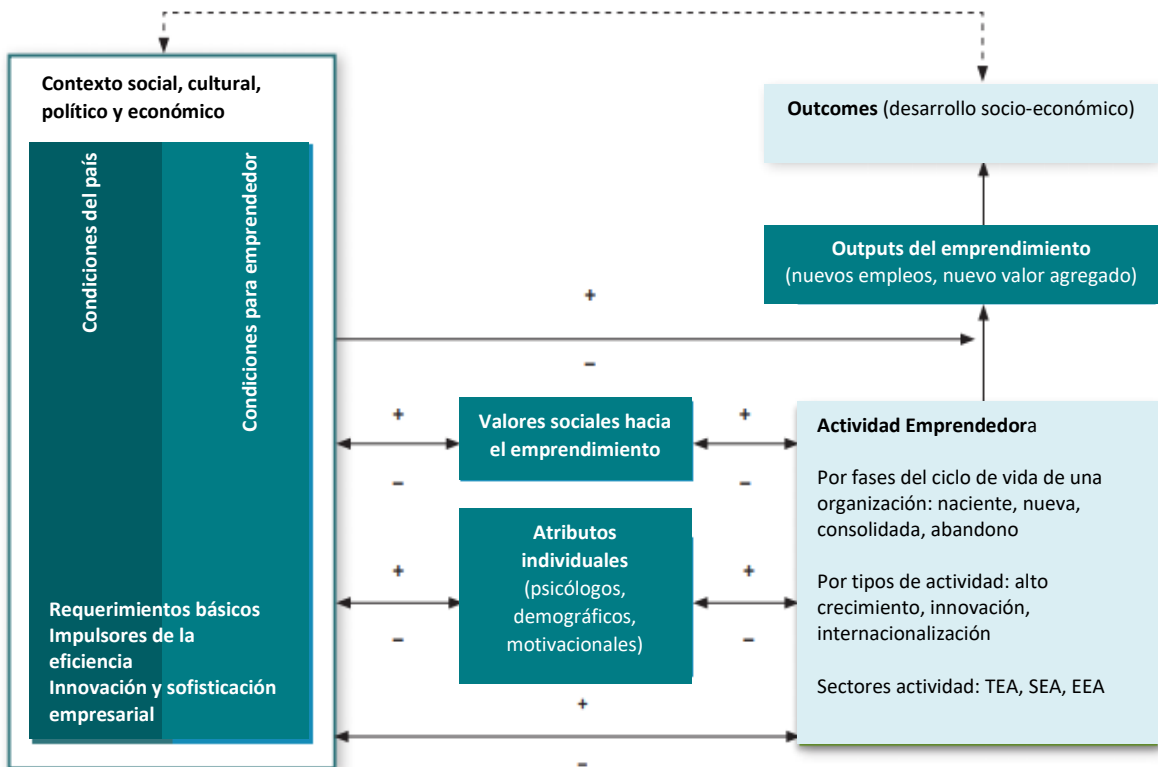
Para comprender el significado de este indicador, es imprescindible tener en cuenta la definición de emprendedor en el entorno GEM.

Figura 0.1. Marco teórico del GEM



Fuente: Informe GEM Global 2010

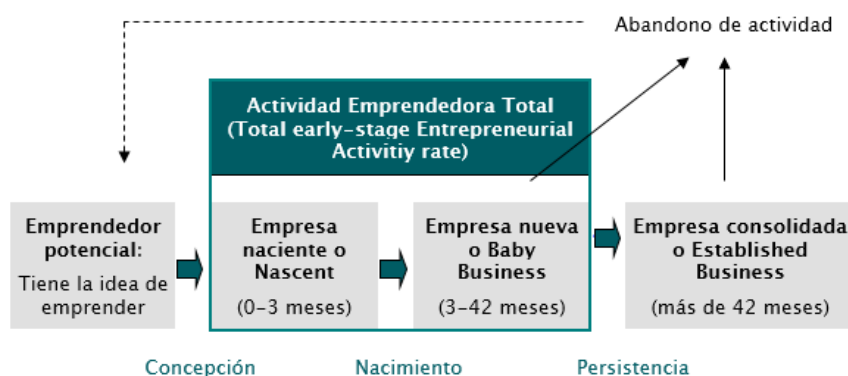
Figura 0.2. Marco teórico del GEM revisado



Fuente: Informe GEM Global 2015



Figura 0.3. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



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 0.3.

Por tanto, bajo el enfoque adoptado por el Proyecto GEM, el índice TEA o Total early-stage Entrepreneurial Activity Rate representa el porcentaje de población adulta (18 a 64 años) de un país o región que manifiesta estar involucrada en iniciativas emprendedoras nacentes 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 nacentes o nuevas 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 0.3., en la 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.

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 (Angola, Líbano, Guatemala y otras naciones). Otros territorios tienen tasas notables de actividad emprendedora debidas a la propia tradición empresarial de su población (Estados Unidos, Canadá 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. 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 los organismos públicos o de grandes empresas que ofertan mucho empleo.

Por este motivo, tras haber constatado que el desarrollo y las características del emprendimiento están relacionados con el estadio de desarrollo y competitividad de los países, se consideró imprescindible plasmar este hecho en el marco, añadiendo para ello tres niveles de economía: países con nivel de renta baja, media y alta¹.

España está clasificada como una economía de renta alta, 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 más alta son, en general, los menos desarrollados, como consecuencia del mayor peso del emprendimiento por necesidad.

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 26.075 para toda España y cerca de 150.000 para los 45 países participantes en el APS del Informe Global GEM del año 2020/21. La Tabla 0.1. resume la ficha técnica de la encuesta en Cantabria y la fiabilidad de las estimaciones.

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.

¹ El *Global Competitiveness Report* (GCR), cita a los países mediante las expresiones anglosajonas: “*factor driven*”, “*efficiency driven*” e “*innovation driven*” para indicar su nivel de desarrollo desde el estadio más bajo al más

elevado. Para más información, consultar los informes GCR en su *website*: <http://www.weforum.org>



Tabla 0.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria

Universo	Población residente en Cantabria de 18 a 64 años
Población objetivo	361.396 individuos
Muestra	1.000 individuos
Margen de confianza	95 %
Error de la muestra	± 3,09% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Periodo de realización de encuestas	Septiembre-Octubre de 2020
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Grabación y creación de base de datos	Instituto Opinòmetre

- 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 362.352 personas 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.15.

Los datos extraídos de la encuesta a la 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 la Población Adulta es la principal fuente de información de este informe, siendo la base para la elaboración del capítulo 1, 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 1 y el 2 en su totalidad.

Se llevaron a cabo entre julio-agosto de 2020 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.
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 junio 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 Likert de 10 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.

3. Fuentes secundarias

Además, los datos de los informes se complementan con los de otros prestigiosos informes como son: el *Global Competitiveness Report* (GCR), *Doing Business* y otros.

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

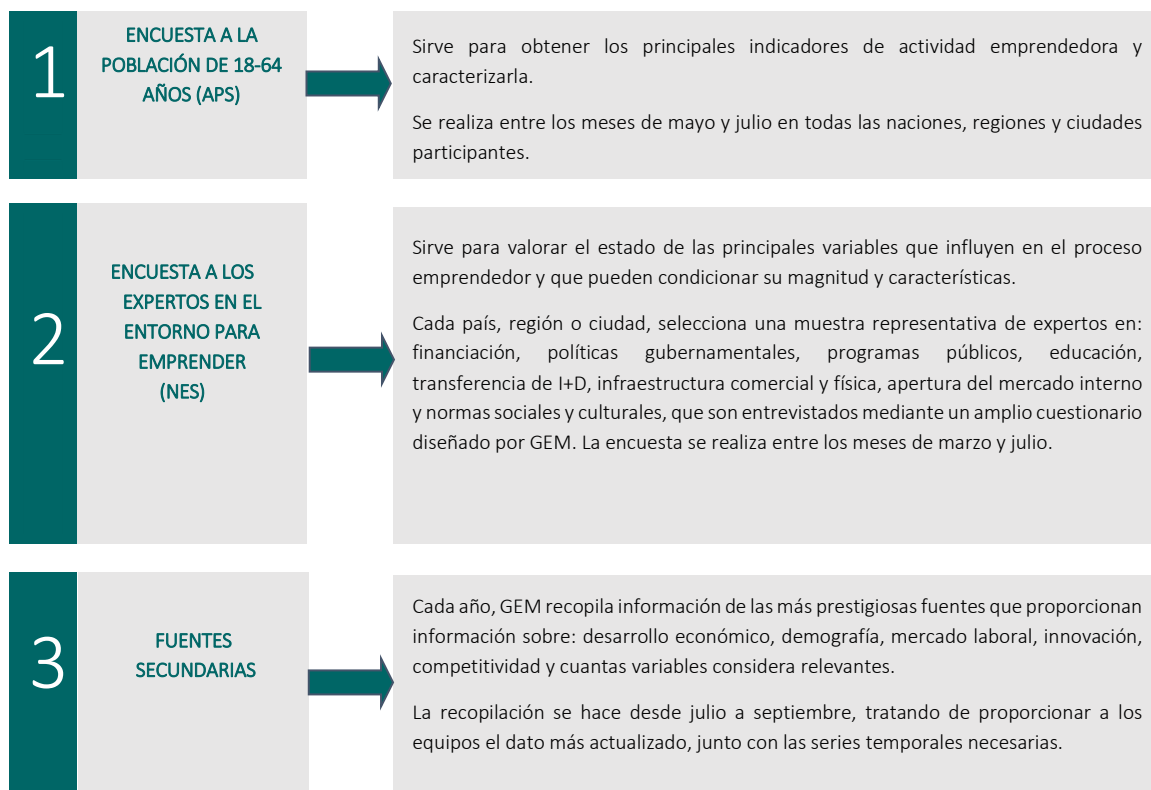


Tabla 0.2. Condiciones específicas del entorno

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 del 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.

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).

0.4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad emprendedora total o fase inicial (o incipiente): agregación de emprendedores que están involucrados en la creación de empresas nacientes y empresas nuevas.

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.

Población involucrada: conjunto de personas que están iniciando un negocio o son propietarias de negocios ya establecidos,

Población no involucrada: conjunto de personas que no están relacionadas de ninguna manera con una actividad empresarial concreta.

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

Tasa de Empleados Emprendedores o EEA (Employee Entrepreneurial Activity): se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad, que trabaja por cuenta ajena para organizaciones existentes, y que en los últimos 3 años han participado liderando activamente el desarrollo de nuevos productos/servicios y/o en la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (spin-offs, spin-outs, start-ups).





CUADRO DE INDICADORES 2020

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	Cantabria	España
Conoce a otras personas que hayan iniciado un negocio o se hayan convertido en autoempleados en los 2 últimos años	38,3%	37,3%
Percibe oportunidades para emprender para iniciar un negocio en el área en que usted vive en los próximos seis meses	14,1%	16,5%
Posee el conocimiento, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha o iniciar un nuevo negocio.	51,2%	51,9%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	63,9%	64,0%
Considera de la mayoría de población española preferiría tener el mismo nivel de vida	63,5%	67,7%
Percibe que en Cantabria/España es fácil iniciar un negocio	28,0%	34,6%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	5,8%	7,0%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	2,0%	1,3%
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angel</i>	4,2%	3,0%

TEA: Porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	Cantabria	España
TEA Total	6,4%	5,2%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,4%	4,8%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	8,4%	5,6%

Distribución del TEA		
TEA para marcar una diferencia en el mundo	36,1%	32,3%
TEA para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	42,1%	34,9%
TEA para continuar una tradición familiar	21,7%	17,4%
TEA para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	67,0%	72,3%
TEA del sector extractivo o primario	12,3%	5,0%
TEA del sector transformador	11,1%	17,6%
TEA del sector de servicios a empresas	32,9%	30,8%
TEA del sector orientado al consumo	43,7%	46,5%
TEA sin empleados	42,0%	50,8%
TEA de 1-5 empleados	46,8%	40,1%
TEA de 6-19 empleados	8,9%	7,7%
TEA de 20 y más empleados	2,3%	1,4%
TEA iniciativas con bajo nivel tecnológico	84,3%	90,2%
TEA iniciativas con medio nivel tecnológico	1,5%	5,2%
TEA iniciativas con alto nivel tecnológico	14,2%	4,7%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	23,9%	19,3%
TEA innovación en producto	23,6%	30,2%
TEA innovación en proceso	28,4%	25,0%



EEA: Porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas (intra)empresariales	Cantabria	España
Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)empresariales en los últimos 3 años	0,5%	0,8%
Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español (Escala Likert 1-10)	Cantabria	España
Financiación para emprendedores	3,15	4,43
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	3,67	4,61
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3,46	3,88
Programas gubernamentales	4,53	5,66
Educación y formación emprendedora etapa escolar	3,01	2,18
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	4,22	5,12
Transferencia de I + D	3,51	4,78
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	4,65	6,47
Dinámica del mercado interior	3,47	4,51
Barreras de acceso al mercado interno	4,08	4,46
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	5,88	5,92
Normas sociales y culturales	4,18	4,30
Respuesta de los emprendedores a las consecuencias de la Covid-19	5,83	6,17
Respuesta del gobierno a las consecuencias de la Covid-19	4,45	3,50

RESUMEN EJECUTIVO

La Covid-19 rompe la trayectoria creciente de la **tasa de actividad emprendedora (TEA)** de Cantabria disminuyendo al 6,4%. Sin embargo, sigue por encima de la media nacional que también cae al 5,2% y se posiciona como la segunda Comunidad Autónoma con el mayor porcentaje de emprendedores en fase inicial, después de Cataluña. Esta caída del 8,5% se debe al descenso en el porcentaje de emprendedores nacientes (menos de 3 meses) que pasó del 3,2% al 2,4% en 2020, seguramente fruto de la pandemia.

Los factores que mayor importancia relativa muestran sobre la TEA son el poseer **formación específica**, haciendo que la probabilidad de emprender sea 2,6 veces mayor entre aquellos que los poseen y el **sexo**, teniendo los hombres el doble de probabilidades de emprender.

La motivación más importante para los emprendedores en fase inicial (nuevos y nacientes) es ganarse la vida porque el trabajo escasea (67%), crear riqueza o una renta más alta (42,1%), marcar una diferencia en el mundo (36,1%), y continuar con una tradición familiar (21,7%).

La **edad media** de los emprendedores en fase inicial en 2020 se sitúa en los 44 años siendo la franja de edad comprendida entre 35 y 44 años donde en Cantabria se concentra el mayor porcentaje de emprendedores. El crecimiento en la **brecha de sexo** es uno de los efectos más claros de la pandemia siendo del 65,6% en el caso de los varones y 34,4% en el de las mujeres. El 50% tiene estudios hasta secundaria y el 53,1% ha recibido formación específica para emprender. El nivel de ingresos de los emprendedores disminuye aunque sigue siendo el tercio de emprendedores que se sitúa en el **nivel superior de ingresos** (51%) el que tiene un porcentaje mayor de emprendedores.

La mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria (43,7%) se sitúan en el **sector orientado al consumo**. La mayoría de las iniciativas emprendedoras cántabras presentan una dimensión de **microempresa**. Las **expectativas de creación de empleo** empeoran ligeramente y siguen siendo poco ambiciosas ya que la mayoría (39,9%) estima que apenas generará entre 1 y 5 empleos en los próximos 5 años. La mayoría se considera **no innovadora** tanto en su producto o servicio (76,4%) como en sus procesos (71,6%). Por último, y en la misma línea, la mayoría sigue **sin exportar**, pero la situación mejora en el caso de las iniciativas consolidadas.

El porcentaje de personas involucradas en actividades **intra emprendedoras (EEA)** también disminuye al 0,5%, inferior a la media nacional que en 2020 es de 0,8%, y se sitúa en la media de la mayoría de Comunidades Autónomas con niveles de PIB parecidos como Castilla y León y Asturias.

Las necesidades de financiación en términos del **capital medio** necesario para iniciar un proyecto emprendedor en Cantabria en 2020 descienden de forma importante con respecto a 2019 siendo de 56.532 euros. Los datos del **capital semilla** obtenidos indican que éste varía entre los 3.000 y los 350.000 euros. La mediana se sitúa en 24.756 y la moda baja a los 10.000, lo que significa que los proyectos iniciados en la región son mucho menos ambiciosos que en 2019 y que en España donde la moda se sitúa en el doble. En Cantabria el 4,2% de la población ha actuado como **inversor informal** (tipo Business Angel) incrementando de nuevo el 3,7% del 2019 y aportando de media unos de 14.000 euros, aunque los importes son muy variables.

La pandemia ha afectado fuertemente a la percepción de **oportunidades para emprender**, encontrando que solamente un 14% de cántabros manifiestan verlas en los próximos seis meses, descendiendo bruscamente de los valores superiores al 30% de 2019. El sexo parece ser la única variable personal que influye significativamente en esa percepción, teniendo los hombres el doble de probabilidad de percibir oportunidades que las mujeres. La pandemia también ha afectado de manera importante al hecho de que para el 64% de la población el **miedo a fracasar** suponga un obstáculo significativo a emprender, especialmente entre los más jóvenes.

En opinión de los expertos, entre las **condiciones del entorno que favorecen** el emprendimiento mejor valorados se encuentran el acceso a la infraestructura física (única condición que aprueba), la infraestructura comercial y los programas gubernamentales. En el año 2020 los tres factores que obtuvieron la peor valoración siempre por debajo del 3 fueron: la política fiscal y burocracia, y de nuevo, la financiación y la educación emprendedora en etapa escolar.

El **principal obstáculo** para emprender en Cantabria es el apoyo financiero, y como en 2019 las políticas gubernamentales y las normas sociales y culturales.

Entre los **factores que** según los expertos más pueden **apoyar** al emprendimiento se encuentran las normas sociales y culturales, los programas gubernamentales y la situación del mercado laboral. Por último, en lo referido a los **factores que los expertos recomiendan** que podrían favorecer y promover la actividad emprendedora destacan: mejores políticas gubernamentales y las normas sociales y culturales.





EXECUTIVE SUMMARY

Covid-19 has broken the upward trend in the total entrepreneurial activity (TEA) in Cantabria, falling to 6.4%. However, it is still above the national average, which has also fallen to 5.2%, and is positioned as the second Autonomous Community with the highest percentage of entrepreneurs in the start-up phase, behind Catalonia. This 8.5% decline is due to the decrease in the percentage of nascent entrepreneurs (less than 3 months), which decreased from 3.2% to 2.4% in 2020, probably as a result of the pandemic.

The factors that show the greatest relative importance on the TEA are having specific training, making the probability of entrepreneurship 2.6 times higher among those who have this quality, and gender, with men being twice as likely to be entrepreneurs.

The most important motivation for early-stage entrepreneurs (new and nascent) is to make a living because work is scarce (67%), to create wealth or a higher income (42.1%), to make a difference in the world (36.1%), and to continue with a family tradition (21.7%).

The average age of early-stage entrepreneurs in 2020 is 44, with the highest percentage of entrepreneurs in Cantabria being concentrated in the 35-44 age group. The growth in the gender gap is one of the clearest effects of the pandemic, being 65.6% in the case of men and 34.4% in the case of women. 50% have completed their secondary education and 53.1% have received specific entrepreneurial training. The income level of entrepreneurs is decreasing, although a third of entrepreneurs are still in the highest income level (51%), which has the highest percentage of entrepreneurs.

Most of the entrepreneurial initiatives in Cantabria (43.7%) are located in the consumer-oriented sector. Most Cantabrian entrepreneurial initiatives have a micro-business dimension. Employment expectations have got slightly worse and are still not very ambitious, as the majority (39.9%) estimate that they will generate between 1 and 5 jobs in the next 5 years. The majority consider themselves to be non-innovative both in their product or service (76.4%) and in their processes (71.6%). Finally, and along the same lines, the majority still do not export, but the situation is improving in the case of consolidated initiatives.

The percentage of people involved in Entrepreneurial Employee activities (EEA) has also decreased to 0.5%, which is lower than the national average which in 2020 is 0.8%, and is within the average of most Autonomous Communities with similar GDP levels such as Castile and Leon and Asturias.

Financing needs in terms of average capital required to start an entrepreneurial project in Cantabria in 2020 are significantly lower than in 2019, being 56,532 euros. The data obtained for seed capital indicate that it varies between 3,000 and 350,000 euros. The median stands at 24,756 and the mode drops to 10,000, which implies that the projects initiated in the region are much less ambitious than in 2019 and also than in Spain, where the mode is twice as high. In Cantabria, 4.2% of the population has acted as an informal investor (Business Angel type) increasing again by 3.7% compared to 2019 and contributing on average about 14,000 euros, although the amounts are highly variable.

The pandemic has strongly affected the perception of entrepreneurial opportunities, finding that only 14% of Cantabrians claim to see them in the next six months, dropping sharply from the values higher than 30% in 2019. Gender seems to be the only personal variable that significantly influences this perception, with men being twice as likely as women to perceive opportunities. The pandemic has also significantly affected the fact that for 64% of the population, fear of failure is a significant obstacle to entrepreneurship, especially among younger people.

According to experts, the most highly rated environmental conditions favouring entrepreneurship include access to physical infrastructure (the only condition that passes), commercial infrastructure and government programmes. In 2020, the three factors that received the worst rating, always below 3, were: tax policy and bureaucracy, and again, financing and entrepreneurial education at school.

The main obstacle to entrepreneurship in Cantabria is financial support, and as in 2019, government policies and social and cultural norms.

Among the factors that, according to experts, can most support entrepreneurship are social and cultural norms, government programmes and the situation of the labour market. Finally, in terms of the factors that experts recommend could favour and promote entrepreneurial activity, the following stand out: better government policies and social and cultural norms

Este primer capítulo del informe aporta un diagnóstico de las principales características del fenómeno emprendedor obtenidas a partir de una muestra representativa de la población adulta cántabra.

CAPÍTULO 1

El fenómeno emprendedor



CAPÍTULO 1.

EL FENÓMENO EMPRENDEDOR

1.1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN LA POBLACIÓN CÁNTABRA

1.1.1. Introducción

Los valores, percepciones y actitudes de la población española sobre el emprendimiento vienen siendo una cuestión clave de análisis para el Global Entrepreneurship Monitor desde el comienzo de su andadura. En este primer capítulo, se analizan estos factores a través del estudio pormenorizado de las percepciones de la población cántabra sobre las siguientes cuestiones fundamentales:

- Oportunidades para emprender en los próximos 6 meses.
- Posesión de una red social emprendedora sólida y consolidada.
- Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender.
- Miedo al fracaso, como obstáculo para emprender.
- Equidad en los estándares de vida en España.
- Emprendimiento como una buena opción profesional.
- Difusión del emprendimiento en medios de comunicación.
- Facilidad de iniciar un negocio emprendedor.

El objetivo fundamental del capítulo es poder identificar el estado actual del proceso

emprendedor en Cantabria en el último período completo, correspondiente al año 2020.

A efectos metodológicos, el análisis adopta la metodología GEM para medir las percepciones de la población cántabra de 18 a 64 años. La presentación de resultados muestra tanto el análisis general del conjunto de la población cántabra como el análisis comparativo de la población involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor en Cantabria, reflejados todos estos valores en las distintas figuras expuestas en el Capítulo. En este sentido, y siguiendo la nomenclatura GEM, mientras la población involucrada se define como el conjunto de personas que están iniciando un negocio o son propietarias de negocios ya establecidos, la población no involucrada representa el conjunto de personas que no están relacionadas de ninguna manera con una actividad empresarial concreta.

De manera adicional, en todos los factores los análisis vienen complementados con el estudio del efecto que tienen diversas características personales de la población en los distintos factores del fenómeno emprendedor analizados en este capítulo.

Para ello, se ha realizado un análisis que permita determinar cómo esas características

Figura 1.1.1. Percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses

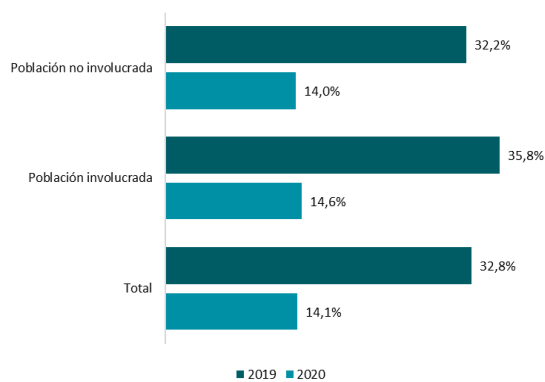
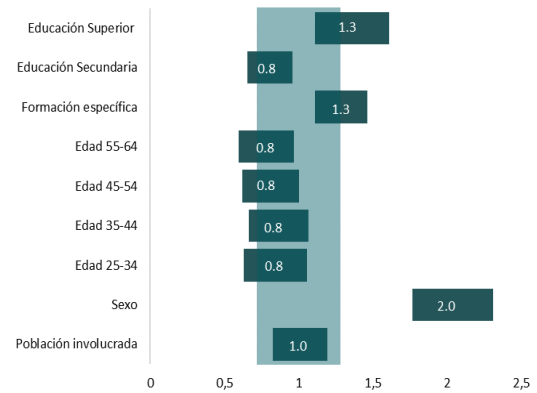


Figura 1.1.2. Influencia de las características personales sobre la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses



personales influyen en la probabilidad de poseer cada uno de los rasgos emprendedores. Esta influencia se expresa a través de la Odd ratio, que indica la variación en la probabilidad de que se manifiesten los rasgos emprendedores en función de las características analizadas, es decir, cuántas veces es más probable que aparezca el rasgo analizado si se tiene cada una de las características personales. Para su representación se utiliza un gráfico de cajas (Box-plot), gráfico que consiste en una caja rectangular cuyo tamaño muestra el recorrido intercuartílico (los valores entre el primer y tercer cuartil), además del valor de la Odd ratio media.

1.1.2. Percepción de oportunidades

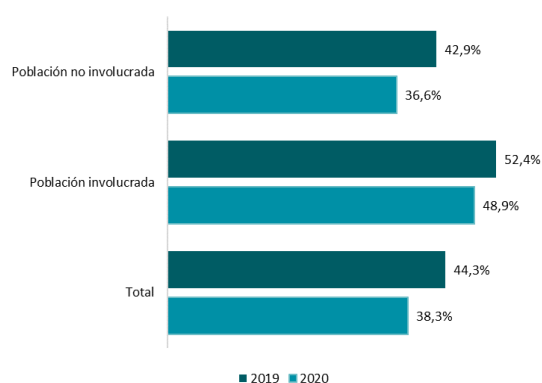
La percepción de oportunidades para emprender en un futuro próximo se presenta como un primer indicador clave para pulsar la psicología de la población cántabra respecto a la actividad emprendedora. En este sentido, se entiende que la identificación de una oportunidad de negocio representa la etapa inicial y esencial de todo el proceso emprendedor, ya que se configura como el paso previo imprescindible para crear nuevas empresas en el mercado. Por ello, conocer las percepciones que tiene la población sobre dichas oportunidades resulta de vital

importancia en este estudio y se aborda en primer lugar en este capítulo.

Concretamente, en este epígrafe se aborda el análisis del porcentaje de población cántabra de entre 18 y 64 años que en el año 2020 percibía oportunidades emprendedoras que podrían materializarse en la creación de un nuevo negocio en su entorno en el corto plazo, es decir, en un plazo máximo de seis meses.

Los resultados del análisis se muestran en la Figura 1.1.1. En ella, se observa que la percepción de oportunidades para emprender en el 2020 se ha visto fuertemente condicionada por la pandemia mundial de Covid-19, que ha perjudicado notablemente este indicador tanto entre la población involucrada como no involucrada previamente en el emprendimiento. De esta forma, el indicador desciende bruscamente desde los valores superiores al 30% registrados en el 2019 a porcentajes que apenas alcanzan el 14% en el 2020. Concretamente, tan solo un 14,1% de la población cántabra total percibe oportunidades sólidas para emprender en un futuro cercano, frente al 32,8% registrado en 2019. Esta cifra se eleva hasta el 14,6% entre la población involucrada en emprendimiento (35,8% en 2019), pero se mantiene en apenas un 14% entre la población no involucrada (32,2% en 2019).

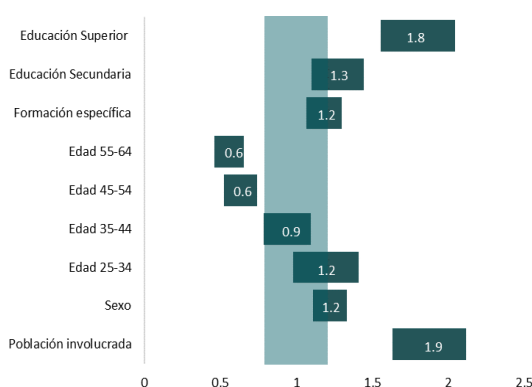
Figura 1.1.3. Posesión de red social emprendedora



Por otra parte, se presenta el gráfico de cajas, que refleja cómo afectan las características personales a la percepción de oportunidades. Tal y como se ha señalado en la introducción de esta sección, la Figura 1.1.2. muestra, para cada una de las características, el valor de la Odd ratio. El tamaño de las cajas refleja el rango entre el primer y el tercer cuartil, y la zona sombreada vertical en torno al valor 1 marca el rango en el que no se aprecian diferencias estadísticamente significativas. De esta forma, para que el valor medio de una variable sea estadísticamente diferente de 1 todo el rango debe estar fuera de la zona sombreada. En el caso de la edad y el nivel de educación, al tener varios grupos de individuos, la interpretación se realiza con respecto a un grupo de referencia. En la edad se ha tomado como ese grupo de referencia a los que tienen entre 18 y 24 años (categoría de menor edad recogida en el cuestionario), mientras que para el nivel de educación el grupo de referencia son los que tienen un nivel de educación máximo de primaria.

Como se puede observar, la única de las características personales que influye de manera significativa en la percepción de oportunidades para emprender es el sexo. En concreto, se observa que la percepción de oportunidades es mayor en el caso de los hombres, siendo la probabilidad el doble que en el caso de las mujeres (al tener la Odd ratio un

Figura 1.1.4. Influencia de las características personales sobre la posesión de red social emprendedora



valor de 2). El resto de características personales (edad, formación específica para emprender y nivel de educación) no influyen en la percepción de oportunidades, y tampoco se observa una diferencia significativa para el caso de la población involucrada.

1.1.3. Posesión de red social emprendedora

El segundo factor que se estudia en este capítulo para comprender y representar el fenómeno emprendedor en Cantabria es la percepción de posesión de red social emprendedora por parte de la población encuestada en la región. En este sentido, la posesión de red social emprendedora hace referencia a las habilidades de networking desarrolladas por un individuo, que se considera un elemento especialmente valioso para el fomento del emprendimiento gracias a la generación de contactos con otros emprendedores y/o agentes económicos relevantes para el desarrollo del proyecto emprendedor personal. Por tanto, la posesión de red social emprendedora se posiciona como una de las claves que ayuda, motiva y guía las intenciones de la población en el contexto del emprendimiento.

Por lo que respecta a este indicador, las cifras que se muestran en la Figura 1.1.3. indican que un 38,3% de la población total encuestada en

Cantabria afirma poseer una buena red social emprendedora. Además, y como es lógico anticipar, este indicador es claramente superior entre la población involucrada en emprendimiento (48,9%) que entre la población no involucrada previamente en este tipo de actividades (36,6%). También es de destacar que, aunque este segundo indicador vuelve a verse de nuevo condicionado negativamente por la situación de pandemia mundial vivida en los últimos dos años, los valores presentados no se muestran tan sensibles al Covid-19 como es el caso de la percepción de oportunidades de emprendimiento. De esta forma, la posesión de red social por parte de la población total de Cantabria desciende del 44,3% en 2019 al 38,3% en 2020, mientras que entre la población involucrada lo hace únicamente del 52,4% al 48,9% y entre la población no involucrada se reduce del 42,9% al 36,6%.

Por lo que respecta a la caracterización de las personas que poseen una red social emprendedora, la Figura 1.1.4. presenta las características personales que la definen. En este caso, se observa que la población involucrada presenta mayor probabilidad de poseer una red social emprendedora que la no involucrada (1,9 veces más, es decir, una probabilidad casi el doble que la población no involucrada), lo que viene a confirmar las diferencias encontradas en la Figura 1.1.3. Esta diferencia reafirma la relevancia que los emprendedores le confieren a la red social y al contacto con otros agentes vinculados a la actividad emprendedora.

En relación con la edad, se observa que a partir de los 45 años se reduce la probabilidad de tener una red social emprendedora, con una diferencia de un 40% (a partir de esa edad tienen 0,6 veces menos probabilidad que la población más joven).

Finalmente, se observa que aquellas personas que tienen un nivel de educación superior presentan 1,8 veces mayor probabilidad que el resto de la población de tener una red social emprendedora.

Ni el sexo ni la formación específica para emprender muestran una influencia significativa en este aspecto.

1.1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

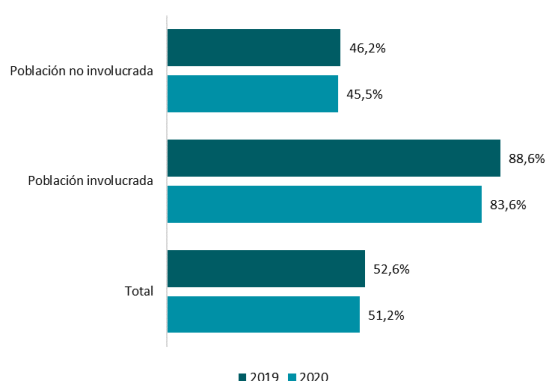
En la literatura científica y empresarial, la intención emprendedora se entiende también influida por el capital humano de la persona, en el que se incluyen tanto sus conocimientos como sus habilidades y experiencia previa en el ámbito del emprendimiento, acumulados a lo largo de la vida, ya sea a través de procesos educativos o de la mera experiencia con la que la persona cuenta para la creación y desarrollo de determinadas actividades emprendedoras. En este contexto, es bien sabido que hay personas que están mucho más preparadas que otras para afrontar los retos emprendedores y, por tanto, pueden afrontar en mejores condiciones no solo la creación de negocios sino también la consolidación de los mismos a lo largo del tiempo.

De esta manera, el análisis, cuyos resultados se muestran en la Figura 1.1.5., está enfocado en conocer la autopercepción de la población encuestada sobre su grado de posesión de conocimientos, habilidades y experiencia previa en emprendimiento. El análisis se realiza de manera global para el conjunto de la población y de manera desagregada tanto para la población involucrada como no involucrada previamente en emprendimiento.

Comparando los datos de 2020 con los recabados en 2019, los resultados indican una tendencia muy estable en este indicador, tanto a nivel global como desagregado por colectivos. Concretamente, en 2020 el 51,2% del total de encuestados indican poseer un buen nivel de conocimientos, habilidades y experiencia previa en emprendimiento, frente al 52,6% registrado en 2019. Adicionalmente, al comparar la población involucrada y no involucrada en



Figura 1.1.5. Auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender



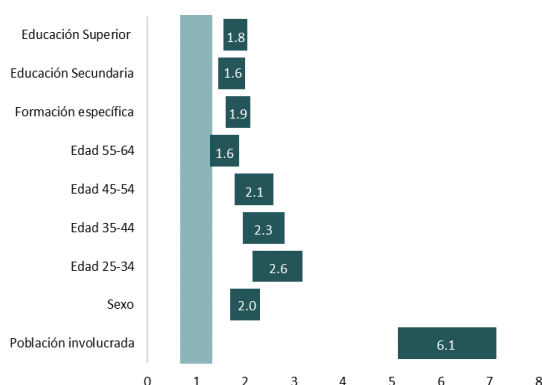
emprendimiento, se observa que este porcentaje se dispara entre la población cántabra previamente involucrada en actividades emprendedoras, situándose en el 83,6% (88,6% en 2019). Por el contrario, el porcentaje de individuos que indican poseer un buen nivel de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender entre la población no involucrada se limita al 45,5% (46,2% en 2019).

La percepción de la posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender se ve condicionada en mayor o menor medida por todas las características personales consideradas, como se puede observar en la Figura 1.1.6.

En primer lugar, se observa que pertenecer a la población involucrada afecta claramente al nivel de auto reconocimiento, puesto que los involucrados en actividades de emprendimiento presentan una probabilidad 6 veces mayor de percibir que poseen esos mayores conocimientos, habilidades y experiencia para emprender (6,1 veces mayor).

En segundo lugar, se puede ver cómo los hombres tienen mayor nivel de auto reconocimiento, aunque en este caso la diferencia se reduce (los hombres tienen 2 veces más probabilidad que las mujeres).

Figura 1.1.6. Influencia de las características personales en el auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender



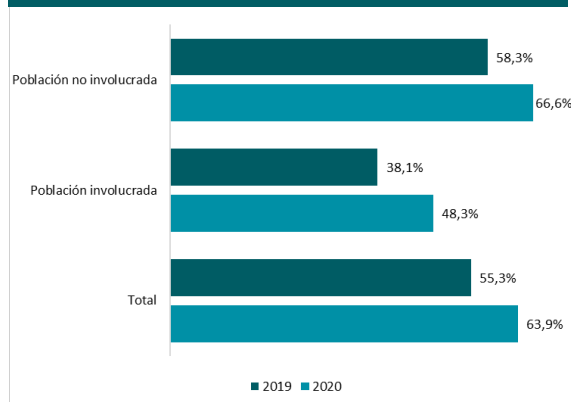
En tercer lugar, si nos fijamos en la edad, se observa que en la franja de edad entre 25 y 55 años se incrementa el nivel de auto reconocimiento, (siendo más del doble con respecto a la población más joven). Sin embargo, esta diferencia desaparece para los mayores de 55 años, que parecen percibir que no tienen ese extra de habilidades con respecto a los más jóvenes.

Finalmente, si tenemos en cuenta la formación, vemos como la formación específica para emprender también juega un papel relevante, puesto que las personas con esa formación también presentan un mayor auto reconocimiento (1,9 veces más). Esta diferencia positiva también se observa en el nivel de educación, puesto que cuanto mayor es el nivel de educación mayor percepción se tiene en cuanto a sus conocimientos, habilidades y experiencia para emprender (1,6 veces más para los que tienen un nivel de educación secundaria y 1,8 en el caso de los que tienen educación superior).

1.1.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender

Otro factor importante a analizar, por cuanto está íntimamente ligado con el carácter emprendedor de una persona, es la denominada tolerancia al riesgo del individuo o, lo que es lo mismo, el miedo al fracaso que éste

Figura 1.1.7. Temor al fracaso como obstáculo para emprender

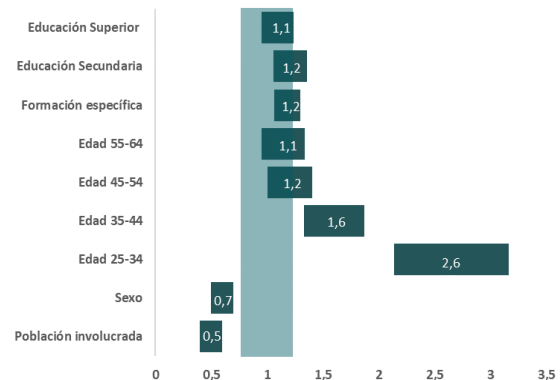


experimenta como freno para iniciar un nuevo negocio. De hecho, con carácter general se considera que la aversión al riesgo de un individuo es el principal freno psicológico de la persona a la hora de iniciar un proyecto emprendedor. Por ello, en el proyecto GEM Cantabria también se analiza esta variable, cuyos resultados se presentan en la Figura 1.1.7.

Los resultados de la población cántabra en 2020 muestran que para el 63,9% de los encuestados el temor al fracaso supone un obstáculo significativo para emprender. Además, en línea con los datos reflejados en indicadores previos como la percepción de oportunidades o la posesión de red social emprendedora, esta variable se ha visto igualmente afectada de manera considerable por la pandemia del Covid-19, ya que el porcentaje de individuos que experimentan dicho miedo al fracaso ha aumentado notablemente desde el 55,3% registrado en 2019.

Como es comprensible, el temor al fracaso es más acuciado entre la población no involucrada en emprendimiento (66,6%), mientras que se reduce al estudiar a la población involucrada en el fenómeno emprendedor de la región (48,3%). No obstante, sí se percibe que la población previamente involucrada en emprendimiento se ha visto afectada en mayor medida por la pandemia que la población no involucrada, ya que el volumen de encuestados que han

Figura 1.1.8. Influencia de las características personales sobre el temor al fracaso como obstáculo para emprender



reconocido dicho temor al fracaso se ha elevado en más de 10 puntos porcentuales entre 2019 y 2020 (de 38,1% a 48,3%). Por el contrario, este incremento, que también se produce entre la población no involucrada, es menos acuciado en este segundo colectivo (de 58,3% en 2019 a 66,6% en 2020).

Como en los factores anteriores, el temor al fracaso también se ve condicionado por algunas de las características personales, tal y como se puede ver en la Figura 1.1.8.

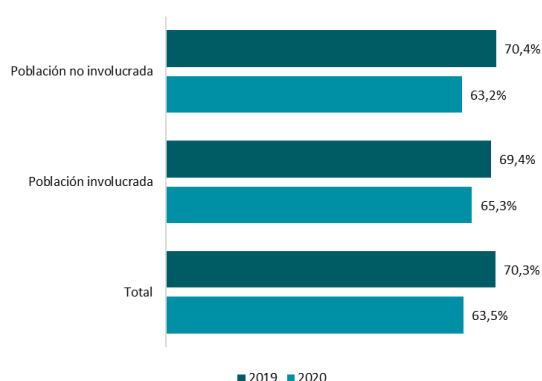
En primer lugar, se observa que la población involucrada se ve menos afectada por el miedo al fracaso, con una diferencia de un 50% con respecto al resto de la población (0,5 veces menor probabilidad de que el miedo al fracaso les desincentive a emprender).

Algo similar ocurre con el sexo, donde se puede ver cómo los hombres también se ven menos afectados por el temor al fracaso (los hombres tienen 0,7 veces menos probabilidad que las mujeres).

En cuanto al efecto de la edad, se observan diferencias relevantes en los primeros tramos de edad, pero a partir de los 45 años esas diferencias desaparecen. Es decir, para los individuos más jóvenes, por debajo de 25 años, el temor al fracaso es menor, pero este temor se incrementa de manera clara entre los 25 y los 34 años, y se reduce ligeramente entre los 35 y



Figura 1.1.9. Opinión sobre la equidad en los estándares de vida



los 44 años (con probabilidades 2,6 y 1,6 veces mayores). A partir de ahí, para los individuos con un mayor grado de madurez, el miedo a fracasar pierde relevancia.

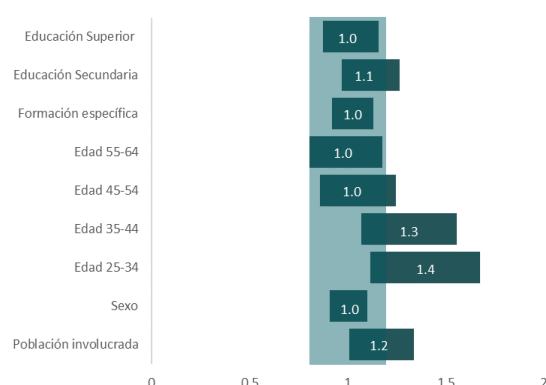
Finalmente, ni en la formación en emprendimiento ni en el nivel de educación se observan diferencias significativas.

1.1.6. Equidad en los estándares de vida vs. emprendimiento

Las expectativas de igualdad y equidad en los estándares de vida que ofrece una sociedad son factores igualmente importantes a la hora de entender las intenciones laborales futuras de la población, bien sea porque inclinan a los ciudadanos a preferir un trabajo por cuenta ajena o les anima a emprender como una opción profesional atractiva de cara a su futuro laboral. A partir de esta idea, en la encuesta GEM se pregunta a la población en qué medida prefiere una sociedad en la que se prime la equidad en los estándares de vida o una sociedad en la que se fomente el emprendimiento y, con ello, que cada empresario perciba la totalidad de la ganancia generada con su propio trabajo.

La Figura 1.1.9. muestra que un 63,5% de la población cántabra prefiere que exista equidad en los estándares de vida frente a una mayor tasa de emprendimiento en la región. Este dato

Figura 1.1.10. Influencia de las características personales en la opinión sobre la equidad en los estándares de vida



representa un volumen muy elevado y, por ello, contraproducente para la generación de una mayor intención emprendedora en la sociedad. Sin embargo, en este indicador se observa una tendencia positiva en el año 2020 con respecto al 2019, ya que el porcentaje de población que prima la equidad frente al emprendimiento se reduce desde el 70,3% registrado en 2019. Por tanto, se observa que, entre la población cántabra, el deseo de más equidad en los estándares de vida de la región se reduce ligeramente con respecto a los datos registrados con carácter previo a la pandemia de Covid-19.

El porcentaje de encuestados que conservan esta opinión sigue la misma tendencia tanto entre la población involucrada como no involucrada en emprendimiento. En el colectivo de población involucrada, el 65,3% de los encuestados valoran la equidad en los estándares de vida como más importante que la opción del emprendimiento, si bien el porcentaje se reduce en más de 4 puntos porcentuales con respecto al 69,4% registrado en 2019. En el caso de la población no involucrada en emprendimiento previamente, el 63,2% de los encuestados prefieren altos estándares de vida, frente al 70,4% del 2019.

En este caso, ninguna de las características personales muestra diferencias relevantes (Figura 1.1.10.).

Figura 1.1.11. Opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cantabria

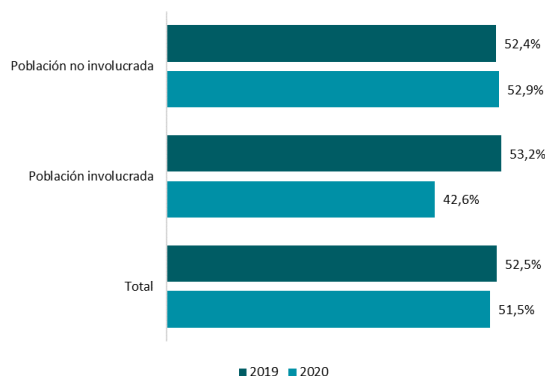
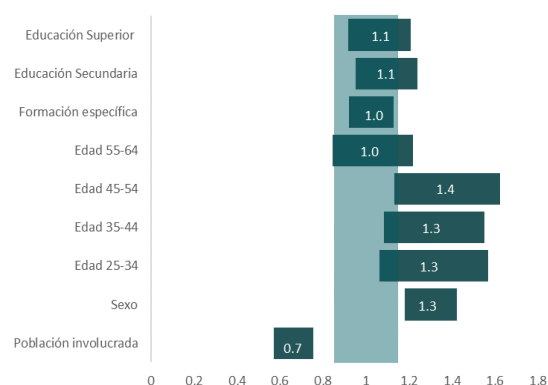


Figura 1.1.12. Influencia de las características personales sobre la opinión de que emprender es una buena opción profesional



1.1.7. Emprendimiento como opción profesional

Como complemento al análisis de la equidad en los estándares de vida, en este capítulo se estudia también la percepción de la sociedad sobre el emprendimiento como opción profesional, evaluando hasta qué punto la población cántabra considera la creación de un nuevo negocio como una buena opción profesional en la región.

Los resultados de este análisis se muestran en la Figura 1.1.11. Concretamente, se observa que la población cántabra que percibe el emprendimiento como una buena opción profesional en la región se mantiene en niveles muy similares a los registrados en 2019 tanto a nivel global como en el colectivo de población no involucrada previamente en actividades emprendedoras. Por ejemplo, a nivel total de la región, el 51,5% de los encuestados muestra una opinión favorable frente a la idea de iniciar un negocio propio, similar al 52,5% registrado en 2019. En el colectivo de población no involucrada, además, el porcentaje aumenta del 52,4% (2019) al 52,9% (2020). Por el contrario, los datos registrados entre la población involucrada en emprendimiento empeoran sensiblemente con respecto a los alcanzados con carácter previo a la pandemia. Más específicamente, tan solo un 42,6% de estos

encuestados valoran la opción del emprendimiento como una buena decisión profesional, frente al 53,2% registrado en 2019.

Las diferencias en el perfil personal de las personas que perciben el emprendimiento como una buena opción profesional están relacionadas únicamente con la población involucrada y con el sexo (Figura 1.1.12.).

Por lo que se refiere a la población involucrada en actividades de emprendimiento, esta tiene una visión menos positiva sobre el emprendimiento como salida profesional (en torno a un 30% menor que el resto de la población). Esto parece indicar un cierto desencanto con las perspectivas de su actividad emprendedora, mientras que la población que lo ve desde fuera tiene una perspectiva más positiva.

Por otro lado, los hombres tienen una mayor probabilidad de percibir el emprendimiento como una buena opción profesional (1,3 veces más con respecto a las mujeres).

La edad, la formación específica para emprender y el nivel de educación no muestran diferencias en este caso.



Figura 1.1.13. Opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor

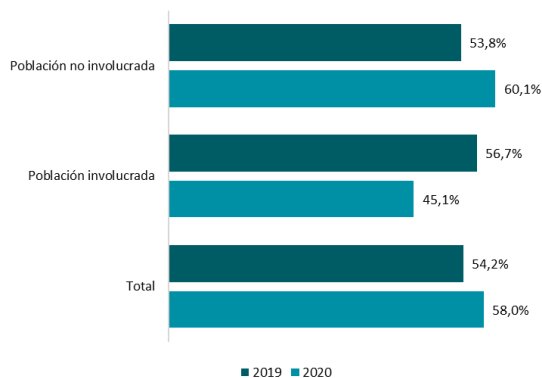
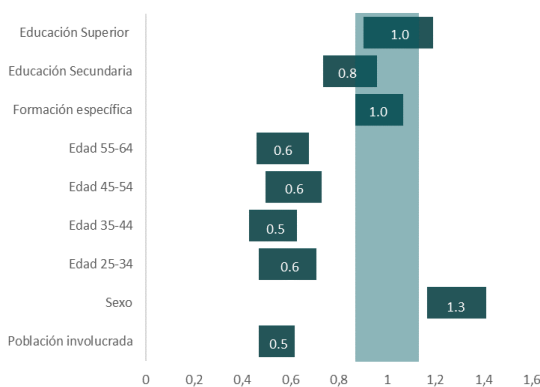


Figura 1.1.14. Influencia de las características personales sobre la opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor



1.1.8. Emprendimiento, estatus social y estatus económico

De forma complementaria, la encuesta GEM consulta a la población sobre la relación que percibe entre emprendimiento, estatus social y estatus económico. Concretamente, se consulta a los emprendedores su percepción sobre el grado en que consideran que la actividad emprendedora brinda un buen estatus social y económico a la persona involucrada en ella. Este indicador complementa la evaluación de la profesión emprendedora como deseable (o no) ya que aporta una visión social del emprendimiento, incluyendo las expectativas de los encuestados sobre la valoración global que hace la sociedad sobre esta actividad en términos económicos y sociales.

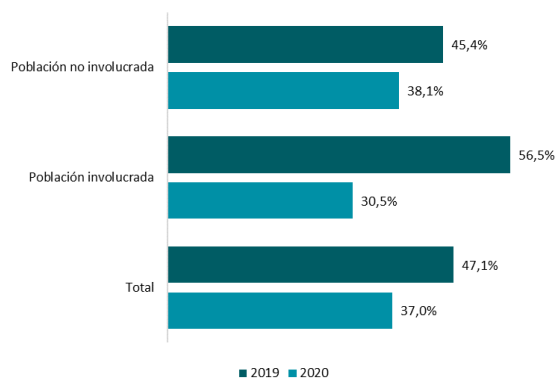
Los resultados del análisis se muestran en la Figura 1.1.13. Los mismos indican que, al igual que sucedía con la percepción del emprendimiento como opción profesional, la percepción del estatus social y económico que aporta el emprendimiento está bastante extendida entre la población cántabra, incluso incrementándose ligeramente en términos totales y entre la población no involucrada. Atendiendo a los datos globales, el 58% de los encuestados de la región perciben que el

emprendimiento aporta un buen estatus social y económico. Además, este porcentaje se eleva en casi 4 puntos porcentuales respecto al del 2019, que se situaba en el 54,2%. Además, entre la población no involucrada en emprendimiento el incremento es todavía mayor, cercano a 7 puntos porcentuales, pasando del 53,8% en 2019 al 60,1% en 2020. Por el contrario, y al igual que sucedía al preguntar a la población cántabra por el emprendimiento como opción profesional, la percepción de esta nueva variable en el colectivo involucrado en emprendimiento se ha visto resentida notablemente entre 2019 y 2020, descendiendo en más de 11 puntos porcentuales con respecto al año anterior (del 56,7% registrado en 2019 al 45,1% alcanzado en 2020)

La consideración del emprendimiento de éxito como un indicador de una buena posición social y económica presenta diferencias relevantes en diferentes características personales, como la población involucrada, el sexo o la edad, tal y como se observa en la Figura 1.1.14.

Por lo que se refiere a la población involucrada en actividades de emprendimiento, de nuevo los resultados muestran cierta desilusión con su actividad (tienen la mitad de probabilidad de considerar que el emprendimiento exitoso se

Figura 1.1.15. Opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito



traduce en una buena posición social y económica).

En lo que se refiere al sexo, la población masculina presenta una probabilidad un 30% mayor de considerar que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica (1,3 veces más con respecto a las mujeres).

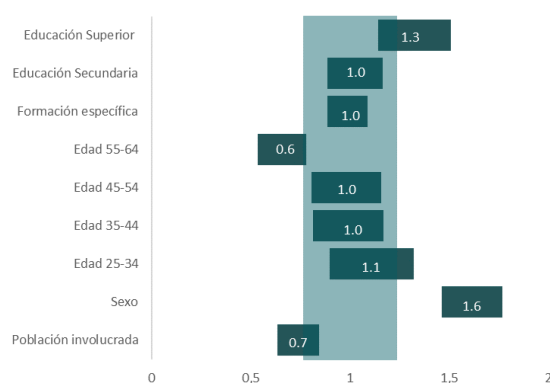
En cuanto a la edad, a partir de los 25 años la probabilidad de percibir el emprendimiento de éxito como indicador de estatus social y económico se reduce aproximadamente a la mitad con respecto a los más jóvenes, que presentan una visión más positiva de la repercusión de la actividad emprendedora.

Finalmente, ni la formación específica para emprender ni el nivel de educación presentan diferencias significativas.

1.1.9. Difusión del emprendimiento en medios de comunicación

Adicionalmente, y dada la influencia que tienen los medios de comunicación en las percepciones de la población, este capítulo incluye un epígrafe específico dedicado a estudiar la medida en que la sociedad cántabra percibe que el emprendimiento es una actividad suficientemente cubierta y difundida en los medios de comunicación en la región.

Figura 1.1.16. Influencia de las características personales en la opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito



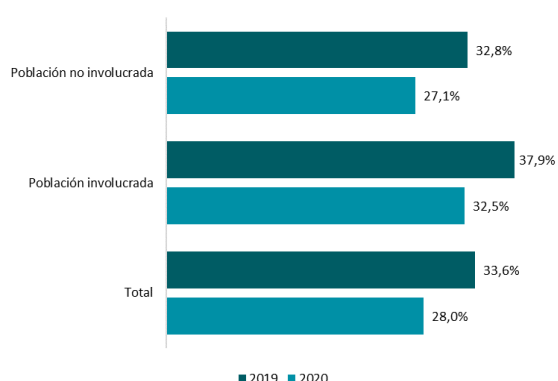
Los resultados (Figura 1.1.15) muestran que en 2020 la cobertura de historias y noticias sobre emprendimiento en Cantabria parece haber descendido notablemente con respecto a ediciones precedentes del informe, hecho que, sin duda, está directamente condicionado por la pandemia de Covid-19 desencadenada a nivel mundial a comienzos de marzo de 2020. Al menos, la percepción de la población cántabra, tanto involucrada como no involucrada en emprendimiento, se ha visto fuertemente afectada de manera negativa con respecto a la edición del informe de 2019.

Concretamente, sólo el 37% de la población total encuestada considera que la difusión del emprendimiento en medios de comunicación es buena, frente al 47,1% que tenían esta impresión en 2019. El descenso es especialmente notable en el colectivo de población involucrada, donde únicamente un 30,5% de los encuestados valoran de forma positiva la labor de los medios de comunicación en este ámbito (56,5% en 2019). Finalmente, un 38,1% del colectivo de población no involucrada tiene una buena impresión de la cobertura del emprendimiento en medios de comunicación, dato que nuevamente desciende de forma considerable con respecto a la pasada edición, cuando se situaba en el 45,4%.

En el caso de la percepción de la labor que ejercen los medios de comunicación en relación



Figura 1.1.17. Opinión sobre la facilidad de iniciar un negocio



con la actividad emprendedora, solo se observan diferencias en función del sexo (Figura 1.1.16.).

En concreto, se observa que los hombres son más propensos a valorar de manera positiva la difusión que los medios hacen de la actividad emprendedora (1,6 veces más que las mujeres).

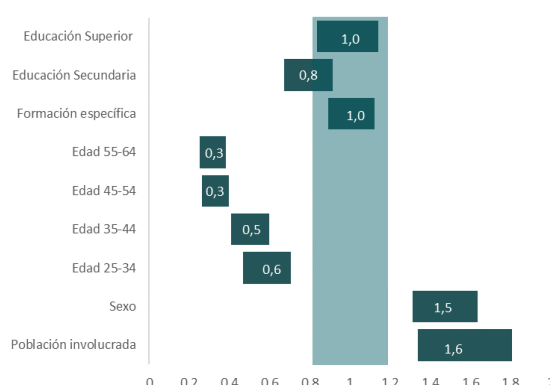
El resto de características no muestran diferencias relevantes en este concepto.

1.1.10. Facilidad de iniciar un negocio del emprendimiento

Desde la pasada edición del informe GEM nacional y regional de Cantabria, en la encuesta realizada se añade una pregunta relativa a la facilidad que percibe la población a la hora de iniciar un nuevo negocio. Este indicador toma en consideración los trámites administrativos necesarios para crear una nueva empresa, valorando la percepción que tienen los encuestados sobre la existencia y accesibilidad de dichos trámites en su entorno.

La Figura 1.1.17 muestra la percepción general de la población cántabra. En líneas generales, los resultados indican que los encuestados consideran que los trámites necesarios para emprender en la región no son fáciles, tal y como muestra el hecho de que tan solo el 28% de la muestra ha indicado que le parece fácil

Figura 1.1.18. Influencia de las características personales en la opinión sobre la facilidad de iniciar un negocio



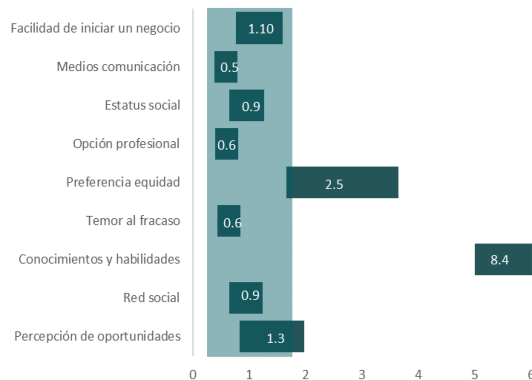
iniciar un negocio en Cantabria. Este porcentaje es inferior incluso al cosechado por la media española (35%), lo que hace que Cantabria se sitúe notablemente por debajo también de la media de los países desarrollados e, incluso, por debajo de la media de los países en vías de desarrollo. Además, este indicador vuelve a estar condicionado por la situación particular del año 2020, reduciéndose en más de 5 puntos porcentuales con respecto al 33,6% cosechado en 2019.

Al analizar este indicador de manera desagregada para población involucrada y no involucrada en emprendimiento, se observan valores del 32,5% y del 27,1%, respectivamente. En ambos casos, además, los porcentajes de población que perciben facilidad a la hora de emprender se reducen notablemente con respecto a la pasada edición del informe. Concretamente, en 2019 estos datos se situaban en valores del 37,9% para población involucrada y 32,8% para población no involucrada en emprendimiento.

En el caso de la percepción de la facilidad que hay para iniciar un negocio, todos los factores excepto los relacionados con la formación específica y la educación presentan diferencias relevantes (Figura 1.1.18.).

Por lo que se refiere a la población involucrada en actividades de emprendimiento, muestra una mejor valoración de las facilidades que hay

Figura 1.1.19. Influencia de los valores y actitudes para emprender sobre la tasa de actividad emprendedora



para iniciar un negocio en Cantabria (1,6 veces mayor que el resto de la población).

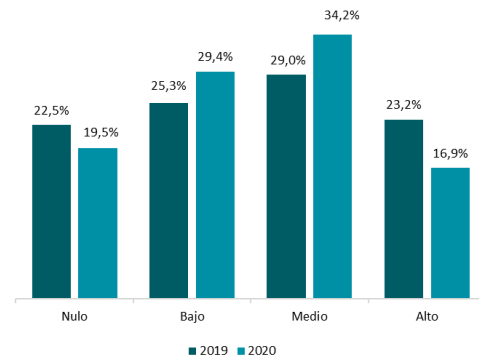
En lo que se refiere al sexo, los hombres también presentan una probabilidad un 50% mayor de considerar que existen facilidades para iniciar un negocio (1,5 veces más con respecto a las mujeres).

Finalmente, en cuanto a la edad, a partir de los 25 años la probabilidad de percibir facilidades para iniciar un negocio se reduce a prácticamente la mitad con respecto a los más jóvenes, que presentan una visión más optimista en relación con este aspecto, y esa diferencia aún se incrementa a partir de los 45 años. Quizás en el tramo de la población más joven las actividades emprendedoras relacionadas con el ámbito digital tienen un mayor peso, y la menor demanda de infraestructuras físicas para emprender en ese ámbito puede explicar estas diferencias.

1.1.11. Análisis global de la influencia de los valores y actitudes sobre la tasa de actividad emprendedora

Con el análisis realizado en los epígrafes anteriores, se ha presentado una visión general de la situación en Cantabria con respecto a cada uno de los valores, percepciones y actitudes emprendedoras analizados. De manera complementaria, en este

Figura 1.1.20. Distribución del índice de cultura de apoyo al emprendimiento



apartado se presenta la influencia que cada uno de esos rasgos emprendedores tiene sobre la tasa de actividad emprendedora de manera conjunta. Los resultados se muestran en un gráfico de cajas, tal y como se observa en la Figura 1.1.19.

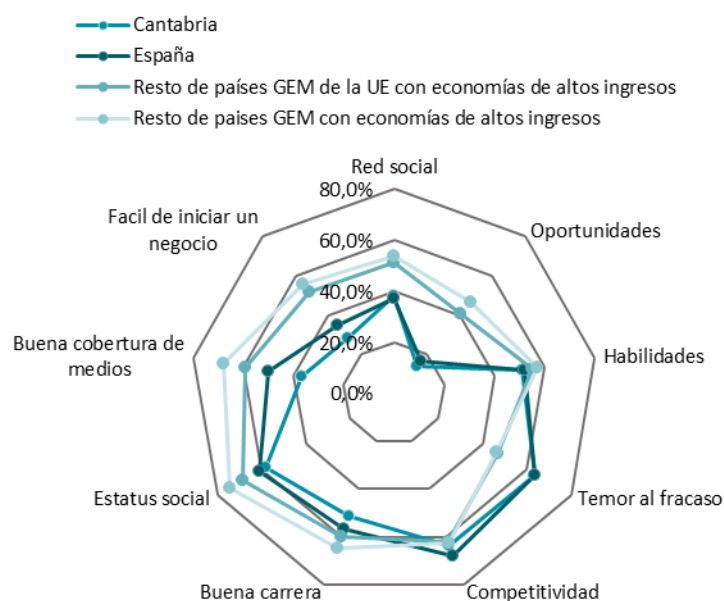
En este año se observa que la única variable que ejerce una influencia significativa es la posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender. En este caso, los que poseen esas características tienen una probabilidad de emprender más de 8 veces superior que las que no lo tienen. El resto de los factores no muestran en la población analizada en el año 2020 una influencia estadísticamente significativa sobre la probabilidad de emprender.

1.1.12. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

Como en ediciones pasadas del informe regional, en este capítulo se añade también el estudio de evolución del denominado índice de cultura de apoyo al emprendimiento en Cantabria. Este indicador se calcula a partir de los siguientes indicadores perceptuales previamente descritos en el capítulo: emprendimiento como buena opción profesional, estatus social y económico y difusión en medios de comunicación.



Figura 1.1.21. Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras: comparación de la prevalencia en Cantabria, España, la UE y resto de países GEM



Los resultados de este indicador para el año 2020 se muestran en la Figura 1.1.20, donde se aporta, además, la comparación con el año precedente, 2019. Los datos indican que el porcentaje de personas que perciben un alto índice de cultura de apoyo al emprendimiento se ha visto ligeramente perjudicado en 2020, disminuyendo el volumen de población que percibe que dicho indicador es alto (16,9% vs. 23,2% en 2019). Por el contrario, se producen aumentos importantes en el porcentaje de población que percibe que el índice de cultura de apoyo al emprendimiento es medio (34,2% vs. 29% en 2019) o, incluso, bajo (29,4% vs. 25,3% en 2019). Sin embargo, como aspecto positivo de esta edición, destaca la reducción del porcentaje de individuos encuestados que consideran que el apoyo recibido es nulo (19,5% vs. 22,5% en 2019).

1.1.13. Posicionamiento de Cantabria frente a España y Europa

A modo de síntesis del estudio de indicadores realizado en este Capítulo, a continuación, se presenta el análisis adicional,

de carácter comparativo, en el que se ponen en relación los datos de Cantabria en los diversos indicadores con los recogidos por España y otros países GEM (Figura 1.1.21).

En este análisis, se comparan los datos de cada indicador para Cantabria, España y el resto de países con economías de altos ingresos, tanto de la UE como del resto del mundo, y recogidos en el informe GEM mundial 2020/2021.

A este respecto, se observa que en Cantabria la opinión está muy alineada con la media nacional en prácticamente todas las dimensiones analizadas (red social, oportunidades, habilidades, temor al fracaso, competitividad - emprendimiento vs. equidad en estándares de vida-, buena carrera -emprendimiento como opción profesional-, estatus social/económico y facilidad para iniciar un negocio emprendedor). La opinión únicamente difiere y se queda bastante retrasada en el factor de cobertura del emprendimiento en medios de comunicación.

La media nacional en este indicador es bastante superior a la regional, al tiempo que la media del resto de países GEM con economías de altos in-

Tabla 1.1.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población cántabra desde la perspectiva del sexo

% de la población cántabra de 18-64 años que considera que...	Involucrado			No involucrado		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Red social	48,8%	49,1%	48,9%	39,5%	33,8%	36,6%
Oportunidades	17,3%	10,7%	14,6%	18,3%	10,0%	14,0%
Habilidades	83,7%	83,3%	83,6%	54,5%	37,1%	45,5%
Temor al fracaso	40,2%	60,0%	48,3%	64,3%	68,9%	66,6%
Competitividad	67,1%	62,5%	65,3%	63,2%	63,3%	63,2%
Buena carrera	48,0%	34,0%	42,6%	55,8%	50,0%	52,9%
Estatus social y económico	41,7%	50,0%	45,1%	64,4%	55,9%	60,1%
Buena cobertura de medios	30,4%	30,8%	30,5%	44,4%	32,3%	38,1%
Facilidad de iniciar un negocio	34,8%	31,3%	32,5%	31,5%	23,0%	27,1%

gresos (europeos y no europeos) es también bastante superior a la media regional y nacional.

Además, se observa que existen otras diferencias significativas entre la media española y la de otros países incluidos en el estudio GEM con economías de altos ingresos. Éste es el caso particular de la posesión de red social emprendedora, la percepción de oportunidades para emprender, la facilidad de iniciar un negocio emprendedor y el temor al fracaso. En los tres primeros casos, las medias del resto de países GEM con economías de altos ingresos, tanto si pertenecen a la Unión Europea o son extracomunitarios, son claramente superiores a la media nacional española. En el caso del temor al fracaso, el indicador funciona en la dirección opuesta y es la población española quién indica mayor miedo que la media del resto de países.

1.1.14. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población desde la perspectiva de sexo

Finalmente, es ya tradición que este Capítulo se cierre con un análisis comparativo de los indicadores de valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población cántabra tomando en consideración la

perspectiva de sexo. En esta línea, la Tabla 1.1.1. muestra los resultados comparativos de los diversos índices relacionados con dichos valores, percepciones y actitudes para hombres y mujeres, clasificados tanto en el colectivo de población involucrada como en el de población no involucrada previamente en emprendimiento.

En primer lugar, se observa que en tres de los indicadores analizados el porcentaje de hombres que valora positivamente cada variable es consistentemente superior al volumen de mujeres, tanto entre la población involucrada como no involucrada en emprendimiento. Éste es el caso de la detección de oportunidades para emprender en el corto plazo, la percepción del emprendimiento como una buena carrera profesional y la percepción de facilidad a la hora de iniciar un negocio en la región. Por el contrario, el temor al fracaso en el emprendimiento es superior en el colectivo femenino, tanto entre la población involucrada como no involucrada previamente en actividades emprendedoras.

En el caso del resto de variables analizadas, o bien los resultados son muy similares entre sexo para ambos colectivos (involucrados y no involucrados en emprendimiento), o se muestran tendencias dispares en cada subgrupo. Por ejemplo, la posesión de red social



es prácticamente la misma en ambos colectivos cuando éstos están involucrados en emprendimiento (49,1% mujeres vs. 48,8% hombres). Sin embargo, en el colectivo de población no involucrada en emprendimiento la tendencia es mayor en los hombres (33,8% mujeres vs. 39,5% hombres). Esta circunstancia se da también en relación a la percepción del estatus social y económico que brinda el emprendimiento. En este caso, las mujeres involucradas en emprendimiento perciben un mayor estatus que los hombres (50% vs. 41,7%, respectivamente), mientras que los hombres no involucrados en emprendimiento valoran más positivamente que las mujeres el estatus social y económico derivado de esta opción profesional (55,9% mujeres vs. 64,4% hombres).

Atendiendo a diferencias de sexo, el auto reconocimiento de posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender se observa que es muy similar entre mujeres y hombres cuando la población se encuentra involucrada en emprendimiento (83,3% vs. 83,7%, respectivamente), lo que también sucede con la valoración de la cobertura del

emprendimiento por parte de los medios de comunicación (30,8% vs. 30,4%, respectivamente). Sin embargo, para ambas variables los hombres no involucrados en emprendimiento tienen una mejor percepción que las mujeres. Concretamente, el 54,5% de los hombres no involucrados en emprendimiento valoran positivamente sus conocimientos, habilidades y experiencia para emprender, frente al 37,1% de las mujeres no involucradas. Por su parte, el 44,4% de los hombres sin involucración en emprendimiento valoran positivamente la labor de los medios de comunicación, frente al 32,3% de las mujeres no involucradas en este tipo de actividades.

Finalmente, por lo que respecta a la variable de competitividad, los porcentajes por sexo se mantienen muy parejos entre la población no involucrada (63,3% mujeres vs. 63,2% hombres), mientras que se alejan un poco entre la población involucrada, a favor en este caso del segmento masculino (62,5% mujeres vs. 67,1% hombres).

“

Tan sólo el 14% de la población percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses. La probabilidad de detectarlas es el doble en el caso de los hombres.

”

1.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y SUS CARACTERÍSTICAS

1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor

En el contexto del proyecto GEM, el estudio del proceso emprendedor se aborda como el análisis de las distintas etapas en las que una persona emprendedora se puede involucrar, la intención de emprender en el futuro próximo, la puesta en marcha de un negocio naciente, la gestión de negocios nuevos o establecidos e incluso el abandono reciente de una actividad empresarial. Esto es, el emprendimiento se concibe como un proceso que abarca tanto la identificación como la evaluación y la explotación de nuevas oportunidades de negocio en el mercado.

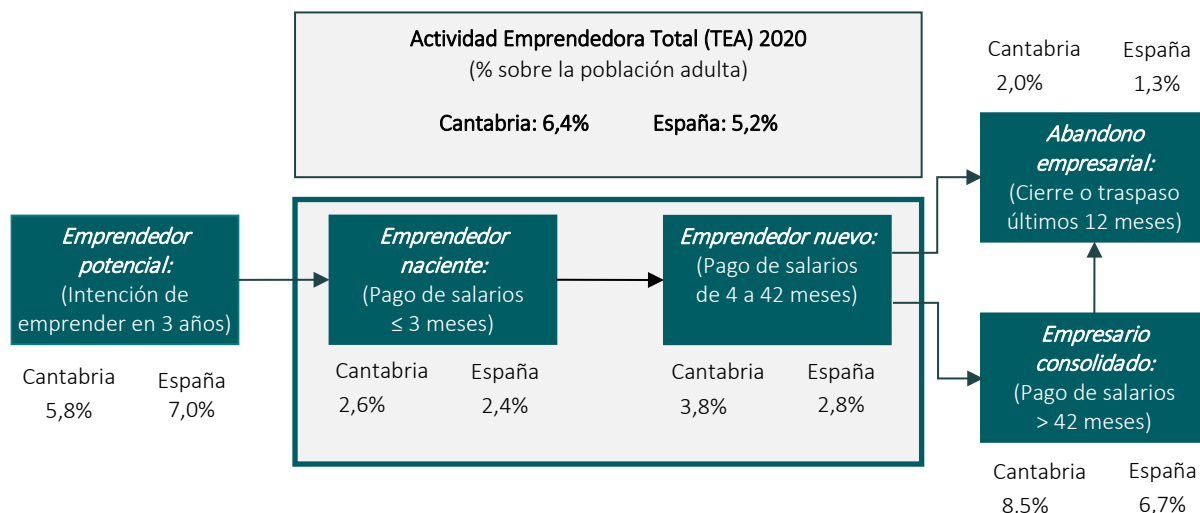
De ahí que la metodología de análisis de la actividad emprendedora que se sigue a continuación, emplea un conjunto de indicadores vinculados a dicho proceso tales como:

- **Tasa de actividad emprendedora total (TEA):** principal indicador que se corresponde con la suma del porcentaje de

emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.

- Porcentaje de **emprendedores nacientes:** personas adultas que están poniendo en marcha una empresa en la que se ha invertido tiempo y esfuerzo para su creación, pero que no ha pagado salarios por más de tres meses.
- Porcentaje de **emprendedores nuevos:** personas adultas que poseen un negocio que ha pagado salarios por más de 3 meses y no más de 42 meses, que no se ha consolidado.
- Porcentaje de **emprendedores potenciales:** personas de la población adulta que han declarado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos 3 años.
- Porcentaje de **emprendedores consolidados:** personas adultas que poseen un negocio que ya se ha afianzado en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses.
- Indicador de **abandono de la actividad empresarial:** porcentaje de personas adultas que han cerrado o abandonado un negocio en los últimos 12 meses.

Figura 1.2.1. Proceso emprendedor en Cantabria en 2020



La situación del proceso emprendedor en Cantabria en 2020 difiere algo respecto a la ofrecida a nivel nacional, como puede observarse en la Figura 1.2.1..

Si analizamos comparativamente los valores, destaca que:

a) El indicador TEA arroja en 2020 una cifra del 6,4% en Cantabria frente al 5,2% a nivel nacional. Esto significa que el porcentaje de personas sobre la población adulta que estaban implicadas en las actividades emprendedoras en su fase inicial a mediados de 2020 era superior en Cantabria que en España, al igual que ocurría en 2019.

b) En Cantabria el valor de la TEA se distribuye entre emprendedores nacientes (2,6%) y emprendedores nuevos (3,8%). En el caso de España, la diferencia entre ambos colectivos es menor ya que el porcentaje de emprendedores nacientes (2,4%) es ligeramente inferior al porcentaje de emprendedores nuevos (2,8%). En comparación con los datos de 2019, en Cantabria ha disminuido el porcentaje de emprendedores nacientes medio punto porcentual mientras que el porcentaje de emprendedores nuevos se ha mantenido invariable.

c) En Cantabria el porcentaje de emprendedores potenciales en 2020 alcanzó el 5,8%, un valor más de un punto inferior al valor de España (7,0%). Esta cifra supone un descenso considerable respecto al año 2019, cuando se registró un porcentaje del 8,3%. En el caso de las cifras nacionales también se ha producido un

descenso destacable, pasando del 8,1% en el año 2019 al 7,0% en el 2020.

d) Asimismo, en Cantabria en 2020 el porcentaje de empresarios consolidados alcanzó el 8,5% de la población adulta, frente al 6,7% a nivel nacional. La diferencia existente entre ambos datos, el regional y el nacional, se ha incrementado notablemente si se compara con los datos del año 2019, ya que el aumento del porcentaje regional ha sido superior. Así, en el año 2019, el porcentaje de empresarios consolidados en Cantabria era del 7,8% y en España del 6,3%.

e) Por último, en la presente edición, las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial en Cantabria alcanzaron el 2,0% de la población adulta, valor bastante superior al indicador a nivel nacional (1,3%).

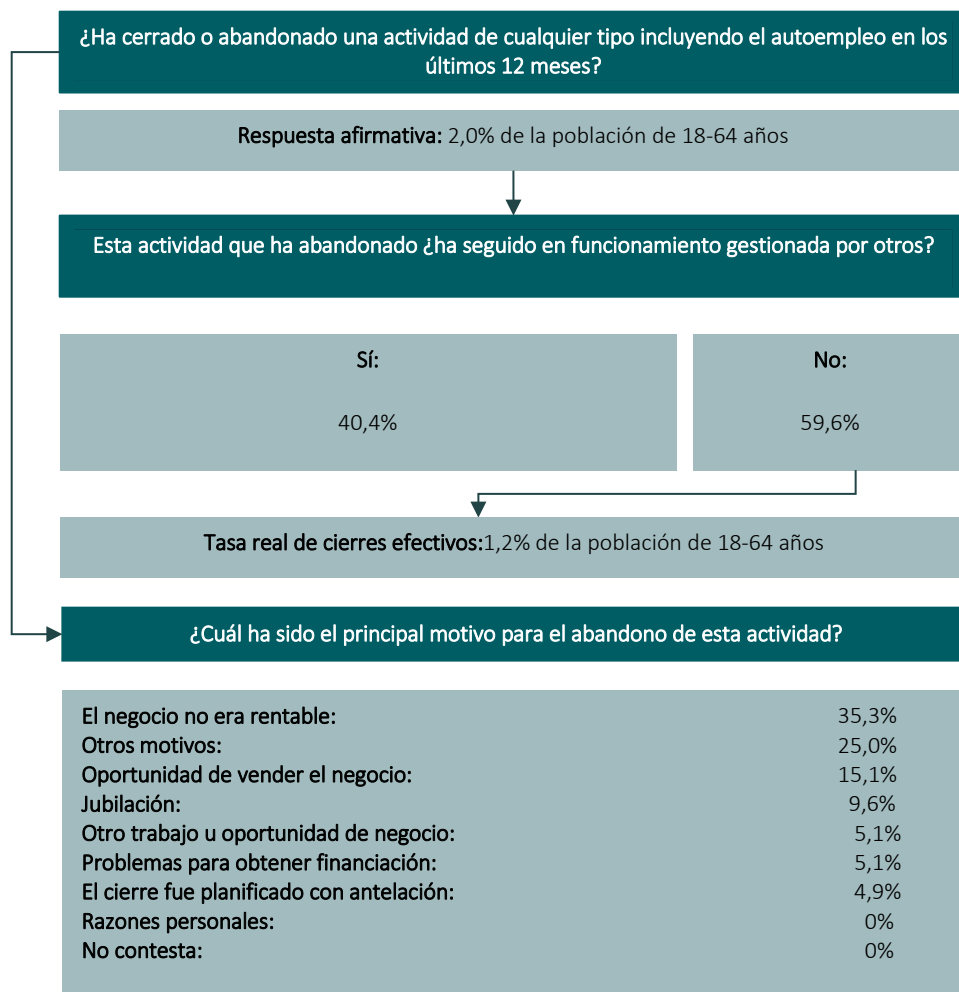
Centrándonos en este último dato, en el porcentaje de la población adulta que estuvo involucrada en el abandono de una actividad empresarial en 2020, cabe puntualizar que no todos los casos han supuesto el cierre definitivo de un negocio. Así, el porcentaje de iniciativas abandonadas en Cantabria que realmente no fueron cierres de actividad, sino que siguieron en funcionamiento gestionadas por otros, alcanza el 40,4%. El resto de abandonos 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 2020 sea del 1,2%, casi medio punto porcentual superior al dato del año anterior (0,8%).

“

Un año más, el porcentaje de personas involucradas en actividades emprendedoras en su fase inicial es superior en Cantabria que en España. Sin embargo, la intención emprendedora, posiblemente debido a la Covid-19, está por debajo de la media nacional

”

Figura 1.2.2. Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2020



Por otra parte, el abandono de la actividad empresarial se puede deber a diferentes razones, como se muestra en la Figura 1.2.2. Entre las motivaciones que condujeron a abandonos empresariales en 2020, la principal razón fue que el negocio no era rentable (35,3%).

En lo que respecta a Cantabria, el siguiente porcentaje se corresponde con otros motivos (25,0%), oportunidad de vender el negocio (15,1%), jubilación (9,6%), otro trabajo u oportunidad de negocio (5,1%), problemas para obtener financiación (5,1%), y el cierre fue planificado con antelación (4,9%). Los resultados obtenidos a nivel nacional, aunque varían en importancia, siguen una ordenación muy similar. Así, el principal motivo a nivel nacional era que el negocio no era rentable

(38%); el segundo motivo fueron otras razones (15,4%), COVID-19 (14,2%), razones personales (9,5%), jubilación (7,9%), oportunidad de vender el negocio (4,5%), otro trabajo u oportunidad de negocio (3,6%), problemas para obtener financiación (2,6%), el cierre fue planificado con antelación (1,7%) e impuestos, burocracia (1,1%).

En comparación con los resultados de la edición anterior en Cantabria, el cambio más destacable sin lugar a dudas es que, en 2019, el hecho de que el negocio no fue rentable ocupaba una de las últimas posiciones (8,7%), mientras que en 2020 ha sido el principal motivo (35,3%). En sentido opuesto, las razones personales han pasado de ocupar la tercera posición en 2019 (9,5%) a situarse en las últimas posiciones en 2020 (0%).



Figura 1.2.3. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cantabria (periodo 2009-2020)

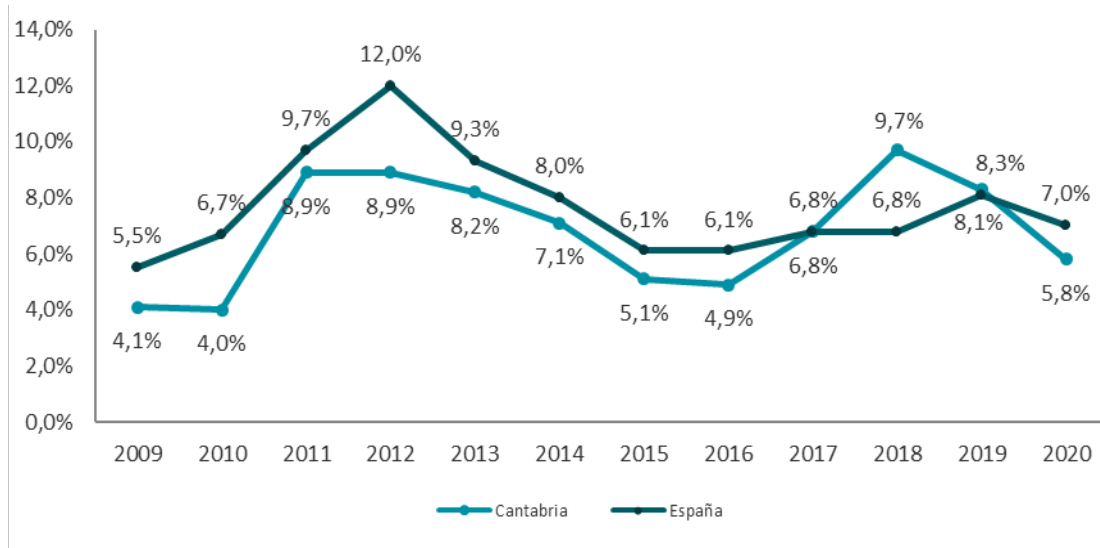
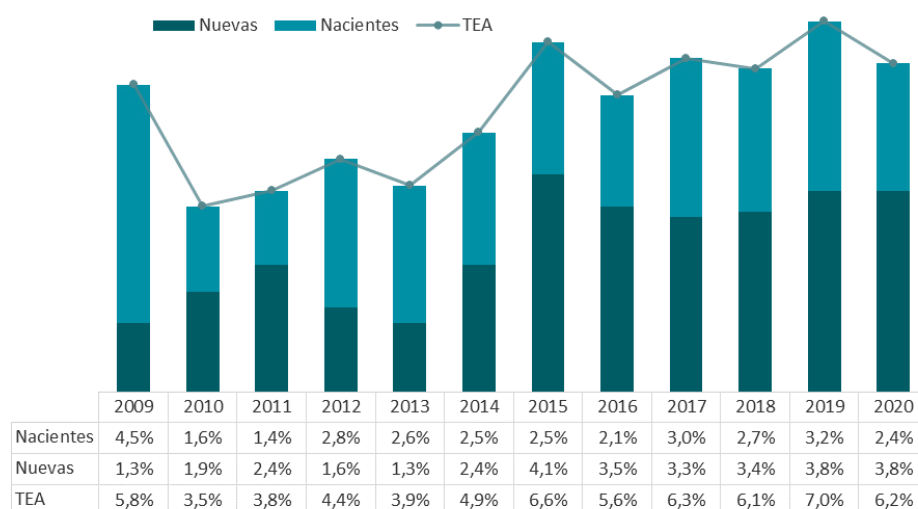


Figura 1.2.4. Evolución de la TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y nuevos en Cantabria (periodo 2009-2020)



1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Por lo que se refiere al porcentaje de emprendedores potenciales (Figura 1.2.3.), se observa que éste ha disminuido notablemente respecto al ejercicio anterior, pasando del 8,3% al 5,8%, continuando con la tendencia descendente de los dos últimos años y alcanzando un valor menor al del año 2017 (6,8%). En el caso nacional, también se ha

producido una reducción, aunque no tan notable como la regional, pasando del 8,1% en el año 2019 a un 7% en 2020.

En lo que respecta a la TEA de Cantabria, en el 2020 es inferior al valor del año anterior, pasando del 7% al 6,2% (Figura 1.2.4.). Esta reducción proviene íntegramente de la reducción del porcentaje de emprendedores nacientes (3,2% en 2019 a 2,4% en 2020), ya que el porcentaje de nuevos emprendedores se ha mantenido invariable (3,8%).

Figura 1.2.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Cantabria (periodo 2009-2019)

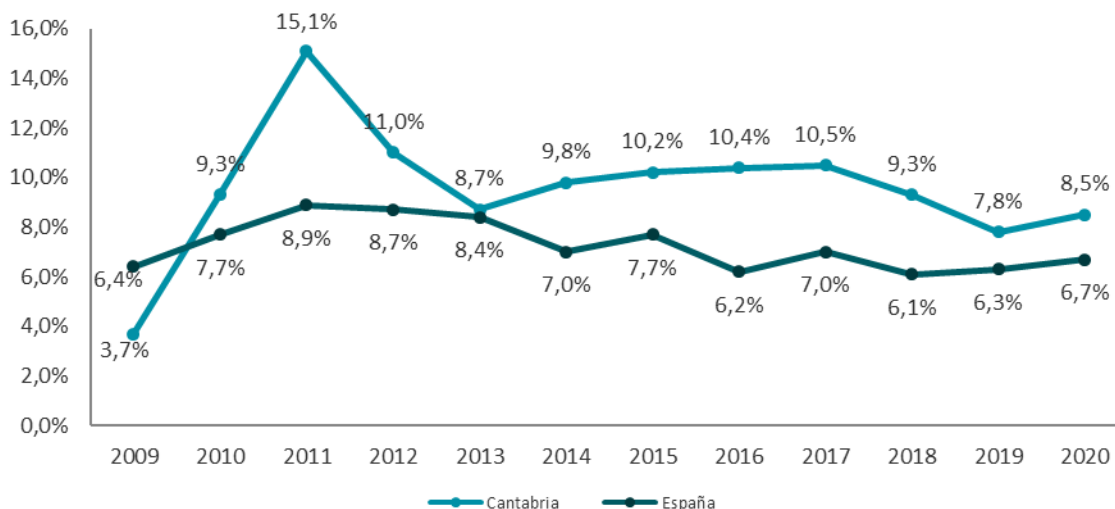
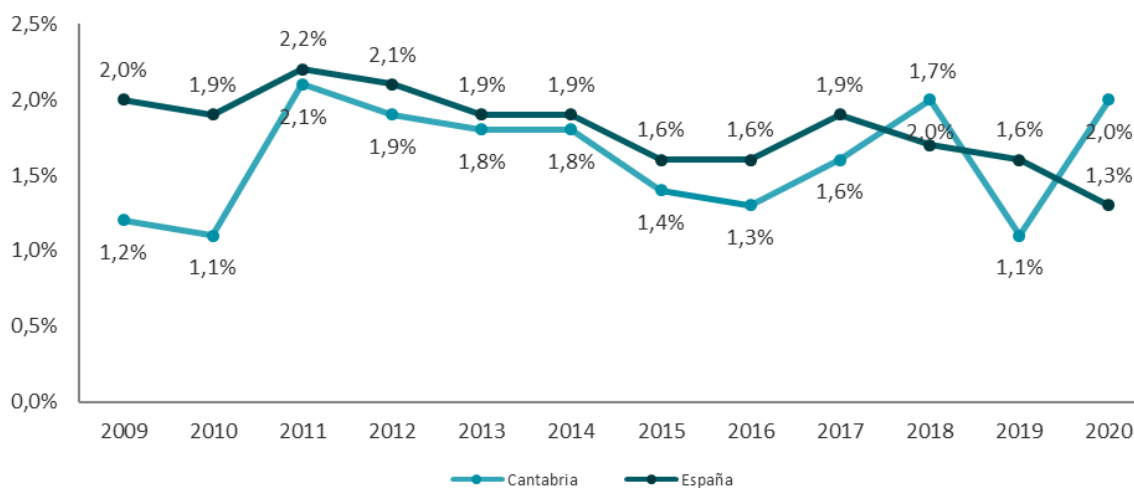


Figura 1.2.6. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cantabria (periodo 2009-2020)



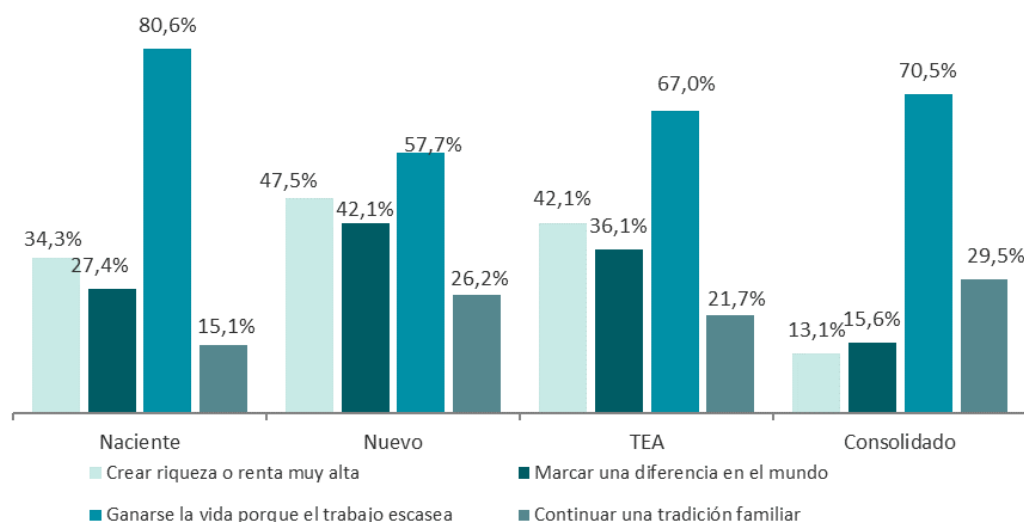
A nivel nacional, sin embargo, se ha dado el fenómeno opuesto. La reducción de la TEA (de 6,1% a 5,2%) se ha debido a la reducción en el porcentaje de emprendedores nuevos (3,8% a 2,8%) ya que el porcentaje de emprendedores nacientes no ha tenido variaciones (2,4%).

El análisis de la evolución de la TEA desde el año 2009 (Figura 1.2.4.) muestra una tendencia creciente de la misma, aunque con altibajos. Así, desde el año 2010 parece haber una evolución creciente que se ha visto interrumpida con ligeros descensos en los años 2013, 2016, 2018 y 2020.

En el caso de la evolución del porcentaje de la población adulta de Cantabria que fue identificada como empresarios consolidados, tal y como se observa la Figura 1.2.5., en el año 2020 se rompe la tendencia decreciente de los ejercicios anteriores y se registra un aumento de más de medio punto porcentual en el caso de Cantabria (del 7,8% en 2019 al 8,5%) y de casi medio punto porcentual en España (del 6,3% en 2019 al 6,7% en 2020). En cualquier caso, al considerar todo el periodo desde 2009 a 2020, no parece advertirse una trayectoria uniforme en la evolución de este indicador, ni paralela a



Figura 1.2.7. El proceso emprendedor en Cantabria en 2020 según el motivo para emprender



la observada a nivel nacional (véase la Figura 1.2.5.).

Por último, como se observa en la Figura 1.2.6., y por lo que respecta al porcentaje de personas que ha abandonado una actividad empresarial en el último año, el valor de este indicador ha aumentado en el último año, pasando del 1,1% al 2%. En el caso de España, sin embargo, se ha detectado una ligera reducción de 0,3 puntos porcentuales (1,6% en 2019 y 1,3% en 2020).

1.2.3. Motivación para emprender

El estudio de las motivaciones es un tema altamente subjetivo, lo que dificulta su análisis dada su complejidad. No obstante, en un intento por estructurar el tema, hasta el año 2018 en el presente informe se diferenciaba entre el emprendedor por necesidad (aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral) y el emprendedor por oportunidad (aquel que decide crear una empresa basándose en la idea de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada por las empresas existentes). Pese a tratarse de una clasificación clara y concisa, se consideró que no permitía captar el amplio abanico de opciones existentes. Además, en muchas ocasiones, la realidad de cada persona no se ajusta a una

única motivación, sino que son varias las motivaciones que, en distinto grado e intensidad, afectan a un emprendedor.

Teniendo lo anterior en consideración, y en un intento por enriquecer el análisis, desde la edición del año 2019 se ha incorporado un nuevo sistema de medición. En concreto, cada emprendedor ha de valorar en una escala Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), en qué medida su decisión de crear un negocio estaba motivado por alguno de los siguientes aspectos: (a) marcar una diferencia en el mundo; (b) crear riqueza o una renta muy alta; (c) continuar una tradición familiar; y (d) ganarse la vida porque el trabajo escasea.

En la Figura 1.2.7. se muestra, para cada fase del proceso emprendedor (naciente, nuevo, TEA y consolidado) el porcentaje de individuos que respondieron que estaban de acuerdo (4) o totalmente de acuerdo (5) con cada motivo. Cabe señalar que las categorías no son excluyentes, luego una persona puede estar de acuerdo con varios motivos a la vez.

Los resultados muestran que la motivación más importante para los emprendedores nacientes es la de ganarse la vida porque el trabajo escasea (80,6%), seguido de crear riqueza o

renta muy alta (34,3%), marcar una diferencia en el mundo (27,4%) y, por último, continuar una tradición familiar (15,1%). Por otro lado, en el caso de los emprendedores nuevos, la ordenación de motivos es la siguiente: ganarse la vida porque el trabajo escasea (57,7%), crear riqueza o renta muy alta (47,5%), marcar una diferencia en el mundo (42,1%) y continuar una tradición familiar (26,2%). Esta misma ordenación, aunque con porcentajes diferentes, se repite para el caso de los emprendedores en fase inicial (nuevos y nacientes): ganarse la vida porque el trabajo escasea (67%), crear riqueza o renta muy alta (42,1%), marcar una diferencia en el mundo (36,1%), y continuar una tradición familiar (21,7%).

Comparado con el ejercicio anterior, llama la atención la reducción de la importancia de continuar con la tradición familiar que, a diferencia de lo que ocurría el ejercicio anterior, ha pasado a ser el motivo menos importante tanto para los emprendedores nacientes como nuevos.

Para terminar, en lo que respecta a los emprendedores consolidados, presentan una ordenación diferente a los otros tres colectivos, teniendo únicamente en común la motivación más importante. Así, ganarse la vida porque el trabajo escasea es el principal motivo (70,5%), continuar con una tradición familiar es el segundo (29,5%), marcar una diferencia en el mundo (15,6%) es el tercero, y crear riqueza o renta muy alta es el motivo menos importante (13,1%).

Al comparar los resultados obtenidos con los datos nacionales, se observa que, aun con diferentes valores porcentuales, las ordenaciones obtenidas son muy similares. De este modo, en el caso español, ganarse la vida porque el trabajo escasea también es el principal motivo para los emprendedores nacientes y nuevos; mientras que la tradición familiar se mantiene como motivo importante únicamente para los emprendedores consolidados.

1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

En este apartado se pretende reflejar algunas características de las personas involucradas en la puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas en Cantabria, a fin de configurar un perfil relevante de las mismas.

En consecuencia, a continuación, se muestran las características demográficas más relevantes de los emprendedores identificados por el proyecto GEM, en función de la fase del proceso emprendedor en la que están.

Distribución por edad

El primer rasgo demográfico analizado es la edad. Como puede observarse en la Figura 1.2.8., el rango de edad de los emprendedores varía según el colectivo emprendedor al que pertenezcan.

Así, los emprendedores potenciales tienen edades comprendidas principalmente entre los 45-54 años (33,9%) y los tramos de 35-44 y de 18-24 años (ambos con un 21,4%). Después se encuentra el tramo de 25-34 (16,1%) para terminar con el porcentaje de 55-64 años (7,1%).

En el caso de los emprendedores en fase inicial, estos se sitúan principalmente en el tramo de 35 a 44 años (32,8%). Le siguen los tramos de 45-54 años (26,6%), de 55-64 (12,5%), de 25-34 (12,5%) y de 18-24 (7,8%). Esta ordenación, aunque con diferentes porcentajes, se repite aun si se analizan por separado los emprendedores nacientes y los emprendedores nuevos.

Para el caso de los empresarios consolidados, el tramo de edad entre los 55 y los 64 años es el que más aglutina (40,0%), seguido de los tramos de 45 a 54 años (35,3%), de 35 a 44 años (17,6%), de 18 a 24 (5,9%) y de 25 a 34 años (1,2%).



Figura 1.2.8. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2020

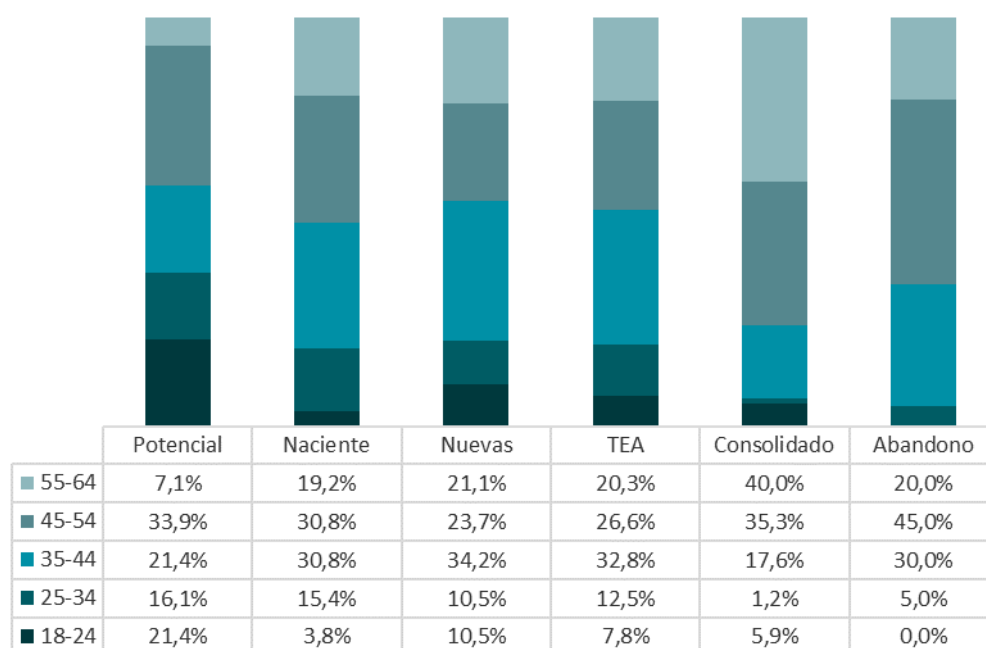
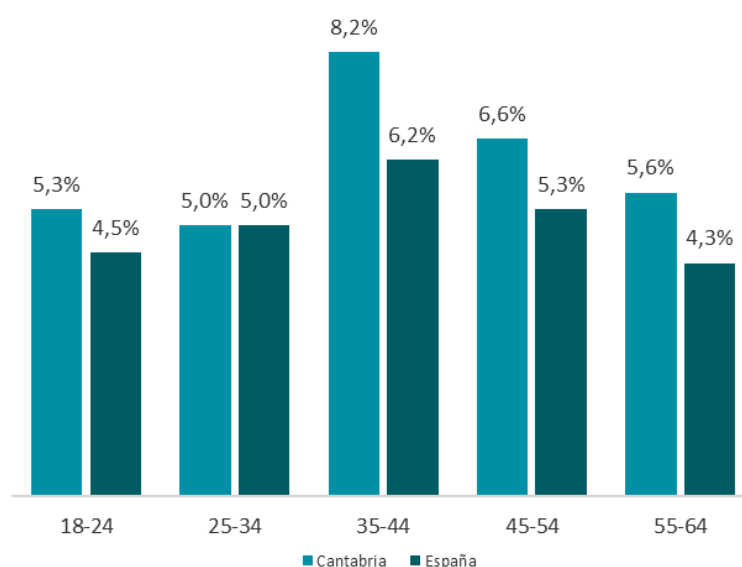


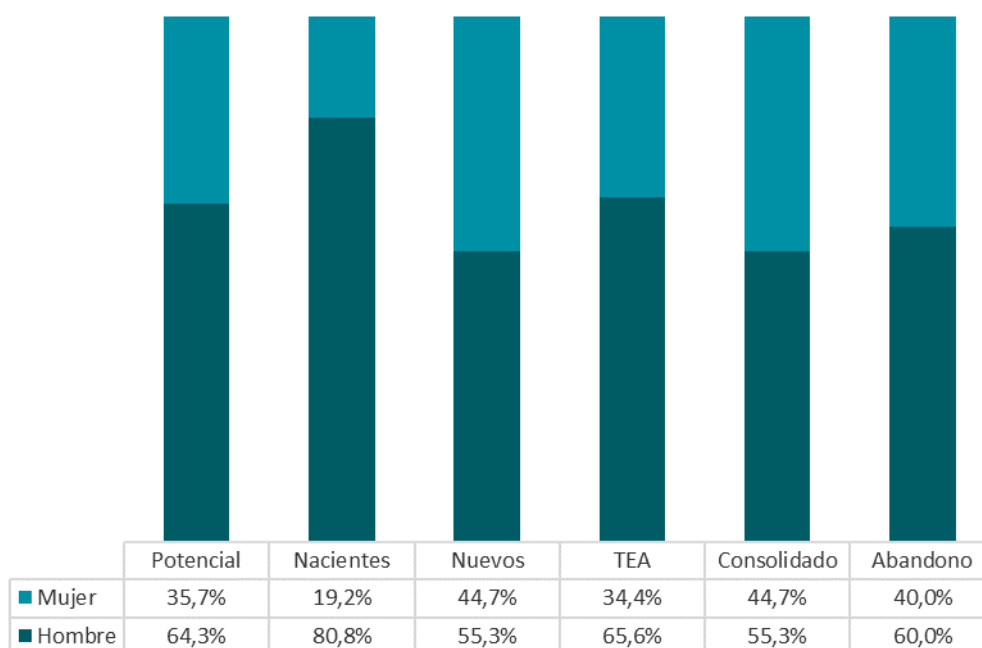
Figura 1.2.9. Índice TEA por edades en Cantabria y España en el año 2020



Por último, la distribución por edades entre los emprendedores que han afirmado abandonar su negocio en los últimos 12 meses, el tramo con mayor representatividad es el de 45 a 54 (45%), seguido a una distancia destacable por los tramos de 35 a 44 (30%), 55 a 64 (20%) y 25 a 34 (5%). No se registra ningún caso en el tramo de edad inferior, de 18 a 24 años.

En lo que se refiere a la edad media de los diferentes colectivos, el grupo de mayor edad media es el de los emprendedores consolidados (50,8 años) y el que menos edad media tiene es el de emprendedores potenciales (38,5 años). En lo que respecta al resto de grupos, los emprendedores que afirman haber abandonado una actividad empresarial en los

Figura 1.2.10. Distribución por sexo de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2020



últimos 12 meses tienen una media de edad de 47,6 años, los emprendedores nacientes 45,1 años y los emprendedores nuevos 43 años.

Asimismo, en la Figura 1.2.9. se muestra el índice TEA para los distintos tramos de edad, tanto para Cantabria como para España. De acuerdo con los datos recogidos en 2020, el mayor índice TEA aparece en el tramo de edad situado entre los 35 y los 44 años en el caso de Cantabria, lo mismo que en el caso de España.

Comparado con el ejercicio anterior, el índice TEA ha aumentado para todos los tramos de edad excepto para el colectivo de 25 a 34 años.

Distribución por sexo

Por lo que respecta a la distribución de la población emprendedora por sexo, la Figura 1.2.10. muestra que emprender en Cantabria es una actividad en la cual la participación masculina y femenina varía en función de la fase en la que se encuentre el emprendedor. El porcentaje de hombres es superior en todas las categorías. La mayor diferencia se da entre los emprendedores nacientes (80,8% hombres y 19,2% mujeres); mientras que las menores

diferencias se dan entre los emprendedores consolidados y nuevos (55,3% hombres y 44,7% mujeres).

La distribución por sexo a nivel nacional muestra también un mayor porcentaje de hombres en todos los colectivos.

Por otro lado, si tenemos en cuenta la evolución temporal de la distribución por sexo en Cantabria, se observa (Figura 1.2.11.) que en el año 2020 se rompe la tendencia de los últimos ejercicios y se agrava la brecha entre los sexos, retornando a valores similares a los registrados en 2014.

En la Figura 1.2.12. se recoge una comparativa del índice TEA por sexo en Cantabria y España. Se observa que el índice TEA masculino es superior al femenino tanto a nivel regional como a nivel nacional. El TEA femenino es superior en el caso de España (4,8%) frente al caso de Cantabria (4,4%); mientras que el TEA masculino es mucho mayor en Cantabria (8,4%) que en España (5,6%).



Figura 1.2.11. Evolución de la distribución por sexo en Cantabria (periodo 2011-2020)

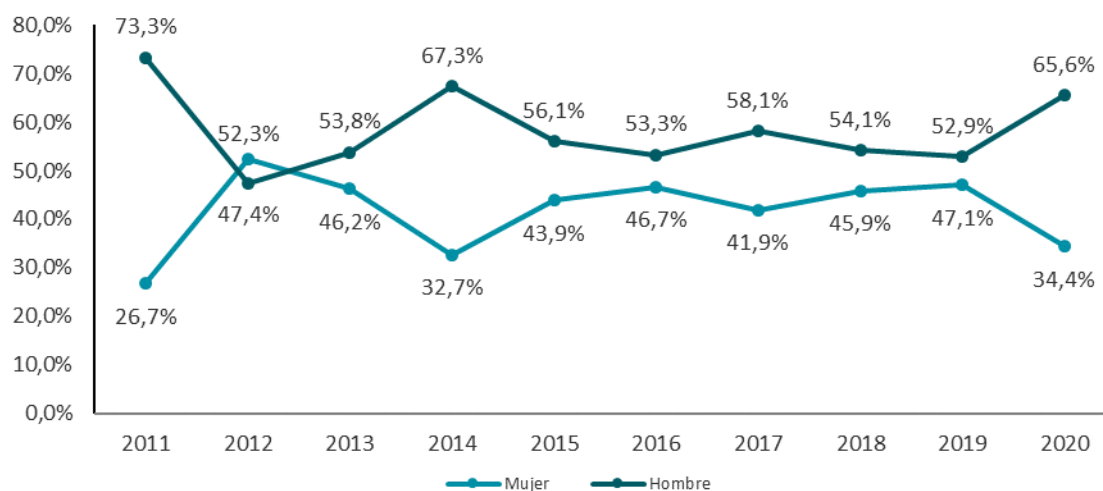
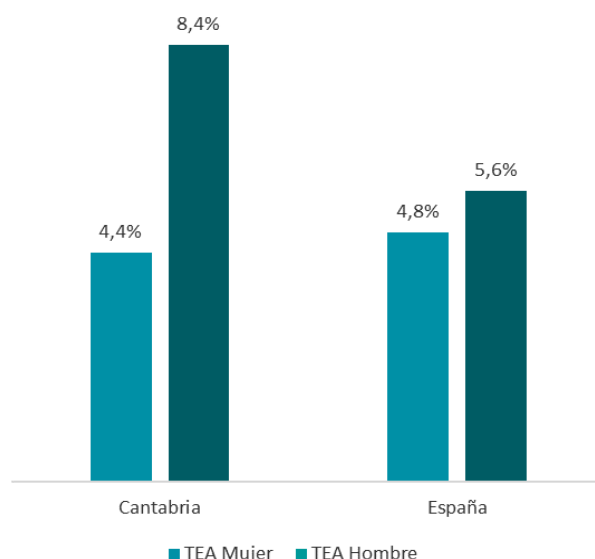


Figura 1.2.12. Índice TEA por sexo en Cantabria y España en el año 2020



Distribución por nivel educativo

En cuanto a la variable demográfica del nivel de educación, la distribución de los distintos grupos de emprendedores observada en el proyecto GEM Cantabria 2020 es la recogida en la Figura 1.2.13.

Los emprendedores potenciales cuentan mayoritariamente con estudios secundarios (46,3%) y superiores (35,2%). Esta distribución se repite para todos los grupos de emprendedores.

Al comparar estos resultados con los obtenidos en el año 2019, se observa que en Cantabria se mantiene una distribución similar y, en todos los grupos los mayores porcentajes se encuentran en los estudios secundarios y superiores.

El proyecto GEM también analiza la información referente a la formación específica para emprender que han recibido los emprendedores. Como puede observarse en la Figura 1.2.14., el 53,1% de los emprendedores en fase inicial y el 50,9% de los emprendedores potenciales afirman haber recibido algún tipo de formación específica para emprender a lo

Figura 1.2.13. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria en 2020

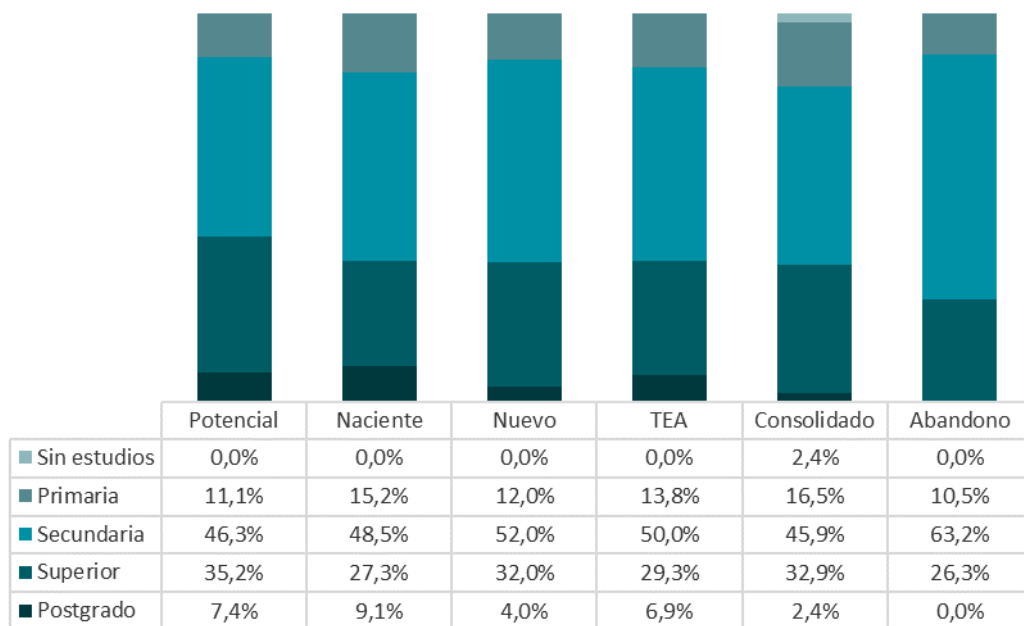
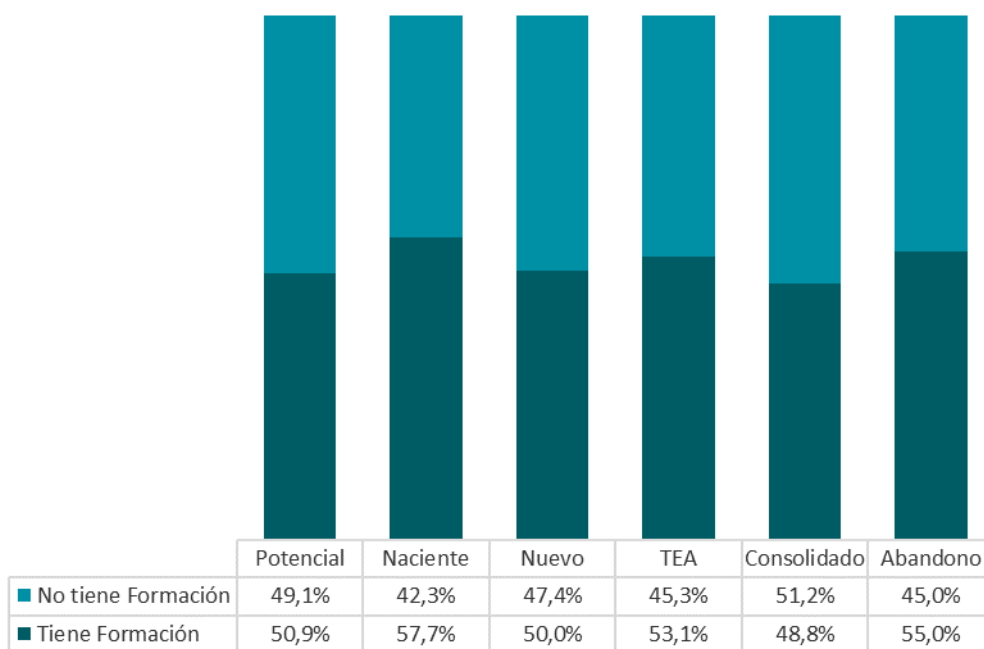


Figura 1.2.14. Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2020, en función de la formación específica para emprender



largo de sus vidas. Para el caso de los emprendedores consolidados, el 48,8% manifiesta haber recibido algún tipo de formación. Estos resultados, en comparación con los registrados en el año 2019, muestran un aumento que es especialmente notable en el caso de los emprendedores nacientes (el 34,4%

tenían formación específica en 2019 y el 57,7% en 2020). Por último, el 55,0% de los emprendedores que cesaron su actividad en el último año afirman haber recibido formación específica sobre emprendimiento, siendo el único colectivo que ha registrado un descenso (63,6% en 2019 frente al 55% en 2020).



Tabla 1.2.1. Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria

Tipo de emprendedor		Potencial	TEA	Consolidado
2020	Tercio inferior	35,0%	30,6%	26,7%
	Tercio medio	12,5%	18,4%	35,0%
	Tercio superior	52,5%	51,0%	38,3%
2019	Tercio inferior	44,0%	23,1%	28,3%
	Tercio medio	26,0%	11,5%	37,7%
	Tercio superior	30,0%	65,4%	34,0%
2018	Tercio inferior	57,1%	46,9%	33,9%
	Tercio medio	23,8%	18,4%	29,0%
	Tercio superior	19,0%	34,7%	37,1%
2017	Tercio inferior	32,1%	44,7%	42,5%
	Tercio medio	35,8%	21,3%	31,3%
	Tercio superior	32,1%	34,0%	26,3%
2016	Tercio inferior	66,7%	30,8%	23,8%
	Tercio medio	22,2%	38,5%	33,3%
	Tercio superior	11,1%	30,8%	42,9%
2015	Tercio inferior	42,1%	32,0%	43,9%
	Tercio medio	25,0%	29,1%	20,5%
	Tercio superior	32,9%	38,8%	35,6%

En comparación con los resultados nacionales de 2020, los porcentajes regionales son superiores para los emprendedores en fase inicial, tanto nacientes (57,5% en Cantabria y 42,5% en España) como nuevos (50% en Cantabria y 48,1% en España), y para los emprendedores que han abandonado su actividad en los últimos 12 meses (55% en Cantabria y 46,1% en España). Sin embargo, el porcentaje es inferior en el caso regional para los emprendedores potenciales (50,9% en Cantabria y 58,1% en España) y los emprendedores consolidados (48,8% en Cantabria y 51,5% en España).

Distribución por nivel de renta

A continuación, se presenta el análisis de la propensión a emprender entre la población adulta en base a otra variable demográfica, el nivel de renta. La financiación necesaria para poner en marcha un proyecto emprendedor puede proceder de recursos propios o de fuentes externas. Consecuentemente, el nivel

de renta se convierte en un aspecto determinante que puede facilitar los esfuerzos de las personas que se involucran en actividades emprendedoras.

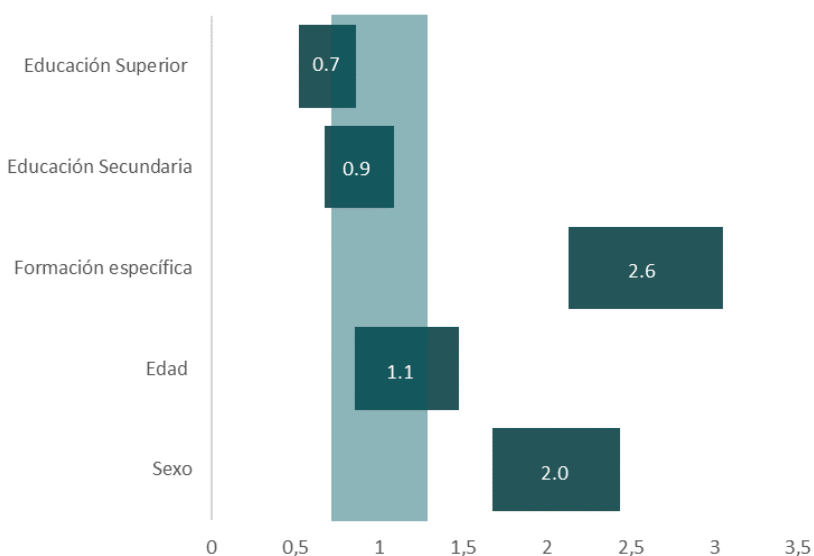
Si se analizan los datos mostrados en la Tabla 1.2.1. sobre la distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria, cabe afirmar que, en 2020, en el caso de los emprendedores iniciales, el nivel de actividad emprendedora de la población del tercio superior de renta ha sido notablemente mayor (51%) que el nivel de actividad emprendedora de la población que se encuentra en los otros dos tercios. Esto mismo ocurre con los emprendedores potenciales y los consolidados.

Por otro lado, en la Tabla 1.2.2. se observa la evolución del nivel de actividad (TEA) de los distintos tramos de renta establecidos. Al igual que ocurría en los años 2018 y 2019, el tercio superior de renta presenta el índice TEA más

Tabla 1.2.2. Evolución del índice TEA por tramo de renta en Cantabria en los años 2014 y 2020

Renta	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tercio inferior	6,3%	5,3%	4,3%	6,4%	7,4%	4,5%	6,9%
Tercio medio	3,0%	8,9%	10,6%	5,1%	5,9%	3,1%	3,9%
Tercio superior	5,4%	9,7%	8,2%	9,0%	9,4%	15,7%	11,4%

Figura 1.2.15. Influencia conjunta de las características demográficas sobre la TEA



alto (11,4%), seguido por el tercio inferior (6,9%) y por el tercio medio (3,9%).

En cuanto a la evolución en cada uno de los tercios establecidos, se observa que en los tercios inferior y medio el TEA ha aumentado, mientras que en el tercio superior ha disminuido.

Influencia conjunta de las características demográficas sobre la TEA

Una vez presentadas cada una de las características de las personas involucradas en actividades de emprendimiento, resulta de interés realizar un análisis conjunto que permita determinar la magnitud y relevancia de cada una de ellas en la explicación de la tasa de actividad emprendedora. Para ello, en la Figura 1.2.15. se presenta un gráfico de cajas con el efecto de cada una de las características demográficas individuales analizadas

previamente, y su influencia sobre la TEA. Al igual que los gráficos presentados en el apartado 1.1., el gráfico presenta el valor de la Odd ratio, siendo el tamaño de las cajas el rango entre el primer y el tercer cuartil. Para una correcta interpretación, también se señala una zona sombreada vertical en torno al valor 1, que marca el rango en el que no se aprecian diferencias estadísticamente significativas.

En primer lugar, se observan diferencias en función del sexo, teniendo los hombres el doble de probabilidades de emprender que las mujeres en este periodo. En el caso de la edad, se ha utilizado como medida el dato directo y no la distribución por tramos, puesto que el reducido valor de la TEA hace que no haya suficientes casos en cada uno de los grupos de edad. En cualquier caso, la edad no muestra ningún efecto sobre la propensión a emprender.



Tabla 1.2.3. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria (periodo 2019- 2020)

Capital semilla necesario por Start up (€)

	Cantabria		España	
	2020	2019	2020	2019
Media	56.532	168.087	71.603	121.420
Mediana	24.756	48.782	15.000	20.000
Moda	10.000	60.000	20.000	10.000
Desv. Típica	83.305	306.209	219.846	589.369
Mínimo	3.000	300	1	100
Máximo	350.000	1.000.000	3.000.000	7.000.000

En el caso de la formación específica en emprendimiento sí se observa una influencia significativa sobre la probabilidad de emprender. En concreto, las personas con formación específica en emprendimiento tienen 2,6 veces mayor probabilidad de emprender que las que no tienen esa formación. Sin embargo, en el caso del nivel de educación no se observan diferencias significativas en la propensión a emprender en función del nivel educativo.

1.2.5. Financiación de la actividad emprendedora naciente en Cantabria

Como se apuntaba anteriormente, la financiación necesaria para poner en marcha un proyecto emprendedor puede proceder de recursos propios o de fuentes externas. Consecuentemente, la financiación de la actividad emprendedora es un aspecto crítico en su desarrollo, y su obtención una tarea difícil, en especial, en las primeras etapas del proceso emprendedor (cuando aún no se han generado suficientes ingresos como para validar el negocio, ni se pueden acreditar garantías).

Al igual que se realiza a nivel de España, este tema es analizado desde un doble punto de vista. En primer lugar, desde la demanda de capital que requieren los proyectos emprende-

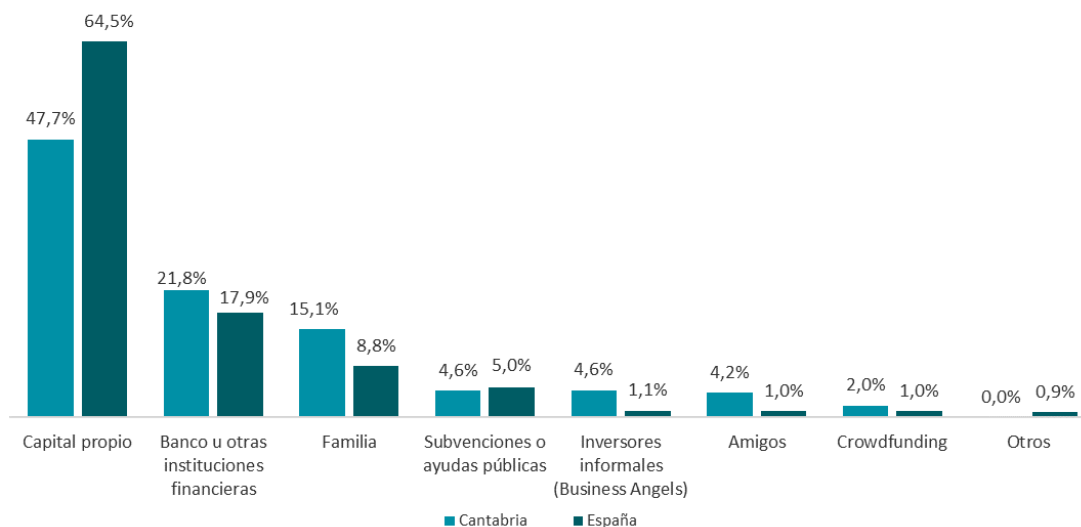
dores y, por otro lado, desde la oferta de inversores que apuestan por proyectos emprendedores de terceras personas.

En lo que respecta a la demanda de financiación, la Tabla 1.2.3. describe las características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria y España en los años 2019 y 2020. En promedio, en Cantabria, el capital semilla de estos proyectos nacientes fue de 56.532 euros en el 2020, una cifra considerablemente menor al promedio de 2019.

Debido a la enorme dispersión que existe en las necesidades de capital semilla de los distintos proyectos (desde los tres mil euros hasta los trescientos cincuenta mil euros), la media de este indicador es sensible a los valores extremos, siendo necesario analizar también la mediana.

Así, en Cantabria en 2020, el 50% de los proyectos ha necesitado una inversión de al menos 24.756 euros, prácticamente la mitad de la cifra del año anterior (48.782 euros), mientras que el restante 50% ha necesitado cantidades que fueron inferiores a dicha cifra. Asimismo, la cantidad de capital semilla más común entre los proyectos de negocio de los emprendedores

Figura 1.2.16. Procedencia de los fondos de financiación en Cantabria y España en el año 2020



nacientes de 2020 fue de 10.000 euros, un valor muy inferior al valor más común en 2019 (60.000 euros).

Por otro lado, como se muestra en la Tabla 1.2.3., si comparamos estos datos con los correspondientes a España en 2020, cabe afirmar que:

- El capital semilla de los proyectos nacientes en España en 2020 es unos veinticinco mil euros superior al promedio de Cantabria, reduciéndose la diferencia ya existente en el año 2019.
- El 50% de estos proyectos en España han necesitado una inversión de al menos 15.000 euros.
- La cuantía de capital semilla más repetida en España en el caso de los emprendedores nacientes es de 20.000 euros, el doble de la cifra regional (20.000 euros).

En lo que se refiere a la procedencia de los fondos, en la Figura 1.2.16. se recoge la comparativa entre Cantabria y España. Tal y como se aprecia en la citada figura, la mayor parte de los fondos proviene del capital propio, tanto a nivel regional (47,7%) como a nivel nacional (64,5%). En segundo lugar, se encuentran los fondos procedentes de

instituciones financieras, que suponen el 21,8% de las iniciativas a nivel regional y el 17,9% a nivel nacional.

A estas dos principales fuentes de procedencia, les siguen los inversores informales (4,6% en Cantabria y 1,1% en España), las subvenciones o ayudas públicas (4,6% en Cantabria y 5,0% en España), la familia (15,1% en Cantabria y 8,8% en España), los amigos (4,2% en Cantabria y 1,0% en España) y el crowdfunding (2,0% en Cantabria y 1,0% en España).

Por último, cabe destacar que el 4,6% de los casos regionales no necesitó financiación, un dato muy inferior al del año ejercicio anterior (17,4%).

Por lo que se refiere a la oferta de financiación, los datos recogidos en 2020 por el proyecto GEM muestran que las características más relevantes de las personas que han actuado en los últimos tres años como inversor privado en negocios de otras personas, en los que no participa directamente en la gestión, son las siguientes:

- De media, la cantidad aportada fue de 14.182 euros, aunque existe una amplia variabilidad (desde los 227 hasta los 102.240 euros)



- El 50,1% de los inversores informales son hombres, frente al 49,9% de inversores informales femeninos.
- El 70,4% de los inversores se encuentran en una situación laboral activa (sea a tiempo completo o parcial, incluyendo autoempleo).
- Respecto a los niveles de renta de los inversores informales: el 22,1% pertenecen al tercio inferior de renta, el 33,4% al tercio medio, y el 44,5% al tercio superior.
- El 48,5% tienen estudios superiores
- Por otro lado, en lo que respecta a la formación en emprendimiento, el 42,8% afirman haber recibido algún tipo de formación relacionada con el emprendimiento o los negocios a lo largo de su vida.
- El 12,5% de los inversores afirman que existen posibilidades de que en los próximos tres años comience algún tipo de negocio.
- El 62,4% conoce personas que han empezado un negocio (incluido autoempleo) en los últimos dos años.
- El 10,4% considera que existen posibilidades para empezar un nuevo negocio en los próximos seis meses.
- El 69,4% creen que poseen los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarias para comenzar un nuevo negocio.
- El 52,6% dicen que el miedo al fracaso no les frenaría si deciden crear un nuevo negocio.
- El 19,2% son emprendedores consolidados.
- El 56,0% han actuado como inversores en negocios de un familiar cercano.
- El 29,2% han actuado como inversores en negocios de un amigo o vecino.
- El 6% han actuado como inversores en negocios de algún compañero de trabajo.
- La edad media de los inversores informales es de 50 años.

1.2.6. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas de la actividad emprendedora

Para finalizar este apartado, en la Tabla 1.2.4. se recogen los resultados del índice TEA para Cantabria a lo largo de las diferentes fases del proceso emprendedor, en comparación con la media nacional y con los datos de los países clasificados como economías de ingresos altos. Los países se encuentran ordenados de menor a mayor TEA.

El índice TEA promedio entre los países de ingresos altos es de 12,1%, mientras que la TEA media en los países de la Unión Europea (28) es de 8,1%. En lo referente a los emprendedores potenciales, la TEA media es de 24,3% para todos los países de ingresos altos, y de 14,4% para los países de la UE (28). Por otro lado, el porcentaje medio de empresarios consolidados es superior en la Unión Europea (7,3%) que en la media de todos los países de ingresos altos (6,9%). Igualmente, el porcentaje medio de emprendedores que ha abandonado su negocio en los últimos 12 meses es inferior en la Unión Europea (3%) que en el total de países de ingresos altos (%).

En comparación con el resto de economías de ingresos altos, España se encuentra por debajo de la media. De hecho, la TEA española sólo supera a la de Italia (1,9%), Polonia (3,1%) y Alemania (4,8%), situándose muy alejada de países como Panamá (32,4%), Chile (25,9%) y Uruguay (21,3%) que ocupan las primeras posiciones.

En el caso de Cantabria, la posición regional es ligeramente mejor que la del conjunto nacional. La TEA es del 6,4%, los emprendedores potenciales alcanzan el 5,8% (por debajo de la media nacional, 7%) y los emprendedores consolidados son el 8,5% (en comparación con el 6,7% nacional). Además, el porcentaje de emprendedores que han cerrado su negocio en los últimos 12 meses es de 2% frente al 1,3% del total nacional.

Tabla 1.2.4. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2020. Datos para las economías de ingresos altos.

Economías	Países	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Continua
	Media	24,4	10,6	4,7	12,3	7,5	4,6	2,9	1,7
	Media EU28	16,4	7,7	3,7	9,6	8,1	3,1	2	1,1
	Panamá	56,6	32,2	9,8	32,4	4,1	12,9	10,6	2,4
	Chile	51,9	22,1	7,2	25,9	6	8,7	7,8	0,8
	Uruguay	37,3	21,1	6,1	21,9	5,1	8,4	6,3	2,1
	Kuwait	62,1	15,2	8,6	19,2	5,9	12,4	9,2	3,2
	Arabia Saudita	33	13,9	6,7	17,3	5,1	9,2	5,5	3,7
	Catar	52,4	14,1	6,6	17,2	6,1	7,7	6,3	1,4
	Omán	60,6	17,9	5,9	16	2,5	10,8	8,1	2,7
	Canadá	17,7	14,2	7,5	15,6	7,3	8,6	5,6	3
	Letonia	22,6	12,6	5,8	15,6	11,1	3	1,9	1,2
	Emiratos	36,2	12,6	8,8	15,4	2,5	9,6	4,6	5
	Estados Unidos	18,6	13,3	4,9	15,4	9,9	6,1	4,4	1,7
	Eslovenia	19,9	11,6	3,8	13,8	6,5	5,7	3,1	2,6
	Corea del Sur	34,3	10,1	5	13	16,1	3,7	2,3	1,3
	Croacia	30,5	13,6	3,7	12,7	4,2	4,5	2,9	1,6
Economías de ingresos altos	Países Bajos	17,1	9,3	4,9	11,5	7	5,1	3,5	1,6
	Suiza	10,1	6	3,1	9,2	6,7	1,5	1,2	0,2
	Grecia	12,6	4,4	5,5	8,6	14,6	3,1	2,2	0,9
	Israel	22,9	7,2	3,6	8,5	4,2	4,1	3	1,1
	Chipre	22,6	5,9	3,6	8,5	7,3	3,1	2,2	1
	Taiwán	17,4	4,6	5	8,4	11,1	3	1,4	1,6
	Luxemburgo	14,5	6,2	2,4	8	3,6	2,5	1,9	0,7
	Reino Unido	10,4	5,7	2,7	7,8	6,5	2,7	2,3	0,4
	Noruega	7,1	3	2,9	7,6	4,1	2	1,3	0,7
	Suecia	10,6	6,1	3	7,3	6	3,1	2,3	0,9
	Cantabria	5,8	2,6	3,8	6,4	8,5	2	1,2	0,8
	Austria	7	5,1	2,2	6,2	7,8	2,7	2,1	0,6
	Eslovaquia	13,3	2,9	3	6	7	1,6	1,1	0,5
	España	7	2,4	2,8	5,2	6,7	1,3	1	0,3
	Alemania	12,7	3,6	1,8	4,8	6,2	2	1,4	0,7
	Polonia	6,1	1,7	1,5	3,1	12,2	3,3	2,8	0,6
	Italia	4,6	1,1	1	1,9	2,2	0,5	0,3	0,2
ESPAÑA	Andalucía	6,9	2,2	2,6	4,8	6,4	1,1	0,9	0,2
	Aragón	6,3	1,5	2,4	4,2	9,7	1,0	0,8	0,2
	Asturias	5,4	1,7	2,1	4,0	9,0	0,5	0,3	0,2
	Islas Baleares	9,6	2,4	3,3	5,4	8,9	1,5	1,0	0,5
	Canarias	7,6	2,1	1,9	3,8	4,5	1,7	1,4	0,2
	Cantabria	5,8	2,0	3,8	6,4	8,5	2,0	1,2	0,8
	Castilla y León	6,1	2,1	2,9	5,5	7,5	0,3	0,3	0,0
	Castilla - La Mancha	6,8	1,6	3,2	4,8	6,1	1,3	1,0	0,3
	Cataluña	7,9	3,2	3,6	6,6	8,2	1,7	1,3	0,4
	C. Valenciana	5,2	2,8	2,4	5,1	6,1	1,6	1,2	0,4
	Extremadura	7,6	1,9	2,6	4,2	7,1	1,4	1,3	0,1
	Galicia	7,1	1,2	2,9	4,3	7,3	0,7	0,7	0,0
	C. de Madrid	7,3	3,1	3,0	5,8	5,1	1,4	1,1	0,3
	Murcia	7,2	1,6	2,5	3,7	4,5	0,5	0,4	0,1
	Navarra	7,9	2,4	2,7	5,2	8,5	1,2	0,6	0,6
País Vasco	6,5	2,1	3,1	5,2	5,8	1,0	0,7	0,3	
La Rioja	7,0	1,8	1,8	3,5	6,6	1,0	0,7	0,3	



1.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

1.3.1. Introducción

En este Capítulo del informe se analizan algunas de las características básicas de las iniciativas emprendedoras (en fase inicial y consolidada) desarrolladas en Cantabria en los últimos años, como el sector económico al que pertenecen o su dimensión medida por el número de empleados. De igual manera, se analizan también las expectativas de crecimiento y creación de empleo que las personas emprendedoras pueden tener para sus negocios en un futuro, su orientación innovadora y su proyección internacional. Esta radiografía de los negocios de la región ayudará a comprender la evolución que está experimentando el tejido emprendedor cántabro en lo que a la calidad de las nuevas iniciativas emprendedoras se refiere.

Concretamente, el capítulo se divide en los siguientes epígrafes:

- Aspectos generales del negocio: sector de actividad.
- Aspectos generales del negocio: dimensión.
- Expectativas de crecimiento del negocio.
- Orientación innovadora del negocio.
- Orientación internacional del negocio.
- Actividad emprendedora en organizaciones existentes.

1.3.2. Aspectos generales del negocio: sector de actividad

En primer lugar, se analiza la pertenencia de las iniciativas emprendedoras, tanto en fase inicial como consolidadas, a diversos sectores de actividad, concretamente el sector

orientado al consumo, el sector de servicios a empresas, la industria transformadora y la industria extractiva. A este respecto, la Figura 1.3.1 muestra el reparto de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (antigüedad en el mercado inferior a 42 meses) en Cantabria de acuerdo a su sector económico de pertenencia, mientras que la Figura 1.3.2 muestra dicho reparto para las iniciativas emprendedoras en fase consolidada, es decir aquellas con una antigüedad en el mercado superior a 42 meses.

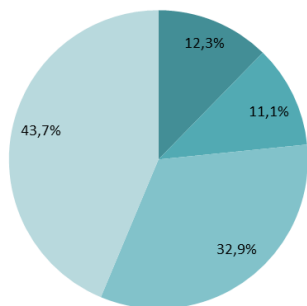
Como en ediciones anteriores de este informe, las iniciativas en fase inicial (Figura 1.3.1) están especialmente concentradas en el sector orientado al consumo (43,7%), seguido del sector de servicios a empresas (32,9%), la industria extractiva (12,3%) y, finalmente, la industria transformadora (11,1%).

Por lo que respecta a las iniciativas emprendedoras ya consolidadas (Figura 1.3.2), los resultados muestran diferencias notables con el anterior colectivo. Concretamente, las actividades económicas con mayor volumen de negocios se concentran en la industria transformadora (35,5%), seguidas del sector del consumo (32,1%), el sector de servicios a empresas (16,9%) y, por último, la industria extractiva (15,5%).

1.3.3. Aspectos generales del negocio: dimensión

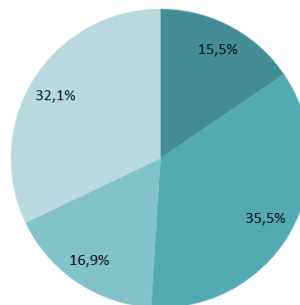
Por lo que respecta al tamaño de las iniciativas emprendedoras en Cantabria, esta variable se analiza atendiendo al número de empleados de los negocios, divididos en cuatro grupos: sin empleados, de 1 a 5 empleados, de 6 a 19 empleados y 20 o más empleados.

Figura 1.3.1. Distribución de la actividad emprendedora en fase inicial (entre 0 y 42 meses) por sectores



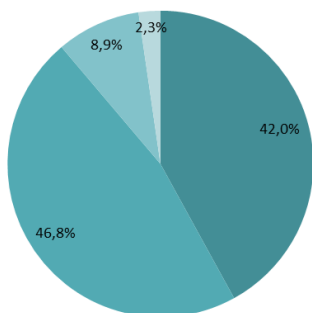
■ Extractiva ■ Transformadora ■ Servicios a empresas ■ Orientado al consumo

Figura 1.3.2. Distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores



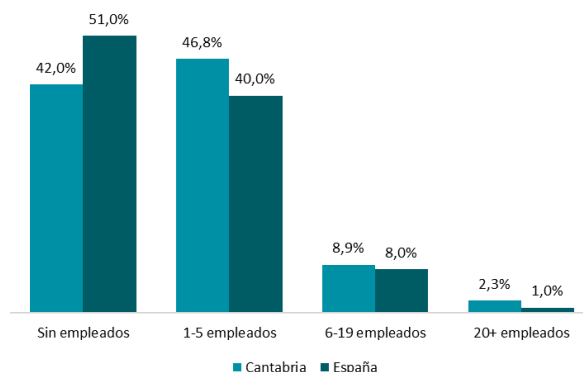
■ Extractiva ■ Transformadora ■ Servicios a empresas ■ Orientado al consumo

Figura 1.3.3. Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses)



■ Sin empleados ■ 1-5 empleados ■ 6-19 empleados ■ 20+ empleados

Figura 1.3.4. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial en 2020



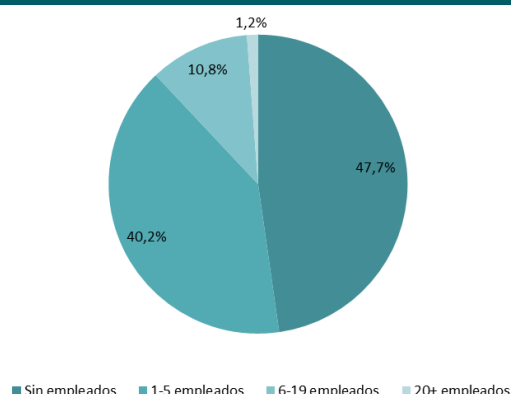
La Figura 1.3.3. muestra que, en Cantabria, las iniciativas emprendedoras en fase inicial más comunes son microempresas que generan menos de 5 puestos de trabajo. Concretamente, el 42% de las iniciativas de menos de 42 meses de antigüedad son negocios sin empleados, mientras que el 46,8% genera entre 1 y 5 puestos de trabajo adicionales al del propio emprendedor. Por el contrario, los negocios que generan entre 6 y 19 puestos de trabajo representan el 8,9% en 2020, mientras que las iniciativas con 20 o más empleados se sitúan en el 2,3%.

Si se comparan los datos de Cantabria con la media española (Figura 1.3.4.), los datos de

2020 permiten ser optimistas en cuanto al potencial competitivo de las iniciativas regionales en fase inicial. Por un lado, y como acaba de comentarse, el porcentaje de negocios que no generan puestos de empleo en Cantabria se sitúa en el 42%, 9 puntos porcentuales por debajo de la media nacional (51%). Por otro lado, aumenta sensiblemente el tamaño de las iniciativas regionales, que pasa a situarse por encima de la media nacional en negocios a partir de 1 empleado. Concretamente, los negocios entre 1 y 5 empleados representan el 46,8% en Cantabria frente al 40% en España, los negocios de 6 a 19 empleados suponen el 8,9% en Cantabria frente al 8% en España y, finalmente, el 2,3% cuentan



Figura 1.3.5. Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)

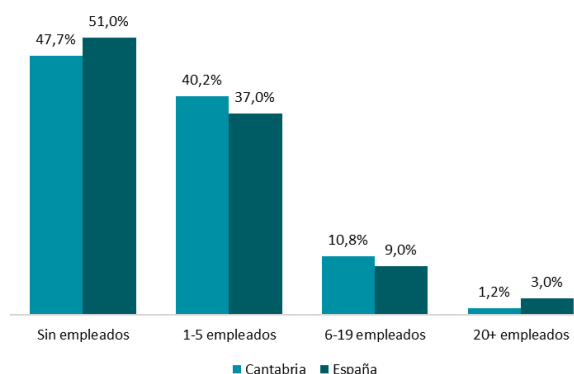


con 20 o más empleados en la región, mientras que en el conjunto nacional este tipo de iniciativas apenas alcanzan el 1%.

Por lo que respecta a las iniciativas consolidadas de edad superior a los 42 meses, la Figura 1.3.5 muestra que nuevamente las microempresas son los negocios más comunes en Cantabria, al elevarse hasta el 47,7% el número de negocios sin empleados y al 40,2% el de iniciativas que cuentan con únicamente entre 1 y 5 empleados en su plantilla. Notablemente por detrás se sitúan las iniciativas entre 6 y 19 empleados (10,8%) y los negocios con 20 o más empleados (1,2%).

Finalmente, al comparar la situación de las iniciativas consolidadas de la región con la situación a nivel nacional (Figura 1.3.6.), se aprecia que en 2020 Cantabria cuenta con un menor número de iniciativas emprendedoras sin asalariados que la media española (47,7% vs. 51%, respectivamente), mientras que el volumen de iniciativas con 1-5 empleados es ligeramente superior (40,2% vs. 37%, respectivamente), al igual que sucede con los negocios que generan entre 6 y 19 empleados (10,8% vs. 9%, respectivamente). Por el contrario, las iniciativas de 20 o más empleados son menos numerosas en la región, representando únicamente el 1,2% de la muestra frente al 3% que suponen en la muestra nacional.

Figura 1.3.6. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2020



1.3.4. Expectativas de crecimiento

Más allá de la mera caracterización de las iniciativas emprendedoras en la región, en este capítulo interesa también conocer las expectativas de crecimiento de las mismas. Este estudio se lleva a cabo mediante el análisis de las previsiones de creación de empleo de las iniciativas en fase inicial y consolidadas en el medio y largo plazo.

A este respecto, la Figura 1.3.7. muestra los resultados relacionados con las actividades emprendedoras en fase inicial en Cantabria. En términos generales, se comprueba que las expectativas son poco ambiciosas, ya que la mayoría de emprendedores en fase inicial (39,9%) estiman que sus iniciativas emprendedoras no contarán con empleados en el plazo de 5 años, mientras que hasta un 38,2% apenas anticipa generar entre 1 y 5 puestos de trabajo. Por el contrario, las iniciativas que se estima que generen entre 6 y 19 empleos en el medio y largo plazo se sitúan en el 18,3%, y las iniciativas generadoras de 20 o más puestos de trabajo se estiman en el 3,7%. Si bien las cifras son modestas, en todos los casos representan una mejoría con respecto al 2019, de tal manera que los emprendedores en fase inicial presentan expectativas algo más halagüeñas que en ediciones anteriores del informe.

Figura 1.3.7. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses)

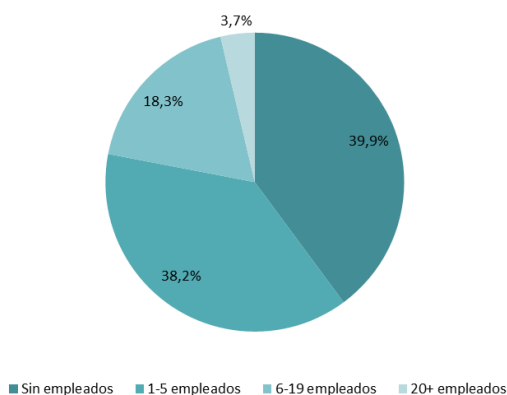


Figura 1.3.8. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)

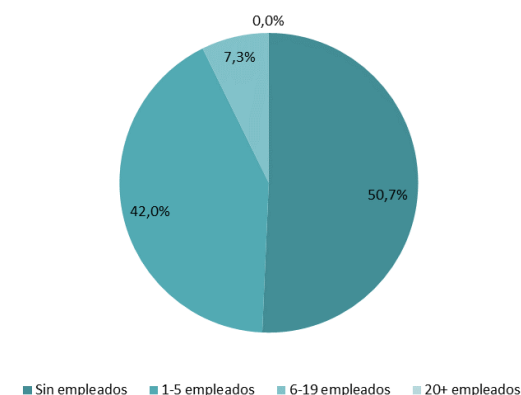


Tabla 1.3.1. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas en fase inicial y consolidadas para dentro de cinco años

Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media (Desviación Típica)		
	2018	2019	2020
Iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses de actividad)	1,14 (3,71)	1,62 (3,47)	1,25 (4,40)
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,91 (6,01)	0,63 (6,04)	0,03 (0,76)

Por lo que respecta a las iniciativas emprendedoras consolidadas, la Figura 1.3.8. muestra que las expectativas de estos emprendedores son todavía más discretas si cabe. Nuevamente, la mayoría de estas iniciativas (50,7%) estiman no generar empleos en el plazo de 5 años, mientras que un 42% esperan generar solamente entre 1 y 5 puestos de trabajo y un 7,3% esperan contar con entre 6 y 19 empleados. En cualquier caso, ningún encuestado indicó tener expectativas de generar 20 o más puestos de trabajo en el plazo de 5 años a contar desde la fecha de recogida de datos para este informe.

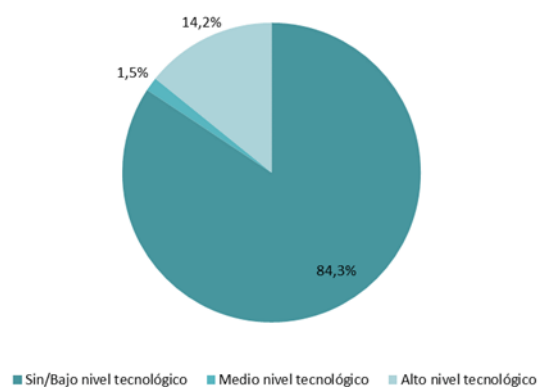
Para complementar el análisis, en la Tabla 1.3.1. se recoge el crecimiento medio esperado por los dos tipos de iniciativas emprendedoras (fase inicial y consolidadas) y la dispersión en torno a la media de empleados para 2020; resultados medidos en ambos casos en número de

personas. Los resultados, además, se muestran también para los años 2018 y 2019, a fin de que la evolución en las cifras pueda ser analizada desde una perspectiva temporal.

Como en años anteriores, se constata que las expectativas y aspiraciones de crecimiento de las iniciativas en fase inicial (0-42 meses) son notablemente superiores a las de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses). De esta forma, en el 2020, frente a la media de 1,25 empleos generados por parte de las iniciativas emprendedoras de menos de 42 meses de actividad, las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) presentan una media de apenas 0,03 empleados. Este último dato confirma una caída progresiva en la expectativa de creación de empleo de las iniciativas consolidadas durante los tres últimos ejercicios (0,91 en 2018 y 0,63 en 2019). En el caso de las iniciativas en fase inicial, el valor de 2020



Figura 1.3.9. Distribución de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses) por el nivel tecnológico



también supone un retroceso con respecto a 2019 (1,62). Sin embargo, la cifra logra mantenerse todavía por encima de la registrada en 2018 (1,14).

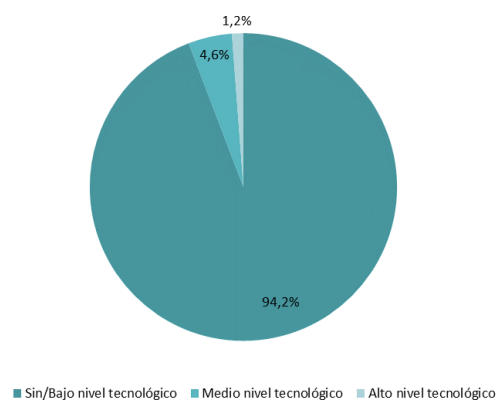
Estos datos, además, permiten comprobar, por tercer año consecutivo, cómo la diferencia en la creación media de empleo entre ambos tipos de iniciativas sigue aumentando y haciéndose marcadamente notable con respecto a las ediciones pasadas del informe.

1.3.5. Orientación innovadora

Un cuarto factor relevante en la caracterización de las iniciativas emprendedoras que se realiza en este capítulo está relacionado con el nivel tecnológico del sector al que pertenecen los negocios analizados, lo que en cierta medida da muestra también de la orientación innovadora de las propias iniciativas emprendedoras estudiadas. Los resultados se muestran tanto para las iniciativas emprendedoras en fase inicial (Figura 1.3.9) como para las ya consolidadas (Figura 1.3.10).

Los resultados muestran que hasta un 84,3% de los negocios de reciente creación en Cantabria pertenecen a sectores sin o con bajo nivel tecnológico, mientras que un 1,5% trabajan en sectores con un nivel tecnológico medio y un 14,2% lo hacen en sectores muy avanzados

Figura 1.3.10. Distribución de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses) por el nivel tecnológico



tecnológicamente (Figura 1.3.9). En el caso de las iniciativas consolidadas, el porcentaje de negocios en sectores sin o con bajo nivel tecnológico se eleva hasta un 94,2%, mientras que el 4,6% trabajan en sectores con un nivel tecnológico medio y un 1,2% lo hacen en sectores de alto nivel tecnológico (Figura 1.3.10).

En quinto lugar, y también relacionado con la orientación innovadora de las iniciativas empresariales, se analiza el nivel de innovación en productos/servicios que desarrollan este tipo de negocios en el mercado. En esta línea, las Figuras 1.3.11 y 1.3.12 muestran el porcentaje de iniciativas innovadoras cántabras, en fase inicial y consolidada, en cuanto al grado de innovación en los productos y servicios ofrecidos en el mercado local, nacional e internacional.

Concretamente, los resultados muestran que un 76,4% de los nuevos negocios y un 84,7% de los negocios consolidados manifiestan no realizar innovaciones en productos y/o servicios. Además, al analizar a los emprendedores que manifiestan haber innovado, la mayoría de ellos realizan innovaciones en productos y servicios dirigidos principalmente al mercado local (15,7% de las iniciativas innovadoras en fase inicial y 9,4% de las iniciativas innovadoras en fase consolidada).

Figura 1.3.11. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase inicial (0-42 meses) en cuanto a los productos o servicios ofrecidos en Cantabria

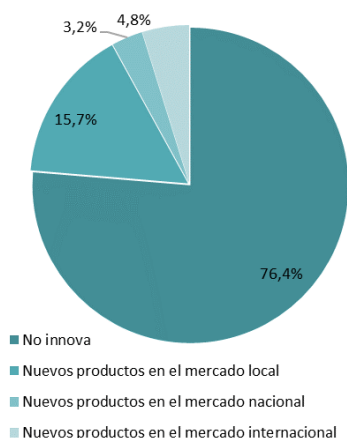


Figura 1.3.12. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada (más de 42 meses) en cuanto a los productos o servicios ofrecidos en Cantabria

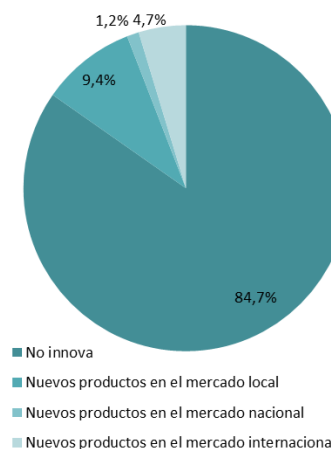
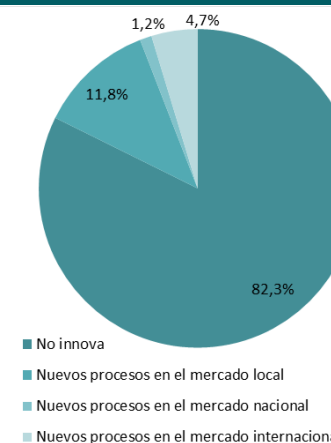


Figura 1.3.13. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase inicial (0-42 meses) en cuanto a los procesos en Cantabria



Figura 1.3.14. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada (más de 42 meses) en cuanto a los procesos en Cantabria



Por el contrario, tan solo un 3,2% y un 1,2%, respectivamente, desarrollan productos y servicios que se comercialicen en el mercado nacional español, mientras que sólo un 4,8% y 4,7%, respectivamente, han internacionalizado su actividad y actualmente trabajan en ámbitos geográficos más amplios.

Como en ediciones anteriores del informe, estos datos corroboran que los negocios emprendedores en Cantabria no nacen con una clara vocación innovadora y de internacionalización en la faceta de productos y/o servicios. Además, esta tendencia se mantiene a largo plazo, una vez los

emprendedores evolucionan su negocio hacia la etapa consolidada y de madurez.

En sexto y último lugar, la orientación innovadora de las iniciativas emprendedoras se estudia a través del grado de innovación en procesos aplicados por los negocios de la región tanto en su fase inicial como en su fase consolidada.

En este sentido, las Figuras 1.3.13 y 1.3.14 muestran nuevamente un comportamiento tendente al mercado doméstico, sobretodo local y, en menor medida, también nacional. Concretamente, se observa que un 71,6% de las



Figura 1.3.15. Porcentaje de iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses) en función de la localización de sus clientes

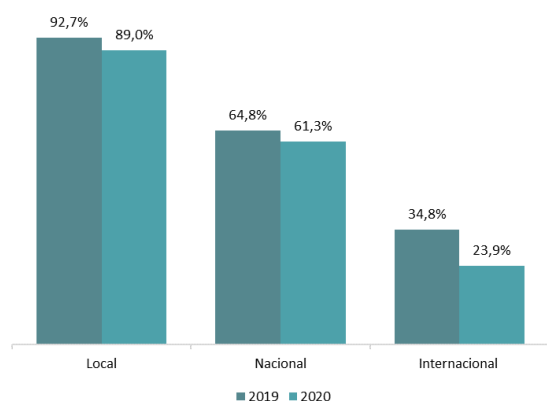
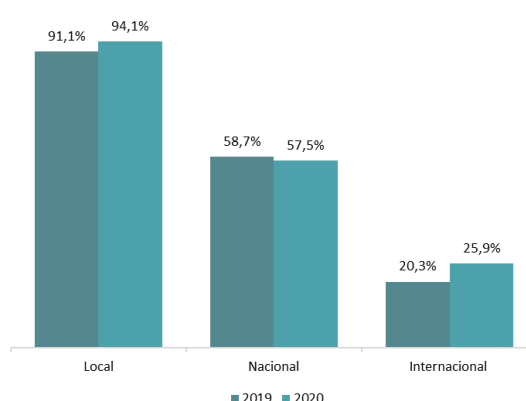


Figura 1.3.16. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la localización de sus clientes



iniciativas en fase inicial no innova en procesos, porcentaje que se eleva hasta un 82,3% en el caso de las iniciativas en fase consolidada. Además, las iniciativas que indican haber innovado, nuevamente hacen referencia a una innovación más enfocada al mercado local o nacional. Concretamente, el 17,3% de las iniciativas en fase inicial lo hacen en el mercado local y un 7,9% lo hacen en el mercado nacional. Estos valores son del 11,8% y el 1,2%, respectivamente, en el caso de las iniciativas consolidadas. Por último, tan solo un 3,2% de las iniciativas emprendedoras en fase inicial y un 4,7% de las iniciativas consolidadas desarrollan nuevos procesos orientados al mercado internacional.

Por tanto, cabe señalar que la mejora de procesos administrativos, operativos y tecnológicos sigue presentándose como una de las asignaturas pendientes del emprendimiento regional en los próximos años.

1.3.6. Orientación internacional

La orientación internacional de las iniciativas emprendedoras se analiza en este epígrafe a través de dos indicadores: la localización de la cartera de clientes de cada negocio y la intensidad de la exportación que realiza.

Por lo que respecta al primer indicador, la localización de la cartera de clientes de las

iniciativas emprendedoras, las Figuras 1.3.15 y 1.3.16 muestran el reparto medio de las carteras de clientes según su carácter local, nacional e internacional, comparando los datos de la edición 2020 con los de 2019, y tanto para iniciativas en fase inicial como consolidada, respectivamente.

Entre las iniciativas en fase inicial (menos de 42 meses), los resultados muestran un volumen de clientes eminentemente local en ambas ediciones (89% en 2020 vs. 92,7% en 2019), mientras que los porcentajes se reducen considerablemente en el mercado nacional (61,3% en 2020 vs. 64,8% en 2019) e internacional (23,9% en 2020 vs. 34,8% en 2019).

En el caso de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses), el carácter eminentemente local de la cartera de clientes se confirma e, incluso, se acentúa con respecto a la pasada edición del 2019. Concretamente, hasta un 94,1% de las iniciativas comercializan sus productos a nivel local, frente al 91,1% registrado en 2019. En el mercado nacional comercializan un 57,5% de los emprendedores encuestados, frente al 58,7% del 2019. Finalmente, el 25,9% de las iniciativas venden sus productos a nivel internacional, mientras que esta cifra se situaba en el 20,3% en 2019.

Figura 1.3.17. Porcentaje de iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria

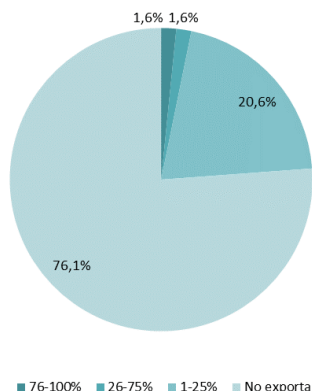
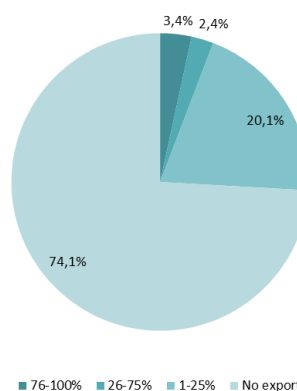


Figura 1.3.18. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria



Por otra parte, al consultar a los encuestados sobre la intensidad de exportación que llevan a cabo sobre sus productos y servicios (Figuras 1.3.17 y 1.3.18), y como ya sucediese en el 2019, los datos obtenidos en el 2020 indican un comportamiento similar entre las iniciativas en fase inicial y en fase consolidada. Concretamente, hasta un 76,1% de las iniciativas en fase inicial no han exportado este año, cifra que se sitúa en el 74,1% entre las iniciativas en fase consolidada. Entre aquellas iniciativas que han exportado en 2020, la mayoría lo han hecho únicamente entre un 1% y un 25% de sus productos/servicios. Concretamente, un 20,6% de las iniciativas en fase inicial y un 20,1% de las iniciativas consolidadas se encuentran en esta situación. Por el contrario, las iniciativas que exportan entre el 26% y el 75% representan este año únicamente un 1,6% de las iniciativas en fase inicial y un 2,4% de las iniciativas consolidadas. Finalmente, tan solo un 1,6% y un 3,4%, respectivamente, han exportado entre el 76% y el 100% de sus productos/servicios.

1.3.7. Actividad emprendedora en organizaciones existentes

Como último punto de este Capítulo, se analiza la actividad emprendedora que se lleva a cabo en las organizaciones existentes

como resultado de su grado de orientación estratégica. Desde la perspectiva de la metodología GEM, la actividad (intra)emprendedora es concebida como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores (EEA – Entrepreneurial Employee Activity) de organizaciones cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos y servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (spin-offs, spin-outs, start-ups). Como en ediciones anteriores del informe, este indicador refleja el porcentaje de empleados de entre 18 y 64 años que en los últimos tres años han sido parte activa del desarrollo y liderazgo de iniciativas innovadoras y emprendedoras para sus empleadores como parte de las actividades que desempeñan en su trabajo.

En esta línea, la Figura 1.3.19 permite comparar la tendencia evolutiva de la actividad emprendedora independiente (TEA - Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) frente a la actividad intra-emprendedora (EEA) desde el año 2018. Los resultados del análisis muestran que, en 2020, únicamente el 0,5% de la población cántabra de 18 a 64 años ha participado activamente o ha liderado la generación y puesta en marcha de ideas emprendedoras en las organizaciones en las



Figura 1.3.19. Evolución en el porcentaje de la población cántabra de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido al interior de organizaciones existentes (EEA)

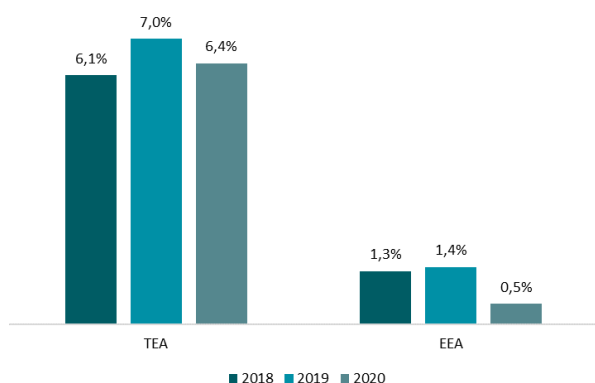
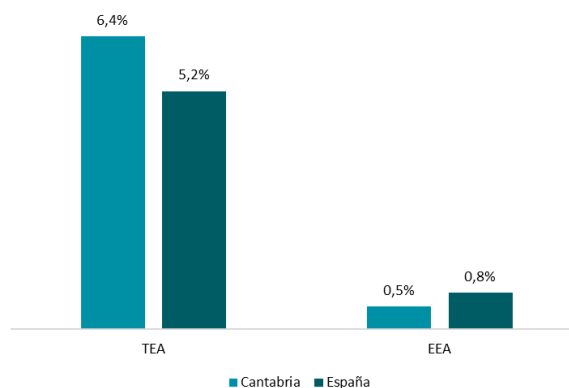


Figura 1.3.20. Comparativa Cantabria-España en el porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido al interior de organizaciones existentes (EEA) en 2020



que desempeña su trabajo (EEA). Por el contrario, hasta un 6,4% de la población de la región ha emprendido de manera independiente (TEA). Tal y como se observa, además, y a pesar de que las tendencias de la EEA y la TEA fueron positivas en el año 2019, aumentando de un 1,3% en 2018 hasta un 1,4% para el caso de la EEA, y de un 6,1% en 2018 hasta un 7,0% para el caso de la TEA, en el 2020 ambos indicadores se han resentido considerablemente, lo que podríamos achacar a la situación de pandemia mundial de Covid-19 vivida desde marzo de 2020.

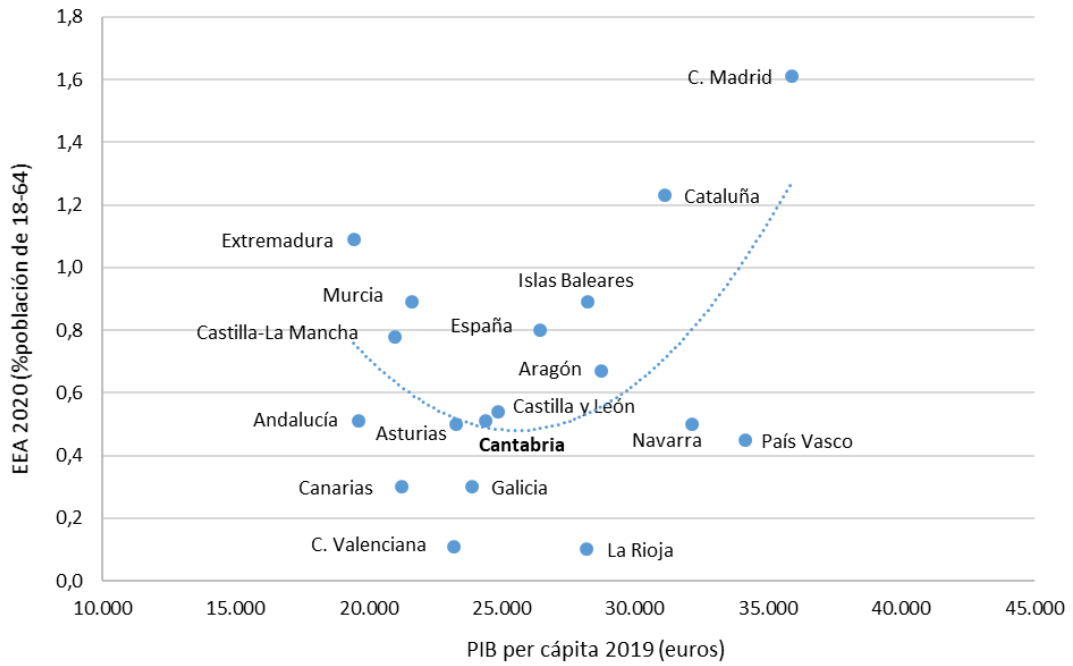
Por lo que respecta a la comparativa de estas dos variables (TEA vs. EEA) entre Cantabria y España en el año 2019, la Figura 1.3.20 muestra que en esta edición la TEA vuelve a ser superior en Cantabria con respecto a la media nacional (6,4% vs. 5,2%, respectivamente). Sin embargo, con respecto a la EEA se observa la tendencia opuesta, es decir, esta tasa es superior en la media nacional que en Cantabria (0,8% vs. 0,5%, respectivamente).

Para concluir el epígrafe, la Figura 1.3.21 muestra la relación entre el número de empleados emprendedores en la población de 18 a 64 años (EEA) y el PIB per cápita de las distintas Comunidades Autónomas de España.

Los datos muestran que en 2020 únicamente siete regiones alcanzan una EEA superior a la media nacional. Estas Comunidades Autónomas son Cataluña, Extremadura, Islas Baleares, Murcia y Castilla – La Mancha, que muestran tasas de intra-emprendimiento (EEA) superiores a la media de España. El resto de Comunidades Autónomas (hasta un total de 12) se sitúan por debajo de la media del país, lo que incluye a Cantabria en una posición bastante modesta. Concretamente, en 2020, Cantabria muestra una tasa de intra-emprendimiento similar a la de Comunidades Autónomas limítrofes, como Asturias y Castilla-León, mientras que se encuentra notablemente por encima de algunas de las regiones más rezagadas de España, como La Rioja o la Comunidad Valenciana, principalmente.

“
Únicamente el 0,5% de la población cántabra de 18 a 64 años ha participado activamente o ha liderado la generación y puesta en marcha de ideas emprendedoras en las organizaciones en las que desempeña su trabajo
 ”

Figura 1.3.21. Relación entre el indicador EEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita, comparativa Cantabria-Resto de España



En este segundo capítulo, se recogen las opiniones de 36 expertos cántabros cualificados sobre las condiciones del contexto para emprender, así como sobre los obstáculos y los estímulos más significativos para el desarrollo del emprendimiento en Cantabria.

CAPÍTULO 2

El entorno emprendedor



CAPÍTULO 2.

EL ENTORNO EMPRENDEDOR

2.1. INTRODUCCIÓN

Puesto que el entorno es una variable clave que condiciona la puesta en marcha de una empresa y su consolidación, el Observatorio GEM incorpora en su modelo los siguientes factores del entorno:

- El apoyo financiero (la disponibilidad de recursos financieros propios, y deuda, para empresas nuevas y nacientes, incluyendo 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 en fase inicial y en fase consolidada a todos los niveles: nacional, regional y municipal).
- La educación y formación (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 apertura de mercados y barreras a la entrada (en la medida en que los acuerdos comerciales les impiden 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 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 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.

Además, los expertos entrevistados también contribuyen en el Informe GEM a través de preguntas abiertas. Cada uno de ellos puede mencionar hasta tres temas que considera que

pueden ser obstáculos, apoyos o recomendaciones a la actividad emprendedora.

Después se estima el porcentaje de cada obstáculo, apoyo o recomendación sobre el total de respuestas. Hasta 2012, esto se estimaba a través de tablas de multirespuesta. A partir de 2013, los tres temas propuestos han sido previamente clasificados a partir del listado de 21 temas definidos por el equipo GEM-NES internacional y luego se ha estimado el porcentaje de cada grupo sobre el total de respuestas.

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 para emprender en Cantabria. En la segunda parte, se analiza la evolución de los obstáculos, los apoyos y las recomendaciones para el fomento del emprendimiento en la región. Y, finalmente, se analiza la posición de Cantabria en comparación con el resto de las Comunidades Autónomas y el resto de países de la UE.

2.2. VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN CANTABRIA

En la Tabla 2.1. se observan las valoraciones medias de las condiciones del entorno para el año 2020 en Cantabria, expresadas en una escala Likert de 1 a 5 puntos (donde 1 corresponde a completamente falso y 5 a completamente verdadero). Como factores mejor valorados se encuentran la infraestructura física (3,40), la infraestructura comercial (2,84), los programas gubernamentales (2,80) y la educación emprendedora post-escolar (2,67). Por otro lado, los factores peor valorados son la dinámica mercado interno (2,31), la transferencia I+D (2,30), la política fiscal y burocracia (2,27), la financiación (2,16) y la educación emprendedora escolar (2,04).

Dado que las valoraciones se realizan basándose en una escala de cinco puntos, todas aquellas condiciones situadas por debajo de 3 no se encuentran en una situación deseable. En el año 2020, sólo el primer factor indicado en el párrafo anterior supera esta posición, mientras que el resto se encuentran por debajo de ese límite, por lo que, en comparación con el ejercicio anterior, se detecta que todos los factores han empeorado considerablemente.

Como complemento al análisis anterior, en la Tabla 2.2. se recogen las valoraciones medias individualizadas de cada uno de los elementos que componen cada factor. Es importante señalar que la valoración de estos factores se ha realizado en una escala Likert de 1 a 10 puntos.

La Tabla 2.2. ofrece un mayor nivel de detalle. Por ejemplo, el factor infraestructura física, que es el mejor valorado, se compone de cinco elementos. Entre ellos, los dos más valorados se refieren al hecho de que no les resulte excesivamente caro a las empresas nuevas o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación y a la facilidad de una nueva empresa o en crecimiento para proveerse de servicios de telecomunicaciones en el plazo de una semana.

Por el contrario, el elemento menos valorado se refiere a que las empresas de nueva creación y en crecimiento puedan afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).

En el lado opuesto, el factor menos valorado es la educación emprendedora escolar. De acuerdo con la Tabla 2.2., se observa que los expertos consideran que en la enseñanza



primaria y secundaria no se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas y que no se aportan unos

conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.

Tabla 2.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (periodo 2019-2020)

Valoración media de las condiciones del entorno según los expertos	CANTABRIA	
	2019	2020
Infraestructura física	3,77	3,40
Infraestructura comercial	3,17	2,84
Programas gubernamentales	3,12	2,80
Educación emprendedora post-escolar	3,20	2,67
Normas sociales y culturales	3,02	2,58
Barreras mercado interno	2,72	2,55
Políticas, prioridad y apoyo	2,69	2,39
Dinámica mercado interno	2,40	2,31
Transferencia I+D	2,60	2,30
Política fiscal y burocracia	2,60	2,27
Financiación	2,35	2,16
Educación emprendedora escolar	2,35	2,04

“

En opinión de los expertos, todos los factores del entorno han empeorado considerablemente en el año 2020

”

Tabla 2.2. Valoraciones de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (2020)

Tópico A. Apoyo financiero. En Cantabria...

Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	3,31
Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.	4,06
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	4,19
Es bastante común el obtener financiación proporcionada por inversores informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares) personas privadas (que no poseen parte de las empresas en que invierten) para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,97
Hay suficiente oferta de financiación procedente de Asociaciones profesionales de Business Angels para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,75
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,89
La salida a Bolsa es un recurso habitualmente utilizado para proporcionar financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,83
Es bastante común el obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo “crowdfunding” para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,00

Tópico B. Políticas gubernamentales. En Cantabria ...

Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamientos públicos).	3,19
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno estatal.	3,75
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política de las administraciones autonómicas.	4,03
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	2,64
Los impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	4,17
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.	3,86
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.	3,11

Tópico C. Programas gubernamentales. En Cantabria ...

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).	4,47
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	4,33



Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas. 4,08

Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces. 5,56

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. 4,17

Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos. 4,56

Tópico D. Educación y formación emprendedora. En Cantabria ...

En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal. 3,42

En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado. 2,92

En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. 2,72

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. 3,92

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. 4,56

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. 4,17

Tópico E. Transferencia de I+D. En Cantabria ...

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. 4,00

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas. 3,67

Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías. 2,83

Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas. 3,17

La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto. 4,11

Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas. 3,42

Tópico F. Infraestructura comercial y profesional. En Cantabria ...

Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. 5,36

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores. 3,11

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. 4,03

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal. 5,25

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). 5,58

Tópico G. Apertura del mercado interno. En Cantabria ...

Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro. 3,19

Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro. 3,75

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados. 3,50

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado. 3,58

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas. 4,54

La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir. 4,77

Tópico H. Infraestructura física y de servicios. En Cantabria ...

Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento. 6,28

No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.). 6,64

Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.). 6,39

Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.). 5,89

Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes. 6,06

Tópico I. Normas sociales y culturales. En Cantabria...

Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal. 4,83

Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal. 4,36

Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial. 3,39

Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación. 3,72

Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida. 4,67



2.3. ANÁLISIS DE LOS OBSTÁCULOS, APOYOS Y RECOMENDACIONES A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CANTABRIA

En la Tabla 2.3. se muestran los obstáculos al emprendimiento en Cantabria en 2020, comparados con los del año 2019. El apoyo financiero y las políticas gubernamentales son los principales obstáculos. El tercer lugar lo ocupan las normas sociales y culturales, que han perdido relevancia respecto al año anterior, y el cuarto obstáculo más importante es el contexto político, social e intelectual, que ha ascendido desde el décimo puesto. Por otro lado, los obstáculos menos valorados por los expertos son la internacionalización; el acceso a la información; la corrupción; y la infraestructura comercial y profesional.

La Tabla 2.4. muestra los factores que favorecen la actividad emprendedora. Las normas sociales y culturales son el factor más importante en el año 2020. Seguidamente, se sitúan las políticas gubernamentales, que han ascendido considerablemente respecto al ejercicio anterior, y el estado del mercado laboral.

Los apoyos menos valorados, al igual que en el año anterior, son el acceso a la información; la internacionalización; el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas; la corrupción; y la composición percibida de la población.

La Tabla 2.5. muestra factores que pueden favorecer la actividad emprendedora, en base a las recomendaciones realizadas por los expertos. Los más importantes son las políticas gubernamentales; las normas sociales y culturales; y la educación y formación.

En el extremo opuesto, los factores que para los expertos parecen ser menos importantes son el ambiente económico; el acceso a la información; los costes laborales, acceso y regulación; la internacionalización; el

desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas; la corrupción; la crisis económica; el contexto político, social e intelectual; la composición percibida de la población; y el estado del mercado laboral; el acceso al mercado, barreras.

Para terminar con este apartado, en la Tabla 2.6. se recogen los comentarios expuestos por los expertos sobre los obstáculos, los apoyos y las recomendaciones para emprender.

“

El apoyo financiero y las políticas gubernamentales son los principales obstáculos al emprendimiento en opinión de los expertos cántabros

”

Tabla 2.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2019-2020

Obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de dificultad en 2020	RANKING CANTABRIA		
	2020	2020	2019
Apoyo financiero	52,8%	1	3
Políticas gubernamentales	50%	2	1
Normas sociales y culturales	38,9%	3	2
Educación y formación	25%	4	6
Contexto político, social e intelectual	25%	4	10
Programas gubernamentales	19,4%	5	5
Acceso a las infraestructuras físicas	16,7%	6	4
Capacidad emprendedora	16,7%	6	7
Ambiente económico	11,1%	7	6
Crisis económica	11,1%	7	10
Transferencias de I+D	8,3%	8	7
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	8,3%	8	10
Estado del mercado laboral	5,9%	9	8
Acceso al mercado, barreras	5,6%	10	8
Costes laborales, acceso y regulación	5,6%	10	10
Composición percibida de la población	5,6%	10	10
Internacionalización	0%	11	10
Acceso a la información	0%	11	9
Corrupción	0%	11	10
Infraestructura comercial y profesional	0%	11	10



Tabla 2.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2019-2020

Apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2020	2020	RANKING CANTABRIA	
		2020	2019
Normas sociales y culturales	50%	1	3
Programas gubernamentales	47,2%	2	7
Estado del mercado laboral	47,2%	2	4
Educación y formación	27,8%	3	2
Acceso a las infraestructuras físicas	25%	4	4
Contexto político, social e intelectual	13,9%	5	7
Acceso al mercado, barreras	11,1%	6	7
Apoyo financiero	8,3%	7	3
Capacidad emprendedora	8,3%	7	5
Crisis económica	8,3%	7	6
Costes laborales, acceso y regulación	8,3%	7	8
Infraestructura comercial y profesional	8,3%	7	8
Transferencias de I+D	5,6%	8	7
Políticas gubernamentales	5,6%	8	1
Ambiente económico	2,8%	9	7
Acceso a la información	0%	10	8
Internacionalización	0%	10	8
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0%	10	8
Corrupción	0%	10	8
Composición percibida de la población	0%	10	8

Tabla 2.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2019-2020

Recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2020	2020	RANKING CANTABRIA	
		2020	2019
Políticas gubernamentales	98,3%	1	1
Normas sociales y culturales	47,2%	2	3
Educación y formación	41,7%	3	2
Apoyo financiero	25%	4	2
Acceso a las infraestructuras físicas	19,4%	5	4
Programas gubernamentales	19,4%	5	7
Infraestructura comercial y profesional	13,9%	6	6
Acceso al mercado, barreras	11,1%	7	7
Capacidad emprendedora	8,3%	8	6
Transferencias de I+D	2,8%	9	5
Ambiente económico	0%	10	6
Acceso a la información	0%	10	7
Costes laborales, acceso y regulación	0%	10	7
Internacionalización	0%	10	7
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0%	10	7
Corrupción	0%	10	7
Crisis económica	0%	10	7
Contexto político, social e intelectual	0%	10	7
Composición percibida de la población	0%	10	7
Estado del mercado laboral	0%	10	7



Tabla 2.6. Valoraciones de los expertos. Respuestas abiertas

Obstáculos a la actividad emprendedora

Falta de financiación y dificultad de acceso a la misma.

Falta de educación y formación emprendedora

Barreras impositivas y fiscales

Excesiva burocracia para poner en marcha el negocio (permisos, licencias, aperturas...)

Nivel insuficiente de ayudas públicas

Incertidumbre ante el futuro próximo (pandemia)

Contexto económico poco favorable

Falta de cultura y reconocimiento social respecto al valor del emprendimiento

Exceso de cultura funcionarial en el conjunto de la población

Falta de transferencia tecnológica

Envejecimiento de la población

Miedo al fracaso

Mala coordinación entre organismos públicos y privados

Ausencia de clima emprendedor

Apoyos a la actividad emprendedora

Subvenciones de organismos regionales (Seguridad Social, Sodercan, Agencias de Desarrollo Locales)

Programas de apoyo al emprendimiento

Fomento de cultura emprendedora (Banco Santander, Universidad, CISE..)

Tarifa plana autónomos

Ayudas a la creación de empleo autónomo

Colaboración público-privada

Fomento de foros y encuentros de empresarios y emprendedores

Realización de actividades de dinamización del ecosistema emprendedor como concursos o premios

Inversores privados desarrollando plataformas Business Angels

La crisis de los modelos de negocio tradicionales

Nuevas oportunidades ante el cambio en el mercado y en la demanda

Involucración de empresas privadas en proceso de diversificación

Labores de divulgación de la cultura emprendedora desde organismos públicos

El desempleo impulsa al emprendimiento por necesidad

Recomendaciones de los expertos

Agilización y simplificación de trámites

Atenuar la presión fiscal

Reforzar la cultura emprendedora

Impulsar la digitalización y educación emprendedora desde edades tempranas

Aumentar el apoyo y las ayudas públicas

Financiación más rápida y accesible

Crear una comunidad que aúne emprendedores, mentores, patronos y universidad

Crear una verdadera Red Empresarial de Ayuda al emprendedor

Colaboración público-privada

Apoyo económico expreso al emprendimiento colaborativo

Formación continua al emprendedor

Mejorar la conexión entre actores y agentes de emprendimiento

Atracción de inversión privada a la región para proyectos emprendedores

Promover cultura de esfuerzo y capacidad de fracaso

Definir estrategia para identificar sectores en los que Cantabria pueda ser tractora a nivel nacional



2.4. BENCHMARKING INTERNACIONAL Y POR COMUNIDADES/CIUDADES AUTÓNOMAS SOBRE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

En la Figura 2.1. se recoge una comparación de la valoración media de las condiciones del entorno expresadas por los expertos en el año 2020 para el caso de Cantabria, España y la media de los países de la UE con economías de altos ingresos.

La Figura 2.1. muestra un paralelismo total entre los resultados de las tres áreas geográficas, siendo necesario un análisis detallado para poder percibir las diferencias. En términos generales, las valoraciones medias de España son ligeramente superiores a las de Cantabria, a excepción del factor educación emprendedora escolar. En comparación con los países de la UE con economías de altos ingresos, las valoraciones medias de España son inferiores en infraestructura física, normas sociales y culturales, dinámica mercado interno, financiación y educación emprendedora escolar.

En el caso de Cantabria, presenta una valoración media ligeramente inferior a la de los países de la UE con economías de altos ingresos en todos los factores. Las mayores diferencias se encuentran infraestructuras físicas, políticas, prioridad y apoyo, dinámica mercado interno y financiación.

Esta información se recoge de forma más amplia y detallada en la Tabla 2.7. En ella, se pueden consultar las valoraciones otorgadas por los expertos a los diferentes factores que influyen en el entorno emprendedor no solo para Cantabria, España y los países de la UE, sino también para cada una de las CC.AA. españolas de forma individualizada.

La principal conclusión a extraer de la información de la Tabla 2.7., al igual que ya se expresó en la Figura 2.2. anterior, es la elevada similitud entre las valoraciones de Cantabria y el resto de valoraciones tanto nacionales como de la UE.

Figura 2.1. Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, y media los países de la UE con economías de altos ingresos, año 2020

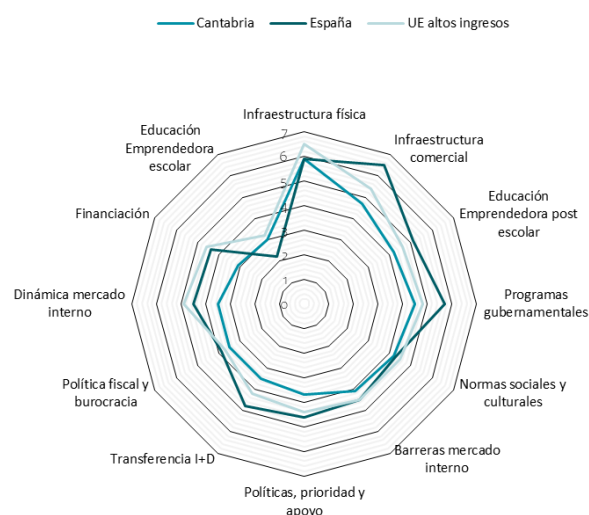
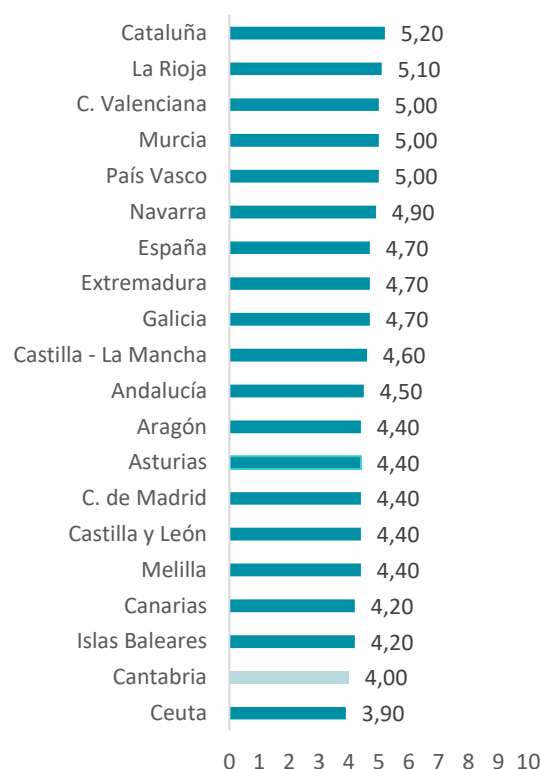


Tabla 2.7. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, países de la UE con economías de altos ingresos y CCAA españolas en 2020

	Infraestructura física	Infraestructura comercial	Educación Emprendedora post escolar	Programas gubernamentales	Normas sociales y culturales	Barreras mercado interno	Políticas, prioridad y apoyo	Transferencia I+D	Política fiscal y burocracia	Dinámica mercado interno	Financiación	Educación Emprendedora escolar
Cantabria	5,9	4,7	4,2	4,5	4,2	4,1	3,7	3,5	3,5	3,5	3,1	3,0
España	5,9	6,5	5,1	5,7	4,3	4,5	4,6	4,8	3,9	4,5	4,4	2,2
UE altos ingresos	6,5	5,4	4,6	4,8	4,5	4,5	4,4	4,2	3,7	4,9	4,6	3,2
Andalucía	6,6	4,9	5,0	5,1	4,3	4,1	4,6	4,2	3,6	4,1	3,8	3,2
Aragón	6,0	5,2	4,5	5,1	4,6	4,3	4,1	4,1	3,9	4,5	3,7	2,8
Asturias	6,2	5,0	4,1	5,5	3,5	4,0	4,5	4,5	3,7	4,0	3,7	3,6
Canarias	6,0	5,1	5,0	5,0	3,8	4,0	3,7	3,9	3,1	3,9	3,3	3,3
Castilla León	6,0	5,4	4,7	4,8	4,2	4,4	3,9	4,0	4,0	4,1	4,0	3,1
Castilla la Mancha	6,4	5,6	5,1	5,2	4,4	4,0	4,5	4,3	3,7	4,6	3,9	2,9
Cataluña	6,6	5,9	5,5	5,9	5,8	4,9	4,8	4,7	4,7	4,2	5,2	4,2
Ceuta	4,7	3,7	5,5	3,9	4,0	3,6	3,8	3,5	3,6	4,4	3,1	2,5
C. Valenciana	6,9	6,1	5,3	6,0	4,9	4,5	4,8	4,6	4,4	4,2	4,3	3,6
Extremadura	6,2	5,3	5,0	5,2	4,2	4,2	4,8	4,5	4,5	4,9	4,0	3,3
Galicia	6,3	5,5	4,6	5,8	4,4	4,2	5,0	4,6	4,2	4,2	4,0	3,4
Islas Baleares	5,6	4,8	4,6	4,5	4,3	4,2	3,1	3,9	3,5	4,9	3,5	3,1
Madrid	7,0	5,4	4,8	4,9	4,5	4,1	3,5	4,0	3,6	4,0	4,2	3,0
Melilla	5,3	4,5	5,7	4,5	4,3	4,1	4,5	4,5	4,1	4,9	3,1	3,1
Murcia	7,1	5,7	5,7	6,2	5,0	4,7	4,7	4,6	4,8	4,5	4,2	3,4
Navarra	6,7	5,7	5,1	6,6	5,0	4,0	5,1	4,7	5,0	3,5	4,3	3,3
País Vasco	6,8	5,7	5,0	6,1	4,7	4,8	5,5	4,6	4,8	4,5	4,8	3,2
Rioja	6,8	6,1	4,8	6,6	4,7	4,5	5,2	4,8	5,5	4,4	4,7	3,2



Figura 2.2. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) para las Comunidades Autónomas españolas



Como complemento a la información anterior, se incorpora el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) que representa el promedio de los doce indicadores que valoran los expertos entrevistados en cada una de las regiones participantes. La Figura 2.2. muestra que el ecosistema emprendedor cántabro (4,0) se posiciona en la penúltima

posición respecto al total de Comunidades Autónomas. Según los resultados, los ecosistemas regionales mejor valorados fueron Cataluña (5,2), La Rioja (5,10) y, con la misma valoración (5,0), la Comunidad Valenciana, Murcia y País Vasco. Por el contrario, los peor valorados fueron Ceuta (3,9), Cantabria (4,0) y las Islas Baleares y Canarias (4,2).

“

El ecosistema emprendedor cántabro se posiciona en la penúltima posición respecto al total de Comunidades Autónomas

”



En este tercer capítulo, se describen las tendencias y los retos de la actividad emprendedora en el contexto de la Covid-19.

CAPÍTULO 3

El impacto de la Covid-19 en la actividad emprendedora en Cantabria



CAPÍTULO 3.

El impacto de la Covid-19 en la actividad emprendedora en Cantabria

3.1 Introducción

La crisis sanitaria del Covid-19 ha sido la mayor en la historia reciente de España. A lo largo de varias olas, el virus tuvo efectos dispares entre las comunidades autónomas como se refleja, por ejemplo, en los decesos en la estadística de mortalidad en los dos primeros meses de la pandemia. Cantabria en esa estadística se encontraba en una situación intermedia, ligeramente por debajo de la media nacional². La gravedad de la situación condujo al Gobierno de España a imponer la paralización de una gran parte de la actividad económica y un férreo confinamiento de la población. Como consecuencia, las distintas ramas productivas se vieron en mayor o menor medida perjudicadas y entre las que más, por ser sectores tan importantes para nuestra economía, debemos destacar a la hostelería y el turismo. En definitiva, la pandemia derivó en efectos muy negativos en las empresas y en la economía en general, tanto en los agregados macroeconómicos como en el comportamiento de los agentes económicos (alteraciones notables en los patrones de movilidad de las personas, en los hábitos de consumo de los

hogares, y en la provisión y organización del trabajo)³.

Además de la paralización y el confinamiento, las autoridades económicas reaccionaron implementando medidas de una naturaleza y alcance desconocidos hasta ese momento como el apoyo al empleo (ERTE), el retraso en los pagos de préstamos y contribuciones a la Seguridad Social, y el apoyo al crédito con los avales ICO. En Cantabria, en abril del 2020 el gobierno regional destinó una primera dotación de 306 millones de euros para la lucha sanitaria contra el coronavirus, el complemento de la renta de las familias más necesitadas, y el impulso a sectores clave como el primario, el turismo o la industria.

Según el Informe de la Pyme 2021 del impacto económico de la crisis del Covid-19 sobre la pyme de Cantabria⁴, los problemas de demanda, la ruptura de la cadena de suministros y la ralentización o paralización del comercio internacional afectó a más de la mitad de las empresas cántabras, en concreto el 54,1%, vieron reducir sus ventas en el 2020, un poco por encima de la cifra de España que se sitúa en el 52,6%. Sin embargo, las previsiones de recuperación eran más favorables, lo que hacía presagiar una pronta recuperación que a

² Fuente: Instituto de Salud Carlos III (https://www.isciii.es/QueHacemos/Servicios/VigilanciaSaludPublicaRENAVE/EnfermedadesTransmisibles/MoMo/Documents/informesMoMo2020/MoMo_Situacion%20a%207%20de%20mayo_CNE.pdf)

³ Banco de España (2021) Informe Anual 2020, Madrid. (https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/20/Fich/InfAnual_2020.pdf)

⁴ Somohano, López y Martínez (2021) Informe Impacto Económico de la crisis Covid-19 sobre la Pyme en la Comunidad de Cantabria. Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria, Santander. (<http://www.expertoauditoria.es/informe-de-la-pyme-2021-impacto-economico-de-la-crisis-covid-19-sobre-la-pyme-en-cantabria/>)

su vez repercutiría positivamente en la creación de empleo y, por extensión en el contexto emprendedor. En el lado negativo se encuentra el impacto sobre la rentabilidad y el aumento en el endeudamiento, especialmente en las empresas más pequeñas, las más vulnerables. Y es que las empresas nacientes son especialmente débiles, siendo los efectos económicos asociados a esta pandemia más destructivos al aumentar las dificultades para acometer los planes de inversión previstos, la aparición del sobreendeudamiento puede llevar a la quiebra a empresas que en otras circunstancias hubieran sido viables, y además, como advierte el Banco de España en su Informe Anual 2020 se generarían a su vez cadenas de impagos de la deuda al impactar negativamente sobre los acreedores (financieros o no).

Dada la importancia del impacto previsible de la pandemia sobre el ecosistema emprendedor, el Observatorio del Emprendimiento de España realizó un seguimiento de la situación de la actividad emprendedora que se materializó en el informe “Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19. Análisis y recomendaciones”. En él se puso de manifiesto que la paralización de la actividad empresarial y la incertidumbre eran los adjetivos destacados de los emprendedores con la preocupación de “mantener el empleo y sobrevivir a la situación”⁵. A este estudio le dieron continuación algunos equipos regionales de la Asociación en los que recogieron en su ámbito territorial la percepción y situación de los emprendedores durante el confinamiento⁶.

Desde entonces el proyecto GEM ha venido adaptando la metodología incorporando el Covid-19 en sus actividades, tanto a nivel nacional como en el internacional, con la finalidad de conocer y analizar su impacto, por ahora en el corto y medio plazo. Por esto, el objetivo de este capítulo es ofrecer algunos de esos indicios a partir de las percepciones de la

población adulta entrevistada de los efectos de la pandemia sobre la actividad emprendedora. En concreto, las preguntas versaron sobre los ingresos familiares; la proximidad de conocidos que hayan cerrado o creado empresas; la percepción de la dificultad para comenzar el emprendimiento; las expectativas de crecimiento; y la generación de oportunidades de negocio.

También se incluyen algunas de las conclusiones extraídas de la encuesta a personas expertas (NES) en cuanto a las consecuencias que la pandemia ha supuesto en la actividad emprendedora. En cualquier caso, es preciso tener en cuenta que se ha consultado a ambos grupos de población en los meses de septiembre a octubre de 2020, en plena pandemia y, por lo tanto, las respuestas obtenidas y las conclusiones alcanzadas deben de contextualizarse en ese momento.

3.2 Percepciones de la población adulta sobre los efectos de la pandemia en la actividad emprendedora

Para evaluar las percepciones de la población en cuanto a los efectos del Covid-19 en la actividad emprendedora, el proyecto GEM pregunta:

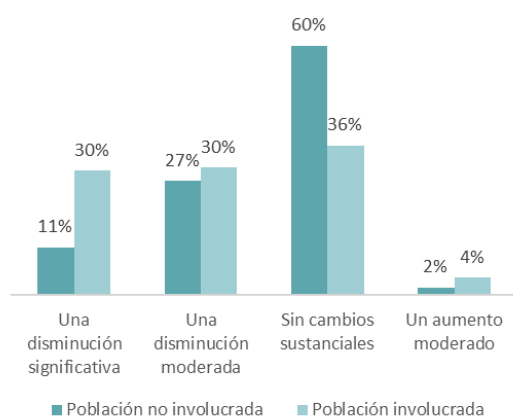
- ¿En qué medida el ingreso familiar se ha visto “afectado” por la Covid-19?
- ¿Conoce alguna persona emprendedora que haya cerrado o creado una empresa debido a la Covid-19?

En relación con la primera pregunta, la Figura 3.1. muestra que la pandemia ha supuesto una importante disminución del ingreso familiar para la población en general. El 38% de los encuestados no involucrados en el desarrollo de nuevas actividades empresariales percibieron que sus ingresos habían disminuido. Sin

⁵ Fuentes y Neira (Coordinadoras) (2021) “Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19 Análisis y recomendaciones” Asociación Observatorio del Emprendimiento de España. (<https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/06/Informe-GEM-Espa%3b1a-COVID19-2019-20.pdf>).

⁶ “La situación del emprendimiento en Galicia ante la crisis del COVID-19. Análisis tras 50 días en estado de alarma” <http://gemgalicia.org/es/2020/05/nuevo-informe-gem-la-situacion-del-emprendimiento-en-galicia-ante-la-tesis-del-covid-19/>

Figura 3.1. Percepción de la población cántabra sobre cambios en los ingresos familiares



embargo, en el grupo de los emprendedores, el 30% se vieron afectados muy negativamente, y en el mismo porcentaje lo hicieron de manera moderada. Este indicador tiene una elevada trascendencia debido a que más de la mitad de los emprendedores ha percibido un deterioro de la situación económica de su familia, con todo lo que ello representa. Por el contrario, solo el 4% de los emprendedores percibieron una mejora moderada en sus ingresos familiares.

La segunda pregunta es importante debido al efecto psicológico de la pandemia, en cuanto a que a la preocupación y el desasosiego sufridos por la situación de riesgo sanitario se le añadió la incertidumbre en los negocios. Una manera de aproximarse al análisis de este efecto es utilizar el enfoque de los modelos de referencia, esto es si la persona encuestada ha conocido a personas que durante la pandemia se hayan involucrado en el proceso emprendedor, lo que es lo mismo, que han creado una empresa, o bien que se hayan visto negativamente afectadas hasta el extremo de tener que cerrar el negocio.

Los resultados se muestran en la Figura 3.2. Entre la población involucrada el 48% conoce a alguien que haya cerrado el negocio mientras que solo el 18% conoce a alguien que lo haya creado. Entre la población no involucrada,

ambos porcentajes son parecidos; el 42% conoce a alguien que haya cerrado y solo el 10% conoce a alguien que haya creado.

3.3 Percepciones del colectivo emprendedor sobre los efectos de la pandemia en la actividad emprendedora

Para observar hasta qué punto las personas emprendedoras han percibido el impacto de la Covid-19 en el emprendimiento, GEM ha sondeado entre este colectivo las siguientes cuestiones:

- ¿Cómo ha sido de difícil crear una empresa respecto al año anterior?
- Comparado con el año anterior, ¿cuáles son las expectativas de crecimiento de su actividad emprendedora?
- ¿En qué medida el Covid-19 ha generado oportunidades de negocio?

Si atendemos a la dificultad de crear una empresa en comparación con el año anterior, por los resultados obtenidos hasta este momento, es comprensible que la pandemia ha creado una barrera añadida para el proceso emprendedor. En la Figura 3.3 se muestra que el 70% de los emprendedores en fase incipiente (nacientes y nuevos) y el 84% de los consolidados confirman nuestra primera impresión. De hecho, la diferencia entre ambos grupos apoya la teoría de que los emprendedores consolidados, a la luz de su experiencia, valoran peor la situación que los emprendedores en etapas más incipientes.

La segunda pregunta se refiere a las expectativas de crecimiento de sus actividades emprendedoras en relación con el año anterior. Los resultados muestran que los nacientes tienen mejores expectativas que los consolidados. Por el lado positivo, el 17% de los encuestados nacientes tienen expectativas algo altas o muy altas, mientras que, en el lado contrario, el 39% tiene expectativas algo bajas o muy bajas. En el caso de los consolidados

Figura 3.2. Percepción de la población cántabra sobre el conocimiento de personas que haya cerrado o creado una empresa en 2020

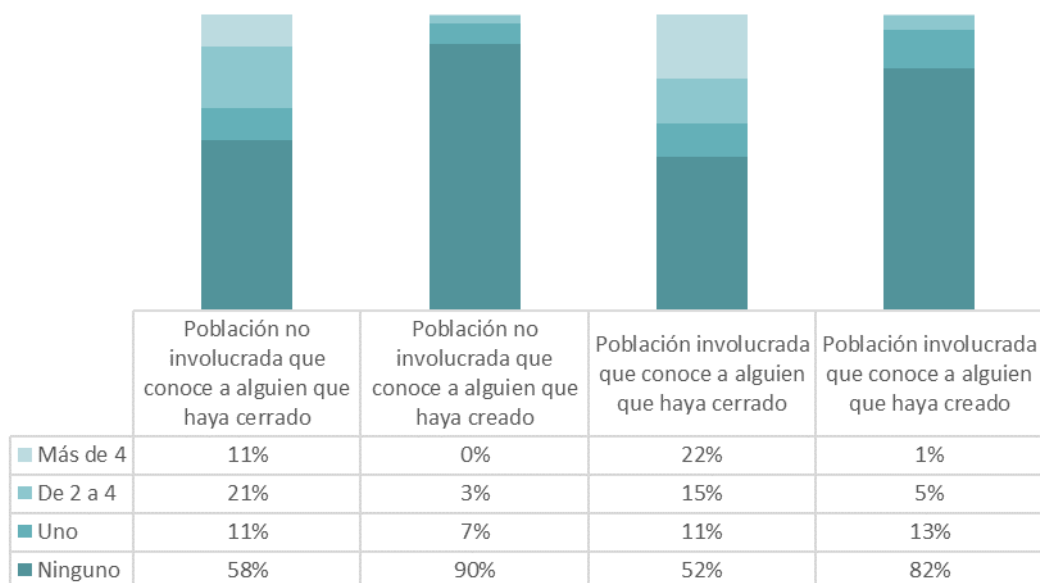
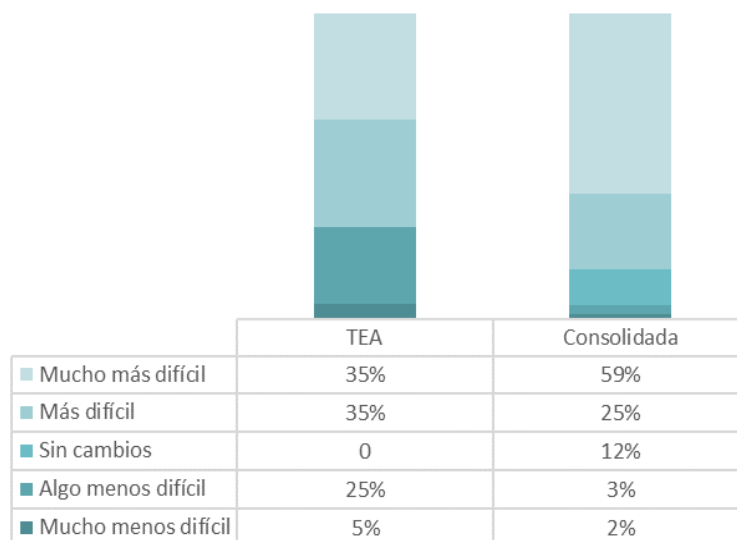


Figura 3.3. Percepción de los emprendedores nacientes y nuevos (TEA) y consolidados sobre la dificultad de crear una empresa con respecto al año anterior



únicamente el 9% son optimistas y el 60% ven el futuro con pocas esperanzas de crecimiento (Figura 3.4).

Para contestar a la tercera pregunta de este apartado analizaremos los resultados de la Figura 3.5 que mantienen la línea explicativa anterior. Los emprendedores nacientes tienen una mejor percepción de las oportunidades de negocio derivadas de la pandemia. El 32 % respondieron favorablemente, mientras que

en el grupo de los consolidados los hicieron el 16%.

“
La pandemia ha creado una barrera añadida para el proceso emprendedor
”

Figura 3.4. Percepción de la población emprendedora en fase inicial (TEA) y consolidada sobre expectativas de crecimiento con respecto al año anterior

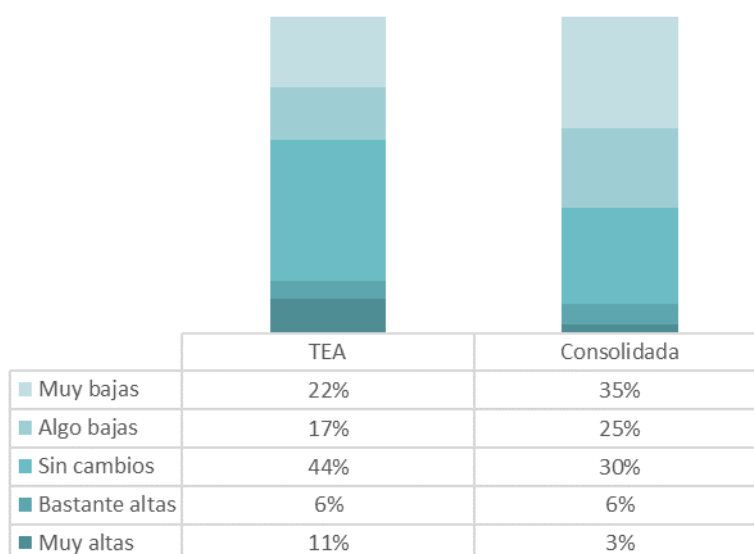
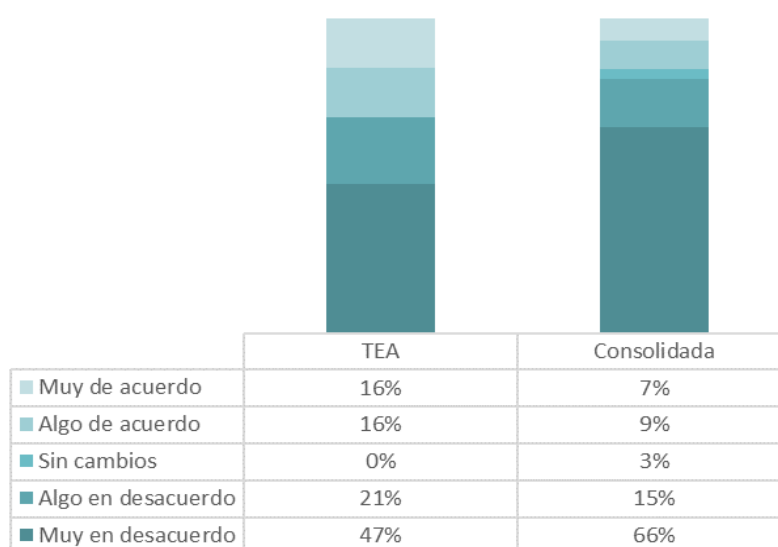


Figura 3.5. Percepción de la población emprendedora en fase inicial (TEA) y consolidada sobre si la Covid-19 ha generado oportunidades de negocio



3.4 La visión de los expertos cántabros sobre el impacto de la Covid-19 en el ecosistema emprendedor

La encuesta NES 2020 recoge las valoraciones de personas expertas sobre el impacto que la situación generada por la pandemia haya podido provocar en el entorno para emprender. Ello incluye una valoración, en retrospectiva, de las actuaciones de las

empresas privadas y las administraciones públicas frente al shock producido por la Covid-19. Si nos fijamos en primer lugar en los resultados sobre las medidas llevadas a cabo por las empresas nuevas y en crecimiento, las valoraciones son favorables en una escala entre 0 y 10 puntos (Figura 3.6). Destaca en primer lugar la adaptación de los productos y servicios (6,5 puntos), después las nuevas formas de hacer negocios (6,1) y la promoción del teletrabajo (6,0). Aunque también aprueba, la

Figura 3.6. Reactividad y reinversión del emprendimiento

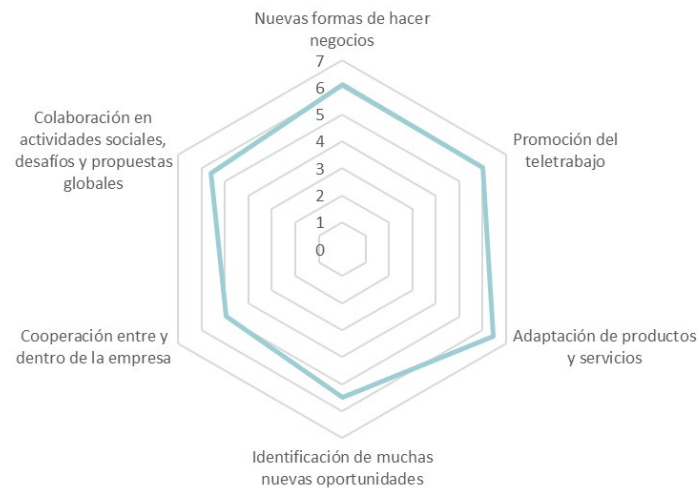
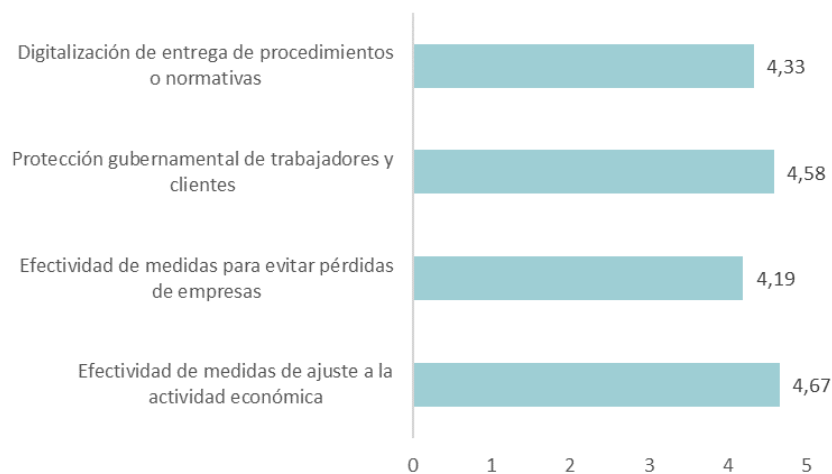


Figura 3.7. Impacto de la Covid-19 en las políticas gubernamentales



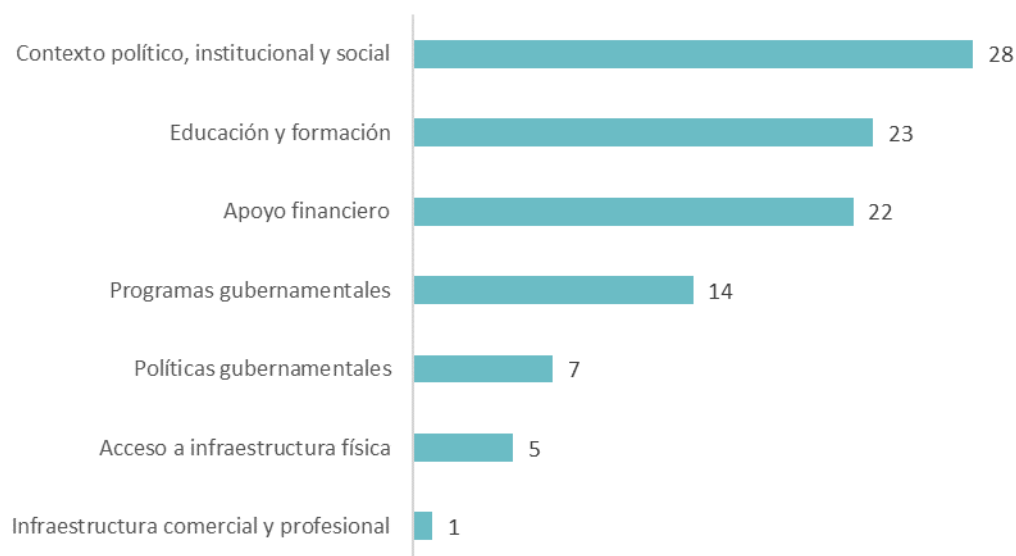
peor valorada se trata de la cooperación entre y dentro de la empresa (5).

La Figura 3.7 muestra los resultados de las valoraciones del impacto de la Covid-19 en las políticas gubernamentales. De nuevo se basa en una escala entre 0 y 10 puntos y los expertos no dan el aprobado en ninguna de las medidas preguntadas. Las mejores son la efectividad de las medidas de ajuste a la actividad económica (4,7 puntos) y la protección gubernamental de los trabajadores y los clientes (4,6). Por el contrario, manifiestan su disconformidad con peores valoraciones de la efectividad de las

medidas para evitar las pérdidas de empresas (4,2) y la digitalización de la entrega de procedimientos y normativas (4,3).

Finalmente, en este apartado les hemos preguntado a los expertos qué medidas urgentes implantarían para reactivar el emprendimiento en Cantabria. Lo hemos hecho utilizando una pregunta abierta en la que podían incluir hasta un máximo de tres propuestas que fueron posteriormente codificadas y clasificadas según las categorías definidas por el GERA. El resultado se muestra en la Figura 3.8.

Figura 3.8. Medidas urgentes a implantar para reactivar el emprendimiento (porcentaje de respuestas sobre el total)



Los expertos otorgan una gran importancia al entorno en el que se realiza el emprendimiento. En primer lugar, el 28% de las propuestas se refieren a algún aspecto de la adecuación del contexto político, institucional y social para reactivar el emprendimiento; a continuación y muy próximos con el 23%, la educación y la formación, y con el 22%, el apoyo financiero.

Los programas gubernamentales aparecen en el cuarto lugar con el 14% de las respuestas. Finalmente, en el grupo menos citado se encuentran las políticas gubernamentales (7%), el acceso a la infraestructura física (5%) y la disponibilidad de una infraestructura comercial y profesional (1%).

“

Los emprendedores consolidados (más de 42 meses) perciben más dificultades, menores expectativas de crecimiento y menores oportunidades de negocio como consecuencia de la Covid-19

”

ÍNDICE DE FIGURAS



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 0.1. Marco teórico del GEM	19
Figura 0.2. Marco teórico del GEM revisado	19
Figura 0.3. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM	20
Figura 1.1.1. Percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	35
Figura 1.1.2. Influencia de las características personales sobre la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	35
Figura 1.1.3. Posesión de red social emprendedora	36
Figura 1.1.4. Influencia de las características personales sobre la posesión de red social emprendedora	36
Figura 1.1.5. Auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	38
Figura 1.1.6. Influencia de las características personales en el auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	38
Figura 1.1.7. Temor al fracaso como obstáculo para emprender	39
Figura 1.1.8. Influencia de las características personales sobre el temor al fracaso como obstáculo para emprender	39
Figura 1.1.9. Opinión sobre la equidad en los estándares de vida	40
Figura 1.1.10. Influencia de las características personales en la opinión sobre la equidad en los estándares de vida	40
Figura 1.1.11. Opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cantabria	41
Figura 1.1.12. Influencia de las características personales sobre la opinión de que emprender es una buena opción profesional	41
Figura 1.1.13. Opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor	42
Figura 1.1.14. Influencia de las características personales sobre la opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor	42
Figura 1.1.15. Opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	43
Figura 1.1.16. Influencia de las características personales en la opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	43
Figura 1.1.17. Opinión sobre la facilidad de iniciar un negocio	44
Figura 1.1.18. Influencia de las características personales en la opinión sobre la facilidad de iniciar un negocio	44
Figura 1.1.19. Influencia de los valores y actitudes para emprender sobre la tasa de actividad emprendedora	45
Figura 1.1.20. Distribución del índice de cultura de apoyo al emprendimiento	45
Figura 1.1.21. Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras: comparación de la prevalencia en Cantabria, España, la UE y resto de países GEM	46



Figura 1.2.1. Proceso emprendedor en Cantabria en 2020	49
Figura 1.2.2. Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2020	51
Figura 1.2.3. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cantabria (periodo 2009-2020)	52
Figura 1.2.4. Evolución de la TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y nuevos en Cantabria (periodo 2009-2020)	52
Figura 1.2.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Cantabria (periodo 2009-2020)	53
Figura 1.2.6. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cantabria (periodo 2009-2020)	53
Figura 1.2.7. El proceso emprendedor en Cantabria en 2020 según el motivo para emprender	54
Figura 1.2.8. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2020	56
Figura 1.2.9. Índice TEA por edades en Cantabria y España en el año 2020	56
Figura 1.2.10. Distribución por sexo de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2020	57
Figura 1.2.11. Evolución de la distribución por sexo en Cantabria (periodo 2011-2020)	58
Figura 1.2.12. Índice TEA por sexo en Cantabria y España en el año 2020	58
Figura 1.2.13. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria en 2020	59
Figura 1.2.14. Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2020, en función de la formación específica para emprender	59
Figura 1.2.15. Influencia conjunta de las características demográficas sobre la TEA	61
Figura 1.2.16. Procedencia de los fondos de financiación en Cantabria y España en el año 2020	63
Figura 1.3.1. Distribución de la actividad emprendedora en fase inicial (entre 0 y 42 meses) por sectores	67
Figura 1.3.2. Distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores	67
Figura 1.3.3. Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses)	67
Figura 1.3.4. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial en 2020	67
Figura 1.3.5. Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)	68
Figura 1.3.6. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2020	68
Figura 1.3.7. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses)	69
Figura 1.3.8. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)	69
Figura 1.3.9. Distribución de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses) por el nivel tecnológico	70

Figura 1.3.10. Distribución de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses) por el nivel tecnológico	70
Figura 1.3.11. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase inicial (0-42 meses) en cuanto a los productos o servicios ofrecidos en Cantabria	71
Figura 1.3.12. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada (más de 42 meses) en cuanto a los productos o servicios ofrecidos en Cantabria	71
Figura 1.3.13. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase inicial (0-42 meses) en cuanto a los procesos en Cantabria	71
Figura 1.3.14. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada (más de 42 meses) en cuanto a los procesos en Cantabria	71
Figura 1.3.15. Porcentaje de iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses) en función de la localización de sus clientes	72
Figura 1.3.16. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la localización de sus clientes	72
Figura 1.3.17. Porcentaje de iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria	73
Figura 1.3.18. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria	73
Figura 1.3.19. Evolución en el porcentaje de la población cántabra de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido al interior de organizaciones existentes (EEA)	74
Figura 1.3.20. Comparativa Cantabria-España en el porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido al interior de organizaciones existentes (EEA) en 2020	74
Figura 1.3.21. Relación entre el indicador EEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita, comparativa Cantabria-Resto de España	75
Figura 2.1. Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España y la media de los países de la UE basados en la innovación en el año 2020	90
Figura 2.2. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) para las Comunidades Autónomas españolas	92
Figura 3.1. Percepción de la población cántabra sobre cambios en los ingresos familiares	98
Figura 3.2. Percepción de la población cántabra sobre el conocimiento de personas que haya cerrado o creado una empresa en 2020	99
Figura 3.3. Percepción de los emprendedores nacientes y nuevos (TEA) y consolidados sobre la dificultad de crear una empresa con respecto al año anterior	99
Figura 3.4. Percepción de la población emprendedora en fase inicial (TEA) y consolidada sobre expectativas de crecimiento con respecto al año anterior	100
Figura 3.5. Percepción de la población emprendedora en fase inicial (TEA) y consolidada sobre si la Covid-19 ha generado oportunidades de negocio	100
Figura 3.6. Reactividad y reinversión del emprendimiento	101
Figura 3.7. Impacto de la Covid-19 en las políticas gubernamentales	101



Figura 3.8. Medidas urgentes a implantar para reactivar el emprendimiento (porcentaje de respuestas sobre el total) 102

ÍNDICE DE TABLAS



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 0.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria	22
Tabla 0.2. Condiciones específicas del entorno	24
Tabla 1.1.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población cántabra desde la perspectiva del sexo	47
Tabla 1.2.1. Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria	60
Tabla 1.2.2. Evolución del índice TEA por tramo de renta en Cantabria en los años 2014 y 2020	61
Tabla 1.2.3. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria (periodo 2018- 2020)	62
Tabla 1.2.4. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2020. Datos para las economías de ingresos altos	65
Tabla 1.3.1. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas en fase inicial y consolidadas para dentro de cinco años	69
Tabla 2.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (periodo 2019-2020)	80
Tabla 2.2. Valoraciones de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (2020)	81
Tabla 2.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2019-2020	85
Tabla 2.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2019-2020	86
Tabla 2.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2019-2020	87
Tabla 2.6. Valoraciones de los expertos. Respuestas abiertas	88
Tabla 2.7. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, los países de la UE basados en la innovación y las CC.AA. españolas en el año 2020	91



GRACIAS A NUESTROS EXPERTOS NES 2020

ADELA SANCHEZ	FSE CEOE-CEPYME CANTABRIA
ALBERTO CANEDA	SERVICIO CÁNTABRO DE EMPLEO
ALFREDO CUESTA	SODERCAN
ANA BELEN GOMEZ	SODERCAN
ANA CABRERO	ATA CANTABRIA
ANGEL FERNANDEZ	ADL LAREDO
BEGOÑA TORRE	UNIVERSIDAD DE CANTABRIA
CARLOS HAZAS	CEOE- CANTABRIA2030
CLARA CARRAMOLINO	ADL MIENGO-POLANCO
DAVID RAMOS	CÁMARA DE COMERCIO DE CANTABRIA
EVA FERNÁNDEZ	ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS DE CANTABRIA
FERNANDO GARZO	COPSESA
FRANCISCO ROYANO	IH CANTABRIA
FRANCISCO ZUNZUNEGUI	CONSULTOR INDEPENDIENTE
INNA ALEXEEVA	CATEDRA BBVA - UNEATLÁNTICO
JAVIER MORALES	ADL SANTOÑA
JESÚS TORTOSA	CÁMARA DE COMERCIO DE CANTABRIA
JOSÉ IGNACIO RODRÍGUEZ	CISE (CENTRO INTERNACIONAL SANTANDER EMPRENDIMIENTO)
JUAN PÉREZ	EJECANT
LUIS-MIGUEL LOZANO	IBBTEC
MANUEL REVUELTA	EMOTEA
MÓNICA REVESTIDO	CEOE CEPYME CANTABRIA
NACHO IRASTORZA	ALSAPLAS SA
PATRICIA OREÑA	ATA NACIONAL
RAFAEL RUIZ	CISE (CENTRO INTERNACIONAL SANTANDER EMPRENDIMIENTO)
ROSA OBREGON	COIE-UNIVERSIDAD DE CANTABRIA
TERESA IGLESIAS	TIM CONSULTING
TOMAS CASTILLO	AMICA

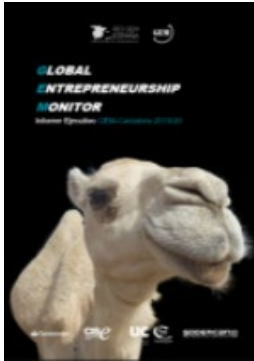


Informe GEM Cantabria 2020/21

“Como la vaca, que con sus ojos esféricos ven el mundo con la máxima atención y con su brújula interior siempre saben dónde está el norte”

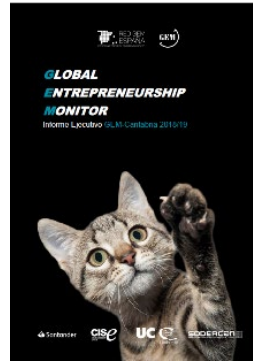


EL EMPRENDEDOR ES ...



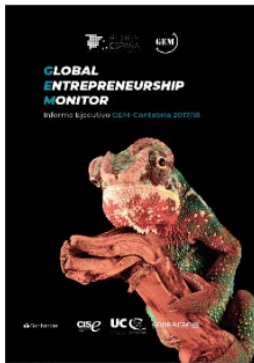
Informe GEM Cantabria 2019/20

“Como el dromedario, que soporta condiciones extremas y acumula reservas para cuando el entorno sea menos favorable”



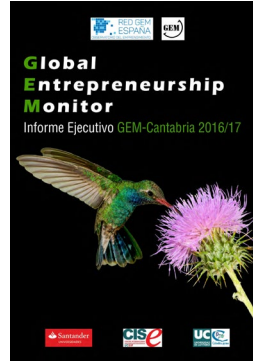
Informe GEM Cantabria 2018/19

“Como el gato, siempre curioso en la búsqueda constante de nuevas oportunidades y aventuras por arriesgadas que sean”



Informe GEM Cantabria 2017/18

“Como el camaleón, aprende a adaptarse y descubrir nuevas oportunidades en todas las direcciones”



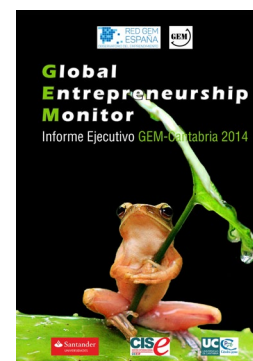
Informe GEM Cantabria 2016/17

“Como el colibrí, único pájaro que vuela hacia atrás, un año de ligero retroceso pero con grandes expectativas”



Informe GEM Cantabria 2015/16

“Como la tortuga, crecimiento lento pero seguro y con la cabeza bien alta para encontrar nuevas oportunidades”



Informe GEM Cantabria 2014/15

“Como la ranita, un año para aguantar el chaparrón”



Informe GEM Cantabria 2013/14

“Como el cisne, comenzamos lentamente a alzar el vuelo con paso firme”



Informe GEM Cantabria 2012/13

“Como las hormigas, en año de crisis, toca trabajar duro y en equipo para después recoger los frutos”



El estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM Cantabria 2020/21, 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 2020/21, 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 resto of Autonomous Communities and Cities of Spain.



I.S.B.N.: 978-84-09-36594-4

