



El estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM Cantabria 2013, 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 2013, analyses and describes the entrepreneur activity in the Autonomous Community of Cantabria. In this report we study, on one hand, the entrepreneur activity of the region comparing it with that of other European Union countries, and on the other hand, it compares this situation with that of entrepreneurs in the rest of Autonomous Communities and Cities of Spain.



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2013



EQUIPO GEM ESPAÑA 2013

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Madrid



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco





Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo **GEM-Cantabria 2013**

Equipo de investigación:

Ana Fernández Laviada (Directora)

Gemma Hernando Moliner
María Concepción López Fernández
Marta Pérez Pérez
Inés Rueda Sampedro
Lidia Sánchez Ruiz
Paula San Martín Espina
Ana Serrano Bedia

Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2013.

© **Autores**

Ana Fernández Laviada (Directora)

Gemma Hernando Moliner
María Concepción López Fernández
Marta Pérez Pérez
Inés Rueda Sampedro
Lidia Sánchez Ruiz
Paula San Martín Espina
Ana Serrano Bedia

© **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 - tgd@edicionesTGD.com

ISBN: 978-84-697-2002-8

Depósito Legal: SA-779-2014

INDICE DE CONTENIDOS

	Página
Red Española de Equipos Regionales GEM 2013	7
Presentación del Informe GEM Cantabria 2013	11
El Proyecto GEM: Introducción y modelo teórico	13
Balance Scorecard 2013	21
Resumen Ejecutivo	23
Executive Summary	25
Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Cantabria	27
1.1. Introducción	29
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa	29
1.3. Dinámica empresarial en la población activa	31
1.4. Actividad emprendedora de Cantabria en el contexto internacional y nacional	32
1.5. Dinámica empresarial de Cantabria en el contexto internacional y nacional	34
1.6. Potencial emprendedor en Cantabria en el contexto internacional y nacional	35
Capítulo 2. Tipos de comportamiento emprendedor	37
2.1. Introducción	39
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	39
2.3. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en Cantabria	42
Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor en Cantabria.	45
3.1. Introducción	45
3.2. Género	45
3.3. Edad	45
3.4. Nivel de estudios	46
3.5. Nivel de renta	47
3.6. Tamaño medio del hogar	47
3.7. Origen	47
3.8. Situación laboral	48
3.9. Posesión de formación específica para emprender	48
Capítulo 4: Características de la actividad emprendedora en Cantabria	51
4.1. Introducción	51
4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas	51
4.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas medida a través del número de empleados	52
4.4. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	54
4.5. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada	55
4.6. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas	56
4.7. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	57
4.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	58
4.9. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	59

Capítulo 5: Financiación del proceso emprendedor naciente en Cantabria	63
5.1. Introducción	63
5.2. Las necesidades de financiación para iniciar un Start up	63
5.3. El papel del inversor informal, tipo Business Angel, en Cantabria y en el entorno GEM	64
Capítulo 6: Actitudes, motivación y capacidad para emprender en Cantabria	71
6.1. Introducción	71
6.2. La percepción de oportunidades	71
6.3. Posesión de red social emprendedora	71
6.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	72
6.5. El temor al fracaso como obstáculo para emprender	72
6.6. Preferencia por una sociedad competitiva	72
6.7. Emprender es una buena opción profesional	73
6.8. Emprendimiento de éxito y buen estatus social y económico	73
6.9. Los medios de comunicación y el emprendimiento	73
6.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	74
6.11. Posicionamiento de Cantabria en el contexto español acerca de la prevalencia de cultura, valores, percepciones y actitud emprendedora de la población	74
6.12. La opinión de los expertos GEM Cantabria acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población	75
6.13. Posicionamiento de Cantabria en el ámbito nacional e internacional con respecto a las variables relacionadas con las oportunidades para emprender	77
6.14. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven	78
Capítulo 7: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en Cantabria	81
7.1. Introducción	81
7.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender	82
7.3. Las opiniones facilitadas: hablan los expertos	85
7.3.1 Los obstáculos, tal y como han sido citados	85
7.3.2 Los apoyos, tal y como han sido citados	86
7.3.3 Las recomendaciones, tal y como han sido citadas	87
7.4. Información detallada relativa a las condiciones del entorno	88
7.5. La posición relativa de Cantabria en función de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos	94
Índice de Figuras	99
Índice de Tablas	105
Glosario de Términos	109

RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES

GEM 2013

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Fundación UCEIF-CISE Red Española de Equipos Regionales GEM	Ricardo Hernández (Director GEM-España) Federico Gutiérrez-Solana (Director CISE) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web Master) Red Española de Equipos Regionales GEM	Banco Santander Fundación UCEIF-CISE Red Española de Equipos Regionales GEM Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Universidad de Zaragoza Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Directora GEM-Cantabria) Gemma Hernando Moliner M. Concepción López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Ruiz Sánchez Paula San Martín Espina Ana María Serrano Bedia	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Figuls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona Àrea de Desenvolupament Econòmic Local Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Castilla y León	Grupo de investigación en Dirección de Empresas (GIDE) Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Iberdrola Universidad de León
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director técnico) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum CatralExport Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Antonio Fernández Portillo José Nicolás Montero Jaramillo Raúl Rodríguez Preciado	Fundación Xavier de Salas, Gobierno de Extremadura, Universidad de Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Avante Extremadura, Fundación Academia Europea de Yuste, Hoy Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain, S.L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Urvicasa, Infostock, Imedexsa, Caja Duero, La Caixa, Gestyona, S.L., Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex, Cetiex, Diputación de Badajoz, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica, Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico De Extremadura, Fundación Universidad Sociedad
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Masada Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela (USC)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret Jose Andres Lopez Yepes Maria Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Crecemos con Europa Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contín Pilart (Directir GEM Navarra) Martín Larraza Kintana Victor Martín Sánchez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad, y Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Iñaki Peña y Maribel Guerrero (Directores del proyecto GEM País Vasco) Eissa Alrumaithi José L. González-Pernía Ana Blanco María Saiz Jon Hoyos Nerea González Saiaoa Arando David Urbano	Euskolkaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Empeñe" Ayuntamiento de Madrid Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Iñaki Ortega Chacón (Director GEM-Madrid Ciudad) Esther Caurín Arribas (Coordinadora) Iván Soto San Andrés Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Empeñe" Ayuntamiento de Madrid
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Equipos de la Red GEM España



PRESENTACIÓN

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

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

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

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

En la edición de 2013, se ha contado con la participación de 71 países, con el objetivo principal de elaborar un índice de la actividad emprendedora, distinguiendo entre la creación de iniciativas empresariales y nuevas empresas.

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

GEM España, se basa en una red universitaria, comprometida y emprendedora; con más de 130 investigadores de 19 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.

En 2012, a pesar de las grandes dificultades sufridas, la red como muestra de su carácter emprendedor y luchador creció nuevamente con la recuperación de un equipo de Castilla León y con la ayuda de CISE consiguió no sólo mantener sino aumentar, considerablemente el

tamaño muestral, pasando a 24.600 personas entrevistadas en la encuesta a la población adulta del año 2013 frente a las 21.900 de 2012.

Este **Informe GEM Cantabria 2013**, se realiza dentro del contexto del Campus de Excelencia Internacional de la UC, mención obtenida en la primera convocatoria conjunta realizada en 2009 por los Ministerios de Educación y de Ciencia e Innovación, formando parte de las actuaciones de una de sus áreas estratégicas: “Banca, Finanzas y Actividad Empresarial. Es el quinto informe de la que esperamos sea una larga serie que analice, describa, oriente y apoye las inquietudes e iniciativas emprendedoras de los sujetos de nuestra Región para que con su desarrollo participen en la creación de empresas y la conformación de un tejido empresarial sólido para Cantabria, que facilite la generación de riqueza, la creación de empleo y el bienestar de nuestros ciudadanos.

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

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

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

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



PROYECTO GEM: INTRODUCCIÓN Y MODELO TEÓRICO

0.1. Introducción

El Informe Ejecutivo GEM Cantabria 2013 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 sexto año consecutivo para Cantabria, permite, a través de una metodología consistente y testada a lo largo de su trayectoria en más de 90 países, obtener una visión precisa del fenómeno emprendedor en Cantabria y poder hacer, además, una comparativa a nivel nacional e internacional.

El Proyecto GEM es el observatorio internacional de la actividad emprendedora más ambicioso hasta la fecha, contando este año con la participación de 71 países. Y es que aunque el Proyecto nació con vocación fundamentalmente académica, con el paso del tiempo y dada la amplitud de su ámbito geográfico y de la serie temporal disponible, se ha convertido en la fuente de información más completa y de referencia sobre el fenómeno emprendedor, siendo prueba de ello la demanda de datos comparativos por parte de la OCDE sobre algunos de sus apartados, especialmente el de formación emprendedora de la población, medida por primera vez para 38 naciones el año 2008.

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

Este Proyecto surgió para responder a la escasez de investigaciones y estadísticas internacionales

homogéneas en torno a la actividad emprendedora, a pesar de ser uno de los principales factores considerados entre las fuerzas claves que actúan en el marco del cambio de las condiciones económicas de los diferentes países y regiones.

Desde el primer informe global publicado en el año 1999, se han editado 15 informes globales GEM, constituyéndose en la investigación de referencia a nivel mundial para tratar de mejorar la comprensión del fenómeno emprendedor, a través del análisis de las relaciones existentes entre las percepciones de los integrantes del proceso emprendedor, las características de la propia actividad emprendedora y el crecimiento económico de los distintos países y regiones.

Estos informes persiguen fundamentalmente tres objetivos:

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

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

En la actualidad, España cuenta con 15 equipos territoriales con más de 130 investigadores. Por una parte, el equipo coordinador nacional, responsable de elaborar el informe a nivel nacional; y, por otra, 14 equipos autonómicos, 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.

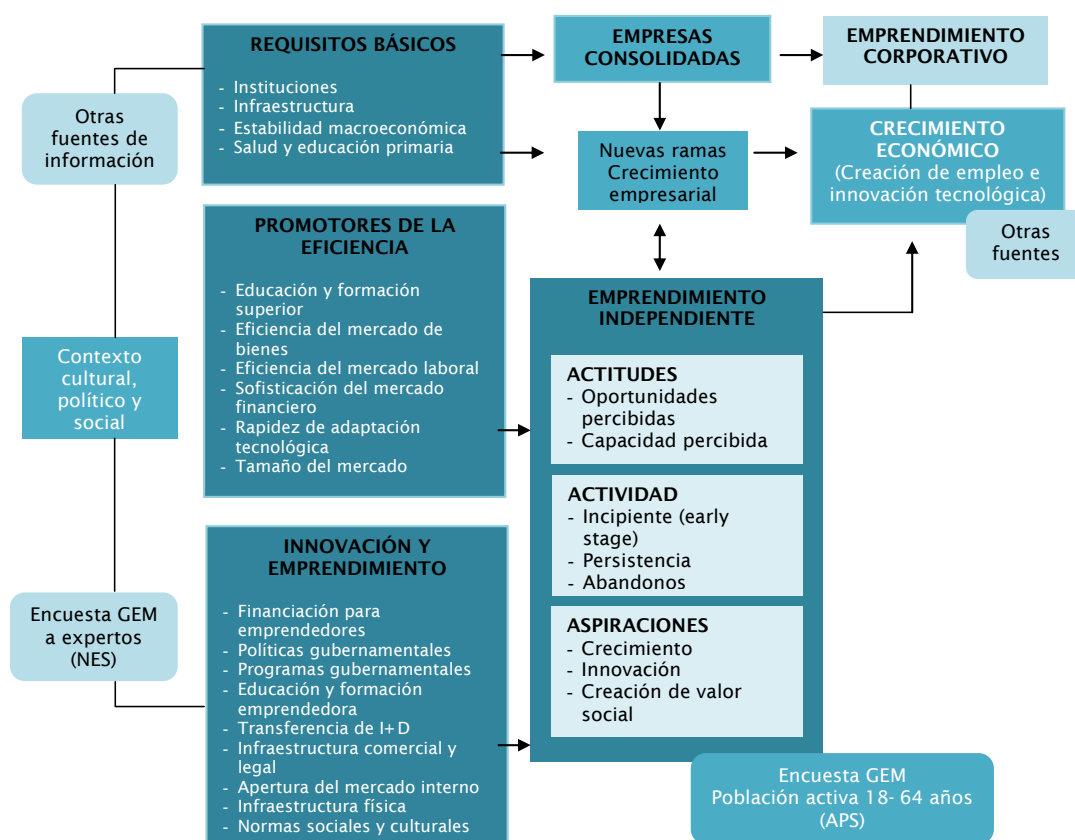
0.2. Modelo teórico

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), Wilian D. Bygrave (Babson College), Paul

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

Figura 0.1.
El Modelo Conceptual del GEM revisado



Fuente: GEM Global Report (Kelley, Bosma y Amoros, 2011)

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

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

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

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

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

Figura 0.2.
El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



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

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

En la conceptualización del modelo GEM, el aspecto al que hay que prestar más atención de cara a la correcta interpretación de los resultados es el referido a las nuevas iniciativas empresariales. Leyendo este título, es lógico pensar inmediatamente en el registro de empresas y en las nuevas altas que tienen lugar en el mismo anualmente. Sin embargo, en el seno del Proyecto GEM, no se entiende lo mismo, sino más bien el volumen de iniciativas que se captan en la población en un año determinado y que están en fase incipiente o de consolidación. El momento crítico entre que una iniciativa sea considerada emprendedora o consolidada se establece en 42 meses, tal y como muestra la Figura 0.2, en que se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

Resultaría sencillo cambiar en el modelo el apartado “nuevas iniciativas empresariales” por “iniciativas emprendedoras”, entendiendo por tales aquellas que no superan los 42 meses de actividad,

pero el hecho de que GEM sea un Consorcio Investigador Internacional, complica a veces la terminología y, desde que España se adhirió al Proyecto en el año 2000, siempre se ha respetado la terminología original y se han asumido sus cambios cuando los ha habido.

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

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

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

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

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

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

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

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

Desde el punto de vista de la actividad emprendedora, la crisis ha llegado en un momento en que España estaba comenzando a recoger los frutos de la concienciación del empresariado

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

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

0.3. Ficha técnica

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

Para la realización del informe regional de Cantabria se han realizado 1.000 entrevistas, alcanzando éstas las 24.600 para toda España y más de 200.000 para los 71 países participantes en el Informe Global GEM del año 2013.

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

Tabla 0.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria	
Universo	Población residente en Cantabria de 18 a 64 años
Muestra	1.000 individuos
Margen de confianza	95,5%
Error de la muestra	± 3,10% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Periodo de realización de encuestas	Mayo-Julio de 2013
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Grabación y creación de base de datos	Instituto Opinòmetre

1. Encuesta a la población adulta

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

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

El universo objeto de estudio fue definido como todas las personas, con edad comprendida entre los 18 y los 64 años, un total de 389.049 personas¹ 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 población adulta se calcularon teniendo en cuenta dos ponderaciones diferentes:

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

La información procedente de la Encuesta a Población Adulta es la principal fuente de información de este informe, siendo la base para la elaboración de los capítulos 1 a 6, 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 6 y el 7 en su totalidad.

Se llevaron a cabo entre junio-julio de 2013 y se les pregunta sobre las nueve condiciones principales del entorno que según la literatura están relacionadas con la actividad emprendedora:

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

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

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

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

¹ Datos de Eurostat-INE elaborados por el Instituto de Empresa

Tabla 0.2.
Condiciones específicas del entorno

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Variables secundarias

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

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

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

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

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

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

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

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

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



BALANCE SCORECARD 2013

Indicadores porcentuales sobre la población total de 18-64 años	Cantabria	España
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: composición		
% de iniciativas nacientes (<i>start up</i>)	2,6	3,1
% de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (<i>baby business</i>)	1,3	2,1
TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses	3,9	5,2
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses		
% TEA masculino (sobre total de población masculina entre 18-64)	53,8	60,4
% TEA femenino (sobre total de población femenina entre 18-64)	46,2	39,6
% TEA por oportunidad	66,5	66,8
% TEA por necesidad	28,3	29,2
% TEA por otro motivo	5,2	4,0
% TEA por oportunidad, por aumentar ingresos	49,8	33,2
% TEA por oportunidad, por independencia	25,1	42,1
% TEA para mantener los ingresos actuales	8,2	16,2
% TEA sector extractivo	13	3,5
% TEA sector transformador	15,4	14,9
% TEA sector servicios a empresas	17,8	28,0
% TEA sector orientado al consumo	53,9	53,6
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	50,5	52,2
% TEA con 1-5 empleados	30,5	39,6
% TEA con 6-19 empleados	19	5,1
% TEA con 20+ empleados	0	3,1
% TEA: iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	12,5	14,7
% TEA iniciativas sin competidores en su principal mercado	17,8	11,2
% TEA iniciativas que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	2,4	12,0
% TEA iniciativas que exportan de algún modo	22,5	27,2
% TEA iniciativas con notable expectativas de expansión en el mercado	2,4	0,1
Actitudes y aspiraciones emprendedoras de la población		
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	27,7	30,8
Percibe buenas oportunidades para emprender	13,0	16,0
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	47,2	48,4
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	52,6	47,7
Posee espíritu competitivo	69,2	73,9
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	8,2	9,3
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,1	1,9
Ha actuado como inversor informal o como Business Angel	2,4	3,2
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (1 a 5)		
Financiación para emprendedores	1,79	1,79
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,73	2,34
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,25	2,01
Programas gubernamentales	2,86	3,05
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,87	1,37
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,97	2,25
Transferencia de I + D	2,35	2,19
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,80	2,53
Dinámica del mercado interior	2,67	2,14
Barreras de acceso al mercado interno	2,54	2,28
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,76	3,91
Normas sociales y culturales	2,51	2,11
Apoyo al emprendimiento femenino	3,33	2,91
Apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento	2,97	2,72
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	2,80	2,86
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,30	3,97
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,73	2,61



RESUMEN EJECUTIVO

La **tasa de actividad emprendedora (TEA)** en Cantabria sigue sufriendo los efectos de la recesión económica. Como en España, la TEA en 2013 disminuyó ligeramente siendo de 3,9 y manteniéndose por debajo de la modesta cifra de España de 5,2. El peso relativo de los emprendedores con proyectos nacientes duplica al de aquellos que han sido capaces de convertir el proyecto naciente en nuevo. Ambos porcentajes se han reducido lo que explica la caída final del 11% en la TEA.

La gran mayoría (66,5%) de las iniciativas emprendedoras cántabras se siguen creando por algún tipo de **oportunidad**, a pesar del aumento en las iniciativas creadas por la necesidad. La búsqueda de unos **mayores ingresos** es el principal motivo que subyace bajo el impulso de emprender por oportunidad en Cantabria.

La **edad media** de los emprendedores en fase inicial en 2013 es de 39 años. La distribución es similar a la del ejercicio anterior, donde el mayor porcentaje lo presenta el grupo de edad comprendido entre 45 y 54 años. Sin embargo, son los rangos de edad menores, entre 35 y 44 e incluso entre 25-34 los que se manifiestan más propensos a emprender. Esto implica que en Cantabria hasta ahora el emprendedor tenía cierta experiencia antes de poner en marcha un negocio pero que en el futuro esta realidad puede cambiar. La mayoría de los emprendedores son **varones** aunque la diferencia entre hombres y mujeres es mínima, 53,8 frente al 46,2 en 2013. El 38% tiene **estudios superiores** y el mismo porcentaje ha recibido **formación específica para emprender**. Quizá debido al aumento de emprendedores por necesidad el 60% son del **menor nivel de ingresos** y se ha duplicado el porcentaje de emprendedores **en paro**.

La mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria (53,9%) se sitúan en el **sector** orientado al consumo. La inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras cántabras presentan una **dimensión** de microempresa. Sin embargo, las **expectativas de creación de empleo** para las iniciativas emprendedoras parecen ser más favorables en 2013. La mayoría se considera no **innovadora** en cuanto al producto o servicio que ofrece. Tan sólo el 17,8% cree no tener **competencia** en su mercado. La mayoría usa **tecnología** de más de 5 años para producir sus bienes y servicios y no **exporta**.

Las necesidades de financiación en términos del **capital medio** necesario para iniciar un proyecto emprendedor en Cantabria en 2013 estaban en 115.671 euros. Los datos del **capital semilla** obtenidos indican que éste varía entre los 4.000 y los 500.000 euros. La mediana se multiplica por cuatro y la moda por más de tres, lo que significa que los proyectos iniciados en la región son cada vez más ambiciosos. En Cantabria el 46,7% de los emprendedores financia la totalidad de la inversión y tan solo el 2,4% ha actuado como **inversor informal** (tipo *Business Angel*) en los últimos tres años.

El porcentaje de cántabros que **percibe la existencia de oportunidades** para emprender sigue en aumento, especialmente entre aquellos que no están involucrados en un proceso emprendedor.

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

En el año 2013, cuatro factores obtuvieron una valoración por debajo del 2,5, lo que implica no llegar al aprobado. Estos son: la transferencia de I+D, la política fiscal y burocracia, la educación emprendedora en etapa escolar y la financiación.

Según los expertos, el principal **obstáculo** para emprender en Cantabria, así como en España, es la falta de apoyo financiero pero el porcentaje de expertos que lo consideran como tal ha disminuido.

Entre los **factores que** según los expertos más **favorecen** el emprendimiento se encuentran el estado del mercado de trabajo, las políticas gubernamentales y la educación y formación. Por último, en lo referido a los **factores que los expertos recomiendan** que podrían favorecer y promover la actividad emprendedora destacan: las políticas gubernamentales, el apoyo financiero y la educación y formación.



EXECUTIVE SUMMARY

The **Total Entrepreneurial Activity (TEA)** in Cantabria is still suffering the effects of the economic recession. Similarly to Spain, the TEA in 2013 decreased slightly down to 3.9, while staying below Spain's modest figure of 5.2. The relative amount of entrepreneurs with nascent projects doubles those who have been able to convert those nascent projects into new initiatives. Both percentages have been reduced, which explains the 11% fall in the TEA.

The vast majority (65.5%) of the Cantabrian entrepreneurial initiatives are still being created due to some type of **opportunity**, in spite of the increase in the initiatives that are started from necessity. The strongest motive that leads to entrepreneurial initiatives in Cantabria based on an opportunity is the search for **greater income**.

The **average age** of the entrepreneurs in their initial stages in 2013 was 39-years-old. The distribution is similar to the previous period, in which the largest percentage was made up by the 44-55 year-old age group. However, the younger age groups, those between 35-44 years-old and even the 25-34 years-old, are the ones that have the greatest propensity to start an entrepreneurial initiative. For Cantabria, this means that until now an entrepreneur had some experience before starting a business but that could change in the future. The majority of the entrepreneurs are **males**, although the difference between men and women is minimal; 53.8% compared to 46.2% in 2013. 38% have completed their **higher education** and the same percentage has received **specific entrepreneurial training**. What may be due to the increase in the number of entrepreneurs starting from a necessity, 60% are from the **lowest income levels** and the percentage of entrepreneurs collecting **unemployment** has doubled.

The majority of the entrepreneurial initiatives in Cantabria (53.9) are in the sector related to consumption. The immense majority of the Cantabrian entrepreneurial initiatives come in the **form** of a microenterprise. However, the **expectations for employment creation** in the entrepreneurial initiatives seem to be more favourable in 2013. The majority consider themselves as **non-innovative** in terms of the

product or service they offer. Only 17.8% believe there isn't any **competition** in their market. The majority use **technology** that's older than 5 years to produce their goods and services and they don't **export**.

Financing needs in terms of **average capital** required to start an entrepreneurial project in Cantabria in 2013 were 115,671 euros. The data obtained in Cantabria for **seed capital** in 2013 varied between 4,000 euros and 500,000 euros. The median is four times as big and the mode is more than three times as big (as in the previous period), which means the projects started in the region are getting more ambitious. In Cantabria 46.7% of entrepreneurs finance their entire investment and only 2.4% has acted as an **informal investor** (Business Angel) during the last three years.

The percentage of Cantabrians that **perceive the existence of opportunities** to start an entrepreneurial initiative continues to increase, especially among those who are not involved in an entrepreneurial process.

According to the **experts' opinion**, among the most valued **business environment conditions** that favour entrepreneurship are access to the physical infrastructure, support for women and the interest in innovation from a consumer's point of view.

In 2013, four factors were registered below 2.5, which implies failure. These factors are: R&D transfer, tax policy and bureaucracy, entrepreneurship education at a primary-school level and financing.

According to the experts, the main **obstacle** to entrepreneurship in Cantabria, as well as in Spain, is the lack of financial support, but the number of experts who hold this opinion has decreased. Among the **factors** that, according to the experts, **favour** entrepreneurship the most are the current state of the job market, governmental policies and education and training. Lastly, the **factors the experts recommend** so as to favour and boost entrepreneurial activity that were cited most were governmental policies, financial support and education and training.

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



Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Cantabria

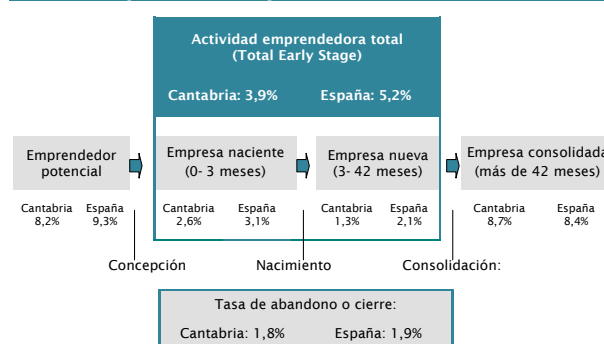
1.1. Introducción

El presente capítulo aglutina las magnitudes más significativas de la dinámica empresarial de Cantabria. El punto de partida son los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la población adulta (entre 18 y 64 años) en 2013 y a través de la cual se investigan las etapas esenciales del proceso de creación de empresas conforme a lo expuesto en la introducción de este Informe.

En la Figura 1.1 se representa el proceso emprendedor y los datos obtenidos en los casos de Cantabria y España de los principales indicadores establecidos para dicho proceso.

En este capítulo, al igual que en el resto del presente informe, la actividad emprendedora cántabra se muestra enmarcada en los contextos nacional e internacional; y de ahí que se realice la comparación tanto a nivel regional dentro de España como en el ámbito de la Unión Europea y con el total del consorcio GEM global.

Figura 1.1.
El proceso emprendedor en el 2013



1.2. Actividad emprendedora registrada en la población activa

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

La tasa de actividad emprendedora (TEA), que mide el número de personas involucradas en procesos de creación de empresas, registrada por GEM en la población de Cantabria de 18 a 64 años de edad es del 3,9 % en el año 2013.

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

Comparando el porcentaje de la TEA y su desagregación en el año 2013 con los correspondientes a Cantabria en los años 2011 y

2012 se observa un cambio de tendencia en el porcentaje de iniciativas nacientes ya que en 2013 este porcentaje ha descendido respecto al 2012. Asimismo, en el caso de las iniciativas nuevas este porcentaje también experimenta un descenso respecto al año anterior en línea con lo manifestado el año anterior. Así, en su conjunto, la TEA de Cantabria en el 2013 experimenta un descenso respecto al año anterior, cambiando la tendencia de crecimiento manifestada en el 2012. Tal evolución es coincidente con el comportamiento de la TEA de España que ha pasado de 5,7 en 2012 a 5,2 en 2013. Con ello podemos afirmar que en 2013 se observa en el caso de Cantabria como en el caso de España una caída en el porcentaje de actividad emprendedora total; rompiéndose en Cantabria la tendencia creciente de la TEA mostrada en el periodo 2011-2012.

De acuerdo con lo expresado en el informe GEM a nivel nacional, la tendencia de la TEA en España ha sido negativa desde el año 2007, registrando su valor mínimo en el año 2010. Esta tendencia, compartida por el caso cántabro en el periodo 2008-2010, se rompió en el año 2011, donde

comenzó una ligera mejoría que para 2012 se mantuvo para el caso de Cantabria y se estancó a nivel nacional. En 2013 sigue la tendencia de descenso tanto en Cantabria como en España.

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

	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Iniciativas nacientes (0 a 3 meses)	2,6%	2,8%	1,4%	3,1%	3,4%	3,3%
Iniciativas nuevas (3 a 42 meses)	1,3%	1,6%	2,4%	2,1%	2,3%	2,5%
Actividad emprendedora total: TEA (0 a 42 meses)	3,9%	4,4%	3,8%	5,2%	5,7%	5,8%

Asumiendo que la población en Cantabria, entre 18 y 64 años, en julio de 2013 era de 389.049 personas, y multiplicando los porcentajes anteriores por dicha población, se estima que el número de iniciativas de cada tipo que estaban en marcha en Cantabria en dicha fecha era el que se muestra en la Tabla 1.2.

Tabla 1.2.
Estimación del número de iniciativas emprendedoras en Cantabria en julio de 2011-2013

Tipo de iniciativas	Estimación puntual			Estimación por intervalo 2013 (error +/- 1,18%)		
	2013	2012	2011	Var. 12-13	Extremo inferior	Extremo superior
Nacientes (puesta en marcha)	10.115	10.893	5.303	- 7,1%	9.302	10.908
Nuevas (hasta 42 meses)	5.058	6.225	9.092	- 18,7%	4.665	5.471
Total (0- 42 meses)	15.173	17.118	14.395	- 11,4%	13.967	16.379

En el año 2013 se observa una disminución tanto en el registro de iniciativas en fase de consolidación o nuevas, del 18,75% (acorde con lo manifestado en el año anterior); como en el registro de las iniciativas nacientes, del 7,1% (contrario a lo manifestado en año previo).

Consideradas conjuntamente, el número estimado de iniciativas en fase emprendedora en Cantabria ha experimentado un retroceso del 11,4%. Cabe resaltar que este dato es opuesto a los obtenidos en los dos años anteriores (incrementos de 18,9% y 5,4% en 2012 y 2011 respectivamente).

En consecuencia, en el 2013, el retroceso de la actividad emprendedora en Cantabria se debe a ambos tipos de iniciativas, si bien, en mayor medida se debe a la caída de las iniciativas nuevas (3-42 meses).

La situación manifestada en 2013 se opone a la observada en el año 2012 por lo que respecta a las iniciativas en fase naciente, pero es coincidente

con la manifestada en 2012 en cuanto a las iniciativas nuevas.

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

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

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

Tabla 1.3.
Estimación del número de emprendedores en Cantabria en julio de 2011-2013

	2013	2012	2011	Var. 12-13
Número de emprendedores nacientes	14.727	21.003	11.071	- 30%
Número de emprendedores nuevos	7.703	10.891	14.238	- 29%
Número total de emprendedores incipientes	22.430	31.894	25.309	- 30%

Sin embargo, reuniendo las cifras GEM de iniciativas emprendedoras y las consolidadas, los resultados del Observatorio ya pueden compararse de forma exploratoria con los del registro de empresas DIRCE del año 2013.

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

1.3. Dinámica empresarial en la población activa

El Proyecto GEM suministra información no sólo de la actividad emprendedora, sino también de las iniciativas ya consolidadas, es decir, aquellas que han superado los 42 meses con que se identifica la fase incipiente. Seguidamente se presentan los resultados obtenidos en este apartado para el año 2013 y se comparan con los de los periodos 2011-2012.

En la Tabla 1.4. se observa que el porcentaje de iniciativas consolidadas para Cantabria en Julio de 2013 es del 8,7%, cifra superior a la obtenida en el conjunto nacional (8,4%); tal como se manifestó en el año anterior (11% en Cantabria frente a 8,7% a nivel nacional). Asimismo esta tabla muestra las estimaciones puntuales y por intervalo de lo que este porcentaje representa en número, en función de la población tenida en cuenta en el análisis.

Tabla 1.4.
Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Cantabria en julio de 2011-2013

	Estimación puntual sobre la población de 18- 64 años						Estimación por intervalo 2013 (error +/- 1,18%)		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011	Var. 12- 13	Extremo inferior	Extremo superior
Iniciativas Consolidadas	8,7%	11,0%	15,1%	33.847	42.795	57.202	- 21%	32.641	35.053

Para obtener un análisis más completo de la dinámica emprendedora en Cantabria en 2013 se estudian también las iniciativas que han cerrado en los doce meses previos a la encuesta GEM. En la Tabla 1.5. se facilita la tasa de abandono en Cantabria para 2013, que alcanza el 1,8%; valor éste, inferior al obtenido en España para la tasa de abandono en el mismo periodo (1,9%) e inferior también al correspondiente a Cantabria para 2012 (1,9%) y 2011 (2,1%). Como ocurre a nivel nacional este indicador se ha mantenido alrededor del 2% desde 2010.

Tabla 1.5.
Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Cantabria los doce meses previos a julio de 2011-2013

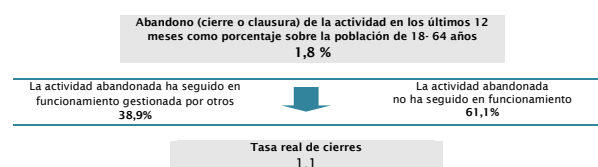
	Estimación puntual sobre la población de 18- 64 años						Estimación por intervalo 2013 (error +/- 1,18%)		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011	Var. 12- 13	Extremo inferior	Extremo superior
Iniciativas Abandonadas	1,8%	1,9%	2,1%	7.003	7.392	7.955	- 5,3%	5.797	8.209

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

En España, tras el aumento de la tasa de abandonos experimentado en 2011, nuevamente la tendencia se invierte y en 2013 sigue la tendencia de ligero descenso iniciada en 2012. En Cantabria, se advierte el mismo comportamiento en la tasa de abandonos de actividad que el observado a nivel nacional, esto es, ligero aumento de dicha tasa en 2011 y sensible reducción de la misma en 2013 (de 2,1% en 2012 a 1,9% en 2013) como en 2012.

Como puede observarse en la Figura 1.2. el porcentaje de iniciativas abandonadas en Cantabria que realmente no fueron cierres de actividad sino que siguieron en funcionamiento gestionadas por otros, alcanza el 39,3%. El resto de abandonos (60,7%) no siguieron en funcionamiento por lo que fueron cierres efectivos de actividad. Esto supone que la tasa real de cierres en Cantabria en los doce meses previos a julio de 2013, sea del 1,1, inferior a la observada en el periodo anterior que era de 1,5.

Figura 1.2.
Tasa real de cierres en Cantabria durante los doce meses previos a julio de 2013



La Tabla 1.6. recoge las motivaciones más comunes de abandono de las actividades emprendedoras en el contexto cántabro y nacional en 2013.

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

2013	CANTABRIA	ESPAÑA
El negocio no era rentable	22,5%	48,8%
Problemas para obtener financiación	22,4%	12,1%
Le salió otra oportunidad de trabajo	0,0%	2,3%
Razones personales	32,9%	9,8%
Tuvo la oportunidad de venderlo	0,0%	3,7%
Incidente	0,0%	0,4%
El cierre fue planificado con antelación	0,0%	1,5%
Otros motivos	22,3%	16,6%
Jubilación	0,0%	4,5%
No quiere contestar	0,0%	0,3%
Total	100%	100%

El principal motivo de abandono manifestado en Cantabria son las razones personales (32,9%), a ello le sigue casi en el mismo porcentaje: la consideración de que el negocio no era rentable (22,5%), los problemas para obtener financiación (22,4%) y otros motivos (22,3%). En el caso de España, estos últimos tres porcentajes alcanzan los

valores de 48,8%, 12,1% y 16,6% respectivamente, observándose una distribución de motivos ligeramente más variada que en Cantabria ya que aparecen otros motivos como el surgimiento de otra oportunidad de un trabajo (un 2,3%), los relacionados con la jubilación (4,5%) y otros motivos o razones personales (9,8%). Comparando

los porcentajes obtenidos de Cantabria en este periodo con los mismos obtenidos en las ediciones de 2010-2012, el motivo de la falta de rentabilidad del negocio pierde peso relativo a favor de las razones personales.

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

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

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

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

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

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

- Un elevado nivel de desarrollo respaldado en el empleo funcional o por cuenta ajena, con claro predominio de las grandes empresas y las multinacionales.
- Una escasa tradición emprendedora.
- Un deficiente apoyo e impulso al emprendimiento, muchas veces debido a sistemas políticos restrictivos que ponen

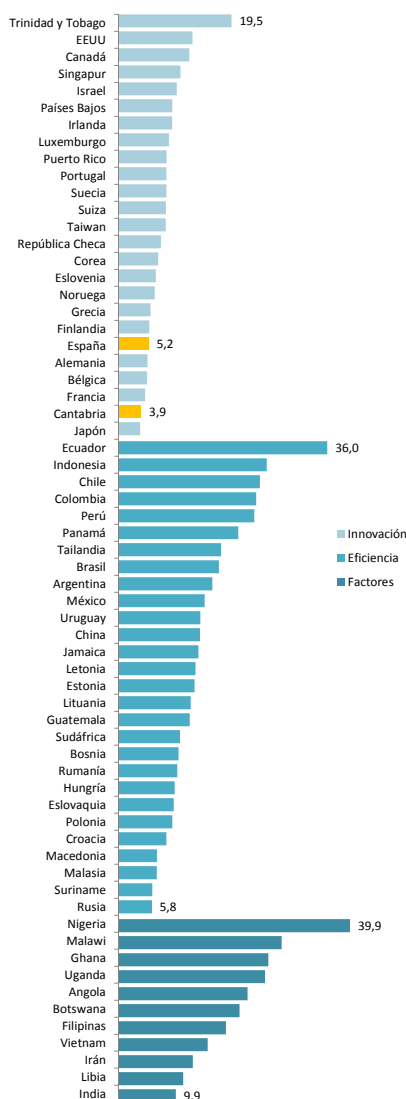
grandes trabas al establecimiento independiente de negocios.

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

Las tasas de emprendimiento más altas se registran entre los países en vías de desarrollo impulsados por los factores de producción tradicionales, debido a la mayor necesidad de la población. Dentro de este grupo, el caso más extremo corresponde a Nigeria donde un 40% de la población de 18-64 años está involucrada en actividades emprendedoras. Dentro del grupo de países que se basan en la eficiencia destaca Ecuador con una tasa del 36%. En el tercer grupo, basado en la innovación y donde se encuentran España y Cantabria, destaca Estados Unidos, con un 12,7% y Trinidad-Tobago con un 19,5%. Respecto a Cantabria, su posición sigue en el periodo 2013 estando bastante alejada de la tasa media de este grupo.

En la Figura 1.3. se observa la posición relativa de España y Cantabria entre los países participantes en la edición GEM 2013. En ambos casos nos encontramos ante una posición baja respecto al conjunto de países impulsados por la innovación en línea con lo que se viene manifestando en ediciones anteriores.

Figura 1.3.
TEA de Cantabria y de los países participantes en GEM 2013 Clasificados en función de su estatus en cuanto a productividad y competitividad



En la Figura 1.4. se muestra la posición que ocupan Cantabria y España en el contexto de los países GEM de la UE que han participado en la edición 2013. De este modo puede observarse que Cantabria se sitúa, en términos de TEA en la posición más baja y en una posición inferior a la de España y a la de países como Alemania, Bélgica y Francia.

Asimismo, la Figura 1.5. revela la posición de Cantabria en relación con el resto de Comunidades y Ciudades Autónomas españolas. En 2013 Cantabria también mantiene una posición baja dentro del conjunto de comunidades autónomas españolas, donde se observa que lidera el ranking La Rioja seguida de Baleares y Cataluña. En el extremo opuesto, los menores valores de la TEA en el territorio nacional los presentan País Vasco, Ceuta y Castilla-León.

Figura 1.4.
TEA de Cantabria y de los países de la UE participantes en GEM 2013

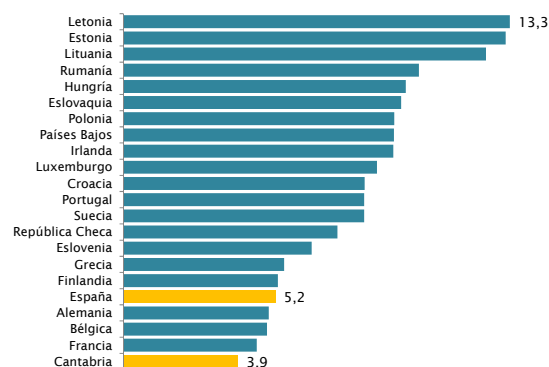
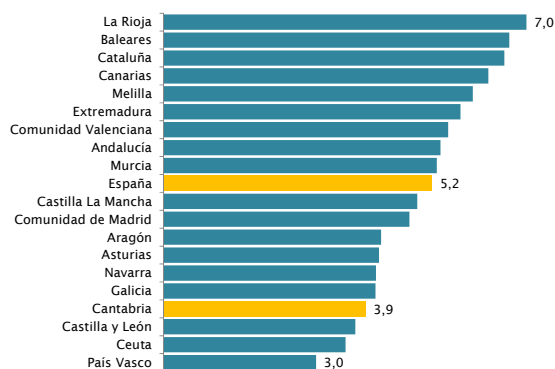


Figura 1.5.
TEA de Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España



Finalmente, en la Tabla 1.7. se muestra la evolución de la TEA en el periodo 2011-2013, no sólo en Cantabria, sino también en el resto de comunidades autónomas españolas; lo cual, permite observar que en el año 2013 la mayoría ha disminuido su TEA y sólo 7 de las 17 comunidades autónomas españolas han logrado aumentarla. No es ésta la situación de Cantabria que ha disminuido su TEA en 2013 con respecto a 2012 en un 11% siendo la cuarta que menos ha bajado.

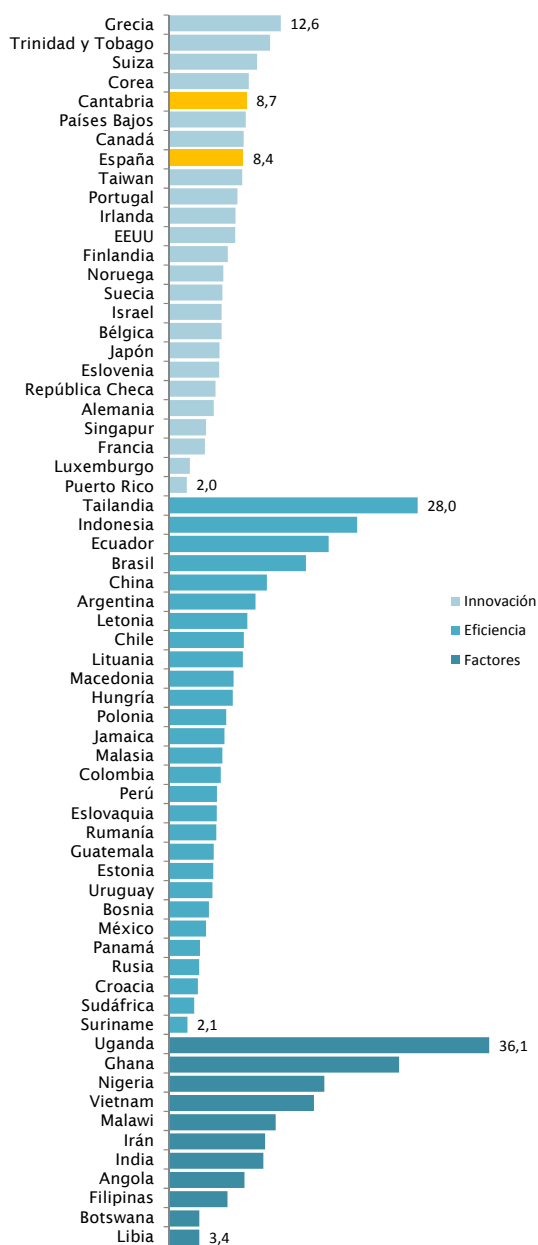
Tabla 1.7.
Desglose de la actividad emprendedora de Cantabria en el contexto de España

Comunidad Autónoma	TEA (% Iniciativas Emprendedoras de 0-42 meses)			Var 12-13
	2013	2012	2011	
ANDALUCÍA	5,37	6,1	5,8	- 12%
ARAGÓN	4,22	4,6	5,3	- 8%
ASTURIAS	4,18	2,2	1,5	90%
BALEARES	6,71	5,3	4,3	27%
CANARIAS	6,30	4,6	6,9	37%
CANTABRIA	3,92	4,4	3,8	- 11%
CASTILLA Y LEÓN	3,72	5,6	6,3	- 34%
CASTILLA LA MANCHA	4,92	5,6	5,8	- 12%
CATALUÑA	6,61	7,5	6,8	- 12%
COMUNIDAD VALENCIANA	5,52	5,8	6,9	- 5%
EXTREMADURA	5,76	5,1	6,1	13%
GALICIA	4,11	5,1	4,7	- 19%
MADRID	4,77	4,5	5,6	6%
MURCIA	5,30	3,9	6,4	36%
NAVARRA	4,12	4,4	5,6	- 6%
PAÍS VASCO	2,96	4,4	3,9	- 33%
LA RIOJA	7,04	5,4	5,0	30%

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

En este apartado se desarrolla un análisis comparativo del porcentaje de iniciativas consolidadas y la tasa de abandono en relación con

Figura 1.6.
Iniciativas consolidadas en Cantabria y los países participantes en GEM 2013
Clasificados en función de su estatus en cuanto a productividad y competitividad



La Figura 1.6. muestra el porcentaje estimado de iniciativas consolidadas en la población de 18 a 64 años de los países participantes en el proyecto GEM en 2013. Como iniciativas consolidadas se consideran las empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de 42 meses y se corresponde aproximadamente con lo que en España entendemos por empresas dadas de alta,

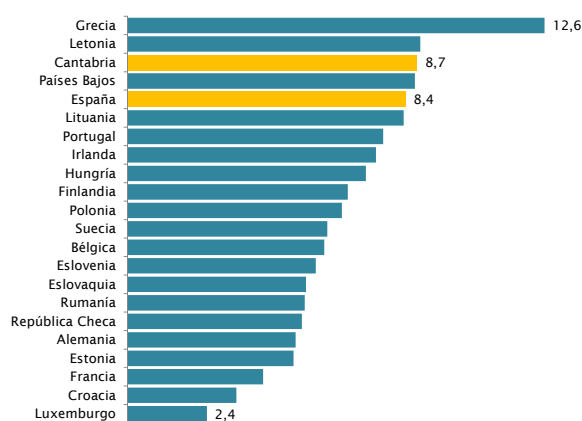
los países participantes en el proyecto GEM 2013, así como en relación con el resto de Comunidades Autónomas españolas.

por término medio, desde hace aproximadamente 3 años y medio y que prosiguen su dinámica.

En este periodo 2013 tanto Cantabria como España mantienen sus posiciones globales dentro del grupo respecto a la edición anterior. Mantienen su posición respecto al resto de países aunque han disminuido sus porcentajes de iniciativas consolidadas respecto al periodo 2012. Así, en el caso de Cantabria se ha pasado de un 11% en el 2012 a un 8,7% en el 2013. El hecho de que el porcentaje de empresas consolidadas, tanto en España como en Cantabria, supere al de otros países desarrollados no tiene porqué tener consecuencias en la esfera de la competitividad si su calidad no es equiparable a la media de la de dichas naciones: lo importante es perseguir dicha calidad.

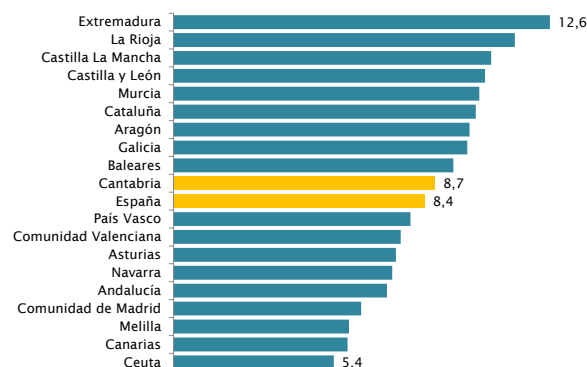
Llegados a este punto resulta interesante mostrar los resultados sobre iniciativas consolidadas para los países de la Unión Europea (Figura 1.7.), teniendo siempre presente que la calidad y dimensión de la dinámica emprendedora no es comparable entre algunos países. En este contexto, Grecia se sigue manteniendo como el país con mayor proporción de tejido empresarial consolidado sobre la población activa con un 12,6% (porcentaje ligeramente superior al obtenido en 2012 que era de un 12,3%). Sube a la segunda posición Letonia, seguida de cerca por Cantabria que presenta un porcentaje del 8,7%, inferior también al registrado en el año anterior, donde alcanzaba el 11%.

Figura 1.7.
Iniciativas consolidadas en Cantabria y países de la UE participantes en GEM 2013



Asimismo, la Figura 1.8. muestra los porcentajes de iniciativas consolidadas correspondientes a las Comunidades Autónomas españolas en el 2013. En este contexto, Cantabria ha perdido su posición de liderazgo en este ranking alcanzada en 2011 y 2012, situándose en 2013 en una posición media en el ranking con un porcentaje de iniciativas consolidadas del 8,7%. Dicho puesto es compartido con España que alcanza un 8,4% de iniciativas consolidadas. En los extremos del ranking aparecen Extremadura con un 12,6% de iniciativas consolidadas y Ceuta con un 5,4% de las mismas.

Figura 1.8.
Iniciativas consolidadas en Cantabria y en el resto de las Comunidades Autónomas de España en el 2013



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

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

La Tabla 1.8. muestra que el 8,2% de la población cántabra de entre 18 y 64 años manifiesta su intención de desarrollar un negocio o autoempleo en los próximos 3 años (porcentaje ligeramente inferior al 8,9% de los dos años anteriores). En el conjunto nacional este porcentaje es superior al de Cantabria y alcanza el 9,4%, rompiendo así la tendencia creciente en el valor de este indicador iniciada en 2010.

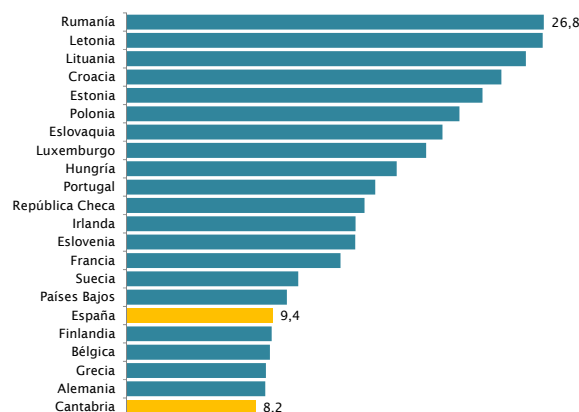
Tabla 1.8.
Potencial emprendedor de la población de Cantabria de 18-64 años en el 2013

	Estimación puntual sobre la población de 18-64 años						Estimación por intervalo 2013 (error +/- 1,18%)		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011	Var. 12-13	Extremo inferior	Extremo superior
Emprendedores Potenciales	8,2%	8,9%	8,9%	32.019	34.625	33.715	7%	30.813	33.225

En la Figura 1.9. se muestran los porcentajes correspondientes al potencial emprendedor para los países de la UE participantes en GEM 2013. En este ranking, Rumanía es el país participante en GEM 2013 con un porcentaje más elevado de emprendedores potenciales en la población de 18 a 64 años (26,8%). En la misma relación, España se posiciona en una situación baja, con un 9,4% de emprendedores potenciales; empeorando así su posición respecto al año 2012. Sin embargo Cantabria, con un 8,2% de potenciales emprendedores en 2013, desciende ligeramente

dicho porcentaje respecto al 2012 hasta situarse en el puesto más bajo de este ranking.

Figura 1.9.
Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países de la UE participantes en GEM 2013



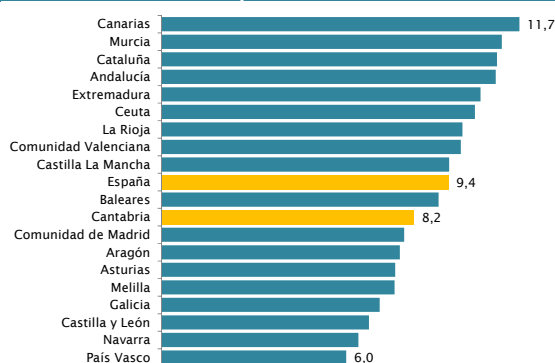
En la Figura 1.10. se muestran los valores obtenidos de dichos porcentajes para Cantabria y para todos los países participantes en GEM 2013. En este ranking internacional, la posición de España dentro de los países impulsados por la innovación, ha disminuido respecto al año 2012 (se ha pasado de un 12,1% a un 9,4%) volviendo a los valores de 2011. En el caso de Cantabria dicho porcentaje ha descendido ligeramente acortando la diferencia con España y manteniéndose en los puestos más bajos junto a países como Alemania y Grecia.

La Figura 1.11. y la Tabla 1.9. recogen el porcentaje de emprendedores potenciales de Cantabria en el 2013, comparado con el resto de Comunidades Autónomas de España. Comunidades

Autónomas como Canarias, Andalucía y Cataluña muestran los mayores porcentajes de intenciones de iniciar un negocio, con un 11,7%, un 10,91% y un 10,9% respectivamente.

En el extremo opuesto, los porcentajes más bajos de intención emprendedora se observan en País Vasco y Navarra, con un 6% y 6,4% respectivamente. Cantabria por su parte se sitúa en un nivel medio con un 8,2%.

Figura 1.10.
Porcentaje de emprendedores potenciales de Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España en 2013

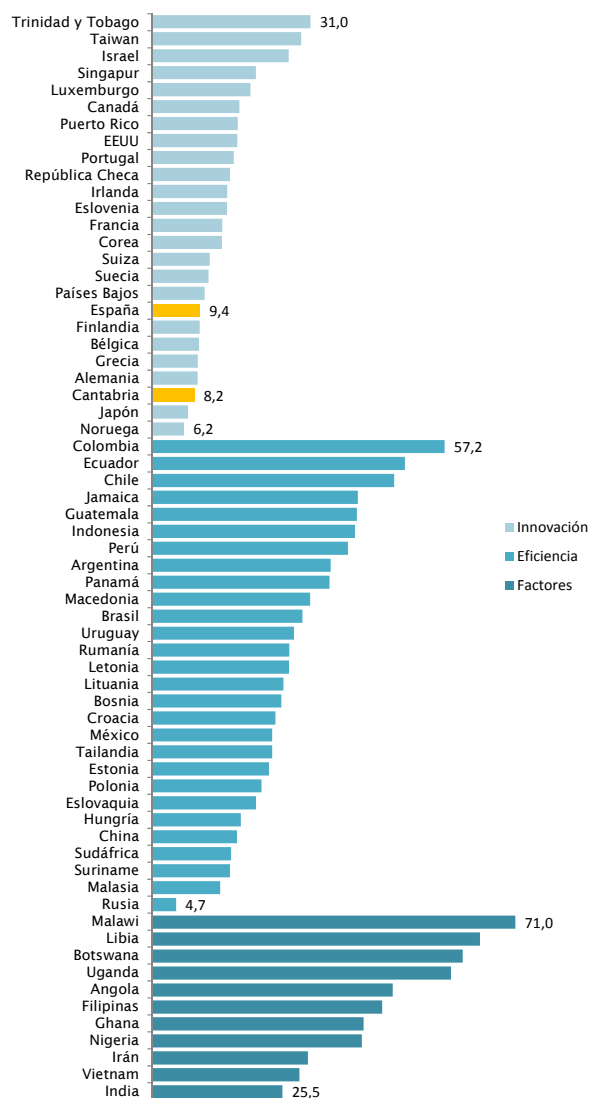


Del análisis de los datos que contiene la Tabla 1.9. se aprecia claramente un descenso generalizado del porcentaje de emprendedores potenciales en el 2013 respecto al año anterior, resultado opuesto al obtenido en la anterior edición. Puede afirmarse que dicho descenso es generalizado porque solamente una de las Comunidades Autónomas ha experimentado un ligero aumento en su porcentaje de emprendedores potenciales en el periodo 2013 (Asturias).

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

Comunidad Autónoma	% Emprendedores potenciales			
	2013	2012	2011	Var. 12- 13
ANDALUCÍA	10,9	15,6	9,8	-30%
ARAGÓN	7,77	11,6	7,0	-33%
ASTURIAS	7,62	7,1	3,6	7%
ISLAS BALEARES	9,03	13,4	11,9	-33%
CANARIAS	11,67	14,9	11,3	-22%
CANTABRIA	8,23	8,9	8,9	-8%
CASTILLA Y LEÓN	6,76	7,1	5,4	-5%
CASTILLA LA MANCHA	9,38	10,6	11,3	-12%
CATALUÑA	10,94	14,0	10,4	-22%
COMUNIDAD VALENCIANA	9,76	11,1	9,9	-12%
EXTREMADURA	10,4	11,1	8,1	-6%
GALICIA	7,11	8,1	9,0	-12%
MADRID	7,91	11,3	10,7	-30%
MURCIA	11,1	12,9	12,4	-14%
NAVARRA	6,42	9,2	8,0	-30%
PAÍS VASCO	6,02	8,5	9,0	-29%
LA RIOJA	9,81	11,8	7,2	-17%

Figura 1.11.
Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países participantes en GEM 2013 Clasificados en función de su estatus en cuanto a productividad y competitividad



Capítulo 2:

Tipos de comportamiento emprendedor



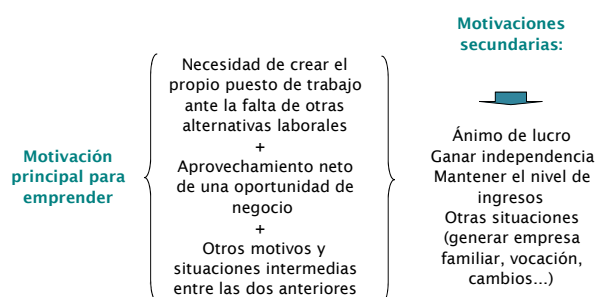
Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor

2.1. Introducción

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

Los análisis del Observatorio GEM se basan en el modelo mostrado en la Figura 2.1. En los apartados que siguen se hará un análisis de estas motivaciones en la Comunidad Autónoma de Cantabria para el año 2013.

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



2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

En la Tabla 2.1. se muestran los porcentajes relativos a los distintos comportamientos emprendedores en Cantabria en el año 2013 para la población de 18 a 64 años de edad, diferenciando tres tipos de iniciativas: las que están en fase naciente (*start up*); iniciativas nuevas (*baby business*) y la iniciativa total que aglutina las dos anteriores (no sobrepasan los 42 meses de vida en ningún caso).

Si consideramos el porcentaje de iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de vida o tasa de actividad emprendedora total (TEA) para Cantabria, un 1,3% de los encuestados manifiesta que se crean por oportunidad pura e idéntico porcentaje de respuesta manifiestan los que la motivación se refiere a la existencia de una oportunidad en parte. Le siguen los casos en que la actividad emprendedora responde a la necesidad de crear un puesto de trabajo propio (un 1,1% de los entrevistados).

Comparando estos porcentajes con los del año 2012, se observa que el peso relativo de la oportunidad pura ha descendido pasando a compartir el porcentaje más elevado con la oportunidad en parte, en detrimento de la necesidad de crear el propio puesto de trabajo, donde se ha producido una ligera caída del porcentaje.

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

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente (Puesta en marcha)	Nueva (3-42 meses)	TEA (< 42 meses)
Oportunidad pura	0,9%	0,4%	1,3%
Oportunidad en parte	1,0%	0,3%	1,3%
Necesidad	0,6%	0,5%	1,1%
No clasificable	0,1%	0,1%	0,2%
TOTAL	2,6%	1,3%	3,9%

Diferenciando entre iniciativas nacientes e iniciativas nuevas, la distribución antes expuesta se manifiesta claramente en el caso de las iniciativas nacientes y no tanto en el caso de las nuevas.

La Tabla 2.2. muestra una comparativa entre las motivaciones de los emprendedores cántabros con aquellas correspondientes a España. Asimismo se exponen los resultados obtenidos en los dos años anteriores. Para el caso de España, la oportunidad pura es la motivación principal de la actividad emprendedora (2%), el segundo lugar como motivo de la actividad emprendedora es compartido por la oportunidad en parte (1,5%) y la necesidad de crear el propio puesto de trabajo (1,5%).

La distribución de las iniciativas emprendedoras en función de la motivación principal para su puesta en marcha, a nivel nacional, muestra unos porcentajes ligeramente diferentes a los reflejados para el caso de Cantabria en el año 2013. En ambos casos la oportunidad pura es una motivación principal (con un porcentaje más elevado para el caso de España) aunque en Cantabria compartida con la oportunidad en parte. Por lo que respecta a la necesidad como motivación, ésta tiene un mayor peso en el caso de España que en el de Cantabria.

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

Motivo de su creación	TEA Cantabria			TEA España		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Oportunidad pura	1,3%	2,4%	1,4%	2,0%	2,2%	2,8%
Oportunidad en parte	1,3%	0,8%	0,8%	1,5%	1,9%	1,4%
Necesidad	1,1%	1,2%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
No clasificable	0,2%	0,0%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%
Total	3,9%	4,4%	3,8%	5,2%	5,7%	5,8%

En la tabla 2.3. los resultados para Cantabria en 2013 muestran que del total de la actividad emprendedora de Cantabria, la mayoría se crea, principalmente, por aprovechamiento de una oportunidad, en concreto un 66,5% (ha disminuido este porcentaje respecto al año anterior donde se alcanzaba el 73,4%). Un 28,3% responde a la necesidad de crear el propio puesto de trabajo (este porcentaje ha aumentado ligeramente con respecto a 2012), habiéndose detectado este año otras motivaciones en la región con un porcentaje de respuesta del 5,2%.

Del mismo modo, teniendo en cuenta los resultados expuestos en la Tabla 2.3, donde se compara el caso de Cantabria con la totalidad de España, en ambos casos coincide la oportunidad como motivo principal de la actividad emprendedora. En ambos casos se observa una distribución similar de los motivos y una evolución parecida en los valores de estos porcentajes en 2013 respecto a 2012. Por lo tanto, considerando los datos de años anteriores, hasta 2010, se observan trayectorias similares en los resultados

de Cantabria y de España, excepto por el repunte que en 2011 tuvo en Cantabria el motivo de la necesidad de crear el propio puesto de trabajo.

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

Motivo principal de la creación	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Oportunidad	66,5%	73,4%	56,5%	66,8%	72,3%	71,5%
Necesidad	28,3%	26,6%	40,8%	29,2%	25,6%	25,9%
Otros motivos	5,2%	0,0%	2,7%	3,9%	2,1%	2,6%
TOTAL	100,0 %			100,0 %		

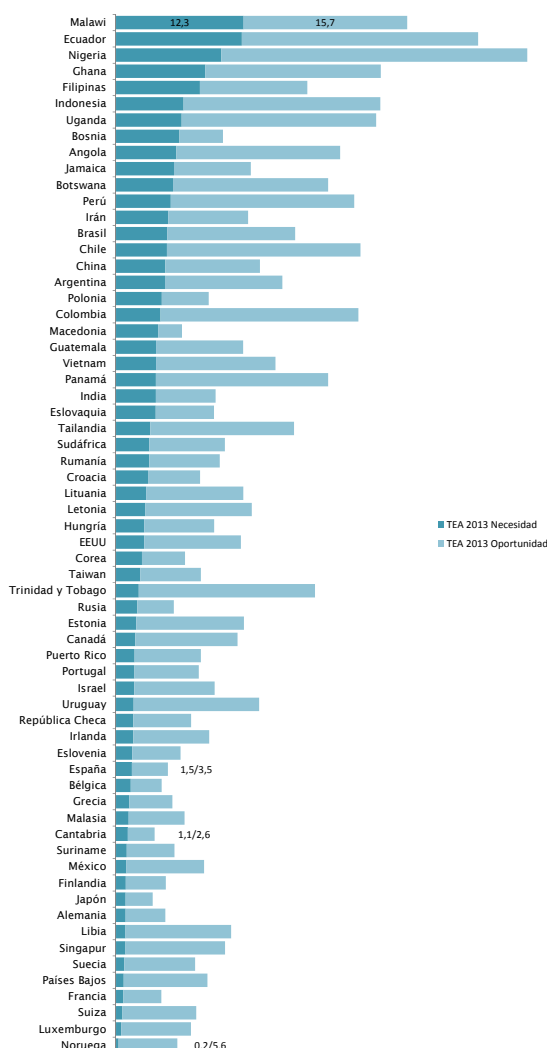
El predominio de la motivación de emprender por oportunidad, representativa de los países desarrollados, se viene manifestando en España desde que se confecciona el Informe GEM en nuestro país. En Cantabria éste es el sexto año en el que se elabora el Informe GEM y nuevamente se observa el mantenimiento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

En los países participantes en GEM 20123 (Figura 2.2.), en especial en todos los países de la UE que participan en GEM 2013 (Figura 2.3.), es la oportunidad la motivación principal de la actividad emprendedora.

En este sentido, cabe añadir que la posición relativa de España acerca de estos indicadores en el contexto de la UE es muy similar a la registrada en el año 2012.

En el contexto más amplio del conjunto de todos los países GEM del 2013, España también ocupa una posición relativamente estable en relación a la que ocupaba en el periodo anterior.

Figura 2.2.
Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países GEM 2013



Comparando la TEA de Cantabria con la del resto de regiones españolas participantes en el proyecto GEM en el 2013 (véase Figura 2.4.) se aprecia que Cantabria mantiene su posición media-baja del año anterior. En todas las Comunidades la mayor parte de las actividades emprendedoras están motivadas claramente por la búsqueda de una oportunidad más que por la necesidad de creación del propio puesto de trabajo.

Figura 2.3.
Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países de la UE que han participado en GEM 2013

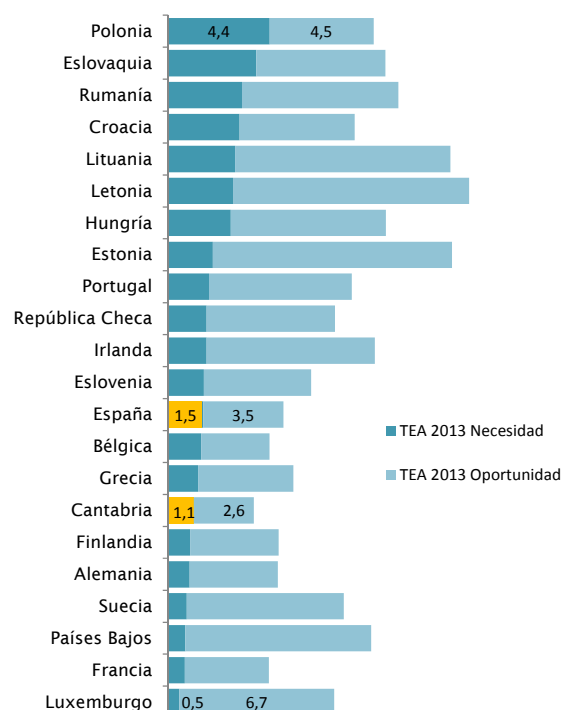
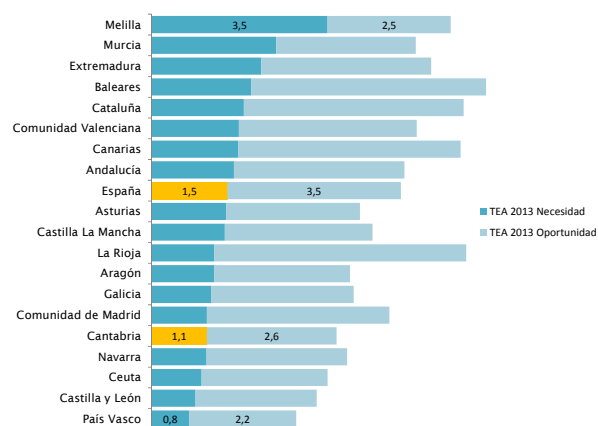


Figura 2.4
Distribución de la actividad emprendedora total en España en función del principal motivo de su creación en el 2013



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

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

El proyecto GEM analiza estos motivos complementarios. Como se muestra en la Tabla 2.4. para el caso de Cantabria se puede destacar que de la totalidad de emprendedores por oportunidad, el porcentaje más elevado concierne al motivo de aumentar los ingresos (49,8%), seguido de la búsqueda de una mayor independencia (25,1%).

En relación con el año anterior, en 2013 se aprecia un mayor peso relativo de las motivaciones relacionadas con el aumento de ingresos, en detrimento del peso relativo que tenía la búsqueda de una mayor independencia.

Estableciendo una comparativa entre los datos relativos a Cantabria y los recopilados a nivel nacional (Tabla 2.4.), se aprecian diferencias y así, mientras en el caso de Cantabria del total de emprendedores por oportunidad el porcentaje más elevado se corresponde con el aumento de ingresos, en el caso de España dicha posición la tiene la búsqueda de mayor independencia. Por lo tanto, para el caso de España se sigue manteniendo la búsqueda de una mayor

independencia como principal motivación para emprender (42,1%), mientras que en Cantabria se posiciona la posibilidad de aumentar ingresos como principal motivación (49,8%).

Tabla 2.4.
Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad

Emprendedores por oportunidad	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Mayor independencia	25,1%	38,7%	46,0%	42,1%	38,0%	38,7%
Aumentar ingresos	49,8%	51,6%	27,1%	33,2%	32,5%	33,3%
Mantener ingresos	8,2%	0,0%	17,8%	16,2%	19,0%	19,4%
Otro caso o no sabe	16,9%	9,7%	9,2%	8,5%	10,5%	8,6%

Por tanto la ordenación de estos motivos en Cantabria para el 2013 se diferencia sustancialmente a la relativa a España. La mayoría de los emprendedores cántabros aprovechan una oportunidad para emprender con el objetivo final de aumentar sus ingresos actuales; disminuyendo así la tendencia creciente en la motivación de ser laboralmente independientes, y manteniéndose así los resultados observados en la pasada edición.

Capítulo 3:
*Perfil socioeconómico del emprendedor
en Cantabria*



Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor en Cantabria

3.1. Introducción

A lo largo de este capítulo se realiza una descripción del perfil de los emprendedores que residen en la Comunidad Autónoma de Cantabria. La información obtenida se refiere a todos aquellos que han participado en la encuesta GEM 2013 y, a su vez, han afirmado estar involucrados en una iniciativa empresarial.

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

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

3.2. Género

La composición según el género de los emprendedores cántabros en 2013, en cualquiera de las fases del proceso emprendedor es similar en tanto se observa en todas ellas un predominio del género masculino (al igual que ocurre a nivel nacional); siendo tal predominio, mayor en el caso de los emprendedores consolidados y menor en el caso de emprendedores nacientes y nuevos.

Esta imagen de los emprendedores cántabros ha variado respecto al 2012, sólo en cuanto a los emprendedores en estado inicial. Los resultados de este colectivo en 2012 reflejaban que la población femenina era más propensa a emprender y sin embargo, en 2013 el mayor porcentaje de emprendedores es de género masculino, mostrándose un mapa emprendedor según genero más parecido al de 2011 (Tabla 3.1.).

Los porcentajes correspondientes a emprendedores varones han aumentado en todos

los casos. Se produce un retroceso en el porcentaje de mujeres involucradas en el proceso emprendedor aunque sin llegar al porcentaje bastante bajo mostrado en el año 2011 para los emprendedores en estado inicial.

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

Tipo de emprendedor		Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	Hombres	53,8%	65,1%	59,3%
	Mujeres	46,2%	34,9%	40,7%
2012	Hombres	47,4%	56,4%	55,8%
	Mujeres	52,3%	43,6%	44,2%
2011	Hombres	73,3%	62,4%	58,8%
	Mujeres	26,7%	37,6%	41,2%

3.3. Edad

En relación con la edad de los emprendedores con menos de 42 meses de experiencia, la distribución observada en 2013 es similar a la del ejercicio anterior, donde el mayor porcentaje lo presenta el grupo de edad comprendido entre 45 y 54 años. La segunda posición en esta relación la presenta en 2013 el grupo de edad que va de los 35 a 44 años, posición ésta que en 2012 fue compartida con el tramo de edad que va de los 25 a 34 años. En cuanto a los tramos extremos de edad, éstos presentan en su conjunto un porcentaje similar al de 2012 (Tabla 3.2.).

En lo referido a la fase de consolidación, la estructura en 2013 se modifica respecto a la del ejercicio anterior en tanto el tramo de edad de 35 a 44 años incrementa su porcentaje hasta ocupar el primer lugar, en detrimento del porcentaje asociado al intervalo de edad que va de los 55 a 64 años. Los restantes grupos de edad han mantenido aproximadamente sus porcentajes, si bien han perdido importancia relativa los grupos de 45 a 54 años y de 55 a 64 años.

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

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	18-24 años	10,3%	1,2%
	25-34 años	17,9%	7,0%
	35-44 años	33,3%	40,7%
	45-54 años	38,5%	31,4%
	55-64 años	0,0%	19,8%
	Media (años)	39,36	46,19
2012	18-24 años	6,8%	1,8%
	25-34 años	29,5%	8,3%
	35-44 años	29,5%	23,9%
	45-54 años	31,8%	33,9%
	55-64 años	2,3%	32,1%
	Media (años)	39,09	48,83
2011	18-24 años	6,0%	1,4%
	25-34 años	28,6%	7,8%
	35-44 años	46,9%	31,5%
	45-54 años	16,1%	38,2%
	55-64 años	2,4%	21,1%
	Media (años)	38,2	46,99

Por último, en la fase potencial, la distribución de los emprendedores según edad en 2013 es aproximadamente similar a la del ejercicio anterior, manteniéndose el tramo de edad que va de los 35 a 44 años como el de mayor importancia relativa

3.4. Nivel de estudios

En cuanto al nivel de estudios de los emprendedores éste mejora con respecto al año 2012, situación ésta que se venía observando en los años precedentes (Tabla 3.3).

El porcentaje de emprendedores sin estudios se mantiene nulo en la categoría de emprendedores potenciales. Para el caso de los emprendedores consolidados e iniciales se incrementa significativamente con respecto al periodo anterior. Es el nivel de estudios superiores el más común en todas las categorías de emprendedores. Estos resultados coinciden en términos generales con los obtenidos a nivel nacional.

Finalmente, cabe destacar el porcentaje de emprendedores con estudios de post grado, que se ha incrementado sensiblemente, especialmente entre los emprendedores iniciales.

en este grupo. En cuanto a los tramos extremos de edad, éstos presentan en su conjunto un menor porcentaje que el de 2012, lo cual ha servido para aumentar –aunque sea ligeramente– el peso de los tramos de edad intermedios.

En cuanto a la edad media en las diferentes etapas, se observa que en la fase inicial y en la fase potencial, ésta se ha mantenido, mientras que en la fase de consolidación ha disminuido.

La situación en Cantabria es similar a la observada en el caso de España. Así, en Cantabria, el colectivo más joven es el de los emprendedores potenciales con una media de edad en 2013 de 37,2 años (frente a 36,4 años en España), seguidos de los emprendedores en fase inicial con una edad de aproximadamente 39 años (igual que en España) y por último, los empresarios consolidados que presentaron una media de edad de 46,2 años (frente a 47,4 años en el caso español).

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

Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	Sin estudios	2,6%	8,1%
	Primarios	23,1%	32,6%
	Secundarios	15,4%	10,4%
	Superior	48,7%	46,5%
	Post grado	10,3%	2,3%
			4,9%
2012	Sin estudios	0,0%	1,9%
	Primarios	26,2%	38,1%
	Secundarios	35,7%	27,6%
	Superior	38,1%	30,5%
	Post grado	0,0%	1,9%
			1,2%
2011	Sin estudios	2,8%	2,0%
	Primarios	19,5%	33,8%
	Secundarios	8,0%	13,9%
	FP Superior	32,2%	24,0%
	Diplomado	16,1%	8,0%
	Licenciado	18,8%	18,3%
	Post grado	2,7%	0,0%
	Otros	0,0%	0,0%
	No contesta	0,0%	0,0%

3.5. Nivel de renta

La distribución de los emprendedores cántabros por nivel de renta en 2013 ha cambiado respecto al ejercicio anterior, en todas las fases -especialmente en la fase inicial y en la fase potencial- al observarse que los entrevistados pertenecientes al tercio superior de renta han disminuido sustancialmente sus porcentajes respecto al año 2012 (Tabla 3.4.). Tal disminución, en las categorías de emprendedores iniciales y potenciales, ha favorecido el crecimiento del tramo de renta bajo que ha aumentado del 11,1% al 60% y del 16,2% al 63,6% respectivamente.

Asimismo, la disminución del porcentaje en la categoría de emprendedores consolidados se ha realizado a favor tanto del tramo bajo de renta como del tramo medio de renta.

En consecuencia, es destacable el aumento que se ha producido en todas las categorías en el tercio inferior de renta. Este resultado es coincidente con el observado en el caso nacional entre 2012 y 2013 donde las personas con rentas bajas parecen haber aumentado su propensión para emprender.

3.6. Tamaño medio del hogar

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

	Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor)	3,51	3,52	3,22
2012	Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor)	3,4	3,17	3,52
2011	Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor)	3,43	3,56	3,49

3.7. Origen

La participación de extranjeros en el colectivo emprendedor cántabro en su conjunto en 2013 es similar a la observada en el ejercicio anterior (Tabla 3.6.). Sin embargo, las variaciones de los porcentajes de emprendedores extranjeros han sido distintas en las diferentes categorías: Mientras que en la fase inicial el porcentaje de emprendedores extranjeros ha disminuido, en la fase de consolidación ha aumentado y en la fase potencial se ha mantenido.

Entre los emprendedores extranjeros los mayores porcentajes corresponden a la categoría de emprendedores potenciales, tal y como ya ocurría en el año 2012.

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

	Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	Tercio inferior (hasta 1.200€)	60,0%	28,6%	63,6%
	Tercio medio (1.200-2.400€)	16,0%	33,3%	12,7%
	Tercio superior (Más de 2.400€)	24,0%	38,1%	23,6%
2012	Tercio inferior (hasta 1.200€)	11,1%	15,3%	16,2%
	Tercio medio (1.200-2.400€)	38,9%	26,4%	29,4%
	Tercio superior (Más de 2.400€)	50,0%	58,3%	54,4%
2011	Tercio inferior (hasta 1.200€)	4,3%	8,0%	12,4%
	Tercio medio (1.200-2.400€)	29,4%	28,8%	34,2%
	Tercio superior (Más de 2.400€)	66,3%	63,2%	53,4%

El tamaño medio del hogar de los emprendedores de Cantabria supera las 3 personas en todas las categorías (Tabla 3.5.). Los valores obtenidos son similares a los de años anteriores tanto en el caso de Cantabria como a nivel nacional.

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

	Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	Español	97,4%	96,5%	92,6%
	Extranjero	2,6%	3,5%	7,4%
2012	Español	93,2%	99,1%	91,9%
	Extranjero General	6,8%	0,0%	5,8%
	Extranjero Comunitario	0,0%	0,0%	1,2%
	NS/NC	0,0%	0,9%	1,2%
2011	Español	86,6%	97,9%	89,1%
	Extranjero	13,4%	2,1%	10,9%

3.8. Situación laboral

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

	Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	Tiempo completo o parcial	71,8%	96,5%	38,3%
	Sólo a tiempo parcial	0,0%	2,3%	11,1%
	Jubilado	0,0%	0,0%	3,7%
	Labores del hogar	2,6%	1,2%	3,7%
	Estudiante	5,1%	0,0%	4,9%
	Paro, otro caso	20,5%	0,0%	38,3%
2012	Tiempo completo o parcial	81,4%	95,4%	52,3%
	Sólo a tiempo parcial	2,3%	0,0%	3,5%
	Jubilado	0,0%	0,0%	2,3%
	Labores del hogar	4,7%	0,9%	2,3%
	Estudiante	0,0%	2,8%	8,1%
	Paro, otro caso	11,6%	0,9%	31,4%
2011	Tiempo completo o parcial	88,7%	97,9%	50,6%
	Sólo a tiempo parcial	2,7%	0,0%	8,3%
	Jubilado	0,0%	0,0%	1,2%
	Labores del hogar	2,7%	0,0%	1,2%
	Estudiante	0,0%	0,0%	8,4%
	Paro, otro caso	5,8%	2,1%	30,3%

La distribución de los emprendedores cántabros en 2013 en función de su situación laboral se mantiene similar a la de ediciones anteriores, para aquellos que están en fase de consolidación. No ocurre lo mismo para los emprendedores en fase inicial, donde se mantiene como mayor porcentaje

el asociado a “tiempo completo o parcial” pero bajando 10 puntos porcentuales a favor del porcentaje de parados. Asimismo, en los emprendedores en fase potencial ha bajado el porcentaje asociado a “tiempo completo o parcial” en 14 puntos porcentuales distribuyéndose esta diferencia entre las restantes categorías laborales.

No obstante, los resultados del análisis para la situación laboral de los emprendedores cántabros mantienen, en términos generales, los valores de años anteriores; ya que los mayores porcentajes en las tres fases están en la categoría de “Trabajo a tiempo completo o parcial”, aunque en la fase potencial se comparta con la categoría de “Paro”. En consecuencia, se mantiene la tendencia creciente del porcentaje de parados en las fases inicial y potencial, ya comenzada en años anteriores. Respecto al resto de categorías, llama la atención el aumento en el porcentaje de personas dedicadas a las labores del hogar (Tabla 3.7.).

3.9. Posesión de formación específica para emprender

En el periodo 2012-2013, la evolución de los porcentajes de personas con formación específica para emprender sólo es positiva en la fase potencial, mientras que en las categorías de emprendedor en la fase inicial y en la fase de consolidación los porcentajes se han reducido aproximadamente en 9 y 7,4 puntos porcentuales respectivamente (Tabla 3.8.).

A nivel nacional en 2013, se observa un orden distinto en estos porcentajes y así, el colectivo que declara estar formado para emprender en mayor medida en el caso de España es el de los emprendedores en fase inicial (47,11% del total) frente a lo detectado en el caso de Cantabria que es el grupo de emprendedores en fase potencial (42% del total).

En 2013, los porcentajes de emprendedores que declaran tener formación específica y que están en

fase inicial o de consolidación, son menores en Cantabria que en España. No ocurre lo mismo para los emprendedores en fase potencial que presentan el mismo porcentaje en Cantabria y en España.

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

	Tipo de emprendedor	Emprendedor	Consolidado	Potencial
2013	Tiene formación	38,5%	30,2%	42,0%
	No tiene formación	61,5%	69,8%	58,0%
2012	Tiene formación	47,7%	37,6%	38,4%
	No tiene formación	52,3%	59,6%	60,5%
	No lo sabe	0,0%	0,9%	0,0%
	No contesta	0,0%	1,8%	1,2%
2011	Tiene formación	61,8%	36,8%	52,1%
	No tiene formación	38,2%	62,6%	46,8%
	No lo sabe	0,0%	0,6%	1,1%
	No contesta	0,0%	0,0%	0,0%

Capítulo 4:
***Características de la actividad
emprendedora en Cantabria***



Capítulo 4: Características de la actividad emprendedora en Cantabria

4.1. Introducción

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

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

4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas cántabras del 2013

El informe GEM ofrece una clasificación sectorial integrada por cuatro grandes apartados: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo.

Teniendo en cuenta esta clasificación, las iniciativas emprendedoras registradas en Cantabria (Figura 4.1.) se centran principalmente en el sector orientado al consumo (53,9%), que ha experimentado un ligero retroceso de medio punto porcentual con respecto a 2012. En segunda posición se sitúan las iniciativas ubicadas dentro del sector servicios, que con un 17,8% del total experimentan un retroceso próximo a los siete puntos porcentuales con respecto al año anterior. Esta circunstancia provoca que este sector se sitúe muy próximo al sector transformador, que avanza algo más de tres puntos porcentuales respecto a 2012, hasta situarse en el 15,4 % del total.

Finalmente el sector extractivo experimenta un fuerte incremento respecto al año 2012, pasando del 7,2% al 13% actual. Con estos resultados se observa que a diferencia del año anterior, en 2012 son los sectores transformador y, especialmente, extractivo los que en Cantabria han experimentado un comportamiento más favorable, mientras que

en la vertiente negativa destaca el acusado descenso -7 puntos porcentuales- que experimenta el sector servicios.

Comparando la distribución de la actividad emprendedora del 2013 con la de la actividad consolidada (Figura 4.2.), esto es, la que ha superado los 42 meses y puede tener una gran diversidad de años de antigüedad, se aprecian ciertos hechos destacables. En primer lugar, el sector orientado a servicios a empresas y, en menor medida, el extractivo, son los únicos que han experimentado un incremento de su peso relativo.

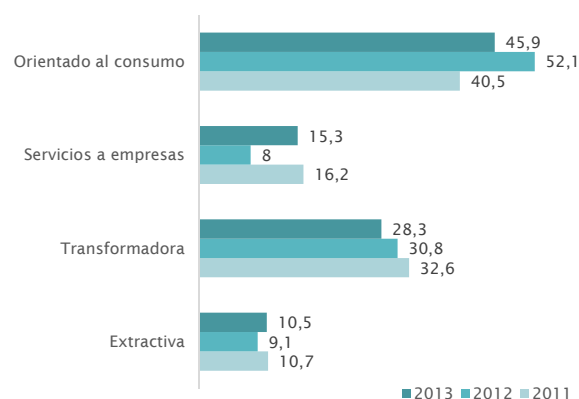
De igual modo cabe resaltar la disminución del sector orientado al consumo, claramente influido por el todavía escaso empuje del mercado.

Por último, el sector transformador mantiene un comportamiento similar al año anterior, con un retroceso algo inferior a los tres puntos porcentuales, indicativo de que continúa sobreviviendo razonablemente bien a la crisis a pesar de las fuertes inversiones que requiere.

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



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



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

La Tabla 4.1. recoge la clasificación de las empresas en función del número de empleados. De este modo observamos que las microempresas son aquellas que no superan los 10 empleados, pequeñas las que tienen entre 10 y 49, medianas las que tienen entre 50 y 249 y grandes las que superan esta última cifra.

Tabla 4.1.
Clasificación de las empresas en función del número de empleados

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

La Figura 4.2. revela cómo si bien la inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria en 2013 presentan una dimensión de microempresa, con un 50,5% del total proporcionando un solo empleo y otro 30,5% de iniciativas que tienen entre 1 y 5 empleados, el tamaño de las mismas se ha incrementado respecto de 2012.

El primero de los porcentajes se ha visto reducido sustancialmente respecto al obtenido en 2013 (75,2%). Se ha producido un incremento del peso de las iniciativas que tienen entre 1 y 5 empleados,

pasando de un 19,5% en 2012 a un 30,5 en 2013, y de forma mucho más clara -cerca a los catorce puntos porcentuales- las iniciativas que tienen entre 6 y 19 empleados. Por su parte, y al igual de lo sucedido en 2012, las iniciativas con más de 20 empleados siguen sin estar presentes dentro de la muestra en 2013.

En líneas generales la empresa cántabra ha experimentado una evolución con algunos datos positivos en cuanto a generación de empleo en el año 2013. Cantabria está en una situación ligeramente más favorable a la media nacional en cuanto a las iniciativas sin empleados -50,5 en Cantabria frente al 52,2 en el resto de España-. Las iniciativas con 1-5 empleados presentan sin embargo en España un porcentaje claramente superior (39,6%) al obtenido para el caso cántabro (30,5%). La situación se invierte con las iniciativas que cuentan con un número de entre 6 y 19 empleados, claramente superiores en Cantabria -19%- frente al conjunto nacional, que alcanza tan sólo un 5,1%. Finalmente, en Cantabria las iniciativas emprendedoras que cuentan con más de 20 empleados en 2013 son sin embargo inexistentes, frente al 3,1% existente en el conjunto nacional.

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

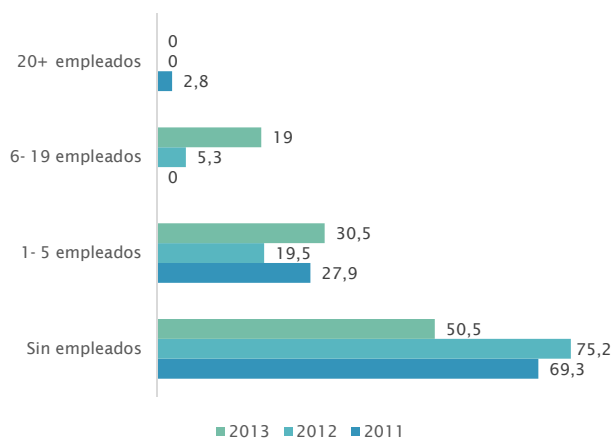
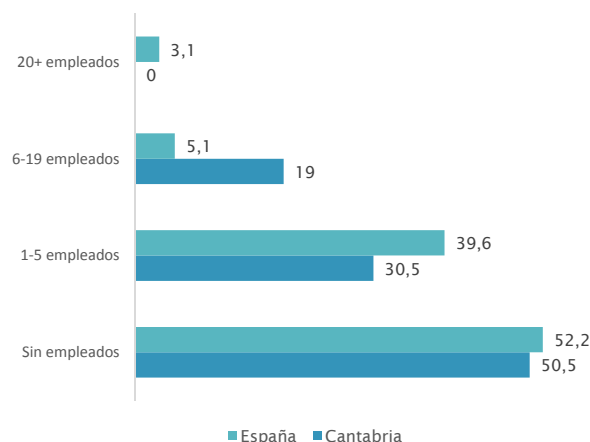


Figura 4.4.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2013



Con respecto a las iniciativas consolidadas (Figura 4.5.), la situación en 2013 muestra sin embargo resultados más desfavorables que los registrados en el periodo 2012. Así, mientras en 2012 predominaban aquellas iniciativas consolidadas que tenían de 1 a 5 empleados, en 2013 se ha vuelto a la situación de 2011 en que las iniciativas que no tenían empleados eran las predominantes (45,9%). Las iniciativas de mayor tamaño, entre 6 y 19 empleados, suponen el 6,1% del total, lo que supone una pérdida de 2,7 puntos porcentuales con respecto a 2012.

Esta evolución negativa se repite en las empresas con más de 20 empleados, con un descenso de dos puntos porcentuales respecto a 2012 (de 4,5% a 2,5%).

Nuevamente, si comparamos la situación de la región con la nacional se aprecia cómo Cantabria supera al conjunto nacional únicamente en el subgrupo de iniciativas consolidadas con entre 1 a 5 empleados (Figura 4.6.)

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

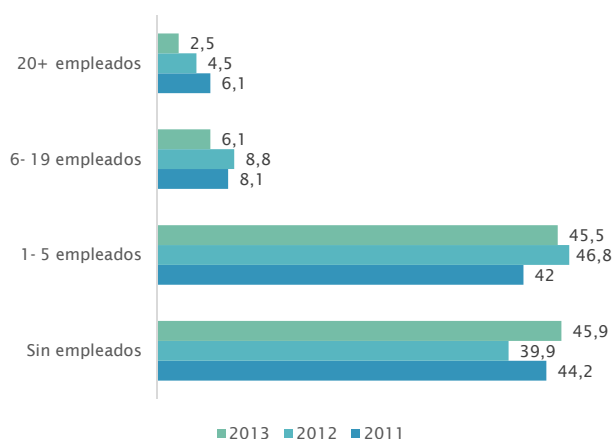
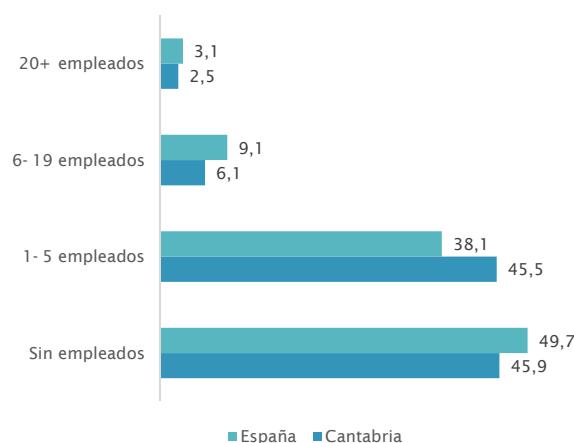


Figura 4.6.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2013



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

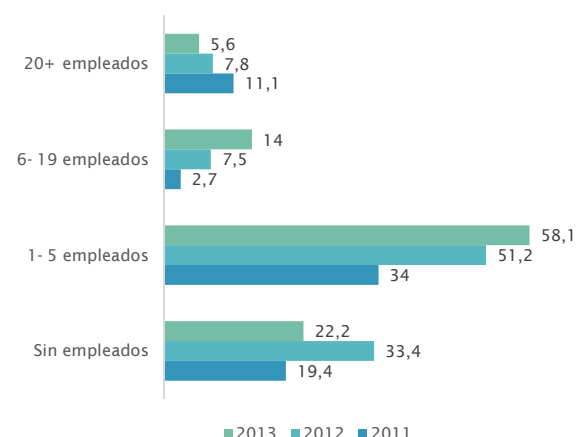
La proporción de iniciativas que esperan crecer en términos de empleo se estima preguntando cada año a los empresarios entrevistados cuántos puestos de trabajo esperan tener al final de los 5 próximos años, a contar desde el momento de la entrevista. Las Figuras 4.7. y 4.8. muestran los resultados relacionados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

Las expectativas de creación de empleo para las iniciativas emprendedoras (Figura 4.7.) parecen ser más favorables en 2013 respecto de las registradas en 2012. Así, el porcentaje más alto ha sido el correspondiente a aquellos empresarios que estiman incrementar de 1 a 5 empleados, alcanzando un 58,1% del total, lo que supone un incremento de 7 puntos porcentuales en esta categoría respecto al año anterior.

Otra categoría que también incrementa sustancialmente su porcentaje es la correspondiente a los empresarios que estiman que crearán entre 6 y 19 empleos, pasando de un 7,5% en 2012 a un 14% en 2013. Por otro lado, un 5,6% de empresarios estiman que crearán más de 20 empleos, cifra inferior en dos puntos porcentuales a la correspondiente para el año anterior, que alcanzaba un 7,8%.

En resumen, estos datos indican una cierta mejoría en las expectativas, si bien con algunas sombras. Hay un grupo que claramente entiende que la coyuntura pese a todo le es favorable, mientras otro grupo es algo más pesimista.

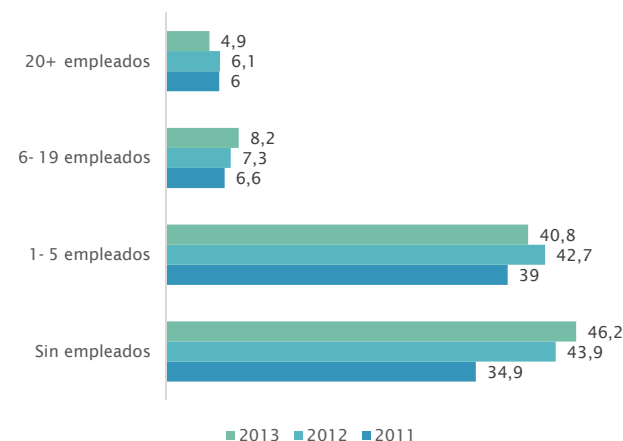
Figura 4.7.
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras



La Figura 4.8. muestra la situación de las iniciativas consolidadas en Cantabria. En este caso las iniciativas que prevén no ser capaces de generar ningún puesto de trabajo se sitúan en el 46,2%, porcentaje superior al 43,9% registrado el año anterior. Frente a este dato, las que prevén que van a crear entre 1 y 5 puestos de trabajo representan el 40,8% del total, cifra inferior a la del año anterior, que alcanzaba un 42,7%.

Por lo que se refiere a los porcentajes de empresarios que estiman alcanzar entre los 6 y 19 puestos de trabajo, supone un 8,2% en Cantabria, en este caso un porcentaje superior al 7,3% alcanzado en 2012. Finalmente, un 4,9% de empresarios estima alcanzar más de 20 empleos

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



en la región, frente al 6,1% que lo esperaban en el 2012.

En síntesis, en esta ocasión estamos ante un panorama más desfavorable que el registrado en el año anterior.

Si comparamos estas cifras con las presentadas en la Figura 4.4., donde se recogía la situación actual de empleo en las iniciativas consolidadas, se comprueba cómo aumenta el porcentaje de aquellos que estiman que podrían alcanzar 20 o más empleados, o bien entre 6 y 19 empleados. Sin embargo, también se ve cómo los porcentajes de aquellos que prevén no crear puestos de trabajo aumenta, si bien de manera prácticamente inapreciable.

El crecimiento medio esperado por los dos tipos de iniciativas y la dispersión en torno a la media de empleados se pueden ver en la Tabla 4.2, cuyos resultados están medidos en personas.

Los datos ponen de manifiesto que en España los emprendedores que se encuentran en la fase de iniciativa emprendedora (0-42 meses de actividad) se muestran levemente optimistas en cuanto a crear empleo, si bien su percepción es mucho más moderada que la registrada el año anterior (pasando de un 10,9 en 2012 a un 4,1 en 2013).

En el caso de los emprendedores que se encuentran en una fase más consolidada (más de 42 meses de actividad) se puede observar que son mucho menos optimistas, si bien mejoran levemente sus expectativas respecto a 2012.

Con respecto al conjunto nacional la situación cántabra es más desfavorable tanto en el caso de las iniciativas emprendedoras como de las consolidadas.

Tabla 4.2
Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años

2013				
Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media		Desv. Estándar	
	Cantabria	España	Cantabria	España
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,38	4,10	6,79	21,46
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,52	0,65	2,12	5,82
2012				
Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media		Desv. Estándar	
	Cantabria	España	Cantabria	España
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,86	10,90	8,61	125,9
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,37	0,07	3,08	30,8
2011				
Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media		Desv. Estándar	
	Cantabria	España	Cantabria	España
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,67	5,11	14,11	12,50
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,77	0,80	2,74	10,8

4.5. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada

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

Los datos obtenidos muestran que la proporción de iniciativas emprendedoras (0-42 meses) que presentan un grado de innovación mayor en la oferta de sus productos y servicios alcanza en Cantabria un 12,5% del total, y un 15,4% en el rango de algo innovadoras (Figura 4.9.), porcentajes que son en ambos casos algo inferiores a los registrados en 2012. En cuanto a la proporción de iniciativas emprendedoras nada innovadoras el porcentaje alcanza en Cantabria un 72,1%, esto es 2 puntos porcentuales por encima del registrado en 2012.

En relación con las iniciativas consolidadas, el rango de iniciativas muy innovadoras presenta un porcentaje en Cantabria de un 1,2%, lo que se sitúa por debajo del 2,9% del total registrado en 2012 (Figura 4.10). Con respecto a las iniciativas consolidadas, en el rango de algo innovadoras, el porcentaje se sitúa en el 6,9%, de nuevo claramente por debajo del 13,0% que se había obtenido el año anterior. En cuanto a las iniciativas nada innovadoras el porcentaje obtenido en Cantabria es de 90,1%.

En resumen, comparando esta evolución con la registrada en 2012 se observa una caída en las iniciativas completamente innovadoras y algo innovadoras. Disminuciones éstas que han pasado a formar parte del incremento de porcentaje de la categoría de iniciativas nada innovadoras.

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

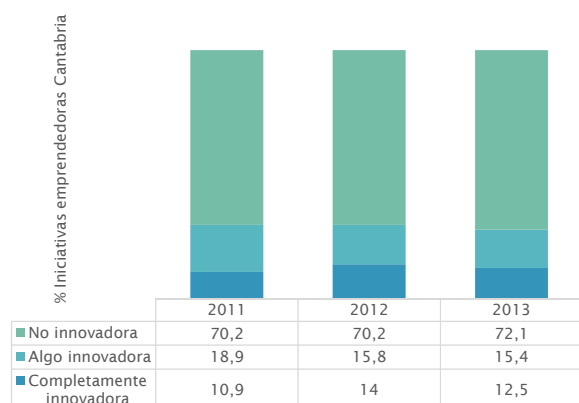
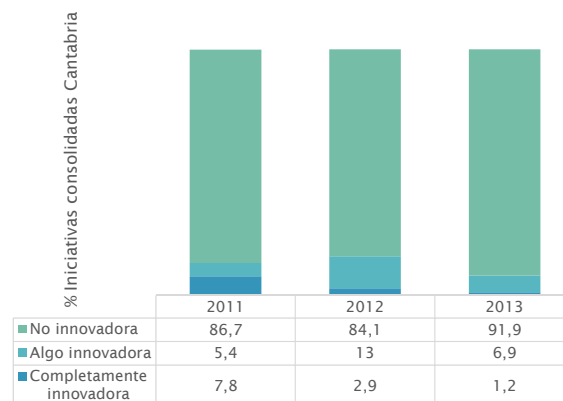


Figura 4.10.
Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria



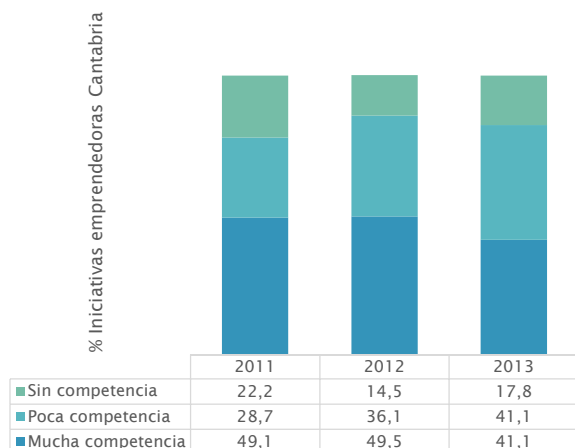
4.6. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas

El observatorio GEM también estudia el impacto del grado de competencia en el conjunto de iniciativas emprendedoras y consolidadas. El interés que este tema despertó en ediciones pasadas se mantiene debido a la importancia que tienen aquellas empresas que sean más capaces de diferenciarse en cuanto a producto y servicio y con mejor relación calidad/precio ya que serán las que tengan unas posibilidades más altas de supervivencia en una situación de caída en el consumo.

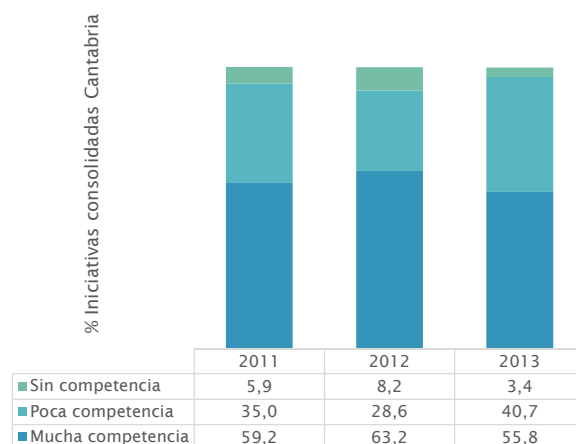
En cuanto a las iniciativas en fase emprendedora que manifiestan no tener competencia, la situación en 2013 es en Cantabria levemente más favorable que la registrada en el periodo 2012 (pasando de un 14,5% a un 17,8% en el último año) (Figura 4.11). Las iniciativas que manifiestan tener una fuerte competencia han registrado un descenso importante, superior a los ocho puntos porcentuales (41,1% frente a 49,5% en 2012). Finalmente, para el caso de las iniciativas emprendedoras que presentan poca competencia el porcentaje se ha visto incrementado, pasando de un 36,1% a un 41,1% en 2012.

Figura 4.11.

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

**Figura 4.12.**

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



En lo que respecta a la empresa consolidada, la situación en Cantabria presenta ciertos altibajos en 2013 respecto a la existente en 2012 (Figura 4.12). Así, las iniciativas que tienen mucha competencia representan en Cantabria el 55,8% del total en 2013, un porcentaje claramente inferior al 63,2% registrado en 2012. La situación inversa se registra para el caso de las iniciativas sin competencia. En

este caso, el porcentaje registrado en 2013, un 3,4% del total, experimenta un descenso significativo respecto al registrado en 2012, donde se situó en un 8,2%.

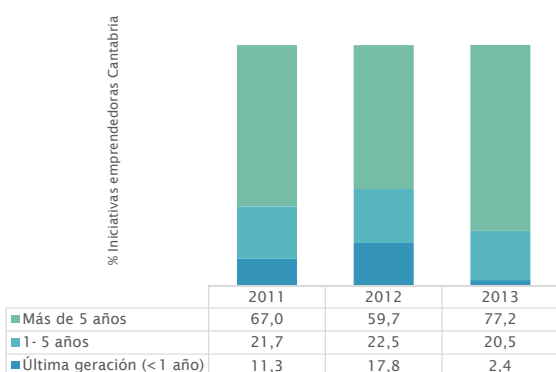
Estos resultados parecen indicar que los esfuerzos realizados en el ámbito emprendedor en ambos tipos de iniciativas van en la buena dirección para paliar los efectos de la crisis.

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

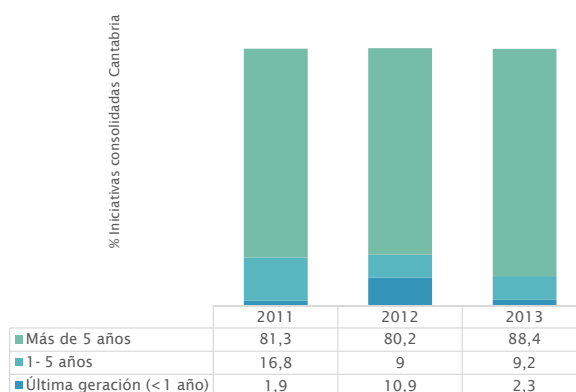
El Proyecto GEM también facilita datos referentes a la antigüedad de las tecnologías utilizadas en las iniciativas emprendedoras y consolidadas para producir sus bienes y servicios.

Figura 4.13.

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

**Figura 4.14.**

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



En el periodo 2013 un 2,4% de las iniciativas emprendedoras en Cantabria dice utilizar tecnologías de última generación. Con este dato se rompe la tendencia creciente de los últimos tres años (Figura 4.13.). El resultado de esta edición muestra que en términos generales la situación en Cantabria ha empeorado, lo que indica que se ha producido una menor inversión en nuevas tecnologías que en ediciones anteriores.

Por lo que se refiere a la situación de las iniciativas consolidadas la situación es similar, y así el

4.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Este epígrafe del presente informe ha recibido en los últimos años una especial relevancia. Ello es así por cuanto la habilidad de las empresas para desviar parte de su producción a nuevos mercados puede resultar un factor determinante de cara a asegurar su supervivencia en el contexto de inestabilidad económica en el que nos encontramos.

En Cantabria el porcentaje de iniciativas emprendedoras no exportadoras alcanza el 77,5% (Figura 4.15.), ligeramente superior al 76,2% experimentado en 2012. Las iniciativas emprendedoras que exportan entre el 1 y el 25% de su producto o servicio suponen en Cantabria un 16,7%, incrementándose con respecto al año anterior (14,2%).

El tramo de empresas que destinan entre un 25-75% de su producción a los mercados exteriores es inexistente en 2013, lo que supone una situación más desfavorable que la registrada en 2012 (de un 2,3%). Por su parte el nivel de mayor intensidad exportadora se ha reducido de forma ligera o moderada, al pasar de un 7,3 en 2012 a un 5,8 en 2013. Estos datos muestran que en Cantabria se está intentando mantener el esfuerzo por recurrir a

porcentaje de empresas que emplean tecnologías de última generación (2,3% del total) se ha visto reducido significativamente con respecto al año 2012, en el que alcanzaba un 10,9% (Figura 4.14.).

Los resultados en este apartado muestran un cambio de tendencia en el último año, indicativo de que la situación económica ha hecho perder el ritmo en la apuesta por mayores niveles de uso de nuevas tecnologías entre el colectivo de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en Cantabria.

la internacionalización como vía para paliar los efectos de la crisis, proporcionando así una forma de suplir la falta de consumo en el mercado local, si bien con más dificultades que en el año previo.

La situación entre el colectivo de empresas consolidadas es similar a la mostrada en las iniciativas emprendedoras, viéndose incrementados los porcentajes en los rangos de mayor nivel de exportación y, de forma especialmente acusada, de 1-25%, y disminuidos, o incluso desaparecidos, los otros dos restantes (Figura 4.16.). Así, en lo que respecta a las empresas cántabras consolidadas que no exportan nada de su producción se ha producido un descenso significativo con respecto al periodo 2012 (pasando de 86,9% a 75,5 en 2013), mientras por el otro lado han desaparecido en el último año las empresas con porcentajes de exportación comprendidos entre el 25 y el 75% de su producción. Estos datos nos revelan que, si bien con ciertas dificultades, también este colectivo está comenzando a frenar la baja exportación del entramado empresarial en Cantabria, lo que suaviza las dificultades existentes para salir de la crisis.

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

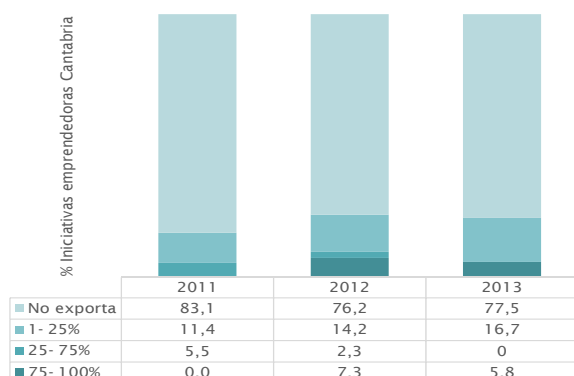
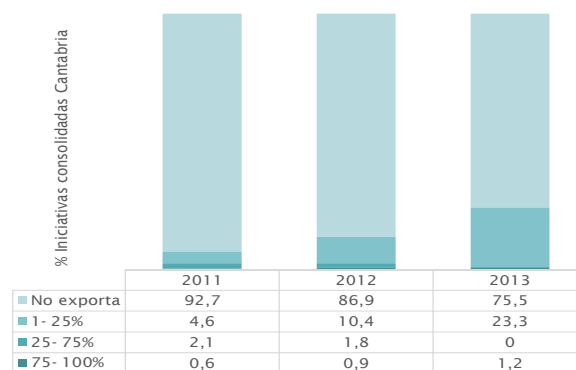


Figura 4.16.
Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)



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

Tomando como referencia las características de las actividades emprendedoras se calcula un índice de potencial expansión en el mercado para las mismas. A continuación se muestran los resultados obtenidos para las iniciativas emprendedoras y consolidadas en el periodo 2013.

Respecto a las iniciativas emprendedoras, la situación en Cantabria presenta luces y sombras en relación a la experimentada en 2012, puesto que el porcentaje de iniciativas sin expectativas de expansión en el mercado se sitúa en el 59,2% del total, un porcentaje que incrementa en siete puntos porcentuales el registrado el año anterior (Figura 4.17.). En cuanto a los resultados de las iniciativas con alguna expectativa de expansión, aumentan en 2013 entre el grupo que no hace uso de nuevas tecnologías mientras sucede lo contrario entre aquellas que sí hacen uso de las mismas. En el primero de los dos casos, se pasa de un 30% en 2012 a un 30,8% en 2013, mientras que el segundo grupo desaparece en 2013, alejándose así significativamente del 17,8% que se había alcanzado el año anterior. Finalmente, las

iniciativas con una notable expansión representan un 2,4% del total en 2013, mejorando así los resultados obtenidos en 2012, donde no se había registrado ningún porcentaje dentro de este colectivo. A la vista del conjunto de los datos se puede determinar por tanto que la situación en Cantabria es más desfavorable que la que se tenía en 2012.

Para el caso de las empresas consolidadas se observa que los porcentajes de empresas sin expectativas de expansión aumentan claramente con respecto al año anterior (Figura 4.18) hasta situarse en un 90,7% del total, lo que supone más de 16 puntos porcentuales respecto a la cifra de 2012 -74,1% del total-. En cuanto a los datos referentes a las iniciativas con alguna expansión, se aprecian descensos significativos tanto en el grupo que usa nuevas tecnologías como en el que no hace uso de las mismas. Estos resultados, en su conjunto, nos indican que estas iniciativas han sufrido un importante retroceso en el último periodo, rompiendo así la senda positiva que parecían haber iniciado en 2012.

Figura 4.17.

Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de su potencial estimado de expansión en su mercado

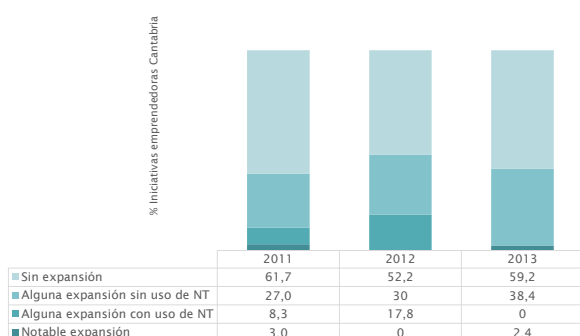
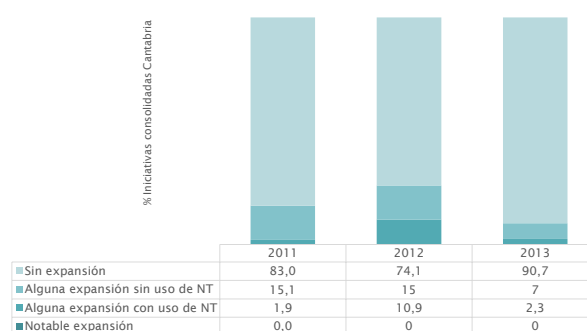


Figura 4.18.

Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado



Capítulo 5:
*Financiación del proceso emprendedor
naciente en Cantabria*



Capítulo 5: Financiación del proceso emprendedor naciente en Cantabria

5.1. Introducción

Son múltiples los estudios que señalan que el acceso a la financiación es uno de los principales obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores en el momento actual. A ello hay que añadir las condiciones macroeconómicas del país, las cuales también obstaculizan el surgimiento de nuevos negocios. En relación con este tema en el presente capítulo se analiza el volumen de capital semilla y su origen en 2013 así como el papel de los Business Angels.

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

De acuerdo con los resultados obtenidos, el capital semilla medio necesario para poner en marcha una nueva iniciativa empresarial en Cantabria en 2013 fue de 115.671 Euros, que más que duplica a la media nacional que se sitúa en 52.159 Euros en ese año, a diferencia de lo ocurrido en el pasado (Tabla 5.1). Este resultado más que duplica también al capital semilla medio necesario en Cantabria en el año 2012 (47.768 Euros).

Sin embargo, dada la elevada variabilidad de la media, que se ve muy afectada por casos atípicos, es más conveniente analizar la mediana y la moda como medidas de tendencia central. No obstante, la mediana en Cantabria se ha multiplicado por más de cuatro y la moda por más de tres, lo que confirma que los proyectos iniciados en la región en 2013 son notablemente más ambiciosos dado que no existe ningún caso que pueda considerarse atípico y que esté distorsionando los resultados.

Tabla 5.1.
Características y distribución del capital semilla

	Capital semilla necesario por <i>Start up</i>				Capital semilla aportado por el emprendedor			
	(Euros)		(Euros)		(Euros)		(Euros)	
	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria	España	Cantabria	España
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Media	115.671	47.768	52.159	753.861	51.539	21.422	20.809	112.454
Mediana	99.234	24.673	19.480	18.000	25.298	8.980	10.000	10.000
Moda	100.000	30.000	3.000	5.000	100.000	15.000	3.000	3.000
Desv. Típ.	141.294	87.399	140.450	17.882.964	75.413	38.377	33.580	1.014.957
Mínimo	4.000	1.000	300	0	0	0	0	0
Máximo	500.000	400.000	1.500.000	600.000.000	300.000	150.000	400.000	15.000.000
Percentil 10	4.613	1.023	2.863	2.000	855	286	1.000	1.000
Percentil 20	6.741	4.000	4.000	5.000	2.246	1.861	2.500	2.000
Percentil 30	17.942	6.077	6.000	6.655	3.475	2.667	3.000	3.000
Percentil 40	47.616	15.000	10.000	11.913	18.158	4.000	5.000	6.000
Percentil 50	99.234	24.673	19.480	18.000	25.298	8.980	10.000	10.000
Percentil 60	100.000	30.000	25.000	30.000	41.897	14.461	15.000	15.000
Percentil 70	100.000	38.509	35.000	50.000	50.000	15.000	20.000	20.000
Percentil 80	244.924	48.976	60.000	84.890	100.000	19.676	30.000	35.696
Percentil 90	378.327	146.308	100.000	200.000	158.495	98.075	50.000	70.513

Consecuentemente, la dispersión ha aumentado en 2013, al aumentar el número de proyectos de mayor dimensión.

En lo referido al capital semilla aportado por el emprendedor, en el caso de Cantabria, la dinámica es muy similar a la que acabamos de describir (Tabla 5.1). El capital semilla medio aportado por el emprendedor se ha más que duplicado, a diferencia de lo ocurrido en España donde se ha reducido a una cuarta parte aproximadamente.

Si observamos el valor de la mediana, ésta se ha multiplicado casi por tres y la moda por más de seis cuando en España no han variado.

Por otro lado, cabe destacar el capital semilla máximo aportado por el emprendedor que, en el caso de Cantabria es de 300.000 Euros (frente a 150.000 de 2012). Este dato sigue siendo menor

que el de España, pero menos alejado dado que este dato en España ha bajado casi 10 veces respecto a 2012, situándose en 400.000 Euros.

Las Figuras 5.1 y 5.2 muestran el porcentaje de emprendedores aportaron el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha la iniciativa emprendedora en Cantabria y en España. En el año 2013 se ha reducido ligeramente el porcentaje de emprendedores que han aportado toda la inversión, (47,6% frente a 50% en 2012). En el caso nacional, sin embargo, ha aumentado desde el 30% en 2012 hasta casi el 50% en 2013. Este nuevo incremento, después de la disminución experimentada en 2012 respecto a 2011, pone de manifiesto la necesidad de financiación externa por parte de los emprendedores y lo vital que sigue siendo facilitar su acceso al crédito o a otras fuentes de financiación externa.

Figura 5.1.

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

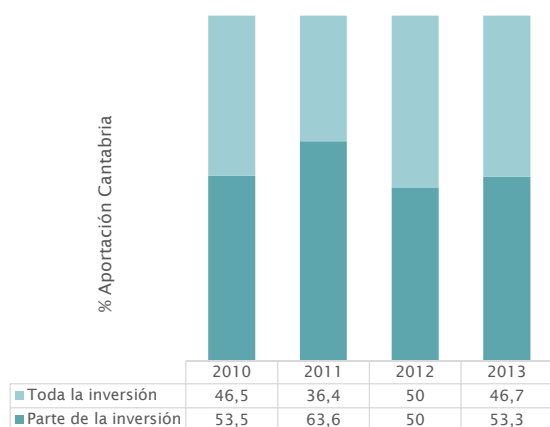
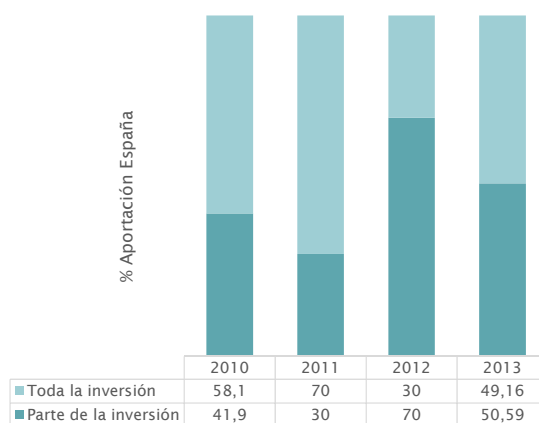


Figura 5.2.

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



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

En este epígrafe se analiza el porcentaje de la población de entre 18 y 64 años en España y en Cantabria que ha realizado inversiones en negocios ajenos en los tres años previos a la entrevista. En el caso español, en el año 2013 un 3,2% de la población adulta ha actuado como inversor en negocios de otros. Mientras que en Cantabria el porcentaje es claramente menor, un 2,4%, y ha empeorado significativamente cuando se compara con el dato de 2012, en el que este porcentaje se situaba en el 3,3%.

En la Figura 5.3. se recoge un gráfico comparativo en el que aparecen representados en orden descendente los porcentajes de *Business Angels* de todos los países que han participado en el estudio

GEM 2013. Si se compara con el gráfico del año 2012, la posición relativa de Cantabria se mantiene y la región continúa manteniendo tasas superiores a las registradas por algunos países de nuestro entorno, como Francia, Bélgica, Portugal o Grecia. España, por su parte, consigue avanzar ligeramente en su posición respecto al año previo.

En la Figura 5.4. se recoge la misma comparativa únicamente incluyendo aquellas economías que están impulsadas por la innovación. España mantiene la posición lograda en 2012, situándose en la zona intermedia superior, con valores por encima de 3. Por lo que se refiere a Cantabria la situación es más desfavorable, situándose en este caso en la zona intermedia inferior de la tabla.

Figura 5.3.
Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en los países GEM 2013

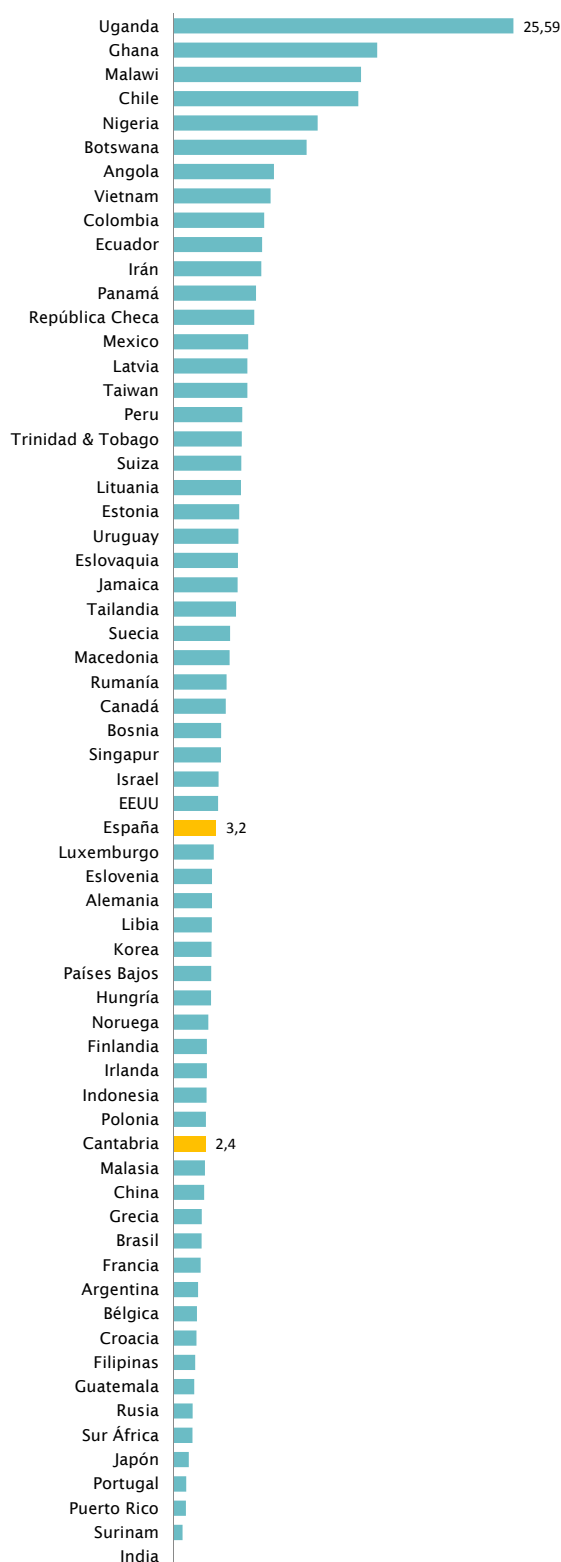


Figura 5.4.
Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en economías impulsadas por la innovación

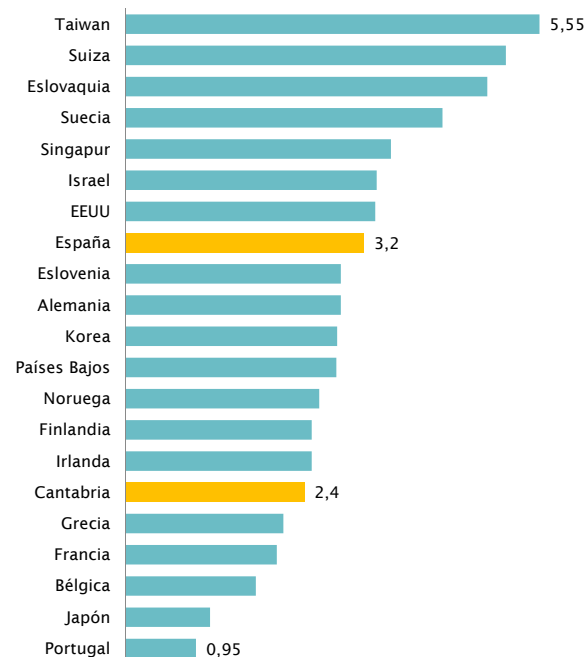


Figura 5.5.
Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en las Comunidades Autónomas

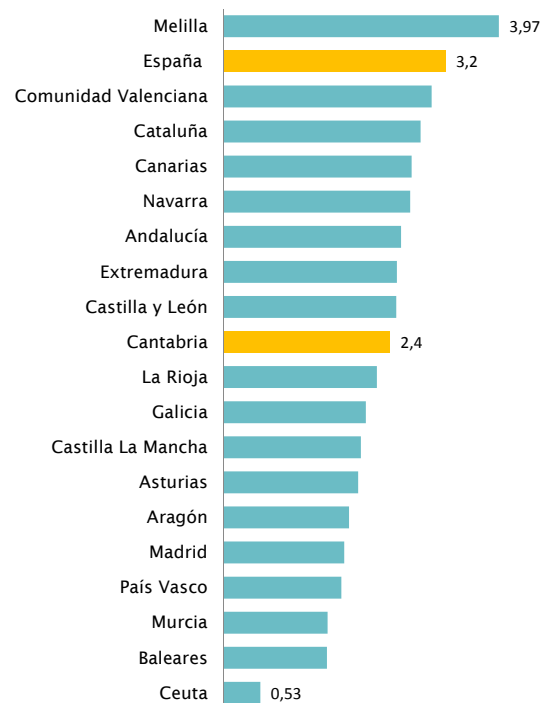


Figura 5.6.
Relación de los Business Angel con el emprendedor
(Cantabria)

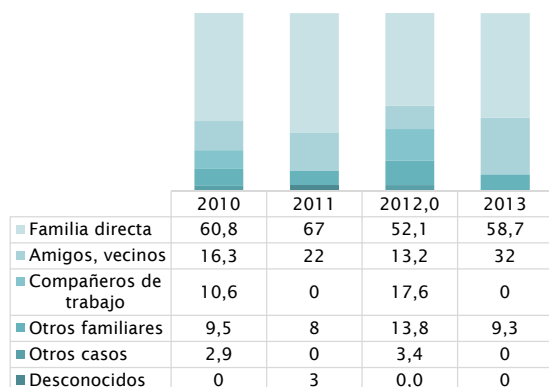
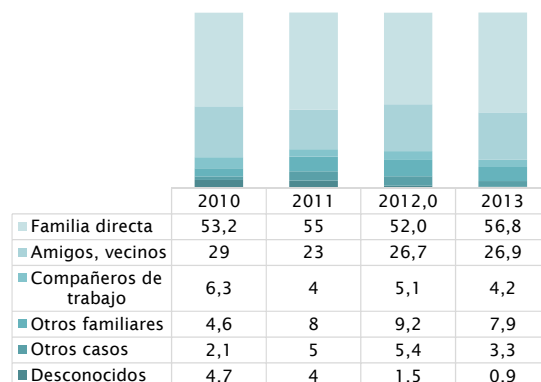


Figura 5.7.
Relación de los Business Angel con el emprendedor
(España)



Por otro lado, en la Figura 5.5 se compara el porcentaje de población cántabra que ha realizado inversiones como *Business Angel* en Cantabria con los porcentajes del resto de comunidades españolas. Cantabria ha avanzado claramente respecto a la situación relativa que mantenía en 2012 en el conjunto de las comunidades autónomas, colocándose en una situación claramente intermedia. Así, supera a comunidades como Madrid o Asturias, que se encontraban por encima de la media nacional en 2012, o País Vasco y Baleares, que se encontraban por encima de Cantabria en ese mismo año, entre otras.

Las Figuras 5.6. y 5.7. muestran la relación que existe entre el emprendedor y los Business Angels en Cantabria y en España. En ambos casos se registra el mayor porcentaje de Business Angels entre los familiares directos de los emprendedores, seguido de los amigos, con porcentajes ligeramente inferiores en este último colectivo en el conjunto nacional frente a Cantabria. Ambos colectivos incrementan su peso relativo en 2013 respecto del existente el año anterior, si bien de forma mucho más clara en Cantabria. En el otro extremo, se ha reducido el porcentaje de otros familiares, que vuelve a situarse en torno a los niveles de 2011 tanto en Cantabria como en España, mientras que los compañeros de trabajo también pierden peso, o incluso desaparecen en el caso de Cantabria.

Finalmente, en la Tabla 5.2. aparece esquematizada información sobre las características principales de los Business Angels de Cantabria y España. En lo referido al género se observa que el porcentaje de hombres supera al porcentaje de mujeres en ambos casos, si bien de forma mucho más acusada en Cantabria que a nivel nacional. En este último año las distancias entre ambos géneros han vuelto a incrementarse,

después de la evolución convergente que venía observándose en los últimos años.

En lo referente al nivel formativo, la posición de Cantabria es peor que la de España, si bien las distancias se han recortado respecto a 2012. Así, el porcentaje de Business Angels con estudios superiores en Cantabria es de un 43,4%, claramente superior al 27,7% registrado el año anterior, mientras en España supera el 54%.

La edad media es muy similar en ambos casos, ligeramente superior en España (44,4 años) y manteniéndose prácticamente inalterada respecto a 2012. En cuanto al origen, en Cantabria el 96,1% de los inversores son españoles; un porcentaje ligeramente superior a la media española situada en el 95,2%.

El 70,7% de los inversores se encuentran activos laboralmente en Cantabria, ya sea trabajando a tiempo parcial o a tiempo completo; en España el porcentaje es ligeramente inferior, un 65,8%. En ambos casos el tamaño medio del hogar es de tres personas. Y, en lo referente a la renta, un 34,1% se encuentra en el tercio superior de renta en el caso de Cantabria frente al 46,2% en el caso de España. Estos datos son inferiores a los registrados en 2012, si bien resulta claramente destacable el descenso observado en Cantabria, en torno a 32 puntos porcentuales.

En Cantabria, el 16,5% de los Business Angels son propietarios o participan en una empresa consolidada. Este dato es similar al porcentaje nacional que se encuentra en el 14,1%. Igualmente el porcentaje de Business Angels que pueden ser clasificados como emprendedores potenciales es similar, aunque algo inferior, en Cantabria (21,5%) que en España (20,5%). Sin embargo, el porcentaje de inversores que teme al fracaso es inferior en Cantabria.

En cuanto a las oportunidades para emprender, los inversores cántabros son menos optimistas ya que un 17,6% de los mismos considera que existen oportunidades frente al 23,7% español. Cabe destacar que, en ambos casos, los porcentajes se mantienen o aumentan ligeramente respecto a los registrados en el año 2012.

Sin embargo, existe un menor porcentaje de Business Angels en Cantabria (82,9%) que consideran tener los conocimientos y habilidades necesarios para emprender. En el caso de España este porcentaje se reduce hasta el 73,5%.

Tabla 5.2.
Características de los Business Angel

CANTABRIA	ESPAÑA
63,6% son hombres 36,4% son mujeres	58,1% son hombres 41,9% son mujeres
43,4% tiene estudios superiores	54,2 % tiene estudios superiores
Edad media de 43,36 años	Edad media de 44,42 años
El 96,1% son españoles	El 95,2% son españoles
Situación laboral activa 70,7% Otro caso 29,3%	Situación laboral activa 65,8% Otro caso 34,2%
Corresponden a un hogar medio de 3,4 personas	Corresponden a un hogar medio de 3,28 personas

CANTABRIA	ESPAÑA
El 34,1% tiene una renta situada en el tercio superior	El 46,2% tiene una renta situada en el tercio superior
El 16,5% es propietario o participa en una empresa consolidada	El 14,1% es propietario o participa en una empresa consolidada
El 21,5% es emprendedor potencial	El 20,5% es emprendedor potencial
No teme al fracaso un 45,8%	No teme al fracaso un 60,9%
Ve buenas oportunidades el 17,6%	Ve buenas oportunidades el 23,7%
Tiene conocimientos para emprender el 82,9%	Tiene conocimientos para emprender el 73,5%

Capítulo 6:
*Actitudes, motivación y capacidad
para emprender en Cantabria*



Capítulo 6: Actitudes, motivación y capacidad para emprender en Cantabria

6.1. Introducción

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

la población involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor en Cantabria. Para ello se hará uso de dos fuentes de información.

En primer lugar, las opiniones aportadas por la población activa cántabra de 18 a 64 años.

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

6.2. Percepción de oportunidades

El porcentaje de la población cántabra de 18-64 años que perciben la existencia de oportunidades para emprender ha consolidado la senda de crecimiento de los últimos años llegando al 13 % en el año 2013, frente al 11,4% de 2012 (Figura 6.1.). Es destacable, no obstante, la diferencia de percepciones entre la población involucrada y la no involucrada. Así, el porcentaje de población involucrada que percibe oportunidades en el entorno (15,8 % en 2013) continúa siendo mayor que en 2011 pero ha caído cinco puntos desde el 20,8% de 2012. Por el contrario, entre la población no involucrada, el porcentaje de personas que perciben oportunidades ha remontado hasta el 13,4%. A pesar de los datos de este año (mejora la percepción de oportunidades de los no involucrados y empeora la de los involucrados) se confirma tanto el cambio de perspectiva que supone estar integrado en el proceso emprendedor como el hecho de que los involucrados valoran más positivamente la situación.

Figura 6.1.
Evolución de la percepción de existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses



6.3. Posesión de red social emprendedora

Se considera que el hecho de conocer a otros emprendedores, sus experiencias y sus conocimientos es un elemento muy valioso que puede ayudar, motivar y guiar a los emprendedores. Es lo que se denomina posesión de red social emprendedora. En el caso de la población cántabra (Figura 6.2.), disminuye en

unos 2,5 puntos la importancia que le dan tanto los involucrados como los no involucrados. Esto explica que se haya acortado la distancia entre ambos colectivos, lo que puede estar relacionado con las iniciativas existentes a nivel institucional para el fomento de la actividad emprendedora.

6.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

La posesión de conocimientos, habilidades y/o experiencia para emprender es uno de los factores, de tipo personal, que puede ser más útil o efectivo a la hora de fomentar el emprendimiento. Los resultados para la población cántabra muestran una mejora en ambos colectivos, aunque más importante entre los no involucrados (Figura 6.3.).

Figura 6.2.
Evolución de la posesión de red social emprendedora

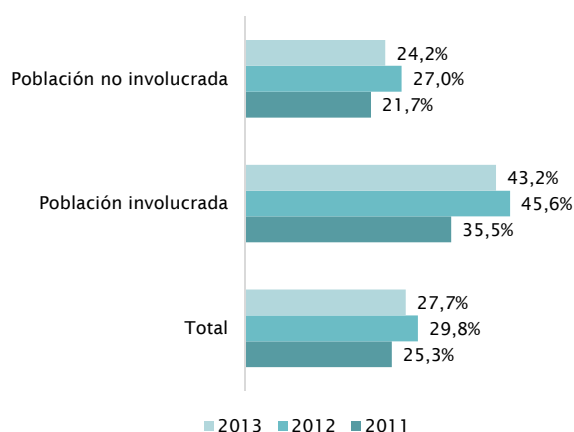
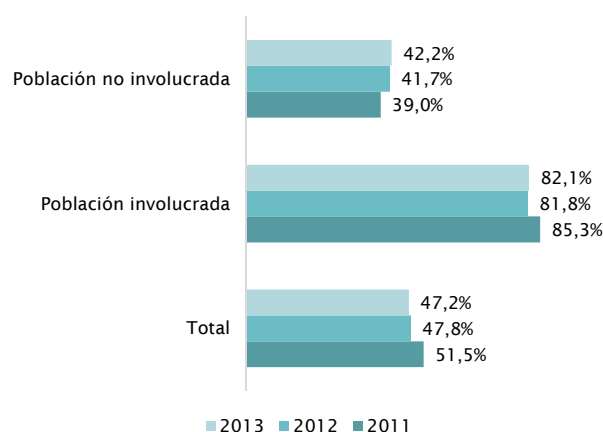


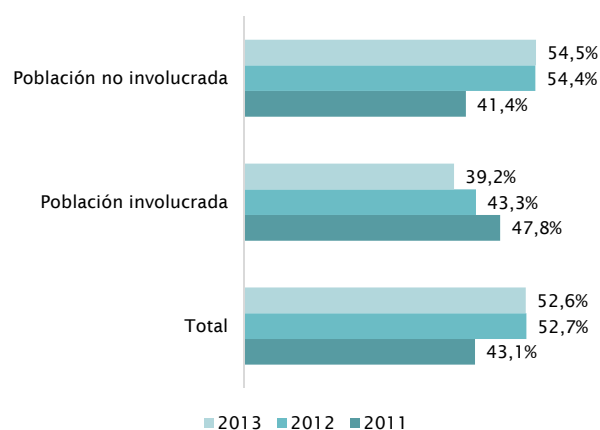
Figura 6.3.
Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender



6.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender

El temor al fracaso ha sido tradicionalmente uno de los obstáculos más importantes al emprendimiento. La Figura 6.4. muestra el porcentaje de personas para las que la posibilidad de fracasar no es un freno para emprender. En la población involucrada, ha disminuido 4 puntos el porcentaje de personas que no consideran el fracaso como un obstáculo al emprendimiento, confirmando la tendencia de los últimos años. Entre la población no involucrada se mantiene el elevado porcentaje de personas (54,5%) para las que el miedo al fracaso no es un freno para emprender.

Figura 6.4.
Evolución de la población cántabra que no teme al fracaso como obstáculo para emprender



6.6. Preferencia por una sociedad competitiva

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

En esta línea, los resultados obtenidos para Cantabria son muy positivos, mejorando los de 2012 en que se produjo un aumento espectacular respecto del año 2011 (Figura 6.5.). Como en 2012, aquellos involucrados en el proceso emprendedor se muestran ligeramente menos competitivos que los que no lo están al responder a esta pregunta.

6.7. *Emprender es una buena opción profesional*

En términos globales, el porcentaje de población cántabra que considera que el emprendimiento es una buena opción profesional ha disminuido en 15 puntos, llegando hasta el 44,5% en 2013 (Figura 6.6.).

No obstante, los involucrados en procesos emprendedores tienen una mejor opinión sobre la percepción social que además mejora ligeramente en 2013 llegando al 49,6%.

Figura 6.5.
Evolución de la población cántabra que opina que la sociedad cántabra prefiere una distribución desigual de la renta, evidenciando así su espíritu más competitivo

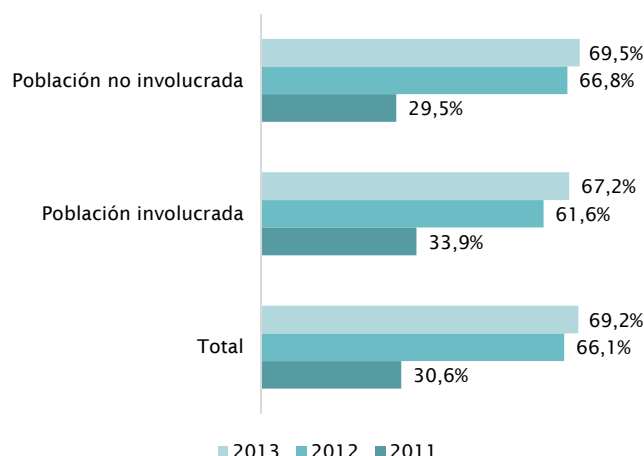
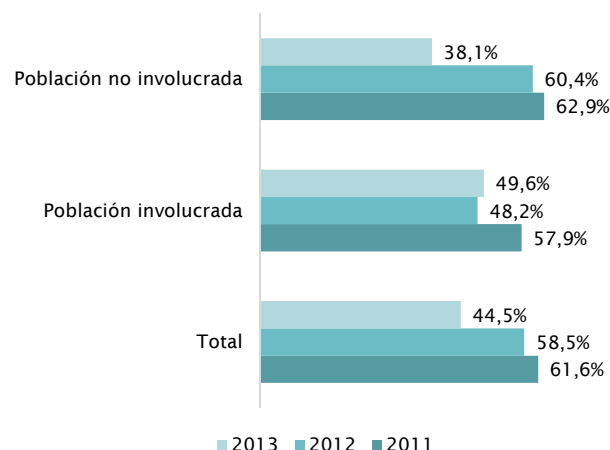


Figura 6.6.
Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria se considera que emprender es una buena opción profesional



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

Coherentemente con los resultados del apartado anterior, en el año 2013 se produce una significativa reducción del porcentaje de población cántabra que piensa que el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor.

Esta disminución es especialmente elevada entre el colectivo de los involucrados en actividades emprendedoras quienes, además, tienen una peor valoración absoluta de este aspecto.

6.9. *Los medios de comunicación y el emprendimiento*

En apartados anteriores se hizo patente la importancia de las redes emprendedoras como elementos que fomentan la creación de nuevos negocios.

En relación con este fenómeno, la comunicación se presenta como otro factor clave y, por lo tanto, la labor de los medios de comunicación cántabros es fundamental.

Los datos de 2013 (Figura 6.8.) muestran una clara divergencia entre las opiniones de los dos colectivos analizados.

Así, el porcentaje de los involucrados en iniciativas emprendedoras que piensa que los medios de comunicación cántabros están realizando una labor comunicativa adecuada ha disminuido más de 11 puntos porcentuales (cayendo hasta el 28,6%). La ligera mejora en la percepción de los no involucrados no consigue que globalmente la opinión mejore.

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

Figura 6.7.

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

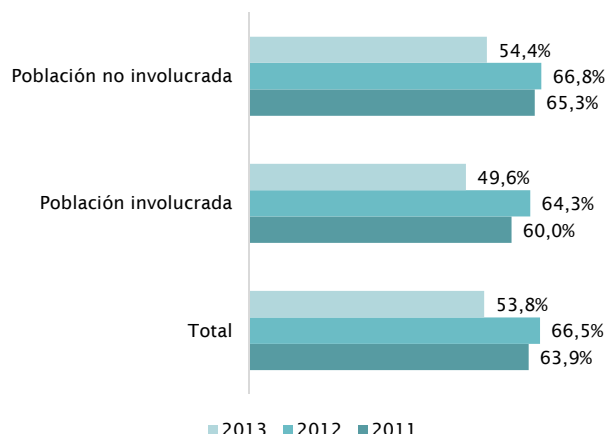
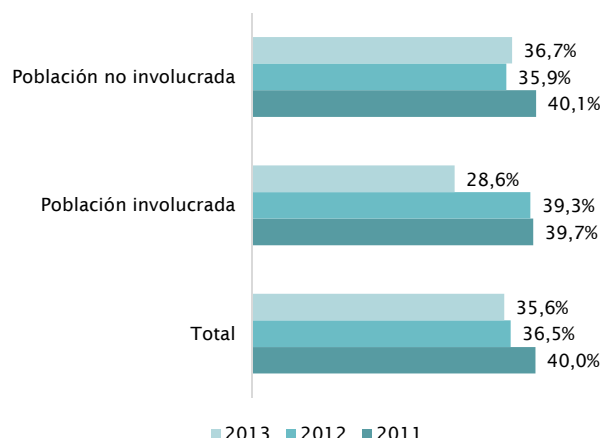


Figura 6.8.

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



6.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

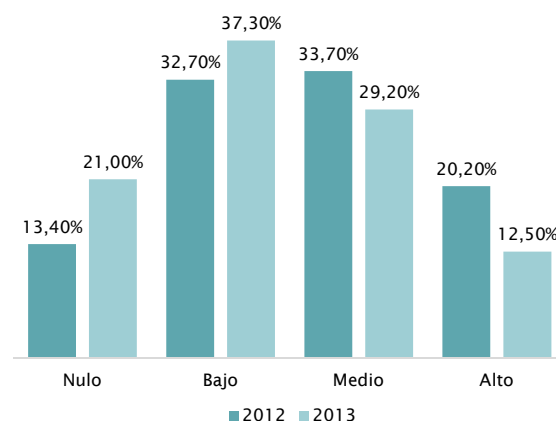
GEM confecciona un índice que se aplica a la población para disponer de una medida del trasfondo cultural de apoyo al emprendimiento que hay en cada sociedad.

Los resultados para Cantabria en el año 2013 señalan por un lado que ha aumentado el porcentaje de personas que no apoyan o apoyan poco a la cultura emprendedora.

Por otro lado, globalmente considerada, la población tiende a no apoyar la cultura emprendedora (Figura 6.9.). Esto supone un notable empeoramiento respecto a los resultados de 2012 cuando, aunque por un escaso margen, el balance era positivo.

Figura 6.9.

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



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

Al comparar la prevalencia de valores, percepciones, actitudes y elementos de apoyo a la cultura emprendedora en la población cántabra con la media de España, del resto de comunidades autónomas, así como del resto de países GEM de la UE impulsados por la innovación, se advierte la existencia de una serie de peculiaridades en Cantabria.

Si nos centramos en la comparación a nivel español, (Figura 6.10.) vemos que en Cantabria se tiene una peor opinión de la cobertura que los medios dan al emprendimiento así como de que el emprendimiento sea una buena opción de carrera profesional. Menos marcado, pero igualmente peor valorado que en España y en el resto de comunidades autónomas es la preferencia por una sociedad competitiva.

Figura 6.10.

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

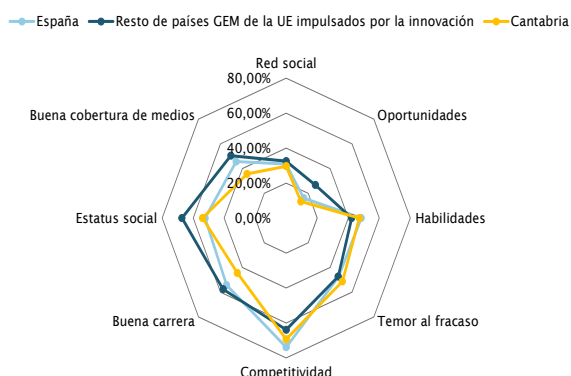
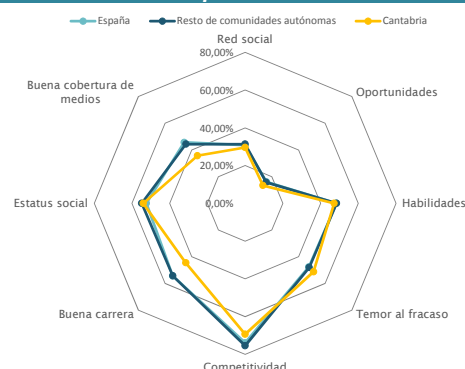


Figura 6.11.

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



En la comparación con los países GEM de la UE (Figura 6.11.), las opiniones de Cantabria son bastante más negativas en lo que se refiere a la existencia de una buena cobertura de los medios, el estatus social de los emprendedores, la consideración del emprendimiento como una buena opción profesional y la existencia de buenas oportunidades de emprendimiento.

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

De forma paralela a la realización de encuestas a la población cántabra de 18-64 años, se procedió a consultar a expertos en emprendimiento para que aportaran su opinión sobre la situación del emprendimiento en la región. Es curioso observar que la opinión de éstos, en algunos casos, no coincide con la opinión de la población encuestada.

En la primera parte de la Tabla 6.1. (Oportunidades en Cantabria) se puede ver cómo las valoraciones han descendido en todos los ítems respecto a 2012 excepto en el caso del ítem que mide la opinión sobre que existen más buenas oportunidades que gente preparada para explotarlas.

A pesar de ese descenso generalizado, y excepto en el caso de las oportunidades de emprendimiento con alto potencial de crecimiento, todos los valores son mayores o iguales que los de 2011. Los ítems mejor valorados son la existencia de buenas oportunidades para el emprendimiento (2,5); el mencionado de que hay más oportunidades que gente que pueda aprovecharlas (2,49) y que las buenas oportunidades han aumentado en los últimos 5 años (2,49).

En el segundo bloque de la tabla (Capacidad emprendedora en Cantabria), la valoración de los expertos en relación a la capacidad emprendedora de la población cántabra ha mejorado o se mantiene respecto a 2012, excepto en lo relativo a

su percepción sobre la capacidad de la población para responder rápidamente a la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan y a la capacidad para poner en marcha pequeños negocios. No obstante el valor otorgado a este ítem (2,31), continúa siendo el más elevado de este bloque.

En lo referente a los mecanismos de motivación, que es el tercer bloque de la tabla, los expertos consideran que los empresarios de éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social. Este es el ítem que mayor puntuación recibe (3,5) de todos los analizados y el único que alcanza una puntuación mayor de 3, aunque esta haya disminuido ligeramente respecto a 2012. También han empeorado ligeramente la percepción de que emprender es una buena opción de enriquecerse y la percepción de que los empresarios son competentes.

Por el contrario, han mejorado las opiniones de los otros dos ítems (deseabilidad de ser empresario y la frecuencia de noticias positivas sobre empresarios de éxito). En general este es el bloque donde más altas puntuaciones se alcanzan.

Por último, el cuarto bloque de la tabla recoge la opinión de los expertos sobre las normas sociales y culturales existentes en Cantabria.

En este caso, los expertos opinan que todos los aspectos sobre los que se preguntaba han mejorado en Cantabria durante 2013. Esto es muy positivo ya que se entiende que tiene el efecto de contribuir a fomentar e impulsar los valores emprendedores en la población cántabra.

Aunque ninguno de los valores pasa de 3, hay tres ítems por encima de 2,5 (valoración del éxito personal conseguido a través del esfuerzo personal, énfasis en la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa y, por último, responsabilidad individual en gestionar la propia vida).

Tabla 6.1.
Evolución temporal de las valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales

Oportunidades en Cantabria:	2013	2012	2011	
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,50	2,59	2,39	Empeora
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,49	2,33	2,36	Mejora
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,49	2,58	2,2	Empeora
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	1,92	2,06	1,92	Empeora
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,11	2,47	2,22	Empeora
Capacidad emprendedora en Cantabria:	2013	2012	2011	
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,86	1,61	2,5	Mejora
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,31	2,33	2,58	Empeora
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,06	2,06	2,53	Se mantiene
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,23	2,24	2,17	Empeora
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,15	2,09	2,14	Mejora
Mecanismos de motivación en Cantabria:	2013	2012	2011	
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,61	2,62	3,47	Empeora
Convertirse en empresario es una opción profesional deseada por mucha gente	2,71	2,56	3,31	Mejora
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,50	3,53	3,22	Empeora
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	2,94	2,82	2,72	Mejora
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	2,83	3,03	2,92	Empeora
Normas sociales y culturales	2013	2012	2011	
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	2,81	2,79	-	Mejora
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,56	2,41	-	Mejora
Las normas sociales y culturales estimulan la toma de riesgo empresarial.	2,22	2,12	-	Mejora
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,31	2,29	-	Mejora
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,67	2,65	-	Mejora

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

En el ámbito nacional e internacional, la posición de Cantabria varía en función de la variable analizada en el año 2013.

Comparada con el resto de las Comunidades Autónomas, Cantabria ocupa la última posición en lo referido a la cantidad y calidad de las oportunidades existentes para la creación de empresas, (Figura 6.12). Está en mala posición respecto al nivel de preparación de la población para emprender (Figura 6.13) aunque por encima de la media española, así como en lo referido al reconocimiento y prestigio que se otorga a los empresarios de éxito (Figura 6.14). Sólo ocupa una

posición destacada en lo referido al apoyo y valor que conceden las normas sociales y la cultura al éxito individual (Figura 6.15). En todos los casos ocupa peor posición que en 2012.

La comparativa internacional arroja una situación muy similar. Cantabria ocupa posiciones muy bajas o bajas en todas las variables analizadas, no pasando en la comparativa internacional de la mitad inferior de la misma en ningún caso. Todo esto configura una situación en que la opinión de los expertos arroja bastantes sombras sobre la situación para el emprendimiento en la región.

Figura 6.12.

Media acerca de la percepción de los expertos sobre si hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas en las Comunidades Autónomas y países del entorno UE-GEM 2013

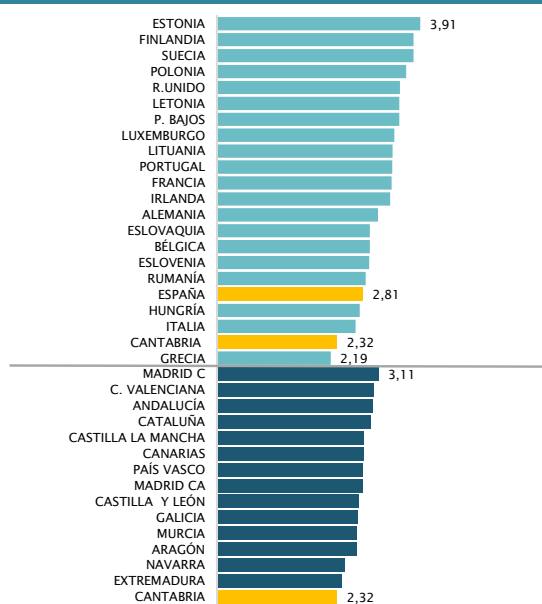


Figura 6.13.

Media acerca de la percepción de los expertos sobre si hay mucha gente que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio en las Comunidades Autónomas y países del entorno UE-GEM 2013

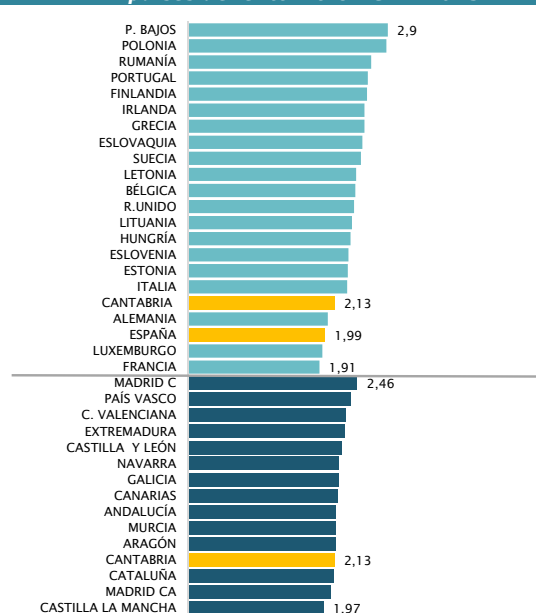


Figura 6.14.

Media acerca de la percepción de los expertos sobre si los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social en las Comunidades Autónomas y países del entorno UE-GEM 2013

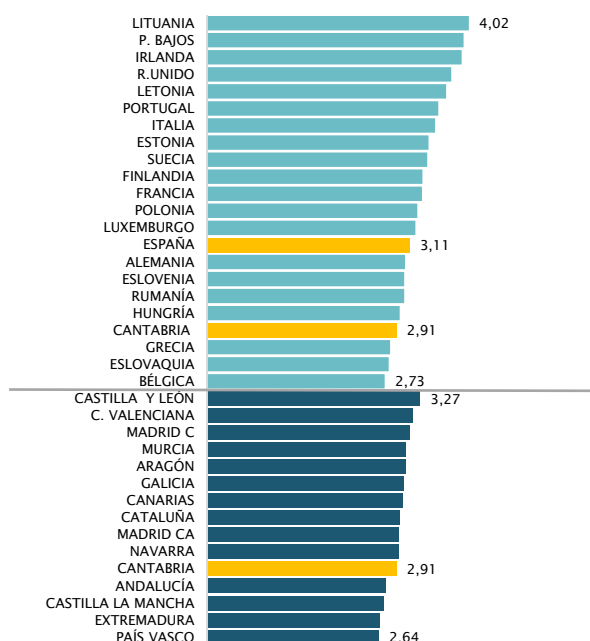
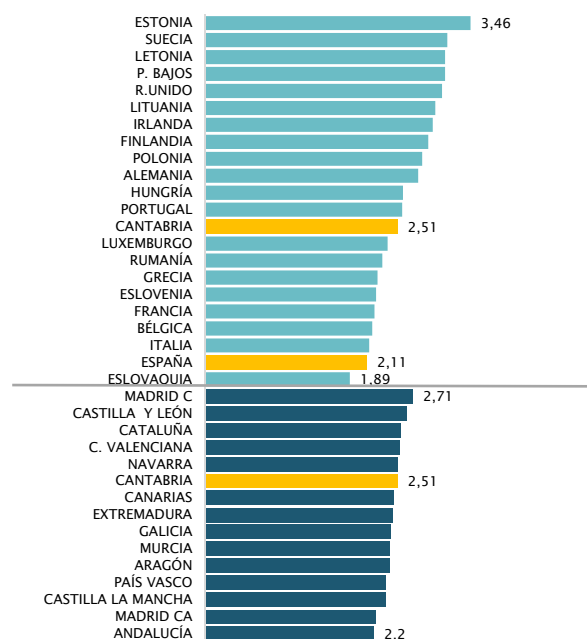


Figura 6.15.

Media acerca de la percepción de los expertos sobre si las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal en las Comunidades Autónomas y países del entorno UE-GEM 2013



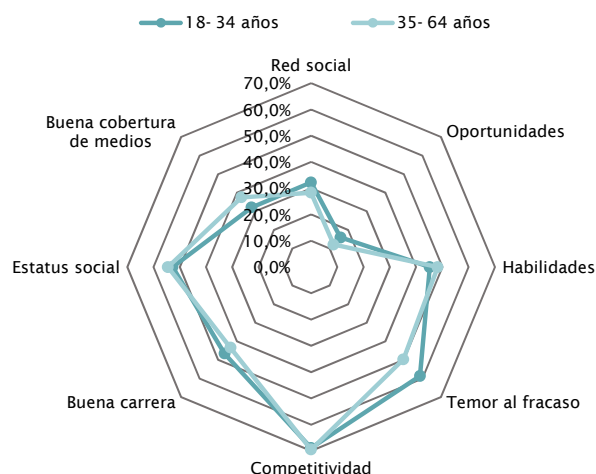
6.14. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven

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

El resultado de este análisis (Figura 6.16.) muestra que la población joven, en términos generales, valora los diferentes factores de forma muy similar a la población adulta. No obstante, se perciben algunas diferencias. La principal es que los jóvenes tienen un mayor temor al fracaso y perciben una peor cobertura por parte de los medios. En la parte positiva, los jóvenes presentan un poco más de confianza en su red social, una mejor opinión de las oportunidades y una mejor percepción del emprendimiento como carrera profesional, aunque estas diferencias no son de gran magnitud.

Figura 6.16.

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



Capítulo 7:
*Análisis general del entorno
en que se desarrolla la actividad
emprendedora en Cantabria*



Capítulo 7: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en Cantabria

7.1. Introducción

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

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

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 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.

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

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

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

En la Tabla 7.1. se observan las valoraciones medias de las condiciones del entorno para el año 2013. Como factores mejor valorados se encuentran el acceso a la infraestructura física, el apoyo a la mujer y el interés por la innovación desde el punto de vista del consumidor. Estos factores también ocuparon las primeras posiciones en el año 2012, no obstante, en el 2013 han mejorado su puntuación aún más.

Dado que las valoraciones se realizan en base a una escala de cinco puntos, todas aquellas condiciones situadas por debajo de 2,5 no se encuentran en una situación deseable. En el año 2013, cuatro factores se encuentran por debajo de ese límite, uno menos que en el ejercicio anterior. Estos son la financiación, la educación emprendedora en la etapa escolar, la política fiscal y la transferencia de I+D.

Tabla 7.1.
Valoración media de las condiciones de entorno para emprender

Valoración media de las condiciones del entorno según los expertos	CANTABRIA		
	2013	2012	
Infraestructura física	3,76	3,51	Mejora
Apoyo mujer emprendedora	3,33	3,14	Mejora
Innovación (consumidor)	3,30	3,12	Mejora
Educación emprendedora post escolar	2,97	2,57	Mejora
Apoyo alto crecimiento	2,97	2,87	Mejora
Programas gubernamentales	2,86	2,93	Empeora
Infraestructura comercial	2,80	2,56	Mejora
Innovación (empresario)	2,80	2,71	Mejora
Políticas, prioridad y apoyo	2,73	2,42	Mejora
Propiedad intelectual	2,73	2,57	Mejora
Dinámica mercado interno	2,67	2,88	Empeora
Barreras mercado interno	2,54	2,41	Mejora
Transferencia I+D	2,35	2,5	Empeora
Política fiscal y burocracia	2,25	2,12	Mejora
Educación emprendedora escolar	1,87	1,66	Mejora
Financiación	1,79	1,8	Estable

En la Tabla 7.2. se muestran los obstáculos al emprendimiento comparados con el año 2012, tanto para Cantabria como para España. El apoyo financiero continua siendo el principal obstáculo. No obstante, el porcentaje de expertos que lo consideran como tal ha disminuido. Con respecto al año 2012, cabe destacar el aumentado notorio que han recibido seis obstáculos, éstos son: las políticas gubernamentales (que pese a mantener su posición, casi han duplicado su importancia como

obstáculo), el acceso al mercado, la educación y formación, y los programas gubernamentales. En el sentido contrario, hay un conjunto de obstáculos cuya presencia ha disminuido de acuerdo con la opinión de los expertos: la capacidad emprendedora, la transferencia de I+D, la infraestructura comercial y el clima económico son los más importantes.

Existen muchos puntos en común en lo referente a los obstáculos principales para el caso de

Cantabria y para el español. Así, a pesar de que los porcentajes no son iguales, podría afirmarse que los principales obstáculos existentes, tanto a nivel nacional como regional, son el apoyo financiero, las políticas gubernamentales, las normas sociales y culturales, el acceso al mercado (barreras), y la educación y formación.

En cuanto a las grandes diferencias, destacar dos, así como para Cantabria el contexto político, social e intelectual es el quinto obstáculo, en el caso de España su importancia es nula. Lo mismo ocurre, aunque en menor grado, con el acceso a las infraestructuras físicas, cuya importancia es mayor en el caso regional.

Tabla 7.2.
Los obstáculos al emprendimiento

Factores del entorno que obstaculizan la actividad emprendedora (porcentaje de respuestas)	RANKING CANTABRIA			RANKING ESPAÑA		
	2013	2013	2012	2013	2013	2012
Apoyo financiero	74,1	1	1	82,9	1	1
Políticas gubernamentales	61,2	2	2	42,9	2	2
Normas sociales y culturales	38,7	3	3	37,1	3	3
Acceso al mercado, barreras	22,5	4	9	14,3	6	7
Educación y formación	12,9	5	9	22,9	4	5
Contexto político, social e intelectual	12,9	5	8	0	11	7
Programas gubernamentales	9,6	6	10	5,7	9	7
Acceso a las infraestructuras físicas	6,4	7	9	2,9	10	8
Capacidad emprendedora	6,4	7	2	17,1	5	6
Costes laborales, acceso y regulación	6,4	7	-	11,4	7	-
Acceso a la información	3,2	8	-	8,6	8	-
Transferencias de I+D	0	9	4	0	11	7
Infraestructura comercial y profesional	0	9	5	0	11	7
Clima económico	0	9	6	2,9	10	4
Estado del mercado laboral	0	9	7	5,7	9	7
Composición percibida de la población	0	9	7	0	11	8
Crisis económica	0	9	-	14,3	6	-
Corrupción	0	9	-	0	11	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0	9	-	0	11	-
Internacionalización	0	9	-	0	11	-
Otros	0	9	-	0	11	-

La Tabla 7.3. muestra los factores que favorecen la actividad emprendedora. El estado del mercado laboral, las políticas gubernamentales y la educación y formación son los factores que más favorecen la actividad emprendedora. En el lado opuesto, los factores que menos favorecen son el acceso a la información, los costes laborales,

acceso y regulación, así como el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas.

Es destacable el descenso de la capacidad emprendedora que, siendo el segundo factor en el año 2012, en el 2013 ocupa la décima posición.

Si comparamos el caso de Cantabria con el caso de España, observamos que el estado del mercado laboral y las políticas gubernamentales (factores más importantes para Cantabria), también se encuentran en las primeras posiciones de España.

Sin embargo, la crisis económica que es el factor más importante para el caso español, ocupa la quinta posición para Cantabria, es decir, a nivel regional la crisis no ha sido un aliciente para emprender o, al menos, no como lo ha sido a nivel nacional.

Tabla 7.3.
Factores que favorecen la actividad emprendedora

Factores del entorno que facilitan la actividad emprendedora (porcentaje de respuestas)	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2013	2013	2012	2013	2013	2012
Estado del mercado laboral	51,6	1	1	30,3	3	3
Políticas gubernamentales	45,1	2	4	45,5	2	2
Educación y formación	29,0	3	1	15,2	6	3
Normas sociales y culturales	25,8	4	7	15,2	6	4
Programas gubernamentales	16,1	5	6	18,2	5	5
Crisis económica	16,1	5	-	54,5	1	-
Acceso al mercado, barreras	9,6	6	8	3,0	10	7
Apoyo financiero	6,4	7	7	12,1	7	9
Clima económico	6,4	7	3	0	11	-
Internacionalización	6,4	7	-	0	11	-
Transferencia de I+D	3,2	8	6	6,1	9	6
Infraestructura comercial y profesional	3,2	8	7	9,1	8	7
Acceso a las infraestructuras físicas	3,2	8	10	0	11	-
Capacidad emprendedora	0	9	2	21,2	4	1
Contexto político, social e intelectual	0	9	5	15,2	6	8
Composición percibida de la población	0	9	9	0	11	8
Corrupción	0	9	-	0	11	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0	9	-	0	11	1
Costes laborales, acceso y regulación	0	9	-	3	10	-
Acceso a la información	0	9	-	3	10	-
Otros	0	9	11	0	11	-

La tabla 7.4 muestra factores que promueven la actividad emprendedora, en base a las recomendaciones realizadas por los expertos. La coincidencia es muy elevada entre el caso de Cantabria y el de España. Así, los factores más importantes en ambos casos son las políticas gubernamentales, el apoyo financiero, la educación

y formación, los programas gubernamentales y las normas sociales y culturales.

En el extremo opuesto, cabe destacar la situación de dos factores que, pese a no ser considerados importantes en el caso de Cantabria, sí lo son para el caso de España. Éstos son: el acceso a la información y la internacionalización.

Tabla 7.4.
Factores que promueven la actividad emprendedora

Recomendaciones que pueden favorecer el emprendimiento (porcentaje de respuestas)	CANTABRIA			ESPAÑA		
	2013	2013	2012	2013	2013	2012
Políticas gubernamentales	70,0	1	2	63,6	1	1
Apoyo financiero	50,0	2	1	48,5	2	3
Educación y formación	43,3	3	5	45,5	3	2
Programas gubernamentales	26,6	4	3	18,2	4	3
Normas sociales y culturales	23,3	5	5	18,2	4	5
Acceso al mercado, barreras	10,0	6	6	3,0	7	8
Contexto político, social e intelectual	6,6	7	6	0	8	7
Costes labores, acceso y regulación	6,6	7	-	6,1	6	-
Transferencia de I+D	3,3	8	5	6,1	6	7
Acceso a las infraestructuras físicas	3,3	8	5	0	8	9
Clima económico	3,3	8	6	0	8	8
Capacidad emprendedora	0	9	4	6,1	6	6
Estado del mercado laboral	0	9	4	3,0	7	8
Infraestructura comercial y profesional	0	9	5	3,0	7	4
Composición percibida de la población	0	9	7	0	8	9
Crisis económica	0	9	-	0	8	-
Corrupción	0	9	-	0	8	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0	9	-	0	8	-
Internacionalización	0	9	-	6,1	6	-
Acceso a la información	0	9	-	9,1	5	-
Otros	0	9	7	-	-	-

7.3. Las opiniones facilitadas: hablan los expertos

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

¹El equipo de investigación recoge las respuestas sin ningún tipo de valoración puesto que se trata de opiniones. Ahora bien, recogen matices que consideramos de utilidad para los distintos

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

- ➔ **Falta de acceso a la financiación.** Los emprendedores tienen muchas dificultades para acceder a financiación. Teniendo en cuenta que los emprendedores no disponen de suficiente capital propio para financiarse, la ausencia de crédito es un grave problema. El acceso está restringido, especialmente si

agentes económicos y enriquecen el análisis incorporando algunos aspectos personales de los encuestados.

se carecen de avales. Todo ello se ve agravado por la inexistencia de otras fuentes de financiación alternativas. Además las subvenciones, que podrían funcionar como alternativa, funcionan con escasa eficacia.

- **No hay cultura emprendedora.** Se percibe que hay poca iniciativa. Así el emprendimiento no es una opción profesional para la juventud. Esto probablemente sea consecuencia de la mentalidad predominante en la sociedad caracterizada por la aversión al riesgo y el miedo al fracaso. Además, existe una baja valoración de la figura del empresario. Se concluye por tanto que la cultura emprendedora aún no está consolidada.
- **Excesiva burocracia.** El emprendedor ha de enfrentarse a muchos trámites que consumen tiempo y requieren de numerosa documentación. Los trámites son excesivos, incluyendo la tramitación de licencias y autorizaciones. Destacar que la excesiva burocracia no sólo se produce en trámites con organismos públicos sino también con las entidades bancarias. Así, las empresas nuevas y en crecimiento no tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, etc.).
- **Situación económica desfavorable.** La situación actual es aún delicada. Se ha producido un descenso del consumo interno y la demanda interna aún es débil. Además, se observa una falta de tejido industrial y, como consecuencia, no existe un adecuado “caldo de cultivo” que genere nuevas oportunidades empresariales.
- **Políticas y apoyo gubernamental.** Se percibe una estrategia política poco definida. Existen pocas políticas dedicadas a reanimar la economía y activar el empleo. Además, las políticas que existen parece poco efectivas, y no tienen carácter duradero sino que cambian con cada legislatura. También, parece que la coordinación entre los programas e instrumentos de fomento del emprendimiento, así como la coordinación entre los organismos responsables, es escasa.
- **Política fiscal.** La política fiscal existente no favorece el emprendimiento. Los impuestos son muy elevados y no existen beneficios fiscales.
- **Falta de formación.** La formación y educación para el emprendimiento es escasa. Como

consecuencia no hay una capacitación efectiva para emprender (capacidad de gestión y liderazgo, por ejemplo). Este hecho junto con la pérdida de la tradición empresarial provoca que los jóvenes no tengan suficiente experiencia y no estén igual de preparados.

- **Motivación.** Son muchas las iniciativas emprendedoras que surgen por necesidad y, por lo tanto, carecen de un modelo de negocio adecuado. Además, en multitud de ocasiones, el término emprendimiento ha sido utilizado como herramienta de marketing, generándose muchas iniciativas vacías.
- **Problemas de comunicación.** Existen pocas vías de comunicación o éstas no son efectivas. Como consecuencia, en muchas ocasiones, el emprendedor desconoce los sistema de apoyo que ya existen.

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

- **Actividades emergentes.** Actualmente están surgiendo nuevas actividades empresariales que ofrecen oportunidades para nuevos proyectos empresariales, por ejemplo, el sector de las TIC.
- **Emprendimiento por necesidad.** La actual situación de crisis económica y falta de empleo por cuenta ajena, está fomentando el emprendimiento como alternativa a la situación de desempleo.
- **Formación.** Cada vez existen más programas de formación para emprendedores promovidos no sólo desde las universidades sino también a través de los organismos e instituciones públicas. Además, la formación no sólo se limita al ámbito universitario sino que se han implantado programas para fomentar el emprendimiento desde los niveles escolares.
- **Políticas gubernamentales.** En los últimos tiempos han surgido nuevas políticas destinadas a fomentar el emprendimiento; sin embargo, aún no se han aplicado por completo, hecho que hay que acelerar y evitar que se genere mucha burocracia. Entre otras iniciativas, se han simplificado los trámites administrativos, se apoya el autoempleo (capitalización del paro, acceso a capital inicial, recibo de autónomos), se han

realizado reformas en materia fiscal y laboral...

- **Nueva mentalidad.** Parece que se está dando un impulso a la cultura emprendedora. Se potencia el surgimiento de nuevas mentalidades. Se percibe un aumento en el prestigio social del emprendedor.
- **Creación de viveros de empresas.** El número de viveros o incubadoras de empresas cada vez es mayor. Desde ellos las empresas reciben asesoramiento y ayuda para desarrollar su negocio, sobre todo durante las primeras etapas del mismo.
- **Ligera mejora de la financiación.** Se percibe una ligera tendencia a la apertura de la financiación. Así, se fomentan los convenios con entidades financieras para facilitar el acceso a microcréditos.
- **Apoyo institucional.** En los últimos años han surgido numerosas iniciativas para el fomento del emprendimiento tanto a nivel nacional como regional. Algunos ejemplos son: Sistema Regional de Emprendimiento, Cantabria empresarial, Santander 2014, Web Cantabria Emprendedora (acceso único a toda la información sobre emprendimiento de la región), iniciativas privadas como el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), realización de encuentros, fomento de la creación e redes de colaboración...
- **Agentes de empleo y desarrollo local.** Se está apostando por la figura de los agentes de empleo y desarrollo local. Son profesionales altamente cualificados que proporcionan ayuda a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.
- **Nuevas tecnologías.** El desarrollo de las nuevas tecnologías aporta nuevas oportunidades de negocio y la posibilidad de simplificar el proceso emprendedor.

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

- **Facilitar el acceso a la financiación.** Establecer mecanismos adecuados para que el crédito fluya a las empresas. Para ello hay que diseñar programas de acceso a la financiación (no tienen por qué ser globales, sino que pueden ser selectivos). Potenciar líneas de financiación para microempresas y colectivos con mayores dificultades, quizá mediante la eliminación de la necesidad de aval.
- **Apoyo a la universidad.** El gobierno debe apoyar a la Universidad como principal agente generador de conocimiento (I+D+i) y responsable de la transferencia del mismo.
- **Formación.** No obstante, la formación emprendedora no sólo debe ofertarse en las universidades sino en todos los niveles educativos (primaria, secundaria y formación profesional).
- **Fomentar el espíritu emprendedor.** Hay que fomentar el espíritu emprendedor, la iniciativa individual y la creatividad desde edades tempranas. Es necesario acabar con la mentalidad del funcionariado.
- **Emprendimiento selectivo.** No ha de empujarse al emprendimiento de forma global ya que hay personas que no están preparadas. Por el contrario hay que centrarse en ayudar y formar a todas aquellas empresas dispuestas a emprender.
- **Creación de incubadoras y centros de emprendimiento.** Favorecer el acceso de los jóvenes a la ayuda que puedan proporcionarles estos centros. Fomentar también la cooperación público-privada de los actores territoriales.
- **Creación de un plan** estratégico lógico, consensado, estable y financiado.
- **Potenciación del tejido industrial.**
- **Promover reformas** que favorezcan la competitividad del sector bancario y energético.
- **Reducir y simplificar los trámites burocráticos.** Flexibilizar el sistema burocrático existente.
- **Reformas fiscales.** Fomentar los beneficios fiscales y laborales. Instaurar un sistema fiscal más progresivo y claro.
- **Fomentar la mejora de las comunicaciones y de las infraestructuras de transporte.**
- **Fomentar la cultura emprendedora en todos los ámbitos educativos y sociales.**
- **Poner en valor la figura del emprendedor.** Diferenciar claramente al emprendedor del especulador.
- **Apoyar y valorar el esfuerzo personal enfatizando la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal.**
- **Difundir los casos de éxito de emprendedores de la región.**

7.4. Información detallada relativa a las condiciones del entorno

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

- **Financiación:** continuando con la tendencia de años anteriores, en el año 2013 en Cantabria no parece haber suficientes oportunidades de financiación para emprender. No obstante, cabe destacar que la situación se mantiene como el año anterior, y en un caso ha mejorado.
- **Políticas gubernamentales:** pese a que aún es un campo en el que hay que mejorar, cabe destacar que, al menos, la situación no ha retrocedido y, en todos los casos analizados, la situación se ha mantenido estable o ha mejorado. En concreto, parece que el apoyo al emprendimiento ha pasado a ser una prioridad para el gobierno estatal; además, se ha producido una mejora en los impuestos y regulaciones que, en el 2013, parecen más coherentes.
- **Programas gubernamentales:** la situación de los programas gubernamentales difiere bastante de la del año anterior. Así, se han producido mejoras en el acceso a la información gracias a la unificación de la misma en puntos concretos (Ventanilla única), y en el apoyo a las empresas por parte de los parques científicos y las incubadoras. Sin embargo, la situación ha empeorado en lo referente a los programas. Se percibe que los programas no se ajustan ni en número ni en contenido.
- **Educación y formación:** se ha producido una mejora en el estado de la educación y de la formación en materia de emprendimiento en Cantabria. Así, la formación en los niveles primario y secundario, así como en la formación continua y la formación profesional ha mejorado.
- **Transferencia de I+D:** en este sentido se percibe una ligera mejoría en lo referido a la transferencia del conocimiento de las universidades al sector privado. No obstante, el acceso a la información y a las nuevas tecnologías para las empresas nuevas y en crecimiento es más complicado que para las empresas ya establecidas. Destacar, no obstante, que existen oportunidades para crear proyectos empresariales de carácter global basados en las nuevas tecnologías.
- **Acceso a la infraestructura comercial y de servicios:** la situación en este caso se mantiene exactamente igual que en el año 2012. Así, pese a la existencia de un número suficiente de proveedores, consultores y subcontratistas, las empresas de nueva creación tienen dificultades para acceder a sus servicios debido, en parte, al coste de los mismos.
- **Apertura de mercado interno:** parece que en el año 2013 la estabilidad de los mercados es ligeramente mayor que el año anterior, por lo tanto, la situación ha mejorado en ese sentido. Sin embargo, el acceso y el coste de entrada al mercado sigue siendo un inconveniente potente para las empresas de nueva creación, incluso más fuerte que en el año 2012.
- **Infraestructura física, estado y acceso:** la situación a este respecto es buena y se mantiene respecto al año 2012. Así, existen sistemas de comunicación e infraestructuras físicas al servicio de las empresas nuevas y en crecimiento; los plazos y costes que tienen que afrontar para adquirirlos también son asumibles.
- **Normas sociales y culturales:** la cultura y la sociedad no valoran el éxito individual derivado del esfuerzo personal. Tampoco fomentan la creatividad, la innovación o la asunción de riesgos. La autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal no se promueven.
- **Legislación y estado de registros, patentes y similares:** la aceptación y respecto por la propiedad de los inversores alcanza un buen nivel, como ya ocurría en el año 2012; este año, además, se ha producido una mejora en la legislación existente de propiedad intelectual así como en el cumplimiento de la misma. Queda aún margen de mejora en lo referente a la venta ilegal de copias piratas y al respecto de las marcas registradas y derechos de autor.
- **Apoyo a la mujer emprendedora:** en general se puede afirmar que existe apoyo a la mujer emprendedora y que, en algunos casos, ha mejorado (percepción social de la mujer como emprendedora). Como aspecto a

mejorar es la existencia de escasos servicios sociales que permitan a la mujer compatibilizar la vida profesional y la familiar.

- **Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo:** la situación se mantiene similar al año 2012. Se considera que no hay suficientes políticas de apoyo a empresas de alto potencial de crecimiento.
- **Interés por la innovación:** en comparación con el año anterior, se percibe una mayor apertura de los consumidores hacia la innovación. Así, éstos valoran la innovación y disfrutan con la creación de nuevos productos y servicios. Las empresas consolidadas, sin embargo, no valoran ni positiva ni negativamente la innovación.

Además, no están dispuestas a proveerse de empresas de reciente creación.

- **Emprendimiento y jóvenes:** en general, los jóvenes disponen de las mismas medidas y mecanismos que los emprendedores adultos para iniciarse en el mundo del emprendimiento. Sin embargo, el acceso a la financiación parece estar más complicado en su caso y tienen que recurrir a ayudas de familiares y amigos. Por otro lado, muchos jóvenes son empujados al emprendimiento por necesidad en vez de mostrarles las ventajas formativas y competenciales que obtendrán. Muchos jóvenes, además, consideran que las oportunidades en el exterior son mejores.

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

Programas gubernamentales		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
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	Más bien cierto, mejora
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	Más bien cierto, mejora
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	2	Más bien falso, empeora
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3	Ni cierto ni falso, estable
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.	2	Más bien falso, empeora
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2	Más bien falso, estable

Educación y formación		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2	Más bien falso, estable
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	2	Más bien falso, mejora
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1,5	Más bien falso, mejora
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2	Más bien falso, estable
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3	Ni cierto ni falso, estable
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.	3	Ni cierto ni falso, mejora

Transferencia de I+D		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
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.	3	Ni cierto ni falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2	Más bien falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2	Más bien falso, estable
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2	Más bien falso, estable

La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	4	Más bien cierto, estable
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2	Más bien falso, estable

Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	4	Más bien cierto, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	2	Más bien falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	3	Ni cierto ni falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3	Ni cierto ni falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).	2	Más bien falso, estable

Apertura de mercado interno

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2	Más bien falso, mejora
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2	Más bien falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2	Más bien falso, estable
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2	Más bien falso, empeora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	3	Ni cierto ni falso, empeora
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	3	Ni cierto ni falso, mejora

Infraestructura Física, Estado y Acceso

Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	4	Más bien cierto, estable
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	4	Más bien cierto, estable
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc) en aproximadamente un mes.	4	Más bien cierto, estable
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc).	4	Más bien cierto, estable
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	4	Más bien cierto, estable

Normas Sociales y Culturales		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	2	Más bien falso, empeora
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2	Más bien falso, estable
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2	Más bien falso, estable
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2	Más bien falso, estable
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2	Más bien falso, empeora
Legislación y estado de registros, patentes y similares		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa y comprensible	4	Más bien cierto, mejora
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	3	Ni cierto ni falso, mejora
La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	2	Más bien falso, estable
Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	3	Ni cierto ni falso, estable
Se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	4	Más bien cierto, estable
Apoyo a la mujer emprendedora		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2	Más bien falso, estable
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	4	Más bien cierto, mejora
Se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	4	Más bien cierto, mejora
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	4	Más bien cierto, estable
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	5	Cierto, estable
Creación de empresas de alto potencial		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
Existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo	2	Más bien falso, estable
Los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3	Ni cierto ni falso, estable
La gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3	Ni cierto ni falso, estable

El potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.	3,5	Más bien cierto, mejora
En las políticas gubernamentales, el apoyo a las empresas con alto potencial de crecimiento es una prioridad	3	Ni cierto ni falso, estable

Interés por la innovación		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión y evolución
A las empresas les gusta experimentar con nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer las cosas	3	Ni cierto ni falso, estable
A los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios	4	Más bien cierto, mejora
La innovación es altamente valorada por las empresas	3	Ni cierto ni falso, estable
La innovación es muy valorada por los consumidores	4	Más bien cierto, mejora
Las empresas consolidadas están abiertas a utilizar nuevos proveedores y firmas emprendedoras	2	Más bien falso, estable
Los consumidores están muy abiertos a la compra de productos y servicios que proceden de nuevas firmas emprendedoras	3	Ni cierto ni falso, estable
Emprendimiento y jóvenes (Nuevo 2012)		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En Cantabria...	Mediana	Conclusión
Los jóvenes tiene fácil acceso a la educación primaria y secundaria	5	Cierto, estable
La mayoría de los jóvenes no tiene otra opción que buscarse un trabajo	3	Ni cierto ni falso, empeora
Los jóvenes son impulsados hacia el emprendimiento por necesidad	3,5	Más bien cierto, empeora
Las familias esperan que los jóvenes contribuyan a la economía familiar	3	Ni cierto ni falso, estable
Los jóvenes involucrados en la actividad empresarial tienden más a ser autoempleados que empleados (trabajar para otros)	2,5	Más bien falso, mejora
Los jóvenes auto empleados aprenden a desarrollar sus negocios mayoritariamente a través de sus propias experiencias	4	Más bien cierto, estable
Hay muchas oportunidades para desarrollar micro negocios para jóvenes	2	Más bien falso, estable
Los programas gubernamentales forman y apoyan de manera efectiva a los jóvenes emprendedores	2	Más bien falso, estable
Las situaciones conflictivas constituyen una barrera sustancial para la puesta en marcha y desarrollo de negocios de jóvenes y adultos jóvenes	4	Más bien cierto, estable
Los jóvenes adultos están involucrados de forma significativa en el emprendimiento	4	Más bien cierto, mejora
Los jóvenes y los adultos jóvenes se enfrentan a más obstáculos para emprender en comparación con la población adulta en general	3	Ni cierto ni falso, estable
Hay un sistema adecuado de incubadoras de empresas que puede ser accedido por los jóvenes adultos	2	Más bien falso, empeora
La mayoría de los jóvenes adultos que emprenden han sido ayudados en sus iniciativas por sus familias, parientes o amigos	4	Más bien cierto, estable
Las entidades financieras (bancos, inversores informales, Business Angels...) invierten iniciativas de jóvenes adultos	2	Más bien falso, estable
Los microcréditos para la creación empresarial de jóvenes adultos son eficientes	2	Más bien falso, estable
Los jóvenes adultos consideran que las oportunidades de vida/trabajo que hay fuera del país son más atractivas	4	Más bien cierto, estable

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

En las figuras que se muestran a continuación se recogen las posiciones de Cantabria en relación con el resto de las Comunidades Autónomas que han participado en el Proyecto GEM en 2013.

En muchos de los factores analizados la posición que ocupa Cantabria no es muy prometedora. Así, en el caso de la innovación desde el punto de vista del empresario (Figura 7.15) ocupa la última posición; y en el acceso a la financiación (Figura 7.1.), en la infraestructura comercial (Figura 7.8.) y en la innovación desde el punto de vista del consumidor ocupa la penúltima posición.

Además, en otros factores como son los programas gubernamentales (Figura 7.4), la transferencia de I+D (Figura 7.7), las infraestructuras físicas (Figura

7.11) y la propiedad intelectual (Figura 7.12), Cantabria se posiciona en la mitad inferior de los gráficos.

Como aspectos positivos, Cantabria se sitúa en la parte superior del gráfico en lo referido a la política fiscal y burocrática (Figura 7.3.), en la educación emprendedora escolar (Figura 7.5.) y postescolar (Figura 7.6.), en la dinámica del mercado interno (Figura 7.9), las barreras del mercado interno (Figura 7.10) y el apoyo al alto crecimiento (Figura 7.14). Además, ocupa la primera posición en lo referente al apoyo a la mujer emprendedora (Figura 7.13).

Figura 7.1.
Acceso a la financiación

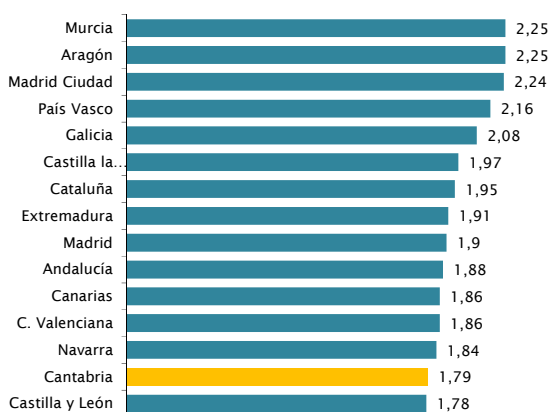


Figura 7.2.
Políticas, prioridad y apoyo

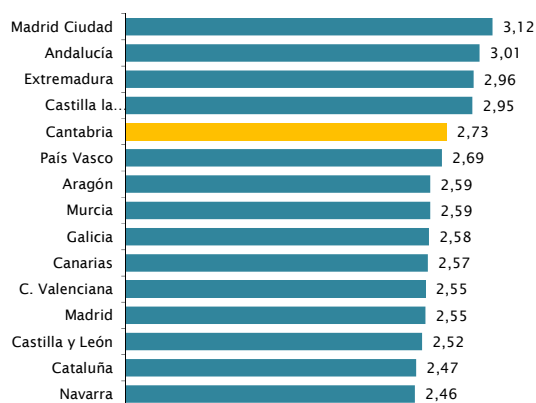


Figura 7.3.
Política fiscal y burocrática

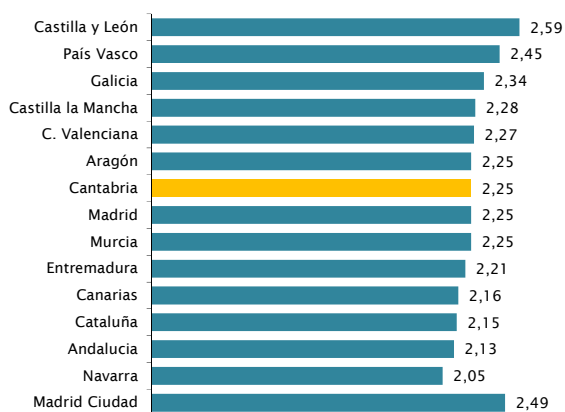


Figura 7.4.
Programas gubernamentales

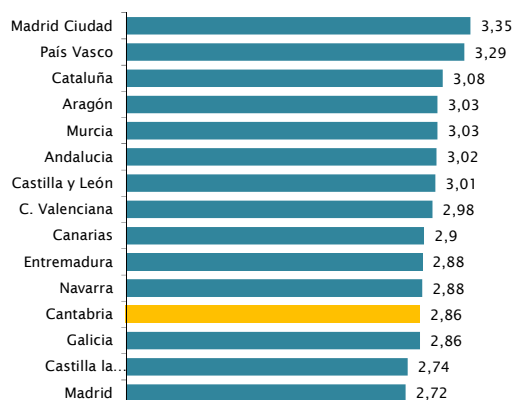


Figura 7.5.
Educación emprendedora escolar

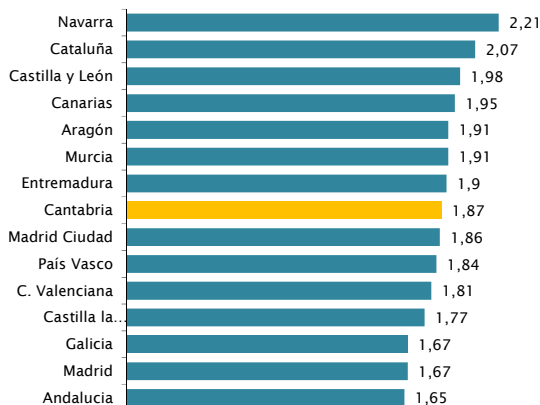


Figura 7.6.
Educación emprendedora post-escolar

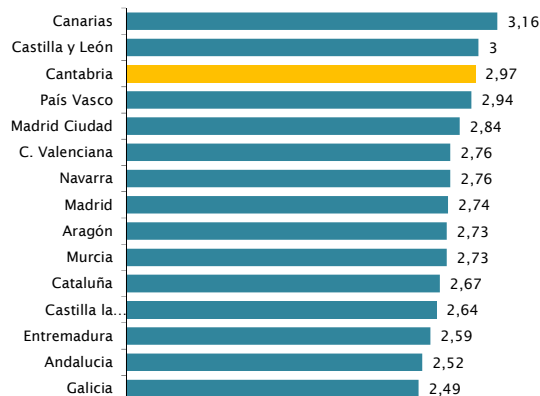


Figura 7.7.
Transferencia de I+D

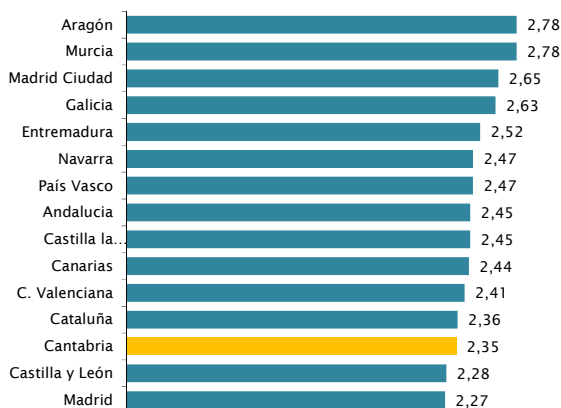


Figura 7.8.
Infraestructura comercial

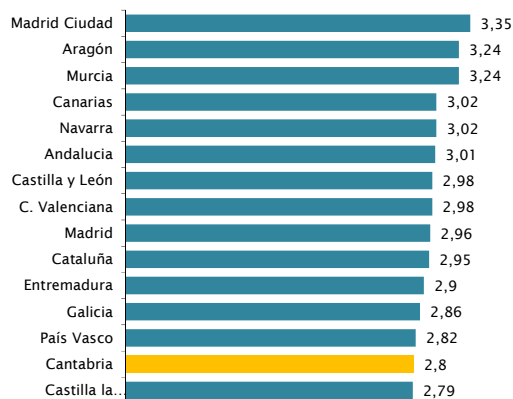


Figura 7.9.
Dinámica mercado interno

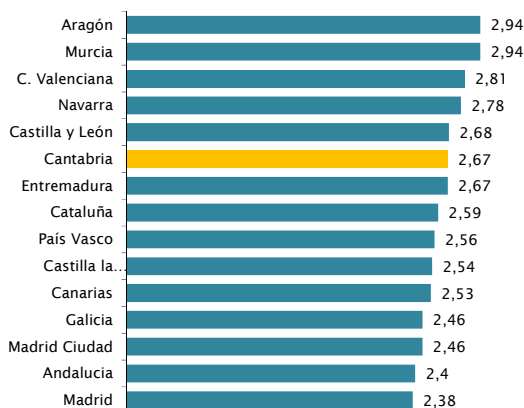


Figura 7.10.
Barreras mercado interno

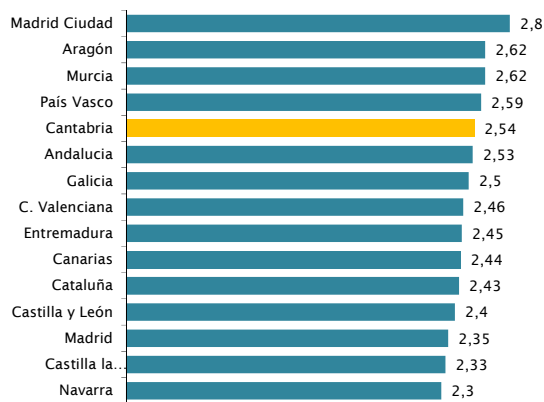


Figura 7.11.
Infraestructura física

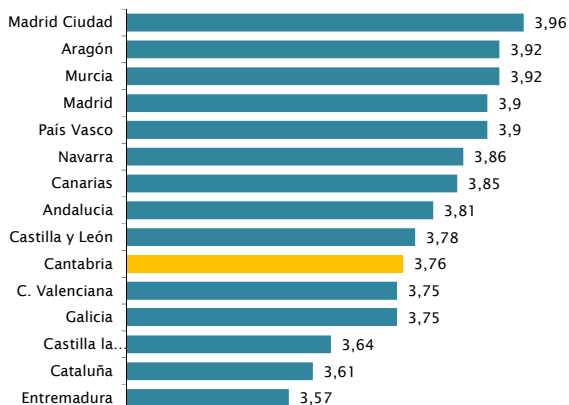


Figura 7.12.
Propiedad intelectual

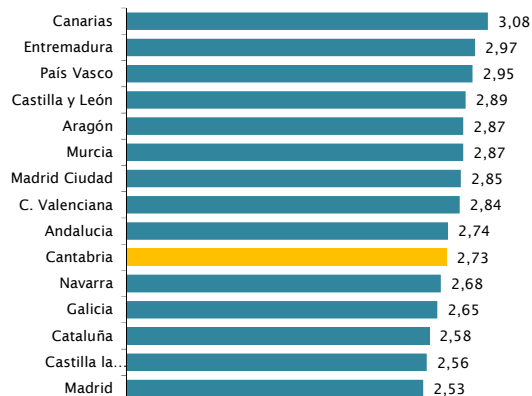


Figura 7.13.
Apoyo mujer emprendedora

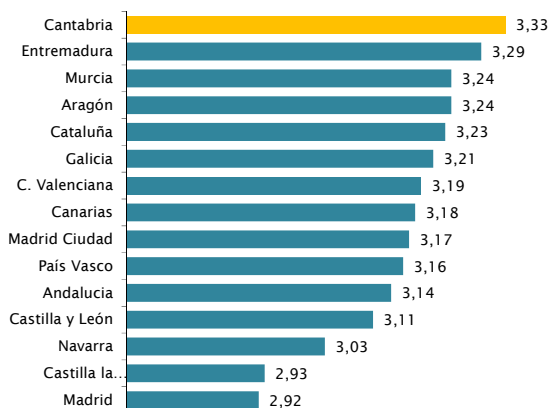


Figura 7.14.
Apoyo alto crecimiento

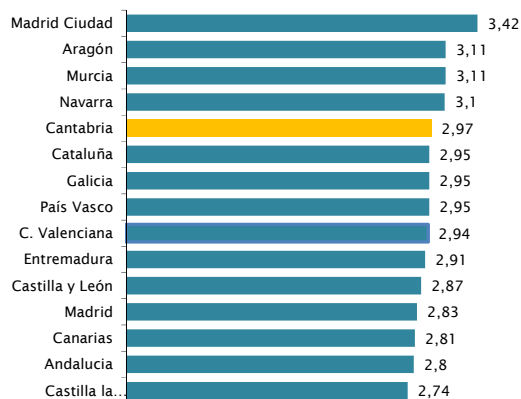


Figura 7.15.
Innovación (empresario)

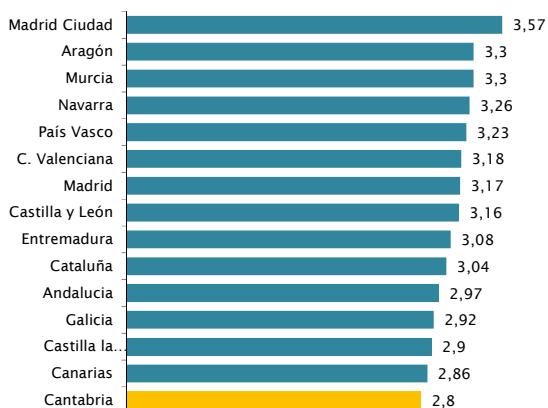
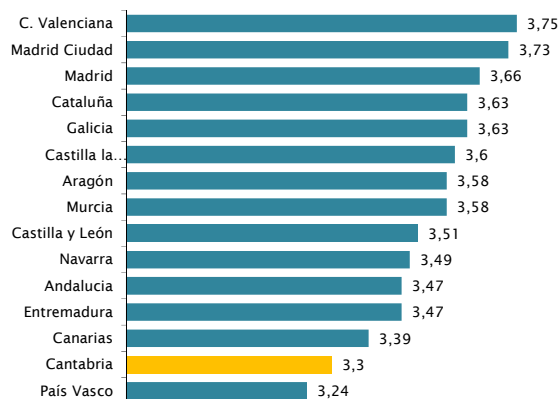


Figura 7.16.
Innovación (consumidor)



INDICE DE FIGURAS



INDICE DE FIGURAS

		Página
Figura 0.1.	El modelo conceptual del GEM revisado	14
Figura 0.2.	El proceso emprendedor según el Proyecto GEM	15
Figura 1.1.	El proceso emprendedor en el 2013	29
Figura 1.2.	Tasa real de cierres en Cantabria durante los doce meses previos a julio de 2013	31
Figura 1.3	TEA de Cantabria y de los países participantes en GEM 2013	33
Figura 1.4	TEA de Cantabria y de los países de la UE participantes en GEM 2013	33
Figura 1.5	TEA de Cantabria y del resto de Comunidades y Ciudades Autónomas de España	33
Figura 1.6.	Iniciativas consolidadas en Cantabria y los países participantes en GEM 2013	34
Figura 1.7.	Iniciativas consolidadas en Cantabria y países de la UE participantes en GEM 2013	34
Figura 1.8.	Iniciativas consolidadas en Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España en el 2013	35
Figura 1.9.	Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países de la UE participantes en GEM 2013	35
Figura 1.10.	Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y de todos los países participantes en GEM 2013	36
Figura 1.11.	Porcentaje de potenciales emprendedores en la población de Cantabria y del resto de Comunidades Autónomas de España en el 2013	36
Figura 2.1.	Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores	49
Figura 2.2.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países que han participado en GEM 2013	41
Figura 2.3.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Cantabria y en los países de la UE que han participado en GEM 2013	41
Figura 2.4.	Distribución de la actividad emprendedora total en España en función del principal motivo de su creación en el 2013	41
Figura 4.1.	Distribución de la actividad emprendedora total (entre 0 y 42 meses) por sectores	52
Figura 4.2.	Distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores	52
Figura 4.3.	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras	53
Figura 4.4.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2013	53
Figura 4.5.	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas	53
Figura 4.6.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2013	53
Figura 4.7.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras	54
Figura 4.8.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas consolidadas	54
Figura 4.9.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria	56

Figura 4.10.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria	56
Figura 4.11.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria	57
Figura 4.12.	Porcentaje de iniciativas consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria	57
Figura 4.13.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria	57
Figura 4.14.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria	57
Figura 4.15.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)	58
Figura 4.16.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)	58
Figura 4.17.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de su potencial estimado de expansión en su mercado (Cantabria)	59
Figura 4.18.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado (Cantabria)	59
Figura 5.1.	Porcentaje de emprendedores que aportan el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha una iniciativa emprendedora en Cantabria	64
Figura 5.2.	Porcentaje de emprendedores que aportan el 100% de los fondos necesarios para poner en marcha una iniciativa emprendedora en España	64
Figura 5.3	Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en los países GEM2013	65
Figura 5.4.	Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en economías impulsadas por la innovación	65
Figura 5.5.	Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en las Comunidades Autónomas.	65
Figura 5.6.	Relación de los Business Angel con el emprendedor (Cantabria)	66
Figura 5.7.	Relación de los Business Angel con el emprendedor (España)	66
Figura 6.1.	Evolución de la percepción de existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	71
Figura 6.2.	Evolución de la posesión de red social emprendedora	72
Figura 6.3.	Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	72
Figura 6.4.	Evolución de la población cántabra que no teme al fracaso como obstáculo para emprender	72
Figura 6.5.	Evolución de la población cántabra que opina que la sociedad cántabra prefiere una distribución desigual de la renta, evidenciando así su espíritu más competitivo	73
Figura 6.6.	Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria se considera que emprender es una buena opción profesional	73
Figura 6.7.	Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria, el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor	74
Figura 6.8.	Evolución de la población cántabra que piensa que, en Cantabria, los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	74
Figura 6.9.	Distribución de la población cántabra de 18-64 años en función de su grado de apoyo a la cultura emprendedora	74
Figura 6.10.	Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población: comparación de la prevalencia en la población cántabra, española y el promedio del resto de comunidades españolas	75
Figura 6.11.	Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población: comparación de la prevalencia en la población cántabra, española y el promedio países del entorno UE-GEM 2013	75

Figura 6.12.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas en las Comunidades Autónomas y en países del entorno UE-GEM 2013	77
Figura 6.13.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si hay mucha gente que tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio en las Comunidades Autónomas y en países del entorno UE-GEM 2013	77
Figura 6.14.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social en las Comunidades Autónomas y en países del entorno UE-GEM 2013	78
Figura 6.15.	Mediana acerca de la percepción de los expertos sobre si las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal en las Comunidades Autónomas y en países del entorno UE-GEM 2013	78
Figura 6.16.	Prevalencia de valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y su comparación la población de 35 a 64 años de edad	78
Figura 7.1.	Acceso a la financiación	94
Figura 7.2.	Políticas, prioridad y apoyo	94
Figura 7.3.	Política fiscal y burocrática	94
Figura 7.4.	Programas gubernamentales	94
Figura 7.5.	Educación emprendedora escolar	95
Figura 7.6.	Educación emprendedora post-escolar	95
Figura 7.7.	Transferencia de I+D	95
Figura 7.8.	Infraestructura comercial	95
Figura 7.9.	Dinámica mercado interno	95
Figura 7.10.	Barreras mercado interno	95
Figura 7.11.	Infraestructura física	96
Figura 7.12.	Propiedad intelectual	96
Figura 7.13.	Apoyo mujer emprendedora	96
Figura 7.14.	Apoyo alto crecimiento	96
Figura 7.15.	Innovación (empresario)	96
Figura 7.16.	Innovación (consumidor)	96

INDICE DE TABLAS



INDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 0.1.	Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria 16
Tabla 0.2.	Condiciones específicas del entorno 18
Tabla 1.1.	Desglose de la tasa de actividad emprendedora 30
Tabla 1.2.	Estimación del número de iniciativas emprendedoras en Cantabria en julio de 2012-2013 30
Tabla 1.3.	Estimación del número de emprendedores en Cantabria en julio de 2011-2013 30
Tabla 1.4.	Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Cantabria en julio de 2011-2013 31
Tabla 1.5.	Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Cantabria los doce meses previos a julio de 2011-2013 31
Tabla 1.6.	Motivación del abandono de iniciativas en Cantabria y España 31
Tabla 1.7.	Desglose de la actividad emprendedora de Cantabria en el contexto de España 33
Tabla 1.8.	Potencial emprendedor de la población de Cantabria de 18-64 años en el 2013 35
Tabla 1.9.	Porcentaje de emprendedores potenciales de la población activa de Cantabria en el contexto de España 36
Tabla 2.1.	Distribución de iniciativas emprendedoras en Cantabria en función de su fase y su motivación principal para su puesta en marcha 39
Tabla 2.2.	Distribución de iniciativas emprendedoras en Cantabria y en España en función de la motivación principal para su puesta en marcha 40
Tabla 2.3.	Distribución de la actividad emprendedora en Cantabria y en España en función del principal motivo de su creación 40
Tabla 2.4.	Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad 42
Tabla 3.1.	Distribución del sexo de los emprendedores en las distintas fases 45
Tabla 3.2.	Distribución de la edad de los emprendedores en las distintas fases 46
Tabla 3.3.	Distribución del nivel de estudios de los emprendedores en las distintas fases 46
Tabla 3.4.	Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases 47
Tabla 3.5.	Tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases 47
Tabla 3.6.	Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases 47
Tabla 3.7.	Distribución del origen de los emprendedores en las distintas fases 48
Tabla 3.8.	Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los emprendedores en las distintas fases 48
Tabla 4.1.	Clasificación de la PYME en función del número de empleados 52
Tabla 4.2.	Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años 55
Tabla 5.1.	Características y distribución del capital semilla 63
Tabla 5.2.	Características de los Business Angel 67
Tabla 6.1.	Evolución temporal de las valoraciones de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales 76
Tabla 7.1.	Valoración media de las condiciones del entorno para emprender 82
Tabla 7.2.	Los obstáculos al emprendimiento 83

Tabla 7.3.	Factores que favorecen la actividad emprendedora	86
Tabla 7.4.	Factores que promueven la actividad emprendedora	87

GLOSARIO DE TÉRMINOS



GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

