



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2014



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2014

Equipo de investigación:

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Coordinadora)

Gemma Hernando Moliner
Estefanía Palazuelos Cobo
Andrea Pérez Ruiz
Inés Rueda Sampedro
Lidia Sánchez Ruiz

Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2014.

© Autores

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Coordinadora)

Gemma Hernando Moliner
Estefanía Palazuelos Cobo
Andrea Pérez Ruiz
Inés Rueda Sampedro
Lidia Sánchez Ruiz

© 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: 978-84-608-4583-6

Depósito Legal: SA-786-2015

Imagen portada: Penkdix Palme

INDICE DE CONTENIDOS

Página

Red Española de Equipos Regionales GEM 2014	7
Presentación del Informe GEM Cantabria 2014	11
El Proyecto GEM: Introducción y modelo teórico	13
Balance Scorecard 2014	23
Resumen Ejecutivo	25
Executive Summary	27

Capítulo 1: El fenómeno emprendedor 29

1.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población cántabra	31
1.1.1. Introducción	31
1.1.2. Percepción de oportunidades	31
1.1.3. Posesión de red social emprendedora	32
1.1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	32
1.1.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender	33
1.1.6. Preferencia por una sociedad competitiva	34
1.1.7. Emprender es una buena opción profesional	34
1.1.8. Emprendimiento de éxito y buen estatus social y económico	34
1.1.9. Los medios de comunicación y el emprendimiento	35
1.1.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	35
1.1.11. Posicionamiento de Cantabria en el contexto español y europeo acerca de la prevalencia de cultura, valores, percepciones y actitud emprendedora de la población	35
1.1.12. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven	36
1.2. Actividad emprendedora y sus características	37
1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor	37
1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	40
1.2.3. Motivación para emprender: oportunidad versus necesidad	42
1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor	45
1.2.5. Financiación de la actividad emprendedora naciente en Cantabria	50
1.3. Características de las actividades emprendedoras en Cantabria	52
1.3.1. Introducción	52
1.3.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas cántabras del 2014	52
1.3.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas medida a través del número de empleados	53
1.3.4. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	55
1.3.5. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada	57
1.3.6. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas	58
1.3.7. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	59
1.3.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	60
1.3.9. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	61

Capítulo 2. El entorno emprendedor 63

2.1 Introducción	65
2.2 Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria	66
2.3 Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria	68
2.4 Benchmarking internacional y por Comunidades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender	72
2.5 Conclusiones	73

Monográfico 2014: Intención y comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios en Cantabria	75
3.1 Introducción	77
3.2 Proyecto GUESSS	78
3.3 Descripción de la muestra	79
3.4 Intención emprendedora	80
3.4.1 Intenciones de elección laboral tenciones de elección laboral	80
3.4.2 Determinantes de la intención emprendedora	82
3.4.3 Comportamiento emprendedor	85
3.4.3.1. Emprendedores nacientes	85
3.4.3.2. Emprendedores activos	86
3.5 Conclusiones	87
Índice de Figuras	91
Índice de Tablas	95
Glosario de Términos	99

RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES

GEM 2014

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Ana Fernández Laviada (Directora Ejecutiva GEM-España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web Master) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España 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	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maícas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación
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 Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Inés Rueda Sampedro Lidia Sánchez Ruiz Paula San Martín Espina	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 Fíguls 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	Universidad de León Iberdrola Fgulem
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 Fundación Horizonte XXII
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la C.Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export 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 Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Gobierno de Extremadura Universidad de Extremadura Avante Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Fundación Academia Europea de Yuste, Hoy, Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain, S.L., Palicrisa, Imedexsa, Caja Rural de Extremadura, Caja Duero, La Caixa, Gestyona, S.L., Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica, Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico De Extremadura Fundación Universidad Sociedad.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Ana Belén Vázquez Eibes (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana García Caeiro Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC) Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamani	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-Comunidad de Madrid) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Victor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
País Vasco	Deusto Business School	Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco) Iñaki Peña José L. González-Pernía	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos	
	Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Nerea González David Urbano	
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende"	Iñaki Ortega Chacón (Director GEM-Madrid Ciudad) Iván Soto San Andrés	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid
	Ayuntamiento de Madrid		
	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director Técnico) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación 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 2014, se ha contado con la participación de 73 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 2014, a pesar de las grandes dificultades sufridas, la red como muestra de su carácter emprendedor y luchador creció nuevamente y con la ayuda de CISE consiguió no sólo mantener sino aumentar, considerablemente el tamaño muestral, pasando de

24.600 personas entrevistadas en la encuesta a la población adulta del año 2013 a las 25.000 de 2014.

Este **Informe GEM Cantabria 2014**, 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 2014 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 séptimo año consecutivo para Cantabria, permite, a través de una metodología consistente y testada a lo largo de su trayectoria en más de 100 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 73 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 16 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.

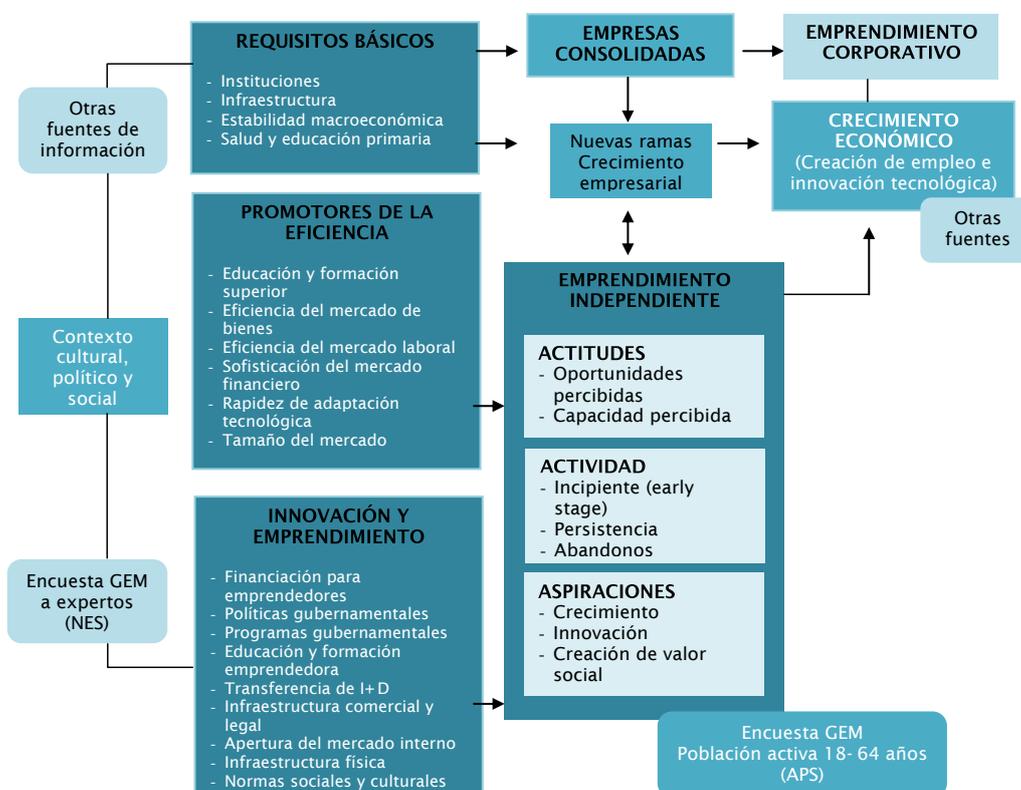
La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones permite obtener una serie de indicadores homogéneos que garantizan a su vez la validez y el sentido de la comparación internacional de los resultados.

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), William D. Bygrave (Babson College), Paul Reynolds (Babson College) y Erkko 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



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.

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.

Resultaría sencillo cambiar en el modelo el apartado “nuevas iniciativas empresariales” por “iniciativas emprendedoras”, entendiéndose 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.

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.

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.

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.

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.

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.

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

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.

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 2014

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>)	2,5%	3,3%
% de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (<i>baby business</i>)	2,4%	2,1%
TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses	4,9%	5,5%
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses		
% TEA masculino (sobre total de población masculina entre 18-64)	67,3%	58,5%
% TEA femenino (sobre total de población femenina entre 18-64)	32,7%	41,5%
% TEA por oportunidad	52,7%	66,1%
% TEA por necesidad	38,7%	29,8%
% TEA por otro motivo	8,6%	4,2%
% TEA por oportunidad, por aumentar ingresos	42,9%	35,9%
% TEA por oportunidad, por independencia	50,3%	39,2%
% TEA para mantener los ingresos actuales	6,8%	16,6%
% TEA sector extractivo	6,3%	4,5%
% TEA sector transformador	19,0%	15,1%
% TEA sector servicios a empresas	27,8%	28,7%
% TEA sector orientado al consumo	46,9%	51,8%
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	60,4%	54,7%
% TEA con 1-5 empleados	39,6%	37,1%
% TEA con 6-19 empleados	0,0%	6,5%
% TEA con 20+ empleados	0,0%	1,7%
% TEA: iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	10,5%	14,7%
% TEA iniciativas sin competidores en su principal mercado	14,6%	10,7%
% TEA iniciativas que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	6,3%	11,6%
% TEA iniciativas que exportan de algún modo	24,2%	32,4%
% TEA iniciativas con notable expectativas de expansión en el mercado	2,3%	0,1%
Actitudes y aspiraciones emprendedoras de la población		
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	34,9%	35,7%
Percibe buenas oportunidades para emprender	13,4%	22,6%
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	50,3%	48,1%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	46,2%	46,5%
Preferencia de que toda la población tenga el mismo nivel de vida	70,1%	71,9%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	7,0%	8,0%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,8%	1,9%
Ha actuado como inversor informal o como Business Angel	4,9%	3,7%
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (1 a 5)		
Financiación para emprendedores	2,02	2,14
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,80	2,50
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,39	2,40
Programas gubernamentales	3,14	2,88
Educación y formación emprendedora etapa escolar	2,08	1,84
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,98	2,61
Transferencia de I + D	2,45	2,45
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,88	3,03
Dinámica del mercado interior	2,66	2,87
Barreras de acceso al mercado interno	2,55	2,47
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,81	3,64
Normas sociales y culturales	2,61	2,64



RESUMEN EJECUTIVO

La **tasa de actividad emprendedora (TEA)** en Cantabria comienza su recuperación, aumentando un 25,6% con respecto al 2013. Como en España, la TEA en 2014 aumentó siendo de 4,9 aunque sigue manteniéndose por debajo de la modesta cifra de España de 5,5. El peso relativo de los emprendedores con proyectos nacientes casi igual al de aquellos que han sido capaces de convertir el proyecto naciente en nuevo, y ha sido precisamente debido a estos, que prácticamente se han duplicado, los que explican el aumento final de la TEA cántabra.

La mayoría (52,7%) 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 una **mayor independencia** 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 2014 es de 43 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 nuevamente 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, en la etapa inicial, son **varones**, duplicando la tasa femenina, 67,3 frente al 32,7 en 2014. El 52,1% tiene **secundaria** y tan solo el 40,8% manifiesta haber recibido **formación específica para emprender**. A pesar del aumento del emprendimiento por necesidad el 51,6% son del **mayor nivel de ingresos**.

La mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria (46,9%) se sitúan en el **sector** orientado al consumo. La inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras cántabras presentan una **dimensión** de microempresa. Las **expectativas de creación de empleo** en los próximos 5 años para las iniciativas emprendedoras parecen estabilizarse pero son más favorables en las consolidadas. La mayoría se considera no **innovadora** en cuanto al producto o servicio que ofrece pero ha aumentado el porcentaje de aquellas que se consideran algo innovadoras (24,4% frente 15,4%). Tan sólo el 14,6% cree no tener **competencia** en su mercado. La mayoría usa **tecnología** de más de 5

años para producir sus bienes y servicios pero se ha triplicado el porcentaje de aquellas que la tienen de última generación y la mayoría sigue **sin exportar**, aunque ha mejorado ligeramente la situación con respecto a 2013.

Las necesidades de financiación en términos del **capital medio** necesario para iniciar un proyecto emprendedor en Cantabria en 2014 estaban en 41.743 euros. Los datos del **capital semilla** obtenidos indican que éste varía entre los 500 y los 100.000 euros. La mediana se sitúa en 36.456 y la moda se mantiene en 100.000, lo que significa que los proyectos iniciados en la región siguen siendo más ambiciosos que en España donde la moda es de 20.000. En Cantabria el 4,9% de la población ha actuado como **inversor informal** (tipo *Business Angel*) en los últimos tres años, duplicándose la cifra de 2013.

El porcentaje de cántabros que **percibe la existencia de oportunidades** para emprender sigue en aumento, especialmente entre aquellos que 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 y los programas gubernamentales.

En el año 2014, los mismos cuatro factores que en 2013 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 a más de la tercera parte.

Entre los **factores que** según los expertos más **apoyan** el emprendimiento se encuentran las normas sociales y culturales, 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 nuevamente: las políticas gubernamentales, la educación y formación y las normas sociales y culturales.



EXECUTIVE SUMMARY

The **Total Entrepreneurial Activity (TEA)** in Cantabria starts rising a 25.6% in relation to 2013. As in Spain, in 2014 the **TEA** went up to 4,9 although it is still below the poor Spanish figure of 5,5. The relative weight of the entrepreneurs with a nascent project is nearly the same as the ones that have been able to turn their nascent project into a new one. And it is precisely because of them, which have almost doubled, that the Cantabrian **TEA** has risen.

Most of the entrepreneurial initiatives (52.7%) are still being created due to some type of **opportunity**, in spite of the increase in the initiatives that are started from necessity. Regarding the first ones, the search for **greater financial independence** is the main reason that triggers the entrepreneurial drive.

The **average age** of the entrepreneurs in their initial stages in 2014 was 43. The distribution is similar to the previous period, when the largest percentage was made up by the 44-55 year-old age group. However, it is once more the younger age groups - those between 35 and 44 and even from 25 to 34- the ones that show a stronger tendency for entrepreneurship. This means that in Cantabria up to now entrepreneurs had some experience before starting a business but that could change in the future. The majority of the entrepreneurs are **males**, whose rate (67.3%) doubles females' compared to 32.7 in 2014. 52.1% have completed their **higher education** whereas just 40.8% claims to have received **specific entrepreneurial training**. Despite the increase of entrepreneurship due to necessity, 51.6% allow to the **highest income** level.

The majority of the entrepreneurial initiatives in Cantabria (46.9%) take place in the **sector** related to consumption. The overwhelming majority of the Cantabrian entrepreneurial initiatives are microenterprises, with less than 10 employees. The **expectations for employment creation** in the entrepreneurial initiatives for the next five years seem to settle, but they are more favorable to the consolidated ones. Most of them see themselves as **non-innovative** in terms of the product or service they offer, but the amount of those that consider themselves as quite innovative (24.4% against

15.4%) has grown up. Only 14.6% 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, but the amount of those who use cutting edge technology has tripled and most of them still **do not export** even though the situation has slightly improved regarding 2013.

Financing needs in terms of **average capital** required to start an entrepreneurial project in Cantabria in 2014 were 41,743 euros. The data obtained in Cantabria for **seed capital** varied between 500 euros and 100,000 euros. The mean is 36,456 and the mode stays at 100,000 which means the projects started in the region are still more ambitious than in Spain. In Cantabria 4.9% of the population has played the **informal investor** (sort of *Business Angel*) in the last three years, double the figure obtained in 2013.

The percentage of Cantabrians **aware of the existence of chances** to become entrepreneurs keeps going up, especially amongst those involved in an entrepreneurial process.

According to experts, the access to physical infrastructure and the government programs are two of the best valued amongst the **surrounding conditions**.

In 2014 the same four factors as in 2013 got a mark bellow 2.5, which doesn't reach the pass. These are R&D transfer, financial politics and bureaucracy, entrepreneurial education at school and financing.

Experts also support that 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 to more than one third.

Social and cultural norms, government politics, education and training are some of the **factors** that experts highlight as entrepreneurship **supporters**. Finally in all that has to do with **the factors recommended by experts** to favor and promote entrepreneurial activity the above mentioned ones stand out.

Capítulo 1:
El Fenómeno Emprendedor



Capítulo 1. El Fenómeno Emprendedor

1.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población cántabra

1.1.1. Introducción

Una elevada prevalencia de valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población puede facilitar el aumento de la tasa de actividad emprendedora (TEA). Por el contrario, la carencia de estos elementos puede entorpecer en gran medida el proceso.

La ausencia de una cultura, valores y mecanismos emprendedores bien arraigados en la sociedad se traduce en un ritmo lento de mejora de las intenciones de creación de empresas e innovación. Esto es así porque, si no existe una cultura firme en este aspecto, será necesario restablecer y fomentar en mayor medida los fundamentos del espíritu

emprendedor. Por ello, en este epígrafe 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, se analizarán las opiniones aportadas por la población activa cántabra de 18 a 64 años. 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.

1.1.2. Percepción de oportunidades

Tal y como se ha venido reflejando en los últimos años, el porcentaje de la población cántabra de 18-64 años que perciben la existencia de oportunidades para emprender ha seguido creciendo en el año 2014, lo que ha consolidado la tendencia al alza del emprendimiento en la región. Concretamente, la percepción de existencia de oportunidades para emprender se situó en el 16,6% en el año 2014, frente al 13,4% registrado en 2013 (Figura 1.1.1.).

Es destacable, además, la mejora de las percepciones de la población involucrada, que habían caído notablemente en 2013 hasta el 15,8%, pero que vuelven a situarse en un valor del 21,9% en 2014.

Este porcentaje sigue siendo superior a la percepción de oportunidades registrada entre

la población no involucrada que, en cualquier caso, sigue mejorando y se sitúa ya en un 15,7% frente al 13,0% del 2013.

Figura 1.1.1.
Evolución de la percepción de existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses



1.1.3. 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. Este hecho es lo que se conoce como posesión de red social emprendedora.

En el caso de la población cántabra (Figura 1.1.2.), la creación de dicha red social emprendedora ha cosechado el mejor registro en el año 2014, alcanzando a un 34,9% de la población. Este resultado invierte, además, la tendencia observada en 2013, cuando la evolución registrada fue negativa, especialmente en el colectivo de población involucrada.

Sin embargo, en 2014 tanto la población involucrada como no involucrada registraron incrementos notables en la posesión de red social emprendedora, situándose en porcentajes del 53,4% y el 31,7% respectivamente.

Esta mejoría del indicador parece apuntar al éxito de las iniciativas que a nivel institucional se están llevando a cabo en favor del fomento de la actividad emprendedora en Cantabria.

Figura 1.1.2.
Evolución de la posesión de red social emprendedora



1.1.4. 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 del auto reconocimiento entre los colectivos de población involucrada y no involucrada, que evolucionan de manera muy similar con respecto al pasado año 2013 (Figura 1.1.3.).

Figura 1.1.3.
Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender



1.1.5. 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 1.1.4. muestra el porcentaje de personas para las que la posibilidad de fracasar no es un freno para emprender.

Es destacable que los porcentajes de personas sin miedo a emprender se han reducido notablemente con respecto al año 2013 tanto en términos totales como si se analizan las cifras de manera desagregada por colectivo involucrado y no involucrado.

Concretamente, en el año 2014 tan sólo un 46,2% de la población cántabra reconocía no tener miedo a emprender, mientras que en 2013 esta población ascendía hasta el 52,6%.

Especialmente reseñable es el hecho de que la población involucrada percibe en mayor medida los riesgos de emprender que la población no involucrada en esta actividad (34,9% frente a 48,1%, respectivamente).

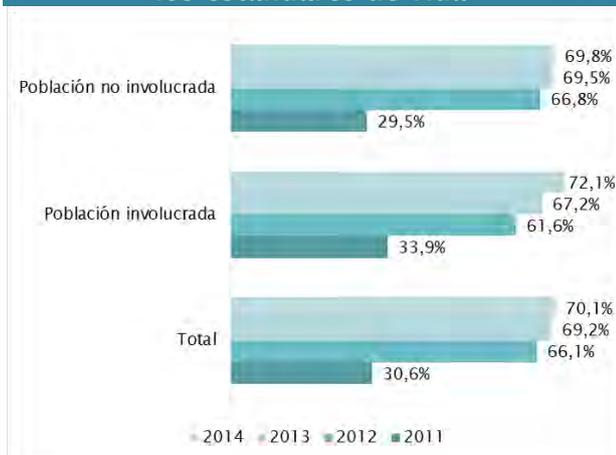
Así, por tanto, los datos apuntan a la necesidad de seguir promoviendo la información sobre emprendimiento para reducir las reticencias mostradas por ambos colectivos.

Figura 1.1.4.
Evolución de la población cántabra que no teme al fracaso como obstáculo para emprender



1.1.6. Preferencia por la equidad en los estándares de vida en la sociedad

Figura 1.1.5.
Evolución de la población cántabra que opina que la sociedad prefiere equidad en los estándares de vida



Toda decisión emprendedora suele estar motivada por las expectativas y los estándares de vida de la población, de ahí que en cada tipo de economía se observen más o menos emprendedores por necesidad y/o por oportunidad.

En esta línea, los resultados obtenidos para Cantabria muestran un alto porcentaje de población que prefiere equidad en los estándares de vida, lo cual puede ser indicativo de un bajo grado de competitividad.

Estos valores se asemejan a los obtenidos para el conjunto de la sociedad española y presentan poca variación en los últimos tres años.

1.1.7. *Emprender es una buena opción profesional*

El porcentaje de población cántabra que considera que el emprendimiento es una buena opción profesional se ha recuperado ligeramente con respecto al año 2013, llegando hasta el 50,7% en 2014 (Figura 1.1.6.). Sin embargo, este porcentaje se encuentra aún lejos del 61,6% que llegó a registrar este indicador en el 2011.

Además, desagregando el análisis por colectivos se observa que las valoraciones vuelven a invertirse con respecto al pasado año, siendo la población no involucrada la que en 2014 valoraba más positivamente la opción de emprender (51,1% vs. 48,2% de la población involucrada).



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



No obstante, los datos anteriores no evitan que el porcentaje de población que considera que el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica siga disminuyendo con respecto a años anteriores (Figura 1.1.7.).

De esta forma, en el año 2014 se produce una significativa reducción de este porcentaje de población, que se sitúa en el 46,8%.

Dicha disminución se registra también en los colectivos de población involucrada y no involucrada, si bien la caída es notablemente mayor en el caso del segundo colectivo analizado.

1.1.9. *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 2014 (Figura 1.1.8.) muestran una mayor alineación entre las opiniones de los dos colectivos analizados con respecto a la mostrada en el año 2013.

Así, el porcentaje de los involucrados en iniciativas emprendedoras que piensa que los medios de comunicación cántabros están realizando una labor comunicativa adecuada ha aumentado casi 22 puntos porcentuales con respecto a 2013 (situándose en el 50%).

Dicho incremento, junto con la ligera mejoría registrada también en la percepción de los no involucrados, hace que globalmente la opinión de la población cántabra respecto a los medios de comunicación mejore sustancialmente.

1.1.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

Como en 2013, 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 de Cantabria en el año 2014 señalan que ha aumentado ligeramente el porcentaje de personas que muestran un nivel medio o alto de apoyo a la cultura emprendedora en la región (Figura 1.1.9.).

Sin embargo, globalmente considerada, la población cántabra sigue mostrando una tendencia clara a no apoyar la cultura emprendedora, ya que los mayores porcentajes de población se registran todavía en la franja de apoyo bajo (35,4%) a la cultura emprendedora, mientras que el porcentaje de población en la franja de apoyo nulo sigue siendo también elevado (19,6%).

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

Al analizar la prevalencia de valores, percepciones, actitudes y elementos de apoyo a la cultura emprendedora entre la población cántabra, y al comparar dicho indicador con la

Figura 1.1.8.
Evolución de la población cántabra que piensa que, en Cantabria, los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito

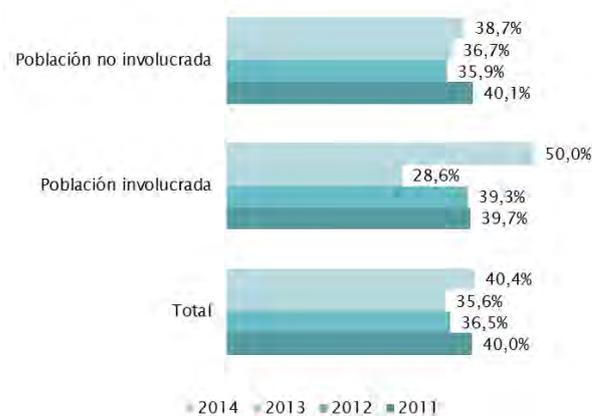
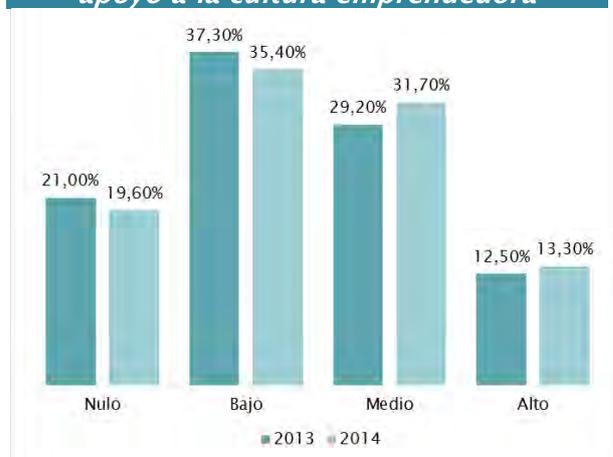


Figura 1.1.9.
Distribución de la población cántabra de 18-64 años en función de su grado de apoyo a la cultura emprendedora



media de España, del resto de comunidades autónomas y del resto de países de la UE recogidos en el informe GEM mundial, se

advierte la existencia de una serie de peculiaridades en Cantabria.

Si nos centramos en la comparación a nivel español (Figura 1.1.10.), se observa que, al igual que en años anteriores, la población de Cantabria tiene una peor opinión de la cobertura que los medios de comunicación dan al emprendimiento.

Asimismo, la valoración también es peor en términos de la percepción de oportunidades y la valoración del emprendimiento como una buena opción de carrera profesional. En el resto de indicadores las valoraciones de la población cántabra son muy similares a las mostradas por la media española.

En cuanto a la comparación con los países GEM de la UE (Figura 1.1.10.), 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.

Además, la población cántabra también se muestra más temerosa del fracaso del emprendedor. Sin embargo, la población sí que parece más optimista que la media europea en cuanto a las habilidades implicadas en la actividad emprendedora

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

Finalmente, 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) en cuanto a la prevalencia de valores,

percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras.

El resultado de este análisis (Figura 1.1.11.) muestra que la población joven, en términos generales, valora los diferentes factores de forma muy similar a la población adulta.

Figura 1.1.10.
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 países GEM

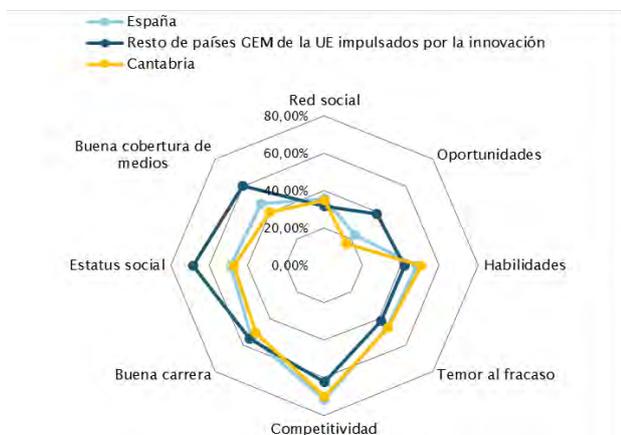
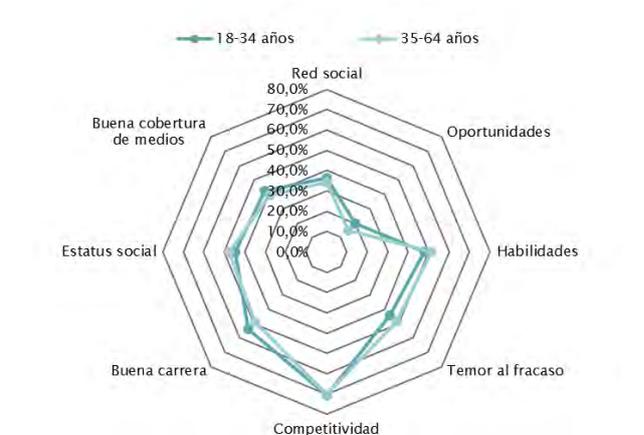


Figura 1.1.11.
Prevalencia de valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y su comparación la población de 35 a 64 años de edad



1.2. Actividad emprendedora y sus características

1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor

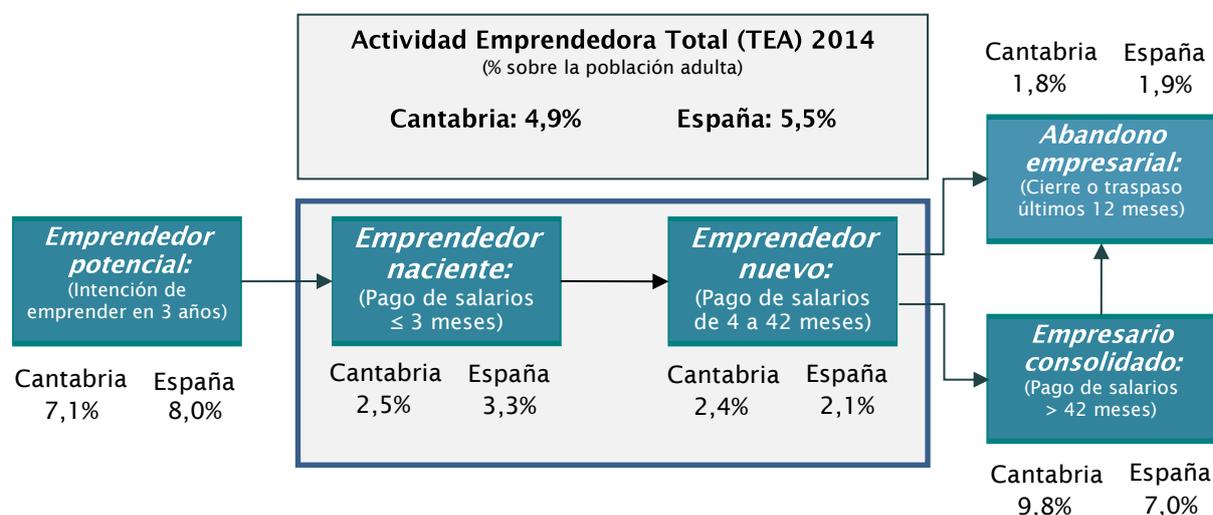
En el contexto del proyecto GEM, el estudio del proceso emprendedor se aborda como el análisis de las distintas etapas en las que una persona emprendedora se puede involucrar, la intención de emprender en el futuro próximo, la puesta en marcha de un negocio naciente, la gestión de negocios nuevos o establecidos e incluso el abandono reciente de una actividad empresarial. Esto es, el emprendimiento se concibe como un proceso que, de acuerdo con Shane y Venkataraman (2000), abarca tanto la identificación como la evaluación y la explotación de nuevas oportunidades de negocio en el mercado.

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

- **Tasa de actividad emprendedora total (TEA):** Principal indicador que se corresponde con la suma del porcentaje de emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.

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

Figura 1.2.1. Proceso emprendedor en Cantabria en 2014



La situación del proceso emprendedor en Cantabria en 2014, difiere algo respecto a la ofrecida a nivel nacional, como puede observarse en la Figura 1.2.1.

Si analizamos comparativamente los valores recogidos en el gráfico, referidos a Cantabria y a España en 2014, destaca que:

- a) El indicador TEA arroja en 2014 una cifra del 4,9% en Cantabria frente al 5,5% a nivel nacional; lo cual significa que el porcentaje de personas sobre la población adulta, que estaban implicadas en las actividades emprendedoras en su fase inicial a mediados de 2014, era inferior en Cantabria que en España en medio punto porcentual. Esta situación se reflejó también en 2013 si bien la diferencia porcentual se ha reducido (0,6% de diferencia en 2014 frente a 1,3% en 2013).
- b) En Cantabria el valor de la TEA se distribuye prácticamente a partes iguales entre emprendedores nuevos y emprendedores nacientes, mientras que en España el peso de éstos últimos en la TEA es superior. Y si consideramos lo reflejado en 2013, se puede afirmar que si bien en España la actividad emprendedora se sigue concentrando sobre todo en proyectos nacientes, en Cantabria esta situación se mostraba así en 2013 pero ha variado en 2014 a favor de los proyectos nuevos.
- c) En Cantabria el porcentaje de emprendedores potenciales en 2014 alcanzó el 7,1%, valor inferior al reflejado a nivel nacional en casi un punto porcentual. Si consideramos lo reflejado en la edición anterior, se observa un descenso significativo (más de un punto porcentual) y paralelo (en ambos porcentajes, tanto de Cantabria como de España) en 2014.
- d) Asimismo, en Cantabria en 2014 el porcentaje de empresarios consolidados alcanzó el 9,8% de la población adulta, frente al 7,0% a nivel nacional. Tal brecha entre el dato regional y el nacional no se

observó en la edición anterior, en la cual se observaron valores más cercanos (8,7% en Cantabria frente a 8,4% a nivel nacional).

- e) Por último, en la presente edición, las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial en Cantabria alcanzaron el 1,8% de la población adulta, valor próximo al arrojado por este indicador a nivel nacional (1,9%). Ambos valores se repiten respecto a la edición anterior.

Centrándonos en el último dato, en el porcentaje de la población adulta que estuvo involucrada en el abandono de una actividad empresarial en 2014, cabe puntualizar que no todos los casos han supuesto el cierre definitivo de un negocio. Así, el porcentaje de iniciativas abandonadas en Cantabria que realmente no fueron cierres de actividad sino que siguieron en funcionamiento gestionadas por otros, alcanza el 49,8%. El resto de abandonos (50,2%) no siguieron en funcionamiento por lo que fueron cierres efectivos de actividad. Esto supone que la tasa real de cierres (porcentaje de la población adulta que protagonizó cierres reales de negocios) en Cantabria en los doce meses previos a julio de 2014 sea del 1,25%, superior a la observada en el periodo anterior que era del 1,1%.

Por otra parte, el abandono de la actividad empresarial se puede deber a diferentes razones, como se muestra en la Figura 1.2.2. Entre las motivaciones que condujeron a abandonos empresariales en 2014, tanto en el contexto cántabro como a nivel nacional, la principal razón fue que el negocio no era rentable (62,6% de los casos en Cantabria y 50,4% en España).

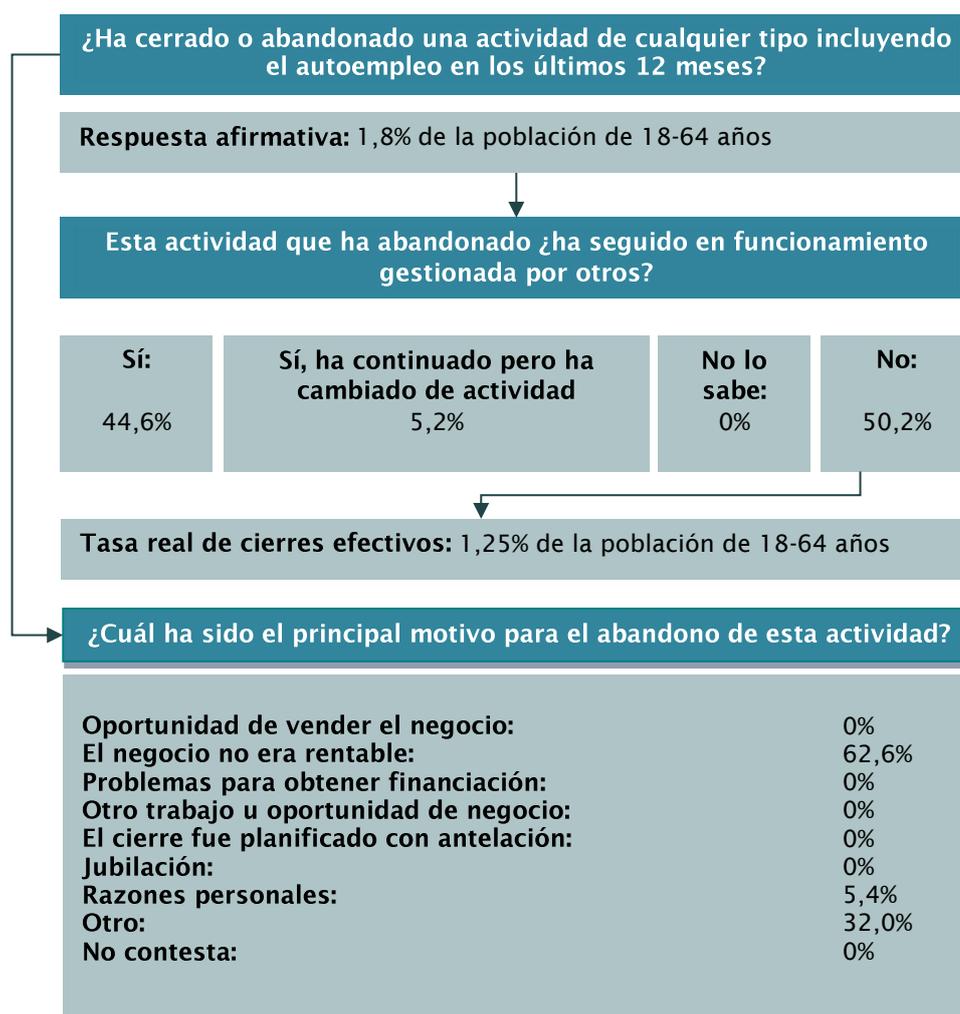
Por lo que respecta a Cantabria, el siguiente porcentaje se corresponde con otros motivos (32% de los casos) y muy de lejos, se apuntan las razones personales como principal motivo de abandono (5,4%). Mucha mayor heterogeneidad en las respuestas se observa en España, donde el 11,3% de los casos apuntan otras causas no especificadas; el 10,5% de los casos señala la dificultad para

obtener financiación, el 8,5% indican razones personales y el 7,7% la jubilación. Las restantes motivaciones relacionadas en el gráfico completan las respuestas en España.

Si consideramos los motivos de abandono manifestados en Cantabria en la edición anterior, cabe destacar que en 2013 se

señalaron los problemas para obtener financiación en un 22,4% de los casos (prácticamente igual que el motivo de falta de rentabilidad) y sin embargo en la presente edición, no se ha manifestado como causa del abandono de iniciativas.

Figura 1.2.2. Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2014



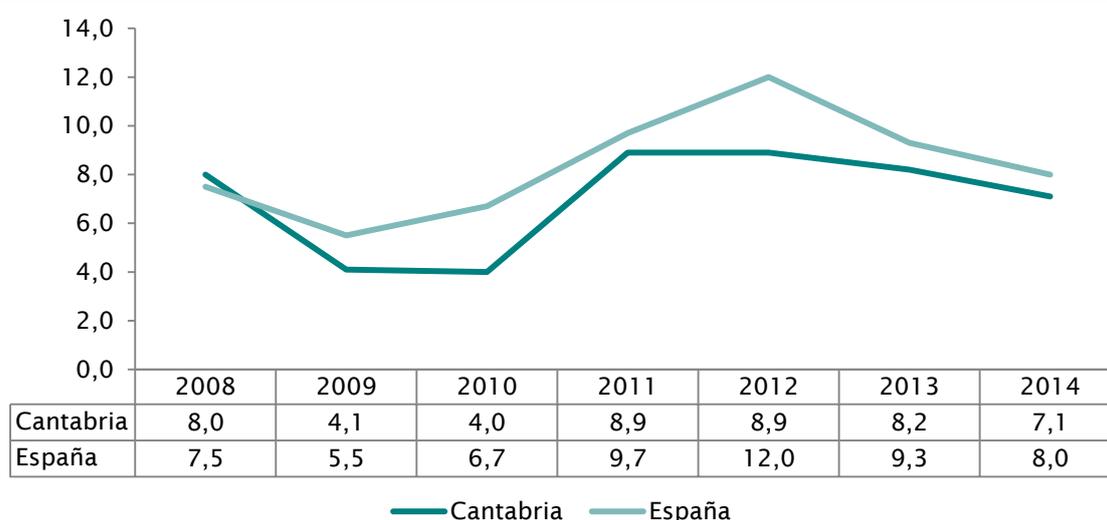
1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Por lo que se refiere al porcentaje de emprendedores potenciales, se observa que éste ha disminuido en 2014 respecto a la edición anterior, pasando de 8,2% de la población adulta al 7,1% en la presente edición. Esta tendencia decreciente en el valor de este indicador se observa también a nivel nacional, pasando del 9,3% al 8,0%.

Asimismo, como se muestra en la figura 1.2.3., considerando un intervalo mayor para

el análisis, cabe afirmar que la evolución en el valor del porcentaje de emprendedores potenciales para Cantabria corre casi paralela a la misma a nivel nacional, observándose un estrechamiento en la diferencia existente entre el porcentaje de emprendedores potenciales de Cantabria y el mismo para España.

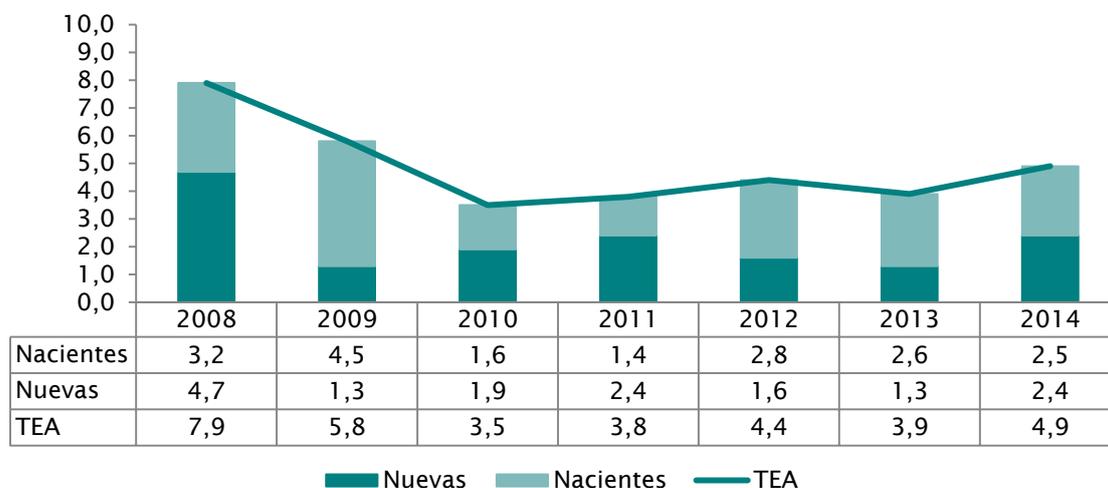
Figura 1.2.3. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cantabria (periodo 2008-2014)



Como se apuntó anteriormente, en el TEA de Cantabria en 2014 respecto a la edición anterior se observa una tendencia creciente ya que pasa del 3,9% en 2013 al 4,9% en 2014. Ello es debido en su mayor parte al incremento del porcentaje de emprendedores nuevos que ha aumentado del 1,3% en 2013 al 2,4% en 2014. Esta situación es distinta a nivel de España, donde el incremento en la TEA se debe al aumento en la proporción de emprendedores nacientes.

Si consideramos el periodo de tiempo desde 2008 hasta 2014, se puede observar que la tendencia de ligera mejoría en el valor de este indicador manifestada en 2011 y 2012 y rota en el 2013 parece recuperarse en la presente edición, aunque sin llegar a alcanzar los niveles observados en 2008. La evolución manifestada en la TEA de Cantabria en el periodo 2008 a 2014 y que se ilustra en la Figura 1.2.4. es similar a la que se observa a nivel nacional.

Figura 1.2.4. Evolución de la TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y nuevos en Cantabria (periodo 2008-2014)

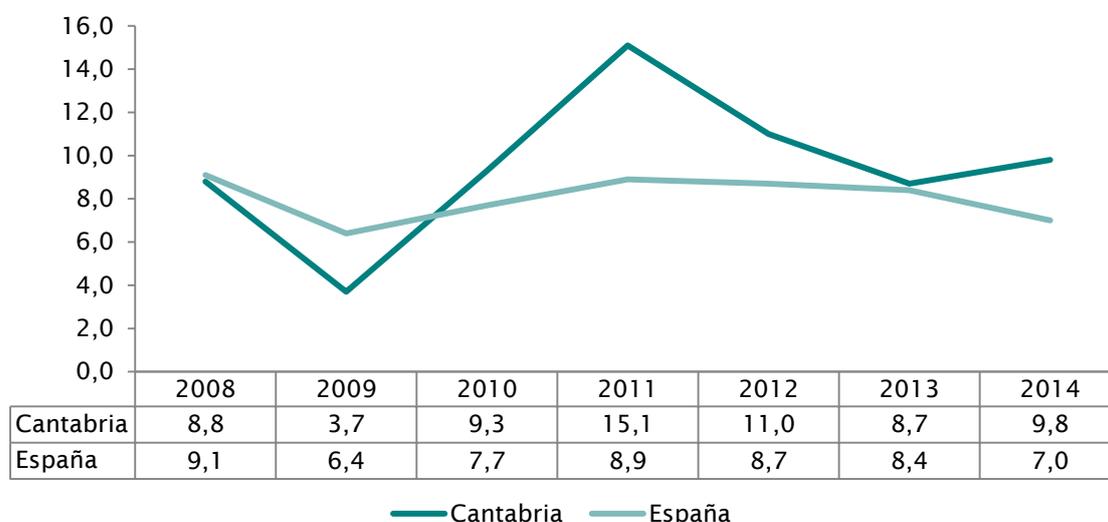


No ocurre lo mismo con la evolución experimentada en el valor del porcentaje de la población adulta de Cantabria que fue identificada como empresarios consolidados en 2014 (9,8%). Dicho porcentaje en Cantabria manifiesta un aumento con respecto a 2013, cuando este indicador había alcanzado el 8,7%. El comportamiento en el valor de este

indicador es distinto en Cantabria que en España, donde en 2014 sumó una ligera caída a las detectadas en los dos años anteriores.

Considerando todo el periodo desde 2008 a 2014 no parece advertirse una trayectoria uniforme en la evolución de este indicador, ni paralela a la observada a nivel nacional (véase la figura 1.2.5).

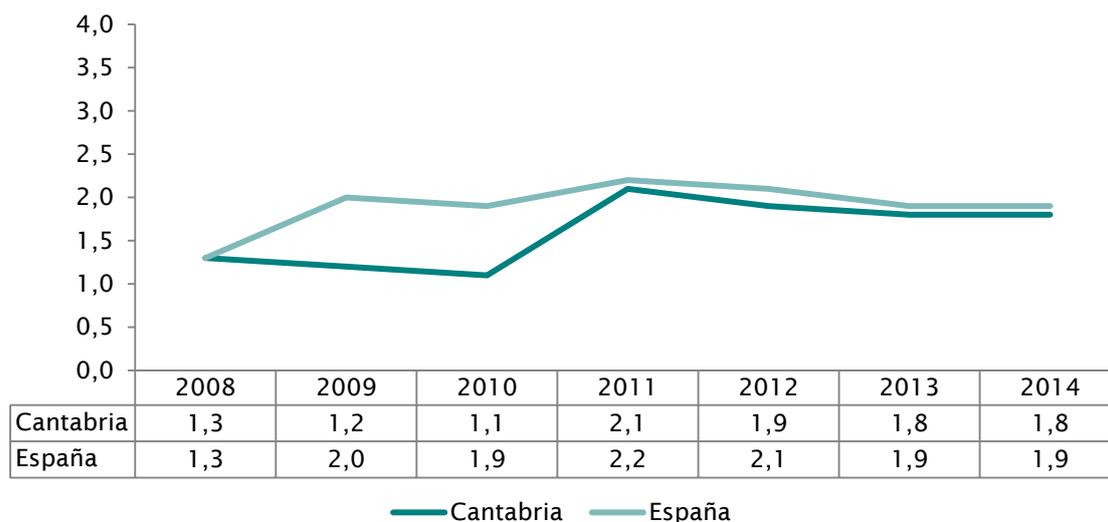
Figura 1.2.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Cantabria (periodo 2008-2014)



Por último, como se observa en la figura 1.2.6 y por lo que respecta al porcentaje de personas que ha abandonado una actividad empresarial en el último año, el valor de este indicador se ha mantenido igual que en la

edición anterior, esto es, en torno al 1,8%. Asimismo, la situación en España respecto a este indicador es similar tanto por su valor (1,9%) como en el comportamiento del mismo (mantenimiento).

Figura 1.2.6. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cantabria (periodo 2008-2014)



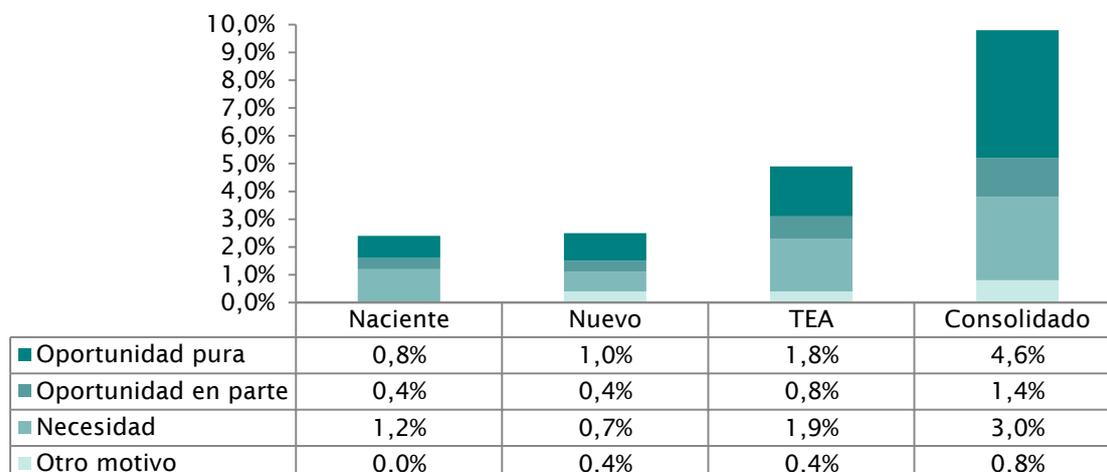
1.2.3. Motivación para emprender: oportunidad versus necesidad

La diferenciación entre el emprendedor por necesidad (aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral) y el emprendedor por oportunidad (aquel que decide crear una empresa basándose en la idea de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada por las empresas existentes) es reconocida en el proyecto GEM.

Como se observa en la figura 1.2.7 del 4,9% de la población adulta que en 2014 fue identificada como emprendedores en fase

inicial de acuerdo al índice TEA, se puede diferenciar: En primer lugar, los emprendedores motivados por oportunidad, bien de forma exclusiva (1,8%) o al menos en parte (0,8%) que en Cantabria representan unos valores inferiores a los mismos índices a nivel nacional. En segundo lugar, los emprendedores motivados puramente por necesidad que representan un 1,9% (frente a un 1,6% a nivel nacional); y por último, un 0,4% que son emprendedores por otros motivos (frente a un 0,2% a nivel España).

Figura 1.2.7. El proceso emprendedor en Cantabria en 2014 según el motivo para emprender



Por lo que se refiere al desglose de los datos anteriores para Cantabria en 2014, anticipar que éste es similar al que puede observarse para España en 2014. Así, del 2,6% de las personas adultas identificadas como emprendedores en fase inicial por oportunidad, un 1,2% corresponde específicamente a emprendedores nacientes por oportunidad (0,8% por oportunidad pura y 0,4% por oportunidad parcial) y un 1,4% a emprendedores nuevos por oportunidad (1% por oportunidad pura y 0,4% por oportunidad parcial). Sin embargo, del 1,9% de las personas adultas identificadas como emprendedores en fase inicial por necesidad, un 1,2% corresponde a emprendedores nacientes por necesidad y un 0,7% corresponde a emprendedores nuevos por necesidad.

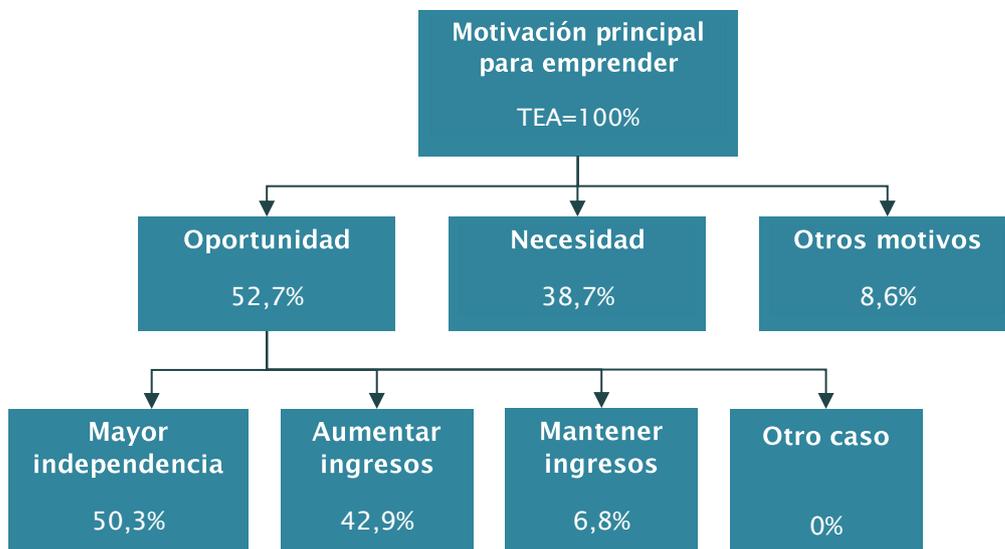
Asimismo, un 4,6% de la población adulta en 2014 fue identificada como empresarios consolidados que en su momento emprendieron puramente por oportunidad, un 1,4% fue identificado como empresarios consolidados que emprendieron en parte por

oportunidad, un 3% por necesidad y un 0,8% lo componen aquellos que emprendieron por otros motivos.

La Figura 1.2.8. muestra la distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo para emprender. Así, el índice TEA en Cantabria en 2014 se puede descomponer con una distribución similar a la que se observa en el caso de España y que es como sigue: El 52,7% del TEA de Cantabria de 2014 se corresponde a emprendedores en fase inicial por oportunidad; el 38,7% de dicho índice se corresponde a emprendedores en fase inicial por necesidad y un 8,6% se corresponde a aquellos que han emprendido por otros motivos.

A su vez, entre los emprendedores por oportunidad se puede desagregar en función de lo que buscaban con la puesta en marcha de la iniciativa. Con una imagen similar a nivel nacional, entre dicho colectivo la mayoría dice buscar una mayor independencia (50,3%), le sigue aumentar los ingresos (42,9%), y de lejos, la razón de mantener los ingresos (6,8%) actuales.

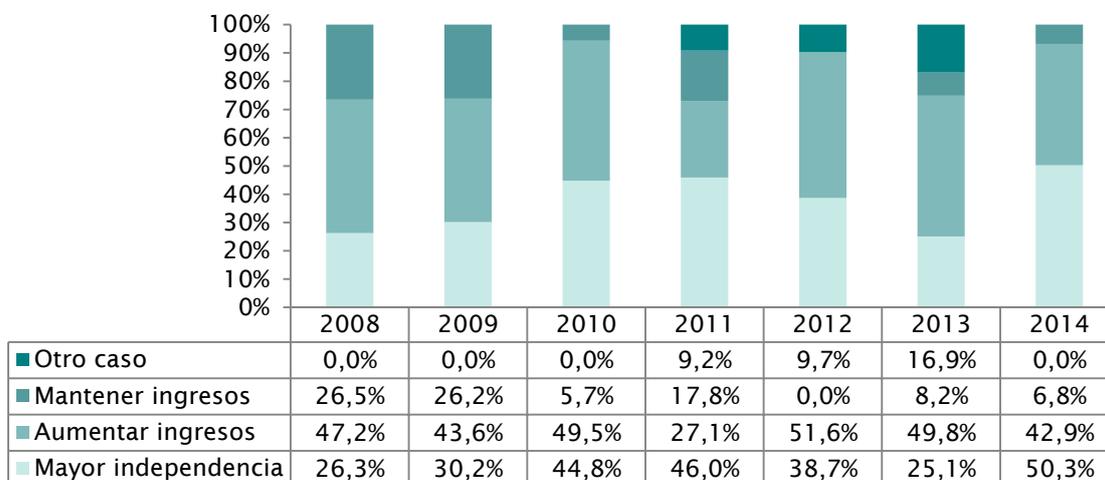
Figura 1.2.8. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo para emprender



En la Figura 1.2.9 se muestra la evolución de la distribución del índice TEA en Cantabria según el motivo para emprender. La motivación de mayor peso relativo para la puesta en marcha de las iniciativas se simultanea entre aumentar los ingresos (2008, 2009, 2010, 2012 y 2013) y la búsqueda de una mayor independencia (2011

y 2014). Los datos a nivel nacional, reflejan una situación ligeramente distinta en tanto se observa que detrás de la oportunidad de negocio el interés predominante parece ser la búsqueda de una mayor independencia y en segundo lugar la búsqueda de un aumento de ingresos.

Figura 1.2.9. Evolución de la TEA en Cantabria según el motivo para emprender (periodo 2008-2014)

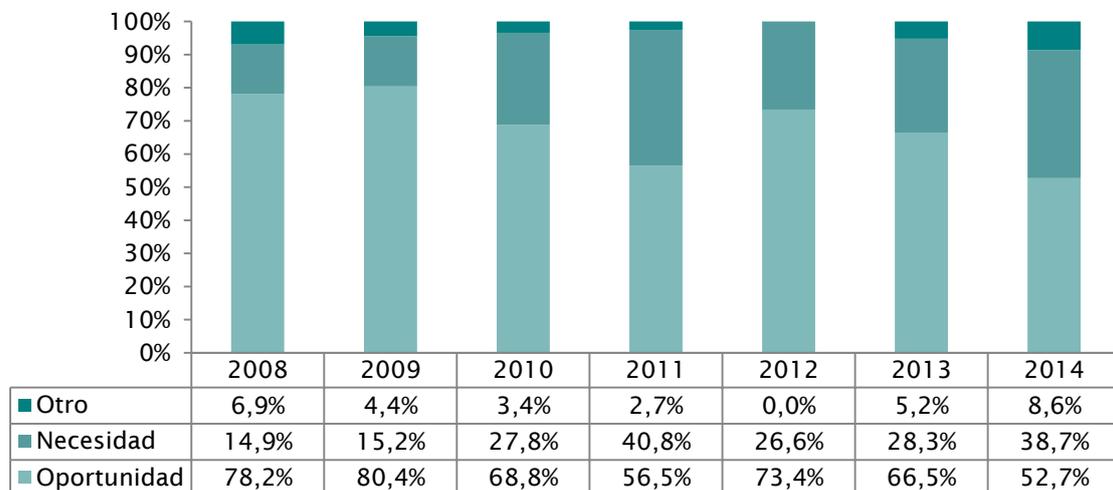


Considerando los datos reflejados en la Figura 1.2.10. sobre la evolución de la TEA por oportunidad en Cantabria según las razones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender durante el periodo 2008-2014. La evolución reflejada en este gráfico se refleja también a nivel nacional.

Durante los dos primeros años de la serie el mayor peso relativo lo tenía la oportunidad y

era muy bajo el porcentaje de emprendedores que lo hacían por necesidad. Esta situación cambió por la crisis. En 2014 ha seguido siendo preponderante la motivación de aprovechar una oportunidad de negocio, pudiendo observarse una situación similar a la de España en 2014, donde parece que hoy en día por cada dos emprendedores en fase inicial que han emprendido por oportunidad existe casi un emprendedor que ha emprendido por necesidad.

Figura 1.2.10. Evolución de la TEA por oportunidad en Cantabria según las razones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender (periodo 2008-2014)



1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

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

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

Distribución por edad

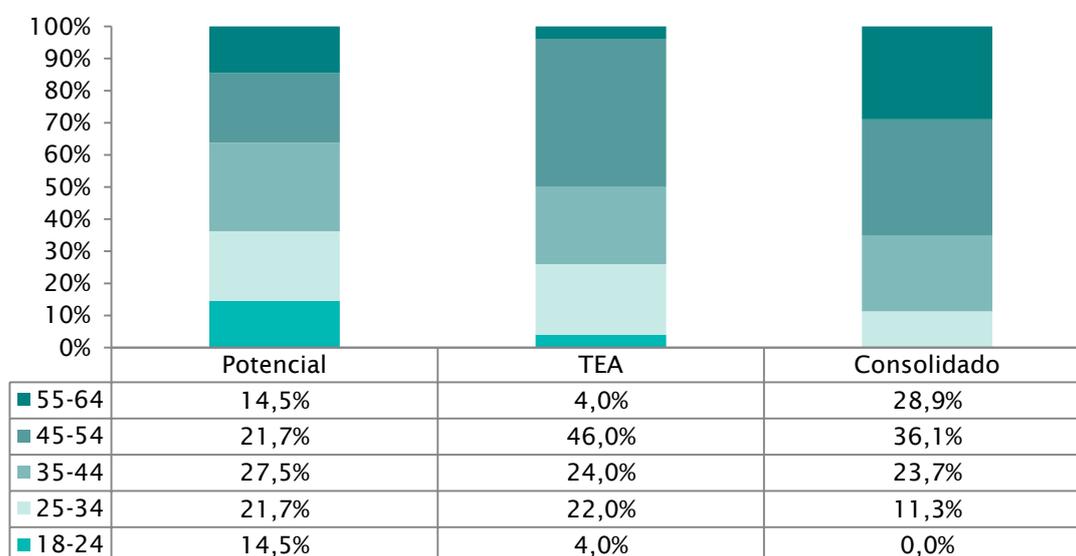
El primer rasgo demográfico analizado es la edad. Como puede observarse en la Figura 1.2.11., el rango de edad de los emprendedores varía según el colectivo emprendedor al que pertenezcan. Así, los emprendedores potenciales tienen edades comprendidas principalmente entre los 35 y 44 años (27,5%), aunque muy de cerca le siguen los tramos de edad de 25-34 años y 45-54 años, ambos con un 21,7%. En el caso de los emprendedores en fase inicial, estos se sitúan principalmente en el tramo de 45 a 54 años que alcanza el 46% del total. Para el caso

de los empresarios consolidados es también el tramo de 45 a 54 años (36,1% del total) el que consigue el mayor porcentaje.

Esta imagen de los emprendedores en Cantabria según su edad es similar a la ofrecida en España en 2014, en tanto, el colectivo de menor de edad se corresponde con el de emprendedores potenciales (edad media en España de 37 años) y el colectivo de mayor edad media se corresponde con el de emprendedores consolidados (edad media en España de 48,2 años).

Comparando con la imagen ofrecida en Cantabria en 2013 respecto a la edad de los emprendedores, puede considerarse que la misma no varía sustancialmente respecto a su distribución, si bien en 2013 los valores de los porcentajes de la misma eran más bajos; destacándose sólo un cambio que se refiere al colectivo de emprendedores consolidados. En la edición anterior el mayor peso relativo lo tenía el rango de edad de edad de 35 a 44 años (40,7%) frente al rango de edad prioritario en 2014 que ha sido el de 45 a 54 años.

Figura 1.2.11. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2014



Asimismo, en la Figura 1.2.11 se muestra el índice TEA para distintos grupos de población de acuerdo al tramo de edad. De acuerdo con los datos recogidos en 2014, los emprendedores en fase inicial se concentran principalmente en el rango de edad entre 45 y 54 años, siguiéndole en orden de importancia, con parecido peso relativo, los tramos de edad de 35 a 44 años y de 25 a 34 años. En consecuencia, respecto a esta variable demográfica, la edad, la imagen no ha variado en los últimos años a tenor de los datos mostrados en el informe de GEM Cantabria en ediciones anteriores. Si tenemos en cuenta los datos a nivel nacional, la imagen es ligeramente distinta por cuanto en este contexto los emprendedores en fase

inicial se concentran principalmente en el tramo de edad entre 35 y 44 años.

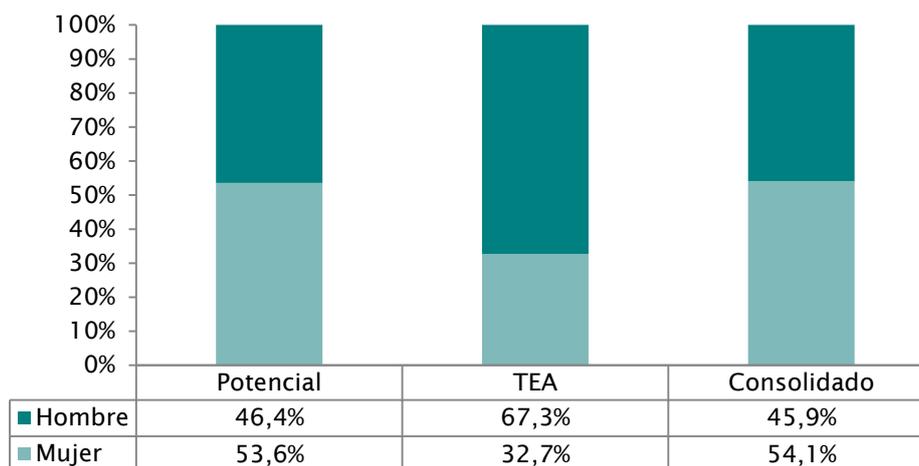
Distribución por género

Por lo que respecta a la distribución de la población emprendedora por género la Figura 1.2.12 muestra que emprender en Cantabria es una actividad en la cual la participación masculina y femenina varía levemente en función de la fase en la que se encuentre el emprendedor. En el caso de los emprendedores potenciales son las mujeres las que obtienen una mayor presencia, con un 53,6%. Para el caso de los emprendedores en fase inicial en cambio es el género masculino el predominante (67,3%). Finalmente, entre los empresarios consolidados se observa una

presencia levemente mayor por parte de los hombres (54,1%). En consecuencia, se observa que existe una mayor diferencia en cuanto a género cuando el emprendedor se encuentra en fase inicial y, manifestándose a favor del

colectivo masculino. Se evidencia por tanto en Cantabria en 2014, una mayor propensión a emprender en la población adulta de hombres frente a la de mujeres.

Figura 1.2.12. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2014



Si consideramos la distribución de la población emprendedora por género en España en 2014, se observa en general la misma imagen que en Cantabria, esto es, un predominio de la participación masculina sobre la femenina, existiendo sólo una diferencia por lo que respecta a los emprendedores potenciales.

Asimismo, si tenemos en cuenta la evolución temporal de estos datos en Cantabria, se observa (Figura 1.2.13.) que se mantiene la diferencia existente en 2013 entre hombre y mujeres. Dicha diferencia ha existido a lo largo del periodo analizado (desde 2011 hasta 2014) en Cantabria, con excepción del año 2012. Una trayectoria similar se observa en la evolución del índice TEA por género en España en el mismo período, con excepción del año 2012.

Figura 1.2.13. Evolución de la distribución por género en Cantabria (periodo 2011-2014)



Distribución por nivel educativo

En cuanto a la variable demográfica del nivel de educación, la distribución de los distintos grupos de emprendedores observada en el proyecto GEM Cantabria 2014 (véase Figura 1.2.14.) es la siguiente.

Los emprendedores en fase inicial que componen el índice TEA cuentan con formación secundaria en mayor proporción que el resto de grupos. En concreto, el 52,1% de los emprendedores en fase inicial identificados en 2014 tenía formación secundaria, el 25% tenían formación superior, el 14,6% formación primaria y el 6,3% tenía formación de postgrado.

En el caso de los emprendedores potenciales, se mantiene la misma imagen y así, el 52,2% tenía como máximo formación secundaria; mientras que el 30,4% tenía formación superior, el 14,5% tenía formación primaria y el 1,4% contaba con formación de postgrado.

Asimismo, entre los empresarios consolidados, los porcentajes de los que tenían estudios superiores (17,3% del total) y de postgrado (0% del total) fueron los más bajos y, comparando con los mostrados por los emprendedores en fase inicial, se evidencia un menor grado de formación en el caso de emprendedores consolidados.

Si tenemos en cuenta los resultados mostrados respecto a esta variable en las ediciones anteriores en Cantabria, podemos afirmar que se mantiene la imagen general; y considerando la ofrecida en el proyecto GEM España en 2014, cabe destacar que así como en Cantabria los emprendedores en fase inicial poseen mayoritariamente formación secundaria, a nivel de España, la mayoría tiene formación superior.

El proyecto GEM también analiza la información referente a la formación específica para emprender que han recibido los emprendedores. El 40,8% de los emprendedores en fase inicial y el 42% de los emprendedores potenciales afirmaron haber recibido algún tipo de formación específica para emprender a lo largo de sus vidas. Para el caso de los emprendedores consolidados apenas un 26,5% afirmaron que tenían formación específica para emprender (ver figura 1.2.15.).

En consecuencia, los datos nos indican que los emprendedores que se encuentran en las primeras fases del proceso emprendedor están mejor formados que aquellos que se encuentran en etapas más avanzadas del

proceso emprendedor, esta imagen es la misma que la mostrada en el proyecto GEM España en 2014 y la observada en Cantabria en la edición anterior. Respecto a esta última, destacar, sin embargo, que los porcentajes de emprendedores que tienen formación específica frente a los que no lo tienen, presentan en 2014 menores diferencias (en los tres grupos de emprendedores) que las observadas en 2013.

Figura 1.2.14. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria en 2014

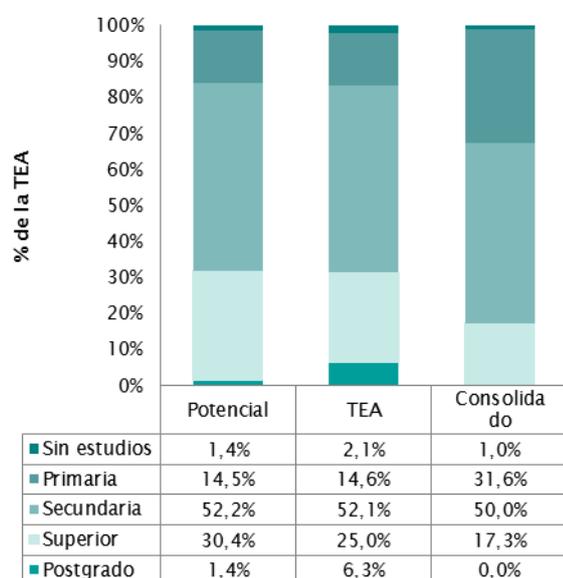
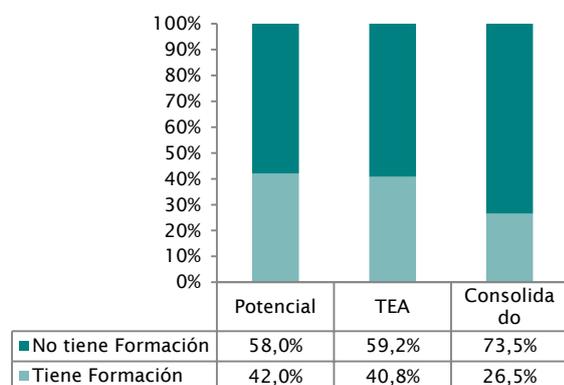


Figura 1.2.15. Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2014, en función de la formación específica para emprender



Distribución por nivel de renta

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

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

Si se analizan los datos mostrados en la Tabla 1.2.1 sobre la distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria, cabe afirmar que en 2014, el nivel de actividad emprendedora de la población del tercio superior de renta ha sido mayor que el nivel de actividad emprendedora de la población que se encuentra en los tercios inferiores. Este diagnóstico de la situación se corresponde con el mostrado a nivel de España en 2014 y con el manifestado en Cantabria en 2012, no así en 2013 en que el nivel de actividad emprendedora de la población del tercio inferior de renta fue el mayor.

En consecuencia, en 2014, tanto en Cantabria como en España, parece haberse incrementado la diferencia cuantitativa entre los emprendedores pertenecientes al rango del tercio superior de renta y aquellos otros que pertenecen al tercio inferior de la misma.

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

Tipo de emprendedor		Potencial	TEA	Consolidado
2014	Tercio inferior	22,0%	25,8%	12,5%
	Tercio medio	34,0%	22,6%	34,4%
	Tercio superior	45,8%	51,6%	53,1%
2013	Tercio inferior	63,6%	60,0%	28,6%
	Tercio medio	12,7%	16,0%	33,3%
	Tercio superior	23,6%	24,0%	38,1%
2012	Tercio inferior	16,2%	11,1%	15,3%
	Tercio medio	29,4%	38,9%	26,4%
	Tercio superior	54,4%	50,0%	58,3%

1.2.5. Financiación de la actividad emprendedora naciente en Cantabria

Como se apuntaba anteriormente, la financiación necesaria para poner en marcha un proyecto emprendedor puede proceder de recursos propios o de fuentes externas. Consecuentemente, la financiación de la actividad emprendedora es un aspecto crítico en su desarrollo y, la obtención de aquella una tarea difícil, en especial, en las primeras etapas del proceso emprendedor (cuando aún no se han generado suficientes ingresos como para validar el negocio, ni se pueden acreditar garantías) y máxime en un contexto económico y financiero como el que corresponde al periodo analizado (con dificultades de acceso a la financiación y falta de mercados alternativos de capital para proyectos emprendedores).

Al igual que se realiza a nivel de España, este tema es analizado desde un doble punto de vista. En primer lugar desde la demanda de capital que requieren los proyectos emprendedores y, por otro lado, desde la oferta de inversores que apuestan por proyectos emprendedores de terceras personas.

Por lo que respecta a la demanda de financiación, la Tabla 1.2.2 escribe las características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes

en Cantabria en 2014. En promedio, el capital semilla de estos proyectos nacientes fue de 41.743 euros. Debido a la enorme dispersión que existe en las necesidades de capital semilla de los distintos proyectos (desde los quinientos euros hasta los cien mil euros), la media de este indicador es sensible a los valores extremos, siendo necesario analizar la media y la mediana. Así, en Cantabria en 2014, el 50% de los proyectos ha necesitado una inversión de al menos 36.456 euros, mientras que el restante 50% ha necesitado cantidades que pudieron ser superiores a dicha cifra. Asimismo, la cantidad de capital semilla más común entre los proyectos de negocio de los emprendedores nacientes de 2014 fue de 100.000 euros.

Analizando la evolución de estos datos en Cantabria, cabe destacar que, si bien el valor de la moda no ha variado, los valores de la media y la mediana se han reducido significativamente en 2014 respecto a 2013; rompiéndose la tendencia de crecimiento en dichos valores que se observó en la edición anterior.

Como se muestra en la Tabla 1.2.2, si comparamos estos datos con los correspondientes a España en 2014, cabe afirmar que:

- el capital semilla de los proyectos nacientes en España en 2014 es superior al de Cantabria,
- el 50% de estos proyectos en España han necesitado una inversión de al menos 20.000 euros, inferior al importe para Cantabria
- y la cuantía de capital semilla más repetida en España en el caso de los emprendedores nacientes ha sido notablemente inferior a la de Cantabria.

En cuanto al capital semilla procedente de recursos propios que los emprendedores nacientes identificados en 2014 aportaron a sus proyectos de negocio fue, en promedio, de 14.666 euros, importe que es aproximadamente el doble que el correspondiente a nivel nacional (29.459 euros) y mucho menor que el obtenido en Cantabria en 2013 (51.539 euros). Sin embargo, dada la elevada variabilidad de la media, que se ve muy afectada por los casos

atípicos, es conveniente analizar la mediana y la moda como medidas de tendencia central.

Así en Cantabria en 2014, el 50% de los emprendedores nacientes invirtió al menos 9.245 euros con fondos propios, mientras que, la cantidad invertida con fondos propios que más se repite entre los encuestados fue de 50.000 euros. Comparando con los datos correspondientes en 2013, se observa que tanto la mediana como la moda se han reducido significativamente, rompiendo la tendencia de crecimiento en estos valores observada en la edición anterior.

Por lo que se refiere a la oferta de financiación, los datos recogidos en 2014 por el proyecto GEM muestran que el 4,9% de la población de 18-64 años ha actuado en los últimos tres años como inversor privado en negocios de otras personas, en los que no participa directamente en la gestión (en comparación con el 3,7% de España).

Tabla 1.2.2. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria en 2014

	Capital semilla necesario por Start up (€)				Capital semilla aportado por el emprendedor (€)			
	Cantabria		España		Cantabria		España	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Media	41.743	115.671	55.542	52.159	14.666	51.539	29.459	20.809
Mediana	36.456	99.234	20.000	19.480	9.245	25.298	10.000	10.000
Moda	100.000	100.000	20.000	3.000	50.000	100.000	20.000	3.000
Desv. Típica	35.787	141.294	105.363	140.450	16.660	75.413	78.215	33.580
Mínimo	500	4.000	500	300	50	0	1	0
Máximo	100.000	500.000	1.500.000	1.500.000	50.000	300.000	1.500.000	400.000

Como características más relevantes de este colectivo cabe resaltar las siguientes:

- Un 61,6% de estos inversores manifiesta tener conocimiento, habilidades y experiencia para empezar un nuevo negocio;
- un 66,5% de los mismos se sitúa en el tramo de renta del tercio superior;

- un 58,7% manifiesta estar en situación laboral activa (sea a tiempo completo o parcial, incluido el autoempleo);
- un 53,4% son mujeres;
- un 67,8% pertenecen al ámbito urbano y
- un 73,3% han recibido formación específica para emprender en algún momento de su vida.

1.3. Características de las actividades emprendedoras en Cantabria

1.3.1. Introducción

El presente epígrafe 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.

1.3.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas cántabras del 2014

El informe GEM ofrece una clasificación sectorial integrada por cuatro grandes industrias: extractiva, transformadora, servicios a empresas y consumo.

Teniendo en cuenta esta clasificación, las iniciativas emprendedoras registradas en Cantabria (Figura 1.3.1.) se centran principalmente en el sector orientado al consumo (46,9%) que, no obstante, vuelve a experimentar un retroceso de siete puntos porcentuales con respecto a 2013. Por el contrario, aumenta la actividad en los sectores de servicios a empresas (27,8%) y la industria transformadora (19%), que se sitúan en segunda y tercera posición por volumen de ocupación, respectivamente. Finalmente el sector extractivo experimenta un retroceso respecto al año 2013, pasando del 13% al 6,3% actual.

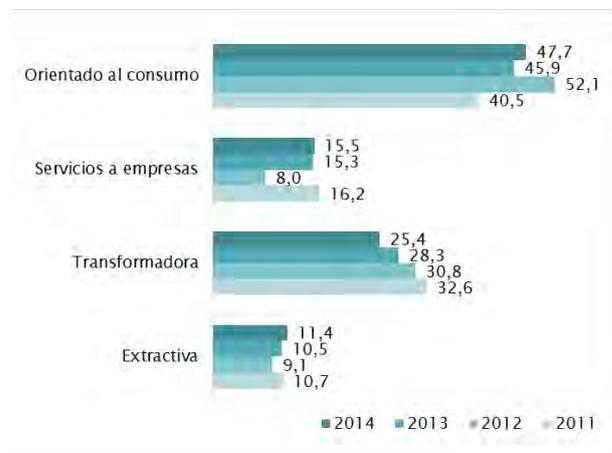
Comparando la distribución de la actividad emprendedora del 2014 con la de la actividad consolidada (Figura 1.3.2.), esto es, la que ha superado los 42 meses y puede tener una gran diversidad de años de antigüedad, se aprecian ciertos hechos destacables. En primer lugar, se observa que el sector orientado al consumo, servicios a empresas y el sector extractivo experimentan un incremento de su peso relativo con respecto al año 2013.

Por el contrario, destaca la disminución de la industria transformadora que, en cualquier caso, sigue ocupando la segunda posición en volumen de actividad y número de emprendedores dedicados a este sector.

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



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



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

La Tabla 1.3.1. recoge la clasificación de las empresas que realiza GEM en función del número de empleados. De este modo, se observa que las microempresas son aquellas que no superan los 10 empleados; pequeñas empresas son las que tienen entre 10 y 49 empleados; medianas empresas son las que tienen entre 50 y 249 empleados; y grandes empresas son las que superan los 249 empleados.

Tabla 1.3.1
Clasificación de las empresas en función del número de empleados

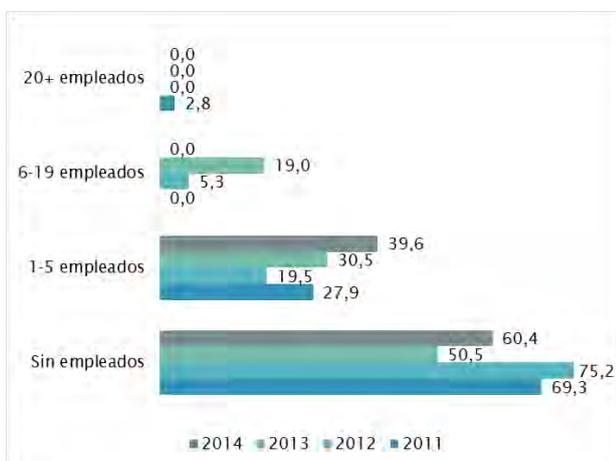
Tipo de Empresa	Trabajadores
Microempresa	Menos de 10
Pequeña empresa	Entre 10 y 49
Mediana empresa	Entre 50 y 249
Gran empresa	Más de 249

La Figura 1.3.3. revela que el mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras en Cantabria en 2014 presentan una dimensión de microempresa, con un 60,4% del total de iniciativas que no generan empleo y otro 39,6% de iniciativas que tienen entre 1 y 5

empleados. Se observa así que el tamaño de las iniciativas emprendedoras se ha reducido considerablemente respecto al año 2013 ya que en 2014 no se registró ninguna iniciativa que emplease a 6 o más personas en la muestra analizada. En esta línea, destaca de manera especialmente negativa la pérdida del 19% de iniciativas con un volumen de empleados de 5 a 19 que se registró en 2013.

Al comparar los datos con la media española (Figura 1.3.4.) se observa que, en líneas generales, la empresa cántabra ha experimentado una evolución negativa en cuanto a generación de empleo en el año 2014. El dato más negativo lo refleja la pérdida de iniciativas emprendedoras que generen más de 6 empleos en la región, mientras que en España un 6,5% de las iniciativas emplean entre 6 y 19 puestos de trabajo y un 1,7% generan más de 20 empleos. En línea con este resultado, los datos más positivos para la región se registran en el volumen de microempresas creadas en 2014. Frente al 37,1% de iniciativas españolas que generan un número de empleos entre 1 y 5, en Cantabria este porcentaje asciende hasta el 39,6%. Finalmente, destacar el 60,4% de iniciativas sin empleados en Cantabria frente al 54,7% de España.

Figura 1.3.3.
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras



Con respecto a las iniciativas consolidadas (Figura 1.3.5.), la situación en 2014 muestra, sin embargo, resultados más favorables que los registrados en el periodo 2013.

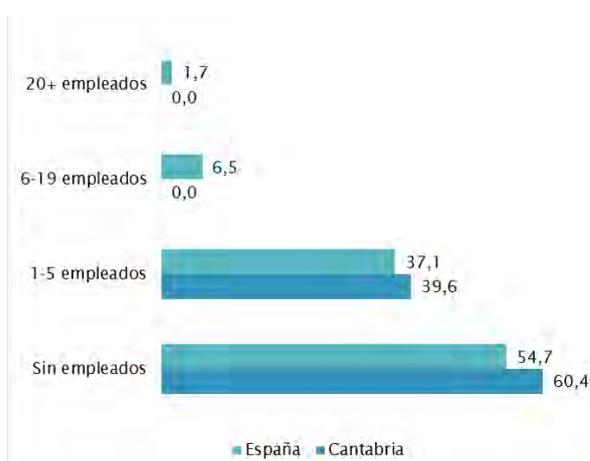
Así, mientras en 2013 predominaban aquellas iniciativas consolidadas que no contaban con ningún empleado o que tenían de 1 a 5 empleados, en 2014 se ha progresado en la consolidación de empresas de mayor tamaño (6 o más empleados).

Concretamente, el porcentaje de empresas con más de 20 empleados ascendió hasta el 3,1% frente al 2,5% registrado en 2013. Más llamativo aún es el aumento de más de ocho puntos porcentuales registrado en el número de empresas de 6 a 19 empleados. Este tipo de empresas alcanzaron el 14,3%, notablemente superior al 6,1% registrado en 2013.

Como consecuencia, se ha reducido también de manera notable el volumen de microempresas con menos de 5 empleados.

En relación, a las empresas de 1 a 5 empleados, el porcentaje de empresas descendió hasta el 39% (45,5% en 2013). Las

Figura 1.3.4.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2014



empresas sin empleados representaron en 2014 un 43,7% de las empresas cántabras, frente al 45,9% alcanzado en 2013.

La comparación de estos resultados con la distribución del empleo de las iniciativas emprendedoras refleja una clara consolidación de las iniciativas emprendedoras en Cantabria en el año 2014.

Concretamente, la pérdida de empresas medianas en la fase emprendedora se debe a la transformación de la mayor parte de estas iniciativas en empresas consolidadas (más de 42 meses de actividad).

Si se compara nuevamente la situación de la región con la nacional (Figura 1.3.6.) se aprecia que Cantabria sigue superando al conjunto nacional en el subgrupo de empresas consolidadas sin empleados (43,7% vs. 40,3%, respectivamente).

No obstante, también se aprecia un porcentaje notablemente mayor de empresas de entre 6 y 19 empleados (14,3% vs. 10,9%, respectivamente).

Figura 1.3.5.
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas

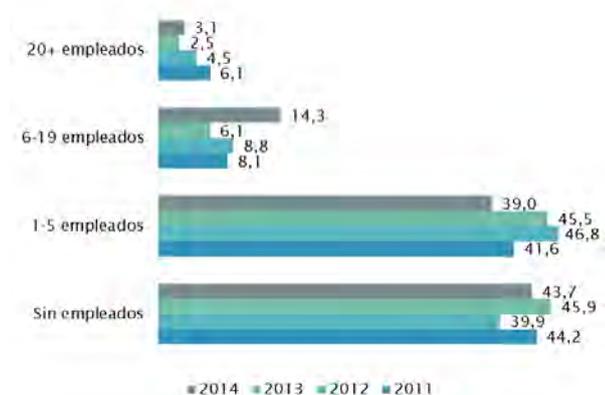


Figura 1.3.6.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2013



1.3.4. 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 haber generado al final de los 5 próximos años, a contar desde el momento de la entrevista.

Las Figuras 1.3.7. y 1.3.8. muestran los resultados relacionados con las actividades emprendedoras y consolidadas en la Comunidad Autónoma de Cantabria en los últimos cuatro años.

Las expectativas de creación de empleo para las iniciativas emprendedoras (Figura 1.3.7.) parecen volver a centrarse en la consolidación de microempresas de menos de 5 empleados. Concretamente, un 27,8% de los emprendedores esperan consolidar una microempresa sin empleados dentro de 5 años, frente al 22,2% registrado en 2013. La cifra también aumenta en el caso de las microempresas de 1-5 empleados (58,5% en 2014 vs. 58,1% en 2013).

Por el contrario, las expectativas disminuyen en términos de la consolidación de empresas medianas (de más de 6 empleados). En el caso de las empresas de 6-19 empleados el porcentaje disminuyó hasta el 13,7% en 2014 frente al 14% registrado en 2013. Además, del 5,6% de empresas de más de 20 empleados registradas en 2013 se pasó a un 0% en 2014.

En resumen, estos datos indican un cierto empeoramiento de las expectativas de los emprendedores, si bien con alguna esperanza. Hay un grupo que claramente entiende que la coyuntura es desfavorable para la creación de empresas, si bien aún un grupo relevante es más optimista y espera aumentar el volumen de empleados en el futuro próximo.

Figura 1.3.7.
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras

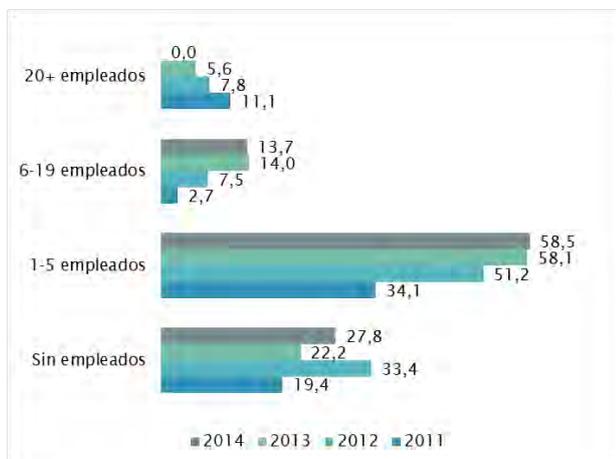
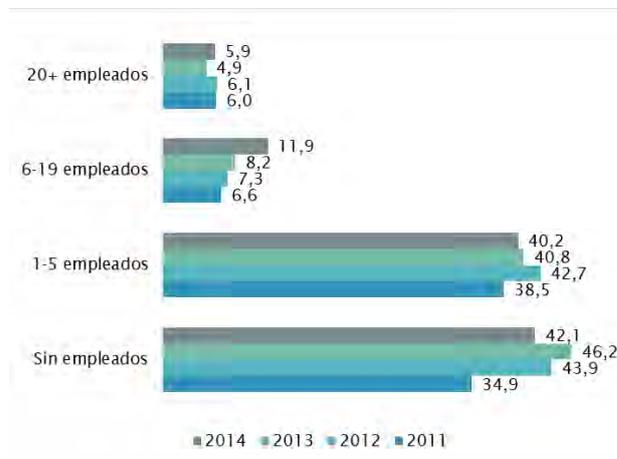


Figura 1.3.8.
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas



La Figura 1.3.8. 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 42,1%, porcentaje inferior al 46,2% registrado el año anterior. Frente a este dato, las que prevén que van a crear entre 1 y 5 puestos de trabajo representan el 40,2% del total, cifra también inferior a la del año 2013, que alcanzaba un 40,8%.

Por lo que se refiere al porcentaje de empresarios que estiman alcanzar entre los 6 y 19 puestos de trabajo, éste alcanza un 11,9% en Cantabria, superior al 8,2% registrado en 2013. Este porcentaje confirma, además, la tendencia al alza de este tipo de empresas consolidadas desde el año 2011. Finalmente, un 5,9% de empresarios estima alcanzar más de 20 empleados en la región, frente al 4,9% que lo esperaban en el 2013.

En síntesis, en esta ocasión se observa un panorama más favorable que el registrado en el año anterior ya que se estima un aumento considerable del tamaño medio de las empresas en un período de cinco años.

Si comparamos estas cifras con las presentadas en la Figura 1.3.4., donde se recogía la situación actual de empleo en las iniciativas consolidadas, se comprueba que aumenta considerablemente el porcentaje de

empresarios que estiman que podrían generar algún puesto de trabajo en su empresa en el futuro, especialmente en un rango de 6 a 19 empleados. Al mismo tiempo, disminuye significativamente las expectativas de crear una empresa sin empleados, lo que confirma el optimismo de los empresarios en términos de generación de empleo de aquí a cinco años.

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 1.3.2, cuyos resultados están medidos en número de personas.

En línea con los resultados mostrados en la Figura 1.3.7., los datos de este nuevo análisis ponen de manifiesto que en Cantabria los emprendedores que se encuentran en la fase de iniciativa emprendedora (0-42 meses de actividad) han empeorado significativamente sus expectativas de crecimiento para dentro de cinco años, pasando de un 3,38 en el año 2013 a un 1,50 en el año 2014.

En el caso de los emprendedores que se encuentran en una fase más consolidada (más de 42 meses de actividad) se puede observar que siguen siendo mucho menos optimistas y que, además, empeoran levemente sus expectativas respecto a 2013 pasando de 0,52 a 0,44.

Tabla 1.3.2.
Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años

Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media (Desviación Típica)			
	2011	2012	2013	2014
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,67 (14,11)	3,86 (8,61)	3,38 (6,79)	1,50 (2,43)
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,77 (2,74)	0,37 (3,08)	0,52 (2,12)	0,44 (1,76)

1.3.5. 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: como la 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 y no a toda la innovación, entendida ésta como 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 10,5% del total, y un 24,4% en el rango de algo innovadoras (Figura 1.3.9.).

Mientras el dato relativo a las iniciativas completamente innovadoras es algo inferior al registrado en el año 2013, destaca como especialmente positivo el dato relativo a las empresas algo innovadoras, que aumentó en nueve puntos porcentuales con respecto al año anterior.

En cuanto a la proporción de iniciativas emprendedoras nada innovadoras, el porcentaje descendió considerablemente en el año 2014, situándose en el 65,2%. Este dato resulta muy positivo si se compara con el 72,1% registrado en 2013.

En relación con las iniciativas consolidadas, el rango de iniciativas muy innovadoras presenta un porcentaje en Cantabria de un 6,1%, lo que se sitúa muy por encima del 1,2% del total registrado en 2013 (Figura 1.3.10). En el rango de empresas algo innovadoras, el porcentaje se sitúa en el 11,5%, de nuevo claramente por encima del 6,9% que se había obtenido el año anterior. En cuanto a las iniciativas nada innovadoras el porcentaje obtenido en Cantabria es de 82,5%, notablemente inferior al máximo histórico alcanzado en 2013 (91,9%).

En resumen, comparando esta evolución con la registrada en 2013 se observa una clara mejoría en las iniciativas completamente innovadoras y algo innovadoras. Estos incrementos se han traducido lógicamente en reducciones significativas de los porcentajes en la categoría de iniciativas nada innovadoras.

Figura 1.3.9.
Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria

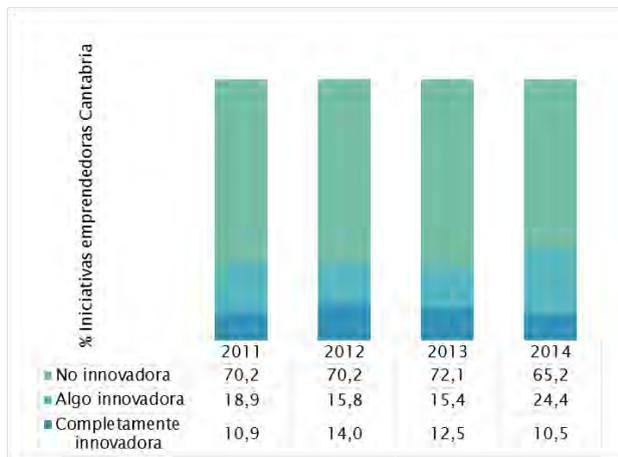
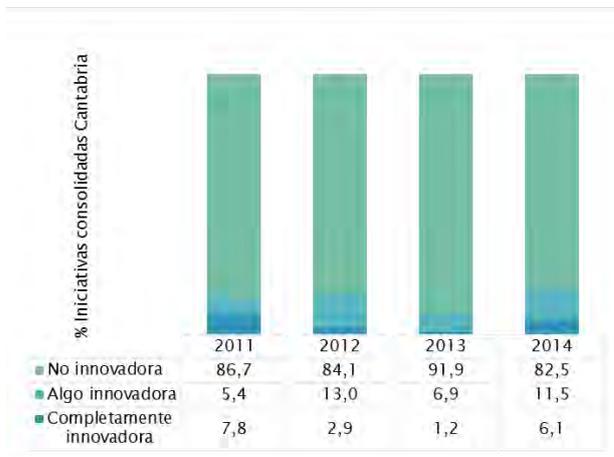


Figura 1.3.10.
Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria



1.3.6. 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 que además tengan mejor relación calidad/precio, ya que serán las que tengan unas posibilidades más altas de supervivencia en una situación de caída en el consumo.

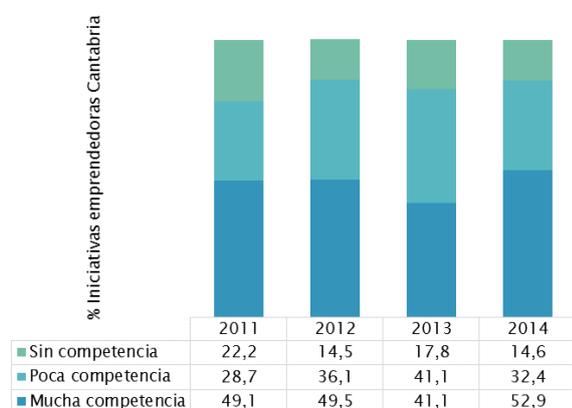
En cuanto a las iniciativas en fase emprendedora que manifiestan no tener competencia, la situación en Cantabria en 2014 es más desfavorable que la registrada en el periodo 2013 (pasando de un 17,8% a un 14,6% en el último año) (Figura 1.3.11).

Con esta disminución, el porcentaje de emprendedores que consideran no tener competencia vuelve a situarse en los valores del 2012.

Al mismo tiempo, las iniciativas que manifiestan tener una fuerte competencia han registrado un aumento importante, superior a los once puntos porcentuales (52,9% frente a 41,1% en 2013).

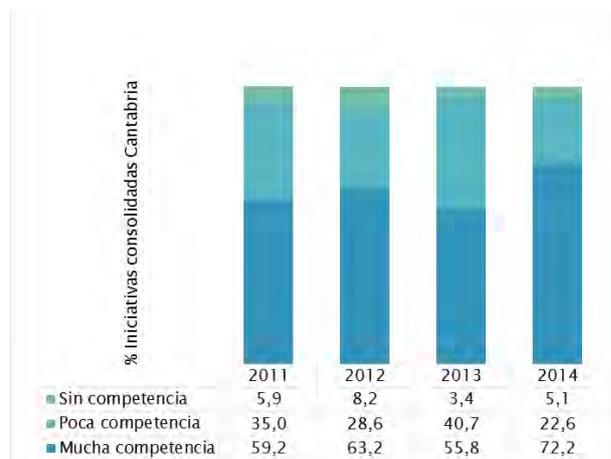
Finalmente, para el caso de las iniciativas emprendedoras que presentan poca competencia el porcentaje se ha visto reducido, pasando de un 41,1% a un 32,4% en 2014.

Figura 1.3.11
Porcentaje de iniciativas emprendedoras que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria



En lo que respecta a la empresa consolidada, los datos muestran una tendencia bastante similar a la reflejada por las iniciativas emprendedoras (Figura 1.3.12), si bien también se refleja una situación mucho más competitiva que en el caso de las iniciativas más recientes. Así, las iniciativas que tienen mucha competencia representan en Cantabria el 72,2% del total en 2014, un porcentaje claramente superior al 55,8% registrado en 2013. También aumenta el volumen de empresas sin competencia, pasando de un 3,4% en 2013 a un 5,1% en 2014.

Figura 1.3.12.
Porcentaje de iniciativas consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria



La situación inversa se registra para el caso de las iniciativas con poca competencia. En este caso, el porcentaje registrado en 2014, un 22,6% del total, experimenta un descenso significativo respecto al registrado en 2013, cuando se situó en un 40,7%.

Estos resultados parecen indicar que la competencia se ha intensificado significativamente el último año y que cada vez son más los emprendedores y empresarios que se enfrentan a un elevado nivel de competencia en sus respectivas industrias.

1.3.7. *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 (Figuras 1.3.13 y 1.3.14).

En el período 2014 un 6,3% de las iniciativas emprendedoras en Cantabria aseguró utilizar tecnologías de última generación. Con este dato se consigue recuperar ligeramente la fuerte caída sufrida el pasado año 2013, cuando el dato cayó hasta el 2,4% (Figura 1.3.13.).

El resultado de esta edición muestra que en términos generales la situación en Cantabria ha recuperado ligeramente la senda positiva de innovación tecnológica, si bien aún se encuentra lejos de los valores muy favorables registrados en los años 2011 y 2012. De esta forma se recupera levemente la inversión en nuevas tecnologías, que en 2013 había descendido bruscamente.

Por lo que se refiere a la situación de las iniciativas consolidadas la situación es similar. El porcentaje de empresas que emplean tecnologías de última generación (6,1% del total) ha aumentado con respecto al año

2013, en el que alcanzaba apenas el 2,3% (Figura 1.3.14.).

Los resultados en este apartado muestran, por tanto, la recuperación de la senda

emprendida en los años 2011 y 2012, si bien deben valorarse con cautela y queda aún un largo camino por recorrer en términos de innovación tecnológica en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.

Figura 1.3.13.
Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria

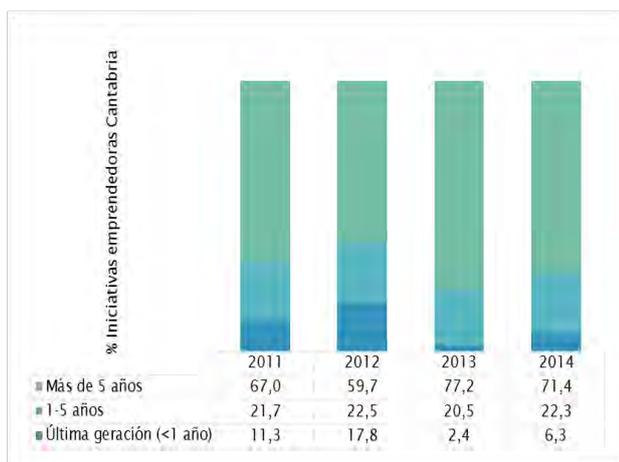
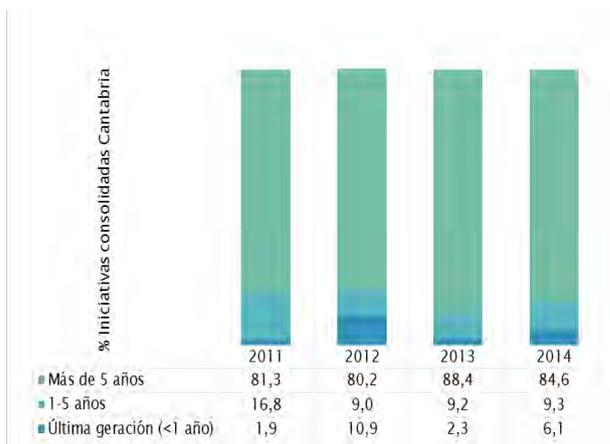


Figura 1.3.14.
Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria



1.3.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

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 se encuentra la economía nacional actualmente. Por ello, este epígrafe de internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas recibe una especial atención en este informe.

En Cantabria, el porcentaje de iniciativas emprendedoras no exportadoras se situó en 2014 en el 75,8% (Figura 1.3.15.), ligeramente inferior al 77,5% experimentado en 2013. Las iniciativas emprendedoras que exportaron entre el 1% y el 25% de su producto o servicio supusieron en Cantabria un 15,3%, reduciéndose también con respecto al año anterior (16,7%).

El dato más positivo se encuentra en el volumen de iniciativas emprendedoras que exportan entre un 25% y un 75% de su producción a los mercados exteriores (2,2% en 2014) o que dedican entre un 75% y un 100% a dichos mercados (6,7% en 2014). Estos datos suponen un claro incremento de las exportaciones de las iniciativas emprendedoras con respecto a 2013, cuando ambos indicadores se encontraban en el 0% y el 5,8%, respectivamente.

Estos datos muestran que en Cantabria se está manteniendo un esfuerzo positivo por recurrir a la internacionalización como vía para paliar los efectos de la crisis, proporcionando así una forma muy útil de suplir la reducción del consumo en el mercado local.

La situación entre el colectivo de empresas consolidadas es muy similar, en el sentido de que si bien se reduce el porcentaje de empresas que no exportan (73,6% en 2014 vs. 75,5% en 2013), los incrementos en el resto de niveles son muy pequeños (Figura 1.3.16.).

Por ejemplo, las empresas que exportaron entre el 1% y el 25% de su producción se situó en el 24,2% (23,3% en 2013), mientras que ninguna empresa consolidada afirmó exportar entre el 25% y el 75%.

Finalmente, únicamente un 2,3% de las empresas aseguró exportar más del 75% de sus productos y/o servicios (1,2% en 2013).

Estos datos 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. No obstante, la actividad de exportación parece resultar más difícil a las empresas consolidadas que a las iniciativas emprendedoras.

Figura 1.3.15.
Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)

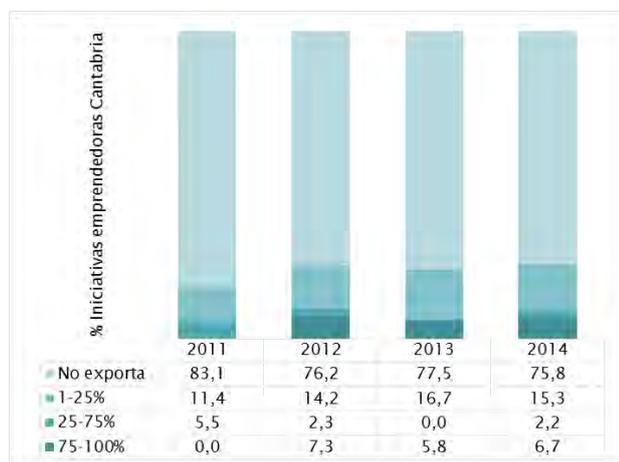


Figura 1.3.16.
Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)



1.3.9. 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 2014.

Respecto a las iniciativas emprendedoras, la situación en Cantabria presenta más sombras que luces en comparación con la situación vivida en 2013. Concretamente, el porcentaje de iniciativas sin expectativas de expansión en el mercado aumentó ocho puntos

porcentuales, situándose en el 67,2% en 2014 (Figura 1.3.17.). En cuanto a los resultados de las iniciativas con alguna expectativa de expansión, dicho indicador disminuyó en 2014 entre el grupo que no hace uso de nuevas tecnologías, mientras que aumentó entre aquellos emprendedores que sí hacen uso de las mismas.

En el primero de los dos casos, se pasó de un 38,4% en 2013 a un 26,5% en 2014, mientras que el segundo grupo pasó de un 0% en 2013 a un 4% en 2014. Finalmente, las iniciativas con una notable expansión representaron

únicamente un 2,3% del total en 2014. Este valor refleja estabilidad con respecto al año anterior, cuando la cifra se situaba en el 2,4%. A la vista del conjunto de los datos se puede determinar por tanto que la situación en Cantabria sigue siendo desfavorable y que, lo que resulta más preocupante, parece haber empeorado en términos generales a lo largo del 2014.

Para el caso de las empresas consolidadas se observa una situación bien distinta, lo que arroja cierta esperanza sobre el futuro de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en Cantabria. Concretamente, los porcentajes de empresas sin expectativas de expansión

disminuyó claramente con respecto al año anterior (Figura 1.3.18.) hasta situarse en un 79,6% del total, lo que supone una reducción de más de once puntos porcentuales respecto a la cifra de 2013 (90,7% del total).

En el resto de categorías se observan incrementos de las expectativas de crecimiento. Por ejemplo, las expectativas de alguna expansión se situaron en el 14,3% entre el colectivo de empresas que no utilizan las nuevas tecnologías y en el 5% entre aquellas que sí utilizan dichas tecnologías. Finalmente, un 1,1% de los empresarios indicaron esperar una notable expansión de sus mercados en el futuro.

Figura 1.3.17.
Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de su potencial estimado de expansión en su mercado

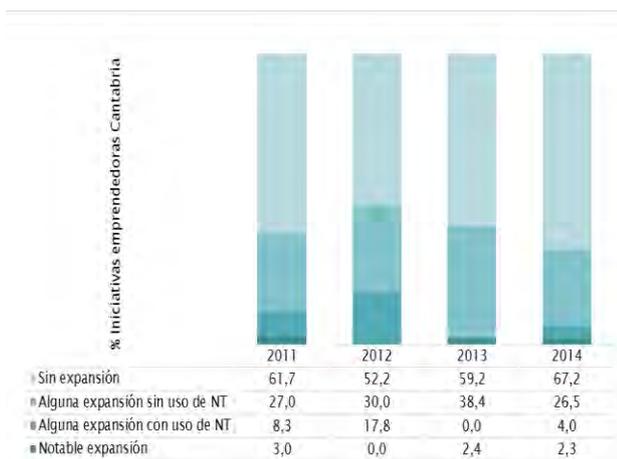
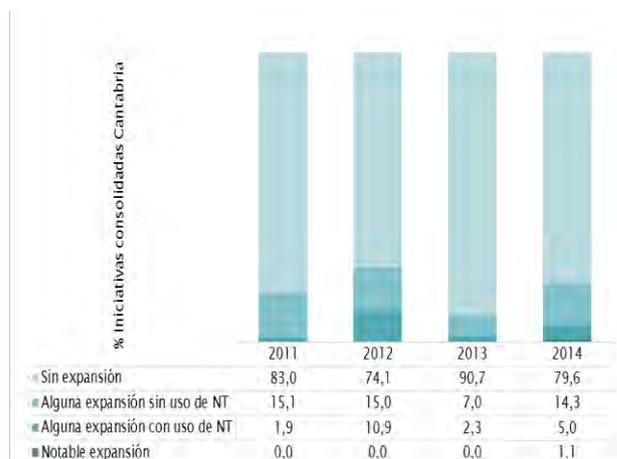


Figura 1.3.18.
Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado



Capítulo 2: *El entorno emprendedor*



Capítulo 2: El entorno emprendedor

2.1. Introducción

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

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

La metodología utilizada es la realización de un panel de expertos. Se les ha pedido a 36 profesionales y empresarios, elegidos por su experiencia y conocimientos sobre estos factores, que valoren una serie de afirmaciones sobre las condiciones del entorno expresadas con una escala Likert de 1 a 5 (donde 1 corresponde a completamente falso y 5 a completamente verdadero).

Además los expertos entrevistados también contribuyen en el Informe GEM a través de preguntas abiertas. Cada uno de ellos puede mencionar hasta tres temas que considera que pueden ser obstáculos, apoyos o recomendaciones a la actividad emprendedora. Después se estima el porcentaje de cada obstáculo, apoyo o recomendación sobre el total de respuestas.

Hasta 2012, esto se estimaba a través de tablas de multi-respuesta.

A partir de 2013, los tres temas propuestos han sido previamente clasificados a partir del listado de 21 temas definidos por el equipo GEM-NES internacional y luego se ha estimado el porcentaje de cada grupo sobre el total de respuestas.

Este capítulo está estructurado en tres partes. En la primera, se muestra el resultado del análisis del estado medio general de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria. En la segunda parte se analiza la evolución de los obstáculos, los apoyos y las recomendaciones para el fomento del emprendimiento en la región. Y, finalmente, se analiza la posición de Cantabria en comparación con el resto de las Comunidades Autónomas y el resto de países de la UE.

2.2. *Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria*

En la Figura 2.1. se observan las valoraciones medias de las condiciones del entorno para el año 2014 en Cantabria. Como factores mejor valorados se encuentran el acceso a la infraestructura física (3,81), los programas gubernamentales (3,14) y la educación emprendedora en la etapa post escolar (2,98).

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 2014, cuatro factores se encuentran por debajo de ese límite. Éstos son la financiación (2,02), la educación emprendedora en la etapa escolar (2,08), la política fiscal y burocracia (2,39), y la transferencia de I+D (2,45). Son exactamente los mismos factores que se identificaron en el ejercicio anterior.

No obstante, pese a este resultado, cabe destacar que la evolución de los factores ha sido positiva en todos los casos (ver Tabla 2.1.) a excepción de la dinámica interna del mercado que ha sufrido un ligerísimo descenso pasando de 2,67 en el año 2013 a 2,66 en el año 2014.

En el lado opuesto, las mayores subidas entre 2013 y 2014 se han detectado en los factores programas gubernamentales (2,86 a 3,14) e infraestructuras físicas (3,76 a 3,81).

Claro reflejo de los esfuerzos realizados a nivel institucional para mejorar las condiciones del entorno.

Figura 2.1.
Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, año 2014

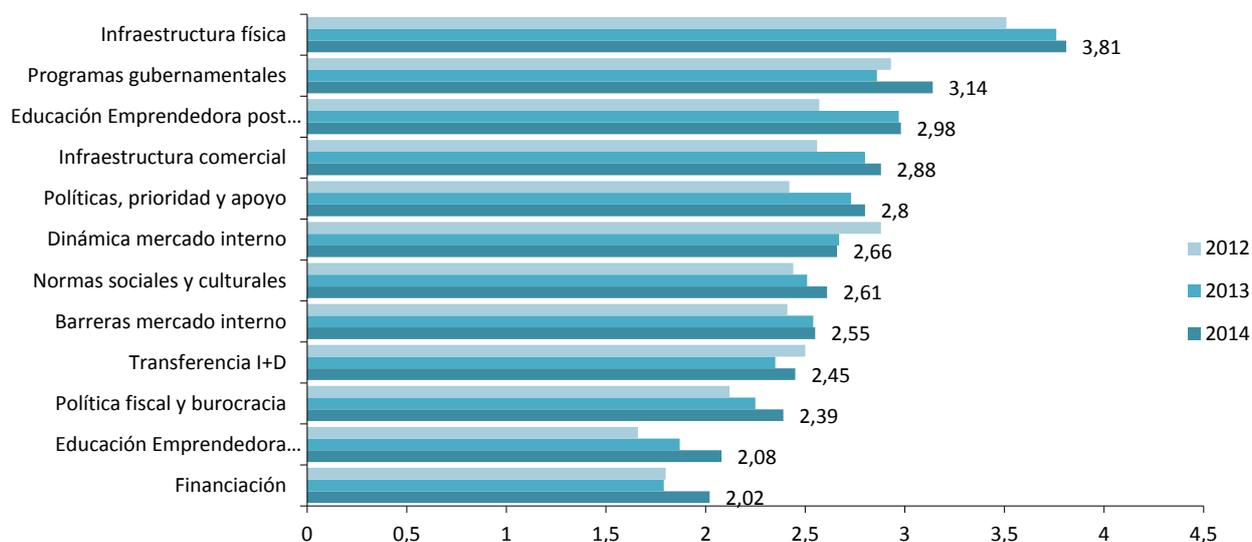


Tabla 2.1.
Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (periodo 2012-2014)

Valoración media de las condiciones del entorno según los expertos	CANTABRIA			
	2012	2013	2014	
Infraestructura física	3,51	3,76	3,81	Mejora
Programas gubernamentales	2,93	2,86	3,14	Mejora
Educación Emprendedora post escolar	2,57	2,97	2,98	Mejora
Infraestructura comercial	2,56	2,8	2,88	Mejora
Políticas, prioridad y apoyo	2,42	2,73	2,8	Mejora
Dinámica mercado interno	2,88	2,67	2,66	Disminuye
Normas sociales y culturales	2,44	2,51	2,61	Mejora
Barreras mercado interno	2,41	2,54	2,55	Mejora
Transferencia I+D	2,5	2,35	2,45	Mejora
Política fiscal y burocracia	2,12	2,25	2,39	Mejora
Educación Emprendedora escolar	1,66	1,87	2,08	Mejora
Financiación	1,8	1,79	2,02	Mejora

2.3. *Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria*

En la Tabla 2.2. se muestran los obstáculos al emprendimiento en Cantabria comparados con los años 2013 y 2012. El apoyo financiero continua siendo el principal obstáculo. No obstante, el porcentaje de expertos que lo consideran como tal ha disminuido drásticamente en el último año, pasando de un 74,1% en el año 2013 a un 23,4% en el año 2014.

Como comentario general, es destacable la elevada similitud entre el ranking de obstáculos obtenido en el año 2013 y el obtenido en el año 2014. Así, los cinco primeros obstáculos mantienen su posición en 2014 respecto al año anterior, éstos son: apoyo financiero, políticas gubernamentales, normas sociales y culturales, acceso al mercado y educación y formación.

Por otro lado, el aumento más notorio es el del obstáculo crisis económica que ha pasado de ocupar la novena posición en 2013 a ocupar la sexta posición en 2014. En el sentido contrario, hay un conjunto de obstáculos cuya presencia ha disminuido de acuerdo con la opinión de los expertos, siendo los más llamativos los siguientes: contexto político, social e intelectual (del quinto al décimo lugar) y programas gubernamentales (del sexto al décimo lugar),

que incluso han dejado de ser considerados obstáculos para los expertos.

La Tabla 2.3. muestra los factores que favorecen la actividad emprendedora. Las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales, la educación y formación, y el estado del mercado laboral son los factores más importantes. Curiosamente son los mismos que en el año 2013 aunque su ordenación ha variado ligeramente respecto a ese año.

En el lado opuesto, los factores que parecen favorecer en menor medida, puesto que no son siquiera citados por los expertos son: la capacidad emprendedora; la corrupción; el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas; los costes laborales, acceso y regulación; la infraestructura comercial y profesional; la composición percibida de la población y la internacionalización.

Si analizamos la evolución del ranking en los años 2014 y 2013, se observan grandes similitudes entre ambos ejercicios, siendo los cambios más destacables el aumento de la importancia de las normas sociales y culturales, que ha aumentado tres puestos pasando de la cuarta a la primera posición; y el aumento del apoyo financiero desde la séptima a la cuarta posición.

Tabla 2.2.
Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2012-2014

Obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de dificultad en 2014	2014	RANKING CANTABRIA		
		2014	2013	2012
Apoyo financiero	23,4%	1	1	1
Políticas gubernamentales	20,2%	2	2	2
Normas sociales y culturales	18,1%	3	3	3
Acceso al mercado, barreras	8,5%	4	4	9
Educación y formación	6,4%	5	5	9
Crisis económica	5,3%	6	9	-
Acceso a las infraestructuras físicas	4,3%	7	7	9
Capacidad emprendedora	4,3%	7	7	2
Transferencias de I+D	2,1%	8	9	4
Corrupción	2,1%	8	9	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2,1%	8	9	-
Costes laborales, acceso y regulación	1,1%	9	7	-
Acceso a la información	1,1%	9	8	-
Ambiente económico	1,1%	9	9	6
Contexto político, social e intelectual	0,0%	10	5	8
Programas gubernamentales	0,0%	10	6	10
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	10	9	5
Estado del mercado laboral	0,0%	10	9	7
Composición percibida de la población	0,0%	10	9	-
Internacionalización	0,0%	10	9	-
Otros	0,0%	10	9	-

Tabla 2.3.
Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2012-2014

Apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2014	RANKING CANTABRIA			
	2014	2014	2013	2012
Normas sociales y culturales	23,9%	1	4	7
Políticas gubernamentales	18,2%	2	2	4
Educación y formación	11,4%	3	3	1
Estado del mercado laboral	11,4%	3	1	1
Apoyo financiero	9,1%	4	7	7
Programas gubernamentales	9,1%	4	5	6
Crisis económica	5,7%	5	5	-
Acceso al mercado, barreras	3,4%	6	6	8
Transferencias de I+D	3,4%	6	8	6
Ambiente económico	2,3%	7	7	3
Acceso a la información	1,1%	8	9	-
Contexto político, social e intelectual	1,1%	8	9	5
Acceso a las infraestructuras físicas	0,0%	9	8	10
Capacidad emprendedora	0,0%	9	9	2
Corrupción	0,0%	9	9	-
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	9	9	-
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	9	9	-
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	9	8	7
Composición percibida de la población	0,0%	9	9	9
Internacionalización	0,0%	9	7	-
Otros	0,0%	9	9	11

La tabla 2.4 muestra factores que promueven la actividad emprendedora, en base a las recomendaciones realizadas por los expertos. Los factores más importantes son las políticas gubernamentales, la educación y formación, las normas sociales y culturales y el apoyo financiero.

En el extremo opuesto, los factores que para los expertos parecen ser menos importantes, no siendo citados son: el acceso al mercado, barreras; el ambiente económico; la capacidad emprendedora; el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas; los costes laborales, acceso y regulación; la infraestructura comercial y profesional y la composición percibida de la población.

Entre los cambios más destacables desde el año 2013 al año 2014, cabe destacar los siguientes: en lo referente a los aumentos, destaca la mejora de la posición de las normas sociales y culturales (de la quinta a la tercera posición) y de las transferencias de

I+D (de la octava a la quinta posición). Por otro lado, en lo que a reducciones se refiere, destacan: la peor posición los programas gubernamentales (de la cuarta a la sexta posición) y el acceso al mercado, barreras (de la sexta a la novena posición).

Tabla 2.4.
Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2012-2014

Recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2014	RANKING CANTABRIA			
	2014	2014	2013	2012
Políticas gubernamentales	33,3%	1	1	2
Educación y formación	19,8%	2	3	5
Normas sociales y culturales	16,7%	3	5	5
Apoyo financiero	14,6%	4	2	1
Transferencias de I+D	5,2%	5	8	5
Programas gubernamentales	3,1%	6	4	3
Acceso a las infraestructuras físicas	2,1%	7	8	5
Estado del mercado laboral	1,0%	8	9	4
Acceso a la información	1,0%	8	9	-
Contexto político, social e intelectual	1,0%	8	7	6
Corrupción	1,0%	8	9	-
Internacionalización	1,0%	8	9	-
Crisis económica	0,0%	9	9	-
Acceso al mercado, barreras	0,0%	9	6	6
Ambiente económico	0,0%	9	8	6
Capacidad emprendedora	0,0%	9	9	4
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	9	9	-
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	9	7	-
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	9	9	5
Composición percibida de la población	0,0%	9	9	7
Otros	0,0%	9	9	7

2.4. Benchmarking internacional y por Comunidades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender

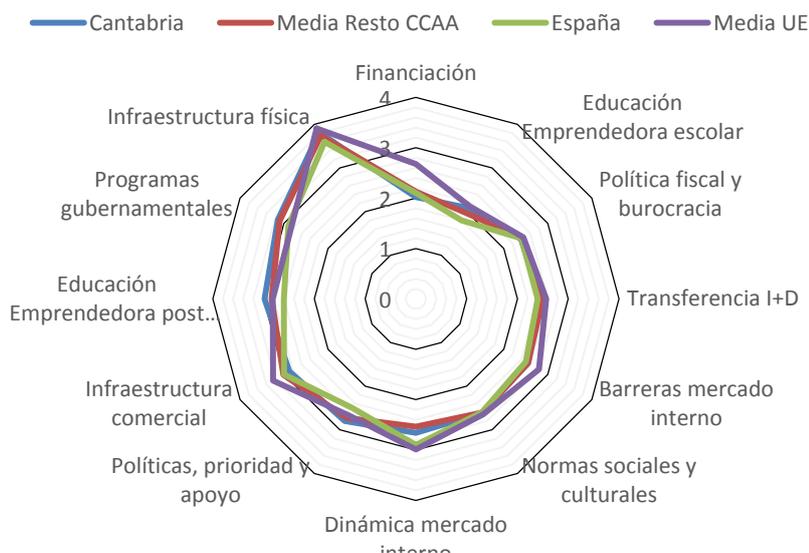
En la Figura 2.2. se recoge una comparación de la valoración media de las condiciones del entorno expresadas por los expertos en el año 2014 para el caso de Cantabria, la media del resto de Comunidades Autónomas (CCAA) españolas, España y la media de los países de la UE.

La Figura permite ver una gran similitud entre todas las áreas geográficas analizadas. Un análisis más detallado, sin embargo, permitiría observar un mejor posicionamiento

de los países de la UE respecto a España, Cantabria y el resto de CCAA en algunos factores como la financiación, la educación emprendedora escolar, las barreras del mercado interno y la infraestructura comercial.

Por otro lado, cabe destacar la mejor posición de Cantabria en tres de los factores: programas gubernamentales, educación emprendedora post escolar y políticas, prioridad y apoyo.

Figura 2.2.
Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, resto de CCAA y UE, año 2014



Esta información se recoge de forma más amplia y detallada en la Tabla 2.5. En ella se pueden consultar las valoraciones otorgadas por los expertos a los diferentes factores que influyen el entorno emprendedor no sólo para Cantabria, España y los países de la UE, sino también para cada una de las CCAA españolas de forma individualizada.

La principal conclusión a extraer de la información de la Tabla 2.5, al igual que ya se expresó en la Figura 2.2. anterior, es la elevada similitud entre las valoraciones de Cantabria y el resto de valoraciones tanto nacionales como de la UE., siendo la mayor variación de tres décimas.

Tabla 2.5.
Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, países de la UE y CCAA españolas en 2014

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

2.5. Conclusiones

La importancia de las condiciones del entorno para emprender son indudables, de ahí la importancia de analizar la situación del entorno emprendedor, los factores que favorecen y aquéllos que obstaculizan.

Los resultados obtenidos en este análisis a través de la opinión de 36 expertos de Cantabria han permitido obtener resultados muy interesantes y útiles para todos aquéllos interesados en el emprendimiento de la región.

Los resultados obtenidos muestran una evolución positiva, aunque discreta en la mayoría de los casos, de todas las condiciones del entorno a excepción de un factor (dinámica del mercado interno) que retrocede ligeramente.

Es cierto, no obstante, que aún existen muchas posibilidades de mejora ya que cuatro

de los doce factores se encuentran por debajo de la valoración media, haciendo visible, por lo tanto, la necesidad de seguir trabajando y mejorando las condiciones del entorno.

Otra de las conclusiones más destacables obtenidas en este análisis es la amplia similitud existente entre los resultados del año 2013 y los del 2014 en lo referente a los obstáculos, factores de apoyo y recomendaciones de los expertos.

Por último, es importante resaltar la posición de Cantabria en comparación con el resto de CCAA nacionales y con el resto de países de la UE. La comparación realizada ha permitido detectar muy pocas diferencias entre las valoraciones de Cantabria y las del resto de áreas analizadas y, cuando éstas se han detectado, su importancia era verdaderamente reducida (tres décimas).

Capítulo 3:
*Intención y comportamiento emprendedor
de los estudiantes universitarios en Cantabria*



Monográfico 2014

Intención y comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios en Cantabria

Paula San-Martín-Espina, Estefanía Palazuelos-Cobo, Andrea Pérez, Ana Fernández-Laviada, Inés Rueda-Sampedro y Javier Montoya-del-Corte

3.1. Introducción

Si bien el emprendimiento se considera muy relevante en todos los ámbitos de la sociedad (Giacomin *et al.*, 2011; Lee *et al.*, 2006; Rasmussen y Sorheim, 2006; Raposo y Do Paço, 2011; Van Stel *et al.*, 2005), es especialmente significativo entre los jóvenes, colectivo caracterizado por su creatividad, innovación, espíritu emprendedor y aventurero, menor aversión al riesgo y mayor sensibilidad hacia los cambios tecnológicos, lo que los hace más proclives a embarcarse en este tipo de proyectos (Alemany *et al.*, 2011).

España ha sido fuertemente golpeada por la crisis económico-financiera desatada en 2008 (Ortega y Peñalosa, 2012), lo cual se ha traducido, entre otras cosas, en un importante aumento de la tasa de paro, especialmente entre la población joven. Con ello, es mayor el número de jóvenes que ni estudian ni trabajan, así como el retraso de estos a la hora de incorporarse al mundo laboral, por lo que la opción de emprender se convierte en una interesante alternativa de acceso al mercado de trabajo.

Todo lo anterior ha fomentado que en los últimos años se realicen numerosos esfuerzos para promover el trabajo por cuenta propia, mediante un conjunto de iniciativas entre las que destaca la educación emprendedora (Liñán Alcalde y Guzmán Cuevas, 2005). Esto se debe a que anteriormente los sistemas educativos promovían el trabajo por cuenta ajena, al relacionar la creación de empleo con la existencia de grandes empresas. Sin embargo, ahora se demuestra que son las pequeñas las que generan un mayor

porcentaje de nuevos empleos, ya que el tejido empresarial español está formado principalmente por PYMES (Gobierno de España, 2015). De esta manera, se pretende favorecer la aparición de empresarios como instrumento para dinamizar las economías y promover así la flexibilidad del tejido productivo.

Por tanto, el emprendimiento se convierte en uno de los ingredientes clave de una economía moderna, social y sostenible, garante del bienestar social (GEM España, 2015). Precisamente entre los agentes clave para el fomento de la cultura emprendedora, se crea en el año 2012 el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), nacido del Campus de Excelencia Internacional de la Universidad de Cantabria con el apoyo del Banco Santander a través de Santander Universidades, la Universidad de Cantabria y el Gobierno de Cantabria.

Su objetivo principal se centra en potenciar el emprendimiento integral, haciendo especial énfasis en sensibilizar a las personas hacia actitudes emprendedoras, formándolas en el desarrollo de habilidades y proporcionándoles herramientas y metodologías adecuadas para actuar potenciando el valor de su conocimiento. De igual modo dando soporte al ejercicio emprendedor con programas novedosos capaces de apoyarse en las nuevas tecnologías, la innovación y la internacionalización. Y finalmente apoyar la investigación y el observatorio de la actividad emprendedora. A estos objetivos de CISE se unen administraciones, empresas y

universidades, para juntos construir una sociedad más emprendedora e innovadora.

En este marco de actuación de CISE se desarrolla este trabajo, que se plantea con el objetivo de conocer las intenciones y el comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios en Cantabria.

Para ello se analizan los datos recopilados en el proyecto de investigación internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESS)¹ para esta región.

3.2. Proyecto GUESS

El proyecto internacional GUESS, cuya investigación se centra principalmente en las intenciones y las actividades emprendedoras de los estudiantes, fue fundado en el Instituto de Investigación Suizo de Pequeñas Empresas y Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG) en el año 2003.

Desde entonces, el GUESS ha ido creciendo hasta alcanzar la cifra de 34 países participantes en la sexta edición 2013/2014, cada uno de los cuales está representado por un equipo principal encargado de distribuir entre los estudiantes la encuesta online a través de la que se realiza la recogida de datos.

El fundamento teórico del GUESS es la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991, 2002; Fishbein y Ajzen, 1975). Su principal argumento se basa en que la intención de realizar una determinada conducta está influenciada principalmente por tres factores: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido del

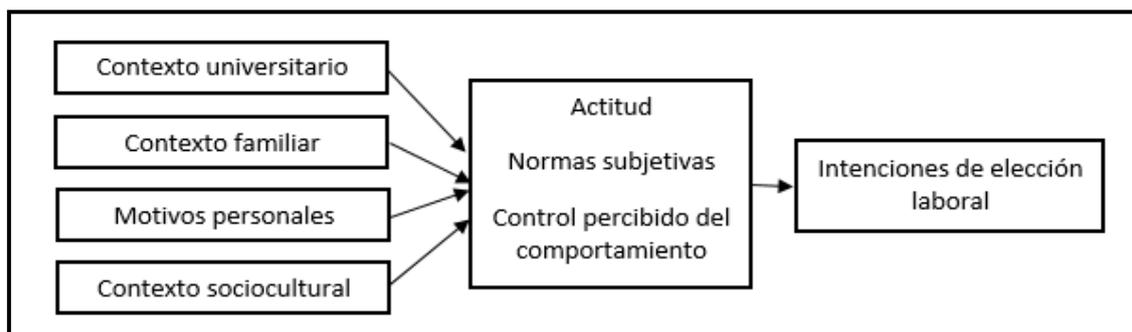
En el siguiente apartado se explica en qué consiste el proyecto GUESS, detallando su origen, objetivo y fundamento teórico. A continuación se describe la muestra utilizada, a partir de la cual se extraen los resultados plasmados en los apartados 4 y 5, relativos a la intención emprendedora y al comportamiento emprendedor de los estudiantes cántabros universitarios, respectivamente. Para finalizar, antes de la bibliografía, se incluyen las principales conclusiones que se desprenden del análisis realizado.

comportamiento. El GUESS se centra en las intenciones de elección laboral en general y en las intenciones emprendedoras en particular. De este modo, investiga los factores que pueden afectar a tales intenciones a través de los tres elementos principales de la Teoría del Comportamiento Planeado. Ejemplos de ello son el contexto universitario, el contexto familiar, motivos personales, y el contexto sociocultural. El marco teórico general se ilustra en la Figura 3.1.

A pesar de que en este estudio sólo se analizan los datos de la región de Cantabria, el carácter internacional del proyecto GUESS permite establecer comparativas entre las diferentes comunidades y países. Esto representa una interesante oportunidad para desarrollar futuros trabajos de investigación, de tal manera que se pueda conocer la situación de una región concreta en relación a otros contextos.

¹ Disponible en la Web <http://www.guesssurvey.org/>

Figura 3.1.
Marco teórico del GUESSS 2013/2014



Fuente: Informe internacional GUESSS 2013/2014. (Sieger *et al.*, 2014)

3.3. Descripción de la muestra

Antes de comenzar con un análisis detallado de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Cantabria se debe conocer la muestra utilizada. De un total de 11.000 encuestas enviadas, se obtuvieron 1.352 respuestas válidas. Esto se traduce en una tasa de respuesta del 12,29%.

En cuanto a las características demográficas de los encuestados, la media de edad de los alumnos es de 22 años, siendo el 58,9% de ellos mujeres. El estado civil de la mayoría de los estudiantes es soltero (92,3%).

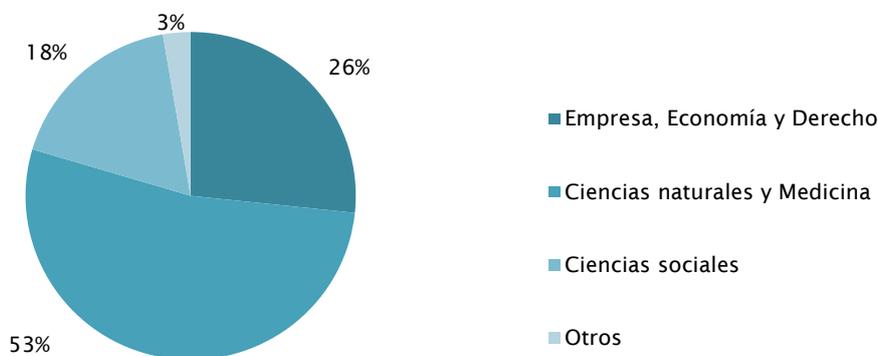
Con relación a los estudios universitarios que están cursando, el 78,6% de los encuestados son estudiantes de grado o licenciatura, mientras que el 18,9% son estudiantes de máster. La participación de los alumnos pertenecientes a otros niveles es insignificante.

Para facilitar el análisis comparativo de los siguientes apartados, se sigue el procedimiento utilizado en el informe internacional GUESSS y se agrupan los campos de estudio en tres categorías principales: (1) **Empresa, Economía y Derecho** ("Negocios/Administración de empresas", "Economía" y "Derecho"); (2) **Ciencias naturales y Medicina** ("Ingeniería y Arquitectura", "Matemáticas y Ciencias naturales", "Tecnologías de la información y comunicación", "Ciencias agrícolas, forestales y de la nutrición" y "Medicina y Ciencias de la salud"); y (3) **Ciencias sociales** ("Lengua y humanidades (incluyendo la psicología, filosofía, religión)", así como "Otras ciencias sociales (incluida la educación)"). En el Figura 3.2 se recogen los porcentajes de los alumnos encuestados que pertenecen a cada una de estas grandes ramas. "Otros" incluye la categoría "Otros" y "Arte y Ciencia del arte".

Por otro lado, también es interesante conocer cuántos estudiantes compaginan un trabajo fijo con sus estudios. En el caso de Cantabria,

un 10,8% de los alumnos se encuentran en esta situación, y dedican una media de 26,27 horas a la semana en su trabajo.

Figura 3.2
Porcentaje de estudiantes según ramas de estudio



3.4. Intención emprendedora

La intención emprendedora se rige como núcleo central en una buena parte de la investigación sobre emprendimiento, ya que su estudio permite concretar el grado en que

una sociedad está preparada para innovar y desarrollar todo su potencial empresarial (Krueger *et al.*, 2000).

3.4.1. Intenciones de elección laboral

Una de las preguntas más importantes que se realizan en la encuesta del GUESSS es la referente a las intenciones de los estudiantes respecto a su futuro profesional, tanto en el momento en que finalicen sus estudios como cinco años después. Las opciones se agrupan en cuatro grandes grupos: empleados, fundadores, sucesores y otros².

Si bien la mayor parte de los estudiantes quieren ser empleados por cuenta ajena una vez terminan los estudios (82,5%), alrededor de un 20% tiene la intención de salir de esta trayectoria profesional en cinco años,

principalmente para fundar una empresa. Esto aumenta los emprendedores potenciales de un 4,2% a un 21,9% con el paso del tiempo. Por tanto, la tendencia general que se observa es que los encuestados desean ser primero empleados para posteriormente convertirse en fundadores (emprendedores). Además este patrón no varía sustancialmente en función de las ramas de estudio anteriormente mencionadas.

No obstante, si se realiza un estudio más pormenorizado de aquellos estudiantes que tienen intención de emprender (fundadores) por ramas de conocimiento se observa que, al terminar sus estudios, son los alumnos de “Empresa, Economía y Derecho” los que mayor intención tienen de fundar una empresa (47,2%). Sin embargo, si esta misma cuestión se plantea para cinco años después de haber finalizado los estudios, los datos muestran un cambio importante, ya que la rama con una

² **Empleados:** empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados), mediana empresa (50-249 empleados), gran empresa (250 o más empleados), empleado en una organización sin fines de lucro (ONG’s), empleado en la Academia (seguir una carrera académica) y empleado en el servicio público. **Fundadores:** fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa. **Sucesores:** sucesor en la empresa de mis padres o mi familia y sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia. **Otros:** Otro / no lo sé todavía.

mayor intención de emprender es la de “Ciencias Naturales y Medicina”, representando el 52,9% del total de estudiantes encuestados con el propósito de constituir una empresa.

Por último, el creciente interés en la relación existente entre el género y el espíritu empresarial realza la importancia de estudiar

estas intenciones diferenciando entre hombres y mujeres. En este sentido, las mujeres representan un menor porcentaje (21,2%) que los hombres (78,8%) sobre el total de las personas que quieren fundar su propia empresa al terminar los estudios. Transcurridos cinco años los valores se equilibran, si bien el de los estudiantes varones (57,8%) sigue siendo mayor que el de las mujeres (42,2%).

Figura 3.3.
Intenciones de elección laboral de los estudiantes universitarios en Cantabria

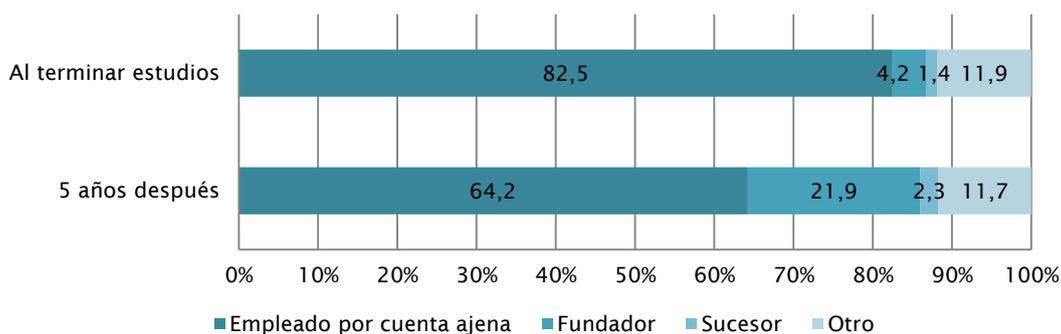


Figura 3.4.
Intención emprendedora (fundadores) por ramas de conocimiento

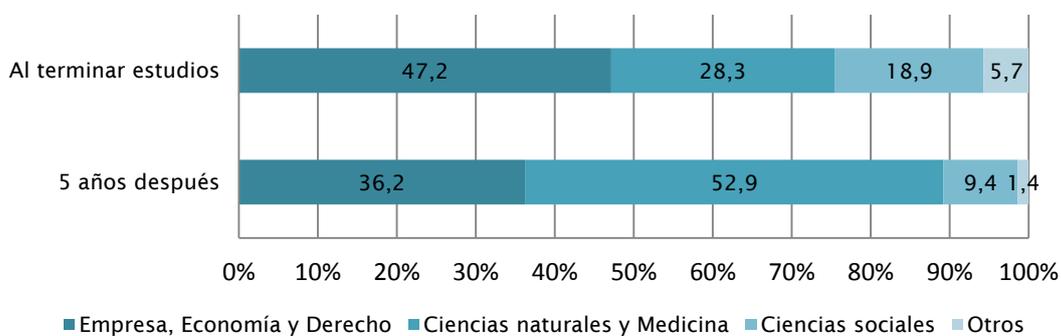
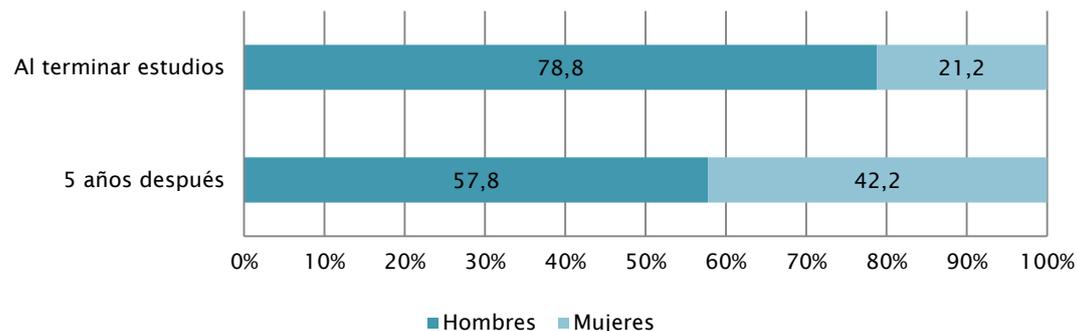


Figura 3.5.
Intención emprendedora (fundadores) por género



3.4.2. *Determinantes de la intención emprendedora*

Siguiendo el modelo de estudio propuesto por los investigadores del proyecto GUESSS en su informe internacional 2013/2014 (Sieger *et al.*, 2014), a continuación se analiza la percepción de los estudiantes de Cantabria sobre cuatro antecedentes directos de la intención emprendedora: el contexto universitario, el contexto familiar, las motivaciones personales y el contexto social y cultural de los estudiantes.

a) El contexto universitario

En primer lugar es fundamental analizar el rol que el contexto universitario juega en la generación de una mayor conciencia e intención emprendedora entre los estudiantes. De esta manera, el diseño, contenido y efectos de la enseñanza universitaria del emprendimiento en la intención emprendedora representa una línea de investigación principal en este campo de estudio (Lima *et al.*, 2014).

Estamos necesitados de un emprendimiento universitario, para lo que es preciso contar con estudiantes entrenados en capacidades emprendedoras en universidades que apuesten por el emprendimiento integral. La forma de potenciar ese emprendimiento universitario debe surgir de la colaboración entre universidades, empresas y administraciones públicas, creando proyectos que permitan a los jóvenes desarrollar sus ideas en un contexto que les facilite la formación, presencial y on-line, el reconocimiento de oportunidades y el aprendizaje y valor social.

Alineada con este planteamiento se encuentra la apuesta de CISE a través de sus diferentes iniciativas, orientadas a fomentar las habilidades emprendedoras de los jóvenes universitarios mediante la sensibilización, la formación en emprendimiento de alta calidad y el acompañamiento a los emprendedores. Entre los programas de sensibilización uno de los más destacados es el “e2: Estudiante x Emprendedor”, enfocado a fomentar el emprendimiento entre universitarios

mentorizado por empresarios locales. Este programa permite entrenar a estudiantes en la generación de ideas de negocio, desarrollar competencias y habilidades transversales que mejoren su empleabilidad, acercar a los empresarios a la universidad y facilitar su conexión con el talento joven. Se trata de unir el talento universitario con la experiencia empresarial de donde se puedan generar proyectos innovadores.

Entre los programas destacados de CISE orientado al acompañamiento de los jóvenes emprendedores está el Yuzz, que brinda asesoramiento y formación a jóvenes de entre 18 y 31 años que quieran desarrollar una idea de base tecnológica. Yuzz pone a disposición de los participantes múltiples centros de trabajo con infraestructura y equipamiento distribuidos por toda España, además de proporcionarles programas de tutoría y asesoría multidisciplinares y el apoyo de una amplia red de expertos.

Y dentro de los programas de formación cabe resaltar el Máster en Emprendimiento, con el que se pretende proporcionar a los jóvenes una formación transversal que mejore su empleabilidad y les permita desarrollar sus ideas de negocio ofreciéndoles un entorno que les facilite el proceso, les permita experimentar y estar en contacto con el mundo empresarial.

En relación con la educación en emprendimiento el primer factor que se analiza en este estudio es la asistencia a cursos de emprendimiento en su formación académica y profesional. Los resultados de la encuesta indican que tan sólo un 1,3% de los encuestados en Cantabria están cursando un programa específico en este ámbito, mientras que casi dos terceras partes de los mismos (69,6%) no han asistido nunca a un curso específico de emprendimiento.

Además, los resultados muestran que en muy pocos casos existen cursos de emprendimiento obligatorios en los programas formativos ofertados por las

instituciones educativas en Cantabria (tan sólo el 1,5% de los encuestados ha asistido a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de sus estudios), si bien estos empiezan a incorporarse con más fuerza como formación optativa (un 25,8% de los estudiantes han cursado una materia de emprendimiento de manera optativa).

Tabla 3.1. Porcentaje de asistencia a cursos de emprendimiento

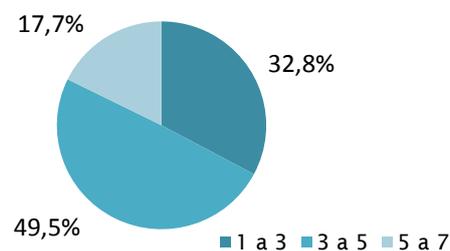
1	Estoy estudiando un programa específico de emprendimiento	1,3%
2	He asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios	1,5%
3	He asistido al menos a un curso optativo de emprendimiento	25,8%
4	No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora	69,6%

A continuación, para evaluar la calidad de tal formación en emprendimiento en el contexto universitario de Cantabria, a los estudiantes se les pidió también que valorasen (escala Likert 1-7) en qué medida los cursos a los que asistieron mejoraron sus conocimientos, competencias y capacidades en diversas áreas. Se observa que un 32,8% de los estudiantes de Cantabria valoran la calidad de la enseñanza por debajo de 3 puntos. Sin embargo, un 49,5% de los mismos valoran el proceso de aprendizaje entre 3 y 5 puntos y un 17,7% por encima de 5 puntos. En cualquier caso, y a la vista de los resultados, se confirma que aún existen carencias significativas en la formación en emprendimiento de la región que deben ser abordadas para mejorar la calidad de los cursos y titulaciones ofertadas.

b) El contexto familiar

El segundo antecedente de las intenciones emprendedoras es el contexto familiar de los estudiantes, para el cuál se analiza la existencia de progenitores emprendedores y las perspectivas laborales de los estudiantes en función de dicho contexto familiar.

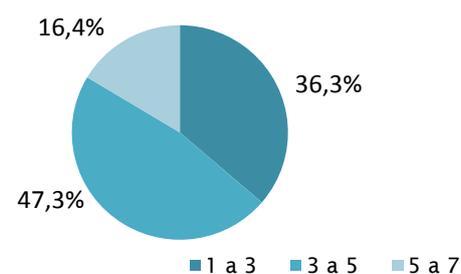
Figura 3.6. Valoración del proceso de aprendizaje emprendedor



Otro aspecto que se analiza es el clima emprendedor en el contexto universitario de la región. Un 36,3% de los estudiantes lo valoran en Cantabria por debajo de 3 puntos.

Por su parte, casi la mitad de los estudiantes (47,3%) valoran dicho clima entre 3 y 5. En líneas generales, estos datos revelan una valoración neutra (incluso algo baja) de esta variable.

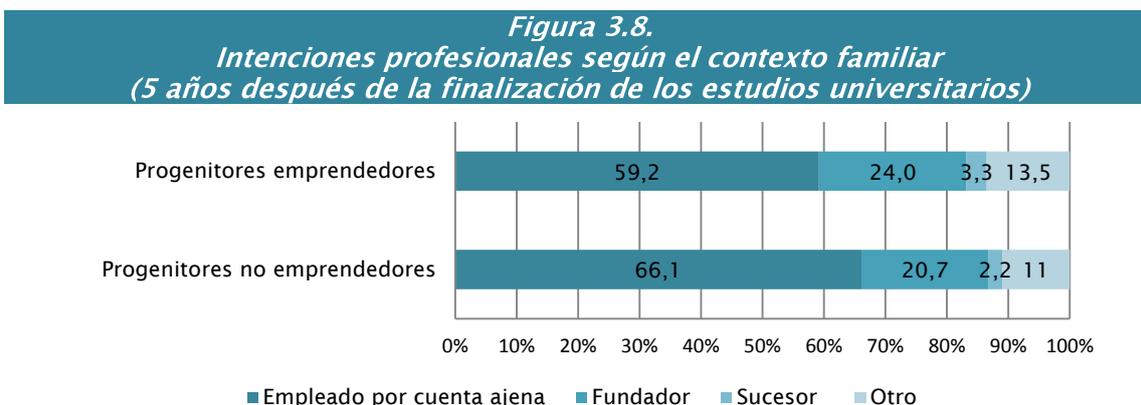
Figura 3.7. Valoración del clima emprendedor en el contexto universitario



Para el siguiente análisis, se divide la muestra entre los estudiantes con progenitores emprendedores (30,8%) y estudiantes sin progenitores emprendedores (69,2%) y se examinan las intenciones profesionales de los encuestados cinco años después de acabar sus estudios universitarios. Los resultados muestran que existen notables diferencias en las intenciones de cada tipo de estudiante.

Concretamente, se confirma la expectativa de que los estudiantes con progenitores emprendedores tienen una mayor predisposición a verse como futuros fundadores de una empresa (24% vs. 20,7%) o sucesores de sus padres en el negocio familiar (3,3% vs. 2,2%), mientras que los estudiantes sin progenitores emprendedores suelen optar por la opción del empleo por cuenta ajena en un mayor porcentaje de casos (66,1% vs. 59,2%).

Ciertamente, es de destacar que las pequeñas diferencias observadas en la categoría “sucesor” son coherentes con el hecho de que los estudiantes sin padres progenitores no cuentan con la alternativa de continuar un negocio familiar. Sin embargo, las marcadas diferencias de las categorías “empleado” y “fundador” permiten confirmar la premisa de que el contexto familiar es importante a la hora de moldear las intenciones emprendedoras de los jóvenes.



c) Las motivaciones personales

Un tercer factor determinante de la intención emprendedora son las motivaciones personales de los estudiantes a la hora de decidir su futuro profesional. A este respecto, la principal motivación profesional es la de “realizar tu sueño”, seguida de “tener un trabajo excitante” y conseguir “libertad”. Las motivaciones menos importantes son “ser mi propio jefe”, “tener autoridad” y “tener un trabajo retador”. Además, se analizan las diferentes motivaciones de los estudiantes en función de las intenciones profesionales de los mismos cinco años después de finalizar sus estudios universitarios. Concretamente, se analizan las motivaciones anteriores en las submuestras de “empleado por cuenta ajena”, “fundador” y “sucesor”. Los resultados del análisis muestran que los potenciales fundadores de empresas son, por lo general, personas con mayores motivaciones profesionales que los estudiantes orientados a ser empleados por cuenta ajena o, incluso, sucesores en negocios ya existentes.



d) El contexto socio-cultural

Para comprender cómo influye este último factor en las intenciones de los estudiantes en Cantabria se analizan dos conceptos: la norma subjetiva y el riesgo percibido.

El primero de ellos hace referencia a la perspectiva que tiene el individuo sobre la respuesta de su entorno familiar y social ante una determinada decisión tomada por el sujeto. La teoría general de emprendimiento plantea que, cuanto mejor es esa perspectiva, mayores son las intenciones de la persona para realizar una actividad emprendedora.

3.4.3. Comportamiento emprendedor

Una vez analizadas las intenciones de los estudiantes a la hora de escoger una opción profesional, así como los determinantes de sus intenciones emprendedoras, pasamos a

En este estudio se pidió a los estudiantes que evaluaran la posible reacción de su “familia más cercana”, “amigos” y “compañeros de estudios”. Los resultados arrojan una media de 5,7 puntos sobre 7 para la muestra cántabra. Por tanto, puede afirmarse que la percepción del contexto social es positiva en Cantabria y, consecuentemente, presenta un buen potencial para fomentar el espíritu emprendedor en la sociedad. En cuanto al riesgo percibido por los estudiantes para emprender, la media se sitúa en 4,8 sobre 7.

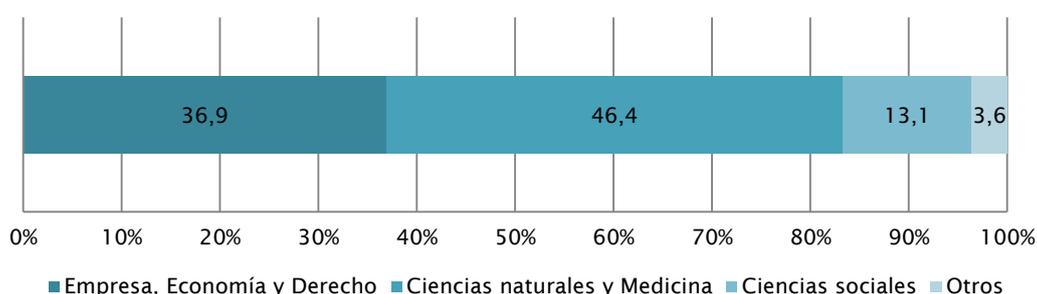
estudiar más en detalle a aquellos estudiantes que han mostrado un claro perfil más emprendedor.

3.4.3.1. Emprendedores nacientes

Del total de estudiantes participantes en el estudio en Cantabria, se denomina “emprendedores nacientes” a aquellos que contestaron afirmativamente a la siguiente pregunta: “¿Estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio/convertirte en autoempleado?”. Sólo un 6,6% de la muestra

resulta serlo. La figura 3.10 muestra la distribución de este colectivo según las ramas de estudios descritas en el apartado 3. Una vez más, al diferenciar por género, los hombres resultan ser más emprendedores (61,9%) que las mujeres (38,1%).

Figura 3.10.
Distribución de emprendedores nacientes en Cantabria según rama de estudios



Una vez conocido quiénes son los emprendedores nacientes, es importante determinar algunas de las características de la actividad emprendedora de los mismos. En este sentido, un 73,3% de los emprendedores nacientes ha recopilado información sobre el

mercado o sus competidores, un 45% ha discutido la idea de negocio con potenciales clientes y un 43,3% incluso ha escrito ya su plan de negocios.

Los sectores de actividad donde está previsto que los emprendedores nacientes funden sus empresas son fundamentalmente tres: “Tecnologías de la información y la comunicación” (20,3%), “Arquitectura e Ingeniería” (17,2%) y “Turismo y gastronomía” (15,6%). Por otra parte, la mayoría tiene la intención de crear la empresa con uno o dos socios (54,8%). Sin embargo, existe también un alto porcentaje que tiene previsto iniciar la

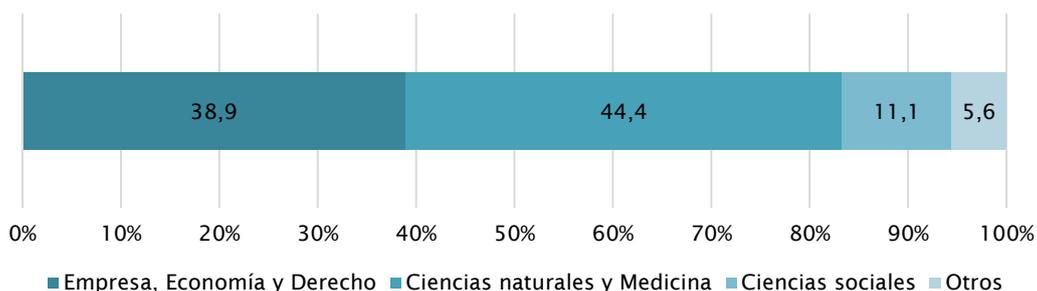
actividad en solitario (25,8%). Finalmente, resulta de especial interés el grado de novedad de los productos o servicios que los emprendedores nacientes pretenden ofrecer al mercado. El 72% revela que su oferta sería novedosa para la mayoría o incluso para todos sus clientes. Esto pone de manifiesto el enfoque innovador que quieren adoptar las nuevas empresas en Cantabria.

3.4.3.2. Emprendedores activos

Se denomina “emprendedores activos” a aquellos estudiantes que contestaron afirmativamente a la siguiente pregunta: “¿Estás actualmente operando/gestionando tu propio negocio o ya estás auto-empleado?”.

En este caso, el 2,8% de los encuestados pertenece a esta categoría. En la figura 3.11 muestra la distribución de este colectivo según las ramas de estudios.

Figura 3.11.
Distribución de emprendedores activos en Cantabria según rama de estudios



En relación al género, los porcentajes se mantienen prácticamente inalterados en relación a los emprendedores nacientes, representando los varones el 61,1% frente al 38,9% de las mujeres.

Analizando las empresas ya constituidas uno de los factores más significativos es el sector donde se encuentran. En este aspecto, los resultados muestran un claro predominio del sector “Turismo y gastronomía” con un 21,1% del total. Esto puede deberse a que el sector turístico cuenta en la comunidad cántabra con una larga tradición y ha supuesto una importante transformación para algunas de

las zonas de la región. En cuanto a los socios o co-fundadores, los datos muestran que alrededor de un 62,6% de los emprendedores activos han creado su empresa con uno o dos socios. El 25% opta por emprender sin asociarse.

Finalmente, se plantea una serie de cuestiones relativas al rendimiento de los negocios creados por los emprendedores en relación con sus competidores. La Tabla 3.2 recoge las dimensiones evaluadas y las medias correspondientes a cada una de ellas. El valor medio se sitúa en 4,3, lo que representa una percepción del rendimiento ligeramente superior al de la competencia.

Tabla 3.2. Percepción del rendimiento de las empresas creadas por los emprendedores en Cantabria

Dimensiones Evaluadas	Media (Likert 1-7)
Crecimiento de las ventas	4,37
Crecimiento de la cuota de mercado	4,18
Crecimiento de los beneficios	4,31
Creación de empleo	3,71
Carácter innovador	5,17

3.5. Conclusiones

La situación económica actual ha provocado que el concepto de emprendimiento sea, hoy en día, el foco de atención para muchos investigadores e instituciones. El monográfico que se integra en la presente edición de GEM Cantabria aborda un estudio que entendemos clave para conocer la intención y el comportamiento emprendedor de la región. El mismo se ha llevado a cabo a partir del análisis de la base de datos GUESSS Cantabria 2013/2014.

Como se puede apreciar, un porcentaje significativo de estudiantes universitarios tiene en mente convertirse en emprendedor con el paso del tiempo, si bien la mayoría de ellos desean ser primero empleados por cuenta ajena. Este escenario se refleja con mayor intensidad en los estudiantes de “Ingeniería y arquitectura”.

Entre los determinantes de la intención emprendedora destacan tres aspectos. En primer lugar, se observan carencias significativas en la formación en emprendimiento, a las que se debe hacer frente si se pretende mejorar su calidad. Como se ha comentado anteriormente desde CISE ya se está trabajando en este punto, a través de las diferentes iniciativas puestas en marcha para mejorar la cantidad y calidad de los programas de formación en emprendimiento, donde los jóvenes pueden encontrar diferentes programas en los que desarrollar sus habilidades emprendedoras. Los buenos resultados obtenidos en estos

programas de CISE sirven como ejemplo de buenas prácticas para así poder replicarlos en otros contextos universitarios, de modo que se alcance a un mayor número de jóvenes y se pueda sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de tener una cultura emprendedora e innovadora y el importante papel que juegan las universidades en este reto.

También se confirma la expectativa de que los estudiantes con progenitores emprendedores están más predispuestos a fundar una empresa en el futuro. Por último, la percepción del contexto social es positiva en Cantabria, convirtiéndose en un elemento potencial para fomentar el espíritu emprendedor en la región.

En cuanto al comportamiento emprendedor se identifican un 6,6% de emprendedores naces y un 2,8% de activos. Entre los primeros el sector de actividad preferente es el de “Tecnologías de la información y la comunicación”, mientras que aquellos que ya han iniciado su actividad se ubican fundamentalmente en el sector “Turismo y gastronomía”.

En todos los casos, el espíritu emprendedor es mayor en el colectivo masculino que en el de las mujeres, lo cual pone de manifiesto la importancia de profundizar más en el estudio de esta variable y sus causas.

Como se ha puesto de manifiesto en el presente trabajo estamos necesitados de una mayor y mejor formación en emprendimiento

así como de un fomento de la cultura emprendedora en nuestra sociedad. Es por ello que desde CISE, desde el mismo instante de su creación, ya se trabaja para reforzar estos aspectos, a través de las diferentes iniciativas puestas en marcha para mejorar la cantidad y calidad de los programas de formación en emprendimiento, sensibilización y acompañamiento donde los jóvenes pueden desarrollar sus habilidades emprendedoras. Los buenos resultados obtenidos en estos programas de CISE sirven como ejemplo de buenas prácticas para así poder replicarlos en otros contextos universitarios, de modo que se alcance a un mayor número de jóvenes y se pueda sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de tener una cultura emprendedora e innovadora y el importante papel que juegan las universidades en este reto.

Por último, cabe destacar que este análisis puede resultar de utilidad para diferentes colectivos. Entre ellos destaca la universidad participante ya que, de esta manera, está capacitada para evaluar la cantidad y la calidad de su oferta en el contexto de la iniciativa emprendedora. Por otro lado, puede servir a los políticos y la sociedad para tomar conciencia de la importancia del emprendimiento en general y de la creación de nuevas empresas en particular, e identificar la necesidad de actuar en este sentido. Para finalizar, permite a los estudiantes conocer algunas características de la actividad emprendedora en su región, además de beneficiarse a largo plazo de la posible implementación de las acciones realizadas por los dos grupos anteriores.

Bibliografía

Ajzen, I. (1991): The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2002): Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.

Alemany, L., Alvarez, C., Planellas, M. y Urbano, D. (2011): *Libro Blanco de la Iniciativa emprendedora en España*. Fundación Príncipe de Girona. ESADE Entrepreneurship Institute. [On-line] disponible en:

<http://www.esade.edu/research-webs/esp/eei/investigacion/proyectos>.

Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975): *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.

GEM España (2015): *Informe Ejecutivo Global Entrepreneurship Monitor 2014*. [On-line] disponible en:

http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/04/GEM_es_2014.pdf.

Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R.S., Llopis, F. y Toney, B. (2011): Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 219- 238.

Gobierno de España (2015): *Retrato de las Pyme 2015*. Madrid: Subdirección General de Apoyo a la Pyme, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Krueger, N.F., Reilly, M.D. y Carsrud, A.L. (2000): Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-432.

Lee, S.M., Lim, S.B., Pathak, R.D., Chang, D. y Li, W. (2006): Influences on students attitudes toward entrepreneurship: a multi- country study. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 351- 366.

Lima, E., Lopes, R.A., Nassif, V.M.J. y Silva, D. (2014): Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, aceptado para su publicación.

Liñán Alcalde, F. y Guzmán Cuevas, J.J. (2005): Evolución de la educación empresarial en Estados Unidos y Europa: su papel como instrumento de desarrollo. *Revista de Economía Mundial*, (12), 149- 171.

Raposo, M. y Do Paço, A. (2011): Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453- 457.

Rasmussen, E. A. y Sørheim, R. (2006): Action- based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185- 194.

Sieger, P., Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2014): *International Report of the Guesss Project 2013/2014. Student Entrepreneurship across the Globe: A look at intentions and activities*. Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship, University of St. Gallen.

Van Stel, A., Carree, M. y Thurik, R. (2005): The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311- 321.

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 1.1.1.	Evolución de la percepción de existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	31
Figura 1.1.2.	Evolución de la posesión de red social emprendedora	32
Figura 1.1.3.	Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	32
Figura 1.1.4.	Evolución de la población cántabra que no teme al fracaso como obstáculo para emprender	33
Figura 1.1.5.	Evolución de la población cántabra que opina que la sociedad cántabra prefiere una distribución desigual de la renta, evidenciando así su espíritu más competitivo	33
Figura 1.1.6.	Evolución de la población cántabra que piensa que en Cantabria se considera que emprender es una buena opción profesional	34
Figura 1.1.7.	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	34
Figura 1.1.8.	Evolución de la población cántabra que piensa que, en Cantabria, los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	35
Figura 1.1.9.	Distribución de la población cántabra de 18-64 años en función de su grado de apoyo a la cultura emprendedora	35
Figura 1.1.10.	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 países GEM	36
Figura 1.1.11.	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	36
Figura 1.2.1.	Proceso emprendedor en Cantabria en 2014	37
Figura 1.2.2.	Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2014	39
Figura 1.2.3.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cantabria (periodo 2008-2014)	40
Figura 1.2.4.	Evolución de la TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y nuevos en Cantabria (periodo 2008-2014)	41
Figura 1.2.5.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Cantabria (periodo 2008-2014)	41
Figura 1.2.6.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cantabria (periodo 2008-2014)	42
Figura 1.2.7.	El proceso emprendedor en Cantabria en 2014 según el motivo para emprender	43
Figura 1.2.8.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo para emprender	44
Figura 1.2.9.	Evolución de la TEA en Cantabria según el motivo para emprender (periodo 2008-2014)	44
Figura 1.2.10.	Evolución de la TEA por oportunidad en Cantabria según las razones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender (periodo 2008-2014)	45
Figura 1.2.11.	Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2014	46
Figura 1.2.12.	Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2014	47
Figura 1.2.13.	Evolución de la distribución por género en Cantabria (periodo 2011-2014)	48
Figura 1.2.14.	Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria	49

Figura 1.2.15.	Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2014, en función de la formación específica para emprender	49
Figura 1.3.1.	Distribución de la actividad emprendedora total (entre 0 y 42 meses) por sectores	53
Figura 1.3.2.	Distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores	53
Figura 1.3.3	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras	54
Figura 1.3.4.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2014	54
Figura 1.3.5.	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas	55
Figura 1.3.6.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2013	55
Figura 1.3.7.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras	56
Figura 1.3.8.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas	56
Figura 1.3.9.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria	58
Figura 1.3.10.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria	58
Figura 1.3.11.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria	59
Figura 1.3.12.	Porcentaje de iniciativas consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado en Cantabria	59
Figura 1.3.13.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria	60
Figura 1.3.14.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Cantabria	60
Figura 1.3.15.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)	61
Figura 1.3.16.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios (Cantabria)	61
Figura 1.3.17.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de su potencial estimado de expansión en su mercado	62
Figura 1.3.18.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado	62
Figura 2.1.	Valoración media de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, año 2014	67
Figura 2.2.	Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, resto de CCAA y UE, año 2014	72
Figura 3.1.	Marco teórico del GUESSS 2013/2014	79
Figura 3.2.	Porcentaje de estudiantes según ramas de estudio	80
Figura 3.3.	Intenciones de elección laboral de los estudiantes universitarios en Cantabria	81
Figura 3.4.	Intención emprendedora (fundadores) por ramas de conocimiento	81
Figura 3.5.	Intención emprendedora (fundadores) por género	81
Figura 3.6.	Valoración del proceso de aprendizaje emprendedor	83
Figura 3.7.	Valoración del clima emprendedor en el contexto universitario	83
Figura 3.8.	Intenciones profesionales según el contexto familiar	84
Figura 3.9.	Motivaciones profesionales según intenciones profesionales	84
Figura 3.10.	Distribución de emprendedores nacientes en Cantabria según rama de estudios	85
Figura 3.11.	Distribución de emprendedores activos en Cantabria según rama de estudios	86

INDICE DE TABLAS



INDICE DE TABLAS

		Página
Tabla 0.1.	Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria	17
Tabla 0.2.	Condiciones específicas del entorno	19
Tabla 1.2.1.	Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria	50
Tabla 1.2.2.	Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria en 2014	51
Tabla 1.3.1.	Clasificación de las empresas en función del número de empleados	53
Tabla 1.3.2.	Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años	57
Tabla 2.1.	Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (periodo 2012-2014)	67
Tabla 2.2.	Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2012-2014	69
Tabla 2.3.	Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2012-2014	70
Tabla 2.4.	Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2012-2014	71
Tabla 2.5.	Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, países de la UE y CCAA españolas en 2014	73
Tabla 3.1.	Porcentaje de asistencia a cursos de emprendimiento	83
Tabla 3.2.	Percepción del rendimiento de las empresas creadas por los emprendedores en Cantabria	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.

El estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM Cantabria 2014, 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 2014, 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.

ISBN: 978-84-608-4583-6

