

Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2016/17



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2016/17

Equipo de investigación:

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Coordinadora)
Carlos López Gutiérrez
Estefanía Palazuelos Cobo
Andrea Pérez Ruiz
Lidia Sánchez Ruiz

Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Ejecutivo GEM-Cantabria 2016/17.

© Autores

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Coordinadora)
Carlos López Gutiérrez
Estefanía Palazuelos Cobo
Andrea Pérez Ruiz
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 - tg@edicionesTGD.com

ISBN: 978-84-697-8786-1

Depósito Legal: SA-931-2017

INDICE DE CONTENIDOS

Página

Red Española de Equipos Regionales GEM 2016/17	7
Presentación del Informe GEM Cantabria 2016/17	11
El Proyecto GEM: Introducción y modelo teórico	13
Balance Scorecard 2016	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	32
1.1.3. Posesión de red social emprendedora	33
1.1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	34
1.1.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender	35
1.1.6. Preferencia por la sociedad competitiva	36
1.1.7. Emprender es una buena opción profesional	37
1.1.8. Emprendimiento de éxito y buen estatus social y económico	38
1.1.9. Los medios de comunicación y el emprendimiento	
1.1.10. Análisis global de la influencia de los valores y actitudes sobre la tasa de actividad emprendedora	39
1.1.11. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	40
1.1.12. Posicionamiento de Cantabria en el contexto español y europeo acerca de la prevalencia de cultura, valores, percepciones y actitud emprendedora	41
1.1.13. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven	42
1.2. Actividad emprendedora y sus características	43
1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor	43
1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	45
1.2.3. Motivación para emprender: oportunidad versus necesidad	48
1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor	51
1.2.5. Financiación de la actividad emprendedora naciente en Cantabria	58
1.3. Características de las actividades emprendedoras en Cantabria	61
1.3.1. Introducción	61
1.3.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas cántabras del 2016	61
1.3.3. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas medida a través del número de empleados	62
1.3.4. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado	64
1.3.5. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y consolidada	66
1.3.6. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas	67
1.3.7. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	69
1.3.8. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	70
1.3.9. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	71
1.3.10. Actividad emprendedora en organizaciones existentes	73

Capítulo 2. El entorno emprendedor 75

2.1. Introducción	77
2.2. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria	78
2.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria	83
2.4. Benchmarking internacional y por Comunidades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender	89

Índice de Figuras 91

Índice de Tablas 97

Glosario de Términos 101



RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES

GEM 2016/17

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
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 y Conocimiento. 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 Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
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, Industria, Comercio y Conocimiento
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Carlos López Gutierrez Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Figuls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement

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 Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
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 Adrián Rabadán Guerra	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM- Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
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 Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Garden Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo 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	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo Caja Rural de Extremadura Tany Nature

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo GEM-USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Jacobó Feás Vázquez Marta Portela Maseda Lucía Rey Ares David Rodeiro Pazos M ^a Milagros Vivel Búa Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidade de Santiago de Compostela (USC) Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández	
	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Carmen José López Rodríguez	
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Rubén Fernández Ortiz Mónica Clavel San Emeterio Jorge Pelegrín Borondo	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School (Madrid)	Isidro de Pablo López (Director GEM-Comunidad de Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
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 Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE	Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez	Universidad Pública de Navarra Gobierno de Navarra
	King's College London (UK)	Víctor Martín Sánchez	
	CEIN	Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano	

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Newcastle Business School Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Maribel Guerrero Jon Hoyos Iñaki Peña David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Madrid Ciudad	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías	Ayuntamiento de Madrid
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.

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 2016/17, se ha contado con la participación de 65 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 2016, la red siguió creciendo incorporando al equipo GEM La Rioja y con la ayuda de CISE consiguió alcanzar el tamaño muestral de 22.000.

Este **Informe GEM Cantabria 2016/17**, 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 noveno informe de la que esperamos siga siendo 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 2016/17 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 noveno 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 65 países. Este año el informe cubre el 69,2% de la población mundial y el 84,9% de su PIB. 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, con 10 países desarrollados, se han editado 17 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 Argentina, Canadá, Chile, China, México y otras naciones estudian su implantación.

En la actualidad, España cuenta con 18 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, 17 equipos autonómicos, responsables de elaborar los informes correspondientes a sus regiones.

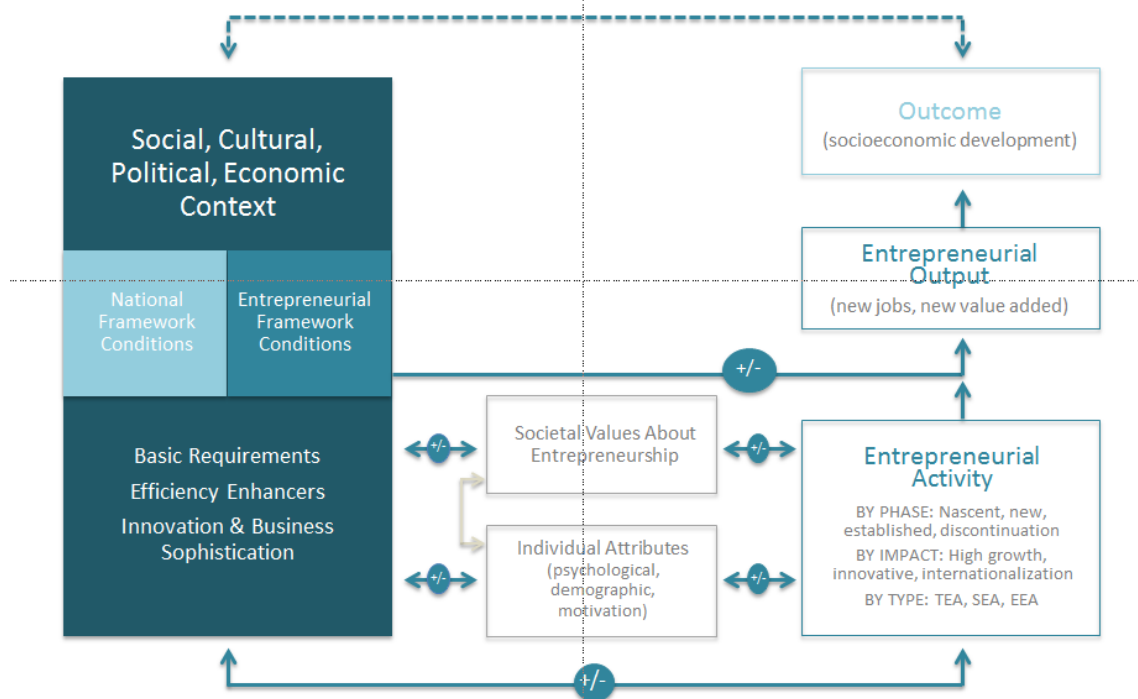
La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones permite obtener una serie de indicadores homogéneos que garantizan a su vez la validez y el sentido de la comparación internacional de los resultados.

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

Figura 0.1.
El Modelo Conceptual del GEM revisado



Fuente: Informe GEM Global 2015

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.

Este índice permite cuantificar el “nivel emprendedor” de una región y compararlo con el de las regiones o países participantes en el Proyecto, así como a lo largo del tiempo.

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

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.

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

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

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

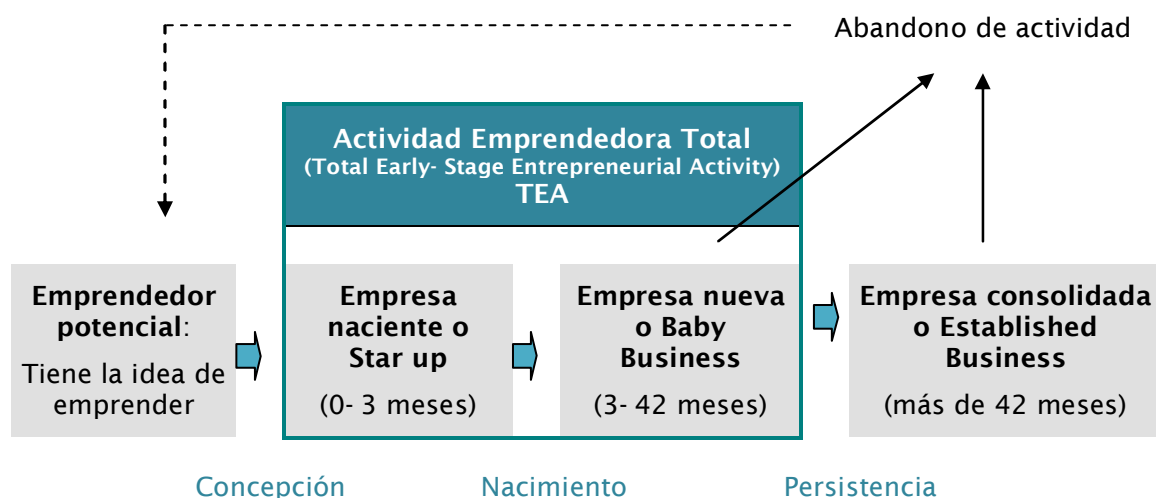
El momento crítico entre que una iniciativa sea considerada emprendedora o consolidada se establece en 42 meses, tal y como muestra la Figura 0.2, en que se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

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

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

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

Figura 0.2.
El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



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 llegó 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 está resultando sencilla en nuestro país, pues no hubo tiempo material de desarrollar la necesaria transformación del tejido empresarial de forma progresiva y sin traumas. Ahora, la situación exige ese cambio, y las medidas gubernamentales necesarias para favorecer el mismo entran en conflicto con las de carácter social, necesarias para paliar los efectos del desempleo y la capacidad adquisitiva del consumidor, que tampoco puede paralizar el mercado en el que las empresas deben colocar sus bienes y servicios.

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

0.3. Ficha técnica

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

Para la realización del informe regional de Cantabria se han realizado 1.000 entrevistas, alcanzando éstas las 22.000 para toda España y cerca de 200.000 para los 65 países participantes en el APS del Informe Global GEM del año 2016.

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

1. Encuesta a la población adulta

Esta encuesta se obtuvo a partir de entrevistas telefónicas asistidas por ordenador, mediante el sistema CATI (Computer Assistance Telephone Interview), realizadas por la empresa Opinòmetre, que realizó el proceso de encuestas para toda

España. El motivo de la elección de este sistema de encuesta es doble:

- La mayor accesibilidad al universo, ya que las personas activas son difícilmente localizables si el trabajo de campo no se realiza entre las 18 y las 22 horas.
- 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 368.292 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

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

y variable sexo. Para la codificación y procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS v.15.

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

Universo	Población residente en Cantabria de 18 a 64 años
Población objetivo	368.292 individuos
Muestra	1.000 individuos
Margen de confianza	95 %
Error de la muestra	$\pm 2,19\%$ para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación ($p=q=50\%$)
Periodo de realización de encuestas	Junio-Julio de 2016
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Grabación y creación de base de datos	Instituto Opinòmetre

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

2. Entrevistas a expertos regionales

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

La información obtenida de las entrevistas a expertos regionales se ha utilizado para elaborar parcialmente el capítulo 1 y el 2 en su totalidad.

Se llevaron a cabo entre junio-julio de 2016 y se les pregunta sobre las nueve condiciones principales del entorno que según la literatura están relacionadas con la actividad emprendedora:

1. Apoyo financiero.
2. Políticas y programas gubernamentales.
3. Infraestructura física.
4. Infraestructura comercial.
5. Infraestructura de servicios a empresas.
6. Educación y formación.
7. Normas sociales y culturales.
8. Transferencia de I+D.
9. Apertura del mercado interno.

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

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

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 (BM).
- **Tecnología e información:** NUA Internet Surveys, Banco Mundial y WCY.
- **Papel del Gobierno en temas económicos:** Anuario de Competitividad Global (IMD) y Banco Mundial (BM).
- **Productividad:** Anuario de Competitividad Global (IMD), Fondo Monetario Internacional y Organización Internacional del Trabajo.
- **Renta:** Banco Mundial (BM).
- **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 de 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.

Tabla 0.2.
Condiciones específicas del entorno

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

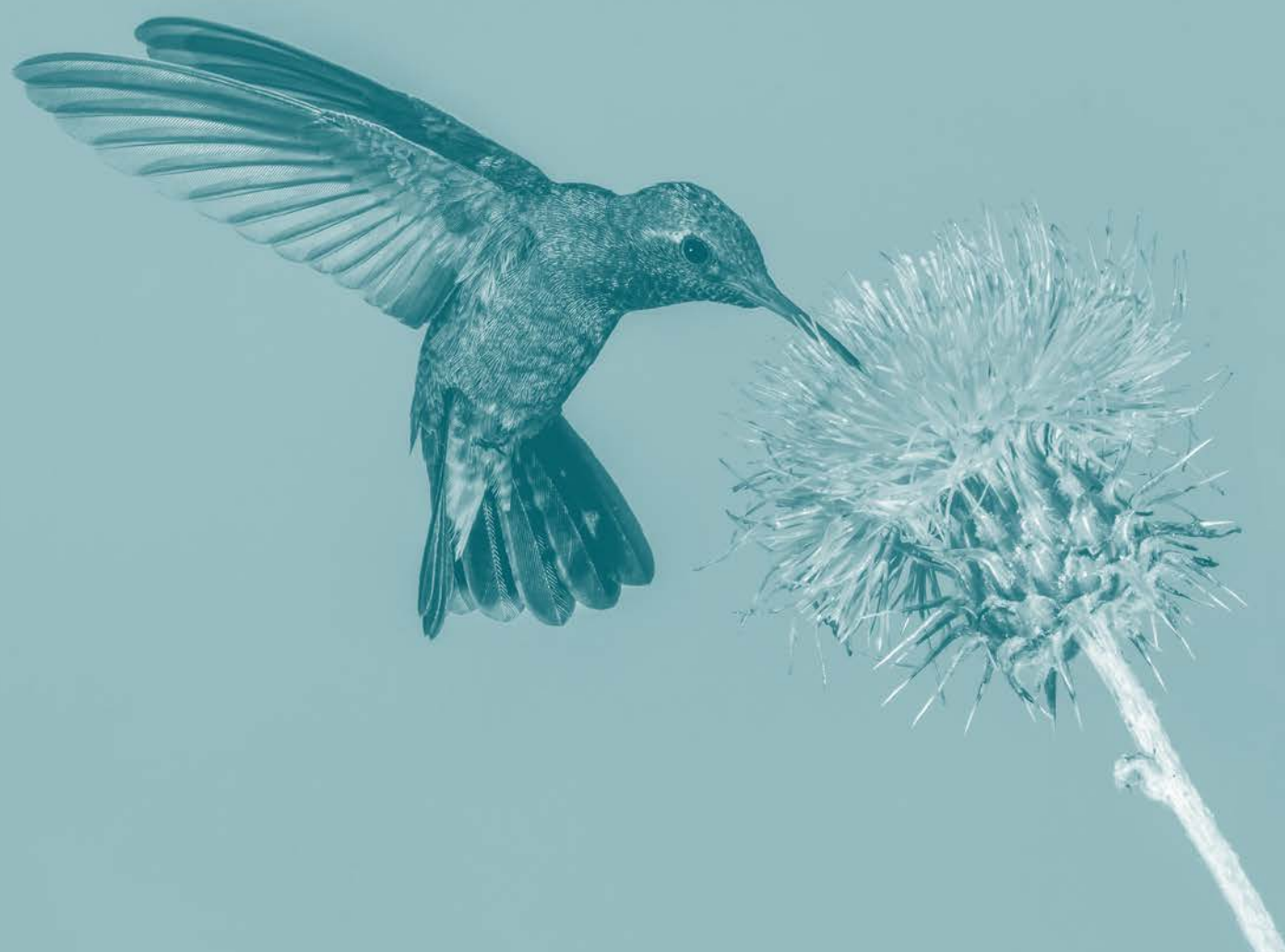
CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTILLA: se hace referencia a la disponibilidad y accesibilidad tanto de personas en general, como de personas con ciertas habilidades, dentro de la plantilla. Se recoge también en este apartado las referencias al coste de los trabajadores en general y al coste de los trabajadores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

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

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

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.



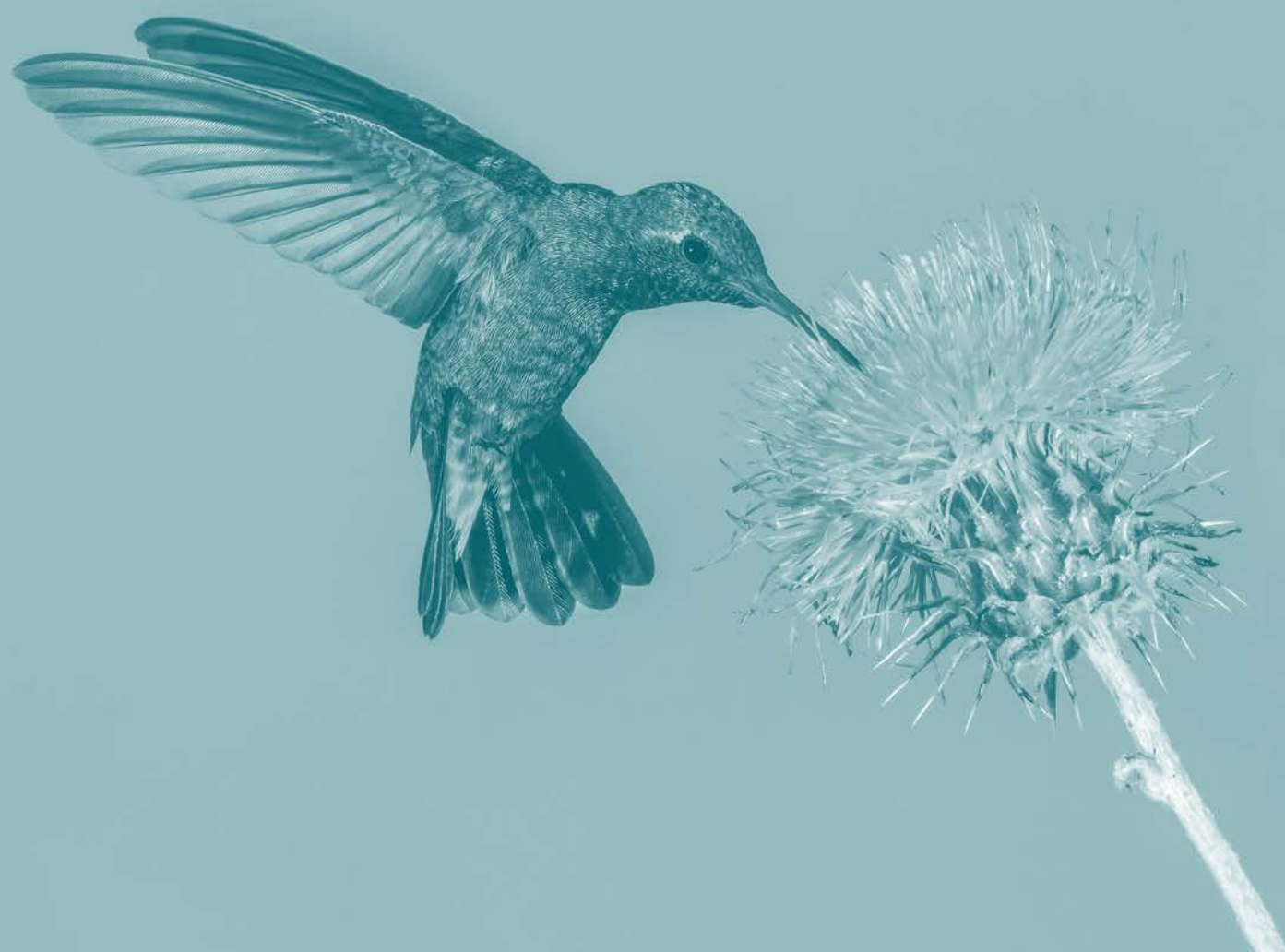
BALANCE SCORECARD 2016

Actitudes y aspiraciones emprendedoras de la población	Cantabria	España
Percibe modelos de referencia (conoce a emprendedores)	36,3%	35,6%
Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	20,5%	25,6%
Percibe habilidades, conocimientos y experiencias requeridas para emprender	47,5%	46,7%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender	48,5%	45,0%
Considera que la mayoría de la población preferiría tener el mismo nivel de vida	68,4%	70,3%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	4,9%	6,1%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,3%	1,6%
Ha actuado como inversor informal o como <i>Business Angel</i>	4,6%	3,2%

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>)	2,1%	2,3%
% de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (<i>baby business</i>)	3,5%	2,9%
TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses	5,6%	5,2%
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses		
% TEA masculino (sobre total de población masculina entre 18-64)	5,8%	5,8%
% TEA femenino (sobre total de población femenina entre 18-64)	5,1%	4,7%
% TEA por oportunidad	73%	70,2%
% TEA por necesidad	27%	26,0%
% TEA por otro motivo	0,0%	3,8%
% TEA sector extractivo	6,8%	4,1%
% TEA sector transformador	11,7%	16,2%
% TEA sector servicios a empresas	16,5%	25,1%
% TEA sector orientado al consumo	65,1%	54,6%
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	62,1%	52,4%
% TEA con 1-5 empleados	35,4%	38,0%
% TEA con 6-19 empleados	2,5%	6,5%
% TEA con 20+ empleados	0,0%	3,2%
% TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	9,0%	12,5%
% TEA iniciativas sin competidores en su principal mercado	14,4%	10,6%
% TEA iniciativas que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	6,3%	11,9%
% TEA iniciativas que exportan de algún modo	21,7%	27,8%
% TEA iniciativas con notable expectativas de expansión en el mercado	3,6%	0,10%

EAA , porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas (intra)emprendedoras	Cantabria	España
Población involucrada en iniciativas (intra)emprendedoras	3,0%	2,7%

Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (1 a 5)	Cantabria	España
Financiación para emprendedores	1,95	2,37
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,26	1,90
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,00	2,00
Programas gubernamentales	2,56	3,09
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,80	1,74
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,52	2,15
Transferencia de I + D	2,06	2,69
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,84	3,25
Dinámica del mercado interior	2,53	2,73
Barreras de acceso al mercado interno	2,37	2,83
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,56	3,48
Normas sociales y culturales	2,36	2,71



RESUMEN EJECUTIVO

La **tasa de actividad emprendedora (TEA)** en Cantabria, al igual que ha sucedido a nivel nacional, ha retrocedido con respecto al 2015. Sin embargo, con una modesta cifra de 5,6% sigue situándose por encima de la española que en 2016 es de 5,2%. Esta reducción del 15% se debe tanto a la disminución del porcentaje de emprendedores nuevos que pasó del 4,1% al 3,5% como de los nacientes que pasaron del 2,5% al 2,1%.

El factor que mayor importancia relativa muestra sobre la TEA es el poseer los **conocimientos, habilidades y experiencia en emprendimiento**, de modo que aquellos que perciben tenerlo son 6 veces más propensos a emprender.

La mayoría (73%) de las iniciativas emprendedoras cántabras se siguen creando por algún tipo de **oportunidad**, reduciéndose notablemente el porcentaje de las iniciativas creadas por la necesidad. La búsqueda de unos **mayores ingresos** es el principal motivo que subyace bajo el impulso de emprender por oportunidad en Cantabria.

La **edad media** de los emprendedores en fase inicial en 2016 es de 39 años siendo nuevamente la franja de edad comprendida entre 35 y 44 años donde en Cantabria se concentra el mayor porcentaje de emprendedores. La probabilidad de emprender entre los individuos entre 25-44 es tres veces mayor que entre los menores de 25 años. La mayoría de los emprendedores, en la etapa inicial, son **varones**, aunque las posiciones se distancian ligeramente, 53,3 frente al 56,1 en 2015. El 53,3% tiene **secundaria** y el 46,7% manifiesta haber recibido **formación específica para emprender** y precisamente los que han recibido esta formación manifiestan ser casi dos veces más propensos a emprender. Vuelve a disminuir el nivel de ingresos de los emprendedores siendo el porcentaje mayor el tercio de **nivel medio de ingresos (38,5%)**.

La mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria (65,1%) 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 mejoran notablemente duplicándose las que esperan crecer entre 6 y 19 empleados. La mayoría se considera no **innovadora** en cuanto al producto o servicio que ofrecen pero mejora la situación con respecto a 2015 en cuanto que aumenta el porcentaje de aquellas que se definen completamente innovadoras y aumenta la innovación entre las consolidadas. También aumenta al 14,4% las que creen no tener **competencia** en su mercado, rompiéndose la tendencia iniciada en 2013. Lo mismo sucede con el nivel de **tecnología** porque, aunque la mayoría la que usa tiene más de 5 años, ha aumentado ligeramente el porcentaje de aquellas que la tienen de última generación y notablemente las que

tienen de 1 a 5 años. Por último, y en la misma línea la mayoría sigue **sin exportar**, pero la situación mejora con respecto a 2015.

El porcentaje de personas involucradas en actividades intra emprendedoras (**EEA**) es del 3%, superior a la media nacional que en 2016 es de 2,7%, y se sitúa en una buena posición con respecto al resto de Comunidades Autónomas en función de su PIB.

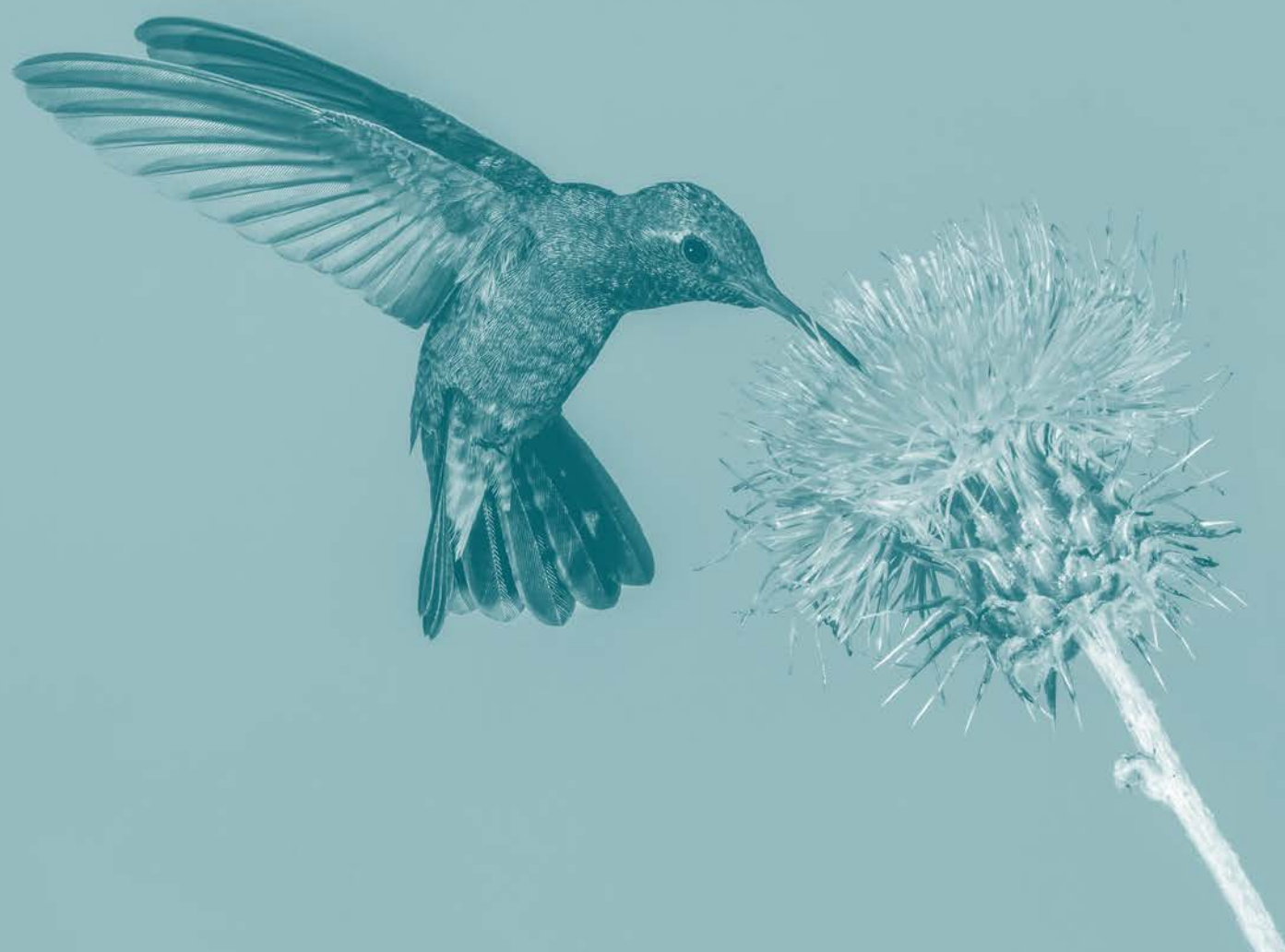
Las necesidades de financiación en términos del **capital medio** necesario para iniciar un proyecto emprendedor en Cantabria en 2016 estaban en 41.054 euros. Los datos del **capital semilla** obtenidos indican que éste varía entre los 1.500 y los 600.000 euros. La mediana se sitúa en 20.000 y la moda sube a los 60.000, lo que significa que los proyectos iniciados en la región son mucho más ambiciosos que en 2015 y que en España donde la moda sigue siendo de 30.000. En Cantabria el 4,6% de la población ha actuado como **inversor informal** (tipo *Business Angel*) en los últimos tres años, mejorando nuevamente la situación de España (3,2%).

El porcentaje de cántabros que **percibe la existencia de oportunidades** para emprender disminuye ligeramente, especialmente entre aquellos que están involucrados en un proceso emprendedor. A pesar de ello, la población involucrada tiene 1,7 veces más probabilidad de percibir oportunidades que la no involucrada. Lo mismo sucede con los varones y los que tienen formación específica para emprender que perciben esas oportunidades 1,4 veces más que las mujeres y los que no tienen dicha formación.

En **opinión de los expertos**, entre las **condiciones del entorno** que favorecen el emprendimiento mejor valorados se encuentran el acceso a la infraestructura física, los programas gubernamentales y, por primera vez, la educación emprendedora en etapa post escolar. En el año 2016 los mismos cuatro factores que en 2015 obtuvieron una valoración por debajo del 2,5. Estos son: la transferencia de I+D, la política fiscal y burocracia, la financiación y la educación emprendedora en etapa escolar.

El principal **obstáculo** para emprender en Cantabria, a diferencia de España donde son las políticas gubernamentales, vuelve a ser la falta de apoyo financiero.

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



EXECUTIVE SUMMARY

The Total Entrepreneurial Activity (TEA) in Cantabria, as in the rest of Spain, has declined compared to 2015. However, with a modest figure of 5.6%, it is still above the Spanish TEA which in 2016 was 5.2%. This reduction of 15% is both due to the decrease in the percentage of new entrepreneurs that went from 4.1% to 3.5% and of nascent entrepreneurs that went from 2.5% to 2.1%.

The factor that shows the greatest relative importance for TEA is having the **knowledge, skills and experience in entrepreneurship**, so those who perceive having it are 6 times more likely to become entrepreneurs.

The **majority** (73%) of Cantabrian entrepreneurial initiatives are still created due to some type of **opportunity**, reducing significantly the percentage of initiatives created out of necessity. The search for **greater income** is the main reason underlying the motivation to become an entrepreneur due to an opportunity in Cantabria.

The **average age** of entrepreneurs in their initial stages in 2016 was 39, where once again the highest percentage of entrepreneurs in Cantabria is in the 35-44 age group. The probability of undertaking among individuals aged between 25 and 44 is three times greater than among those under 25. The majority of entrepreneurs in the initial stage are **males**, although the positions are slightly distant, 53.3 compared to 56.1 in 2015. 53.3% have completed their **higher education** and 46.7% claim to have received **specific entrepreneurial training** and precisely those that have received this training are twice as likely to undertake. The income level of entrepreneurs decreases again, being this percentage higher than a third of the **average income level** (38.5%).

The majority of entrepreneurial initiatives in Cantabria (65.1%) are located in the consumer-oriented **sector**. The great majority of Cantabrian entrepreneurial initiatives show a microenterprise **dimension**. The **expectations for employment creation** in entrepreneurial initiatives for the next five years improve significantly, being double and are expected to increase between 6 and 19 employees. Most of them are considered **non-innovative** in terms of the product or service they offer, but the situation has improved compared with 2015, as the percentage of those defined as completely innovative increases and innovation among the consolidated ones increases. The percentage of those that believe there is no **competition** in their market also increases, breaking the trend that began in 2013. The same happens with the **technology** level because although the majority that is used is more than 5 years old, there has been a slight increase in the percentage of those that use

cutting edge technology and a significant increase in the technology that is between 1 and 5 years old. Finally, and in the same line, the majority still does **not export**, but the situation has improved compared with 2015

The percentage of people involved in intra-entrepreneurial activities (**EEA**) is 3 % higher than the national average, which in 2016 was 2.7%, and is in a good position compared to the rest of the Autonomous Communities according to their GDP.

Financing needs in terms of **average capital** required to start an entrepreneurial project in Cantabria in 2016 was 41,054 Euros. The data obtained in Cantabria for **seed capital** varied between 1,500 Euros and 600,000 Euros. The median is 20,000 and the mode goes up to 60,000, which means that the projects initiated in the region are much more ambitious than in 2015 and than in Spain, where the mode is still 30,000. In Cantabria, 4.4% of the population has acted as an **informal investor** (*Business Angel* type) in the last three years, improving the situation in Spain again (3.2%).

The percentage of Cantabrians **aware of the existence of opportunities** to become entrepreneurs decreases slightly, especially among those involved in an entrepreneurial process. Despite this, the population involved is 1.7 times more likely to perceive opportunities than the non-involved population. The same happens with males and those that have specific training to become entrepreneurs, who are 1.4 times more likely than females and those that do not have this training.

According to experts, the access to physical infrastructure, government programmes and for the first time, entrepreneurial education in the post-school stage are included in the best valued **surrounding conditions** that favour entrepreneurship.

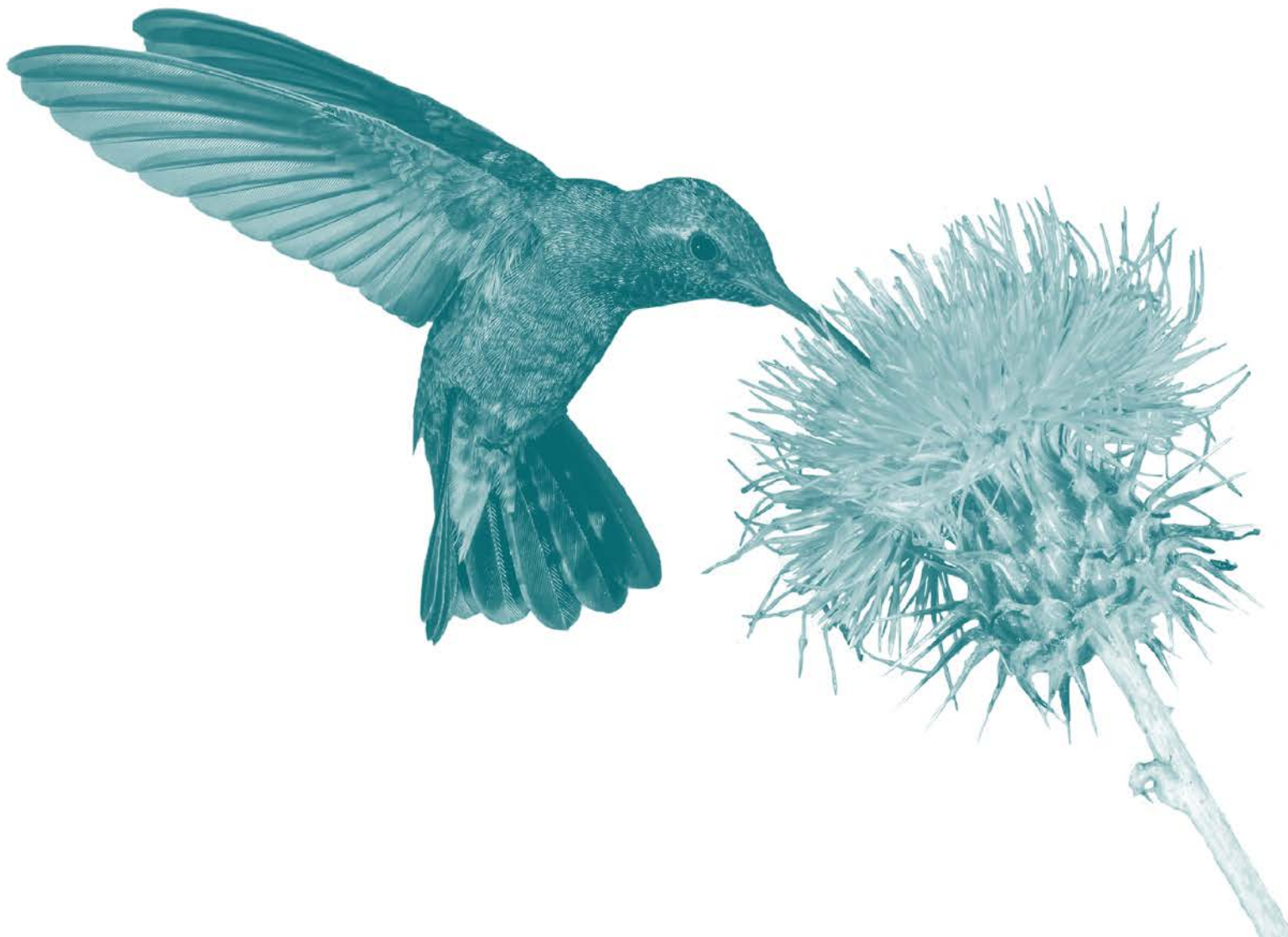
In 2016, the same four factors as in 2015 were rated below 2.5. These factors are R&D transfer, fiscal policy and bureaucracy, financing and entrepreneurial education at school.

The main **obstacle** to entrepreneurship in Cantabria, unlike Spain where it is government policies, is still lack of financial support.

Social and cultural norms, education and training and government policies are some of the **factors** that according to experts most **support** entrepreneurship. Finally, regarding the **factors recommended by experts** that could favour and promote entrepreneurial activity, the following factors are once again highlighted: government policies, education and training and government programmes.



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

El aumento de la tasa de actividad emprendedora (TEA) de un país o región puede verse facilitado por la prevalencia de valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población. Por el contrario, la ausencia de una cultura, valores y mecanismos emprendedores adecuados y 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 este motivo, en este epígrafe se analiza la prevalencia de rasgos emprendedores en la población involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor en Cantabria.

Como en años anteriores, para ello se hace uso de dos fuentes de información. En primer lugar, se analizan las opiniones aportadas por la encuesta realizada a la población activa cántabra de 18 a 64 años. Por otro lado, se utilizan las opiniones aportadas por los expertos en lo referido a algunos aspectos relacionados con la motivación para poner en marcha una iniciativa emprendedora.

Sobre la base de estas fuentes de información, y para cada uno de los rasgos emprendedores considerados, se presentan los resultados de dos tipos de análisis complementarios.

Por un lado, se muestra el porcentaje de respuestas de los individuos encuestados en el que se manifiesta cada uno de esos rasgos, distinguiendo las respuestas entre la población involucrada y el resto de la población. En este caso, se puede ver también la evolución temporal desde el año 2013, lo que permite tener una perspectiva de los cambios que se han venido produciendo en los últimos años.

De manera adicional, también se analiza en qué medida las características personales ayudan a explicar los rasgos emprendedores, en este caso con la información del año 2016. Para ello, se ha realizado un análisis que permita determinar cómo esas características personales influyen en la probabilidad de poseer cada uno de los rasgos emprendedores. Esta influencia se expresa a través del Odd ratio, que indica la variación en la probabilidad de que se manifiesten los rasgos emprendedores en función de las características analizadas, es decir, cuántas veces es más probable que aparezca el rasgo analizado si se tiene cada una de las características personales. Para su representación se utiliza un gráfico de cajas (Box-plot), gráfico que consiste en una caja rectangular cuyo tamaño muestra el recorrido intercuartílico (los valores entre el primer y tercer cuartil), además del valor del Odd ratio medio.

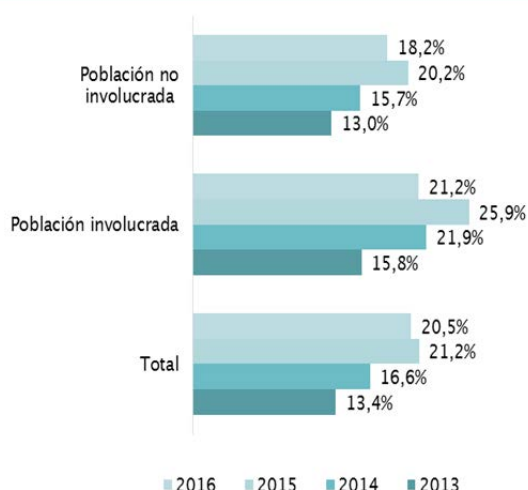
1.1.2. Percepción de oportunidades

Al contrario de la tendencia prevalente en los últimos años, en 2016 se observa que el porcentaje de la población cántabra encuestada de 18-64 años que percibe la existencia de oportunidades para emprender se ha reducido ligeramente tanto a nivel global como entre la población involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor. En términos totales, la percepción de existencia de oportunidades para emprender se situó en el 20,5% en el año 2016, frente al 21,2% registrado en 2015 (Figura 1.1.1.).

En el caso de las percepciones de la población involucrada, éstas han vuelto al nivel del año 2014, situándose en el 21,2% en el año 2016, lo que contrasta fuertemente con el 25,9% registrado en 2015.

En cualquier caso, este porcentaje sigue siendo superior a la percepción de oportunidades registrada entre la población no involucrada (18,2% en 2016) que, además, registra un descenso de dos puntos porcentuales frente al 20,2% registrado en 2015.

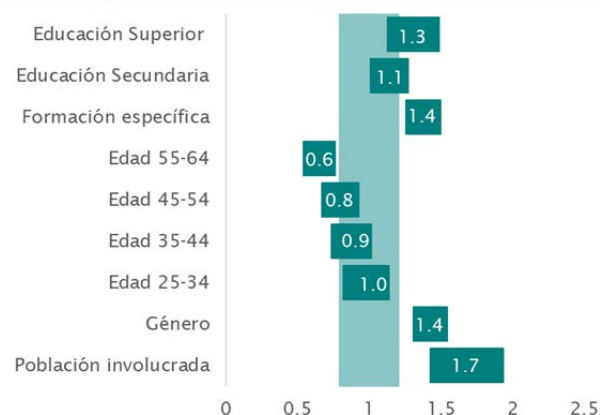
Figura 1.1.1.
Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses



Una vez analizada la evolución temporal se presenta también el gráfico de cajas, que refleja cómo afectan las características personales a la percepción de oportunidades.

Tal y como se ha señalado en la introducción de esta sección, la figura 1.1.2. presenta, para cada una de las características, el valor del Odd ratio. El tamaño de las cajas refleja el rango entre el primer y el tercer cuartil, y la zona sombreada vertical entorno al valor 1 marca el rango en el que no se aprecian diferencias estadísticamente significativas. De esta forma, para que una variable presente un valor que sea diferente de 1 debe estar fuera del rango que marca esa zona sombreada.

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



Como se puede observar, son varias las características personales que influyen en la percepción de oportunidades para emprender. Por un lado, la población involucrada tiene 1,7 veces más probabilidad de percibir oportunidades que la no involucrada. Además, también se observa que los hombres tienen mayor probabilidad de percibir oportunidades que las mujeres, lo mismo que aquellas personas que tienen una formación específica para emprender (1,4 veces más en ambos casos).

En el caso de la edad y el nivel de educación, al tener varios grupos de individuos, la interpretación se realiza con respecto a un grupo de referencia. En la edad se ha tomado como ese grupo de referencia a los que tienen entre 18 y 24 años.

En este caso se observa que la percepción de oportunidades no se ve influida por la edad,

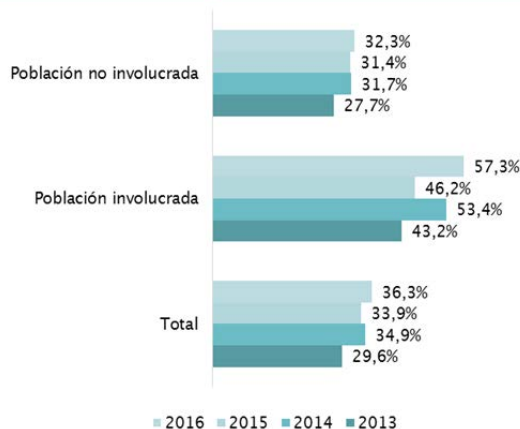
excepto en el caso de los mayores de 55 años, en los que aparece una menor percepción de oportunidades (0,6 veces con respecto a los menores de 25 años).

En lo que se refiere al nivel de educación, el grupo de referencia que se ha tomado son los

1.1.3. Posesión de red social emprendedora

En emprendimiento 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 las intenciones de los nuevos emprendedores. Este hecho es lo que en este informe se analiza bajo la denominación de posesión de red social emprendedora.

Figura 1.1.3.
Evolución de la posesión de red social emprendedora



En el caso de Cantabria (Figura 1.1.3.), las percepciones sobre la posesión de dicha red social han reflejado un ligero aumento en 2016, situándose en un 36,3% frente al 33,9% alcanzado en 2015.

La mejora de las percepciones fue especialmente acuciada en el segmento de población involucrada en el emprendimiento, donde el porcentaje pasó de un 46,2% en 2015 a un 57,3% en 2016.

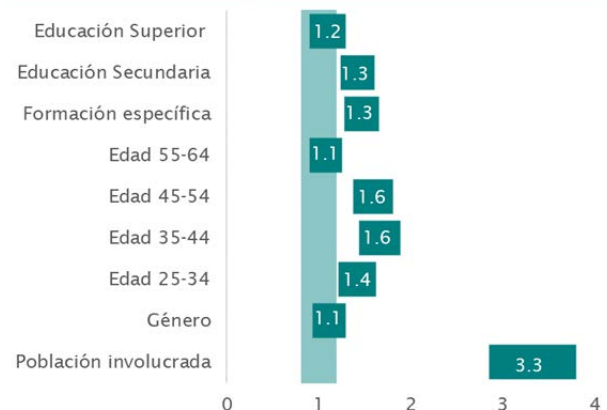
A este respecto, puede observarse que la evolución de la posesión de red social emprendedora es notablemente más irregular entre la población involucrada que entre la población no involucrada en emprendimiento. En este último caso, el porcentaje se mantuvo

que tienen un nivel de educación máximo de primaria, pero aquí no se observa en ningún caso diferencias significativas.

más estable, aumentándose en menos de un punto porcentual con respecto a los años anteriores (del 31,4% en 2015 al 32,3% en 2016).

Por lo que respecta a la caracterización de las personas que poseen una red social emprendedora, la figura 1.1.4 presenta las características personales que la definen.

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



En este caso, se observa que la población involucrada presenta 3,3 veces más probabilidad de poseer una red social emprendedora que la no involucrada, lo que viene a confirmar las diferencias encontradas en la figura 1.1.3. Esta diferencia reafirma la relevancia que los emprendedores le confieren a la red social y el contacto con otros agentes vinculados a la actividad emprendedora.

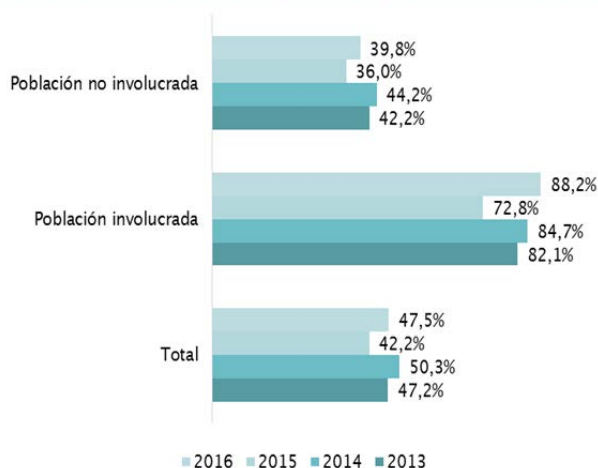
Si nos fijamos en el efecto de la edad (de nuevo tomando como referencia los que tienen entre 18 y 24 años), se observa que es más probable poseer una red social emprendedora a partir de los 25 años (1,4 veces más), que esa diferencia se incrementa

hasta 1,6 veces entre los 35 y los 54 años, y que a partir de esa edad se vuelve a reducir siendo la situación similar a la de los menores de 25. Es decir, estos contactos se van incrementando una vez que se terminan los estudios y la población se va incorporando al mercado laboral, y se reducen finalmente cuando se va aproximando la edad de jubilación o se goza de una posición laboral más consolidada.

1.1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

Junto a la posesión de una buena red social, contar con conocimientos, experiencia y habilidades para emprender es especialmente útil a la hora de fomentar el espíritu emprendedor entre la población. A este respecto, los resultados de Cantabria muestran un repunte significativo en el auto reconocimiento tanto entre los colectivos de población involucrada como no involucrada, lo que supone una mejora total que pasa del 42,2% en 2015 al 47,5% en 2016 (Figura 1.1.5.).

Figura 1.1.5.
Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender



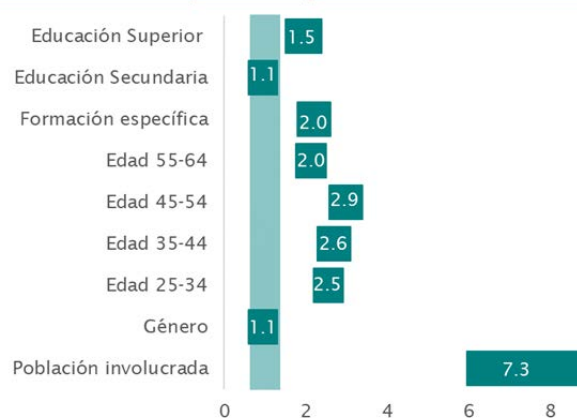
La mejora de los conocimientos, habilidades y experiencia para emprender fue especialmente notable entre la población involucrada, situándose en el 88,2% frente al 72,8% alcanzado en el año 2015.

Por otra parte, se observa que aquellas personas que tienen una formación específica para emprender también poseen mayores probabilidades de tener una red social emprendedora (1,3 veces más). Esta diferencia también se observa en los que tienen un nivel de educación máximo de secundaria (comparados con los que tienen un nivel de primaria).

En el caso de la población no involucrada en el emprendimiento, el porcentaje también aumentó del 36% registrado en 2015 hasta el 39,8% registrado en 2016.

La percepción de la posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender también se ve condicionada por las características personales, como se puede observar en la figura 1.1.6.

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



Se observa que el auto reconocimiento se ve claramente influenciado en función de que se trate o no de población involucrada, puesto que las personas involucradas en actividades de emprendimiento presentan una probabilidad de más de 7 veces mayor de percibir esos mayores conocimientos y habilidades para emprender.

En cuanto al efecto de la edad, se observa una tendencia creciente entre los 25 y los 54 años (pasando de 2,5 a 2,9 veces mayor probabilidad de poseer ese auto reconocimiento). A partir de los 54 años se reduce el efecto, pero en todo caso sigue siendo una probabilidad 2 veces mayor que para los menores de 25. Se aprecia una tendencia que muestra cómo a medida que se va teniendo más experiencia se incrementa la percepción de poseer mayores conocimientos y habilidades para emprender, aunque esa diferencia se reduce en el caso de la franja de más edad.

La formación específica para emprender también juega un papel relevante, puesto que las personas con esa formación también presentan un mayor auto reconocimiento (2 veces más). Esta diferencia también se observa en los que tienen un nivel de educación superior, que perciben una mayor potencialidad en sus habilidades y conocimientos para emprender (1,5 veces) que los que tienen niveles educativos inferiores.

1.1.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender

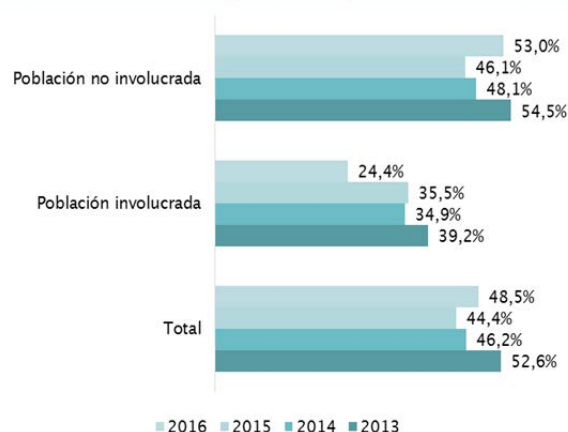
Otro factor importante a analizar es el temor al fracaso de los emprendedores, que ha sido tradicionalmente uno de los obstáculos más importantes para la práctica del emprendimiento. En este sentido, la Figura 1.1.7. muestra el porcentaje de encuestados para los que la posibilidad de fracasar representa un freno para emprender.

En el total de la muestra se observa que el porcentaje total a los que el miedo al fracaso les supone un obstáculo para emprender ha aumentado sensiblemente con respecto al año 2015, pasando del 44,4% registrado ese año al 48,5% del 2016.

Esta variación presenta dos tendencias opuestas entre la población involucrada y la no involucrada. Por un lado, entre la población involucrada el porcentaje de emprendedores que consideran el miedo al fracaso como un obstáculo ha disminuido notablemente respecto al pasado año, pasando del 35,5% (2015) al 24,4% (2016). Por el contrario, entre la población no involucrada este porcentaje ha aumentado de un 46,1% (2015) a un 53,0% (2016).

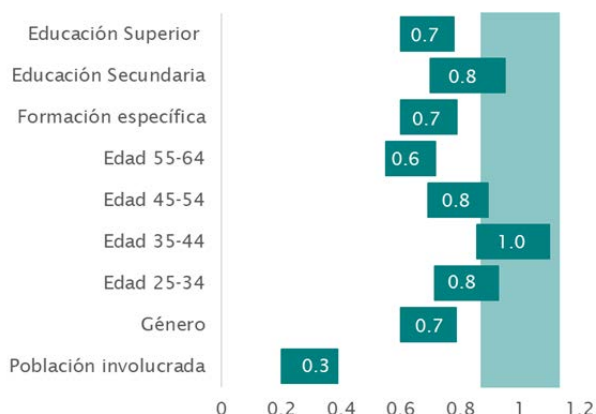
Este comportamiento diferencial es especialmente reseñable, puesto que muestra claramente como la población involucrada sigue percibiendo en menor medida que el riesgo de fracasar sea un obstáculo para llevar a cabo iniciativas emprendedoras (24,4% frente a 53,0%, respectivamente).

Figura 1.1.7.
Evolución del temor al fracaso como obstáculo para emprender



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

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



Tal y como se ha visto en la figura 1.1.7, aquí también se observa que el temor al fracaso como freno a la actividad emprendedora se ve claramente influenciado en función de que se trate o no de población involucrada.

En concreto, la población involucrada presenta 0,3 veces menor probabilidad de considerar el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender.

Además, los hombres presentan también menor probabilidad de considerar el miedo al fracaso como un freno (0,7 veces con respecto a las mujeres).

En cuanto al efecto de la edad, no se observan en términos generales diferencias relevantes, únicamente los mayores de 54 años presentan una menor probabilidad (0,6 veces menos).

Finalmente, las personas con formación específica para emprender también presentan un menor efecto del miedo al fracaso (0,7 veces menos). Esta diferencia (0,7) también se observa en las personas con un nivel de educación superior.

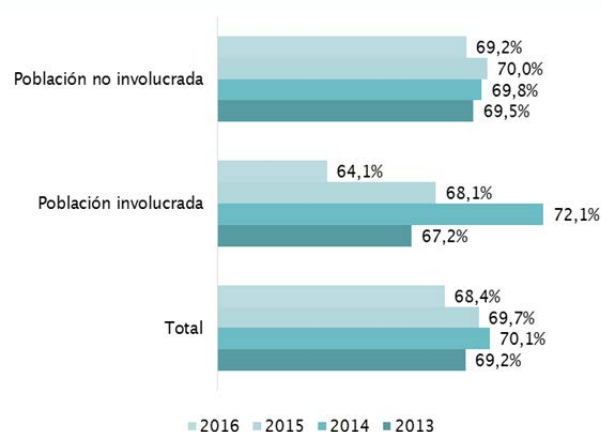
1.1.6. Preferencia por la sociedad competitiva

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 que un alto porcentaje prefiere equidad en los estándares de vida, lo cual puede ser indicativo de un bajo grado de competitividad por parte de los emprendedores.

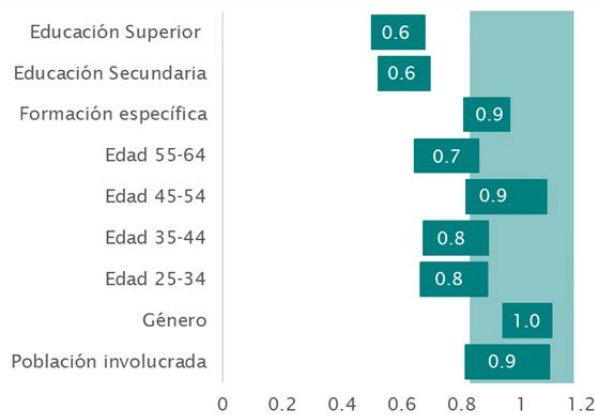
Estos valores se asemejan a los obtenidos para el conjunto de la sociedad española y presentan poca variación en los últimos cuatro años, al menos en términos globales (Figura 1.1.9.). No obstante, los datos reflejan que en el 2016 volvió a registrarse un descenso significativo del porcentaje de población involucrada que aún conserva esta visión personal, pasando del 68,1% en 2015 al 64,1% en 2016, lo que confirma la tendencia iniciada en 2014.

Figura 1.1.9.
Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida



En este caso, las características personales apenas muestran diferencias relevantes (Figura 1.1.10).

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

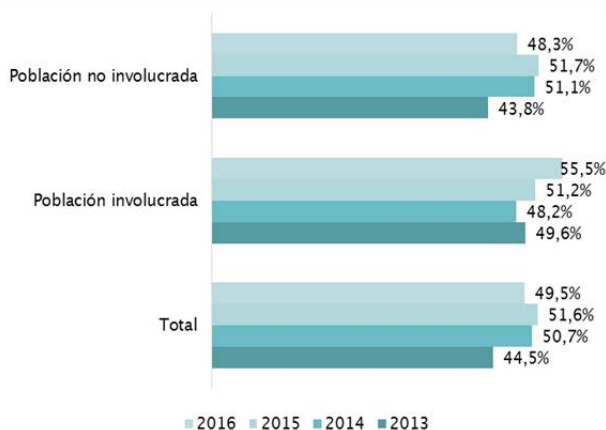


Únicamente se observan diferencias en el caso del nivel de educación, en el que las personas con mayores niveles de educación (tanto a nivel de secundaria como superior) tienen una menor probabilidad de mostrar una preferencia por la equidad en los estándares de vida (0,6 veces con respecto a las personas con un nivel de educación máximo de primaria).

1.1.7. Emprender es una buena opción profesional

El porcentaje de población encuestada que considera que el emprendimiento es una buena opción profesional sufrió un ligero descenso en el 2016 en Cantabria. Concretamente, el porcentaje total con esta opinión se situó en el 49,5% en 2016 frente al 51,6% registrado en el 2015 (Figura 1.1.11.).

Figura 1.1.11.
Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cantabria

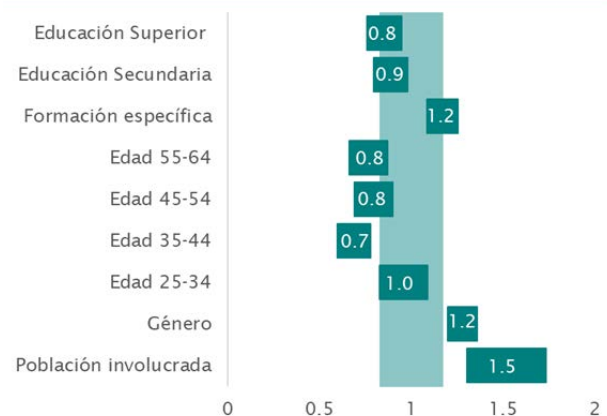


Sin embargo, si se desagrega el análisis por colectivos, se observa que el porcentaje de individuos que consideran que emprender es una buena opción profesional aumentó del

51,2% en 2015 al 55,5% en 2016 entre la población involucrada, mientras que entre la población no involucrada se produjo un descenso de este porcentaje (48,3% en 2016 vs. 51,7% en 2015).

Las diferencias en el perfil personal de las personas que perciben el emprendimiento como una buena opción profesional tampoco son especialmente significativas (Figura 1.1.12)

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



Sí que se observa que la población involucrada tiene una mayor probabilidad de percibir la actividad emprendedora como una buena opción profesional (1,5 veces que la población no involucrada).

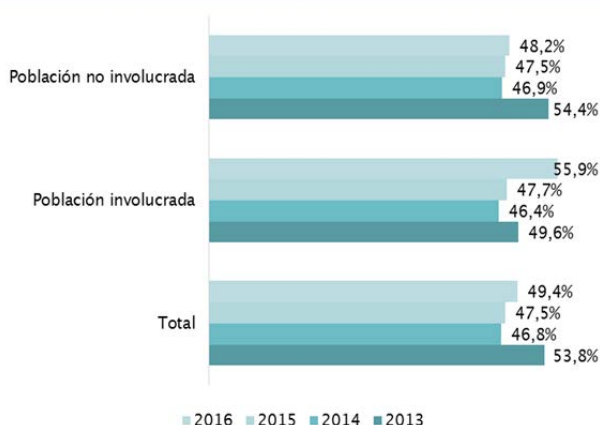
Además, se observa que los hombres presentan también mayor probabilidad de percibir el emprendimiento como una buena salida profesional, aunque en este caso la diferencia se reduce a 1,2 veces con respecto a las mujeres.

Sin embargo, ni el nivel de educación ni la posesión de formación específica en emprendimiento muestran una influencia relevante. En cuanto a la edad, sólo los que están entre 35 y 44 años muestran menor probabilidad de percibir el emprendimiento como una buena opción profesional (0,7 veces con respecto a los menores de 25 años).

1.1.8. Emprendimiento de éxito y buen estatus social y económico

En línea con los datos anteriores, se observa que el porcentaje de encuestados que considera que el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica se ha mantenido en niveles intermedios y estables a lo largo de los últimos años (Figura 1.1.13.).

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



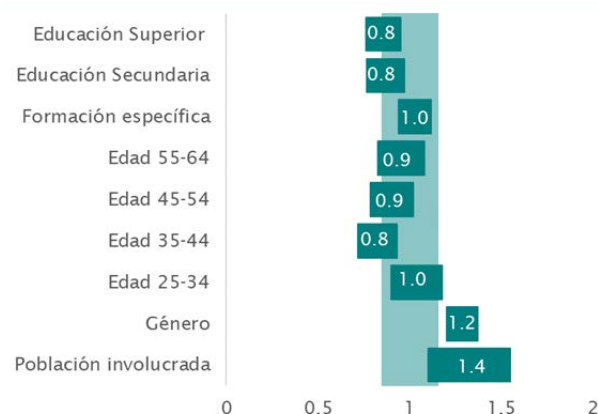
Concretamente, en el año 2016 el porcentaje con esta opinión se situó en el 49,4% en términos totales, lo que representa un nuevo aumento ligero con respecto al 47,5% registrado en 2015 y al 46,8% registrado en 2014.

Esta leve mejoría se registra también en los colectivos de población involucrada y no

involucrada, donde los porcentajes se sitúan en niveles muy parecidos al porcentaje total (55,9% y 48,2% respectivamente).

La consideración del emprendimiento de éxito como un indicador de una buena posición social y económica tampoco presenta diferencias relevantes en lo que a las características personales se refiere, como se puede observar en la figura 1.1.14.

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



En este caso, sólo el género presenta diferencias, siendo de nuevo los hombres los que presentan mayor probabilidad de percibir el emprendimiento exitoso como una mejora del estatus social y económico (1,2 veces más con respecto a las mujeres).

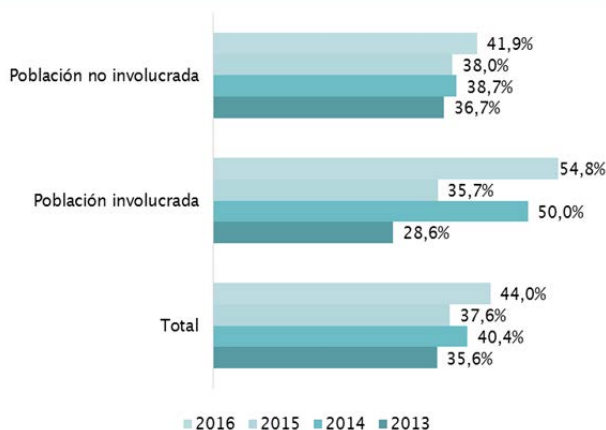
1.1.9. Los medios de comunicación y el emprendimiento

En relación con la creación de redes emprendedoras analizada previamente en este informe, la comunicación se presenta como un nuevo factor de interés para entender correctamente esta tendencia.

Tal y como se muestra en la Figura 1.1.15., los datos de 2016 muestran que el porcentaje de encuestados, tanto total como desagregada por colectivos involucrados y no involucrados en emprendimiento, que valoran positivamente la labor comunicativa de los medios cántabros ha mejorado notablemente con respecto a los años precedentes. Concretamente, el porcentaje con esta opinión ha aumentado hasta un 44% frente al 37,6% registrado en 2015.

El aumento más notable se produjo entre la población involucrada, que pasó de un 37,5% en 2015 a un 54,8% en 2016. Por su parte, el porcentaje de población no involucrada que valora positivamente la labor de los medios de comunicación se situó en el 41,9% frente al 38% del 2015.

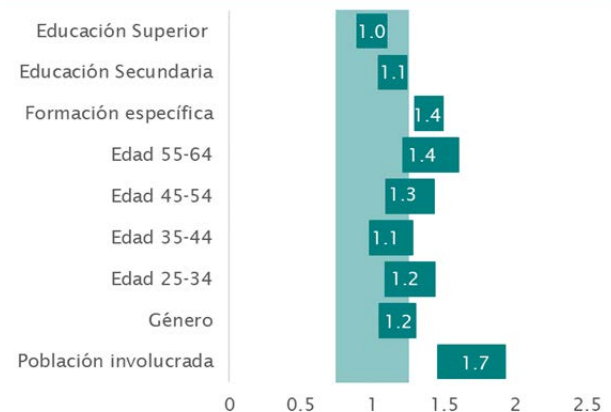
Figura 1.1.15.
Evolución de la opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito



En el caso de la percepción de la labor que ejercen los medios de comunicación en relación con la actividad emprendedora, se

observan diferencias relacionadas especialmente con la relación de la persona con la actividad emprendedora (Figura 1.1.16).

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



De esta forma, la población involucrada es más propensa a valorar de manera positiva la difusión que los medios hace de la actividad emprendedora (1,7 veces más que la no involucrada), y lo mismo ocurre con aquellos que tienen formación específica para emprendimiento, que también presentan una relación de 1,4 veces más que aquellos que no la poseen. Ni el género, la edad o el nivel de educación muestran un efecto diferencial en cuanto a la percepción de la labor de los medios de comunicación.

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

Con el análisis realizado en los epígrafes anteriores se ha presentado una visión general de la situación en Cantabria con respecto a cada uno de los valores, percepciones y actitudes emprendedoras. De manera complementaria, en este apartado se presenta la influencia que cada uno de esos rasgos emprendedores tiene sobre la tasa de actividad emprendedora de manera conjunta. Los resultados se muestran en un gráfico de cajas, tal y como se ve en la figura 1.1.17.

Figura 1.1.17.
Influencia de los valores y actitudes para emprender sobre la tasa de actividad emprendedora



El factor que mayor importancia relativa muestra es la posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender, puesto que las personas con estas características tienen una probabilidad de emprender más de 6 veces mayor que las que no lo tienen.

También se muestra como un factor diferencial la existencia de una red social emprendedora, de tal forma que la existencia de modelos de referencia relacionados con el emprendimiento multiplica por 2 la probabilidad de emprender. Otro factor que incrementa la probabilidad de emprender es la percepción de la actividad emprendedora como una buena opción profesional. De esta forma, las personas con una opinión más positiva hacia la función del emprendimiento como generador de buenas opciones de carrera profesional muestran un poco menos del doble de probabilidades de emprender que el resto (1,8 veces más que los que no tienen esa percepción).

Finalmente aparece otro factor relevante, que es la percepción del miedo al fracaso como obstáculo para emprender. La existencia de un temor al fracaso frena la actitud emprendedora, haciendo que los que manifiestan esa preocupación tengan 0,4 veces menos probabilidad de emprender que el resto.

Otros factores como la percepción de oportunidades, la preferencia por una sociedad competitiva, la visión del emprendimiento como una mejora del estatus social el papel que se otorga a los medios de comunicación no muestran una influencia relevante sobre la probabilidad de emprender.

1.1.11. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

Los valores y comportamientos relacionados con el emprendimiento suelen estar condicionados por la cultura emprendedora y las características de la población. De esta forma, las intenciones de emprender están configuradas por una serie de aspectos sociales que influyen en el deseo, la capacidad y la factibilidad de llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Para tratar de reflejar esta realidad la metodología GEM ha

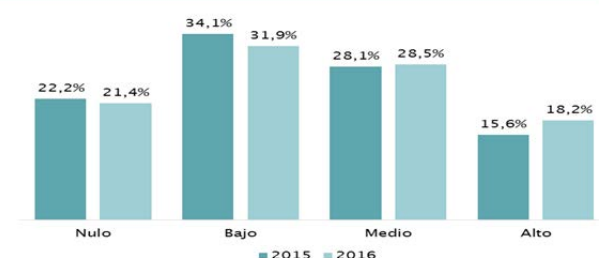
desarrollado un índice de cultura de apoyo a la actividad emprendedora, que se calcula a partir de varios indicadores: la percepción del emprendimiento como buena opción profesional, la opinión de que emprender brinda estatus social y económico y la opinión sobre la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación.

Con respecto a la medida del trasfondo cultural de apoyo al emprendimiento que existe en Cantabria, los resultados del año 2016 señalan que ha aumentado ligeramente el porcentaje de personas que muestran un nivel alto de apoyo a la cultura emprendedora en la región, pasando de un 15,6% en 2015 a un 18,2% en 2016 (Figura 1.1.18.).

Asimismo, también ha aumentado el porcentaje que manifiesta tener un nivel medio, aunque en este caso la variación es mínima, pasando de un 28,1% en 2015 a un 28,5% en 2016.

Sin embargo, considerado globalmente, en Cantabria se sigue observando una mayor proporción de individuos con un reducido apoyo a la cultura emprendedora, ya que los mayores porcentajes se registran todavía en la franja de apoyo bajo a la cultura emprendedora (31,9%), mientras que el porcentaje en la franja de apoyo nulo sigue siendo también elevado (21,4%).

Figura 1.1.18.
Distribución del índice de cultura de apoyo al emprendimiento



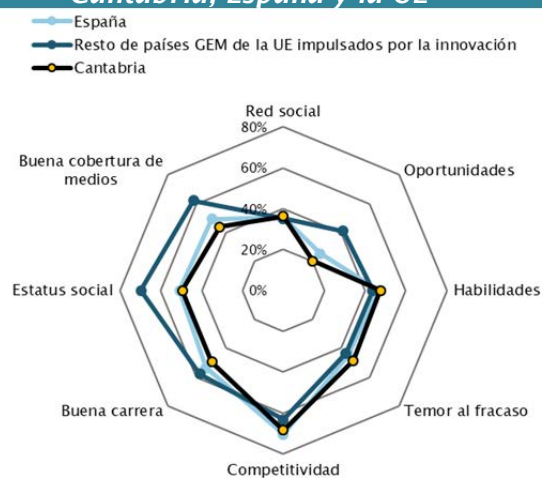
1.1.12. Posicionamiento de Cantabria en el contexto español y europeo acerca de la prevalencia de cultura, valores, percepciones y actitud emprendedora

En la Figura 1.1.19. se muestra una comparativa entre Cantabria, España y el resto de países de la UE recogidos en el informe GEM mundial con respecto a la prevalencia de valores, percepciones, actitudes y elementos de apoyo a la cultura emprendedora.

En la figura se observa que en Cantabria la opinión está muy alineada con la media nacional en todas las dimensiones analizadas (cobertura en medios, red social, oportunidades, habilidades, etc).

Sin embargo, y por lo que respecta a la comparación con los países GEM de la UE, las opiniones de Cantabria (y de España en general) son notablemente más negativas en lo que se refiere a la existencia de una buena cobertura de los medios, el estatus social de los emprendedores y la existencia de buenas oportunidades de emprendimiento, tendencia que se mantiene estable desde hace ya algunos años.

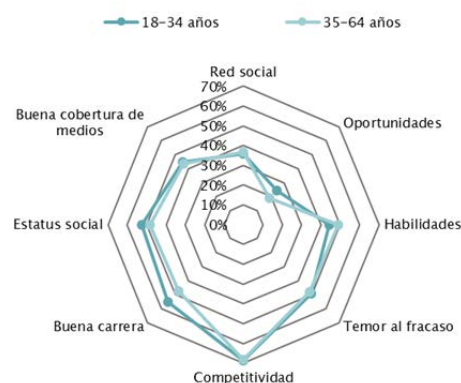
Figura 1.1.19.
Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras: comparación de la prevalencia en Cantabria, España y la UE



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

El resultado de la comparación de estas mismas percepciones entre el colectivo cántabro más joven (representado por personas de entre 18 y 34 años) y el resto de adultos (de entre 35 y 64 años de edad), recogido en la Figura 1.1.20., muestra que la población joven, en términos generales, valora los diferentes factores de forma muy similar a la población adulta, por lo que no se registran diferencias significativas en términos de percepción sobre la cobertura en medios, la red social creada, las oportunidades disponibles, las habilidades de los emprendedores, el temor al fracaso, la competitividad, la perspectiva de carrera laboral o el estatus social aportado por el emprendimiento. Nuevamente, esta tendencia parece mantenerse estable a lo largo de los años.

Figura 1.1.20.
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

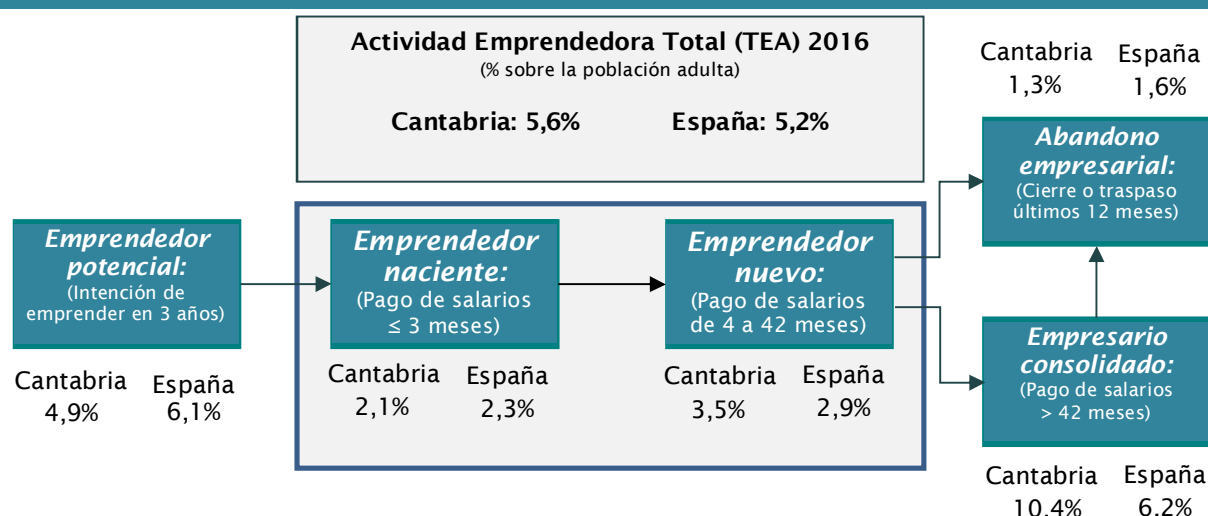
En el contexto del proyecto GEM, el estudio del proceso emprendedor se aborda como el análisis de las distintas etapas en las que una persona emprendedora se puede involucrar, la intención de emprender en el futuro próximo, la puesta en marcha de un negocio naciente, la gestión de negocios nuevos o establecidos e incluso el abandono reciente de una actividad empresarial. Esto es, el emprendimiento se concibe como un proceso que 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 2016



La situación del proceso emprendedor en Cantabria en 2016, difiere algo respecto a la ofrecida a nivel nacional, como puede observarse en la Figura 1.2.1.

Si analizamos comparativamente los valores, destaca que:

- a) El indicador TEA arroja en 2016 una cifra del 5,6% en Cantabria frente al 5,2% 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 2016, era superior en Cantabria que en España en casi medio punto porcentual.
- b) En Cantabria el valor de la TEA se distribuye desigualmente entre emprendedores nacientes (2,1%) y emprendedores nuevos (3,5%). Del mismo modo en el caso de España, el porcentaje de emprendedores nacientes (2,3%) es menor que el porcentaje de emprendedores nuevos (2,9%). En comparación con los datos de 2015, en Cantabria, tanto el porcentaje de emprendedores nacientes como el porcentaje de emprendedores nuevos se ven reducidos ligeramente.
- c) En Cantabria el porcentaje de emprendedores potenciales en 2016 alcanzó el 4,9%, valor inferior al reflejado a nivel nacional en algo más de un punto porcentual. Si consideramos lo reflejado en la edición anterior, se observa un ligero descenso en el caso de Cantabria y un mantenimiento en el caso de España.
- d) Asimismo, en Cantabria en 2016 el porcentaje de empresarios consolidados alcanzó el 10,4% de la población adulta, frente al 6,2% a nivel nacional. Tal brecha entre el dato regional y el nacional se ha incrementado respecto al año anterior, en el que el porcentaje de empresarios consolidados era del 10,2% y del 7,7% en Cantabria y España respectivamente.
- e) Por último, en la presente edición, las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial en Cantabria alcanzaron el 1,3% de la población adulta, valor ligeramente inferior al indicador a nivel nacional (1,6%). Ambos

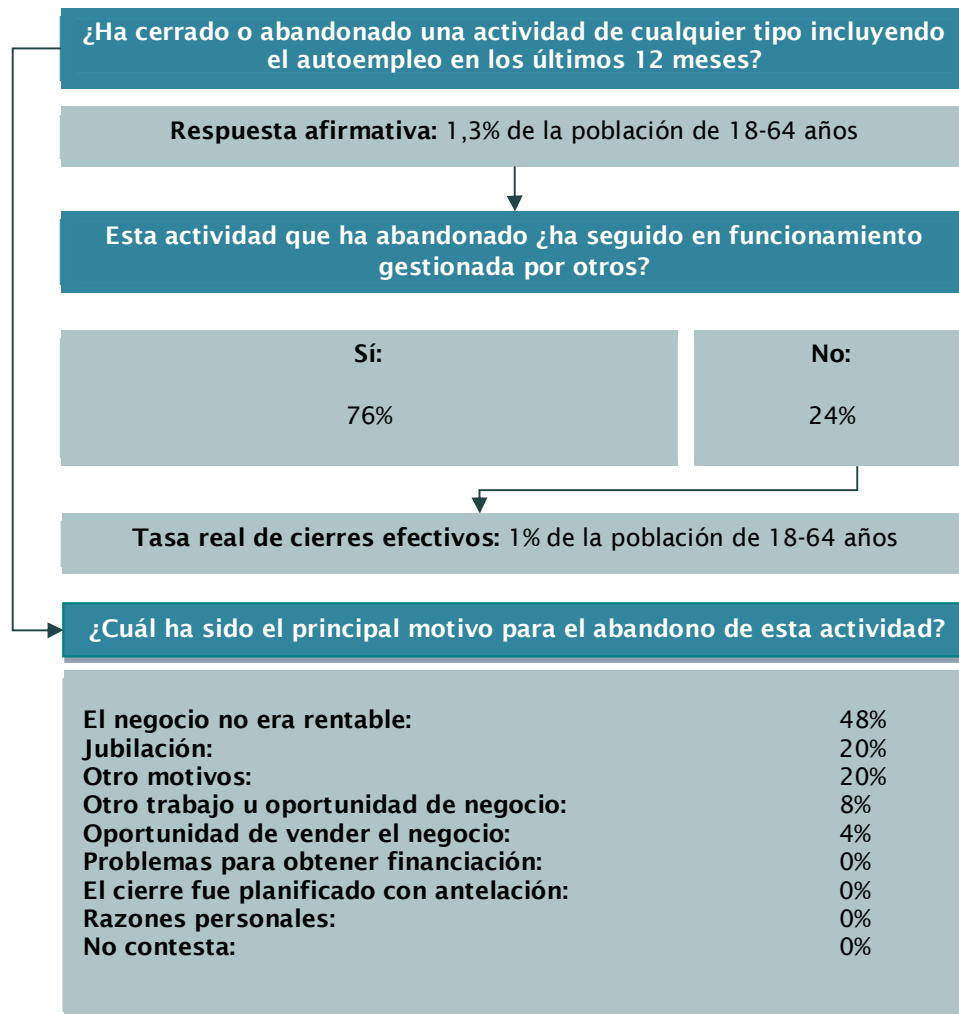
valores son muy similares a los del año anterior.

Centrándonos en el último dato, en el porcentaje de la población adulta que estuvo involucrada en el abandono de una actividad empresarial en 2016, 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 76%. El resto de abandonos no siguieron en funcionamiento por lo que fueron cierres efectivos de actividad. Esto supone que la tasa real de cierres en Cantabria en los doce meses previos a julio de 2016 sea del 1%, ligeramente superior a la observada en el periodo anterior que fue de 0,75%.

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 2016, la principal razón fue que el negocio no era rentable (48% de los casos en Cantabria y 39,8% en España).

En lo que respecta a Cantabria, el siguiente porcentaje se corresponde con la jubilación y otros motivos (20% de los casos cada uno de ellos) y, en tercer lugar, la aparición de otro trabajo u oportunidad de negocio (8%). En el caso de España, sin embargo, la segunda razón de abandono es otros motivos no especificados (17,9%), mientras que la tercera razón de abandono son las razones personales (13,8%).

Si consideramos los motivos de abandono manifestados en Cantabria en la edición anterior, cabe destacar que en 2015 la heterogeneidad de razones fue mayor que lo manifestado en 2016. En el pasado ejercicio, además de las razones expuestas para el año 2016, se manifestaron otras razones como las personales (7,2%) o la planificación del cierre con antelación (3,6%). En 2016, sin embargo, estas razones no fueron seleccionadas. Pese a esta diferencia, en ambos ejercicios, coinciden las tres principales causas de abandono en Cantabria.

Figura 1.2.2. Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2016

1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

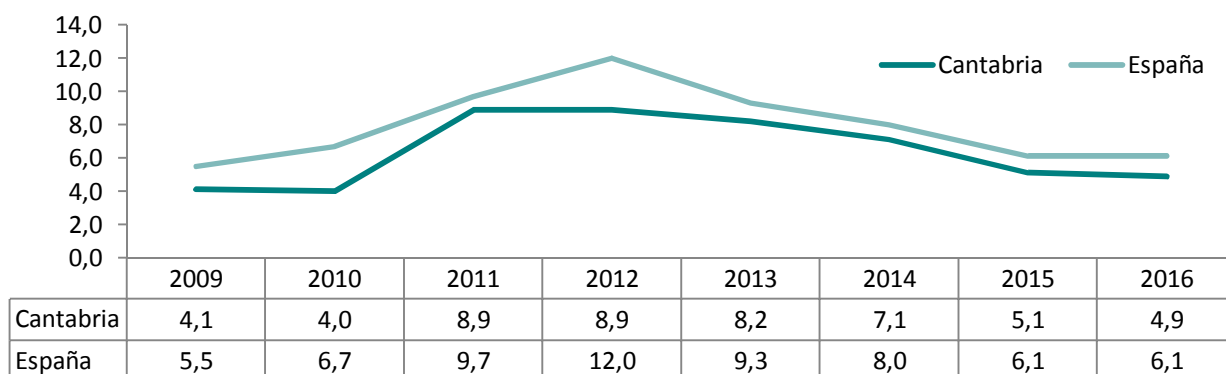
Por lo que se refiere al porcentaje de emprendedores potenciales, se observa que éste ha disminuido ligeramente en 2016 respecto a la edición anterior, pasando de 5,1% de la población adulta al 4,9% en la presente edición. En el caso del dato nacional, en el año 2016, este se ha mantenido.

Asimismo, como se muestra en la figura 1.2.3., se puede observar que la evolución en el valor del porcentaje de emprendedores potenciales para Cantabria sigue una tendencia similar a la de nivel nacional. No obstante, en el último año, la diferencia ha

aumentado ligeramente ya que el valor nacional se ha mantenido, pero el valor regional se ha visto reducido.

Como se apuntó anteriormente, la TEA de Cantabria en 2016 es menor que el valor del año anterior, pasando del 6,6% al 5,6%. Esta reducción se debe tanto a la reducción del porcentaje de emprendedores nuevos que pasó del 4,1% en 2015 al 3,5% en 2016; como a la disminución de los emprendedores nacientes que pasaron del 2,5% en 2015 al 2,1% en 2016.

Figura 1.2.3. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cantabria (periodo 2009-2016)



Si bien es cierto que a nivel nacional el porcentaje se ha reducido también para los nuevos emprendedores, el porcentaje se ha incrementado en el caso de los emprendedores nacientes.

Si consideramos el periodo de tiempo desde 2009 hasta 2016, se puede observar que tras la tendencia negativa registrada entre los años 2009 y 2010, desde el 2011 se ha registrado una tendencia creciente, que fue únicamente interrumpida en el año 2013 y que se ha vuelto a ver interrumpida en el presente ejercicio.

Por otro lado, cabe destacar que, tras esta disminución, la TEA registrada en el año 2016 se sitúa por debajo de la TEA del año 2009, y que la evolución manifestada en la TEA de Cantabria en el periodo 2009 a 2016 (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 2009-2016)



En el caso de la evolución del porcentaje de la población adulta de Cantabria que fue identificada como empresarios consolidados, tal y como se observa la figura 1.2.5., tras un periodo de evolución decreciente entre los

años 2011 y 2013, en el año 2016 continua el ascenso que ya se registró en los dos años anteriores. Este comportamiento difiere ligeramente a lo que ocurre a nivel nacional

donde, aunque con altibajos, la tendencia parece ser decreciente.

Considerando todo el periodo desde 2009 a 2016 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).

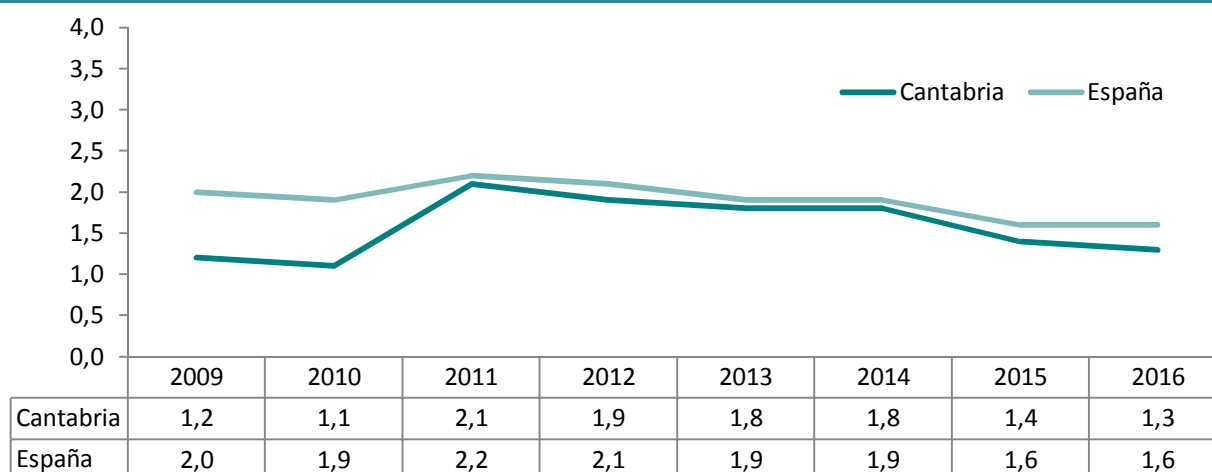
Figura 1.2.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Cantabria (periodo 2009-2016)



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 reducido ligeramente respecto

a edición anterior, pasado del 1,4% al 1,3% y aproximadamente al nivel de 2009. En el caso de España, este indicador es superior en el caso nacional (1,6%), manteniéndose como en el año 2015.

Figura 1.2.6. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cantabria (periodo 2009-2016)



1.2.3. Motivación para emprender: oportunidad versus necesidad

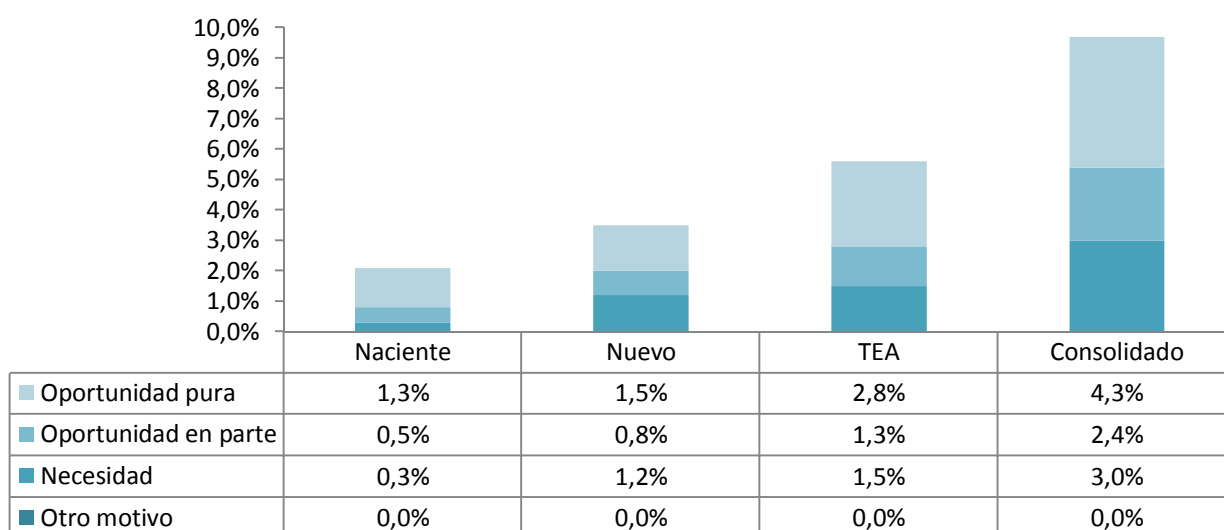
La diferenciación entre el emprendedor por necesidad (aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral) y el emprendedor por oportunidad (aquel que decide crear una empresa basándose en la idea de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada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

Como se observa en la figura 1.2.7 del 5,6% de la población adulta que en 2016 fue identificada como emprendedores en fase

inicial de acuerdo al índice TEA, se puede diferenciar, por un lado, los emprendedores motivados por oportunidad, bien de forma exclusiva (2,8%) o al menos en parte (1,3%); y, por otro lado, los emprendedores motivados puramente por necesidad que representan un 1,5%.

En comparación con los resultados nacionales, los porcentajes obtenidos para el caso regional de Cantabria son muy similares en el año 2016.

Figura 1.2.7. El proceso emprendedor en Cantabria en 2016 según el motivo para emprender



Por lo que se refiere al desglose de los datos anteriores para Cantabria en 2016, anticipar que éste es similar al que puede observarse para España en 2016. Así, el 4,1% de las personas adultas identificadas como emprendedores en fase inicial por oportunidad, un 1,8% corresponde específicamente a emprendedores nacientes por oportunidad (1,3% por oportunidad pura y 0,5% por oportunidad parcial) y un 2,3% a emprendedores nuevos por oportunidad (1,5% por oportunidad pura y 0,8% por oportunidad parcial). Sin embargo, del 1,5% de las

personas adultas identificadas como emprendedores en fase inicial por necesidad, un 0,3% corresponde a emprendedores nacientes por necesidad y un 1,2% corresponde a emprendedores nuevos por necesidad.

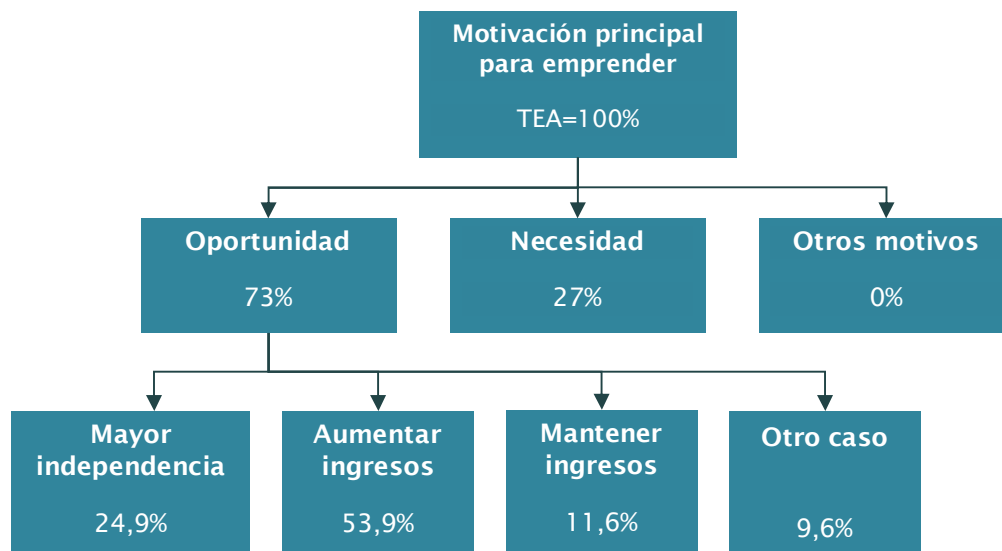
Asimismo, un 4,3% de la población adulta en 2016 fue identificada como empresarios consolidados que en su momento emprendieron puramente por oportunidad, un 2,4% fue identificado como empresarios consolidados que emprendieron en parte por oportunidad y un 3% por necesidad.

La Figura 1.2.8. muestra la distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo para emprender. Así, el 73% de la TEA de Cantabria de 2016 se corresponde a emprendedores en fase inicial por oportunidad; y el 27% de dicho índice se corresponde a emprendedores en fase inicial por necesidad. En comparación con los datos nacionales, el porcentaje por oportunidad es tres puntos porcentuales mayor en Cantabria; el porcentaje por necesidad es muy similar en ambos casos (27% para Cantabria frente a 26% para España); y el porcentaje de otros motivos

es 3,8% en el caso de España e inexistente en el caso regional.

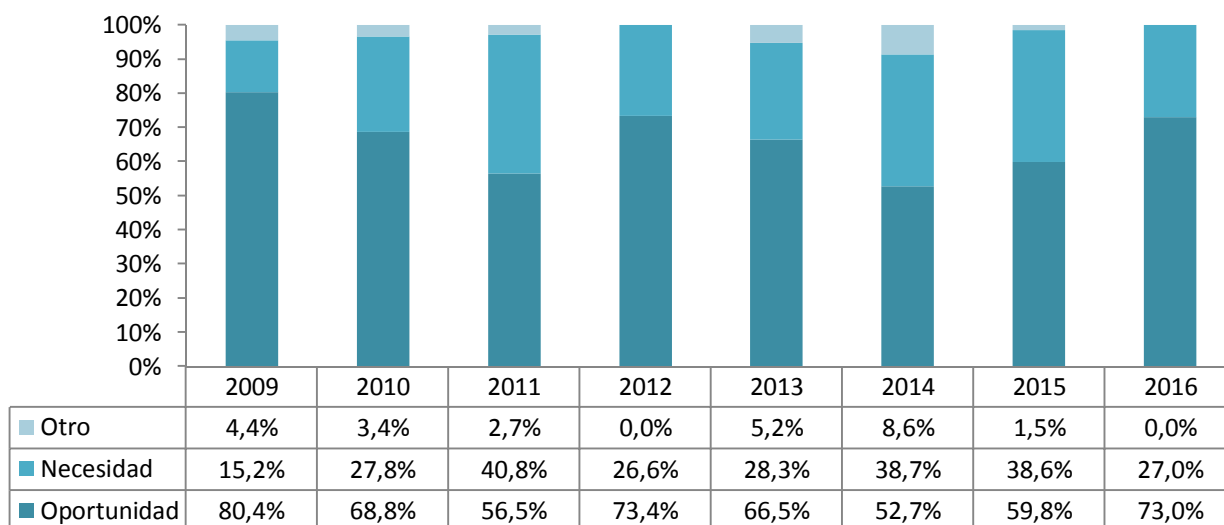
A su vez, entre los emprendedores por oportunidad se puede desagregar en función de lo que buscaban con la puesta en marcha de la iniciativa. Así, entre dicho colectivo la mayoría dice buscar un aumento de los ingresos (53,9%), seguido por la mayor independencia (24,9%), el mantenimiento de los ingresos (11,6%) y otros casos (9,6%). La ordenación, aunque con diferentes porcentajes, es la misma a nivel nacional.

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. A lo largo de toda la serie temporal analizada, la oportunidad parece ser la principal motivación para emprender, incrementándose más de trece puntos porcentuales del año

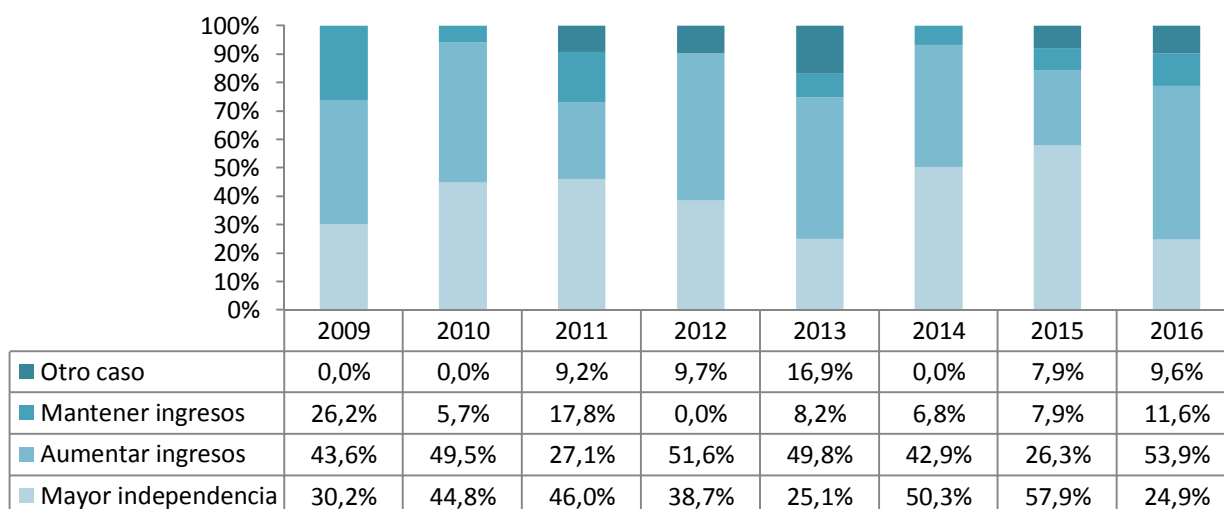
2015 al año 2016. La necesidad sigue reduciendo su representatividad, continuando con la tendencia de los últimos ejercicios, hasta alcanzar el 27% en el año 2016. La tendencia es similar en el caso nacional.

Figura 1.2.9. Evolución de la TEA en Cantabria según el motivo para emprender (periodo 2009-2016)

En la Figura 1.2.10. se recoge la evolución de la TEA por oportunidad en Cantabria según las razones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender durante el periodo 2009-2016.

La motivación de mayor peso relativo para la puesta en marcha de las iniciativas varía a lo largo de los años entre aumentar los ingresos

(2009, 2010, 2012, 2013 y 2016) y la búsqueda de una mayor independencia (2011, 2014 y 2015). 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 1.2.10. Evolución de la TEA por oportunidad en Cantabria según las razones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender (periodo 2009-2016)

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.

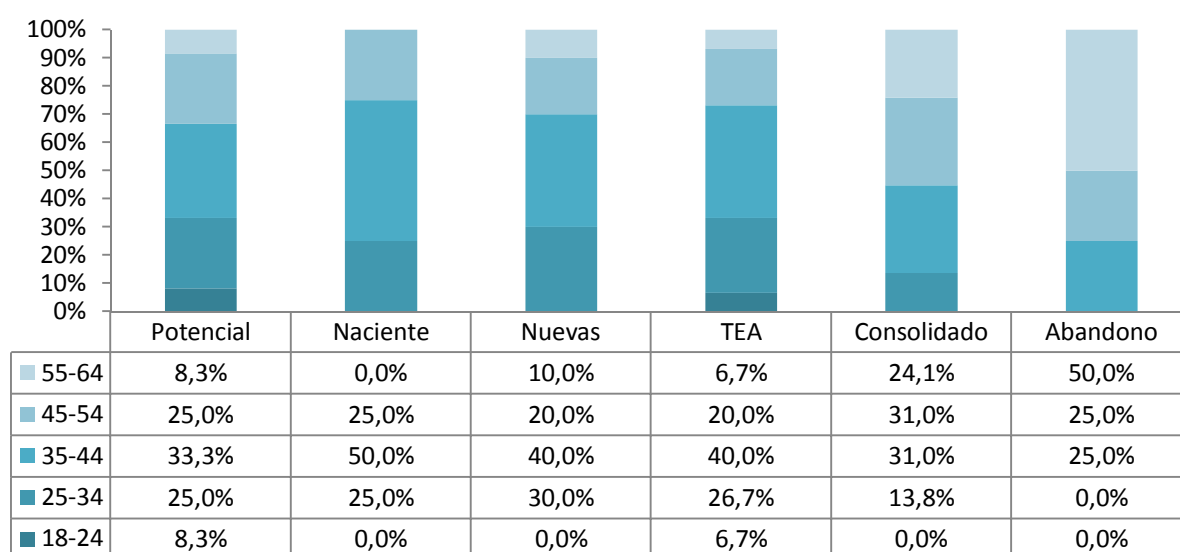
Distribución por edad

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 (33,3%), siguiéndoles los tramos de edad de 45 a 54 años (25%) y 25 a 34 años (25%).

En el caso de los emprendedores en fase inicial, estos se sitúan principalmente en el tramo de 35 a 44 años que alcanza el 40% del total, seguido del tramo de edad de los 25 a 34 años (26,7%) y del tramo de 45 a 54 (20%). Esta ordenación se mantiene si se analizan de forma independiente los emprendedores nacientes y los emprendedores nuevos. Para el caso de los empresarios consolidados los tramos de edad entre los 45 y los 54 años y entre los 35 y los 44 años son los que aglutinan mayores porcentajes (31% cada uno de ellos), seguidos por el tramo de edad de 55 a 64 años (24,1%) y el tramo de 25 a 34 años (13,8%). Por último, la distribución por edades entre los emprendedores que han afirmado abandonar su negocio en los últimos 12 meses, el mayor tramo de edad se encuentra entre los 55 y 64 años (50%), seguido por los tramos de edad de 35 a 44 años y de 45 a 54 años (25% cada uno de ellos). En el caso nacional, la distribución por edades tiene unas características similares a las del caso regional.

Figura 1.2.11. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2016



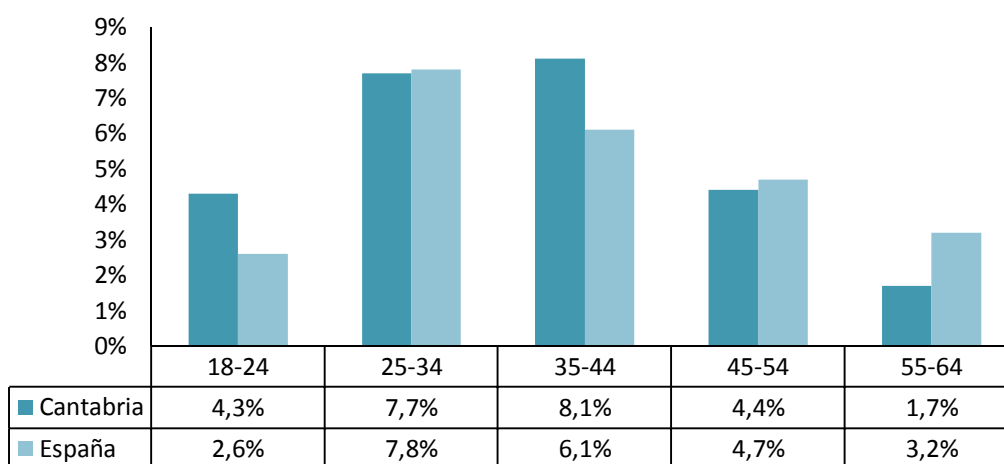
En lo que se refiere a la edad media de los diferentes colectivos, el grupo de mayor edad media es el de los emprendedores que afirman haber cerrado su actividad en los últimos 12 meses (51,67 años), seguidos por los emprendedores consolidados (46,26 años). El resto de grupos de emprendedores se sitúan en una franja de edad muy similar, sin apenas diferencias. Así, los emprendedores nacientes tienen la menor edad media (39,14 años), seguidos por los emprendedores potenciales (39,44 años) y por los emprendedores nuevos (39,89 años).

Asimismo, en la Figura 1.2.12 se muestra el índice TEA para los distintos tramos de edad, tanto para Cantabria como para España. De

acuerdo con los datos recogidos en 2016, el mayor índice TEA aparece en el tramo de edad situado entre los 35 y los 44 años en el caso de Cantabria, al igual que había ocurrido en el año anterior. En el caso de España, sin embargo, el mayor TEA se encuentra en la franja de edad situada entre los 25 y los 34 años. Por otro lado, el menor índice TEA se encuentra en el mayor tramo de edad (55-64 años) para el caso de Cantabria y en el menor tramo de edad (18 a 24 años) en el caso de España.

Se observa que, en los tramos de edad entre los 18 y los 24 años, y los 35 y 44 años, el índice TEA es superior en Cantabria; mientras que en el resto de tramos el índice es inferior.

Figura 1.2.12. Índice TEA por edades en Cantabria y España en el año 2016



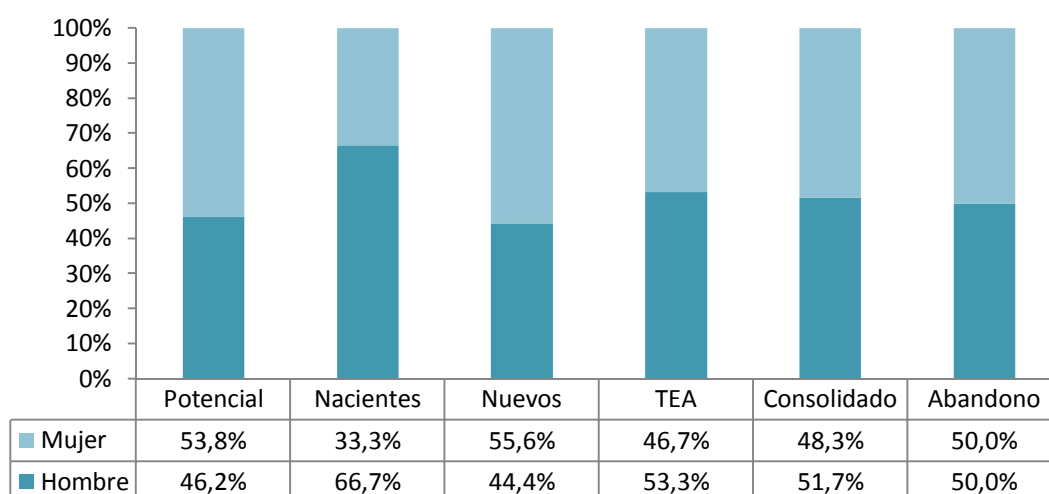
Distribución por género

Por lo que respecta a la distribución de la población emprendedora por género la Figura 1.2.13 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 53,8%, cambiando la situación respecto al año anterior. Para el caso de los emprendedores en fase inicial es el género masculino el predominante (53,3%). Este caso se repite con

los emprendedores nacientes, de los cuales el 66,7% pertenecen al género masculino. Sin embargo, en el caso de los emprendedores nuevos, el género femenino vuelve a tener mayor presencia (55,6%) que el masculino (44,4%).

Por otro lado, entre los empresarios consolidados se observa un porcentaje mayor de hombres (51,7%). Finalmente, entre los emprendedores que reconocen haber cerrado la actividad en los últimos 12 meses, la distribución entre géneros es igual en ambos casos.

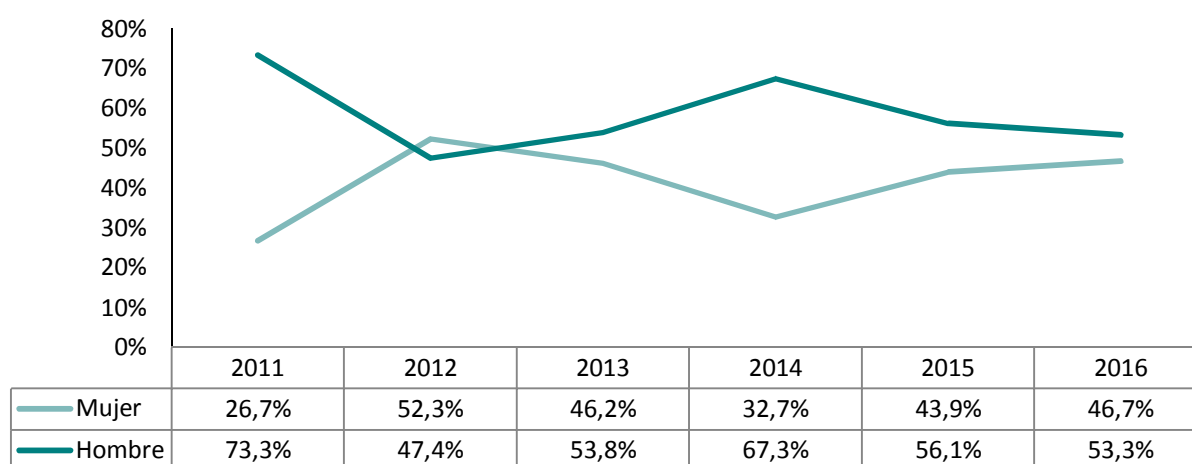
Figura 1.2.13. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2016



Si consideramos la distribución de la población emprendedora por género en España en 2016 para los diferentes colectivos, se observa que el porcentaje de hombres es mayor en todos los colectivos.

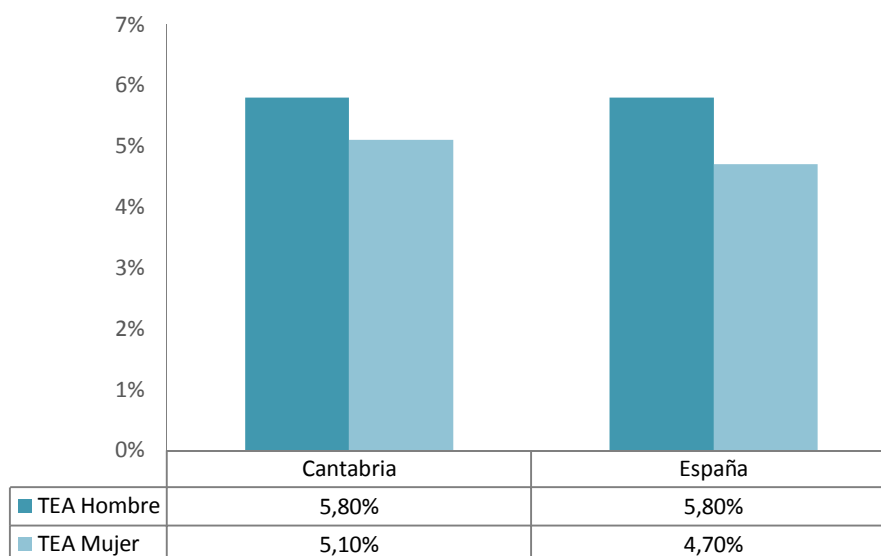
Por otro lado, si tenemos en cuenta la evolución temporal de la distribución por género en Cantabria, se observa (Figura 1.2.14.) que en el año 2016 continúa la reducción existente entre ambos géneros que comenzó en el año 2015 y que acaba con el alejamiento que comenzó en el año 2012.

Figura 1.2.14. Evolución de la distribución por género en Cantabria (periodo 2011-2016)



En la Figura 1.2.15 se recoge una comparativa del índice TEA por género en Cantabria y España. Se observa que el índice TEA en el caso de los hombres es igual en el caso regional que en el caso nacional, mientras que el índice TEA para las mujeres es superior en

el caso regional (5,1 frente al 4,7 respectivamente). También se puede comprobar como el TEA masculino es superior al femenino en ambos casos.

Figura 1.2.15. índice TEA por género en Cantabria y España en el año 2016

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 2016 es la siguiente (véase Figura 1.2.16.).

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 53,3% de los emprendedores en fase inicial identificados en 2016 tenía formación secundaria, el 33,3% tenían formación superior y el 13,3% formación primaria. La ordenación de porcentajes se mantiene en la misma posición para el caso de los emprendedores nacientes y los nuevos.

En el caso de los emprendedores potenciales, los resultados son ligeramente diferentes. Así, el 46,2% tenía estudios secundarios, el 30,8% estudios primarios y el 23,1% estudios superiores.

Por otro lado, el mayor porcentaje de emprendedores consolidados contaba con estudios secundarios (42,9%), seguido por los estudios superiores (35,7%) y la formación primaria (21,4%).

Por último, los emprendedores que afirmaron haber cerrado su negocio en los últimos doce meses tenían estudios secundarios en el 50% de los casos, estudios primarios en el 25% de los casos y formación superior en el 25% restante.

Si tenemos en cuenta los resultados mostrados en el ejercicio anterior en Cantabria, podemos afirmar que se mantiene la misma tendencia.

El proyecto GEM también analiza la información referente a la formación específica para emprender que han recibido los emprendedores. Como puede observarse en la Figura 1.2.17, el 46,7% de los emprendedores en fase inicial y el 38,5% 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, el 42,9% afirmó haber recibido algún tipo de formación. Finalmente, el porcentaje más bajo de formación específica sobre emprendimiento (33,3%) se encuentra entre los emprendedores que afirmaron haber cesado su actividad en el último año.

Al igual que en el año 2015, se observa que los emprendedores que se encuentran en las primeras etapas tienen más formación en temas específicos. Además, el porcentaje de emprendedores con formación específica se ha mantenido o incluso ha aumentado respecto al año anterior.

En comparación con los resultados nacionales de 2016, los porcentajes son muy similares a nivel regional y a nivel español.

La mayor diferencia entre ambos datos se percibe en la tasa de emprendedores con estudios de postgrado, mientras que en Cantabria no hay ningún emprendedor con este nivel de estudios, en España todas las tipologías cuentan, al menos, con un 4,5%.

Figura 1.2.16. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria en 2016

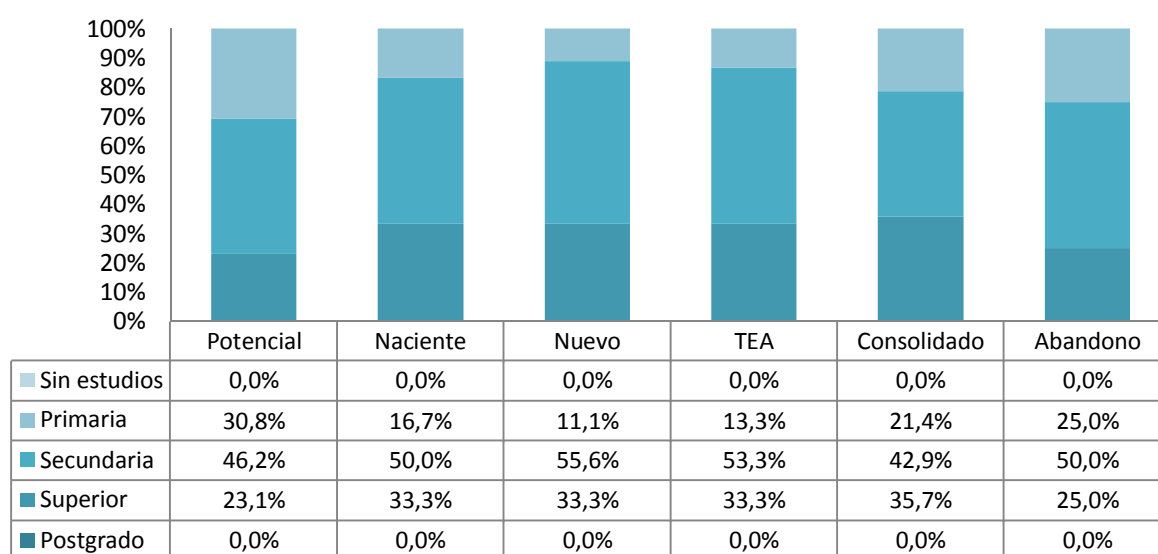
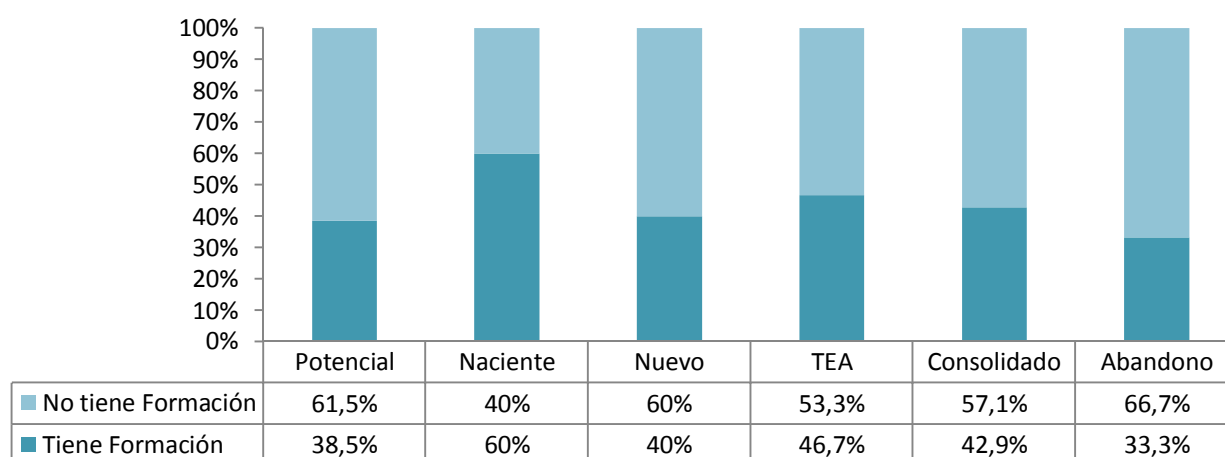


Figura 1.2.17. Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2016, en función de la formación específica para emprender



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 2016 en el caso de los emprendedores iniciales, el nivel de actividad emprendedora de la población del tercio medio de renta ha sido mayor que el nivel de actividad emprendedora de la población que se encuentra en los otros dos tercios. Sin embargo, en el caso de los emprendedores potenciales el nivel de actividad emprendedora se concentra en mayor medida en el tercio inferior de renta.

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
2016	Tercio inferior	66,7%	30,8%	23,8%
	Tercio medio	22,2%	38,5%	33,3%
	Tercio superior	11,1%	30,8%	42,9%
2015	Tercio inferior	42,1%	32,0%	43,9%
	Tercio medio	25,0%	29,1%	20,5%
	Tercio superior	32,9%	38,8%	35,6%
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%

A través de la tabla 1.2.2. se puede analizar el nivel de actividad (TEA) de los distintos tramos de renta establecidos. A partir de los datos puede observarse que, pese a presentar diferentes valores, la ordenación es la misma en este año y en el anterior.

Así, el tercio medio de renta es el que presenta un mayor índice TEA (10,6%), seguido por el tercio superior (8,2%) y por el tercio inferior (4,3%). En cuanto a la evolución en cada uno de los tercios establecidos, se observa que el único que ha aumentado su índice TEA es el tercio medio, en los otros dos casos, se ha reducido en más de un punto porcentual.

Tabla 1.2.2. Evolución del índice TEA por tramo de renta en Cantabria en los años 2015 y 2016

Renta	2015	2016
Tercio inferior	5,3%	4,3%
Tercio medio	8,9%	10,6%
Tercio superior	9,7%	8,2%

Influencia conjunta de las características demográficas sobre la TEA

Una vez presentadas cada una de las características de las personas involucradas en actividades de emprendimiento, resulta de interés realizar un análisis conjunto que permita determinar la magnitud y relevancia de cada una de ellas en la explicación de la tasa de actividad emprendedora. Para ello, en la figura 1.2.18. se presenta un gráfico de cajas con el efecto de cada de las características demográficas individuales analizadas previamente, y su influencia sobre la TEA. Al igual que los gráficos presentados en el apartado 1.1., el grafico presenta el valor del Odd ratio, siendo el tamaño de las cajas el rango entre el primer y el tercer cuartil. Para una correcta interpretación también se señala una zona sombreada vertical entorno al valor 1, que marca el rango en el que no se aprecian diferencias estadísticamente significativas.

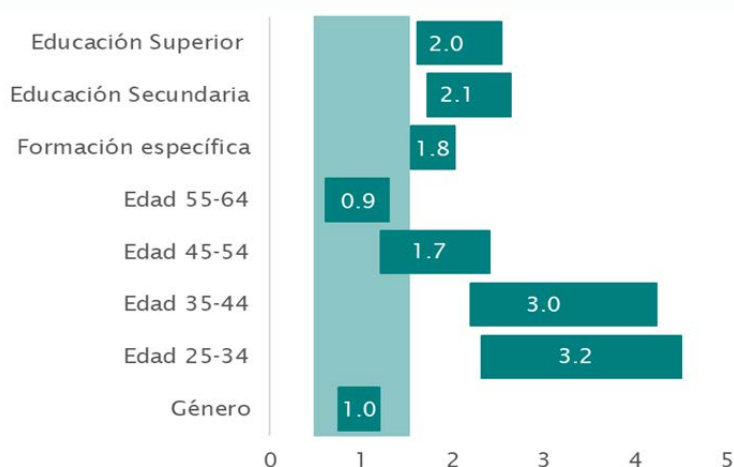
En primer lugar, no se observan diferencias en función del género, por lo que hombres y mujeres muestran la misma propensión a emprender.

En segundo lugar, la edad sí que parece jugar un papel relevante en la probabilidad de realizar actividades emprendedoras. Tomando como grupo de referencia a los menores de 25 años, se observa que los individuos entre 25 y 44 años tienen una propensión a emprender mucho más alta, siendo la probabilidad de realizar actividades de emprendimiento alrededor de 3 veces superior que la de los menores de 25 años.

Sin embargo, a partir de los 45 años esta diferencia desaparece, lo que puede reflejar la existencia de factores relacionados con la edad que se han venido identificando como causantes de una reducción de la propensión a emprender (como la búsqueda de mayor estabilidad o el acercamiento de la edad de jubilación).

En lo que se refiere a la formación específica en emprendimiento, también se observa una influencia positiva y relevante sobre la propensión a emprender. De esta forma, aquellos que han participado en programas de formación específica para emprender muestran algo menos del doble (1,8 veces) de propensión a emprender.

Por último, si nos fijamos en el nivel de educación se observa que la propensión a emprender para las personas con niveles de educación secundaria o superior es el doble que los que tienen un nivel máximo de educación de primaria.

Figura 1.2.18. Influencia conjunta de las características demográficas sobre la TEA

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).

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 1.2.3 describe las características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria y España en 2016. En promedio, en Cantabria el capital semilla de estos proyectos nacientes fue de 41.054 euros.

Debido a la enorme dispersión que existe en las necesidades de capital semilla de los

distintos proyectos (desde los mil quinientos euros hasta los seiscientos mil), la media de este indicador es sensible a los valores extremos, siendo necesario analizar también la mediana. Así, en Cantabria en 2016, el 50% de los proyectos ha necesitado una inversión de al menos 20.000 euros, mientras que el restante 50% ha necesitado cantidades que fueron inferiores a dicha cifra. Asimismo, la cantidad de capital semilla más común entre los proyectos de negocio de los emprendedores nacientes de 2016 fue de 60.000 euros, seis veces el valor más repetido en el año 2015.

Analizando la evolución de estos datos en Cantabria, cabe destacar que el valor de la media se ha visto reducido drásticamente en este ejercicio respecto al año 2015, volviendo a valores más similares al año 2014. La mediana, sin embargo, ha aumentado en comparación con el año anterior, pero aún es menor a la que se registró en el año 2014. Como se muestra en la Tabla 1.2.3, si comparamos estos datos con los correspondientes a España en 2016, cabe afirmar que:

- el capital semilla de los proyectos nacientes en España en 2016 es más del doble que el de Cantabria.

- el 50% de estos proyectos en España han necesitado una inversión de al menos 15.000 euros, inferior al importe para Cantabria.
- la cuantía de capital semilla más repetida en España en el caso de los emprendedores nacientes ha sido la mitad que la de Cantabria.

Tabla 1.2.3. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria (periodo 2014- 2016)

	Cantabria			España		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Media	41.054	75.721	41.743	97.563	55.683	55.542
Mediana	20.000	15.000	36.456	15.000	17.810	20.000
Moda	60.000	10.000	100.000	30.000	20.000	20.000
Desv. Típica	85.080	270.397	35.787	809.018	157.308	105.363
Mínimo	1.500	500	500	-	300	500
Máximo	600.000	1.800.000	100.000	-	2.000.000	1.500.000

En lo que se refiere a la procedencia de los fondos, en la Figura 1.2.19 se recoge la comparativa entre Cantabria y España. Tal y como se aprecia en la citada figura, la mayor parte de los fondos proviene del capital propio, tanto a nivel regional (60,5%) como a nivel nacional (49,7%). En segundo lugar, se encuentran los fondos procedentes de instituciones financieras, que suponen el 11,6% de las iniciativas a nivel regional y el 25,5% a nivel nacional.

Tras estas dos principales fuentes de procedencia, le siguen la familia (7% en Cantabria, 5,6% en España), los inversores especializados (4,7% en Cantabria, 0,6% en España) y otras fuentes (2,3% en Cantabria, 1% en España). Además, en el caso nacional, en un 2,8% de los casos la financiación procede de programas del gobierno. Esta fuente de financiación no se da en el caso de nuestra región. Por último, cabe destacar que el 14% de los casos regionales no necesitó financiación, un dato ligeramente inferior al caso nacional (14,9%).

Figura 1.2.19. Procedencia de los fondos de financiación en Cantabria y España en el año 2016



Por lo que se refiere a la oferta de financiación, los datos recogidos en 2016 por el proyecto GEM muestran que las características más relevantes de las personas que han actuado en los últimos tres años como inversor privado en negocios de otras personas, en los que no participa directamente en la gestión, son las siguientes:

- Un 63,5% ha actuado como inversor en negocios de un familiar cercano.
- Un 17,3% ha actuado como inversor en negocios de algún amigo o vecino.
- un 63,7% manifiesta estar en situación laboral activa (sea a tiempo completo o parcial, incluido el autoempleo).
- un 49,3% de los mismos se sitúa en el tramo de renta del tercio inferior.
- un 50% son mujeres.
- un 45,6% han cursado la educación secundaria.
- un 30,5% han recibido formación específica para emprender en algún momento de su vida.
- un 45,7% de estos inversores manifiesta tener conocimiento, habilidades y experiencia para empezar un nuevo negocio.
- un 17,3% consideran que existen buenas oportunidades en su entorno para comenzar un nuevo negocio en los próximos 6 meses.
- un 4,8% están a punto de empezar un nuevo negocio.

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 Cantabria en los últimos años. En concreto se presentan datos relativos a los aspectos siguientes:

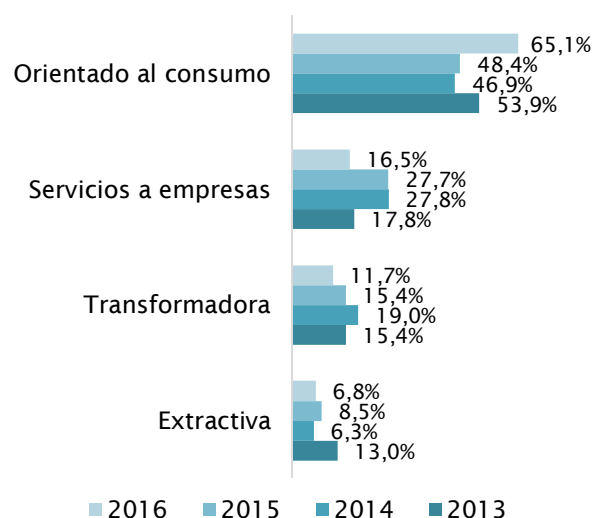
- Sector de actividad.
- Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras en Cantabria.
- Dimensión de las iniciativas emprendedoras cántabras y empresas consolidadas medidas a través de número de empleados.
- Número de empleados esperado a los cinco años de la puesta en marcha.
- Actividad emprendedora 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 2016

Teniendo en cuenta la clasificación sectorial utilizada por el GEM a nivel mundial, que diferencia entre el sector orientado al consumo, el sector de servicios a empresas, la industria transformadora y la industria extractiva, se observa que las iniciativas emprendedoras registradas en Cantabria en el año 2016, al igual que en años anteriores, se centran principalmente en el sector orientado al consumo (65,1%) (Figura 1.3.1.).

Por el contrario, los sectores de servicios a empresas (16,5%), la industria transformadora (11,7%) y la industria extractiva (6,8%) representan niveles notablemente menores y, además, sus porcentajes han disminuido con respecto al año pasado.

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



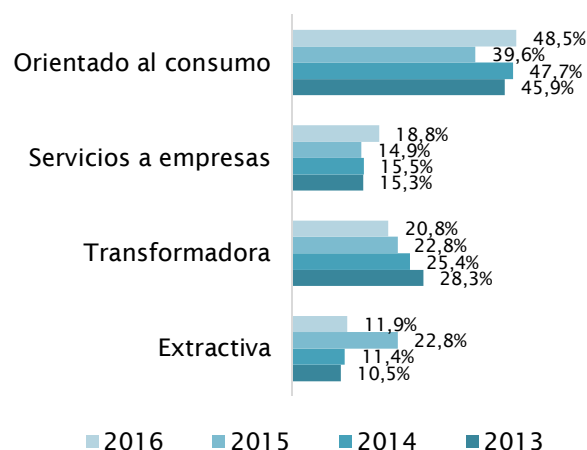
En el caso de la distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores, se observan resultados similares a los mostrados previamente (Figura 1.3.2.).

Por un lado, se observa que el sector orientado al consumo es el que más iniciativas emprendedoras registra (48,5%), y que ha aumentado con respecto al año 2015 (39,6%).

En segundo lugar, se encuentra la industria transformadora (20,8%) que, no obstante, ha experimentado un cierto descenso con respecto al 22,8% registrado en 2015. También se ha producido una disminución sustancial en la industria extractiva, que pasa de ocupar el 22,8% al 11,9% de la población cántabra.

El emprendimiento de servicios a empresas registró un aumento del 14,9% en 2015 al 18,8% en 2016.

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. 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

Utilizando esta misma escala para el análisis de las iniciativas emprendedoras en

Cantabria, el análisis detallado de la Figura 1.3.3. revela que el mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras en 2016 presentan una dimensión de microempresa, con un 62,1% del total de iniciativas que no generan empleo y otro 35,4% que tienen entre 1 y 5 empleados.

No obstante, se observa también un ligero repunte del número de empresas de entre 6 y 19 empleados, que alcanzó el 2,5% del total de iniciativas emprendedoras en la región.

Al comparar los datos con la media española (Figura 1.3.4.) se observa que, en líneas generales, la empresa cántabra sigue mostrando valores negativos en cuanto a generación de empleo en el año 2016. El dato más negativo lo refleja la ausencia de iniciativas emprendedoras que generen más de 20 empleos en la región, mientras que en España un 3,2% de las iniciativas emplean al menos este número de empleos. En línea con este resultado, en 2016 el 62,1% de iniciativas emprendedoras de Cantabria no registraron empleados frente al 52,4% de España.

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

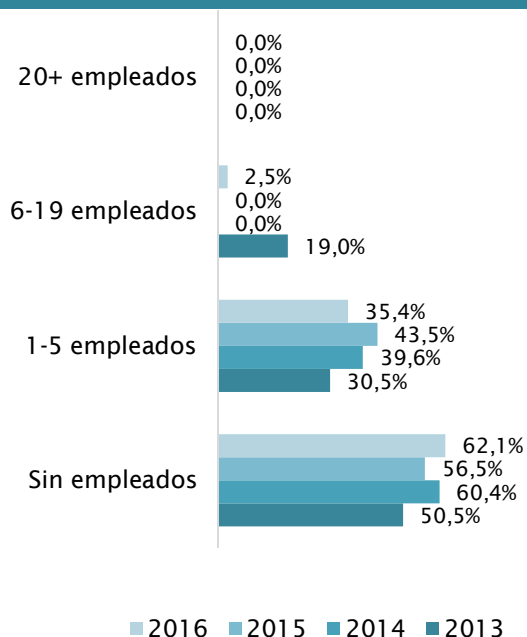
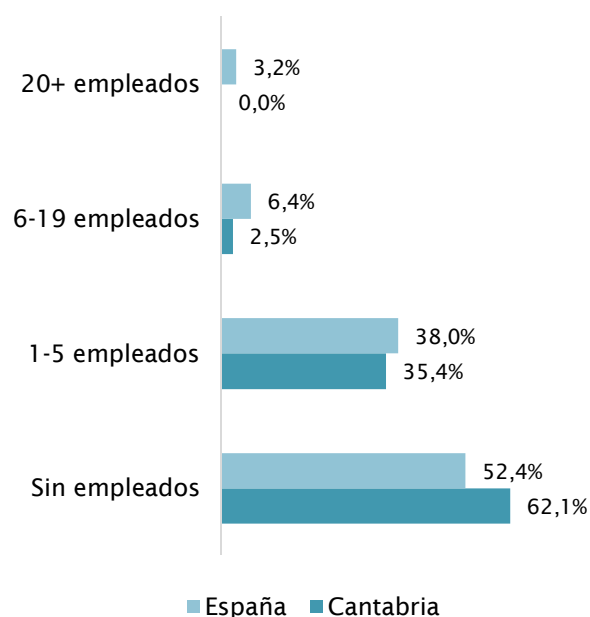


Figura 1.3.4.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2016



Con respecto a las iniciativas consolidadas (Figura 1.3.5.), la situación en 2016 muestra nuevamente el predominio de las iniciativas que no son generadoras de puestos de trabajo (50,5%), seguidas de las iniciativas que generan entre 1 y 5 empleos (42,1%), las iniciativas de entre 6 y 19 empleados (6,9%) y las grandes iniciativas generadoras de más de 20 puestos de trabajo (0,5%).

Estos resultados pueden considerarse ciertamente negativos ya que, al contrario de lo sucedido en años precedentes, en 2016 se consolidan las iniciativas empresariales que no generan nuevos puestos de trabajo frente a las iniciativas que generan al menos un nuevo empleo en la región.

Si se compara nuevamente la situación de la región con la nacional (Figura 1.3.6.), se aprecia que en Cantabria las iniciativas

consolidadas tienen una dimensión más pequeña que en el conjunto de España ya que predominan en mayor medida las iniciativas sin empleados (50,5% vs. 38,9%, respectivamente), mientras que el volumen de empresas que generan al menos un puesto de trabajo es significativamente inferior.

Por ejemplo, en 2016 en Cantabria se registró un 42,1% de iniciativas generadoras de entre 1 y 5 puestos de trabajo frente al 49,3% de media nacional. En el caso de las iniciativas generadoras de 6 a 19 puestos de trabajo, la media española se situó en el 8,7%, mientras que en Cantabria fue de 6,9%. Finalmente, para las iniciativas de más de 20 empleos la media nacional se situó en el 3,1% y Cantabria en el 0,5%.

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

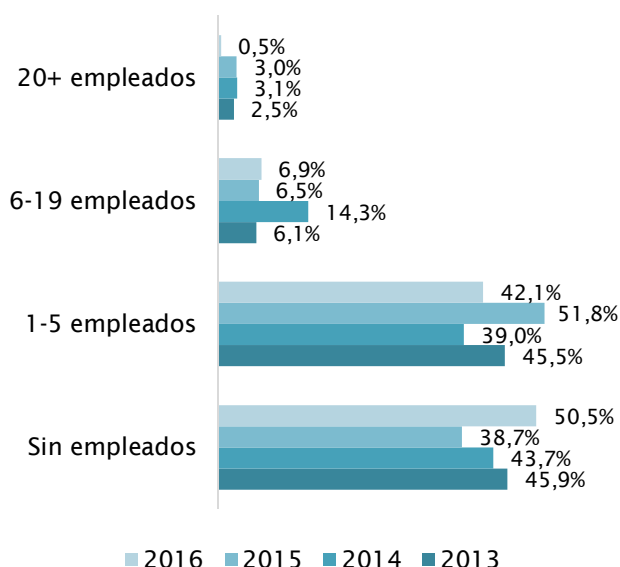
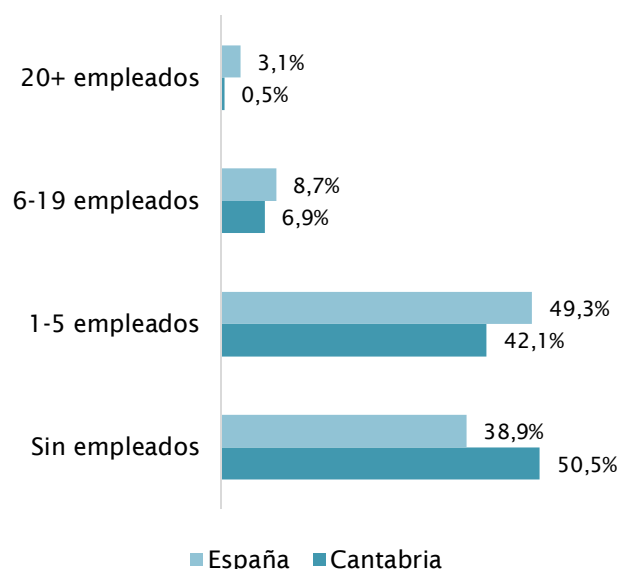


Figura 1.3.6.
Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2016



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

En este informe, la proporción de iniciativas que esperan crecer en términos de empleo se estima preguntando cada año a los entrevistados cuántos puestos de trabajo esperan haber generado al final de los 5 próximos años.

Las Figuras 1.3.7. y 1.3.8. muestran la evolución de los resultados relacionados con las actividades emprendedoras y consolidadas en Cantabria desde 2013.

Los resultados relativos a las expectativas de creación de empleo para las iniciativas emprendedoras (Figura 1.3.7.) se recuperan ligeramente en 2016. En este sentido, si bien la población encuestada volvió a señalar unas expectativas principalmente orientadas a la consolidación de microempresas de menos de 5 empleados (92,6% de la población total), cabe destacar el aumento de las expectativas en torno a la creación de iniciativas emprendedoras generadoras de más de 6

puestos de trabajo. Concretamente, un 5,2% de los encuestados esperan generar entre 6 y 19 puestos de trabajo mientras que un 2,1% esperan lograr más de 20 empleos.

Por otro lado, 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 situaron en el 45,0% en el 2016, porcentaje ligeramente superior al 44,3% registrado en 2015. Frente a este dato, las que prevén que van a crear entre 1 y 5 puestos de trabajo representaron el 46,1% del total, cifra similar a la de 2015, que se situaba en un 46,8%. Las iniciativas de entre 6 y 19 empleados alcanzaron un 7,3% frente al 6,3% registrado en 2015 y, finalmente, las iniciativas de más de 20 empleados descendieron hasta el 1,6% frente al 2,5% del 2015.

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

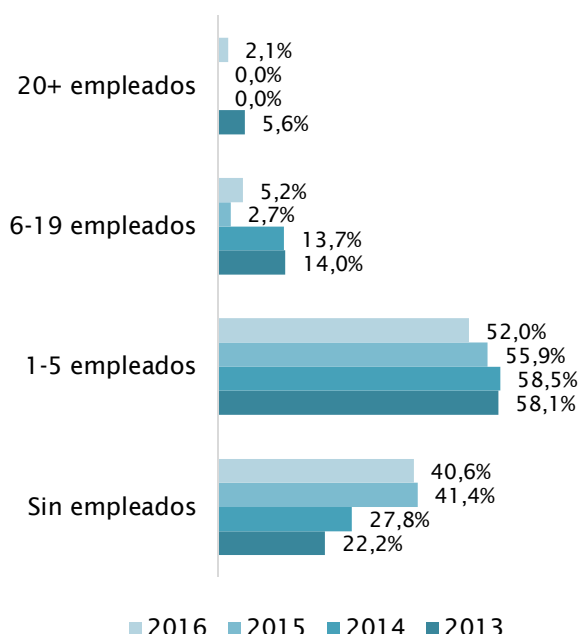
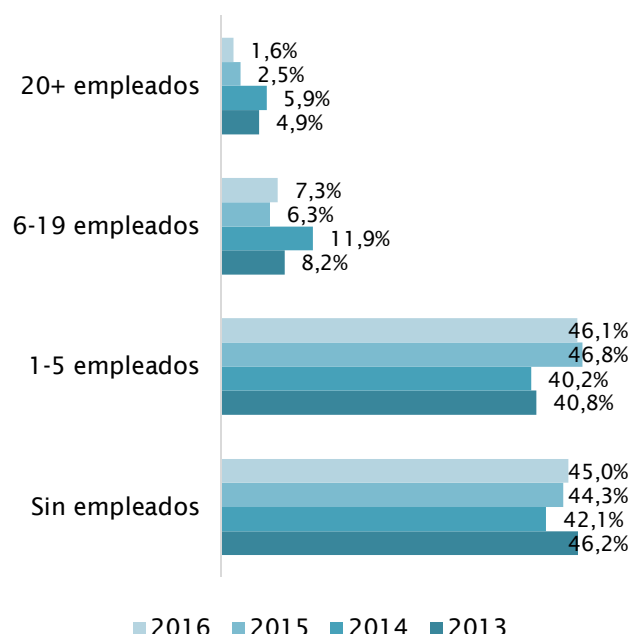


Figura 1.3.8.
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas



En la Tabla 1.3.2 se recoge el crecimiento medio esperado por los dos tipos de iniciativas (emprendedoras y consolidadas) y la dispersión en torno a la media de empleados; resultados medidos en ambos casos en número de personas.

Por el contrario de lo observado en el año 2015, para el 2016 se pone de manifiesto que en Cantabria los emprendedores que se encuentran en la fase de iniciativa emprendedora (0-42 meses de actividad) han mejorado notablemente sus expectativas de crecimiento para dentro de cinco años, pasando de un 0,87 en el año 2015 a un 2,89 en el año 2016.

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 que los emprendedores nacientes, si bien en 2016 mejoran ligeramente sus expectativas respecto a 2015, pasando de 0,19 a 0,68 empleos medios generados con su actividad. Estos datos vuelven a confirmar una tendencia de mejora sustancial en la creación de empleo también en esta categoría de emprendimiento.

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)			
	2013	2014	2015	2016
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,38 (6,79)	1,50 (2,43)	0,87 (1,98)	2,89 (20,18)
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,52 (2,12)	0,44 (1,76)	0,19 (2,89)	0,68 (3,94)

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.

En los últimos años, el Proyecto GEM se ha centrado 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, definida ésta como un concepto mucho más amplio.

De esta forma, los datos obtenidos y presentados en la Figura 1.3.9. muestran que la proporción de iniciativas emprendedoras cántabras (0-42 meses) que presentan un grado de innovación mayor en la oferta de sus productos y servicios alcanzó en 2016 un 9,0% del total, y un 17,2% en el rango de algo innovadoras. Además, el porcentaje de iniciativas no innovadoras se situó en el 73,8%.

Estos datos resultan ligeramente mejores que los obtenidos en el 2015, cuando el volumen de iniciativas no innovadoras era más elevado (74,2%), mientras que las iniciativas completamente innovadoras eran menos numerosas (7,6%).

Con respecto al porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada del negocio, los resultados obtenidos resultan algo menos positivos (Figura 1.3.10.). En este caso, el rango de iniciativas muy innovadoras presentó un porcentaje de apenas un 3,3%, lo que se sitúa nuevamente por debajo nivel registrado en los años precedentes. En el rango de empresas algo innovadoras, el porcentaje se situó en el 10,5%, en este caso por encima del 6,4% que se había registrado en el 2015. En cuanto a las iniciativas nada innovadoras, el porcentaje obtenido en Cantabria en 2016 fue de 86,1%.

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

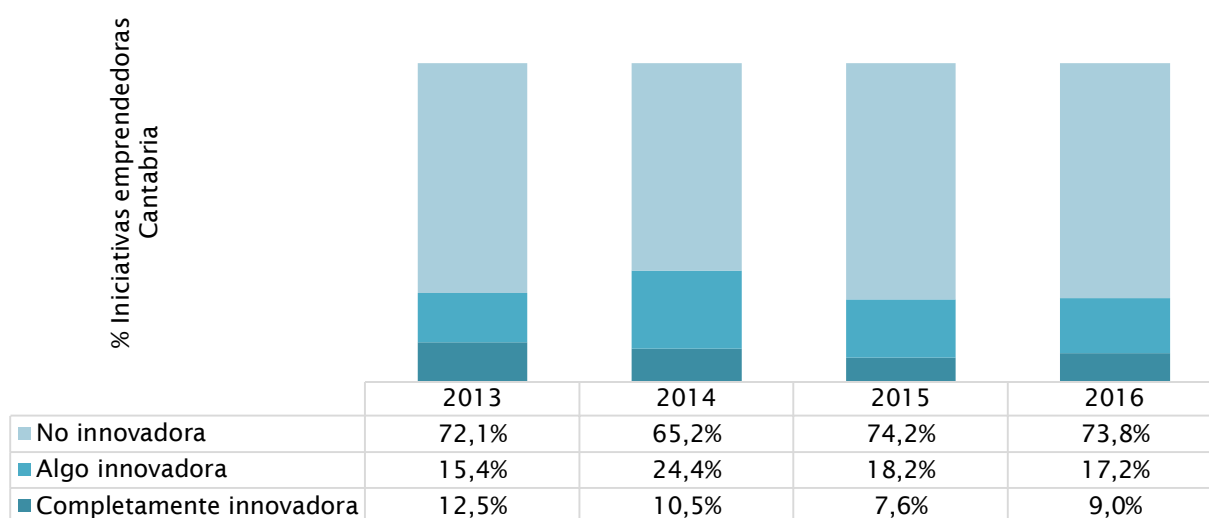
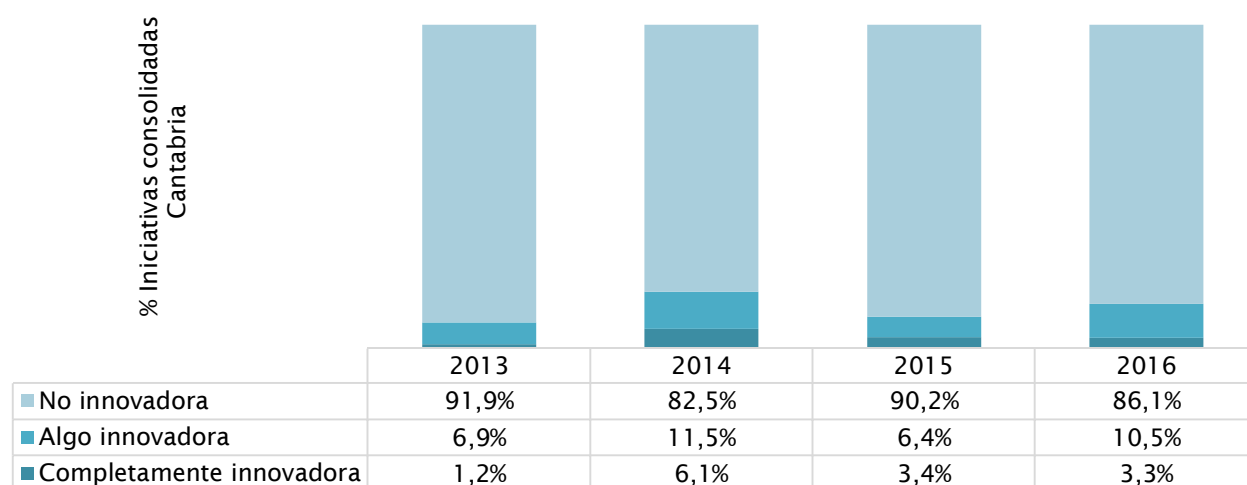


Figura 1.3.10.
Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria



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

En este apartado se estudia el impacto del grado de competencia que afrontan las iniciativas empresariales tanto en el conjunto de iniciativas emprendedoras como consolidadas de Cantabria.

El interés que este tema despertó en ediciones pasadas del informe se mantiene debido a la importancia que tienen aquellas empresas que sean capaces de diferenciarse en mayor medida de sus competidores 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 primer lugar, y por lo que respecta a este estudio entre las iniciativas emprendedoras de la región, la Figura 1.3.11 muestra la percepción por parte de los emprendedores de una situación menos competitiva en el mercado cántabro ya que tan solo un 55,8% indican percibir mucha competencia (68,2% en 2015). Por el contrario, un 29,8% de los

encuestados indicaron tener poca competencia, frente al 21,9% del 2015. Finalmente, un 14,4% indicó no tener ningún tipo de competencia, dato claramente superior al 9,8% registrado el año anterior.

En lo que respecta a la empresa consolidada (Figura 1.3.12), los datos muestran una tendencia algo mejor a la del 2015, si bien sigue identificándose una situación muy competitiva. Así, las iniciativas que tienen mucha competencia representaron en 2016 el 66,0%, porcentaje inferior al 67,7% registrado en 2015. Por el contrario, el volumen de empresas con poca competencia aumentó en el 2016 hasta situarse en el 27,7% frente al 25,5% registrado en el 2015. Finalmente, las empresas sin competencia representan el 6,2% de la muestra frente al 6,9% del 2015.

Figura 1.3.11

Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función del grado de competencia que afrontan en su mercado en Cantabria

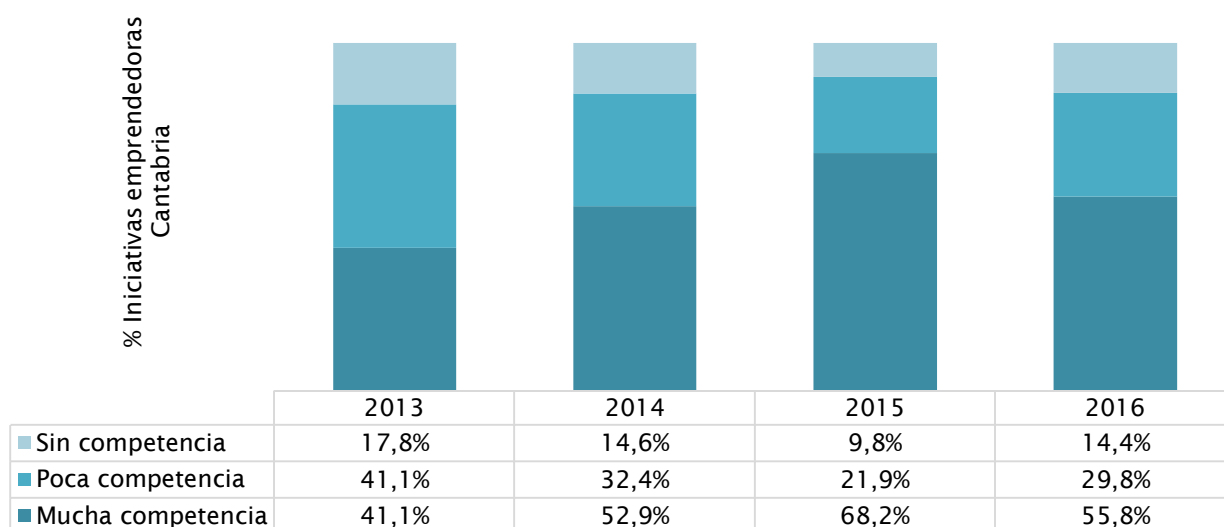
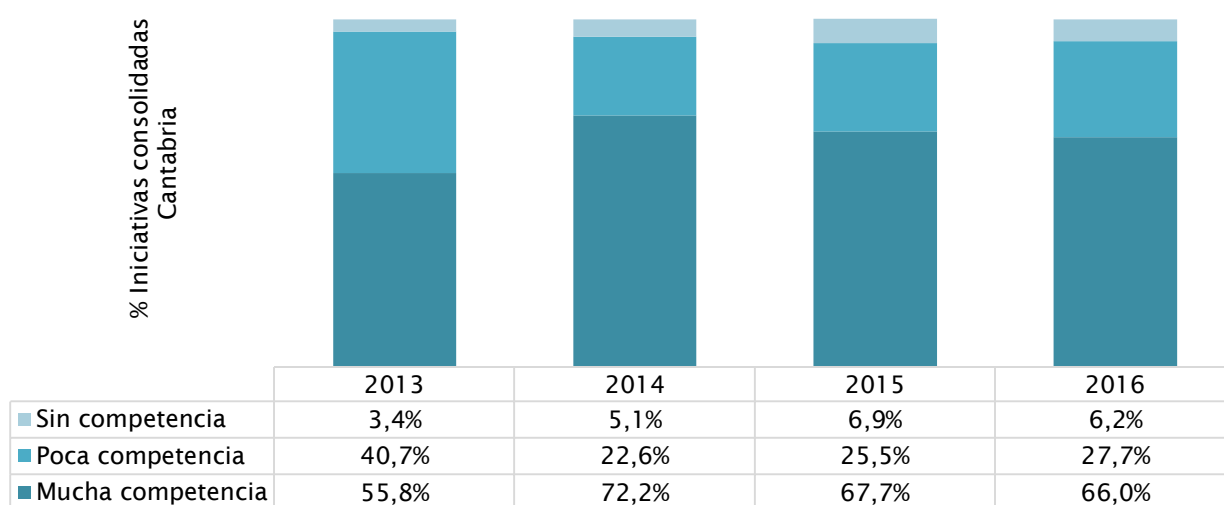


Figura 1.3.12.

Porcentaje de iniciativas consolidadas en función del grado de competencia que afrontan en su mercado en Cantabria



En conjunto, estos porcentajes similares a los obtenidos para el caso de las iniciativas emprendedoras pueden interpretarse de una manera bastante optimista, puesto que suponen una inversión de la tendencia al alza en la percepción de competencia detectada entre 2013 y 2014.

Los datos del último año 2016 parecen indicar que la competencia se ha reducido sensiblemente en el ámbito del emprendimiento en Cantabria y es previsible que continúe haciéndolo en los próximos años.

1.3.7. *Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas*

Con respecto a los datos referentes a la antigüedad de las tecnologías utilizadas en las empresas para producir sus bienes y servicios, las Figuras 1.3.13. y 1.3.14. muestran los resultados para las iniciativas emprendedoras y las empresas consolidadas, respectivamente.

En el año 2016, un 6,3% de las iniciativas emprendedoras en Cantabria aseguró utilizar tecnologías de última generación, mientras que un 17,1% utilizaba tecnología de entre 1 y 5 años de antigüedad y un 76,6% utilizaba tecnología con más de 5 años de antigüedad (Figura 1.3.13.).

A este respecto, los resultados del año 2016 suponen una clara mejora del nivel de modernidad de la tecnología utilizada por las iniciativas emprendedoras de la región que, tras registrar valores bastante positivos en 2014, habían empeorado en la pasada edición de este informe (2015). En el 2016, el porcentaje de iniciativas emprendedoras de Cantabria que utilizan tecnología de última generación, de 1 a 5 años y de más de 5 años vuelve a situarse en valores similares a los registrados en el año 2014.

Por lo que se refiere a la situación de las iniciativas consolidadas (Figura 1.3.14.), los datos son algo más negativos que los mostrados por las iniciativas emprendedoras. En este caso, el porcentaje de empresas que emplean tecnologías de última generación (2,4% del total) ha vuelto a disminuir con respecto al año 2015, en el que alcanzaba un valor del 2,9%. Este dato consolida un descenso progresivo en el uso de la tecnología más moderna desde el año 2014, en el que el porcentaje de iniciativas con este tipo de tecnología se situaba en el 6,1%.

Además, la innovación entre 1 y 5 años es utilizada por un 12,9% de las iniciativas frente al 8,3% registrado en 2015 y, finalmente, un 84,7% de iniciativas reconocieron utilizar tecnología de más de 5 años de antigüedad. En este último caso, el dato sí resulta algo más positivo que el registrado en el año 2015, cuando un 88,7% de las iniciativas consultadas reconocieron utilizar tecnología de más de 5 años de antigüedad.

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

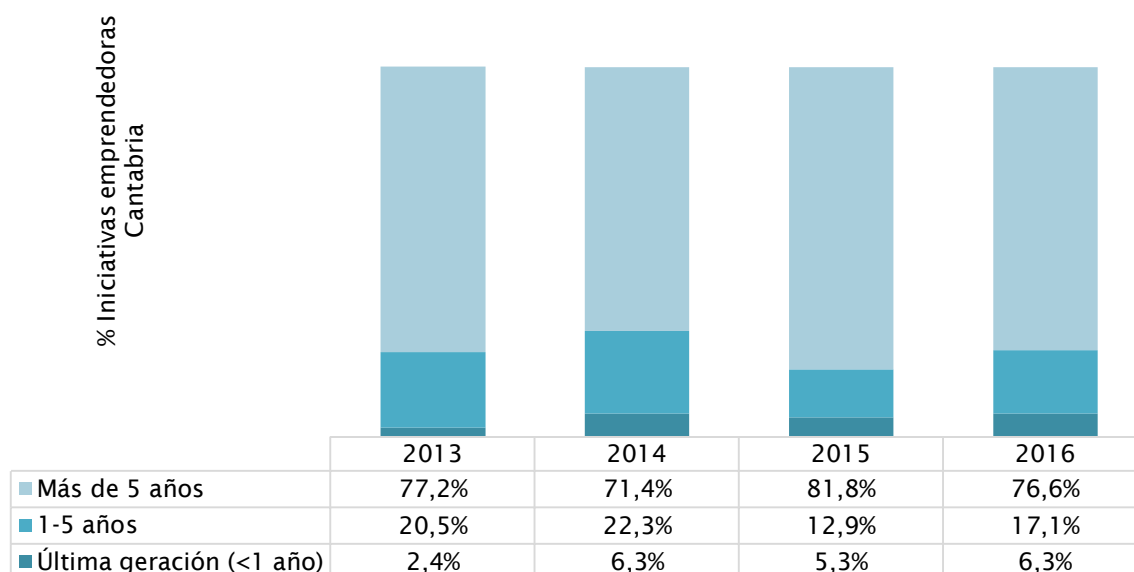
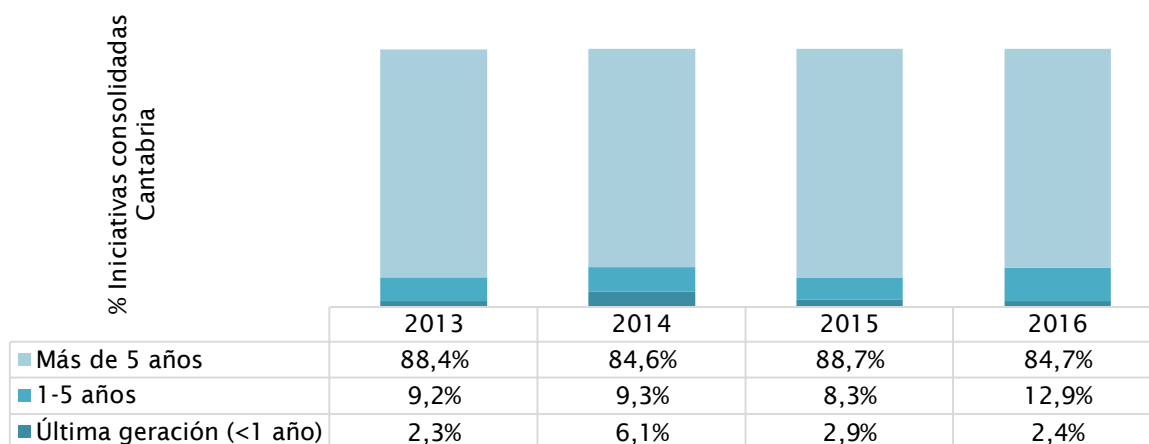


Figura 1.3.14.

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

En este epígrafe se analiza el nivel de internacionalización que presentaron las iniciativas emprendedoras y consolidadas en el año 2016 con respecto a los tres años anteriores (2013, 2014 y 2015).

En este sentido, el porcentaje de iniciativas emprendedoras cántabras que no son exportadoras se situó en 2016 en el 78,3% (Figura 1.3.15.), ligeramente por debajo del 83,5% registrado en 2015. Por el contrario, las iniciativas emprendedoras que exportaron entre el 1% y el 25% de su producto o servicio en 2016 supusieron en Cantabria un 18,8%, un porcentaje sensiblemente superior al registrado en años anteriores (2013 a 2015). Además, y a pesar de que el volumen de empresas que exportaron entre el 25% y 75% disminuyó desde el 2,4% en 2015 hasta el 1,0% en 2016, el porcentaje de empresas que exportaron entre el 75% y el 100% aumentó hasta el 1,9% tras haberse situado en el 0,0% en el año 2015.

En conjunto, estos datos muestran que en Cantabria el carácter exportador de las iniciativas emprendedoras ha vuelto a recuperarse ligeramente tras un año 2015 en el que el espíritu internacional se había resentido de forma notable.

La situación entre el colectivo de empresas consolidadas es muy similar a la observada en el caso de las iniciativas emprendedoras, en el sentido de que los porcentajes de empresas que no exportan o que exportan en las distintas franjas consideradas en este informe se encuentran bastante parejos. Sin embargo, en este caso los datos que se muestran en la Figura 1.3.16. representan un empeoramiento del carácter exportador de este tipo de iniciativas con respecto al período anterior (2015).

Concretamente, los datos muestran que el porcentaje de empresas que no exportaron nada en el 2016 se elevó más de cuatro puntos porcentuales en el 2016 (78,4% en 2016 vs. 74,1% en 2015), mientras que disminuyeron los porcentajes de empresas que exportaron entre el 1% y el 25% de su producción (17,3% en 2016 vs. 21,8% en 2015) o que exportaron del 75% al 100% de sus bienes y servicios (0,5% en 2016 vs. 1,0% en 2015). Así, por tanto, y como único dato positivo en este análisis, se produjo un incremento del 0,8% en el número de empresas que declararon exportar entre el 25% y el 75% de su producción en 2016 (3,8%).

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 en Cantabria

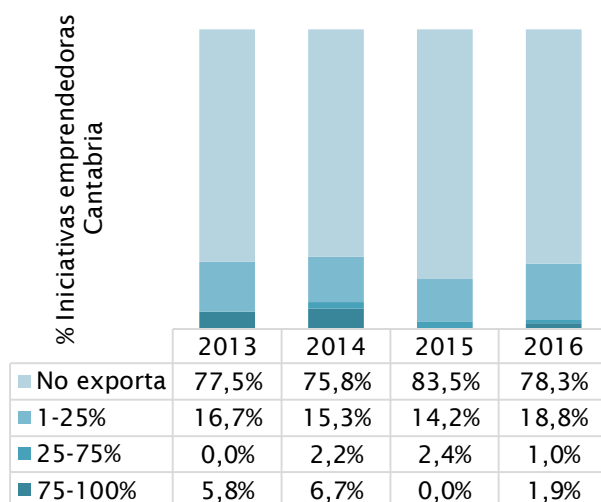
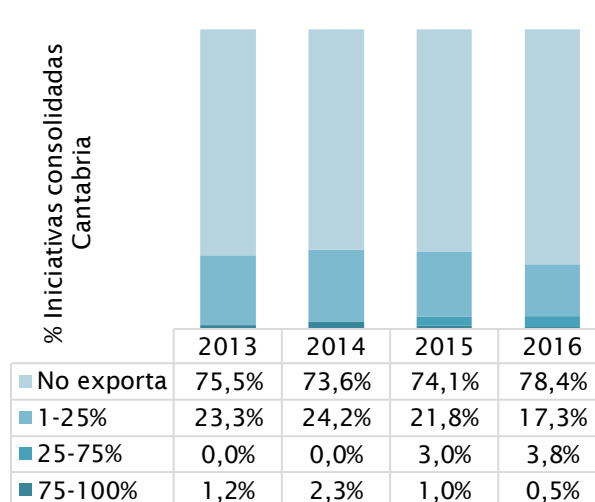


Figura 1.3.16.
Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria



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

Tomando como referencia las características de las actividades de emprendimiento, en este epígrafe del informe se calcula un índice de potencial expansión en el mercado tanto para las iniciativas emprendedoras como para las ya consolidadas (Figuras 1.3.17. y 1.3.18.).

Respecto a las iniciativas emprendedoras, la situación en Cantabria sigue presentando una perspectiva poco esperanzadora, que confirma la tendencia ya observada en pasadas ediciones de este informe (Figura 1.3.17.). Concretamente, el porcentaje de iniciativas sin expectativas de expansión en el mercado volvió a aumentar de un 71,2% en 2015 a un 72,1% en 2016, lo que representa ya un incremento de veinte puntos porcentuales con respecto a 2012.

En cuanto a los resultados de las iniciativas con alguna expectativa de expansión, dicho indicador volvió a disminuir en 2016 entre el grupo de iniciativas que no hace uso de nuevas tecnologías (del 23,5% en 2015 al 21,6% en 2016) y entre las iniciativas que hacen algún uso de estas tecnologías (del 4,5% en 2015 al 2,7% en 2016). El porcentaje

de iniciativas aumentó sólo de manera muy leve entre aquellos emprendedores que presentan una notable expansión del negocio (del 0,8% en 2015 al 3,6% en 2016).

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 de los últimos años.

Para el caso de las empresas consolidadas (Figura 1.3.18.), vuelve a observarse una situación aún más desfavorable a la de las iniciativas emprendedoras. Concretamente, el porcentaje de empresas sin potencial de expansión en el mercado se situó en el 83,7% en 2016, mientras que el porcentaje de empresas con algún potencial de expansión sin utilizar nuevas tecnologías se situó en el 13,9%. Además, las iniciativas con alguna expansión utilizando nuevas tecnologías apenas alcanzó el 1,9% y las iniciativas con una expansión notable se quedaron en un mediocre 0,5% del total de las iniciativas consultadas.

Figura 1.3.17.

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

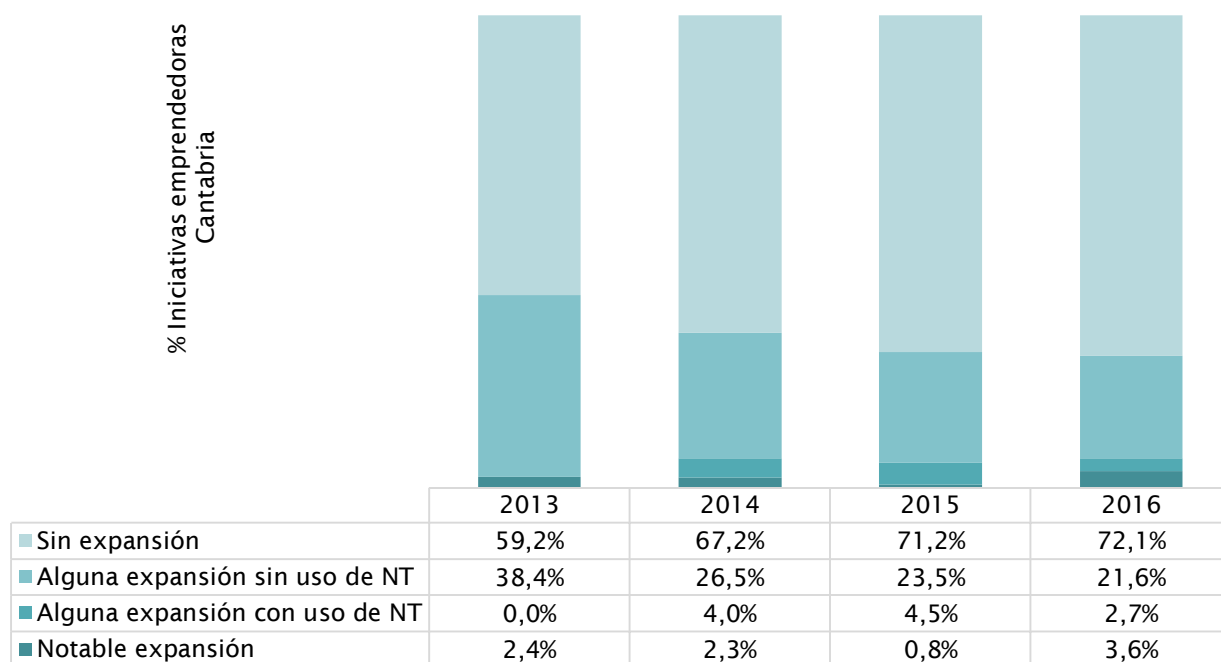
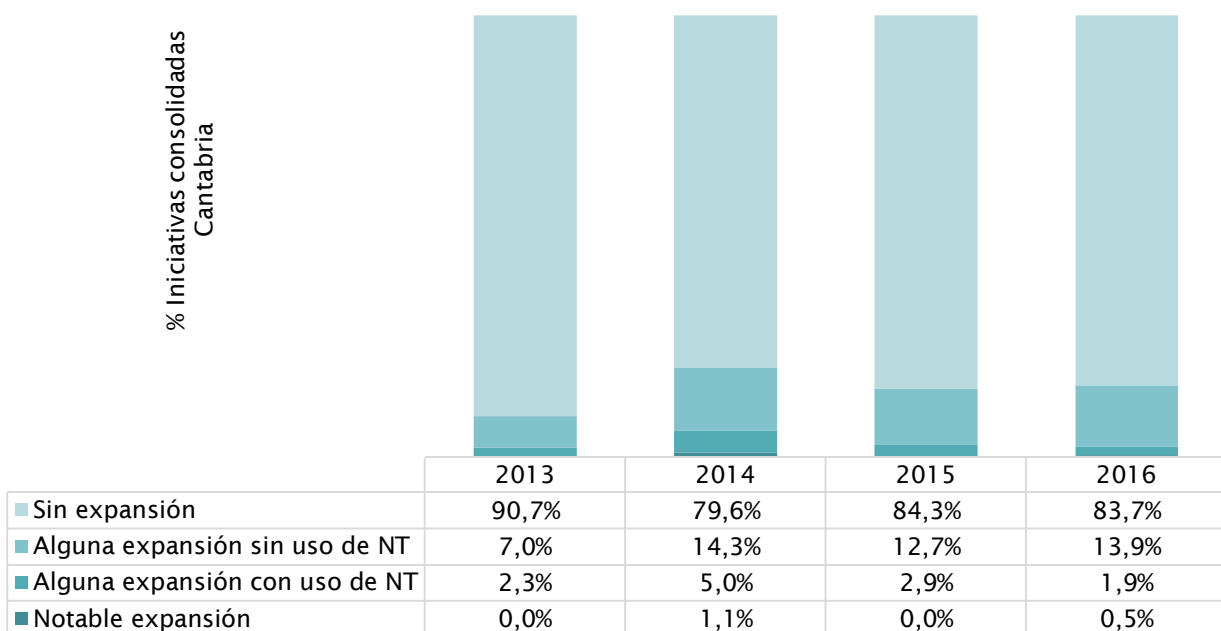


Figura 1.3.18.

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

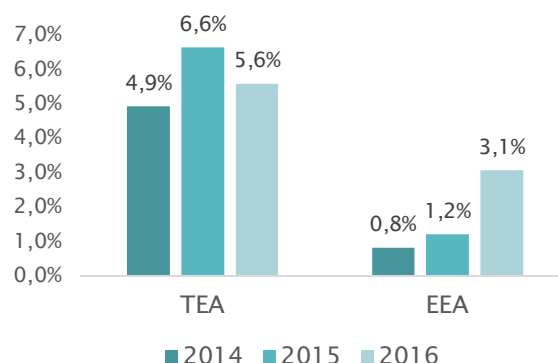


1.3.10. Actividad emprendedora en organizaciones existentes

Desde la edición 2011, el proyecto GEM ha hecho una apuesta por la medición de la actividad emprendedora que se lleva a cabo en las organizaciones existentes como resultado de su orientación estratégica en ámbitos como el rejuvenecimiento, la diversificación o el desempeño económico. Desde la perspectiva de la metodología GEM, la actividad (intra) emprendedora es concebida como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores (EEA – Entrepreneurial Employee Activity) de organizaciones cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos y servicios y/o la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (spin-offs, spin-outs, start-ups). Teniendo en cuenta que GEM entrevista a la población adulta de 18-64 años, este indicador refleja el porcentaje de empleados que, en los últimos tres años, han sido parte del desarrollo y liderazgo de iniciativas innovadoras y emprendedoras para sus empleadores como parte de las actividades que desempeñan en su trabajo.

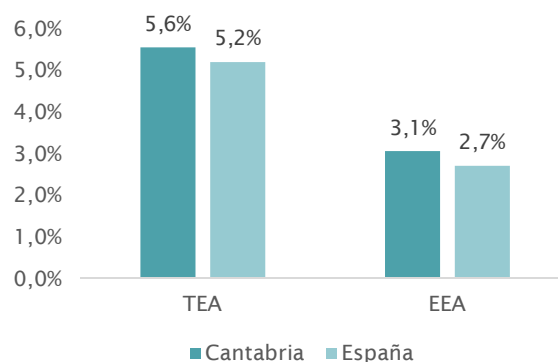
En este sentido, la Figura 1.3.19. muestra la evolución de la percepción que tienen estos empleados con respecto a la existencia de oportunidades para emprender en el futuro, concretamente en los próximos 6 meses de actividad en la empresa. Tal y como se observa, los resultados muestran que las perspectivas de (intra) emprendimiento son claramente inferiores a las expectativas de emprendimiento externo a la organización (TEA), si bien la evolución del EEA ha sido positiva en los tres últimos años. En 2016, el 3,1% de los encuestados indicaron percibir oportunidades para emprender frente al escaso 1,2% registrado en 2015 y al 0,8% del 2014. Además, el dato del último año se sitúa a escasos dos puntos y medio porcentuales con respecto al TEA de la población encuestada (5,6% en 2016).

Figura 1.3.19.
Evolución de la percepción de existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses



Por lo que respecta a la posesión de red social emprendedora por parte de los empleados, la Figura 1.3.20. muestra resultados similares a los analizados previamente en este epígrafe. Concretamente, el porcentaje de empleados que valoran positivamente esta red en el caso del (intra) emprendimiento se sitúa por debajo del porcentaje de emprendedores externos que valoran la misma (2,7% vs. 5,2% respectivamente). Además, en ambos contextos se observa que en Cantabria la posesión de res social emprendedora sale peor valorada que en el conjunto de la media nacional.

Figura 1.3.20.
Evolución de la posesión de red social emprendedora



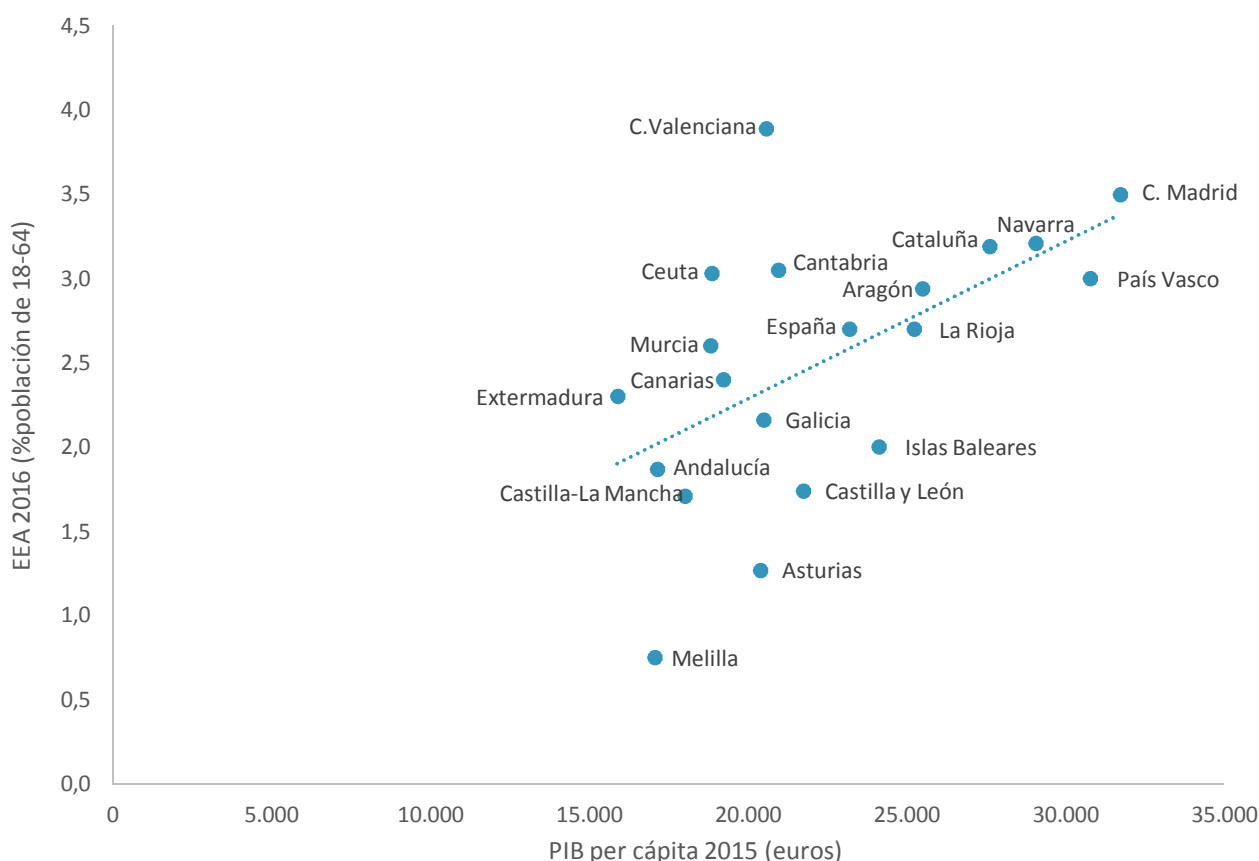
En lo relativo al análisis regional, las Comunidades Autónomas con mayor porcentaje de personas de 18-64 años involucradas en actividades (intra) emprendedoras en 2016, por encima de la media española (2,7%), son la Comunidad Valenciana (3,9%), la Comunidad de Madrid (3,5%), Cataluña (3,2%), Navarra (3,2%), País Vasco (3,0%), Cantabria (3,0%) y Aragón (2,9%).

Además, y respecto a la edición anterior, el porcentaje de la población que está involucrada en actividades (intra) emprendedoras ha aumentado en la mayoría de las Comunidades Autónomas.

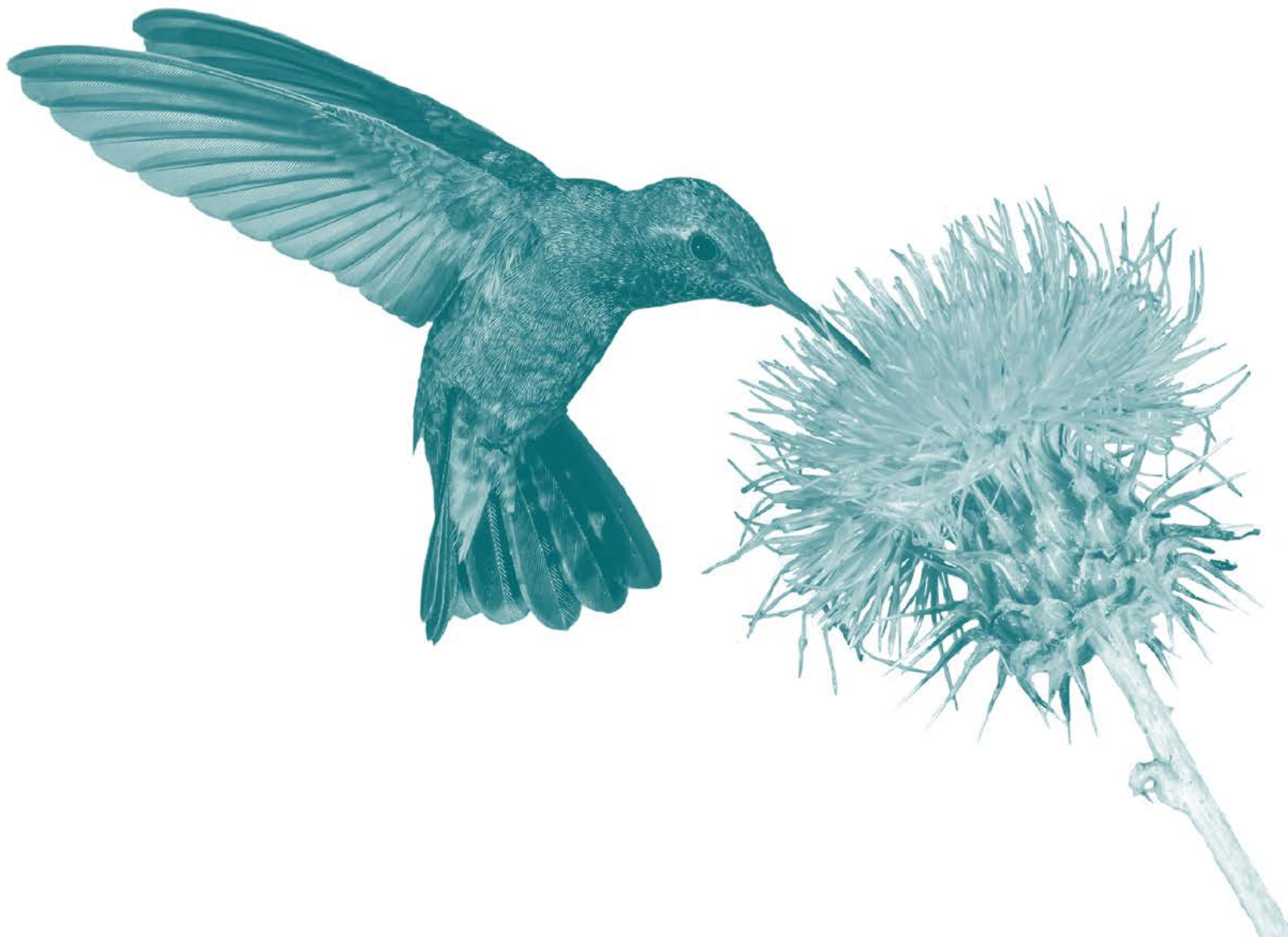
La Figura 1.3.21. muestra la relación EEA y PIB per cápita en cada una de las regiones. En la misma se comprueba que regiones con alto nivel de ingresos, como la Comunidad de Madrid, Navarra y País Vasco, presentan un elevado porcentaje de su población adulta involucrada en el desarrollo de iniciativas (intra) emprendedoras. Asimismo, regiones con bajo nivel de ingresos se caracterizan por porcentajes menores de actividad (intra) emprendedora (Melilla, Castilla La Mancha y Asturias).

Así, por tanto, del análisis se deriva que Cantabria presenta una buena situación en este indicador con respecto al resto de Comunidades Autónomas españolas, lo que demuestra una mayor involucración de la población cántabra en la actividad emprendedora de la región.

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



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 Tabla 2.1. se observan las valoraciones medias de las condiciones del entorno para el año 2016 en Cantabria. Como factores mejor valorados se encuentran la infraestructura física (3,65), la infraestructura comercial (2,84) y los programas gubernamentales (2,56).

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 2016, siete factores se encuentran por debajo de ese límite. Éstos son las barreras del mercado interno (2,37), las normas sociales y culturales (2,36), las políticas, prioridad y apoyo (2,26), la transferencia de I+D (2,06), la política fiscal y burocrática (2), la financiación (1,95) y la educación emprendedora escolar (1,8).

La mayoría se mantiene o ha reducido ligeramente su valoración. Por lo tanto, en términos generales, se percibe un empeoramiento de las condiciones del entorno.

Como complemento al análisis anterior, en la tabla 2.2. se recogen las valoraciones medias individualizadas de cada uno de los elementos que componen cada factor. Así, por ejemplo, el factor infraestructura física, que es el más valorado, se compone de cinco elementos. Entre ellos, los dos más valorados se refieren a la facilidad de una nueva empresa o una en crecimiento para acceder a sistemas de comunicación. Mientras que, el elemento menos valorado se refiere a las infraestructuras físicas.

En el lado opuesto, el factor menos valorado es la educación emprendedora escolar. De acuerdo con la tabla 2.2. se observa que los expertos consideran que en la educación primaria y secundaria no se aportan conocimientos suficientes de la economía de mercado, ni se fomenta el espíritu empresarial ni la creación de empresas.

Tabla 2.1.
Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (periodo 2015-2016)

Valoración media de las condiciones del entorno según los expertos	CANTABRIA	
	2015	2016
Infraestructura física	3,74	3,65
Infraestructura comercial	2,87	2,84
Programas gubernamentales	3,04	2,56
Dinámica mercado interno	2,72	2,53
Educación Emprendedora post escolar	3,01	2,52
Barreras mercado interno	2,36	2,37
Normas sociales y culturales	2,5	2,36
Políticas, prioridad y apoyo	2,51	2,26
Transferencia I+D	2,59	2,06
Política fiscal y burocracia	2,11	2,00
Financiación	1,99	1,95
Educación Emprendedora escolar	1,83	1,8

Tabla 2.2.
Valoraciones de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (2016)

Tópico A. Apoyo financiero. En Cantabria...

Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	1,63
Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,89
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,39
Es bastante común el obtener financiación proporcionada por inversores informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares) personas privadas (que no poseen parte de las empresas en que invierten) para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,89
Hay suficiente oferta de financiación procedente de Asociaciones profesionales de Business Angels para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,79
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,79

La salida a bolsa es un recurso habitualmente utilizado para proporcionar financiación para las empresas nuevas y en crecimiento. 1,23

Es bastante común el obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo “crowdfunding” para las empresas nuevas y en crecimiento. 1,86

Tópico B. Políticas gubernamentales. En Cantabria ...

Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamientos públicos). 1,81

El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno estatal. 2,51

El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política de las administraciones autonómicas. 2,47

Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana. 1,63

Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general. 2,17

Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente. 2,43

Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad 1,86

Tópico C. Programas gubernamentales. En Cantabria ...

Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público (ventanilla única). 2,51

Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento. 2,91

Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas. 2,61

Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces. 2,44

Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades. 2,36

Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos. 2,47

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

En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal. 1,86

En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado. 1,78

En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. 1,78

Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. 2,19

La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. 2,6

Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. 2,75

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

Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento. 2,14

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas. 2,14

Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías. 1,69

Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas. 1,91

La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto. 3,08

Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas. 1,83

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

Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. 3,5

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores. 1,78

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. 2,81

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal. 3,14

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares) 3

Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. 3,5

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

Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro. 2,51

Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro. 2,54

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados. 2,19

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado. 2,03

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas. 2,39

La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir. 2,58

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

Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento 3,44

No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.) 3,81

Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.). 3,82

Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.). 3,57

Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes. 3,79

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

Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal. 2,69

Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal. 2,37

Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial. 2,09

Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación. 2,11

Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida. 2,62

Tópico especial. Emprendimiento senior: teniendo en cuenta que un emprendedor es senior con 50 años o más. En Cantabria ...

Es más difícil encontrar empleo para las personas de 50 y más años que para las personas de menos de 50 años 4,5

El aumento general de la esperanza de vida y de las buenas condiciones de salud de las personas de 50 y más años impulsa a una buena parte de ellas a querer estar activas durante más tiempo 4,03

Hay programas y beneficios fiscales para motivar a la gente de 50 y más años para iniciar nuevos negocios propios 2,21

La experiencia y el conocimiento acumulado por las personas de 50 y más años aumenta, en general, sus posibilidades de iniciar con éxito nuevas actividades de negocio 3,86

Los emprendedores de 50 y más años están más interesados en complementar sus ingresos que en hacer crecer sus negocios 3

La mayoría de la gente piensa que las personas de 50 y más años deberían de estar planificando su jubilación en lugar de iniciando nuevos negocios 3,58

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

En la Tabla 2.3. se muestran los obstáculos al emprendimiento en Cantabria comparados con el año 2015. El apoyo financiero es el principal obstáculo, a diferencia de años anteriores que ocupaba la segunda posición. En 2016, la segunda posición la ocupa las políticas gubernamentales que el año previo ocupaba el primer lugar. Por último, la tercera

posición en el año 2016 la comparten dos obstáculos. Por un lado, las normas sociales y culturales, que mantienen la misma posición respecto al año anterior. Por otro lado, el ambiente económico que, en comparación con el año 2015, ha empeorado pasando de la sexta a la tercera posición, el cambio más amplio de entre todos los factores analizados.

Tabla 2.3.
Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2015-2016

Obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de dificultad en 2016	2016	RANKING CANTABRIA	
		2016	2015
Apoyo financiero	55,56%	1	2
Políticas gubernamentales	41,67%	2	1
Normas sociales y culturales	30,56%	3	3
Ambiente económico	30,56%	3	6
Contexto político, social e intelectual	25,00%	4	7
Capacidad emprendedora	22,22%	5	3
Programas gubernamentales	19,44%	6	9
Educación y formación	16,67%	7	4
Acceso al mercado, barreras	8,33%	8	5
Estado del mercado laboral	8,33%	8	9
Acceso a las infraestructuras físicas	5,56%	9	8
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	5,56%	9	9
Infraestructura comercial y profesional	2,78%	10	9
Crisis económica	0,00%	11	8
Transferencias de I+D	0,00%	11	8
Costes laborales, acceso y regulación	0,00%	11	8
Corrupción	0,00%	11	9
Acceso a la información	0,00%	11	9
Composición percibida de la población	0,00%	11	9
Internacionalización	0,00%	11	9
Otros	0,00%	11	9

En la parte baja de la tabla 2.3., los obstáculos menos valorados por los expertos son la internacionalización, la composición

percibida de la población, el acceso a la información, la corrupción, los costes laborales, acceso y regulación, la

transferencia de I+D, y la crisis económica. Todos estos factores no han sido considerados como obstáculos por ningún experto. La mayoría de ellos también fueron los menos valorados en el año 2015.

La Tabla 2.4. muestra los factores que favorecen la actividad emprendedora. Las normas sociales y culturales, la educación y formación, así como las políticas gubernamentales son los factores más importantes. La cuarta posición la ocupa el estado del mercado laboral que ha mejorado tres posiciones (de la séptima a la cuarta). Por

el contrario, el factor referido al ambiente económico ha empeorado, pasando de la tercera posición en 2015 a la sexta en 2016.

Entre los apoyos menos valorados se encuentran, al igual que en el año 2015, la internacionalización, la infraestructura comercial y profesional, los costes laborales, acceso y regulación, el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas, la corrupción, el acceso a la información, la composición percibida de la población, y la crisis económica.

Tabla 2.4.
Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2015-2016

Apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2016	RANKING CANTABRIA		
	2016	2016	2015
Normas sociales y culturales	58,33%	1	2
Educación y formación	52,78%	2	4
Políticas gubernamentales	30,56%	3	1
Estado del mercado laboral	27,78%	4	7
Programas gubernamentales	22,22%	5	7
Ambiente económico	16,67%	6	3
Acceso a las infraestructuras físicas	13,89%	7	5
Capacidad emprendedora	11,11%	8	7
Apoyo financiero	8,33%	9	6
Contexto político, social e intelectual	5,56%	10	7
Acceso al mercado, barreras	5,56%	10	9
Transferencias de I+D	5,56%	10	9
Crisis económica	0,00%	11	6
Composición percibida de la población	0,00%	11	8
Acceso a la información	0,00%	11	9
Corrupción	0,00%	11	9
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,00%	11	9
Costes laborales, acceso y regulación	0,00%	11	9
Infraestructura comercial y profesional	0,00%	11	9
Internacionalización	0,00%	11	9
Otros	0,00%	11	9

Entre los cambios más destacables desde el año 2015 al año 2016, cabe destacar los siguientes: en lo referente a los aumentos, destaca la mejora de la educación y la formación (de la cuarta a la segunda posición), el estado del mercado laboral (de la séptima a la cuarta posición), y los programas gubernamentales (de la séptima a la quinta posición). Por otro lado, en lo que a

reducciones se refiere, destacan el descenso del factor crisis económica (de la sexta a la décimo primera posición), del apoyo financiero (de la sexta a la novena posición), del contexto político, social e intelectual (de la séptima a la décima posición) y de la composición percibida de la población (de la octava a la décimo primera posición).

Tabla 2.5.
Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2015-2016

Recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2016	RANKING CANTABRIA		
	2016	2016	2015
Políticas gubernamentales	52,78%	1	1
Educación y formación	52,78%	1	3
Programas gubernamentales	30,56%	2	6
Normas sociales y culturales	27,78%	3	2
Acceso a las infraestructuras físicas	27,78%	3	5
Apoyo financiero	25,00%	4	4
Transferencias de I+D	13,89%	5	5
Contexto político, social e intelectual	13,89%	5	8
Infraestructura comercial y profesional	11,11%	6	8
Capacidad emprendedora	5,56%	7	7
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	2,78%	8	7
Internacionalización	2,78%	8	8
Acceso al mercado, barreras	0,00%	9	6
Estado del mercado laboral	0,00%	9	8
Acceso a la información	0,00%	9	8
Corrupción	0,00%	9	8
Crisis económica	0,00%	9	8
Ambiente económico	0,00%	9	8
Costes laborales, acceso y regulación	0,00%	9	8
Composición percibida de la población	0,00%	9	8
Otros	0,00%	9	8

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

En el extremo opuesto, los factores que para los expertos parecen ser menos importantes son: la internacionalización, la infraestructura comercial y profesional, los costes laborales,

acceso y regulación, el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas, la corrupción, el acceso a la información, la composición percibida de la población y la crisis económica.

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

Tabla 2.6.
Valoraciones de los expertos. Respuestas abiertas.

Obstáculos a la actividad emprendedora

Situación económica, con elevado nivel de paro y bajo nivel de consumo.

Falta de financiación en el momento del inicio de la actividad.

Educación emprendedora pobre y tardía

Miedo a la asunción de riesgos

Falta de cultura emprendedora

Poca información sobre cómo emprender una actividad que realmente tenga probabilidades de mantenerse.

Falta de nodos de trabajo conjunto

Cuota fija de autónomos sin tener ingresos

Falta de programas políticos meditados de fomento del emprendimiento, y de apoyo real a los mismos

La excesiva burocracia y el desconocimiento de los tramites y ayudas existentes y/o necesarias

Falta de modelos exitosos a imitar y con los que sentirse identificados

Falta línea clara de apoyo a la asunción de riesgos por la sociedad en emprendimiento.

Escasez de apoyo público en las primeras etapas de desarrollo, especialmente a micropymes no tecnológicas

Trabas burocráticas para la puesta en marcha de negocios y altas cuotas del régimen de autónomos comparadas con otros países de la UE

Mayor estabilidad en las subvenciones de apoyo emprendimiento, convocatorias abiertas todo el año con plazos amplios para apoyo a inversiones.

Complejidad de los trámites administrativos de constitución y puesta en marcha, agravado por el cierre del servicio de la ventanilla única

Falta de técnicos especialistas en la materia

Desventajas competitivas frente a otras regiones cercanas (Euskadi, Madrid)

Grandes retrasos en la convocatoria de subvenciones (FEDER)

Un sistema educativo anticuado, acomodado y auto complaciente en secundaria y universitario. Demasiadas horas de clase presencial magistral, con sistemas de evaluación obsoletos. Demasiada carga frontal del aprendizaje al primer cuarto de vida.

Oportunidades de generar networking pequeñas debido al tamaño de la región.

Apoyos a la actividad emprendedora

La actividad emprendedora está en la agenda política

Capitalización desempleo

La iniciativa Nansa Emprende

Programas desarrollo emprendedor Gobierno Cantabria

Universidad/CISE y otras entidades que fomentan el emprendimiento (actividades y programas)

Sodercan

Iniciativas puntuales en ámbitos universitarios y de FP que permiten identificar oportunidades de negocio reales

Actividad de la Cámara de Comercio

Programas de asesoramiento de Cantabria Emprendedoras distribuido por toda Cantabria no sólo centrado en la Santander, Torrelavega y la Costa con lo que se distribuye mejor la información.

El cambio TIC crea oportunidades y nuevas necesidades en todos los ámbitos.

La posición de vanguardia del IH a nivel mundial

Establecimiento de redes con entidades nacionales: CDTI, ENISA, ANCES, etc.

Una mejor consideración general del emprendedor, con ayudas dispersas pero existentes.

Programas de Desarrollo Europeo LEADER

La tarifa plana para autónomos que rebaja las cotizaciones abusivas durante los primeros meses, y la posibilidad de compatibilizar paro y autónomos.

Empieza a notarse un cambio en la percepción del emprendimiento y los jóvenes empiezan a manejar herramientas de generación de ideas, de modelos de negocios y mayor capacidad de comunicación.

Apetito inversor de empresarios maduros en proyectos empresariales.

Recomendaciones de los expertos

Mejora fiscal a las empresas de nueva creación. Exención pago SS.SS a empleados durante el primer año.

Impulsar de manera inorgánica un ecosistema alrededor de mercados tecnológicos de futuro (Inteligencia artificial, nano tecnología, etc.)

Plan estratégico independiente de los partidos políticos

Crear un verdadero ecosistema emprendedor donde cada agente aporte valor y sea apoyado e impulsado por y para ello y trabaje en red

Inclusión del Emprendimiento como crédito transversal para todos los grados en la Universidad Pública.

Crear espacios para el intercambio de experiencias emprendedoras

Pre-concesión de las licencias de actividad: reducción de los largos e impredecibles tiempos de espera

Un poco menos énfasis en la juventud emprendedora, y más énfasis en estimular emprendimiento entre personas con dominio de una práctica, con experiencia del mercado y con contactos.

Realizar un buen estudio antes de emprender de la actividad para ver cuál es el mercado existente, estudiar el nicho, posibles clientes, riesgos...

Asociacionismo en la forma de trabajar y emprender

Coordinación entre todos los agentes dedicados al asesoramiento a emprendedores. Es necesaria una verdadera ventanilla única.

Créditos desde el Gobierno autonómico, concedidos en función de certificados de creación de empresa y de empleo. Sin interés y a devolver a medio plazo

Red de contactos comerciales a disposición de los emprendedores (Para validar necesidades de mercado)

Simplificación de la tramitación administrativa y los requisitos de acceso a las ayudas para emprendedores y creación de PAEs públicos (para cubrir la carencia provocada por la desaparición de la Ventanilla Única Empresarial)

Cuotas a los autónomos en función de sus ingresos, eliminándola cuando no se llegue al Salario mínimo interprofesional

Viveros de empresas con mentores

Incremento desde la universidad de los programas de emprendimiento. Creación de una carrera específica y práctica sobre el emprendimiento.

Red de contactos de inversores a disposición de los emprendedores (Para facilitar el acceso a la inversión privada)

Desarrollo del reglamento de cooperativas y claro apoyo hacia la economía social con programa anuales abiertos todo el año y políticas para su desarrollo

Mayores rebajas impositivas para las empresas de nuevas creación.

Velar porque no se produzca competencia desleal sobre todo desde instituciones públicas

El impulso real a la Economía Social y al Cooperativismo, y la introducción de Cooperativas de Impulso Empresarial para emprender en practicas

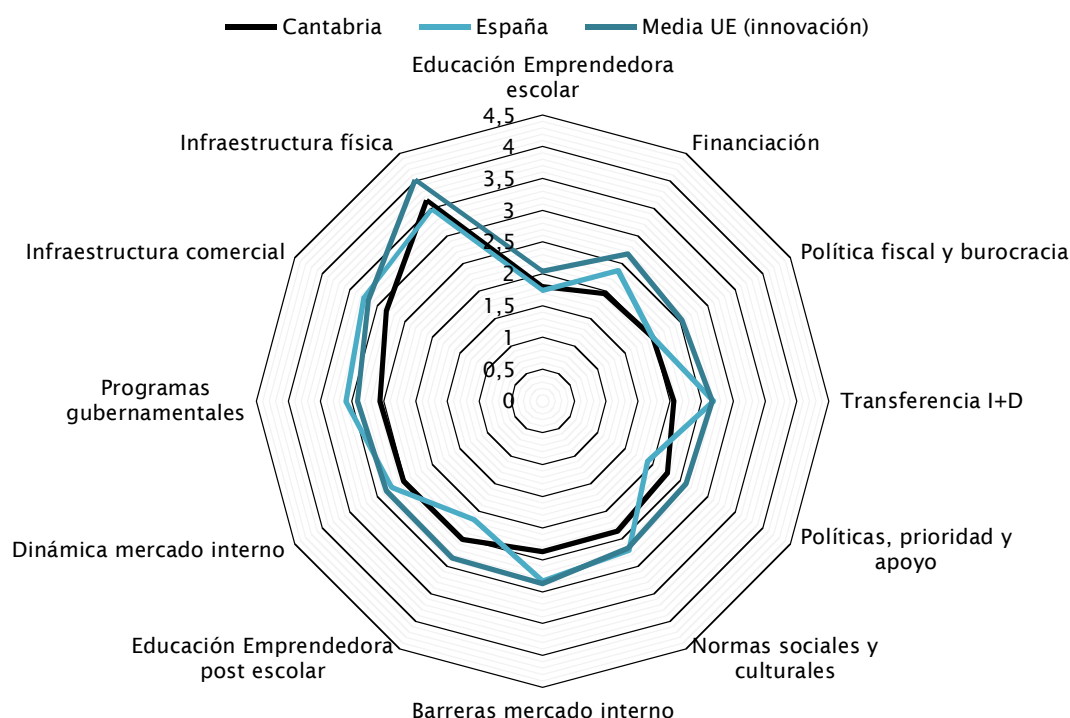
2.4. Benchmarking internacional y por Comunidades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender

En la Figura 2.1. se recoge una comparación de la valoración media de las condiciones del entorno expresadas por los expertos en el año 2016 para el caso de Cantabria, España y la media de los países de la UE basados en la innovación.

Se observa una gran similitud entre todas las áreas geográficas analizadas. Un análisis más detallado, sin embargo, permitiría observar algunas diferencias. A continuación, indicamos las más significativas. Cantabria se encuentra por debajo de la media de los países de la UE basados en la innovación en

todos los factores analizados. En comparación con España, sin embargo, Cantabria cuenta con una posición superior a la media en los siguientes factores: infraestructura física, educación emprendedora post escolar, y políticas, prioridad y apoyo. Por el contrario, los siguientes factores son menos valorados en Cantabria que en la media de España: infraestructura comercial, programas gubernamentales, dinámica del mercado interno, barreras del mercado interno, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y financiación.

Figura 2.1.
Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, y media los países de la UE basados en la innovación, año 2016



Esta información se recoge de forma más amplia y detallada en la Tabla 2.7. En ella se pueden consultar las valoraciones otorgadas por los expertos a los diferentes factores que influyen 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.

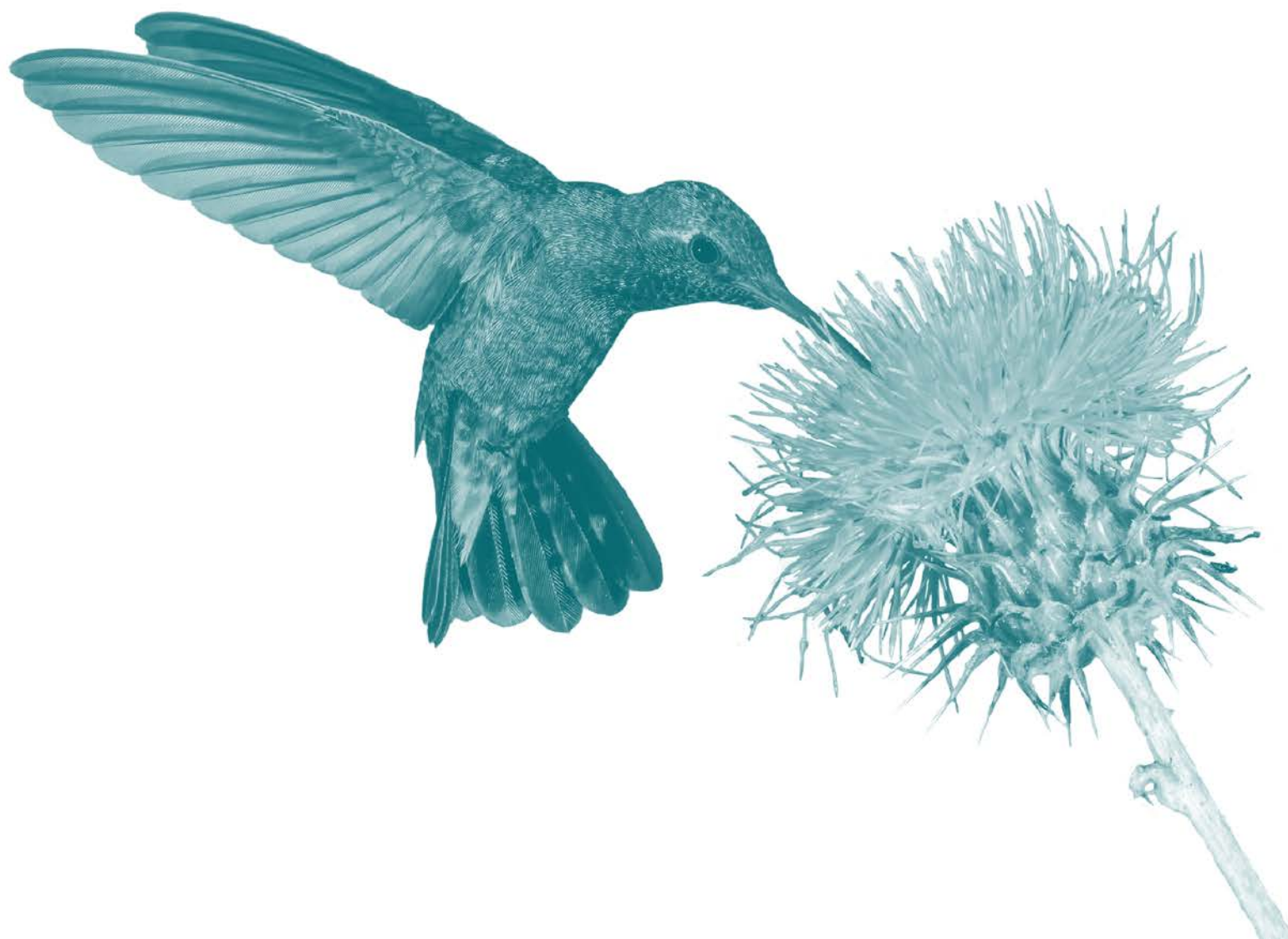
La principal conclusión a extraer de la información de la Tabla 2.7, al igual que ya se expresó en la Figura 2.2. anterior, es la elevada similitud entre las valoraciones de Cantabria y el resto de valoraciones tanto nacionales como de la UE.

Tabla 2.7.

Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, países de la UE basados en la innovación y CCAA españolas en 2016

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

ÍNDICE DE FIGURAS

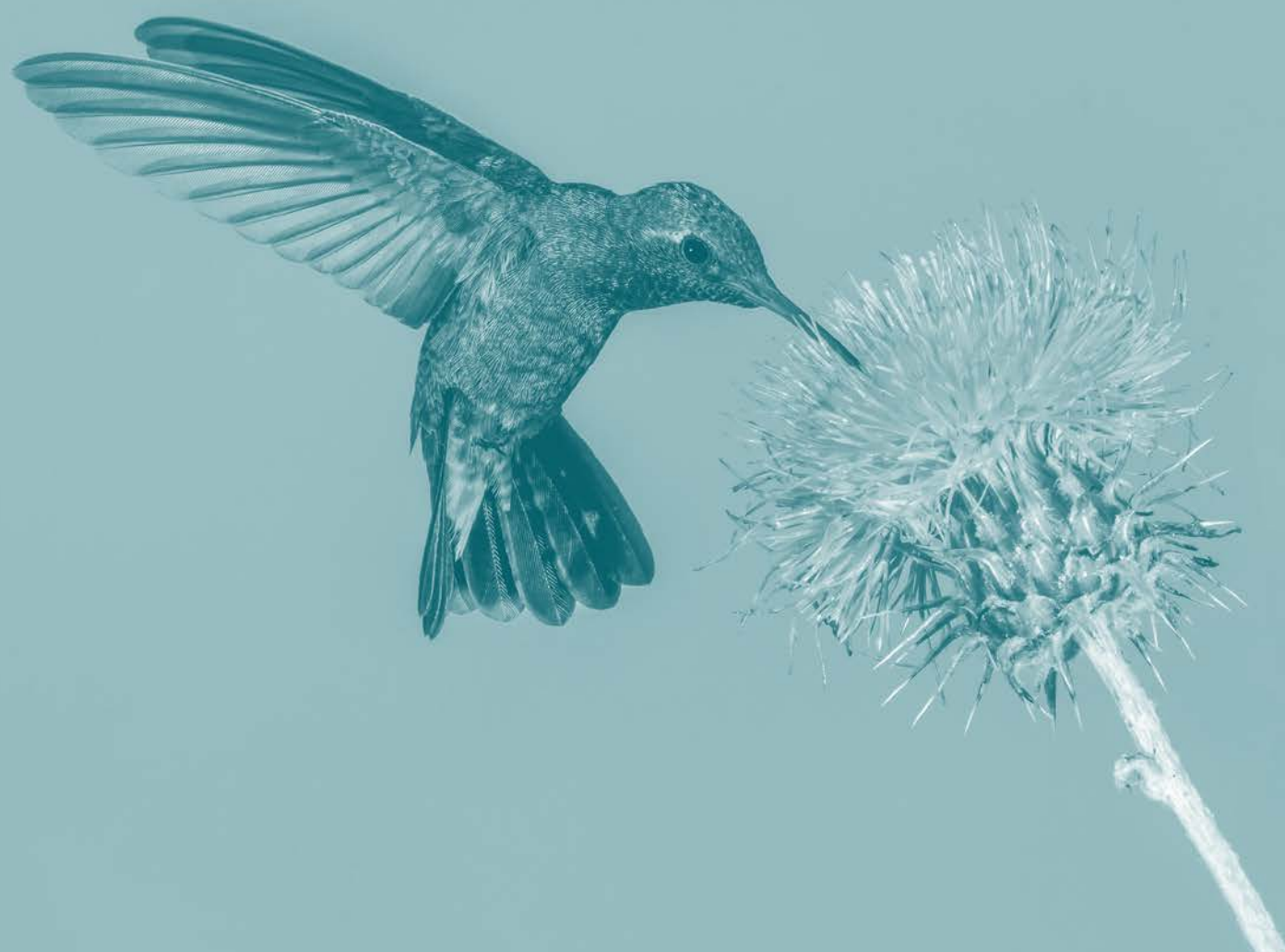


INDICE DE FIGURAS

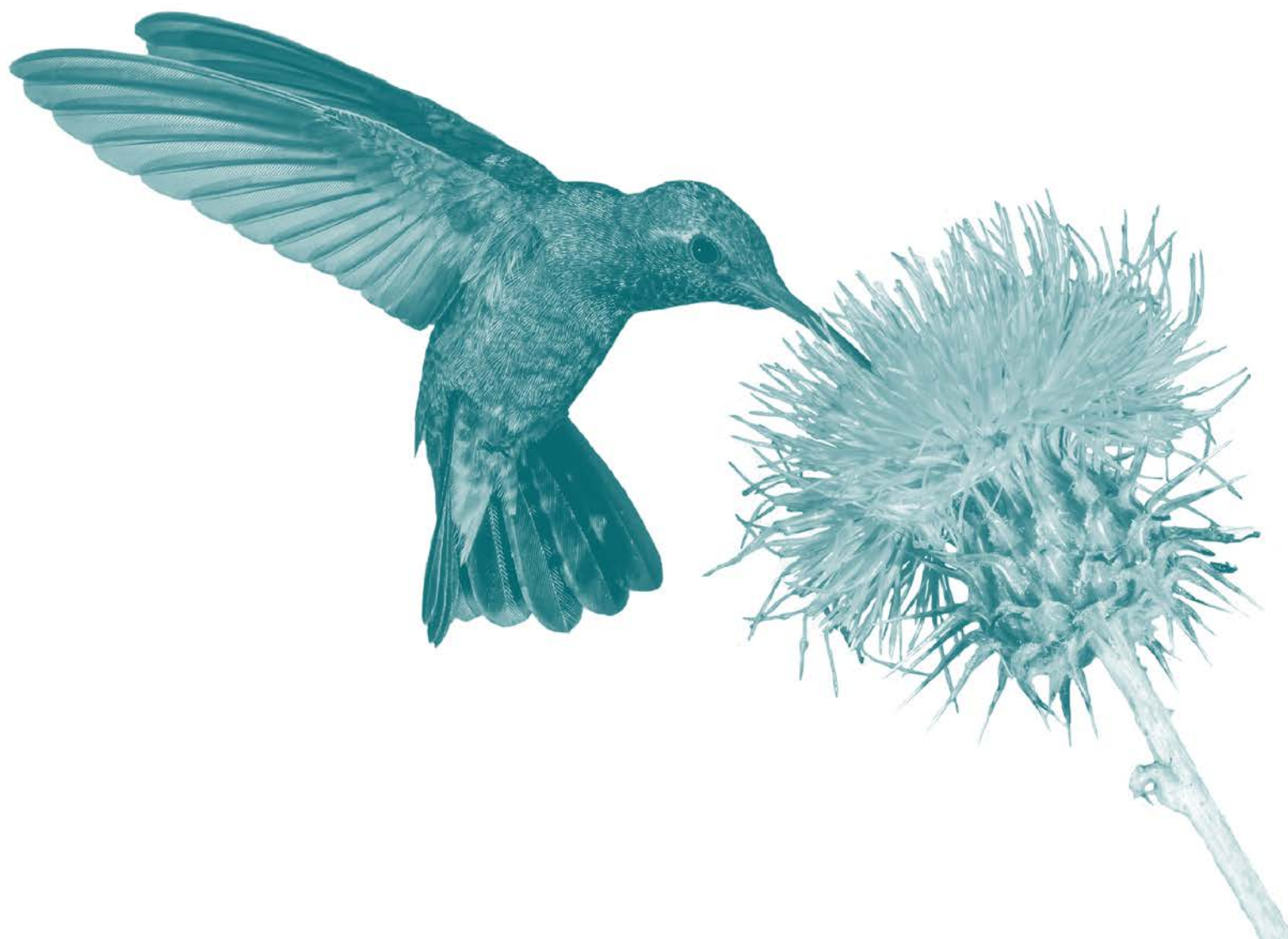
	Página
Figura 0.1.	El modelo conceptual del GEM revisado 14
Figura 0.2.	El proceso emprendedor según el Proyecto GEM 16
Figura 1.1.1.	Evolución de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses 32
Figura 1.1.2.	Influencia de las características personales sobre la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses 32
Figura 1.1.3.	Evolución de la posesión de red social emprendedora 33
Figura 1.1.4.	Influencia de las características personales sobre la posesión de red social emprendedora 33
Figura 1.1.5.	Evolución del auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender 34
Figura 1.1.6.	Influencia de las características personales en el auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender 34
Figura 1.1.7.	Evolución del temor al fracaso como obstáculo para emprender 35
Figura 1.1.8.	Influencia de las características personales sobre el temor al fracaso como obstáculo para emprender 36
Figura 1.1.9.	Evolución de la opinión sobre la equidad en los estándares de vida 36
Figura 1.1.10.	Influencia de las características personales en la opinión sobre la equidad en los estándares de vida 37
Figura 1.1.11.	Evolución de la opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cantabria 37
Figura 1.1.12.	Influencia de las características personales sobre la opinión de que emprender es una buena opción profesional 37
Figura 1.1.13.	Evolución de la opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor 38
Figura 1.1.14.	Influencia de las características personales sobre la opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor 38
Figura 1.1.15.	Evolución de la opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito 39
Figura 1.1.16.	Influencia de las características personales en la opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito 39
Figura 1.1.17.	Influencia de los valores y actitudes para emprender sobre la tasa de actividad emprendedora 40
Figura 1.1.18.	Distribución del índice de cultura de apoyo al emprendimiento 41
Figura 1.1.19.	Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras: comparación de la prevalencia en Cantabria, España y la UE 41
Figura 1.1.20.	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 42
Figura 1.2.1.	Proceso emprendedor en Cantabria en 2016 43
Figura 1.2.2.	Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2016 45
Figura 1.2.3.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cantabria (periodo 2009-2016) 46
Figura 1.2.4.	Evolución de la TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y nuevos en Cantabria (periodo 2009-2016) 46
Figura 1.2.5.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Cantabria (periodo 2009-2016) 47

Figura 1.2.6.	Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en Cantabria (periodo 2009-2016)	47
Figura 1.2.7.	El proceso emprendedor en Cantabria en 2016 según el motivo para emprender	48
Figura 1.2.8.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo para emprender	49
Figura 1.2.9.	Evolución de la TEA en Cantabria según el motivo para emprender (periodo 2009-2016)	50
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 2009-2016)	50
Figura 1.2.11.	Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2016	51
Figura 1.2.12.	Índice TEA por edades en Cantabria y España en el año 2016	52
Figura 1.2.13.	Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2016	53
Figura 1.2.14.	Evolución de la distribución por género en Cantabria (periodo 2011-2016)	53
Figura 1.2.15.	Índice TEA por género en Cantabria y España en el año 2016	54
Figura 1.2.16.	Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria en 2016	55
Figura 1.2.17.	Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2016, en función de la formación específica para emprender	55
Figura 1.2.18.	Influencia conjunta de las características demográficas sobre la TEA	57
Figura 1.2.19.	Procedencia de los fondos de financiación en Cantabria y España en el año 2016	59
Figura 1.3.1.	Distribución de la actividad emprendedora total (entre 0 y 42 meses) por sectores	61
Figura 1.3.2.	Distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores	62
Figura 1.3.3.	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras	63
Figura 1.3.4.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en 2016	63
Figura 1.3.5.	Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas	64
Figura 1.3.6.	Comparativa España y Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2016	64
Figura 1.3.7.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras	65
Figura 1.3.8.	Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas	65
Figura 1.3.9.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase emprendedora en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria	66
Figura 1.3.10.	Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Cantabria	67
Figura 1.3.11.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función del grado de competencia que afrontan en su mercado en Cantabria	68
Figura 1.3.12.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función del grado de competencia que afrontan en su mercado en Cantabria	68
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	69
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	70
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 en Cantabria	71

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 en Cantabria	71
Figura 1.3.17.	Porcentaje de iniciativas emprendedoras en función de su potencial estimado de expansión en su mercado	72
Figura 1.3.18.	Porcentaje de iniciativas consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado	72
Figura 1.3.19.	Evolución de la percepción de existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	73
Figura 1.3.20.	Evolución de la posesión de red social emprendedora	73
Figura 1.3.21.	Relación entre el indicador EEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita, comparativa Cantabria-Resto de España	74
Figura 2.1.	Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España y media de los países de la UE basados en la innovación, año 2016	89



ÍNDICE DE TABLAS

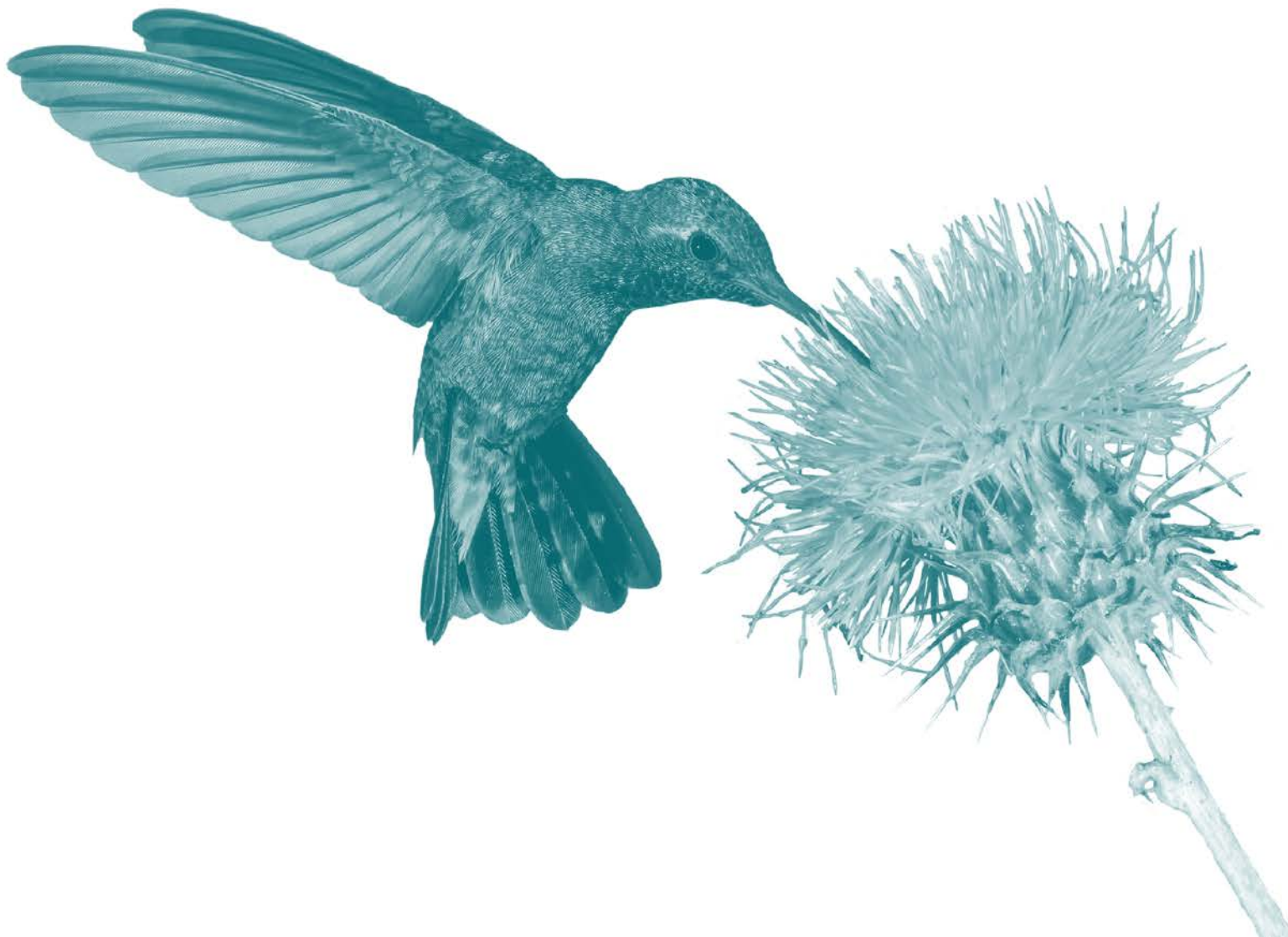


INDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 0.1.	Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria 18
Tabla 0.2.	Condiciones específicas del entorno 20
Tabla 1.2.1.	Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria 56
Tabla 1.2.2.	Evolución del índice TEA por tramo de renta en Cantabria en los años 2015 y 2016 56
Tabla 1.2.3.	Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria (periodo 2014-2016) 59
Tabla 1.3.1.	Clasificación de las empresas en función del número de empleados 62
Tabla 1.3.2.	Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años 65
Tabla 2.1.	Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (periodo 2015-2016) 79
Tabla 2.2.	Valoraciones de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (2016) 79
Tabla 2.3.	Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2015-2016 83
Tabla 2.4.	Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2015-2016 84
Tabla 2.5.	Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2015-2016 85
Tabla 2.6.	Valoraciones de lo expertos. Respuestas abiertas 86
Tabla 2.7.	Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, países de la UE y CCAA españolas en 2016 90



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.

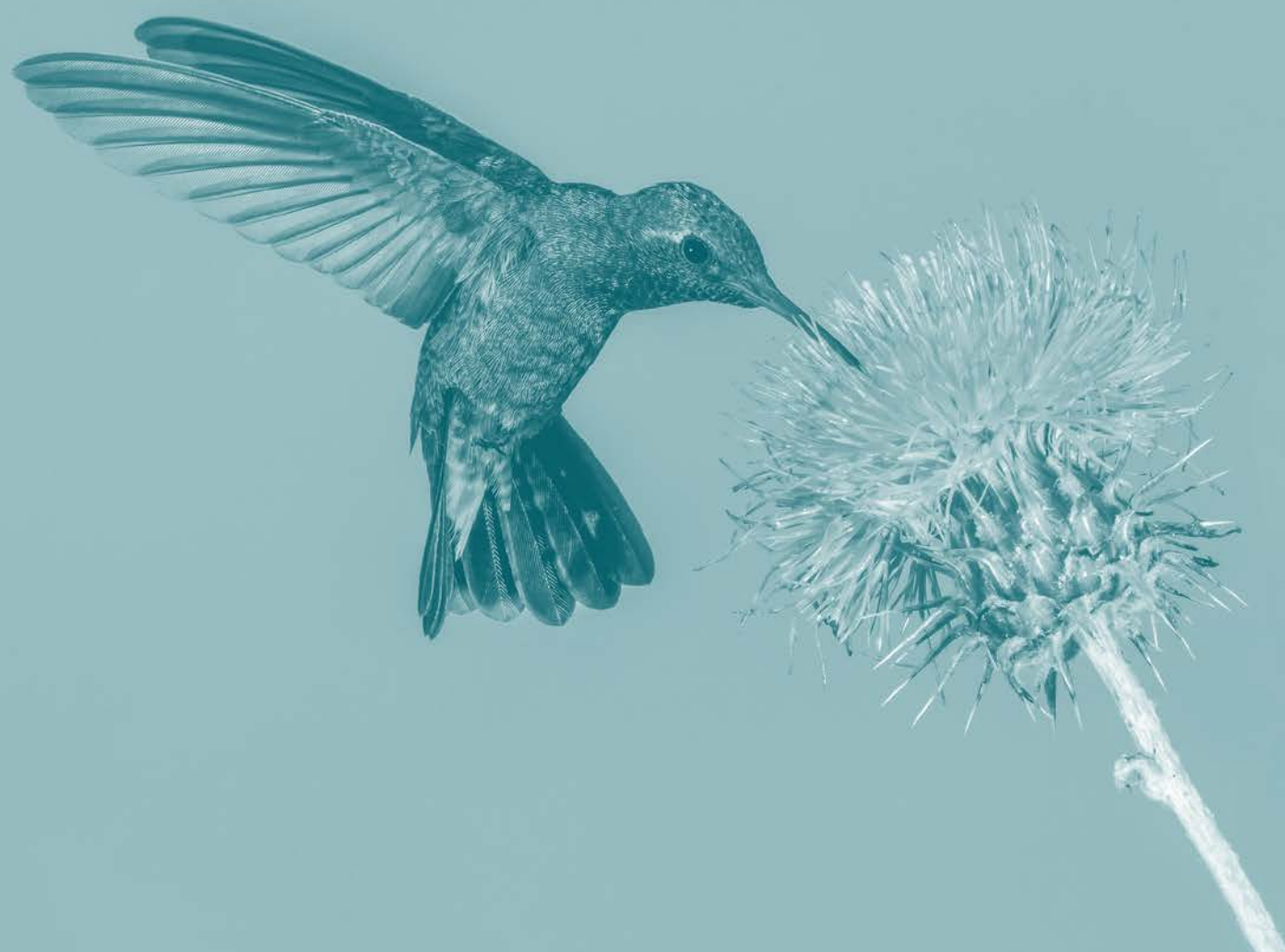
Emprendedor: persona que está inmersa en el proceso de creación de una empresa o en sus primeras fases de consolidación. Puede ser independiente o autónomo – si lo hace por cuenta propia –, o corporativo – si forma parte de su trabajo habitual como empleado de otra empresa.

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.

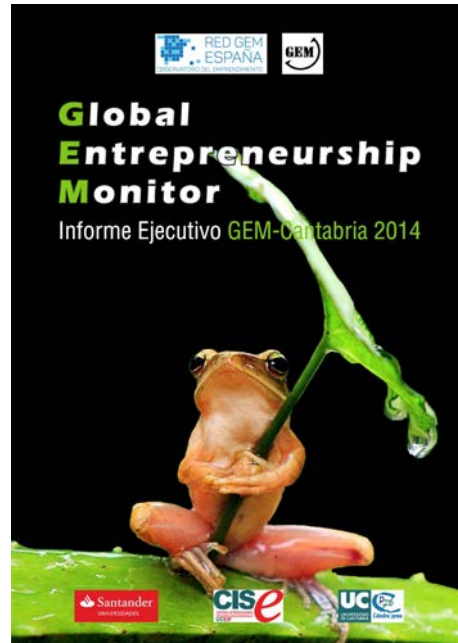
Tasa de Cierre de Negocios: porcentaje de personas entrevistadas que han disuelto en los últimos 12 meses alguna actividad empresarial que venían dirigiendo.



Otros informes publicados



GEM Cantabria 2015



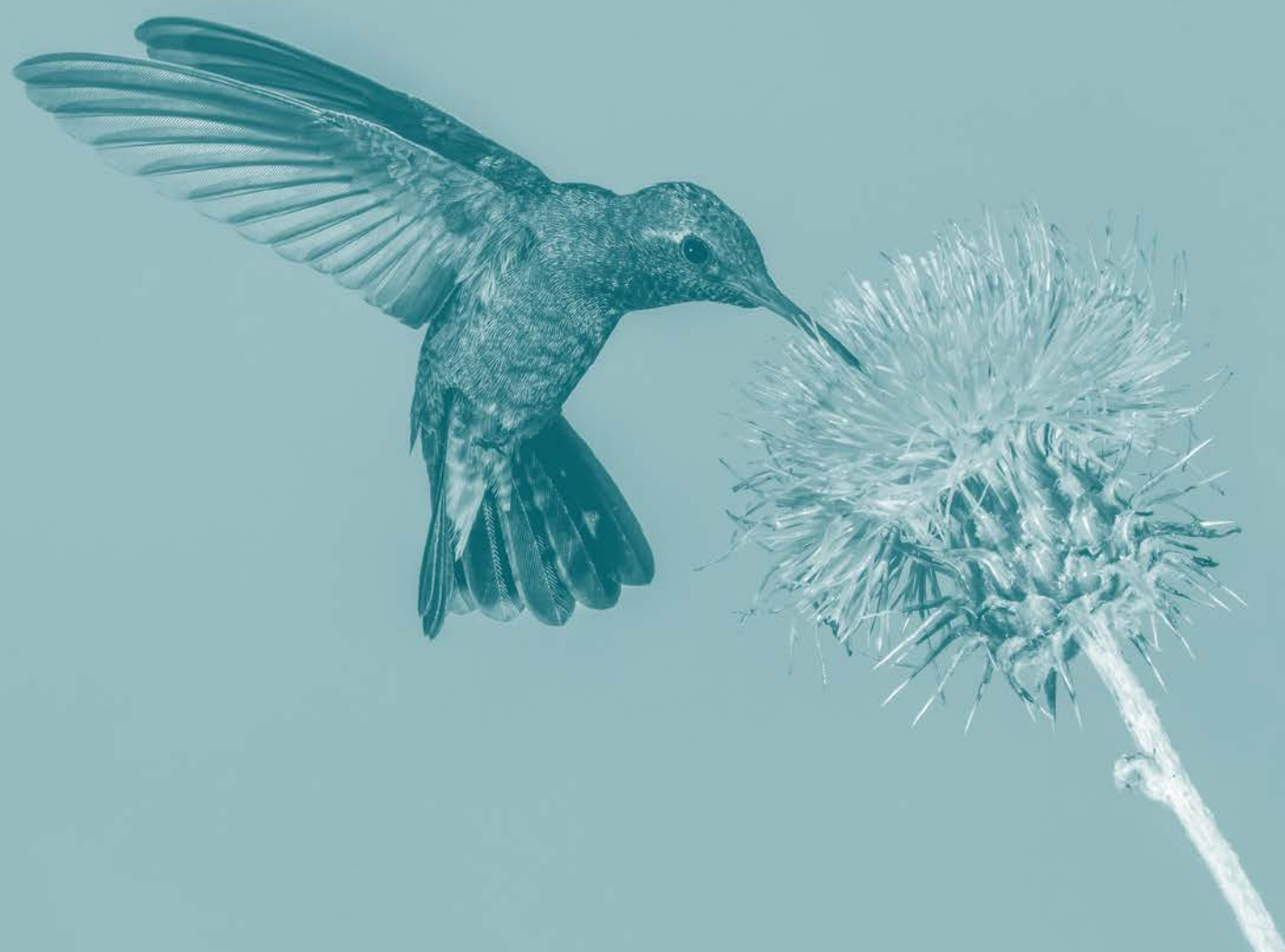
GEM Cantabria 2014



GEM Cantabria 2013



GEM Cantabria 2012



EQUIPO GEM ESPAÑA 2016

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



El estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM Cantabria 2016/17, 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 2016-2017, 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.

