

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo **GEM-Cantabria 2019/20**



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo **GEM-Cantabria 2019/20**

Equipo de investigación:

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Directora técnica)
Elsa Diez Busto
Carlos López Gutiérrez
Javier Montoya del Corte
Estefanía Palazuelos Cobo
Andrea Pérez Ruiz
Lidia Sánchez Ruiz



**Global Entrepreneurship Monitor.
Informe Ejecutivo GEM Cantabria 2019/20**

Autores

Ana Fernández Laviada (Directora)
Paula San Martín Espina (Directora técnica)
Elsa Diez Busto
Carlos López Gutiérrez
Javier Montoya del Corte
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

ISBN: 978-84-09-25353-1

Depósito Legal: SA-652-2020

ÍNDICE DE CONTENIDO

RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES GEM 2019/20	7
PRESENTACIÓN DEL INFORME GEM CANTABRIA 2019/20	13
CARTA SODERCAN	15
PROYECTO GEM: INTRODUCCIÓN Y MODELO TEÓRICO	17
BALANCE SCORECARD 2019	27
RESUMEN EJECUTIVO	29
EXECUTIVE SUMMARY	31
CAPÍTULO 1: EL FENÓMENO EMPRENDEDOR	33
1.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población cántabra	34
1.1.1. Introducción	34
1.1.2. Percepción de oportunidades	35
1.1.3. Posesión de red social emprendedora	36
1.1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	37
1.1.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender	38
1.1.6. Equidad en los estándares de vida vs. emprendimiento	39
1.1.7. Emprendimiento como opción profesional	40
1.1.8. Emprendimiento, estatus social y estatus económico	41
1.1.9. Difusión del emprendimiento en medios de comunicación	42
1.1.10. Facilidad de iniciar un negocio del emprendimiento	43
1.1.11. Análisis global de la influencia de los valores y actitudes sobre la tasa de actividad emprendedora	44
1.1.12. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento	44
1.1.13. Posicionamiento de Cantabria frente a España y Europa	45
1.1.14. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población desde la perspectiva de género	46
1.2. Actividad emprendedora y sus características	48
1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor	48
1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora	51
1.2.3. Motivación para emprender	52
1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor	54
1.2.5. Financiación de la actividad emprendedora naciente en Cantabria	61
1.2.6. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas de la actividad emprendedora	64
1.3. Características de las actividades emprendedoras en Cantabria	66
1.3.1. Introducción	66
1.3.2. Aspectos generales del negocio: sector de actividad	66
1.3.3. Aspectos generales del negocio: dimensión	66



1.3.4. Expectativas de crecimiento	68
1.3.5. Orientación innovadora	70
1.3.6. Orientación internacional	72
1.3.7. Actividad emprendedora en organizaciones existentes	73
CAPÍTULO 2. EL ENTORNO EMPRENDEDOR	77
2.1. Introducción	78
2.2. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria	79
2.3. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria	84
2.4. Benchmarking internacional y por Comunidades/Ciudades Autónomas sobre las condiciones del entorno para emprender	90
CAPÍTULO 3. INTENCIÓN Y COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN CANTABRIA	95
3.1. Introducción	96
3.2. Proyecto GUESSS	96
3.3. Descripción de la muestra	97
3.4. Intención emprendedora	98
3.4.1. Intenciones de elección laboral	98
3.4.2. Determinantes de la intención emprendedora	100
3.4.3. Comportamiento emprendedor	102
3.4.3.1. Emprendedores nacientes	102
3.4.3.2. Emprendedores activos	103
3.5. Conclusiones	103
3.6. Bibliografía	104
ÍNDICE DE FIGURAS	105
ÍNDICE DE TABLAS	111

RED ESPAÑOLA DE EQUIPOS REGIONALES

GEM 2019-2020

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Maribel Guerrero, José L. González-Pernía y Javier Montero (Equipo Dirección Técnica GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE Banco Santander
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José María Biedma Ferrer Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía Universidad de Cádiz
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Junta de Andalucía
Cádiz	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Juan Pablo Diánez González Noelia Franco Leal Julio Segundo Gallardo Carmen Virués Vega	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Córdoba	Universidad Loyola	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Joaquín García-Tapial Emilio Morales Fernández Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola Cátedra Andalucía Emprende
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana Bojica Francisco Javier Melero Rus Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez Lázaro Rodríguez Ariza	Universidad de Granada UGR Emprendedora Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortíz (Coordinadora) Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos Elia García Martí Manuel Aranda Ogáyar José García Vico María de la Paz Horno Bueno María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona	Universidad de Jaén Cátedra Andalucía Emprende
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez	Universidad de Málaga Junta de Andalucía



UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aida del Cubo José Fernández Serrano Inmaculada Jaén Figueroa	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata y Consuelo González Gil (Directores GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Director) Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández María Mitre Aranda	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias Capgemini
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell (co-director GEM Baleares) Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear
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, Conocimiento y Empleo
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora técnica) Elsa Diez Busto Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Innovación, Industria, Transporte y Comercio Santander Universidades
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. 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 y Nuria González Álvarez (Directores GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^a Ruiz Palomo	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Arias Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A
Comunidad Autónoma de Madrid	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 Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) Iván Soto de Andrés (Deusto Business School Madrid)	Comunidad de Madrid
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	Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Iberia-Air Nostrum Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo ALIGRUPO Catral Garden Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche



UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunió	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Sodiex Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature Fundecyt-PCTEX
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (AJE Galicia)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Marta Portela Maseda Jacobó Feás Vázquez Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema Nuria Calvo Babío (Univ. A Coruña) Lucía Rey Ares (Univ. A Coruña) Pilar Piñeiro García (Univ. Vigo) Alberto Vaquero García (Univ. Vigo) María Bobillo Varela (consultora independiente) Norberto Penedo Rey Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández Luciano Covelo Fandiño	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidade de Santiago de Compostela (USC) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Xunta de Galicia Secretaría Xeral de Universidades - Xunta de Galicia
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio Juan Manuel Dominguez Ortega Emma Juaneda	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Red GEM España

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes Gabriel Lozano Reina María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE Universidad de La Rioja King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martin Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra - CEIN
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea 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 Jon Hoyos Iñaki Peña David Urbano	Observatorio Vasco de Emprendimiento SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España





PRESENTACIÓN

La Universidad de Cantabria, por medio de su Cátedra Pyme, se incorporó en 2008 al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 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 2019/20 se ha contado con la participación de 54 países (50 realizaron la APS en plazo y otros 4 países aportaron la NES), 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.

GEM España se basa en una red universitaria, comprometida y emprendedora; con más de 180 investigadores de 30 universidades (acompañados de más de 90 instituciones por todo el territorio nacional) que profundiza en el conocimiento del fenómeno emprendedor, siendo la mayor red de universidades e investigadores en Emprendimiento en el país y probablemente en el mundo.

En 2019, la red completa ya desde 2017 y con la ayuda de CISE consiguió alcanzar el tamaño muestral de 23.300.

Este Informe GEM Cantabria 2019/20, 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 undécimo 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.

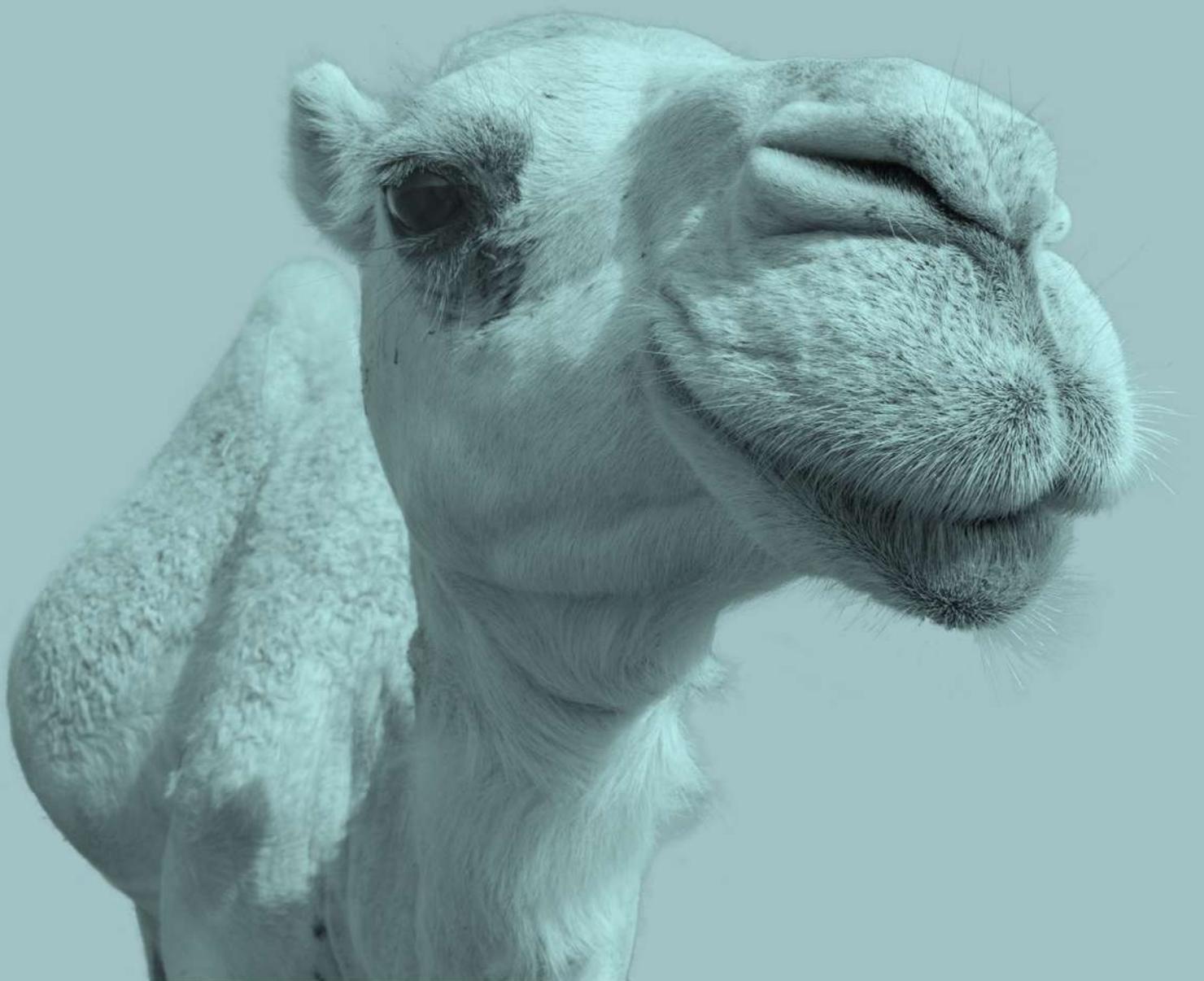
La incorporación a esta gran red internacional, que aporta conocimiento sobre la actividad emprendedora a nivel mundial, da respuesta a uno de los objetivos estratégicos de la Cátedra Pyme de la UC, que junto a la creación y desarrollo del Observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa de Cantabria (OpymeCan) 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 del Santander, y en el caso de este proyecto de la Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria, S.A. (SODERCAN) a quienes queremos reconocer públicamente por la confianza que han depositado en nuestro trabajo.

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





Como no podía ser de otra manera, y este año si cabe con mayor motivo, la Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria (SODERCAN) mantiene su compromiso y vinculación con el Proyecto GEM. Como agencia de desarrollo regional que somos, llevamos en nuestro ADN la promoción del emprendimiento para favorecer que ningún proyecto empresarial se quede sin apoyo para fructificar.

La crisis sanitaria, económica y social provocada por la pandemia nos ha obligado a modificar nuestro plan de actuación para este 2020, con el objetivo de amortiguar los lamentables efectos del COVID-19 en nuestro tejido productivo.

Así, durante este último año, sin abandonar nuestra actividad habitual relacionada con la innovación, el emprendimiento y la apertura de nuevos mercados, SODERCAN se ha alzado como una herramienta clave de todo el Gobierno y no solo de la Consejería de Innovación, Industria, Transporte y Comercio, para ayudar a la reactivación económica de nuestra Comunidad Autónoma.

Una gran responsabilidad que nos ha permitido estar en primera línea apoyando a aquellos sectores que se han visto más afectados por el estado de alarma, con iniciativas como los 'Cheques Resistencia' para autónomos y microempresas, y el 'Cheque Autónomo', que han supuesto más de 15.000 ayudas por un total de 14 millones de euros.

Gracias a un esfuerzo titánico de todos los trabajadores de SODERCAN, hemos conseguido sacar adelante estas ayudas urgentes sin olvidarnos de nuestra razón de ser y conscientes de que los emprendedores necesitan hoy más

que nunca de nuestro apoyo. Es por ello que hemos reforzado nuestros programas de fomento del emprendimiento, la innovación y la prospección de nuevos mercados.

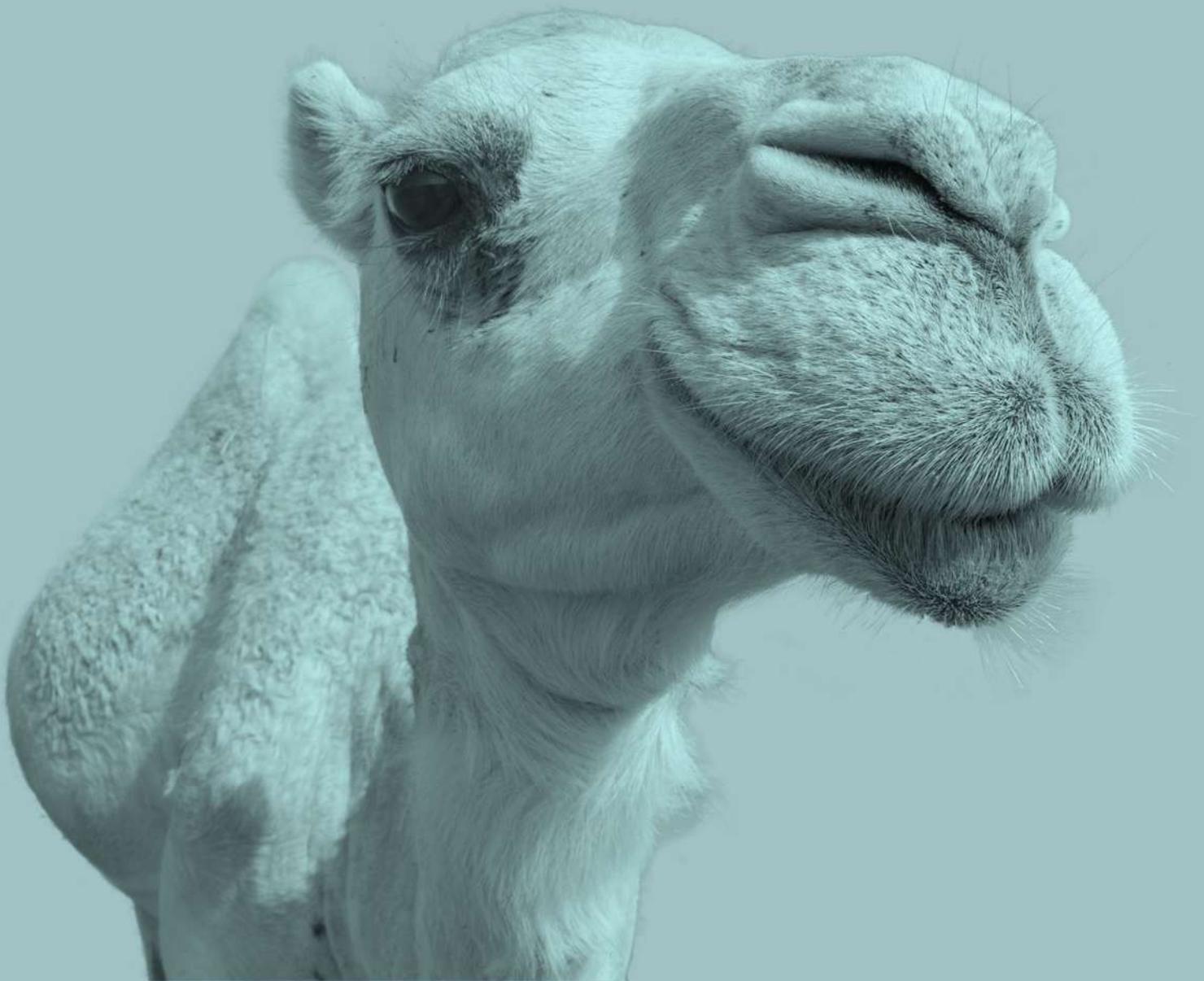
Y el próximo año comenzará a funcionar una aceleradora de empresas en la torre de energías renovables del Instituto de Hidráulica Ambiental, que gestionará la sociedad Parque Científico y Tecnológico. Queremos convertirla en referencia nacional en cuanto a procesos de aceleración empresarial en materias que tienen que ver con la digitalización, las nuevas tecnologías, el clouding, etc., y nos permitirá fijar talento y potenciar iniciativas que en este momento son embriones.

Por supuesto también hemos seguido trabajando de manera coordinada en el seno de diferentes redes y alianzas con instituciones pertenecientes a los diferentes ecosistemas emprendedores, tanto nacionales como internacionales. Una de ellas es el Foro ADR, que aglutina a todas las agencias de desarrollo regional de nuestro país y que preside SODERCAN, donde hemos abordado las perspectivas y nuevos escenarios en el ecosistema emprendedor post Covid-19.

En este contexto, consideramos fundamental colaborar con el Proyecto GEM que es el referente en la investigación del proceso de creación empresarial, para ahora más que nunca, conocer en profundidad cuál es la situación y el diagnóstico en este ámbito, y así amoldar nuestras políticas y actuaciones a los profundos cambios que estamos viviendo y a lo que la realidad objetiva nos demanda.

JAVIER CARRIÓN
Director General de SODERCAN





PROYECTO GEM: INTRODUCCIÓN Y MODELO TEÓRICO

0.1. INTRODUCCIÓN

El Informe Ejecutivo GEM Cantabria 2019/20 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 undécimo año consecutivo para Cantabria, permite, a través de una metodología consistente y testada a lo largo de su trayectoria en más de 3 millones de adultos de 115 economías, obtener una visión precisa del fenómeno emprendedor en Cantabria y poder hacer, además, una comparativa a nivel nacional e internacional.

El Proyecto GEM es el observatorio internacional de la actividad emprendedora más ambicioso hasta la fecha, contando este año con la participación de 54 países (aunque solo 50 pudieron entregar en tiempo la APS). Y es que aunque el Proyecto nació con vocación fundamentalmente académica, con el paso del tiempo y dada la amplitud de su ámbito geográfico y de la serie temporal disponible, se ha convertido en la fuente de información más completa y de referencia sobre el fenómeno emprendedor, siendo prueba de ello la demanda de datos comparativos por parte de la OCDE sobre algunos de sus apartados, especialmente el de formación emprendedora de la población, medida por primera vez para 38 naciones el año 2008.

La iniciativa nació en el año 1997 bajo el auspicio de la London Business School y el Babson College (Massachusetts, Estados Unidos). Posteriormente, en 2004, se fundó un

consorcio como organización sin ánimo de lucro, la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), con más de 60 equipos de investigación GEM creados en otros tantos países y manteniéndose con una participación regular de más de 50 en los últimos años. De este modo, el Proyecto GEM ha demostrado que la férrea voluntad de sus asociados puede mantener, aunque sea con gran esfuerzo, un amplio colectivo estable de investigadores volcados en la elaboración de información de calidad, caracterización, benchmarking y análisis de un objeto de estudio concreto: la actividad emprendedora.

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

Desde el primer informe global publicado en el año 1999, con 10 países desarrollados, se han editado 22 informes globales GEM, constituyéndose en la investigación de referencia a nivel mundial para tratar de mejorar la comprensión del fenómeno emprendedor, a través del análisis de las relaciones existentes entre las percepciones de los integrantes del proceso emprendedor, las características de la propia actividad emprendedora y el crecimiento económico de los distintos países y regiones.

Estos informes persiguen fundamentalmente tres objetivos:



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

España, adherida al Proyecto desde su apertura Global en el año 2000, ha desarrollado, creando una estructura similar a la del Proyecto Global bajo la dirección actualmente del Observatorio del Emprendimiento de España, un modelo de implantación y crecimiento del Proyecto que lo convierte en el más completo de todos cuantos

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

En la actualidad, España cuenta con 20 equipos territoriales con más de 180 investigadores. Por una parte, el equipo coordinador nacional, responsable de elaborar el informe a nivel nacional; y, por otra, 19 equipos autonómicos, responsables de elaborar los informes correspondientes a sus regiones. La aplicación de una metodología común para todos los países y regiones permite obtener una serie de indicadores homogéneos que garantizan a su vez la validez y el sentido de la comparación internacional de los resultados.

0.2. MODELO TEÓRICO

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

Su modelo teórico, establecido por los creadores del Observatorio, Michael Hay (London Business School), William D. Bygrave (Babson College), Paul Reynolds (Babson College) y Erkko Autio (Imperial College), ha sido modificado en varias ocasiones, a partir del avance en el conocimiento del fenómeno emprendedor que ha ido resultando de las investigaciones llevadas a cabo en el seno del Proyecto (Véase Figura 0.1).

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

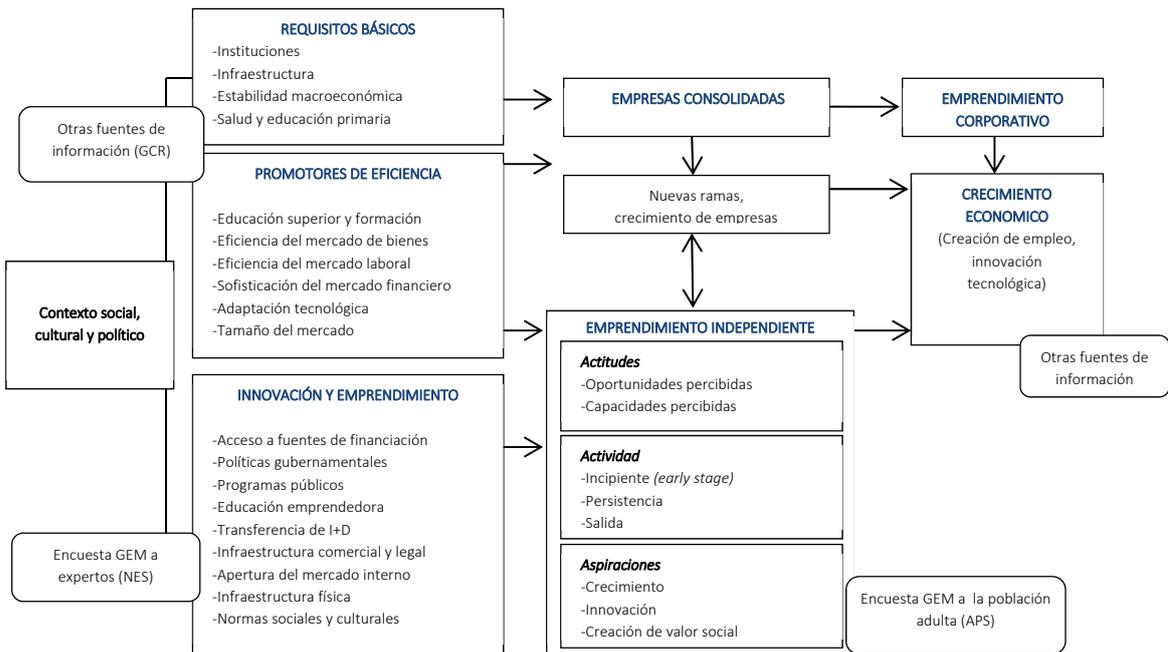
familiarizarnos con el funcionamiento de este círculo, resulta necesario conocer por lo menos (1) la opinión pública en general de una sociedad hacia el emprendimiento, (2) la información que nos pueda aportar el propio colectivo emprendedor y (3) las observaciones que puedan dirigirnos distintos agentes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

Una de las principales aportaciones del Proyecto GEM es la creación de un indicador de la actividad emprendedora conocido como Total 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.

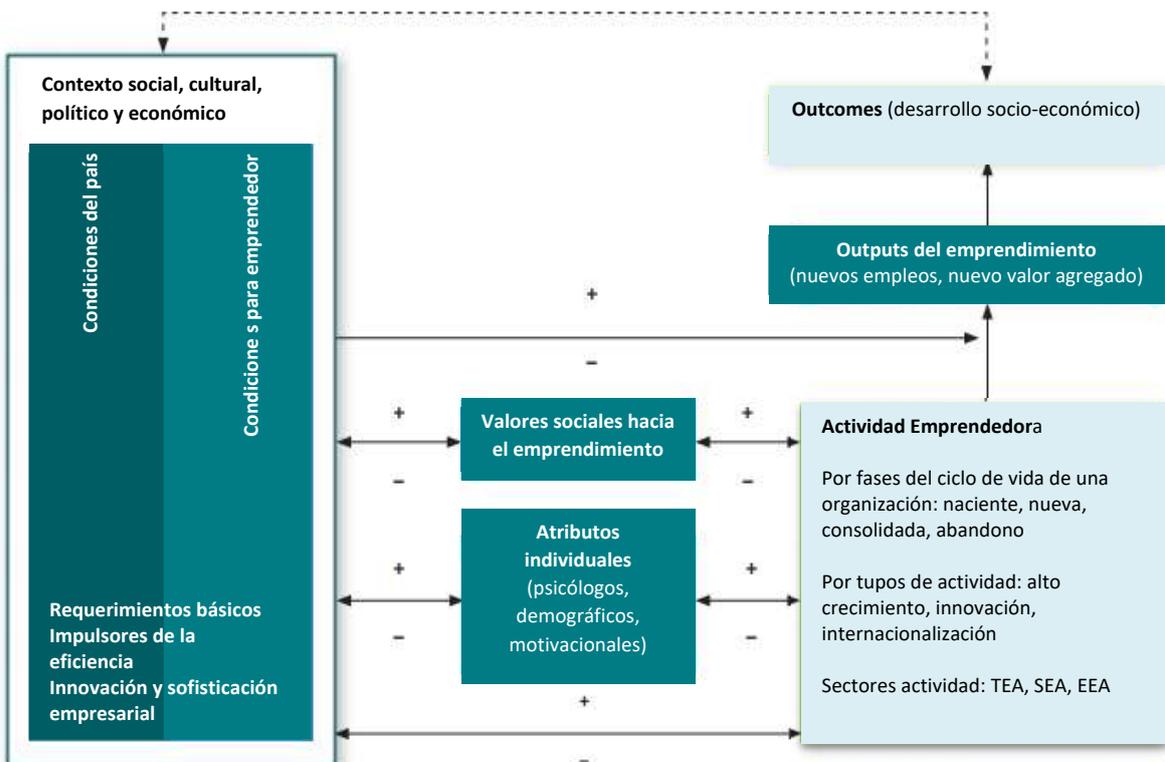
Para comprender el significado de este indicador, es imprescindible tener en cuenta la definición de emprendedor en el entorno GEM.

Figura 0.1. Marco teórico del GEM



Fuente: Informe GEM Global 2010

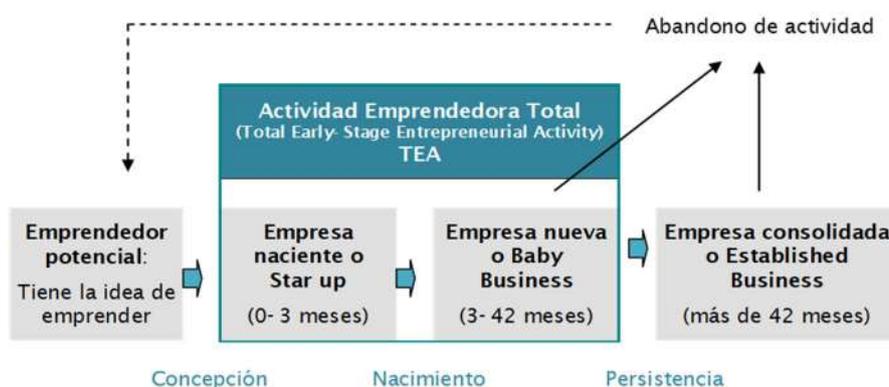
Figura 0.2. Marco teórico del GEM revisado



Fuente: Informe GEM Global 2015



Figura 0.3. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



En este contexto, GEM mide la actividad emprendedora como porcentajes de iniciativas declaradas por personas de 18 a 64 años que se hallan en alguna de las fases del proceso emprendedor que se recogen en la Figura 0.3.

Por tanto, bajo el enfoque adoptado por el Proyecto GEM, el índice TEA o Total 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 0.3., en la que se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

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

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

exploratoria con los del registro de empresas DIRCE.

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

Desde el año 2000, se ha podido observar que las tasas de actividad emprendedora más elevadas corresponden a países y territorios en vías de desarrollo en los cuales, una buena parte de la población tiene que emprender por falta de otras alternativas de trabajo, es decir, por necesidad (Angola, Líbano, Guatemala y otras naciones). Otros territorios tienen tasas notables de actividad emprendedora debidas a la propia tradición empresarial de su población (Estados Unidos, Canadá y otros). También se observan tasas notables allí donde las políticas públicas han proporcionado un amplio impulso a los emprendedores o donde la propia población ha comprendido que era necesario evitar la despoblación, cambiar la mentalidad laboral y avanzar en el propio desarrollo. En

cambio, en los países y territorios desarrollados se aprecian tasas de actividad emprendedora moderada porque la mayor parte del empleo está todavía en manos de los organismos públicos o de grandes empresas que ofertan mucho empleo.

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

España está clasificada como una economía de renta alta, al igual que el resto de países desarrollados de la UE. Tener en cuenta esta clasificación es fundamental para interpretar los indicadores GEM, puesto que los países con tasas de emprendimiento más alta son, en general, los menos desarrollados, como consecuencia del mayor peso del emprendimiento por necesidad.

0.3. FICHA TÉCNICA

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

Para la realización del informe regional de Cantabria se han realizado 1.000 entrevistas, alcanzando éstas las 23.300 para toda España y cerca de 150.000 para los 50 países participantes en el APS del Informe Global GEM del año 2019/20. La Tabla 0.1. resume la ficha técnica de la encuesta en Cantabria y la fiabilidad de las estimaciones.

1. Encuesta a la población adulta

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

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

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

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



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

Universo	Población residente en Cantabria de 18 a 64 años
Población objetivo	362.352 individuos
Muestra	1.000 individuos
Margen de confianza	95 %
Error de la muestra	± 3,09% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Periodo de realización de encuestas	Junio-Julio de 2019
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Grabación y creación de base de datos	Instituto Opinòmetre

- Se evitan los problemas de encuesta directa, como son las barreras físicas (porterías, por ejemplo), u otros motivos que pueden elevar la tasa de no respuesta, como pueden ser la intimidación o la desconfianza.

El universo objeto de estudio fue definido como todas las personas, con edad comprendida entre los 18 y los 64 años, un total de 362.352 personas para Cantabria. Para la estratificación y selección final de la muestra, además de la variable provincia, también se establecieron cuotas teniendo en cuenta los siguientes criterios externos: variable hábitat (urbano/rural), variable edad y variable sexo. Para la codificación y procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS v.15.

Los datos extraídos de la encuesta a 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 2019 y se les pregunta sobre las nueve condiciones principales del entorno que según la literatura están relacionadas con la actividad emprendedora:

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

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

condiciones más que sirven para la codificación de las respuestas del panel de expertos en las entrevistas semiestructuradas.

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

Los expertos elegidos responden a entrevistas personales en las que expresan sus opiniones sobre el contexto regional para emprender y muestran las políticas que según ellos habría que realizar para aumentar la capacidad empresarial de cada región. De este modo, las

encuestas realizadas a los expertos presentan dos partes diferenciadas: una primera parte formada por preguntas cerradas, en las que mediante una escala de Likert de 10 puntos se valoran diferentes afirmaciones sobre las condiciones del entorno del emprendedor; y una segunda parte formada por tres preguntas abiertas, en las que el experto tiene que indicar su opinión sobre los tres principales obstáculos, apoyos y recomendaciones que ve a la hora de emprender en Cantabria.

3. Fuentes secundarias

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

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

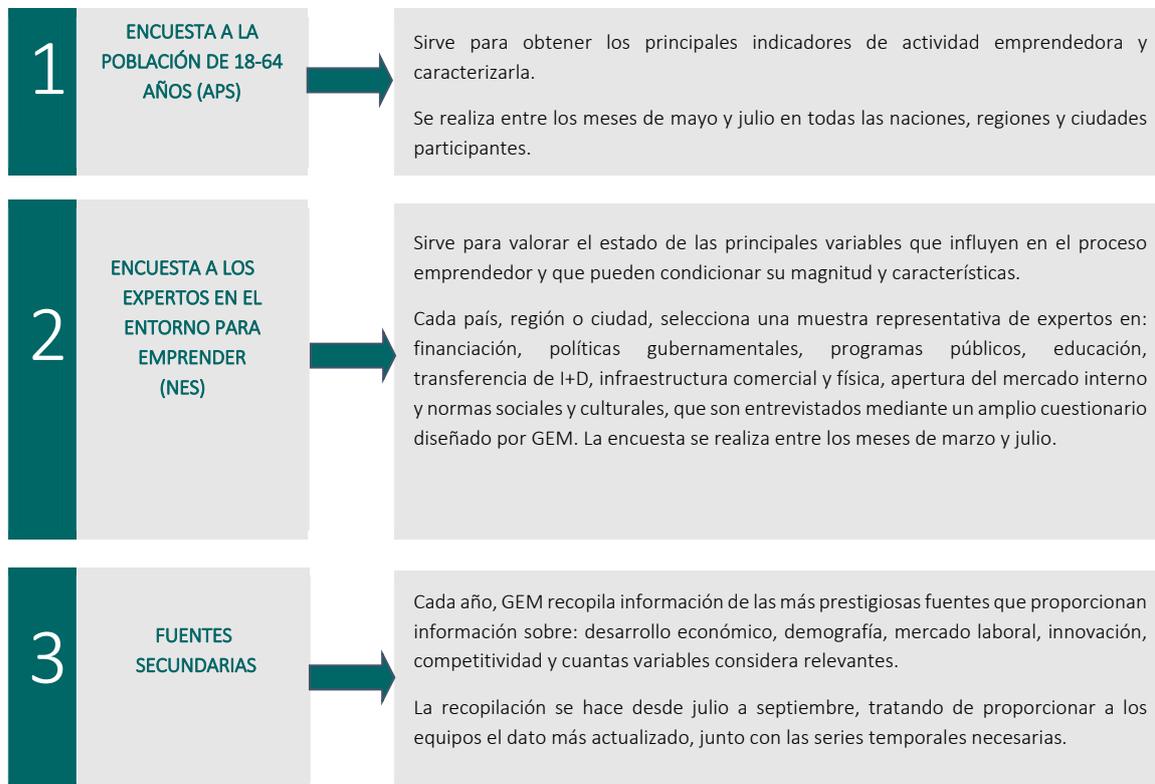


Tabla 0.2. Condiciones específicas del entorno

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

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

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

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

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

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

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

LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES: se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o

actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y de la riqueza.

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

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

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

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

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

0.4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad emprendedora total o 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.

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





BALANCE SCORECARD 2019

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	Cantabria	España
Conoce a otras personas que hayan iniciado un negocio o se hayan convertido en autoempleados en los 2 últimos años	44,3%	42,1%
Percibe oportunidades para emprender para iniciar un negocio en el área en que usted vive en los próximos seis meses	32,8%	36,1%
Posee el conocimiento, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha o iniciar un nuevo negocio.	52,6%	50,8%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	55,3%	55,1%
Considera de la mayoría de población española preferiría tener el mismo nivel de vida	70,3%	69,0%
Percibe que en Cantabria/España es fácil iniciar un negocio	33,6%	38,5%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	8,3%	8,1%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,1%	1,6%
Ha actuado como inversor informal o como <i>business angel</i>	3,7%	3,3%

TEA: Porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	Cantabria	España
TEA Total	7,0%	6,1%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,6%	6,0%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	7,4%	6,3%

Distribución del TEA		
TEA - para marcar una diferencia en el mundo	71,3%	49,4%
TEA - para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	76,8%	59,5%
TEA - para continuar una tradición familiar	13,3%	13,4%
TEA - para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	47,3%	42,3%
TEA del sector extractivo o primario	5,8%	4,7%
TEA del sector transformador	24,9%	20,5%
TEA del sector de servicios a empresas	26,7%	33,6%
TEA del sector orientado al consumo	42,6%	41,2%
TEA sin empleados	57,1%	46,5%
TEA de 1-5 empleados	38,3%	40,7%
TEA de 6-19 empleados	4,6%	10,7%
TEA de 20 y más empleados	0%	2,2%
TEA iniciativas con bajo nivel tecnológico	94,4%	90,4%
TEA iniciativas con medio nivel tecnológico	4,2%	5,5%
TEA iniciativas con alto nivel tecnológico	1,4%	4,1%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	29,8%	23,9%
TEA innovación en producto	45,1%	33,9%
TEA innovación en proceso	36,0%	29,7%



EEA: Porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas (intra)empresariales	Cantabria	España
Población (intra)empresarial	2,6%	2,8%
Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)empresariales en los últimos 3 años	1,4%	1,7%
Población que actualmente desarrolla y lidera iniciativas (intra)empresariales	1,3%	1,5%
Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema empresarial español (Escala Likert 1-10)	Cantabria	España
Financiación para empresarios	3,6	4,9
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,3	5,3
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	4,1	5,2
Programas gubernamentales	5,2	6,0
Educación y formación empresarial etapa escolar	3,5	2,7
Educación y formación empresarial etapa post escolar	5,3	5,4
Transferencia de I + D	4,2	5,3
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	5,4	6,0
Dinámica del mercado interior	3,8	5,3
Barreras de acceso al mercado interno	4,5	5,0
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	6,8	7,0
Normas sociales y culturales	5,1	5,2

RESUMEN EJECUTIVO

En 2019, Cantabria se posiciona como la cuarta Comunidad Autónoma, con el mayor porcentaje de emprendedores en fase inicial, después de Cataluña, Castilla León y Madrid. La **tasa de actividad emprendedora (TEA)** en Cantabria, ha aumentado un 15% con respecto al 2018, alcanzándose por primera vez desde que se elabora este informe el 7% y posicionándose a casi un punto de la TEA española que es 6,1%. Este aumento se debe al incremento tanto del porcentaje de emprendedores nacientes que pasó del 2,7% al 3,2% como del porcentaje de emprendedores nuevos que pasaron del 3,4% al 3,8%.

El factor que mayor importancia relativa muestra sobre la TEA es el poseer los **conocimientos, habilidades y experiencia en emprendimiento**, haciendo que la probabilidad de emprender sea 5 veces mayor entre aquellos que los poseen.

La motivación más importante para los emprendedores en fase inicial (nuevos y nacientes) es crear riqueza o una renta más alta (76,8%), marcar una diferencia en el mundo (71,3%), ganarse la vida porque el trabajo escasea (47,3%) y continuar con una tradición familiar (13,3%).

La **edad media** de los emprendedores en fase inicial en 2019 se sitúa en los 42 años siendo la franja de edad comprendida entre 25 y 34 años donde en Cantabria se concentra el mayor porcentaje de emprendedores. La **brecha de género casi desaparece** siendo del 52,9% en el caso de los varones y 47,1% en el de las mujeres. El 51,1% tiene estudios superiores y el 42,9% ha recibido formación específica para emprender. Además, se observa que las personas con formación superior tienen 3,5 veces mayor probabilidad de emprender que aquellas con menores niveles de educación. El nivel de ingresos de los emprendedores aumenta siendo el porcentaje mayor el tercio de emprendedores que se sitúa en el **nivel superior de ingresos** (65,4%).

La mayoría de las iniciativas emprendedoras en Cantabria (42,6%) se sitúan en el **sector orientado al consumo**. La mayoría de las iniciativas emprendedoras cántabras presentan una dimensión de **microempresa**. Las **expectativas de creación de empleo** siguen siendo poco ambiciosas ya que la mayoría (45,6%) estima que apenas generará entre 1 y 5 empleos en los próximos 5 años. La mayoría se considera **no innovadora** tanto en su producto o servicio (54,9%) como en sus procesos (64%). Por último, y en la misma línea la mayoría sigue **sin exportar**, pero la situación mejora en el caso de las iniciativas consolidadas.

El porcentaje de personas involucradas en actividades **intra emprendedoras (EEA)** es del 1,3%, inferior a la media

nacional que en 2019 es de 1,7%, y se sitúa en la media de la mayoría de Comunidades Autónomas con niveles de PIB parecidos como Castilla y León, Comunidad Valenciana y Asturias.

Las necesidades de financiación en términos del **capital medio** necesario para iniciar un proyecto emprendedor en Cantabria en 2019 estaban en 168.087 euros. Los datos del **capital semilla** obtenidos indican que éste varía entre los 300 y el millón de euros. La mediana se sitúa en 48.782 y la moda sube a los 60.000, lo que significa que los proyectos iniciados en la región son mucho más ambiciosos que en 2018 y que en España donde la moda se sitúa en 10.000. En Cantabria el 3,7% de la población ha actuado como **inversor informal** (tipo Business Angel) incrementando el 3% del 2018 pero aportando de media unos de 10.000 euros, aunque los importes son muy variables.

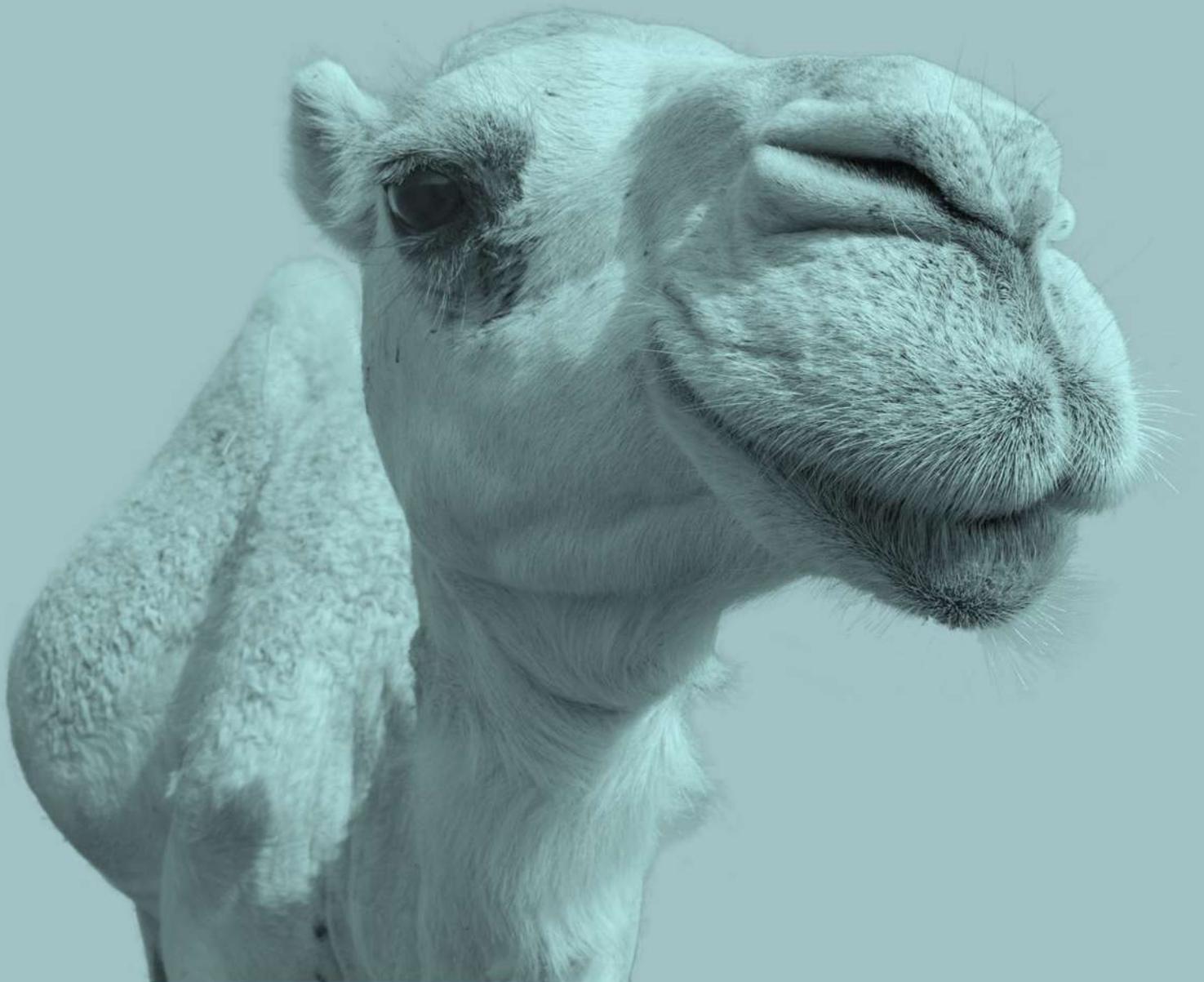
El porcentaje de cántabros que **percibe la existencia de oportunidades** para emprender es del 32,8%, siendo sensiblemente mayor entre quienes están involucradas en un proceso emprendedor. La edad y la formación para emprender son las variables que influyen significativamente en esa percepción, teniendo estos últimos 1,4 veces más probabilidad de percibir oportunidades que los que no la tienen.

En opinión de los expertos, entre las **condiciones del entorno que favorecen** el emprendimiento mejor valorados se encuentran el acceso a la infraestructura física y comercial y la educación emprendedora post escolar. En el año 2019 los tres factores que obtuvieron la peor valoración siempre por debajo del 3 fueron: la dinámica del mercado interno, la financiación y la educación emprendedora en etapa escolar. Sin embargo, la opinión ha vuelto a mejorar ligeramente en el caso de la educación y la financiación.

El **principal obstáculo** para emprender en Cantabria son las políticas gubernamentales junto a las normas sociales y culturales.

Entre los **factores que** según los expertos más pueden **apoyar** al emprendimiento se encuentran las políticas gubernamentales y la educación y formación. Por último, en lo referido a los **factores que los expertos recomiendan** que podrían favorecer y promover la actividad emprendedora destacan: mejores políticas gubernamentales y cambios en la educación y formación.





EXECUTIVE SUMMARY

In 2019, Cantabria is positioned as the fourth Autonomous Community with the highest percentage of early-stage entrepreneurs, behind Catalonia, Castille and Leon, and Madrid. The **Total Entrepreneurial Activity (TEA) in Cantabria** has increased by 15% compared to 2018, having reached a 7% rate for the first time since this report was first drafted and positioning itself almost one point higher than the Spanish TEA, which is 6.1%. This growth is due to an increase in both the percentage of nascent entrepreneurs, which went from 2.7% to 3.2%, and the percentage of new entrepreneurs, which went from 3.4% to 3.8%.

The factor that shows the greatest relative importance for TEA is having **knowledge, skills and experience in entrepreneurship**, making the probability of entrepreneurship 5 times higher among those who have these qualities.

The most important motivation for early-stage entrepreneurs (new and nascent) is to create wealth or a higher income (76.8%), to make a difference in the world (71.3%), to earn a living because work is scarce (47.3%) and to continue with a family tradition (13.3%).

The **average age** of early-stage entrepreneurs in 2019 is 42, with the highest percentage of entrepreneurs in Cantabria being concentrated in the 25 to 34 age group. The **gender gap has almost disappeared**, being 52.9% in the case of men and 47.1% in the case of women. 51.1% have completed their higher education and 42.9% have received specific entrepreneurial training. It is also observed that people with higher education are 3.5 times more likely to start a business than those with lower levels of education. The income level of entrepreneurs increases, with the highest percentage being a third of entrepreneurs in the **highest income level** (65.4%).

Most of the entrepreneurial initiatives in Cantabria (42.6%) are located in the **consumer-oriented sector**. Most Cantabrian entrepreneurial initiatives have a **micro-business** dimension. The **expectations for employment** creation remain unambitious, since the majority (45.6%) estimate that it will only generate between 1 and 5 jobs in the next 5 years. Most of them consider themselves **non-innovative**, both in their product or service (54.9%) and in their processes (64%). Finally, and along the same lines, the majority still **do not export**, but the situation has improved in the case of consolidated initiatives.

The percentage of people involved in **Entrepreneurial Employee Activity (EEA)** is 1.3%, which is lower than the national average, which in 2019 was 1.7%, falling within the average of the majority of Autonomous Communities with similar GDP levels like Castille and Leon, Community of Valencia and Asturias.

Financing needs in terms of **average capital** required to start an entrepreneurial project in Cantabria in 2019 was 168,087 euros. The data obtained for **seed capital** indicate that it varies between 300 euros and 1,000,000 euros. The median stands at 48,782 and the mode rises to 60,000, which implies that the projects initiated in the region are much more ambitious than in 2018 and also than in Spain, where the mode is 10,000. In Cantabria, 3.7% of the population has acted as an **informal investor** (Business Angel type), increasing by 3% compared to 2018, but contributing an average of 10,000 euros, although the amounts are highly variable,

The percentage of Cantabrians who **perceive the existence of opportunities** to become an entrepreneur is 32.8%, being significantly higher among those who are involved in an entrepreneurial process. Age and entrepreneurial training are the variables that significantly influence this perception, and those with entrepreneurial training are 1.4 times more likely to perceive opportunities than those who do not have it.

According to experts, access to physical and commercial infrastructure and post-school entrepreneurial education are included in the **best valued framework conditions** that favour entrepreneurship. In 2019, the three factors that obtained the worst rating, always below 3 were: the dynamics of the internal market, financing and entrepreneurial education during the school stage. However, in the case of education and financing, the rating has again improved slightly.

The **main constraint** for entrepreneurship in Cantabria is government policies together with social and cultural norms.

Government policies and education and training 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 stand out: better government policies and changes in education and training.



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

CAPÍTULO 1

El fenómeno emprendedor



CAPÍTULO 1.

EL FENÓMENO EMPRENDEDOR

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

1.1.1. Introducción

Desde hace mucho tiempo en nuestro país y en el resto del mundo se reconoce explícitamente la importancia que tienen los aspectos psicológicos, sociales y culturales que impulsan el desarrollo de conductas emprendedoras en la población. En este contexto, el primer capítulo del informe se centra en describir y analizar algunas de las principales variables psicosociales relacionadas con la intención emprendedora de los individuos de Cantabria, de tal manera que se pueda identificar el estado actual del proceso emprendedor en la región.

Concretamente, se analizan los valores, percepciones y actitudes emprendedoras tanto del individuo como de la sociedad que le rodea, materializados en aspectos como la percepción de oportunidades, la posesión de red social emprendedora, el desarrollo de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender, el temor al fracaso o el estatus social y económico, entre otros.

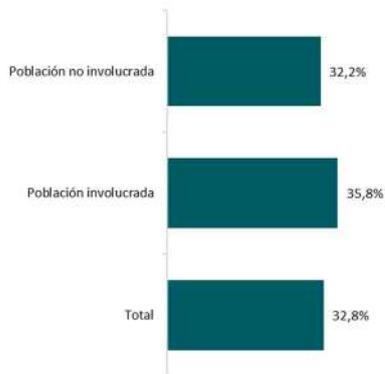
A efectos metodológicos, el análisis adopta la metodología GEM para medir las percepciones de la población cántabra de 18 a 64 años. La presentación de resultados muestra, en primer lugar, el análisis general del conjunto de la población cántabra, a través de los valores totales reflejados en cada una de las figuras expuestas en el Capítulo. En segundo lugar, se

muestra igualmente el análisis comparativo de la población involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor en Cantabria. En este sentido, y siguiendo la nomenclatura GEM, mientras la población *involucrada* se define como el conjunto de personas que están iniciando un negocio o son propietarias de negocios ya establecidos, la población *no involucrada* representa al conjunto de personas que no están relacionadas de ninguna manera con una actividad empresarial concreta.

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

Para ello, se ha realizado un análisis que permita determinar cómo esas características personales influyen en la probabilidad de poseer cada uno de los rasgos emprendedores. Esta influencia se expresa a través de la Odd ratio, que indica la variación en la probabilidad de que se manifiesten los rasgos emprendedores en función de las características analizadas, es decir, cuántas veces es más probable que aparezca el rasgo analizado si se tiene cada una de las características personales. Para su

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



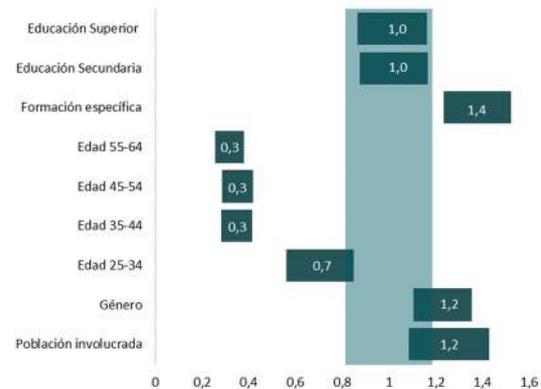
representación se utiliza un gráfico de cajas (Box-plot), gráfico que consiste en una caja rectangular cuyo tamaño muestra el recorrido intercuartílico (los valores entre el primer y tercer cuartil), además del valor de la Odd ratio media.

1.1.2. Percepción de oportunidades

En primer lugar, se analiza el volumen de población cántabra que percibe oportunidades sólidas para emprender en un plazo corto de tiempo, concretamente en los próximos seis meses. En este sentido, se entiende que la identificación de una oportunidad de negocio representa la etapa más esencial de todo el proceso emprendedor, ya que puede ser uno de los pasos previos para crear nuevas empresas en el mercado. Por ello, conocer las percepciones que tiene la población sobre dichas oportunidades resulta de vital importancia. En este sentido, el proyecto GEM permite conocer el porcentaje de población de 18 a 64 años que en cada región española percibe oportunidades emprendedoras que podrían materializarse en la creación de un nuevo negocio en su entorno en el plazo máximo de seis meses.

En la edición GEM Cantabria 2019/20, los resultados del análisis (Figura 1.1.1.) muestran que un 32,8% de la población cántabra percibe oportunidades sólidas para emprender en un

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



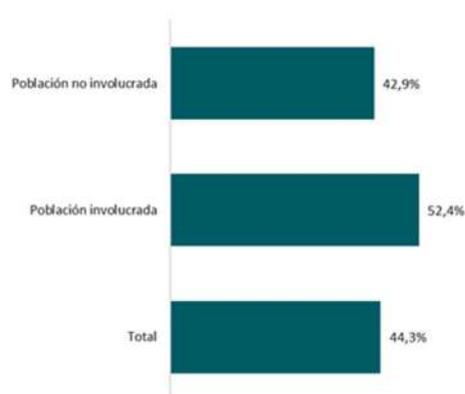
futuro próximo, siendo este porcentaje sensiblemente mayor entre la población involucrada (35,8%) en comparación con la población sin vinculación con el emprendimiento (32,2%).

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

Como se puede observar, son dos las características personales que influyen de



Figura 1.1.3. Posesión de red social emprendedora



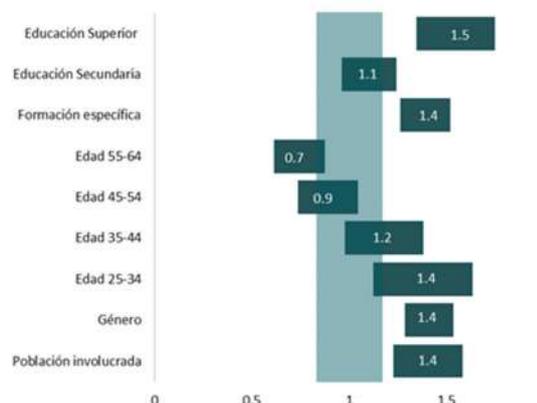
manera significativa en la percepción de oportunidades para emprender. La primera es la edad, en donde se observa que a partir de 35 años se reduce sustancialmente la percepción de oportunidades para emprender (tienen 0,3 veces menos probabilidad de percibir oportunidades, es decir, la probabilidad es un 70% menor). La segunda variable relevante es la formación específica para emprender, puesto que la población con este tipo de formación tiene mayor probabilidad de percibir oportunidades, siendo en este caso la diferencia de un 40% (1,4 veces mayor que en el caso de los que no tienen esa formación).

Finalmente, se observa que la percepción de oportunidades no se ve influida ni por el género ni por el nivel de educación no específica, y tampoco se observa una diferencia significativa para el caso de la población involucrada.

1.1.3. Posesión de red social emprendedora

Como un segundo factor relevante a la hora de comprender el fenómeno emprendedor en Cantabria, en este informe se incluye un breve análisis sobre la denominada posesión de red social emprendedora por parte de la población de la región. En este sentido, la posesión de red social emprendedora hace referencia a las habilidades de networking

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

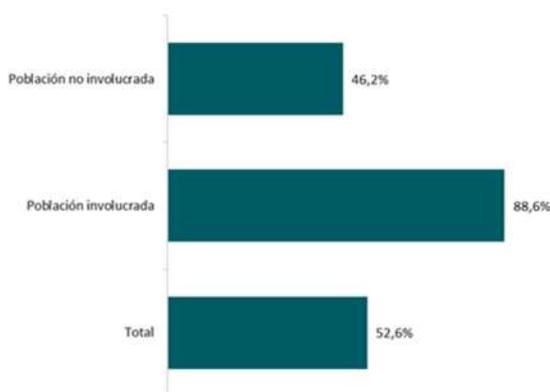


desarrolladas por la población de Cantabria, que se considera un elemento especialmente valioso para el fomento del emprendimiento gracias a la generación de contactos con otros emprendedores y/o agentes económicos relevantes para el desarrollo del proyecto emprendedor personal. Por tanto, la posesión de red social emprendedora se posiciona como una de las claves que ayuda, motiva y guía las intenciones de los nuevos emprendedores.

En Cantabria, las cifras indican que un 44,3% de la población total de la región afirma poseer una buena red social emprendedora (Figura 1.1.3.). Nuevamente, y como sucedía al estudiar la percepción de oportunidades a seis meses, el volumen de individuos que indica poseer un buen networking es mayor entre la población involucrada en emprendimiento (52,4%) que entre la población no involucrada (42,9%).

Por lo que respecta a la caracterización de las personas que poseen una red social emprendedora, la Figura 1.1.4. presenta las características personales que la definen. En este caso, se observa que la población involucrada presenta mayor probabilidad de poseer una red social emprendedora que la no involucrada (1,4 veces más, es decir, una probabilidad un 40% superior), lo que viene a confirmar las diferencias encontradas en la Figura 1.1.3. Esta diferencia reafirma la relevancia que los emprendedores le confieren

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



a la red social y al contacto con otros agentes vinculados a la actividad emprendedora.

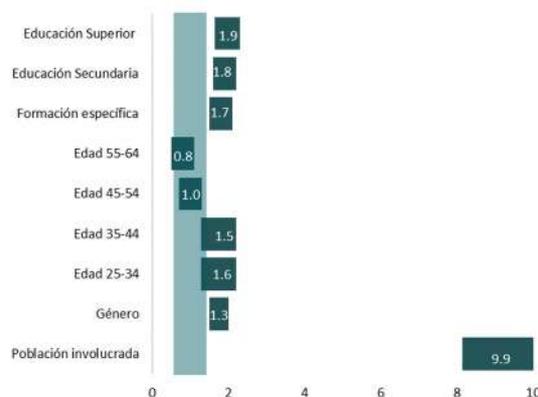
En relación con el género, se observa que los hombres también tienen mayor probabilidad de tener una red social emprendedora, con una diferencia similar del 40% (los hombres tienen 1,4 veces más probabilidad que las mujeres).

Finalmente, se observa que aquellas personas que tienen una formación específica para emprender también poseen mayores probabilidades de tener una red social emprendedora (1,4 veces más). Sin embargo, en el caso de los niveles de educación no específicos estas diferencias solo se observan en el caso de los que tienen un nivel de educación superior, que presentan 1,5 veces mayor probabilidad que el resto de la población.

1.1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

El capital humano de la persona es otro elemento importante a la hora de motivar la intención de crear empresas entre los emprendedores, por lo que en este informe se estudia como tercer elemento clave para comprender la intención emprendedora de la población cántabra.

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



Por capital humano se entiende el conjunto de conocimientos, habilidades y experiencias previas acumuladas por un individuo a lo largo de su vida, ya sea a través de procesos educativos o de la mera experiencia con la que éste cuenta para la creación y desarrollo de determinadas actividades. En el ámbito concreto del emprendimiento, es bien sabido que hay personas que están mucho más preparadas que otras para afrontar los retos emprendedores y, por tanto, pueden afrontar en mejores condiciones no solo la creación de negocios sino también la consolidación de los mismos a lo largo del tiempo.

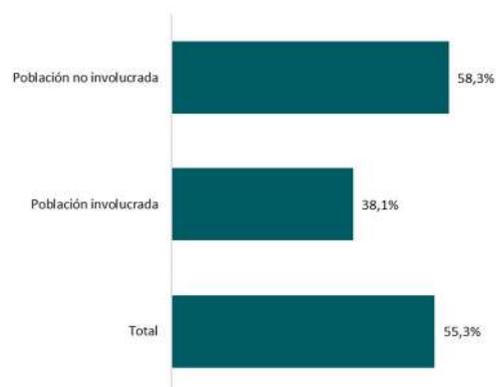
El proyecto GEM incluye una pregunta en esta dirección, en la que se consulta a la población, tanto involucrada como no involucrada en emprendimiento, sobre la percepción que tiene de sus propios conocimientos, habilidades y experiencia previa en esta materia. Los resultados del análisis se muestran en la Figura 1.1.5.

Los resultados del análisis muestran que un 52,6% de la población total de Cantabria reconoce poseer un buen nivel de conocimientos, habilidades y experiencia emprendedora para iniciar un negocio.

Además, como era de esperar, el porcentaje se dispara cuando se consulta a la población de la región involucrada en actividades



Figura 1.1.7. Temor al fracaso como obstáculo para emprender



emprendedoras. En este caso, hasta un 88,6% de individuos de este colectivo indican poseer un buen capital humano en materia de emprendimiento.

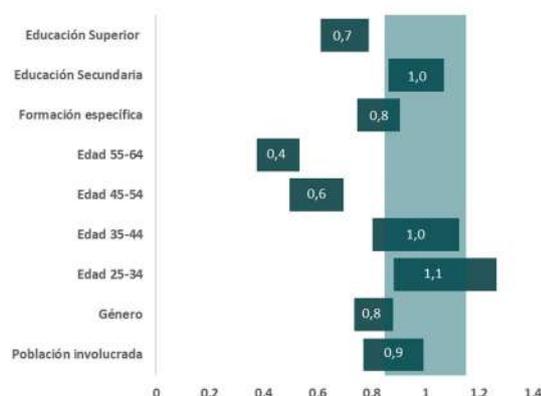
Por el contrario, el porcentaje de individuos que indican poseer un buen nivel de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender se limita al 46,2% entre la población no involucrada en emprendimiento en Cantabria.

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

En primer lugar, se observa que pertenecer a la población involucrada afecta claramente al nivel de auto reconocimiento, puesto que los involucrados en actividades de emprendimiento presentan una probabilidad casi 10 veces mayor de percibir que poseen esos mayores conocimientos, habilidades y experiencia para emprender (9,9 veces mayor).

En segundo lugar, se puede ver cómo los hombres tienen mayor nivel de auto reconocimiento, aunque en este caso la diferencia se reduce a un 30% (los hombres tienen 1,3 veces más probabilidad que las mujeres).

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



Finalmente, si tenemos en cuenta la formación, vemos como la formación específica para emprender también juega un papel relevante, puesto que las personas con esa formación también presentan un mayor auto-reconocimiento (1,7 veces más). Esta diferencia positiva también se observa en el nivel de educación, puesto que cuanto mayor es el nivel de educación mayor percepción se tiene en cuanto a sus conocimientos, habilidades y experiencia para emprender (1,8 veces más para los que tienen un nivel de educación secundaria y 1,9 en el caso de los que tienen educación superior).

1.1.5. El temor al fracaso como un obstáculo para emprender

Otro factor importante a analizar, por cuanto está íntimamente ligado con el carácter emprendedor de una persona, es la denominada tolerancia al riesgo del individuo. En este sentido, la aversión al riesgo de un individuo se identifica como uno de los principales frenos psicológicos de la persona a la hora de iniciar un proyecto emprendedor, lo que en el informe se analiza a través del temor al fracaso de la población cántabra (Figura 1.1.7.).

Como ya se explicaba en ediciones anteriores de este informe, es frecuente que los ingresos de

un emprendedor estén sujetos a un nivel de incertidumbre muy elevado, mientras que los costes del negocio deben afrontarse de manera periódica e inevitable. Este desfase temporal entre gastos e ingresos pone en riesgo el beneficio y éxito del negocio, de tal manera que estudiar el nivel de tolerancia al riesgo y de temor al fracaso de la población resulta de vital importancia para anticipar las intenciones personales y, por tanto, comprender en profundidad el fenómeno emprendedor de una región.

Los resultados de la población cántabra en 2019/2020 muestran que para el 55,3% de los individuos el temor al fracaso supone un obstáculo para emprender. Además, cabe destacar que dicho temor al fracaso es más acuciado entre la población no involucrada en emprendimiento (58,3%), mientras que se reduce considerablemente al estudiar a la población involucrada en el fenómeno emprendedor de la región (38,1%).

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

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

Algo similar ocurre con el género, donde se puede ver cómo los hombres también se ven menos afectados por el temor al fracaso (los hombres tienen 0,6 veces menos probabilidad que las mujeres).

En cuanto al efecto de la edad, se observan diferencias relevantes en los primeros tramos de edad, de en torno al 70%, pero a partir de los 45 años esas diferencias desaparecen. Es decir, para los individuos más jóvenes, por debajo de 25 años, el temor al fracaso es menor, pero este temor se incrementa de manera clara entre los 25 y los 44 años. A partir de ahí, para los

individuos con un mayor grado de madurez, el miedo a fracasar pierde relevancia.

Finalmente, las personas con formación en emprendimiento también presentan un menor efecto del miedo al fracaso (0,8 veces con respecto al resto de los encuestados). Quizás el mayor nivel de auto-reconocimiento de sus capacidades, que hemos visto en el apartado anterior, puede contribuir a que para ellos el miedo al fracaso suponga un freno menor, aunque esto no se observa en el caso del nivel de educación no específica, en donde no se observan diferencias significativas.

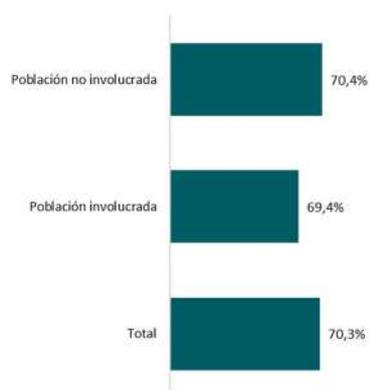
1.1.6. Equidad en los estándares de vida vs. emprendimiento

Toda decisión emprendedora suele estar motivada por las expectativas y los estándares de vida de la población, de ahí que la cultura de un país sea un factor clave a la hora de entender el fenómeno emprendedor. A partir de esta idea, en la encuesta GEM se pregunta a la población en qué medida prefiere una sociedad en la que se prime la equidad en los estándares de vida o una sociedad en la que se fomente el emprendimiento y, con ello, que cada empresario perciba la totalidad de la ganancia generada con su propio trabajo. De esta forma, se estima que las preferencias de los individuos a este respecto pueden condicionar notablemente su intención emprendedora, que se espera que sea más elevada en aquellos contextos geográficos en los que se fomente el beneficio individual por encima de la equidad en los estándares de vida, y viceversa.

La Figura 1.1.9. muestra que un 70,3% de la población cántabra prefiere que exista equidad en los estándares de vida frente a una mayor tasa de emprendimiento, lo que representa un volumen muy elevado y, por ello, contraproducente para la generación de una mayor intención emprendedora en la sociedad. Además, el porcentaje de población que conserva esta opinión es igualmente elevado en los dos colectivos analizados, tanto población



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



involucrada (69,4%) como no involucrada (70,4%) en emprendimiento.

Como se mostró en ediciones anteriores del informe, estas cifras son indicativas de un bajo grado de competitividad del emprendimiento en la región, que parece seguir siendo una opción profesional menos deseable que el trabajo por cuenta ajena. Además, se observa que esta preferencia está profundamente arraigada en la población cántabra, ya que permanece prácticamente inamovible en las últimas ediciones del informe.

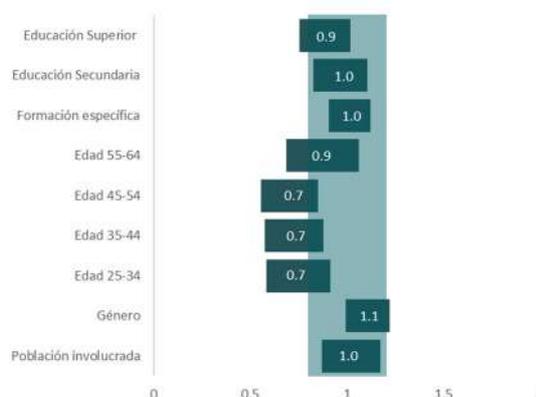
En este caso, ninguna de las características personales muestra diferencias relevantes (Figura 1.1.10.).

1.1.7. Emprendimiento como opción profesional

Un indicador intrínsecamente ligado al anterior es el que evalúa la percepción de la sociedad sobre el emprendimiento como opción profesional. En este epígrafe, por tanto, se analiza el grado en que la población cántabra considera el emprendimiento como una opción profesional deseable.

Los resultados de este análisis, que se muestran en la Figura 1.1.11., indican que en esta edición 2019/2020, el porcentaje de población que considera el emprendimiento como una buena

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



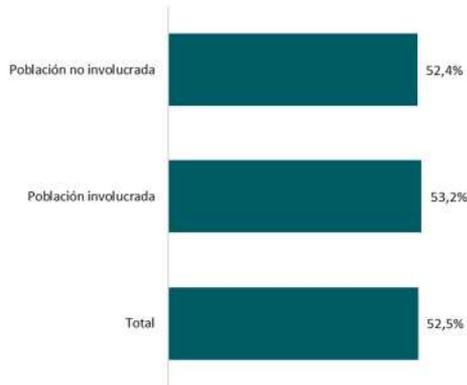
opción profesional se sitúa en el 52,5%, porcentaje además que resulta prácticamente idéntico entre la población involucrada (53,2%) y no involucrada (52,4%) en emprendimiento en Cantabria.

Las diferencias en el perfil personal de las personas que perciben el emprendimiento como una buena opción profesional están relacionadas con la edad y con el nivel de formación y educación (Figura 1.1.12.).

En cuanto al efecto de la edad, se observan diferencias para los individuos que están en el tramo medio de edad, entre 35 y 54 años, que tienen una visión menos positiva sobre el emprendimiento como salida profesional (en torno a un 50% menor que el resto de la población, tanto los más jóvenes como los que presentan mayor grado de madurez).

Por otro lado, las personas con formación en emprendimiento también tienen una mayor probabilidad de percibirlo como una buena opción profesional (1,3 veces más con respecto al resto de los encuestados). Sin embargo, en el caso del nivel de educación el efecto es el contrario, puesto que las personas con nivel de educación secundaria o superior tienen una menor probabilidad de percibir el emprendimiento como una buena salida profesional (0,6 veces menos con respecto a los que tienen educación primaria). Probablemente

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



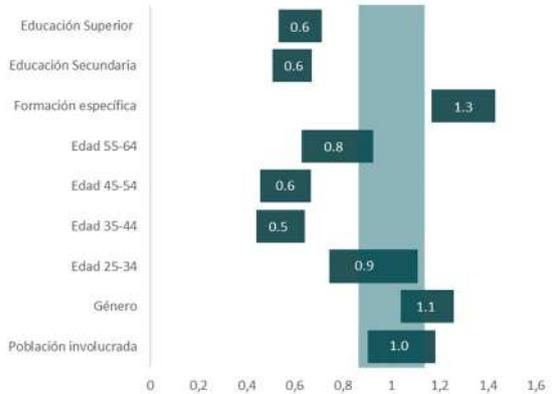
la mayor tasa de empleabilidad de este segmento de la población, unida a la reducción en la tasa de desempleo en los últimos años, puede contribuir a explicar esta diferencia observada.

1.1.8. Emprendimiento, estatus social y estatus económico

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

Los resultados del análisis (Figura 1.1.13.) muestran que, como en ediciones pasadas del informe, el porcentaje de población cántabra que considera que el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica se encuentra en niveles moderados

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



en Cantabria. Concretamente, este año el porcentaje de población con esta opinión se sitúa en el 54,2% de los encuestados en la región.

Además, al realizar el análisis de manera desagregada para la población involucrada y no involucrada en emprendimiento, se observa que las de ambos colectivos son similares. Concretamente, hasta un 56,7% de la población involucrada percibe un buen estatus social y económico derivado del emprendimiento, mientras que este porcentaje se sitúa en el 53,8% entre la población no involucrada de la región.

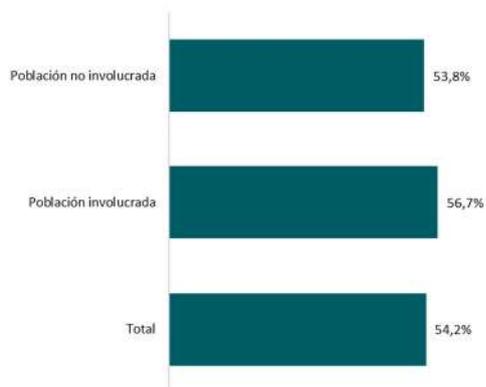
La consideración del emprendimiento de éxito como un indicador de una buena posición social y económica presenta diferencias relevantes en diferentes características personales, como el género, la edad o la educación, tal y como se observa en la Figura 1.1.14.

En lo que se refiere al género, la población masculina presenta una probabilidad un 40% mayor de considerar que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica (1,4 veces más con respecto a las mujeres).

En cuanto a la edad, a partir de los 25 años la probabilidad de percibir el emprendimiento de éxito como indicador de estatus social y económico se reduce aproximadamente a la



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



mitad con respecto a los más jóvenes, que presentan una visión más positiva de la repercusión de la actividad emprendedora.

Finalmente, en el caso del nivel de educación el efecto sólo se observa para los que tienen un nivel de educación de secundaria, que tienen una menor probabilidad de percibir el emprendimiento como una buena salida profesional (0,6 veces menos con respecto a los que tienen educación primaria o superior, que entre ellos no presentan diferencias).

1.1.9. Difusión del emprendimiento en medios de comunicación

En otro orden de cosas, es bien sabido que los medios de comunicación juegan un papel muy importante en la configuración de las opiniones y percepciones de la sociedad. Por este motivo, desde hace varias ediciones, la encuesta GEM incluye un indicador que mide específicamente hasta qué punto la población percibe que los medios de comunicación ofrecen la debida visibilidad al fenómeno emprendedor y a las personas involucradas en el mismo.

En el presente informe sobre la situación del emprendimiento en Cantabria, se observa que la opinión de la población sobre la difusión en medios de comunicación de historias y noticias

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



sobre emprendimiento de éxito en la región es relativamente baja. Concretamente, tan solo un 47,1% de la población total valoran positivamente la difusión de noticias en los medios de comunicación. Dicho porcentaje se eleva en el caso de la población involucrada en emprendimiento hasta un 56,5%. Sin embargo, entre la población no involucrada se sitúa bastante por debajo, en un 45,4%. A la vista de estos resultados, es factible pensar que la población involucrada es más sensible a la repercusión mediática del emprendimiento, viéndose especialmente condicionada por las noticias generadas y publicadas sobre esta temática en la región.

En el caso de la percepción de la labor que ejercen los medios de comunicación en relación con la actividad emprendedora, se observan también diferencias en función del perfil personal de los entrevistados (Figura 1.1.16.).

En primer lugar, se observa que la población involucrada es más propensa a valorar de manera positiva la difusión que los medios hacen de la actividad emprendedora (1,4 veces más que el resto de la población). Lo mismo ocurre en el caso de los hombres, que también son más propensos a valorarla de manera positiva (1,3 veces más que las mujeres).

Finalmente, si tenemos en cuenta la formación, vemos cómo la formación específica para

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

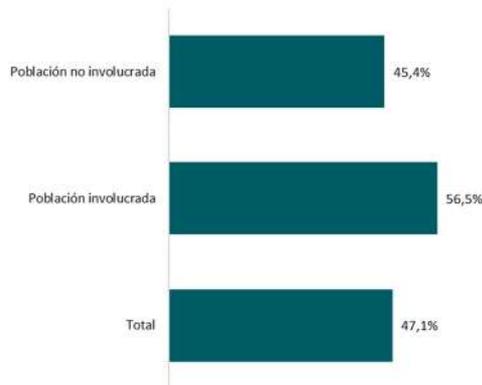
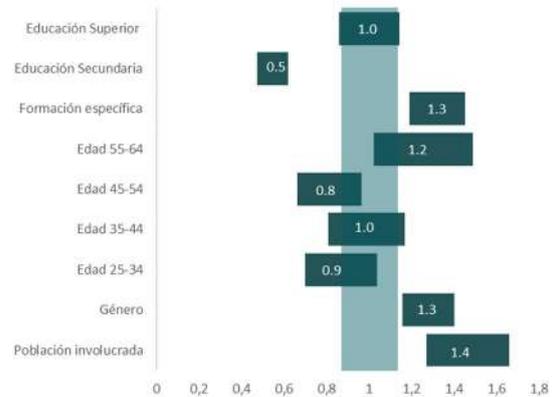


Figura 1.1.16. Influencia de las características personales en la opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito



emprender también juega un papel relevante, puesto que las personas con esa formación también presentan una valoración positiva de la difusión que los medios hacen de la actividad emprendedora (1,3 veces más). Esta diferencia, sin embargo, se convierte en negativa en el caso de los individuos con niveles de educación secundaria, que tienen menor probabilidad de valorar esa difusión de manera positiva que el resto de la población (0,5 veces menos).

1.1.10. Facilidad de iniciar un negocio del emprendimiento

Como novedad en esta edición del informe GEM 2019/2020, tanto a nivel nacional como regional de Cantabria, en la encuesta se añade una pregunta relativa a la facilidad para iniciar un nuevo negocio. Este indicador toma en consideración los trámites administrativos necesarios para crear una nueva empresa, valorando la percepción que tienen los encuestados sobre la existencia y accesibilidad de dichos trámites en su entorno.

La percepción general en Cantabria (Figura 1.1.17.) es que los trámites necesarios para emprender no son fáciles, tal y como muestra el hecho de que tan solo el 33,6% de la muestra ha indicado que le parece fácil iniciar un negocio. Este porcentaje es inferior incluso al cosechado

por la media española (37%), lo que hace que Cantabria se sitúe notablemente por debajo también de la media de los países desarrollados e, incluso, por debajo de la media de los países en vías de desarrollo.

Al analizar este indicador de manera desagregada para población involucrada y no involucrada en emprendimiento, se observan valores del 37,9% y del 32,8%, respectivamente para cada colectivo.

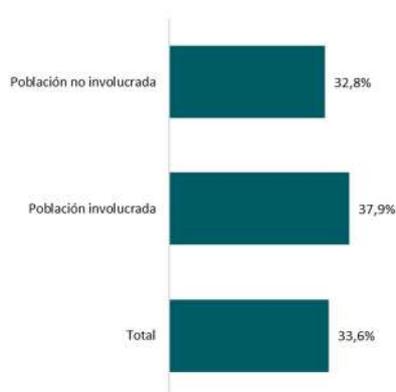
En el caso de la percepción de la facilidad que hay para iniciar un negocio, la edad y el nivel de educación presentan diferencias relevantes (Figura 1.1.18.).

En cuanto a la edad, a partir de los 35 años la probabilidad de percibir facilidades para iniciar un negocio se reduce a menos de la mitad con respecto a los más jóvenes, que presentan una visión más optimista en relación con este aspecto. Quizás en ese tramo de la población las actividades emprendedoras relacionadas con el ámbito digital tienen un mayor peso, y la menor demanda de infraestructuras físicas para emprender en ese ámbito puede explicar estas diferencias.

Por lo que se refiere al nivel de educación, se observa que los individuos con educación secundaria y superior tienen menor probabilidad de percibir la existencia de



Figura 1.1.17. Opinión sobre la facilidad de iniciar un negocio



facilidades para iniciar un negocio que el resto de la población (0,6 veces menos en el caso de secundaria y 0,7 menos para educación superior).

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

Con el análisis realizado en los epígrafes anteriores, se ha presentado una visión general de la situación en Cantabria con respecto a cada uno de los valores, percepciones y actitudes emprendedoras analizados. De manera complementaria, en este apartado se presenta la influencia que cada uno de esos rasgos emprendedores tiene sobre la tasa de actividad emprendedora de manera conjunta. Los resultados se muestran en un gráfico de cajas, tal y como se observa en la Figura 1.1.19.

En primer lugar, se observa que los individuos que poseen conocimientos, habilidades y experiencia para emprender tienen una probabilidad de emprender 5 veces mayor que las que no lo tienen, siendo el factor relativamente más importante de todos los analizados. Por otro lado, el temor al fracaso actúa como un claro freno a la actividad emprendedora, reduciendo en un 70% la probabilidad de emprender (los individuos con

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



miedo al fracaso tienen una probabilidad de iniciar un negocio de 0,3 veces menos con respecto a los que no lo tienen). Finalmente, entre aquellos que valoran positivamente la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito también presentan una mayor probabilidad de emprender.

El resto de los factores no muestran en la población analizada en el año 2019 una influencia estadísticamente significativa sobre la probabilidad de emprender.

1.1.12. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

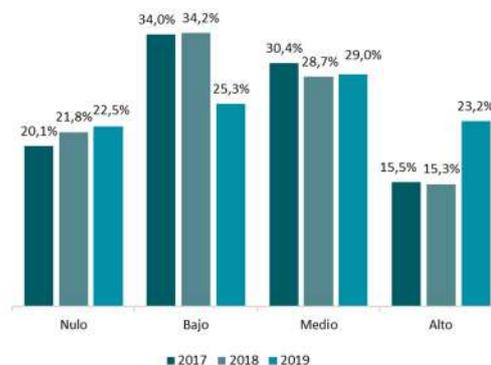
El índice de cultura de apoyo a la actividad emprendedora, que sirve de base para conocer el impacto de la cultura regional en el fomento de la actividad emprendedora, se calcula a partir de los indicadores que han sido analizados en esta sección. Concretamente, se calcula a partir de: la percepción 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.

Los resultados de este indicador para el periodo 2019/2020 (Figura 1.1.20.) señalan que el

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



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



porcentaje de personas que perciben un alto índice de cultura de apoyo al emprendimiento ha aumentado considerablemente este año, pasando de un 15,3% en 2018 a un 23,2% en 2019. Este aumento se produce en paralelo a la disminución de los encuestados que detectan un bajo índice de cultura de apoyo al emprendimiento, que se reduce de un 34,2% en 2018 a un 25,3% en 2019. Por el contrario, el número de encuestados que indica que el índice de cultura de apoyo al emprendimiento en 2019 es nulo (22,5%) o medio (29%) se mantiene estable con respecto a ediciones anteriores del informe.

1.1.13. Posicionamiento de Cantabria frente a España y Europa

A modo de síntesis del estudio de indicadores realizado en este capítulo, a continuación, se presentan dos análisis adicionales, de carácter comparativo, en los que se ponen en relación, por una parte, los datos de Cantabria en los diversos indicadores propuestos con los cosechados por España y otros países GEM y, por otra parte, los datos de Cantabria en términos de género, comparando los indicadores entre hombres y mujeres de la población involucrada y no involucrada en emprendimiento en la región.

En el primero de estos análisis (Figura 1.1.21.), se comparan los datos de cada indicador para Cantabria, España y el resto de países impulsados por la innovación, tanto de la UE como del resto del mundo, y recogidos en el informe GEM mundial 2019/2020.

Como en ediciones anteriores del informe, en la Figura 1.1.21. se observa que en Cantabria la opinión está muy alineada con la media nacional en prácticamente todas las dimensiones analizadas (red social, habilidades, temor al fracaso, emprendimiento como opción profesional y estatus social). Además, y por primera vez en numerosas ediciones de la encuesta GEM, se observa que, poco a poco, han ido desapareciendo los gaps que tradicionalmente se identificaban entre Cantabria y España en términos de cobertura del emprendimiento en medios de comunicación y detección de oportunidades de emprender por parte de los individuos. De esta forma, por tanto, parece que la media cántabra ha aumentado paulatinamente en estos indicadores en los últimos años y, fruto de ello, en esta edición ya no se aprecian diferencias sustanciales con la media española.

También se han reducido visiblemente las diferencias observadas en ediciones anteriores entre España y el resto de los países GEM. Si bien es cierto que en todos los indicadores las medias del resto de países GEM de la UE y del



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



resto del mundo son superiores a los valores cosechados en Cantabria y España, dichas diferencias son sustancialmente menores en 2019.

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

Finalmente, desde la edición 2017/2018, este capítulo del informe se cierra con un análisis comparativo de los indicadores de valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población cántabra tomando en consideración la perspectiva de género. En esta línea, la Tabla 1.1.1. muestra los resultados comparativos de los diversos índices relacionados con dichos valores, percepciones y actitudes para hombres y mujeres clasificados tanto en el colectivo de población involucrada como en el de población no involucrada.

Por lo que respecta a la población involucrada en el emprendimiento, se observa que la proporción de hombres que conocen a alguna persona que ha emprendido en años anteriores es mayor que la de mujeres (56,6% vs. 47,1%, respectivamente), dato que se corrobora también en el colectivo de personas no involucradas en emprendimiento (47,5% vs. 38,4%, respectivamente). Sin embargo, en el

caso de la detección de oportunidades, se observa una tendencia contrapuesta en los dos colectivos de personas involucradas y no involucradas en emprendimiento. Concretamente, mientras que entre la población no involucrada son las mujeres las que detectan mayores oportunidades (40,6% vs. 31,4%, respectivamente), entre la población no involucrada son los hombres quienes detectan mayores oportunidades (36,3% vs. 28,3%, respectivamente).

Un año más, algunas de las diferencias más notables entre colectivos se producen en la posesión de conocimientos y habilidades para emprender, ya que el volumen de población involucrada que percibe tener estos atributos es muy superior, tanto en el segmento masculino como femenino, al volumen de población no involucrada. Nuevamente, además, se detecta la dicotomía entre hombres y mujeres detectada en el análisis de las oportunidades de emprender. Mientras que las mujeres que perciben poseer los conocimientos y habilidades necesarias para emprender es notablemente superior al porcentaje de hombres que tienen la misma percepción, en el colectivo de personas involucradas en emprendimiento (94% vs. 83,3%, respectivamente), la situación inversa se produce en el colectivo no involucrado. En este caso, hasta un 51,3% de hombres valoran positivamente su capital humano, mientras que

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

% de la población cántabra de 18-64 años que considera que...	Involucrado			No involucrado		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Conoce a otras personas que han emprendido el año anterior	56,6%	47,1%	52,4%	47,5%	38,4%	42,9%
Existen oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	31,4%	40,6%	35,8%	36,3%	28,3%	32,2%
Posee los conocimientos y habilidades para emprender	83,3%	94,0%	88,6%	51,3%	41,2%	46,2%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	31,2%	46,5%	38,1%	51,3%	65,1%	58,3%
La mayoría de la población prefiere que haya equidad en los estándares de vida	72,1%	66,1%	69,4%	70,8%	70,2%	70,4%
Para la mayoría de la población emprender es una buena opción profesional	53,1%	52,5%	53,2%	54,6%	50,3%	52,4%
Para la mayoría de la población emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico	54,7%	58,7%	56,7%	59,4%	48,4%	53,8%
A menudo se difunden noticias sobre emprendedores exitosos en los medios de comunicación	62,7%	50,0%	56,5%	48,1%	42,6%	45,4%
Es fácil iniciar un negocio	40,0%	36,1%	37,9%	35,1%	30,7%	32,8%

el porcentaje se reduce al 41,2% en el caso de las mujeres.

Las mujeres demuestran ser más adversas al riesgo en ambos colectivos. Por ejemplo, entre la población involucrada, hasta un 46,5% de las mujeres mencionan el temor al fracaso como un obstáculo para iniciar actividades emprendedoras, mientras que tan solo un 31,2% de los hombres lo identificaron de igual manera. En el colectivo de personas no involucradas, la diferencia es de 65,1% (mujeres) frente a 51,3% (hombres).

En lo que respecta a la equidad en los estándares de vida, las mujeres tienden a valorar la equidad de manera más positiva que los hombres, tanto si son población involucrada como no involucrada en emprendimiento. Concretamente, la competitividad del mercado es valorada positivamente por un 72,1% de los hombres involucrados y por un 70,8% de los hombres no involucrados en emprendimiento. Sin embargo, estos porcentajes descienden hasta un 66,1% y un 70,2% respectivamente en el caso de las mujeres de ambos colectivos.

Finalmente, por lo que respecta al resto de variables del análisis, se observa que en el colectivo de población no involucrada son

siempre los hombres los que valoran más favorablemente el emprendimiento como opción profesional (54,6% y 50,3%, respectivamente), consideran que emprender con éxito brinda un buen estatus social y económico (59,4% y 48,4%, respectivamente), evalúan mejor a los medios de comunicación en su labor de difusión de noticias sobre emprendimiento (48,1% y 42,6%, respectivamente) y consideran que es fácil iniciar un negocio en su entorno (35,1% y 30,7%, respectivamente).

Entre la población involucrada, los hombres también son más tendentes a valorar positivamente el emprendimiento como profesión (53,1% y 52,5%, respectivamente), juzgan positivamente a los medios de comunicación (62,7% y 50%, respectivamente) y consideran fácil iniciar un nuevo negocio (40% y 36,1%, respectivamente). Sin embargo, y de forma contraria a la tendencia detectada en ediciones anteriores del informe, este año destaca como novedad el hecho de que son las mujeres no involucradas en emprendimiento las que valoran más positivamente el estatus social que aporta el emprendimiento (58,7% vs. 54,7%).



1.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y SUS CARACTERÍSTICAS

1.2.1. Indicadores del proceso emprendedor

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

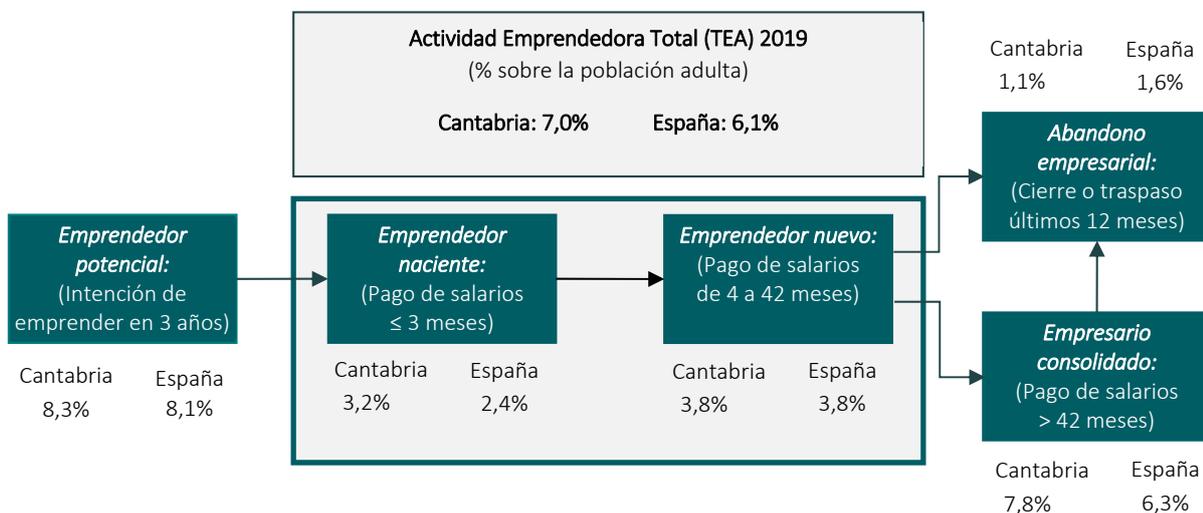
De ahí que la metodología de análisis de la actividad emprendedora que se sigue a continuación, emplea un conjunto de indicadores vinculados a dicho proceso tales como:

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

emprendedores nacientes y el porcentaje de emprendedores nuevos.

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

Figura 1.2.1. Proceso emprendedor en Cantabria en 2019



“

La TEA de Cantabria alcanza el 7%, cifra más alta desde 2008 cuando llegó a ser del 7,8%

”

La situación del proceso emprendedor en Cantabria en 2019 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 2019 una cifra del 7% en Cantabria frente al 6,1% a nivel nacional; Esto significa que el porcentaje de personas sobre la población adulta que estaban implicadas en las actividades emprendedoras en su fase inicial a mediados de 2019, era ligeramente superior en Cantabria que en España.

b) En Cantabria el valor de la TEA se distribuye entre emprendedores nacientes (3,2%) y emprendedores nuevos (3,8%). En el caso de España, esta diferencia es aún mayor ya que el porcentaje de emprendedores nacientes (2,4%) es casi un punto y medio porcentual menor que el porcentaje de emprendedores nuevos (3,8%). En comparación con los datos de 2018, en Cantabria, ha aumentado el porcentaje de emprendedores nacientes medio punto porcentual mientras que el porcentaje de emprendedores nuevos ha aumentado 0,4 puntos porcentuales.

c) En Cantabria el porcentaje de emprendedores potenciales en 2019 alcanzó el 8,3%, un valor ligeramente superior al valor de España. Esta cifra supone un descenso notable respecto al año 2018 cuando se registró un porcentaje del 9,7%. En el caso de las cifras nacionales, por el contrario, el porcentaje se ha

incrementado considerablemente, pasando del 6,8% en el año 2018 al 8,1% en el 2019.

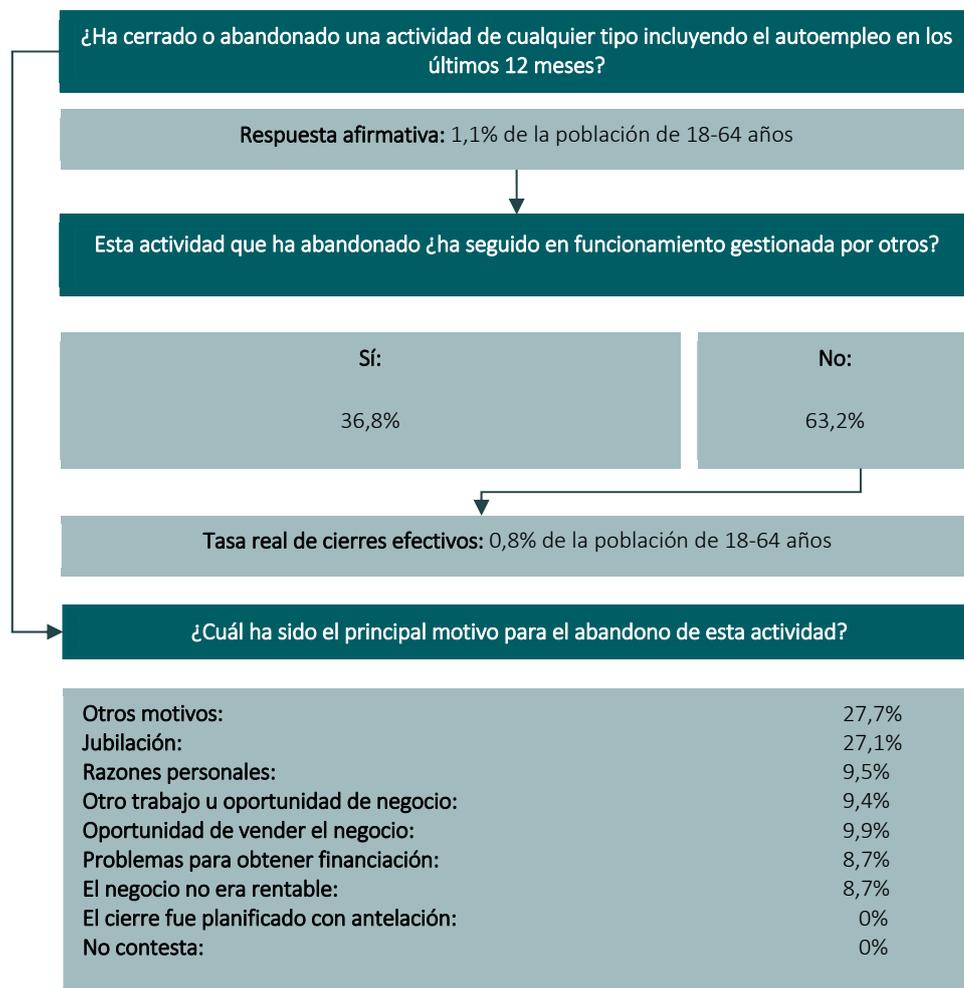
d) Asimismo, en Cantabria en 2019 el porcentaje de empresarios consolidados alcanzó el 7,8% de la población adulta, frente al 6,3% a nivel nacional. La diferencia existente entre ambos datos, el regional y el nacional, se ha reducido drásticamente si se compara con los datos del ejercicio anterior debido a la caída del porcentaje regional. Así, en el año 2018, el porcentaje de empresarios consolidados en Cantabria era del 9,3% y en España del 6,1%.

e) Por último, en la presente edición, las personas que en el último año abandonaron una actividad empresarial en Cantabria alcanzaron el 1,1% de la población adulta, valor ligeramente inferior al indicador a nivel nacional (1,6%).

Centrándonos en este último dato, en el porcentaje de la población adulta que estuvo involucrada en el abandono de una actividad empresarial en 2019, 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 28,1%. 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 2019 sea del 0,8%, más de medio punto porcentual inferior al dato del año anterior (1,5%).



Figura 1.2.2. Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2019



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 2019, la principal razón fueron otros motivos (27,7% de los casos en Cantabria y 15,8% en España).

En lo que respecta a Cantabria, el siguiente porcentaje se corresponde con la jubilación (27,1%), razones personales (9,5%), otro trabajo u oportunidad de negocio (9,4%), oportunidad de vender el negocio (8,9%), problemas para obtener financiación (8,7%) y el negocio no era rentable (8,7%). Los resultados difieren con los obtenidos a nivel nacional tanto en ordenación como en importancia. Así, el principal motivo a nivel nacional era que el negocio no era

rentable (37,4%); el segundo motivo fueron las razones personales (18,4%), coincidiendo con la ordenación regional; el tercer motivo fueron otras razones (15,8%) y, en cuarto lugar estaba la jubilación (8%).

En comparación con los resultados de la edición anterior en Cantabria, el cambio más destacable sin lugar a dudas es que, en 2018, el principal motivo era que el negocio no era rentable (70,2%) mientras que en el año 2019 esa razón ha pasado a ocupar las posiciones finales (8,7%). En sentido contrario se ha comportado la jubilación que, de no ser nombrada en el año 2018, ha pasado a ocupar el segundo lugar en 2019 (27,1%).

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 2009-2019)



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 2009-2019)



1.2.2. Dinámica de la actividad emprendedora

Por lo que se refiere al porcentaje de emprendedores potenciales (Figura 1.2.3.), se observa que éste ha disminuido notablemente respecto al ejercicio anterior, pasando del 9,7% al 8,3%, rompiendo la tendencia creciente que había comenzado en 2017, aunque se mantiene por encima de los valores de ese año. En el caso nacional, sin

embargo, se produce un aumento de más de un punto porcentual, situándose en el 8,1%.

En lo que respecta a la TEA de Cantabria, en el 2019 es superior al valor del año anterior, pasando del 6,1% al 7,0%, situándose en el valor máximo de los últimos 10 años (Figura 1.2.4.). Este aumento se deriva tanto del aumento del porcentaje de emprendedores nacientes (del 2,7% en 2018 al 3,2% en 2019) como al incremento del porcentaje de emprendedores nuevos (del 3,4% en 2018 al 3,8% en 2019).



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



A nivel nacional, se ha producido una disminución en el porcentaje de emprendedores nacientes (2,7% a 2,4%) y un pequeño aumento en el porcentaje de emprendedores nuevos (3,7% a 3,8%). Como consecuencia, la TEA a nivel nacional ha pasado del 6,4% en el año 2018 al 6,1% en el 2019.

El análisis de la evolución de la TEA desde el año 2009 (Figura 1.2.4.) muestra una tendencia creciente de la misma, aunque con altibajos. Así, desde el año 2011 parece haber una evolución creciente que se ha visto interrumpida con ligeros descensos en los años 2013, 2016 y 2018. Ahora bien, pese al descenso registrado el pasado año, tal y como se ha señalado previamente, la TEA regional ha alcanzado en 2019 su valor máximo en el periodo 2009-2019 (7%).

En el caso de la evolución del porcentaje de la población adulta de Cantabria que fue identificada como empresarios consolidados, tal y como se observa la Figura 1.2.5., en el año 2019 se continúa con la tendencia decreciente que ya había comenzado en ejercicios anteriores y se registra un descenso de un punto y medio porcentual respecto al año 2018. Por el contrario, a nivel nacional, se ha registrado un ligero ascenso respecto a las cifras de 2018, pasando de un 6,1% a un 6,3%. En

cualquier caso, al considerar todo el periodo desde 2009 a 2019, 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.).

Por último, como se observa en la Figura 1.2.6., y por lo que respecta al porcentaje de personas que ha abandonado una actividad empresarial en el último año, el valor de este indicador ha disminuido casi un punto porcentual respecto a la edición anterior, pasando del 2% al 1,1%. En el caso de España, esta cifra, aunque también registra un descenso, se ha mantenido prácticamente igual (1,7% en 2018 al 1,6% en 2019).

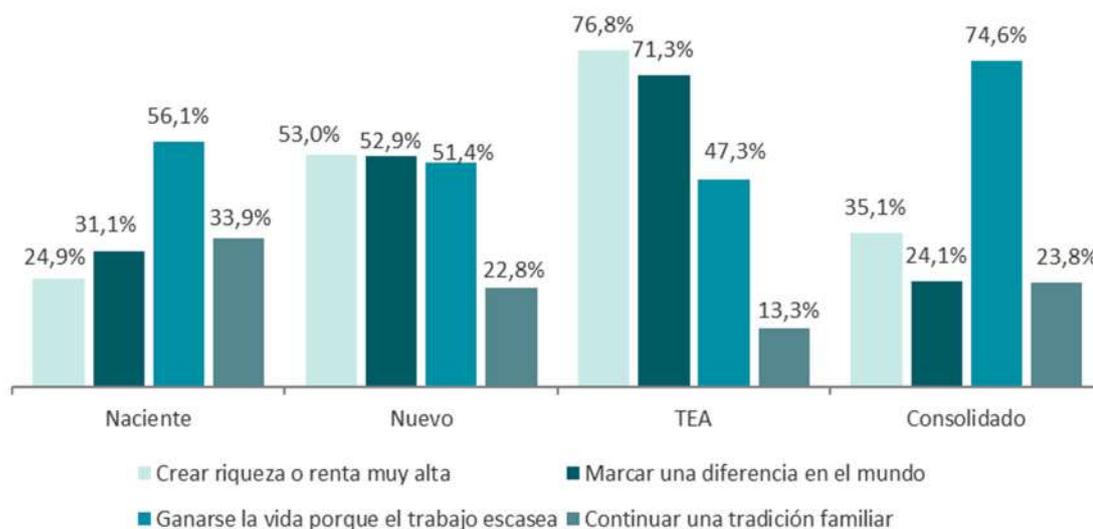
1.2.3. Motivación para emprender

El estudio de las motivaciones es un tema altamente subjetivo, lo que dificulta su análisis dada su complejidad. No obstante, en un intento por estructurar el tema, hasta la edición anterior de este informe se diferenciaba entre el emprendedor por necesidad (aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral) y el emprendedor por oportunidad (aquel que decide crear una empresa basándose en la idea de que existe una

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 2009-2019)



Figura 1.2.7. El proceso emprendedor en Cantabria en 2019 según el motivo para emprender



oportunidad de negocio no aprovechada por las empresas existentes). Pese a tratarse de una clasificación clara y concisa, se consideró que no permitía captar el amplio abanico de opciones existentes. Además, en muchas ocasiones, la realidad de cada persona no se ajusta a una única motivación, sino que son varias las motivaciones que, en distinto grado e intensidad, afectan a un emprendedor.

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



tradición familiar; y (d) ganarse la vida porque el trabajo escasea.

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

Los resultados muestran que la motivación más importante para los emprendedores nacientes es la de ganarse la vida porque el trabajo escasea (56,1%), seguido de continuar con la tradición familiar (33,9%), marcar la diferencia en el mundo (31,3%) y, por último, crear riqueza o renta muy alta (24,9%). Por otro lado, en el caso de los emprendedores nuevos, hay tres motivaciones prácticamente igual valoradas. Estas son: crear riqueza o renta muy alta (53%) marcar una diferencia en el mundo (52,9%) y ganarse la vida porque el trabajo escasea (51,4%). La motivación menos importante, a una distancia considerable del resto, es continuar con la tradición familiar (22,8%). Esta misma ordenación, aunque con porcentajes diferentes, se repite para el caso de los emprendedores en fase inicial (nuevos y nacientes): crear riqueza o renta muy alta (76,8%), marcar una diferencia en el mundo (71,3%), ganarse la vida porque el trabajo escasea (47,3%) y continuar una tradición familiar (13,3%). Para terminar, en lo que respecta a los emprendedores consolidados, sus motivaciones se asemejan más a lo manifestado por los emprendedores nacientes. Así, el hecho de ganarse la vida porque el trabajo escasea (74,6%) es su principal motivación, seguido de crear riqueza o renta muy alta (35,1%), marcar una diferencia en el mundo (24,1%) y continuar una tradición familiar (23,8%).

En comparación con los resultados nacionales, los resultados obtenidos en Cantabria, aun con diferentes porcentajes numéricos, siguen la misma distribución en el caso de los

emprendedores nuevos, la TEA y los emprendedores consolidados. Los emprendedores nacientes, sin embargo, presentan motivaciones diferentes a nivel nacional, siendo la creación de riqueza o de una renta muy alta el primer motivo; marcar la diferencia en el mundo, el segundo; ganarse la vida porque el trabajo escasea, el tercero; y continuar una tradición familiar, el cuarto.

1.2.4. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

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

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

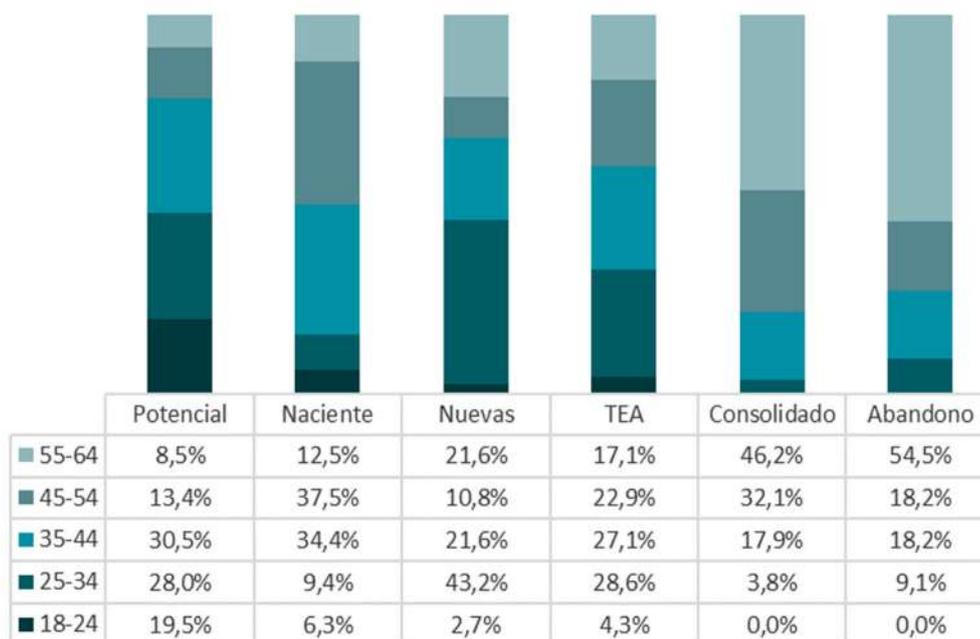
Distribución por edad

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

Así, los emprendedores potenciales tienen edades comprendidas principalmente entre los 35 a 44 años (30,5%) y los 25 a 44 (28%), siguiéndoles los tramos de edad de 18 a 24 años (19,5%), de 45 a 54 años (13,4%) y de 55 a 64 años (8,5%).

En el caso de los emprendedores en fase inicial, estos se sitúan principalmente en los tramos de 25 a 34 años (28,6%) y de 35 a 44 años (27,1%). Les siguen los tramos de 45 a 54 años (22,9%) y de 55 a 64 años (17,1%), siendo el rango con menor representación el de 18 a 24 años (4,3%). Esta ordenación registra algunas variaciones si se analizan de forma separada los

Figura 1.2.8. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2019



emprendedores nacientes y los emprendedores nuevos. Por ejemplo, en el caso de los emprendedores nacientes, el mayor porcentaje se registra en el rango de edad de los 45 a 54 años (37,5%), mientras que en el caso de los nuevos emprendedores, el mayor porcentaje se encuentra en el rango de edad de 25 a 34 años (43,2%). En cualquiera de los casos, el rango de edad entre los 18 y los 24 años es el menos representativo.

Para el caso de los empresarios consolidados, el tramo de edad entre los 55 y los 64 años es el que más aglutina (46,2%), seguido de los tramos de 45 a 54 años (32,1%), de 35 a 44 años (17,9%) y de 25 a 34 años (3,8%).

Por último, la distribución por edades entre los emprendedores que han afirmado abandonar su negocio en los últimos 12 meses, el tramo con mayor representatividad es el de 55 a 64 años (54,5%), seguido a una distancia notable por los tramos de 45 a 54 años y de 35 a 44 años, ambos con el 18,2%, estando en última posición el tramo de 25 a 34 años (9,1%).

En lo que se refiere a la edad media de los diferentes colectivos, el grupo de mayor edad

media es el de los emprendedores consolidados (51,9 años) y el que menos edad media tiene es el de emprendedores potenciales (36,3 años). En lo que respecta al resto de grupos, los emprendedores que afirman haber abandonado una actividad empresarial en los últimos 12 meses tienen una media de edad de 51,6 años, los emprendedores nacientes 43,9 años y los emprendedores nuevos 40,6 años.

Asimismo, en la Figura 1.2.9. se muestra el índice TEA para los distintos tramos de edad, tanto para Cantabria como para España. De acuerdo con los datos recogidos en 2019, el mayor índice TEA aparece en el tramo de edad situado entre los 25 y los 34 años en el caso de Cantabria, igual que en el año anterior. En el caso de España, el mayor TEA se encuentra también en la franja de edad situada entre los 25 y los 34 años.

Por otro lado, cabe señalar que, a excepción del caso del menor grupo de edad (de 18 a 24 años), el índice TEA en Cantabria es superior en las demás franjas de edad.



Figura 1.2.9. Índice TEA por edades en Cantabria y España en el año 2019

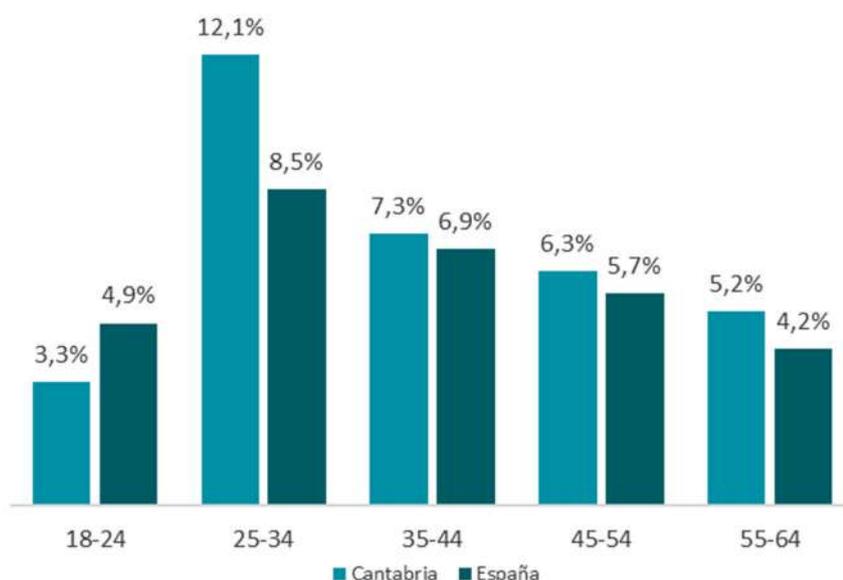
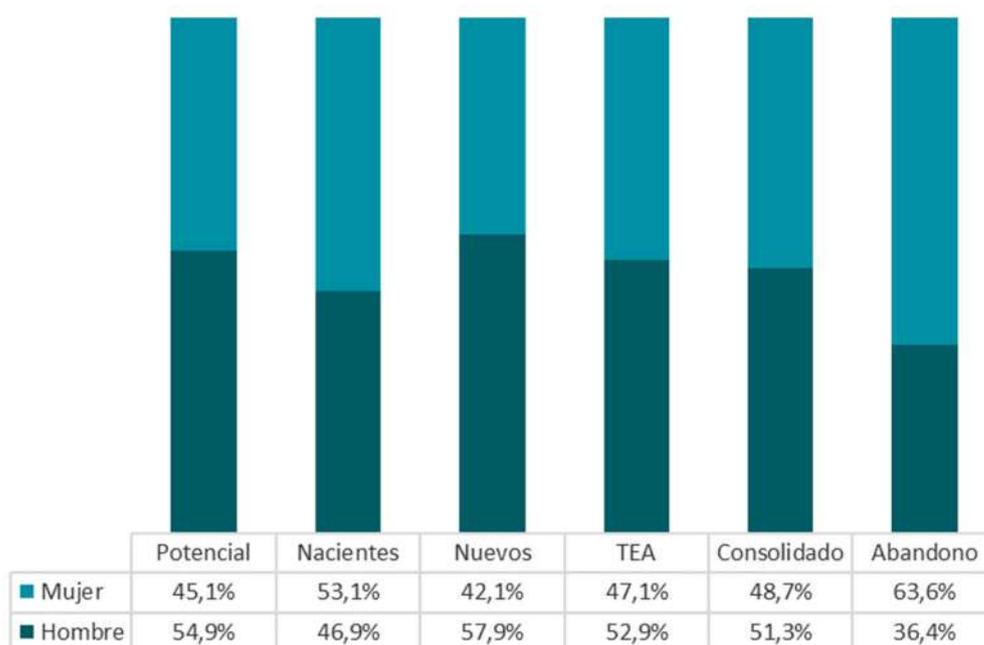


Figura 1.2.10. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2019



Distribución por género

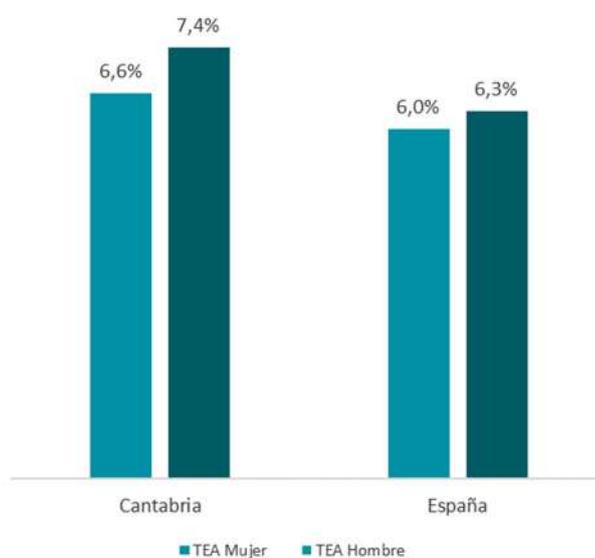
Por lo que respecta a la distribución de la población emprendedora por género, la Figura 1.2.10. muestra que emprender en Cantabria es una actividad en la cual la participación masculina y femenina varía levemente en

función de la fase en la que se encuentre el emprendedor. El porcentaje de hombres es superior en cuatro de las seis categorías; en el caso de los emprendedores nacientes, el porcentaje de mujeres (53,1%) es superior al de hombres (46,9%); y lo mismo ocurre en la

Figura 1.2.11. Evolución de la distribución por género en Cantabria (periodo 2011-2019)



Figura 1.2.12. Índice TEA por género en Cantabria y España en el año 2019



categoría de emprendedores que han abandonado su actividad en los últimos 12 meses (63,6% mujeres, 36,4% hombres). Este último resultado es completamente opuesto a la situación del año anterior, momento en el que el porcentaje de hombres (70%) superó con creces al de mujeres (30%).

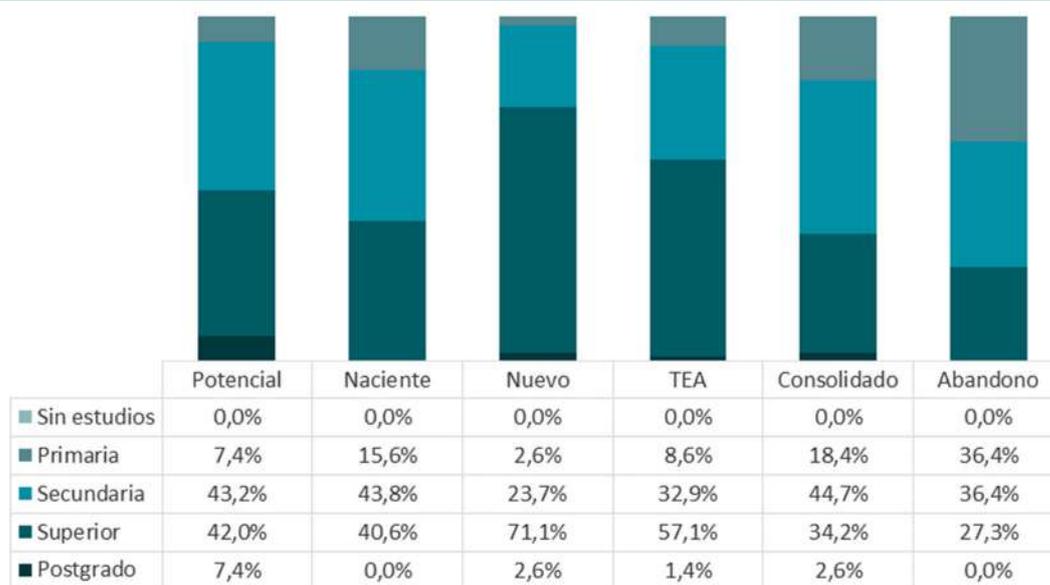
La distribución por género a nivel nacional muestra que el porcentaje de hombres es mayor en todos los colectivos.

Por otro lado, si tenemos en cuenta la evolución temporal de la distribución por género en Cantabria, se observa (Figura 1.2.11.) que en el año 2019 se sigue recortando la diferencia entre géneros, estando los porcentajes verdaderamente próximos.

En la Figura 1.2.12. se recoge una comparativa del índice TEA por género en Cantabria y España. Se observa que tanto el índice TEA masculino como el femenino son superiores en Cantabria (6,6 mujeres; 7,4 hombres) en



Figura 1.2.13. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria en 2019



comparación con las cifras nacionales (6 mujeres; 6,3 hombres). Por otro lado, se observa que el índice TEA es superior para el caso de los hombres tanto en Cantabria (7,4) como en España (6,3).

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 2019 es la recogida en la Figura 1.2.13.

Los emprendedores potenciales cuentan mayoritariamente con estudios secundarios (43,2%) y superiores (42%). Esta distribución se repite para todos los grupos de emprendedores. En el caso de los emprendedores que afirman haber abandonado una actividad en los últimos 12 meses, además de los estudios secundarios (36,4%) y superiores (27,3%), también están los que cuentan con estudios primarios (36,4%).

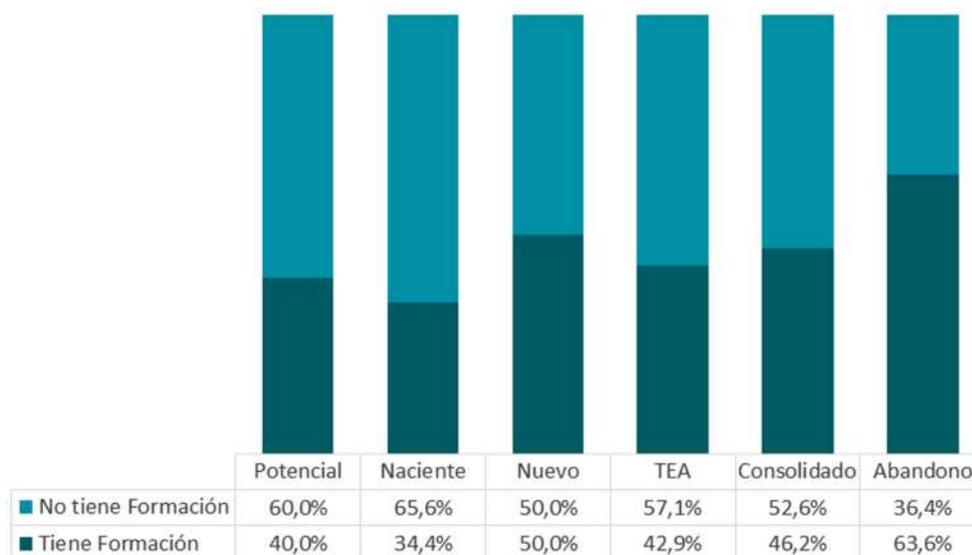
Al comparar estos resultados con los obtenidos en el año 2018, se observa que en Cantabria se mantiene una distribución similar y, en todos los grupos, los mayores porcentajes se encuentran en los estudios secundarios y superiores. Como única diferencia destacable, en los análisis del

año 2019 todos los emprendedores encuestados tienen algún tipo de estudios, ninguno de ellos ha seleccionado la opción “sin estudios”.

El proyecto GEM también analiza la información referente a la formación específica para emprender que han recibido los emprendedores. Como puede observarse en la Figura 1.2.14., el 42,9% de los emprendedores en fase inicial y el 40% de los emprendedores potenciales afirman haber recibido algún tipo de formación específica para emprender a lo largo de sus vidas. Para el caso de los emprendedores consolidados, el 46,2% manifiesta haber recibido algún tipo de formación. Por último, el 63,6% de los emprendedores que cesaron su actividad en el último año afirman haber recibido formación específica sobre emprendimiento.

A diferencia de lo que ocurría en ejercicios anteriores, en los que claramente se detectaba que los emprendedores de las primeras etapas tenían más formación específica, este año parece que las diferencias se han visto reducidas y que el comportamiento se ha invertido, ya que sólo el 34,4% de emprendedores nacientes manifiesta tener formación específica sobre emprendimiento.

Figura 1.2.14. Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2019, en función de la formación específica para emprender



En comparación con los resultados nacionales de 2019, los porcentajes regionales son, en general, inferiores. Únicamente el porcentaje de emprendedores que afirman haber abandonado un negocio en el último año tiene un porcentaje de formación mayor en Cantabria (63,6%) que en España (54%). Se repite, por tanto, el comportamiento del ejercicio anterior.

Distribución por nivel de renta

A continuación, se presenta el análisis de la propensión a emprender entre la población adulta en base a otra variable demográfica, el nivel de renta. La financiación necesaria para poner en marcha un proyecto emprendedor puede proceder de recursos propios o de fuentes externas. Consecuentemente, el nivel de renta se convierte en un aspecto determinante que puede facilitar los esfuerzos de las personas que se involucran en actividades emprendedoras.

Si se analizan los datos mostrados en la Tabla 1.2.1. sobre la distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria, cabe afirmar que, en 2019, en el caso de los emprendedores iniciales, el nivel de actividad emprendedora de la población del tercio superior de renta ha sido notablemente mayor

(65,4%) que el nivel de actividad emprendedora de la población que se encuentra en los otros dos tercios. Sin embargo, entre los emprendedores potenciales, es el tercio inferior de renta el que más actividad aglutina (44%), mientras que para los emprendedores consolidados es el tercio medio (37,7%), aunque seguido muy de cerca por el tercio superior (34%).

Por otro lado, en la Tabla 1.2.2. se observa la evolución del nivel de actividad (TEA) de los distintos tramos de renta establecidos. Al igual que ocurría en el año 2018, el tercio superior de renta presenta el índice TEA más alto (15,7%), seguido por el tercio inferior (4,5%) y por el tercio medio (3,1%).

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

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



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

Tabla 1.2.2. Evolución del índice TEA por tramo de renta en Cantabria en los años 2014 y 2019

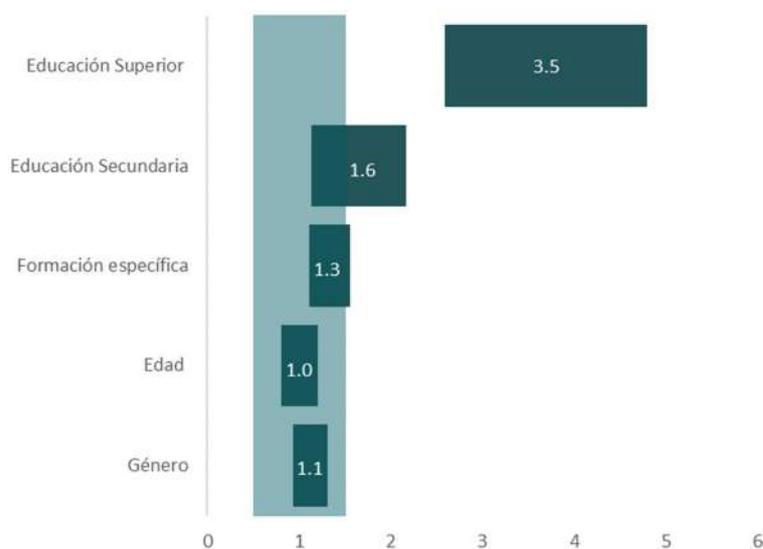
Renta	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tercio inferior	6,3%	5,3%	4,3%	6,4%	7,4%	4,5%
Tercio medio	3,0%	8,9%	10,6%	5,1%	5,9%	3,1%
Tercio superior	5,4%	9,7%	8,2%	9,0%	9,4%	15,7%

interés realizar un análisis conjunto que permita determinar la magnitud y relevancia de cada una de ellas en la explicación de la tasa de actividad emprendedora. Para ello, en la Figura 1.2.15. se presenta un gráfico de cajas con el efecto de cada de las características demográficas individuales analizadas previamente, y su influencia sobre la TEA. Al igual que los gráficos presentados en el apartado 1.1., el gráfico presenta el valor de la Odd ratio, siendo el tamaño de las cajas el rango entre el primer y el tercer cuartil. Para una correcta interpretación, también se señala una zona sombreada vertical en torno al valor 1, que marca el rango en el que no se aprecian diferencias estadísticamente significativas.

En primer lugar, no se observan diferencias en función del género, por lo que hombres y mujeres no muestran diferencias en la propensión a emprender. En el caso de la edad, se ha utilizado como medida el dato directo y no la distribución por tramos, puesto que el reducido valor de la TEA hace que no haya suficientes casos en cada uno de los grupos de edad. En cualquier caso, la edad no muestra ningún efecto sobre la propensión a emprender. Lo mismo ocurre con la formación específica en emprendimiento, en la que tampoco se observa una influencia significativa sobre la probabilidad de emprender.

Sin embargo, si nos fijamos en el nivel de educación, se observa que la propensión a

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



emprender es mayor en el nivel de educación superior. En concreto, las personas con niveles de educación superior tienen 3,5 veces mayor probabilidad de emprender que las personas con menores niveles de educación. Como se puede ver en el gráfico se observa una variabilidad importante, por lo que las diferencias dentro de ese nivel pueden presentar cierta heterogeneidad.

“

Las personas con niveles de educación superior tienen 3,5 veces mayor probabilidad de emprender

”

1.2.5. Financiación de la actividad emprendedora naciente en Cantabria

Como se apuntaba anteriormente, la financiación necesaria para poner en marcha un proyecto emprendedor puede proceder de recursos propios o de fuentes externas. Consecuentemente, la financiación de

la actividad emprendedora es un aspecto crítico en su desarrollo, y su obtención una tarea difícil, en especial, en las primeras etapas del proceso emprendedor (cuando aún no se han generado suficientes ingresos como para validar el negocio, ni se pueden acreditar garantías).

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

En lo que respecta a la demanda de financiación, la Tabla 1.2.3. describe las características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacentes en Cantabria y España en 2019. En promedio, en Cantabria, el capital semilla de estos proyectos nacentes fue de 168.087 euros.

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



Tabla 1.2.3. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria (periodo 2017- 2019)

Capital semilla necesario por Start up (€)

	Cantabria			España		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Media	168.087	117.357	114.609	121.420	85.804	93.552
Mediana	48.782	47.500	17.327	20.000	20.000	20.000
Moda	60.000	3.000	15.000	10.000	50.000	20.000
Desv. Típica	306.209	258.233	264.549	589.369	410.533	288.489
Mínimo	300	3.000	500	100	100	50
Máximo	1.000.000	1.000.000	1.000.000	7.000.000	12.000.000	4.000.000

Así, en Cantabria en 2019, el 50% de los proyectos ha necesitado una inversión de al menos 48.782 euros, ligeramente superior a la cifra del año anterior (47.500 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 2019 fue de 60.000 euros, un valor muy superior al valor más común en 2018 (3.000 euros).

Analizando la evolución de estos datos en Cantabria, cabe destacar que tanto el valor de la media como el de la mediana han aumentado respecto al año 2018.

Por otro lado, como se muestra en la Tabla 1.2.3., si comparamos estos datos con los correspondientes a España en 2019, cabe afirmar que:

- El capital semilla de los proyectos nacientes en España en 2019 es unos 45.000 euros inferior al promedio de Cantabria, lo que acrecienta la diferencia ya existente en el año 2018.
- El 50% de estos proyectos en España han necesitado una inversión de al menos 20.000 euros, menos de la mitad del importe para Cantabria.

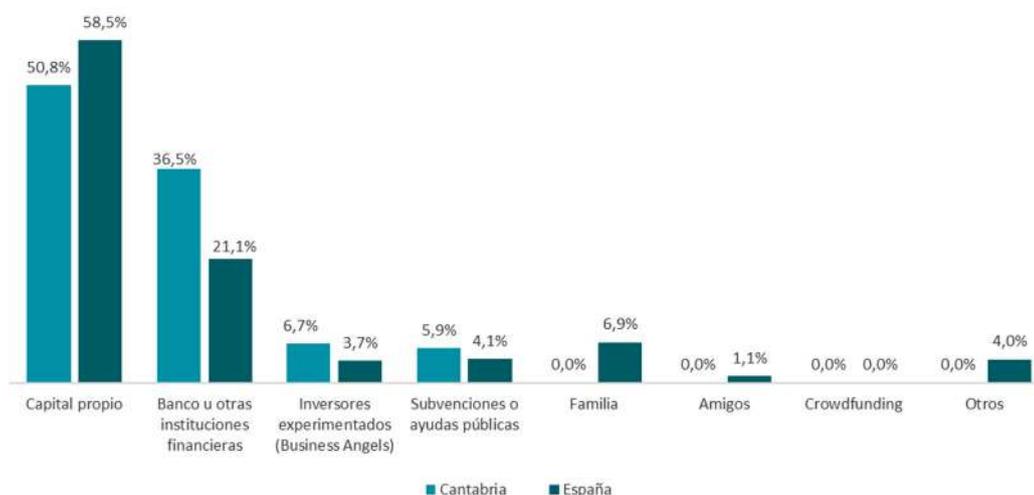
- La cuantía de capital semilla más repetida en España en el caso de los emprendedores nacientes es de 10.000 euros, una sexta parte de la cifra regional (60.000 euros).

En lo que se refiere a la procedencia de los fondos, en la Figura 1.2.16. se recoge la comparativa entre Cantabria y España. Tal y como se aprecia en la citada figura, la mayor parte de los fondos proviene del capital propio, tanto a nivel regional (50,8%) como a nivel nacional (58,5%). En segundo lugar, se encuentran los fondos procedentes de instituciones financieras, que suponen el 36,5% de las iniciativas a nivel regional y el 21,1% a nivel nacional.

A estas dos principales fuentes de procedencia, les siguen los inversores experimentados (6,7% en Cantabria y 3,7% en España), y las subvenciones o ayudas públicas (5,9% en Cantabria y 4,1% en España). Además, en el caso nacional, un 6,9% de la financiación procede de la familia, un 1,1% de los amigos y un 4% de otras fuentes de financiación.

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

Figura 1.2.16. Procedencia de los fondos de financiación en Cantabria y España en el año 2019



Por lo que se refiere a la oferta de financiación, los datos recogidos en 2019 por el proyecto GEM muestran que las características más relevantes de las personas que han actuado en los últimos tres años como inversor privado en negocios de otras personas, en los que no participa directamente en la gestión, son las siguientes:

- De media, la cantidad aportada fue de 9.890 euros, aunque existe una amplia variabilidad (desde los 600 hasta los 100.000 euros)
- El 59,4% de los inversores informales son hombres, frente al 40,6% de inversores informales femeninos.
- El 55,4% de los inversores se encuentran en una situación laboral activa (sea a tiempo completo o parcial, incluyendo autoempleo).
- Respecto a los niveles de renta de los inversores informales: el 23,1% pertenecen al tercio inferior de renta, el 26,5% al tercio medio, y el 50,3% al tercio superior.
- El 51% tienen estudios superiores
- Por otro lado, en lo que respecta a la formación en emprendimiento, el 48,3% afirman haber recibido algún tipo de formación relacionada con el emprendimiento o los negocios a lo largo de su vida.
- El 39,1% de los inversores afirman que existen posibilidades de que en los próximos tres años comience algún tipo de negocio.
- El 72,4% creen que poseen los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarias para comenzar un nuevo negocio.
- El 48,6% dicen que el miedo al fracaso no les frenaría si deciden crear un nuevo negocio.
- El 13,6% son emprendedores consolidados.
- El 61,5% han actuado como inversores en negocios de un familiar cercano.
- El 11,8% han actuado como inversores en negocios de algún compañero de trabajo.
- El 20,9% han actuado como inversores en negocios de un amigo o vecino.
- La edad media de los inversores informales es de 47,3 años.



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

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

El índice TEA promedio entre los países de ingresos altos es de 12,3%, mientras que la TEA media en los países de la Unión Europea (28) es de 9,6%. En lo referente a los emprendedores potenciales, la TEA media es de 24,4% para todos los países de ingresos altos, y de 16,4% para los países de la UE (28). Por otro lado, el porcentaje medio de empresarios consolidados es superior en la Unión Europea (8,1%) que en la media de todos los países de ingresos altos (7,5%). Igualmente, el porcentaje medio de

emprendedores que ha abandonado su negocio en los últimos 12 meses es inferior en la Unión Europea (3,1%) que en el total de países de ingresos altos (4,6%).

En comparación con el resto de economías de ingresos altos, España se encuentra por debajo de la media. De hecho, la TEA española sólo supera a la de Italia (2,8%), Japón (5,4%) y Polonia (5,4%), situándose muy alejada de países como Chile (36,7%), Panamá (22,7%) y Colombia (22,7%), que ocupan las primeras posiciones.

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

“

La TEA de Cantabria alcanza su máximo desde 2008 situándose a un punto de la nacional pero aún por debajo de la media europea

”

Tabla 1.2.4. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2019. Datos para las economías de ingresos altos.

Economías	Países	Emprendedor potencial	Emprendedor naciente	Emprendedor nuevo	TEA	Empresario consolidado	Abandono empresarial	Cierres	Continua
	Media	24,4	10,6	4,7	12,3	7,5	4,6	2,9	1,7
	Media EU28	16,4	7,7	3,7	9,6	8,1	3,1	2	1,1
	Italia	6,3	2,1	1,6	2,8	4,7	0,8	0,5	0,3
	Japón	7,3	5,7	2,1	5,4	7	1,1	0,6	0,5
	Polonia	7,6	3,6	1,8	5,4	12,8	3,2	2,4	0,7
	España	8,1	2,6	3,8	6,1	6,3	1,6	1,2	0,4
	Omán	63,8	6,4	3,1	6,9	2	15,4	11,5	4
	Cantabria	8,3	3,2	3,8	7	7,8	1,1	0,8	0,3
	Alemania	12,5	6,1	2,6	7,6	5,2	3,4	2,2	1,2
	Eslovenia	16,6	4,7	3,6	7,8	8,5	1,9	1,4	0,5
	Grecia	14,4	5,3	3,8	8,2	14,3	2,5	2	0,5
	Suecia	15,3	9,9	3,3	8,2	4,9	4,9	2,3	2,6
	Noruega	7,8	4,6	3,6	8,4	5,6	2,6	1,8	0,7
	Taiwán	16,8	6	4,9	8,4	12,8	2,7	1,4	1,4
	Reino Unido	9,9	7,4	3,1	9,3	8,2	3,4	2,5	0,9
	Suiza	15,1	7,3	3,7	9,8	11,6	3	1,2	1,8
	Luxemburgo	18,4	10,4	3,4	10,2	4,7	4,6	2,3	2,3
	Países Bajos	12,2	5,3	4,8	10,4	10,8	2,6	1,6	1
Economías de ingresos altos	Australia	16,2	7,7	5,1	10,5	6,5	4,5	3,2	1,3
	Croacia	25,6	10,4	3,5	10,5	3,6	3,6	2	1,6
	Chipre	24,9	8,1	4,6	12,2	10,1	2,6	1,5	1,1
	Irlanda	18,9	11,2	4,3	12,4	6,6	4,1	2,5	1,5
	Israel	30,4	12,1	4,2	12,7	5,4	5,2	3,8	1,5
	Portugal	24,4	10,9	6	12,9	11	3	1,5	1,6
	Eslovaquia	19,8	12,5	4,2	13,3	5,9	4	2,7	1,3
	Puerto Rico	31,2	13	2,2	13,4	1,2	2,2	1,3	0,9
	Arabia Saudita	35,7	13,8	8,6	14	5,4	8,9	5,1	3,8
	Catar	50,6	13	4,1	14,7	3	9,1	6,6	2,5
	Corea del Sur	33	8,3	8,2	14,9	13	3,1	1,9	1,3
	Letonia	28	13,5	5,3	15,4	12,9	3,5	2,7	0,8
	Emiratos	47,1	14,4	7,1	16,4	7	10,5	5,5	5
	Estados Unidos	20,4	16,1	5,9	17,4	10,6	5,1	2,9	2,2
	Canadá	21,3	17,7	8	18,2	7,4	8,3	3,6	4,7
	Colombia	42,2	23,1	7,3	22,3	4,3	5,6	4,2	1,4
Panamá	48,6	23,6	7,5	22,7	4,7	6,5	4,5	2	
Chile	55,9	34,4	11	36,7	10,6	8,3	6,5	1,8	



1.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

1.3.1. Introducción

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

1.3.2. Aspectos generales del negocio: sector de actividad

En primer lugar, se analiza la pertenencia de las iniciativas emprendedoras, tanto en fase inicial como consolidadas, a diversos sectores de actividad, concretamente el sector orientado al consumo, el sector de servicios a empresas, la industria transformadora y la industria extractiva.

En el año 2019, las iniciativas emprendedoras en fase inicial en Cantabria (Figura 1.3.1.), están especialmente concentradas en el sector orientado al consumo (42,6%), seguido del sector de servicios a empresas (26,7%), la industria transformadora (24,9%) y, finalmente, la industria extractiva (5,8%).

Por lo que respecta a las iniciativas emprendedoras ya consolidadas, es decir, las que cuentan con una edad superior a los 42 meses, los datos de la Figura 1.3.2. muestran

que las actividades económicas con mayor volumen de negocios son nuevamente las orientadas al consumo (37,2%), en este caso seguidas de la industria transformadora (30,2%). Por el contrario, el sector de servicios a empresas (18,8%) y, nuevamente, la industria extractiva (13,8%) son sectores de actividad que registran un menor número de iniciativas registradas.

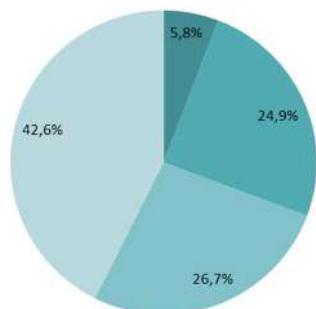
1.3.3. Aspectos generales del negocio: dimensión

En lo que se refiere al tamaño de las iniciativas emprendedoras en Cantabria, a continuación, se analizan las iniciativas cántabras, tanto en fase inicial como consolidada, según el número de empleados con que cuentan en el año 2019. A efectos de comparación estadística, las iniciativas emprendedoras se dividen en cuatro categorías: sin empleados, de 1 a 5 empleados, de 6 a 19 empleados y 20 o más empleados.

La Figura 1.3.3. muestra que, en Cantabria, las iniciativas emprendedoras en fase inicial más comunes son microempresas que no generan puestos de trabajo adicionales al del propio emprendedor. Concretamente, en 2019 la cifra de este tipo de iniciativas en la región se sitúa en el 57,1%, frente al 38,3% de iniciativas que cuentan con entre 1 y 5 empleados y el 4,6% de iniciativas que registran entre 6 y 19 empleados.

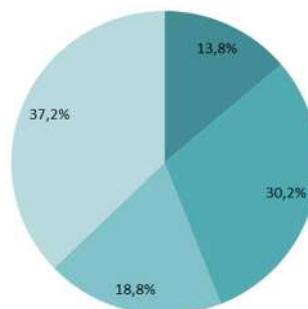
Como novedad en esta edición del informe, desaparecen las iniciativas emprendedoras en fase inicial de mayor tamaño (20 o más empleados), que en 2018 representaban el 2,4% de las iniciativas emprendedoras de nueva creación de la región. Por lo tanto, al pequeño tamaño de las iniciativas emprendedoras en Cantabria hay que añadirle el estancamiento de su crecimiento en el año 2019, tendencia que

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



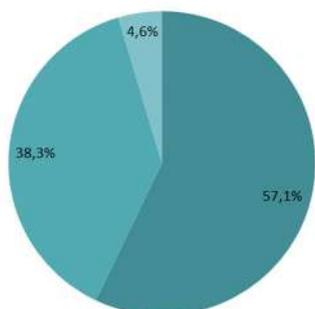
■ Extractiva ■ Transformadora ■ Servicios a empresas ■ Orientado al consumo

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



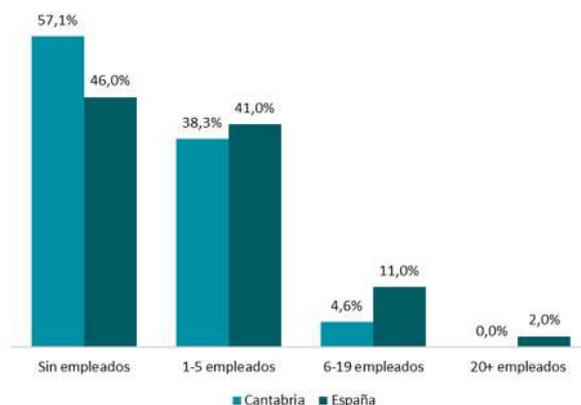
■ Extractiva ■ Transformadora ■ Servicios a empresas ■ Orientado al consumo

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



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

Figura 1.3.4. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial en 2019



contrasta con el paulatino crecimiento de las mismas que se registraba en pasadas ediciones del informe (2016-2018).

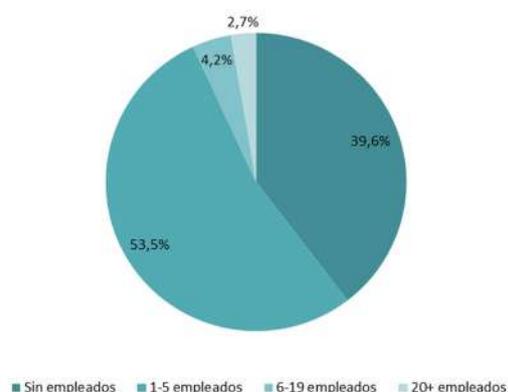
Si se comparan los datos de Cantabria con la media española (Figura 1.3.4.), se observa que el tamaño de las iniciativas emprendedoras cántabras es, por término medio, menor al del resto del país. Si bien en España, nuevamente, las iniciativas microempresariales que no generan puestos asalariados son las más frecuentes (46%), el porcentaje en Cantabria supera al nacional en más de once puntos porcentuales. Por otra parte, las iniciativas entre 1 y 5 empleados se sitúan en el 41% en

España, frente al 38,3% en Cantabria, diferencias que se registran también en iniciativas de 6 a 19 empleados (11% vs. 4,6%, respectivamente) y en las iniciativas de 20 o más empleados (2% vs. 0%, respectivamente).

Este año, los datos más optimistas proceden del análisis de las iniciativas emprendedoras consolidadas (edad superior a 42 meses), que crecen en tamaño con respecto a años anteriores y, además, muestran también un comportamiento positivo con respecto al resto de España.



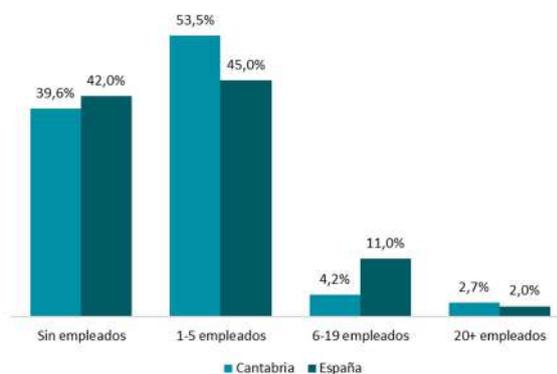
Figura 1.3.5. Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)



Por un lado, se confirma la tendencia al crecimiento del tamaño de las iniciativas empresariales consolidadas (Figura 1.3.6.), entre las que predominan las iniciativas con 1-5 empleados (53,5%), por encima de las iniciativas sin empleados (39,6%), las iniciativas entre 6 y 19 empleados (4,2%) y las iniciativas de 20 o más empleados (2,7%). Como en años anteriores, se continúa la tendencia por la cual se reduce el número de iniciativas sin empleados, que ha pasado de un 55,7% en 2017 al actual 39,6%, mientras que las iniciativas con 1-5 empleados han aumentado del 36,4% en 2017 al actual 53,5%.

Por otro lado, si se compara la situación de la región con la nacional (Figura 1.3.6.), se aprecia que Cantabria registra en 2019 un menor número de iniciativas emprendedoras sin asalariados que la media española (39,6% vs. 42%, respectivamente), mientras que el volumen de iniciativas con 1-5 empleados es notablemente superior (53,5% vs. 45%), al tiempo que se registra un mayor porcentaje de iniciativas grandes, es decir, de 20 o más empleados (2,7% vs. 2%). Únicamente las iniciativas de 6-19 empleados siguen siendo más numerosas en el conjunto de la media nacional (4,2% en Cantabria vs. 11% en España).

Figura 1.3.6. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2019



1.3.4. Expectativas de crecimiento

Como se indica en el informe GEM nacional, para hacer crecer un negocio se necesita cierta dosis previa de ambición por parte de los emprendedores. Sin embargo, como en ediciones anteriores del informe, el estudio de las expectativas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras cántabras, realizado a través del análisis de sus previsiones de creación de empleo en el medio y largo plazo, indica que las aspiraciones para aumentar el tamaño empresarial de las personas emprendedoras de la región continúan siendo modestas.

En este sentido, la Figura 1.3.7. muestra los resultados relacionados con las actividades emprendedoras en fase inicial en Cantabria. En términos generales, se comprueba que las expectativas son poco ambiciosas, ya que la mayoría de emprendedores en fase inicial (45,6%) estiman que sus iniciativas emprendedoras generarán apenas 1-5 nuevos empleos en el periodo de 5 años, mientras que un 35% consideran que no se generará ninguna contratación en dicho plazo de tiempo. Por el contrario, las iniciativas que se estima que generen entre 6 y 19 empleos en el medio y largo plazo se sitúan en el 17,6%, y las iniciativas generadoras de 20 o más puestos de trabajo se estiman en el 1,8%.

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

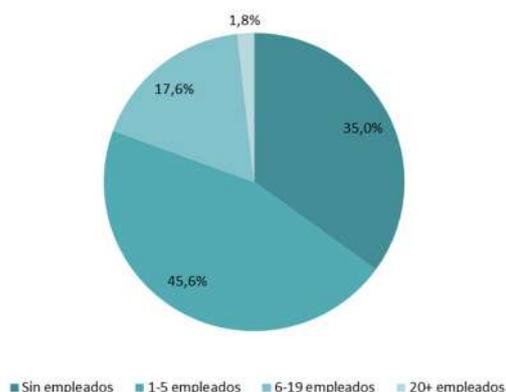


Figura 1.3.8. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)

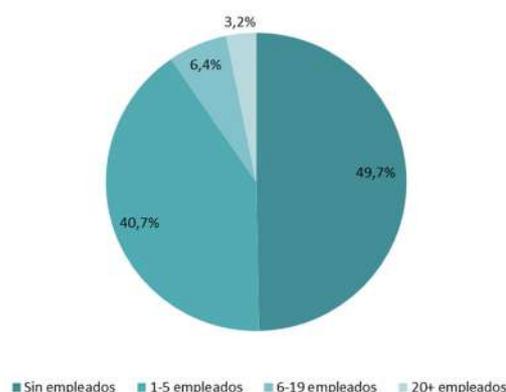


Tabla 1.3.1. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas en fase inicial y consolidadas para dentro de cinco años

Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media (Desviación Típica)		
	2017	2018	2019
Iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses de actividad)	1,51 (3,44)	1,14 (3,71)	1,62 (3,47)
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,32 (1,78)	0,91 (6,01)	0,63 (6,04)

Por lo que respecta a las iniciativas emprendedoras consolidadas, la Figura 1.3.8. muestra que las expectativas de estos emprendedores son todavía menos halagüeñas. Concretamente, la mayoría de estas iniciativas (49,7%) estiman no generar empleos en el plazo de 5 años, mientras que un 40,7% esperan generar entre 1 y 5 puestos de trabajo, un 6,4% esperan contar con entre 6 y 19 empleados y un 3,2% estiman generar 20 o más puestos de trabajo.

Para complementar el análisis, en la Tabla 1.3.1. se recoge el crecimiento medio esperado por los dos tipos de iniciativas (empreedoras en fase inicial y consolidadas) y la dispersión en torno a la media de empleados para 2019; resultados medidos en ambos casos en número de personas.

Como en años anteriores, se constata que las expectativas y aspiraciones de crecimiento de las iniciativas en fase inicial (0-42 meses) son notablemente superiores a las de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses). De esta forma, en el 2019, frente a la media de 1,6 empleos generados por parte de las iniciativas emprendedoras de menos de 42 meses de actividad, las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) presentan una media de 0,6 empleados.

Además, la diferencia en la creación media de empleo entre ambos tipos de iniciativas vuelve a aumentar y hacerse marcadamente notable con respecto al pasado 2018, lo que revierte la tendencia a la reducción paulatina de las diferencias entre ambas iniciativas que se observaba en ediciones pasadas del presente informe.



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

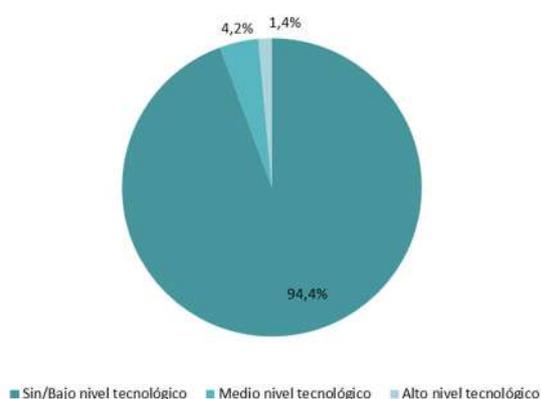
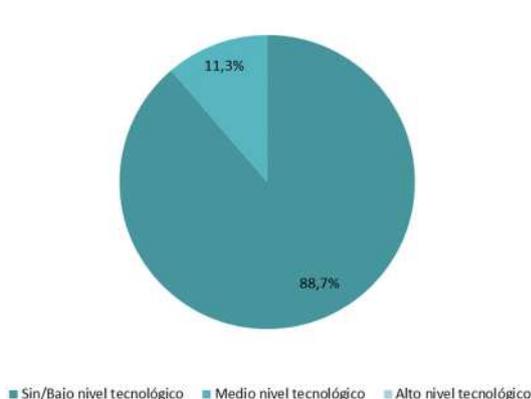


Figura 1.3.10. Distribución de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses) por el nivel tecnológico



1.3.5. Orientación innovadora

En esta edición se ha recogido información sobre el nivel tecnológico del sector al que pertenecen los negocios. Así, un 94,4% de los nuevos negocios de reciente creación pertenecen a sectores sin o de bajo nivel tecnológico. Un 1,4% pertenecen a sectores de alto nivel tecnológico (Figura 1.3.9). En el caso de la distribución para las empresas consolidadas, un 88,7% de los negocios consolidados pertenecen a sectores de bajo nivel tecnológico y no hay empresas que pertenecen a sectores de alto nivel tecnológico (Figura 1.3.10).

Además, en este epígrafe se analiza la predisposición que muestran las personas emprendedoras hacia el lanzamiento de nuevos negocios innovadores. Como novedad en la encuesta GEM 2019, para medir dicha orientación innovadora de las iniciativas emprendedoras nacionales y regionales se consulta a los encuestados el nivel de innovación en productos/servicios y procesos que han desarrollado sus empresas en esta edición.

En esta línea, las Figuras 1.3.11. y 1.3.12. muestran el porcentaje de iniciativas innovadoras cántabras, en la fase inicial y consolidada, en cuanto al grado de innovación en los productos y servicios ofrecidos en el

mercado local, nacional e internacional. De esta forma, se observa que un 54,9% de los nuevos negocios y un 81,1% de los negocios consolidados manifiestan que no realizaron innovaciones en producto/servicio en 2019. Al analizar los emprendedores que manifestaron haber innovado, la mayoría de ellos han realizado innovaciones en productos/servicios dirigidos al mercado doméstico (local o nacional) y en un porcentaje menor han desarrollado innovaciones dirigidas a un cliente internacional. De esta forma, un 28,9% de los emprendedores nacientes han ofrecido nuevos productos únicamente en el mercado local y un 13,3% en el mercado nacional. Estas cifras se sitúan en el 10,1% y el 6,3%, respectivamente, en el caso de las iniciativas innovadoras en la fase consolidada. Por el contrario, únicamente un 2,9% y un 2,5% de las iniciativas nacientes y consolidadas han ofrecido nuevos productos y servicios en el mercado internacional.

Al igual que se observa a nivel global de España, esta tendencia confirma que los negocios en fase inicial no han nacido por la identificación clara de una oportunidad vinculada a un componente innovador en los productos y servicios que ofrecen. Este comportamiento se mantiene, además, en más del 90% de los emprendedores consolidados en los que, al parecer, la innovación en productos/servicios

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

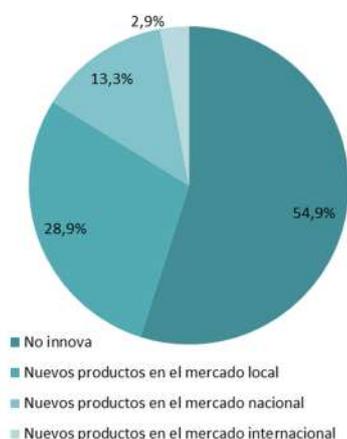


Figura 1.3.12. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada (más de 42 meses) en cuanto a los productos o servicios ofrecidos en Cantabria



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



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



no es un componente importante de su modelo de negocio y supervivencia.

Respecto a las innovaciones por procesos, las Figuras 1.3.13. y 1.3.14. muestran un comportamiento todavía más marcado hacia el mercado doméstico que el de las innovaciones en producto/servicio. Concretamente, se observa que un 64% de las iniciativas nacientes no ha innovado en procesos en el 2019, porcentaje que se eleva hasta un 91,1% en el caso de las iniciativas en fase innovadora. Además, las iniciativas que indican haber innovado, nuevamente hacen referencia a una innovación más enfocada al mercado local o

nacional. Concretamente, el 21,4% de las iniciativas en fase inicial lo hicieron en el mercado local y un 13,1% lo hicieron en el mercado nacional. Estos valores son del 3,8% y el 1,3%, respectivamente, en el caso de las iniciativas consolidadas. Finalmente, tan solo un 1,5% de las iniciativas nuevas y un 3,8% de las iniciativas consolidadas realizaron innovaciones en procesos enfocadas a los clientes de ámbito internacional. Por tanto, cabe señalar que la mejora de procesos administrativos, operativos y tecnológicos se presenta como una de las asignaturas pendientes del emprendimiento regional en los próximos años.



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

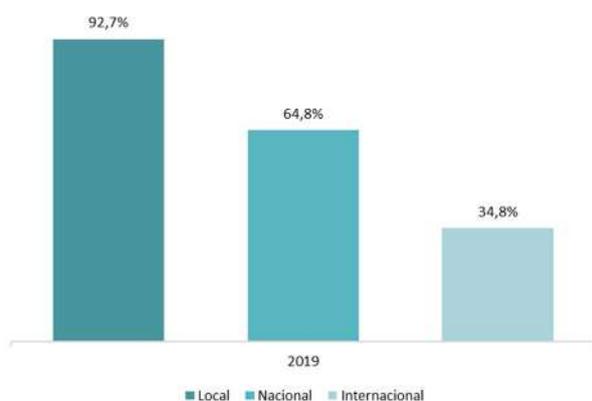


Figura 1.3.16. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la localización de sus clientes

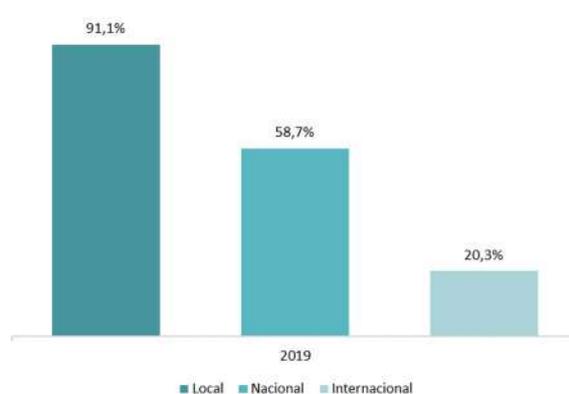


Figura 1.3.17. Porcentaje de iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria

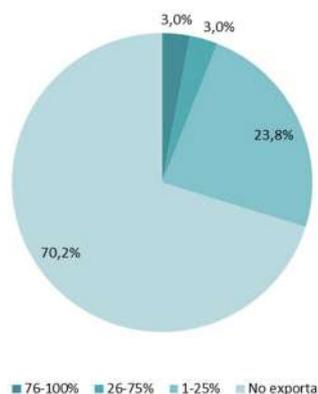
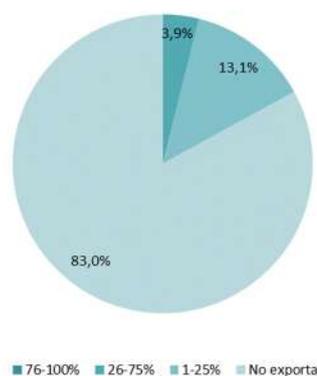


Figura 1.3.18. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria



1.3.6. Orientación internacional

Las iniciativas emprendedoras que son capaces de competir a nivel internacional son las que pueden crecer más y generar un mayor impacto económico. Para ello, los emprendedores deben facturar a clientes cuya ubicación geográfica puede encontrarse cerca o lejos de la sede principal del negocio. Por tanto, estudiar la orientación internacional de las iniciativas emprendedoras de un país o región resulta de vital importancia para comprender en mayor profundidad el alcance del fenómeno emprendedor en ese ámbito geográfico concreto.

En este sentido, y en línea con los resultados expuestos en el epígrafe anterior de este Capítulo, las Figuras 1.3.15. y 1.3.16. muestran que la demanda de productos y servicios de las iniciativas emprendedoras cántabras se concentra principalmente en el mercado doméstico, especialmente en el mercado local. De esta manera, existe un 92,7% de iniciativas nuevas y un 91,1% de iniciativas consolidadas que cuentan con clientes en el mercado local. Estos porcentajes se reducen al 64,8% y 58,7%, respectivamente, cuando se consulta qué emprendedores tienen clientes en el mercado nacional. Y, nuevamente, los porcentajes se vuelven a reducir hasta el 34,8% y el 20,3%,

respectivamente, cuando se consulta si existen clientes internacionales en las iniciativas.

Por otra parte, al consultar a los encuestados sobre la intensidad de exportación que llevan a cabo sobre sus productos y servicios (Figuras 1.3.17. y 1.3.18.), los datos obtenidos en esta edición 2019 indican un comportamiento similar entre las iniciativas en fase inicial y en fase consolidada. Concretamente, hasta un 70,2% de las iniciativas en fase inicial no han exportado este año, cifra que se eleva hasta el 83% de las iniciativas en fase consolidada. Entre aquellas iniciativas que exportaron este año, la mayoría han exportado únicamente entre un 1% y un 25% de sus productos/servicios. Por ejemplo, un 23,8% de las iniciativas en fase inicial y un 13,1% de las iniciativas consolidadas se encuentran en esta situación. Por el contrario, las iniciativas que exportaron entre el 26% y el 75% en 2019 representan únicamente un 3% de las iniciativas en fase inicial y no se registró ningún caso entre las iniciativas consolidadas. Finalmente, tan solo un 3% y un 3,9%, respectivamente, exportaron entre el 76% y el 100% de sus productos/servicios.

1.3.7. Actividad emprendedora en organizaciones existentes

Desde la edición 2014, el proyecto GEM ha hecho una apuesta por una medición anual de la actividad emprendedora que se lleva a cabo en las organizaciones existentes como resultado de una orientación estratégica. Desde la perspectiva de la metodología GEM, la actividad (intra)emprendedora es concebida como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores (EEA – Entrepreneurial Employee Activity) de organizaciones cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos y servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (spin-offs, spin-outs, start-ups). 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 esta línea, la Figura 1.3.19. permite comparar la tendencia evolutiva de la actividad emprendedora independiente (TEA - Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) frente a la actividad intra-emprendedora (EEA) desde el año 2017. Los resultados del análisis muestran que, en 2019, el 1,4% de la población cántabra de 18 a 64 años ha participado activamente o ha liderado la generación y puesta en marcha de ideas emprendedoras en las organizaciones en las que desempeña su trabajo (EEA). Por el contrario, hasta un 7% de la población de la región ha emprendido de manera independiente (TEA).

Tal y como se observa, además, y a pesar de que la tendencia de la EEA fue positiva en años anteriores, desde 2017 este indicador se viene viendo resentido de manera considerable, mientras que la TEA se mantiene en valores mucho más estables a lo largo de las ediciones de este informe regional, incluso aumentando considerablemente en el 2019 hasta el actual 7%.

Por lo que respecta a la comparativa de estas dos variables (TEA vs. EEA) entre Cantabria y España en el año 2019, la Figura 1.3.20. muestra que en esta edición la TEA es algo superior en Cantabria con respecto a la media nacional (7% vs. 6,1%, respectivamente). Sin embargo, con respecto a la EEA se observa la tendencia opuesta, es decir, esta tasa es superior en la media nacional que en Cantabria (1,7% vs. 1,4%, respectivamente).

Para concluir el epígrafe, la Figura 1.3.21. muestra la relación entre el número de empleados emprendedores de la población de 18 a 64 años (EEA) y el PIB per cápita de las distintas Comunidades Autónomas de España. Los datos muestran que este año hasta ocho regiones alcanzan una EEA superior a la media nacional. Concretamente, Aragón, Navarra,



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

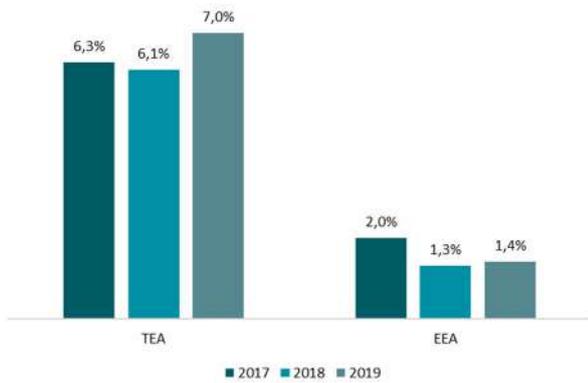


Figura 1.3.20. Comparativa Cantabria-España en el porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido al interior de organizaciones existentes (EEA) en 2019

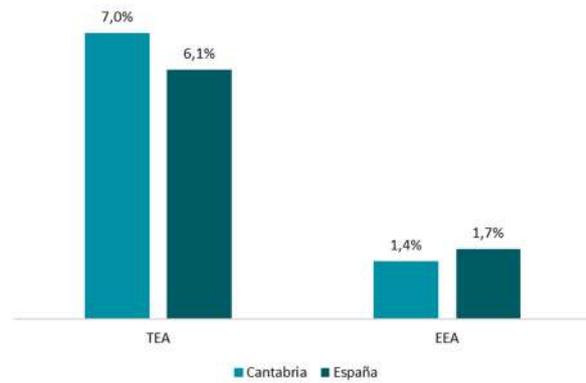
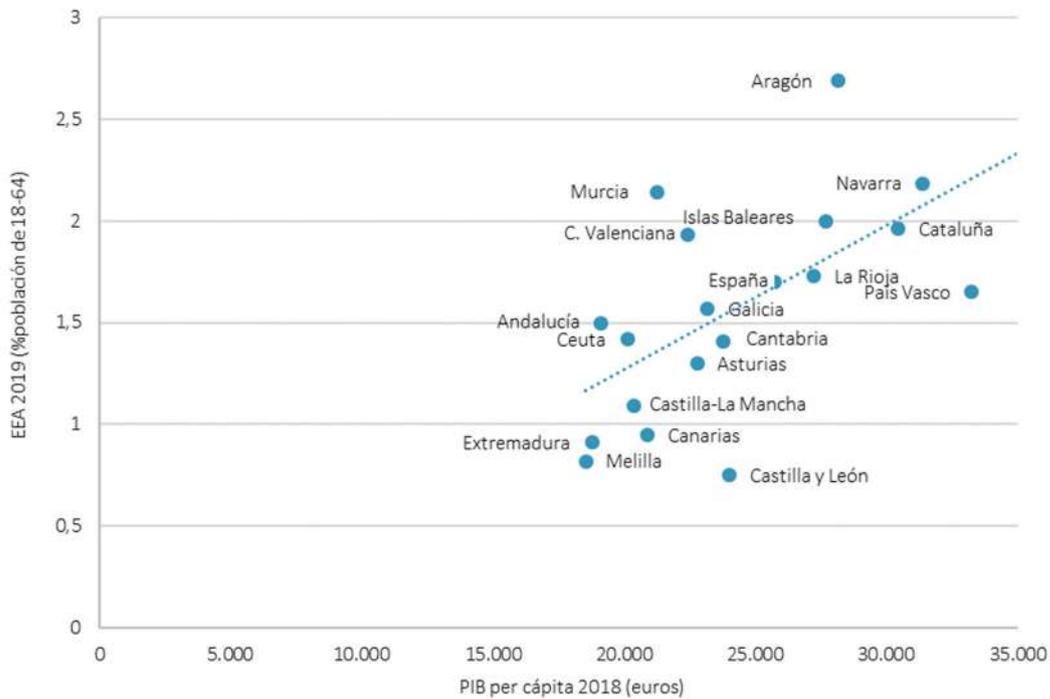


Figura 1.3.21. Relación entre el indicador EEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita, comparativa Cantabria-Resto de España



Murcia, Islas Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, La Rioja y País Vasco muestran tasas de intra-empresariado superiores a la media de España, destacando especialmente Aragón como la Comunidad Autónoma más intra-empresariadora del país. El resto de Comunidades Autónomas (hasta un total de 10) se sitúan por debajo de la media del país, si bien

la mayoría de ellas se encuentran cercanas al valor de 1,7% del país.

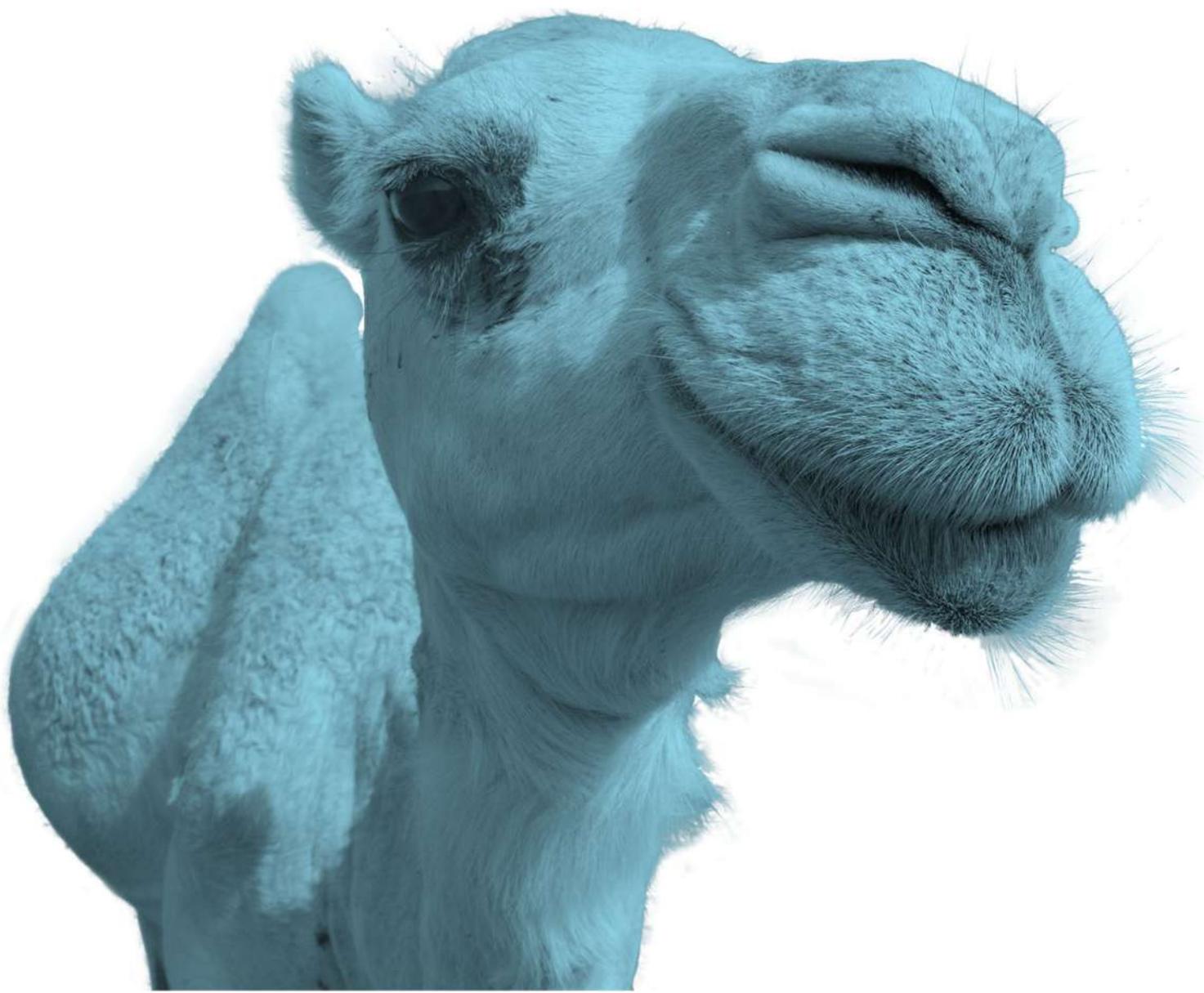
En este contexto, cabe destacar que Cantabria presenta en 2019 una EEA algo superior a la de las principales Comunidades Autónomas de España con niveles de PIB similares a los de esta región, como es el caso, especialmente de Castilla y León y Asturias, entre otras.



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

CAPÍTULO 2

El entorno emprendedor



CAPÍTULO 2.

EL ENTORNO EMPRENDEDOR

2.1. INTRODUCCIÓN

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

- El apoyo financiero (la disponibilidad de recursos financieros propios, y deuda, para empresas nuevas y 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 apertura de mercados y barreras a la entrada (en la medida en que los acuerdos comerciales les impiden someterse a constantes cambios y re-despliegue, impidiendo las empresas nuevas y en crecimiento de la competencia y la sustitución de los proveedores existentes, subcontratistas y consultores).
- El acceso a infraestructura física (acceso a recursos físicos, comunicación, instalaciones, transporte, terreno, espacio, a un precio que no discrimine a las empresas nuevas, pequeñas o en crecimiento).
- Las normas sociales y culturales (en relación con la existencia de normas que fomenten o no disuadan las acciones individuales que supongan nuevas maneras de realizar negocios o actividades económicas y, en consecuencia, lleven a una mayor extensión de la riqueza y los ingresos).
- La infraestructura comercial y profesional (la influencia de los servicios comerciales, contables o legales y de las instituciones que permiten la promoción de empresas nuevas, pequeñas o en crecimiento).

La metodología utilizada es la realización de un panel de expertos. Se les ha pedido a 36 profesionales y empresarios, elegidos por su experiencia y conocimientos sobre estos factores, que valoren una serie de afirmaciones sobre las condiciones del entorno.

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

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

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

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

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

En la Tabla 2.1. se observan las valoraciones medias de las condiciones del entorno para el año 2019 en Cantabria, expresadas en una escala Likert de 1 a 5 puntos (donde 1 corresponde a completamente falso y 5 a completamente verdadero). Como factores mejor valorados se encuentran la infraestructura física (3,77), la educación emprendedora post-escolar (3,20), la infraestructura comercial (3,03), los programas gubernamentales (3,12) y las normas sociales y culturales (3,02).

Dado que las valoraciones se realizan basándose en una escala de cinco puntos, todas aquellas condiciones situadas por debajo de 3 no se encuentran en una situación deseable. En el año 2019, sólo los cinco primeros factores enunciados en el párrafo anterior superan esta posición, y el resto se encuentran por debajo de ese límite: barreras del mercado interno (2,72), políticas, prioridad y apoyo (2,69), transferencia I+D (2,60), política fiscal y burocracia (2,60), dinámica mercado interno (2,40), financiación (2,35) y educación emprendedora escolar (2,34).

En comparación con el ejercicio anterior, se detecta una mejoría en todos los factores, a

excepción de uno, que ha empeorado (dinámica mercado interno).

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

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

Por el contrario, el elemento menos valorado se refiere a las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones...). Este resultado coincide con lo obtenido en el ejercicio 2018.

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 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. Sin embargo, consideran que en la enseñanza primaria y secundaria no se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a 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 2018-2019)

Valoración media de las condiciones del entorno según los expertos	CANTABRIA	
	2018	2019
Infraestructura física	3,51	3,77
Educación emprendedora post-escolar	3,04	3,20
Infraestructura comercial	2,85	3,17
Programas gubernamentales	3,03	3,12
Normas sociales y culturales	2,61	3,02
Barreras mercado interno	2,38	2,72
Políticas, prioridad y apoyo	2,48	2,69
Transferencia I+D	2,44	2,60
Política fiscal y burocracia	2,24	2,60
Dinámica mercado interno	2,66	2,40
Financiación	2,10	2,35
Educación emprendedora escolar	2,16	2,34

“

A pesar de la mejoría en la valoración de la mayoría de las condiciones del entorno, aun dos terceras partes no llegan al aprobado

”

Tabla 2.2. Valoraciones de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (2019)

Tópico A. Apoyo financiero. En Cantabria...

Los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	3,94
Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.	4,36
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	4,66
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.	5,50
Hay suficiente oferta de financiación procedente de Asociaciones profesionales de Business Angels para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,16
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,13
La salida a Bolsa es un recurso habitualmente utilizado para proporcionar financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,00
Es bastante común el obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo “crowdfunding” para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,97

Tópico B. Políticas gubernamentales. En Cantabria ...

Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamientos públicos).	3,30
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno estatal.	4,77
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política de las administraciones autonómicas.	4,75
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	2,86
Los impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	4,55
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.	4,91
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad.	3,83

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).	5,33
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	5,22



Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas. 4,91

Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces. 5,86

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. 5,16

Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos. 4,83

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

En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal. 3,80

En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado. 3,75

En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. 3,08

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. 4,72

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. 5,94

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. 5,33

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

Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento. 4,41

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas. 4,27

Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías. 3,36

Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas. 3,66

La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto. 5,38

Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas. 3,94

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

Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. 6,02

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores. 3,97

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. 4,88

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal. 6,38

Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares). 5,86

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

Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro. 3,72

Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro. 3,77

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados. 4,13

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado. 3,88

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas. 4,61

La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir. 5,24

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

Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento. 6,11

No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.). 7,02

Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.). 7,13

Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.). 6,63

Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes. 6,88

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. 5,52

Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal. 5,22

Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial. 4,25

Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación. 4,61

Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida. 5,75



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

En la Tabla 2.3. se muestran los obstáculos al emprendimiento en Cantabria en 2019, comparados con los del año 2018. Las políticas gubernamentales y las normas sociales y culturales son los principales obstáculos. El tercer lugar lo ocupa el factor apoyo financiero, que ha perdido relevancia respecto al año anterior.

Por otro lado, los obstáculos menos valorados por los expertos son los costes laborales, acceso y regulación; la internacionalización; el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas; la corrupción; la crisis económica; el contexto político, social e intelectual; la composición percibida de la población; y la infraestructura comercial y profesional.

La Tabla 2.4. muestra los factores que favorecen la actividad emprendedora. Las políticas gubernamentales son el factor más importante en el año 2019. Seguidamente, y manteniendo la ordenación del ejercicio anterior, se sitúan el factor educación y formación, y las normas sociales y culturales.

Los apoyos menos valorados, coincidentes en su mayoría con los menos valorados el año anterior, son el acceso a la información; los costes laborales, acceso y regulación; la internacionalización; el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas; la corrupción; y la infraestructura comercial y profesional.

La Tabla 2.5. muestra factores que pueden favorecer la actividad emprendedora, en base a las recomendaciones realizadas por los expertos. Los más importantes son las políticas gubernamentales; la educación y formación; y el apoyo financiero. Cabe señalar cómo las políticas gubernamentales, que ocupaban la

cuarta posición en el año 2018, han ascendido hasta la primera.

En el extremo opuesto, los factores que para los expertos parecen ser menos importantes son: el acceso a la información; los costes laborales, acceso y regulación; la internacionalización; el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas; la corrupción; la crisis económica; el contexto político, social e intelectual; la composición percibida de la población; el estado del mercado laboral; el acceso al mercado, barreras; y los programas gubernamentales.

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

“

Según los expertos, las políticas gubernamentales y las normas sociales y culturales son los principales obstáculos del ecosistema emprendedor

”

Tabla 2.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2018-2019

Obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de dificultad en 2019	RANKING CANTABRIA		
	2019	2019	2018
Políticas gubernamentales	73,5%	1	1
Normas sociales y culturales	50,0%	2	3
Apoyo financiero	41,2%	3	2
Acceso a las infraestructuras físicas	14,7%	4	10
Programas gubernamentales	14,7%	5	10
Ambiente económico	11,8%	6	6
Educación y formación	11,8%	6	4
Capacidad emprendedora	8,8%	7	5
Transferencias de I+D	8,8%	7	7
Estado del mercado laboral	5,9%	9	10
Acceso al mercado, barreras	5,9%	9	9
Acceso a la información	2,9%	10	10
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	11	10
Internacionalización	0,0%	11	10
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	10	10
Corrupción	0,0%	11	10
Crisis económica	0,0%	11	10
Contexto político, social e intelectual	0,0%	11	8
Composición percibida de la población	0,0%	11	9
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	11	9



Tabla 2.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2018-2019

Apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2019	2019	RANKING CANTABRIA	
		2019	2018
Políticas gubernamentales	47,1%	1	2
Educación y formación	44,1%	2	2
Normas sociales y culturales	29,4%	3	3
Apoyo financiero	29,4%	3	4
Estado del mercado laboral	20,6%	4	5
Acceso a las infraestructuras físicas	20,6%	4	7
Capacidad emprendedora	11,8%	5	6
Crisis económica	8,8%	6	8
Contexto político, social e intelectual	5,9%	7	6
Ambiente económico	5,9%	7	1
Acceso al mercado, barreras	5,9%	7	8
Transferencias de I+D	5,9%	7	6
Programas gubernamentales	5,9%	7	3
Acceso a la información	0,0%	8	8
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	8	8
Internacionalización	0,0%	8	8
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	8	8
Corrupción	0,0%	8	8
Composición percibida de la población	0,0%	8	8
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	8	8

Tabla 2.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2018-2019

Recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en Cantabria, ordenados por orden de importancia en 2019	2019	RANKING CANTABRIA	
		2019	2018
Políticas gubernamentales	67,6%	1	4
Educación y formación	44,1%	2	3
Apoyo financiero	44,1%	3	1
Normas sociales y culturales	35,3%	4	2
Acceso a las infraestructuras físicas	29,4%	5	6
Transferencias de I+D	5,9%	6	8
Ambiente económico	2,9%	7	9
Capacidad emprendedora	2,9%	8	9
Infraestructura comercial y profesional	2,9%	8	7
Acceso a la información	0,0%	8	8
Costes laborales, acceso y regulación	0,0%	9	9
Internacionalización	0,0%	9	9
Desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas	0,0%	9	8
Corrupción	0,0%	9	9
Crisis económica	0,0%	9	9
Contexto político, social e intelectual	0,0%	9	9
Composición percibida de la población	0,0%	9	9
Estado del mercado laboral	0,0%	9	9
Acceso al mercado, barreras	0,0%	9	9
Programas gubernamentales	0,0%	9	5



Tabla 2.6. Valoraciones de los expertos. Respuestas abiertas

Obstáculos a la actividad emprendedora

Falta de financiación y dificultad de acceso a la misma

Falta de educación y formación emprendedora

Nivel insuficiente de ayudas públicas

Barreras impositivas y fiscales

Contexto económico poco favorable

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

Miedo al fracaso

Envejecimiento de la población

Falta de transferencia tecnológica

Falta de ecosistemas de innovación

Mala coordinación entre organismos públicos y privados

Falta de clientes

Descoordinación de agentes

Apoyos a la actividad emprendedora

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

Programas de desarrollo del autoempleo

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

Plataformas de coworking

La crisis de los modelos de negocio tradicionales

Involucración de empresas privadas en proceso de diversificación

Esfuerzos de los institutos de investigación (IH Cantabria, IDIVAL, IBBTEC, CTC) y los grupos de investigación de la UE para reforzar sus vínculos con la empresa privada y fomentar la transferencia tecnológica y el emprendimiento

Programa Cantabria Emprendedora

Labores de divulgación de la cultura emprendedora desde organismos públicos

Situación económica actual

Accesos a subvenciones nacionales y europeas cada vez más conocidos

La labor del Gobierno de Cantabria a través de sus diversos programas de apoyo al emprendimiento. Hay que destacar la apuesta del Gobierno de Cantabria por fomentar el emprendimiento en el medio rural a través de programas como Nansaemprende

El desempleo impulsa al emprendimiento por necesidad

Tarifa plana autónomos

Recomendaciones de los expertos

Agilización de trámites

Mayor apoyo público

Más foros de financiación, captación de agentes financiadores de proyectos

Educación emprendedora en edades tempranas

Fondos públicos/privados vía capital riesgo fases iniciales

Potenciar un panorama estable de ayudas económicas y fiscales

Aumentar la vinculación de los estudiantes universitarios con el mundo empresarial

Reducción de impuestos

Creación de una ventanilla única para emprendedores (Digital Innovation Hub), en la que se pueda encontrar información que abarque desde los trámites para la creación de una empresa a las tecnologías disponibles para las empresas

Apoyo a los emprendedores no solo en el lanzamiento y puesta en marcha del proyecto, sino en las etapas sucesivas una vez que el proyecto está en marcha

Atracción de inversión privada a la región para proyectos emprendedores

Creación de más incubadoras de empresas y centros de coworking públicos

Simplificación normativa

Mayor presencia e impulso de iniciativas dentro de las universidades

Mayor coordinación institucional en el diseño de una política común de emprendimiento

Promover cultura de esfuerzo y capacidad de fracaso

Financiación más rápida y accesible

Evaluación y revisión de la Estrategia de Crecimiento Inteligente (RIS3) coincidiendo con la aprobación del nuevo marco financiero plurianual de la UE y su política de cohesión

Formación práctica en emprendimiento

Web institucional o escaparate virtual que muestre todo el talento y proyectos de la región

Exenciones fiscales durante las primeras etapas de desarrollo de los proyectos/empresas hasta consolidar su viabilidad

Promoción de la difusión de modelos de emprendimiento de éxito para generar efecto llamada

Creación de verdaderos campus específicos de emprendimiento

Fomentar la creación de empresas basadas en investigación | spin off



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

En la Figura 2.1. se recoge una comparación de la valoración media de las condiciones del entorno expresadas por los expertos en el año 2019 para el caso de Cantabria, España y la media de los países de la UE basados en la innovación.

La Figura 2.1. muestra un paralelismo total entre los resultados de las tres áreas geográficas, siendo necesario un análisis detallado para poder percibir las diferencias. En términos generales, las valoraciones medias de España son ligeramente superiores a las de Cantabria y a las de los países de la UE basados en la innovación. Únicamente queda por debajo en el factor educación emprendedora escolar.

En el caso de Cantabria, presenta una valoración media superior a la de los países de la UE basados en la innovación en el factor educación emprendedora escolar, educación emprendedora post-escolar, programas gubernamentales

gubernamentales, normas sociales y culturales, y política fiscal y burocracia. El resto de factores tiene unas valoraciones similares, aunque las mayores diferencias se encuentran en la financiación.

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

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

Figura 2.1. Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España y la media de los países de la UE basados en la innovación en el año 2019

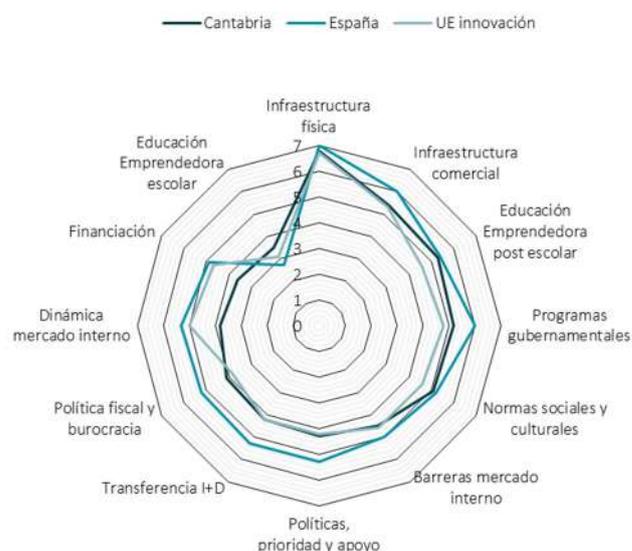
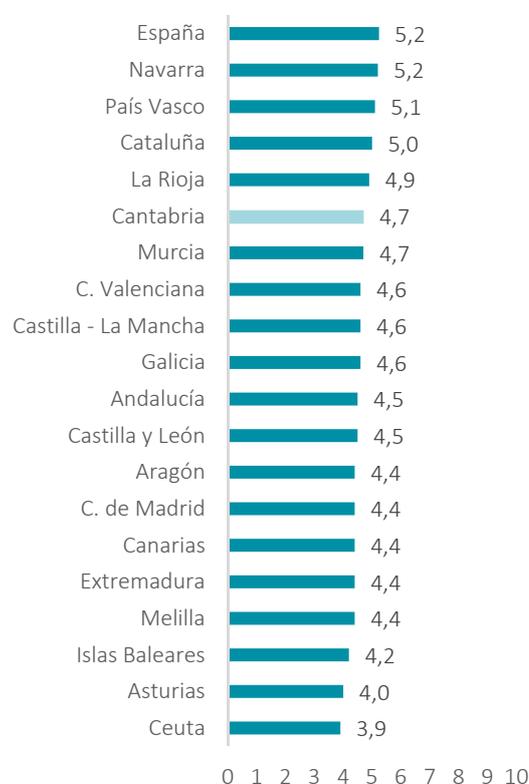


Tabla 2.7. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, los países de la UE basados en la innovación y las CC.AA. españolas en el año 2019

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



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



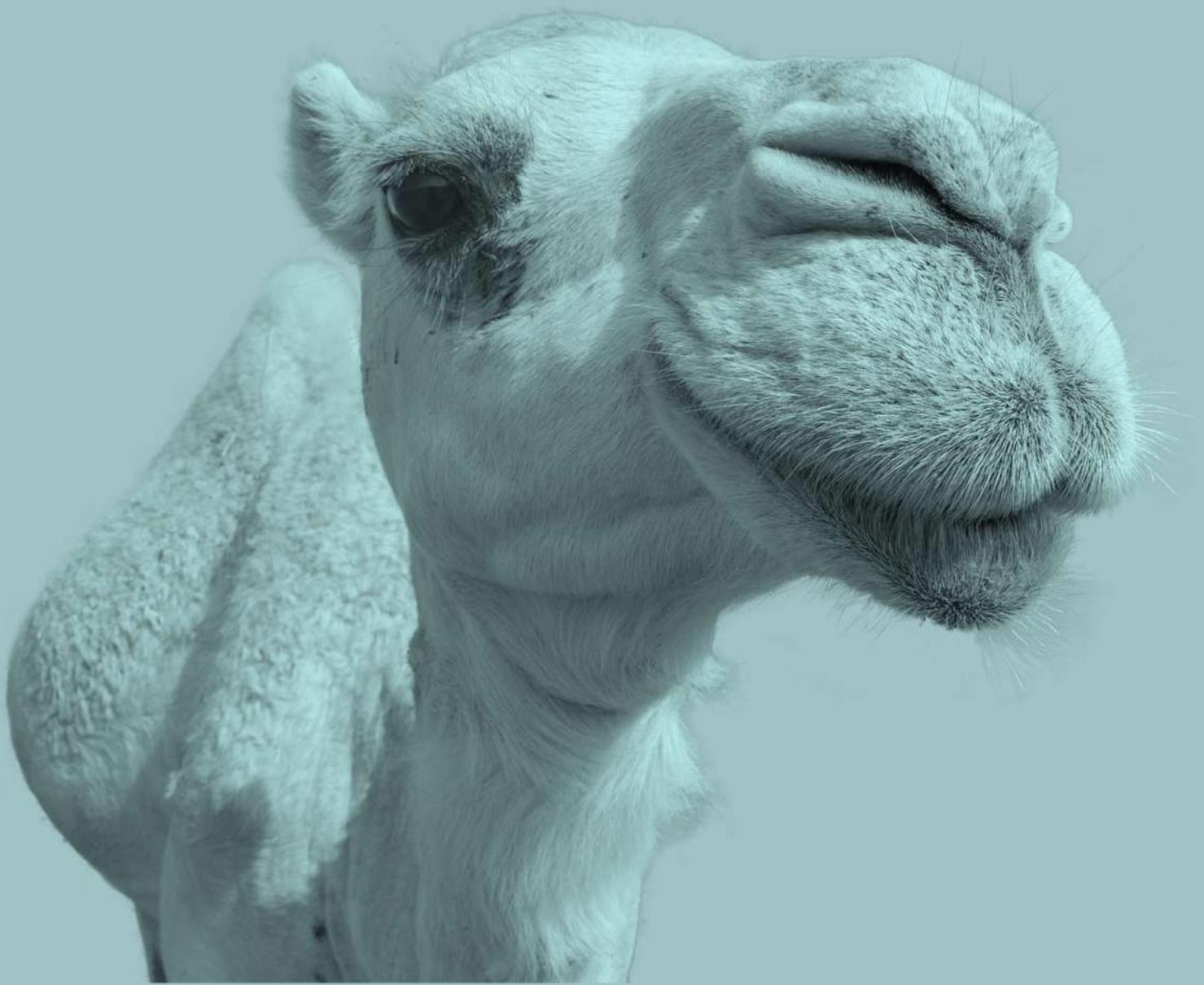
Como complemento a la información anterior, por primera vez en el informe regional de Cantabria, se incorpora el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) que representa el promedio de los doce indicadores que valoran los expertos entrevistados en cada una de las regiones participantes. La Figura 2.2. muestra que el ecosistema emprendedor

cántabro (4,7) se posiciona en la quinta posición respecto al total de Comunidades Autónomas. Según los resultados, los ecosistemas regionales mejor valorados fueron Navarra (5,2), País Vasco (5,1) y Cataluña (5,0). Por el contrario, los peor valorados fueron Ceuta (3,9), Asturias (4,0) y las Islas Baleares (4,2).

“

El ecosistema emprendedor de Cantabria, según el NECI, posiciona a la región en quinta posición respecto al resto de Comunidades Autónomas

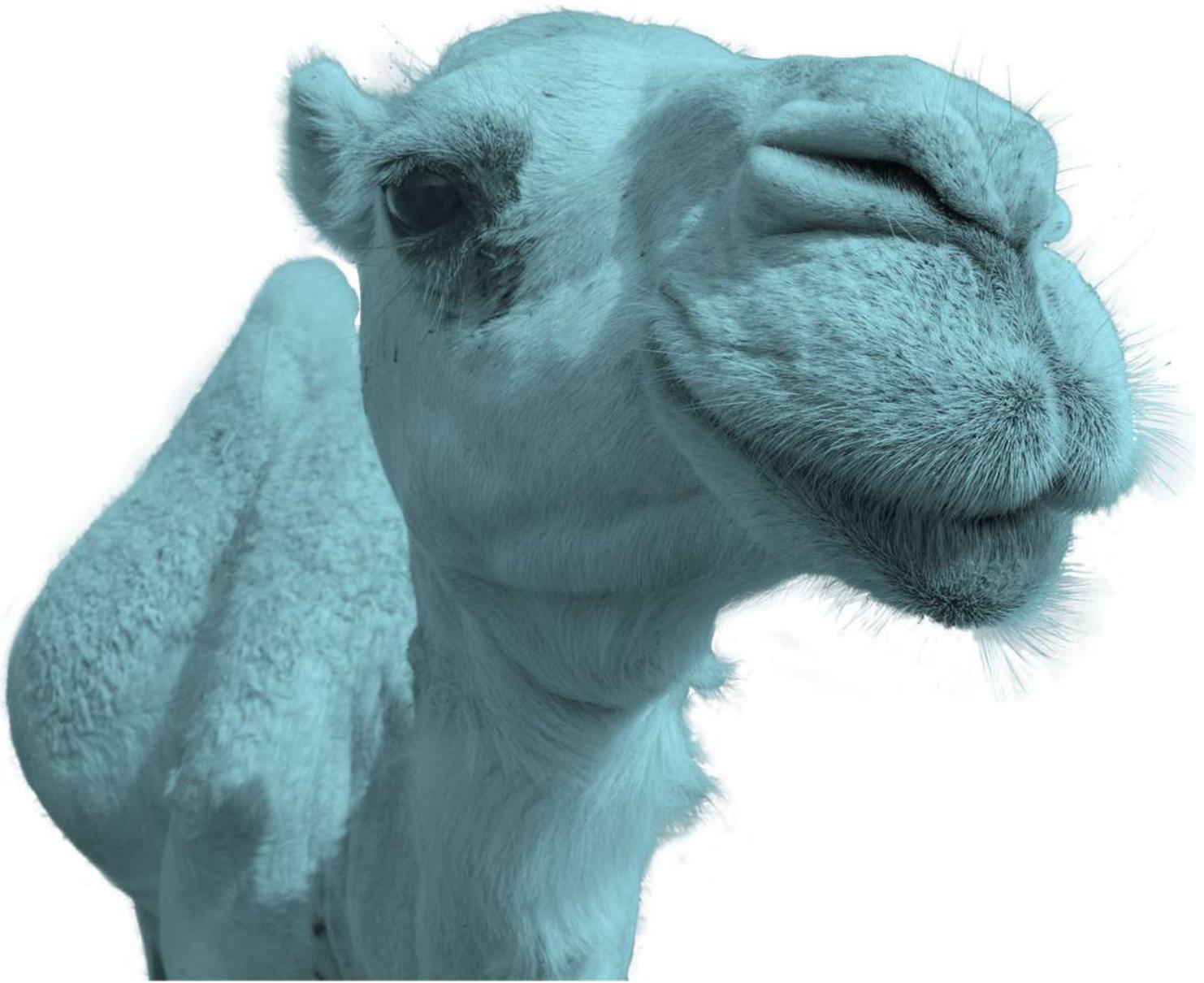
”



En este tercer capítulo, a partir de los datos recabados en el proyecto GUESSS, se realiza un monográfico sobre la intención y comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios en Cantabria.

CAPÍTULO 3

Intención y comportamiento
emprendedor de los estudiantes
universitarios en Cantabria



CAPÍTULO 3.

INTENCIÓN Y COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN CANTABRIA

Raquel Gómez-López, Lidia Sánchez-Ruiz, Ana Fernández-Laviada y Javier Montoya-del-Corte

3.1. Introducción

El emprendimiento entre los jóvenes, en especial los estudiantes, tiene un impacto crucial, ya que sus iniciativas empresariales contribuirán a crear el valor económico y social que tan acuciantemente necesitamos en el futuro (Sieger et al. 2019).

Según datos del último informe GEM en España, una parte importante de las personas que crean un nuevo negocio tiene un nivel de educación alto, lo que implica que el colectivo emprendedor posee cierta capacidad de aprendizaje y adquisición de conocimientos que ha desarrollado en centros formativos.

En particular, está ampliamente aceptado que el sistema educativo de las universidades debe proporcionar un entorno académico que pueda servir como catalizador para la creación de empresas de alta tecnología (Franke y Lüthje, 2004).

Por todo ello, resulta fundamental tener un diagnóstico claro de la situación de los universitarios ante el fenómeno emprendedor, conocer sus intenciones de elección de carrera y cuáles son las causas y consecuencias de sus decisiones.

Con esta finalidad, en este Capítulo se analizan los datos recopilados en el proyecto de investigación internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS)² para esta región.

3.2. Proyecto GUESSS

El proyecto internacional GUESSS es el observatorio de investigación colaborativa más importante del mundo, cuyo campo de estudio se centra principalmente en las intenciones y las actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios. Fue fundado en la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG) en el año 2003 y desde 2016 se coordina en colaboración con la Universidad de Bern (Suiza, IMU) bajo la dirección del profesor Philipp Sieger, fundador de la iniciativa, con el patrocinio de Ernst & Young.

Desde entonces, el GUESSS ha ido creciendo hasta alcanzar la cifra de 54 países participantes y más de 3.100 universidades en la octava edición 2018/2019, cada uno de los cuales está representado por un equipo principal encargado de distribuir entre los estudiantes la encuesta online a través de la que se realiza la recogida de datos.

² Disponible en la Web <http://www.guesssurvey.org/>

En España, han participado de forma activa 45 universidades públicas y 5 privadas, y se han recogido más de 32.000 cuestionarios, lo que ha valido el reconocimiento al equipo nacional como Outstanding Data Collector Award, por haber liderado a nivel internacional el número de respuestas recogidas en el país, en donde han participado un total de más de 208.000 estudiantes.

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

El GUESSS se centra en las intenciones de elección laboral, en general, y en las intenciones emprendedoras, más en particular. De este modo, investiga los factores que pueden afectar a tales intenciones a través de los tres elementos principales de la Teoría del Comportamiento Planeado. Ejemplos de ello son el contexto universitario, el contexto familiar y el contexto sociocultural.

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

En el siguiente apartado, se describe la muestra utilizada, a partir de la cual se extraen los resultados relativos a la intención emprendedora y al comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios cántabros, respectivamente. Para finalizar, antes de la bibliografía, se incluyen las principales conclusiones que se desprenden del análisis realizado.

3.3. Descripción de la muestra

Antes de comenzar con un análisis detallado de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Cantabria se debe conocer la muestra utilizada. De un total de 10.194 encuestas enviadas, se obtuvieron 966 respuestas válidas. Esto se traduce en una tasa de respuesta del 9,48%.

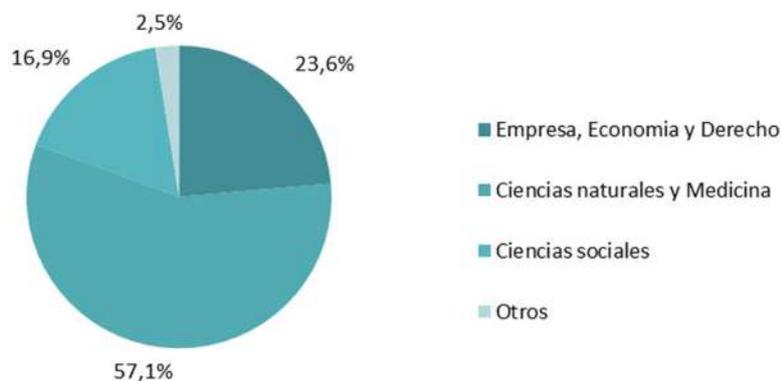
En cuanto a las características demográficas de los encuestados, la media de edad de los estudiantes es de 23,4 años, siendo el 53,8% de ellos mujeres. El estado civil de la mayoría de los estudiantes es soltero (86,7%).

Con relación a los estudios universitarios que están cursando, el 82,5% de los encuestados son estudiantes de Grado, el 13,3% son estudiantes de Máster y el 2,4% son estudiantes de Doctorado. La participación de los estudiantes pertenecientes a otros niveles no es significativa.

Para facilitar el análisis comparativo de los siguientes apartados, se sigue el procedimiento utilizado en el informe internacional GUESSS y se agrupan los campos de estudio en tres categorías principales: (1) Empresa, Economía y Derecho ("Negocios/Administración de empresas", "Economía" y "Derecho"); (2) Ciencias naturales y Medicina ("Ingeniería y Arquitectura", "Matemáticas y Ciencias naturales", "Tecnologías de la información y comunicación", "Ciencias agrícolas, forestales y de la nutrición" y "Medicina y Ciencias de la salud"); y (3) Ciencias sociales ("Lengua y humanidades (incluyendo la psicología, filosofía, religión)", así como "Otras ciencias sociales (incluida la educación)"). En el Figura 3.1 se recogen los porcentajes de los estudiantes encuestados que pertenecen a cada una de estas grandes ramas. "Otros" incluye la categoría "Otros" y "Arte y Ciencia del arte".



Figura 3.1. Porcentaje de estudiantes según rama de estudios



3.4. Intención emprendedora

La intención emprendedora se rige como núcleo central en una buena parte de la investigación sobre emprendimiento, ya que su estudio permite concretar el grado en que una sociedad está preparada para innovar y desarrollar todo su potencial empresarial (Krueger et al., 2000).

3.4.1. Intenciones de elección laboral

Una de las preguntas más importantes que se realizan en la encuesta del GUESSS es la referente a las intenciones de los estudiantes respecto a su futuro profesional, tanto en el momento en que finalicen sus estudios como cinco años después. Las opciones se agrupan en cuatro grandes categorías: empleados, fundadores, sucesores y otros³.

Como se puede observar en la Figura 3.2, como sucede a nivel nacional, la mayor parte de los estudiantes en Cantabria quieren ser empleados por cuenta ajena una vez terminan los estudios (81,0%). Este porcentaje es mucho menor cinco años después de finalizar los estudios, reduciéndose hasta el 66,5%. En contraposición, en ese mismo período de

tiempo, aumentan los emprendedores potenciales de un 3,3% a un 20%.

Por tanto, la tendencia general que se observa es que los encuestados desean ser primero empleados para posteriormente convertirse en fundadores (emprendedores).

No obstante, si se realiza un estudio más pormenorizado de aquellos estudiantes que tienen intención de emprender (fundadores) por rama de estudios (Figura 3.3) se observa que, al terminar sus estudios, son los estudiantes de “Empresa, Economía y Derecho” los que mayor intención tienen de fundar una empresa (59,4%). Sin embargo, si esta misma cuestión se plantea para cinco años después de haber finalizado los estudios, los datos muestran un cambio importante, ya que la rama con una mayor intención de emprender es la de “Ciencias Naturales y Medicina”, representando el 51,3% del total de estudiantes encuestados con el propósito de constituir una empresa.

Por último, el creciente interés en la relación existente entre el género y el espíritu empresarial realza la importancia de estudiar estas intenciones diferenciando entre hombres y mujeres. En este sentido, como puede verse

³ **Empleados:** empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados), mediana empresa (50-249 empleados), gran empresa (250 o más empleados); empleado en una organización sin fines de lucro (ONG's); empleado en la Academia (seguir una carrera académica); y empleado en el

servicio público. **Fundadores:** fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa. **Sucesores:** sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia y sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia. **Otros:** Otro / no lo sé todavía.

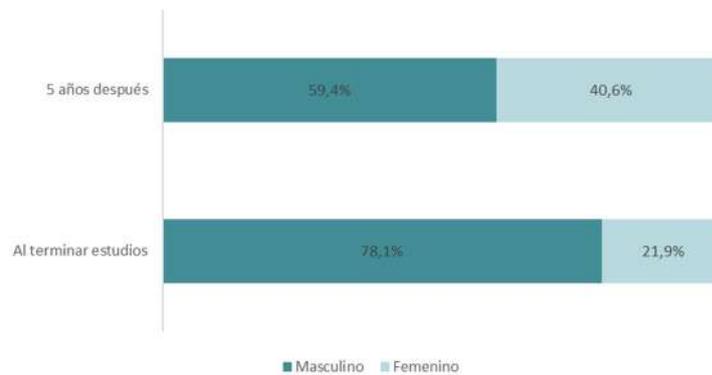
Figura 3.2. Intenciones de elección laboral de los estudiantes universitarios en Cantabria



Figura 3.3. Intención emprendedora (fundadores) por rama de estudios



Figura 3.4. Intención emprendedora (fundadores) por género



en la Figura 3.4, las mujeres representan un menor porcentaje (21,9%) que los hombres (78,1%) sobre el total de las personas que quieren fundar su propia empresa al terminar los estudios. Transcurridos cinco años, las

diferencias se reducen considerablemente. Así, el porcentaje de estudiantes varones con intención de emprender es de 59,4%, mientras que el porcentaje femenino aumenta hasta el 40,6%.



3.4.2. Determinantes de la intención emprendedora

Siguiendo el modelo de estudio propuesto en el proyecto GUESSS, se analiza a continuación la percepción de los estudiantes de Cantabria sobre tres antecedentes directos de la intención emprendedora: el contexto universitario, el contexto familiar y el contexto social y cultural de los estudiantes.

a) El contexto universitario

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

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

En relación con la educación en emprendimiento, el primer factor que se analiza en este estudio es la asistencia a cursos de emprendimiento en su formación académica y profesional. Los resultados de la encuesta indican que tan solo un 2,6% de los encuestados en Cantabria están cursando un programa específico en este ámbito, mientras que casi dos terceras partes de los mismos (65,9%) no han asistido nunca a un curso específico de emprendimiento.

Además, los resultados muestran que en muy pocos casos existen cursos de emprendimiento obligatorios en los programas formativos ofertados por las instituciones educativas en Cantabria. Tan solo el 9,9% de los encuestados ha asistido a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de sus estudios. No obstante, cabe señalar que este porcentaje ha aumentado considerablemente desde el año 2014, cuando se situaba en el 1,5%. Por otro lado, en lo que se refiere a los cursos de tipo optativo, el porcentaje se mantiene similar a años anteriores y un 23,3% de los estudiantes han cursado una materia de emprendimiento de manera optativa.

A continuación, para evaluar la calidad de tal formación en emprendimiento en el contexto universitario de Cantabria, a los estudiantes se les pidió también que valorasen (escala Likert 1-7 puntos) en qué medida los cursos a los que asistieron mejoraron sus conocimientos, competencias y capacidades en diversas áreas. Se observa que un 34,1% de los estudiantes de Cantabria valoran la calidad de la enseñanza por debajo de 4 puntos. Sin embargo, un 41,4% de los mismos valoran el proceso de aprendizaje entre 4 y 5 puntos, y un 24,5% por encima de 5 puntos. En cualquier caso, y a la vista de los resultados, se confirma que aún existen carencias significativas en la formación en emprendimiento en la región, que deben ser abordadas para mejorar la calidad de los cursos y titulaciones ofertadas.

Otro aspecto que se analiza es el clima emprendedor en el contexto universitario de la región. Un 35,6% de los estudiantes lo valoran en Cantabria por debajo de 4 puntos. Por otra parte, un 47,8% valoran dicho clima entre 4 y 5, y un 16,6% entre 6 y 7. En líneas generales, estos datos revelan una valoración neutra de esta variable.

b) El contexto familiar

El segundo antecedente de las intenciones emprendedoras es el contexto familiar de los estudiantes, para el que se analiza la existencia de progenitores emprendedores y las

Tabla 3.1. Porcentaje de asistencia a cursos de emprendimiento

1	Estoy estudiando un programa específico de emprendimiento	2,6%
2	He asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios	9,9%
3	He asistido al menos a un curso optativo de emprendimiento	23,3%
4	No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora	65,9%

Figura 3.5. Valoración del proceso de aprendizaje emprendedor

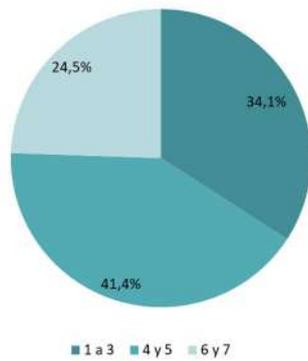


Figura 3.6. Valoración del clima emprendedor en el contexto universitario

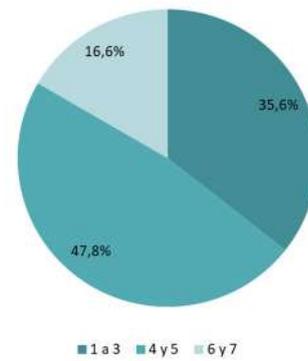


Figura 3.7. Intenciones profesionales según el contexto familiar (5 años después de la finalización de los estudios universitarios)



perspectivas laborales de los estudiantes en función de dicho contexto familiar.

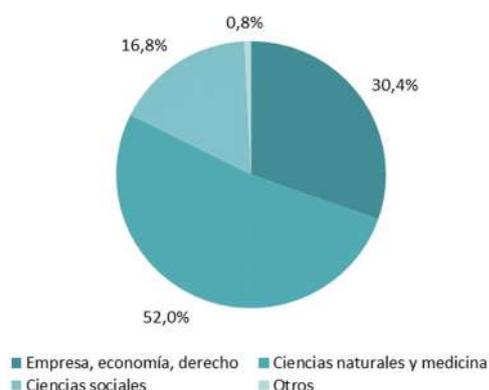
Para el siguiente análisis, se divide la muestra entre los estudiantes con progenitores emprendedores (30,4%) y los estudiantes sin progenitores emprendedores (69,6%), y se examinan las intenciones profesionales de los encuestados cinco años después de acabar sus estudios universitarios. Los resultados

muestran que existen notables diferencias en las intenciones de cada tipo de estudiante.

Concretamente, se confirma la expectativa de que los estudiantes con progenitores emprendedores tienen una mayor predisposición a verse como futuros fundadores de una empresa (4,4% vs. 2,8%) o sucesores de sus padres en el negocio familiar (1,7% vs. 0,1%), mientras que los estudiantes sin progenitores emprendedores suelen optar por



Figura 3.8. Distribución de emprendedores nacientes en Cantabria según rama de estudios



la opción del empleo por cuenta ajena en un mayor porcentaje de casos (81,3% vs. 80,3%).

c) El contexto socio-cultural

Para comprender cómo influye este último factor en las intenciones de los estudiantes en Cantabria se analiza lo que se conoce en la literatura como la norma subjetiva.

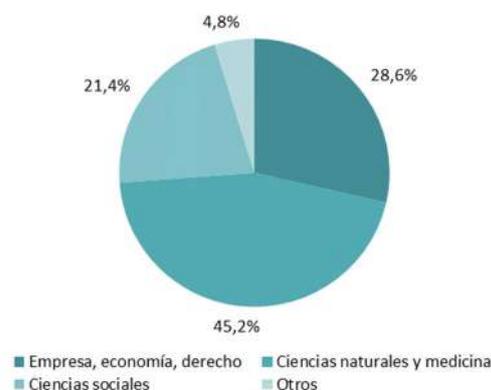
La norma subjetiva hace referencia a la perspectiva que tiene el individuo sobre la respuesta de su entorno familiar y social ante una determinada decisión tomada por el sujeto. La teoría general de emprendimiento plantea que, cuanto mejor es esa perspectiva, mayores son las intenciones de la persona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

En este estudio se pidió a los estudiantes que evaluaran la posible reacción de su “familia más cercana”, “amigos” y “compañeros de estudios”. Los resultados arrojan una media de 5,30 puntos sobre 7 para la muestra cántabra. Por tanto, puede afirmarse que la percepción del contexto social es positiva en Cantabria y, consecuentemente, presenta un buen potencial para fomentar el espíritu emprendedor en la sociedad.

3.4.3. Comportamiento emprendedor

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

Figura 3.9. Distribución de emprendedores activos en Cantabria según rama de estudios



de sus intenciones emprendedoras, pasamos a estudiar más en detalle a aquellos estudiantes que han mostrado un claro perfil más emprendedor.

3.4.3.1. Emprendedores nacientes

Del total de estudiantes participantes en el estudio en Cantabria, se denomina “emprendedores nacientes” a aquellos que contestaron afirmativamente a la siguiente pregunta: “¿Estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio/convertirte en auto-empleado?”. Un 12,9% de la muestra resultó serlo, prácticamente el doble que en la edición 2014 de este mismo estudio. La figura 3.8 muestra la distribución de este colectivo según las ramas de estudio descritas anteriormente. En este caso, el mayor porcentaje se agrupa en la rama de “Ciencias naturales y medicina”.

Para terminar, en relación con el género, una vez más, los hombres resultan ser más emprendedores (59,2%) que las mujeres (40,8%).

Una vez conocido quiénes son los emprendedores nacientes, es importante determinar algunas de las características de la actividad emprendedora de los mismos. En este sentido, un 23,3% de los emprendedores nacientes ha recopilado información sobre el mercado o sus competidores, un 17,6% ha discutido la idea de negocio con potenciales

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

Dimensiones Evaluadas	Media (Likert 1-7)
Crecimiento de las ventas	4,67
Crecimiento de la cuota de mercado	4,54
Crecimiento de los beneficios	4,69
Creación de empleo	3,77
Carácter innovador	4,64

clientes y un 12,8% incluso ha escrito ya su plan de negocio.

Los principales sectores de actividad donde está previsto que los emprendedores nacientes funden sus empresas son: “Educación y formación” (20%), “Tecnologías de la información y la comunicación” (10%), “Arquitectura e Ingeniería” (10%) y “Servicios financieros” (10%).

Por otra parte, un 15,2% tiene intención de crear la empresa en solitario y un 12% con uno o dos socios (54,8%).

3.4.3.2. Emprendedores activos

Se denomina “emprendedores activos” a aquellos estudiantes que contestaron afirmativamente a la siguiente pregunta: “¿Estás actualmente operando/gestionando tu propio negocio o ya estás auto-empleado?”. En este caso, el 4,3% de los encuestados pertenece a esta categoría. En la figura 3.9 se muestra la distribución de este colectivo según las ramas de estudios.

En relación al género, los porcentajes se mantienen muy similares al caso de los emprendedores nacientes, representando los varones el 54,8% frente al 45,2% de las mujeres.

Analizando las empresas ya constituidas, uno de los factores más significativos es el sector donde se encuentran. En este aspecto, los resultados muestran un claro predominio del sector “Educación y formación”, con un 25% del total.

En cuanto a los socios o cofundadores, los datos muestran que alrededor de un 47,5% de los emprendedores opta por emprender sin asociarse, mientras que un 35% han creado su empresa con uno o dos socios.

Finalmente, se plantean una serie de cuestiones relativas al rendimiento de los negocios creados por los emprendedores en relación con sus competidores. La Tabla 3.2 recoge las dimensiones evaluadas y las medias correspondientes a cada una de ellas. El valor medio se sitúa en 4,5, lo que representa una percepción del rendimiento ligeramente superior al de la competencia.

3.5. Conclusiones

La situación económica que arrastramos desde la crisis de 2008 ha provocado que el concepto de emprendimiento sea, hoy en día aún más si cabe, el foco de atención para muchos investigadores e instituciones. Este Capítulo monográfico que se integra en la presente edición de GEM Cantabria aborda un estudio que entendemos clave para conocer la intención y el comportamiento emprendedor de la región, llevado a cabo a partir del análisis de la base de datos GUESSS Cantabria 2018.

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



Entre los determinantes de la intención emprendedora destacan tres aspectos. En primer lugar, se observan carencias significativas en la formación en emprendimiento, a las que se debe hacer frente si se pretende mejorar su calidad.

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

En cuanto al comportamiento emprendedor, se identifican un 12,9% de emprendedores nacientes y un 4,3% de activos. En ambos casos, el sector de actividad preferente es el de “Educación y formación”.

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

Como se ha evidenciado en el presente trabajo seguimos necesitados de una mayor y mejor formación en emprendimiento, así como de un fomento de la cultura emprendedora en nuestra sociedad.

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

su región, además de beneficiarse a largo plazo de la posible implementación de las acciones realizadas por los dos grupos anteriores.

3.6. Bibliografía

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

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

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

GEM España (2019): Informe Ejecutivo Global Entrepreneurship Monitor 2019-2020. [On-line] disponible en: <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/12/Informe-GEM-Espana-2019-20.pdf>

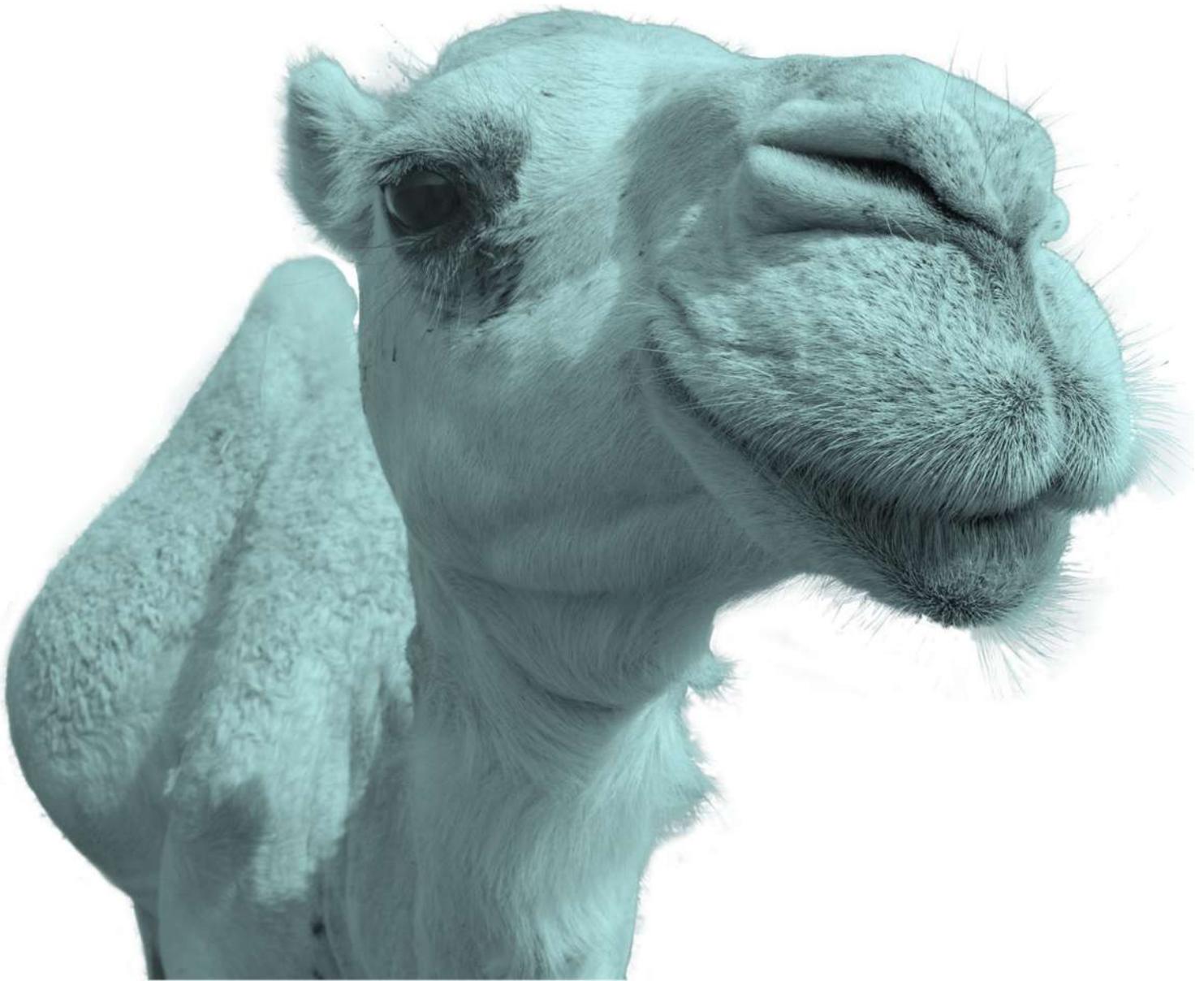
Franke, N., & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students—A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288.

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

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

Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. & Braun, I. (2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU

ÍNDICE DE FIGURAS



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 0.1. Marco teórico del GEM	19
Figura 0.2. Marco teórico del GEM revisado	19
Figura 0.3. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM	20
Figura 1.1.1. Percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	35
Figura 1.1.2. Influencia de las características personales sobre la percepción de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	35
Figura 1.1.3. Posesión de red social emprendedora	36
Figura 1.1.4. Influencia de las características personales sobre la posesión de red social emprendedora	36
Figura 1.1.5. Auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	37
Figura 1.1.6. Influencia de las características personales en el auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	37
Figura 1.1.7. Temor al fracaso como obstáculo para emprender	38
Figura 1.1.8. Influencia de las características personales sobre el temor al fracaso como obstáculo para emprender	38
Figura 1.1.9. Opinión sobre la equidad en los estándares de vida	40
Figura 1.1.10. Influencia de las características personales en la opinión sobre la equidad en los estándares de vida	40
Figura 1.1.11. Opinión de que emprender es una buena opción profesional en Cantabria	41
Figura 1.1.12. Influencia de las características personales sobre la opinión de que emprender es una buena opción profesional	41
Figura 1.1.13. Opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor	42
Figura 1.1.14. Influencia de las características personales sobre la opinión de que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor	42
Figura 1.1.15. Opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	43
Figura 1.1.16. Influencia de las características personales en la opinión sobre la difusión en los medios de comunicación de historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	43
Figura 1.1.17. Opinión sobre la facilidad de iniciar un negocio	44
Figura 1.1.18. Influencia de las características personales en la opinión sobre la facilidad de iniciar un negocio	44
Figura 1.1.19. Influencia de los valores y actitudes para emprender sobre la tasa de actividad emprendedora	45
Figura 1.1.20. Distribución del índice de cultura de apoyo al emprendimiento	45
Figura 1.1.21. Prevalencia de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras: comparación de la prevalencia en Cantabria, España, la UE y resto de países GEM	46

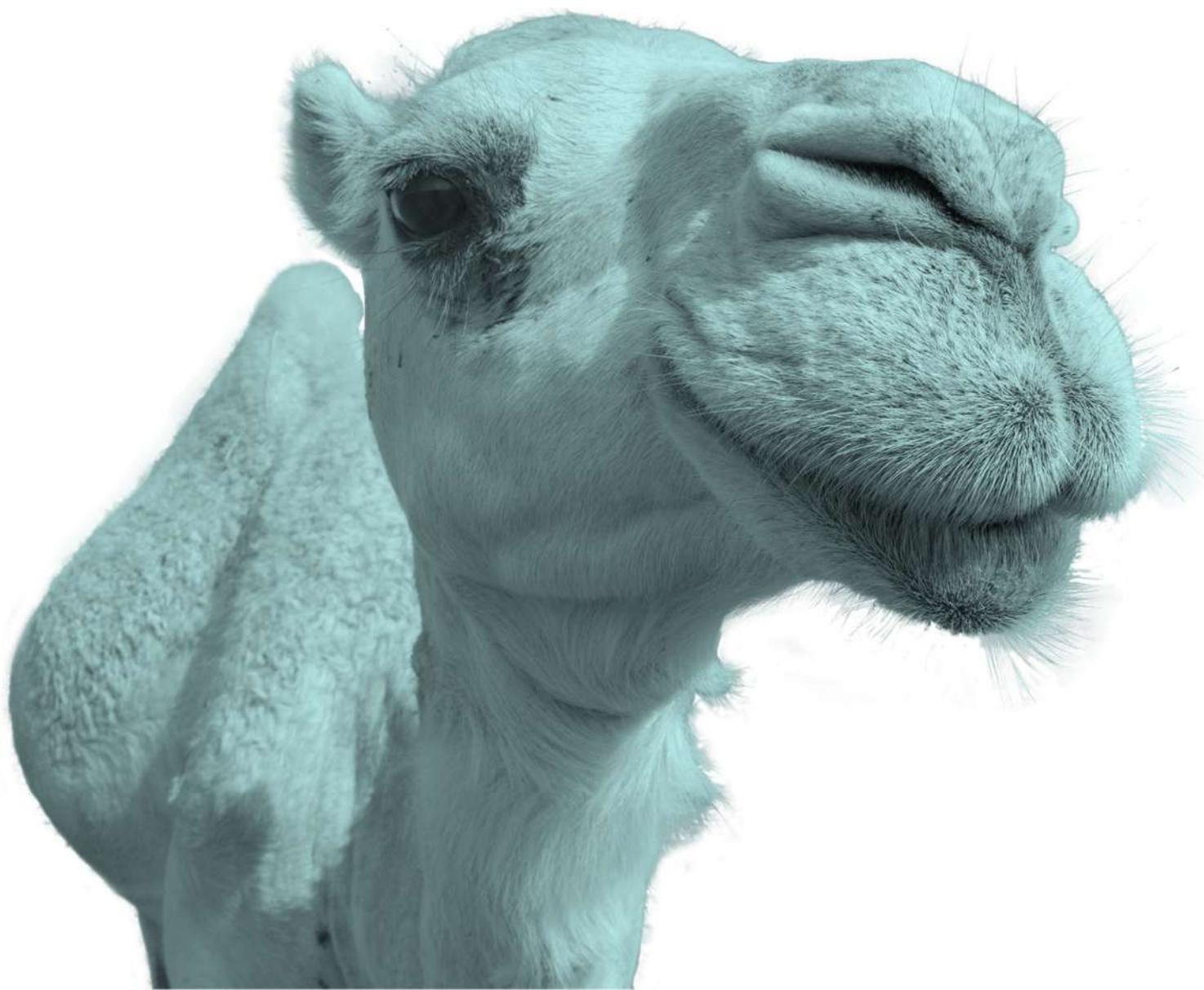


Figura 1.2.1. Proceso emprendedor en Cantabria en 2019	48
Figura 1.2.2. Abandono de la actividad emprendedora en Cantabria en 2019	50
Figura 1.2.3. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en Cantabria (periodo 2009-2019)	51
Figura 1.2.4. Evolución de la TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y nuevos en Cantabria (periodo 2009-2019)	51
Figura 1.2.5. Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios consolidados en Cantabria (periodo 2009-2019)	52
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 2009-2019)	53
Figura 1.2.7. El proceso emprendedor en Cantabria en 2019 según el motivo para emprender	53
Figura 1.2.8. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en Cantabria 2019	55
Figura 1.2.9. Índice TEA por edades en Cantabria y España en el año 2019	56
Figura 1.2.10. Distribución por género de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2019	56
Figura 1.2.11. Evolución de la distribución por género en Cantabria (periodo 2011-2019)	57
Figura 1.2.12. Índice TEA por género en Cantabria y España en el año 2019	57
Figura 1.2.13. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en Cantabria en 2019	58
Figura 1.2.14. Distribución de los colectivos emprendedores en Cantabria en 2019, en función de la formación específica para emprender	59
Figura 1.2.15. Influencia conjunta de las características demográficas sobre la TEA	61
Figura 1.2.16. Procedencia de los fondos de financiación en Cantabria y España en el año 2019	63
Figura 1.3.1. Distribución de la actividad emprendedora en fase inicial (entre 0 y 42 meses) por sectores	67
Figura 1.3.2. Distribución de la actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses) por sectores	67
Figura 1.3.3. Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses)	67
Figura 1.3.4. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial en 2019	67
Figura 1.3.5. Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)	68
Figura 1.3.6. Comparativa España-Cantabria del número actual de empleados de iniciativas consolidadas en 2019	68
Figura 1.3.7. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses)	69
Figura 1.3.8. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses)	69
Figura 1.3.9. Distribución de las iniciativas emprendedoras en fase inicial (entre 0 y 42 meses) por el nivel tecnológico	70

Figura 1.3.10. Distribución de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses) por el nivel tecnológico	70
Figura 1.3.11. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase inicial (0-42 meses) en cuanto a los productos o servicios ofrecidos en Cantabria	71
Figura 1.3.12. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada (más de 42 meses) en cuanto a los productos o servicios ofrecidos en Cantabria	71
Figura 1.3.13. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase inicial (0-42 meses) en cuanto a los procesos en Cantabria	71
Figura 1.3.14. Porcentaje de iniciativas innovadoras en la fase consolidada (más de 42 meses) en cuanto a los procesos en Cantabria	71
Figura 1.3.15. Porcentaje de iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses) en función de la localización de sus clientes	72
Figura 1.3.16. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la localización de sus clientes	72
Figura 1.3.17. Porcentaje de iniciativas emprendedoras en fase inicial (0-42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria	72
Figura 1.3.18. Porcentaje de iniciativas consolidadas (más de 42 meses) en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios en Cantabria	72
Figura 1.3.19. Evolución en el porcentaje de la población cántabra de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido al interior de organizaciones existentes (EEA)	74
Figura 1.3.20. Comparativa Cantabria-España en el porcentaje de la población de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido al interior de organizaciones existentes (EEA) en 2019	74
Figura 1.3.21. Relación entre el indicador EEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita, comparativa Cantabria-Resto de España	74
Figura 2.1. Comparación de la valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España y la media de los países de la UE basados en la innovación en el año 2019	90
Figura 2.2. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) para las Comunidades Autónomas españolas	92
Figura 3.1. Porcentaje de estudiantes según rama de estudios	98
Figura 3.2. Intenciones de elección laboral de los estudiantes universitarios en Cantabria	99
Figura 3.3. Intención emprendedora (fundadores) por rama de estudios	99
Figura 3.4. Intención emprendedora (fundadores) por género	99
Figura 3.5. Valoración del proceso de aprendizaje emprendedor	101
Figura 3.6. Valoración del clima emprendedor en el contexto universitario	101
Figura 3.7. Intenciones profesionales según el contexto familiar (5 años después de la finalización de los estudios universitarios)	101
Figura 3.8. Distribución de emprendedores nacientes en Cantabria según rama de estudios	102
Figura 3.9. Distribución de emprendedores activos en Cantabria según rama de estudios	102



ÍNDICE DE TABLAS



ÍNDICE DE TABLAS

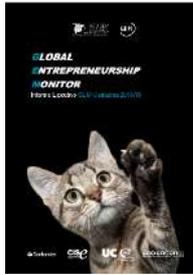
Tabla 0.1. Ficha técnica de la encuesta a la población adulta de Cantabria	22
Tabla 0.2. Condiciones específicas del entorno	24
Tabla 1.1.1. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población cántabra desde la perspectiva de género	47
Tabla 1.2.1. Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en Cantabria	60
Tabla 1.2.2. Evolución del índice TEA por tramo de renta en Cantabria en los años 2014 y 2019	60
Tabla 1.2.3. Características y distribución del capital semilla para proyectos de negocio nacientes en Cantabria (periodo 2017- 2019)	62
Tabla 1.2.4. Porcentaje de la población adulta con intención de emprender e involucrada en negocios en fase inicial (TEA), negocios consolidados y cierres de actividad empresarial en 2019. Datos para las economías de ingresos altos	65
Tabla 1.3.1. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas en fase inicial y consolidadas para dentro de cinco años	69
Tabla 2.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (periodo 2018-2019)	80
Tabla 2.2. Valoraciones de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en Cantabria (2019)	81
Tabla 2.3. Evolución de los obstáculos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2018-2019	85
Tabla 2.4. Evolución de los apoyos a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2018-2019	86
Tabla 2.5. Evolución de las recomendaciones a la actividad emprendedora en Cantabria, según la opinión de los expertos entrevistados en el periodo 2018-2019	87
Tabla 2.6. Valoraciones de los expertos. Respuestas abiertas	88
Tabla 2.7. Valoración de las condiciones del entorno para emprender en Cantabria, España, los países de la UE basados en la innovación y las CC.AA. españolas en el año 2019	91
Tabla 3.1. Porcentaje de asistencia a cursos de emprendimiento	101
Tabla 3.2. Percepción del rendimiento de las empresas creadas por los emprendedores en Cantabria	103



Informe GEM Cantabria 2019/20

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





Informe GEM Cantabria 2018/19

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

Informe GEM Cantabria 2017/18

“Como el camaleón, aprendemos a adaptarnos y descubrir nuevas oportunidades en todas las direcciones”

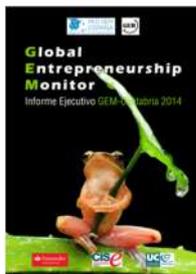
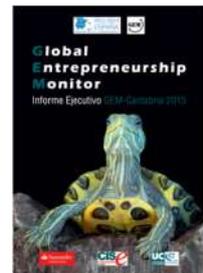


Informe GEM Cantabria 2016/17

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

Informe GEM Cantabria 2015/16

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

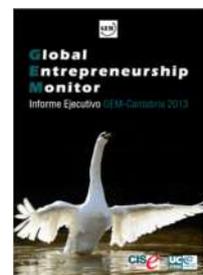


Informe GEM Cantabria 2014/15

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

Informe GEM Cantabria 2013/14

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



Informe GEM Cantabria 2012/13

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

El estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM Cantabria 2019/20, 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 2019/2020, analyses and describes the entrepreneur activity in the Autonomous Community of Cantabria. In this report we study, on one hand, the entrepreneur activity of the region comparing it with that of other European Union countries, and on the other hand, it compares this situation with that of entrepreneurs in the resto of Autonomous Communities and Cities of Spain.



I.S.B.N.: 978-84-09-25353-1



9 788409 253531

