

Informe GEM Cantabria 2023

Directora: Ana Fernández-Laviada

Directora Técnica: Paula San Martín Espina

Equipo investigador:

- » Carlos López Gutiérrez
- » Andrea Pérez Ruiz
- » Lidia Sánchez Ruiz
- » Sergio Sanfilippo Azofra
- » Francisco M. Somohano Rodríguez



Informe

GEM

Cantabria 2023

© Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria

© **Autores del informe:** Ana Fernández Laviada, Paula San Martín Espina, Carlos López Gutiérrez, Andrea Pérez Ruiz, Lidia Sánchez Ruiz, Sergio Sanfilippo Azofra, y Francisco M. Somohano Rodríguez

Edita: Observatorio del Emprendimiento de España

Maqueta: Dani García Corrales (Clicpic)

ISBN 978-84-09-65100-9



GEM — Cantabria **23**

01 EL PROYECTO GEM



EL PROYECTO GEM GEM GLOBAL



EL PROYECTO GEM GEM ESPAÑA



SPECIAL AWARD
-JANUARY 2012-
-FEBRUARY 2024-



Fenómeno emprendedor

Contexto emprendedor

Actividad emprendedora

*Características de las
actividades emprendedoras*



01

EL PROYECTO GEM

¿CÓMO SE OBTIENE LA INFORMACIÓN?

FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA

01

Adult Population Survey (APS)

02

National Experts Survey (NES)

EMPENDIMIENTO POTENCIAL

Población de 18-64 años que ha expresado su intención de emprender en los próximos 3 años

TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (TEA)

EMPENDIMIENTO NUEVO

Población de 18-64 años con empresas de hasta 3,5 años operando en el mercado (empresas nuevas)

EMPENDIMIENTO CONSOLIDADO

Población de 18-64 años con empresas de más de 3,5 años de operando en el mercado (empresas consolidadas)

ABANDONO

Población de 18-64 años que ha abandonado o cerrado definitivamente una iniciativa empresarial

POBLACIÓN EMPRENDEDORA

POBLACIÓN EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

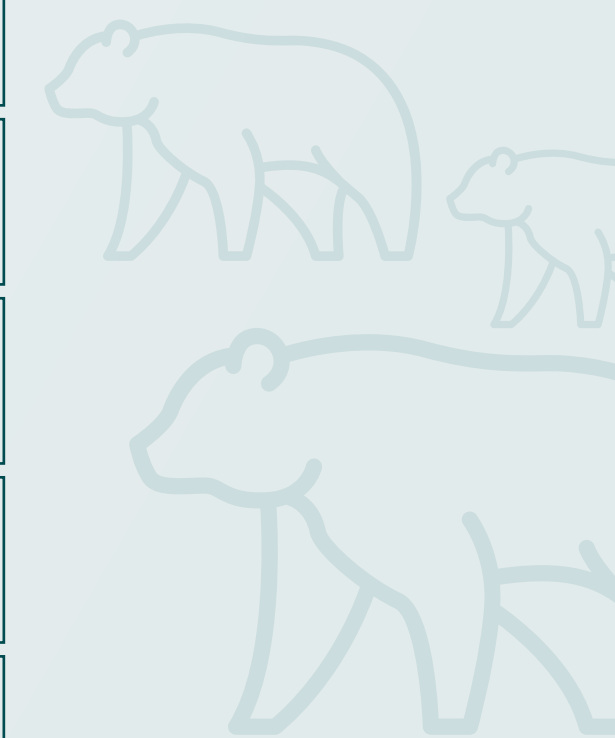


GEM — Cantabria **23**

02 **PRINCIPALES INDICADORES**

PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN ADULTA ENTREVISTADA SOBRE VALORES, ACTITUDES, HABILIDADES, EXPERIENCIAS E INTENCIONES EMPRENDEDORAS

		
Conoce a alguien que ha iniciado un negocio o se ha convertido en auto-empleado en los 2 últimos años	43,5%	48,0%
Percibe oportunidades para emprender en el área en que usted vive en los próximos seis meses	25,6%	31,0%
Posee conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para iniciar un nuevo negocio	50,7%	53,0%
Percibe que no pondría en marcha un negocio por miedo a que pudiese fallar	56,8%	49,0%
Percibe que es fácil iniciar un negocio	24,2%	30,0%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	5,4%	11,2%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla, o por jubilación	1,5%	3,2%



EMPRESAS CONSOLIDADAS: PORCENTAJE DE POBLACIÓN ADULTA EN INICIATIVAS DE MÁS DE 3,5 AÑOS



TEA Total

5,4%

6,8%

TEA Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)

3,4%

6,1%

TEA Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)

7,4%

7,5%

TEA: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA INVOLUCRADA EN INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN LOS ÚLTIMOS 3,5 AÑOS



Empresas consolidadas Total

7,3%

6,7%

Empresas consolidadas Mujeres (sobre total de mujeres de 18-64 años)

7,8%

6,0%

Empresas consolidadas Hombres (sobre total de hombres de 18-64 años)

6,8%

7,4%

DISTRIBUCIÓN DEL TEA - MOTIVACIÓN

		
TEA - para marcar una diferencia en el mundo	25,0%	38,0%
TEA - para crear una gran riqueza o generar una renta muy alta	25,0%	37,0%
TEA - para continuar una tradición familiar	26,9%	22,0%
TEA - para ganarme la vida porque el trabajo escasea (cuesta conseguir un empleo)	70,2%	57,0%



DISTRIBUCIÓN DEL TEA - SECTOR

		
TEA del sector extractivo o primario	6,9%	3,0%
TEA del sector transformador	17,1%	15,0%
TEA del sector de servicios a empresas	29,1%	34,0%
TEA del sector orientado al consumo	46,9%	48,0%
TEA rural	6,0%	5,0%



DISTRIBUCIÓN DEL TEA - TAMAÑO

TEA sin empleados

47,8%

50,0%

TEA de 1-5 empleados

41,5%

40,0%

TEA de 6-19 empleados

5,3%

8,0%

TEA de 20 y más empleados

5,4%

2,0%

DISTRIBUCIÓN DEL TEA - NIVEL TECNOLÓGICO

TEA iniciativas con nivel tecnológico bajo

92,8%

90,0%

TEA iniciativas con nivel tecnológico medio/alto

7,2%

10,0%

DISTRIBUCIÓN DEL TEA - INTERNACIONALIZACIÓN

TEA iniciativas que exportan en algún grado



17,5%



32,0%

DISTRIBUCIÓN DEL TEA - INNOVACIÓN

TEA innovación en producto



17,7%



35,0%

TEA innovación en proceso



20,2%



34,0%

DISTRIBUCIÓN DEL TEA - CRECIMIENTO

TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo



12,4%



18,0%

VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS SOBRE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR ESPAÑOL VS CÁNTABRO (ESCALA LIKERT 1-10)

		
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	6,1	6,3
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	5,1	4,8
Programas gubernamentales adecuados para apoyar el emprendimiento	5,1	4,3
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	4,8	4,3
Normas sociales y culturales de apoyo al emprendimiento	4,5	3,3
Mercado interno dinámico	3,9	4,2
Políticas gubernamentales que reducen la burocracia y los impuestos a nuevas empresas	3,9	3,2
Facilidad para acceder a la financiación para nuevas empresas	3,8	3,2
Políticas gubernamentales que priorizan el emprendimiento	3,8	3,3

VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS SOBRE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR ESPAÑOL VS CÁNTABRO (ESCALA LIKERT 1-10)

		
Transferencia de I+D	3,7	3,5
Financiación suficiente para emprendedores	3,6	3,6
Educación y formación emprendedora en la etapa escolar	3,0	2,1
Percepción de la prioridad de prácticas de sostenibilidad medioambiental en empresas nuevas y en crecimiento	5,5	5,5
Percepción del respaldo cultural a las prácticas de sostenibilidad en empresas nuevas y en crecimiento	5,5	5,5
Percepción de la responsabilidad social de empresas nuevas y en crecimiento	4,8	5,3
Percepción del grado de prioridad del gobierno nacional y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento	4,7	4,5



02

VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS SOBRE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR ESPAÑOL VS CÁNTABRO (ESCALA LIKERT 1-10)

Percepción del rendimiento económico de las empresas nuevas y en crecimiento sostenibles



4,6



4,5

NECI (Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional)

4,3

3,8



02

GEM — Cantabria **23**

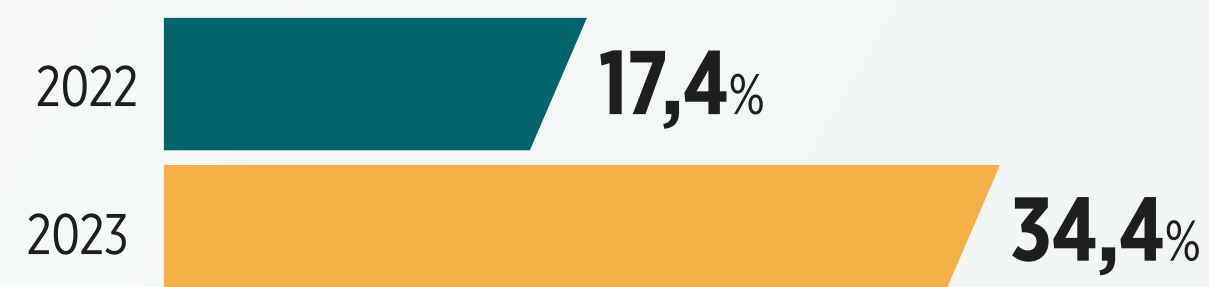
03 EL FENÓMENO EMPRENDEDOR

PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS 6 MESES

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



TOTAL



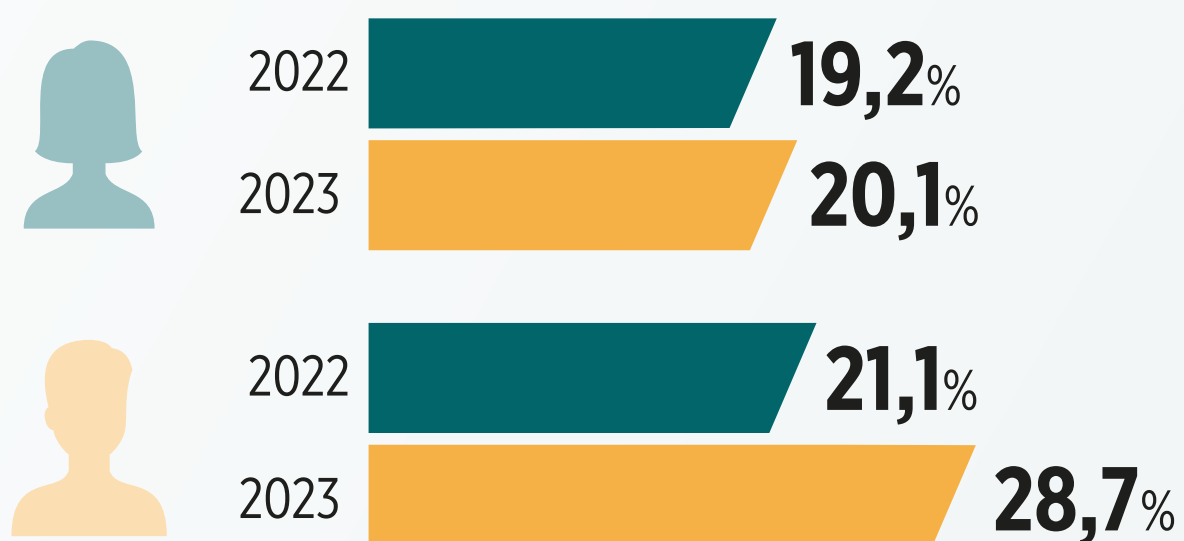
La percepción de oportunidades para emprender en Cantabria se duplica entre la población emprendedora

La percepción de oportunidades en emprendimiento es la capacidad de identificar momentos favorables para iniciar o expandir un negocio, lo que supone un factor clave para impulsar la iniciativa emprendedora y el éxito empresarial.

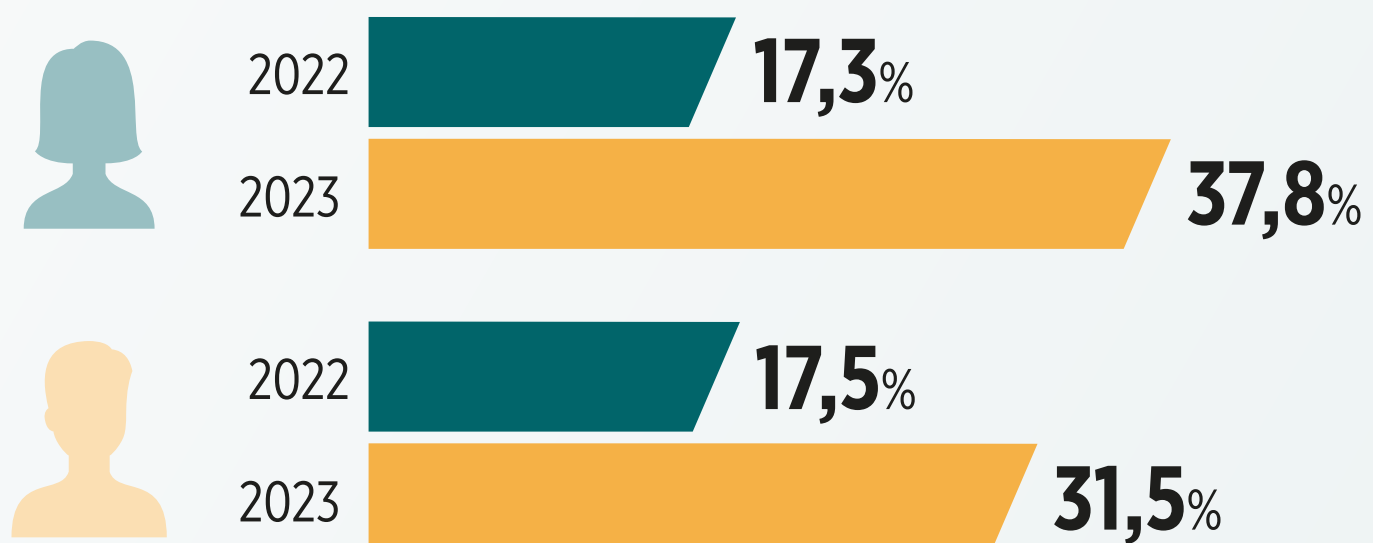
En 2023, la percepción de oportunidades para emprender en Cantabria ha mostrado una notable recuperación en comparación con 2022. El porcentaje general ha aumentado del 19,7% al 25,6%, destacando especialmente la población emprendedora, cuyo indicador pasó del 17,4% al 34,4%. Asimismo, la población no emprendedora también refleja una mejora, incrementando su percepción de oportunidades del 20,1% al 24,3%. Este repunte sugiere un entorno más favorable para el emprendimiento en la región, revirtiendo la tendencia negativa observada en el año anterior.

PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS 6 MESES SEGÚN EL SEXO

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



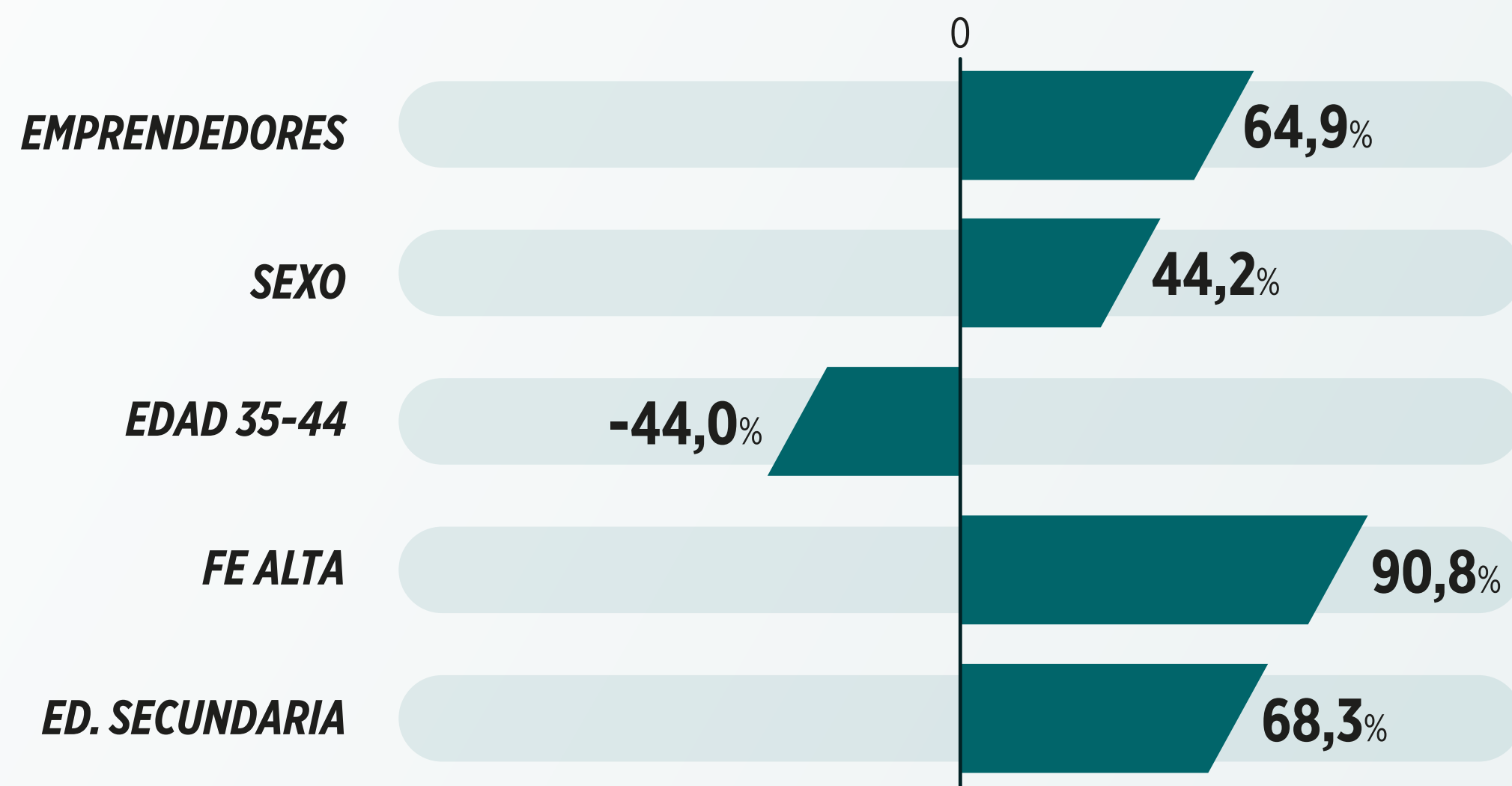
Las mujeres emprendedoras desarrollan una mayor capacidad para identificar oportunidades en comparación con las que no emprenden

En Cantabria, en el año 2022, no se evidenciaron importantes diferencias entre los hombres emprendedores y las mujeres emprendedoras, con porcentajes de percepción de oportunidades para emprender muy similares (17,5% para los hombres y 17,3% para las mujeres). Sin embargo, en 2023, sí se observan diferencias, ya que el porcentaje de mujeres emprendedoras que perciben oportunidades para emprender en los próximos 6 meses aumenta considerablemente al 37,8%, mientras que el porcentaje de hombres emprendedores también sube, pero de manera más moderada, alcanzando el 31,5%.

En 2022, dentro de la población no emprendedora, los hombres percibían más oportunidades que las mujeres (21,1% frente a 19,2%). Sin embargo, en 2023 esta diferencia se acentúa, con un 28,7% de los hombres percibiendo oportunidades frente al 20,1% de las mujeres. Esto evidencia un incremento en la percepción de oportunidades en ambos sexos, aunque de manera más pronunciada entre los hombres no emprendedores.

EL FENÓMENO EMPRENDEDOR

INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES SOBRE LA PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS 6 MESES



Los emprendedores con alta formación en emprendimiento perciben mayores oportunidades

Por lo que respecta a la caracterización de las personas que tienen una mayor percepción de oportunidades, se observa que los emprendedores perciben que existen mayores oportunidades (un 65% más que el resto de la población). Esta diferencia también se observa con el sexo, siendo los hombres los que perciben mayores oportunidades, aunque en este caso la diferencia es menor (un 44% con respecto a las mujeres). En cuanto a la edad, sólo se observan diferencias en el tramo entre 35 y 44 años, que tienen una perspectiva más negativa en cuanto a la existencia de oportunidades. Finalmente, en lo que se refiere al nivel de formación, se observa una mayor percepción de oportunidades en aquellos que tienen un nivel alto de formación en emprendimiento, así como en los que tienen estudios a nivel de secundaria.

POSESIÓN DE RED SOCIAL EMPRENDEDORA

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



TOTAL



La conexión de los emprendedores con otros individuos del ecosistema empresarial ha mostrado un notable ascenso en el último año

La posesión de una red social emprendedora se refiere a la capacidad de una persona para establecer relaciones con otros emprendedores y actores clave en el ámbito económico, lo cual resulta crucial para impulsar proyectos empresariales. Tener acceso a este tipo de red es uno de los factores determinantes que estimulan y guían las aspiraciones emprendedoras de la población.

En Cantabria, en 2023, el 43,5% de los encuestados asegura conocer a personas que han iniciado un negocio, lo cual puede facilitar la creación de colaboraciones o el aprendizaje a partir de otras experiencias. Este porcentaje refleja un incremento en comparación con el 35,6% reportado en 2022. Entre la población emprendedora, el porcentaje es aún mayor, alcanzando el 64,5% en 2023, un aumento significativo desde el 42,0% de 2022. Por su parte, el grupo de la población no emprendedora también mostró un crecimiento, pasando del 34,6% en 2022 al 40,5% en 2023.



POSESIÓN DE RED SOCIAL EMPRENDEDORA SEGÚN EL SEXO

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA

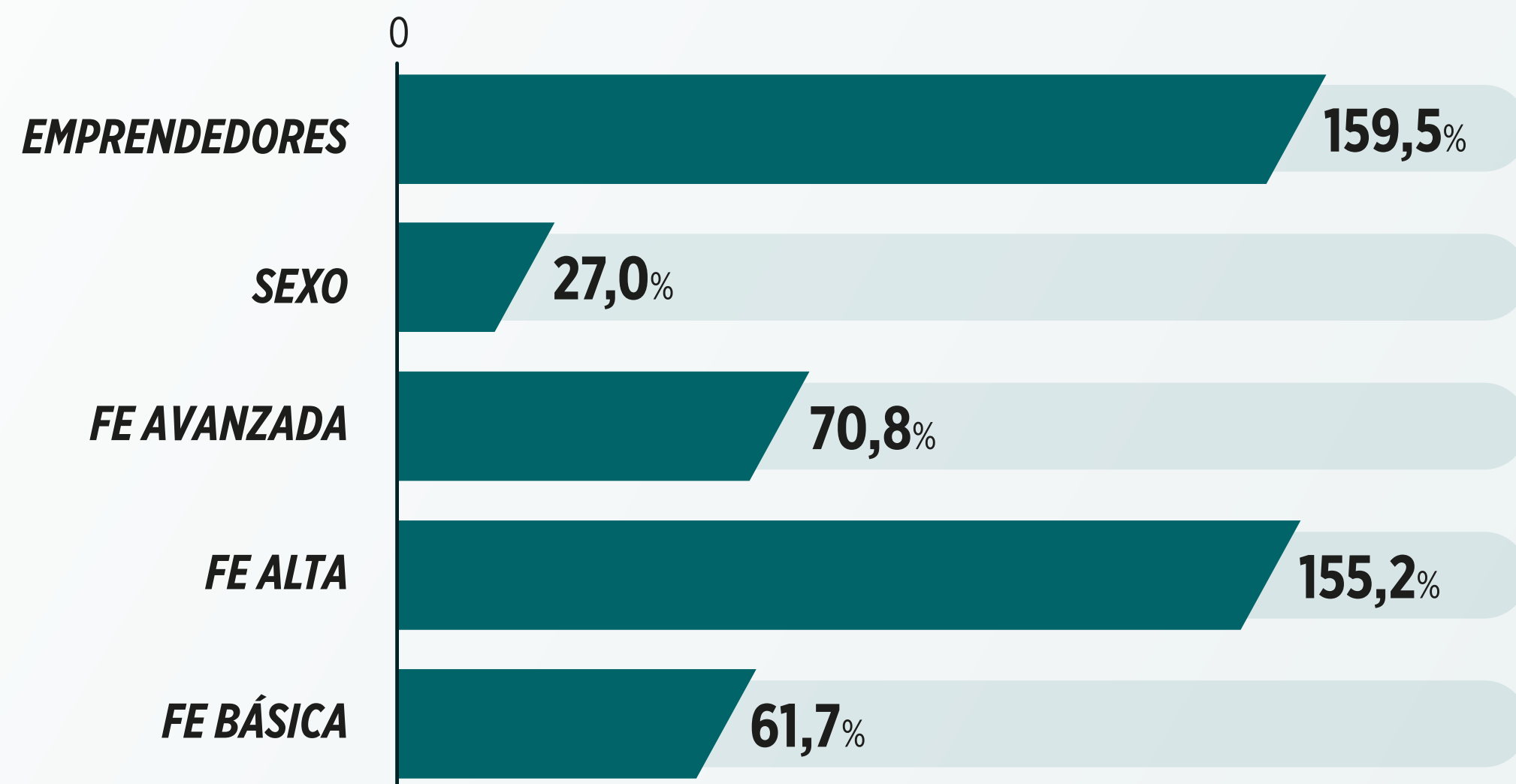


La brecha de sexo en la posesión de redes sociales emprendedoras aumenta entre quienes ya han iniciado un negocio

En cuanto a la diferencia por sexo en la posesión de una red social emprendedora, se observan diferencias entre hombres y mujeres. En 2023, entre la población emprendedora, el 71,3% de los hombres reporta conocer a personas que han iniciado un negocio, frente al 56,0% de las mujeres. Esto representa un incremento en comparación con los valores de 2022, donde los porcentajes eran de 45,2% para los hombres y 38,6% para las mujeres. Sin embargo, aunque hombres y mujeres hayan aumentado su red social emprendedora en 2023, se observa una mayor brecha en los porcentajes. Entre la población no emprendedora, también se han observado aumentos. En 2023, el 42,6% de los hombres indicó poseer contactos en el ámbito emprendedor, en comparación con el 37,8% en 2022. Por su parte, las mujeres han pasado de un 31,4% en 2022 a un 38,4% en 2023.

Este incremento refleja una tendencia positiva en la conexión de hombres y mujeres con otros emprendedores, especialmente entre aquellos que ya están emprendiendo.

INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES SOBRE LA POSESIÓN DE RED SOCIAL EMPREENDEDORA



La experiencia previa y la formación específica en emprendimiento potencian la conexión con otros emprendedores

Por lo que respecta a la caracterización de las personas que poseen una red social emprendedora, se observa que los emprendedores tienen mayor probabilidad que el resto de la población de tener una red social emprendedora (1.5 veces más). Lo mismo pasa con los hombres, aunque con una diferencia mucho menor que en el caso anterior (27% mas que las mujeres). Además, este efecto también se observa en el caso de aquellas personas que tienen un mayor nivel de formación para emprender, con una diferencia especialmente destacada para niveles elevados de formación específica, con un 155% para los niveles altos y más de un 70% en el caso de los que poseen formación avanzada.

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



TOTAL



El 100% de la población emprendedora cántabra se siente preparada para iniciar un negocio

La autopercepción de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender es la confianza personal en tener las competencias necesarias para iniciar y gestionar un negocio, lo que resulta crucial en el emprendimiento, ya que aumenta la probabilidad de tomar decisiones y acciones emprendedoras con éxito a largo plazo. Al comparar los datos de 2023 con los de 2022, se observa un leve aumento en este indicador, tanto de forma global como en la población emprendedora. En 2023, el 50,7% de la población cántabra considera que posee las competencias necesarias para emprender, un incremento respecto al 47,8% registrado en 2022.

Sin embargo, al desglosar los datos entre la población emprendedora y no emprendedora, se evidencia una diferencia significativa. En 2023, el 100% de los emprendedores percibe tener los conocimientos y habilidades necesarios, en comparación con el 78,8% del año anterior. Por otro lado, entre quienes no han emprendido, el porcentaje es más bajo y se mantiene prácticamente estable, con un 42,7% en 2023 frente al 43,2% en 2022.

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



La autoconfianza de las mujeres en sus habilidades se equipara a la de los hombres cuando se involucran en el proceso emprendedor

Al analizar la confianza en las capacidades emprendedoras entre diferentes sexos, emergen patrones distintivos según el estatus de emprendedor o no emprendedor. Entre la población no emprendedora, las mujeres muestran un aumento ligero en su confianza, pasando del 36,0% en 2022 al 38,2% en 2023, mientras que los hombres, aunque siguen mostrando una mayor confianza que las mujeres, ven una ligera disminución, de 50,8% a 47,5%. En contraste, la población emprendedora de ambos sexos alcanzan un 100% de confianza en 2023, con un notable incremento en la autoconfianza tanto en las mujeres emprendedoras, que subió del 80,4% en 2022, como en los hombres, subiendo del 77,6% en el año anterior.

Por tanto, la población emprendedora de ambos sexos muestra una confianza total en sus capacidades para emprender en 2023, mientras que la población no emprendedora sigue evidenciando diferencias entre sexos. En particular, los hombres no emprendedores tienen un nivel de autoconfianza superior al de las mujeres, lo que subraya la necesidad de fortalecer la confianza de las mujeres no emprendedoras en sus habilidades.

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



TOTAL



El miedo al fracaso continúa siendo una barrera para emprender, especialmente entre la población no emprendedora

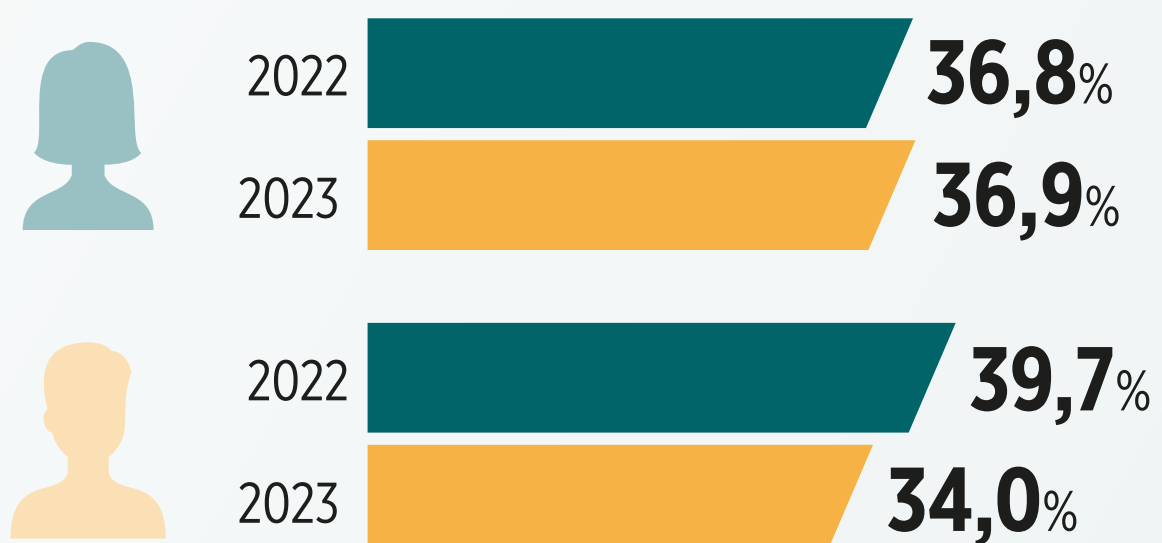
El miedo al fracaso, entendido como el temor a que una idea o proyecto no tenga éxito, sigue siendo una barrera significativa para emprender, especialmente entre la población no emprendedora. En 2022, un 61,1% de las personas sin experiencia emprendedora consideraba este temor como un obstáculo, reduciéndose ligeramente al 59,9% en 2023. En contraste, los emprendedores muestran una menor preocupación al respecto, con un 38,5% en 2022 y 35,3% en 2023, lo que sugiere que la población emprendedora disminuye este miedo.

En términos generales, el miedo al fracaso ha mostrado una leve reducción, pasando del 58,2% en 2022 al 56,8% en 2023. Aunque esta mejora es marginal, refleja un cambio positivo en la percepción del riesgo asociado a emprender, particularmente entre aquellos que ya se han lanzado al emprendimiento. Aun así, el temor sigue siendo un factor determinante para quienes no han dado el paso de emprender.

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



El miedo al fracaso como obstáculo para iniciar un negocio se iguala entre mujeres y hombres no emprendedores

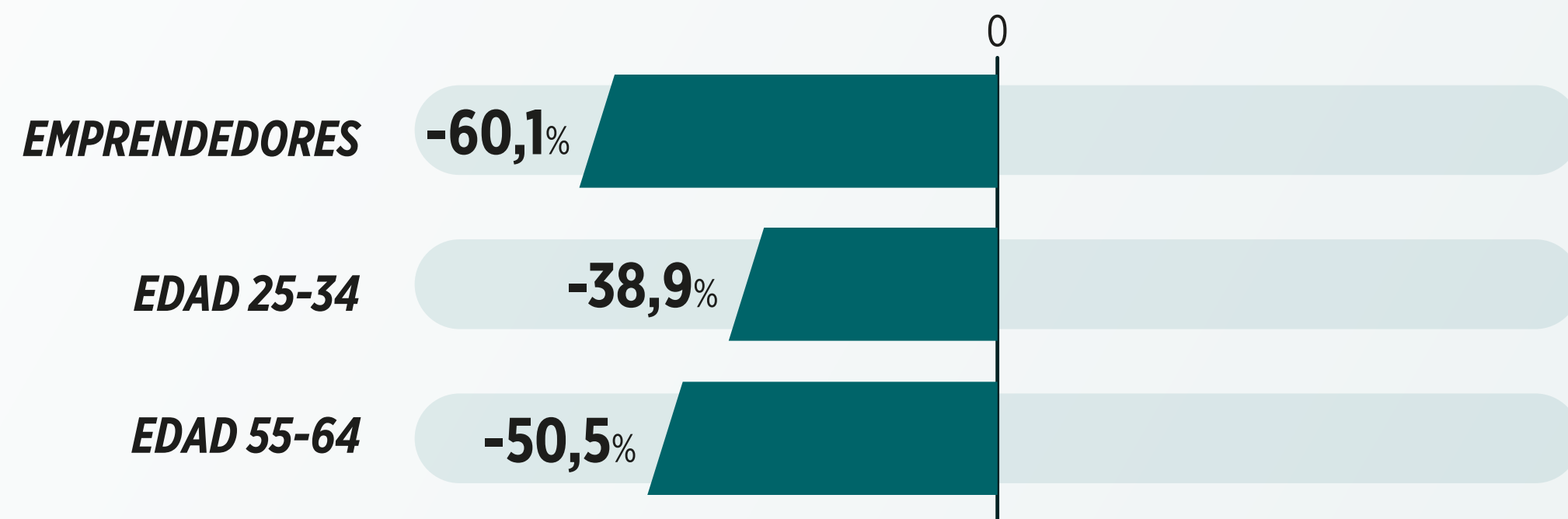
El temor al fracaso como barrera para emprender ha mostrado variaciones entre 2022 y 2023, indicando que, aunque sigue siendo un desafío significativo, su impacto varía según el sexo y la experiencia emprendedora.

En la población no emprendedora, las mujeres mostraron una disminución en el miedo al fracaso, pasando del 65,3% en 2022 al 59,9% en 2023. Por el contrario, los hombres no emprendedores experimentaron un aumento en esta percepción, subiendo del 56,6% al 59,9%, lo que podría indicar un incremento en la inseguridad hacia el emprendimiento en este grupo. En cuanto a la población emprendedora, las mujeres mantuvieron estable su nivel de temor al fracaso (36,8% en 2022 y 36,9% en 2023), lo que refleja poca variación en la percepción de los riesgos. Sin embargo, los hombres emprendedores registraron menor aversión al riesgo, pasando del 39,7% al 34,0%, lo que sugiere una creciente confianza en sus capacidades para enfrentar los desafíos que se presenten.



EL FENÓMENO EMPRENDEDOR

INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES SOBRE EL TEMOR AL FRACASO COMO OBSTÁCULO PARA EMPRENDER



El miedo al fracaso es una barrera más potente para aquellos sin experiencia en emprendimiento

Por lo que se refiere al miedo a fracasar como un freno a la actividad emprendedora, en primer lugar se observa que los emprendedores se ven menos afectados por el miedo al fracaso, con una diferencia un 60% inferior al resto de la población. Es decir, el tener una experiencia previa en actividades emprendedoras hace que el miedo a fracasar tenga un efecto de freno menos relevante. Algo similar ocurre en algunos tramos de edad, siendo en este caso los que están entre los 25 y 34 años (con casi un 40% menos) y los mayores de 55 (con una 50% menos) los que se ven menos afectados por el miedo al fracaso a la hora de emprender.

COMPARATIVA DEL FENÓMENO EMPRENDEDOR

	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Posesión red social
MEDIA UE	49%	52%	49%	52%
ESPAÑA	31%	53%	49%	48%
ALEMANIA	41%	42%	43%	37%
PAÍSES BAJOS	67%	46%	41%	60%
ESTADOS UNIDOS	54%	49%	48%	44%
REINO UNIDO	47%	53%	61%	53%
FRANCIA	51%	50%	50%	61%
CANTABRIA	26%	51%	57%	44%





GEM — Cantabria **23**

04 EL CONTEXTO EMPRENDEDOR

FACILIDAD DE INICIAR UN NEGOCIO SEGÚN EL SEXO

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



TOTAL



La facilidad percibida para iniciar un negocio aumenta especialmente entre la población emprendedora

Este indicador evalúa los trámites administrativos requeridos para establecer una nueva empresa. En general, los resultados muestran que los encuestados consideraron que los trámites para emprender en la región no son sencillos (75,8%). Sin embargo, este indicador experimentó un leve ascenso en comparación con el año anterior, aumentando 1,5 puntos porcentuales (de 22,7% a 24,2%).

Es relevante destacar que este aumento fue especialmente importante entre la población emprendedora, con un aumento de cerca de 8 puntos porcentuales (de 26,1% a 33,8%). Esto implica que aproximadamente solo 1 de cada 3 emprendedores consideraron que es fácil iniciar un negocio en Cantabria. Sin embargo, el aumento de este indicador para la población no emprendedora fue muy reducido (de 22,2% a 22,7%).

Estos resultados, aunque muestran cierta mejora, todavía apuntan a la necesidad de abordar los desafíos relacionados con los trámites administrativos y simplificar el proceso de creación de empresas para promover y facilitar el emprendimiento en la región.

POBLACIÓN NO EMPRENDEDORA



POBLACIÓN EMPRENDEDORA



Se incrementa la diferencia entre hombres y mujeres en la percepción sobre la facilidad para iniciar un negocio

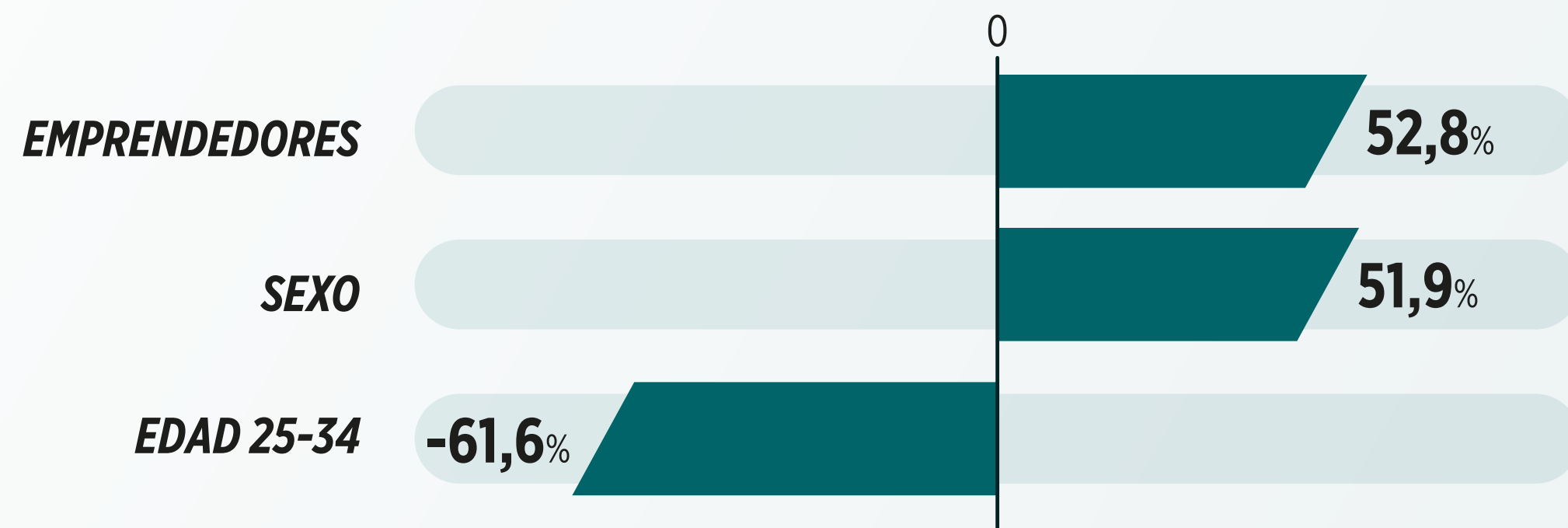
En el año 2023 se incrementó sustancialmente la diferencia entre hombres y mujeres en su opinión sobre los trámites administrativos necesarios para establecer un negocio.

En la población emprendedora, se incrementó el valor de este indicador tanto en hombres como en mujeres, aunque el incremento fue mayor entre los hombres (de 28,3% a 37,3%) que entre las mujeres (de 23,5% a 29,3%), lo que situó la diferencia entre hombre y mujeres en 8 puntos porcentuales.

En la población no emprendedora, el porcentaje de hombres que consideran fácil iniciar un negocio se incrementó, pasando del 23,1% al 26,3%. Sin embargo, el porcentaje de mujeres que considera fácil iniciar un negocio disminuyó, pasando del 21,3% al 19%.

EL CONTEXTO EMPRENDEDOR

INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES EN LA OPINIÓN SOBRE LA FACILIDAD DE INICIAR UN NEGOCIO

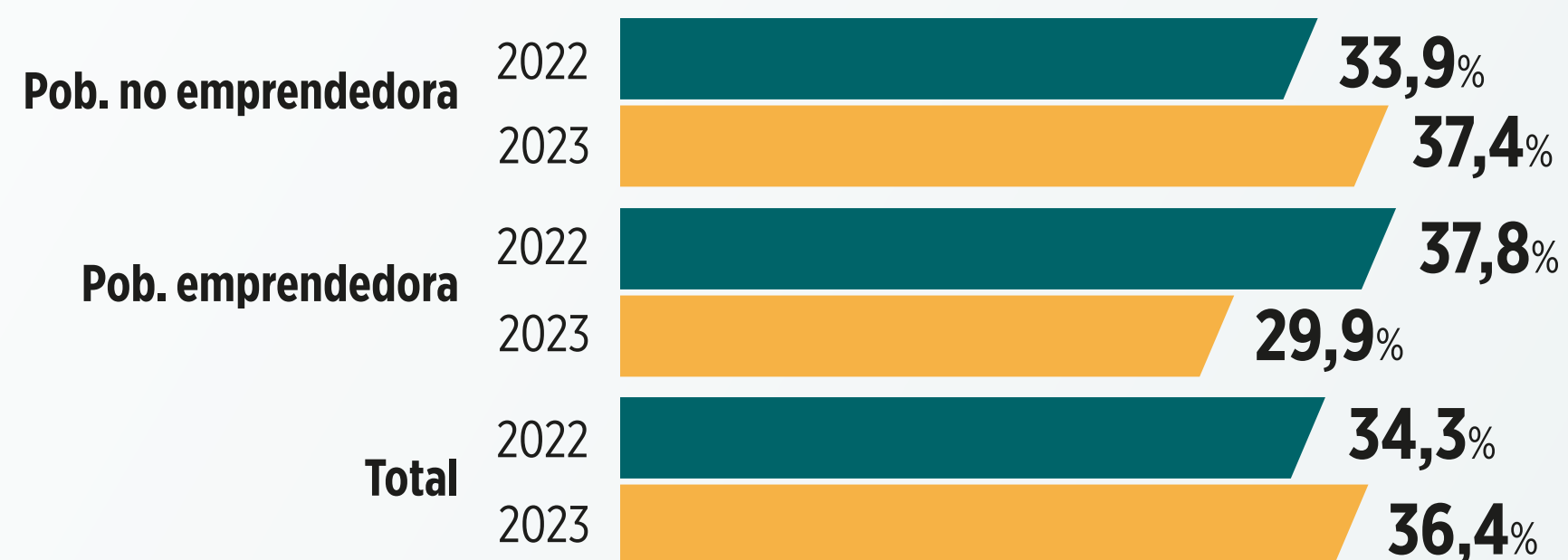


Los hombres con experiencia previa perciben más facilidades para emprender

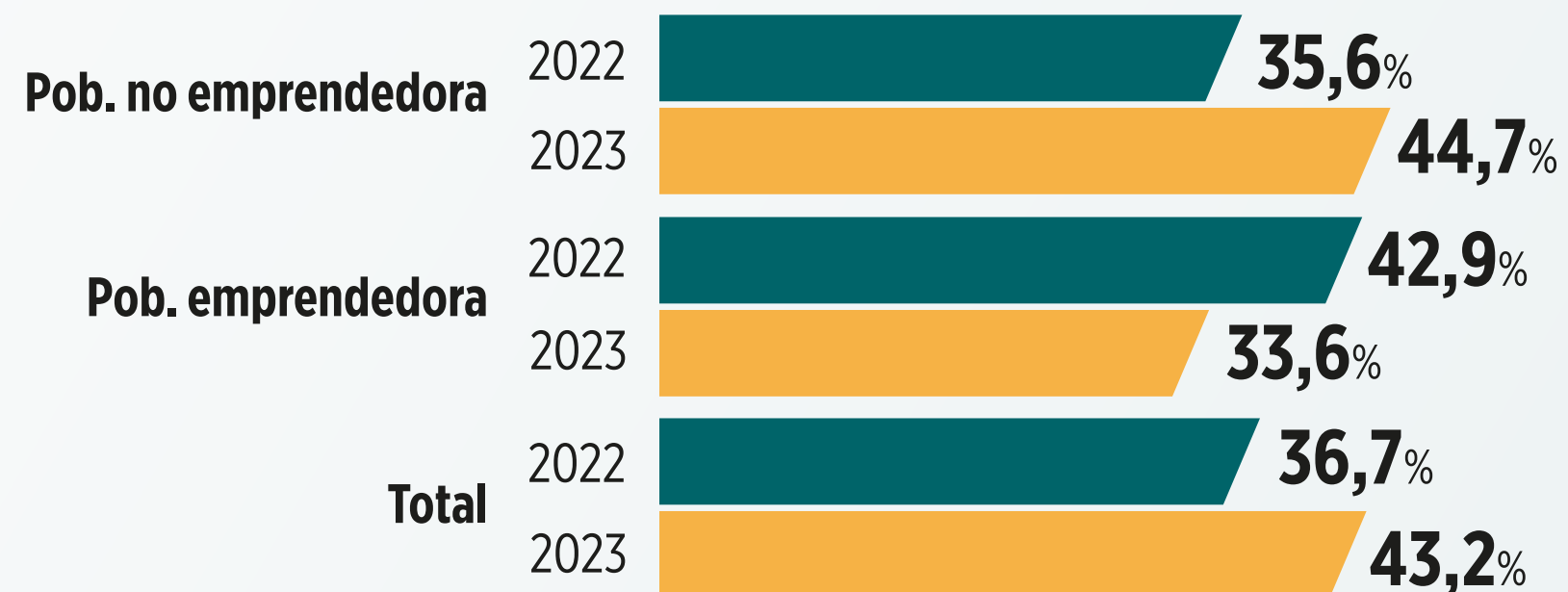
En cuanto a las características personales que diferencian la percepción que tiene la población de las facilidades para iniciar un negocio, de nuevo son las personas con experiencia emprendedora las que tienen una perspectiva más positiva (un 52% más que el resto de la población). Esta diferencia es muy similar en el caso de los hombres con respecto a las mujeres, mientras que en el caso de la edad sólo se observan diferencias para el tramo de edad entre 25 y 34 años, que perciben menos facilidades para emprender que el resto (un 61% menos).



MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EMPRENDIMIENTO



EMPRENDER COMO UNA BUENA OPCIÓN PROFESIONAL



Parece necesario seguir promoviendo el emprendimiento en los medios de comunicación para fortalecer la cultura emprendedora y su consideración como opción profesional

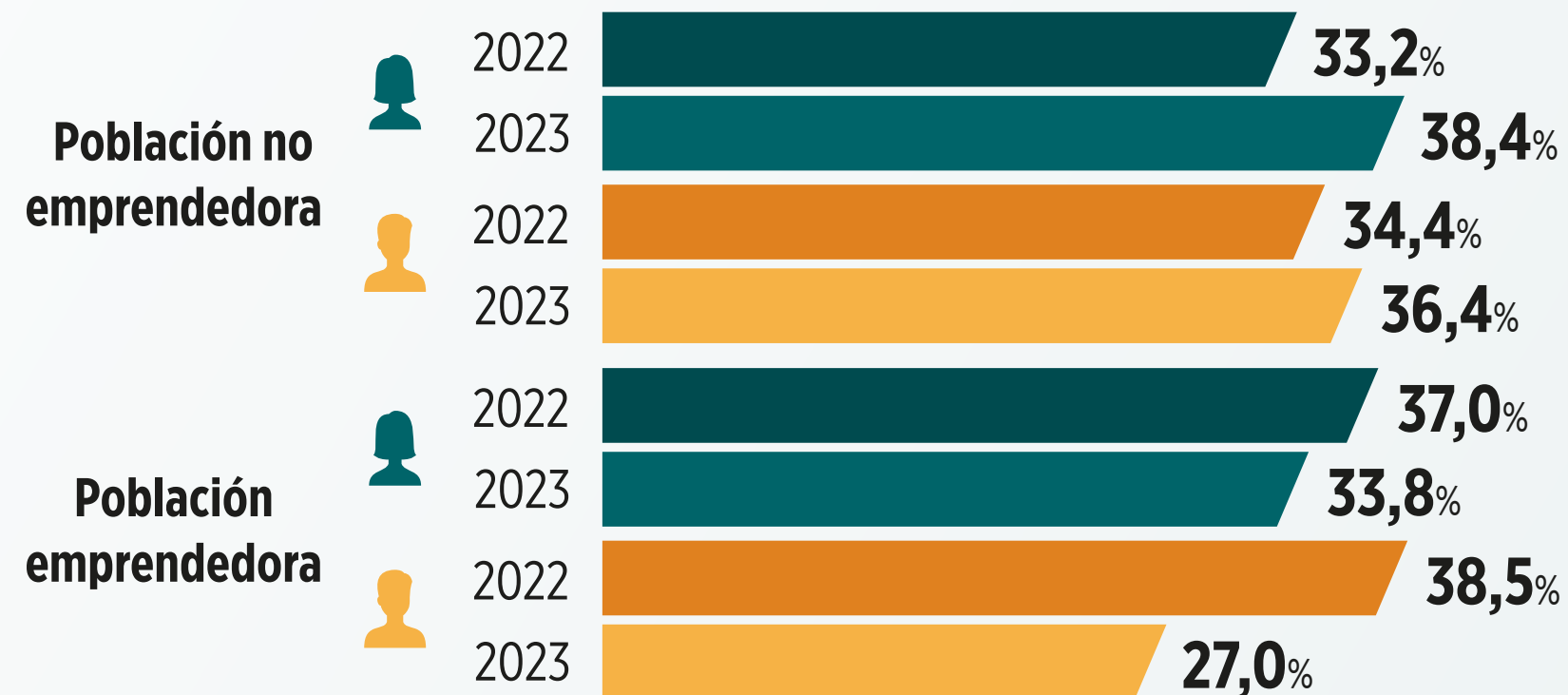
Dada la influencia que tienen los medios de comunicación en las percepciones de la población, se estudia la medida en que la sociedad cántabra percibe que el emprendimiento es una actividad suficientemente cubierta y difundida en los medios de comunicación en la región.

Los resultados muestran que en 2023 la cobertura de historias y noticias sobre emprendimiento en Cantabria sólo fue valorada positivamente por el 36,4% de la población total encuestada, siendo más alto el porcentaje entre la población no emprendedora (37,4% frente a 29,9%).

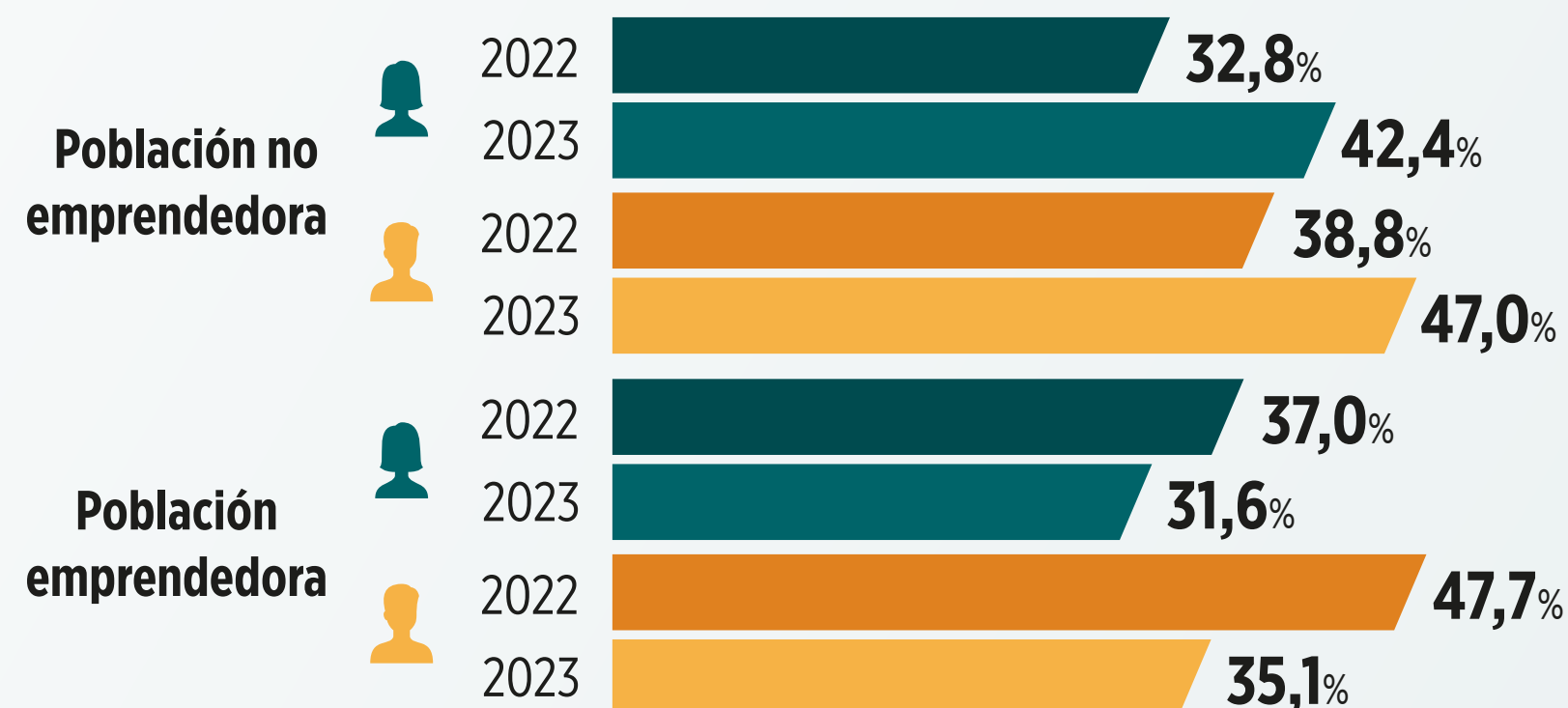
Además, dentro de la cultura emprendedora, se analiza también la percepción de la sociedad sobre el emprendimiento como una buena opción profesional.

En este sentido, los resultados muestran que un 43,2% de la población afirmó estar de acuerdo con esta suposición, siendo mayor este porcentaje entre las personas no involucradas en el proceso emprendedor (44,7% frente a 33,6%).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EMPRENDIMIENTO



EMPRENDER COMO UNA BUENA OPCIÓN PROFESIONAL



Un mayor porcentaje de mujeres perciben más positivamente la difusión mediática del emprendimiento, mientras que un mayor porcentaje de hombres perciben emprender como una buena opción profesional

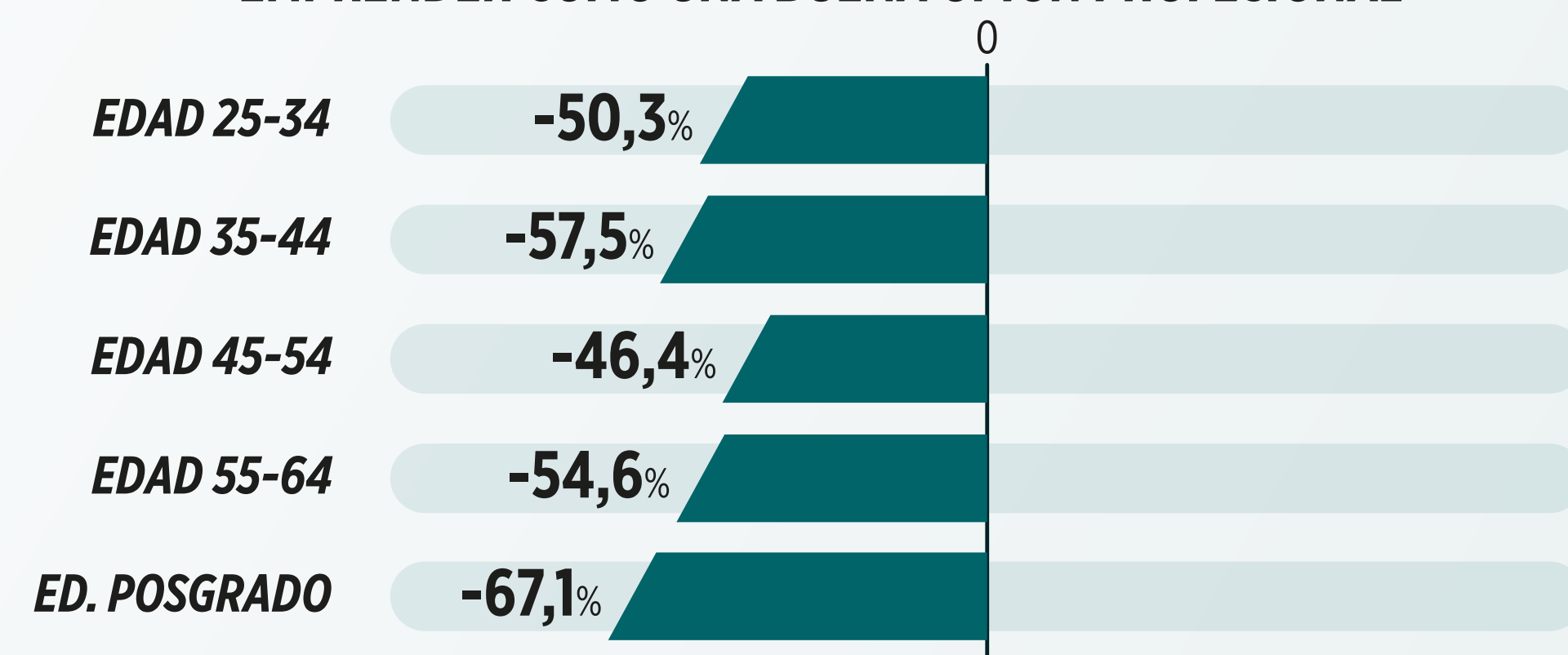
A diferencia de lo que ocurrió en el año 2022 en el que ambos sexos tenían una percepción bastante similar sobre la cobertura que los medios hacen sobre el emprendimiento, los resultados de 2023 muestran que las mujeres percibieron algo más positivamente dicha cobertura, sobre todo en la población emprendedora.

También se observan diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a la percepción de emprender como una opción profesional viable, siendo los hombres los que mayor porcentaje presentaron. Asimismo, la percepción de la población no emprendedora se incrementó considerablemente respecto a 2022, mientras que la de la población emprendedora se redujo, especialmente entre los hombres que pasaron de un 47,7% a un 35,1%.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EMPRENDIMIENTO



EMPRENDER COMO UNA BUENA OPCIÓN PROFESIONAL



Los que tienen formación en emprendimiento y los más jóvenes tienen una mejor perspectiva sobre la cultura emprendedora

En relación con la percepción del papel de los medios de comunicación se observa que son los que tienen formación en emprendimiento, a nivel intermedio y alto, los que mejor los valoran.

Por lo que respecta a la percepción del emprendimiento como una buena opción profesional, esta es mas elevada entre los menores de 25 años, mientras que en lo que se refiere a la educación solo se observan diferencias en aquellos con un nivel de postgrado (67% menos que el resto de la población).



EL CONTEXTO EMPRENDEDOR

VALORACIONES MEDIAS (1-10) DE LOS EXPERTOS ENTREVISTADOS SOBRE CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN CANTABRIA

	2022	2023	2022	2023	
EXISTENCIA Y ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y DE SERVICIOS	5,8	6,1	4,3	3,7	TRANSFERENCIA DE I + D
EXISTENCIA Y ACCESO A INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	5,7	5,1	3,8	3,6	FINANCIACIÓN SUFICIENTE PARA EMPRENDEDORES
PROGRAMAS GUBERNAMENTALES ADECUADOS PARA APOYAR EL EMPRENDIMIENTO	5,2	5,1	4,1	3,0	EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EMPRENDEDORA ETAPA ESCOLAR
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EMPRENDEDORA ETAPA POST-ESCOLAR	5,2	4,8	5,6	5,5	PERCEPCIÓN DE LA PRIORIDAD DE PRÁCTICAS DE SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	4,1	4,5	5,6	5,5	PERCEPCIÓN DEL RESPALDO A LAS PRÁCTICAS DE SOSTENIBILIDAD DE EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO
BARRERAS DE ACCESO AL MERCADO INTERNO	4,7	4,1	5,3	4,8	PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO
POLÍTICAS GUBERNAMENTALES: BUROCRACIA E IMPUESTOS	4,2	3,9			PERCEPCIÓN DEL GRADO DE PRIORIDAD DEL GOBIERNO NACIONAL Y NORMATIVA A LAS PRÁCTICAS DE SOSTENIBILIDAD DE EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO
DINÁMICA DEL MERCADO INTERNO	3,9	3,9	4,0	4,7	
FACILIDAD PARA ACCEDER A LA FINANCIACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES	4,4	3,8	4,5	4,6	PERCEPCIÓN DEL RENDIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO SOSTENIBLES
POLÍTICAS GUBERNAMENTALES: EMPRENDIMIENTO COMO PRIORIDAD Y SU APOYO	4,5	3,8			

La prioridad y el respaldo de prácticas de sostenibilidad en empresas nuevas y en crecimiento se afianza como una de las condiciones del entorno mejor valoradas por los expertos

La existencia y acceso a infraestructura física y de servicios (6,1), al igual que el año anterior, continúa siendo la condición del entorno mejor valorada por los expertos, mejorando incluso su puntuación respecto al año 2022 (5,8). No ocurre lo mismo con la infraestructura comercial que baja a la tercera posición (5,1), en favor de la prioridad y el respaldo de prácticas de sostenibilidad en empresas nuevas y en crecimiento (5,5) que se afianza y ocupa el segundo lugar en el año 2023.

Aunque en una posición intermedia, cabe destacar la mejora registrada en el grado de prioridad del gobierno nacional y normativa a las prácticas de sostenibilidad de empresas nuevas y en crecimiento (4,0 puntos en 2022 a 4,7 en 2023).

En el lado opuesto, la educación y formación emprendedora en etapa escolar ocupa la última posición en 2023 y registra la mayor caída en comparación con el año 2022 (pasando de 4,1 a 3).



Los programas gubernamentales y el apoyo financiero se sitúan como los principales factores impulsores del emprendimiento

De acuerdo con los expertos cántabros, los programas gubernamentales y el apoyo financiero son los principales factores impulsores del emprendimiento en la región. También son importantes el contexto político, institucional y social, así como las políticas gubernamentales.

Por el contrario, la transformación digital, la transferencia de I+D, el estado del mercado laboral y el acceso a las infraestructuras físicas no se consideran tan relevantes.



EL CONTEXTO EMPRENDEDOR

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL CONTEXTO EN QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CANTABRIA EN 2023



Los programas gubernamentales; el contexto político, institucional y social; y las nuevas oportunidades de negocio son las claves para mejorar el contexto emprendedor cántabro

Un año más, de acuerdo con la opinión de los expertos, los programas gubernamentales son esenciales para mejorar el contexto emprendedor de la región. Igualmente, se considera relevante el contexto político, institucional y social; así como la creación de nuevas oportunidades de negocio.

En el lado opuesto, los expertos consideran que algunos factores como las normas sociales y culturales, el apoyo financiero, o la crisis económica, no son tan importantes en la mejora del contexto emprendedor de Cantabria.



EL CONTEXTO EMPRENDEDOR

COMPARATIVA DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR

	Emprender como una buena opción profesional	Medios de comunicación y emprendimiento	Facilidad de iniciar un negocio
MEDIA UE	54%	56%	50%
ESPAÑA	44%	46%	30%
ALEMANIA	51%	54%	36%
PAÍSES BAJOS	N.D.	N.D.	80%
ESTADOS UNIDOS	79%	81%	56%
REINO UNIDO	67%	78%	63%
FRANCIA	65%	75%	50%
CANTABRIA	43%	36%	24%





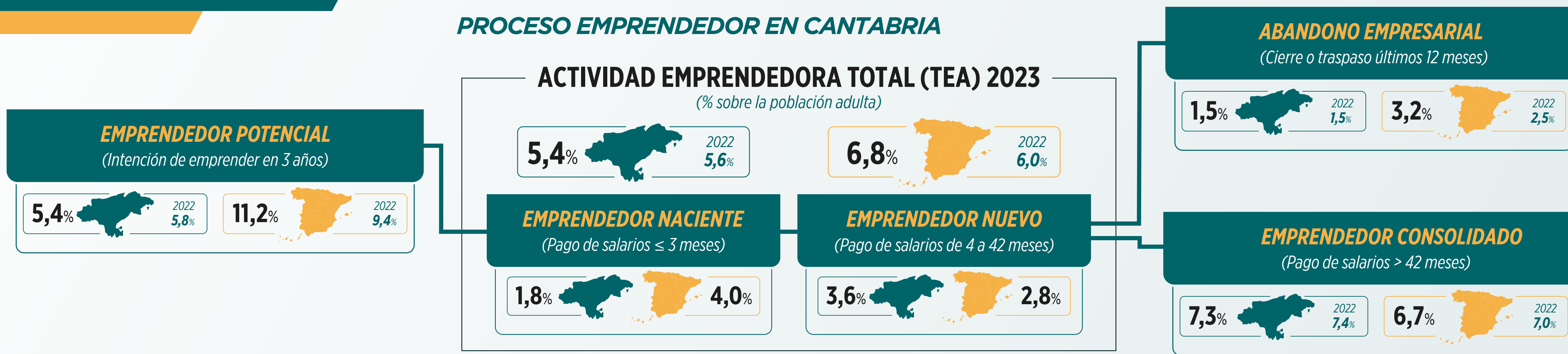
GEM — Cantabria **23**

05

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

PROCESO EMPRENDEDOR EN CANTABRIA



El indicador TEA disminuye ligeramente en Cantabria, mientras que se incrementa a nivel nacional

El indicador TEA en Cantabria presentó un valor de 5,4% en el año 2023, lo que supone un valor inferior al 5,6% registrado en el año 2022 y al 6,8% de la media nacional en 2023. En el caso de los indicadores específicos, el porcentaje de emprendedores potenciales se recortó desde el 5,8% en 2022 hasta el 5,4% en 2023 y fue muy inferior al 11,2% a nivel nacional que, a diferencia del caso regional, aumentó en este último año. De forma similar, el porcentaje de emprendedores nacientes se situó en el 1,8% en Cantabria, mientras que en España alcanzó el 4,0%. Sin embargo, el indicador de los emprendedores nuevos en Cantabria, con un 3,6%, se situó por encima del 2,8% de España. La tasa de abandono empresarial no sufrió cambios en el caso de Cantabria, manteniéndose en el 1,5%, mientras a nivel nacional se incrementó desde el 2,5% hasta el 3,2%. Finalmente, el porcentaje de empresarios consolidados disminuyó ligeramente tanto a nivel regional, pasando de un 7,4% a un 7,3%, como a nivel nacional, pasando de un 7,0% a un 6,7%.



¿Ha cerrado o abandonado una actividad de cualquier tipo incluyendo el autoempleo en los últimos 12 meses?

Respuesta afirmativa: **1,5%** de la población de 18-64 años

Esta actividad que ha abandonado, ¿ha seguido funcionando gestionada por otros?

Sí

42,9%

No

57,1%

Tasa real de cierres efectivos: **0,9%** de la población de 18-64 años

¿Cuál ha sido el principal motivo para el abandono de esta actividad?

Otra oportunidad
de negocio o trabajo **26,8%**

El negocio no
era rentable **20,0%**

Jubilación **19,7%**

Problemas para
conseguir financiación **6,9%**

Razones familiares
o personales **6,6%**

La pandemia del
coronavirus **6,6%**

No sabe /
no contesta **13,4%**

**El principal motivo para el cierre de las iniciativas
emprendedoras es la aparición de otra oportunidad de
trabajo o negocio, seguida de la falta de rentabilidad del
negocio y la jubilación**

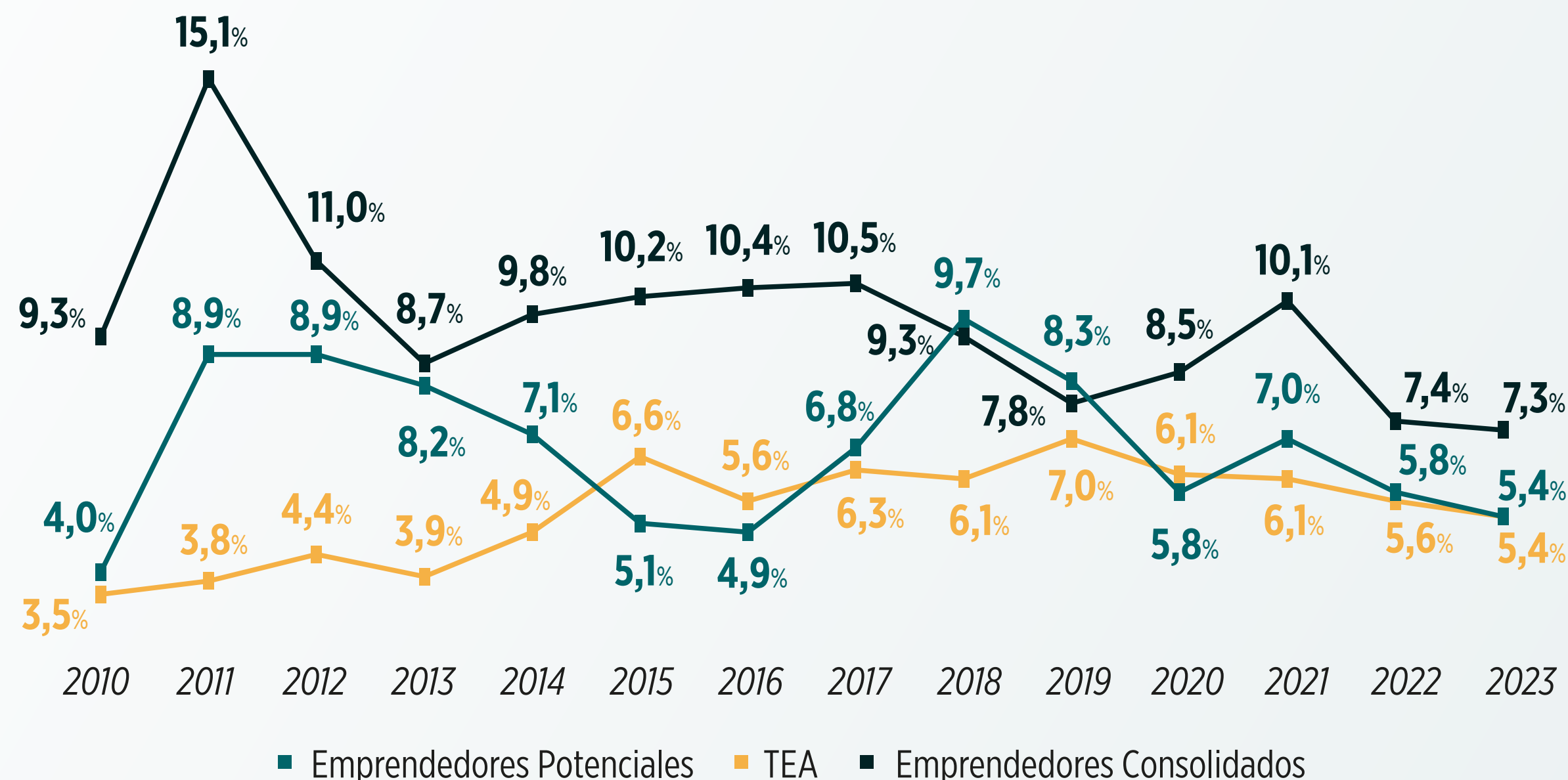
En Cantabria, el 1,5% de los emprendedores decidió cerrar su actividad a lo largo del año 2023, aunque en aproximadamente el 43% de los casos no supuso el cierre definitivo sino el traspaso de la actividad. Por el contrario, aproximadamente el 57% de los abandonos conllevó el cese de la actividad, lo que situó la tasa real de cierre efectivo en el 0,9%.

En cuanto a los principales motivos para el abandono de la actividad, destaca en primer lugar la aparición de otra oportunidad de trabajo o negocio con un 26,8%, seguida de la falta de rentabilidad del negocio con un 20,0% y la jubilación con un 19,7%.



ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS POR FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN CANTABRIA DURANTE EL PERIODO 2010-2023



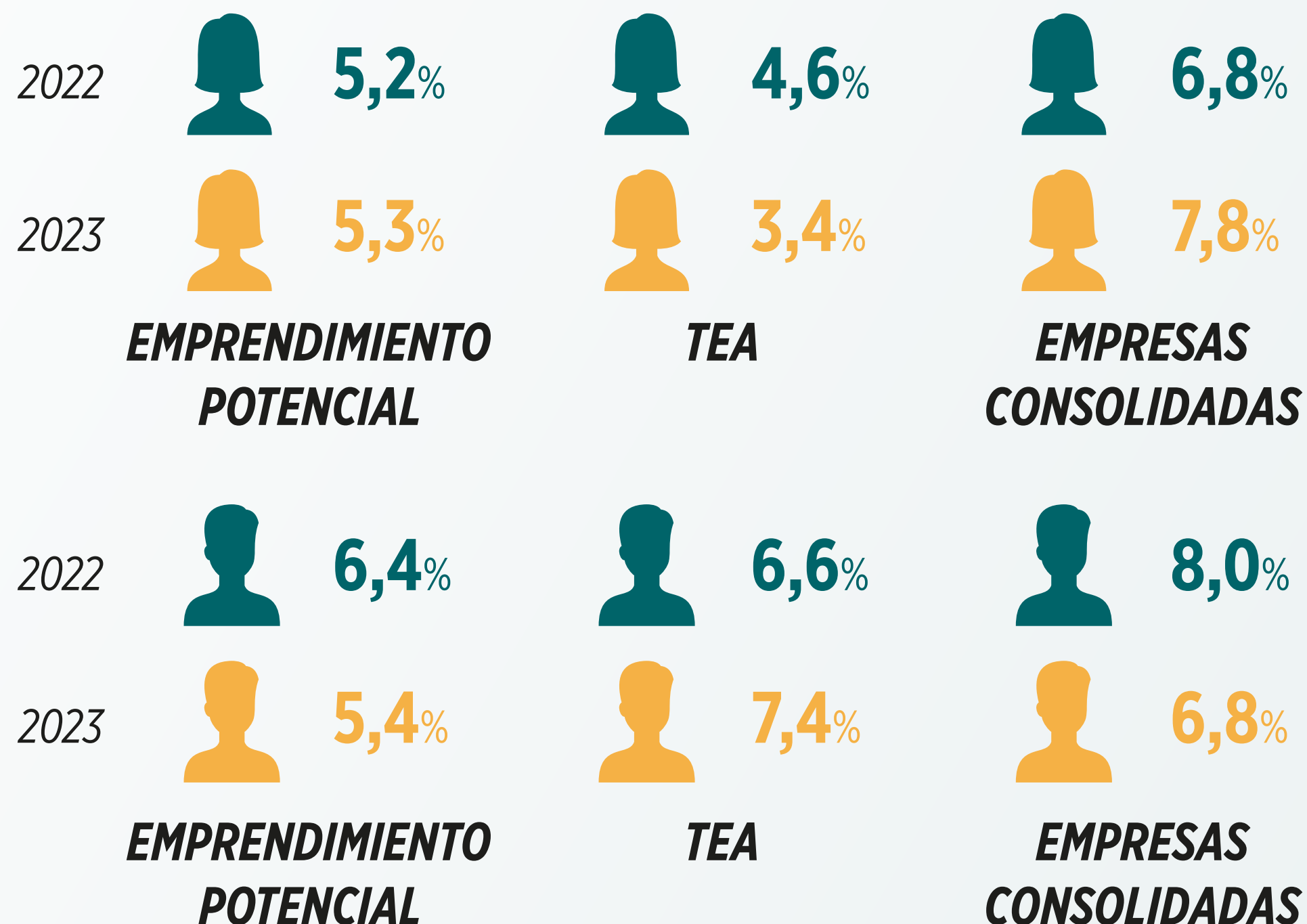
Se produjeron ligeras reducción en la TEA, el porcentaje de emprendedores potenciales y el porcentaje de emprendedores consolidados

El gráfico muestra la evolución de la TEA, del porcentaje de emprendedores potenciales y del porcentaje de emprendedores consolidados entre los años 2010 y 2023 en Cantabria. La TEA ha experimentado ligeras reducciones anuales desde 2019, lo que la situó en 2023 en el 5,4%. En el caso de los emprendedores potenciales, también se observa un reducción en los últimos años, aunque con una pequeña subida en 2021. En 2023 se produjo una ligera reducción en este indicador hasta situarse en el 5,4%. Finalmente, el porcentaje de emprendedores consolidados sufrió solo una ligera reducción en 2023 (pasando de 7,4% a 7,3%) tras un fuerte descenso en 2022.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

EMPENDIMIENTO POTENCIAL, TEA EMPRESAS, Y CONSOLIDADAS EN FUNCIÓN DEL SEXO

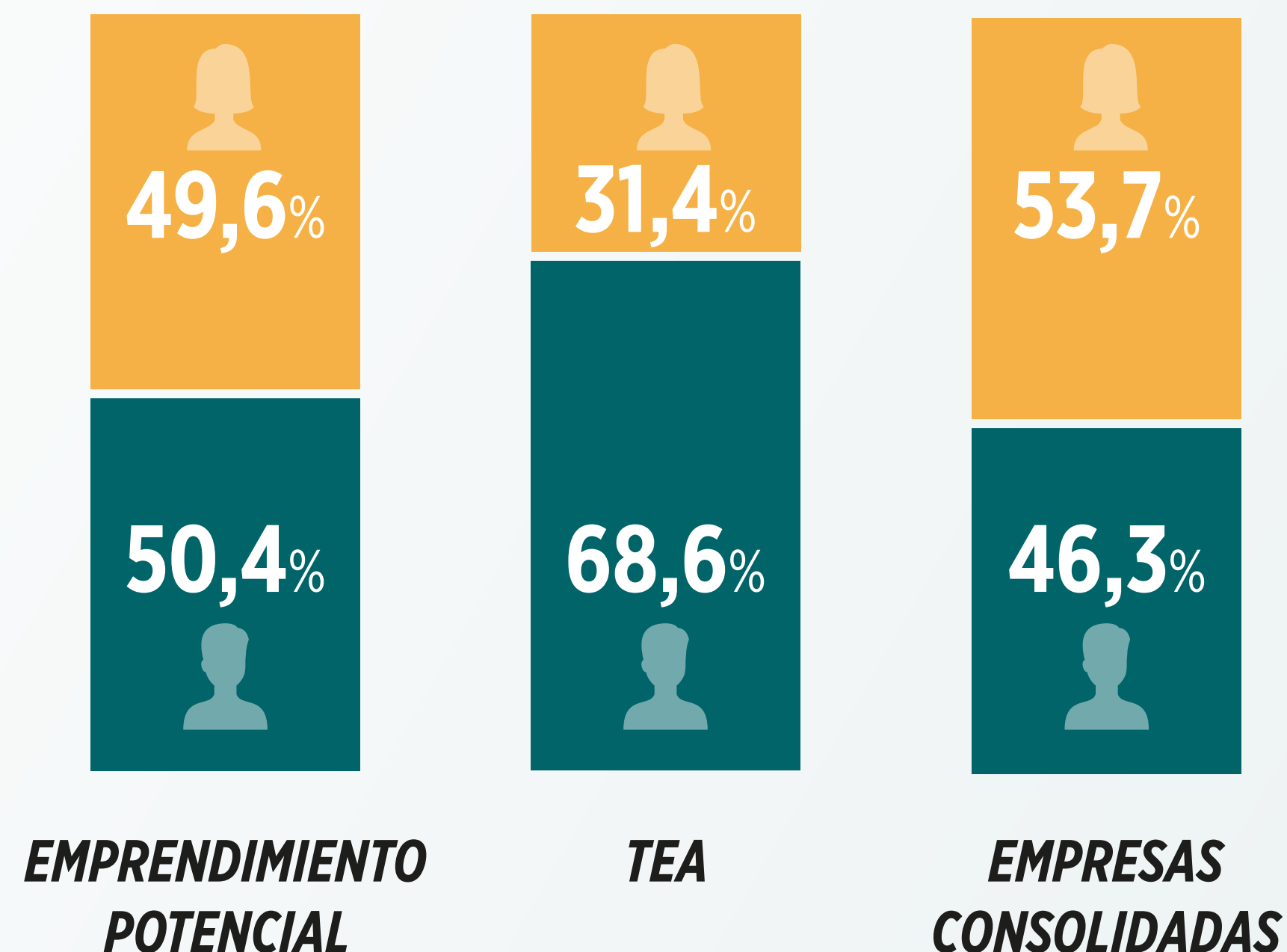
En la TEA se incrementa la diferencia entre hombres y mujeres, mientras que en el emprendimiento potencial apenas existen diferencias y en las empresas consolidadas la mujeres pasan a tener un mayor porcentaje



A diferencia de lo que ocurrió en el año 2022, en el año 2023 apenas existieron diferencias entre hombres y mujeres en el emprendimiento potencial (mujeres 5,3% y hombres 5,4%). Sin embargo, en 2023 se incrementó considerablemente la diferencia en la TEA, en la que los hombres presentaron un valor de 7,4% frente al 3,4% de las mujeres. En cuanto a las empresas consolidadas, se invirtió la situación de 2022 en la que las mujeres presentaban un menor porcentaje, ya que en 2023 las mujeres alcanzaron un 7,8% mientras que los hombres se quedaron en un 6,8%.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

DISTRIBUCIÓN POR SEXO DE LOS COLECTIVOS EMPRENDEDORES EN CANTABRIA



Las mujeres son predominantes en la fase de empresas consolidadas

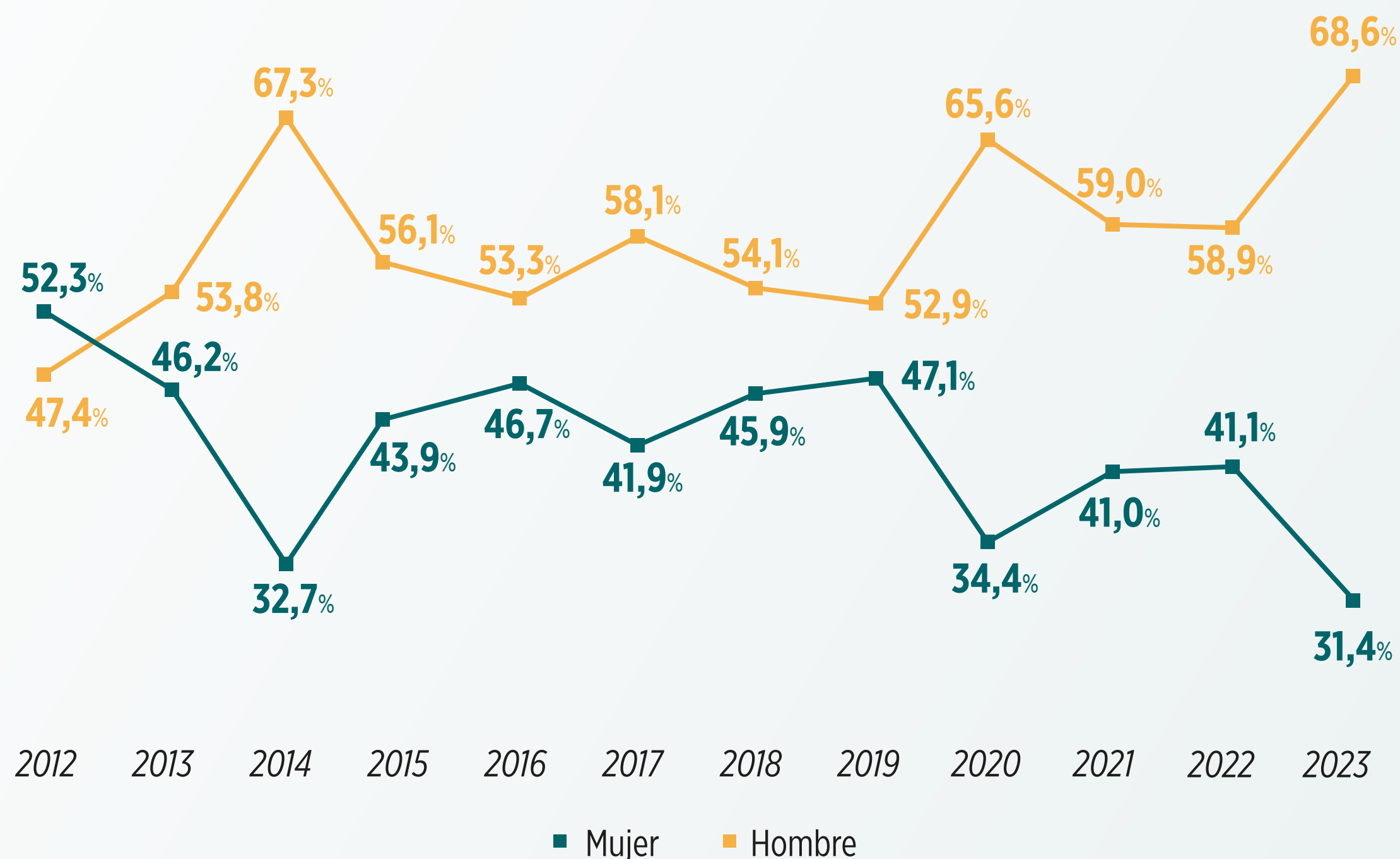
En la fase de empresas consolidadas el gap es favorable a las mujeres habiéndose intercambiado los porcentajes del año pasado con los hombres.

Se finaliza el periodo de disminución del gap en la fase de emprendimiento potencial de los últimos años igualándose los porcentajes.

Por el contrario, aumenta la brecha en la fase TEA a favor de los hombres, pasando de 58,9% a 68,6%, frente a 31,4% desde 41,1% en las mujeres.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN POR SEXO DE LA TEA EN CANTABRIA

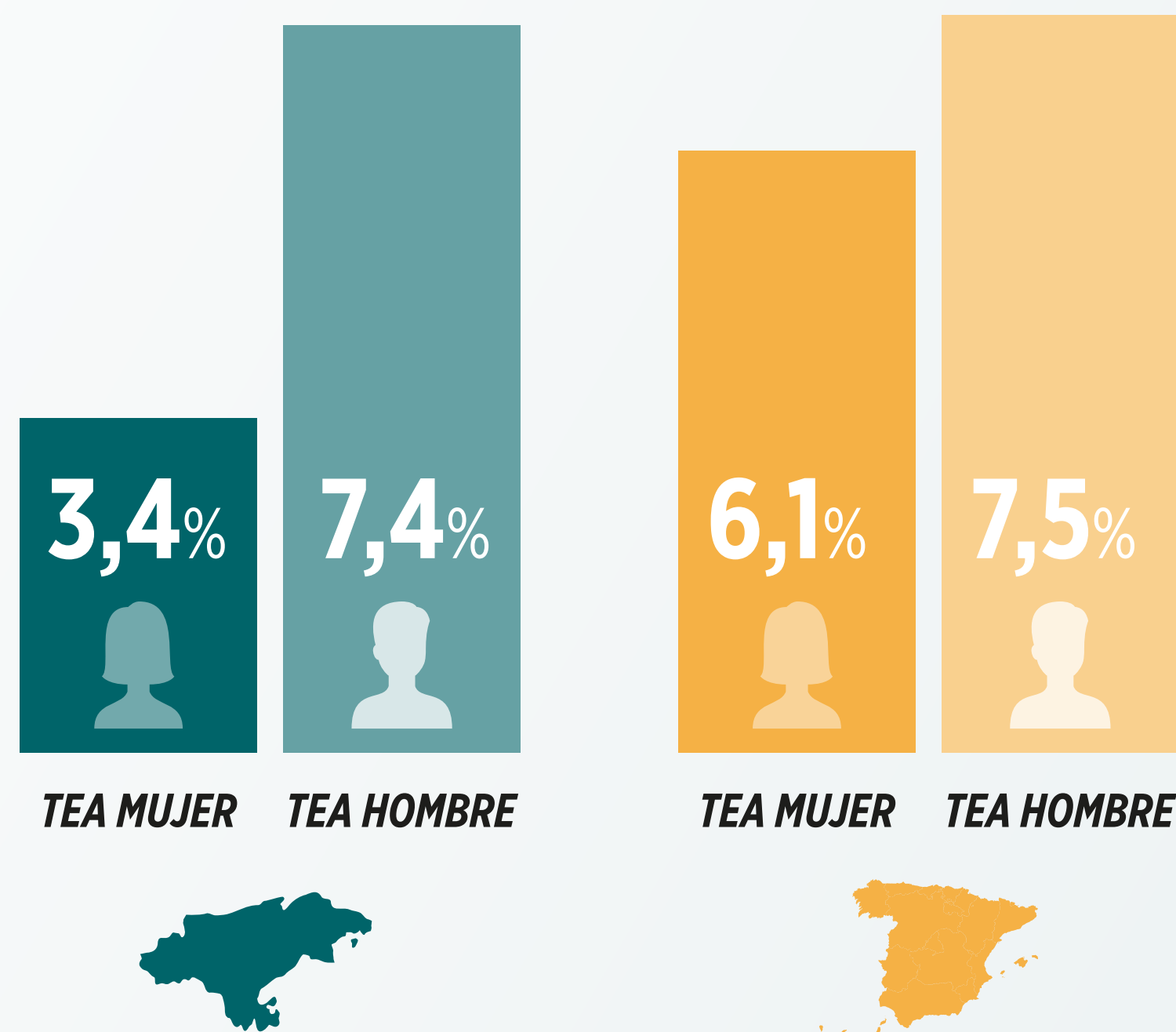


La brecha entre sexos de la TEA aumenta a favor de los hombres con respecto al año anterior en Cantabria

En el gráfico se muestra la distribución por sexo de la TEA en Cantabria desde el año 2012, habiéndose interrumpido la tendencia hacia la equiparación de los dos últimos años, alejándose el objetivo de recuperar los porcentajes previos al 2020. Al contrario, el 2023 es el segundo año con mayor diferencia desde el año 2011 en el que se alcanzaron un 73,3% los hombres y el 26,7% las mujeres.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

ÍNDICE TEA POR SEXO EN CANTABRIA Y ESPAÑA



Aumenta la brecha en Cantabria y sigue alejándose el valor del TEA en las mujeres de la media de España, aún más con respecto al año anterior

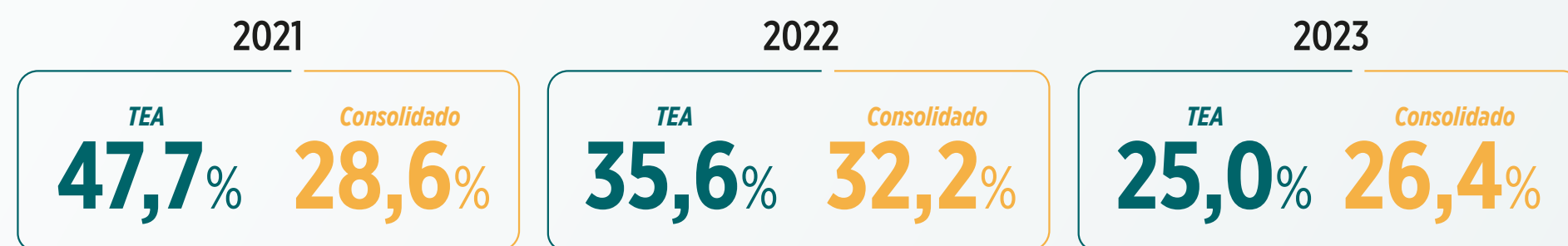
En la parte negativa, la TEA femenina empeora notablemente en Cantabria mientras que aumenta en España, lo que aumenta la preocupación por su tendencia alejándose aún más si cabe, de la TEA femenina nacional. Se repite la situación del año anterior.

En la parte positiva, la TEA masculina alcanza la media de España aumentando con respecto al año anterior que fue del 6,6%.

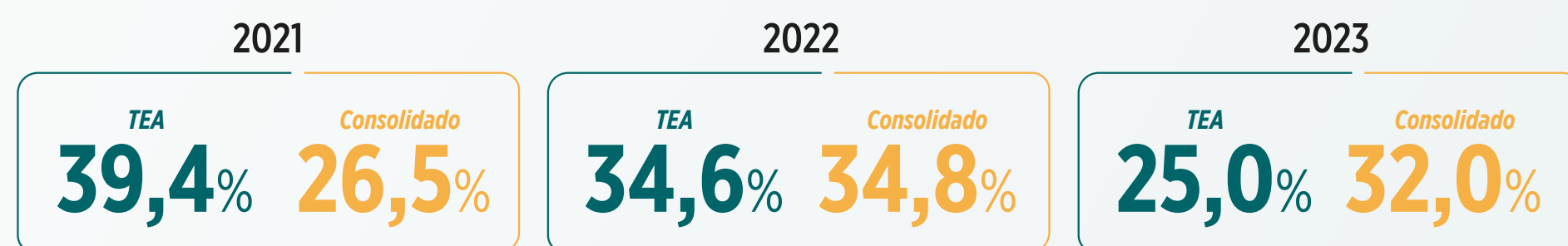
ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

EL PROCESO EMPRENDEDOR EN CANTABRIA SEGÚN EL MOTIVO PARA EMPRENDER

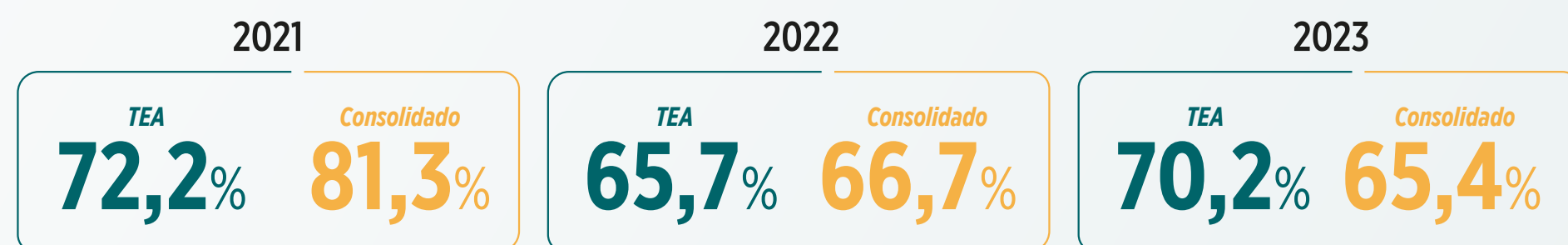
CREAR RIQUEZA O RENTA MUY ALTA



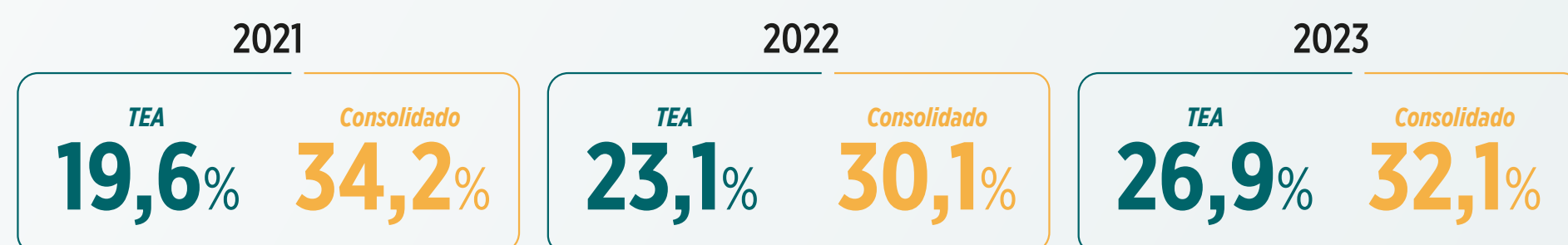
MARCAR UNA DIFERENCIA EN EL MUNDO



GANARSE LA VIDA PORQUE EL TRABAJO ESCASEA



CONTINUAR UNA TRADICIÓN FAMILIAR



Únicamente el 26% de los emprendedores consolidados tienen afán por crear riqueza o conseguir una renta muy alta en 2023

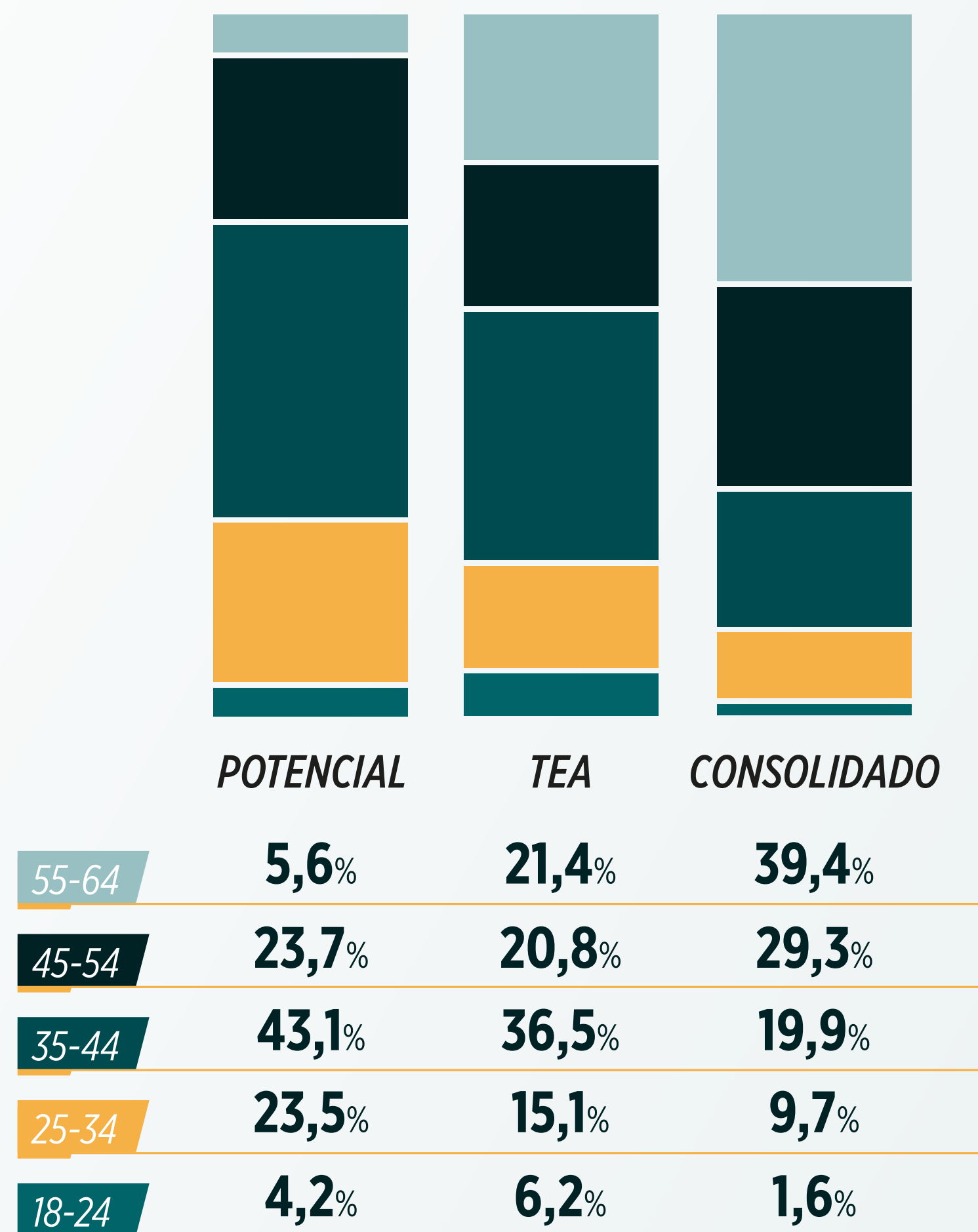
Los emprendedores consolidados lo son, primero por necesidad y después por marcar una diferencia en el mundo, en la misma medida en que continúan una tradición familiar. Sólo el 26,4% lo hacen por crear riqueza u obtener una renta muy alta.

En el análisis comparativo con respecto al año anterior, ambos porcentajes, la TEA y los emprendedores consolidados mejoran cuando se continúa la tradición familiar, mientras que empeoran en la creación de riqueza o la consecución de una renta muy alta y marcar una diferencia en el mundo.

El porcentaje de la TEA de aquellos que emprenden para ganarse la vida aumenta mientras que se reduce muy ligeramente en los que se consolidan.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

DISTRIBUCIÓN POR EDAD DE LOS COLECTIVOS EMPRENDEDORES EN CANTABRIA



Han disminuido preocupantemente los emprendedores potenciales más jóvenes, entre 18 y 24 años

Casi la mitad de los emprendedores potenciales están comprendidos entre los 35 y 44 años (el 43,1%) habiendo disminuido mucho entre los 18 y 24 años. Este grupo suponían el 25% el año anterior y en este ejercicio suponen el 4,2%, lo cual es preocupante.

En la TEA, el grupo entre los 35 y 44 años también domina categoría con el 36,5%, lo que supone un aumento importante desde el 28,6% del año anterior.

El emprendimiento consolidado envejece siendo el 68,7% mayor de 45 años, frente al 63,5% el año anterior, mientras que disminuye entre los 35 y 44 años.



ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

EDAD MEDIA DE LOS COLECTIVOS EMPRENDEDORES EN CANTABRIA

POTENCIAL



TEA



CONSOLIDADO



Los cántabros empiezan más tarde a emprender

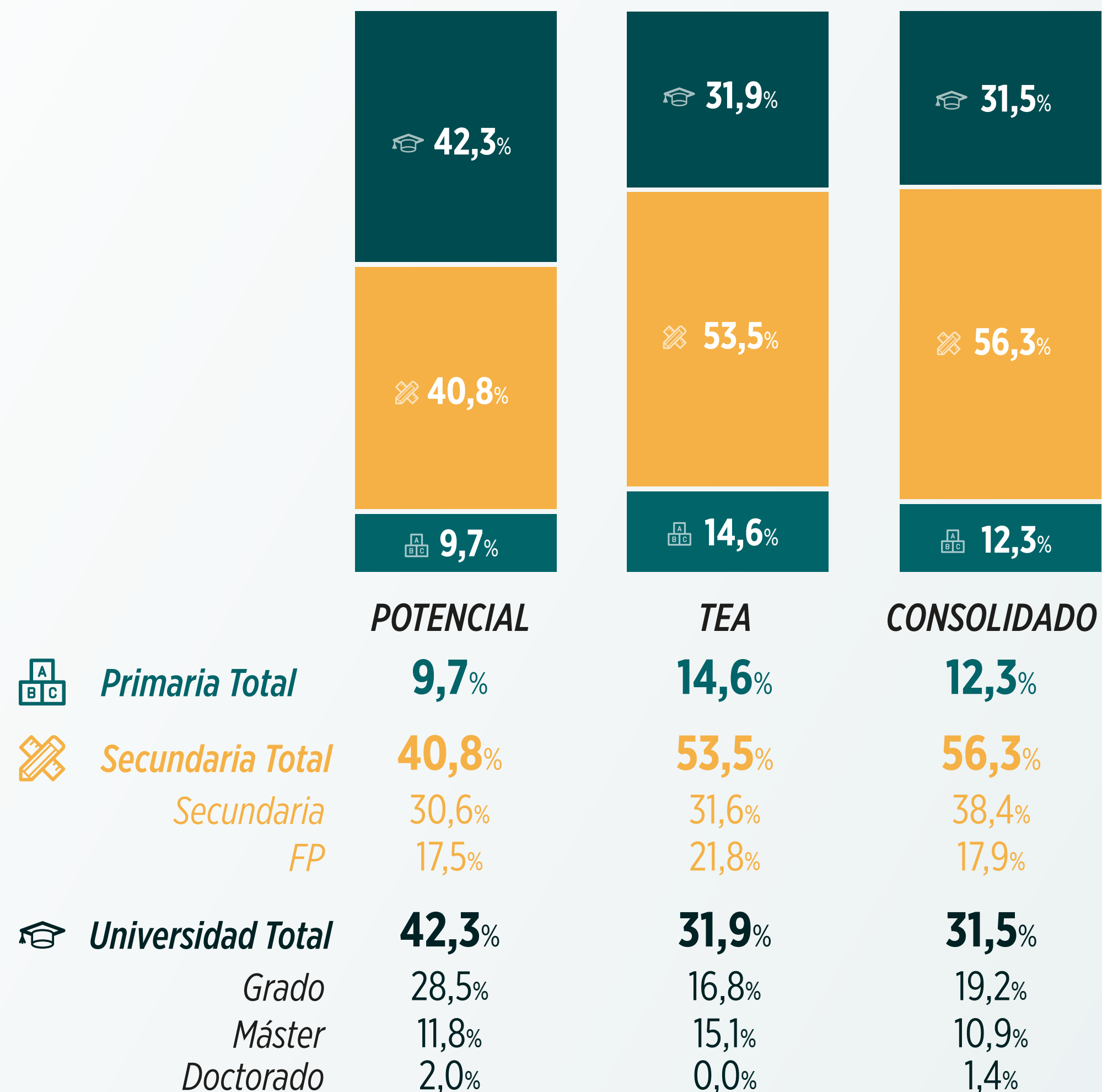
Los tres grupos presentan edades medias más elevadas para los cántabros, si bien en el consolidado son parecidas a las de España.

En comparación con el año anterior, se obtiene el mismo resultado del análisis: envejecimiento. En potencial pasa de 35,4 a 40,0 años, en la TEA de 41,3 a 43,7 años y en el consolidado de 48,5 a 49,7 años.

En España aumenta ligeramente el potencial, mientras que la TEA y el consolidado ofrecen valores similares.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

DISTRIBUCIÓN DE LOS COLECTIVOS EMPRENDEDORES POR EL NIVEL DE EDUCACIÓN EN CANTABRIA



La mayoría de los emprendedores cántabros finalizan sus estudios en la educación secundaria

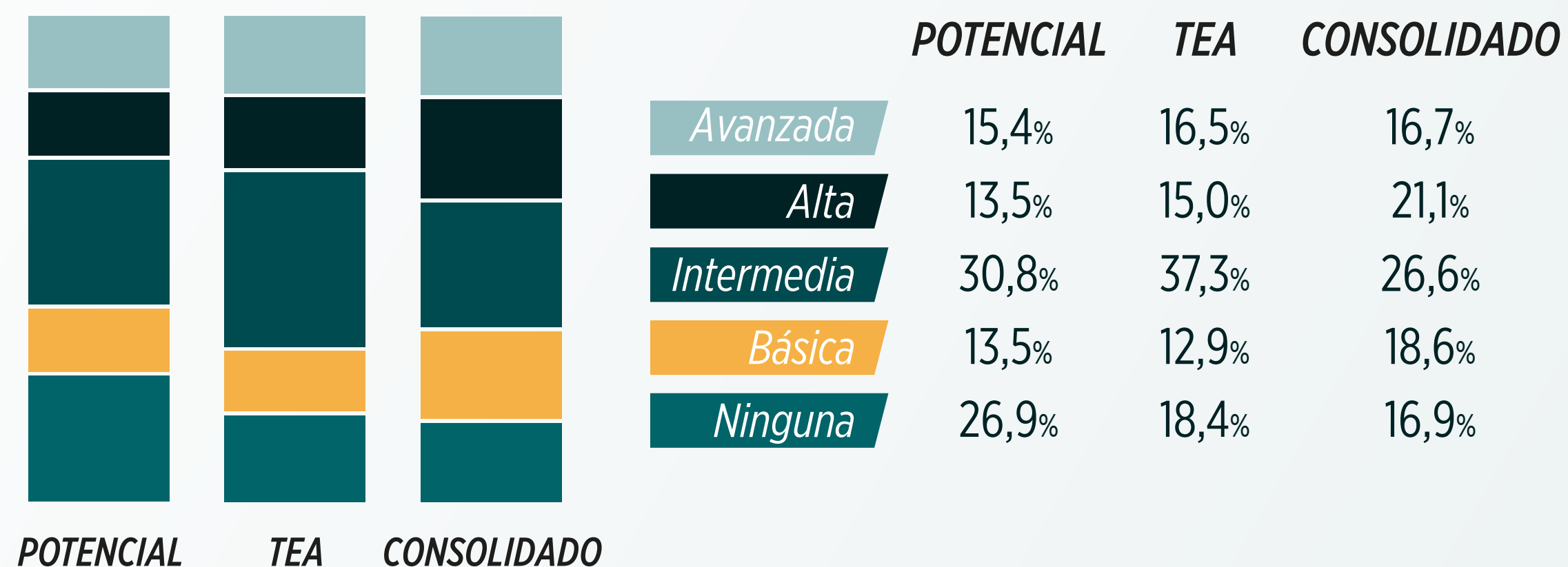
El mayor porcentaje de emprendedores se recoge en el grupo consolidado con Educación Secundaria (el 56,3%) seguido del mismo grupo con Educación Secundaria de emprendedores potenciales (el 48,0%) y los que disponen de formación universitaria (42,3%).

En comparación con el año anterior, los emprendedores potenciales con estudios universitarios aumentan a costa de los que disponen de educación secundaria. Por otra parte, es destacable el aumento del emprendimiento consolidado con título de máster, mientras que disminuyen los que disponen de un grado.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

DISTRIBUCIÓN DE LOS COLECTIVOS EMPRENDEDORES EN CANTABRIA...

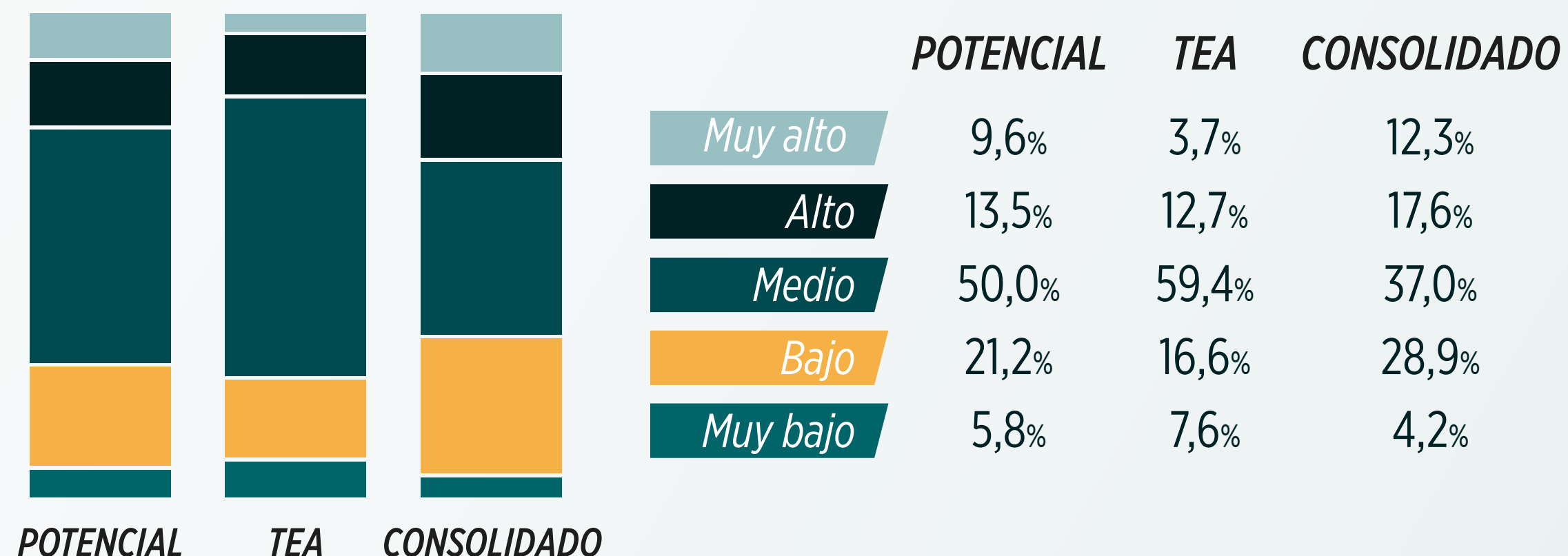
... EN FUNCIÓN DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA PARA EMPRENDER



Mejora la formación específica para emprender en Cantabria

Si se compara con el ejercicio anterior, disminuyen en los tres grupos, potencial, TEA y consolidado, los porcentajes de aquellas personas que tienen formación básica o no disponen de ella. En el potencial pasa de 43,3% a 40,4%, en la TEA de 51,7% a 31,3% y en el consolidado de 44,6% a 35,5%. El colectivo más formado son los emprendedores del consolidado con el 37,8% (la suma de “Avanzada” y “Alta”).

... EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE EDUCACIÓN FINANCIERA



Los emprendedores cántabros tienen un nivel de educación financiera medio

En relación al grado de formación recibida en temas de carácter financiero, prevalecen aquellos que dicen tener una formación “Media”. Los emprendedores consolidados destacan por presentar unos elevados porcentajes en la categoría “Muy alto” (12,3%) y “Alto” (17,6%).

En comparación con el año anterior, mejoran el emprendimiento potencial y la TEA.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

DISTRIBUCIÓN DEL NIVEL DE RENTA DE LOS EMPRENDEDORES EN LAS DISTINTAS FASES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN CANTABRIA

		POTENCIAL	TEA	CONSOLIDADO
2023	Tercio inferior	23,8%	25,6%	34,0%
	Tercio medio	26,2%	30,2%	19,1%
	Tercio superior	50,0%	44,2%	46,8%
2022	Tercio inferior	30,8%	35,1%	14,3%
	Tercio medio	20,5%	35,1%	42,9%
	Tercio superior	48,7%	29,7%	42,9%
2021	Tercio inferior	42,9%	15,4%	21,1%
	Tercio medio	18,4%	15,4%	33,8%
	Tercio superior	38,8%	69,2%	45,1%
2020	Tercio inferior	35,0%	30,6%	26,7%
	Tercio medio	12,5%	18,4%	35,0%
	Tercio superior	52,5%	51,0%	38,3%
2019	Tercio inferior	44,0%	23,1%	28,3%
	Tercio medio	26,0%	11,5%	37,7%
	Tercio superior	30,0%	65,4%	34,0%

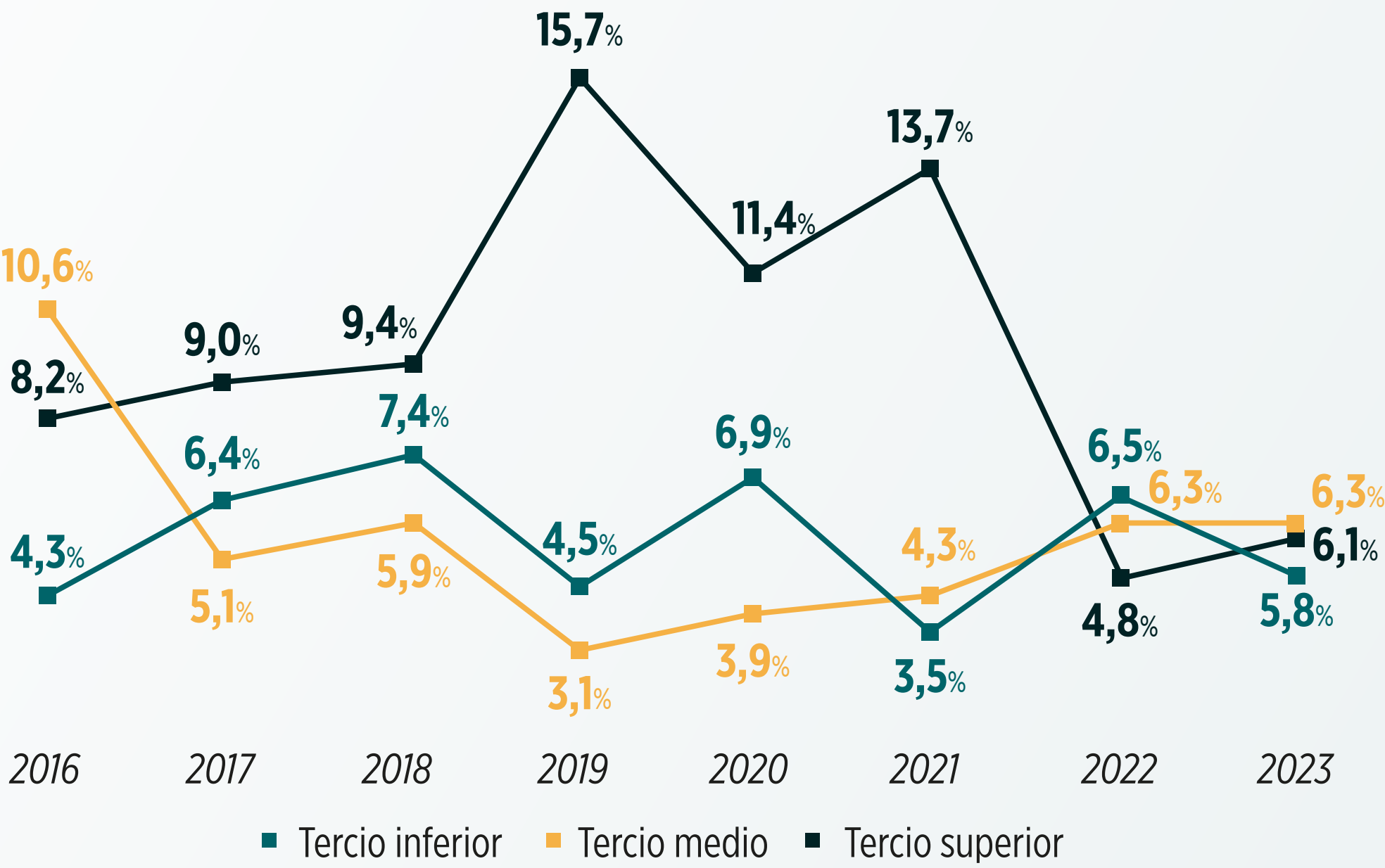
Aumentan notablemente los porcentajes del nivel de renta superior para la TEA y del inferior para el consolidado

En 2023 las variaciones han sido dispares en cada tercio con la excepción del superior. Mientras que se ha producido una disminución de los emprendedores con renta media en TEA y consolidado, el tercio con renta superior aumenta en todos los apartados, particularmente en la TEA. El grupo de renta inferior disminuye a excepción del consolidado, que se recupera notablemente.

Por apartado, destaca el aumento notable de los porcentajes de renta superior de la TEA (de 29,7% a 44,2%), al igual que el consolidado en el inferior (de 14,3% a 34%). Esto último es particularmente importante habida cuenta de la caída que sufrió en 2022, si bien todavía se encuentra alejado de los dos años anteriores.

También es importante la disminución en el consolidado del tercio medio (de 42,9% a 19,1%) y, en menor medida, el potencial del tercio inferior (de 30,8% a 23,8%).





El tercio superior se recupera ligeramente, del 4,8% al 6,1% en lo que puede ser un cambio de tendencia

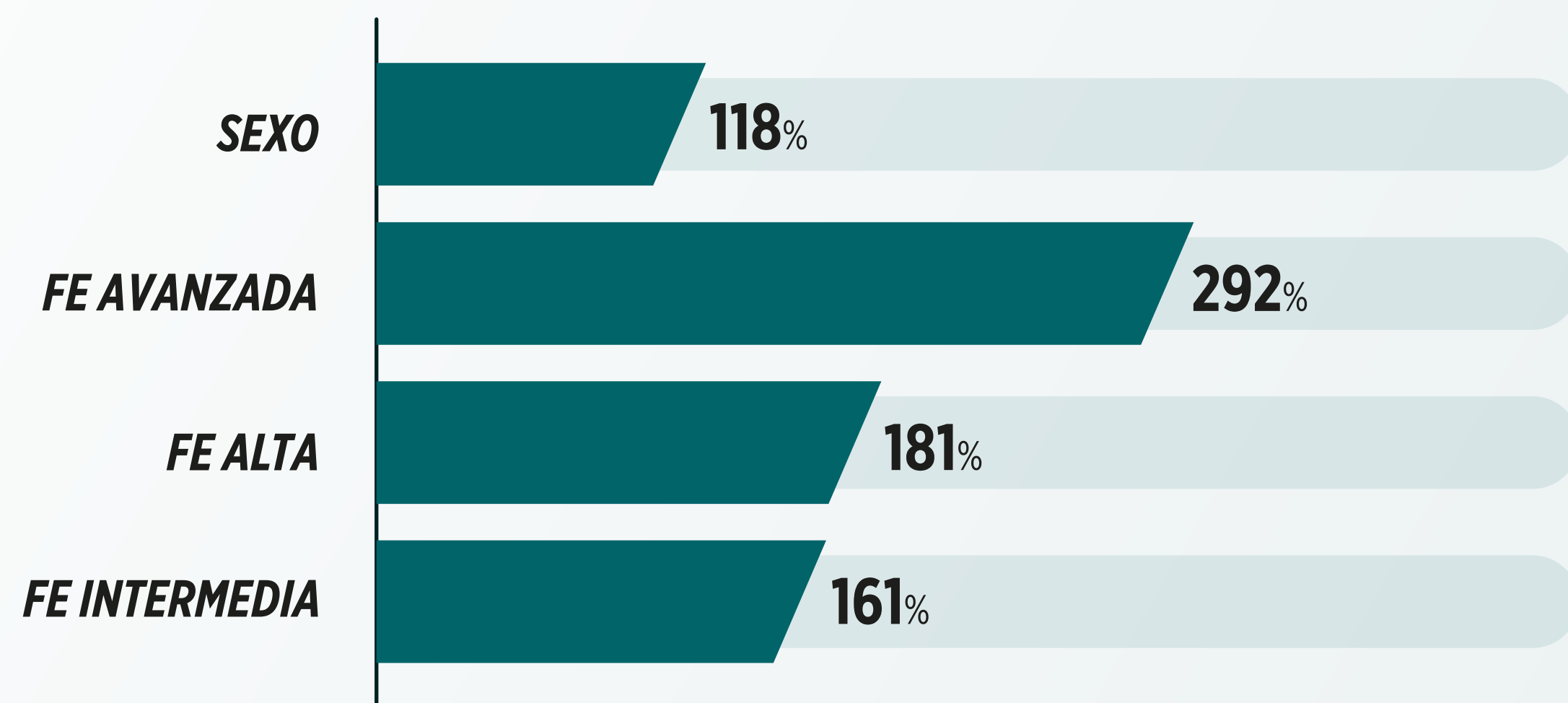
El COVID-19 afectó negativamente la TEA de las rentas más elevadas, habían perdido cuota desde entonces hasta este año en lo que pudiera ser el comienzo de una recuperación. Para el mismo periodo las rentas medias e inferiores aumentaron de manera sostenida, pero en el último año las rentas del tercio inferior han disminuido ligeramente, del 6,5% al 5,8%.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Tercio inferior	4,3%	6,4%	7,4%	4,5%	6,9%	3,5%	6,5%	5,8%
Tercio medio	10,6%	5,1%	5,9%	3,1%	3,9%	4,3%	6,3%	6,3%
Tercio superior	8,2%	9,0%	9,4%	15,7%	11,4%	13,7%	4,8%	6,1%



ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

INFLUENCIA CONJUNTA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS SOBRE LA TEA



El sexo y la formación, elementos diferenciadores de los emprendedores

Resulta de interés realizar un análisis conjunto que permita determinar la magnitud y relevancia de cada una de las características personales en la explicación de la tasa de actividad emprendedora. En primer lugar, se observan diferencias en función del sexo, donde los hombres muestran mas del doble de probabilidad de emprender que las mujeres (118% de diferencia). La otra variable distintiva es la formación específica en emprendimiento, donde se observa un efecto cada vez mayor a medida que se incrementa, partir de una nivel intermedio. Además, se observan diferencias especialmente altas en el caso de niveles de avanzados.



05

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

COMPARATIVA DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

	Emprendedor potencial	TEA	Empresario consolidado	Cierres
MEDIA UE	15,6%	9,3%	7,6%	2,4%
ESPAÑA	11,2%	6,8%	6,7%	2,2%
ALEMANIA	11,7%	7,7%	4,1%	1,4%
PAÍSES BAJOS	20,9%	13,7%	6,9%	4,5%
ESTADOS UNIDOS	17,9%	14,7%	6,7%	4,1%
REINO UNIDO	13,9%	11,8%	6,3%	2,3%
FRANCIA	17,2%	10,8%	4,6%	2,3%
CANTABRIA	5,4%	5,4%	7,3%	0,9%



05

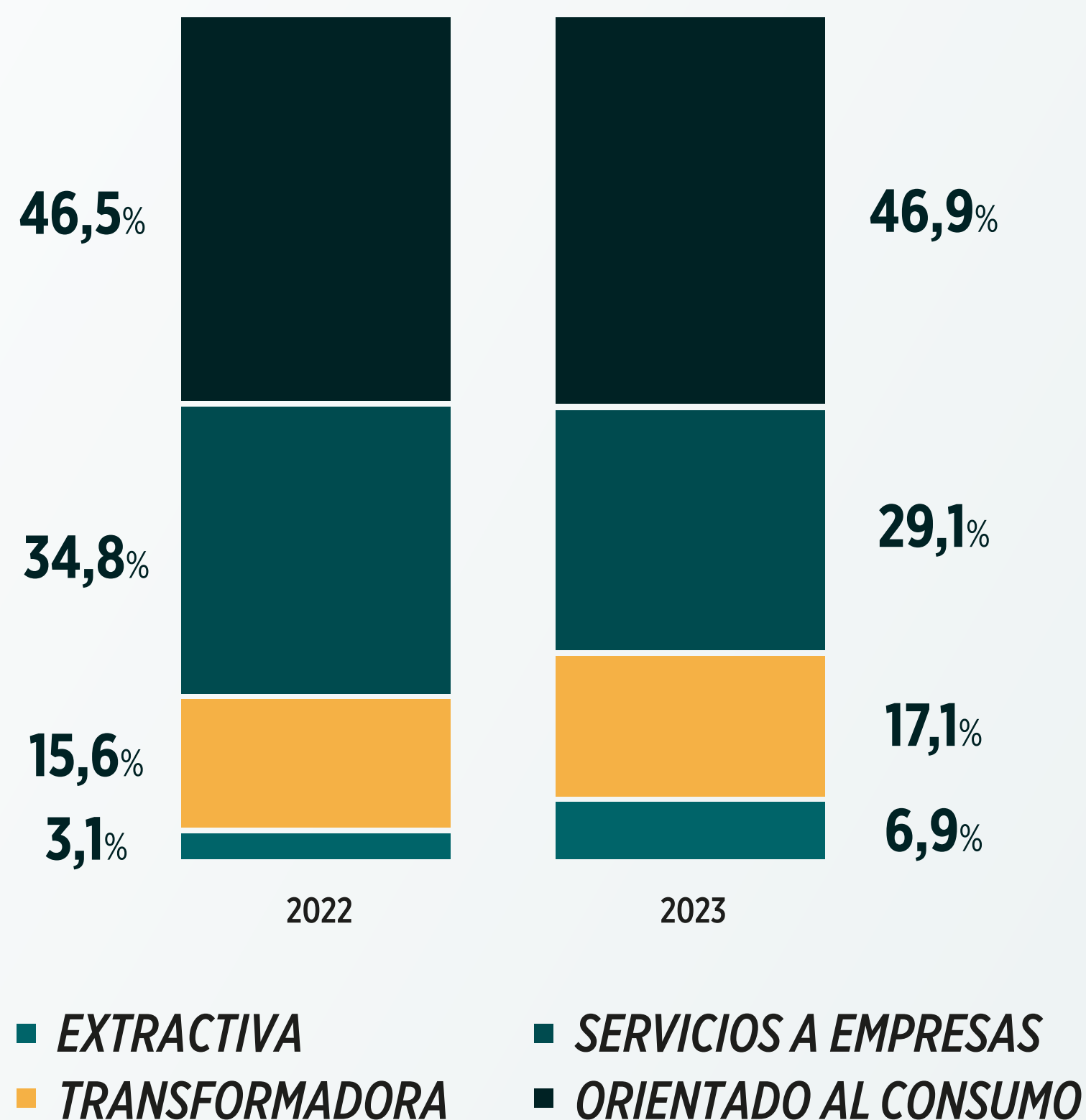


GEM — Cantabria **23**

06 **CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPREENDEDORAS EN CANTABRIA**

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

DISTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR SECTORES



El emprendimiento se centra en los servicios, especialmente de consumo

Un año más, el sector servicios concentra el mayor porcentaje de emprendedores regionales, alcanzando un 76%. Entre ellos, un 46,9% se decanta por los servicios orientados al consumo, mientras que un 29,1% lo hace por los servicios a empresas.

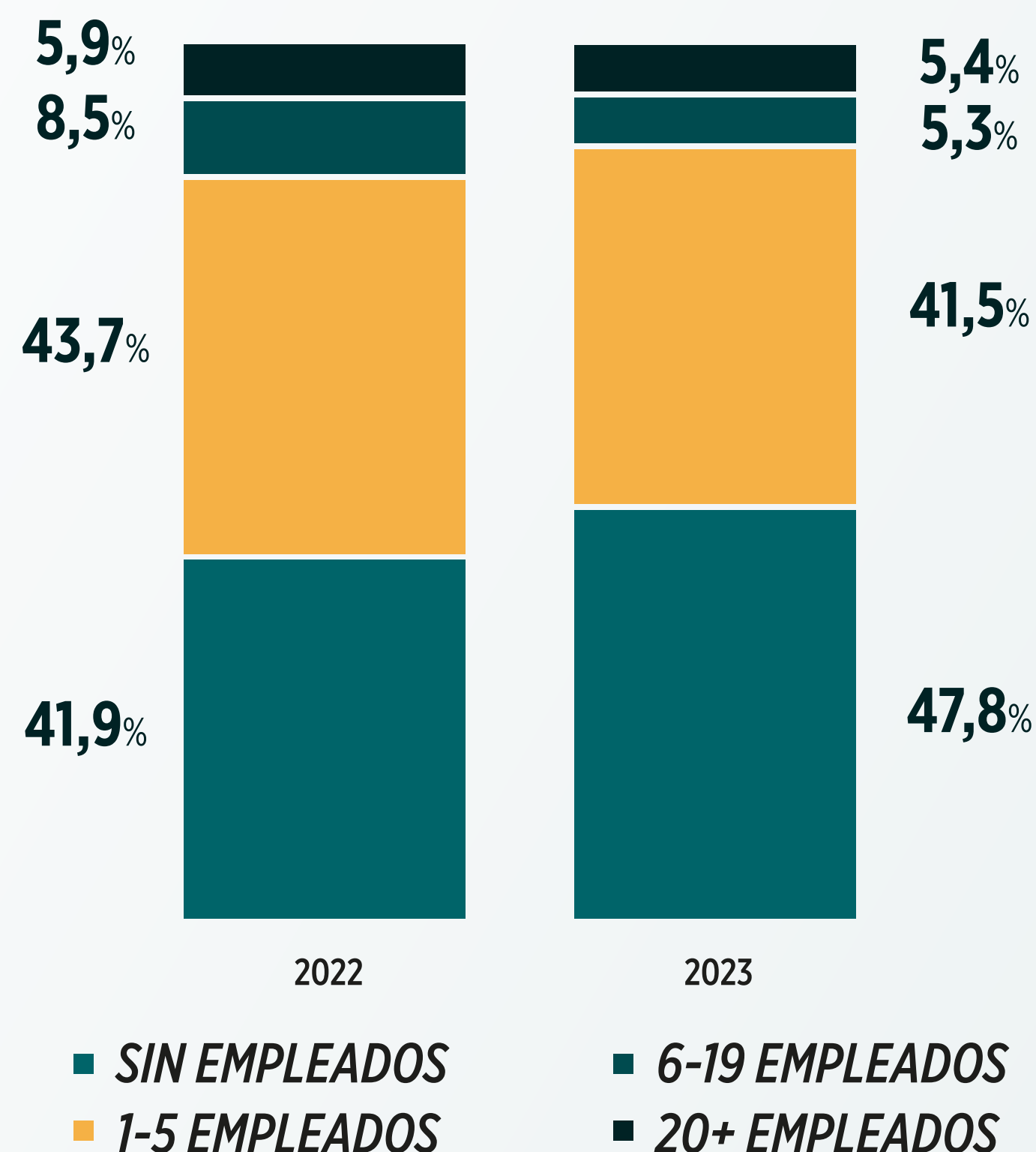
Si bien la tendencia se mantiene estable con respecto a ediciones anteriores, se observa un ligero repunte de las iniciativas emprendedoras en industrias extractivas, que pasan del 3,1% al 6,9%, y transformadoras, aumentando hasta un 17,1% frente al 15,6% del 2022.



06

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO ACTUAL DE EMPLEADOS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS



Repunta el autoempleo

En línea con la tendencia general del tejido productivo de Cantabria, el tamaño medio de las iniciativas emprendedoras de la región es muy pequeño en términos del número de empleados. Casi la mitad de la muestra encuestada se decanta por el autoempleo (47,8%) y un 41,5% por la microempresa (1-5 empleados).

Retrocede así el emprendimiento de mayor tamaño. Con respecto al 2022, las iniciativas de 6 a 19 empleados disminuyen de un 8,5% a un 5,3%. De igual forma, las iniciativas de más de 20 empleados también bajan del 5,9% al 5,4%.



06

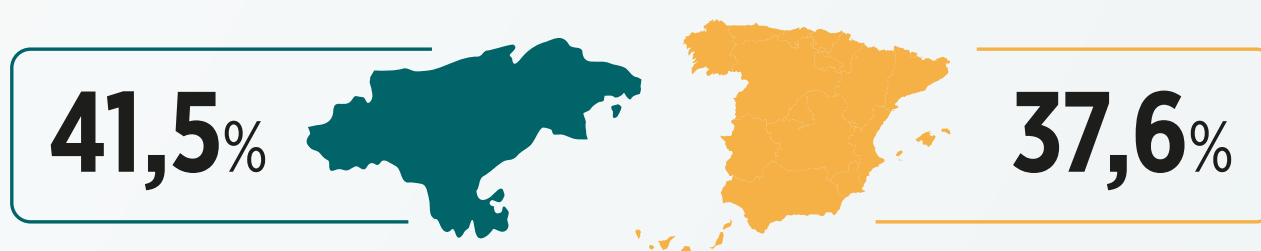
CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

COMPARATIVA ESPAÑA-CANTABRIA DEL NÚMERO ACTUAL DE EMPLEADOS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

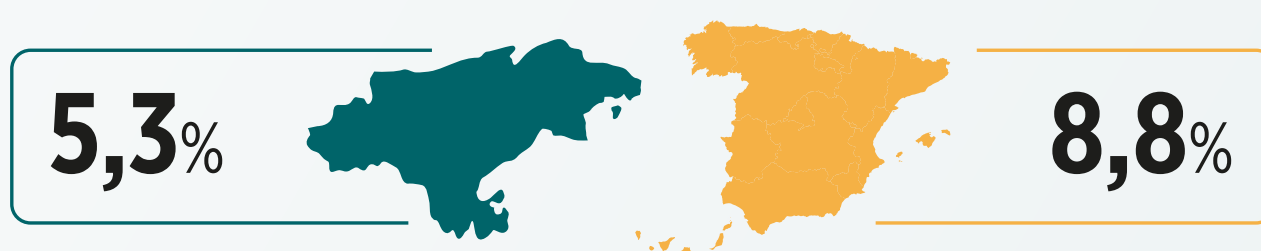
SIN EMPLEADOS



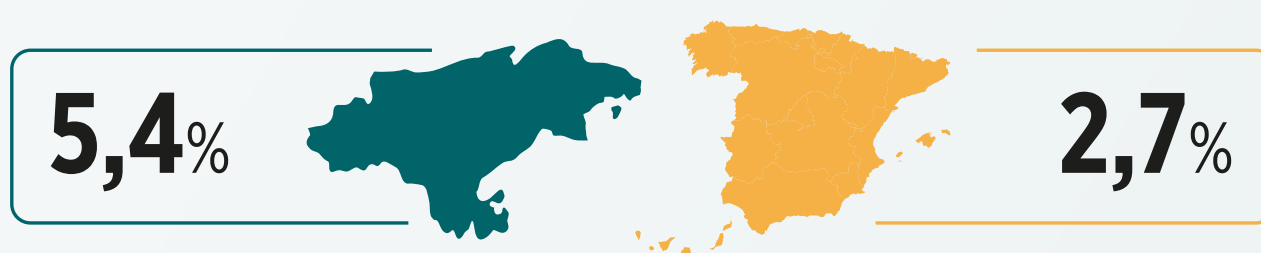
1-5 EMPLEADOS



6-9 EMPLEADOS



20+ EMPLEADOS

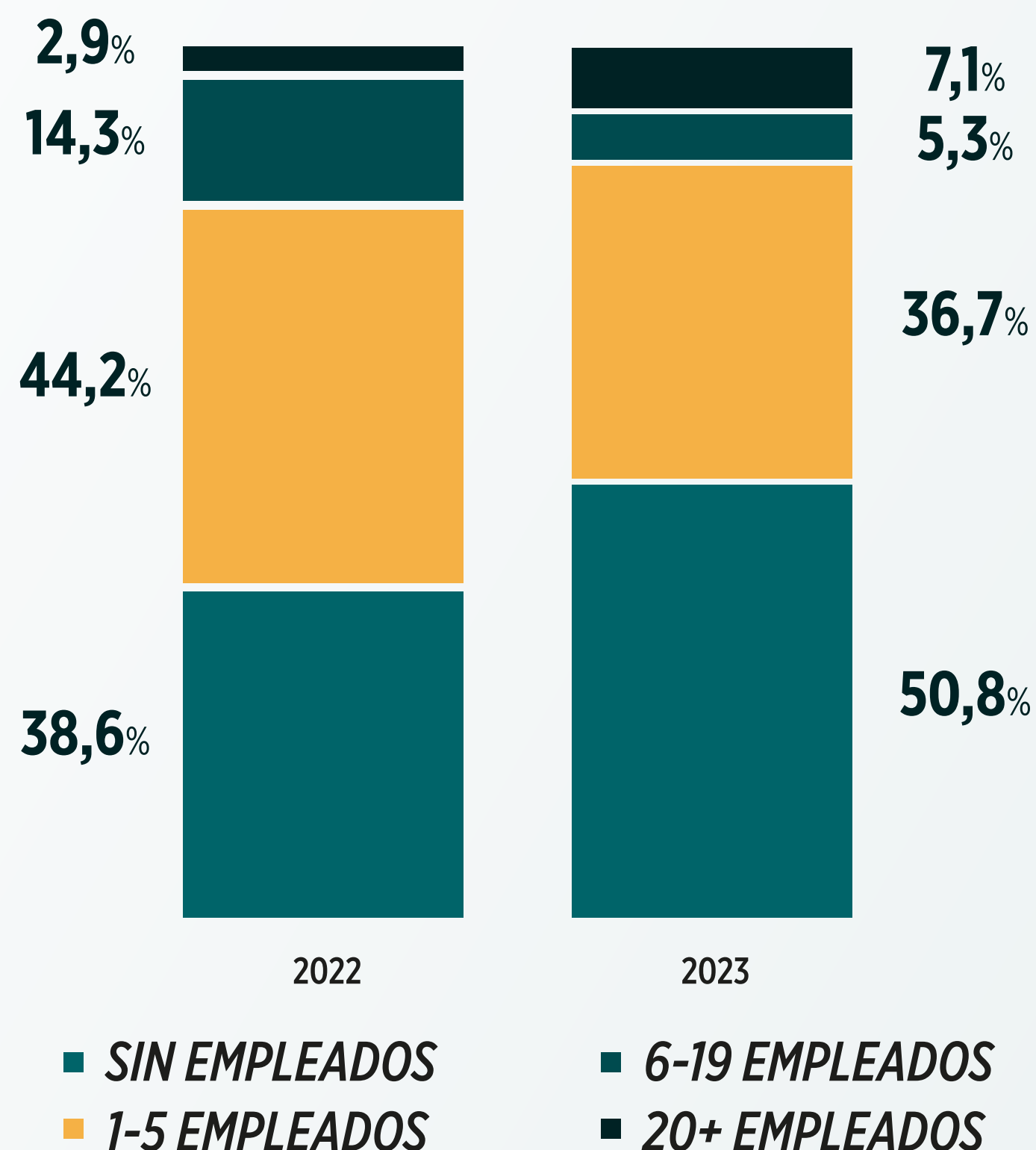


Las iniciativas emprendedoras de más de 20 empleados siguen teniendo mayor presencia en Cantabria que en la media de España

A pesar de la preferencia generalizada de la población emprendedora por el auto-empleo y la microempresa de menos de 6 empleados, el dato positivo lo marca un año más el elevado volumen de iniciativas emprendedoras de más de 20 empleados que se concentra en Cantabria. Con un 5,4% de las iniciativas de la región en este rango, Cantabria duplica la tasa española de las iniciativas emprendedoras más grandes (2,7%).

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO ESPERADO DE EMPLEADOS DENTRO DE CINCO AÑOS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS



El autoempleo se afianza también como opción a largo plazo

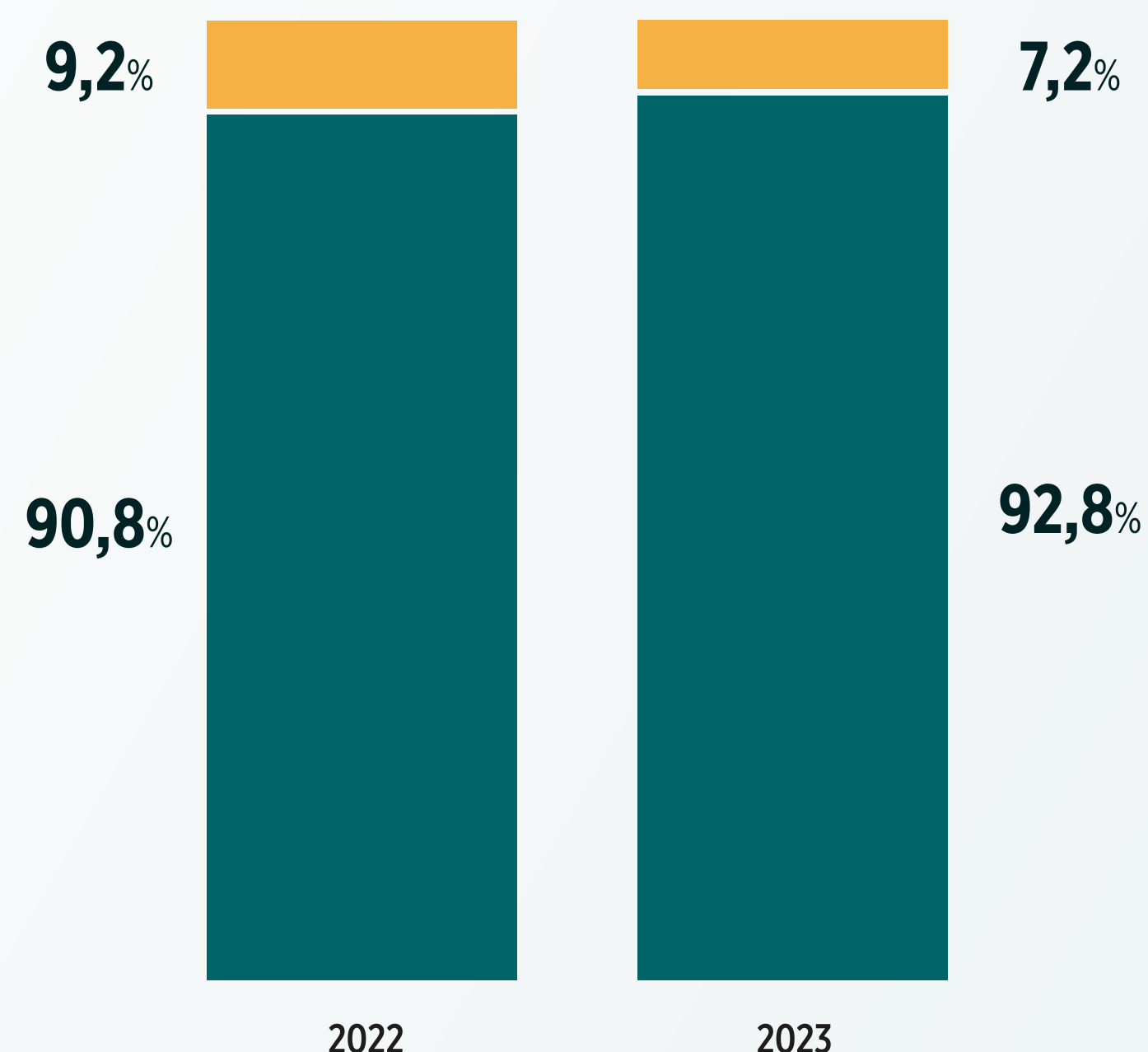
El autoempleo no sólo se consolida como la principal alternativa de los emprendedores en el corto plazo, si no también en un horizonte de medio y largo plazo.

De esta forma, un 50,8% de la muestra encuestada visualiza que sus iniciativas emprendedoras seguirán siendo de autoempleo dentro de cinco años. En 2022 esta tasa se situaba en el 38,6%. El aumento se produce a costa de las microempresas de 1-5 empleados, que pasan del 44,2% al 36,7%, y de las iniciativas medianas de 6-19 empleados, que disminuyen del 14,3% al 5,3%.

La nota positiva la vuelven a aportar los emprendedores con las iniciativas de mayor tamaño, que aumentan del 2,9% en 2022 al 7,1% en 2023.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

DISTRIBUCIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS POR EL NIVEL TECNOLÓGICO



- SIN/BAJO NIVEL TECNOLÓGICO
- NIVEL TECNOLÓGICO MEDIO-ALTO

Mejorar el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras, la asignatura pendiente en Cantabria

Como viene siendo habitual en cada edición de este informe regional, Cantabria destaca por el bajo nivel tecnológico de sus iniciativas emprendedoras.

En un 92,8% de los casos la tecnología no representa un eje central en los modelos de negocio de los emprendedores cántabros.

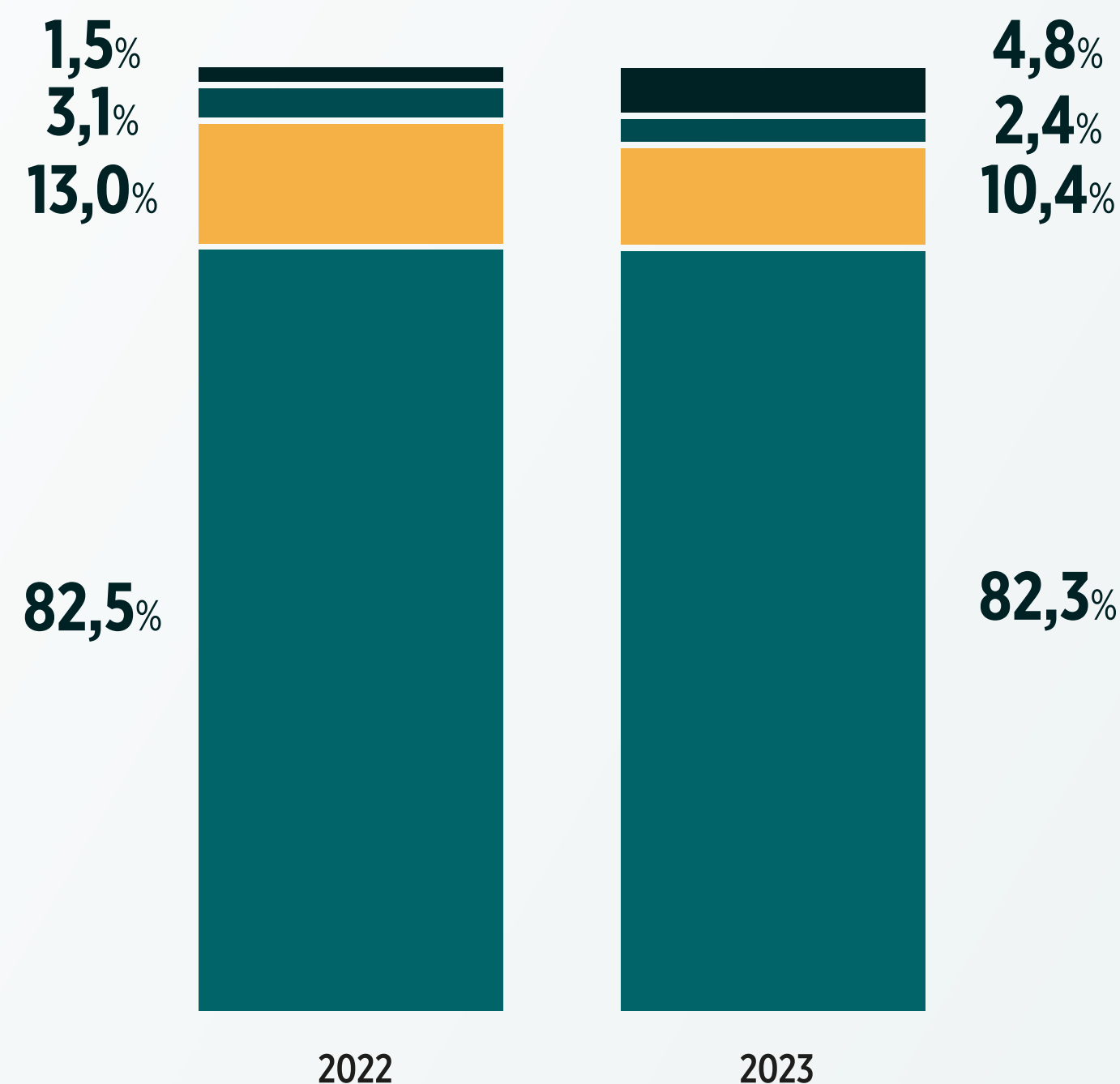
Tan sólo un 7,2% de la muestra encuestada valora el nivel tecnológico de su iniciativa emprendedora como medio-alto.



06

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

PORCENTAJE DE INICIATIVAS INNOVADORAS EN CUANTO A LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS EN CANTABRIA



- NO INNOVA
- NUEVOS PRODUCTOS EN EL MERCADO LOCAL
- NUEVOS PRODUCTOS EN EL MERCADO NACIONAL
- NUEVOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

La innovación en productos y servicios para el mercado internacional se triplica en Cantabria

Si bien Cantabria se presenta como una Comunidad Autónoma con un modesto nivel de innovación en productos y servicios entre su tejido emprendedor, los datos del 2023 son positivos, especialmente a nivel internacional.

Hasta un 4,8% de los emprendedores regionales indican haber innovado en productos y servicios en el mercado internacional en 2023, tasa que triplica el 1,5% alcanzado en 2022.

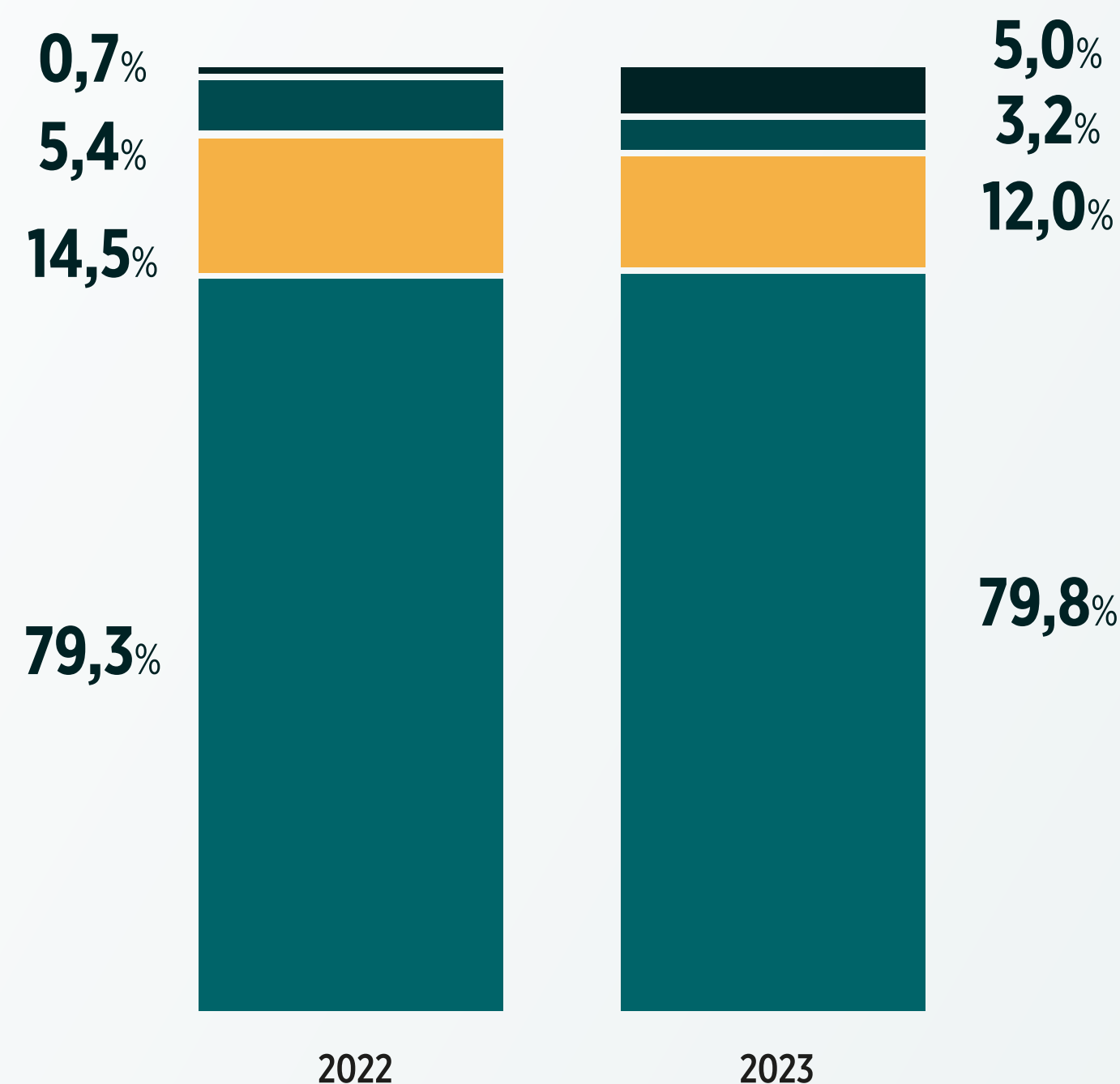
En cualquier caso, hasta un 82,3% indica no innovar en su cartera de productos, mientras que un 10,4% lo hace enfocado en el mercado local y solo un 2,4% en el mercado nacional.



06

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

PORCENTAJE DE INICIATIVAS INNOVADORAS EN CUANTO A LOS PROCESOS OFRECIDOS EN CANTABRIA



- NO INNOVA
- NUEVOS PROCESOS EN EL MERCADO LOCAL
- NUEVOS PROCESOS EN EL MERCADO NACIONAL
- NUEVOS PROCESOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

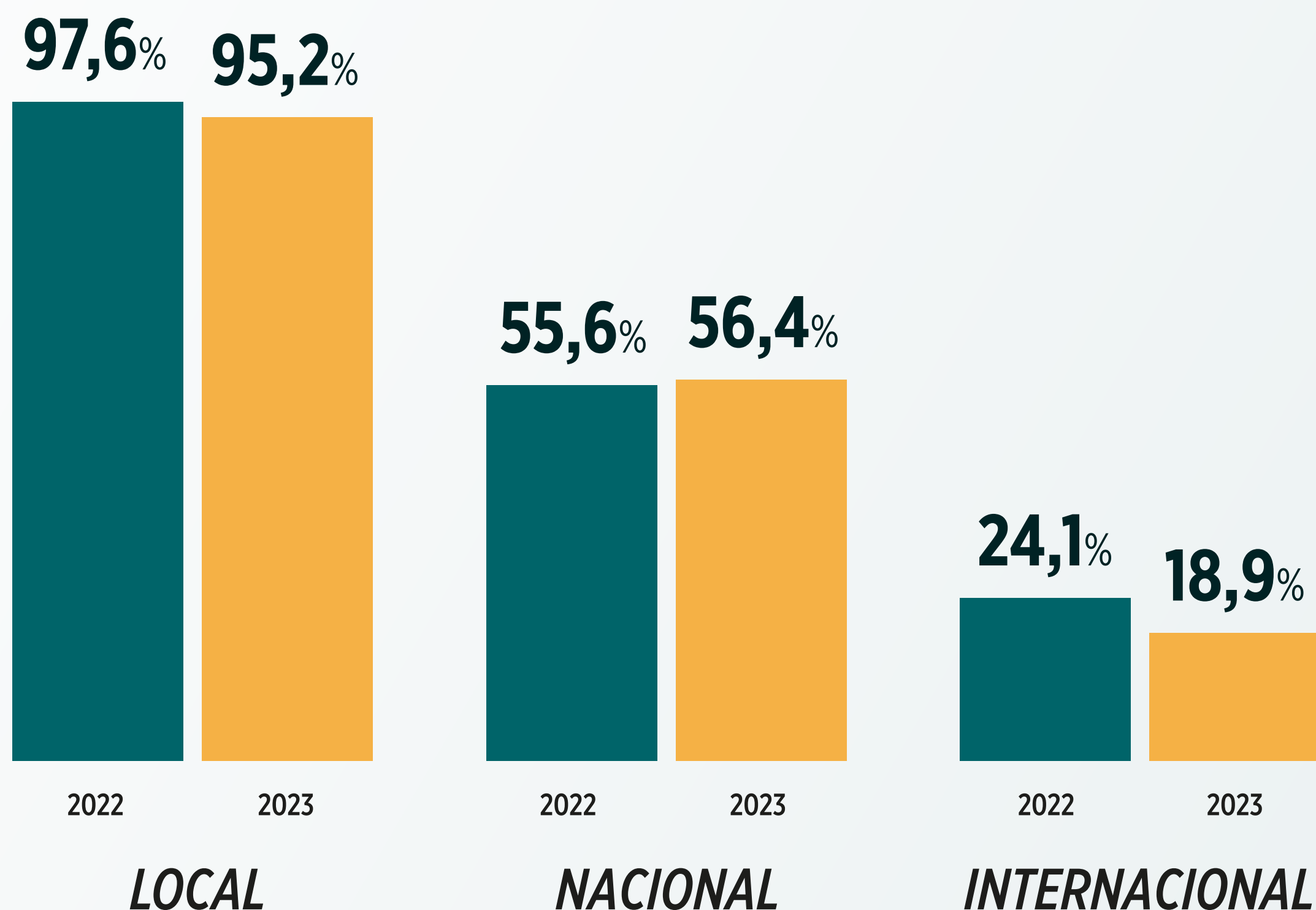
También mejora la innovación en procesos para el mercado internacional

En línea con la mejora de la tendencia de innovación en productos y servicios para el mercado internacional, en el 2023 se registra un 5,0% de iniciativas emprendedoras que declaran haber establecido nuevos procesos para el mercado internacional. Esta cifra representa un aumento muy significativo respecto al 0,7% registrado en 2022.

Por el contrario, el número de iniciativas que no innova se mantiene estable en el 79,8% (79,3% en 2022), mientras que disminuye ligeramente para el mercado local (12,0% vs. 14,5%) y nacional (3,2% vs. 5,4%).

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

PORCENTAJE DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN FUNCIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE SUS CLIENTES



El mercado local continúa siendo el prioritario para las iniciativas emprendedoras de Cantabria

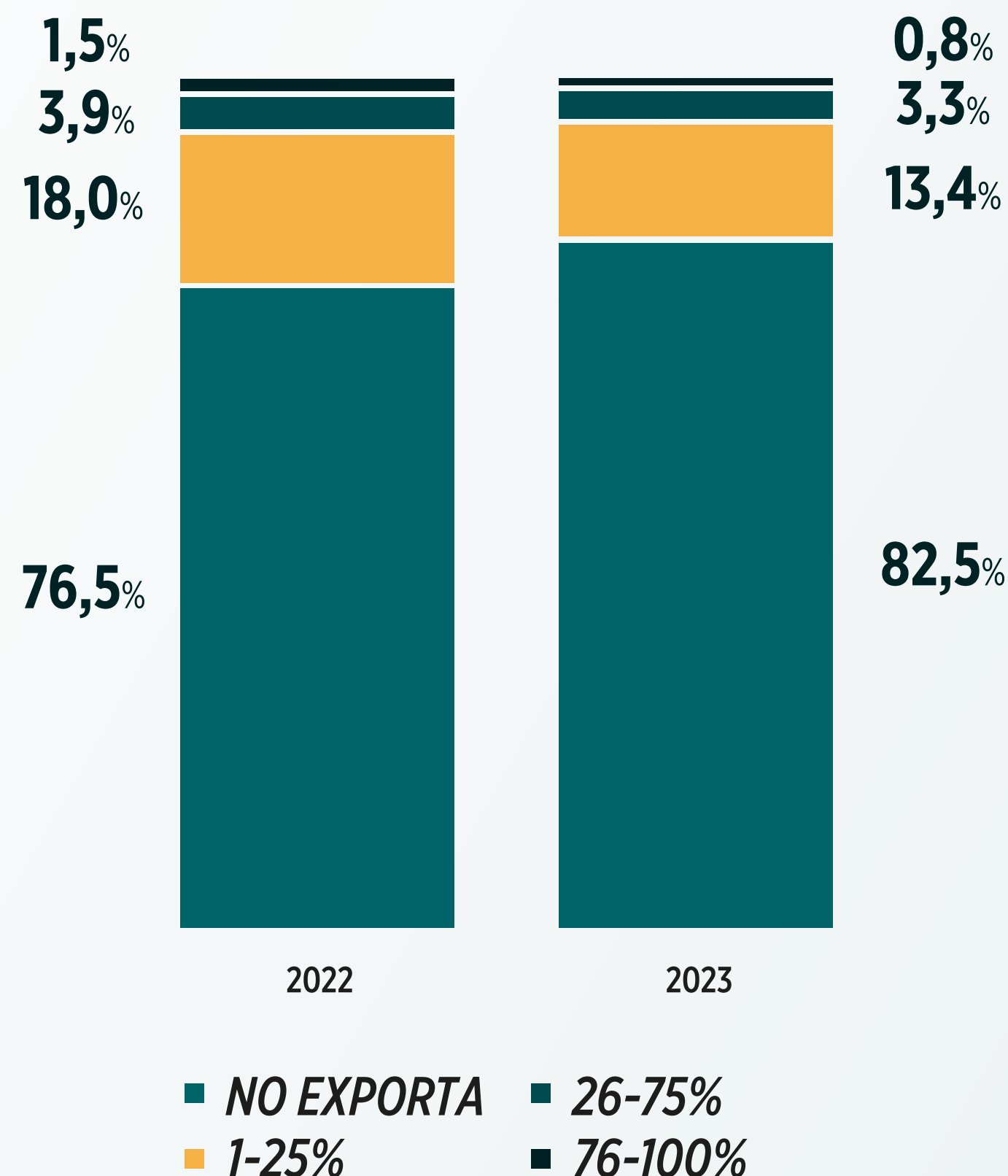
Según la localización geográfica de los clientes, hasta un 95,2% de los emprendedores cántabros declara atender al mercado local. Un año más, este es el principal mercado de los emprendedores, mucho más frecuente que el mercado nacional o internacional.

Por su parte, más de la mitad de la muestra consultada también trabaja con una cartera de clientes nacional (56,4%), cifra ligeramente superior a la registrada en 2022 (55,6%).

En cambio, el mercado internacional se resiente en 2023, pasando de un 24,1% a un 18,9% en este último año. En este sentido, sorprende que, a pesar de los datos de innovación en productos, servicios y procesos en el mercado internacional observados previamente, el carácter internacional de las iniciativas emprendedoras es modesto e, incluso, se encuentra en retroceso.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

PORCENTAJE DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN FUNCIÓN DE LA INTENSIDAD DE LA EXPORTACIÓN QUE LLEVAN A CABO



La intensidad de exportación de las iniciativas emprendedoras continúa reduciéndose en Cantabria

En línea con los datos relativos a la localización geográfica de sus clientes, se registra también un aumento importante de las iniciativas emprendedoras sin actividad de exportación en Cantabria, que pasan del 76,5% al 82,5% en 2023.

Además, las iniciativas que exportan lo hacen con un porcentaje modesto de su cartera. Un 13,4% exportan entre un 1% y un 25% de sus bienes y servicios (18,0% en 2022). Un 3,3% exportan entre el 26% y el 75% de sus productos (3,9% en 2022). Tan sólo un 0,8% exportan porcentajes superiores al 76% de su cartera de bienes y servicios (1,5% en 2022).

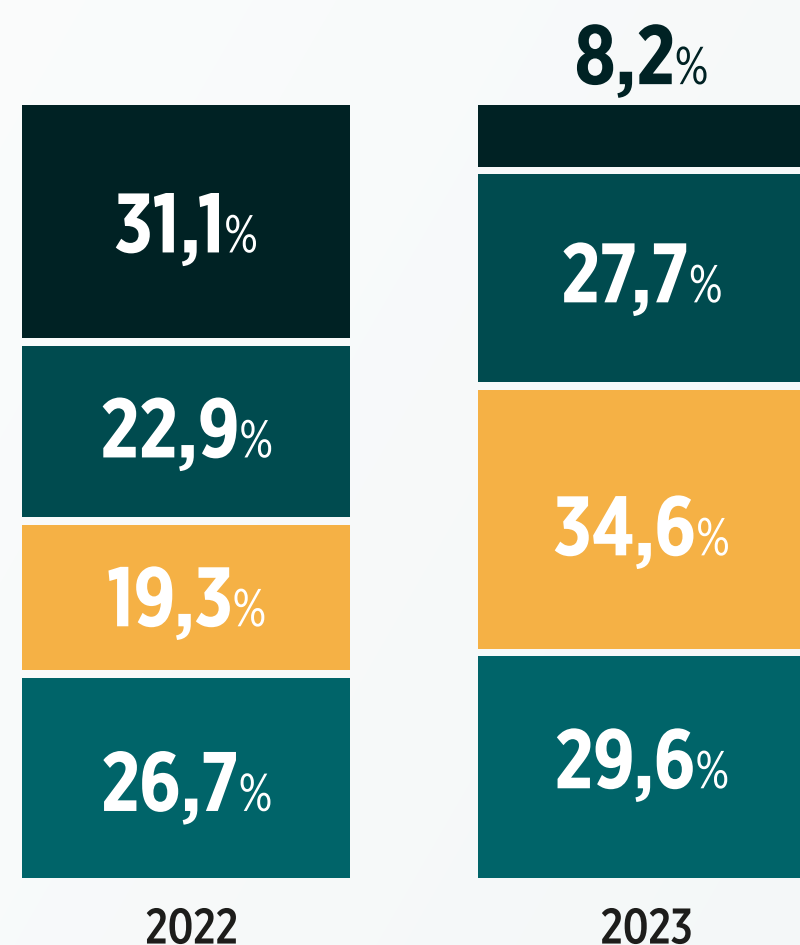


06

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN CANTABRIA

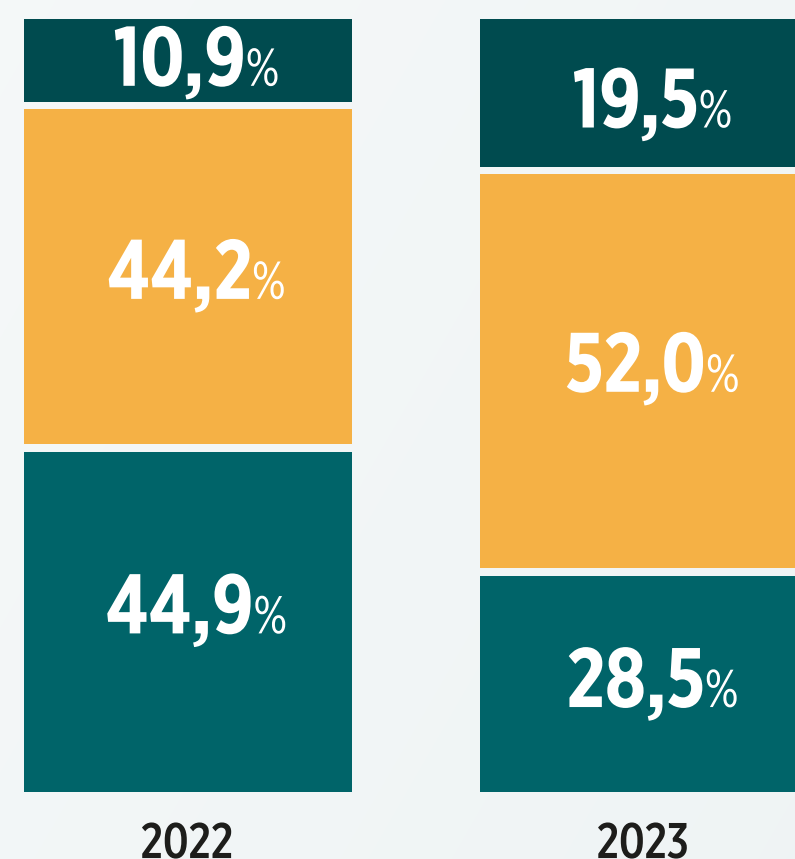
PORCENTAJE DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN FUNCIÓN DE...

... LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES



- HA ADOPTADO TECNOLOGÍAS DIGITALES POR PRIMERA VEZ
- HA MEJORADO LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES
- YA HABÍA ADOPTADO TECNOLOGÍAS DIGITALES ANTES DE LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS
- LA EMPRESA O NEGOCIO PUEDE FUNCIONAR SIN TECNOLOGÍAS DIGITALES

... LAS EXPECTATIVAS DE ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES EN LOS SIGUIENTES 6 MESES



- QUIZÁS
- NO
- SÍ

Las iniciativas emprendedoras optan por consolidar y optimizar la tecnología en lugar de nuevas adopciones

Entre 2022 y 2023 se observan cambios en la adopción de tecnologías digitales por parte de las iniciativas emprendedoras. El porcentaje de empresas que adoptaron tecnología digital por primera vez disminuyó significativamente, pasando del 31,1% al 8,2%. Por otro lado, aumentaron las empresas que ya habían implementado tecnologías antes de la pandemia o que las mejoraron, con incrementos del 19,3% al 34,6% y del 22,9% al 27,7%, respectivamente. Además, el porcentaje de negocios que consideran poder operar sin tecnología digital subió ligeramente, del 26,7% al 29,6%.

La adopción de tecnologías digitales no será prioritaria en Cantabria en los próximos meses

Un 52,0% de las iniciativas emprendedoras no tiene expectativa de adoptar nuevas tecnologías digitales en los próximos 6 meses, lo que representa un aumento significativo respecto al 44,2% registrado en el 2022. Se reduce así el volumen de iniciativas que esperan innovar en este aspecto (28,5% vs. 44,9%), si bien aumenta el porcentaje que deja abierta la posibilidad a la adopción de tecnologías digitales (19,5% vs. 10,95%).



GEM — Cantabria 23

07 **RESUMEN**

FENÓMENO EMPRENDEDOR

- 1 La percepción de oportunidades para emprender en Cantabria se duplica entre la población emprendedora.
- 2 Aumenta notablemente la red social de emprendedores, especialmente en el caso de los emprendedores varones.
- 3 6 de cada 10 encuestados no emprendedores creen no poseer los conocimientos, experiencia y habilidades necesarios para emprender y se siguen evidenciando diferencias entre sexos. Los hombres no emprendedores tienen un nivel de autoconfianza superior al de las mujeres.
- 4 El miedo al fracaso continua siendo una barrera para emprender, especialmente entre la población no emprendedora.



07

CONTEXTO EMPRENDEDOR

- 5 La facilidad percibida para iniciar un negocio aumenta especialmente entre la población emprendedora pero aun es muy mejorable. Además, se incrementa la diferencia entre hombres y mujeres siendo éstas las que más dificultades perciben.
- 6 Es necesario seguir promoviendo el emprendimiento en los medios de comunicación para fortalecer la cultura emprendedora y su consideración como opción profesional.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

- 7 La TEA disminuye ligeramente en Cantabria, mientras que se incrementa a nivel nacional.
- 8 La brecha entre sexos de la TEA aumenta a favor de los hombres con respecto al año anterior.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

- 9 El porcentaje de emprendedores que dicen hacerlo fundamentalmente para ganarse la vida aumenta.
- 10 Disminuye mucho el emprendimiento potencial entre los más jóvenes.
- 11 Los emprendedores cántabros en fase inicial emprenden más tarde que la media nacional
- 12 La mayoría de los emprendedores cántabros finalizan sus estudios en la educación secundaria
- 13 Mejora la formación específica para emprender en Cantabria.



CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE CANTABRIA

- 14 El emprendimiento se centra en los servicios especialmente al consumo.
- 15 Se aprecia un repunte del autoempleo, casi la mitad de la muestra encuestada no tiene empleados y se afianza como opción a largo plazo.
- 16 Mejorar el nivel tecnológico de las iniciativas emprendedoras cántabras sigue siendo una asignatura pendiente.
- 17 La innovación tanto en productos y servicios como en procesos para el mercado internacional mejora sustancialmente.
- 18 Destaca el marcado enfoque local de las iniciativas emprendedoras cántabras
- 19 La intensidad de exportación se vuelve a reducir entre las iniciativas emprendedoras cántabras.
- 20 Las iniciativas emprendedoras optan por consolidar y optimizar la tecnología en lugar de nuevas adopciones y cerca de un 30% de los emprendedores prevé adoptar nuevas tecnologías digitales en el corto plazo.



07



GEM — Cantabria **23**

08 **CASOS DE EMPRENDIMIENTO CÁNTABRO**

LUCÍA MOURE, ILUSTRADORA

SANTANDER

2022



LUCÍA MOURE

Inmortalizo historias y momentos a través de cada trazo y pincelada, evocando emociones y recuerdos que acompañen siempre. También me gusta colaborar con personas y organizaciones comprometidas con la innovación y la creatividad, que valoran la autenticidad y la pasión en cada detalle.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Implica perseguir un objetivo que me apasione y motive a dar más del 100% de mí misma. Significa trabajar para mí, haciendo algo innovador que aporte valor a otras personas.

¿Cómo surgió la idea?

Dibujo y pinto desde niña, cuando de más mayor empecé a compartir mis ilustraciones en las redes sociales y la gente me comenzó a preguntar si podía comprarlo o encargarme algo personalizado, me planteé monetizar mi arte y, así empezó la aventura de vivir de mi arte.

¿En qué medida estás percibiendo que el tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estás llevando a cabo en este sentido?

Trabajar con proveedores locales y no importar me parece algo esencial para el medioambiente y para aportar valor a mi negocio. Así como que los materiales de los productos en los que reproduzco mis ilustraciones, sean lo más respetuosos con el medioambiente, garantizando además una mayor calidad.

LUCÍA MOURE, ILUSTRADORA**SANTANDER****2022**

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

La digitalización me parece clave para casi cualquier tipo de sector, creo que mejora la eficiencia de muchos procesos y aumenta el valor de un negocio. Inicialmente gracias a Internet he podido llegar a más gente y dar a conocer mi trabajo, las herramientas de gestión me permiten mejorar los procesos de trabajo como la gestión de inventario, bases de datos de clientes, gestionar los documentos de venta, etc. Y con los programas de diseño he podido digitalizar mis acuarelas, que pinto a mano, para poder reproducirlas en diferentes soportes y venderlos luego a través de mi tienda online, puntos de venta o markets a los que acudo yo misma y tengo un trato directo con el cliente. Me gusta combinar los procesos analógicos y digitales.

Algo que te gustaría añadir

Considero que emprender es muy bonito pero no es nada fácil, una vez escuché que son necesarias la disciplina y la constancia para poder llegar a conseguir algo, la primera para arrancar y la segunda para terminarlo. Es muy importante trabajar esos dos aspectos y si podemos nutrirnos y apoyarnos en herramientas o personas de nuestro entorno que nos ayudan a estar más cerca de nuestros objetivos, debemos aprovecharlo.

HUELLITAS INFINITAS

📍 MALIAÑO

📅 2023



ÁNGEL HERRERO MELÉNDEZ

Nuestra marca se dedica a la comercialización online de nuestros propios accesorios para perros y gatos como son arneses, correas, portabolsas, mantas, bebederos y comederos... además también distribuimos algunos juguetes de las principales marcas a nivel nacional.

¿Qué significa para ti ser emprendedor?

Sinceramente creo que es ser valiente, es ser una persona que debe asumir el riesgo, aceptar las subidas y bajadas, pero sobre todo, estar orgulloso de aprender de los errores, mejorar, y trabajar por lo que te apasiona, no creo que se deba luchar, sino trabajar en lo que te apasiona porque si te apasiona, no existen las horas en tu trabajo sino una entrega absoluta.

¿Cómo surgió la idea?

Hace bastantes años tenía el “gusanillo” de emprender, porque lo sentía como algo necesario. Desde que tuvimos a nuestro labrador Thor, veíamos que los accesorios que le poníamos no era lo que queríamos ni para él ni para otros perros y la idea fue madurándose hasta que tras estudiarlo mucho, decidimos comenzar porque no quería arrepentirme de no haberlo intentado.

¿En qué medida estás percibiendo que el tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

Lo notamos especialmente en el packaging, no paramos de leer en revistas y reportajes cómo los pequeños y grandes autónomos/as empresarios/as, reconocen que cada vez más, muchos consumidores tienen la vista puesta en “exigir” que prefieren marcas y empresas sostenibles en el uso de su packaging, los materiales de decoración, etc. Y lo entendemos, porque tienen toda la razón, por ello, intentamos siempre utilizar como primera opción materiales reciclados, además siempre intentamos acogernos a las facilidades para autónomos en cuestión de sostenibilidad.

HUELLITAS INFINITAS

📍 MALIAÑO

📅 2023

- nibilidad que están a nuestro alcance para ofrecer una marca más ecológica. No obstante, en la mayor parte de las veces, el pequeño emprendedor que quiere apoyar la mejora del impacto medioambiental se ve perjudicado por los altos precios de los materiales reciclados y supone un obstáculo más al comienzo de la andadura en el emprendimiento. Esperamos que esto mejore progresivamente.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Siempre he apoyado y apoyaré a la digitalización excepto si algún día se nos va de las manos. Gracias a la digitalización estoy donde estoy, mi marca es 100% online y gracias a ello me siento cómodo, seguro y veo que llegamos a la gente con mayor facilidad y rapidez. Las tecnologías TIC para mí han sido un antes y un después. Hago video-conferencias con la empresa que nos lleva el SEO de la marca, hablo con algunas de nuestras plataformas de escaparate de producto sin tener que acudir a reuniones. Un cambio que me gustaría mucho que se produjese es que, por ejemplo, las gafas de realidad aumentada fueran más accesibles para los hogares y así mis clientes pudieran ver en realidad aumentada nuestros accesorios, algo que más pronto o más tarde estoy seguro que llegará.

Algo que te gustaría añadir

Lo cierto es que sí, mi discapacidad es física, pero he tenido la inmensa suerte de haber conocido a algunas personas con discapacidad motriz y psicológica bastante grave, luchando por sus sueños y por sus metas en la vida. Muchas veces nos quejamos de banalidades. Todos lo hacemos, todos. Pero cuando vemos cómo personas con problemas de verdad, se entregan con ilusión y pasión a lo que realmente desean, eso no hay quien lo pare. Y yo siempre llegaba a la misma conclusión cuando los escuchaba hablar (lo poco que podían muchas veces algunos compañeros debido a su grado de discapacidad), “cómo le hables a tu mente es el límite que tendrás puesto en la vida”. Sí, es algo que he escuchado cientos de veces, pero aquí lo ví de verdad y lo sentí de verdad. Eres tú quien te frena y luchar por lo que te apasiona de verdad es la mejor manera de emprender y ver qué circunstancias a resolver, obstáculos o incluso problemas existen o van a existir. El cómo tu mente los quiera afrontar es cosa tuya, siempre.

ASOCIACIÓN SOCIOCULTURAL PAPAYA

CANTABRIA

2024



ISABEL MCLEAN,
JULIANA CONSTAÍN Y
GABRIELA BRANEANU

En Papaya diseñamos experiencias de aprendizaje transversal en donde a través de diferentes herramientas y metodologías trabajamos sobre conceptos relacionados con el desarrollo personal, las habilidades blandas y el emprendimiento de impacto Social y medioambiental.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para nosotras, ser emprendedoras es la posibilidad de generar soluciones a retos sociales y medioambientales, dar tanto a la comunidad como a nosotras mismas, la oportunidad de poder crear nuevas opciones ante una realidad que además está en constante cambio. Creemos que es una forma de pensar, que no es algo que ocurre solo si se abre un proyecto con viabilidad económica, creemos que el emprendimiento debe estar presente entre las comunidades para tener en mente estar siempre en mejora continua con un proposito y un enfoque que sea sostenible para el planeta y la sociedad.

¿Cómo surgió la idea?

Las 3 llevamos trabajando en el mundo de la educación muchos años, siempre trabajando para terceros. Hemos tenido toda clase experiencias tanto a nivel nacional como internacional, en donde cada vez validavamos más que lo que hablábamos en nuestras conversaciones sobre cómo veíamos la educación era algo que el mundo estaba pidiendo. Poco a poco nos dimos cuenta que queríamos crear un concepto nuestro, que nos permitiera jugar y traer nuestros valores a la realidad. Es cuando nació Papaya hace ya casi 2 años, con la intención de en un mundo tan sumamente conectado a nivel tecnológico, pudieramos crear espacios de conexión y aprendizaje desde la parte más humana y experiencial.

ASOCIACIÓN SOCIOCULTURAL PAPAYA

📍 CANTABRIA

📅 2024

¿En qué medida estás percibiendo que el tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

Para nosotras, no existe emprendimiento sin estos dos conceptos. Creemos que como agentes de cambio tenemos una gran responsabilidad en generar oportunidades que están resolviendo retos sociales. Entendemos a nivel estructural del proyecto la necesidad de involucrar a los stakeholders como parte del procesos y no como acciones puntuales. Nuestra propuesta, precisamente plantea en las formaciones que hacemos, la toma de conciencia sobre el triple impacto y la necesidad del desarrollo de habilidades blandas, a las cuales nos gusta llamar habilidades humanas, para el éxito de cualquier proyecto. Fomentamos. Desde Papaya diseñamos formaciones en emprendimiento de impacto social para jóvenes y trabajadores juveniles, creemos firmemente que generar alianzas y fomentar la búsqueda de opciones de desarrollo económico con este enfoque, son la única forma posible de afrontar los retos que tenemos tanto a nivel social como ambiental.

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

Esta es una pregunta que nos hemos hecho muchas veces. Ante esta cuestión tenemos diferentes perspectivas. Por un lado, creemos que es necesario vincular e integrar las nuevas tecnologías en los procesos no solo de gestión sino inclusive de creación y aplicación de las diferentes acciones y que llevamos a cabo ya que es importante, poder saber reaccionar ante las nuevas oportunidades y opciones que nos da el mercado.

Por otro lado, dado la naturaleza de nuestra organización nos lleva a ver la alta tecnología como una oportunidad ya que esta está trayendo como consecuencia, una necesidad clara de las personas en generar experiencias más analógicas. Vemos como cada vez, se reclama más el poder tener espacios en donde sean las habilidades humanas las que tomen importancia.

ASOCIACIÓN SOCIOCULTURAL PAPAYA

📍 CANTABRIA

📅 2024

- Para nosotras la posibilidad de tener todo de forma digital, ha sido básica y una oportunidad y gracias a ella este proyecto se ha podido ir consolidando, ya que por la naturaleza del mismo, estamos constantemente viajando. La posibilidad de usar diferentes herramientas digitales ha hecho posible que Papaya exista, , además ha ido incorporando herramientas de apoyo que hacen que las dinámicas se faciliten a la hora de sacar adelante trabajo.

Creemos que dependerá siempre de la naturaleza de la empresa y de cuales sean sus objetivos, pero definitivamente a nivel logístico, creemos que el poder tener herramientas que faciliten los procesos de gestión y de comunicación, esto siempre potenciará el proyecto.



08

VAMOS RURAL

SANTANDER

2023



JOSE MANUEL COLSA MAESTRO

Vamos Rural es una plataforma tecnológica que conecta a viajeros con experiencias auténticas y sostenibles en el entorno rural, promoviendo el desarrollo económico de comunidades locales en Asturias y Cantabria. A través de nuestra plataforma, facilitamos la reserva directa con anfitriones locales, eliminando intermediarios y fomentando un turismo responsable y respetuoso con el medio ambiente.

¿Qué significa para ti ser emprendedora?

Para mí, ser emprendedor es tomar la iniciativa de resolver un problema o cubrir una necesidad que has identificado, y hacerlo con pasión y propósito. Es asumir riesgos y responsabilidades para convertir una idea en algo real, que no solo tenga éxito económico, sino que también genere un impacto positivo en la sociedad. Ser emprendedor significa estar en constante aprendizaje, adaptarse a los desafíos, y tener la perseverancia para seguir adelante a pesar de los obstáculos. Es una mezcla de creatividad, resiliencia y la capacidad de liderar un proyecto que puede cambiar la vida de las personas.

¿Cómo surgió la idea?

La idea de Vamos Rural surgió de mi pasión por el turismo rural y mi deseo de contribuir al desarrollo de las comunidades locales. Me di cuenta de que muchos pequeños proveedores de experiencias turísticas en las zonas rurales no tenían las herramientas ni la visibilidad necesaria para llegar a los viajeros. Además, gran parte del valor generado se perdía en comisiones de intermediarios. Con Vamos Rural, quise crear una plataforma que conectara directamente a los viajeros con los anfitriones locales, eliminando esos intermediarios y maximizando el impacto positivo en las comunidades rurales.



¿En qué medida estás percibiendo que el tener en cuenta el impacto social y medioambiental se está convirtiendo en una necesidad para tu negocio? ¿Qué actuaciones estáis llevando a cabo en este sentido?

Estamos percibiendo claramente que el impacto social y medioambiental ya no es una opción, sino una necesidad fundamental para cualquier negocio, especialmente en el ámbito del turismo. Los viajeros cada vez están más concienciados sobre la importancia de elegir opciones que respeten el entorno y beneficien a las comunidades locales. Por eso, en Vamos Rural, el impacto social y medioambiental está en el corazón de lo que hacemos.

Nos aseguramos de que todas las experiencias que ofrecemos promuevan un turismo sostenible y responsable. Apoyamos a los anfitriones locales, garantizando que el 100% de los pagos de las reservas vayan directamente a ellos, sin comisiones de intermediarios.

Además, incentivamos a nuestros proveedores a implementar prácticas sostenibles en sus actividades, como la reducción de plásticos, el respeto a los recursos naturales y el uso de productos locales.

También estamos trabajando para reducir nuestra huella de carbono como plataforma digital, utilizando tecnologías más eficientes y fomentando el uso de transporte sostenible entre los viajeros.



VAMOS RURAL



SANTANDER



2023

¿Qué retos te ofrece la digitalización? ¿Qué cambios podrías llevar a cabo en tu negocio gracias a las tecnologías TIC? ¿Para qué áreas de las empresas las ves más relevantes?

La digitalización nos presenta grandes oportunidades, pero también algunos retos importantes. Uno de los principales desafíos es mantenernos al día con la rápida evolución tecnológica y asegurarnos de que nuestra plataforma esté siempre a la vanguardia. La adopción de nuevas tecnologías requiere inversión en infraestructura y formación, pero es esencial para seguir siendo competitivos en un mercado cada vez más digitalizado.

La digitalización no solo es una herramienta para mejorar la eficiencia interna, sino que también nos abre nuevas oportunidades de crecimiento, innovación y sostenibilidad, asegurándonos de que Vamos Rural siga evolucionando y adaptándose a las necesidades del mercado.

Algo que te gustaría añadir

Queremos que Vamos Rural sea un referente en la promoción de un turismo más consciente y responsable. Al final del día, lo que más nos motiva es ver cómo nuestra plataforma ayuda a revitalizar las zonas rurales y a conectar a las personas con experiencias auténticas que dejen huella tanto en ellas como en las comunidades que visitan.

Nos gustaría invitar a más personas y empresas a unirse a este movimiento y formar parte de la transformación del turismo rural en algo que verdaderamente marque la diferencia.

GEM — Cantabria 23

09 **EQUIPOS GEM**

RELACIÓN DE EQUIPOS GEM

Nacional

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Observatorio del Emprendimiento de España - » ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.)	Presidenta del Observatorio Directora Ejecutiva GEM España	» Observatorio del Emprendimiento de España - » ENISA » Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles » Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial -
	Ana Fernández-Laviada	
	Directora Técnica GEM España	
	Nuria Calvo Babío	
	Secretaria del Observatorio	
	Paula San Martín Espina	
	Equipo Dirección Técnica GEM España	
	Ariadna Monje Amor y Yago Atrio Lema	
	Comité de dirección del Observatorio	
	María del Mar Fuentes Fuentes, Ignacio Mira Solves y María Saiz Santos	
	Director de Comunicación GEM España	
	Sebastián Pérez Vides	



INSTITUCIÓN		MIEMBROS		COLABORADORES	
» Universidad de las Islas Baleares		» Julio Batlle Lorente (Director GEM-Baleares) » María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) » Bartolomé Deyá Tortella » César Llorente López		» Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear » Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius » Laboratori d'Emprendedoria i Innovació Social. Universitat de les Illes Balears	
Canarias					
INSTITUCIÓN		MIEMBROS		COLABORADORES	
» Universidad de Las Palmas de Gran Canaria » Universidad de La Laguna		» Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) » Silvia Sosa Cabrera (Directora Técnica GEM-Canarias) » Alicia Bolívar Cruz » Alicia Correa Rodríguez » Ana L. González Pérez » Carmen Inés Ruiz de la Rosa » Desiderio García Almeida » Desiderio Gutiérrez Taño » Domingo Verano Tacoronte » Francisco J. García Rodríguez » Esperanza Gil Soto » Pino Medina Brito » Ana Isabel Lemes Hernández » Lidia E. Santana Vega		» Gobierno de Canarias – Consejería de Turismo y Empleo » Universidad de Las Palmas de Gran Canaria » Universidad de La Laguna	
Cantabria					
INSTITUCIÓN		MIEMBROS		COLABORADORES	
» Santander Financial Institute (SANFI)		» Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM- Cantabria) » Paula San Martín Espina (Directora Técnica GEM-Cantabria) » Carlos López Gutiérrez » Andrea Pérez Ruiz » Lidia Sánchez Ruiz » Sergio Sanfilippo Azofra » Francisco Manuel Somohano Rodríguez		» Catedra PYME » Gobierno de Cantabria – Consejería de Industria, empleo, innovación y comercio » EMCAN – Servicio Cántabro de Empleo	
Cataluña					
INSTITUCIÓN		MIEMBROS		COLABORADORES	
» Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona » Universitat Autònoma de Barcelona		» Carlos Guallarte Nuez (Director GEM-Cataluña) » Enric Genescà Garrigosa » Joan Lluís Capelleras Segura » Marc Figuls Sierra » Teresa Obis Artal		» Universitat Autònoma de Barcelona » Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç » Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball » Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	

Castilla La Mancha

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad de Castilla-La Mancha	» Juan J. Jiménez Moreno (Co-Director GEM-Castilla-La Mancha) » Ángela González Moreno (Co-Directora GEM-Castilla-La Mancha) » Francisco José Sáez Martínez (Director Técnico GEM- Castilla-La Mancha) » Rafael Minami Suzuki » Llanos López Muñoz » Adrián Rabadán Guerra » M.ª Cristina Díaz García	» Universidad de Castilla-La Mancha » Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha » Fundación Globalcaja HXXII

Castilla y León

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	» Daniel Alonso Martínez (Director GEM-Castilla y León) » Constantino García Ramos (Director Técnico GEM-Castilla y León) » Nuria González Álvarez » José Luis de Godos Díez » Ana Patricia Fanjul Alemany » Ángel Morán Muñoz	» Universidad de León
» INEA, Universidad Pontificia de Comillas	» Luis Gregorio Holguín Galarón » Alberto Matellán Pinilla » Félix Revilla Grande » Carlos Ballesteros García » Laura Sierra Moral	» Universidad Pontificia de Comillas

Ceuta

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad de Granada	» Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) » María José González López (Directora Técnica GEM-Ceuta) » José Aguado Romero » Lázaro Rodríguez Ariza » Manuel Hernández Peinado » Sara Rodríguez Gómez » Francisco Javier Blanco Encomienda	» Universidad de Granada » PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.

Comunidad Autónoma de Madrid

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad Autónoma de Madrid	» Miguel Angoitia Grijalba (Co-Director GEM-Madrid) » Yolanda Bueno Hernández (Co-Directora GEM-Madrid) Begoña Santos Urda » Adriana Pérez Encinas » Rubén Mora Ruano » Hermógenes del Real Álvarez » Isidro de Pablo López	» Universidad Autónoma de Madrid » Impact Hub

Comunidad Valenciana

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad Miguel Hernández de Elche	» José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) » Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) » Jesús Martínez Mateo » Marina Estrada de la Cruz » Antonio J. Verdú Jover » M.ª José Alarcón García » Lirios Alós Simó » Domingo Galiana Lopera » M.ª Isabel Borreguero Guerra	» Universidad Miguel Hernández de Elche » Aligruo » Seur

Extremadura

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	» Antonio Fernández Portillo (Director Ejecutivo GEM- Extremadura) » Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) » Ricardo Hernández Mogollón (Asesor Senior) » María Victoria Postigo Jiménez » Alejandro Hernández Renner » María Calzado Barbero » Manuel Almodóvar González » Nuria Ramos Vecino » Adelaida Ramos Mariño » Ángel Manuel Díaz Aunión	» Fundación Xavier de Salas » Universidad de Extremadura » Junta de Extremadura. Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital » Diputación de Badajoz » Cámara de Comercio de Cáceres » Philip Morris Spain, S.L. » Campón & Martínez-Pereda » CC. NN. Almaraz-Trillo » Tambo Supermercados » Grupo Ros Multimedia

Galicia

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad de Santiago de Compostela (USC)	» Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) ¹ » Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) ¹ » Emilio Ruzo Sanmartín ¹ » Marta Portela Maseda ¹ » Jacobo Feás Vázquez ¹ » Lucía Rey Ares ¹ » Pilar Piñeiro García ¹ » María Bastida Domínguez ¹ » Nuria Calvo Babil ² » Ariadna Monje Amor ² » Esther Barros Campello ² » Alberto Vaquero García ³ » Ernesto López-Valeiras Sampedro ³ » Xavier Martínez Cobas ³ » Yago Atrio Lema ¹ » Guillermo Andrés Zapata Huamani ⁴	» Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade. Xunta de Galicia » Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) » Secretaría Xeral de Universidades. Xunta de Galicia - Universidade de Santiago de Compostela - Universidade da Coruña - Universidade de Vigo - Universidad del Pacífico (Perú)

La Rioja

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	» Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) » Juan Manuel Domínguez Ortega (Director Técnico GEM-Rioja) » Lara Mata Martínez » José Eduardo Rodríguez Osés » Sergio Rodríguez-Garnica » Ana Milena Silva Valencia » Dolores Alicia Queiruga Dios	» Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) » UNIR – La Universidad en Internet » CaixaBank-Day ONE – Premios Emprende XXI » Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA – GRUPO OJA » JIG » Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas

Melilla

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad de Granada	» María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) » Jenny María Ruiz Jiménez » Rocío Llamas Sánchez » Juan Antonio Marmolejo Martín » Matilde Ruiz Arroyo » Ana María Bojica » Francisco Javier Melero Rus	» Universidad de Granada

Murcia

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad de Murcia	» Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) » Nuria Nevers Esteban Lloret (Directora Técnica GEM-Murcia) » Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina » Gregorio Sánchez Marín » José Andrés López Yepes » Juan Samuel Baixaull Soler » María Belda Ruiz » María Feliz Madrid Garre » Mercedes Palacios Manzano » Antonio Paños Álvarez » María Pemartín González-Adalid	» Consejería de Economía, Hacienda y Administración Digital » Instituto de Fomento de la Región de Murcia » Caixabank » Fundación CajaMurcia » Fondo Europeo de Desarrollo Regional » Centro Iniciativas Municipales de Murcia » Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia

Navarra

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Universidad Pública de Navarra-INARBE	» Ignacio Contín Pilart (Co-Director GEM-Navarra) » Martín Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) » Cristina Bayona Saez » Lucía Garcés Galdeano » Paula Anzola Román » María Blanca Palacios Navarro	» Universidad Pública de Navarra-INARBE » Gobierno de Navarra - CEIN
» CEIN	» Lucía Nieto Sádaba » María Sanz de Galdeano	
» Universidad de La Rioja	» Raquel Orcos Sánchez	
» University of Southern Denmark (SDU)	» Víctor Martín Sánchez	



RELACIÓN DE EQUIPOS GEM

País Vasco

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» EEB-OVE, Observatorio Vasco del Emprendimiento	» María Saiz-Santos (Directora GEM-País Vasco)	» Grupo SPRI, Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial
» Universidad del País Vasco UPV/EHU	» Jon Hoyos Iruarizaga	» Gobierno Vasco. Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente
	» Rebeca Martín Díez Zaira	» Diputación Foral de Bizkaia
	» Vicente Adame	» Diputación Foral de Guipuzkoa
» Deusto Business School	» José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)	» Diputación Foral de Araba
	» Iñaki Peña Legazkue	» FESIDE
	» Alaitz Zabala Zarauz	
	» Valery Chistov	
» Mondragón Unibertsitatea	» Nerea González Eguia Aimar Basañez Zulueta	
» Universitat Autònoma de Barcelona	» David Urbano Pulido	

Trabajo de campo GEM España

INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
» Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	» Josep Ribó Santacreu (Director gerente)	» Observatorio del Emprendimiento de España RED GEM España
	» Joaquín Vallés Lorente (Dirección y coordinación técnica)	



Informe GEM Cantabria 2023

Directora: Ana Fernández-Laviada

Directora Técnica: Paula San Martín Espina

Equipo investigador:

- » Carlos López Gutiérrez
- » Andrea Pérez Ruiz
- » Lidia Sánchez Ruiz
- » Sergio Sanfilippo Azofra
- » Francisco M. Somohano Rodríguez

Gracias

catedrapymes.es
fb.com/catedra.unican
bit.ly/LinkedIn-catedra-pyme-unican

