



Emprendimiento senior en España (2014-2015): estudio comparado con Alemania y Estados Unidos.

Entrepreneurship senior in Spain
(2014-2015): compared to
Germany and United States.

Autor: Carlos Rey Peña

Director: Ana Fernández Laviada

Adaptación al Grado en Administración y Dirección de Empresas

FRASE CÉLEBRE

“La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar superado.”

ALBERT EINSTEIN 1879-1955

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, me gustaría agradecer a Ana Fernández Laviada la oportunidad brindada para realizar este proyecto y poder aprender de ella.

A mis padres por insistirme y animarme en que una vez terminada mi diplomatura la mejor forma de terminar mis estudios era obteniendo también el grado.

A mi hermana Laura, que, sin sus consejos, ayuda y experiencia nunca hubiera podido llegar hasta aquí.

Mi novia Carla, sus padres y hermanos que con su constante preocupación e interés por saber cómo iba el proyecto.

A mis amigos y compañeros, porque sin sus resúmenes, consejos, y ayuda en general no sería posible estar escribiendo estas líneas.

A todos mis profesores tanto del colegio como de la universidad y a la universidad de Cantabria como institución, por enseñarme gran parte de todo lo que sé.

Gracias.

ÍNDICE

RESUMEN ESPAÑOL E INGLÉS	1
INTRODUCCIÓN	2
MARCO TEÓRICO	3
METODOLOGÍA	4
1. ANÁLISIS DE LA MUESTRA PERSONAS MAYORES DE 50 AÑOS	5
2. ANÁLISIS DE LA MUESTRA PERSONAS DE MAS DE 50 AÑOS QUE VAN A EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS	8
2.1. EDAD MAS PROCLIBE PARA COMENZAR UN NEGOCIO	9
2.2. RAZONES POR LAS QUE VAN A EMPRENDER	9
2.3. RAZONES ECONÓMICAS POR LAS QUE VAN A EMPRENDER	10
2.4. CUANTOS SE ENCUENTRAN EN DESEMPLEO	11
2.5. CONOCIMIENTOS O HABILIDADES PARA SU NUEVO NEGOCIO	12
2.6. FORMACIÓN EN EL COLEGIO	13
2.7. NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRENDEDOR	14
2.8. PRODUCTOS O SERVICIOS NUEVOS O DESCONOCIDOS	15
2.9. PROCEDENCIA DEL DINERO PARA PONER EN MARCHA EL NEGOCIO	17
2.10. NIVEL DE PROPIEDAD DEL NEGOCIO	19
2.11. OPORTUNIDADES EN EL AREA EN EL QUE VIVEN	20
2.12. UTILIZARAN INTERNET PARA VENDER SUS PRODUCTOS	21
2.13. DIFERENCIAS POR SEXOS	23
2.14. MIEDO AL FRACASO	24
3. EMPRENDIMIENTO EN CANTABRIA 2015	25
4. CONCLUSIONES	29
5. BIBLIOGRAFÍA	32
6. OTRAS FUENTES	33

RESUMEN EN ESPAÑOL E INGLÉS

En este proyecto se analiza, en primer lugar, el emprendimiento de personas mayores de 50 años en España comparado con el de Alemania y Estados Unidos durante el 2014 y, en segundo lugar, se analiza el mismo fenómeno para la población de Cantabria en 2015. Haciendo uso básicamente de la información suministrada por el Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en 2014 y 2015, observamos como en España predomina el emprendimiento de hombres por encima de las mujeres, que la actual situación laboral está obligando a las personas a emprender un negocio sin tener una preparación idónea y optan por emprender con productos o servicios que ya ofrece el mercado. Se pone de relieve, además, que no se emprende por una oportunidad de mercado, algo que si ocurre en Alemania y Estados Unidos. Por último, el poco apoyo financiero y la crisis económica actual hacen que en la mayoría de los casos se opte por ser co-propietario del negocio.

En Cantabria podemos ver como en la mayoría de los resultados son similares que, en España, menos en el nivel de los estudios que tienen los emprendedores analizados y su género, puesto que predomina más el emprendimiento de la mujer que el del hombre en el año 2015.

This project compares the entrepreneurship of people over 50 years old in Germany and United States during 2014, and the same population in Cantabria during 2015. The information used, is basically provided by the global GEM 2014 and GEM Cantabria 2015. The study shows that in Spain predominates the entrepreneurship of men above the women. It also remarks that the current employment situation is forcing the people to start a business without having the suitable preparation for it. The new business offer products or services that already exist in the market. The report also indicates that it is not undertaken by a market opportunity, as in Germany or the United States. Because of the lack of financial support and the current economic crises, the new business are run with a cow-owner in most of the cases.

In Cantabria, we remark that almost all the analyzed data are the same, except in those studies that these people have and where the entrepreneurship of women predominates more than that of men in 2015

INTRODUCCIÓN

En la actualidad observamos que en nuestro país existe poca cultura emprendedora y eso influye negativamente en muchos factores como es el empleo, que registró en el año 2014 una tasa de paro del 23,7% (INE, 2014).

La falta de empleo no es únicamente debido a la cultura emprendedora en nuestro país, la crisis económica mundial influye de forma negativa, por ello hemos creído conveniente hacer una comparación del nivel de emprendimiento en España con Alemania (una de las mayores economías de Europa) y Estados Unidos (una de las mayores economías del mundo) para poder analizar qué es lo que estamos haciendo bien, qué nos falta o qué necesitamos mejorar para tener la misma cultura emprendedora.

Uno de los factores determinantes en España para la búsqueda de empleo es la edad, por eso hemos decidido realizar un estudio basándonos únicamente en las personas mayores de 50 años.

Realizamos el estudio del año 2014 ya que es el año más actual del que disponemos de todos los datos GEM mundiales y más concretamente de los países que queríamos analizar.

Antes de la finalización del trabajo también haremos una reseña de nuestra comunidad autónoma para saber en qué niveles de emprendimiento se encontraba en 2015 ya que de ésta sí que tenemos datos más actuales.

Los objetivos generales de este proyecto serán el análisis de las diferentes características emprendedoras entre los países España, Alemania y Estados Unidos para descubrir los factores determinantes de la actividad emprendedora y la búsqueda de líneas de actuación que puedan incrementar la actividad emprendedora para personas mayores de 50 años.

Todos los datos son tratados y analizados con el programa estadístico SPSS statistics (versión 23).

MARCO TEÓRICO

El GEM es el observatorio más importante a nivel mundial sobre emprendimiento, realizado anualmente en más de 60 países, utilizando toda una metodología común, por lo que hace que sus resultados sean muy comparables. La iniciativa nació en 1997 en el London Business School y en el Babson College. 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 creados en otros tantos países.

El proyecto GEM tiene como misión explorar y evaluar el papel que juega el emprendimiento en el desarrollo de las economías y en la creación de empresas, siendo un referente por su gestión, metodología y resultados en todo el mundo. Sus informes a nivel global, nacional o regional son una fuente referencial para el seguimiento, la evaluación y el análisis estratégico de la actividad emprendedora de cada sociedad.

El proyecto nació con una vocación únicamente académica, pero con el paso del tiempo y dada la amplitud de su ámbito geográfico, se ha convertido en la fuente de información más completa y de referencia sobre el fenómeno emprendedor.

El proyecto GEM nació para responder la escasez de investigaciones y estadísticas internacionales homogéneas en torno a la actividad emprendedora.

METODOLOGÍA

Para la obtención de los resultados que hemos analizado, hemos utilizado el programa estadístico SPSS (versión 23). Es un sistema amplio y flexible de análisis estadístico y de gestión de la información, siendo capaz de trabajar con datos procedentes de distintos formatos, generando desde sencillos gráficos de distribuciones y estadísticos descriptivos, hasta análisis estadísticos complejos que nos permiten descubrir relaciones de dependencia e interdependencia, estableciendo clasificaciones de sujetos y variables, prediciendo comportamientos, etc...

La base de datos mundial GEM 2014 cuenta con más de 200.000 encuestas.

Para el estudio sobre el emprendimiento, hemos recurrido a las encuestas de los países seleccionados:

- España: 25.000 encuestas.
- Alemania: 4.311 encuestas.
- EEUU: 3.273 encuestas.

En un primer paso, segmentamos las encuestas por edad para obtener únicamente a los mayores de 50 años para posteriormente analizar según su género, su percepción de la existencia de oportunidades en los próximos meses y sus habilidades para poner en marcha un negocio.

Con los resultados ya obtenidos, segmentamos para obtener únicamente aquellas personas que tenían previsto poner en marcha un negocio en los próximos 3 años y así analizar nuevas variables como el nivel de educación, el miedo al fracaso, procedencia del dinero para comenzar el nuevo negocio, etc.

Para analizar los datos realizamos también en todos los casos las pruebas de Chi-Cuadrado para comprobar que los resultados obtenidos fueran significativos.

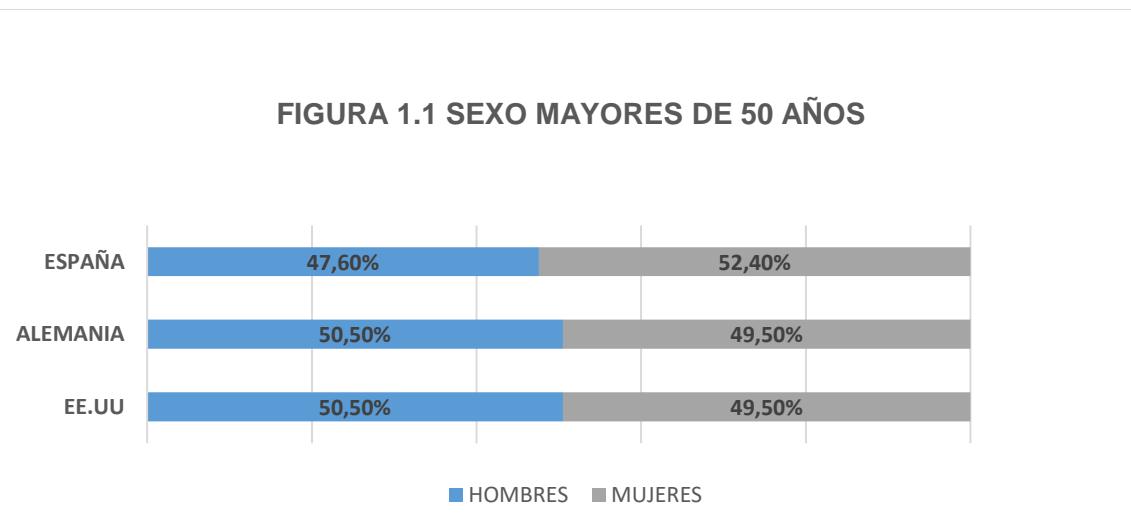
Contraste que permite comprobar si las frecuencias observadas en cada una de las clases de una variable categórica, varían de forma significativa de las frecuencias que se esperaría encontrar si la muestra hubiese sido extraída de una población con una determinada distribución de frecuencias.

Finalmente, los datos obtenidos en el programa SPSS los exportamos a Excel para realizar las tablas y de esta manera poder analizarlos con más facilidad.

1 ANÁLISIS DE LA MUESTRA MAYORES DE 50 AÑOS

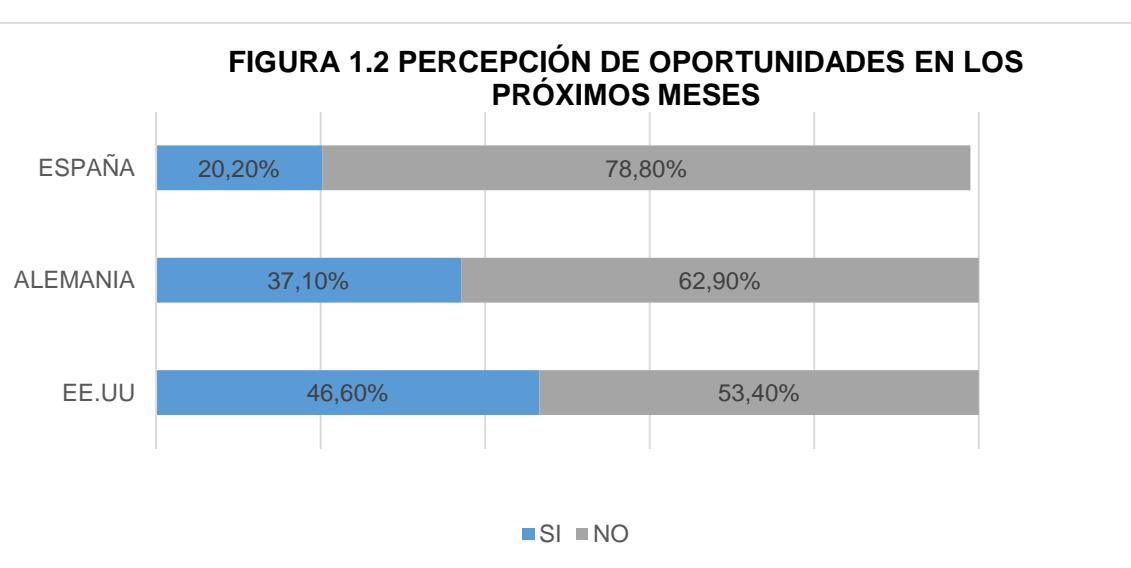
En este primer apartado del trabajo, hemos creído conveniente analizar de forma general los resultados únicamente de personas mayores de 50 años, para posteriormente entrar en detalle en la segunda segmentación de las personas que si van a poner en marcha un negocio en los próximos 3 años.

FIGURA 1.1 SEXO MAYORES DE 50 AÑOS

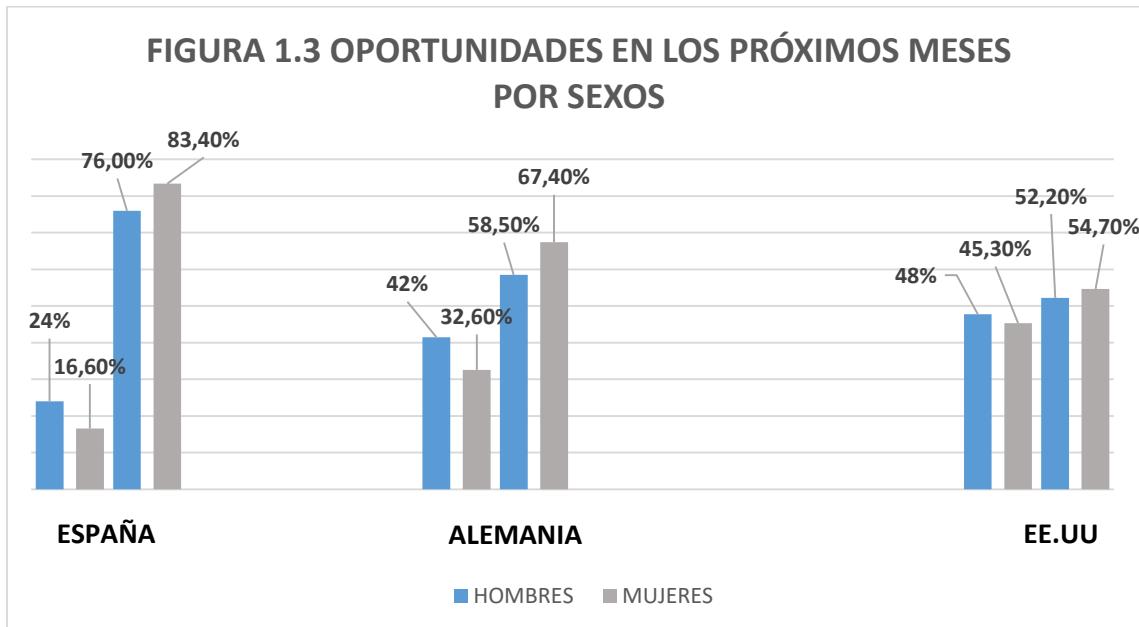


En la figura 1.1 observamos como los datos de estas encuestas mayores 50 años son prácticamente iguales según su género casi un 50% tanto en hombres, como en mujeres, esto hará que nuestro trabajo se pueda considerar representativo para cada uno de los sexos.

FIGURA 1.2 PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES EN LOS PRÓXIMOS MESES



En el gráfico 1.2 podemos ver cómo las personas mayores de 50 años perciben o ven que van a tener oportunidades en los próximos meses para comenzar un nuevo negocio. Aquí puede observarse como España es el país más pesimista ya que únicamente un 20,2% de las personas ven oportunidades de negocio, mientras que Estados Unidos duplica este porcentaje con un 46,6% y Alemania se encuentra en un término medio con un 37,1%, bastante más cercano a Estados Unidos que a España.

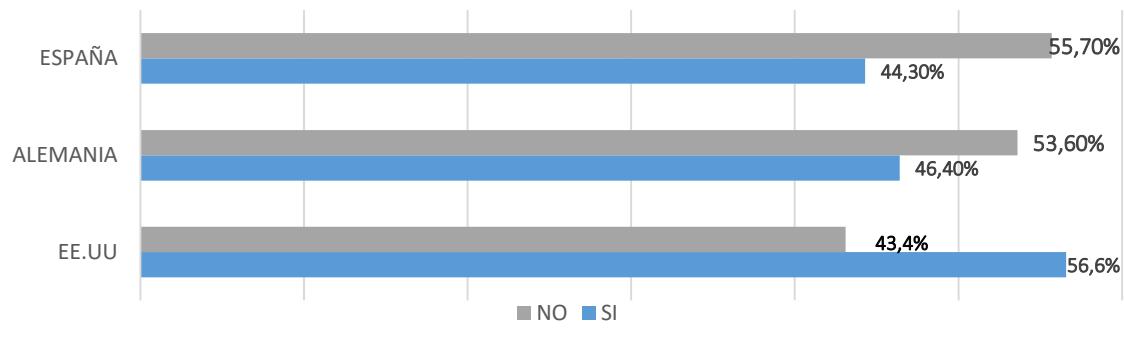


En la figura 1.3 tenemos la combinación de las figuras anteriores, los porcentajes de mayores de 50 años por países y sexo que ven oportunidades en los próximos meses para emprender un negocio.

En ella podemos comprobar como ya dijimos anteriormente, que en España son bastantes pocas las personas que ven oportunidades para emprender, tanto hombres como mujeres, aun así, sí que hay un mayor porcentaje de hombres que ven más oportunidades. Alemania se encuentra en un término medio en cuanto a estos tres países, con más hombres que mujeres que ven oportunidades para emprender y por último Estados Unidos en el que su población es la que más oportunidades de emprender un negocio ven.

Como dato curioso, podemos destacar que la diferencia entre hombres y mujeres que ven oportunidades de emprender un negocio en Estados Unidos es prácticamente igual (48% hombres y 45,3% en mujeres) solo una diferencia de 2,7%, mientras que en Alemania esa diferencia es de casi un 10%, España en este aspecto estaría en un término medio con una diferencia de 7,4% entre hombres y mujeres.

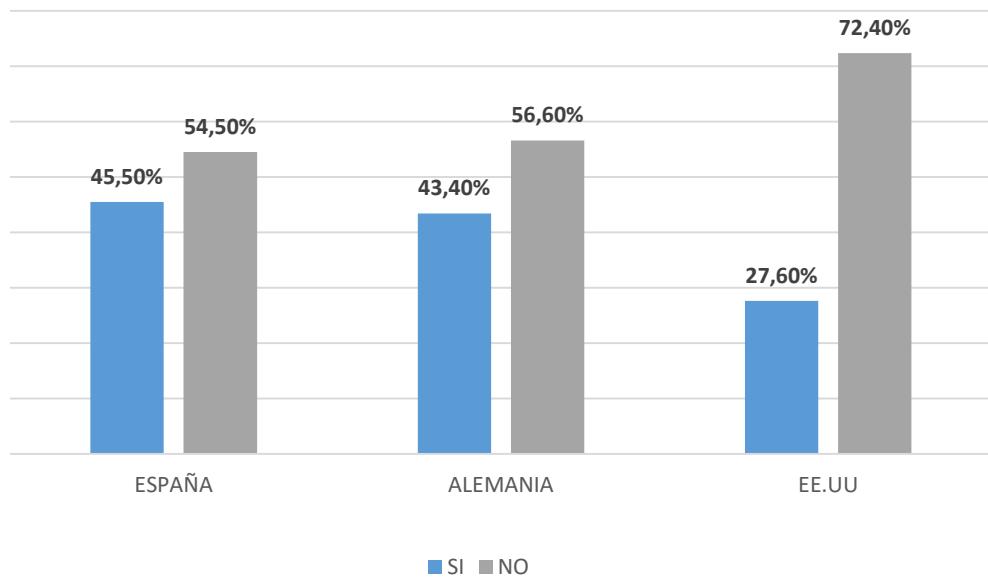
FIGURA 1.4 CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO



En la figura 1.4 observamos si las personas mayores de 50 años tienen conocimientos para emprender un negocio, este grafico lo analizaremos para ver si esta es una de las razones por las que ven pocas oportunidades para emprender en España.

España es de los 3 países analizados, el país donde los entrevistados perciben tener menos conocimientos para emprender un negocio. Según los datos que tenemos en las encuestas un 44,3% similar al nivel de Alemania que tiene un 46,4%, aunque, por el contrario, vemos que Estados Unidos cuenta con un 56,6% de su población que sí cree contar con los conocimientos necesarios para emprender un negocio.

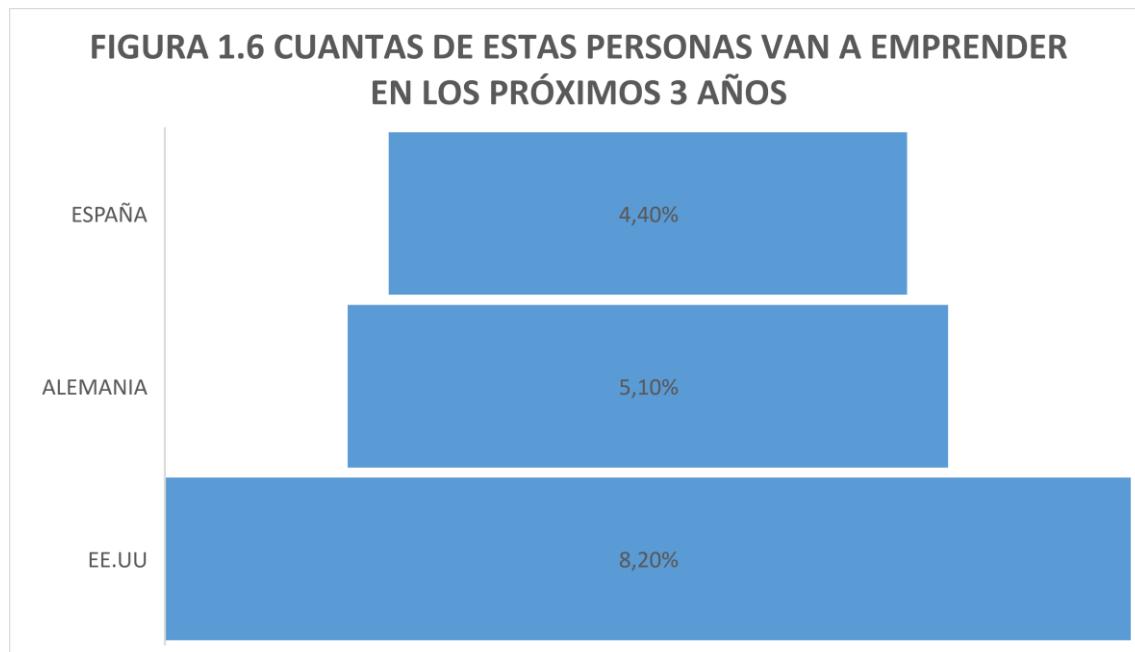
FIGURA 1.5 EL MIEDO AL FRACASO OBSTACULO PARA EMPRENDER



En la figura 1.5 podemos analizar si es el miedo al fracaso es obstáculo a la hora de emprender para estas personas mayores de 50 años en los tres países analizados.

España y Alemania se encuentran muy a la par en este caso, en nuestro país es ligeramente superior el miedo al fracaso con un 45,5% y 43,4% respectivamente, por el lado contrario vemos a Estados Unidos, en el que el miedo al fracaso solo es un obstáculo para el 27,6% de su población, una diferencia muy significativa con los países europeos analizados.

Finalmente, en este primer apartado analizaremos cuántas de estas personas tienen pensado poner en marcha un negocio en los próximos 3 años.



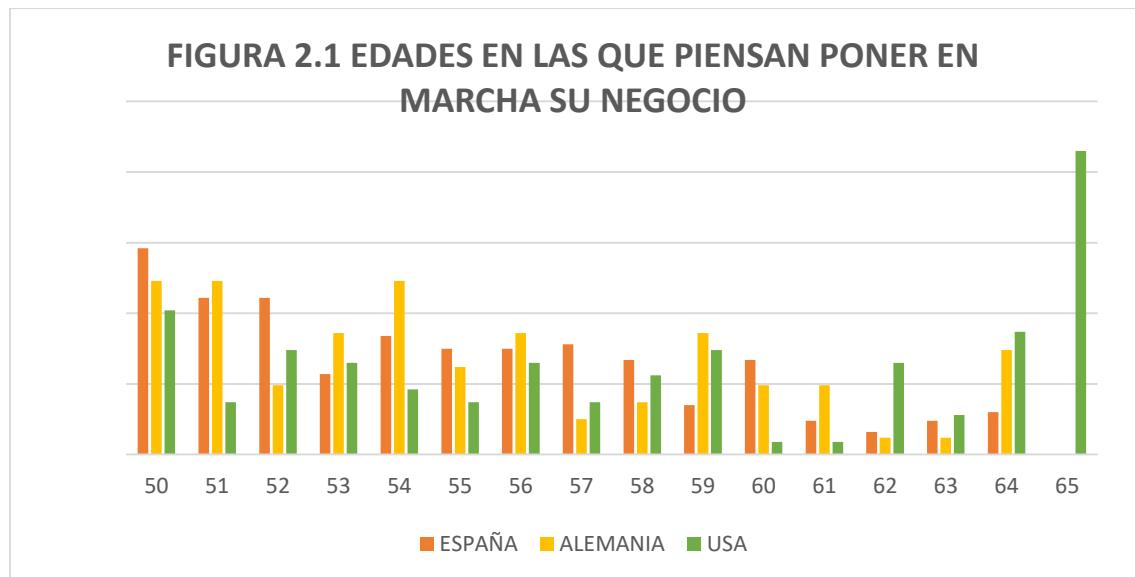
La figura 1.6 nos indica que España es el país que tiene un porcentaje más bajo de personas mayores de 50 años que van a emprender en los próximos 3 años, con un 4,4%, seguido de Alemania con un 5,1%, Estados Unidos es el país en el que estas personas más van a emprender 8,2%, porcentaje que casi duplica a los datos de nuestro país.

2 ANÁLISIS DE LA MUESTRA PERSONAS DE MAS DE 50 AÑOS QUE VAN A EMPRENDER EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS.

Al contrario de lo que se piensa, el emprendimiento no es sólo para jóvenes de 20 o 30 años. De acuerdo al índice de Kauffman de la Actividad Emprendedora, en el 2012 casi un cuarto de los nuevos negocios, se emprendieron por personas de 55 años o más (Fundación Kauffman, 2012).

Las personas mayores de 50 años tienen grandes ventajas, como un conocimiento profundo y extenso por los años de experiencia en el ámbito laboral, experiencias vitales y grandes redes profesionales, así como también un mayor “colchón financiero” que el de la mayoría de jóvenes.

2.1 EDAD MÁS PROCLIBE PARA COMENZAR UN NECOGIO



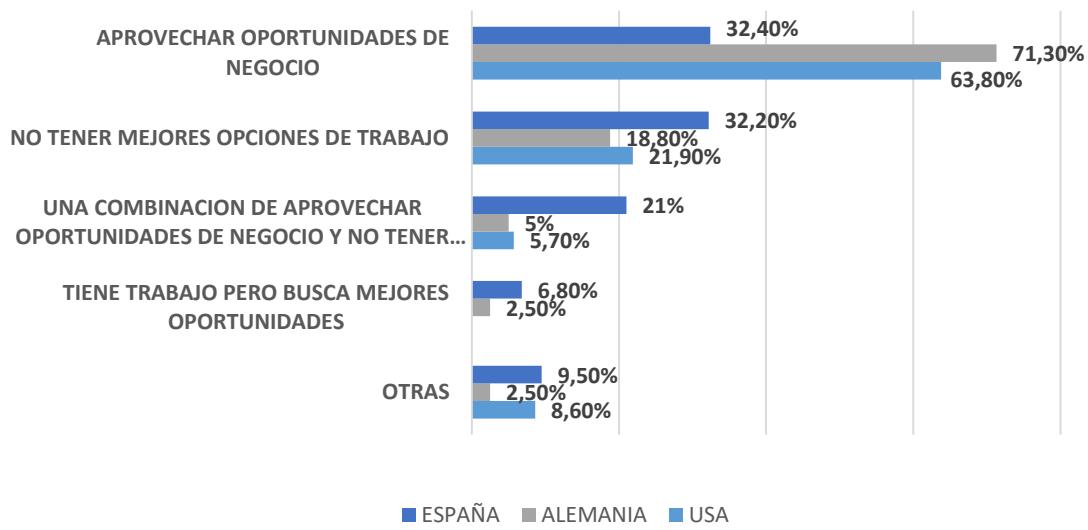
La figura 2.1 representa a las personas mayores de 50 años que manifiestan que van a poner en marcha un negocio en los próximos 3 años y así poder analizar en qué edad pondrán en marcha este nuevo negocio.

En ella podemos resaltar que para España y Alemania la edad más frecuente para poner en marcha un negocio son los 50 años, y para Estados Unidos sorprendentemente son los 65 años o más. Este dato es debido a que en este país el sistema de pensiones cubre únicamente las situaciones de necesidad, como un acto de solidaridad con los ciudadanos más desfavorecidos. El resto de la pensión corresponde al propio individuo que, si lo desea, puede realizar sus propias aportaciones, o a través de las empresas, a sistemas de pensiones, este sistema hace que muchos de sus habitantes opten una vez finalizada su vida laboral por emprender para seguir manteniendo sus ingresos.

2.2 RAZONES POR LAS QUE VAN A EMPRENDER

Muchas pueden ser las razones por las que una persona quiera emprender, desde ser su propio jefe, la libertad en horarios, labrarse un futuro mejor, mayor independencia económica hasta no encontrar trabajo. Pero ¿son las mismas razones en todos los países analizados?

FIGURA 2.2 RAZONES POR LAS QUE VAN A EMPRENDER



La figura 2.2 representa como las razones y motivaciones por las que se emprende son muy diversas y sobre todo diferentes según los países.

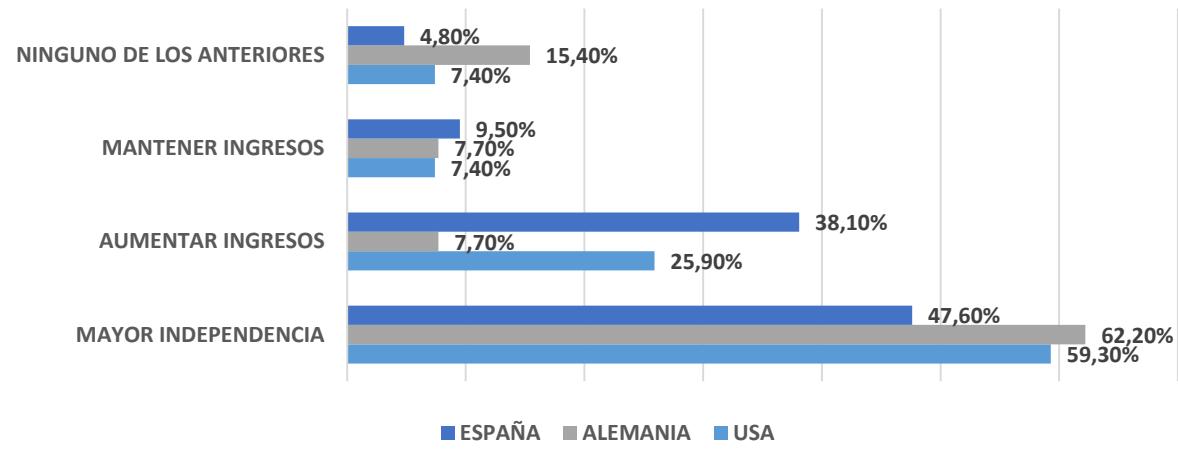
En España, por ejemplo, la razón principal es no tener una mejor opción de trabajo con un 32,2%, mientras que en Alemania y en Estados Unidos, su mayor motivación es aprovechar oportunidades que ofrece el mercado para emprender con un 71,3% y 63,8% respectivamente.

España también destaca en el apartado “una combinación de aprovechar oportunidades de negocio y no tener mejores opciones de trabajo” con un 21% y esto es debido, a que no existen mejores opciones de trabajo, pero sí percibiendo que puede haber oportunidades de negocio.

2.3 RAZONES ECONÓMICAS POR LAS QUE EMPRENDEN

Una de las razones importantes, lógicamente, a la hora de emprender un negocio es el retorno económico después del esfuerzo y la inversión realizada, pero ¿es el mismo en todos los países analizados?

FIGURA 2.3 LA RAZONES ECONÓMICAS POR LAS QUE EMPRENDER



La figura 2.3 nos muestra las razones económicas por las que emprender un negocio.

Mantener los ingresos es uno de los motivos para emprender en los tres países y poseen todos unos porcentajes muy similares.

El aumento de los ingresos es una de las razones más importantes para España y Estados Unidos teniendo porcentajes del 38,1 y 25,9 respectivamente frente a Alemania que cuenta con un 7,7%.

Una mayor independencia económica es una de las razones más relevantes para Alemania que cuenta con un 62,20% coronándose en el primer puesto frente a EEUU con un 59,3% y España que, en este caso, obtiene el menor porcentaje con un 47,60%.

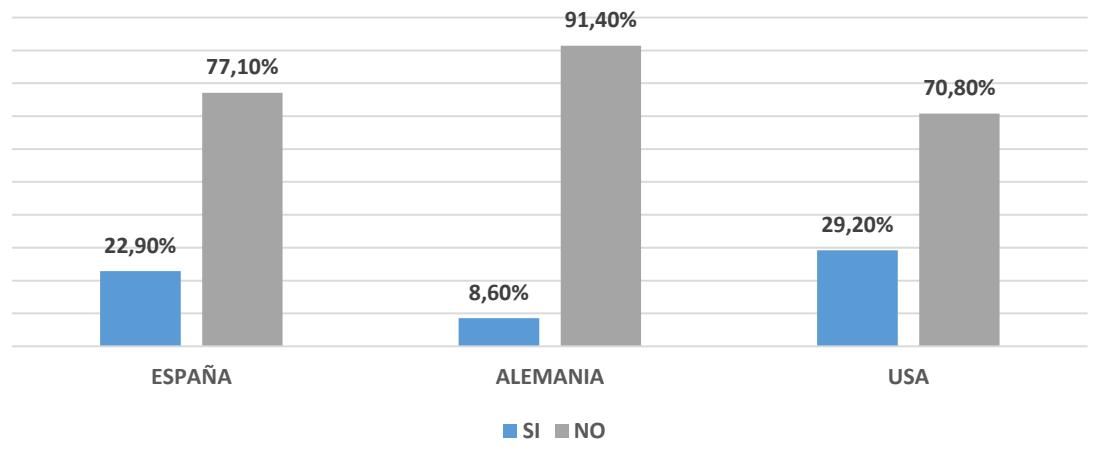
Emprender es un riesgo, pero no debemos olvidar que también supone crear empleo y dar empleo a otros. La diferencia entre empleado y emprendedor, está en buscar o dar trabajo.

2.4 EMPRENDEDORES QUE SE ENCUENTRAN EN DESEMPLEO

En este apartado lo que queremos ver, es el porcentaje de personas que van a emprender en los próximos tres años y que se encuentran en desempleo.

Como hemos visto en anteriores apartados, en España, la mayor motivación de emprendimiento es no encontrar oportunidades laborales, frente a Estados Unidos y Alemania donde no era su motivación principal.

FIGURA 2.4 EMPRENDEDORES QUE SE ENCUENTRAN EN DESEMPLEO



En la figura 2.4 se observa que el porcentaje en España de personas desempleadas (mayores de 50 años) y que van a emprender en los tres años siguientes, es tan sólo de un 22,90%, dato que no sorprende dada la situación de crisis económica y la tasa de paro que tiene este país.

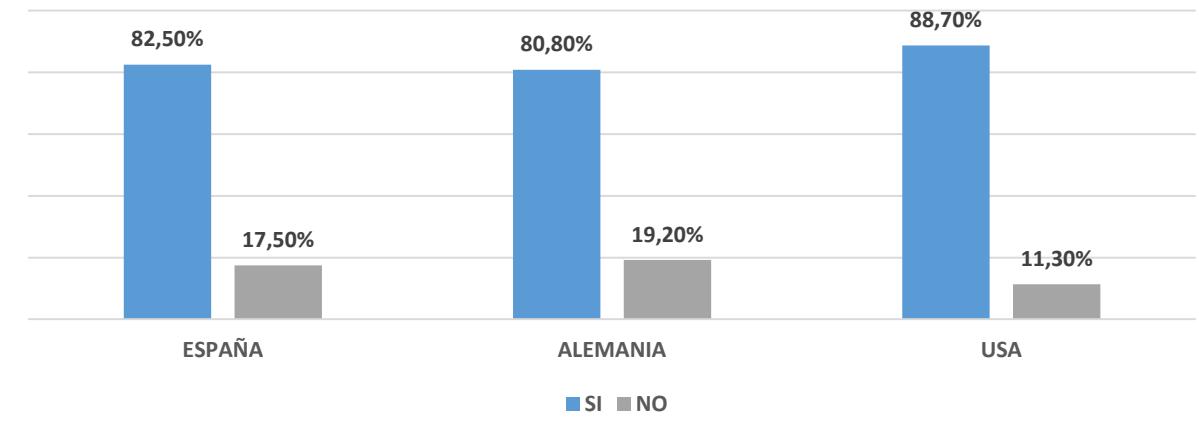
Sorprendentemente, Estados Unidos supera a España teniendo un porcentaje del 29,2 y según lo ya analizado (figura 2.2) la mayor motivación para este país, es la oportunidad de mercado y no estar desempleado.

En esta ocasión vuelve a destacar Alemania, teniendo sólo un 8,6% de futuros emprendedores que se encuentran en ese momento desempleados. Este dato contrasta perfectamente con la figura 2.2 en la que se ve que las motivaciones de este país son las oportunidades de mercado y no por necesidad.

2.5 CONOCIMIENTOS O HABILIDADES PARA SU NUEVO NEGOCIO.

No hay duda que para poner en marcha un nuevo negocio se necesitan habilidades y conocimientos para ello, pero ¿todas las personas que van a poner en marcha un negocio las tienen?

FIGURA 2.5 CONOCIMIENTOS O HABILIDADES PARA INICIAR UN NEGOCIO



Un gran porcentaje en estos 3 países analizados sí que tiene unos conocimientos y habilidades para poner en marcha un negocio (figura 2.5) siendo Estados Unidos el mayor y Alemania el menor, en este caso España está en un término medio, pero más próximo a Alemania.

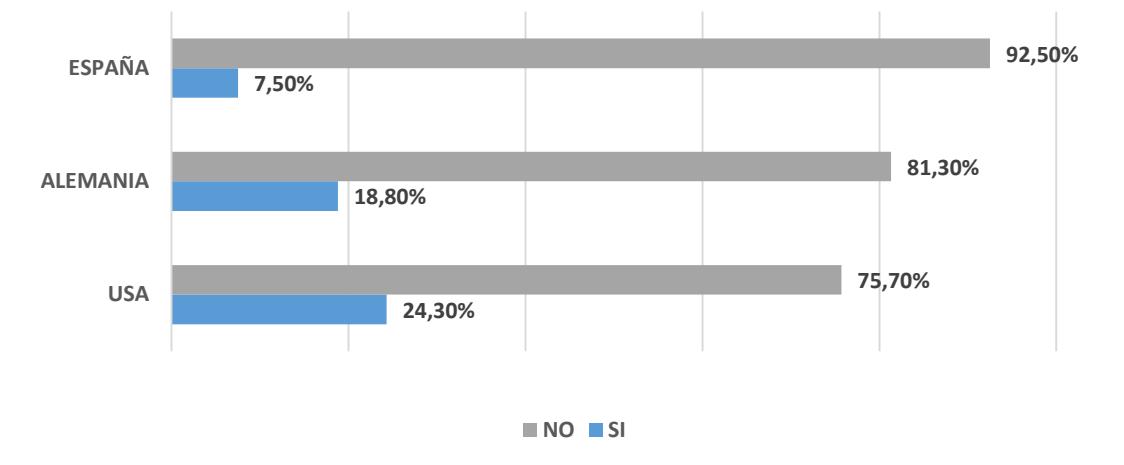
2.6 FORMACIÓN RECIBIDA EN EL COLEGIO

La formación para el emprendimiento es una de las herramientas más importante a la hora de poner en marcha un negocio, algo poco imaginable hace unos pocos años atrás, durante el siglo XX, esta formación no existía o no llegaba a todos los públicos, no se cimentaba desde una temprana edad como se intenta implantar en España actualmente. En una entrevista realizada a Lázaro Rodríguez, catedrático de Economía Financiera y Contabilidad en la Universidad de Granada y fiel defensor de la implantación desde temprana edad de la importancia de enseñar a emprender desde el colegio, dijo estas palabras.

“No sólo no se potencia el emprendimiento, sino que se castra. Los niños son creativos de forma innata y la creatividad es una cualidad que debe estar en todo emprendedor, sin embargo, el sistema educativo lima esa creatividad porque los socializa y los hace a todos iguales. Hasta hace poco, ni siquiera la Universidad contemplaba el emprendimiento.” (Ideal, 2014)

Por este motivo, analizaremos la siguiente figura para comprobar si estas personas mayores de 50 años tuvieron algún tipo de formación en la escuela primaria o secundaria para llevar a cabo el proyecto emprendedor que comenzarán en los próximos tres años, comprobando si existe alguna diferencia en la enseñanza en los países analizados.

FIGURA 2.6 FORMACIÓN EN LOS COLEGIOS



En la figura 2.6 podemos observar como en España este tipo de formación era casi inexistente y las habilidades que pudieron adquirir fueron mínimas, con solo un 7,5% que afirma que si obtuvieron formación en la escuela. En un término medio se encuentra Alemania, en la que un 18,8% afirma que sí adquirieron conocimientos en la escuela para emprender un negocio. Finalmente, Estados Unidos con un 24,3% afirma que sí obtuvieron formación en la escuela triplica a España.

2.7 NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRENDEDOR

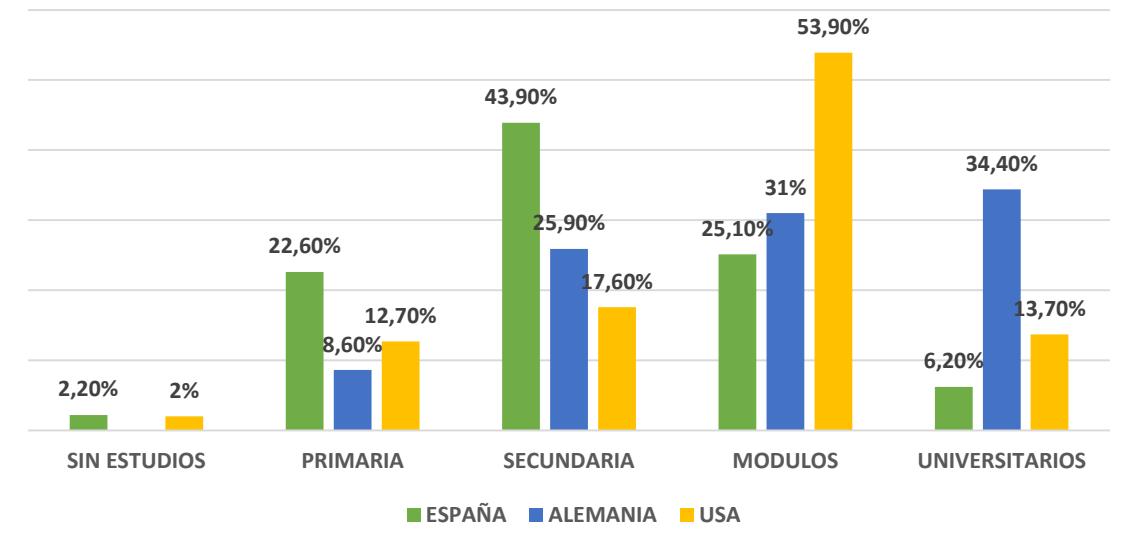
Muchos grandes emprendedores han construido imperios sin necesidad siquiera de pisar un aula universitaria, otros jamás podrían haberlo hecho sin asistir a clases.

Hemos escuchado mucho acerca de hombres y mujeres que jamás se graduaron en la Universidad o ni siquiera asistieron y han logrado construir imperios multimillonarios: Bill Gates(Microsoft), Steve Jobs (Apple), Mark Zuckerberg (Facebook), James Cameron (director de cine), Richard Brandon (Virgin) y Larry Elison (Oracle).

Si bien en Estados Unidos la idea del sueño americano, de poder hacerlo todo sin formación está sumamente arraigada, en España, los casos más recientes de proyectos de emprendimiento exitosos corresponden a personas con un título universitario y un posgrado”

Después de estos ejemplos podemos decir que tener estudios universitarios no es un obstáculo para triunfar en el mundo del emprendimiento.

FIGURA 2.7 ESTUDIOS DE ESTAS PERSONAS



En la figura 2.7 se muestra a las personas que van a emprender un negocio en España mayores de 50 años que son en su mayoría personas con estudios de secundaria 43,9% seguidos por los actualmente conocidos formación profesional con un 25,1%, con formación primaria serían un 22,6% siendo el más bajo con formación universitaria 6,2%.

En Alemania esta situación es diferente, los que más van a emprender son las personas con estudios universitarios 34,4%, con una formación profesional un 31,1%, con formación secundaria 25,9 y primaria un 8,6%. En este país se puede ver claramente que está muy jerarquizado a la hora de emprender ya que se ve claramente como sus porcentajes más altos van decreciendo según los estudios que tenga la población.

En Estados Unidos las personas que más van a emprender son las personas que han realizado una formación profesional 53,9% claramente predominante, mientras que con formación primaria, secundaria y universitarios están prácticamente a la par con porcentajes cercanos al 15% en todos sus casos.

2.8 GRADO DE INNOVACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

A la hora de crear un nuevo producto/servicio o una nueva empresa, hay que estar muy atento a muchos factores, el primer paso imprescindible debe ser el análisis y el estudio del producto o servicio que vas a ofrecer para más tarde buscar las estrategias más importantes a tomar.

Estas nuevas ideas deben adaptarse y orientarse a los deseos de los consumidores, para ello es vital el estudio de los nichos de mercado para así poder aprovechar perfectamente las oportunidades que halla.

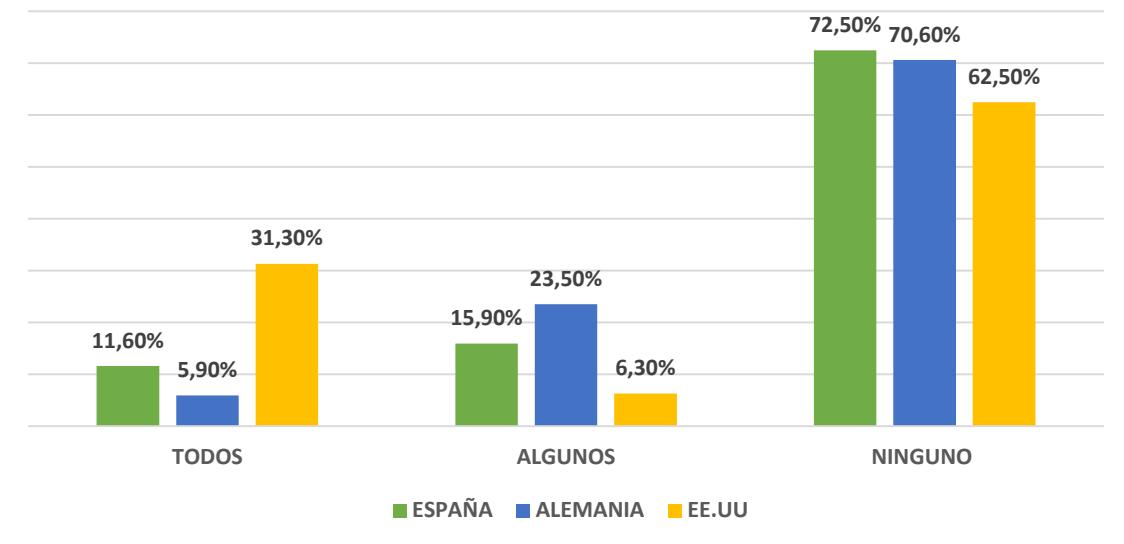
Para que el producto o servicio pueda ser fácilmente reconocido debe tener atributos que lo hagan único en el mercado, estas características diferenciadoras son las que captan la atención de los clientes.

Otro factor a tener en cuenta es identificar la competencia que pueda tener este producto o servicio, puede no ser directa, ya que tu producto puede ser nuevo, pero sí que puede satisfacer la misma necesidad en el mercado que otro ya existente.

Un método muy utilizado y recomendable a la hora de poner en marcha un nuevo negocio es la utilización de una tabla DAFO, en la que puedes analizar y te permite precisar la situación competitiva de tu producto o servicio en el mercado. Este análisis es interno de la empresa, en el que se analizan las fortalezas y debilidades y el otro análisis es externo de oportunidades y amenazas. Estos 4 factores harán una radiografía perfecta del estado en el que se encuentra el producto o servicio que estas creando y será de gran utilidad para definir las estrategias y líneas de acción a seguir.

En este apartado veremos si en España, Alemania y Estados Unidos las personas de más de 50 años que van a emprender un negocio, lo harán con un nuevo producto o servicio o si por el contrario pondrán un negocio que ya exista en el mercado.

FIGURA 2.8 CONSIDERARAN SUS CLIENTES EL PRODUCTO O SERVICIO COMO NUEVO O DESCONOCIDO



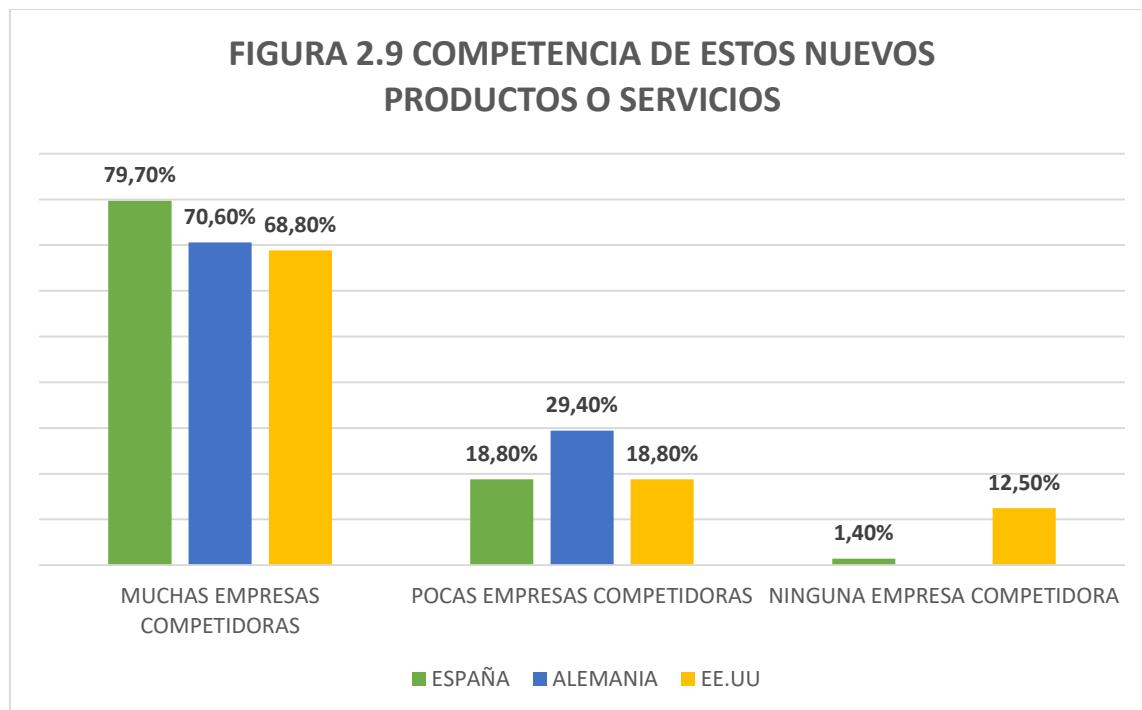
En la figura 2.8 se observa como en España la mayoría de productos o servicios que van a sacar al mercado no los consideran nuevos 72,5 %, Alemania se encuentra con unos porcentajes muy similares a España con un 70,6% que considerara que los productos o servicios no serán diferentes.

En el lado opuesto se encuentra Estados Unidos, en el que un 31,3% de estos nuevos productos, los consideraran nuevos o desconocidos.

Esta es una clara diferencia a nivel de emprendimiento entre estos países ya que se ve claramente que en Estados Unidos se opta por la innovación mientras que España y

Alemania se opta por suministrar al mercado más productos o servicios ya existentes en el mercado.

Por estas razones también hemos creído conveniente analizar cuántas empresas competidoras tendrán estos nuevos empresarios.



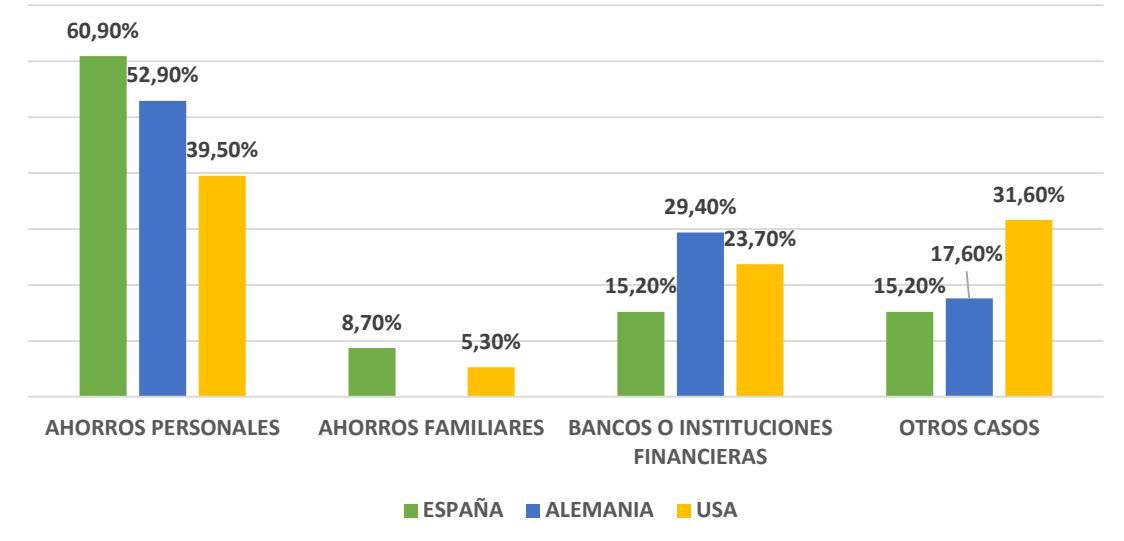
Como cabía esperar, después de analizar la figura anterior, en esta nueva figura 2.9 podemos observar cómo los porcentajes son bastante parecidos, pero con una diferencia, Alemania no crea muchos productos o servicios innovadores, pero sí que tengan pocas empresas competidoras con casi un 30%, en España estas nuevas empresas tendrán casi un 80% de empresas competidoras.

Estados Unidos, por el contrario, busca esa necesidad de mercado con un 12,5% de empresas nuevas, que no tendrán ningún tipo de empresa competidora, por lo que posiblemente podrá hacerse un hueco fácilmente en el mercado, ya que no se encontrará tan saturado como el español.

2.9 PROCEDENCIA EL DINERO PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO

A la hora de poner en marcha un negocio, lo más normal es tener que invertir dinero para poder empezar, sí que es cierto que no todos los negocios necesitan del mismo tipo de inversión y que actualmente gracias a la tecnología y a internet puedes comenzar prácticamente sin una gran inversión inicial.

FIGURA 2.10 PROCEDENCIA DEL DINERO PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO



En la figura 2.10 podemos ver como en España el dinero para emprender un nuevo negocio en personas mayores de 50 años procede en su gran mayoría 60,9% de ahorros personales seguido con el mismo porcentaje de préstamos bancarios y finalizando con un 8,7% de ahorros familiares.

En Alemania vemos como también en su gran mayoría, el dinero procede de ahorros personales 52,9% pero sí que destaca la financiación por parte de préstamos bancarios con un 29,4% siendo nula la opción de utilizar ahorros familiares para emprender su nuevo negocio.

En Estados Unidos también predomina utilizar ahorros personales con un 39,5% pero más bajo que en España y Alemania, seguido de otros casos 31,6% financiación informal que pueden ser:

- Crowdfunding: “Cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones” y como se suele decir coloquialmente “Personas con dinero que confían en personas con ideas y juntos trabajan para sacar un proyecto adelante”
- Crowdsourcing: “que consiste en externalizar tareas que, tradicionalmente, realizaba un empleado o contratista, a un grupo numeroso de personas o una comunidad (masa), a través de una convocatoria abierta.” (Wikipedia Crowdfunding y Crowdsourcing)

Utilizar un préstamo bancario también es muy utilizado con un 23,7%, siendo el más bajo usar ahorros familiares para la puesta en marcha del negocio.

2.10 NIVEL DE PARTICIPACIÓN EN EL NEGOCIO

Ser propietario o co-propietario es uno de los grandes dilemas a la hora de comenzar un nuevo negocio, en un artículo del periódico expansión nos explica perfectamente esta circunstancia (Expansión, 2013).

PROS Y CONTRAS

“Los emprendedores reincidentes son más proclives a minimizar el acompañamiento.

Según Fernando Trías de Bes, profesor asociado de Esade, el motivo de que no quieran un socio es que han sufrido experiencias negativas en las que han tenido que pelear con su compañero por problemas empresariales de distinta índole.

Por tanto, se tiene que mantener la cabeza fría y pensar con calma por qué necesitas un compañero y, si es así, cómo debería ser.

Hay dos tipos de socios: el capitalista, que aporta dinero y apenas interfiere en el trabajo diario, y el que además de invertir capital trabaja en el negocio. Este último es al que hay que seleccionar con más atención porque va a formar parte del desarrollo y consolidación del proyecto.

Jesús Sánchez, cofundador de Áudea Seguridad, una consultora de gestión de la seguridad de la información, optó por asociarse para crear su empresa. Reconoce que hacerlo solo hubiera sido muy difícil y considera que lo más importante al elegir compañero es que las habilidades y cualidades de ambos se complementen: “Aunque se comparte un objetivo común, cada uno se centra en un área”.

ERRORES A EVITAR

*“Un fallo común es invitar a conocidos, amigos y familiares sin tener en cuenta si pueden aportar valor a la empresa. Trías de Bes recuerda en su obra *El libro negro del emprendedor* que “un socio es un recurso más. Pero éste tiene además dos salvedades: es el más caro de todos (se remunera con acciones) y es un bien que puede llegar a paralizar tu actividad”.*

Tener socios significa compartir. Pero siempre debe haber una persona que lidere el equipo y que tenga la última palabra sobre lo que hay que hacer. Por tanto, antes de lanzar la empresa es vital pactar, de forma muy clara, cuál es la ambición y el objetivo que se persigue al emprender.

En resumen, para evitar futuros problemas, elabora un acuerdo de socios que contemple cuánto se quiere facturar y ganar, a quién te quieres dirigir, cuántos empleados pretendes tener y dónde quieras llegar.”

PACTO PREVIO

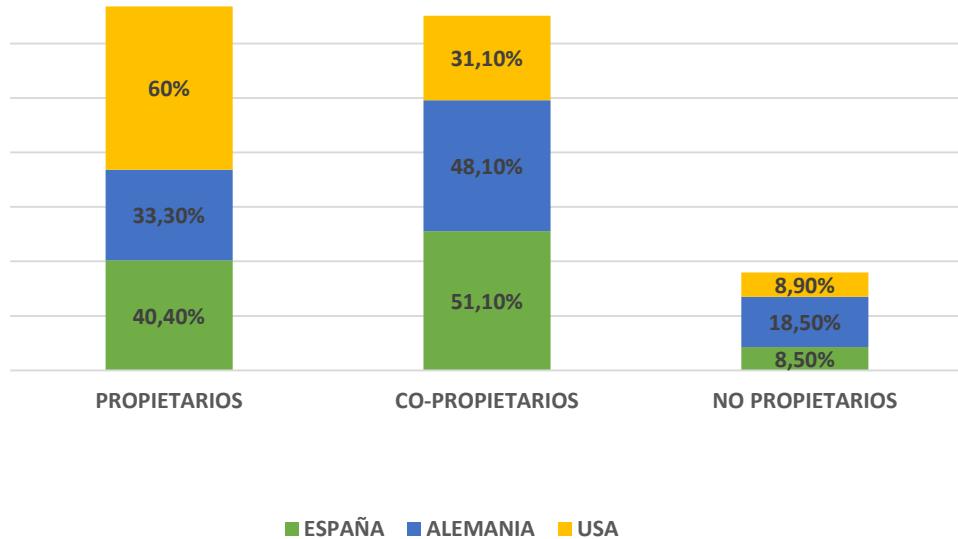
“Lo ideal no son socios al 50% porque se bloquean las decisiones. Es recomendable fijar quién decide sobre cada campo y establecer las reglas de la salida de un socio, teniendo en cuenta sus acciones: si se queda con ellas o se le compran.

Poner en marcha tu propio negocio es una aventura que genera incertidumbre y miedo. Por eso es importante sentirse acompañado, sobre todo en los inicios.

Estos temores forman parte de lo que los expertos llaman el vértigo inicial, que, obviamente, es más fuerte en los empresarios noveles.”

Artículo periódico expansión

FIGURA 2.11 NIVEL DE PARTICIPACIÓN EN EL NEGOCIO



En la figura 2.11 observamos como en España con un 51,1% se prefiere ser co-propietarios del negocio y como dice el artículo de expansión, esta circunstancia puede ser debida a la poca financiación que ofrecen los bancos en España actualmente para poner en marcha un negocio. Alemania tiene un porcentaje bastante parecido a España con un 48,1% de co-propietarios, siendo Estados Unidos el más diferente en este aspecto con un 60% de propietarios en su totalidad.

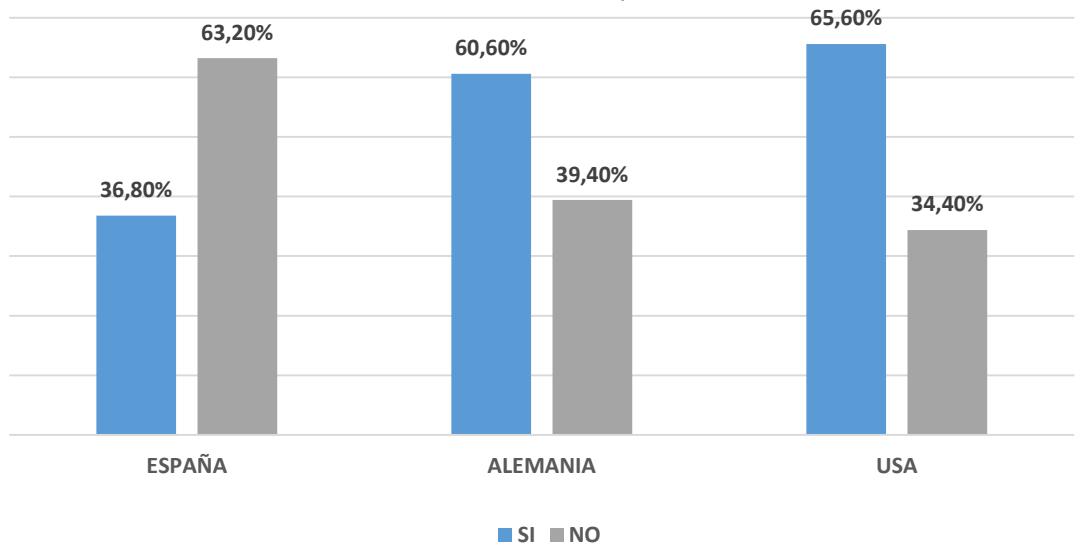
También hay un dato interesante en no propietarios en Alemania con un 18,5% personas que no van a ser propietarias ni parte del negocio, pero serán parte del negocio.

2.11 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL AREA EN EL QUE VIVEN.

Antes de comenzar un negocio deberían plantearse si su ciudad, comunidad autónoma o país es el indicado para ese proyecto que tienes en mente, no sería lógico poner un puesto de helados en Noruega, por ejemplo.

Antes de crear su propio negocio se debería mirar el entorno y aprovechar lo mejor que ofrece este. Cada comunidad autónoma o país ofrece sectores con una proyección empresarial diferente.

FIGURA 2.12 OPORTUNIDADES DE PONER SU NEGOCIO EN EL AREA EN EL QUE VIVEN



En la figura 2.12 se ve como en España solo ven oportunidades en el área en el que viven para emprender ese negocio un 36,8% mientras que el 63,2% cree que deberá iniciar ese negocio fuera de su ciudad, mientras que en Alemania y Estados Unidos sí que ven más oportunidades de negocio en su área con un 60,6% y 65,6% respectivamente.

2.12 INTERNET SERÁ UTILIZADO PARA LA VENTA DE ESTOS PRODUCTOS

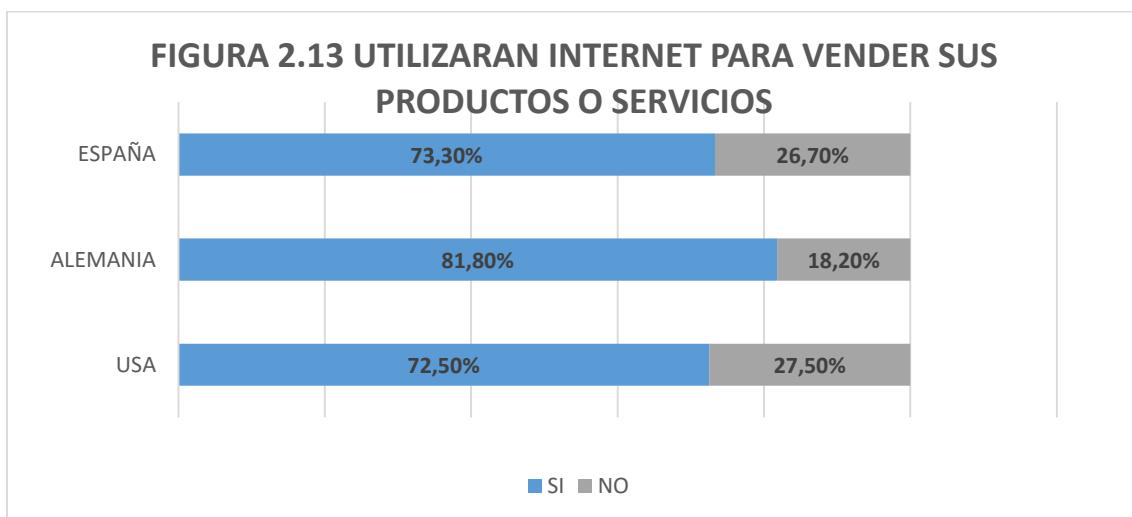
Nos encontramos en plena era digital, donde cualquier cosa que imaginemos la podemos conseguir con un simple “clic” de ordenador, esto hace que los nuevos emprendedores entren a un mercado feroz, con una competencia inimaginable hace solo unos pocos años (Observatorio, 2015).

“El mundo globalizado, su vertiginosa competitividad y la rapidez para concretar negocios han impulsado el desarrollo del comercio electrónico, modificando la forma de vender y comprar productos o servicios en Internet. Sin embargo, es lo mismo que el intercambio de productos en la época antigua, solo que ahora han cambiado las variables de espacio y tiempo, sin intermediarios. Teniendo como ventajas la rebaja en el precio de venta es posible adquirir productos de cualquier lugar del mundo sin salir de casa”.

Algunas de las ventajas y desventajas que puede ofrecer a estas personas mayores de 50 años que van a emprender un negocio en los próximos meses son las siguientes.

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Puedes crear tu propia marca • Reducción de gastos • No tienes limitaciones geográficas • Negocio abierto 24 horas • Ganar dinero con poca inversión • Es un mercado en alza • Crecimiento superior que una tienda física 	<ul style="list-style-type: none"> • No tienes ninguna garantía de éxito • Internet se mueve por tendencias y modas • Desconfianza de la gente a comprar por internet • Necesitas conocimientos informáticos altos • Alta competencia • El producto comprado no es inmediato

Después de analizar estas ventajas e inconvenientes de vender productos o servicios online, vamos a ver si estos futuros emprendedores han pensado en utilizar esta herramienta para su negocio.

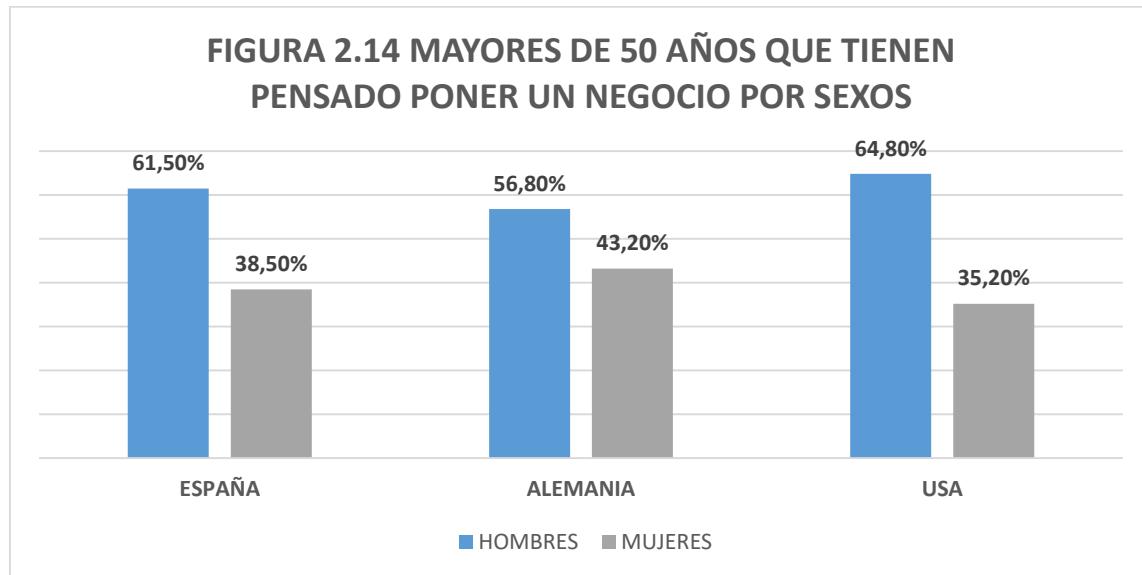


En la figura 2.13 observamos como la gran mayoría van a utilizar internet para vender sus productos o servicios, el país que más va utilizar este comercio será Alemania con un 81,1% mientras que España y Estados Unidos estarán entorno al 70% los dos.

Un dato curioso es que en España ha bajado el consumo por persona, pero el comercio online ha aumentado un 60% en los últimos años. Por los que se podría decir que hay un gran cambio en los hábitos de consumo de las personas.

2.13 DIFERENCIAS POR SEXOS

La historia nos cuenta que hace no muchos años las personas que emprendían eran en su gran mayoría hombres, por suerte, actualmente esa situación ha cambiado completamente, en la actualidad se podría decir que en nivel de emprendimiento hay casi las mismas mujeres que hombres en muchos países, a continuación, podremos ver en nuestro gráfico si este nivel de emprendimiento es similar en hombres y mujeres en estos países analizados.



La figura 2.14 nos muestra como España y Estados Unidos tienen un porcentaje similar tanto en hombres y mujeres de 50 años que tienen pensado poner en marcha un negocio en los próximos años, con unos porcentajes de 61,5% y 64,8% respectivamente de hombres y un 38,5% y 35,2% respectivamente en el caso de las mujeres.

Así pues, podemos ver muchísimas referencias sobre este tema ya estudiado por multitud de autores que explican la escasa implicación de las mujeres en iniciativas emprendedoras en base a la mayor cantidad de obstáculos a los que éstas se enfrentan en comparación con los hombres (ejemplo, Bruni, Gherardi, & Poggio, 2004; Catley & Hamilton, 1998; Hansemarck, 2003; Minniti, Arenius, & Langowitz, 2004), la existencia de motivos diferenciales entre individuos de ambos sexos a la hora de crear una nueva empresa (Bruni et al., 2004; Justo, Cruz, De Castro, & Coduras, 2005), o diferencias de género en ciertas características psicológicas que conducirían a diferentes niveles de disposición personal hacia el autoempleo (ejemplo, De Carlo & Lyons, 1979; Gatewood, Shaver, & Gartner, 1995; Neider, 1987; Sexton & Bowman-Upton, 1990).

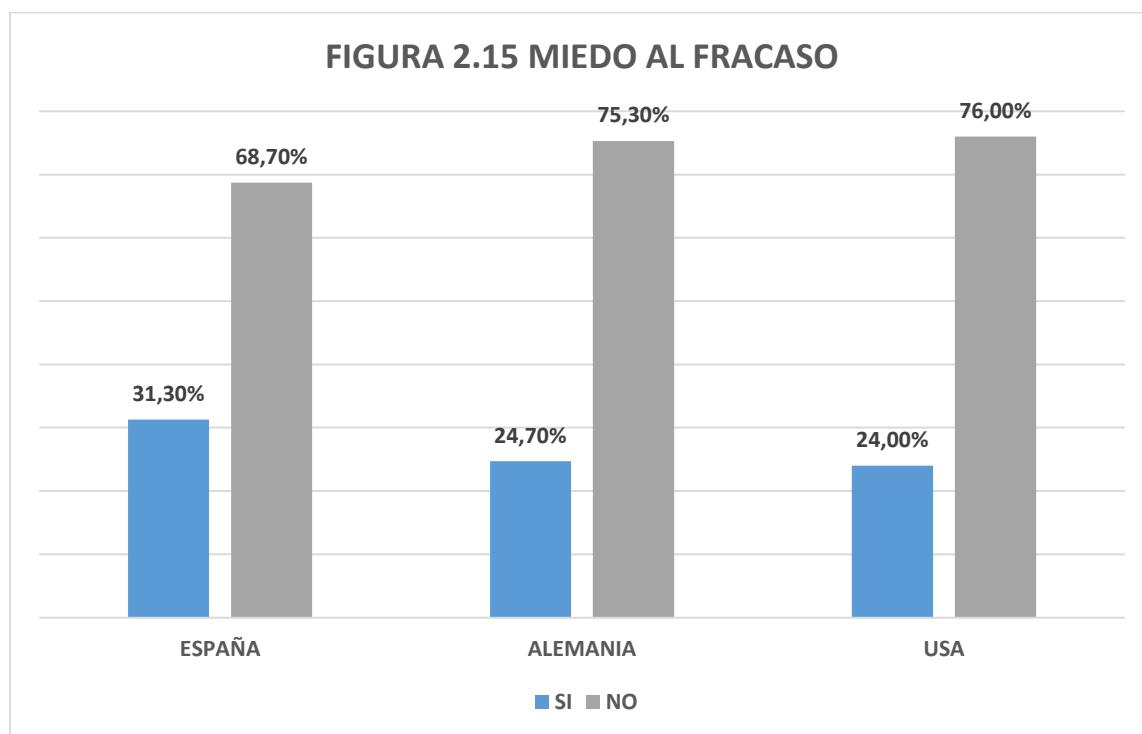
Siguiendo con la figura 2.14 dejamos sin analizar Alemania ya que es, sin lugar a dudas, la que más se aproxima en nivel de futuros emprendedores mayores de 50 años en hombres y mujeres con un 56,8% y un 43,2% respectivamente.

2.14 EL MIEDO AL FRACASO

El miedo al fracaso, sobre todo al emprender, influye mucho más de lo que creemos en cómo tomamos decisiones y en cuán lejos llegamos.

Incluso puede abrir una brecha enorme entre quienes logran iniciar sus proyectos y quienes jamás llegan a dar un paso para ser emprendedores.

El miedo a arriesgar el dinero es el obstáculo más generalizado ya que por regla general estos nuevos negocios tardaran en dar sus frutos, hay que estar predispuesto a que durante una temporada tus beneficios sean bajos o incluso no obtener ningún tipo de beneficio.



En esta ocasión vamos a analizar el miedo al fracaso de estas personas mayores de 50 años que van a emprender un negocio en los próximos meses.

En la figura 2.15 podemos ver como los españoles somos más propensos a este miedo con un 31.3% mientras que los otros países analizados Alemania y Estados Unidos están prácticamente igual sobre un 24%.

Esto hace que a la hora de ver una oportunidad de mercado los alemanes y estadounidenses estén más preparados para abordarla.

3 EMPRENDIMIENTO EN CANTABRIA 2015

Cantabria es una comunidad autónoma española con más de 500.000 habitantes. Limita al este con el País Vasco provincia de Vizcaya, al sur con Castilla y León (Burgos, Palencia y León), al oeste con Asturias y en el Norte el mar Cantábrico. La ciudad de Santander es su capital y la localidad más poblada de la región con 175.000 habitantes.

Como ya hablamos al principio del trabajo, en este apartado analizaremos brevemente los datos de nuestra región, ya que de esta sí que es posible tener unos datos más actuales, año 2015.

De nuevo analizaremos los datos de las personas mayores de 50 años que van a poner en marcha un negocio en los próximos 3 años.

FIGURA 3.1
EMPRENDEDORES POR
SEXOS

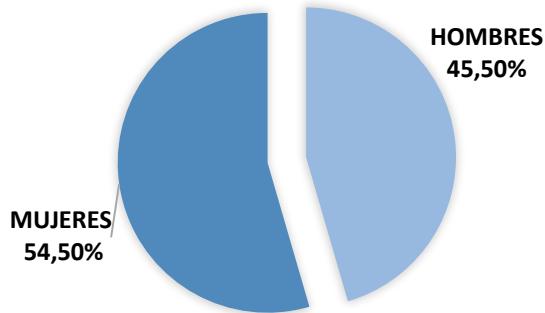
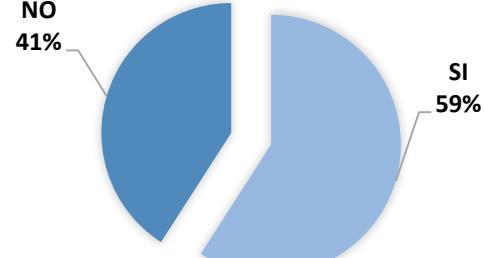


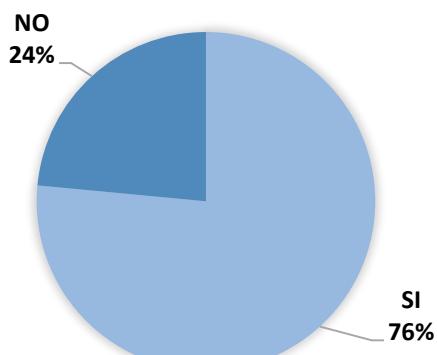
FIGURA 3.2
CONOCIMIENTO DE
NUEVOS
EMPRENDEDORES



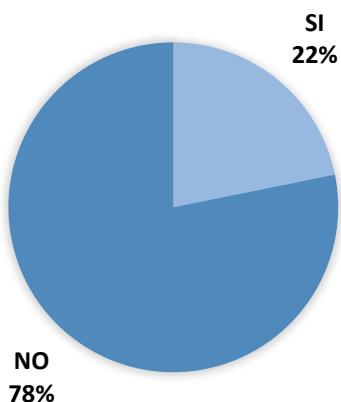
La figura 3.1 nos muestra como en nuestra región habrá un mayor porcentaje de mujeres 54,5 % mayores de 50 años que emprenderán un negocio en los próximos 3 años mientras que para los hombres será de un 45,5%.

Estas personas mayores de 50 años han tenido contacto en los últimos años con gente que ya emprendió en su momento en un 59% de los casos (Figura 3.2).

**FIGURA 3.3 TENDRAN
BUENAS
OPORTUNIDADES**



**FIGURA 3.4 ES EL
MIEDO AL FRACASO
UN OBSTACULO.**



Este dato siempre es muy curioso a la hora de analizar, en este trabajo estamos segmentando las personas de 50 años que van a emprender un negocio en los próximos 3 años, pero ¿creen realmente que habrá buenas oportunidades para hacerlo?

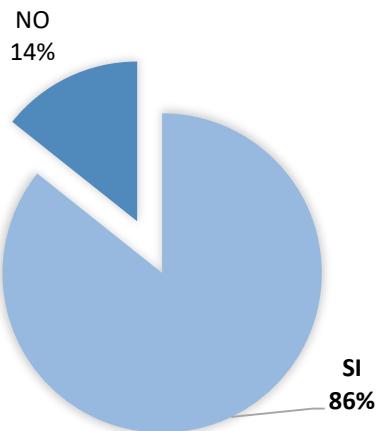
Como observamos en la figura 3.3 un 76% creen que el mercado actual sí que ofrece buenas oportunidades para emprender un negocio mientras que un 24% no ve esas oportunidades, pero aun así emprenderán.

Analizados estos datos, surge la idea de que estas personas sean empujadas a emprender un negocio por la situación laboral actual, pero ¿es eso cierto?, ¿Cuáles son las razones por las que ese 24% va a emprender?, ¿ve oportunidades para hacerlo?, la muestra analizada no es concluyente ni representativa ya que esa pregunta solo la contestaron 3 personas y sus datos no los podemos considerar representativos de la población.

En el siguiente apartado analizaremos si es el miedo al fracaso un obstáculo para poner en marcha un nuevo negocio.

En la figura 3.4 vemos como el miedo al fracaso no es un verdadero obstáculo para estas personas a la hora de poner en marcha un nuevo negocio, ya que solo el 22% de ellos considera que es así.

FIGURA 3.5 CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES



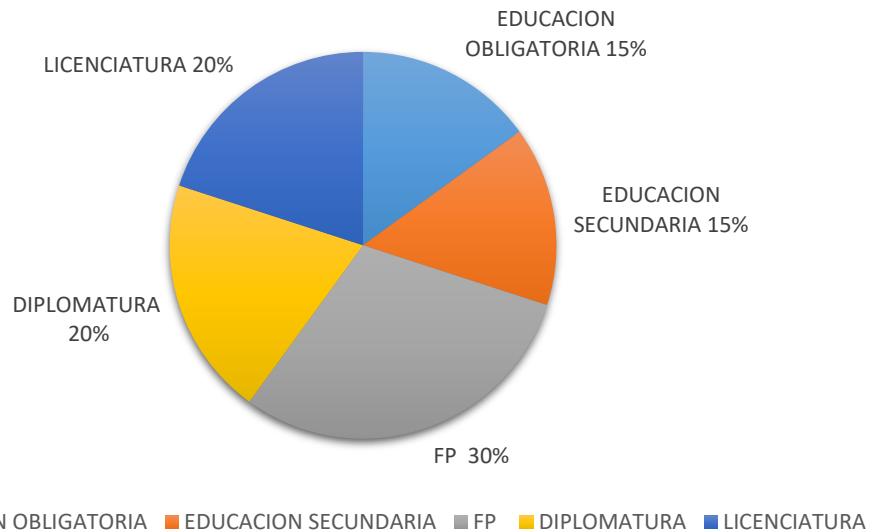
En el siguiente apartado queremos ver si estas personas van a emprender gracias a que tienen los conocimientos necesarios para ello, ya sea por su formación académica o por su experiencia profesional

En el gráfico 3.5 podemos observar como la gran mayoría cree que tiene conocimientos, habilidades y experiencia para emprender su negocio con un 86%.

La formación académica puede ser un gran aliado para estas personas a la hora de comenzar, ya que también han podido obtener sus conocimientos por los estudios.

Qué tipo de estudios tienen estas personas.

FIGURA 3.6 NIVEL DE ESTUDIOS

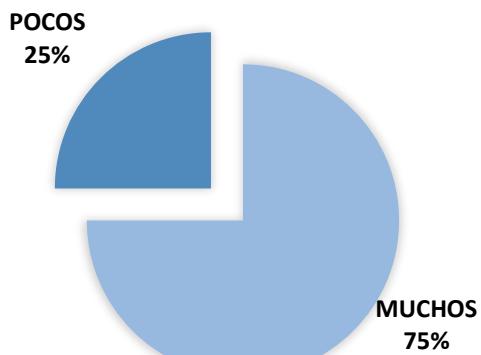


En la figura 3.6 vemos que la mayoría de estas personas han tenido una formación profesional con un 30% seguida de estudios universitarios medios diplomaturas 20% y superiores licenciaturas 20%, por lo que, si lo juntamos, un 40 % de ellos tienen estudios universitarios, los que menos emprenderán son aquellas personas que tienen una educación obligatoria y educación secundaria con un 15% respectivamente.

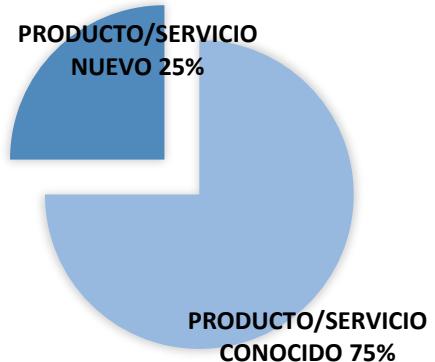
Estos nuevos emprendedores, ¿buscan competir con sus productos o servicios con otras empresas que ofrezcan algo similar o por el contrario intentaran buscar un nicho

de mercado en el que tengas más oportunidades en el que haya pocas empresas competidoras o ninguna?

**FIGURA 3.7
COMPETIDORES DEL
FUTURO NEGOCIO**



**FIGURA 3.8 QUE TIPO
DE PRODUCTO O
SERVICIO OFRECERÁN**



En la figura 3.7 observamos cómo sigue con una tendencia bastante similar a los datos generales de España 2014, en el que ninguno de sus productos o servicios será nuevo y en los que la competencia será altísima, con un 75% de muchos competidores ofreciendo algo igual que lo que ellos ofrecerán.

Estos datos contrastan perfectamente con la siguiente figura 3.8, en la que solo un 25% de los futuros clientes considerarán el producto o servicio ofrecido como nuevo o diferente y un 75% de ellos no lo considerarán nuevo.

CONCLUSIONES

Al principio del proyecto nos pusimos como meta comparar España con Alemania y Estados Unidos para poder saber qué es lo que estamos haciendo bien, qué nos falta o qué necesitamos mejorar para tener la misma cultura emprendedora que los otros dos países.

Los datos analizados pertenecen al 2014 ya que era el año del que disponíamos de todos los países.

Utilizamos Alemania en la comparación ya que es la potencia en Europa con más población de la Unión Europea y el peso de su mercado interior, así como su potencia exportadora, le convierten en la economía más fuerte del continente.

También comparamos nuestro país con Estados Unidos que es una potencia mundial en casi todo en lo que se propone, y donde el nivel de emprendimiento es el más alto de los países occidentales donde está muy arraigado desde temprana edad porque se considera, de vital importancia, incorporar unidades didácticas sobre el autoempleo en edades más tempranas, a partir de la educación secundaria o superior.

En este apartado realizamos las conclusiones sobre emprendimiento de personas mayores de 50 en los siguientes 3 años y en los diferentes países.

La primera diferencia que observamos al analizar los datos, es que en España no se emprende por una oportunidad que ofrezca el mercado, sino que se hace por no tener una mejor opción de trabajo, mientras que para Alemania y Estados Unidos su principal motivación es aprovechar las oportunidades que el mercado ofrece a la hora de emprender un negocio. Estos datos se comprenden debido a la gran tasa de paro que está viviendo el país, empujando a las personas mayores de 50 años a emprender para poder trabajar.

Según los datos expuestos en el párrafo anterior, el mayor porcentaje de personas que van a emprender un negocio y se encuentran desempleadas, debería ser en España, pero no es así, ya que en Estados Unidos ese porcentaje es aún mayor, por lo que no podemos decir con total seguridad que en España se emprenda más que en los otros países analizados por no tener una mejor salida profesional.

En el emprendimiento por sexos, predominando el emprendimiento de hombres que, de mujeres, Alemania es el país que más se acerca en este punto. Para incentivar este emprendimiento en las mujeres sería necesario ofrecer subvenciones, más accesibilidad a financiación e incluso practicar más políticas de igualdad de sexo, considerando que las actuales no son suficientes analizando los resultados obtenidos.

La formación primaria y secundaria es otro punto a tener en cuenta en este análisis. Se puede ver claramente, que para España es uno de los puntos débiles porque no hay una cultura arraigada del emprendimiento ni del autoempleo, desde temprana edad en nuestro país. En cambio, en Estados Unidos, la cultura emprendedora se fomenta desde la niñez haciendo que sus habitantes estén más predispuestos a comenzar un negocio por su cuenta siendo su miedo al fracaso más bajo que en España, donde éste es el mayor factor a la hora de emprender en nuestro país. ¿Solución? Fomentar a los niños las bondades y posibilidades que tiene emprender.

Las personas que van a emprender en los próximos años en España, en su gran mayoría son personas con unos estudios de secundaria, mientras que en Estados Unidos y Alemania serán con formación profesional o estudios universitarios. De nuevo nos encontramos carencias educativas en nuestro país.

La actual situación económica en España obliga a estas personas a adquirir financiación de sus propios ahorros personales, siendo un gran obstáculo para poner en marcha su negocio. Al contrario que en Estados Unidos que un gran porcentaje de la inversión procede de créditos bancarios.

En España se debería fomentar a los bancos que puedan ofrecer préstamos a nuevos emprendedores.

La crisis económica actual y los pocos créditos que dan los bancos o instituciones a los nuevos emprendedores, hace que en la mayoría de casos en España se opte por no ser propietario en su totalidad del negocio que se quiere emprender, sino que sean co-propietarios que, como ya hemos visto en el apartado de resultados, tiene sus "pros" y sus "contras", mientras que en Estados Unidos la gran mayoría serán propietarios de su negocio. Esto se convierte en otro obstáculo a la hora de emprender.

Para que el producto o servicio pueda ser fácilmente reconocido debe tener atributos que lo hagan único en el mercado y estas características diferenciadoras son las que captan la atención de los clientes.

Los nuevos empresarios en España no van a optar por la creación de nuevos productos o servicios como puede ser en Alemania o Estados Unidos y eso hará que entren en un mercado ya copado, con infinidad de competencia y por consiguiente la gran mayoría acabarán fracasando. En Alemania y Estados Unidos estos nuevos empresarios optarán por introducirse en mercados nuevos o donde la competencia sea pequeña.

Gracias a internet, España puede solucionar uno de los problemas vistos en el apartado de resultados ya que son muy pocas las personas que ven posibilidades de emprender un negocio en el área en el que se encuentran, siendo esta herramienta utilizada, en gran medida, para vender sus productos o servicios. Las escasas oportunidades que ofrece el mercado, podrían en su gran mayoría, ser salvadas por internet gracias a que nos encontramos en un mundo globalizado, pero repercutiendo también y de forma negativa en los nuevos negocios, existiendo gran competitividad en todos los sectores.

Uno de los factores importantes, y que no hemos podido analizar ya que sus resultados no eran representativos, es ver en qué tipo de sector van a emprender estas personas mayores de 50 años. Este dato nos podría haber dado una idea del porqué no invierten en nuevos mercados ni buscan ofrecer un producto nuevo. Éste sería un buen tema para un futuro proyecto.

El poco emprendimiento sí que tiene repercusión en la cantidad de parados que existe en España, pero como hemos podido analizar, uno de los motivos más importantes es el tema cultural ya que existe una mentalidad más proclive al trabajo por cuenta ajena y no siendo incentivado el emprendimiento desde la escuela. También tienen que ver las dificultades de financiación que poseen sus habitantes, la escueta búsqueda de productos o servicios diferentes y el mínimo conocimiento de la competencia.

En este apartado también queremos hacer un pequeño resumen de la situación en nuestra región (Cantabria) en el año 2015, en dónde la mayoría de estas personas mayores de 50 años ven buenas oportunidades de negocio en los siguientes 3 años, el

emprendimiento es superior en mujeres que en hombres y el miedo al fracaso no es uno de los mayores inconvenientes.

En su gran mayoría, obtienen buenas habilidades y conocimientos para esta nueva aventura, pero chocan de nuevo con uno de los errores ya mencionado en España, estos nuevos empresarios, no ofrecerán nada nuevo al mercado y lo saturarán aún más con productos ya existentes.

Los nuevos emprendedores de nuestra región serán en su mayoría universitarios, seguidos por una formación profesional.

Si podemos seleccionar como referencia los datos del 2014 para hacernos una idea, estas estadísticas se parecen bastante a las de Alemania, donde el nivel de emprendimiento va decreciendo cuanto menor son los estudios que tienen.

BIBLIOGRAFÍA

Luis Camarero (Coord.) Alejandro Almazán, José M. Arribas, Beatriz Mañas, Antonio Félix (2013) *Estadística para la investigación social* (2^a ed.): Ibergarceta Publicaciones S.L

Carmen Delgado Álvarez (2014) *Viajando a Ítaca por mares cuantitativos: manual de ruta para investigar en grado y postgrado*. Amaru ediciones

Ana Fernández-Laviada (Dir.) Iñaki Peña, Maribel Guerrero, José L. González Pernía *Global entrepreneurship monitor: Informe GEM España 2015*. Editorial Universidad Cantabria.

Ricardo Hernández Mogollón (Dir.), Yancy Vaillant, Rosa M^a Batista Camino, Silvia Sosa Cabrera, Ignacio -Mira Solves, Jesús Martínez Mateo *Global Entrepreneurship Monitor: informe GEM España 2012*

Ana Fernández Laviada (Dir.), Paula San Martín Espina (Coord.), Gemma Hernando Moliner, Estefanía Palazuelos Cobo, Andrea Pérez Ruiz, Inés Rueda Sampedro, Lidia Sánchez Ruiz *Global Entrepreneurship Monitor: informe ejecutivo GEM-Cantabria 2014*. Universidad de Cantabria.

OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Instituto Nacional de Estadística Encuesta de Población Activa (EPA) trimestre 4 de 2014 recuperado de: http://www.ine.es/prensa/epa_tabla.htm. Última visita 14/02/2017

Artículo escrito por Javier Díaz (5 de febrero de 2017) según otro artículo de la revista Fortune *Los 13 emprendedores más importantes de la edad moderna* recuperado de: <http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/03/los-12-emprendedores-mas-importantes-de.html>. Última visita 14/02/2017

Albert Einstein la crisis según Albert Einstein recuperada de: <http://renuevo.com/reflexiones-la-crisis-segun-albert-einstein.html#> Última visita 14/02/2017

Entrevista realizada en el periódico Ideal a María del Mar Fuentes y Lázaro Rodríguez catedráticos de la universidad de Granada El emprendimiento debería trabajarse desde el colegio hasta la universidad recuperado de <http://www.ideal.es/granada/201411/18/emprendimiento-deberia-trabajarse-desde-20141118010234.html> Última visita 14/02/2017

Javier Martín Información, asesoramiento y consultoría en financiación colectiva servicio de asesoramiento crowdfunding recuperado de <http://www.universocrowdfunding.com/que-es-el-crowdfunding/#.WJMsvvhDIU> Última visita 14/02/2017

Artículo periódico Expansión escrito por Ángela Méndez titulado *si vas a emprender... ¿solo o acompañado?* (2/08/2013) recuperado de <http://www.expansion.com/2013/08/01/emprendedores-empleo/emprendimiento/1375373832.html> última visita 14/02/2017

Blog del Servicio de Información y Conocimiento (SIC) biblioteca de Esade titulado *Índice de actividad emprendedora Kauffman* (21/03/2012) recuperado de: <http://esadelink.esadeblogs.com/2012/03/21/indice-de-actividad-emprendedora-de-kauffman/> Última visita 14/02/2017

Página web del GEM España quienes somos – informes <http://www.gem-spain.com/> Última visita 14/02/2017

Tutorial de YouTube *Introduction to SPSS* (13/08/2014) <https://www.youtube.com/watch?v=SL2bZXfWQIs> Última visita 14/02/2017